Thema im Unterricht / **Extra**
Arbeitsmappe

bpb: Bundeszentrale für politische Bildung

Wirtschaft für Einsteiger♁

— *Bestell-Nr.* 5336 — *ISBN* 978-3-8389-7052-3

28
Arbeitsblätter

Sekundar-stufe I

VORAB

Inhalt

Vorab: Zum Autor, Impressum, Liste der Arbeitsblätter
Arbeitsblatt 01–28: Arbeitsblätter zum Thema „Wirtschaft für Einsteiger♁“
Hinweise: Bestellcoupon
Rückseite: Werbung für die Reihe „Thema im Unterricht / Extra“

— Zum Autor

Bruno Zandonella leitete von 1990 bis 1997 das Fachreferat „Deutschland und Europa“ bei der Landeszentrale für politische Bildung, Baden-Württemberg. Seither ist er Abteilungsleiter am Gottlieb-Daimler-Gymnasium in Stuttgart-Bad Cannstatt und unterrichtet die Fächer Gemeinschaftskunde, Wirtschaft, Ethik und Deutsch.

Arbeitsschwerpunkte: Europäische Integration, Sozialpolitik, Politische Ideengeschichte und Wirtschaftspolitik.

Veröffentlichungen u.a.:
- Thema im Unterricht: Wirtschaft für Einsteiger; Wahlen für Einsteiger; Europa für Einsteiger
- Themenblätter im Unterricht: Konjunktur; Arbeitslosigkeit; Staatsverschuldung, Migration und Integration u.a.
- Pocket Europa
- Falter Zeitgeschichte Nr. 2: Die Europäische Union

— Impressum

— *Herausgeberin:* Bundeszentrale für politische Bildung/bpb, Adenauerallee 86, 53113 Bonn, www.bpb.de
— *E-Mail der Redaktion:* edu@bpb.de (keine Bestellungen!)

— *Autor:* Bruno Zandonella
— *Redaktion:* Johannes Winter (verantwortlich), Samini Mahendran

— *Gestaltung und Illustration:* Leitwerk. Büro für Kommunikation, Köln, www.leitwerk.com
— *Druck:* Bonifatius GmbH, Paderborn
— *Papier:* Papier: 100 % Recyclingpapier – Gedruckt auf CO2-neutralem Papier, das mit dem Blauen Engel und dem FSC-Recycling-Siegel ausgezeichnet ist.

— *Urheberrechte:* Text und Illustrationen sind urheberrechtlich geschützt. Der Text kann in Schulen zu Unterrichtszwecken vergütungsfrei vervielfältigt werden. Bei allen gesondert bezeichneten Fotos, Grafiken und Karikaturen liegen die Rechte nicht bei uns, sondern bei den Agenturen.

— *Haftungsausschluss:* Die bpb ist für den Inhalt der aufgeführten Internetseiten nicht verantwortlich.

— *Redaktionsschluss der dritten Auflage:* März 2020, Bestell-Nr. 5336,
ISBN 978-3-8389-7052-3
(siehe Bestellcoupon auf der vorletzten Seite)

— Liste der Arbeitsblätter

01: Das Geld reicht nie… Das Problem der Knappheit
02: Wunschlos glücklich? Art und Dringlichkeit unserer Bedürfnisse
03: Neue Jeans oder Smartphone? Wirtschaften heißt entscheiden
04: Nach Mallorca für 19,99 Euro? Von Grenzkosten und Grenznutzen
05: Bist du ein Homo oeconomicus? Wie rationale Menschen Entscheidungen treffen
06: Was gute Nachbarschaft wert ist – Durch Handel kann es jedem♁ besser gehen
07: Der Wirtschaftskreislauf – Einfaches und erweitertes Modell
08: An der Aktienbörse – Preisbildung (1)
09: Marktpreis und Pareto-Optimum – Preisbildung (2)
10: Wie gut sind unsere Märkte? Der „vollkommene Markt“ als Ziel
11: Sagen Preise die Wahrheit? Externe Kosten des Autofahrens
12: Geht noch mehr? Preisdifferenzierung (1)
13: Besonders teuer = besonders gut? Preisdifferenzierung (2)
14: Mehr Geld = mehr Glück? Die Funktion von Marken (1)
15: Marken oder No-Names? Die Funktion von Marken (2)
16: Wie Werbung wirkt – Die Botschaft und das Unterbewusste
17: Geheime Verführer – Verkaufsstrategien im Supermarkt
18: Arbeit ist das halbe Leben – Die Bedeutung von Arbeit
19: Der Wandel der Arbeit – Wie, wo und was werden wir morgen arbeiten?
20: Unternehmer-Persönlichkeit? Was einen tüchtigen Unternehmer♁ ausmacht
21: Wer macht was im Betrieb? Die Grundfunktionen in einem Unternehmen
22: Wer zahlt die Zeche? Ein rätselhaftes Märchen über Geld
23: Mehr Geld durch Schulden – Die Giralgeldschöpfung
24: Die Leistung zählt – Bruttoinlandsprodukt (BIP) als Maß
25: Devisen, Dax, Gewinnerwartung… Den Wirtschaftsteil der Tageszeitung nutzen
26: Armut und Reichtum (1) – Die Verteilung nach der Lorenzkurve
27: Armut und Reichtum (2) – Die Verteilung nach dem Gini-Koeffizienten
28: Vorsicht Statistik! Die Illusion der korrekten Zahl

Zeichenerklärung: ♁ steht für die weibliche Form des vorangehenden Begriffs, also z.B. „Politiker♁“ statt „Politikerinnen und Politiker“. Ein Vorschlag zur besseren Lesbarkeit – ohne Frauen einfach wegzulassen oder „mitzumeinen“.

— Hinweis der Redaktion: Ausfüllhilfen und weiterführende Hinweise für die Benutzung der Arbeitsblätter im Unterricht sowie die genauen Quellenangaben und Links finden Sie unter: www.bpb.de/shop/lernen > Thema im Unterricht > Wirtschaft für Einsteiger♁

ARBEITSBLATT 01

Das Geld reicht nie…

Das Problem der Knappheit

Es gibt ein fernes merkwürdiges Land, in das viele Leute gern auswandern wollten, wenn sie den Weg dahin wüssten. Wer das Land betreten will, muss sich erst durch einen großen Berg von Reisbrei essen. Danach sieht er*sie wunderbare Dinge: Die Dächer der Häuser sind mit Pfannkuchen gedeckt. Die Gartenzäune bestehen aus warmen (Tofu-)Würstchen. In den Bächen fließt Milch und am Rand der Bäche stehen Büsche, auf denen frische Brötchen wachsen. Aus den Brunnen fließt guter Wein, und die Steine auf dem Weg sind Käse. Tauben, Hühner und Gänse fliegen gebraten in der Luft herum und den Hungrigen gerade in den Mund hinein. Auch vegetarische Enten aus Seitan laufen herum, fertig gebraten zum Essen. Die Fische in den Seen sind schon gekocht oder gebraten und kommen ans Ufer, damit man sie leichter fangen kann. Es regnet nicht Wasser, sondern Honig, und es schneit Zucker. Die schönsten Kleider und Schuhe wachsen im Wald auf den Bäumen, man braucht sie nur herunterzuschütteln.

➽ 1. Wie leben die Menschen im Schlaraffenland? Was machen sie und was machen sie nicht? Haltet ihr das „märchenhafte" Leben für erstrebenswert?

— Was heißt „wirtschaften"?

Das ökonomische (*wirtschaftliche*) Grundproblem ist die Knappheit der Güter im Verhältnis zu den prinzipiell unbegrenzten Bedürfnissen der Menschen. Wer die knappen Ressourcen (Rohstoffe, Zeit, Kapital = *Geld*) möglichst sparsam einsetzt und dennoch die Bedürfnisse bestmöglich befriedigt, handelt „wirtschaftlich". Je höher der erzielte Nutzen im Vergleich zum benötigten Aufwand ausfällt, desto „effizienter" ist das wirtschaftliche Handeln.

Das ökonomische Prinzip kennt zwei Spielarten:

1. Maximalprinzip
Mit vorgegebenen Mitteln soll ein maximaler Ertrag erreicht werden (Nutzen maximieren).
Beispiel: Wie bekomme ich das Meiste / Beste für meine 100 Euro?

2. Minimalprinzip
Ein vorgegebenes Ziel soll mit dem geringst-möglichen Aufwand erreicht werden (Kosten minimieren).
Beispiel: Wie komme ich am günstigsten zu meinem 100 km entfernten Freund?

➽ 2. Die folgenden Personen handeln wirtschaftlich. Welchem Prinzip folgen sie dabei? Bitte begründe deine Auswahl.

A Klaus möchte Fußballprofi werden und trainiert jeden Nachmittag. Zum Lernen für die Schule hat er deshalb täglich nur eine Stunde Zeit. Er hofft trotzdem auf gute Noten.

☐ Maximalprinzip ☐ Minimalprinzip

weil _____

B Die Zahnpasta soll möglichst lange halten. Deshalb quetscht Peter die Tube immer bis zum Gehtnichtmehr aus.

☐ Maximalprinzip ☐ Minimalprinzip

weil _____

C Familie Wegener will ihren Jahresurlaub unbedingt auf den Kanarischen Inseln verbringen. Jetzt sucht sie im Internet nach dem günstigsten Angebot.

☐ Maximalprinzip ☐ Minimalprinzip

weil _____

D Lisa möchte auf alle Fälle die Versetzung schaffen. Ihr Klassenlehrer sagt, sie würde dafür aber nur das Allernötigste tun.

☐ Maximalprinzip ☐ Minimalprinzip

weil _____

bpb: — *Herausgeberin:* Bundeszentrale für politische Bildung / bpb — *Verantwortlicher Redakteur:* Johannes Winter — *Gestaltung:* www.leitwerk.com

ARBEITSBLATT 02

Wunschlos glücklich?

Art und Dringlichkeit unserer Bedürfnisse

➽ 1. Was wünschst du dir zurzeit am meisten? Notiere zunächst deine drei dringlichsten Wünsche:

–

–

–

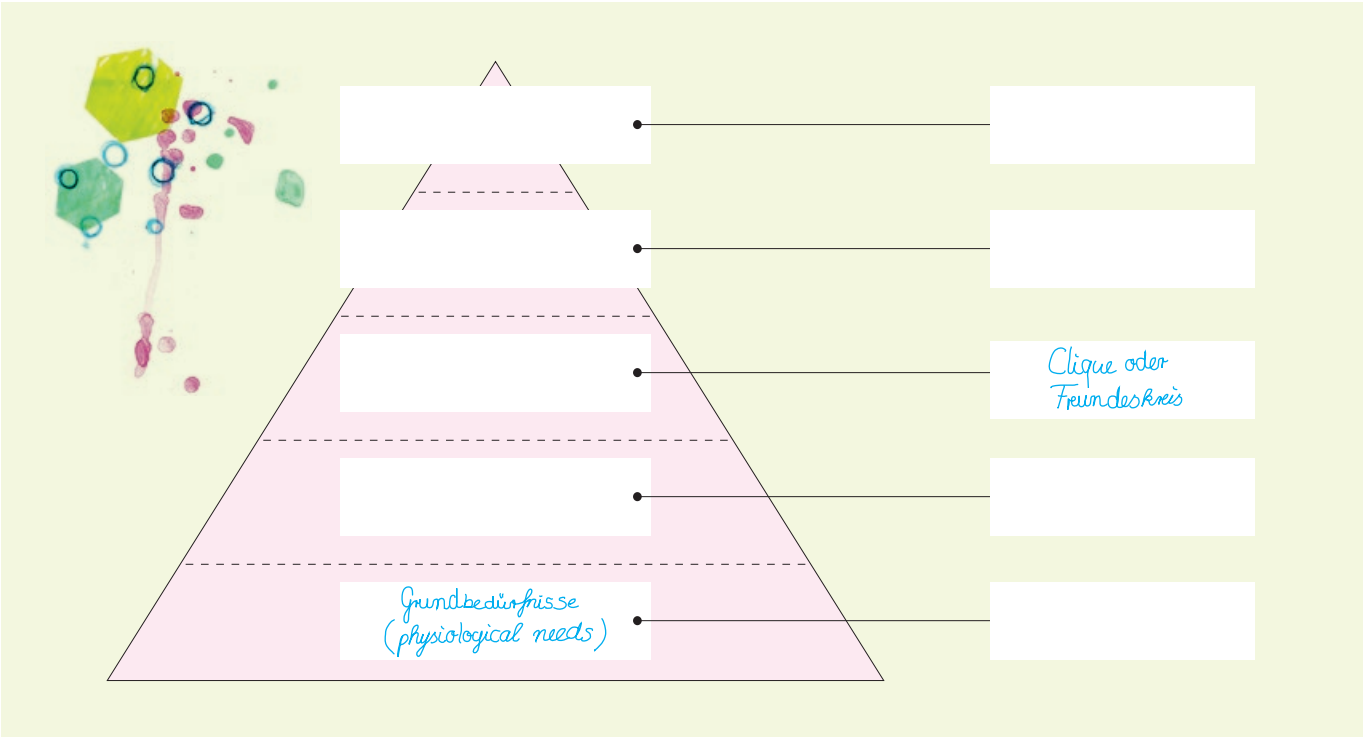
Nicht alle Bedürfnisse sind gleich. Hunger und Durst sind z.B. grundsätzlichere Bedürfnisse als gute Schulnoten oder das Abrufen der SMS während des Unterrichts. Wenn wir aber satt sind und genügend getrunken haben, treten diese „an sich" stärkeren Bedürfnisse in den Hintergrund und stattdessen werden andere wichtig.

Der amerikanische Psychologe **Abraham H. Maslow** (1908–1970) entdeckte, dass unsere Bedürfnisse hierarchisch (*gestaffelt, abgestuft, nach Wichtigkeit sortiert*) angeordnet sind. Zur Veranschaulichung wählte er das Bild der Pyramide *(siehe untenstehende Abbildung)*. „Höhere" Bedürfnisse werden für einen Menschen erst dann vorherrschend, wenn seine Bedürfnisse auf der jeweils darunter liegenden Stufe bereits befriedigt sind.

➽ 2. Maslow unterscheidet folgende Arten von Bedürfnissen. Trage die Begriffe richtig in die Bedürfnispyramide ein: Bedürfnisse nach Liebe und Zugehörigkeit (love and belonging needs) / ~~Grundbedürfnisse (physiological needs)~~ / Bedürfnis nach Selbstverwirklichung (self-actualization) / Bedürfnisse nach Wertschätzung (esteem needs) / Bedürfnisse nach Schutz und Sicherheit (safety and security needs).

➽ 3. Ordne den Stufen der Bedürfnispyramide passende Beispiele zu und schreibe sie in die nebenstehenden Kästen. Dazu kannst du auch Begriffe aus der folgenden Liste auswählen: Anerkennung / Freundschaft / Sexualität / Talent ausleben / Rentenversicherung / Aufmerksamkeit / ~~Clique oder Freundeskreis~~ / Individualität / Kündigungsschutz / Schlaf

— Die Maslow'sche Bedürfnispyramide



➽ 4. Zum Weiterdenken und Diskutieren:

a) Welcher Kategorie würdest du deine vorrangigen Bedürfnisse *(siehe Aufgabe 1)* zuordnen?
b) Welche Bedürfnisse sind vermutlich für andere besonders wichtig (z.B. für alte Menschen oder Flüchtlinge aus Afrika)?
c) Lassen sich alle Bedürfnisse durch Kaufen befriedigen? Was verspricht uns die Werbung?
d) Sind unsere Bedürfnisse grundsätzlich grenzenlos?

— *Schaugrafik:* © Leitwerk nach Abraham H. Maslow

— *Herausgeberin:* Bundeszentrale für politische Bildung / bpb — *Verantwortlicher Redakteur:* Johannes Winter — *Gestaltung:* www.leitwerk.com

ARBEITSBLATT 03

Neue Jeans oder Smartphone?
Wirtschaften heißt entscheiden

Wofür du dein Taschengeld ausgibst, darfst und musst du ganz allein entscheiden. Aber hast du nicht auch schon mal den einen oder anderen Kauf bereut? Und wäre es nicht manchmal besser gewesen, das Geld für etwas anderes aufzusparen? Wirtschaften heißt immer auch den Nutzen und die Kosten gegeneinander abzuwägen und Alternativen zu prüfen. Dabei können uns ökonomische *(wirtschaftliche)* Denkmodelle helfen: zum Beispiel die „Budgetgerade“ und die „Opportunitätskosten“.

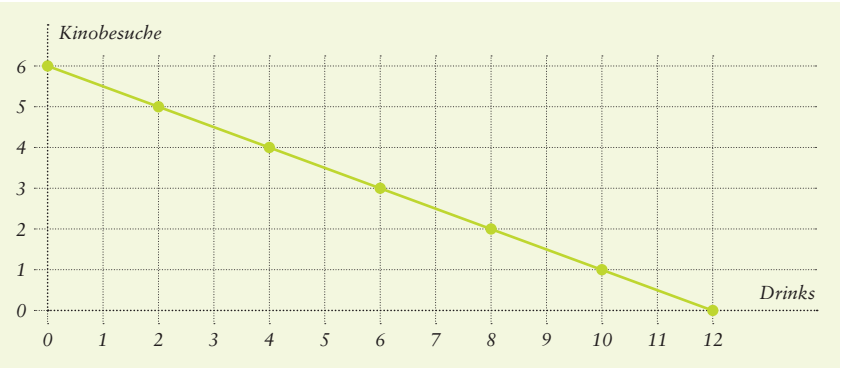
1 Budgetgerade

Clara bekommt pro Woche 36 Euro Taschengeld, das sie in unserem Modell ausschließlich für Kinobesuche und Drinks im angesagten Szenelokal ausgibt. Der Kinoeintritt kostet 6 Euro, so dass sie 6 Filme anschauen könnte. Sie könnte sich aber auch 12 Drinks zu je 3 Euro leisten. Verbindet man in einem Koordinatenkreuz diese beiden Extremwerte (6 Kinobesuche / kein Drink – kein Kino / 12 Drinks), so erhält man Claras Budgetgerade. Clara kann sich jede Kombination der beiden Güter leisten, die auf dieser Geraden abgebildet ist.

