Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Sammlung der Unterrichtsstunden

Meine erste Wirtschaftsstunde

Autoren: Teilnehmer des BWL Begleitseminars
Wintersemester 15/16

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Inhaltsverzeichnis

Klassen-stufe	Themenfeld	Thema der Unterrichtseinheit	Autoren	Seite
7/8	2. Haushalt und Konsum	Der Umgang mit Taschengeld unter Berücksichtigung unterschiedlicher persönlicher Bedürfnisse	Becker, Sebastian Gramattke, Mandy Rieck, Anneli	3
7/8	2. Haushalt und Konsum	Wirtschaftskreislauf	Buttkus, Franziska Hagedorn, Anna	17
7/8	2. Haushalt und Konsum	Umgang mit Geld - Zahlungsarten	Mehner, Pia Schulze, Toni	24
7/8	2. Haushalt und Konsum	Aktuelles ökologisches Verhalten von Individuen und dessen Folgen regional/global	Müller, Florian Schröter, Max Zech, Paul	39
7/8	3. Produktion und Unternehmen	Arbeitsteilung	Lübke, Christian Thomas, Sascha	46
7/8	Wahlpflichtbereich	Die Analyse von Werbung	Hußner, Isabell Nestler, Janine Zimmermann, Sergio	50
9/10	1. Arbeit, Ausbildung, Beruf	Was kostet die Integration?	Artan, Ayseta Neugebauer, Juliane Pussehl, Roman	57
9/10	2. Haushalt und Konsum	Die Bedeutung der AIDA-Formel für Werbemaßnahmen	Duve, Maurice Schachschneider, Melanie	65
9/10	2. Haushalt und Konsum	Konsum und Konsumverhalten im eigenen Ergebnisfeld	Akgün, Oguzhan Czerwinsky, Martin Rehse, Jessica	75
9/10	2. Haushalt und Konsum	Marketing-Mix	Gunawardena, John Neuschäfer-Rube Pöpel, Simon	89
9/10	3. Produktion und Unternehmen	Magisches Viereck	Klich, Nicolas Krüger, Malte	101
9/10	3. Produktion und Unternehmen	Konjunkturzyklus	Gäbelein, Christoph Weber, Marc	108
9/10	4. Infrastrukturen	Konfliktstrategien - Ursachen und Lösung von Dilemmata	Corbic, Dzana Hoffmann, Tobias	119

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Institut für WAT der Universität Potsdam

Seminar: BWL-Begleitseminar

Betreuer: Dr. Benjamin Apelojg

Studierende: Becker, Sebastian

Gramattke, Mandy

Rieck, Anneli

Thema der Unterrichtseinheit:

Der Umgang mit Taschengeld unter Berücksichtigung unterschiedlicher persönlicher Bedürfnisse

Planung einer 45-minütigen Unterrichtsstunde

Fach: WAT – Bereich Ökonomische Bildung

Empfohlene Klassenstufe: 7/8

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Einordnung in den Rahmenlehrplan des Landes Brandenburg

Themenfeld:	2. Haushalt und Konsum
Inhalte:	2. Haushaltsmanagement
Klassenstufe:	7/8
Kompetenzbezug:	Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage finanzielle Konflikte zu erkennen und nach ökonomischen und sozialen Kriterien zu bewerten.
Standard:	W8 Probleme und Folgen ökonomischer Entwicklungen und Maßnahmen identifizieren, Zielkonflikte bestimmen und nach ökonomischen, sozialen und ökologischen Kriterien bewerten, insbesondere die Verteilung von Gütern und Einkommen nach Kriterien der Leistungs-, Bedarfs-, und Chancengerechtigkeit.

Unser kompetenzorientiertes Stundenziel:

Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und dazu in der Lage finanzielle Konflikte zu erkennen und nach ökonomischen, individuellen und sozialen Kriterien zu bewerten.

Unsere Aufgabenstellungen lauten:

Aufgabenstellung
Diskutiert in der Gruppe, welche Möglichkeiten Anna hat ihr Taschengeld auszugeben und berücksichtigt dabei vor allem ihre Bedürfnisse und die vorhandenen Möglichkeiten.
Entscheidet euch für eine Variante und stellt euer Ergebnis an der Tafel kurz vor. Begründet dabei eure Entscheidung.

Sachanalyse: Haushaltsmanagement - Taschengeld

Diese Stunde gibt eine Weiterführung bzw. Vertiefung und Anwendung der bereits behandelten Thematik Haushaltsmanagement. In der vorangehenden Stunde wurde sich bereits mit dem Taschengeldparagraphen und den unterschiedlichen Bedürfnissen unter gegebenen Bedingungen beschäftigt. „Der Taschengeldparagraph befasst sich mit der Geschäftsfähigkeit von Minderjährigen“(http://www.taschengeldparagraph.com/). Er besagt, dass Kinder auch ohne Zustimmung der Eltern einen Kauf tätigen können und dieser auch rechtskräftig ist. Jedoch müssen sich diese Güter im Rahmen des Taschengeldparagraphen befinden. Zudem gibt der Taschengeldparagraph dem Verkäufer Rechtssicherheit. Trotz des Taschengeldparagraphen dürfen Minderjährige keine Abonnements, Handyverträge, oder Ratenzahlungen abschließen. Aus Zeitgründen wird auf diesen Aspekt in der Stunde nichteingegangen.

Die didaktische Legitimation erfolgt hierbei die Lebenswirklichkeit der Schüler, die in diesem Alter ihr Taschengeld bekommen und lernen müssen, damit haushalten zu können. Damit hat diese Stunde für die Schülerinnen und Schüler eine Gegenwartsbedeutung. Die Zukunftsbedeutung erschließt sich daraus, dass die Schülerinnen und Schüler grundsätzlich dazu befähigt werden sollen, wirtschaftlich zu denken und zu handeln. Ökonomisches Handeln bedeutet, dass man als Unternehmer immer den maximalen Gewinn mit möglichst geringen Kosten erzielen möchte. Als Kunde sucht man immer nach den niedrigsten Preisen im Supermarkt und als Arbeitnehmer verfolgt man den höchsten Lohn. Der Mensch vergleicht Preise und Produkte und sucht immer nach Alternativen und entscheidet sich für das Produkt/Angebot, von dem er für sich selber den größten Nutzen hat.

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Verlaufsplan Unterrichtsstunde zu den Verwendungsmöglichkeiten von Taschengeld (08:00 – 08:45)

Zeit	Unterrichts-geschehen	Ziel	Sozialform/ Methode	Lehrer- Aktivität	Schüler-Aktivität
08:00	Rückblick: Was bisher behandelt wurde: • Taschengeld-paragraph • Eigene Bedürfnisse • Was ist ein Bedürfnis? • Welche Bedürfnisse haben wir?	*Ergebnis-sicherung, Festigung*	LS-Gespräch	Frage an die Klasse: Was haben wir bisher/in den vergangenen Unterrichtsstunden gemacht?	SuS zählen auf, was bisher gemacht wurde. SuS hören zu.
08:05	Beschreibung und Ablauf der heutigen Unterrichtsstunde: • Bearbeitung der Aufgabenstellung in Gruppen • Vorstellung der Gruppenarbeit an der Tafel • Diskussion	*SuS verstehen den Arbeits-auftrag.*	LS-Gespräch, Vorberei-tungsphase der Gruppen-arbeit	L. stellt die Aufgabenstellung für die Gruppenarbeit vor. L. teilt die SuS in drei gleich große Gruppen ein. L . teilt die Arbeitsmaterialien an die SuS aus. L: Ich möchte heute mit euch zusammen klären, was man mit seinem Taschengeld alles anfangen kann. Lest bitte in der Gruppe den Arbeitsauftrag auf dem Arbeitsblatt durch und bearbeitet gemeinsam die Aufgabe, indem ihr darüber diskutiert und zusammen zu einer Lösung kommt.	SuS hören zu und stellen bei Unklarheiten aufkommende Fragen. SuS finden sich in die von der Lehrkraft eingeteilten Gruppen zusammen.
08:10	Erarbeitung		Erarbeitungs phase der Gruppen-arbeit	L. beobachtet die Bearbeitung des Arbeitsauftrags in den Gruppen und gibt Hilfestellung bei Fragen. L. befestigt mithilfe von Magneten die Abbildungen von den einzelnen Produkten an der Tafel.	SuS bearbeiten den Arbeitsauftrag. SuS diskutieren in der Gruppe.

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

08:25	Präsentation der Ergebnisse der Gruppenarbeit		Schüler-vortrag, Präsenta-tion der GA, Einsatz der Tafel	L. Ich möchte, dass nun jeweils eine Person aus jeder Gruppe das Ergebnis der Gruppenarbeit vorstellt. Bitte schiebt dazu die Produkte zusammen, die ihr für eure jeweilige Person ausgewählt habt.	SuS stellen die Ergebnisse ihrer Gruppenarbeit vor der Klasse vor.
08:35	Diskussion, Unterschiede bei den einzelnen Gruppen Ausblick auf die nächste Stunde	*Festigung*	LS-Gespräch		SuS hören den einzelnen Wortmeldungen zu.

Abkürzungen:

- SuS – Schülerinnen und Schüler, S - Schülerin oder Schüler, L – Lehrkraft

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Anlagen

Übersicht:

- Anlage 1: Arbeitsblatt: Anna
- Anlage 2: Arbeitsblatt: Jonas
- Anlage 3: Arbeitsblatt: Tobias
- Anlage 4: Auswahl der Produkte (ist bei allen Gruppen ausgelegt)
- Anlage 5: Auswahl der Produkte zum Anbringen an der Tafel

Anlage 1

Anna

Anna ist 12 Jahre alt, spielt Handball im Verein und trifft sich in ihrer Freizeit gerne mit ihrer Mädchenclique. In ihrem Zimmer steht ein großes Bücherregal voll mit Kriminalbüchern.

Am Wochenende geht Anna zur Geburtstagsfeier ihrer besten Freundin und braucht noch dringend ein Geschenk. Ihre Freundin wünscht sich schon lange eine bestimmte DVD, das hat sie ihr verraten, die kostet aber 20€. Anna überlegt, ob sie ihre Freundin stattdessen auf einmal Schwimmengehen einlädt.

Heute ist der 11te des Monats, das heißt für Anna, dass sie endlich wieder Taschengeld bekommt. Sie freut sich schon seit einer gefühlten Ewigkeit auf diesen Tag. Ihr Vater gibt ihr 2* 20€ Scheine. Anna geht daraufhin gleich in ihr Zimmer und überlegt, was sie sich dafür kaufen könnte.

Welche Möglichkeiten hat Anna? Hilf ihr dabei.

1. Diskutiert in der Gruppe, welche Möglichkeiten Anna hat ihr Taschengeld auszugeben und berücksichtigt dabei vor allem ihre Bedürfnisse und die vorhandenen Möglichkeiten.
2. Entscheidet euch für eine Variante und stellt euer Ergebnis an der Tafel kurz vor. Begründet dabei eure Entscheidung.

Hinweis: Das Geld muss nicht zwangsläufig ausgegeben werden.

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Anlage 2

Jonas

Jonas ist letzte Woche 12 Jahre alt geworden und hat zu seinem Geburtstag zwei Springmäuse bekommen. Für die Verpflegung muss er selbst aufkommen, das hat er so mit seinen Eltern verabredet. Für diesen Monat wollte er eigentlich noch ein Laufrad für die Tiere kaufen...Futter usw. hätte er noch gerade genug. Er ist ein sehr ruhiger Typ, ein sehr fleißiger und guter Schüler.

Sport macht er nicht so gern. Jonas verbringt sehr viel Zeit zu Hause, um an seinem Computer die neusten Spiele auszuprobieren. Wie viele Jugendliche in seinem Alter ist er leidenschaftlich gern Süßigkeiten, am liebsten täglich.

Heute ist der 11te des Monats, das heißt für Jonas, dass er endlich wieder Taschengeld bekommt. Er freut sich schon seit einer gefühlten Ewigkeit auf diesen Tag. Seine Mutter gibt ihm 2* 20€ Scheine. Jonas geht daraufhin gleich in sein Zimmer und überlegt, was er sich dafür kaufen könnte.

Welche Möglichkeiten hat Jonas? Helft ihm dabei.

1. Diskutiert in der Gruppe, welche Möglichkeiten Jonas hat sein Taschengeld auszugeben und berücksichtigt dabei vor allem seine Bedürfnisse und die vorhandenen Möglichkeiten.
2. Entscheidet euch für eine Variante und stellt euer Ergebnis an der Tafel kurz vor. Begründet dabei eure Entscheidung.

Hinweis: Das Geld muss nicht zwangsläufig ausgegeben werden.

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Anlage 3

Tobias

Tobias ist 12 Jahre alt und ein absoluter Fußballfan. Er spielt nicht nur selber in der Jugend bei FC Bayern, er versucht auch jedes Heimspiel anzuschauen. Tobias wünscht sich schon seit langer Zeit, die neuen Fußballschuhe von Adidas, leider gibt es zu Weihnachten schon einen neuen Computer. Am Wochenende ist Spielfrei und er kann endlich mit seinem Freund Martin ins Kino gehen, um Star Wars zu schauen. Tobias liebt Süßigkeiten, er könnte jeden Tag fast eine ganze Tüte Gummibärchen verdrücken, er hat sich angewöhnt sobald er noch etwas Geld in der Tasche hat direkt nach der Schule eine Tüte zu kaufen...so oft er kann.

Heute ist der 11te des Monats, das heißt für Tobias, dass er endlich wieder Taschengeld bekommt. Er freut sich schon seit einer gefühlten Ewigkeit auf diesen Tag. Seine Mutter gibt ihm 2* 20€ Scheine. Tobias geht daraufhin gleich in sein Zimmer und überlegt, was er sich dafür kaufen könnte.

Welche Möglichkeiten hat Tobias? Helft ihm dabei.

1. Diskutiert in der Gruppe, welche Möglichkeiten Tobias hat sein Taschengeld auszugeben und berücksichtigt dabei vor allem seine Bedürfnisse und die vorhandenen Möglichkeiten.
2. Entscheidet euch für eine Variante und stellt euer Ergebnis an der Tafel kurz vor. Begründet dabei eure Entscheidung.

Hinweis: Das Geld muss nicht zwangsläufig ausgegeben werden.

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Anlage 4

Fußballschuhe 80,00

Süßigkeiten 6 €

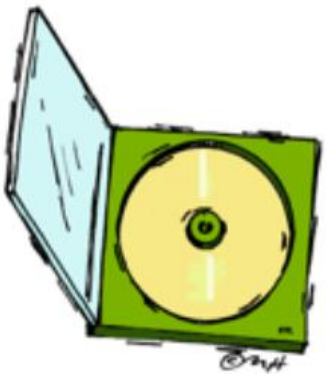
Kinobesuch 12 €

Tierzubehör 10€

Computerspiel 30 €

Kriminalroman 20€

DVD 20 €



Schwimmen 8 €

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

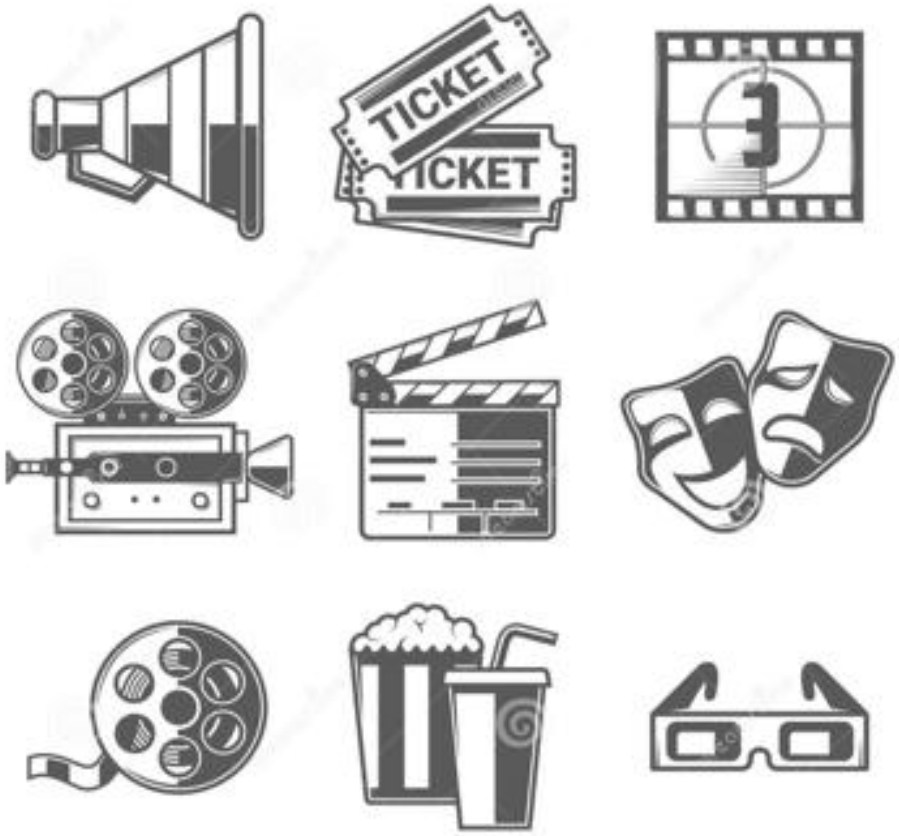
Anlage 5

Fußballschuhe 80 €

Süßigkeiten 6€

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Kinobesuch 12 €

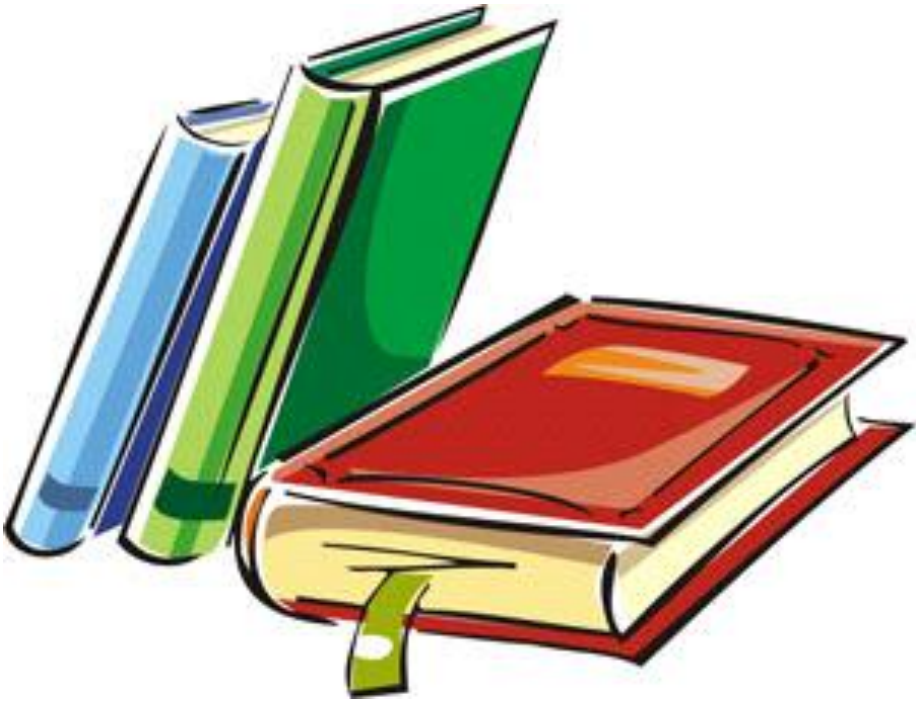


Tierzubehör 10 €

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

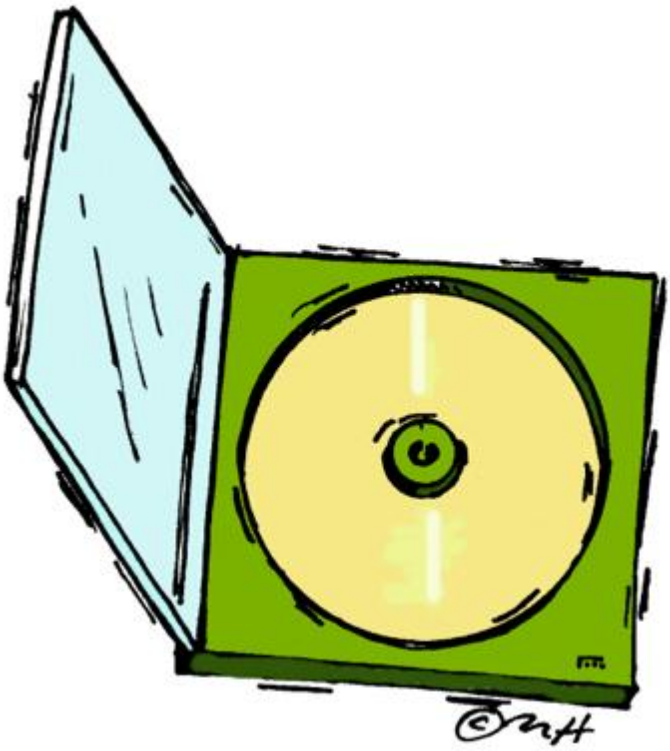
Computerspiel 30 €

Kriminalroman 20€

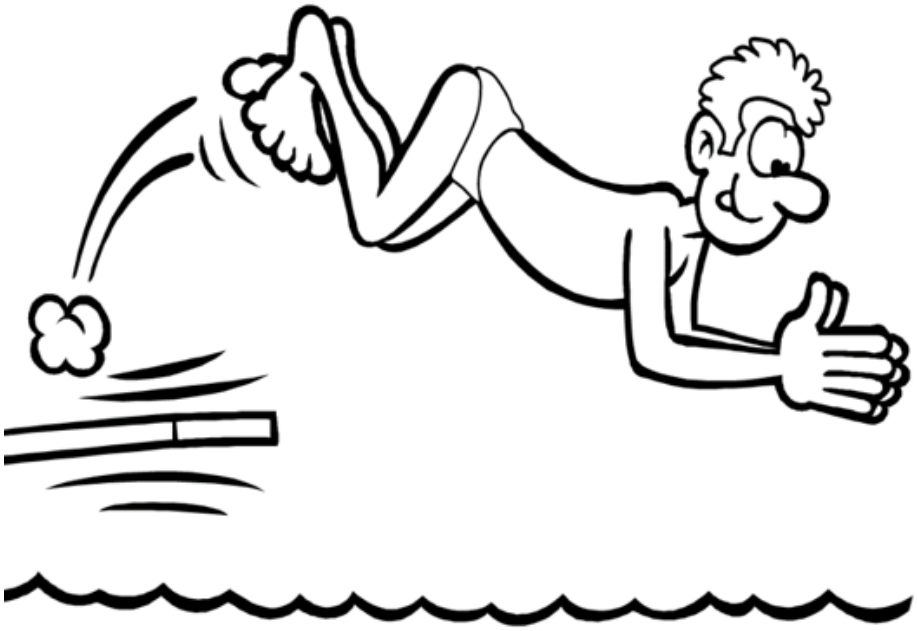


Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

DVD 20 €



Schwimmen 8 €



Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Reflexion zur Wirtschaftsstunde:

Wie ist unsere Wirtschaftsstunde verlaufen?

Zum Zeitpunkt der Stundendurchführung war geplant, die Auswertung der Gruppenarbeit in derselben Stunde durchzuführen. Dementsprechend gab es am Anfang der Stunde eine kurze Reflexion der letzten Stunde, damit die SuS den Einstieg in das Thema haben. Anschließend gab es einen kurzen Fahrplan für die Stunde und kurz darauf folgte die Bearbeitung der Aufgaben in den einzelnen Gruppen. Die Unterrichtsstunde wurde, wie ursprünglich geplant, durchgeführt. Nach der Reflexion wurde die Unterrichtsplanung angepasst. (siehe Verlaufsplan)

Was war das Ziel unserer Unterrichtsstunde? Haben wir dieses erreicht?

Ziel der Unterrichtsstunde:

- SuS wissen, dass jede Familie unterschiedliche finanzielle Möglichkeiten Besitz und dementsprechend unterschiedlich hoch die Summe des Taschengeldes ist
- SuS sollen erkennen, dass finanzielle, soziale und individuelle Faktoren wesentlich für die Befriedigung der Bedürfnisse sind
- SuS sind in der Lage die Befriedigung ihrer eigenen Bedürfnisse unter Berücksichtigung finanzieller Möglichkeiten zu ermitteln
- SuS sind bereit Kompromisse bei der Auswahl ihrer Anschaffungsmöglichkeiten einzugehen.

Was ist uns gut gelungen?

- Lehrerpersönlichkeit kam sehr gut an
- SuS fanden gut aktiv zu sein (Vorstellung an der Tafel/ Bilder zuordnen)
- Arbeitsatmosphäre angenehm
- unterschiedliche Beispiele (Anna, Jonas, Tobias) gut angekommen
- wenn SuS gestört haben, Lehrerpersönlichkeit gut reagiert (leise darauf hingewiesen)
- Themenauswahl angemessen/ Beispiele realitätsnah

Was hätte besser verlaufen/geplant/vorbereitet werden sollen?

- Schwierigkeitsgrade des Themas erhöhen Bsp. Alter 15

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Institut für WAT der Universität Potsdam

Seminar: BWL-Begleitseminar

Betreuer: Dr. Benjamin Apelojg

Studierende: Buttkus, Franziska

Hagedorn, Anna

Thema der Unterrichtseinheit:

Wirtschaftskreislauf

Planung einer 45-minütigen Unterrichtsstunde

Fach: WAT – Bereich Ökonomische Bildung

Empfohlene Klassenstufe: 7/8

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Einordnung in den Rahmenlehrplan des Landes Brandenburg

Themenfeld:	2. Haushalt und Konsum
Inhalte:	2. Haushaltsmanagement
Klassenstufe:	7/8
Kompetenzbezug:	Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage ökonomische Akteure in ihren Funktionen erläutern und deren Wechselwirkungen zu analysieren.
Standard:	W4 Ökonomische Akteure in ihren Funktionen zu erläutern, ökonomische Prozesse identifizieren sowie die Wechselwirkungen und Auswirkungen von Änderungen beispielhaft analysieren, insbesondere • Einnahmen und Ausgaben von Haushalten, Unternehmen und Staat im Wirtschaftskreislauf

Unser kompetenzorientiertes Stundenziel:

Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage...die Grundzüge der Wirtschaft und wirtschaftliches Handeln zu verstehen und definieren zu können. Darauf aufbauend sind sie in der Lage den Wirtschaftskreislauf (der sozialen Marktwirtschaft) in Gruppenarbeit modellhaft zu erarbeiten und erklären zu können.

Unsere Aufgabenstellungen lauten:

Aufgabenstellung
Einleitung in die Wirtschaft und das wirtschaftliche Handeln
Zusammenhänge von Haushalt, Unternehmen, Banken und Staat in einer Gruppenarbeit verstehen und in ein vorgegebenes Modell des Wirtschaftskreislaufs einfügen.
Vergleichen und auswerten der Gruppenarbeit – Klärung von Fragen
Abschließende Zusammenfassung - Feedbackrunde

Sachanalyse: Volkswirtschaftliche Grundmodelle und der Wirtschaftskreislauf der sozialen Marktwirtschaft

Wir sollten uns zuerst fragen, wie viel Einfluss der Staat auf die wirtschaftlichen Abläufe nimmt und ob er einen Wettbewerb zulässt oder gar unterbindet.
Um diese Frage zu beantworten, müssen wir die drei Grundmodelle der Marktwirtschaft kennenlernen.

Das erste Modell ist die Theorie der **freien Marktwirtschaft**, bei welcher der freie Wettbewerb auf dem Markt für ein optimales Funktionieren der Wirtschaft sorgt. Der Staat verzichtet in diesem Modell auf das Eingreifen in den Markt und hat lediglich die Aufgabe des Schutzes von Person und Eigentum, sowie Rechtspflege und Bildung. Diese Theorie funktioniert leider nicht wie gedacht und hat den Nachteil der Monopolbildung und Verelendung der Arbeitnehmer. Ein Beispiel für dieses Modell sind die USA.