➽ 1. Ermittle rechnerisch oder grafisch:

a) Wie viele Drinks kann Clara kaufen, wenn sie viermal pro Woche ins Kino geht?
b) Claras Freundin Lisa erhält nur 24 Euro Taschengeld. Zeichne ihre Budgetgerade.
c) Angenommen, der Preis der Drinks würde auf 4 Euro steigen: Zeichne für diesen Fall Claras neue Budgetgerade.
d) Wie viel Geld sollten die beiden Freundinnen jeweils für beide Güter ausgeben, um möglichst zufrieden zu sein? Begründe deinen Vorschlag.

— Claras Budgetgerade



2 Entgangener Gewinn: Opportunitätskosten

Wenn wir uns für eine Sache entscheiden, so müssen wir auf der anderen Seite auf etwas verzichten. Wer etwa durch Überstunden ein höheres Einkommen erzielen möchte, hat weniger Freizeit. Und wenn Clara ein Sandwich mehr essen möchte, muss sie in unserem Modell rechnerisch auf anderthalb Flaschen Cola verzichten.

➽ Welche Kosten und Opportunitätskosten haben folgende Entscheidungen?

— Opportunitätskosten

Als Opportunitätskosten bezeichnet man die Vorteile der besten Handlungsalternative, auf die man zwangsläufig verzichten muss.
Oder auch: den entgangenen Nutzen aufgrund der Entscheidung für eine bestimmte Alternative.
Im Beispiel unten: „Was mir entgeht, weil ich mich **für A** und damit **gegen B** entschieden habe“.

— Wenn ich mich für A entscheide…	— …muss ich auf B verzichten…	— Kosten für Entscheidung A	— Opportunitätskosten
A1 den Ausbau des Unternehmens	**B1** Geldanlage auf dem Finanzmarkt	Baukosten, Kosten für neue Maschinen und mehr Personal	Entgangene Zinseinnahmen für Eigenkapital
A2 ein Eigenheim	**B2** Mietwohnung		
A3 eine Urlaubsreise	**B3** Ferienjob		
A4 Kinder	**B4** Berufliche Karriere		

— *Schaugrafik:* Bruno Zandonella, © Leitwerk

— *Herausgeberin:* Bundeszentrale für politische Bildung / bpb — *Verantwortlicher Redakteur:* Johannes Winter — *Gestaltung:* www.leitwerk.com

ARBEITSBLATT 04

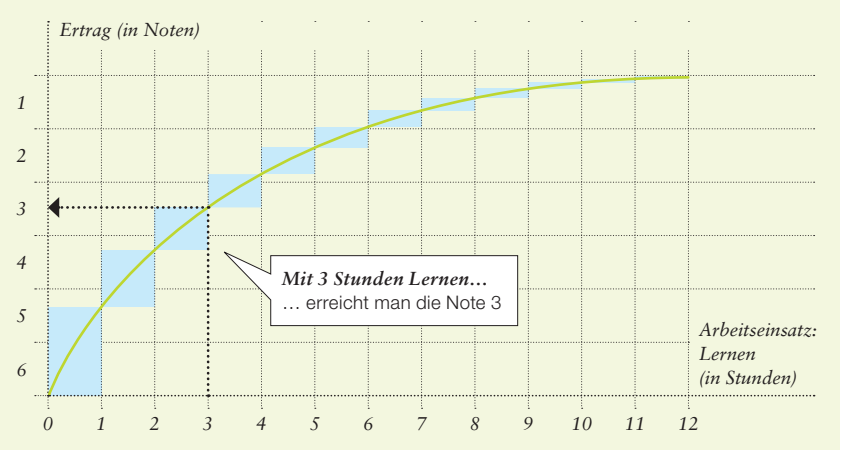
Nach Mallorca für 19,99 Euro?
Von Grenzkosten und Grenznutzen

Wieso zahle ich für einen Last-Minute-Flug nach Mallorca nur 19,99 Euro, wenn der Transport eines Passagiers*in die Airline durchschnittlich 100 Euro kostet? Warum sind Diamanten, ohne die die meisten von uns ganz gut über die Runden kommen, so viel teurer als Wasser, das doch lebensnotwendig ist? Wer wie Ökonomen*in *(Wirtschaftswissenschaftler*in)* in Grenzbegriffen denkt, findet für solch rätselhaft anmutende Phänomene *(Erscheinungen)* ganz einfache und logische Erklärungen. Es kann ganz nützlich sein, sich diese Denkweise anzueignen, wie das folgende Beispiel zeigt.

1 Wie man „richtig" lernt:

Paul und Pauline sind Zwillinge, gleich intelligent und gleich fleißig. Sie sollen gleichzeitig für drei Klausuren lernen, haben aber wegen eines Familienfestes am Wochenende wenig Zeit. Für die Klausuren in Mathe, Latein und Chemie haben beide insgesamt 12 Stunden Zeit. Paul setzt alles auf eine Karte: Er übt 10 Stunden Matheaufgaben, bereitet dafür die Lateinarbeit überhaupt nicht vor und hat für Chemie gerade noch 2 Stunden Zeit. Pauline lernt dagegen für alle drei Klassenarbeiten gleich viel (jeweils 4 Stunden). Wer erreicht die besseren Noten?

— Ertragskurve



➽ Die Ertragskurve *(siehe obenstehende Abbildung)* gibt an, welchen Wissenszuwachs man mit einer zusätzlichen Stunde Lernen erzielt. Ermittle grafisch die Einzelnoten und den Notendurchschnitt für Paul und Pauline. Wie erklärst du das Ergebnis?

	— Arbeitseinsatz (Lernen)				— Ertrag (Noten)			
	Mathe	Chemie	Latein	**Insgesamt**	Mathe	Chemie	Latein	**Notendurchschnitt**
Paul	10 h	2 h	0 h	**12 h**				
Pauline	4 h	4 h	4 h	**12 h**				

2 Mal viel, mal wenig: Wert und Nutzen

➽ Versuche, die eingangs gestellten Fragen mit einer Marginalbetrachtung zu „enträtseln":

a) Wie hoch sind vermutlich die zusätzlichen (!) Kosten eines Last-Minute-Passagiers*in?
b) Wie hoch ist in unserer Gesellschaft der Nutzen eines zusätzlichen (!) Liter Wassers?

— Gesetz vom abnehmenden Ertragszuwachs

Die Ertragskurve zeigt, dass bei steigendem Arbeitsaufwand der Wissenszuwachs einer weiteren Lernstunde abnimmt *(siehe obenstehende Abbildung, blaue Rechtecke)*. Je länger man sich bereits einem Fachgebiet gewidmet hat, desto schwieriger wird es, weitere Lernfortschritte zu erzielen. Die ersten zehn Vokabeln lernt man sofort, die nächsten zehn recht rasch, bei den weiteren wird es schon beschwerlicher, und bis dann die letzten wirklich „sitzen", vergeht eine Menge Zeit. Das „Ertragsgesetz" gilt für die Wirtschaft im Allgemeinen: Wenn ein Unternehmen z.B. seine Produktion ausweitet und die Zahl der Arbeitskräfte erhöht, so nimmt der Ertrag eines zusätzlichen Arbeiters*in, das Grenzprodukt, ab.

— Marginalbetrachtung

Abwägung von Kosten und Nutzen nach dem Marginalprinzip*:

a) Was kostet die nächste Einheit (= **Grenzkosten**)? Das heißt konkret: Was kostet es mich, wenn ich statt 100 Stück 101 Stück herstelle?

b) Was bringt das 101. Stück, also die nächste Einheit (= **Grenzertrag**) an Erlös? Solange die Grenzkosten niedriger sind als der Grenzertrag, lohnt sich die nächste Einheit! Für rationale *(vernünftige)* Entscheidungen von Unternehmern*in sind deshalb Grenzkosten und nicht Durchschnittskosten wichtig.

Ein Konsument*in orientiert sich am **Grenznutzen**; an dem Nutzen also, den er sich durch den Kauf einer weiteren Einheit derselben Ware verspricht. Wie viel uns etwas wert ist, hängt also davon ab, wie viel wir bereits besitzen.

* marginal: „an der Grenze liegend", „nebensächlich", von lat. margo = Rand

— *Schaugrafik:* Bruno Zandonella, © Leitwerk

— *Herausgeberin:* Bundeszentrale für politische Bildung / bpb — *Verantwortlicher Redakteur:* Johannes Winter — *Gestaltung:* www.leitwerk.com

ARBEITSBLATT 05

Bist du ein Homo oeconomicus?

Wie rationale Menschen Entscheidungen treffen

„Nicht vom Wohlwollen des Metzgers, Brauers oder Bäckers erwarten wir das, was wir zum Essen brauchen, sondern davon, dass sie ihre eigenen Interessen wahrnehmen", schreibt **Adam Smith** (1723–1790), der Begründer der klassischen Nationalökonomie *(Volkswirtschaft)*. Gerade der Eigennutz sei die wichtigste Triebfeder für den Wohlstand der Nationen. Jeder vernünftige Mensch würde Kosten und Nutzen einer jeden Handlung genau berechnen und gegeneinander abwägen, um am Ende das für ihn beste Ergebnis zu erzielen. Wer heirate, so argumentiert der Nobelpreisträger Gary S. Becker, tue dies nur, wenn er*sie glaubt, dass ihm die Ehe mehr nützt, als wenn er*sie sein Junggesellenleben fortführt oder weiter nach einem „besseren" Partner*in sucht.

➽ Hat der **Homo oeconomicus** als Erklärungsmodell für menschliches Verhalten ausgedient?

— Menschenbilder der Ökonomen*innen

Traditionelle Ökonomen*innen sehen den Menschen als **Homo oeconomicus** *(als wirtschaftlich denkenden und handelnden Menschen)*. Demzufolge verhalten sich Menschen immer rational *(vernünftig)*. Ihre Entscheidungen treffen sie auf der Grundlage vollständiger Information (z.B. über Angebot und Preise) und stabiler Präferenzen *(Vorlieben)*. Sie sind dabei immer auf ihren persönlichen Vorteil bedacht.

Für **moderne Verhaltensökonomen** beruht die traditionelle Ökonomie auf einem falschen Menschenbild. Die Menschen handelten weit weniger rational als bisher angenommen, und sie seien auch nicht ausnahmslos von egoistischem *(eigensüchtigem)* Gewinnstreben getrieben.

1 Experiment A

Jeder Schüler*in schreibt verborgen eine Zahl zwischen null und hundert auf einen Zettel. Die Zettel werden eingesammelt und der Durchschnitt der Zahlen ermittelt. Ziel des Spiels: Es gewinnt derjenige, dessen Zahl ein Drittel unter der Durchschnittszahl liegt.

➽ Diskutiert das Ergebnis: Welche Überlegungen lagen der Zahlenwahl zugrunde? Gibt es eine erfolgreiche Strategie?

2 Experiment B

➽ Teilt die Klasse in Gruppe 1 und Gruppe 2 auf und ermittelt unabhängig voneinander die Ergebnisse der Aufgaben:

— Gruppe 1	— Gruppe 2
Du bekommst 300 Euro, musst dich aber für eine der folgenden Optionen (Möglichkeiten) entscheiden:	*Du bekommst 300 Euro, musst dich aber für eine der folgenden Optionen (Möglichkeiten) entscheiden:*
A Du bekommst mit hundertprozentiger Wahrscheinlichkeit 100 Euro zusätzlich	**A** Du verlierst mit hundertprozentiger Wahrscheinlichkeit 100 Euro
B Du wirfst eine Münze und entscheidest damit, ob du weitere 200 Euro oder nichts zusätzlich hinzugewinnst	**B** Du wirfst eine Münze und verlierst entweder nichts oder 200 Euro
Ich wähle Option ☐ **A** ☐ **B** Meine Gruppe wählt (___) mal **A** und (___) mal **B**	Ich wähle Option ☐ **A** ☐ **B** Meine Gruppe wählt (___) mal **A** und (___) mal **B**

3 Experiment C

Dir und einem Mitschüler*in werden 100 Euro geschenkt. Allerdings kennst du deinen Partner*in nicht. Du darfst bestimmen, wie ihr die Summe untereinander aufteilt. Du kannst die gesamten 100 Euro für dich vorsehen und für deinen Partner*in nichts, 90 Euro für dich und 10 Euro für deinen Partner*in oder jede andere Aufteilung. Schreibe deine Aufteilung auf einen Zettel (z.B. „Ich: 80 Euro – Du: 20 Euro"). Sammelt die Zettel ein und teilt sie anonym wieder aus. Dein Partner*in entscheidet jetzt, ob er die Aufteilung auf dem Zettel akzeptiert. Wenn er sie ablehnt, bekommt ihr beide nichts.

➽ Wertet das Ergebnis aus. Welche Aufteilung wurde häufig, welche selten gewählt? Warum?

bpb: — *Herausgeberin:* Bundeszentrale für politische Bildung / bpb — *Verantwortlicher Redakteur:* Johannes Winter — *Gestaltung:* www.leitwerk.com

ARBEITSBLATT 06

Was gute Nachbarschaft wert ist

Durch Handel kann es jedem besser gehen

In Deutschland wachsen keine Orangen. Also importieren wir die geliebten Früchte aus Spanien und tauschen sie zum Beispiel gegen Autos. Aber weshalb kaufen wir Autos in Japan, wenn wir auch hierzulande welche herstellen können? Das folgende Alltagsbeispiel zeigt, warum Arbeitsteilung auf alle Fälle sinnvoll ist.

1 Absolute Kostenvorteile

Hannah und Jan haben ihr Studium begonnen und sind jetzt Nachbarn im Studierendenwohnheim. Beide lieben ihr Studium, finden Hausarbeit aber lästig. Als sie sich darüber austauschen, wie viel Zeit sie für die einzelnen Arbeiten benötigen, kommt Jan eine glänzende Idee und er macht Hannah einen Vorschlag.

➽ 1. Errechne die Zeit, die beide einsparen könnten, wenn sie sich wechselseitig im Haushalt helfen.

	— Jeder macht alles alleine *(Autarkie)*			**— Jeder macht das, was er besser kann** *(Spezialisierung und Handel)*			
Arbeitsaufwand in Minuten	Staub saugen	Geschirr spülen	Staub saugen + Geschirr spülen	Staub saugen	Geschirr spülen	Staub saugen / Geschirr spülen	*Zeitersparnis*
Hannah	30	50		2 x 30	0		
Jan	50	40		0	2 x 40		
Beide Nachbarn							

2 Komparative* Kostenvorteile

* komparativ: „vergleichsweise“, von lat. comparare = vergleichen

Weil sie sich gut verstehen, möchten Hannah und Jan ihre nachbarschaftliche Zusammenarbeit bei der Hausarbeit weiter ausbauen. Der Arbeitsaufwand beim Kochen, Bügeln usw. ist in beiden Haushalten jeweils gleich groß und die Arbeiten werden von Jan und Hannah gleich gut erledigt. Allerdings stellen sie fest, dass Hannah schneller bügeln und schneller kochen kann. Sollte sich Hannah auch in diesem Fall mit Jan zusammentun?

➽ 2. Überprüfe, ob die beiden auch beim Bügeln und Kochen Zeit einsparen können.

	— Jeder macht alles alleine *(Autarkie)*			**— Jeder macht das, was er besser kann** *(Spezialisierung und Handel)*			
Arbeitsaufwand in Minuten	Bügeln	Kochen	Bügeln + Kochen	Bügeln	Kochen	Bügeln / Kochen	*Zeitersparnis*
Hannah	60	70		2 x 60	0		
Jan	120	90		0	2 x 90		
Beide Nachbarn							

Vorzüge des Handels: Wenn Hannah besser (= schneller) Staub saugt und Jan besser Geschirr spült, dann sollten sie zusammenarbeiten und sich auf die Tätigkeiten spezialisieren, bei denen sie weniger Aufwand, d.h. **absolute Kostenvorteile** haben. Aber selbst wenn Hannah beim Bügeln und beim Kochen überlegen ist, können sich beide besser stellen, wenn Jan die Arbeit erledigt, bei der er **komparative Kostenvorteile** hat: Jan sollte kochen, da er diese Arbeit schneller erledigt als das Bügeln. Die Vorzüge der Arbeitsteilung und Spezialisierung gelten auch für die Handelsbeziehungen der Staaten *(siehe „Globale Arbeitsteilung“ rechts)*.

— Globale Arbeitsteilung

Die Globalisierung kann den Wohlstand der Menschen mehren, wenn eine freie und faire Welthandelsordnung geschaffen wird. Jede Volkswirtschaft, auch ein Entwicklungsland, hat bei bestimmten Gütern **komparative** Kostenvorteile. Internationale Arbeitsteilung und Handel bringen also immer Vorteile. Es kommt „nur“ darauf an, sie gerecht zu verteilen.

— *Herausgeberin:* Bundeszentrale für politische Bildung / bpb — *Verantwortlicher Redakteur:* Johannes Winter — *Gestaltung:* www.leitwerk.com

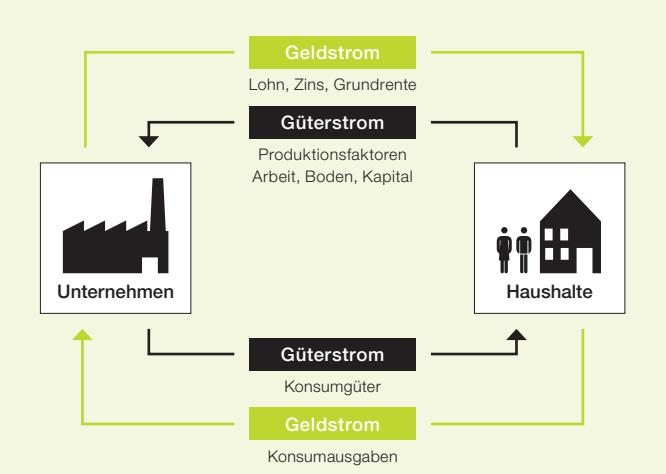
ARBEITSBLATT 07

Der Wirtschaftskreislauf

Einfaches und erweitertes Modell

Eine ganz elementare Form des Wirtschaftens ist die Selbstversorgung oder Autarkie. Sie wird bildlich auch als Robinson-Crusoe-Wirtschaft bezeichnet, weil der schiffbrüchige Engländer auf „seiner" Insel alles Lebensnotwendige selbst beschaffen musste. Autarke Wirtschaftseinheiten sind aber die Ausnahme. Infolge der Arbeitsteilung entwickelten sich vielfältige Tauschbeziehungen, die man als Kreislauf abbilden kann *(siehe Abb. 1)*. In den modernen Industrie- und Schwellenländern nimmt die nationale und internationale Arbeitsteilung ständig zu, so dass der Wirtschaftskreislauf stets umfangreicher und komplexer wird.