Die zweite Theorie einer Marktwirtschaft ist das Modell der **Zentralverwaltungswirtschaft**. Hier wird die Wirtschaft durch eine Verstaatlichung von Produktionsmitteln und Betrieben vom Staat selbst gesteuert. In dieser Wirtschaftsordnung geht jede Entscheidung über Produktion und Absatz von staatlichen Behörden aus. Sie entscheiden wo Rohstoffe gekauft werden, wie hoch der Verkaufspreis ist und wie viel Lohn gezahlt wird.
Leider hat auch dieses Modell immense Nachteile, welche durch Planungsfehler entstehen. Die Gefahr durch Korruption ist hoch, und eine Transparenz kaum ersichtlich. Die DDR hat mit dieser Ordnung gezeigt, dass es nur in der Theorie funktionieren kann.

Die dritte und letzte Marktwirtschaftstheorie, welche hier in der Bundesrepublik Deutschland vorherrscht, versucht die Nachteile beider vorher genannten Theorien auszugleichen. Wir nennen sie die **soziale Marktwirtschaft**. Der Staat lässt den Wettbewerb weitgehend zu, behält nur wenig Eigentum und greift kaum in die Geschehnisse ein. Er ist jedoch bereit für, durch den Wettbewerb verursachte Härtefälle, den Bürgern der BRD Sozialleistungen zu zahlen. Der Staat überwacht durch Behörden die Großkonzerne und bewahrt vor Monopolbildung oder Preisabsprachen zwischen Unternehmen derselben Branche. Er kann durch sein Eingreifen die Wirtschaft in gewissem Maße stabilisieren. Hieraus ergibt sich der Wirtschaftskreislauf für die soziale Marktwirtschaft.

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Verlaufsplan Unterrichtsstunde zum Wirtschaftskreislauf der sozialen Marktwirtschaft (11.10 – 11:55)

Zeit	**Unterrichts-phase**	**Ziel**	**Sozialform/ Methode**	**Lehrer-Schüler-Aktivität**	Material
11:10	Einstieg und Reaktivierung	*Die SuS finden wieder in das Thema „Wirtschaftliche Zusammenhänge“*	Gelenktes Unterrichts-gespräch	Begrüßung L. fragt die SuS nach den Grundsätzen der Wirtschaft. SuS erstellen ein Brainstorming zusammen. L. skizziert Brainstorming an der Tafel und fast nochmal in kurzen Sätzen zusammen.	
11:20	Erarbeitung		Einzelarbeit	SuS lesen sich den Infotext des ABs durch und markieren wichtige Textpassagen.	AB „Wirtschafts-kreislauf“
11:30	Erarbeitung		Gruppen-arbeit	L. erklärt die Aufgabe auf dem AB und leitet die Gruppenphase ein (je 3-4 SuS) SuS erarbeiten gemeinsam in der Gruppe das Modell des Wirtschaftskreislaufs mit Hilfe des ABs.	
11:40	Auswertung	*Die SuS verstehen das Zusammenspiel von Haushalt, Unternehmen, Staat und Banken*	Unterrichts-gespräch	L. und SuS fassen das Ergebnis an der Tafel zusammen und tragen die Lösung in die vorgesehenen Felder ein S. können Verständnisfragen stellen.	vorbereitetes Tafelbild des L.
10:50	Abschluss und Verabschiedung	*Die SuS beschäftigen sich mit den Themen vertieft durch Wiederholung und Interaktion*	Gelenktes Unterrichts-gespräch	L. stellt eine abschließende Frage und fordert einen S. auf das heutige Thema kurz zu erläutern.	

Abkürzungen:

- SuS – Schülerinnen und Schüler, S - Schülerin oder Schüler, L – Lehrkraft

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Anlagen

Übersicht:

- Arbeitsblatt „Wirtschaftskreislauf der sozialen Marktwirtschaft“

Name:

Datum:

Volkswirtschaftliche Grundmodelle

Ebenso wie jeder Einzelne, kommt auch eine Volkswirtschaft nicht an diesen Marktprinzipien vorbei. Die Frage ist hier jedoch, wie sehr der jeweilige Staat Einfluss auf die wirtschaftlichen Abläufe nimmt bzw. inwieweit er sich zurückhält und Wettbewerb zulässt. Man unterscheidet drei unterschiedliche Grundmodelle:

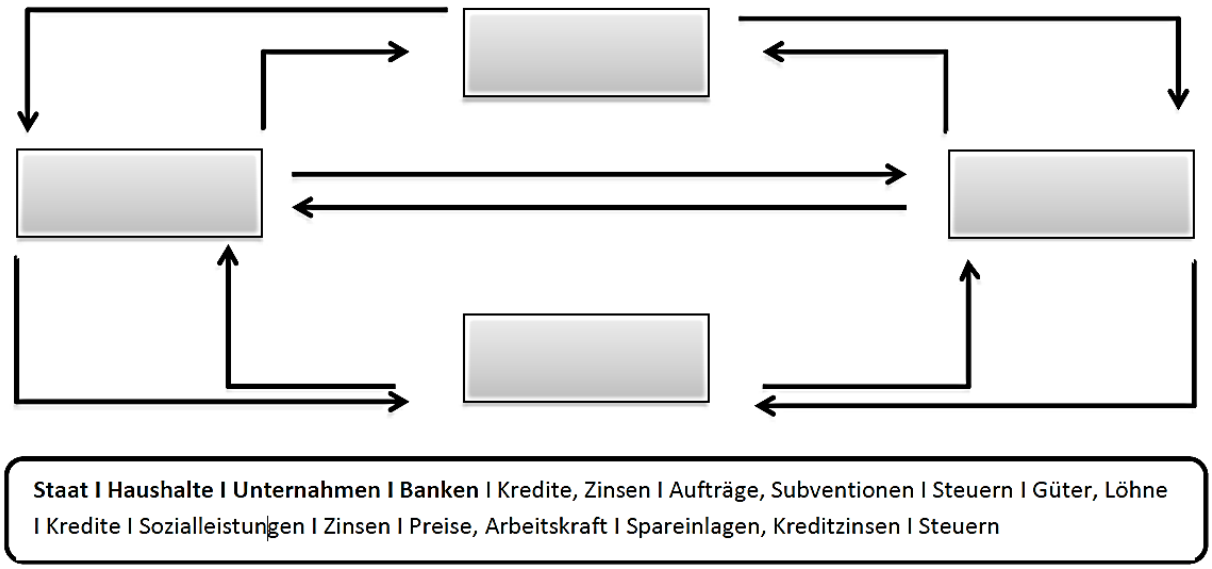
Die Theorie der **freien Marktwirtschaft** geht davon aus, dass der freie Wettbewerb auf dem Markt von allen für ein optimales Funktionieren der Wirtschaft sorgt. Werden Güter angeboten, die niemand haben möchte oder sind die Preise zu hoch, werden die Anbieter den Preis denken oder die Produktion einstellen. Andererseits werden Güter, die viele Menschen kaufen möchten teurer oder mehr produziert, da die Anbieter ja möglichst viel Gewinn erzielen möchten. Der Staat solle demnach auf jeden Eingriff in das Wirtschaftsgeschehen verzichten und lediglich für den Schutz von Person und Eigentum, Rechtspflege und Bildung sorgen („**Nachtwächterstaat**“). In der Realität hat sich jedoch gezeigt. Dass die freie Marktwirtschaft zur Monopolbildung und zur Verelendung der Arbeitnehmer führen kann. Länder wie z.B. die USA sind nach wie vor Verfechter dieser Wirtschaftsordnung.

Im Gegenteil dazu fordern die Befürworter einer **Zentralverwaltungswirtschaft** - wie sie in der ehemaligen DDR herrschte – die **Steuerung der Wirtschaft** durch die Verstaatlichung von Produktionsmitteln und Betrieben sowie durch eine zentrale Planung. So wird von Staatlichen Behörden festgelegt, welcher Betrieb welche Güter in welcher Menge herstellt, von wem die Rohstoffe dafür gekauft, an wen die fertigen Produkte verkauft und welche Preise und Löhne gezahlt werden. Auch dieses Wirtschaftssystem hat jedoch erhebliche Mängel: Planungsfehler z.B. bei der Zuliefererindustrie wirken sich direkt aus und können ganze Produktionsbereiche lahm legen – also schwere wirtschaftliche Schäden nach sich ziehen.

Die dritte Wirtschaftsform versucht, die jeweiligen Mängel der beiden genannten Modelle auszugleichen und ist demnach zwischen beiden angesiedelt: In der **sozialen Marktwirtschaft**, wie sie in der Bundesrepublik Deutschland vorherrscht, lässt der Staat Wettbewerb weitgehend zu, behält nur wenig Eigentum und greift selbst kaum planerisch in die Wirtschaft ein. Er ist jedoch bereit, durch den Wettbewerb entstehende soziale Härtefälle durch Sozialleistungen (z.B. durch Arbeitslosengeld 1 und 2, Wohngeld, etc.) finanziell abzufedern, Arbeitnehmerrechte gesetzlich zu gewährleisten und eventuelle Monopolbildungen von Großkonzernen zu überwachen bzw. ihnen rechtlich entgegenzuwirken. Durch einige Aufträge an die Wirtschaft und Subventionierung kann er außerdem die Nachfrage verbessern. Es ergibt sich folgender **Wirtschaftskreislauf**:

Aufgabe: *Trage die unten stehenden Begriffe, mithilfe des oberen Informationstextes, in die Grafik ein.*

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de



Quellenangabe:

Texte in Teilen übernommen oder modifiziert nach:

- **Wilhelm, Gert / Ott, Hans R.** (2002): *Sozial- und Wirtschaftskunde*, 2. Auflage, Bildungsverlag EINS, Troisdorf, S. 114 f.
- **Dietrich, Ralf u.a.** (2002): *Politik. Verstehen und Handeln*. Verlag Handwerk und Technik, Hamburg, S. 68 f.

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Reflexion zur Wirtschaftsstunde:

Wie ist unsere Wirtschaftsstunde verlaufen?

Begonnen haben wir mit einem Brainstorming über wirtschaftliches Handeln, um die Schüler wieder in das Thema der letzten Stunde einzuführen. Darauf folgend wurde ein Arbeitsblatt mit der Thematik der Marktwirtschaften und dem Wirtschaftskreislauf ausgeteilt und sollte in Einzelarbeit durchgelesen werden. Die SuS lasen teilweise in ruhiger Atmosphäre und Störenfriede wurden zur leisen Arbeit angewiesen. Nachdem alle SuS den Arbeitsbogen durchgelesen haben, sollten diese in der Gruppe die Aufgabenstellung auf dem AB besprechen und erarbeiten. Danach verglichen und erläuterten wir gemeinsam an der Tafel die Abbildung des AB's. Abschließend wurden Zusammenhänge im Wirtschaftskreislauf verstanden.

Was war das Ziel unserer Unterrichtsstunde? Haben wir dieses erreicht?

Die SuS sind bereit und in der Lage die Grundzüge der Wirtschaft und wirtschaftliches Handeln zu verstehen und definieren zu können. Darauf aufbauend sind sie in der Lage den Wirtschaftskreislauf (der sozialen Marktwirtschaft) in Gruppenarbeit modellhaft zu erarbeiten und erklären zu können.

Was ist uns gut gelungen?

- Das Brainstorming wurde zügig, aber gut erarbeitet.
- Die Klasse war teilweise ruhig während der AB durchgelesen wurde.
- Die Erarbeitung der Abbildung des Wirtschaftskreislaufes funktionierte gut.
- Die SuS waren dabei konzentriert und interessiert, selbst die sonst so auffälligen Schüler beteiligten sich.

Was hätte besser verlaufen/geplant/vorbereitet werden sollen?

- Der Arbeitsbogen war für eine 8. Klasse doch sehr umfangreich. Einige SuS hatten Probleme sich auf so viel Text einzulassen und sich zu konzentrieren.
- Es fiel schwer die Störenfriede zur ruhigen Mitarbeit zu bewegen.
- Für dieses Thema hätte man die SuS nicht in große Gruppen einteilen müssen.
- Partnerarbeit wäre ruhiger und erfolgreicher gewesen.

Sonstiges:

Im Allgemeinen empfand ich die Stunde als sehr lehrreich. Es fällt schwer sich vorzustellen wie viel Unterrichtsstoff man einer Klasse zumuten kann und wie ein, für SuS langweiliges Thema, interessant gestaltet werden sollte, um die SuS zu motivieren und an der Mitarbeit Freude zu empfinden.

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Institut für WAT der Universität Potsdam

Seminar: BWL-Begleitseminar

Betreuer: Dr. Benjamin Apelojg

Studierende: Mehner, Pia

Schulze, Toni

Thema der Unterrichtseinheit:

Umgang mit Geld

-Zahlungsarten-

Planung einer 45-90-minütigen Unterrichtsstunde

Fach: WAT – Bereich Ökonomische Bildung

Empfohlene Klassenstufe: 7/8

Einordnung in den Rahmenlehrplan des Landes Brandenburg

Themenfeld:	2. Haushalt und Konsum – 2.Haushaltsmanagment
Inhalte:	2. Haushaltsmanagement
Klassenstufe:	7/8
Kompetenzbezug:	Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage die Einnahmen und Ausgaben von Haushalten analysieren sowie die Einflussfaktoren und die Handlungsspielräume zu bestimmen
Standard:	W3 Einnahmen und Ausgaben von Haushalten, Unternehmen und Staat analysieren sowie die Einflussfaktoren und die Handlungsspielräume bestimmen.

Unser kompetenzorientiertes Stundenziel:

Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage Vor- und Nachteile verschiedener Zahlungsarten zu benennen, zu beschrieben und zu unterscheiden und wissen diese in bestimmten Situationen anzuwenden.

Unsere Aufgabenstellungen lauten:

Aufgabenstellung
Überlegt euch mögliche Zahlungsarten für das Fallbeispiel
Diskutiert über geeignete Zahlungsarten für das Beispiel.
Tragt Informationen über Zahlungsarten zusammen.
Fertigt in Gruppenarbeit ein Plakat an.

Sachanalyse: Zahlungsarten

In jeglichen Bereichen der Dienstleistungen gibt es verschiedene Zahlungsarten bzw. unterschiedliche Möglichkeiten der Bezahlung.

Ob im Supermarkt nebenan, beim Friseur oder beim Taxifahren. Alles kostet Geld und muss bezahlt werden. Hierfür ist es nützlich zu wissen, wann und wie man welche Zahlungsart am besten anwendet.

Hierbei lässt sich vor allem die Zahlung im Internet und die Bezahlung im Geschäft bzw. Unternehmen unterscheiden.

Definition „Zahlung"/„Zahlungsverfahren":

Unter Zahlung versteht man den Austausch von Gütern und /oder Dienstleistungen gegen Geld oder andere Mittel. Die Bezahlung dient der Entlohnung eines Betriebes für sein Produkt und /oder seine Dienstleistung.

Folgende Begriffe sollen während der Unterrichtseinheit definiert werden:

- Zahlungsarten
- Bargeld/Barzahlung
- BargeldloseZahlung
- Online-Banking

Quelle: http://www.wirtschaftundschule.de/unterrichtsmaterialien/haushalte---

geld/unterrichtsentwuerfe/zahlungsarten/

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Verlaufsplan Unterrichtsstunde zu den Zahlungsarten (11:15 – 13:00)

Zeit	Unterrichts-phase	Ziel	Sozialform / Methode	Lehrer-Schüler- Aktivität	Material/ Sonstiges
11:15	Einstieg/ Problem-entfaltung	*Die SuS finden in das Unterrichtsthema „Zahlungsarten".*	Gelenktes Unterrichts-gespräch	Begrüßung L. erläutert Fallbeispiel	
11:20	Erarbeitung I	*Es werden verschiedene Zahlungsarten gesammelt.*	Schüler-Lehrer-Gespräch	SuS Brainstorming zu Zahlungsarten L. notiert Ideen an der Tafel	Tafel
11:30	Einführung/ Infos Plakat-gestaltung	*SuS sollen formale Aspekte zur Plakatgestaltung kennen.*	Unterrichts-gespräch	- Sammeln der Kriterien zur Plakatgestaltung - Gruppenbildung (insgesamt vier Gruppen) - Austeilen der Materialien (Handy- und Internetnutzung ist erlaubt)	Tafel
11:35	Erarbeitung II	*Plakatgestaltung zu jeweils einer bestimmten Zahlungsart.*	Gruppen-arbeit	- Erarbeitung und Gestaltung der Plakate zu den verschiedenen Zahlungsarten	Plakate
12:00	Ende der 1. Unterrichts-stunde				
12:15	Präsentation	*Die SuS stellen ihre Plakate vor der Klasse vor.*	SuS-Vortrag		Plakate
12:35	Besprechung/ Diskussion	*Die SuS können die für bestimmte Situationen geeignetste Zahlungsart auswählen.*	Schüler-Lehrer-Gespräch	Brainstorming - Vor- und Nachteile der Zahlungsarten - Verwendung der Zahlungsarten - Welche Zahlungsarten verwenden SuS im Alltag?	Tafel
12:55	Zusammen-fassung	*Die SuS sollen die verschiedenen Zahlungsarten kennen und anwenden können.*	Unterrichts-gespräch	Wiederholung der Gelernten und Klären von eventuell auftretenden Fragen	
13:00	Ende der 2. Unterrichts-stunde				

Abkürzungen:

- SuS – Schülerinnen und Schüler, S - Schülerin oder Schüler, L – Lehrkraft

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Anlagen

Übersicht:

- Anlage 1: Fallbeispiel Jonas
- Anlage 2: Bildergeschichte zum Fallbeispiel Jonas
- Anlage 3: Tafelbild Zahlungsarten
- Anlage 4: Hinweise zur Plakatgestaltung
- Anlage 5: Infoblätter

Anlage 1

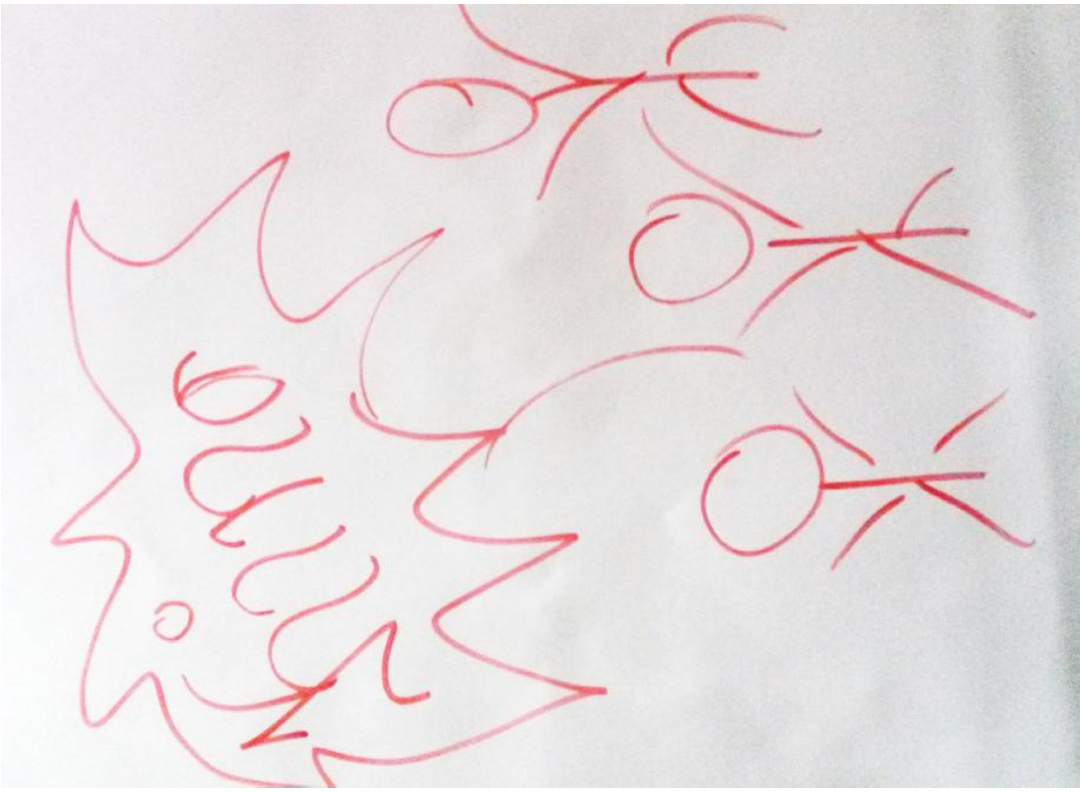
Jonas möchte heute Abend mit seinen Freunden ins Kino. Auch Hanna wird dabei sein. Dafür möchte er nun besonders gut aussehen und geht daher zum Friseur.

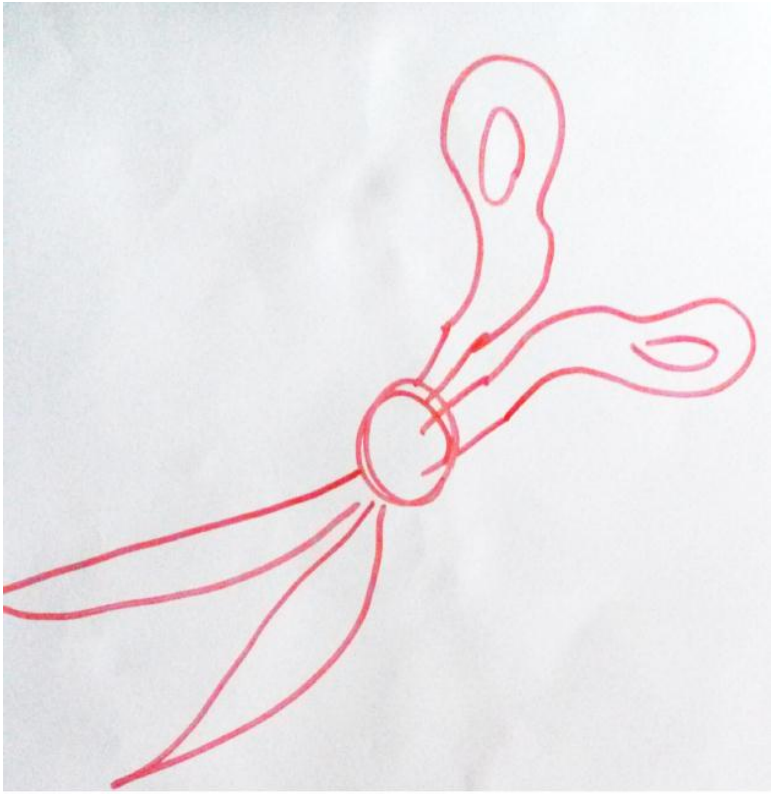
Nach ca. 20 Minuten schaut er sich zufrieden im Spiegel an.

Er geht an den Tresen. Die nette Friseurin druckt ihm eine Rechnung aus und sagt: „Das macht dann bitte 10,50 Euro!“ …

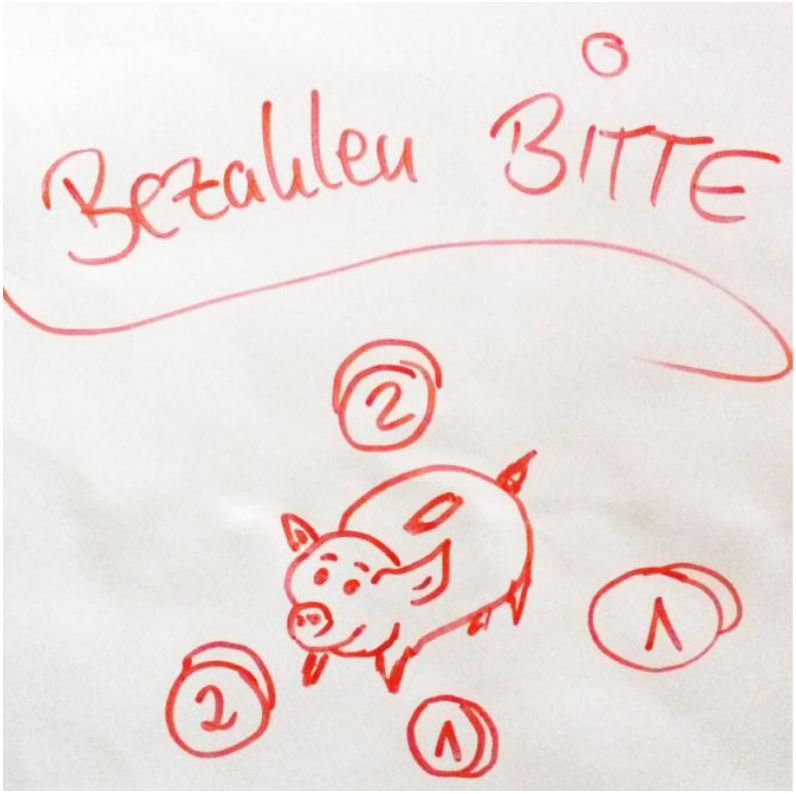
Welche Möglichkeiten hat Jonas nun, um seinen schicken Haarschnitt zu bezahlen?

Anlage 2





20 min



Anlage 3

Tafelbild Zahlungsarten

- Barzahlung
- Kartenzahlung
    - Kreditkarte
    - -Bankkarte/EC-Karte
- Überweisung durch Rechnung
- Überweisung per Lastschrift
- Überweisung per Dauerauftrag
- Online-Banking (Pay Pal oder sofortüberweisung.de)
- Nachnahme
- Vorkasse
- Scheckzahlung

Anlage 4

Hinweise für die Plakatgestaltung

- Stichpunkte
- kurz und knapp
- große Schrift in Druckbuchstaben
- Informationen auf DIN A4 vorschreiben
- Farben sinnvoll und nicht zu häufig einsetzen

Anlage 5

WIRTSCHAFT UND SCHULE

UNTERRICHTSMATERIALIEN | HAUSHALTE & GELD

Informationsblatt: Barzahlung

Die Zahlung mit Bargeld ist heute die häufigste Zahlungsform bei geringen Geldbeträgen. Sie birgt jedoch Risiken und verursacht auch einen ziemlich großen Arbeitsaufwand:

Das Geld muss gezählt, geordnet und gebündelt werden, es kann gefälscht sein, es kann gestohlen werden, es muss verschlossen und sicher aufbewahrt werden, es muss in ausreichendem Vorrat und entsprechender Stückelung vorhanden sein, es muss unter Umständen zur Bank gebracht werden und es bringt in der Kasse keine Zinsen.

Meistens handelt es sich bei der Barzahlung nur um geringe Beträge, für die es viel zu umständlich und zeitraubend wäre, wenn der Verkäufer dem Käufer ein Zahlungsziel (Frist, bis zu der das Geld gezahlt sein muss) einräumen würde. Folglich erhält der Käufer die Waren gegen sofortige Zahlung (Zug-um-Zug-Geschäft). Ist der Käufer nicht in der Lage, einem Verkäufer einen bestimmten Betrag selbst zu übermitteln, kann er dies durch einen Boten besorgen lassen.

Als Beweis für die Zahlung erhält der Käufer meistens eine Quittung. Als Quittung gelten der Kassenzettel, Kassenbon einer Computerkasse oder besondere Quittungsvordrucke. Der Verkäufer ist auf Verlangen des Käufers zur Ausstellung der Quittung verpflichtet.

Arbeitsauftrag:

Gestaltet ein Plakat mit folgenden Inhalten:

- Beschreibung der Zahlungsart
- Vorteile
- Nachteile

WIRTSCHAFT UND SCHULE

UNTERRICHTSMATERIALIEN HAUSHALTE & GELD

Informationsblatt: Kartenzahlung mit ELV / POS

Für die Zahlung mit der ec-Karte gibt es zwei Möglichkeiten: das Electronic-Cash-Verfahren (ec/POS) und das elektronische Lastschriftver- fahren (ELV).