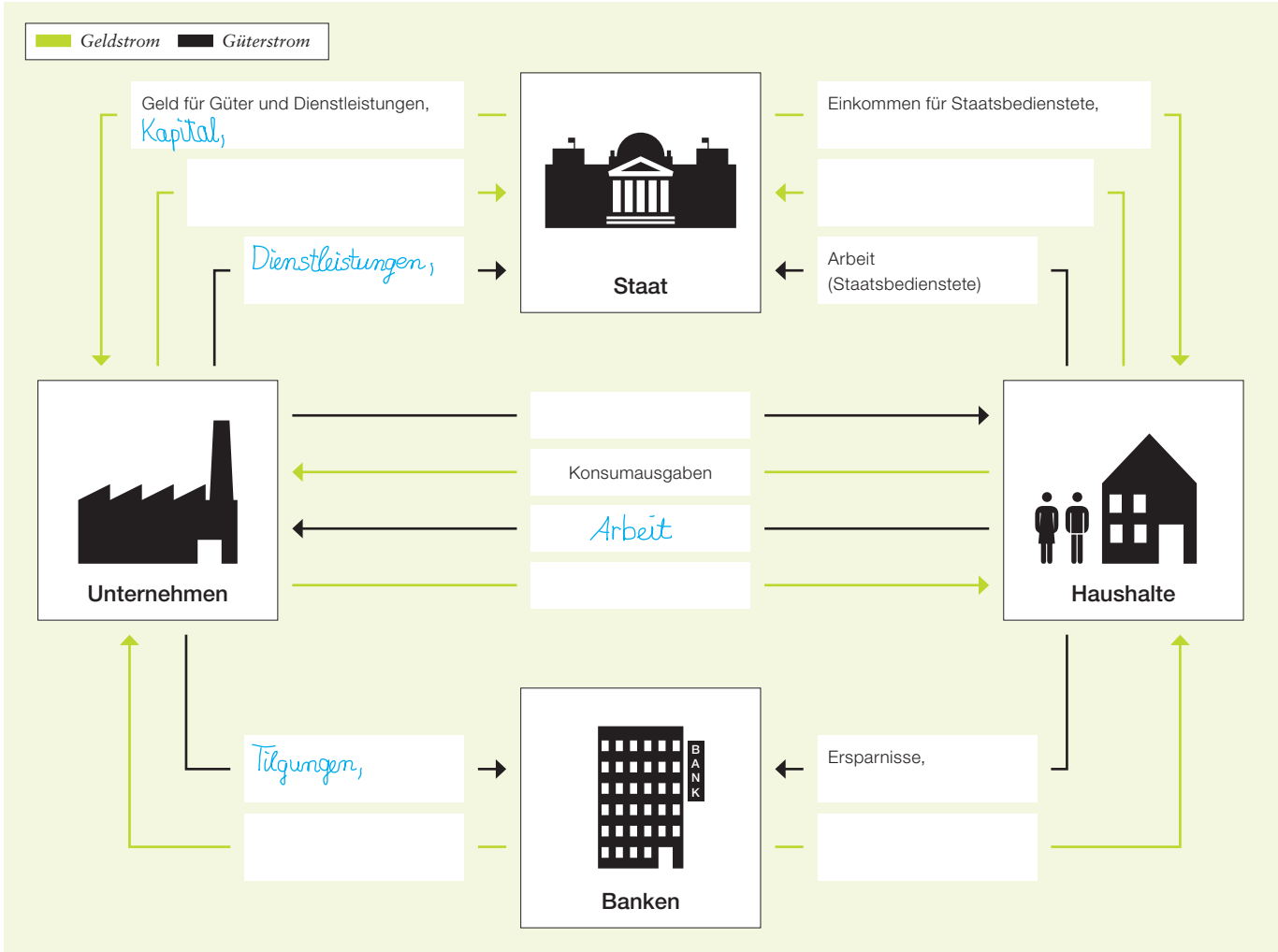
— Abb. 1: *Der einfache Wirtschaftskreislauf*



➽ 1. Die unten stehende Grafik erweitert den einfachen Wirtschaftskreislauf um die zwei wichtigen Akteure „Staat" und „Banken". Beschrifte die Pfeile „Güter- und Geldströme" mithilfe der folgenden Bezeichnungen: ~~Kapital~~ / Kredite / Einkommen / Konsumgüter / Steuern (z.B. Gewerbesteuer) / Steuern (z.B. Einkommensteuer) / Güter / ~~Tilgungen~~ / Kredite für Investitionen / Tilgungen / Rücklagen / Zinserträge / Subventionen / ~~Arbeit~~ / Transferleistungen (z.B. Hartz IV) / ~~Dienstleistungen~~

➽ 2. Entwickle die Grafik weiter, so dass auch die Wirtschaftsbeziehungen mit dem Ausland abgebildet werden.

— Abb. 2: *Der erweiterte Wirtschaftskreislauf*



— *Schaugrafiken:* Bruno Zandonella, © Leitwerk, zusammengestellt aus verschiedenen Vorlagen

— *Herausgeberin:* Bundeszentrale für politische Bildung / bpb — *Verantwortlicher Redakteur:* Johannes Winter — *Gestaltung:* www.leitwerk.com

ARBEITSBLATT 08

An der Aktienbörse
Preisbildung (1)

1 Das Orderbuch

Die Aktienbörse gilt als beinahe „vollkommener" Markt, weil die Preisfindung (fast) ausschließlich von Angebot und Nachfrage abhängt. Als Börsenmakler hast du die Aufgabe, den Tageskurs für eine Aktie zu errechnen. Dazu hast du die eingegangenen Kauf- und Verkaufswünsche in ein Orderbuch eingetragen:

— Käufer	— … will so viele Aktien…	— … zum Preis von (bis zu) … kaufen.	— Aktien-besitzer	— … will so viele Aktien…	— … zum Preis von (mindestens) … verkaufen.
Arnold	2.000 Stück	80 Euro	Elisabeth	2.000 Stück	70 Euro
Bianca	3.000 Stück	50 Euro	Finn	1.000 Stück	50 Euro
Carlo	2.000 Stück	30 Euro	Gisela	1.000 Stück	40 Euro
Dora	1.000 Stück	20 Euro	Herbert	1.000 Stück	30 Euro

2 Die Wertetabellen

Wie lassen sich die Kauf- und Verkaufswünsche am besten erfüllen? Um den optimalen Aktienkurs (Marktpreis) zu ermitteln, musst du zunächst das gesamte Angebot und die gesamte Nachfrage bei einem bestimmten Preis ermitteln. Dazu eignen sich Wertetabellen:

Preis *(in Euro)*	30	40	50	70
Angebot *(in Stück)*	1.000	2.000		

Preis *(in Euro)*	20	30	50	80
Nachfrage *(in Stück)*			5.000	2.000

— *Erläuterung:* Bei einem Preis von 30 Euro würde nur Herbert seine 1.000 Aktien verkaufen. Bei einem Preis von 40 Euro würden Herbert und Gisela ihre Aktien verkaufen, also insgesamt 2.000 Stück. Für 80 Euro kauft nur Arnold, die gesamte Nachfrage bei diesem Preis beträgt also 2.000 Stück. Er würde aber lieber einen geringeren Preis bezahlen. Zum Preis von 50 Euro würden Arnold und Bianca insgesamt 5.000 Aktien kaufen.

➽ Bestimme Angebot und Nachfrage anhand der Werte aus dem Orderbuch. Trage die noch fehlenden Werte in die Tabellen ein.

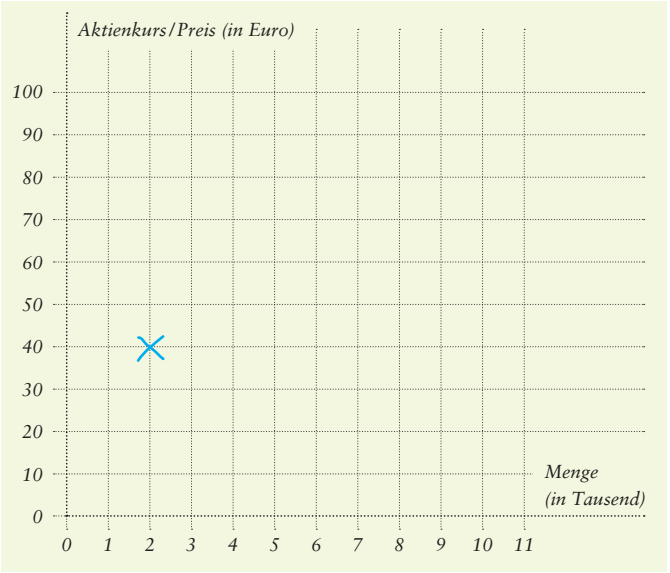
3 Der optimale Aktienkurs

Der optimale Tageskurs der Aktie ist der Preis, der einen möglichst hohen Umsatz (= Menge x Preis) ermöglicht. Diesen Preis kannst du grafisch ermitteln:

➽ 1. Bestimme grafisch den Marktpreis (Aktienkurs) und die Menge der gehandelten Aktien. Trage dazu die Werte aus den Tabellen in das Preis-Mengen-Diagramm ein. Verbinde die Punkte zur Nachfrage- und Angebotsgeraden. Der Schnittpunkt markiert den „optimalen" Preis. Bei diesem Preis sind Angebot und Nachfrage gleich groß (Gleichgewichtspreis).

➽ 2. Wer kann an diesem Tag ein Geschäft machen und wer nicht?

— **Preis-Mengen-Diagramm:** *Marktpreisbestimmung*



— *Schaugrafik:* Bruno Zandonella, © Leitwerk

— *Herausgeberin:* Bundeszentrale für politische Bildung / bpb — *Verantwortlicher Redakteur:* Johannes Winter — *Gestaltung:* www.leitwerk.com

ARBEITSBLATT 09

Marktpreis und Pareto-Optimum

Preisbildung (2)

Als korrekter Börsenmakler wirst du den Aktienkurs aufgrund des vorliegenden Angebots und der vorhandenen Nachfrage auf 60 Euro festgelegt haben *(siehe AB 08)*. Aber warum ist dieser Preis optimal? Für Arnold hat sich der Kauf jedenfalls gelohnt, denn er war bereit, für eine Aktie 80 Euro auszugeben, musste letztlich aber nur 60 Euro bezahlen *(siehe folgende Abbildung)*. Auch Herbert hat sich gefreut, denn er hat seine Aktien für 30 Euro angeboten, aber das Doppelte erhalten. Was für die beiden gilt, trifft für alle Verkäufer und Käufer dieser Aktie zu.

Die Differenz zwischen Zahlungsbereitschaft und tatsächlichem Marktpreis ist der subjektive „Gewinn" der Käufer, auch **Konsumentenrente** genannt *(von „rentieren" = sich lohnen)*. Die Konsumentenrente aller am Aktienhandel beteiligten Käufer ist die Fläche „oberhalb" des Marktpreises und „unterhalb" der Nachfragekurve (hellblaue Fläche). Sie lässt sich leicht berechnen:

Konsumentenrente =
(Prohibitivpreis[1] – Marktpreis) x verkaufte Menge x ½

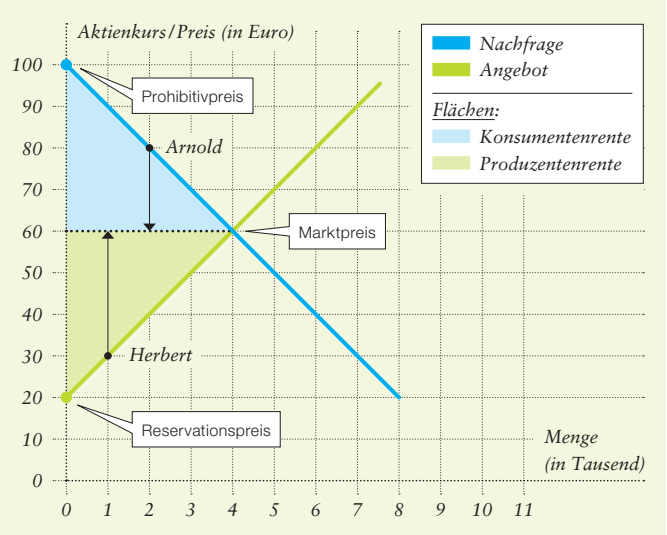
[1] maximaler Preis, zu dem überhaupt noch jemand ein Stück kaufen würde

Für die **Produzentenrente** gilt entsprechendes. Der Begriff wird normalerweise nicht auf Spekulationsgewinne von Aktienverkäufen angewandt, sondern auf Gewinne von Unternehmen, die zu geringeren Kosten produzieren, als sie die Ware am Markt verkaufen (hellgrüne Fläche):

Produzentenrente =
(Marktpreis – Reservationspreis[2]) x verkaufte Menge x ½

[2] minimaler Preis, den ein Anbieter akzeptieren würde (Abgabepreis-Untergrenze)

— Preis-Mengen-Diagramm: *Konsumenten- / Produzentenrente*



Die **Gesamtwohlfahrt** dieses Handels ist die Summe aus Konsumentenrente und Produzentenrente:

Gesamtwohlfahrt = Konsumentenrente + Produzentenrente

4 Der Gleichgewichtspreis

1. Bearbeitet die Aufgaben in Gruppen. Erläutert wechselseitig eure Überlegungen und kommentiert das Ergebnis!

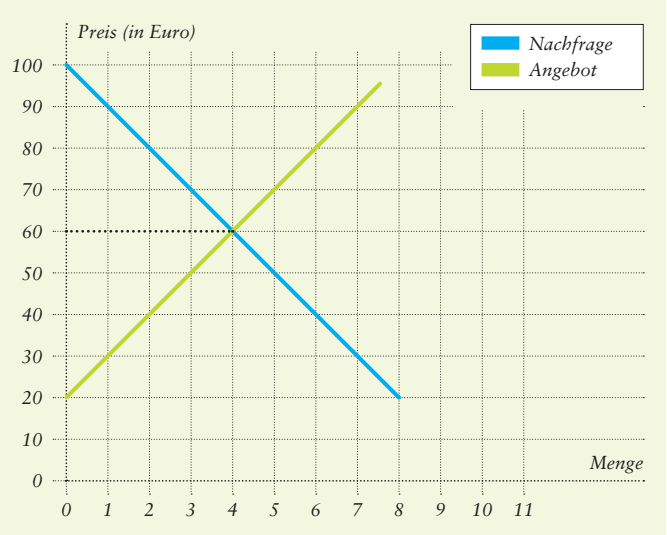
Gruppe A: Angenommen bei unserem Beispiel handelte es sich nicht um Aktien, sondern um eine Ware, z.B. Kaffee-Maschinen, und alle Anbieter (Elisabeth, Finn, Gisela und Herbert) hätten sich (trotz Kartellverbot[3]!) verabredet, ihre Produkte nur zu dem erhöhten Preis von **80 Euro** abzugeben. Ermittle für diesen Fall grafisch und rechnerisch Konsumentenrente, Produzentenrente und Gesamtwohlfahrt.

Gruppe B: Angenommen bei unserem Beispiel handelte es sich nicht um Aktien, sondern um die Kosten für einen Arztbesuch. Der Staat würde aus sozialen Gründen den Preis auf **40 Euro** begrenzen. Ermittle für diesen Fall grafisch und rechnerisch Konsumentenrente, Produzentenrente und Gesamtwohlfahrt.

2. Warum lässt sich der Marktpreis (Gleichgewichtspreis) bei einem vollkommenen Markt als Pareto-optimal bezeichnen? Begründe deine Antwort mithilfe der verwendeten Modellrechnung.

[3] Kartell: Bündnis zur Beschränkung des Wettbewerbs (z.B. durch Verknappung oder Preisabsprachen)

— Preis-Mengen-Diagramm: *Gruppe* A B



— Pareto-Optimum

Eine Volkswirtschaft ist dann Pareto-optimal, wenn alle Möglichkeiten zum Tausch von Gütern soweit ausgenutzt sind, dass eine Person ihr „Wohlbefinden" (ihren Nutzen) nur noch steigern kann, indem eine andere Person dafür schlechter gestellt wird, also auf Kosten anderer. Das Kriterium für eine optimale Güterverteilung ist nach **Vilfredo Pareto** (1848–1923), dem Begründer der Wohlfahrtsökonomie, benannt.

— *Schaugrafiken:* Bruno Zandonella, © Leitwerk

— *Herausgeberin:* Bundeszentrale für politische Bildung / bpb — *Verantwortlicher Redakteur:* Johannes Winter — *Gestaltung:* www.leitwerk.com

ARBEITSBLATT 10

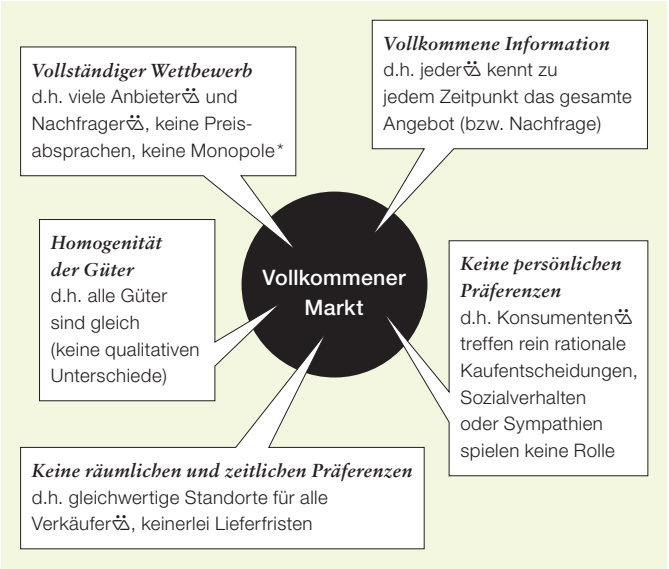
Wie gut sind unsere Märkte?