Abwicklung ec-Verfahren:

- ·Der zu zahlende Betrag wird dem Käufer auf dem ec-Terminal angezeigt.
- ·Der Käufer steckt seine Zahlungskarte in das Terminal und gibt seine persönliche Geheimzahl (PIN) ein. Er bestätigt seine Eingaben.
- ·Per Datenfernübertragung wird die PIN-Nummer, die Zahlungsdeckung (befindet sich genügend Geld auf dem Konto) und eine eventuelle Kartensperre beim jeweiligen Bankinstitut überprüft.
- ·Bei positiver Rückmeldung wird der zu zahlende Betrag verbucht und Verkäufer und Käufer erhalten jeweils eine Zahlungsquittung. **Abwicklung ELV-Verfahren:** Beim ELV-Verfahren dagegen kommt es zu keiner direkten Onlinezahlung. Bei diesem Ein- zugsermächtigungsverfahren wird die Bankkarte an der Kasse durch ein Lesegerät gezogen, das die Informationen auf dem Magnetstreifen bzw. dem Chip wie Bankleitzahl, Kontonum- mer und Gültigkeitsdauer auf einen Lastschriftbeleg überträgt. Durch die Unterschrift, die mit der Unterschrift auf der Bankkarte verglichen wird, ermächtigt der Käufer den Verkäufer, den genannten Betrag von seinem Konto per Lastschrift abzubuchen. Eine Bestätigung des Geldinstituts über die Kontodeckung (genügend Geld auf dem Konto) findet nicht statt. Es kann also vorkommen, dass eine Lastschrift nicht eingelöst wird. Viele Unternehmen nutzen diesen Dienst, da er – obwohl keine Überprüfung der Kontodeckung erfolgt – Überprüfungs- gebühren spart und damit günstiger

ist. Arbeitsauftrag: Gestaltet ein Plakat mit folgenden Inhalten:

- Beschreibung der Zahlungsabwicklung mittels POS-Verfahren
- Wie unterscheidet sich das ELV-Verfahren?
- Vorteile der jeweiligen Verfahren

Erfahren Sie mehr über das Lehrerportal unter www.wirtschaftundschule.de/ueber-uns

WIRTSCHAFT UND SCHULE

UNTERRICHTSMATERIALIEN HAUSHALTE & GELD

Informationsblatt: Online-Banking

Unter Online-Banking versteht man die Abwicklung von Bankgeschäften über Datenleitungen mit Hilfe von PCs. Es ist ein Oberbegriff für verschiedene Methoden, um Bankgeschäfte un- abhängig von Bankfilialen oder Banköffnungszeiten von zu Hause erledigen zu können. Un- ternehmen wie Privatpersonen nutzen diese Möglichkeit des Online-Banking.

Online-Banking ist bei fast allen Banken kostenlos. Trotz aller Vorteile und eingebauter Si- cherheitsfunktionen (PINs, TANs usw.) warnen Fachleute immer wieder vor den Miss- brauchsmöglichkeiten.

Vorteile des Online-Banking

Die Vorteile, die Online-Banking mit sich bringt, sind vielfältig. An erster Stelle ist sicherlich der Zeitgewinn zu nennen. Vor allem wenn die nächste Bankfiliale weit entfernt ist, kann die Übermittlung einer Überweisung am heimischen PC sehr praktisch sein. Zudem ist man an keine Schalteröffnungszeiten gebunden und braucht niemals Schlange zu stehen (Online- Banking kann Zeit und Geld sparen). Die virtuelle Bankfiliale im Internet ist 24 Stunden an sieben Tagen der Woche geöffnet. Zahlreiche Banken bieten außerdem deutliche Vorteile bei den Konditionen an, wenn man sich für das Online-Banking entscheidet: Der Personal- aufwand auf Seiten der Bank ist bei einer Abwicklung über den Kunden-PC deutlich geringer und die Bank kann so Kosteneinsparungen realisieren. Es gibt sogar reine Online-Banken, die weniger Gebühren verlangen als Banken mit persönlicher Kundenbetreuung.

Nachteile des Online-Bankings

Unter Umständen kann es aber vorkommen, dass das Passwort und die TANs von Internet- kriminellen herausgefunden und das Konto auf diese Weise via Online-Banking um viel Geld erleichtert wird.

Deshalb müssen beim Online-Banking sowohl das Kennwort wie auch die Transaktions- nummern jeweils sicher, diskret und getrennt voneinander aufbewahrt werden!

Arbeitsauftrag:

Gestaltet ein Plakat mit folgenden Inhalten:

- Beschreibung des Online-Bankings
- Vorteile
- Nachteile

Erfahren Sie mehr über das Lehrerportal unter www.wirtschaftundschule.de/ueber-uns

RTSCHAFT UND SCHULE

UNTERRICHTSMATERIALIEN HAUSHALTE & GELD

Informationsblatt: Überweisung

Die Überweisung (entweder beleghaft oder elektronisch) ist in Deutschland eines der häu- figsten Zahlungsmittel. Eine Überweisung ist die Anweisung eines Kontoinhabers (Käufer) an sein Kreditinstitut, einen bestimmten Betrag von seinem Konto auf das Konto des Zah- lungsempfängers (Verkäufer) zu übertragen.

Bei der Überweisung per Beleg erhält ein Kre- ditinstitut einen ausgefüllten Überweisungsvor- druck mit der Unterschrift des Käufers. Voraussetzung für die Abbuchung ist, dass das Konto des Käufers ein Guthaben aufweist oder, wenn dieses nicht der Fall ist, dem Kontoinhaber die Überziehung des Kontos bis zu einer bestimmten Höhe eingeräumt worden ist. Das Kre- ditinstitut, das mit der Überweisung des Betrages beauftragt wurde, leitet dann den Betrag an die Bank des Zahlungsempfängers weiter, die dann die Gutschrift auf das Konto des Empfängers vornimmt.

Die Banküberweisung besteht in der Regel aus einem zweiteiligen Durchschreibeformular:

- ·Das Original des Überweisungsformulars erhält das Kreditinstitut, bei dem das Konto des Zahlenden geführt wird.
- ·Die erste Durchschrift erhält der Zahlende als Quittung. Der Käufer muss folgende Daten in den Überweisungsvordruck eintragen:
- ·Name des Empfängers
- ·Bankleitzahl und Kontonummer oder IBAN (International Bank Account Number) und BIC (Business Identifier Code) des Empfängers
- ·Geldbetrag
- ·Verwendungszweck
- ·Kontonummer bzw. IBAN des Auftraggebers
- ·Datum und Unterschrift des Auftraggebers

Arbeitsauftrag: Gestaltet ein Plakat mit folgenden Inhalten:

- Beschreibung der Zahlungsart Überweisung
- Inhalte des Überweisungsvordrucks

Reflexion zur Wirtschaftsstunde:

Wie ist unsere Wirtschaftsstunde verlaufen?

In unserer Stunde sollen den Schülerinnen und Schülern die verschiedenen Formen der Zahlungsarten vermittelt werden. Dazu wird zunächst anhand eines Fallbeispiels ein Brainstorming durchgeführt. Dieses wird in einem Tafelbild gesammelt und festgehalten. Anschließend erstellen die SuS in Gruppenarbeit Plakate zu den verschiedenen Zahlungsarten. Diese Plakate werden in der folgenden Unterrichtsstunde vorgestellt und es wird eine Gesamtübersicht zu allen Zahlungsarten erstellt. Im Anschluss soll über die Vor- und Nachteile der verschiedenen Zahlungsarten diskutiert werden. Am Ende der 2. Unterrichtsstunde soll zudem eine Zusammenfassung stattfinden und eventuell auftretende Fragen sollen bzw. können geklärt werden.

Was war das Ziel unserer Unterrichtsstunde? Haben wir dieses erreicht?

Ziel unserer Unterrichtsstunde soll es sein, dass die SuS sich eine Übersicht zu den unterschiedlichen Zahlungsarten erarbeiten.

Zudem sollen sie in der Lage sein, die Vor- und Nachteile unterschiedlicher Zahlungsarten erläutern zu können sowie diese für die jeweilig passende Situation anwenden zu können.

Was ist uns gut gelungen?

In unserer Unterrichtsstunde wurde die kleine Geschichte zur Einführung als passend und gut empfunden, da wir damit eine Grundlage zu einem Schüler- Lehrer-Gespräch gelegt haben. Zudem verlief die Stunde gut strukturiert. Auch unser Zeitplan konnte gut eingehalten werden.

Sehr gut fanden wir es auch, dass die „SuS“ die Plakate so gut erarbeitet haben und sich auch Gedanken über eine angemessene Präsentation /Gestaltung gemacht haben.

Was hätte besser verlaufen/geplant/vorbereitet werden sollen?

Man hätte sich über die Einteilung der Gruppen vorher mehr bzw. besser Gedanken machen müssen, um eventuell entstehende Diskussionen zu vermeiden.

Zudem sollte man auch noch einmal über die Plakatgestaltung als mögliches Unterrichtsmittel nachdenken, da die Erarbeitung doch sehr aufwendig ist und viel Zeit „raubt“.

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Institut für WAT der Universität Potsdam

Seminar: BWL-Begleitseminar

Betreuer: Dr. Benjamin Apelojg

Studierende: Müller, Florian

Schröter, Max

Zech, Paul

Thema der Unterrichtseinheit:

Nachhaltigkeit in Haushalt und Konsum –

Aktuelles ökologisches Verhalten von Individuen und dessen Folgen regional/global

Planung einer 45-minütigen Unterrichtsstunde

Fach: WAT – Bereich Ökonomische Bildung

Empfohlene Klassenstufe: 7/8

Einordnung in den Rahmenlehrplan des Landes Brandenburg

Themenfeld:	2. Haushalt und Konsum
Inhalte:	2. Haushaltsmanagement
Klassenstufe:	7/8
Kompetenzbezug:	Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage finanzielle Konflikte zu erkennen und nach ökonomischen, sozialen und ökologischen Kriterien zu bewerten.
Standard:	W8 Probleme und Folgen ökonomischer Entwicklungen und Maßnahmen identifizieren, Zielkonflikte bestimmen und nach ökonomischen, sozialen und ökologischen Kriterien bewerten, insbesondere die Verteilung von Gütern und Einkommen nach Kriterien der Leistungs-, Bedarfs- und Chancengerechtigkeit, Arbeitslosigkeit, Inflation und Umweltbelastung in Ausmaß, Folgen, Ursachen und möglichen Strategien, Voraussetzung und Auswirkungen nachhaltigen Wirtschaften.

Unser kompetenzorientiertes Stundenziel:

Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage ihr eigenes und fremdes Konsumverhalten zu erläutern und anschließend an Hand von ökologischen Kriterien zu reflektieren.

Unsere Aufgabenstellungen lauten:

Aufgabenstellung
Ermittelt mithilfe der Internetplattform euren persönlichen ökologischen Fußabdruck.
Ordnet euren ökologischen Fußabdruck an der Tafel auf dem Zeitstrahl ein.
Vergleicht mithilfe eures eigenen ökologischen Fußabdrucks die Werte eurer Klassenkameraden und der Länderdurchschnittswerte.
Was bedeutet Nachhaltigkeit für euch und wie können wir unser Verhalten zu Gunsten der Nachhaltigkeit verbessern?

Sachanalyse: Nachhaltigkeit

Nachhaltige Entwicklung heißt, Umweltgesichtspunkte gleichberechtigt mit sozialen und wirtschaftlichen Gesichtspunkten zu berücksichtigen. Zukunftsfähig wirtschaften bedeutet also: Wir müssen unseren Kindern und Enkelkindern ein intaktes ökologisches, soziales und ökonomisches Gefüge hinterlassen. Das eine ist ohne das andere nicht zu haben."

Die Wurzeln der Nachhaltigkeit liegen in der Fortswirtschaft. Im 18. Jahrhundert formuliert Hans Carl von Carlowitz, Oberberghauptmann am kursächsischen Hof in Freiberg, als Erster verschiedene Grundsätze, um dauerhaft ausreichende Mengen an Holz für den Bau von Silberminen zur Verfügung zu haben. Es sollte gewährleistet werden, dass nicht mehr Bäume geschlagen würden, als auch wieder nachwachsen können.

Den Beginn der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit dem Thema "nachhaltige Entwicklung" markiert die Studie zu den "Grenzen des Wachstums". Dieser erste Bericht an den "Club of Rome" mahnt eine neue "Weltkonjunkturpolitik" an. Eine zentrale Annahme des Berichtes ist die Chance der Menschheit "durch ein auf die Zukunft bezogenes gemeinsames Handeln aller Nationen die Lebensqualität zu erhalten und eine Gesellschaft im weltweiten Gleichgewicht zu schaffen, die Bestand für Generationen hat" (Die Grenzen des Wachstums, 1972).

Der Begriff wurde des Weiteren im Zusammenhang mit dem "Brundtland-Report" geprägt. Dieser sprach von einem „dauerhaften Gleichgewichtszustand“, der „den Bedürfnissen der heutigen Generation" entsprechen soll, "ohne die Möglichkeiten künftiger Generationen zu gefährden“.

Mittlerweile gibt es verschiedene weitere Definitionen und Modelle.

Politische "Meilensteine" der Nachhaltigkeit

Sowohl auf nationaler und europäischer Ebene, als auch auf internationaler Ebene beeinflussen politische Entscheidungen den Prozess einer nachhaltigen Entwicklung. Von Bedeutung sind dabei die Rio-Konferenz aus dem Jahr 1992 mit ihrer Deklaration und die Agenda 21, durch die ein globales Entwicklungsleitbild entstand. Weitere Eckpunkte sind verschiedene Folgekonferenzen, wie zuletzt 2012 wieder in Rio de Janeiro.

Die Europäische Union verabschiedete 2001 eine langfristige Strategie zur Nachhaltigen Entwicklung. Diese enthält eine Reihe konkreter Ziele und Vorschläge zur Verbesserung der europäischen Politik. Mit nationalen Nachhaltigkeitsstrategien werden diese Ziele auch innerhalb der europäischen Länder umgesetzt, in Deutschland z.B. durch die |Nationale Nachhaltigkeitsstrategie. Im Jahr 2010 wurde die Strategie Europa 2020 verabschiedet, die als Wachstumsstrategie zu einem intelligenten, nachhaltigen und integrativen Wachstum führen soll. Weiterhin wurden für die Anstrengungen zur Anpassung und Minderung des Klimawandels die Klimaroadmap 2050, sowie die Energieroadmap 2050 verabschiedet.

Nachhaltiges Wirtschaften

Auch die Wirtschaft hat das Thema für sich entdeckt. Um Nachhaltigkeit in der Wirtschaft und unternehmerischen Verantwortung ranken sich immer mehr Begriffe, die teils nur noch schwer voneinander abzugrenzen sind. Viele Unternehmen haben darauf reagiert und legen

mittlerweile Berichte vor. Um das Ziel des nachhaltigen Handelns auch in der Wirtschaft zu verfolgen, wurden verschiedene Konzepte entwickelt. Dazu zählt unter anderem die Cradle-to-Cradle-Vision, ein integratives Nachhaltigkeitsmodell und die Triple-Bottom-Line bzw. Triple-Top-Line.

Lebensstil

Besonders in der westlichen Gesellschaft spielt der tägliche Konsum im alltäglichen Leben eine große Rolle. Denn jeder Einzelne von uns ist aufgefordert, bei der nachhaltigen Gestaltung unserer Gesellschaft selbst aktiv zu werden. Wichtig sind dabei u.a. der eigene Konsum, z.B. im Bereich Mode, Tourismus und Lebensmitteln, sowie das eigene Verhalten (Ökologische Fußabdruck). Unser Lexikon gibt Anregungen und Tipps, was man als Verbraucher konkret tun kann.

Soziales

Es gibt zahlreiche zivilgesellschaftliche Initiativen, die mehr Nachhaltigkeit erreichen wollen. Kirchen, Nicht-Regierungs-Organisationen, Netzwerke, Stiftungen, Gewerkschaften, Kinder- und Jugendorganisationen oder Forschungsinstitute gestalten diesen Prozess aktiv mit.

Ökologischer Fußabdruck

Um herauszufinden, inwieweit der eigene aktuelle Lebensstandard oder zum Beispiel das Wirtschaften eines Unternehmens bereits ökologisch und sozial verträglich gestaltet ist, wurde 1994 das Konzept des "Ökologischen Fußabdrucks" von William E. Rees und Mathis Wackernagel entwickelt. Der ökologische Fußabdruck ist ein Bild das für unseren Ressourcenverbrauch steht. Er bezieht sich auf die Leistungsfähigkeit des Systems Erde und sagt aus, wie viel Biokapazität gemessen in Hektar bereitgestellt werden muss, um die Ressourcen für eine Nation, eine Region, eine Stadt, einen Haushalt, ein Unternehmen oder eine Person bereitzustellen und ihre Abfälle aufzunehmen. Damit fungiert der ökologische Fußabdruck als ein Indikator der Nachhaltigkeit, oder Nicht-Nachhaltigkeit im Falle ökologischer Defizite. Damit eine nachhaltige Entwicklung vorangetrieben wird, ist es wichtig, dass auch jedes einzelne Unternehmen bzw. jede einzelne Kommune, Stadt den Lebensstandard ökologisch und sozial verträglich gestaltet.

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Verlaufsplan Unterrichtsstunde zur Nachhaltigkeit (11:00 – 11:45)

Zeit	Unterrichts-phase	Ziel	Sozialform / Methode	Aufgaben-stellung	Lehrer- Aktivität	Schüler-Aktivität	Material/ Sonstiges
11:00	Einstieg	*Die SuS erhalten einen Einblick in das neue Thema und sind aktiv an der Erarbeitung ihres Lernstoffes beteiligt.*	Frontal-unterricht		L. begrüßt SuS L. gibt Einstieg in neue Thematik		PC /PC-Raum, Tafel
11:10	Erarbeitung		Einzelarbeit	Erstellen Sie mit Hilfe der Internetplattform ihren individuellen ökologischen Fußabdruck. Anschließend tragen Sie ihr Ergebnis in der Skala auf der Tafel ein.	L. steht helfend zur Seite L. verschafft sich einen Überblick über Antworten	S. erarbeiten sich ihren individuellen ökologischen Fußabdruck	PC-Raum, mobile Endgeräte, Tafel
11:25	Sicherung		Gelenktes Unterrichts-gespräch	Unterhaltet euch über eure Ergebnisse und vergleicht diese mit den dargestellten Durchschnittswerten. Nennt die Ursachen und Folgen des aktuellen ökologischen Handelns und gibt Veränderungsvorschläge an.	L. schreibt Werte von Ländern an L. stellt Fragen zu umweltbewussten Entscheiden und nachhaltigen Konsum	SuS diskutieren mit einander was für sie Nachhaltigkeit bedeutet, wie sie sich Nachhaltigkeit vorstellen. SuS zeigen Probleme und evtl. Lösungen zur Nachhaltigkeit auf.	Tafel

Abkürzungen:

- SuS – Schülerinnen und Schüler, S - Schülerin oder Schüler, L – Lehrkraft

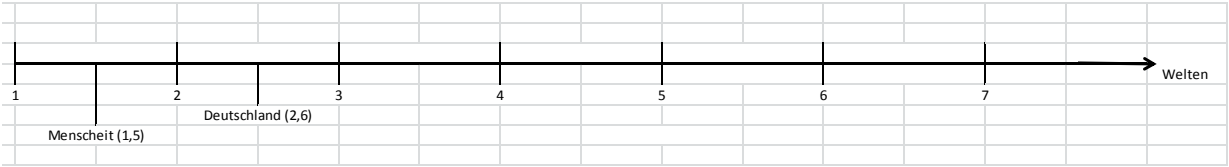
Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Anlagen

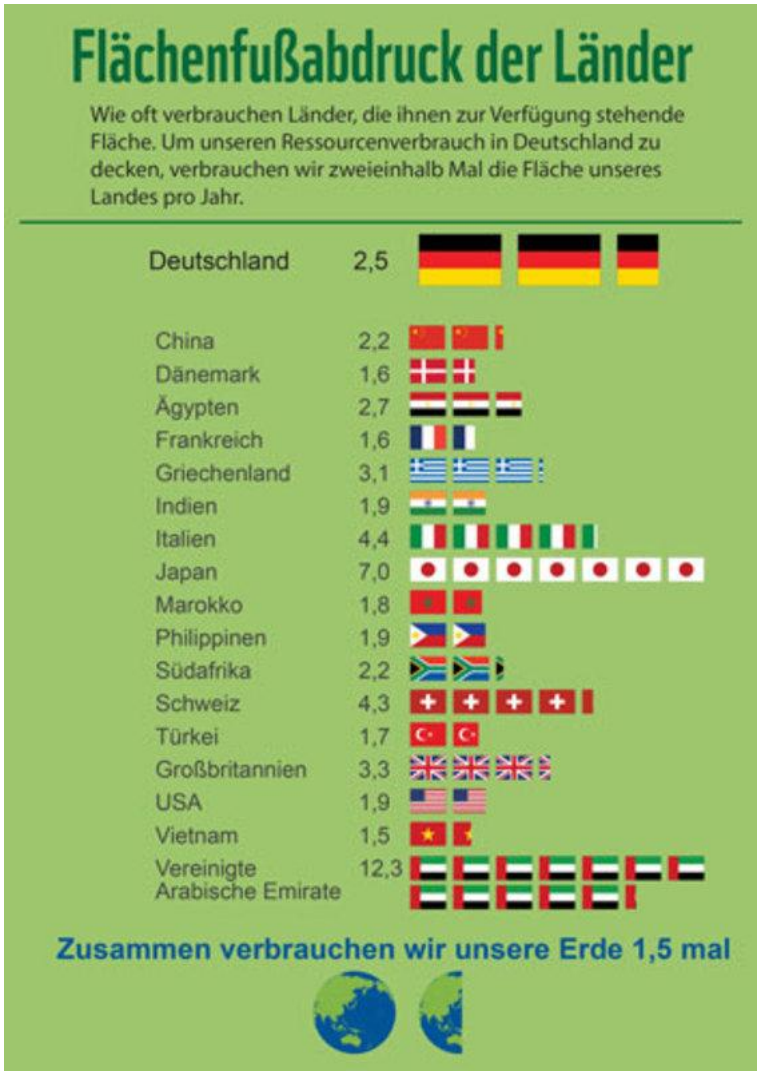
Übersicht:

- Anlage 1: Skala Ökologischer Fußabdruck
- Anlage 2: Flächenfußabdruck der Länder
- Anlage 3: Anregungen für das Unterrichtsgespräch

Anlage 1



Anlage 2



Quelle: http://www.wwf.de/fileadmin/user_upload/Bilder/350-Overshootday-2014.jpg

Anlage 3

Anregungen für Unterrichtsgespräch (über Tafelbild & Ergebnisse)

1. Warum ist dein Wert so hoch? / Warum ist dein Wert so niedrig? (Ursachen nennen)
2. Wie kann man seinen eigenen Wert senken? (Lösungsvorschläge)
3. Schätz welchen Wert Deutschland/ gesamte Menschheit besitzt?
4. Warum haben die Länder so hohe Werte? (wie kommen diese zustande?)
5. Welche Folgen ergeben sich aus diesen Verbrauchswerten für dich und uns?
6. Schlussfrage: Bei welchem Wert würdet ihr ein nachhaltiges/ressourcenschonendes Verhalten einsortieren?

Reflexion zur Wirtschaftsstunde:

Positiv

- Internetnutzung gut geeignet
- gute Reaktion auf Störversuche
- Auswertung des Stimmungsbildes
  → gut angegangen: höchsten/niedrigsten Wert der SuS angesprochen
- angenehmes Auftreten der Lehrkraft

Negativ

- Internetzugang über PC nutzen
- Auswertung der Berechnung kritisch betrachten
- Funktion der Technik zuvor testen
- Nachhaltigkeitsbegriff genauer betrachten
- Einstieg positiver formulieren

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Institut für WAT der Universität Potsdam

Seminar: BWL-Begleitseminar

Betreuer: Dr. Benjamin Apelojg

Studierende: Lübke, Christian

Thomas, Sascha

Thema der Unterrichtseinheit:

Arbeitsteilung

Planung einer 45-minütigen Unterrichtsstunde

Fach: WAT – Bereich Ökonomische Bildung

Empfohlene Klassenstufe: 7/8

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Einordnung in den Rahmenlehrplan des Landes Brandenburg

Themenfeld:	3. Produktion und Unternehmen
Inhalte:	1. Arbeit und Betrieb
Klassenstufe:	7/8
Kompetenzbezug:	Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage Technisierungsstufen an Beispielen unterschiedlicher Epochen darzustellen und Formen betrieblicher Arbeitsteilung als Zusammenwirken von Arbeitsorganisation und Technisierung an Beispielen zu beschreiben und zu analysieren.
Standard:	T8 Historische und gegenwärtige Entwicklungslinien technischer Systeme (Wirkprinzipien, Vernetzung, Automatisierung, Organisationsformen) analysieren und bewerten. W4 Ökonomische Akteure in ihren Funktionen, Zielen und Interessen erläutern, ökonomische Prozesse identifizieren sowie die Wechselwirkungen und Auswirkungen von Änderungen beispielhaft analysieren, insbesondere Arbeitsteilung und Handel in ihren Auswirkungen auf Produktivität, Effizienz, Wohlstand und Erwerbstätigkeit.

Unser kompetenzorientiertes Stundenziel:

Die Schülerinnen und Schüler besitzen die Möglichkeit Arbeitsprozesse bestimmter Berufe in Teilaufgaben zu unterteilen und diese kritisch zu hinterfragen.

Unsere Aufgabenstellungen lauten:

Aufgabenstellung
Welche Arbeitsaufgaben erfüllen Personen bei der Deutschen Post?
Erarbeitet ein Plakat zum jeweiligen Thema, auf denen ihr notiert/darstellt welche unterschiedlichen Aufgaben beim jeweiligen Thema verteilt werden müssen.
Präsentiert eure Arbeitsergebnisse der Klasse.

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Verlaufsplan Unterrichtsstunde zur Arbeitsteilung (10:15– 11:00)

Zeit	**Unterrichts-phase**	**Ziel**	**Sozialform/ Methode**	**Lehrer-Schüler-Aktivität**	Material
10:15	Begrüßung		Frontal-unterricht	Lehrer begrüßt die Schüler zum Unterricht Lehrer erklärt das heutige Ziel und klärt fragen	Tafel
10:20	Einstieg	*Einführung in die Thematik*	Brain-storming	Lehrer erklärt anhand vom Beispiel der Post erste Arbeitsteilungsprozesse → Zusammentragung mit Schülern	Tafel
10:25	Erarbeitung I	*SuS lernen selbstständig Arbeitsteilungsprozesse zu erkennen und zu unterscheiden*	Gruppen-arbeit	Lehrer teilt Schüler in Gruppen ein SuS erarbeiten auf Plakat zum gegeben Thema mögliche Arbeitsteilungen	Plakate, Stifte, Scheren
10:40	Erarbeitung II	*SuS erlangen unterschiedliche Ansichten von Arbeitsteilung*	Schüler-vortrag	Ein Schüler jeder Gruppe stellt eigenes Plakat vor SuS vergleichen die Ideen der Gruppen	Tafel, Plakate
10:55	Abschluss und Verabschiedung	*SuS erarbeiten Zusammenfassung der Stunde*	Frontal-unterricht	L greift das Ziel des Anfangs noch einmal auf	Tafel

Abkürzungen:

- SuS – Schülerinnen und Schüler, S - Schülerin oder Schüler, L – Lehrkraft

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Reflexion zur Wirtschaftsstunde:

Positives Feedback

- gutes Auftreten
- spaßige Aufgabe
- interessantes Thema
- Schüler zum eigenen Denken angeregt
- gute Balance aus Spaß und Ernst

Negatives Feedback

- Ziel unklar
- Aufgabe nicht deutlich genug erklärt

Eigene Einschätzung der Unterrichtsstunde

Der Einstieg in den Unterricht ist gut gelungen und die Schüler ließen sich für das Thema begeistern. Die Gespräche haben Spaß gemacht und die Schüler haben viele Ideen gehabt. Zu Beginn der Gruppenarbeit wurde deutlich, dass ich die Aufgabe nicht klar genug erklärt habe. Der Rest der Gruppenarbeit lief, aus meiner Sicht, problemlos ab. Beim Vorstellen der Plakate wurde mir klar, wie kompliziert es ist, mit den Schülern über das Thema zu diskutieren und trotzdem das Zeitlimit einzuhalten. Allgemein würde ich die Stunde als gelungen bezeichnen.