Der „vollkommene Markt“ als Ziel

— Ein Bummel über den Weihnachtsmarkt

Endlich, wenige Tage vor Heiligabend findet Familie Mayer Zeit für einen gemeinsamen Besuch auf dem Weihnachtsmarkt. Gleich am ersten Stand möchte Sascha eine Bratwurst. „Jetzt lass' uns erst mal richtig reingehen“, antwortet Herr Mayer seinem Sohn, „zu essen gibt es hier an jeder Ecke“. Ein paar Schritte weiter unterhält sich seine Frau mit einer Künstlerin, die Glaskugeln mit Weihnachtsmotiven bemalt. Frau Mayer ist ganz entzückt von dem bunten Weihnachtsschmuck und schwärmt: „Sind die nicht toll?“ Herr Mayer ist weniger begeistert: „Die sind doch viel zu teuer!“ „Aber die Frau ist ausgesprochen nett. Der will ich unbedingt etwas abkaufen. Außerdem hat sie sich viel Zeit genommen und mir ihre Maltechnik genau erklärt.“ Und so kauft Frau Mayer den teuren Christbaumschmuck. Lisa will ihrer Freundin noch eine der vielen bunten Kerzen schenken. Kerzen gibt es auf dem Weihnachtsmarkt an vielen Ständen in allen Größen und Sorten. Lisa kann aber nicht alle in Augenschein nehmen, denn die anderen möchten weiter, und so kauft sie die nächstbesten. Sascha besteht jetzt auf seiner Bratwurst, nur sein Vater hat mal wieder Einwände: „Aber vorhin waren sie billiger und sahen auch besser aus.“ „Ich hab' aber Riesenhunger, und wir können doch bei dem Gedränge nicht wieder ganz zurückgehen!“ Nach einer Stärkung mit Bratwurst und Glühwein entdecken sie einen Stand mit Spielzeug. Herr Mayer möchte hier noch ein Geschenk für sein Patenkind besorgen, das sich etwas zur Erweiterung seiner elektrischen Eisenbahn wünscht. „Das kriegst du im Internet aber viel günstiger“, gibt Sascha zu bedenken. „Ja, aber es ist doch unsicher, ob das dann bis Heiligabend noch rechtzeitig ankommt. Da nehme ich's doch lieber gleich mit.“

— Das Modell des vollkommenen Marktes



* Monopol: es gibt nur einen einzigen Anbieter*in

➽ 1. Prüfe, ob es sich beim Weihnachtsmarkt um einen „vollkommenen Markt“ handelt. Unterstreiche im Text alle Verstöße gegen die im Modell oben genannten Kriterien.

➽ 2. Markt-Check: Handelt es sich bei folgenden Beispielen um „vollkommene Märkte“? Nimm eine Einschätzung vor. Vergib dafür Schulnoten (1 bis 6) und begründe kurz deine Bewertung.

A Handytarife: Note ☐

weil _____

B Deutsche Bahn (Fernverkehr) Note ☐

weil _____

C Benzin (Tankstelle) Note ☐

weil _____

D Pausen-Snack in der Schule Note ☐

weil _____

E Aktienbörse Note ☐

weil _____

F Marktplatz im Internet (z.B. ebay) Note ☐

weil _____

— *Schaugrafik:* © Leitwerk

— *Herausgeberin:* Bundeszentrale für politische Bildung / bpb — *Verantwortlicher Redakteur:* Johannes Winter — *Gestaltung:* www.leitwerk.com

ARBEITSBLATT 11

Sagen Preise die Wahrheit?

Externe Kosten des Autofahrens

Vergleicht man die Kosten verschiedener Verkehrsmittel, schneidet das Auto oftmals überdurchschnittlich gut ab. Viele Autofahrer*innen sind sich über die wahren Kosten ihres Fahrzeugs aber nicht im Klaren und vergleichen den Preis eines Bahntickets mit ihrer Rechnung an der Tankstelle. Was kostet Autofahren wirklich?

➽ 1. Errechne unten die Gesamtkosten für einen Kilometer Autofahrt. Berechne, welche Kosten davon der Halter*in des Fahrzeugs tragen muss. Wie erklärst du die Differenz und wer kommt für die weiteren Kosten auf?

— **Durchschnittliche Fahrzeugkosten (VW Golf)***	*Cent pro km*
1. Fixkosten (Steuer, Versicherung)	5,6
2. Klimakosten	1,2
3. Werkstattkosten	3,0
4. Natur und Landschaft (z.B. Gewässerreinigung)	0,4
5. Betriebskosten (Benzin)	11,6
6. Luftverschmutzung	0,5
7. Wertverlust	21,4
8. Lärm	0,8

Gesamtkosten (insgesamt): _____

Gesamtkosten (Fahrzeughalter*in): _____

* Halterkosten für VW Golf 1.4 Trendline (48 Monate und 15.000 km pro Jahr gefahren) nach ADAC; durchschnittliche Umweltkosten nach Angaben des Umweltbundesamtes; Stau- und Unfallkosten sowie Kosten für Straßenbau bleiben unberücksichtigt.

➽ 2. Wie teuer ist eine Autofahrt von Berlin nach München (ca. 600 km)? Berechne und vergleiche die Spritkosten, die Kosten des Fahrzeughalters*in und die Gesamtkosten (Annahme: Durchschnittsverbrauch 8 Liter pro 100 km):

Benzinkosten: _____

Fahrzeugkosten (Halter*in, ohne externe Kosten): _____

Gesamtkosten: _____

➽ 3. Ist die Fahrt mit dem Auto preiswerter oder teurer als mit der Bahn? Recherchiere den Preis eines Bahntickets „Berlin – München" und vergleiche.

Kosten der Bahnfahrkarte: _____

Gesamtkosten der Autofahrt: _____

Welches Verkehrsmittel man für welche Fahrtstrecke wählt, hängt nicht zuletzt von den Kosten ab. Um die Mobilitätskosten richtig abzuschätzen, müssten die Verkehrsteilnehmer*innen die „wahren" Kosten kennen. Selbst wenn die Autofahrer*innen alle Fahrzeugkosten im Blick haben, so kennen doch die wenigsten die sogenannten **externen Kosten** *(siehe Kasten rechts)*.

Die wichtigsten externen Effekte des Autofahrens sind: Gesundheitsschäden durch Luftverschmutzung, Klimafolgeschäden, Landschaftsverbrauch, Flächenversiegelung, Unfall- und Staukosten (Zeitverlust). Es herrscht weitgehend Einigkeit darüber, dass die Umweltschäden durch (zu viel) Verkehr verringert werden müssen, nicht aber über den Weg, wie das am besten zu erreichen sei.

➽ 4. Diskutiert die folgenden Vorschläge zur Verringerung oder Vermeidung von Umweltschäden durch Verkehr:

a) Steueraufschlag auf den Benzinpreis (von 37 Cent**)
b) Entschädigungszahlungen an Anwohner*innen verkehrsreicher Straßen
c) Erhöhung der jährlichen Kfz-Steuer
d) Fahrverbote für Autos mit hohem Verbrauch
e) Sonntagsfahrverbot für alle (mit Ausnahmen der Ärzte*innen, Polizei usw.)
f) Aufklärungskampagne über Umweltschäden durch Autoverkehr

** Dieser Wert entspräche den Umweltkosten (Punkte 2, 4, 6 und 8 in der Tabelle oben, plus Straßenbau, Unfallkosten u.a.) nach den Berechnungen des Umweltbundesamtes.

— Externe Kosten des Verkehrs

Externe Kosten des Verkehrs sind Kosten, die Verkehrsteilnehmer*innen (z.B. Autofahrer*innen) verursachen, für die sie aber nicht selbst aufkommen. Die unerwünschten Nebenwirkungen des Verkehrs werden auf Dritte abgewälzt, die nicht am Kauf oder Verkauf (z.B. des Benzins) beteiligt sind. Die Marktpreise spiegeln nur die privaten Kosten der Marktteilnehmer*innen wider, dagegen bleiben die negativen externen Effekte auf die Allgemeinheit (soziale Kosten) unberücksichtigt. Externe Effekte sind deshalb **eine Form von Marktversagen**.

bpb: — *Herausgeberin:* Bundeszentrale für politische Bildung / bpb — *Verantwortlicher Redakteur:* Johannes Winter — *Gestaltung:* www.leitwerk.com

ARBEITSBLATT 12

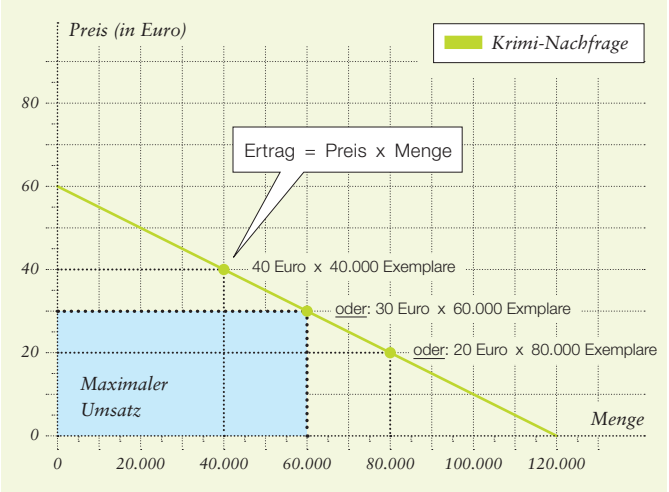
Geht noch mehr?
Preisdifferenzierung (1)

Warum gibt es eigentlich Taschenbücher? Natürlich weil sie preiswert sind, denken viele. Aber wieso kommen dann neue Bücher immer zunächst in anspruchsvoller Aufmachung auf den Markt? Könnte man gleich das billigere Taschenbuch kaufen, würden die meisten Leser* wohl die preiswerte anstelle der teuren Ausgabe wählen, schließlich ist der Krimi des Lieblingsautors* in beiden Fällen gleich spannend! Identische oder annähernd gleiche Produkte werden häufig zu unterschiedlichen Preisen verkauft. Der Buchmarkt ist dafür nur ein markantes Beispiel. Mit der folgenden Modellrechnung könnt ihr dem Grund für die Preisdifferenzierung (*Unterschiedlichkeit*) selbst auf die Spur kommen.

1 Buchverkauf zum Einheitspreis

Angenommen, der neue Krimi würde zu einem einheitlichen Preis von 30 Euro auf den Markt gebracht. Die Nachfragekurve (*siehe Abbildung rechts*) stellt die Absatzmenge (x-Achse) in Abhängigkeit vom Preis (y-Achse) dar: Bei einem Preis von 30 Euro würden 60.000 Leser* den Krimi kaufen. Das Rechteck gibt den Umsatzerlös des Verlags an: 60.000 x 30 Euro = 1.800.000 Euro. Dies ist bereits der maximale Umsatz, der mit einem Einheitspreis erzielt werden kann. Würde das Buch z.B. für 20 Euro angeboten, so kaufen zwar mehr Leser das Buch, dafür ist der Preis geringer. Erhöht man aber den Preis auf 40 Euro, so geht der Absatz zurück. Der Umsatz sinkt in jedem Fall. Aber lässt sich da vielleicht nicht doch noch etwas mehr herausschlagen?

— **Abb. 1:** *Umsatz bei Einheitspreis*



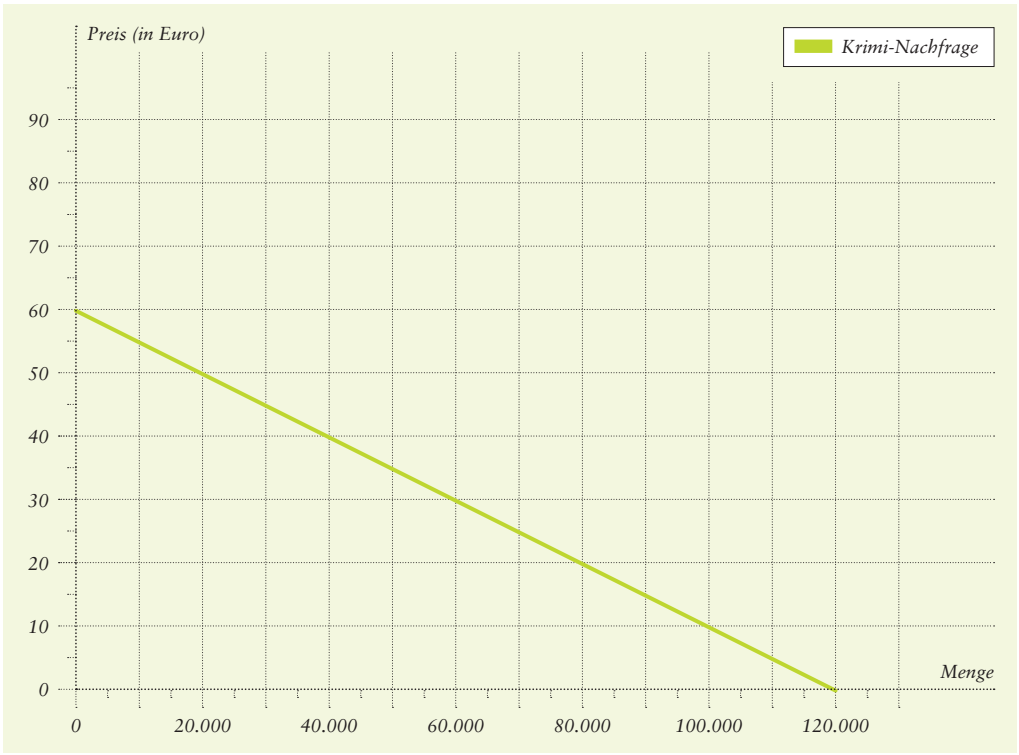
2 Preisdifferenzierung: gebundene Version und Taschenbuch

Der Krimi wird zuerst in einer gebundenen Version zu 40 Euro und etwas später als Taschenbuch zu 10 Euro herausgebracht.

➽ Zeichne in das nebenstehende Preis-Mengen-Diagramm die Umsatzflächen für beide Buchausgaben ein und errechne die Umsätze für die gebundene Version und das Taschenbuch sowie den Gesamtumsatz.

— *Achtung:* Leser*, die den Roman sofort nach Erscheinen angeschafft haben, kaufen nicht noch zusätzlich das Taschenbuch: Überlappende Fläche also nicht doppelt werten!

— **Abb. 2:** *Umsatz bei Preisdifferenzierung*



— *Schaugrafiken:* Bruno Zandonella, © Leitwerk

— *Herausgeberin:* Bundeszentrale für politische Bildung / bpb — *Verantwortlicher Redakteur:* Johannes Winter — *Gestaltung:* www.leitwerk.com

ARBEITSBLATT 13

Besonders teuer = besonders gut?
Preisdifferenzierung (2)

Wird ein gleichartiges *(homogenes)* Produkt zu unterschiedlichen Preisen verkauft, spricht man von Preisdifferenzierung. Um Käufergruppen mit höherer Preisbereitschaft herauszufiltern, wird das homogene Produkt in geringfügig verschiedenen Varianten angeboten (z.B. in einer edleren Verpackung). So gelingt es dem Hersteller, tatsächlich oder beinahe gleichwertige Produkte als unterschiedlich *(heterogen)* erscheinen zu lassen, damit er verschiedene Preise verlangen kann. Damit kann er Käufer, die nicht so sehr auf den Preis achten, herausfiltern und „abschöpfen", ohne die preissensiblen Kunden zu verlieren. Im Ergebnis erhöht sich durch Preisdifferenzierung der Erlös des Herstellers zu Lasten der Konsumenten.

3 In der Cafébar: ein Beispiel profitabler Preisgestaltung

Produkt	*Preis*	*Das bekomme ich für mein Geld (So fühle ich mich)*
Cappuccino	2,55 $	Cappuccino (normal)
Caffé Mocha	2,75 $	Kaffee und Mokka gemischt (Ich fühle mich als etwas Besonderes!)
White Chocolate Mocha	3,20 $	Ein bestimmtes Kakaopulver (Ich fühle mich als etwas ganz Besonderes!)
20 oz. Cappucino	3,40 $	Und das Ganze noch extra groß (Ich will alles!)

„Starbucks ist also nicht nur bestrebt, seinen Kunden eine größere Auswahl an Kaffeevarianten zu offerieren. Das Unternehmen gibt dem Kunden vielmehr Gelegenheit, in mannigfacher Form auszudrücken, dass er nicht auf den Preis achtet. Es kostet ja nicht so viel mehr, eine größere Tasse mit Kaffee zu füllen, ein wenig aromatisierten Sirup hineinzukippen oder einen Hauch Schlagsahne obendrauf zu geben. Jede einzelne Kaffeevariation auf der Preisliste kostet Starbucks in der Produktion in etwa gleich viel, vielleicht ein paar Cents mehr oder weniger. Heißt das nun, dass Starbucks all seine Kunden übervorteilt? Wenn dem so wäre, würde das Unternehmen einen einfachen Cappucino beziehungsweise eine heiße Schokolade für 3,30 Dollar anbieten und für die Extras durchweg 10 Cents berechnen. Starbucks könnte dies nur recht sein, doch Kaffee für 3,30 Dollar wird bei preissensiblen Kunden nicht unbedingt ankommen. Wenn man aber Variationen, die mehr oder weniger denselben Einstandspreis haben, zu völlig unterschiedlichen Preisen anbietet, wird es möglich, jene Kunden herauszufiltern, die auf den Preis nicht so sehr achten. Da Starbucks seine spendableren Kunden ja nicht einfach per Umfrage ermitteln kann, spannt es seinen Gästen ein paar luxuriöse Fallstricke, über die sie dann freiwillig stolpern können."

— *Quelle:* Tim Harford, Ökonomics. München 2009, S. 55 f.