Was hätte besser verlaufen/geplant/vorbereitet werden sollen?

- Aufgaben besser erklären und aufschreiben
- mehr Zeit für Diskussionen einplanen

Sonstiges:

Im Allgemeinen empfand ich die Stunde als sehr lehrreich. Es fällt schwer sich vorzustellen wie viel Unterrichtsstoff man einer Klasse zumuten kann und wie ein, für SuS langweiliges Thema, interessant gestaltet werden sollte, um die SuS zu motivieren und an der Mitarbeit Freude zu empfinden.

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Institut für WAT der Universität Potsdam

Seminar: BWL-Begleitseminar

Betreuer: Dr. Benjamin Apelojg

Studierende: Hußner, Isabell

Nestler , Janin

Zimmermann, Sergio

Thema der Unterrichtseinheit:

Die Analyse von Werbung

Planung einer 50-minütigen Unterrichtsstunde

Fach: WAT – Bereich Ökonomische Bildung

Empfohlene Klassenstufe: 7/8

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Einordnung in den Rahmenlehrplan des Landes Brandenburg

Themenfeld:	Wahlpflichtunterricht Lernmodul Produktion/Unternehmen
Inhalte:	Produktgestaltung und Vermarktung
Klassenstufe:	7/8
Kompetenzbezug:	Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage Werbung auf ihre Inhalte und Ziele zu analysieren und diese zu beschreiben.
Standard:	T4 Methoden technischer Kommunikation unter Beachtung gültiger Normen und Verwendung von multimedialen Mitteln anwenden: technische Dokumentationen interpretieren, technische Sachverhalte adressatengerecht darstellen. W9 Konflikte zwischen Individuen, Gesellschaft und Staat (insbesondere über Wirtschaftlichkeit, Freiheit, Sicherheit und Gerechtigkeit) beschreiben, konsensfähige Regeln (insbesondere für Fairness, Verlässlichkeit und Verbindlichkeit) bewerten und Lösungen für moralische Dilemmata finden.

Unser kompetenzorientiertes Stundenziel:

Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage mehrere Werbespots mit Hilfe eines Arbeitsblattes zu analysieren und zu beurteinen.

Unsere Aufgabenstellungen lauten:

Aufgabenstellung
Erklärt, was man unter dem Begriff Werbung versteht. (Wiederholung aus der letzten Unterrichtsstunde)
Schaut die Werbevideos an und macht euch Notizen.
Analysiert die Werbevideos.
Vergleicht eure Ergebnisse mit denen eurer Mitschüler.

Sachanalyse: **Werbung**

Werbung, ihre Wirkung und ihre Bewertungskriterien

„Werbung ist das Prinzip der Massenproduktion übertragen auf das Verkaufen."

John T. Dorrance

Die Werbeindustrie lässt sich immer wieder neue Werbestrategien einfallen, um den Kunden oder die Kundin von einem Produkt oder einer Dienstleistung zu überzeugen.

Um in das Interesse der Konsumenten zu gelangen, müssen die Werbeunternehmen die Aufmerksamkeit der Menschen wecken (Schröder, 2006). Die Werbung allgemein wird eingeteilt in Propaganda, Wirtschaftswerbung und sonstige Werbung (Appel & Rühling, 1986). Außerdem wird Werbung unter den Einsatz von Werbemitteln verbreitet. Insofern können diese akustisch, optisch oder gemischt auftreten (Appel & Rühling, 1986).

Im Schulunterricht kann die Thematik Werbung anhand von dem AIDA Prinzip analysiert werden. Jeder Buchstabe hat dabei eine Bedeutung- so steht für den Buchstabe A das englische Attention, sprich Aufmerksamkeit. Dabei wird aus einer Werbung, also einem Plakat oder auch aus einem Werbespot der Hingucker herauskristallisiert. Dies kann z.B. eine grelle Farbe oder ein Fangfoto sein. Der nächste Buchstabe I steht für Internets, also dem Interesse, womit die Werbung bewirken soll, dass der Betrachter an dem Bild oder sonstiges verweilt und sich damit beschäftigt. Der vorletzte Buchstabe D zielt auf das Verlangen, englisch Desire. Somit soll das Bedürfnis des Menschen der Erlangung eines Produkts verstärkt werden – ihm werde Gründe vorgelegt dieses Produkt erwerben zu müssen. Rational wird dabei meist auf den Preis großen Wert gelegt und emotional auf Gefühle, Werte oder Normen. Und mit dem letzten Buchstaben des AIDA Prinzips wird auf die Action, sprich die Handlung abgezielt. Hierbei es sich um den Zweck der Werbung. Die Unternehmen, die mit ihrem Produkt werben, wollen schlussendlich den Kauf dessen durch den Kunden erreichen.

Anhand dieses Prinzips soll dem Schüler/der Schülerin die Bewertung eine Werbung gelingen.

Quellen:

- Appel, Jo & Rühling, Helga (1986): Prüfungsaufsstz für Bürokaufleute. 2. Aufl. Gabler Verlag: Wiesbaden. S. 26-27.
- Schröder, Herrmann-Dieter (2006): Medien von A bis Z. VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden. S. 386.
- www.teleunterricht.de (Zugriff: 01.03.2016, 21.40 Uhr)

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Verlaufsplan Unterrichtsstunde zu der Analyse von Werbung (08:00 – 08:45)

Zeit	**Unterrichts-phase**	**Ziel**	**Sozialform/ Methode**	**Lehrer-Schüler-Aktivität**	Material
8:00	Einstieg und Wiederholung	Rückbezug zur letzten Unterrichtstunde, um das Thema Werbung wieder in das Gedächtnis der SuS rufen	Unterrichts-gespräch	L: Was ist Werbung? SuS antworten. L: Beschreibt die unterschiedlichen Verpackungen der Käsekuchen. SuS beschreiben die Verpackungen L: Für welchen Käsekuchen würdet ihr euch beim Kauf entscheiden? Begründet eure Wahl. Einige SuS wählen einen Kuchen und begründen ihre Entscheidung. Zur Motivation – L:Wenn wir alles geschafft haben, können wir später auch den Geschmack vergleichen. L erklärt den allgemeinen Aufbau von Werbung anhand der AIDA-Formel	2 unter-schiedliche Käsekuchen (ein günstiger, ein etwas teurerer)
8:08	Vorbereitung		Unterrichts-gespräch	Freiwilliger S teilt AB aus Lehrer erklärt Aufgabenstellung	Arbeitsblatt
8:11	Erarbeitungs-phase 1	Die SuS erkennen Marketing-Tricks und können Werbung kritisch bewerten	Frontal-unterricht	L: Jetzt schauen wir uns einige Werbevideos an. Eure Aufgabe ist es, zu analysieren, mit welchen Mitteln diese Videos die einzelnen Teile der AIDA-Formel erfüllen. Macht euch dazu Notizen. SuS schauen die Werbevideos an, die L anmacht und machen sich Notizen dazu, was ihnen auffällt.	Werbevideos
8:19	Erarbeitungs-phase 2	SuS vertiefen ihre Analyse und tauschen sich mit dem Partner kritisch über ihre Ergebnisse aus.	Einzel- bzw. Partnerarbeit	SuS diskutieren mit einem Partner über ihre Ergebnisse, überarbeiten/ergänzen ggf. einzelne Punkte auf dem ABB. → Vertiefung der Werbeanalyse (AIDA)	Arbeitsblatt

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

8:29	Sicherungs-phase	Alle SuS haben vollständige Aufzeichnungen zur Werbeanalyse	Gelenktes Unterrichts-gespräch	L moderiert das Unterrichtsgespräch, in dem die Ergebnisse vergleichen werden und noch einmal nachvollzogen werden.	Arbeitsblatt
8:39	Spaßphase	Kuchen essen	Plenum	Belohnung	Kuchen

Abkürzungen:

- SuS – Schülerinnen und Schüler, S - Schülerin oder Schüler, L – Lehrkraft

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Anlagen

Übersicht:

- Anlage 1: Arbeitsblatt Werbung analysieren (AIDA)
- Links zu den Werbevideos
  - https://www.youtube.com/watch?v=uaWA2GbcnJU
  - https://www.youtube.com/watch?v=_Ut1Ak7zOeE

Anlage 1

Werbung analysieren

1. Sieh dir die folgenden Werbevideos an.
2. An wen richtet sich die Werbebotschaft?

   a) _____ b) _____ c) _____

3. Analysiere sie nach dem AIDA-Prinzip.

A - Attention

Wodurch macht die Werbung auf sich aufmerksam?

_____

_____

_____

I - Interest

Wodurch wird weiteres Interesse geweckt?

_____

_____

_____

D - Desire

Wodurch soll der Wunsch nach dem Produkt geweckt werden?

_____

_____

_____

A - Action

Wodurch soll zum Handeln angeregt werden?

_____

_____

_____

Reflexion zur Wirtschaftsstunde:

Wie ist unsere Wirtschaftsstunde verlaufen?

Der Verlauf der Stunde vollzog sich teilweise so wie es im Stundenverlaufsplan festgehalten und geplant wurde. Zu Beginn verlief die Diskussion über die Blogthemen recht fließend. Im Anschluss wurde an die letzte Unterrichtsstunde mit dessen Thema erinnert und die AIDA Darstellung noch einmal zusammengetragen, was für die einzelnen Buchstaben steht. Daraufhin stellte die Lehrperson die Frage, wodurch sich die beiden Aufmachungen der mitgebrachten Kuchen unterscheiden würden. Die Schülerinnen und Schüler trugen ihre Meinungen zusammen. Im Folgenden wurden nacheinander drei Videos vorgestellt und die Schülerinnen und Schüler sollten dazu die Aufgaben auf dem Arbeitsblatt allein oder in Partnerarbeit bearbeiten. Nach jedem Werbespot wurde dieser diskutiert und ausgewertet. Die Ergebnisse wurden an der Tafel gesichert indem die Schüler und Schülerinnen die von dem Lehrer gestellte Frage, wie Werbespots sein sollten, beantworteten und zusammentrugen. Um ein möglichst umfangreiches Ergebnis zu erzielen, hinterfragte die Lehrperson einzelne Antworten und brachte provokative Einwürfe mit ein. Zuletzt durften die Schülerinnen und Schüler den Kuchen essen und die Unterrichtsstunde wurde beendet.

Was war das Ziel unserer Unterrichtsstunde? Haben wir dieses erreicht?

Das Ziel der Unterrichtsstunde sollte sein, dass die Schülerinnen und Schüler einen Bezug zur Werbung herstellen und anhand von Werbevideos eine Analyse (nach AIDA) durchführen können. Außerdem sollen die Schülerinnen und Schüler eine Bewertung und ein kritisches Hinterfragen von Werbungen vornehmen können. Die Schülerinnen und Schüler sollten nachvollziehen und erkennen, dass Werbung subjektiv ist.

Was ist uns gut gelungen?

Die Auseinandersetzung mit dem Thema Werbung ist gut gelungen, da die Schülerinnen und Schüler darüber kritisch und intensiv diskutiert haben. Dadurch, dass die Schülerinnen und Schüler aufmerksam waren, konnte der Zeitplan gut eingehalten werden und es kam zu keinen größeren Unterrichtsstörungen. Die im Vorhinein festgesetzten Ziele wurden weitestgehend erreicht.

Was hätte besser verlaufen/geplant/vorbereitet werden sollen?

Das Arbeitsblatt hätte ein größeres Format haben können, damit es übersichtlicher wird. Des Weiteren könnte zukünftig besser auf die Antworten der Schülerinnen und Schüler eingegangen werden. Die Motivation in der „Klasse“ war eher schlecht, durch eine echte Klasse wäre das ganze Thema viel besser angekommen. Auch wäre das Wiederholen des Wissens besser verlaufen.

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Institut für WAT der Universität Potsdam

Seminar: BWL-Begleitseminar

Betreuer: Dr. Benjamin Apelojg

Studierende: Artan, Ayseta

Neugebauer, Juliane

Pussehl, Roman

Thema der Unterrichtseinheit:

Was kostet die Integration?

Planung einer 45- bis 90- minütigen Unterrichtsstunde

Fach: WAT – Bereich Ökonomische Bildung

Empfohlene Klassenstufe: 9/10

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Einordnung in den Rahmenlehrplan des Landes Brandenburg

Themenfeld:	Arbeit, Ausbildung, Beruf
Inhalte:	Individuelle und gesellschaftliche Gestaltungsstrategien
Klassenstufe:	9/10
Kompetenzbezug:	Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage an Beispielen Probleme und Folgen ökonomischer Entwicklungen zu identifizieren, Zielkonflikte zu bestimmen und nach ökonomischen und sozialen Kriterien zu bewerten.
Standard:	W8 Probleme und Folgen ökonomischer Entwicklungen und Maßnahmen identifizieren, Zielkonflikte bestimmen und nach ökonomischen, sozialen und ökologischen Kriterien bewerten, insbesondere Arbeitslosigkeit, Inflation und Umweltbelastung in Ausmaß, Folgen, Ursachen und mögliche Strategien.

Unser kompetenzorientiertes Stundenziel:

Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage sich ein Urteil in Bezug auf die Flüchtlingspolitik zu bilden und sich kritisch mit der ökonomischen Flüchtlichspolitik auseinanderzusetzen.

Unsere Aufgabenstellungen lauten:

Aufgabenstellung
Worin liegen nach eurer Meinung z.Z. die größten Probleme bezüglich der Bildung/ Wohnen/ Arbeitsmarkt von Flüchtlingen?
Was denkt ihr muss getan werden, um diese Problem zu lösen?
Anschließende Auswertung der einzelnen Gruppen.
Ergänzung mit Hilfe der PPP.

Sachanalyse: Integration von Flüchtlingen

Def. Integration: Integration ist ein langfristiger Prozess. Sein Ziel ist es, alle Menschen, die dauerhaft und rechtmäßig in Deutschland leben in die Gesellschaft einzubeziehen. Zuwanderern soll eine umfassende und gleichberechtigte Teilhabe in allen gesellschaftlichen Bereichen ermöglicht werden. Sie stehen dafür in der Pflicht, Deutsch zu lernen sowie die Verfassung und die Gesetze zu kennen, zu respektieren und zu befolgen.

Hauptziel der Integration bedeutet nicht, dass wir all gleich werden. Ziel sei es vielmehr, gleiche Chancen auf Bildung, Entwicklung und Wohlstand für alle in Deutschland lebenden Menschen zu schaffen.

Inhalte einer Integration müssen folgende Punkte enthalten:

- Vermittlung der deutschen Sprache
- Allgemeinwissen über Deutschland vermitteln (Recht, Pflicht, Norm, Kultur, Werte etc.)
- Kindergartenbetreuung (Vorschule) für Kleinkinder
- Schulische und berufliche Ausbildung
- Arbeitsplatzvermittlung (Arbeit & Beruf)
- Aus/- und Weiterbildung
- Wohnen
- Freizeit und soziale Kontakte

Der Blick auf die demographische Entwicklung zeigt, dass Deutschland die Zuwanderung ausländischer Fachkräfte dringend braucht. Deshalb ist es besonders wichtig, sich als attraktiver und weltoffener Standort zu positionieren. Zuwanderer müssen hier möglichst rasch und einfach Fuß fassen können, und deutschen Betrieben muss es leicht gemacht werden, Kandidaten aus dem Ausland einzustellen. Ebenso brauchen wir an vielen Stellen Verbesserungen der rechtlichen Rahmenbedingungen – bei Azubis, beruflich Qualifizierten und Hochqualifizierten. Das gesamte Zuwanderungsverfahren von der Visa und Asyl Beantragung bis zur Arbeitsaufnahme müsse verkürzt und transparenter gestaltet werden zudem sei es wichtig, hierzulande eine "Bleibekultur" aufzubauen. Zuwanderung und Integration sind Herausforderungen für Gesellschaft, Politik und Wirtschaft. Aber vor dem Hintergrund der demographischen Entwicklung und schon heute existierender Fachkräfteengpässe bieten sie auch große Chancen, die wir nutzen müssen.

Für die Unterrichtsstunde beschränken wir uns auf die drei Integrationsschwerpunkte

— Bildung, Wohnen/ Unterkunft und Beruf —.

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Verlaufsplan Unterrichtsstunde „Was kostet die Ingetration? (10:30 – 11:15)

Zeit	**Unterrichts-phase**	**Ziel**	**Sozialform/ Methode**	**Lehrer-Schüler-Aktivität**	Material
10:30	Einstieg	*SuS erkennen den demographischen Wandel mit seinen Nachteilen*	Lehrer-vortrag	Folie: demographische Strukturanalyse und ihre Auswirkungen. Gedankenaustausch zwischen SuS und L.	PPP über Beamer
10:40	Erarbeitung	*SuS Selbstreflexion Der ökonomischen Flüchtlings-problematik (Wohnen, Arbeit, Bildung)*	Gruppen-arbeit	Bildung von 3 Gruppen (mit ca. 5-7 Personen) erarbeiten gemeinschaftlich ein Kernproblem. Wohnen - Arbeit - Bildung.	ABB‘s
10:50	Erarbeitung	*SuS präsentieren ihre Gruppenarbeit*	Schüler-vortrag	SuS präsentieren ihre Ergebnisse und nehmen Stellungnahme bzgl. ihres Kernproblems.	
11:00	Erarbeitung	*Faktische Zusatzinformation*	Lehrer-vortrag	Lehrkraft korrigiert und ergänzt die Gruppenarbeit mit Fakten und Zahlen der Wirtschaftspolitik.	PPP über Beamer
11:10	Abschluss	*Das „Problem'' als Ganzes verstehen und seinen Nutzen erkennen*	Unterrichts-gespräch	Fazit mit persönliche Meinung zur Lösung des „ Problems'' aus Sicht der SuS.	PPP über Beamer

Abkürzungen:

- SuS – Schülerinnen und Schüler, S - Schülerin oder Schüler, L – Lehrkraft

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Anlagen

Übersicht:

- Anlage 1: Gruppe 1 - Arbeitsmarkt
- Anlage 2: Gruppe 2 – Wohnung und Unterkunft
- Anlage 3; Gruppe 3 - Bildung

Anlage 1

Flüchtlinge als Chance für Deutschlands Wirtschaftswachstum
Gruppe: Arbeitsmarkt

Liebe Schüler und Schülerinnen,

Aufgabe:

- Setzt euch auseinander mit den möglichen Chancen und Problemen der Arbeitsmarktsituation für Flüchtlinge in der BRD.

Welche Chancen und Probleme seht ihr bzgl. der Integration von Flüchtlingen in dem deutschen Arbeitsmarkt?

Ziel:

- Erstellt gemeinsam ein Plakat.

Herangehensweise: Eure Gruppe —Arbeitsmarkt— wird nun nochmals

unterteilt.

1. Schüler und Schülerinnen mit einem @ Symbol auf ihrem Los, rufen bitte mit ihrem Handy folgenden Link auf:
   http://doku.iab.de/aktuell/2015/aktueller_bericht_1517.pdf
   und suchen relevante und interessante Fakten heraus und schreibt diese auf das Plakat.
2. Die andere Hälfte (Los ohne @ Symbol) tauscht sich aus über Chancen und Probleme des Arbeitsmarktes in der BRD. Was fällt euch spontan dazu ein (Chancen, Probleme, Kosten etc.)?

Notiert eure Gedanken, Meinungen und Fakten im Anschluss auf dem Plakat.

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Anlage 2

Flüchtlinge als Chance für Deutschlands Wirtschaftswachstum
Gruppe: Wohnung / Unterkunft

Liebe Schüler und Schülerinnen,

Aufgabe:

- Setzt euch auseinander mit den möglichen Chancen und Problemen der Wohnungs-/ Unterkunftssituation für Flüchtlinge in der BRD.

Welche Chancen und Probleme seht ihr bzgl. der Integration von Flüchtlingen in dem deutschen Wohnungsmarkt?

Ziel:

- Erstellt gemeinsam ein Plakat.

Herangehensweise: Eure Gruppe —Wohnung/ Unterkunft— wird nun nochmals unterteilt.

1. Schüler und Schülerinnen mit einem @ Symbol auf ihrem Los, rufen bitte mit ihrem Handy folgenden Link auf:
   http://www.impulse-fuer-den-wohnungsbau.de/w/files/meldungen/pmdeutschland-braucht-400000-neue-wohnungen-pro-jahr-21092015.pdf
   und suchen relevante und interessante Fakten heraus und schreibt diese auf das Plakat.
2. Die andere Hälfte (Los ohne @ Symbol) tauscht sich aus über Chancen und Probleme der Wohnungen/Unterkünfte in der BRD. Was fällt euch spontan dazu ein (Chancen, Probleme, Kosten etc.)?

Notiert eure Gedanken, Meinungen und Fakten im Anschluss auf das Plakat.

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Anlage 3

Flüchtlinge als Chance für Deutschlands Wirtschaftswachstum
Gruppe: Bildung

Liebe Schüler und Schülerinnen,

Aufgabe:

- Setzt euch auseinander mit den möglichen Chancen und Problemen der Bildung von Flüchtlingen in der BRD.

Welche Chancen und Probleme seht ihr bzgl. der Integration von Flüchtlingen in das deutsche Bildungssystem?

Ziel:

- Erstellt gemeinsam ein Plakat.

Herangehensweise: Eure Gruppe —Bildung— wird nun nochmals unterteilt.

1. Schüler und Schülerinnen mit einem @ Symbol auf ihrem Los, rufen bitte mit ihrem Handy folgenden Link auf:
   http://www1.wdr.de/themen/politik/investigativ/monitorfluechtlinge-integration-kosten-100.html
   … und suchen relevante und interessante Fakten heraus und schreibt diese auf das Plakat.
2. Die andere Hälfte (Los ohne @ Symbol) tauscht sich aus über Chancen und Probleme der Bildung von Flüchtlingen in der BRD. Was fällt euch spontan dazu ein (Chancen, Probleme, Kosten etc.)?

Notiert eure Gedanken, Meinungen und Fakten im Anschluss auf das Plakat.

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Reflexion zur Wirtschaftsstunde:

Wie ist unsere Wirtschaftsstunde verlaufen?

Die Lehrperson Herr Pussehl begrüßt die SuS (Studenten) und führt in das Thema des demografischen Wandels ein. Anschließend werden Folien aufgelegt und diese besprochen. In Vorbereitung auf die Gruppenarbeit werden Tischgruppen mit Hilfe von Frau Artan gebildet, wobei jede eine eigene Aufgabenstellung via Arbeitsblatt bekommt:

> Worin liegen nach eurer Meinung z.Z. die größten Probleme bezüglich der Bildung/Wohnen/ Arbeitsmarkt von Flüchtlingen? Was denkt ihr muss getan werden, um diese Problem zu lösen?

Diese werden in der Gruppe besprochen, diskutiert und erarbeitet und sollen später im Plenum vorgestellt werden.

Was war das Ziel unserer Unterrichtsstunde? Haben wir dieses erreicht?

Ziel der Stunde war es, dass die Schülerinnen und Schüler (Studenten) im Plenum über die aktuelle Flüchtlingsdebatte urteilen und sich untereinander austauschen in der Gruppenarbeit. Des Weiteren sollen sie sich kritisch mit einer fehlgeschlagenen ökonomischen Flüchtlingspolitik auseinander setzen.

Was ist uns gut gelungen?

Die Lehrerpersönlichkeiten wurden vom Plenum sehr gelobt. Herr Pussehl hat eine sehr angenehme und ruhige Art gegenüber seinen Schülern und Frau Artan ging freundlich und bestimmt auf die Schülerfragen ein. Das vorgestellte Thema gefiel den Studenten, da es den betriebswirtschaftlichen Inhalt von einer anderen Perspektive betrachtete. Die Arbeitsblätter waren sehr gut erarbeitet und gaben einen ersten Eindruck für die SuS.

Was hätte besser verlaufen/geplant/vorbereitet werden sollen?

Die Gruppenfindung hat sehr viel Zeit in Anspruch genommen, da es die erste Stunde war und die Studenten in ihrer Rolle als Schüler schauspielerisch aufblühten und es dabei zu Diskussionen kam. Die Arbeitsaufträge waren zu zeitintensiv, es wäre besser, wenn die Aufgaben kürzer und präziser gestellt wären. Bei der Beantwortung der Schülerfragen sollte Frau Artan sich bemühen für jeden SuS hör- und sichtbar zu sein. Man hat als Zuschauer mitbekommen, dass nicht alle Studenten ihre Antwort mitbekommen hatten. Einige Blätter hatten Quellen angegeben, wobei sich einige SuS fragten, warum sie keine hatten und selbst recherchieren mussten. Die Themen sollten erst überdacht werden und dann erst sollte mit Quellen gearbeitet werden. Es war nicht allen das Stundenziel klar, daher musste dies in der Auswertung erklärt werden. Für die Zuhörer sollte es Arbeitsaufträge geben, damit diese sich nicht langweilen bei der Vorstellung der Ergebnisse.

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Institut für WAT der Universität Potsdam

Seminar: BWL-Begleitseminar

Betreuer: Dr. Benjamin Apelojg

Studierende: Duve, Maurice

Schachschneider, Melanie

Thema der Unterrichtseinheit:

Die Bedeutung der AIDA-Formel für Werbemaßnahmen

Planung einer 30-minütigen Unterrichtsstunde

Fach: WAT – Bereich Ökonomische Bildung

Empfohlene Klassenstufe: 9/10

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Einordnung in den Rahmenlehrplan des Landes Brandenburg

Themenfeld:	2. Haushalt und Konsum
Inhalte:	2. Haushaltsmanagement
Klassenstufe:	9/10
Kompetenzbezug:	Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage eine vorgegebene Werbung mithilfe der AIDA-Formel zu analysieren und zu bewerten.
Standard:	W2 Entscheidungssituationen in Haushalt, Unternehmen und Staat unter Kosten-Nutzen-Gesichtspunkten analysieren und den Einfluss von Anreizen und Restriktionen auf Entscheidungen in Haushalt, Unternehmen und Staat identifizieren.

Unser kompetenzorientiertes Stundenziel:

Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage eine vorgegebene Werbung mithilfe der AIDA-Formel zu analysieren und zu bewerten.

Unsere Aufgabenstellungen lauten:

Aufgabenstellung
Lesen Sie die Informationen zur AIDA-Formel.
Analysieren Sie in der Klasse, wie die Werbebeispiele mit Hilfe der Werbewirkungsformel „AIDA“ umgesetzt wurden.

Sachanalyse: AIDA-Formel

Durch Werbung soll das Interesse für bestimmte Güter bei den Kunden geweckt werden, um sie so zum Kauf zu veranlassen. Für die Gestaltung von Print- Anzeigen und Werbespots wird die Werbewirkungsformel „AIDA“ genutzt. Sie beschreibt, wie ein Kunde stufenweise zu einer Kaufentscheidung animiert werden kann.

Attention (engl.) = Aufmerksamkeit

Jeder von uns ist täglich einer Flut von Werbung ausgesetzt. Vieles davon nehmen wir aber gar nicht bewusst wahr. Potenzielle Käufer müssen also im ersten Schritt dazu gebracht werden, die Werbebotschaft wahrzunehmen. Aufmerksamkeit wird erregt durch:

- *physische Reize:* Sie beinhalten alle großflächigen, eindringlichen und farbintensiven Reize, die zum Lesen verführen. (z. B.: intensive Farben, große Buchstaben)
- *emotionale Reize:* Darunter versteht man Reize, die beim künftigen Käufer ein bestimmtes Gefühl auslösen sollen. (z.B.: attraktive Menschen oder Augen, die einen direkt anschauen)
- *Überraschungsreize:* Dies sind Reize, die gegen gewöhnliche Vorstellungen, manchmal sogar gegen gesellschaftliche Normen verstoßen. (z.B. humorvolle Werbung: „Isch bin dir Farfalle“, Werbung mit sexuellen oder schockierenden Reizen)

Interest (engl.) = Interesse

Nachdem die Aufmerksamkeit auf die Werbung gelenkt wurde, muss das Interesse beim Konsumenten geweckt werden, sich mit der Werbung zu beschäftigen. Dazu werden zum umworbenen Produkt entweder konkrete Informationen präsentiert, Geschichten oder Witze erzählt (Red Bull verleiht Flügel), oder eine Frage beantwortet.

Desire (engl.) = Kaufwunsch

Auf dem Interesse aufbauend, müssen beim Käufer der Kaufhemmungen (wie z. B. der Preis) überwunden werden und der Kaufwunsch entstehen. Dazu liefert die Werbung dem Käufer verschiedene Gründe, warum gerade dieses Produkt oder diese Dienstleistung gekauft werden sollte:

- *rationale Gründe* sprechen den kritischen, konservativen Käufer an, indem die Vorteile des Produktes wie der günstige Preis, die Qualität oder besondere Serviceleistungen betont werden.
- *emotionale Gründe* wenden sich an verführbare, spontane Käufer, indem vor allem das Produktimage (z. B. cool, jung, dynamisch) in den Vordergrund gerückt wird, das bei Verwendung auf den Käufer abfärbt (z.B. Nike Schuhe). Weitere Beispiele sind Marlboro (Abenteuer, Freiheit) oder BMW (Dynamik, Erfolg).

Action (engl.) = Kaufhandlung

Letztendlich soll die Kauflösung ausgelöst werden. Deshalb enthält die Werbung meist eine konkrete Kaufaufforderung. Dazu wird dem Verbraucher der Produktname oder die Marke genannt und wo er das Produkt kaufen kann. Dies wird z.B. sichergestellt durch den Produktnamen oder das Markenzeichens sowie Kontaktadressen.

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Verlaufsplan Unterrichtsstunde zur Werbeanalyse nach der AIDA-Formel (10.15 – 10:45)

Zeit	**Unterrichts-phase**	**Ziel**	**Sozialform/ Methode**	**Aufgabenstellung**	Material
10:15	Einstieg	*Den SuS werden in die Bedeutung der AIDA-Formel eingeführt.*	Gelenktes Unterrichts-gespräch	Lesen Sie die Informationen zur AIDA-Formel.	Informationsblatt zum AIDA Prinzip, Tafelbild
10:25	Erarbeitung	*Die SuS analysieren die gezeigten Beispiele aus der Werbung und füllen dazu die Übersicht aus und erkennen die Anwendbarkeit der AIDA-Formel auf verschiedene Werbemaßnahmen.*	Diskussion	Analysieren Sie in der Klasse, wie die Werbebeispiele mit Hilfe der Werbewirkungsformel „AIDA“ umgesetzt wurden.	Aufgabenstellungen auf dem Informationsblatt, OH-Projektor, Beispiele aus der Werbung
10:40	Ergebnis-sicherung	*Die SuS sichern die zusammengetragenen Ergebnisse.*	Gelenktes Unterrichts-gespräch	L. erklärt die Aufgabe auf dem AB und leitet die Gruppenphase ein (je 3-4 SuS) SuS erarbeiten gemeinsam in der Gruppe das Modell des Wirtschaftskreislaufs mit Hilfe des ABs.	OH-Projektor, Beispiele aus der Werbung

Abkürzungen:

- SuS – Schülerinnen und Schüler, S - Schülerin oder Schüler, L – Lehrkraft

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Anlagen

Übersicht:

- Anlage 1: Werbeplakate
- Anlage 2: Tafelbild
- Anlage 3: Informationsblatt
- Anlage 4: Lösungen

Anlage 1

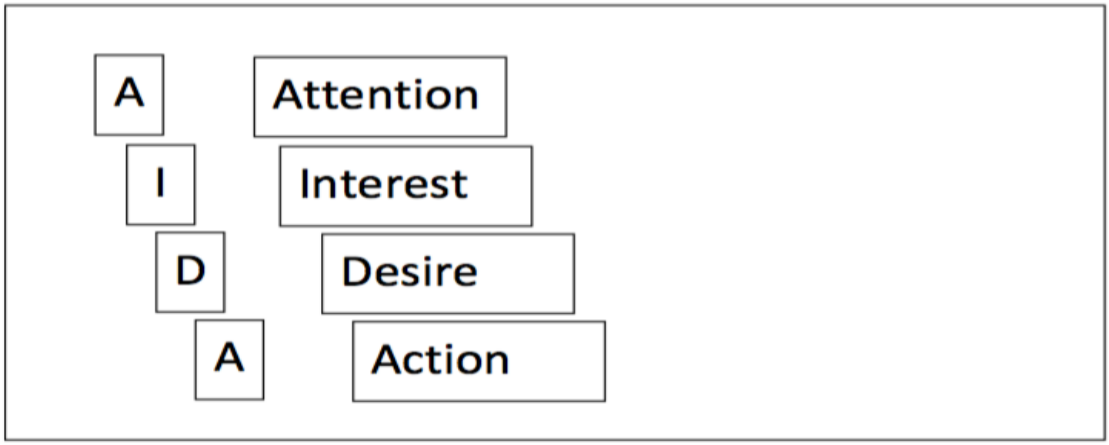
Quelle: http://www.netzkraft-berlin.de/wp-content/uploads/2013/05/ichwillmitdirpenne.png

Quelle: http://maorikunigo.de/wp-content/uploads/2013/09/110927_F10h-F30h_Themenkarten_4-1.jpg

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Anlage 2

Tabelbild 1



Anlage 3

Informationsblatt

Arbeitsaufträge:

1. Lesen Sie die Informationen zur AIDA-Formel. — 10 Minuten

2. Analysieren Sie, wie die Werbebeispiele mit Hilfe der Werbewirkungsformel „AIDA“ umgesetzt wurden. — 15 Minuten

3. Tragen Sie Ihre Überlegungen in die dazugehörige Tabelle **ein**. — 5 Minuten

Durch Werbung soll das Interesse für bestimmte Güter bei den Kunden geweckt werden, um sie so zum Kauf zu veranlassen. Für die Gestaltung von Print-Anzeigen und Werbespots wird die Werbewirkungsformel „AIDA“ genutzt. Sie beschreibt, wie ein Kunde stufenweise zu einer Kaufentscheidung animiert werden kann.

A

ttention (engl.) = **Aufmerksamkeit**

Jeder von uns ist täglich einer Flut von Werbung ausgesetzt. Vieles davon nehmen wir aber gar nicht bewusst wahr. Potenzielle Käufer müssen also im ersten Schritt dazu gebracht werden, die Werbebotschaft wahrzunehmen. Aufmerksamkeit wird erregt durch:

- *physische Reize*: Sie beinhalten alle großflächigen, eindringlichen und farbintensiven Reize, die zum Lesen verführen. (z. B.: intensive Farben, große Buchstaben)

- *emotionale Reize*: Darunter versteht man Reize, die beim künftigen Käufer ein bestimmtes Gefühl auslösen sollen. (z.B.: attraktive Menschen oder Augen, die einen direkt anschauen)

- *Überraschungsreize*: Dies sind Reize, die gegen gewöhnliche Vorstellungen, manchmal sogar gegen gesellschaftliche Normen verstoßen. (z.B. humorvolle Werbung: *„Isch bin dir Farfalle“*, Werbung mit sexuellen oder schockierenden Reizen)

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

I

nterest (engl.) = **Interesse**

Nachdem die Aufmerksamkeit auf die Werbung gelenkt wurde, muss das Interesse beim Konsumenten geweckt werden, sich mit der Werbung zu beschäftigen. Dazu werden zum umworbenen Produkt entweder konkrete Informationen präsentiert, Geschichten oder Witze erzählt *(Red Bull verleiht Flügel)*, oder eine Frage beantwortet.

D

esire (engl.) = **Kaufwunsch**

Auf dem Interesse aufbauend, müssen beim Käufer der Kaufhemmungen (wie z. B. der Preis) überwunden werden und der Kaufwunsch entstehen. Dazu liefert die Werbung dem Käufer verschiedene Gründe, warum gerade dieses Produkt oder diese Dienstleistung gekauft werden sollte:
- *rationale Gründe* sprechen den kritischen, konservativen Käufer an, indem die Vorteile des Produktes wie der günstige Preis, die Qualität oder besondere Serviceleistungen betont werden.

- *emotionale Gründe* wenden sich an verführbare, spontane Käufer, indem vor allem das Produktimage (z. B. cool, jung, dynamisch) in den Vordergrund gerückt wird, das bei Verwendung auf den Käufer abfärbt *(*z.B. *Nike Schuhe)*. Weitere Beispiele sind *Marlboro* (Abenteuer, Freiheit) oder *BMW* (Dynamik, Erfolg).

A

ction (engl.) = **Kaufhandlung**

Letztendlich soll die Kauflösung ausgelöst werden. Deshalb enthält die Werbung meist eine konkrete Kaufaufforderung. Dazu wird dem Verbraucher der Produktname oder die Marke genannt und wo er das Produkt kaufen kann. Dies wird z.B. sichergestellt durch den Produktnamen oder das Markenzeichens *(lila Kuh)* sowie Kontaktadressen *(Tel, URL, QR-Code),* befristete Sonderangebote oder limitierte Auflagen mit der konkreten Aufforderung *„Jetzt Neu“ oder „Ab Sofort“.*

Anlage 4

Lieferando-Plakat

	Umsetzung in diesem Beispiel
Attention (Aufmerksamkeit)	physische Reize: grelle Farbe und große Buchstaben emotionale Reize: Appetit Überraschungsreize: humorvolles Wortspiel „Isch will mit dir Penne“
Interest (Interesse)	Fokus: Das Pasta-Gericht Hunger/Appetit kann bequem (und hochwertig), zuhause in großer Auswahl gestillt werden Information: App gibt es für alle Geräte
Desire (Kaufwunsch)	rational: große Auswahl emotional: bequeme, witzige Nutzer, die Essen bestellen, „sexy bestellen = sexy sein“, Hunger kann hochwertig gestillt werden.

Action (Kaufhandlung)	„sexy bestellen mit der Lieferando-App“ -> Downloadaufforderung Markenzeichen + Slogan, als erneute Aufforderung „Hier wird Essen bestellt“

BMW-Plakat

	Umsetzung in diesem Beispiel
Attention (Aufmerksamkeit)	Physisch: große, klare Buchstaben, sonniger Hintergrund emotional: dynamisches Auto (verzerrte Straße = Geschwindigkeit)
Interest (Interesse)	Informationen: Produktname, neues Produkt Verbauch (Pfeil nach links suggeriert „sparsam“, Leistung(Pfeil nach rechts suggeriert „hohe Leistung“)
Desire (Kaufwunsch)	rational: leistungsstark, sparsam, umweltfreundlich, sportlich, edel emotional: dynamisch, sportlich, modern, Image: erfolgreich, edel, dynamisch, Slogan: „Freude am Fahren“- Käufer möchte Statussymbol, dabei aber auch umweltbewusst und sparsam wirken
Action (Kaufhandlung)	Jeder weiß, dass man Autos im entsprechenden Autohaus kauft, daher kein konkreter Hinweis Aber: neues Modell: wenn man modern sein will, sollte man das Auto schnell kaufen _ Motivation sich weiter zu informieren

Quellen:

- Blank et al.: Ausbildung im Einzelhandel; 4. Auflage (2007); Troisdorf: Bildungsverlag EINS
- Faulhaber et al.: Hauptsache Handel – Kompendium für Verkäufer/-innen und Kauf- leute im Eizelhandel; 2. Auflage (2013); Braunschweig: Winklers
- Gabler: Wirtschaftslexikon; Stichwort: Marketing, online im Internet: http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/1286/marketing-v9.html (Zugriff am 21.09.2015); Springer Gabler Verlag (Herausgeber)
- Mathes: Wirtschaft unterrichten - Methodik und Didaktik der Wirtschaftslehre; 7. Auflage (2011); Haan-Gruiten: Verlag Europa-Lehrmittel.
- Meffert: Marketing - Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung – Konzepte, Instrumente, Praxisbeispiele; 11. Auflage (2012); Wiesbaden: Gabler
- PR-Agentur & Werbeagentur PR4YOU, Beauty (Kosmetik, Parfum und Wellness), Radiospot 1 (mp3); (Zugriff am 28.09.2015)
- Rölke, Rößler: Grundsätze der Stoffauswahl – Überlegungen für den wirtschafts- kundlichen Unterricht; Reihe: Dokumentationen der Schulpraktischen Semina- re für Wirtschaftspädagogen (Band 6), 2. Auflage 2001.
- Wikipedia: Stichwort „Claim (Werbung), zugriff am 27.09.2015
- Wiltinger: Vergleichende Werbung – Theoretischer Bezugsrahmen und empirische Untersuchung zur Werbewirkung; 1. Auflage (2002); Wiesbaden: DUV
- Wöhe: Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre; 25. Auflage (2013); München: Vahlen.

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Reflexion zur Wirtschaftsstunde:

Wie ist unsere Wirtschaftsstunde verlaufen?

Nach einer Begrüßung wurden die SuS über die Lernziele der Unterrichtsstunde informiert. Dabei handelte es sich um die AIDA- Werbeformel, welche an die letzte Unterrichtsstunde anknüpfte. Um einen Einstieg in die Thematik zu erhalten, wurden Informationsblätter mit den entsprechenden Aufgaben verteilt. Während der selbstständigen Erarbeitung durch die SuS wurde das Tafelbild vorbereitet. Nachdem die Aufgabenblätter durchgelesen und auftretende Fragen geklärt wurden, analysierten die SuS die gezeigten Werbeplakate mittels der AIDA- Formel. Zur Ergebnissicherung füllten die SuS die ihnen vorliegenden Tabellen aus. Gezeigt wurden zwei Werbeplakate, um über die Analyse hinaus auch auf die Gemeinsamkeiten und Unterschiede einzugehen. Die Ergebnisse wurden gemeinsam am OH-Projektor zusammengetragen.

Was war das Ziel unserer Unterrichtsstunde? Haben wir dieses erreicht?

Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage eine vorgegebene Werbung mithilfe der AIDA-Formel zu analysieren und zu bewerten.

Was ist uns gut gelungen?

- Die SuS haben gut mitgearbeitet, aufgrund des realitätsnahen Themas
- Zeitplan wurde eingehalten
- Auftretende Fragen konnten geklärt werden
- Klare Strukturierung der Aufgaben

Was hätte besser verlaufen/geplant/vorbereitet werden sollen?

- Statt alle Ergebnisse am OH- Projektor systematisch (physisch,emotional..) einzuordnen, zuerst Ideensammlung an der Tafel
- Anschließend dann die Einordnung mit den SuS
- Dadurch können sich die SuS besser beteiligen (es gibt keine falschen Antworten)

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Institut für WAT der Universität Potsdam

Seminar: BWL-Begleitseminar

Betreuer: Dr. Benjamin Apelojg

Studierende: Akgün, Oguzhan

Czerwinsky, Martin

Rehse, Jessica

Thema der Unterrichtseinheit:

Konsum und Konsumverhalten im eigenen Erlebnisfeld

Planung einer 45-minütigen Unterrichtsstunde

Fach: WAT – Bereich Ökonomische Bildung

Empfohlene Klassenstufe: 9/10

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Einordnung in den Rahmenlehrplan des Landes Brandenburg

Themenfeld:	2. Haushalt und Konsum
Inhalte:	2. Haushaltsmanagement
Klassenstufe:	9/10
Kompetenzbezug:	Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage ökonomische Akteure in ihren Funktionen erläutern und deren Wechselwirkungen zu analysieren und finanzielle Konflikte zu erkennen und nach ökonomischen, sozialen und ökologischen Kriterien zu bewerten
Standard:	W8 Probleme und Folgen ökonomischer Entwicklungen und Maßnahmen identifizieren, Zielkonflikte bestimmen und nach ökonomischen, sozialen und ökologischen Kriterien bewerten, insbesondere • Verteilung von Gütern und Einkommen nach Kriterien der Leistungs-, Bedarfs- und Chancengerechtigkeit, • Arbeitslosigkeit, Inflation und Umweltbelastung in Ausmaß, Folgen, Ursachen und möglichen Strategien, • Voraussetzung und Auswirkungen nachhaltigen Wirtschaftens.

Unser kompetenzorientiertes Stundenziel:

Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage ihr Konsumverhalten zu erkennen und zu hinterfragen und sind offen, vorangehende Produktionsprozesse kennenzulernen, mithilfe welcher Sie Ihr Kaufverhalten reflektieren.

Unsere Aufgabenstellungen lauten:

Aufgabenstellung
Fällt eine fiktive Kaufentscheidung und stellt euch in die Ecke des Raumes, die eure Entscheidung repräsentiert.
Lest die Texte und tragt die Kerninformationen innerhalb eurer Gruppe zusammen.
Stellt eure Erkenntnisse kurz vor und diskutiert mit euren Mitschüler darüber.

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Verlaufsplan Unterrichtsstunde zum Wirtschaftskreislauf der sozialen Marktwirtschaft (11.10 – 11:55)

Zeit	Unterrichts-phase	Unterrichtsverlauf	Didaktischer Kommentar	Sozialform/ Methode
08:00	Einstieg	- Begrüßung, kurze Einführung, Erläuterung des Positionsspiels (→Nennung dreier Stellen im Raum, welchen jeweils eine Aussage zugeordnet ist) - Nennung dreier Konsumgegenstände - 1. Nike Jordan, 2. VR-Brille, 3. iPhone 7 - SuS sollen sich zu jedem genannten Gegenstand räumlich positionieren, entweder Stelle 1: „Möchte ich sofort und unbedingt kaufen, gern auch auf Pump“ oder Stelle 2: „Möchte ich gern haben, ich spare jedoch oder warte auf eine Preissenkung“ oder Stelle 3: „Dafür gebe ich kein Geld aus. Interessiert mich nicht“ - Anzahl der SuS an den jeweiligen Positionen wird von Lehrkraft gezählt und notiert	- Ziel: SuS aktivieren, erste Erkenntnisse sammeln - potentielles Problem: SuS verstehen Aufgabenstellung nicht - Lösung: Lehrkraft demonstriert Positionsspiel kurz am eigenen Beispiel	Positionsspiel
08:10	Erarbeitung	- SuS drei Gruppen bilden lassen, an Gruppenarbeitstischen verteilen - Austeilen dreier Texte (→ Text 1: Umweltverschmutzung und Mitarbeitergefährdung in der Textilindustrie, Text 2: Kosten und Sinnhaftigkeit einer VR-Brille, Text 3: Mitarbeiterausbeutung bei Apple-Zulieferer) - Aufgabe: SuS sollen die Texte lesen, die Kerninformationen erfassen und innerhalb der Gruppe zusammentragen	- Ziel: Bewusstsein für Thematik entwickeln lassen, (Hintergrund) Wissen erlangen - potentielles Problem: SuS haben Probleme den Text zu verstehen, erkennen keine Aussagen - Lösung: Lehrer nennt und zeigt beispielhafte Textstelle, gibt Hilfestellung, veranschaulicht punktuell Informationen mündlich	Einzelarbeit, Gruppenarbeit
08:20	Sicherung	- SuS sollen ihre Gruppenergebnisse kurz vorstellen und die anderen Gruppen darüber informieren, worum es in Ihren jeweiligen Texten ging und mit	- Ziel: SuS informieren, Gedankenkette in Gang bringen, animieren zu hinterfrage, Wissenserwerb	Unterrichts-gespräch

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

		den anderen Gruppen über die Inhalte ins Gespräch kommen (Diskussionen und Stellungnahmen erwünscht, jedoch nicht ausschweifen lassen, da Informationsaustausch hier besonders wichtig)	- potentielles Problem: SuS beziehen keine Stellung, haben keine „Meinung“ zu Ihren Texten, kommen nicht ins Gespräch - Lösung: gezielt hinterfragen, weitere Beispiele nennen (Kinderarbeit in Textilfabriken, Selbstmordrate bei Foxconn, Tote Mitarbeiter bei Fabrikbränden im Ausland, etc.)	
08:35	Transfer	- Positionsspiel vom Stundenbeginn wird wiederholt - Ergebnisse der ersten Zählung werden mit zweiter Zählung verglichen - Betrachtung, ob Veränderung der zuvor festgestellten Positionen stattgefunden hat - SuS mit ggf. veränderter Position sollen und dürfen sich äußern, was Meinungsänderung herbeigeführt hat	- Ziel: SuS sollen Erkenntnisse und Reflektieren und auf Lebenswirklichkeit beziehen - potentielles Problem: keiner der SuS hat Positionswechsel vollzogen - Lösung: Hinterfragen, warum Standpunkt sich nicht verändert hat	Positionsspiel, Unterrichts-gespräch

Abkürzungen:

- SuS – Schülerinnen und Schüler, S - Schülerin oder Schüler, L – Lehrkraft

Anlagen

Übersicht:

- Anlage 1: Artikel SpiegelOnline *Apple-Zulieferer*
- Anlage 2: Artikel Areamobile *Kinderarbeit und Ausbeutung bei iPhone-Produktion*
- Anlage 3: Artikel SpiegelOnline *Nachhaltigkeitsranking*
- Anlage 4: Artikel Computerbild *Samsung Gear VR im Test*

Anlage 1

Apple-Zulieferer: Report kritisiert "Ausbeutung" bei iPhone-Produktion

Apple-Chef Cook bei Fabrikbesichtigung in China (2012): Gesundheit in Gefahr?

Pünktlich zum Verkaufsstart des neuen iPhone wird wieder Kritik an einem Zulieferer von Apple laut: Aktivisten arbeiteten inkognito beim Bildschirmhersteller Lens Technology. Sie berichten von erzwungenen Überstunden, ausbleibenden Gehältern und Gesundheitsgefahren.

Arbeitnehmervertreter prangern einmal mehr die Arbeitsbedingungen bei einem Zulieferer des Technologiekonzerns Apple an. Es geht um das Unternehmen Lens Technology, das berührungsempfindliche Bildschirme für Apples Smartphones herstellt. Die Firma zwinge seine Mitarbeiter zu Überstunden, halte Gehälter zurück und bringe gleichzeitig die Gesundheit der Beschäftigten in Gefahr, teilte die in Hongkong ansässige Vereinigung von Studenten und Akademikern gegen strafbare Machenschaften von Unternehmen (Sacom) mit.

Die Vereinigung untersuchte nach eigenen Angaben monatelang die Arbeitsbedingungen in drei Fabriken von Lens Technology. Dafür arbeiteten Mitglieder inkognito in den Werken und

befragten zudem Mitarbeiter außerhalb des Arbeitsplatzes. Ihre Ergebnisse wollen sie am Freitag Apple und Lens Technology überreichen - pünktlich zum Verkaufsstart des neuen iPhone.

Nach Angaben von Sacom mussten Beschäftigte von Lens Technology einen Monat lang ohne einen Tag Pause arbeiten und bekamen wochenlang kein Gehalt ausgezahlt. Außerdem seien "Staub, Lärm, verschmutztes Wasser und chemische Substanzen ein wiederkehrendes Problem in den Werkstätten". Die Vereinigung forderte, Apple müsse "umgehend Maßnahmen ergreifen, um der Ausbeutung bei seinen Zulieferern ein Ende zu setzen".

Foxconn greift offenbar nach dem LCD-Geschäft von Sharp

Apples größter Zulieferer könnte derweil nach dem LCD-Geschäft des japanischen Konkurrenten Sharp greifen: Das taiwanische Unternehmen Foxconn wolle einen Anteil an der Sharp-Sparte kaufen, die Flüssigkristall-Displays für Smartphones und Tablets herstellt, berichtete die Nachrichtenagentur Bloomberg unter Berufung auf mit der Angelegenheit vertraute Personen. Auch die Wirtschaftszeitung "Nikkei" hatte zuvor über das Geschäft berichtet.

Sharp steht seit Längerem unter Druck und könnte einen Partner gut gebrauchen. Am Freitag veröffentlichte der Konzern eine Gewinnwarnung, woraufhin die Aktie zweistellig nachgab.

Apple ist sowohl mit Sharp als auch mit Foxconn im Geschäft. Foxconn stellt Elektronik- und Computerteile her und produziert für Apple das iPhone und das iPad. Der Konzern fertigt aber auch für Microsoft Chart zeigen die Spielkonsole Xbox sowie PCs für Hewlett-Packard und Dell.

Quelle: http://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/apple-neue-kritik-an-arbeitsbedingungen-eines-zulieferers-a-1054731.html

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Anlage 2

Kinderarbeit und Ausbeutung bei iPhone-Produktion

Autor: Stefan Schomberg | 02.03.2010 - 11:24

In einem Bericht über die Arbeitszustände bei seinen Zulieferern räumt Apple etliche grobe Verstöße gegen geltendes Recht ein, schreibt das Nachrichtenmagazin dailymail.co.uk. So wurden in mehreren Fabriken Minderjährige beschäftigt, Mindestlöhne nicht eingehalten und von den Arbeitern mehr als 60 Stunden an sieben Tagen pro Woche verlangt. Apple kündigte an, sich von entsprechenden Zulieferern zu trennen.

Apple hat einen Bericht veröffentlicht, der grobe Verstöße gegen Arbeitsrecht in Zulieferfabriken einräumt, die Teile für iPhones und iPods herstellen. Das schreibt das Nachrichtenmagazin dailymail.co.uk. Den Standort der Zulieferer nannte der Konzern nicht, aber da die Firma mit Sitz in Kalifornien viele Produkte in China fertigen lässt, wird es sich vermutlich um dort ansässige Fabriken handeln. Von dort sind auch schon früher einige brisante Zwischenfälle bekannt geworden.

So sorgte der Selbstmord des Mitarbeiters eines Apple-Zulieferers nach dem Verlust eines iPhone-Prototypen für Schlagzeilen. Erst kürzlich waren mehrere Dutzend Arbeiter während des Herstellungsprozesses in einer chinesischen Fabrik vergiftet worden, die für Apple und Nokia produzierte. Doch wie der Bericht jetzt aufdeckt, verstießen einige Zulieferer anscheinend systematisch gegen den Verhaltenskodex, den Apple sich und seinen Geschäftspartnern auferlegt, und auch gegen im jeweiligen Land geltende Gesetze.

In mehreren Fabriken wurden Kinder unter 16 Jahren beschäftigt, Mindestlöhne nicht eingehalten und von den Arbeitern mehr als 60 Arbeitsstunden an sieben Tagen pro Woche verlangt. Andere Firmen entsorgten ihren Giftmüll nicht sachgemäß und von Frauen wurden Schwangerschaftstests vor ihrer Einstellung gefordert. Einige Hersteller haben sogar über längere Zeit Unterlagen gefälscht, um ihre Machenschaften zu verbergen. Apple kündigte an, sich von entsprechenden Zulieferern zu trennen. Bislang ist aber noch nichts geschehen.

Quelle: http://www.areamobile.de/news/14451-apple-kinderarbeit-und-ausbeutung-bei-iphone-produktion

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Anlage 3

Nachhaltigkeits-Ranking: Greenpeace wirft Adidas und Nike Schönfärberei vor

Autor: Nicolai Kwasniewski

Läuferfüße auf der Leichtathletik-WM in Moskau: Greenwashing

Große Modefirmen haben sich dazu verpflichtet, bald auf schädliche Chemikalien zu verzichten und die Produktionsbedingungen offenzulegen. Laut Greenpeace tun einige dafür aber nichts. In einem Ranking ordnet die Organisation unter anderem Adidas und Nike als "Greenwasher" ein.

Hamburg - Die Kleidungsproduktion ist häufig eine schmutzige Sache: Viele Hersteller verwenden schädliche Chemikalien, die in Ländern wie China, Pakistan oder Mexiko in die Umwelt gelangen und Gewässer und Trinkwasser vergiften. Immerhin: Das Problem ist erkannt und 17 der größten Firmen haben sich im Rahmen der Greenpeace-Kampagne "Detox" zu einer schadstofffreien Produktion von 2020 an verpflichtet.