4 Formen der Preisdifferenzierung

Im Laufe der Zeit haben sich verschiedene Formen der Preisdifferenzierung herausgebildet.

Die wichtigsten sind die **zeitliche** (a), **räumliche** (b), **personenbezogene** (c) und **mengenbezogene** (d) Preisdifferenzierung.

➽ Ordne die folgenden Beispiele den oben genannten Formen der Preisdifferenzierung zu und kreuze entsprechend an:

A verschiedene Preise für Männer und Frauen beim Friseur	a	b	c	d	
B Preis für einen Porsche Cayenne im Mai 2009: in Deutschland: 52.900 US $ in den USA: 32.400 US $	a	b	c	d	
C „Happy Hour" in einer Bar	a	b	c	d	
D Beim Weinhändler „fünf Flaschen kaufen, eine gratis!"	a	b	c	d	
E Vielflieger-Programm bei Airlines	a	b	c	d	
F Unterschiedliche Preise für Ferienwohnungen in der Haupt- und Nebensaison	a	b	c	d	
G Rabatt für ADAC-Mitglieder an einer Tankstelle	a	b	c	d	
H verschiedene Preise für Cola im Discounter, an der Tankstelle, am Flughafen	a	b	c	d	

bpb: — *Herausgeberin:* Bundeszentrale für politische Bildung / bpb — *Verantwortlicher Redakteur:* Johannes Winter — *Gestaltung:* www.leitwerk.com

ARBEITSBLATT 14

Mehr Geld = mehr Glück?

Die Funktion von Marken (1)

Es gibt Jeans für 9 Euro und solche für 900 Euro, etwa die des Stardesigners Roberto Cavalli. Der Qualitätsunterschied rechtfertigt kaum den hohen Preis: Würde die Hose vom Discounter nur ein halbes Jahr halten, so müsste man die Designerjeans 50 Jahre lang tragen. Warum finden die teuren Jeans trotzdem ihre Käufer? In edler Markenkleidung fühlen wir uns cooler, trendiger, glücklicher. Und für positive Gefühle bezahlen wir gerne etwas mehr. Markenprodukte sind also deshalb so begehrt, weil sie teuer sind. Die Liebe zur Marke zahlt sich also aus – fragt sich nur: für wen?

1. Kennst du diese Marken? Ergänze die Tabelle.

— Logo	— Slogan	— Names des Produkts / der Branche	— Image: Was verbindest du mit dieser Marke?
		Toyota	
	Free yourself. Just do it.		
	Ich liebe es.		
	Think different.		
	Ich will mehr.		

2. Wie sieht das „Markenuniversum“ deiner Klasse aus? Tragt auf einer Plakatwand die Namen aller Marken zusammen, deren Produkte ihr gekauft habt. Welches sind die Spitzenreiter?

— *Herausgeberin:* Bundeszentrale für politische Bildung / bpb — *Verantwortlicher Redakteur:* Johannes Winter — *Gestaltung:* www.leitwerk.com

ARBEITSBLATT 15

Marken oder No-Names?
Die Funktion von Marken (2)

Zu einer Marke gehören Name, Logo, Slogan und ein besonderes Produkt- und Verpackungsdesign. Marken versehen die Produkte (*Waren*) mit Werten, Gefühlen und Sehnsüchten. Die Gestaltung einer Marke, das sogenannte Branding (von engl. *to brand*, mit einem Brandzeichen versehen), entwickelt ein unverwechselbares Image. Mit großem Aufwand „brennt" die Markenwerbung diese „Vorstellungsbilder" in die Köpfe der Konsumenten*innen (*Verbraucher*innen) „ein". So beträgt der Anteil von Markennamen im Wortschatz eines zweijährigen Kindes durchschnittlich 10 Prozent!

➽ Organisiert eine Podiumsdiskussion zum Thema: „Jugendliche im Markenwahn?":

a) Bildet zwei Gruppen: Als Vertreter*innen des Jugend- und Verbraucherschutzes prangerst du die Markenpolitik der Unternehmen an (Gruppe I), als Vertreter*innen der Werbebranche verteidigst du die Marken als nützliche Hilfe für Konsumenten*innen (Gruppe II).
b) Bereite die Diskussion in der Gruppe vor: Die folgenden Aussagen beschreiben die Funktionen von Marken aus Sicht von Konsumenten*innen und Unternehmen. Markiere die Aussagen, die dir in der Diskussion nützen könnten, und formuliere sie zu Argumenten um.

A Markenprodukte lassen sich zu einem deutlich höheren Preis verkaufen.

B „Luxusmarken" betonen den Status des Konsumenten*innen und verhelfen ihm*ihr zu einem hohen Prestige.

C Die Marke steht für die Qualität eines Produkts, die der Kunde*in (vor dem Kauf) nur schlecht beurteilen kann.

D Annähernd gleiche Produkte können mithilfe verschiedener Marken unterschiedliche Zielgruppen ansprechen (z.B. „Rama", die Margarine für Familien, und „Lätta" für sportliche, kalorienbewusste Frauen).

E Mit dem Wert der Marke steigert sich auch der Wert des Unternehmens (höchster Markenwert weltweit: Coca-Cola 70,4 Mrd. US $, höchster Markenwert in Deutschland: Mercedes-Benz 25,2 Mrd. US $)

F Mit Marken können sich insbesondere Jugendliche identifizieren, einen bestimmten Lebensstil inszenieren oder die Zugehörigkeit zu einer Gruppe zum Ausdruck bringen (z.B. „Apple Community").

G Ein gleichartiges Produkt hebt sich durch unterschiedliche Gestaltung von der Konkurrenz ab. Die Marke erleichtert so die Orientierung.

H Die Marke fördert das Vertrauen, dass die versprochene Leistung auch tatsächlich erfüllt wird.

I Neue Produkte können unter einer bereits bestehenden (etablierten) Marke eingeführt werden (*siehe AB 14*).

J Wer sich mit einer Marke identifiziert, kann sich beim Einkauf in einem unüberschaubar vielfältigen Angebot schneller entscheiden. Dies bedeutet eine Entlastung (des Gehirns).

K Aufgrund der Gleichartigkeit vieler Produkte kann die Marke emotionale Unterschiede zur Konkurrenz schaffen und durch ein positives Image in den Köpfen der Kunden*innen das Kaufverhalten beeinflussen.

L Marken ermöglichen eine emotionale *(gefühlsmäßige)* Bindung der Kunden*innen an das Produkt. In Deutschland ist z.B. die „Markentreue" zu Autos besonders hoch.

— Die besten der Top 100 Marken (nach Markenwert 2018); links: weltweit, rechts: aus Deutschland

Rang	*Marke*	*Mrd. US $*	*Rang*	*Marke*	*Mrd. US $*
1.	Apple	214,48	8.	Mercedes-Benz	48,60
2.	Google	155,51	13.	BMW	41,00
3.	Amazon	100,76	21.	SAP	22,89
4.	Microsoft	92,72	41.	VW	12,20
5.	Coca-Cola	66,34	42.	Audi	12,19
6.	Samsung	59,89	49.	Allianz	10,82
7.	Toyota	53,40	50.	Adidas	10,77
8.	Mercedes-Benz	48,60	52.	Porsche	10,71
9.	Facebook	45,17	56.	Siemens	10,13
10.	McDonald's	43,42			

— *Quelle:* Interbrand Best Global Brands 2018, www.interbrand.com

bpb: — *Herausgeberin:* Bundeszentrale für politische Bildung / bpb — *Verantwortlicher Redakteur:* Johannes Winter — *Gestaltung:* www.leitwerk.com

ARBEITSBLATT 16

Wie Werbung wirkt
Die Botschaft und das Unterbewusste

1 Werbung übermittelt Botschaften

In Deutschland werden jährlich rund 350.000 Werbeanzeigen gedruckt, 2 Millionen Werbespots gesendet, und eine Flut unzähliger Mailings, Plakate und Online-Banner dokumentiert den beträchtlichen Aufwand, mit dem die Werbeindustrie ihren Kampf um die Aufmerksamkeit des Konsumenten*innen führt. Aber nehmen wir in Zeiten der Reizüberflutung ihre Botschaften überhaupt noch wahr?

➽ 1. Analysiert in Gruppen jeweils drei Werbeanzeigen aus Illustrierten (Vorschlag: Duft / Parfum / Deo; Bier; Jeans). Orientiert euch dabei an folgenden Leitfragen und notiert eure Überlegungen in Stichworten:

a) Welches Produkt wird beworben (Bedürfnis-, Luxusartikel…)?
b) Wie wird es dargeboten (Motiv, Farbe, Schrift…)? Wie auffallend ist die Werbung?
c) Wer soll angesprochen werden (Jugendliche, Frauen…)?
d) Welche Bedürfnisse werden angesprochen *(siehe AB 02)*?
e) Wie bewertet ihr die Wirkung?

2 Werbung bietet Belohnung

Das **„Neuromarketing“** wendet Methoden und Erkenntnisse der Hirnforschung an, um Werbung zu untersuchen und ihre Wirkung effektiver *(wirkungsvoller)* zu gestalten. Die Untersuchungen zeigen, dass den Konsumenten*innen die wahren Gründe für eine Kaufentscheidung nicht bewusst sind. Auch wenn sie in Umfragen gerne darüber Auskunft geben, warum sie sich für dieses Deo oder jenes Auto entschieden haben, so bleiben die meisten Aussagen pure Spekulation oder nachträgliche Rechtfertigungen für das Kaufverhalten. In Wahrheit merken Kunden*innen meistens nicht, ob und wann Werbung sie beeinflusst.

Werbung wecke demnach keine neuen Bedürfnisse, sondern knüpfe an vorhandene an. Jeder Mensch strebe nach
- **Sicherheit** und **Geborgenheit** (in der Familie und im Freundeskreis),
- **Erregung**, **Abwechslung** und **Neuem**, neuen Bekanntschaften,
- **Autonomie**, **Unabhängigkeit**, **Kontrolle** und **Macht**.

Diese „Motivbereiche“ funktionieren wie ein Konto, so die Untersuchungen: Wenn es ins Minus gerät, werde alles dafür getan, es schnell wieder auszugleichen, etwa indem man ein Produkt kauft, das Geborgenheit oder Freiheit verspricht. Gute Werbung füge dem Gebrauchswert eines Produktes einen solchen „Fiktionswert“ hinzu. So verkaufen „Nike“, „Adidas“, „Puma“, „Converse“ und die anderen nicht vorrangig Schuhe, sondern Träume, Emotionen und Gedanken. Markenprodukte aktivierten auf diese Weise das „Lustzentrum“ im Gehirn des Konsumenten*innen, der Kauf würde dann als Belohnung empfunden. Allerdings dürften unsere unbewussten Bedürfnisse nicht offen, sondern nur verschlüsselt angesprochen werden.

➽ 2. Kannst du die drei genannten Motivbereiche auch in den Werbebeispielen aus euren ausgesuchten Werbeanzeigen aus Aufgabe 1 herausfiltern? Beschreibe die „Belohnung“, die bei diesen Beispielen entstehen könnte.

— *Herausgeberin:* Bundeszentrale für politische Bildung / bpb — *Verantwortlicher Redakteur:* Johannes Winter — *Gestaltung:* www.leitwerk.com

ARBEITSBLATT 17

Geheime Verführer♁

Verkaufsstrategien im Supermarkt

Jeder♁ hat das wohl schon einmal erlebt: Man geht mit einer Einkaufliste in den Supermarkt und kommt dann mit viel mehr und ganz anderen Produkten nach Hause, als man eigentlich kaufen wollte. Ein Supermarkt ist aber kein bloßes Warenlager, sondern beeinflusst unser Kaufverhalten.

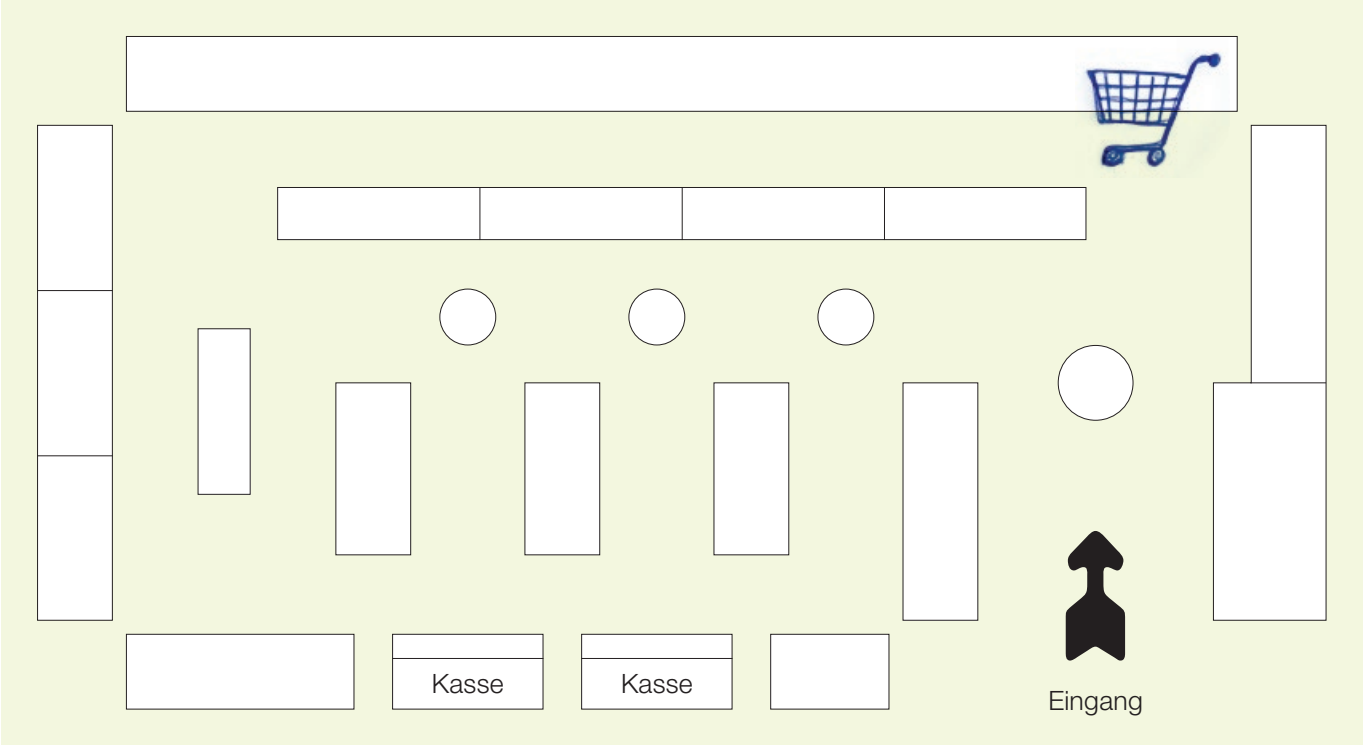
➽ 1. Untersuche die Warenpräsentation von Süßigkeiten für Kinder, Müsli-Riegeln, Luxus-Joghurt sowie Obst und Gemüse in einem Supermarkt. Beziehe eigene Einkaufserfahrungen mit ein. Trage die Ergebnisse in die Tabelle ein.

— Der Supermarkt-Check

Fragen	*Präsentation und Anordnung der Waren*	*Beabsichtigte Wirkung auf den Kunden♁*
Wo und wie werden Obst und Gemüse angeboten?		
Welche Waren werden in der Zone vor der Kasse angeboten?		
Wo findet man Frischeprodukte (Fleisch, Milcherzeugnisse)?		
Wie sind (gleichartige) Waren innerhalb des Regals angeordnet?		
Was „versprechen“ die Verpackungen der Waren?		

➽ 2. Starte das Projekt „Weg durch den Supermarkt“:

a) Zeichne einen Grundriss des Supermarkts, bei dem du einkaufst oder benutze die unten stehende Vorlage.
b) Schreibe einen Einkaufszettel (täglicher Bedarf, kein Großeinkauf).
c) Welchen Weg durch den Supermarkt musst du gehen, um die Waren zu bekommen? Zeichne den Laufweg in den Plan ein.



— *Schaugrafik:* © Leitwerk

bpb: — *Herausgeberin:* Bundeszentrale für politische Bildung / bpb — *Verantwortlicher Redakteur:* Johannes Winter — *Gestaltung:* www.leitwerk.com

ARBEITSBLATT 18

Arbeit ist das halbe Leben

Die Bedeutung der Arbeit

Viele empfinden ihre berufliche Tätigkeit als belastend und arbeiten angeblich nur, weil sie ihren Lebensunterhalt verdienen müssen. Andere haben Freude an ihrer Arbeit, weil sie gebraucht werden, Anerkennung erhalten oder ihren Neigungen nachgehen können. Arbeit hat also viele Gesichter. Aber was ist eigentlich Arbeit?

➽ 1. Entscheide, ob es sich bei den folgenden Tätigkeiten um Arbeit handelt und kreuze entsprechend an (Ja = J, Nein = N).

Ein*e Kfz-Mechaniker*in tauscht Bremsbeläge aus.	J	N	Du füllst dieses Arbeitsblatt aus.	J	N
Ein*e Profi-Fußballer*in schießt einen Elfmeter.	J	N	Ein*e Bergbauer*in mäht seine*n Wiese am Steilhang.	J	N
Schüler*innen schreiben einen Vokabeltest.	J	N	Ein*e Musiker*in komponiert einen Song.	J	N
Eltern begleiten ihre Kinder auf den Spielplatz.	J	N	Ein*e Gebrauchtwagenhändler*in verhandelt über den Kaufpreis.	J	N
Ein*e Ärzt*in fragt den Patienten*in nach dem Befinden.	J	N	Ein*e Pächter*in schneidet Rosen im Schrebergarten.	J	N
Ein*e Einbrecher*in hebelt eine Balkontüre auf.	J	N	Eine Person lädt Freunde*in ein und kocht ein aufwändiges Menü.	J	N
Ein*e Millionär*in legt sein*e Geld in Aktien an.	J	N	Eine Aushilfskraft sortiert Akten in Regale.	J	N
Ein*e Student hilft den Nachbarn*innen im Haushalt.	J	N	Spitzenpolitiker*innen besuchen ein Fußballspiel der National-Elf.	J	N
Ein Industrieroboter montiert automatisch Motorteile.	J	N	Ein*e Schüler*in hilft einem kranken Mann über die Straße.	J	N

➽ 2. Überlege, welcher Aspekt von Arbeit bei diesen Beispielen jeweils im Vordergrund steht. Dazu kannst du Begriffe der folgenden Abbildung auswählen und zuordnen.