Die Sportartikelhersteller Adidas und Nike waren unter den ersten, die sich 2011 den Forderungen unterwarfen. Getan haben sie seitdem aber so gut wie nichts - sagt Greenpeace. Die Umweltschützer bezeichnen Adidas, Nike und eine chinesische Firma deshalb als "Greenwasher" - also als Unternehmen, die sich nur oberflächlich einen grünen Anstrich geben, statt wirklich umweltbewusst zu handeln.

In einer neuen, interaktiven Onlineplattform namens "Detox Catwalk" teilt Greenpeace die 17 Modefirmen, die an der Kampagne mitwirken, in einer Art Nachhaltigkeitsranking in die Kategorien "Trendsetter", "Greenwasher" und "Schlusslichter" ein. Als Grund nennt Manfred Santen, der Chemieexperte der Umweltschutzorganisation, fehlendes Engagement: "Vor zwei

Jahren waren Adidas und Nike noch Detox-Vorreiter, haben dann aber den Worten keine Taten folgen lassen. Gerade Adidas macht weiter wie bisher, anstatt konkrete Maßnahmen hin zu einer sauberen und transparenten Textilproduktion zu beginnen."

Konkret wirft Greenpeace Adidas vor, noch keines seiner vollmundigen Entgiftungsversprechen eingelöst zu haben. Auch habe sich das Unternehmen zu der Grundannahme der Kampagne, es gebe keine ökologisch vertretbaren Mengen gefährlicher Chemikalien, noch nicht eindeutig geäußert. Erst vor wenigen Tagen hatten die Umweltschützer Adidas und anderen Herstellern vorgeworfen, giftige Chemikalien nicht aus der Produktion verbannt zu haben - ein Labor hatte in einem Mädchenbadeanzug des Sportartikelherstellers gesundheitsschädliche Substanzen nachgewiesen. Adidas verstecke sich hinter "den leeren Papierversprechen" der Industrieinitiative Zero Discharge of Hazardous Chemicals Group (ZDHC), schreibt Greenpeace. Dasselbe gelte für Nike, das "keinen glaubwürdigen Plan zum Verzicht auf wichtige gefährliche Chemikalien" anbiete.

Adidas reagiert mit Unverständnis auf die Einstufung. Auf Anfrage teilt das Unternehmen mit, das Greenpeace-Ranking basiere nicht auf Fakten, "da wir uns strikt an die Zusagen halten, die wir bei der Vorstellung der Detox Kampagne gemacht haben". Adidas habe ein gründliches Chemikalien-Management und werde bei Umwelt- und Nachhaltigkeitsaspekten weltweit als führend eingestuft. "So wurden wir beispielsweise vom Institute of Public and Environmental Affairs (IPE), einer Partnerorganisation von Greenpeace, als eine der vier besten Marken unserer Branche in China bewertet." Von Nike war eine Stellungnahme zunächst nicht zu bekommen.

Greenpeace weist darauf hin, dass die Mehrzahl der bewerteten Firmen zeigt, dass es auch anders geht. So finden sich große Modemarken wie Benetton, H&M, Zara, Esprit, C&A, G-Star Raw, Levi's oder Puma in der Kategorie "Trendsetter" wieder. Diese Firmen veröffentlichen laut Greenpeace Daten über Schadstoffeinleitungen ihrer Zulieferer in China auf der Plattform des Institute of Public & Environmental Affairs (IPE). Außerdem hätten sie begonnen, besonders gefährliche Schadstoffe wie per- und polyfluorierte Chemikalien (PFC) aus ihren Produkten und Herstellungsprozessen zu verbannen.

Auf der anderen Seite stehen Firmen wie GAP, Calvin Klein und Tommy Hilfiger in der Kategorie "Schlusslichter". Diese Marken ignorieren den Umweltschützern zufolge das Problem bisher und verweigerten eine Verpflichtung zur Entgiftung der Herstellungsprozesse. Allerdings haben sich auch zahlreiche dieser Unternehmen der ZDHC-Initiative angeschlossen.

Quelle: http://www.spiegel.de/wirtschaft/service/greenpeace-bezeichnet-adidas-und-nike-in-ranking-als-greenwasher-a-930973.html

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Anlage 4

Samsung Gear VR im Test: Die perfekte Ergänzung zum Galaxy S7?

Autor: Robert Berg; 02.03.2016, 09:39 Uhr

Virtual Reality ist kein Hype, sondern längst massentauglich. COMPUTER BILD hat mit Samsungs Gear VR die erste marktreife VR-Brille getestet.

Die Gear VR ist die erste für den Massenmarkt erhältliche VR-Brille.

Testfazit: Das müssen Sie wissen

Das finale Modell der kabellosen Gear VR von Samsung ist mehr als einfaches Handy-Zubehör. Die erste marktreife VR-Brille überzeugt mit unkomplizierter Installation, präziser Bedienung und wachsender App-Vielfalt. Besitzen Sie eines der neuen Galaxy-Smartphones, bietet die Gear VR für 99 Euro ein beeindruckendes Preis-Leistungs-Paket. Allerdings schmälern Einsparungen beim Material den positiven Eindruck, nicht abweichende Hitze erschwert längere Film- und Spielabende.

- Günstigster Preis im Internet: 96,90 Euro*
- Dieses Produkt bei Amazon bestellen

Pro	Kontra
+ Kabellose Mittendrin-Illusion	– Pixelraster erkennbar, Unschärfe an Rändern
+ Einwandfreie Erfassung der Kopfbewegungen	– Wenig überzeugende Verarbeitung
+ Präzise Touchpad-Steuerung	– Tragekomfort gerade auf Dauer zu unbequem
+ Günstiger Preis, wenn passendes Handy vorhanden	

Testnote der Redaktion	Nutzerwertung
3,26	★★★★★
befriedigend	Jetzt bewerten

Auf dem im Februar 2016 gelaufenen Mobile World Congress deutete sich erstmals an: Anders als die auf dem Abstellgleis gelandete 3D-Technik erobert die virtuelle Realität möglicherweise tatsächlich die Herzen von zahlfreudigen Technik-Fans und überzeugt sogar die Skeptiker. An nahezu jeder Ecke gab es auf der Smartphone- und Tablet-Messe neue Lösungen und innovative Ideen. Ganz vorne mit dabei: Telekommunikations-Gigant Samsung. Mit der Gear 360 hatten die Südkoreaner ein besonders heißes im Feuer. Dabei handelt es sich um eine kugelförmige Kamera, die Fotos und Videos ohne großen Aufwand im neuartigen 360-Grad-Format aufnimmt. Die Ergebnisse lassen sich anschließend auf dem Smartphone betrachten, was dank der Neigefunktion des Handys einen Rundum-Einblick ermöglicht. Der von COMPUTER BILD mit einer vergleichbaren Kamera aufgenommene 360-Grad-Rundgang durch die MWC-Messehallen ermöglicht Ihnen einen ersten Vorgeschmack.

Wer aber komplett in die Parallelwelt der virtuellen Realität abtauchen will, der kommt um eine VR-Brille nicht herum. Ob Oculus Rift, PlayStation VR oder HTC Vive – die Hightech-Giganten haben sich mit ihren VR-Brillen in Stellung gebracht. Im neuen Markt buhlen sie um die Gunst der Käufer. Doch die Preise haben es gerade für Otto Normalverbraucher in sich! Im Frühjahr 2016 geht die virtuelle Rundreise mit der Oculus Rift ab satten 700 Euro los, HTC verlangt für sein Vive-Komplettpaket sogar 900 Euro. Ein Wettrennen, das Samsung mit dem finalen Modell seiner Gear VR bereits gewonnen hat. Das Brillengestell für die neusten Galaxy-Smartphones ist bereits erhältlich – zum Kampfpreis von 99 Euro! Oder – und das ist Samsung eigentlicher Coup – als kostenlose Beigabe bei der Vorbestellung des Galaxy S7 (699 Euro) beziehungsweise Galaxy S7 Edge (799 Euro). Lohnt sich das im Vergleich zur High-Tech-Konkurrenz vergleichsweise preiswerte Komplettpaket? COMPUTER BILD hat das Stück Zukunft getestet.

Ohne Smartphone geht nichts

Auf den ersten Blick ist die Gear VR mit ihren 321 Gramm ein Leichtgewicht. Allerdings dient das Gestell mit seinen zwei Vergrößerungs-Linsen auch nur als Mittel zum Zweck – ohne das passende Smartphone und dessen Display schauen Sie ins Leere. Die Brille nutzt wahlweise den 5,2 Zoll großen Bildschirm des Galaxy S6 (auch das kurvige Edge passt), die 5,7 Zoll vom Galaxy S6 Edge Plus oder alternativ das gleich große Note 5. Dann erhöht sich auch das Gewicht merklich (459 Gramm mit dem kleineren S6 und 471 Gramm in Kombination mit dem Edge Plus), ohne jedoch unangenehm aufzufallen. Andere Modelle hat der Hersteller übrigens nicht vorgesehen. Damit fällt das Galaxy Note 4 aus der VR-Riege, das 2015 mit dem ersten Gear-VR-Modell (COMPUTER BILD-Note 3,06) den Anfang machte.

So funktioniert die Gear VR

Realität durch die Technikwelt – erst jetzt nimmt sie nach wenig erfolgreichen Experimenten in der Vergangenheit konkrete Formen an. Doch welche Technik steckt dahinter? Bei Samsungs Gear VR wird der Bildschirm (wie auch bei der Oculus Rift) in der Mitte senkrecht geteilt. Zwei Linsen – eine für jedes Auge – setzen die sich überlagernden Abschnitte dann wieder zu einem Bild zusammen und erzeugen somit einen deutlich wahrnehmbaren 3D-Effekt.

Druck im Spiel

Die Reise in die virtuelle Realität vergeht in Sekundenbruchteilen, die Inbetriebnahme erweist sich als unkompliziert: Mit der Vorderseite schieben Sie das Smartphone waagerecht in die passende Halterung. Der je nach Display-Größe einfach in zwei Stufen verstellbare Micro-USB-

Anschluss verbindet die Gear VR – und die darin verbauten Sensoren – mit dem Handy. Plastikklammern sorgen für den notwendigen Halt. So übersteht die kostbare Technik schadlos selbst ruckartige Kopfbewegungen. Klasse! Eine optional anbringbare Abdeckung sorgt für zusätzlichen Schutz, verhindert aber ausgewählte Funktionen wie die Verwendung der Kamera.

Der feste Sitz hat einen Nachteil: Wie schon bei der ersten Version schieben Sie das Galaxy-Smartphone über blankes Plastik. Vier kleine Gummi-Ecken sollen es vom aufliegenden Druck entlasten. Wer sein Handy normalerweise in einer sicheren Schutzhülle aufbewahrt – in die Gear VR passen keine – muss sich überwinden und im Laufe der Zeit mit Gebrauchsspuren rechnen. Hier hätte Samsung auf weicheres Material zurückgreifen oder Platz für eine spezielle Schutzhülle lassen sollen.

Schneller Einstieg in neue Welten

Bevor der Ausflug in neue Multimedia-Dimensionen beginnt, müssen Sie die Oculus-Applikation installieren. Darauf weist Sie das Smartphone beim ersten Aufsetzen hin und spielt die anschließend App automatisch auf – benutzerfreundlicher geht der Einstieg in virtuelle Welten kaum noch. Anschließend begrüßt Sie eine schlichte Oberfläche. Die ist die eigentliche Ausgangsbasis für die VR-Bibliothek, die mit dem integrierten Store durch neue Spiele, Filmtrailer und kleinere Programme stetig anwächst.

Modern, edel und gemütlich: Das Hauptmenü der Gear VR ist der Startpunkt für die virtuelle Rundreise.

War die Auswahl zum Start des ersten Modells noch überschaubar, ist das Angebot inzwischen deutlich angewachsen. Ob beklemmende Verfolgungsjagden in „Temple Run VR“ erleben, bei Meditationsübungen an malerischen Traumstränden die Seele baumeln lassen oder selbstgedrehte Aufnahmen im eigenen Kinosaal betrachten – Samsungs Gear VR bietet viele interessante Einsatzmöglichkeiten. Sogar ein speziell angepasster Browser ist mittlerweile integriert. Filmausschnitte und bezahlpflichtige Spiele (kosten bis zu 15 US-Dollar) überzeugen dabei mit spürbarem 3D-Effekt und einwandfreier Erkennung Ihrer Kopfdrehungen. Anders als die bereits in den Startlöchern stehende Konkurrenz, erfasst die Gear VR Ihre Position im Raum aber nicht.

Spiele, Filme und Apps: Das bietet die Gear VR

Das Erlebnis profitiert ungemein von der Abgeschiedenheit zur Außenwelt, gerade in Verbindung mit drahtlosen Kopfhörern. Somit endet die Illusion nicht länger mit dem TV-

Rahmen, sie beginnt vielmehr durch das intensive Mittendrin-Gefühl. Dank der hohen Display-Auflösung von 2560x1440 Pixel sind einzelne Bildpunkte nur beim genauen Hinsehen erkennbar, was die Traumwelt zunächst aufrechterhält. Die nach außen hin wachsende Unschärfe, flimmernde Kanten und Nachzieheffekte sorgen aber für erste Risse und verursachen nicht selten Kopfschmerzen. In einigen Fällen schaffte das Drehrad an der Oberseite etwas Abhilfe. Damit lässt sich die jeweilige Schärfe einstellen – gerade für Brillenträger eine wichtige Funktion. Auf die Sehhilfe müssen Sie bei der Gear VR aus Platzgründen nämlich verzichten.

Einsparungen am Komfort

Ähnliche Symptome ruft die Verarbeitung im Vergleich zum Vorgänger hervor. Während sich das zur Navigation eingesetzte Touchpad mit dem neu eingelassenen Steuerkreuz nun präziser bedienen lässt, wirkt sich die Preisersparnis von 100 Euro an anderen Stellen negativ aus. Statt auf weiche Gummibänder setzt Samsung bei der Kopfhalterung nun ausschließlich auf Stoffriemen, die den Tragekomfort erheblich beeinflussen. Der atmungsaktive Schaumstoff weicht einem dichten Fleece-Bezug. Die entstehende Abwärme entweicht dadurch schlechter. Das macht längere Film- oder Spielesitzungen zu einer schweißtreibenden Angelegenheit und führt immer wieder zu beschlagenen Linsen. Eine unverständliche Designentscheidung, die sich als große Schwachstelle der Gear VR erweist.

Ein weiteres Manko: Die kabellose Freiheit erkauft sich Samsungs VR-Brille durch die Nutzung des Smartphone-Akkus, eine separate Stromversorgung gibt es nicht. Im Testzeitraum lief das Galaxy S6 unter der Schutzklappe mehrmals heiß, woraufhin die Gear VR kurzzeitig ihren Dienst quittierte. Die Begründung: Das Smartphone müsse sich erst abkühlen. Nicht die beste Voraussetzung für eine langfristige Partnerschaft zwischen Handy und Brillengestell, die auch Fragen zur Handy-Langlebigkeit aufwirft.

Samsung Gear VR: Preise und Verfügbarkeit

Die Gear VR ist ab sofort für 99 Euro erhältlich und bietet damit – abgesehen von Google Cardboard & Co. – den preiswertesten Einstieg in die VR-Welt. Zumindest dann, wenn Sie eines der vier passenden Smartphones besitzen – sonst wird es teuer! Als günstigste Variante kostet das Galaxy S6 mit 32 Gigabyte bereits rund 480 Euro. Wer sich nicht auf Tech-Demos und Filmschnipsel beschränken will, sollte auch noch etwas Geld für App-Käufe im Oculus-Store beiseite legen. So kommen Neueinsteiger beim Gear-VR-Gesamtpaket schnell auf 600 Euro und mehr.

Quelle: http://www.computerbild.de/artikel/cb-Tests-PC-Hardware-Samsung-Gear-VR-10275494.html

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Reflexion zur Wirtschaftsstunde:

Unsere Unterrichtsstunde wurde überwiegend positiv aufgenommen und wir „Lehrkräfte“ verspürten ein durchweg angenehmes Unterrichtsklima. Natürlich gibt es immer Dinge, die man im Nachhinein betrachtet noch besser machen kann. So ergaben sich, trotz des an sich reibungslosen Verlaufes, trotzdem kleinere Problematiken.

Erst einmal war augenscheinlich, dass die Studenten beim absolvieren des Positionsspiels von ihren studentischen Betrachtungsweisen ausgingen, und die Fragen nicht vom Standpunkt eines Zehntklässlers beantworteten. Dadurch ergaben sich sehr einseitige und bereits eindeutig reflektierte Ergebnisse, aufgrund dessen wir den weiteren Unterrichtsverlauf leicht abwandeln mussten (so wollten wir Schülergruppen, die sich bei „kaufe ich sofort“ positioniert hätten, den entsprechenden Text bearbeiten lassen - zudem war die Absicht, das Spiel am Ende der Stunde wiederholen zu wollen um Positionsänderungen zu analysieren, hinfällig geworden). Da jedoch die Verlagerung eindeutig zu „kaufe ich nicht“ tendierte, musste anschließend auch die Gruppeneinteilung sehr willkürlich und damit recht ineffektiv erfolgen.

Beim Bearbeiten der Texte in der Gruppenarbeit kristallisierte sich heraus, dass an den Arbeitstischen kaum Dynamik und Diskussion entstand. Dem konnten wir entgegen wirken, indem wir „Lehrkräfte“ die Tische aufsuchten und gezielt Fragen stellten und Debatten anregten. Die schleppende Diskussionsbereitschaft könnte auf eine ungünstige Wahl der Beispiele zurückzuführen sein. So sind ein 700 Euro teures Smartphone oder 500 Euro teure Schuhe für die Lebenswelt eines Schülers nicht nachvollziehbar genug, um Reflektionsprozesse anzuregen. Hier wäre es vielleicht geschickter gewesen das Beispiel „Energy-Drink“ zu wählen und dann die gesundheitsschädigende Wirkung zu thematisieren.

Zudem erwies sich unsere Textbearbeitung als nicht ganz geschickt. Um die Quellen und die Originaloptik zu bewahren, nutzen wir direkt aus dem Browser ausgedruckte Texte, von welchen wir zuvor die störenden Werbebanner entfernt hatten. Hier wünschten sich die „Schüler“ jedoch besser bearbeitete Texte, welche idealerweise noch hätten mit der Aufgabenstellung („Lest und diskutiert, stellt eure Ergebnisse anschließend vor“) versehen sein können.

Des Weiteren war es schwierig, wenn die Diskussion zwar interessante Richtungen annahm, man sich aber dadurch vom inhaltlichen Kern der Stunde entfernte. So passierte es versehentlich, dass eine „Schülerin“ ihre Gedankengänge abbrechen musste bzw. diese nicht weiter diskutiert wurden, weil die „Lehrkraft“ themenzentrierter arbeiten wollte. Da zeigte sich, wie schmal der Grat zwischen dem Fördern von Schülergedanken und der direkten Verfolgung des Lehrplanes/Unterrichtsentwurfes ist.

Alles in allem ist jedoch das Fazit unserer Unterrichtsstunde ein sehr positives, bei welcher wir viele gelernt haben und hoffen, vielleicht dem ein oder anderen zukünftigen Lehrer aus unserer Runde, zu weiteren eigenen Ideen inspiriert zu haben.

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Institut für WAT der Universität Potsdam

Seminar: BWL-Begleitseminar

Betreuer: Dr. Benjamin Apelojg

Studierende: Gunawardena, John

Neuschäfer-Rube, Florian

Pöpel, Simon

Thema der Unterrichtseinheit:

Marketing - Mix

Planung einer 45- bis 90- minütigen Unterrichtsstunde

Fach: WAT – Bereich Ökonomische Bildung

Empfohlene Klassenstufe: 10

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Einordnung in den Rahmenlehrplan des Landes Brandenburg

Themenfeld:	2. Haushalt und Konsum
Inhalte:	3. Konsum, Markt und Politik
Klassenstufe:	9/10
Kompetenzbezug:	Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage den Einfluss von Anreizen und Restriktionen auf Entscheidungen in Haushalt und Unternehmen identifizieren.
Standard:	Die Schülerinnen und Schüler können- • Funktion und Auswirkungen von Wettbewerb und Wettbewerbsbeschränkungen beschreiben. (W5) • den Einfluss von Anreizen und Restriktionen auf Entscheidungen in Haushalt und Unternehmen Identifizieren. (W2)

Unser kompetenzorientiertes Stundenziel:

Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage die vier Marketinginstrumente zu definieren, einzuordnen und können diese auf ein Fallbeispiel anwenden.

Unsere Aufgabenstellungen lauten:

Aufgabenstellung
Wir möchten, dass ihr zunächst zusammentragt, welche Eigenschaften euer Produkt haben sollte. Dazu schreibt jeder einfach seine Gedanken auf das Plakat. Denkt daran, es gibt hierbei kein richtig oder falsch! Ihr habt 5 Minuten Zeit!
Wir möchten nun, dass ihr zusammentragt, welche Schwachstellen euer Produkt zurzeit hat. Dazu bekommt ihr ein Infoblatt mit den aktuellen Daten des Produktes. Ihr habt wieder 5 Minuten Zeit!
Nun bekommt ihr 4 verschiedene Texte zu den 4 P's, die ihr schon aus der letzten Stunde kennt. Jeder von euch liest EINEN Text und frischt sein Wissen zu einem P auf. Anschließend sammelt ihr in der Gruppe Ideen zur Verbesserung der Marketingstrategie, welche ihr in der nächsten Stunde präsentieren werdet. Ihr habt 15 Minuten Zeit.

Sachanalyse: Marketing – Mix

Ausgangssituation:

- Schülerinnen und Schüler verfügen bereits Wissen über die vier Marketing Punkte
- Die Klasse wird in Gruppen aufgeteilt (möglichst 4-6Schüler in einer Gruppe)
- Rollenspiel – Es werden zwei Vertreter der Firma GreenTec AG eingeladen (werden von Lehrkräften gespielt [sonst besteht Gefahr von „Schleichwerbung“].

Definition Marketing:

Marketing, verstanden als die Ausrichtung aller Unternehmensaktivitäten auf die Erfordernisse aktueller und potentieller Märkte

(vgl. Meffert/Burmann/Kirchgeorg, 2012, S.10)**.**

Situation	Vertreter des Vorstandes stellen dem Innovationsteam (Schüler) den Beschluss des Vorstandes vor, für die 3 Produkte *„GreenBox“ „GreenPhone“ „GreenEars“* einen Marketing-Mix zu erstellen. Jede Entwicklergruppe bekommt ein Produkt und sammelt Ideen.
Vorstands-vertreter 1	Werte Kollegen, ich begrüße Sie zur heutigen Sitzung der Marketing Abteilung. Ich freue mich Ihnen die neuesten Vorstandsbeschlüsse vorzustellen. Bei der gestrigen Sitzung des Vorstandes wurden die aktuellen Zahlen unserer 3 Haupt-Vertriebsprodukte: *„GreenCube“ „GreenPhone“* und *„GreenEars“* ausgewertet. Dabei zeigte sich, dass eine Veränderung unserer Marketing-Strategie notwendig ist, deshalb auch das heutige Meeting.
Vorstands-vertreter 2:	Wir haben Sie bereits in 3 Teams aufgeteilt. Jedes Team wird sich mit jeweils einem Produkt beschäftigen und einen neuen Marketing Mix erstellen. Anschließend werden die Ideen präsentiert und eine Anpassung der Marketing Strategie vorgenommen. Zunächst haben Sie 5 Minuten Zeit Ihre ersten Gedanken zum Produkt zu sammeln.

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Verlaufsplan Unterrichtsstunde Marketing - Mix (10:30 – 11:15)

Zeit	**Unterrichts-phase**	**Ziel**	**Sozialform/ Methode**	**Lehrer-Schüler-Aktivität**	Material
10:30	Begrüßung		Gelenktes Unterrichts-gespräch	L. fragt die SuS, wie es ihnen geht. L. stellt kurz die Ausgangssituation vor bzw. stellt die beiden Vertreter vor	
10:35	Einstieg	*Einführung in Rollenspiel*	Rollenspiel	Vertreter stellen sich mit einem Rollenspiel vor.	
10:40	Einstieg		Gelenktes Unterrichts-gespräch	Vertreter verteilen Aufgaben an die SuS Aufgaben werden kurz erläutert.	
10:45	Erarbeitung	*SuS werden sensibilisiert für Produkt-anforderungen*	Gruppenarbeit / Brain-storming	SuS sammeln erste Gedanken zu Produktanforderungen.	AB, Stifte, Plakate
10:50	Erarbeitung	*SuS erkennen Ansatzpunkte für Anpassungen*	Gruppenarbeit / Brain-stroming	SuS sammeln Schwachstellen des Produktes mit Hilfe des Produktinfo-Blattes	AB, Stifte, Plakate, Produktinfo-Blatt
10: 55	Erarbeitung	*Auffrischung der Kenntnisse über 4P und Anwendung*	Gruppenarbeit / Brain-stroming	SuS lesen Infotexte zu 4P und sammeln Ideen zur Anpassung des Marketing-Mix	AB, Stifte, Plakate, Infotexte 4P
11:10	Abschluss/ Verabschiedung		Gelenktes Unterrichts-gespräch	L. gibt Ausblick auf die nächste Stunde, in der die Ergebnisse der Gruppen präsentiert werden.	

Abkürzungen:

- SuS – Schülerinnen und Schüler, S - Schülerin oder Schüler, L – Lehrkraft

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Anlagen

Übersicht:

- Anlage 1: Informationsblätter über die vier Punkte des Marketing – Mix ´es
  - Quelle: Unterrichtseinheit zum Marketing-Mix (S. 6-9) http://www.wirtschaftundschule.de/fileadmin/user_upload/unterrichtsmaterialien/unternehmen_und_markt/Marketing-Mix/Unterrichtseinheit_Marketing-Mix.pdf
- Anlage 2: Arbeitsblätter „GreenPhone“, „GreenEars“ und „GreenBox“

Anlage 1

Informationsblatt: Produktpolitik

Die Produktpolitik gehört zum sogenannten Marketing-Mix, den ein Unternehmen zur Erreichung seiner Marketingziele einsetzt.

Unter Produktpolitik versteht man alle Entscheidungen eines Unternehmens, die im Zusammenhang mit dem Produkt stehen.

Vor der Markteinführung eines Produktes steht die Produktentwicklung. Sie umfasst alle Maßnahmen zur Festlegung von Produkteigenschaften, wie beispielsweise die Festlegung des Namens, der Verpackung und der Qualität.

Befindet sich ein Produkt auf dem Markt, kann es vorkommen, dass es den Anforderungen der Konsumenten nach einiger Zeit nicht mehr gerecht wird. Jedes Produkt unterliegt einem Produktlebenszyklus, welcher die Zeitdauer zwischen der Einführung eines Produktes und der Herausnahme aus dem Markt umfasst.

Es muss diesbezüglich vom Unternehmen entschieden werden, ob eine Produktinnovation, Produktvariation oder eine Produktelimination vorgenommen werden soll.

<u>Produktinnovation:</u>
Der Begriff der Innovation bedeutet, etwas Neues zu schaffen. Demzufolge kann eine Produktinnovation als ein komplett neu geschaffenes Produkt verstanden werden.

<u>Produktvariation:</u>
Bereits auf dem Markt befindliche Produkte werden in ihren Produktmerkmalen und -eigenschaften verändert (also variiert) und so den Bedürfnissen der Konsumenten angepasst (z.B. ein Laptop bekommt leistungsstärkere Akkus).

<u>Produktelimination:</u>
Bereits auf dem Markt befindliche Produkte werden vom Markt eliminiert, d.h. vom Markt entfernt.

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Informationsblatt: Preispolitik

Die Preispolitik gehört zum sogenannten Marketing-Mix, den ein Unternehmen zur Erreichung seiner Marketingziele einsetzt.

Die Preispolitik umfasst alle Entscheidungen der Preisbildung, die sich aus den Komponenten Anbieter, Nachfrager und Wettbewerber zusammensetzt.

Bevor das Produkt auf den Markt kommt, muss die Preisbildung folgende Faktoren berücksichtigen: Die Herstellungskosten (Wie viel kostet die Herstellung des Produktes?), die Nachfrage (Was ist der Käufer bereit, für das Produkt zu bezahlen?) und die Konkurrenz (Welches Preis-Leistungs-Verhältnis bietet die Konkurrenz?).

Ist ein Produkt auf dem Markt, stehen dem Anbieter vier verschiedene Strategien im Rahmen der Preispolitik zur Verfügung:

1. Mengenmäßige Preisdifferenzierung[1]:
Der Preis richtet sich nach der Menge bzw. dem Wert des Einkaufs. Je größer dieser ist, desto günstiger fällt der Preis aus.

2. Zeitliche Preisdifferenzierung:
Je nach Zeitpunkt, an dem die Nachfrage erfolgt, werden verschiedene Preise verlangt (z.B. Sonderpreise vor Weihnachten).

3. Personelle Preisdifferenzierung:
Dasselbe Produkt wird unterschiedlichen Zielgruppen zu verschiedenen Preisen angeboten (z.B. erhalten Schüler das Produkt günstiger).

4. Räumliche Preisdifferenzierung:
Die Preise werden nach Regionen, Ländern etc. unterschieden (differenziert). Eine Preisdifferenzierung kann auch nach dem Absatzweg vorgenommen werden (z.B. ist ein Produkt im Einzelhandel teurer als im Internet).

[1] Die Begriffe „Preisdifferenzierung“ und „Preisunterscheidung“ können synonym verwendet werden.

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Informationsblatt: Kommunikationspolitik

Die Kommunikationspolitik gehört zum sogenannten Marketing-Mix, den ein Unternehmen zur Erreichung seiner Marketingziele einsetzt.

Die Beziehungen zwischen Unternehmen und Kunden sind durch eine Vielzahl von Kommunikationsvorgängen gekennzeichnet, die alle miteinander abgestimmt werden müssen. Die Kommunikationspolitik eines Unternehmens hat das Ziel den Absatz zu fördern und den Bestand des Unternehmens zu sichern.

Bevor das Produkt auf den Markt kommt, ist es jedoch unabdinglich das Werbebudget zu bestimmen (Wie viel Geld steht zur Verfügung?). Ferner muss die Produkt- und Preispolitik feststehen.

Ist ein Produkt auf dem Markt, zählen zu den Instrumenten der Kommunikationspolitik:

1. Werbung:
Bewusste Maßnahmen, um Produkte/Dienstleistungen dem Verbraucher bekannt zu machen (z.B. Anzeigen in Zeitschriften).

2. Verkaufsförderung:
Maßnahmen zur Unterstützung aller Beteiligten am Absatzprozess und der Werbemaßnahmen (z.B. Verkaufstraining der Mitarbeiter, Preisausschreiben, Gutscheine)

3. Öffentlichkeitsarbeit:
Das Unternehmen wirbt nicht für ein bestimmtes Produkt, sondern für das Unternehmen als Ganzes. Das Ansehen in der Öffentlichkeit soll gepflegt und/oder verbessert werden (z.B. Tag der offenen Tür, Autogrammstunden).

4. Sponsoring:
Das Unternehmen fördert Personen/Organisationen im sportlichen, kulturellen und/oder sozialen Bereich (z.B. finanzielle Förderung sportlicher Veranstaltung durch einen Markenhersteller).

5. Produktplatzierung:
Einbindung eines Produktes in andere Medien (z.B. Platzierung von Produkten in Kinofilmen).

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Informationsblatt: Distributionspolitik

Die Distributionspolitik gehört zum sogenannten Marketing-Mix, den ein Unternehmen zur Erreichung seiner Marketingziele einsetzt.

Produzierte Waren müssen ihre Käufer erreichen. Die Distributionspolitik legt fest, auf welchem Weg die Produkte vom Verkäufer zum Käufer kommen.

Bevor ein Produkt auf den Markt kommt, müssen für distributionspolitische Entscheidungen u.a. berücksichtigt werden:

- Größe und Finanzkraft des Unternehmens
- Erklärungsbedürftigkeit des Produktes
- Transportfähigkeit des Produktes

Ist ein Produkt bereits auf dem Markt, müssen potenzielle Absatzwege und die Bedürfnisse der Kunden regelmäßig überwacht werden sowie die Organisation und Steuerung des Verkaufs gegebenenfalls angeglichen werden. Es muss demnach regelmäßig entschieden werden, ob der Vertrieb über den

- Verkauf im Ladeneinzelhandel,
- Verkauf über den klassischen Katalog-Versandhandel,
- Verkauf über den Internet-Versandhandel und/oder
- Verkauf durch Vertreter (Handelsvertreter, Makler)

erfolgt. Die Entscheidung für einen Vertriebsweg muss einen anderen jedoch nicht ausschließen. Eine Kombination der Absatzwege ist heutzutage sogar die Regel.

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Anlage 2

GreenBox

Aufgabe: Entwickeln Sie eine neue Marketingstrategie für das Produkt mit dem Ziel der Umsatzsteigerung!

Aktuelle Produktinformationen:

Produktdetails:

Maße: 40cm x 20cm x 20cm
Kabellos
Anschlüsse: Line-in (3.5mm), Line-in (RCA), USB
Batterie- und Netzbetrieb
Hochprofessioneller Klang

Preis:

Verkauf: 150€

Vermarktung:

Radiowerbung
Werbetafeln
Werbestände bei Messen

Vertrieb:

Über GreenShop und ausgesuchte Fachhändler

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

GreenEars

Aufgabe: Entwickeln Sie eine neue Marketingstrategie für das Produkt mit dem Ziel der Umsatzsteigerung!

Aktuelle Produktinformationen:

Produktdetails:

Kabelgebunden (1,5m)
Farbe: schwarz
Anschlüsse: 3.5mm Klinke
Hochprofessioneller Klang

Preis:

Verkauf: 150€

Vermarktung:

Radiowerbung
Werbetafeln
Werbestände bei Messen

Vertrieb:

Über GreenShop und ausgesuchte Fachhändler

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

GreenPhone

Aufgabe: Entwickeln Sie eine neue Marketingstrategie für das Produkt mit dem Ziel der Umsatzsteigerung!

Aktuelle Produktinformationen:

Produktdetails:

Maße: 5.1 Zoll
Technische Daten vergleichbar mit Samsung Galaxy S6 Edge - Farbe: schwarz

Preis:

Verkauf: 500€

Vermarktung:

Radiowerbung
Werbetafeln
Werbestände bei Messen

Vertrieb:

Über GreenShop und ausgesuchte Fachhändler

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Reflexion zur Wirtschaftsstunde:

Wie ist unsere Wirtschaftsstunde verlaufen?

Zum Zeitpunkt der Stundendurchführung war geplant, die Auswertung der Gruppenarbeit in derselben Stunde durchzuführen. Dementsprechend war das Brainstorming nicht zweigeteilt und für die gesamte Gruppenarbeit war weniger Zeit eingeplant. Die Unterrichtsstunde wurde, wie ursprünglich geplant, durchgeführt. Nach der Reflexion wurde die Unterrichtsplanung angepasst (siehe Verlaufsplan)

Was war das Ziel unserer Unterrichtsstunde? Haben wir dieses erreicht?

- SuS sollten Eindruck bekommen, wie es in einem realen Unternehmen abläuft und warum manche Produkte einfach nicht bei Kunden/ Jugendlichen ankommen.
- SuS sollen lernen Produkte zu verbessern, die ihrer Meinung nach optimiert werden sollten.
- SuS sollen lernen mit ihrer Kreativität umzugehen und sie in die Praxis umsetzen.
- SuS sollen ein Gespür entwickeln wie ökonomisches Denken abläuft und funktioniert.
- Wirtschaftliches Handeln in die Tat umsetzen.
- SuS sollen die 4P's wiederholen und an einem praktischen Beispiel anwenden.
- SuS sollen Einblick in Marketing-Mix-Entwicklung bekommen.

Was ist uns gut gelungen?

- Thema trifft das Niveau von Schülern der 10.Klasse.
- Aufgabenstellung wurde sehr gut verteilt.
  → Schüler lesen verschiedene Infoblätter.
- Es sollte viel Zeit zum Ausarbeiten und Überarbeiten einer so komplexen Aufgabe gegeben werden.
- Lehrerpersönlichkeiten kamen gut an.
- SuS fanden gut, dass sie selbst kreativ und aktiv sein konnten.

Was hätte besser verlaufen/geplant/vorbereitet werden sollen?

- Kritik: → Kein echtes Unternehmen einladen.
- Ggf. etwas mehr Input zum Thema Marketing.
- Einstieg wurde als etwas hölzern empfunden.
- Die Komplexität einer solchen Aufgabe nutzen, und nicht als bloßen „Einstieg" in das Thema 4P´s verwenden.
- Aufgabenstellung hätte teilweise besser erklärt werden können.

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Institut für WAT der Universität Potsdam

Seminar: BWL-Begleitseminar

Betreuer: Dr. Benjamin Apelojg

Studierende: Klich, Nicolas

Krüger, Malte

Thema der Unterrichtseinheit:

Magisches Viereck

Planung einer 45- bis 90- minütigen Unterrichtsstunde

Fach: WAT – Bereich Ökonomische Bildung

Empfohlene Klassenstufe: 10

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Einordnung in den Rahmenlehrplan des Landes Brandenburg

Themenfeld:	3. Produktion und Unternehmen
Inhalte:	2. Das Unternehmen als ökonomisches System
Klassenstufe:	9/10
Kompetenzbezug:	Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage Ergebnisse unternehmerischer Entscheidungen in ihren Auswirkungen auf die Unternehmen selbst, die Haushalte und den Staat nach den Kriterien der Produktivität, Effizienz, Partizipation und Gerechtigkeit bewerten.
Standard:	W8 Probleme und Folgen ökonomischer Entwicklungen und Maßnahmen identifizieren, Zielkonflikte bestimmen und nach ökonomischen, sozialen und ökologischen Kriterien bewerten.

Unser kompetenzorientiertes Stundenziel:

Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage die Grundlagen der Wirtschaftspolitik zu verstehen und einzuordnen.

Unsere Aufgabenstellungen lauten:

Aufgabenstellung
1. Lesen Sie den gegebenen Text und gestalten Sie eine Übersicht.
2. Vergleichen Sie Ihre Übersicht mit der Abbildung an der Tafel.
3. Wie hängen die wirtschaftlichen Ziele zusammen?
4. Warum ist das Viereck „magisch“?

Sachanalyse: Magisches Viereck

Definition Magisches Viereck:

- beschreibt die vier wirtschaftspolitischen Ziele Preisstabilität, Hoher Beschäftigungsstand, Außenwirtschaftliches Gleichgewicht und Wirtschaftswachstum
- gesetzlich 1967 in Form des Stabilitätsgesetzes
- magisch deshalb weil Zielkonflikt zwischen den Zielen besteht → können nicht alle gleichzeitig erreicht werden
- es kann aber in bestimmten Situationen dazu kommen, dass zwei der vier Zielegleichzeitig erreicht werden

Preisstabilität :

Die Preisstabilität wird über den Index der Verbraucherpreise ermittelt (Inflationsrate). Hier liegt der Toleranzbereich bei 0-2 %. Daher sollen die Preise, innerhalb eines Jahres, maximal um 2% steigen oder fallen.

Hoher Beschäftigungsstand :

Teilt man die Anzahl der registrierten Arbeitslosen durch die Anzahl aller Erwerbstätigen und der Arbeitslosen insgesamt, berechnet man die Arbeitslosenquote. Dabei sollte die Arbeitslosenquote maximal bei 3 % liegen.

Außenwirtschaftliches Gleichgewicht :

Gemessen wird dieses Gleichgewicht an dem Außenbeitrag (Differenz aller exportierten und importierten Waren und Dienstleistungen) dividiert durch das Bruttoinlandsprodukt und multipliziert mit 100. Ziel ist ein ausgeglichenes Verhältnis von Im- und Export.

Wirtschaftswachstum :

Bei der Zunahme des Bruttoinlandsprodukts wächst die Wirtschaft. Bei Abnahme passiert gegenteiliges. Der Zielwert richtet sich auf eine Zunahme des Wirtschaftswachstums, allerdings sollte dieses jährlich begrenzt um 3-4% steigen.

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Verlaufsplan Unterrichtsstunde zum Magischen Viereck (10:00 – 10:45)

Zeit	**Unterrichts-phase**	**Ziel**	**Sozialform/ Methode**	**Lehrer-Schüler-Aktivität**	Material
10:00	Einstieg	*Die SuS werden motiviert.*	Lehrer-vortrag	L: Begrüßung der Schüler L: Magisches Viereck als „magisch“ verkaufen. SuS staunen.	
10:05	Erarbeitung	*Die SuS eignen sich Informationen/ Wissen an.*	Einzelarbeit	L: Stellt die erste Aufgabe. SuS lesen den Text. Entwickeln eine für sie verständliche, übersichtliche Darstellungsform des Textinhalts.	Text
10:20	Reflexion	*Die SuS erfassen Darstellungen und können diese vergleichen.*	Unterrichts-gespräch	L: Stellt die zweite Aufgabe und deckt die Darstellung an der Tafel auf. SuS vergleichen ihre Überlegungen mit der Darstellung an der Tafel.	Tafel
10:30	Fazit	*Die SuS versuchen problemorientiert zu denken und zu handeln.*		L: Stellt Aufgabe 3 + 4. SuS äußern ihre Überlegungen.	
10:40	Verabschiedung			Zusammenfassung des L. Verabschiedung der SuS	

Abkürzungen:

- SuS – Schülerinnen und Schüler, S - Schülerin oder Schüler, L – Lehrkraft

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Anlagen

Das Magische Viereck

Das magische Viereck beinhaltet vier wirtschaftspolitische Ziele, die gleichzeitig in der staatlichen Wirtschaftspolitik im Stabilitätsgesetz von 1967 festgelegt wurden. Die Bestandteile des Vierecks setzen sich aus verschiedenen wirtschaftspolitischen Zielen zusammen:

Preisstabilität:
Die Preisstabilität wird über den Index der Verbraucherpreise ermittelt (Inflationsrate). Hier liegt der Toleranzbereich bei 0-2 %. Daher sollen die Preise, innerhalb eines Jahres, maximal um 2% steigen oder fallen.

Hoher Beschäftigungsstand:
Teilt man die Anzahl der registrierten Arbeitslosen durch die Anzahl aller Erwerbstätigen und der Arbeitslosen insgesamt, berechnet man die Arbeitslosenquote. Dabei sollte die Arbeitslosenquote maximal bei 3 % liegen.

Außenwirtschaftliches Gleichgewicht:
Gemessen wird dieses Gleichgewicht an dem Außenbeitrag (Differenz aller exportierten und importierten Waren und Dienstleistungen) dividiert durch das Bruttoinlandsprodukt und multipliziert mit 100. Ziel ist ein ausgeglichenes Verhältnis von Im- und Export.

Wirtschaftswachstum:
Bei der Zunahme des Bruttoinlandsprodukts wächst die Wirtschaft. Bei Abnahme passiert gegenteiliges. Der Zielwert richtet sich auf eine Zunahme des Wirtschaftswachstums, allerdings sollte dieses jährlich begrenzt um 3-4% steigen.

Werden alle 4 Ziele erreicht, spricht man von einem gesamtwirtschaftlichen Gleichgewicht. Das Erreichen des Gleichgewichts ist aber unmöglich und nur mit *magischen Kräften* zu schaffen. Das liegt daran, dass:

_____
_____
_____
_____
_____
_____

Quelle: http://www.wirtschafts-lehre.de/magisches-viereck.html

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Reflexion zur Wirtschaftsstunde:

Wie ist unsere Wirtschaftsstunde verlaufen?

Die Stunde begann und der Geräuschpegel senkte sich. Malte Krüger beschrieb den SuS dann, was wir heute vorhaben und erzählte ein bisschen dazu. Daraufhin teilte Nicolas Klich das Arbeitsblatt an alle aus, formulierte die Aufgabe und die Schüler begannen mit der Bearbeitung. Bald darauf folgten Fragen zu der eigentlichen Aufgabenstellung, da sie nirgends formuliert war und nur mündlich an die SuS weitergegeben wurde. Mit den Fragen erhöhte sich der Geräuschpegel innerhalb der Klasse und damit begannen auch weitere Unterrichtsstörungen. Die Konzentration von vielen war damit hinüber. Malte Krüger versuchte die Unterrichtsstörungen zu unterbinden, was ihm auch zum Teil gelang. Nicolas Klich hingegen begann inzwischen mit der Bearbeitung der Graphik an der Tafel mit einem Schüler, der ihm alle richtigen Lösungen mitteilte. Zum Schluss übernahm Malte Krüger wieder das Wort und stellte die Aufgabe Nr. 4, die dann von einem Schüler beantwortet wurde und Malte Krüger fand mit dieser Idee einen passenden Abschluss der Unterrichtseinheit.

Was war das Ziel unserer Unterrichtsstunde? Haben wir dieses erreicht?

Ziel war es, die Schüler näher an die wirtschaftspolitischen Ziele heranzuführen und besonders das „magische Viereck“ zu vermitteln. Dabei sollten die Schülerinnen und Schüler erkennen, dass beim „Magischen Viereck“ niemals alle wirtschaftspolitischen Ziele gleichzeitig erreicht werden können. Außerdem war es uns wichtig, dass nahezu ein gutes Arbeitsklima in der Klasse herrscht, sodass sich jeder konzentrieren kann und die Aufgaben voll erfüllen kann.

Was ist uns gut gelungen?

Gut gelungen ist, dass wir versucht haben gegen Unterbrechungen des Unterrichts vorzugehen und jene Störung auf diese Weise mit der gelben und roten Karte manchmal beseitigen konnten. Vor allem hatte sich Malte Krüger bei einem Schüler daneben gestellt und konnte somit dafür sorgen, dass dieser Schüler insgesamt ruhiger wurde. Außerdem hatten wir am Ende des Unterrichts eine vervollständigte Graphik vorn an der Tafel, deren Inhalte von einem Schüler zusammengetragen wurden.

Was hätte besser verlaufen/geplant/vorbereitet werden sollen?

Wie uns auch von unseren Kommilitonen geraten wurde, hätten wir nichts allzu stark auf Störungen eingehen sollen. Auch die Taktik mit der gelben und roten Karte hat schnell an Respekt seitens der Schüler verloren. Außerdem hätten auf dem Informationsblatt definitiv die Aufgaben formuliert werden sollen, da die Schüler sehr oft nachgefragt hatten, wie die eigentliche Aufgabe lautet. Noch dazu war es unklar, dass die untere Aufgabe auf dem Arbeitsblatt erst im zweiten Teil der Stunde gelöst werden sollte. Ebenfalls konnten wir nicht von ausgehen, dass am Ende jeder Schüler die Ergebnisse in seinem Heft hat, um sie im weiteren Verlauf der Wirtschaftsstunden nutzen zu können. Vielleicht hätte man auch versuchen sollen, die SuS die Ergebnisse vorn an der Tafel anschreiben zu lassen. Wichtig ist es auch immer darauf zu achten, wie uns Kommilitonen sagten, dass man die Idee der Schüler aufgreift, damit sie ihre Motivation nicht verlieren, sondern motiviert werden weiterzumachen, da ihre eigene Idee weiterentwickelt wird. Insgesamt war es eine unruhige Stunde, bei der noch viel Potenzial nach oben war.

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Sonstiges:

Zum Schluss lässt sich sagen, dass die Stunde zwar nicht optimal lief, aber es dennoch eine interessante Erfahrung war, so eine Unterrichtsstunde einmal vorzubereiten und anschließend durchzuführen. Und mit der Erfahrung, die man macht, steigt bekanntlich ja auch die Erkenntnis und man kann es beim nächsten Mal ein Stück besser machen.

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Institut für WAT der Universität Potsdam

Seminar: BWL-Begleitseminar

Betreuer: Dr. Benjamin Apelojg

Studierende: Gäbelein, Christoph

Weber, Marc

Thema der Unterrichtseinheit:

Konjunkturzyklus

Planung einer 45-minütigen Unterrichtsstunde

Fach: WAT – Bereich Ökonomische Bildung

Empfohlene Klassenstufe: 10

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Einordnung in den Rahmenlehrplan des Landes Brandenburg

Themenfeld:	3. Produktion und Unternehmen
Inhalte:	4. Das Unternehmen als ökonomisches System
Klassenstufe:	9/10
Kompetenzbezug:	Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage Einnahmen und Ausgaben von Unternehmen zu analysieren, Modelle zu bilden sowie die Einflussfaktoren und Handlungsspielräume auf die Kosten zu bestimmen.
Standard:	W4 Ökonomische Akteure in ihren Funktionen, Zielen und Interessen erläutern, ökonomische Prozesse identifizieren sowie die Wechselwirkungen und Auswirkungen von Änderungen beispielhaft analysieren, insbesondere • Einnahmen und Ausgaben von Haushalten, Unternehmen und Staat im Wirtschaftskreislauf • Lebenszyklus ausgewählter Produkte (von der Einführung bis zur Entsorgung), • Arbeitsteilung und Handel in ihren Auswirkungen auf Produktivität, Effizienz, Wohlstand und Erwerbstätigkeit.

Unser kompetenzorientiertes Stundenziel:

Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage Wechselwirkungen und Auswirkungen ökonomischer Prozesse auf Einnahmen und Ausgaben von Haushalten, Unternehmen und des Staates zu erläutern.

Unsere Aufgabenstellungen lauten:

Aufgabenstellung
Überlegt euch einige Ursachen für die Konjunkturschwankungen und die daraus resultierenden Folgen.
Beschäftigt euch mit der Theorie des *deficit-spending* und analysiert das Für und Wider.

Sachanalyse: Konjunkturzyklus und Faktoren /Geldwertveränderungen

Konjunktur = Schwankungen aller wichtigen gesamtwirtschaftlichen Größen wie Produktion, Ex- und Import, Beschäftigung und Preise.
- zyklus = Bezeichnung für den Zeitabschnitt zwischen Beginn der ersten und Ende der letzten Konjunkturphasen
- phasen = Schwankungen des Bruttoinlandsprodukt. Werden in 4 Abschnitte unterteilt:

Aufschwungphase / Expansionsphase (BIP steigt)
Nach unterem Wendepunkt; wird als Erholung bezeichnet.
Gekennzeichnet durch gesteigerte(s):

- Beschäftigung
- Einkommen
- Nachfrage
- Geldmenge

Boom / Hochkonjunktur (BIP steigt langsamer)
Nachfrage übersteigt das Angebot.
Gekennzeichnet durch gesteigerte(s):

- Preise
- Inflationsrate
- Produktionsfaktoren sind ausgelastet / z.T. überlastet
- Expansive Lohnpolitik durch Gewerkschaften (Lohn-Preis-Spirale)

Abschwungsphase / Rezession (BIP sinkt)
Nach Erreichen des oberen Wendepunktes.
Gekennzeichnet durch gesteigerte(s):

- Rückgang der privaten Investitionen
- Arbeitslosigkeit
- Konsum Rückhalt
- Finanzielle Verluste
- Einkommensverluste

Tiefstand / Depression
Gekennzeichnet durch gesteigerte(s):

- Arbeitslosigkeit
- Investitionsrückgang
- Bankenliquidität
- geringe Kapazitätsauslastung

Einflussfaktoren sind:

1. Direktinvestitionen (ausländisch / inländisch)
2. Unternehmensgründungen
3. Zuflüsse von ausländischem Kapital

Geldwertveränderungen

Im Gegensatz zum Außenwert des Geldes, der das Wertverhältnis zwischen verschiedenen Währungen ausdrückt, hängt die Kaufkraft des Geldes von den Güterpreisen im Inland ab. Diese Preise ändern sich dauernd. Dabei können sich die einzelnen Preisänderungen bei den verschiedenen Gütern untereinander ausgleichen. Der Geldwert beleibt dann stabil. Steigt oder fällt jedoch das allgemeine Preisniveau, dann ändert sich der Geldwert. Es kommt zu einer Inflation oder Deflation.

Man unterscheidet verschiedene Formen der Inflation:

Offene Inflation:	Preise steigen für jeden erkennbar.
Verdeckte Inflation:	Preisniveau wird durch einen allgemeinen staatlichen Preisstop geschalten
Schleichende Inflation:	Jährlicher Preisanstieg zwischen 1-2%
Beschleunigte Inflation:	Jährlicher Preisanstieg >2%

Aus übermäßigen Inflationen resultieren erhebliche Störungen des wirtschaftlichen Gleichgewichts. Gestiegene Preise werden erst mit einem erheblichen zeitlichen Abstand durch die Anhebung des Nominaleinkommens ausgeglichen.

„Die Gläubiger verlieren und die Schuldner gewinnen“, da die Schulen mit Geld von geringem Wert zugezahlt werden.

Instabile Geldwerte haben enormen Einfluss auf die Wirtschaft. So können diese bei stark Exportabhängigen Unternehmungen zur Schwächung der Konkurrenzfähigkeit führen und den Wettbewerb verzerren, welches Wiederum auf die Beschäftigung und die Liquidität der Haushalte und der Unternehmen Auswirkungen hat.

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Verlaufsplan Unterrichtsstunde zum Konjunkturzyklus (10:30 – 11:15)

Zeit	**Unterrichts-phase**	**Ziel**	**Sozialform/ Methode**	**Lehrer-Schüler-Aktivität**	Material
10:30	Einstieg	*Die SuS finden wieder in das Thema*	Gelenktes Unterrichts-gespräch	Begrüßung	
10:32	Erarbeitung	*Die SuS reaktivieren bereits Gelerntes zum besseren Verständnis*	Gelenktes Unterrichts-gespräch	L: Fragt nach den Geldwertveränderungen (Deflation/Inflation), nach deren Ursachen und Folgen. S: Erläutert die Geldwertveränderung durch Beispiele. L: Fragt nach dem Kenntnisstand über den Konjunkturbegriff S: Beantwortet die gegebene Frage nach eigenem Wissensstand. L: Klärt auf und gibt somit die Basis für folgende Einzelarbeit.	Stellt Tafel-Grafik des Konjunktur-zyklus vor
10:37	Erarbeitung	*Die SuS erarbeiten sich eigenständig Einflusskriterien der Konjunktur*	Einzelarbeit	L: Überlegt euch geeignete Einflussfaktoren der Konjunktur S: Beantworten die Aufgabenstellung mit z.B: • Marktsättigung oder Kaufkraft • Schwankungen der betrieblichen • Investitionstätigkeiten • Schwankungen des Ex-/Imports • Innovationseinfluss • ect. L: Fragt nach welches Kriterium welchen Einfluss auf den Konjunkturverlauf hat.	
10:45	Vorbereitung	*Die SuS bleiben wach und bekommen*	Gruppen-arbeit	L: Begebt euch bitte in 3 gleich große Gruppen und fasst gemeinsam die wesentlichen Punkte	Aushändigen der

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

		Bewegung		eures AB zusammen.	Arbeitsblätter
10:50	Durchführung	*Die SuS beschäftigen sich mit dem Thema ausführlich*	Gruppen-arbeit	Gruppe 1: Kennzeichen der Konjunkturphasen Gruppe 2: *Deficit-Spending* Theorie	Arbeitsblätter
10:58	Durchführung Phase 2	*Die SuS beschäftigen sich mit den Themen vertieft durch Wiederholung und Interaktion*	Gruppen-arbeit	L: Die 2 Gruppen teilen sich nun in zwei Hälften auf. Je ein Teil jeder Gruppe geht nun zum anderen Teil der anderen Gruppe. Dort werden die vorherigen Informationen ohne Arbeitsblatt gemeinsam ausgetauscht und den anderen Schülern beigebracht.	
11:06	Auswertung	*Die SuS haben fundiertes Grundwissen über den Zyklus und der verbundenen Theorie*	Gelenktes Unterrichts-gespräch	L: Sucht Sich Schüler aus, die entsprechende Fragen beantworten: 1. Was besagt die DS-Theorie? 1. Was sind die gekennzeichneten K-Phasen und wer möchte diese am vorhandenen Tafelbild ergänzen?	Tafelbild wird durch SuS vervollständigt
11:14	Abschied	*Die SuS fühlen sich gestärkt durch die Betankung und haben die Möglichkeit in der nächsten Stunde vorbereitet zu sein.*	Gelenktes Unterrichts-gespräch	L: Bedankt sich für die gute Mitarbeit und freut sich auf die nächste Unterrichtsstunde und kündigt an, dass nächste Stunde die Konjunkturpolitik als Thema vorkommt.	