➽ 3. Erarbeite eine eigene Definition von Arbeit. Verwende dazu drei Begriffe der oben stehenden Abbildung, die dir besonders wichtig sind. „Arbeit ist _____

_____

_____

_____

_____."

➽ 4. Vergleicht eure Definitionen untereinander und mit entsprechenden Lexikonartikeln.

ARBEITSBLATT 19

Der Wandel der Arbeit

Wie, wo und was werden wir morgen arbeiten?

➽ 1. Beschreibe anhand der Illustrationen den **Wandel der Arbeit** im Straßenbau.

a) Ordne in einer Tabelle jeder Illustration passende Begriffe aus der Abbildung auf dem Arbeitsblatt 18 zu.
b) Welche Art von Arbeit und Qualifikation wurden bzw. werden gebraucht?
c) Welche Arbeitsmittel benötigte bzw. benötigt ein Unternehmer♁?
d) Wie lässt sich die Entwicklung im Straßenbau aus Sicht der Arbeiter♁ bewerten?

➽ 2. Wie sieht die **Arbeit der Zukunft** aus? Kreuze unten an, welche Aussagen deiner Einschätzung entsprechen (Mehrfachnennungen sind möglich!).

— Der Arbeitnehmer♁ von morgen…

1. …arbeitet verstärkt

- ☐ in der Landwirtschaft
- ☐ in der Industrie
- ☐ im Dienstleistungsbereich

2. …muss

- ☐ höher qualifiziert sein, weil einfache Arbeiten nicht mehr von Menschen, sondern von Maschinen und Automaten erledigt werden
- ☐ weniger qualifiziert sein, weil die Arbeit von Maschinen erledigt wird

3.

- ☐ …muss sich lebenslang fortbilden
- ☐ …ist für seine Weiterbildung selbst verantwortlich

4. …wechselt sein Beschäftigungsverhältnis

- ☐ selten
- ☐ häufig

5. …muss

- ☐ länger arbeiten
- ☐ weniger lang arbeiten, denn mithilfe der Technik erwirtschaftet er mehr in kürzerer Zeit

6. …hat

- ☐ größere Probleme, Familien- und Berufsleben miteinander zu verbinden
- ☐ weniger Probleme, Familien- und Berufsleben in Übereinstimmung zu bringen, weil
  - die Kinderbetreuung besser geregelt ist
  - die Männer verstärkt im Haushalt mitarbeiten

7. …braucht zunehmend

- ☐ Fachkompetenz
- ☐ kommunikative Kompetenz
- ☐ soziale Kompetenz
- ☐ Führungskompetenz

8. …arbeitet

- ☐ allein
- ☐ im Familienverband
- ☐ im Team
- ☐ vernetzt mit internationalen Unternehmen in unterschiedlichen Projekten

9. …hat

- ☐ einen Arbeitgeber♁
- ☐ viele Arbeitgeber♁
- ☐ wenige Arbeitgeber♁

10. …hat

- ☐ feste Arbeitszeiten
- ☐ flexible Arbeitszeiten

11. …kann Leben und Arbeiten

- ☐ gut voneinander trennen
- ☐ weniger gut trennen

12.

- ☐ …erleidet häufiger psychische Erkrankungen aufgrund von stressigen, unsicheren Arbeitsbedingungen
- ☐ …wird seltener berufsbedingt krank, weil
  - die Berufswahl mehr nach Neigung erfolgt
  - die Arbeitsplätze sicherer und gesünder ausgestaltet sind

bpb: — *Herausgeberin:* Bundeszentrale für politische Bildung / bpb — *Verantwortlicher Redakteur:* Johannes Winter — *Gestaltung:* www.leitwerk.com

ARBEITSBLATT 20

Unternehmer-Persönlichkeit?

Was einen tüchtigen Unternehmer*in ausmacht

Wer den Schritt in die Selbständigkeit wagt, braucht technische und kaufmännische Kenntnisse sowie ausreichend Berufserfahrung. Oft wird aber vergessen, dass letztlich die Persönlichkeit den Ausschlag über den Unternehmenserfolg gibt.

➽ 1. Kreuze die Aussagen an, die auf dich zutreffen. Nimm dir ausreichend Zeit, prüfe dich genau und antworte ernsthaft.

➽ 2. Du kannst den Textbogen auch kopieren und an einen Mitschüler*in weitergeben, der*die dich gut kennt und einschätzen kann. Vergleiche seine*ihre Einschätzung mit deinem Selbstbild!

➽ 3. Diskutiert in der Klasse: Sind alle genannten Eigenschaften und Fähigkeiten gleich wichtig? Welche sind unabdingbar für eine erfolgreiche Unternehmer-Persönlichkeit?

— Aussagen: Eigenschaften und Fähigkeiten einer Unternehmer-Persönlichkeit	*Trifft auf mich zu*	
1. „Ich nehme die Dinge gerne selbst in die Hand, denn jeder ist seines Glückes Schmied."	☐ ja ☐ nein	~~E~~
2. „Unvorhersehbares und Unbekanntes reizen mich, denn ich habe große Lust, neue Wege zu gehen."	☐ ja ☐ nein	T
3. „Wer Erfolg haben will, muss auch etwas riskieren. Man darf nur nicht zu hoch pokern, sonst verliert man vielleicht alles."	☐ ja ☐ nein	E
4. „Mir braucht keiner zu sagen, was ich zu tun habe. Ich weiß genau, was ich will, und das packe ich auch entschlossen an."	☐ ja ☐ nein	R
5. „Ich steige gerne in den Ring, denn der Wettkampf bringt mich voran."	☐ ja ☐ nein	N
6. „Ich habe in meinem Leben noch viel vor und arbeite hart daran, meine hoch gesteckten Ziele zu erreichen."	☐ ja ☐ nein	U
7. „Ich tausche mich gern mit anderen aus, ich kann gut auf ihre Belange eingehen und bei Streit geschickt vermitteln."	☐ ja ☐ nein	S
8. „Ich sehe gelassen und optimistisch in die Zukunft."	☐ ja ☐ nein	I
9. „Bei der Gruppenarbeit gebe ich häufig den Anstoß und bin die treibende Kraft."	☐ ja ☐ nein	E
10. „Ich messe gerne meine Kräfte mit anderen."	☐ ja ☐ nein	E
11. „Es macht mir gar nichts aus, vor einer größeren Gruppe zu sprechen."	☐ ja ☐ nein	H
12. „Natürlich mache auch ich Fehler, besonders in Stresssituationen. Aber daraus kann man lernen und dann sind sie bald wieder vergessen."	☐ ja ☐ nein	P
13. „Mir liegt viel daran, immer besser zu werden."	☐ ja ☐ nein	R
14. „Ich habe keine Angst vor Veränderung, auch wenn ich mich anpassen muss, schließlich bietet alles Neue auch Chancen."	☐ ja ☐ nein	R
15. „Ich bin bereit, notwendige Risiken einzugehen, wäge aber Einsatz und möglichen Gewinn genau ab."	☐ ja ☐ nein	P
16. „Für mein Fortkommen bin ich ganz allein verantwortlich."	☐ ja ☐ nein	N

➽ 4. Für Fortgeschrittene: In der Tabelle unten werden acht Eigenschaften (A–H) eines erfolgreichen Unternehmers*in genannt. Ordne je zwei der oben aufgeführten Aussagen 1–16 den entsprechenden Eigenschaften zu. Schreibe dazu den jeweiligen Buchstaben der rechten Spalte in das Kästchen neben den Begriff A–H. Die Buchstaben ergeben der Reihe nach einen Fachbegriff für „Unternehmergeist": E ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ .

A Unabhängigkeitsstreben E ☐	**D** Eigeninitiative ☐ ☐	**G** Soziale Kompetenz ☐ ☐
B Innovationsfreude ☐ ☐	**E** Konkurrierende Impulsivität ☐ ☐	**H** Emotionale Stabilität ☐ ☐
C Gesunde Risikobereitschaft ☐ ☐	**F** Leistungsorientierung ☐ ☐	

— *Herausgeberin:* Bundeszentrale für politische Bildung / bpb — *Verantwortlicher Redakteur:* Johannes Winter — *Gestaltung:* www.leitwerk.com

ARBEITSBLATT 21

Wer macht was im Betrieb?
Die Grundfunktionen in einem Unternehmen

Betriebe unterscheiden sich je nach den erbrachten Dienstleistungen oder hergestellten Gütern. In allen Unternehmen gibt es aber – unabhängig vom Betriebstyp – die folgenden betrieblichen Grundfunktionen: **Personalwesen (P)**, **Rechnungswesen / Finanzierung (R)**, **Beschaffung (B)**, **Fertigung (F)**, **Absatz (A)**.

➽ 1. Verfasst arbeitsteilig für jede Funktion eine Kurzbeschreibung und sucht ein typisches Foto. Erstellt gemeinsam ein Lernplakat zum Thema „Betriebliche Grundfunktionen".

➽ 2. Ordne die folgenden Stellenanzeigen den einzelnen Betriebsfunktionen zu und schreibe das jeweilige Kürzel in die Kästen.

➽ 3. Schneide aus der Tageszeitung weitere Stellenanzeigen aus und ergänze damit das Lernplakat.

— Stellenangebote (Auszüge)

Leiter (m/w/d) Gruppe HR-Kommunikation ☐

Wir bieten ein anspruchsvolles Aufgabenspektrum als Leiter (m/w/d) der Gruppe Kommunikation im Zentralbereich Human Resources und Kommunikation. Zu ihren Aufgaben gehören das interne und externe Personal Recruiting, die Personalbedarfsplanung…

Schichtführer (m/w/d) ☐

Im Produktionsbereich „Aluminium-Serienfertigung" sind Sie verantwortlich für die technische Betreuung unserer modernen CNC-Maschinen und Bearbeitungszentren der gesamten Abteilung im Dreischichtbetrieb…

Strategischer Einkäufer (m/w/d) ☐

Sie entwickeln und setzen unsere Einkaufstrategien um, dabei wählen Sie nationale und internationale Lieferanten aus, führen die Einkaufsverhandlungen und sind verantwortlich für die Gestaltung der Rahmenverträge. Insgesamt verfügen Sie über ein Einkaufsvolumen von 15 Mio. Euro und sind direkt der Geschäftsleitung unterstellt…

Controller (m/w/d) ☐

Ihre Aufgaben: Erstellung von mittel- und kurzfristigen Forecasts. Erstellung von Monats- und Jahresabschlüssen des laufenden Berichtswesens. Finanzielle Bewertung von neuen Projekten und Aufgaben. Erstellung von Kapitalflussrechnung und kurzfristiger Liquiditätsplanung…

Account Manager Industrie (m/w/d) ☐

Ihre Aufgaben: Sie akquirieren innerhalb des Teams für Industriekunden Projekte zur nachhaltigen Nutzung der Energie. Sie pflegen die anspruchsvollen Key Accounts und gewinnen Neukunden…

➽ 4. Wer erledigt in einem Betrieb welche Aufgaben? Kreuze in den Beispielen **A** bis **H** eines Automobilherstellers die richtigen Grundfunktionen an:

A Herr Mayer bewirbt sich auf die ausgeschriebene Stelle eines Entwicklungsingenieurs.
☐ P ☐ R ☐ B ☐ F ☐ A

B Frau Krause führt mit einem Reifenhersteller Verhandlungen über günstigere Lieferkonditionen.
☐ P ☐ R ☐ B ☐ F ☐ A

C Lagerarbeiter Müller soll wegen wiederholter Trunkenheit während der Arbeit abgemahnt werden.
☐ P ☐ R ☐ B ☐ F ☐ A

D Der Automobilkonzern möchte im Zuge der Umstellung auf Elektrofahrzeuge auch in Windkraftanlagen investieren.
☐ P ☐ R ☐ B ☐ F ☐ A

E Die Geschäftsleitung verlangt eine Aufstellung über die Umsätze und Kosten des letzten Quartals.
☐ P ☐ R ☐ B ☐ F ☐ A

F Eine Projektgruppe erforscht, welche Innenausstattung bei weiblichen Kunden besonders gut ankommt.
☐ P ☐ R ☐ B ☐ F ☐ A

G Die Montage des Motors wird in ein nahegelegenes Zweigwerk ausgelagert.
☐ P ☐ R ☐ B ☐ F ☐ A

H Ein Autovermieter bestellt 100 Fahrzeuge des gleichen Typs.
☐ P ☐ R ☐ B ☐ F ☐ A

bpb: — *Herausgeberin:* Bundeszentrale für politische Bildung / bpb — *Verantwortlicher Redakteur:* Johannes Winter — *Gestaltung:* www.leitwerk.com

ARBEITSBLATT 22

Wer zahlt die Zeche?
Ein rätselhaftes Märchen übers Geld

„Es war einmal ein höchst ehrenwerter und seriöser Engländer, der seinen Sommerurlaub regelmäßig auf einer netten kleinen Insel im Ägäischen Meer zu verbringen pflegte. Er war so oft dort gewesen, dass seine Kreditwürdigkeit bei den Inselbewohnern über jeden Zweifel erhaben war. Es schien ganz einfach unvorstellbar, dass die Bank des Engländers sich jemals weigern könnte, einen von ihm ausgestellten Scheck einzulösen, und bisher war das auch noch kein einziges Mal der Fall gewesen.

Da dieser Engländer nun so außerordentlich kreditwürdig war, hatten die Inselbewohner keinerlei Einwände dagegen, dass er alles per Scheck bezahlte; man hatte ja schließlich auch die Gewissheit, dass alle Schecks gedeckt waren. Der Engländer war auf dieser winzigen Insel schließlich allen so wohlbekannt und genoss ein so großes Vertrauen, dass die Inselbewohner sich sogar untereinander mit diesen Schecks bezahlten. Wenn zum Beispiel der Restaurantbesitzer einen Teil seiner Zahlungen an den Lebensmittelhändler mit einem Scheck, den er für ein Essen erhalten hatte, leisten wollte, war das dem Lebensmittelhändler nur recht. Er konnte dann mit dem Scheck seine Benzinrechnung begleichen, und auf diese Art und Weise zirkulieren die Schecks des Engländers auf der ganzen Insel. Das ging dann sogar so weit, dass sie nie die Londoner Bank des Engländers zur Einlösung erreichten.“

— *Quelle:* Levi, Maurice: Ökonomie ohne Rätsel. Ein Wegweiser im Wirtschaftslabyrinth. Birkhäuser Verlag, Basel 1982. S. 72

➽ 1. Wer hat die Ferien des Engländers bezahlt? Der Engländer jedenfalls nicht, denn seine Schecks wurden nicht eingelöst. Also werden wohl die Bewohner* der Insel den Urlaub ihres Gastes bezahlt haben. Aber wer genau? Um das Rätsel zu lösen, hilft vielleicht ein wenig Theorie:

— Quantitätstheorie des Geldes

Wer sich etwas kauft, tauscht sein Geld gegen Güter (Waren oder Dienstleistungen). Betrachtet man die Volkswirtschaft insgesamt, so entspricht die Menge aller gehandelten Güter dem Wert nach auch der Summe des im Umlauf befindlichen Geldes.

Dieser Sachverhalt lässt sich in einer Gleichung darstellen:

Geldmenge (M) x **Umlaufgeschwindigkeit** (U) = **Gütermenge** (X) x **Preisniveau** (P)

Sie geht auf den amerikanischen Wirtschaftswissenschaftler **Irving Fisher** (1867–1947) zurück und wird als **Quantitätsgleichung** (oder: Fisher'sche Verkehrsgleichung) bezeichnet.

Die linke Seite der Gleichung (M x U) entspricht der monetären *(auf Geld bezogenen)* Nachfrage. Sie erhöht sich mit der Umlaufgeschwindigkeit des Geldes. Wenn z.B. im Weihnachtsgeschäft ein 50-Euro-Schein zehn mal den Besitzer (U = 10) wechselt, so ist die Geldmenge im Dezember höher (50 x 10 = 500 Euro) als in anderen Monaten, in denen die 50 Euro nur fünf mal ausgegeben werden.

Die rechte Seite (X x P) entspricht dem Wert aller produzierten Güter bzw. dem gesamten Angebot (annäherungsweise das reale BIP).

Mit Hilfe der **Quantitätsgleichung** lässt sich leicht ableiten, was passiert, wenn sich die monetäre Nachfrage verändert. Was geschieht zum Beispiel, wenn die Geldmenge steigt (↑), das Preisniveau und die Umlaufgeschwindigkeit aber konstant bleiben (–)? Dann muss auch die Menge der produzierten und verkauften Güter zunehmen (↑).

Es handelt sich also um ein reales Wirtschaftswachstum: $M\uparrow \times \bar{U} = X\uparrow \times \bar{P}$

➽ 2. Stelle entsprechend die Quantitätsgleichung für die Urlaubsinsel auf. Überlege zunächst, welche der vier Werte (Geldmenge / Umlaufgeschwindigkeit / Gütermenge / Preisniveau) durch die Schecks des Engländers verändert wurden und welche vermutlich unverändert geblieben sind:

_____ x _____ = _____ x _____

➽ 3. Zum Weiterdenken: In unserer Volkswirtschaft nimmt die _____ die Rolle des Engländers ein. Welche Eigenschaften müssen beide (der Engländer und die _____) haben?