Abkürzungen:

- SuS – Schülerinnen und Schüler, S - Schülerin oder Schüler, L – Lehrkraft

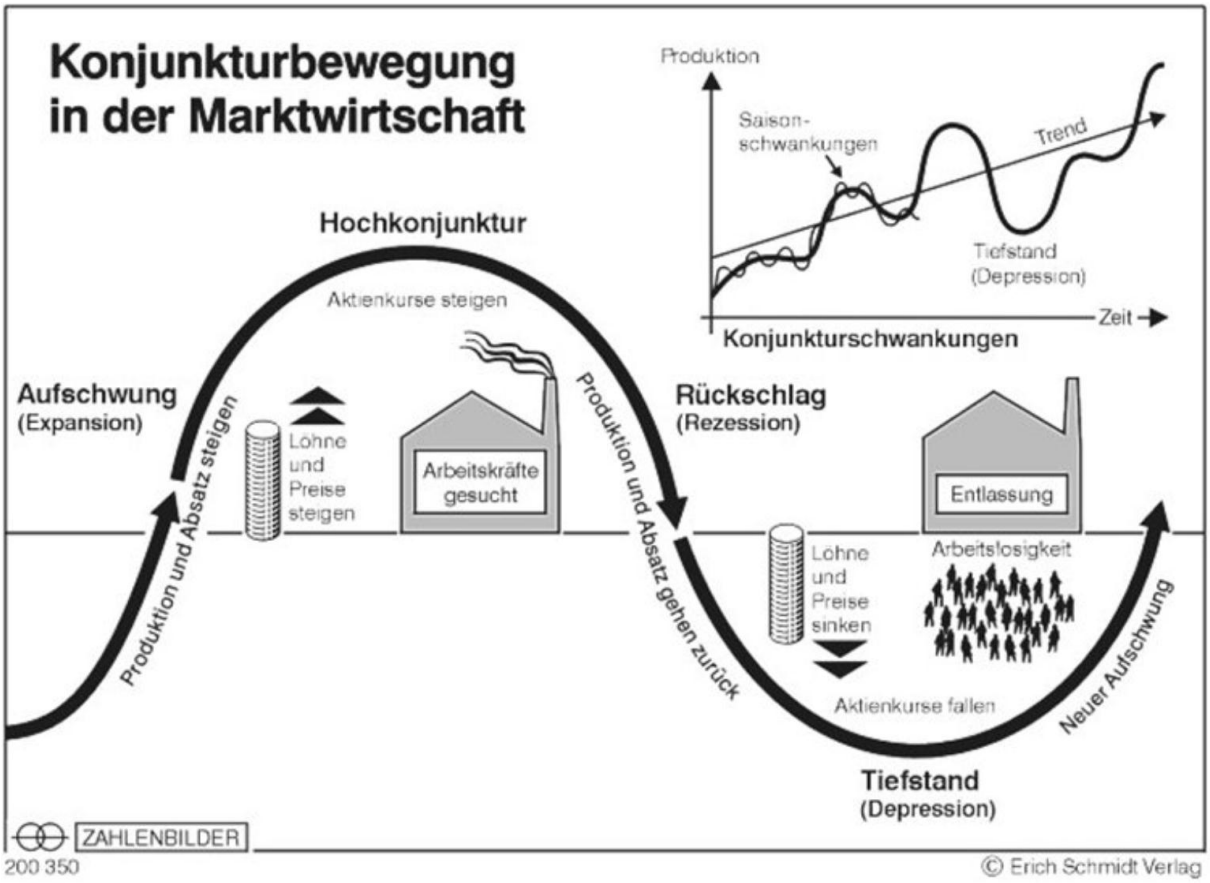
Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Anlagen

Übersicht:

- Anlage 1: Beispiel für das Tafelbild
- Anlage 2: Arbeitsblatt
- …

Anlage 1



Quelle: Konjunkturbewegung in der Marktwirtschaft“, Erich Schmidt Verlag, Zahlenbilder, 200 350.

Anlage 2

Arbeitsblätter auf zweite der folgenden Seite.

Arbeitsblatt muss in der Mitte aufgeteilt werden. Jede Hälfte wird einer Gruppe zugeordnet. Anzahl der Blätter ist variabel; jedoch ist es empfehlenswert, pro Arbeitsblatt maximal 2 SuS der Gruppe zu haben.

Quelle: http://www.politischebildung.com/pdfs/33_t3.pdf (letzter Aufruf am 21.01.2016 / 17 Uhr)

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Arbeitsblatt 1: Der Konjunkturzyklus

Aufgabenstellung 1:
- Lesen Sie das Arbeitsblatt sorgfältig durch und erklären Sie anschließend die jeweiligen Phasen der Konjunktur und deren Merkmale.
- Fassen Sie gemeinsam in der Gruppe die wesentlichen Punkte zusammen, dass jeder Gruppenteilnehmer die vollständigen Informationen bekommt.

Den Nachrichten kann man entnehmen, dass die Wirtschaft nicht gleichmäßig wächst, die Wirtschaftsentwicklung gleicht eher einer Wellenbewegung mit unterschiedlich hohen Ausschlägen. Die Politik versucht durch Eingriffe das Auf und Ab der Wirtschaftsentwicklung (= Konjunktur) so zu beeinflussen, dass ein möglichst gleichmäßiges Wirtschaftswachstum entsteht. Dies gelingt mit unterschiedlichem Erfolg. Der Konjunkturzyklus zeigt die Entwicklung der Wirtschaft: Er teilt sich in Phasen des Aufschwungs, in der die Wirtschaft wächst, bis hin zur Hochkonjunktur, das ist die Phase des größten Wirtschaftswachstums, und dann folgend die Phasen des Abschwungs bis hin zu dessen Tiefststand.

Arbeitsblatt 2: Deficit-Spending

Aufgabenstellung 2:
- Lesen Sie das Arbeitsblatt sorgfältig durch und erklären Sie anschließend den Begriff „Deficit-Spending“ und dessen Auswirkungen auf die Konjunktur.
- Fassen Sie gemeinsam in der Gruppe die wesentlichen Punkte zusammen, dass jeder Gruppenteilnehmer die vollständigen Informationen bekommt.

Der Staat versucht den Konjunkturverlauf im Sinne einer keynesianischen Wirtschaftspolitik positiv zu beeinflussen. Nach dem Ökonomen John Maynard Keynes soll der Staat vor allem in der Krise aktiv werden: Steuersenkungen, die Senkung der Kreditzinsen (Politik des „billigen Geldes“) und staatliche Investitionen (große Infrastrukturprojekte wie Straßen-, Schienen-, Schulbau etc.) sollen die Wirtschaft ankurbeln. Dafür nimmt man ein Budgetdefizit (deficit spending) und eine höhere Inflation in Kauf.
In der Hochkonjunktur sollte der Staat dann Ausgaben einsparen und durch höhere Zinsen und Steuern eine Überhitzung des Marktes verhindern. So soll möglichst lange die Konjunktur hinausgezögert werden, bis die Nachfrage einbricht und die Wirtschaft weniger wächst. Bei kritischer Betrachtung führen die zeitlichen Verzögerungen bei politischen Entscheidungen oft zu gegenteiligen Wirkungen. Außerdem bleibt der Zielkonflikt zwischen Inflation und Beschäftigung bestehen: Eine hohe Inflationsrate bedeutet eine geringere Arbeitslosigkeit und umgekehrt.

Reflexion zur Wirtschaftsstunde:

Wie ist unsere Wirtschaftsstunde verlaufen?

Christoph:

Am Anfang der Stunde wurde zunächst kurz auf den Inhalt der vorigen Unterrichtsstunden eingegangen. Die Inhalte wurden wiederholt und aufgefrischt. Durch ein gelenktes Unterrichtsgespräch konnten die SuS ihr bereits vorhandenes Wissen über den Konjunkturbegriff anwenden. Es entstand ein konstruktives Unterrichtsgespräch. Da nur eine verkürzte Zeit für die Unterrichtsstunde zur Verfügung stand, musste man das Unterrichtsgespräch allerdings auch schnell beenden. Die zuvor geplante Einzelarbeit der SuS zu den Konjunkturbegriffen, musste aufgrund der Zeit entfallen und wurde mit dem einführenden Unterrichtsgespräch abgedeckt. Nach Abschluss des Unterrichtsgesprächs wurden zwei Gruppen gebildet. Jede Gruppe bekam ein eigenes Aufgabenblatt, bestehende aus einem Informationstext und Aufgabenstellung, welches gemeinsam bearbeitet wurde. Die in der Gruppenarbeit erarbeiteten Informationen wurden anschließend zwischen den Gruppen ausgetauscht. Hierfür wurden die Gruppen neu zusammengesetzt. Zur Verfestigung der erlernten Inhalte erfolgte anschließend eine durch die Lehrperson angeleitete Zusammenfassung der Ergebnisse. Zum Abschluss der Stunde wurde von einem ausgewählten Schüler der gesamte Konjunkturzyklus an die Tafel skizziert und beschriftet.

Marc:

Die Stunde verlief zunächst reibungslos. Nach der kurzen Einführung der Unterrichtsklasse bezüglich des vorangegangenen Themenfelds, konnte ich innerhalb der ersten 5 Minuten erfolgreich ihr bestehendes Wissen reaktivieren und die ersten Zusammenhänge zum neuen Thema herstellen. Die SuS konnten somit älteres und relevantes Wissen flüssig in den neuen Unterricht einbringen. Die Rekapitulation des Stoffes verhinderte eine abrupte Aufbruchsstimmung in ein neues Themengebiet. Durch die wiederholende Belohnung und Zustimmung der Schüler-Aktivitäten gelang es mir umso mehr die SuS am Unterricht teilhaben zu lassen. Der weitere Verlauf gestaltete sich weniger einwandfrei. Nicht nur das runterbrechen einer 45-Minuten-Einheit auf 25Minuten stahl mir viel Unterrichtsstoff und Bearbeitungsmöglichkeiten, auch die Ergebnissicherung gestaltete sich als schwierig, da die SuS Zeit für die Niederschriften und Fragen Zeit brauchen bevor ich den nächsten Schritt mache.

Was war das Ziel unserer Unterrichtsstunde? Haben wir dieses erreicht?

Christoph:

Am Anfang der Stunde wurde zunächst kurz auf den Inhalt der vorigen Unterrichtsstunden eingegangen. Die Inhalte wurden wiederholt und aufgefrischt. Durch ein gelenktes Unterrichtsgespräch konnten die SuS ihr bereits vorhandenes Wissen über den Konjunkturbegriff anwenden. Es entstand ein konstruktives Unterrichtsgespräch. Da nur eine verkürzte Zeit für die Unterrichtsstunde zur Verfügung stand, musste man das Unterrichtsgespräch allerdings auch schnell beenden. Die zuvor geplante Einzelarbeit der SuS zu den Konjunkturbegriffen, musste aufgrund der Zeit entfallen und wurde mit dem einführenden Unterrichtsgespräch abgedeckt. Nach Abschluss des Unterrichtsgesprächs wurden zwei Gruppen gebildet. Jede Gruppe bekam ein eigenes Aufgabenblatt, bestehende

aus einem Informationstext und Aufgabenstellung, welches gemeinsam bearbeitet wurde. Die in der Gruppenarbeit erarbeiteten Informationen wurden anschließend zwischen den Gruppen ausgetauscht. Hierfür wurden die Gruppen neu zusammengesetzt. Zur Verfestigung der erlernten Inhalte erfolgte anschließend eine durch die Lehrperson angeleitete Zusammenfassung der Ergebnisse. Zum Abschluss der Stunde wurde von einem ausgewählten Schüler der gesamte Konjunkturzyklus an die Tafel skizziert und beschriftet.

Marc:

Ziel meiner Unterrichtseinheit war es, den SuS zunächst einen angenehmen Einstieg in ein neues Thema zu geben und die ersten Verknüpfungen zwischen bestehendem Wissen und dessen Einbringung und Verbindung mit etwas neuem. Die SuS sollten somit ihre Kompetenzen vertiefen, bestehendes Wissen auf neue Situationen und Themen anwenden zu können.

Was ist uns gut gelungen?

Christoph:

Durch die Anwendung unterschiedlicher Unterrichtsmethoden, wie z. B. das gelenkte Unterrichtsgespräch und die anschließenden Gruppenarbeit, wurde hier versucht Kenntnisse zu vermitteln, in verschiedenen Formen. Durch die Gruppenarbeit fand eine soziale Interaktion zwischen den Schülern statt, die ihre eigenen Erfahrungen dort ohne direkten Druck der Lehreraufsicht miteinander teilen konnten. Störungen innerhalb der Klasse gab es keine, sicherlich was dies jedoch der geringen Anzahl der anwesenden SuS geschuldet. Der Ablauf der Unterrichtsstunde verlief in einer lockeren aber trotzdem zielführenden Atmosphäre.

Marc:

Die Art der Gruppenarbeit und die anschließende Ergebnissicherung des Erlernten an der Tafel gelang meiner Meinung nach sehr gut. Die SuS konnten nicht nur ihr eigenes Wissen, sondern auch jenes der anderen Gruppe verinnerlichen und wiedergeben. Auch das Beantworten von komplexen Fragen durch mich als Lehrkraft oder durch anderen SuS gestaltete sich als angenehm und sogar hilfreich für andere Teilnehmer/innen. Anscheinend hatte ich ein Auftreten, welches ich selbst als interessant bezeichnen würde. So erschien ich für manche SuS eher streng, für andere wiederum angenehm und entspannt. Das seriöse und authentische Auftreten unter diesen Feedback-Indikatoren würde ich selbst als produktiv und zielstrebig ansehen, wobei eine genauere Evaluierung durch die mangelnde Teilnehmerzahl nicht möglich ist. So habe ich, soweit ich das beurteilen kann, überraschender Weise einen idealen Mittelweg gefunden um die Klassengruppe an sich voran zu bringen und den Spagat zwischen Strenge und Entspannung, Druck und Lässigkeit usw. zu schaffen.

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Was hätte besser verlaufen/geplant/vorbereitet werden sollen?

Christoph:

Da die Informationstexte auf den Aufgabenblättern kritisiert wurden, ist eine Überarbeitung dieser erforderlich. Dabei sollten diese ausführlicher gestaltet werden. Die im Einstiegsgespräch gemeinsam erarbeiteten Definitionen wurden von der Lehrkraft nicht zusammengefasst und deutlich festgehalten. In Zukunft sollte so ein Einstiegsgespräch durch ein Tafelbild abgeschlossen werden, von dem alle Schüler die Begriffe und ihre Definition abschreiben sollen, damit hier ein strukturierter Gesamtabschluss der vorigen Themen entsteht.

Marc:

Durch die geringe Anzahl an SuS hatte ich Schwierigkeiten mit der Teilnahme am Unterricht. So konnten alle SuS zwar scheinbar etwas lernen, doch beschränkte sich die produktive Interaktion auf einige wenige. Außerdem fühlten sich anscheinend manche SuS durch das „sterile“ Tafelbild als auch durch die Arbeitsblätter entweder gelangweilt oder nicht angesprochen. Die Fehlende Unterrichtszeit hätte ich gerne in das Tafelbild gesteckt als auch in ein ansprechenderes Vortragen der angeschlagenen Themen. So hätte ich versucht mit Alltags- oder Realitäts- Beispielen das Interesse und die Aufmerksamkeit von SuS zu erlangen und zu steigern. Das Arbeitsblatt war anscheinend für die 10-Klasse ebenfalls viel zu anspruchslos. Eine komplette Seite DIN A 4 mit wesentlich mehr Informationen und Grafiken / Bildern hätte die SuS besser beschäftigt. Andererseits hätte dies Auswirkungen auf meinen Unterrichtsplan gehabt. Ich hätte keine 7 Minuten für die Bearbeitung der Aufgaben veranschlagen und den Unterricht wie geplant fortführen können.

Sonstiges:

Marc:

Diese geringe Anzahl als Teilnehmern in diesem Seminar ist Ursache für eine Verfälschung der Unterrichtssimulation. Es wirkte vielmehr wie eine Nachhilfe-Einheit. Ein gewisser Anwesenheitsdruck bzw. -anreiz für zukünftige Seminarstunden wäre wünschenswert um konstruktives und vielseitiges Feedback zu erlangen. Auch eine gemeinsame Art von Ergebnissicherung bezügliche häufig begangener Fehler oder Ursachen für Störungen sowie den Umgang mit SuS in gewissen Situationen fehlt, um Erlerntes zukünftig anwenden bzw. berücksichtigen zu können. So erlangte man lediglich ein gewisses Gespür für das Ziel der Rollenspiele.

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Institut für WAT der Universität Potsdam

Seminar: BWL-Begleitseminar

Betreuer: Dr. Benjamin Apelojg

Studierende: Corbic, Dzana

Hoffmann, Tobias

Thema der Unterrichtseinheit:

Konfliktstrategien -

Ursachen und Lösung von Dilemmata

Planung einer 45-minütigen Unterrichtsstunde

Fach: WAT – Bereich Ökonomische Bildung

Empfohlene Klassenstufe: 9/10

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Einordnung in den Rahmenlehrplan des Landes Brandenburg

Themenfeld:	4. Infrastrukturen
Inhalte:	3. Information und Kommunikation
Klassenstufe:	9/10
Kompetenzbezug:	Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage ökonomische Dilemmata auf aktuelle Konflikte zu extrapolieren.
Standard:	W9 Konflikte zwischen Individuen, Gesellschaft und Staat (insbesondere über Wirtschaftlichkeit, Freiheit, Sicherheit und Gerechtigkeit) beschreiben, konsensfähige Regeln (insbesondere für Fairness, Verlässlichkeit und Verbindlichkeit) bewerten und Lösungen für moralische Dilemmata finden.

Unser kompetenzorientiertes Stundenziel:

Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage ein Dilemma mit vorgegebenen Rahmenbedingungen zu absolvieren, das Ergebnis mittels einer Diskussion auszuwerten und die Resultate auf aktuelle Konflikte zu übertragen.

Unsere Aufgabenstellungen lauten:

Aufgabenstellung
Verhandelt im Laufe des Lernspiels nach den vorgegebenen Regeln das Klassenkapital für die kommende Klassenfahrt.
Tragt die Ergebnisse zusammen und beurteilt diese unter dem Aspekt des Allgemein- und Individualziels.
Diskutiert welche parallelen sind zu Gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Konflikten zu finden.

Sachanalyse: Gefangenendilemma

„Das Gefangenendilemma kennzeichnet eine Situation, in der individuell rationales Verhalten der einzelnen Gruppenmitglieder zu einem für die Gruppe nicht Pareto-optimalem Ergebnis führt. Obwohl demnach ein Gleichgewicht vorhanden ist, ist dieses nicht gesellschaftlich optimal."
(Quelle: http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/gefangenendilemma.html)

Die ursprüngliche Form besteht darin, dass zwei Straftäter (Komplizen) von der Polizei verhört werden. Die Verhafteten haben dabei jeweils die Optionen zu Schweigen oder mit der Polizei zu kooperieren. Die Entscheidung für eine der beiden Optionen hat dann Folgen für einen selbst und den Komplizen. Das Dilemma besteht darin, dass man selbst nicht weiß wie sich der Komplize verhält und umgekehrt.

Beispiel: Die Polizei hat die Vermutung die beiden Verhafteten haben eine schwere Straftat begangen (Strafe = Lebenslänglich), sie können ihnen aber nur eine mittlere Straftat zur Last legen (Strafe = 1 Jahr Haft). Daher muss die Polizei für eine volle Bestrafung ein Geständnis erwirken. Bei einer Kooperation erhält der Gefangene eine gemindert Strafe (Strafe = 10 Jahre).
Das optimale Ziel für beide wäre die einjährige Haftstrafe. Dies setzt aber voraus, dass beide schweigen. Da sie getrennt verhört werden, können sie sich aber nicht sicher sein, dass der Komplize nicht redet. Daher müssen die beiden unabhängig entscheiden, welche Option sie wählen.
<u>Ergebnisoptionen:</u>

- beide reden nicht = 1 Jahr Strafe für beide
- einer redet = 10 Jahre für den Kooperierenden und Lebenslänglich für den schweigenden
- beide reden = 10 Jahre für beide

Dieses Gedankenspiel kann man auf verschiedenste Konflikte zwischen Individuen, Gesellschaften und Staaten anwenden um mittels spieltheoretischen Ansätzen die optimale Lösung des Konfliktes auszuloten. Diese muss natürlich nicht eintreten.

„Die Spieltheorie ist eine mathematische Methode, die das rationale Entscheidungsverhalten in sozialen Konfliktsituationen ableitet, in denen der Erfolg des Einzelnen nicht nur vom eigenen Handeln, sondern auch von den Aktionen anderer abhängt. Der Begriff „Spieltheorie" beruht darauf, dass am Anfang der mathematischen Spieltheorie den Gesellschaftsspielen wie Schach, Mühle, Dame etc. große Aufmerksamkeit gewidmet wurde. Frühe ökonomische Beiträge zur Spieltheorie wurden von Cournot und Edgeworth verfasst."
(Quelle: http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/spieltheorie.html)

Spieltheorie Tit for Tat:

Tit for Tat besagt, dass ich mich als Spieler in einem Spiel mit mehreren Runden in der ersten Runde kooperativ verhalte und in den darauf folgenden Runde wie ein Spiegel den Gegenübers Verhalte immer in Bezug auf seinen letzten Zug. Sprich kooperierte mein Gegenspieler in der letzten Runde mit mir, dann kooperiere ich in den nächsten Runde auch. Kooperiert er nicht werde ich mich auch nicht kooperativ verhalten.
Da dies eine einfache und in der Regel erfolgversprechende Theorie ist lässt sich das leicht in der Schule umsetzen um die möglichen Konsequenzen aufzuzeigen.

Nutzen von Lernspielen wie das Gefangendilemma:

Ein Verfahren, dass auf das Einbringen der teilnehmenden Schülerinnen und Schüler angewiesen ist. Bei Umsetzung aber einen praxisnahen Einblick in komplexe Konflikte ermöglicht und durch das Herunterbrechen auf Aktion und Reaktion ein Übertragung auf verwandte Konflikte ermöglicht.

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Verlaufsplan Unterrichtsstunde zum Gefangenendilemma (10:30 – 11:15)

Zeit	**Unterrichts-phase**	**Ziel**	**Sozialform/ Methode**	**Lehrer-Schüler-Aktivität**	Material
10:30	Einstieg	*Die SuS erfahren das neue Thema.*	Frontal-unterricht	Begrüßung L. führt das neue Thema ein. L. teilt die SuS in Gruppen ein. L. erklärt die Aufgaben für die einzelnen Gruppen.	
10:40	Erarbeitung	*Die SuS nutzen die Erarbeitungsphase, um sich mit dem Thema vertraut zu machen, sich auszutauschen und sich zu einigen.*	Gruppen-arbeit	L. beobachtet die einzelnen Gruppen bei ihren Verhandlungen L. steht immer für Fragen oder Hilfe zu Verfügung. L. verschafft sich über die unterschiedlichen Verhandlungen einen Überblick.	Arbeitsauftrag in Brief-umschlägen und Spielgeld
10:55	Erarbeitung	*Es sollen sich jeweils immer zwei unterschiedliche Gruppen zusammen tun und miteinander verhandeln.*	Gruppen-arbeit	L. beobachtet die Interaktion in den Gruppen.	
11:05	Auswertung		Unterrichts-gespräch	SuS geben eine kurze Rückmeldung . L. erklärt, wozu das Thema wichtig war. L. sagt an, was wir zu diesem Thema in den nächsten Stunden machen werden.	
10:14	Verabschiedung		Unterrichts-gespräch	L. verabschiedet sich.	

Abkürzungen:

- SuS – Schülerinnen und Schüler, S - Schülerin oder Schüler, L – Lehrkraft

Dr. Benjamin Apelojg
apelojg@uni-potsdam.de

Anlagen

Übersicht:

- Anlage 1: Spielregeln und Spielablauf
- Anlage 2: Spielgeld - Kopiervorlage

Anlage 1

Regeln

- Pro Spielgruppe gibt es ein Team A und B.
- Team A und Team B dürfen nicht miteinander reden.
- Jedes Team hat dasselbe Startkapital.
- Ziel = Klassenkapital aushandeln.
- Verhandlung findet ausschließlich über den Austauschen der Umschläge mit dem Geld statt.
- Nach der Einigung wird Geld im Umschlag verdoppelt.
- Team A und B können Geld aus ihrem eigenen Umschlag herausnehmen oder hineinlegen.
- Pro Runde kann jedes Team den Umschlag des anderen Teams einsehen.
- Einigung = wenn beide Teams mit der Höhe des Geldbetrags im Umschlag zufrieden sind. Das Spiel ist beendet.
- Die Teams sollen den Betrag des Geldes aus dem Umschlag des anderen Teams bis zur Einigung protokolieren.

Ablauf einer Runde

1. Gewünschte Summe in den Umschlag legen (Geld im Umschlag wird bei Spielende verdoppelt)
2. Umschlag dem anderen Team geben.
3. Teams können nun Umschlag des anderen Teams einsehen.
4. Nach Einsicht Umschläge wieder zurückgeben.
5. Teams können nun Geld aus ihrem Umschlag herausnehmen oder mehr hineinlegen.
6. Spielende = Beide Teams sind damit einverstanden, was im Umschlag des anderen Teams ist.

Verhalten beim Verhandeln

Eine Gruppe hat die spezielle Aufgabe bei den ‚Verhandlungen' die *Tit-for-Tat Strategie* zu verfolgen. Das heißt, sie sind generell kooperativ eingestellt um das Ziel, die Gemeinschaftskasse der Klasse zu füllen, bestmöglich (großer Geldbetrag) zu erreichen. Handelt die andere Gruppe nicht kooperativ, d.h. verringert den Geldbetrag, so ‚bestrafen' sie diese, indem sie in der nächsten Verhandlungsrunde ebenfalls ihren Anteil mindern. Zeigt sich die andere Gruppe nach Einsicht des neuen Ergebnisses wieder kooperativ, dann kooperieren sie auch wieder und erhöhen ihr Angebot. Die Tit-for-Tat- Gruppe spiegelt jeweils das Verhalten der anderen Gruppe, bis sie sich auf das Endresultat geeinigt haben oder die Zeit abgelaufen ist.

Anlage 2

SPECIMEN
5 EURO
Z107084762 64
SPECIMEN
5 EURO
Z107084762 64
SPECIMEN
10 EURO
S00212913862
SPECIMEN
10 EURO
S00212913862
SPECIMEN
10 EURO
S00212913862
SPECIMEN
10 EURO
S00212913862
SPECIMEN
20 EURO
Y00309901015
SPECIMEN
20 EURO
Y00309901015
SPECIMEN
20 EURO
Y00309901015
SPECIMEN
20 EURO
Y00309901015

Reflexion zur Wirtschaftsstunde:

Positiv

- Gute Idee um mit Kindern das Thema zu behandeln wie man mit Geld umgeht
- Studierende (Lehrer) gaben den SuS das Gefühl, sie sind da, wenn sie etwas nicht verstehen
- Das Thema anhand dieses Beispiels zu bearbeiten
- Studierende (Lehrer) waren präsent

Negativ

- Man braucht mehr Zeit um es zu erklären
- Viele haben die Aufgabenstellung nicht verstanden
- Das Dilemma war in den Gruppen kam nicht vor
- Wenige SuS waren da, deshalb hatte man nicht diese vielen kleinen Gruppe um das Dilemma zu erkennen
- Mehr Zeit für diese Aufgabe