— *Herausgeberin:* Bundeszentrale für politische Bildung / bpb — *Verantwortlicher Redakteur:* Johannes Winter — *Gestaltung:* www.leitwerk.com

ARBEITSBLATT 23

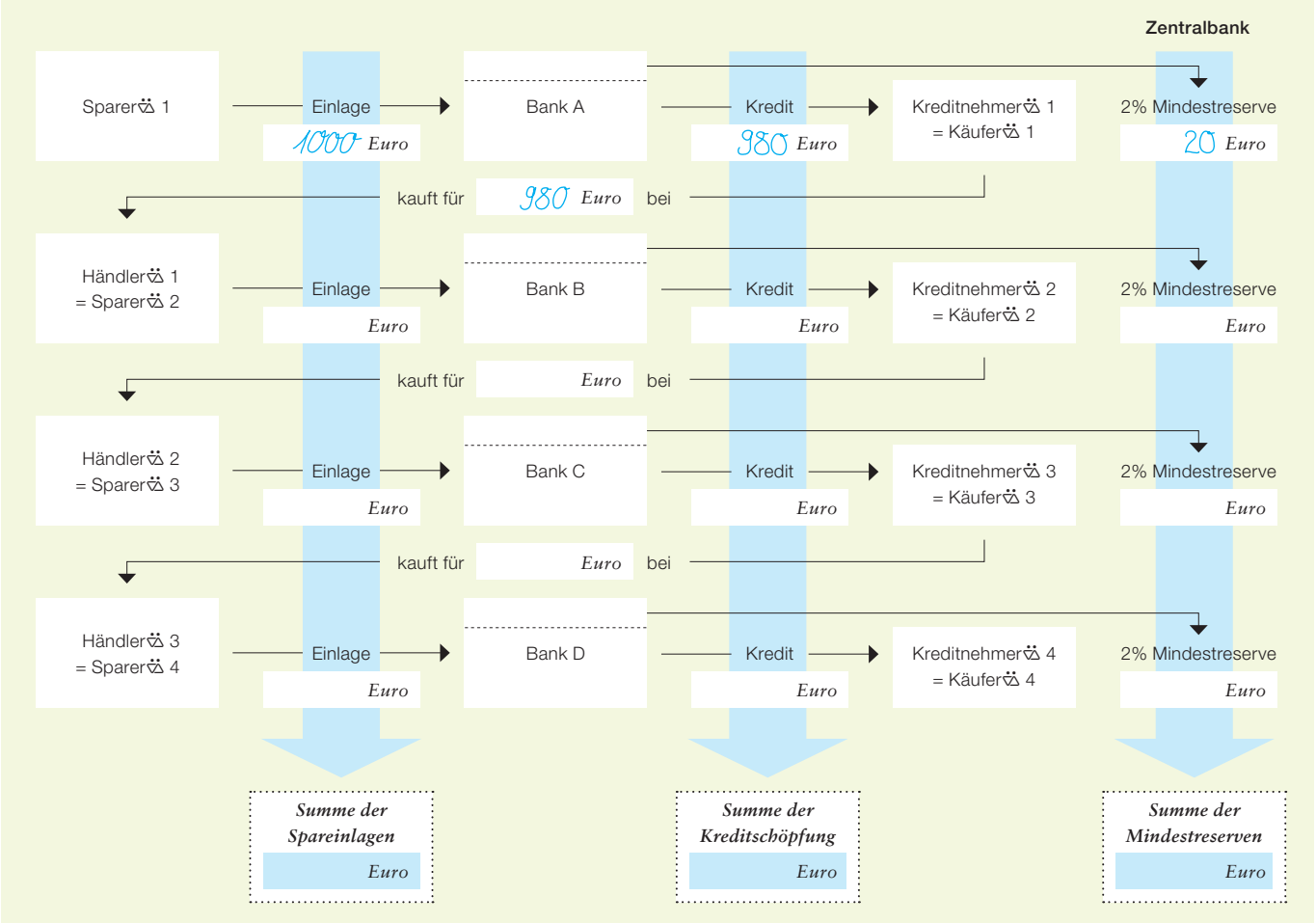
Mehr Geld durch Schulden

Die Giralgeldschöpfung

In der Eurozone waren im Dezember 2019 rund 24 Mrd. Banknoten und 135 Mrd. Münzen im Gesamtwert von 1323 Mrd. Euro (rund 1,3 Billionen) im Umlauf. Das ist zwar viel Geld aber bei etwa 342 Mio. Einwohnern*innen in der Eurozone sind das gerade einmal rund 3.870 Euro pro Person! Hätten wir lediglich Bargeld, also Münzen und Scheine, käme unser Wirtschaftsleben weitgehend zum Erliegen. Wir können aber „neues" Geld „schöpfen", wenn wir Kredite aufnehmen. Wie das geht, könnt ihr mit folgendem **Simulationsspiel** selbst ausprobieren: Angenommen, du hättest 1.000 Euro im Lotto gewonnen und zahlst die gesamte Summe auf ein Sparkonto bei deiner Bank ein (Sparer*in 1). Jede Geschäftsbank muss eine Mindestreserve von 2 % der Einlagen auf Weisung der Europäischen Zentralbank (EZB) an die Bundesbank abführen. Die Überschussreserve von 98 % der Einlagen kann Bank A weiterverleihen. Der Kredit in Höhe von dann 980 Euro an Kreditnehmer*in 1 wird zum Kauf einer Ware bei Händler*in 1 ausgegeben, der wiederum die gesamten Einnahmen bei seiner Bank B (als Sparer*in 2) einbezahlt usw.

➽ 1. Verteilt die unten aufgeführten „Rollen" (Sparer*in, Käufer*in, Banken, Zentralbank) und setzt das „Spiel" möglichst viele Runden fort. Notiert für jeden Schritt die Geldbeträge.

— Schema der Giralgeldschöpfung



➽ 2. Rechnet am Ende zusammen: Wie viel Geld haben die Sparer*in jetzt insgesamt? Wie hoch ist die Reserve bei der Zentralbank? In welcher Höhe wurden Kredite vergeben? Vergleicht das Geldangebot mit der anfänglichen Bargeldmenge.

➽ 4. Zum Weiterdenken und Weiterrechnen:

* Inflation = Geldentwertung

a) Geld entsteht durch Kredit. Erläutert diese Behauptung.
b) Wie würde sich das Kreditangebot ändern, wenn die Europäische Zentralbank (EZB) eine Mindestreserve von 10 % verlangte?
c) Eine Erhöhung der Geldmenge kann eine Inflation* nach sich ziehen. Erläutere, wie die EZB dem entgegenwirken kann.
d) Welche Auswirkungen kann die Neuverschuldung des Staates haben? Erkläre den Zusammenhang.

— *Schaugrafik:* Bruno Zandonella, © Leitwerk

— *Herausgeberin:* Bundeszentrale für politische Bildung / bpb — *Verantwortlicher Redakteur:* Johannes Winter — *Gestaltung:* www.leitwerk.com

ARBEITSBLATT 24

Die Leistung zählt
Bruttoinlandsprodukt (BIP) als Maß

1 Das Maß für die Wirtschaftskraft

Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) ist die **wichtigste Kennzahl** zur Beurteilung von wirtschaftlicher Leistung und Wohlstand einer Volkswirtschaft. Damit kann man die Wirtschaftskraft der Länder vergleichen und die konjunkturelle Entwicklung beurteilen. Aber wie misst man die wirtschaftliche Leistung eines ganzen Volkes?

➽ Trage in die Abbildung unten ein, worin die Arbeit („Wertschöpfung") der Beteiligten besteht und welchen Preis sie hat.

a) Errechne ❶ die Summe aller Wertschöpfungen und vergleiche sie mit ❷ dem Endpreis im Supermarkt (= Marktwert des Endprodukts Brot).
b) Erkläre: warum liegt dem BIP der **Marktpreis für Endprodukte** zugrunde?
c) Wie viel Geld nehmen die vier Beteiligten insgesamt ein? Begründe, warum ihre gesamten Verkaufserlöse nicht der Wirtschaftsleistung (dem BIP) entsprechen.

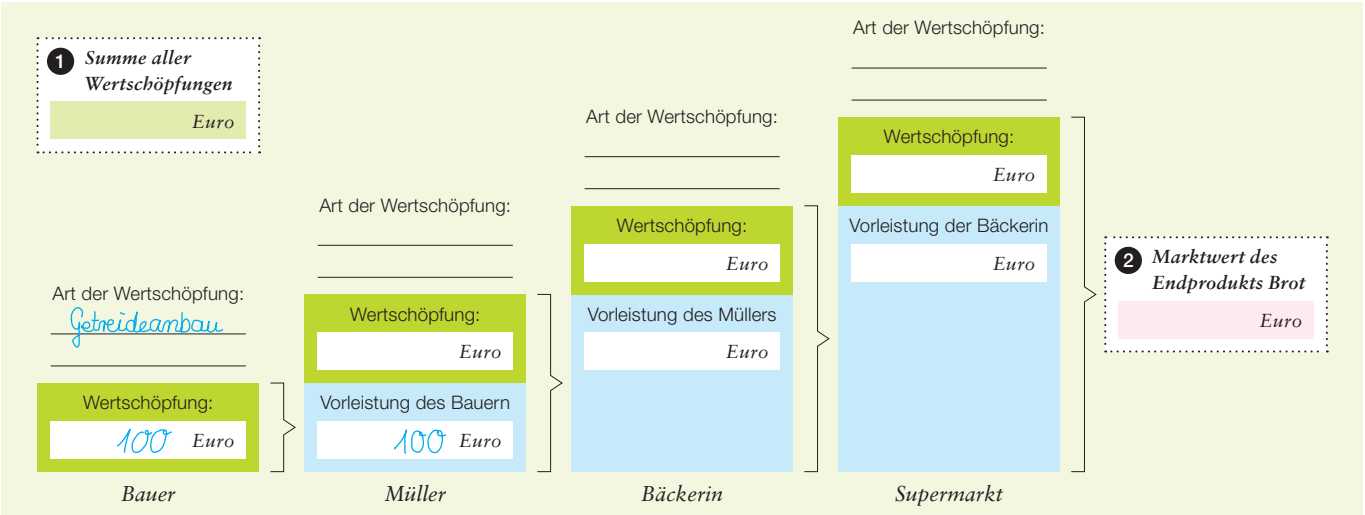
— Das Bruttoinlandsprodukt (BIP)

Das BIP ist der Marktwert aller für den Endverbrauch bestimmten Waren und Dienstleistungen, die in einem Land in einem bestimmten Zeitabschnitt hergestellt werden.

Die Messung des BIP: Bei der Berechnung des BIP wird der **Marktwert** zugrunde gelegt, da man unterschiedliche Waren und Dienstleistungen, z.B. eine Pizza und eine Flugreise, nicht addieren kann. Warum man nur die **Endprodukte** zählt, zeigt folgendes Beispiel:

Ein Bauer verkauft einem Müller Weizen für 100 Euro. Der Müller macht daraus Mehl, das er für 150 Euro an eine Bäckerin verkauft. Der vom Müller geschaffene Mehrwert beträgt also 50 Euro. Die Bäckerin verarbeitet das Mehl zu Brot und verkauft dieses für 250 Euro an einen Supermarkt. Im Supermarkt wird das Brot mit einem Aufschlag von 50 Prozent an den Endkunden weiterverkauft.

— Wertschöpfung in einem vierstufigen Produktionsprozess



2 Volkswirtschaftliche Leistungsmessung: Was zählt und was nicht

➽ 1. Überprüfe anhand der Definition genau, ob die Arbeit und das Tun der Familie Mustermann (Herr und Frau Mustermann mit ihren Söhnen Felix und Tim sowie Norbert, Herrn Mustermanns Bruder) in die BIP-Berechnung eingehen.

A Herr Mustermann arbeitet als Monteur in dem Motorenwerk eines Automobilherstellers.

B Herr Mustermann hat ein Ferienhaus in Spanien geerbt, das in der Sommersaison restlos ausgebucht ist.

C Frau Mustermann arbeitet halbtags in einer Arztpraxis.

D An fünf Tagen der Woche kocht Frau Mustermann für die Familie ein Mittagessen.

E Felix Mustermann isst nach der Schule lieber bei McDonald's.

F Norbert Mustermann ist von Beruf Maler und hilft beim Ausbau des Dachgeschosses, den die Familie Mustermann in Eigenarbeit erledigt.

G Zweimal in der Woche gibt Tim Mustermann einer Mitschülerin Nachhilfe in Latein und bessert so sein Taschengeld auf.

H Tim Mustermann verkauft einem Freund sein gebrauchtes Fahrrad.

I Auf seinem Weg zur Arbeit verursacht Herr Mustermann einen Autounfall mit Blechschaden.

J Frau Mustermann leitet ehrenamtlich einen Kinderchor.

➽ 2. Zum Weiterdenken: Ist das BIP ein Gradmesser für Wohlstand? Diskutiert diese Frage (auch mithilfe der obigen Beispiele).

— *Schaugrafik:* Bruno Zandonella, © Leitwerk, zusammengestellt aus verschiedenen Vorlagen

— *Herausgeberin:* Bundeszentrale für politische Bildung / bpb — *Verantwortlicher Redakteur:* Johannes Winter — *Gestaltung:* www.leitwerk.com

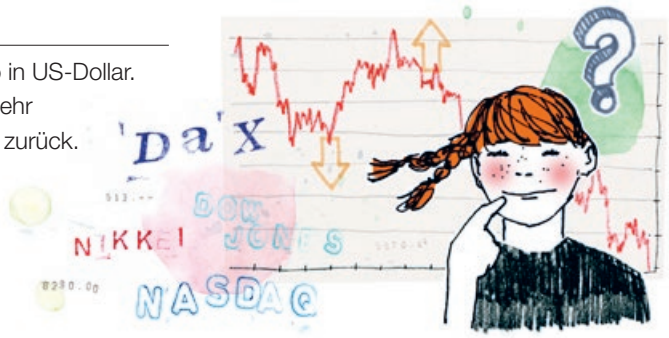
ARBEITSBLATT 25

Devisen, Dax, Gewinnerwartung…
Den Wirtschaftsteil einer Tageszeitung nutzen

In jeder Tageszeitung finden sich auf manchen Seiten eine Unmenge Zahlen. Wenn die Leser* gespannte Blicke auf sie werfen, rechnen und vergleichen, dann ist Montag, und es handelt sich um die Ergebnisse der Fußballbundesliga. Weniger Beachtung finden dagegen die Kolonnen kleingedruckter Börsendaten im Wirtschaftsteil. Dabei enthalten diese Zahlen aktuelle und obendrein nützliche Informationen. Aber nur für den*, der* sie „lesen" kann.

Wenn ihr die folgenden Aufgaben bearbeitet, gewinnt ihr einen ersten Einblick in die „Geheimnisse" dieser „zahl-reichen" Zeitungsseiten. Dazu braucht ihr nur den Wirtschaftsteil einer Tageszeitung, einen Taschenrechner und etwas Ausdauer!

1 Devisenkurs



➽ Ein Urlauber* wechselt für seine Reise in die USA 2.000 Euro in US-Dollar. Da er nur die Hälfte des Geldes benötigt, tauscht er nach der Rückkehr die Devisen *(ausländische Währung)* bei seiner Bank in Deutschland zurück.

a) Errechne den Verlust (in Euro und in Prozent).
b) Wie hoch wäre der Verlust bei einem Urlaub in Neuseeland?
c) Womit muss ein Türkei-Urlauber* rechnen?
d) Wie erklärst du dir den Unterschied?

2 Kredit

➽ Viele Mieter*, vor allem junge Familien mit Kindern, träumen von einem Eigenheim. Aber reicht das Einkommen für den Kauf eines Einfamilienhauses? Angenommen Familie Mustermann findet ihr Traumhaus, das 420.000 Euro kostet. 120.000 Euro hat sie bereits angespart. Die Hausbank gewährt ihr den zur Zeit günstigsten Hypothekenkredit* mit einer Zinsbindung von 10 Jahren. Die anfängliche Tilgung *(Rückzahlung)* beträgt 1 Prozent.

a) Errechne die monatliche Rate für den Kredit. Suche dazu aus der Tageszeitung den entsprechenden Zinssatz heraus und rechne die Tilgung hinzu. Ermittle mit diesem Prozentsatz (Zins plus Tilgung) den Betrag, der im 1. Jahr bezahlt werden muss („Annuität"). Teile diesen Betrag durch 12 Monate, so erhältst du die monatliche Rate**.
b) Wie hoch ist letztlich die gesamte Summe, die für den Kredit aufgebracht werden muss?
— *Hinweis:* Ein Kredit mit 1 Prozent anfänglicher Tilgung hat eine Laufzeit von ca. 28 Jahren.
c) 1994 hätte Familie Mustermann unter sonst gleichen Umständen 8 Prozent Zinsen für ihr Hypothekendarlehen bezahlen müssen. Errechne die Monatsrate und gesamten Kreditkosten und vergleiche die Summen mit den Ergebnissen von Aufgabe 2a) und 2b).

* Als **Hypothekenkredit** bezeichnet man ein Darlehen, das im Vergleich zum Dispositionskredit („Überziehen" des Girokontos) oder zu einem Konsumentenkredit (für den Kauf eines Autos oder Möbels) wesentlich günstiger ist, weil die Bank eine Sicherheit in Form des Grundstücks oder der Immobilie erhält.

** Der **Zinssatz** und damit die **monatliche Rate** bleiben in der Regel für 5 oder 10 Jahre unverändert. Zur Vereinfachung wird in unserem Beispiel ein konstanter Zinssatz über die gesamte Laufzeit angenommen.

3 Aktien

➽ Mit dem Kauf einer Aktie erwirbt der Anleger* ein Recht am Unternehmenserfolg in Form einer Dividende *(Gewinnausschüttung)*. Die meisten Aktien werden fortlaufend an der Börse gehandelt, so dass durch Kauf und Verkauf Kursgewinne erzielt werden können. Viele glauben, man könne mit Aktien auf clevere und bequeme Art reich werden.

a) Vergleiche – um diese Ansicht zu überprüfen – die Dividende *(Gewinnausschüttung)* von fünf DAX-Unternehmen, z.B. Adidas, Allianz, Commerzbank, SAP, VW. Welche Aktie hat – gemessen am aktuellen Tageskurs („Kaufpreis") – die relativ größte Ausschüttung? Vergleiche die Rendite der Aktien auch mit einer sicheren, festverzinslichen Geldanlage (z.B. in Bundesschatzbriefen).
b) Angenommen: Du hast eine Aktie deiner Wahl zum tiefsten (höchsten) Kurs des Jahres gekauft und verkaufst sie am heutigen Tag. Wie groß ist dein Kursgewinn (Kursverlust)?

bpb: — *Herausgeberin:* Bundeszentrale für politische Bildung / bpb — *Verantwortlicher Redakteur:* Johannes Winter — *Gestaltung:* www.leitwerk.com

ARBEITSBLATT 26

Armut und Reichtum (1)

Die Verteilung nach der Lorenzkurve

Ein Amerikaner*in verdiente 2018 63.093 Dollar, ein Deutscher*in 49.813 und ein Mexikaner*in 16.298 Dollar. Pro-Kopf-Zahlen sind aber statistische Durchschnittszahlen und sagen nichts darüber aus, wie der Wohlstand eines Volkes verteilt ist. Sie geben die Wirklichkeit verzerrt wider. Das gilt besonders für Länder mit einer reichen Oberschicht und einer ansonsten armen Bevölkerung.

Wie lässt sich aber die **Verteilung von Armut** und Reichtum messen? Dazu hat der amerikanische Statistiker **Max Otto Lorenz** (1876–1959) ein Verfahren vorgeschlagen. Mithilfe der nach ihm benannten **Lorenzkurve** lässt sich das Ausmaß von Ungleichheit darstellen. Mit ein paar wenigen Rechenschritten könnt ihr die Einkommensverteilung selbst ermitteln und anschaulich machen:

➽ 1. Erstellt eine Lorenzkurve für die Einkommensverteilung in der Bundesrepublik Deutschland:

1. Schritt: Die im Folgenden genannten Monatsgehälter seien repräsentativ für alle Einkommen in der Bundesrepublik. Lest die Geldbeträge reihum laut vor. Jeder merkt (oder notiert) sich „sein*ihr“ Monatsgehalt:

2.301 Euro, 3.145 Euro, 4.012 Euro, 1.897 Euro, 2.749 Euro, 726 Euro, 1.523 Euro, 1.146 Euro, 3.411 Euro, 2.586 Euro, 2.176 Euro, 1.998 Euro, 1.693 Euro, 6.209 Euro, 1.293 Euro, 985 Euro, 3.367 Euro, 4.320 Euro, 2.963 Euro, 10.568 Euro, 3.956 Euro, 2.146 Euro, 3.729 Euro, 1.789 Euro, 3.045 Euro.

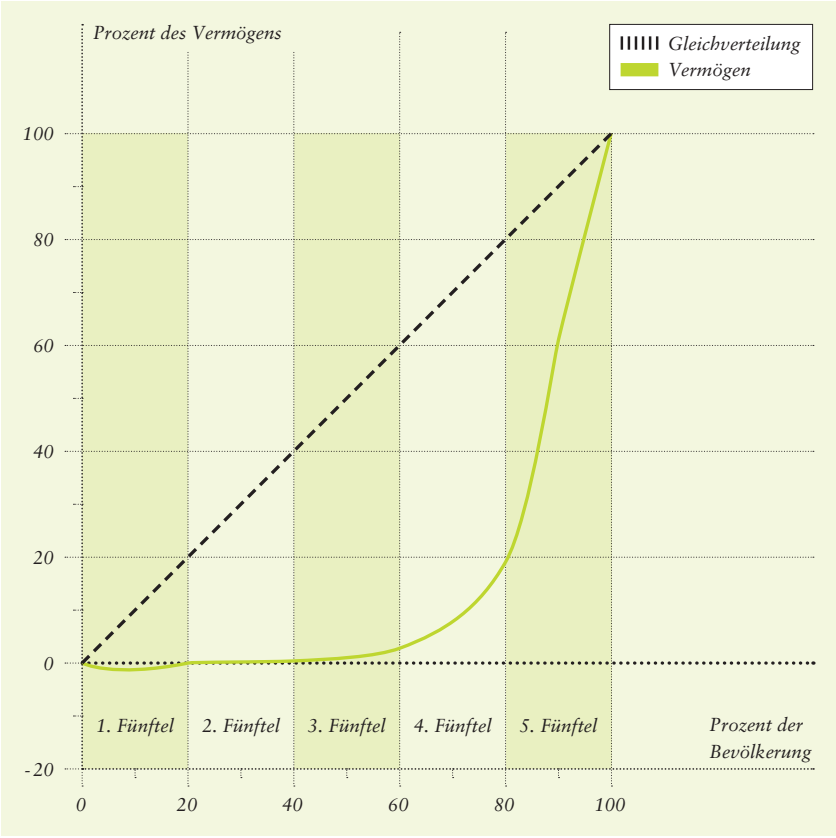
2. Schritt: Stellt euch in einer Reihe auf. Der Schüler*in mit dem geringsten Einkommen (= Monatsgehalt) macht den Anfang, dann folgt der Schüler*in mit dem nächsthöheren Einkommen usw. Am Ende steht der „Spitzenverdiener*in“.

3. Schritt: Bildet jetzt Gruppen der Schüler*innen 1 bis 5 (1. Fünftel), 6 bis 10 (2. Fünftel), 11 bis 15 (3. Fünftel), 16 bis 20 (4. Fünftel) und 21 bis 25 (5. Fünftel). Berechnet das Gesamteinkommen, das Einkommen eurer Gruppe sowie deren Anteil am Gesamteinkommen in %.

4. Schritt: Übertragt die kumulierten *(aufaddierten)* Prozentwerte gemeinsam in das Koordinatensystem *(Abb. unten)*. Zuerst wird der Prozentwert des 1. Fünftels eingetragen. Addiert dann die Prozentwerte des 1. und 2. Fünftels und tragt die Summe beim 2. Fünftel ein. Am Ende besitzen fünf Fünftel der Bevölkerung auch das gesamte Vermögen, also 100 Prozent. Wenn ihr die Punkte verbindet, erhaltet ihr die Lorenzkurve des Einkommens. Abgebildet ist bereits die Lorenzkurve des Vermögens.

➽ 2. Vergleicht die Einkommens- mit der Vermögensverteilung in der Bundesrepublik Deutschland.

— Lorenzkurve des Vermögens in der Bundesrepublik Deutschland (2007)



— Lorenzkurve

Die Lorenzkurve veranschaulicht, wie viel Prozent der Einkommensempfänger*innen in einer Volkswirtschaft wie viel Prozent des Volkseinkommens verdienen. Die Diagonale verdeutlicht die theoretische Gleichverteilung der Einkommen. Je weiter sich die Kurve der tatsächlichen Einkommensverteilung von der Diagonalen entfernt (sich also nach unten wölbt), desto ungleicher ist die Einkommensverteilung und desto größer sind die Einkommensunterschiede in der Volkswirtschaft. Man kann die Lorenzkurve auch für die Darstellung des Vermögens verwenden.

— *Tipp:* Aktuelle Daten zur Verteilung von Einkommen und Vermögen in der Bundesrepublik Deutschland findet ihr auch gebündelt im jeweils aktuellen „Armuts- und Reichtumsbericht“ der Bundesregierung, online unter www.armuts-und-reichtumsbericht.de.

— *Tipp:* Mit dieser Methode könnt ihr auch die Verteilung des Taschengeldes in eurer Klasse darstellen. Natürlich solltet ihr diese Verteilung anonym erheben!

— *Schaugrafik:* Bruno Zandonella, © Leitwerk, zusammengestellt aus verschiedenen Vorlagen, www.bmas.de und www.diw.de (2007)

— *Herausgeberin:* Bundeszentrale für politische Bildung / bpb — *Verantwortlicher Redakteur:* Johannes Winter — *Gestaltung:* www.leitwerk.com

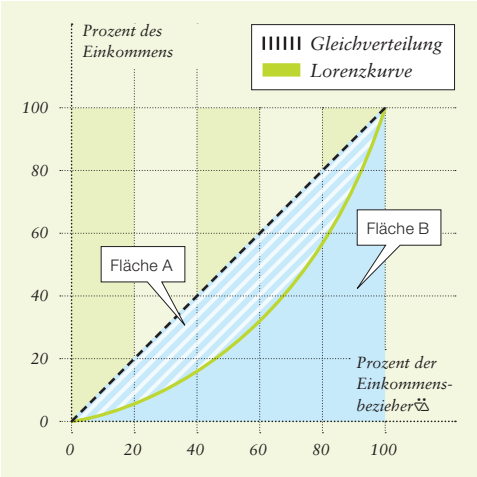
ARBEITSBLATT 27

Armut und Reichtum (2)

Die Verteilung nach dem Gini-Koeffizienten

Der Vergleich zweier Lorenzkurven fällt leicht, wenn sie sich deutlich unterscheiden (wie bei der Einkommens- und Vermögensverteilung in der Bundesrepublik, *siehe AB 26)*. Will man aber kleinere Unterschiede oder Veränderungen in der Zeit angeben, so ist die grafische Darstellung ungünstig. Der italienische Mathematiker **Corrado Gini** (1884–1965) hat deshalb vorgeschlagen, die Information der Lorenzkurve mithilfe einer Kennziffer auszudrücken. Hierzu wird die Fläche zwischen der Lorenzkurve und der Gleichverteilungsgeraden (Fläche A) ins Verhältnis gesetzt zur gesamten Dreiecksfläche unterhalb der Gleichverteilungslinie (Fläche B):

— Gini-Koeffizient = Fläche A ÷ Fläche B



Die nebenstehende Grafik bezieht sich auf die Einkommensverteilung in Deutschland 2005.

Rechenbeispiel Vermögensverteilung (vom Arbeitsblatt 26):

Beträgt die **Fläche A** 33 cm² und die **Fläche B** 50 cm², so wäre der **Gini-Koeffizent** der Vermögensverteilung: 0,66.

Der Gini-Koeffizient bewegt sich zwischen 0 (absolute Gleichverteilung) und 1 (extreme Ungleichverteilung).

➽ 1. Wie man Vermögen und Einkommen in einer Gesellschaft gerecht verteilt, wird stets heftig diskutiert. Der Gini-Koeffizient ist lediglich eine Messgröße für Ungleichheit und kennt keinen Idealwert. Ein Ländervergleich kann aber als Orientierungsmaßstab dienen *(siehe Tabelle rechts)*. Wie hoch ist in diesem Sinne der Gini-Koeffizient bei einer „gleichen" bzw. „ungleichen" Einkommensverteilung?

➽ 2. Überprüfe anhand der Daten rechts die folgenden Behauptungen:

A „In wohlhabenden Ländern sind die Einkommen gleichmäßiger verteilt als in ärmeren."

☐ richtig ☐ falsch Begründung: _____

B „In Deutschland sind die Einkommen ungerecht verteilt!"

☐ richtig ☐ falsch Begründung: _____

C „Im Norden Europas sind die Einkommen gleichmäßiger verteilt als im Süden."

☐ richtig ☐ falsch Begründung: _____

D „Wenn die Einkommen gleich verteilt werden, gibt es keine Armut."

☐ richtig ☐ falsch Begründung: _____

E „In Deutschland wächst die soziale Ungleichheit."

☐ richtig ☐ falsch Begründung: _____

— Einkommensverteilung in Deutschland

Jahr	2013	2014	2015	2016
Gini-Koeffizient[1]	0,297	0,307	0,301	0,295

[1] Verteilung der realen Nettoäquivalenzeinkommen auf die Bevölkerung

— Einkommensverteilung weltweit

Land	*Gini-Koeffizient*[2]	*Pro-Kopf-Einkommen*[3]
Schweden	0,248	51.475
Tschechien	0,254	35.512
Norwegen	0,258	71.831
Slowakei	0,258	33.025
Österreich	0,26	49.869
Bosnien-Herzegowina	0,262	12.724
Belgien	0,265	46.553
Usbekistan	0,268	6.929
Ungarn	0,269	29.474
Finnland	0,269	44.333
Deutschland	0,295	50.425
Spanien	0,325	38.286
Frankreich	0,327	43.760
Griechenland	0,354	27.737
Italien	0,36	38.140
Indien	0,368	7.183
Türkei	0,40	26.893
Russland	0,41	27.834
USA	0,466	59.501
China	0,474	16.660
Südafrika	0,578	13.545
Brasilien	0,593	15.602
Botsuana	0,63	17.828
Lesotho	0,632	3.581
Namibia	0,707	11.312

[2] Rangliste mit den ersten 10 Ländern und den letzten 3 sowie einer Auswahl
[3] BIP (kaufkraftbereinigt) in internationalem $ (2017)

— *Schaugrafik:* Bruno Zandonella, © Leitwerk, zusammengestellt aus verschiedenen Vorlagen — *Quellen der beiden Tabellen:* 1. „Einkommensverteilung in Deutschland": Bundesministerium für Arbeit und Soziales, www.bmas.de; 2. „Einkommensverteilung weltweit": OECD

bpb: — *Herausgeberin:* Bundeszentrale für politische Bildung / bpb — *Verantwortlicher Redakteur:* Johannes Winter — *Gestaltung:* www.leitwerk.com

ARBEITSBLATT 28

Vorsicht Statistik!

Die Illusion der korrekten Zahl

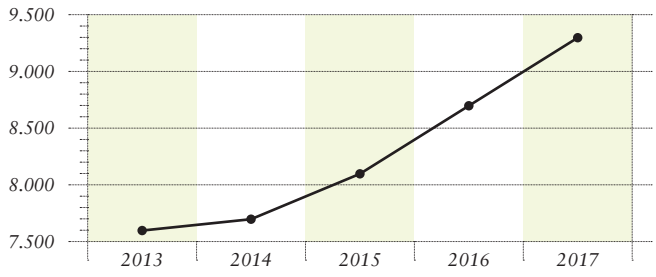
Die meisten Zeitungen und Zeitschriften, aber auch Schulbücher, sind voll von Statistiken und Schaubildern. Schneller als beim Lesen eines Textes kann man ihre Aussage erfassen und man meint, dass der Sachverhalt ganz genau und wahrheitsgetreu dargestellt ist. Aber Vorsicht! Zahlen und Diagramme können auch täuschen.

➽ Als Chefredakteur*in einer renommierten Tageszeitung hast du die Pflicht, aber auch den Wunsch, deine Leser*in wahrheitsgetreu und verständlich zu informieren. Würdest du folgende Schlagzeilen, Meldungen und Presseerklärungen beanstanden? Schreibe eine bewertende Notiz:

1. „Über 50 Prozent der Verunglückten, die im Schweizer Kantonsspital Chur behandelt werden, kommen aus der Bundesrepublik. Die Deutschen rasen wilder auf den Schweizer Pisten herum als andere."

2. „Toller Erfolg: Erneut Umsatzsteigerung bei der Success AG"

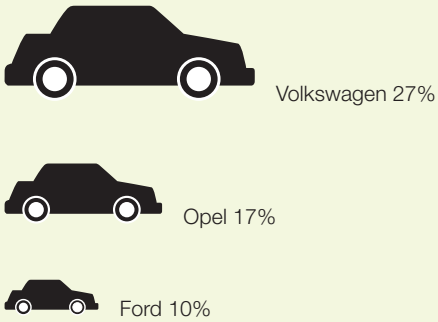
Umsatz der Success AG in den Jahren 2013–2017 (in Euro)



3. „Bahnfahren gefährlicher als Fliegen! Auf 10 Milliarden Passagierkilometer kommen beim Flugzeug 3, bei der Bahn aber 9 Verkehrstote."

4. „Methusalems machen Kasse – Ein langes Studium zahlt sich aus. Berufsanfänger, die länger studiert haben, erhalten ein höheres Einstiegsgehalt, so das überraschende Ergebnis einer Studie."

5. „VW bei Absatz weit vorn"



6. „Autofahrer schockiert: Regierung plant 10% höhere Ökosteuer"

— *Tipp:* Der Statistik-Professor Walter Krämer hat ein lesenswertes Buch zum Thema geschrieben mit dem Titel: „So lügt man mit Statistik", Campus Verlag, München 2015.

— *Quelle der Beispiele:* Krämer, Walter: So lügt man mit Statistik, Piper Verlag, München 2011 — *Schaugrafiken:* © Leitwerk

— *Herausgeberin:* Bundeszentrale für politische Bildung / bpb — *Verantwortlicher Redakteur:* Johannes Winter — *Gestaltung:* www.leitwerk.com

Fax-Bestellblatt (03 82 04) 6 62 73
E-Mail: bestellungen@shop.bpb.de

Das Bestellblatt kann auch in einem Fensterumschlag per Post verschickt werden. Bitte ausreichend frankieren!

— Versandbedingungen im Inland:

Sendungen bis 1 kg sind versandkostenfrei. Bei Paketsendungen innerhalb Deutschlands entstehen dem Besteller/in **Versandkosten** in Höhe von 5,00 Euro pro Paket (max. 20 kg pro Paket). Großbestellungen ab 100 kg werden per Spedition ausgeliefert. Verbraucher/innen haben ein vierzehntägiges **Widerrufsrecht**. Machen Sie von Ihrem Widerrufsrecht Gebrauch, so tragen Sie die unmittelbaren Kosten der Rücksendung der Medien. **Detaillierte Informationen** z.B. bei Versand ins Ausland, Speditionskosten, zu den Zahlungsbedingungen (nur Überweisung möglich!), den Lieferzeiten und dem Widerrufsrecht erhalten Sie in unserem Online-Shop unter www.bpb.de/shop sowie telefonisch unter +49 (0)228-99515-0.

An den:
Publikationsversand der Bundeszentrale
für politische Bildung/bpb
Postfach 501055

18155 Rostock

Lieferanschrift

☐ *Schule*
☐ *Privat*

Vorname: _____

Name: _____

Klasse/Kurs: _____

Schule: _____

Straße: _____

PLZ/Ort: _____

E-Mail (freiwillig): _____

Ich stimme der Speicherung meiner Bestell-Daten* zu. Die bpb versichert, dass die Angaben ausschließlich im Rahmen der Aufgaben der Bundeszentrale für politische Bildung verarbeitet werden.

Unterschrift: _____

* Die angegebenen Daten werden von der bpb auf Grundlage von Art. 6 Abs. 1 lit. b EU-DSGVO zur Erfüllung des Vertrags oder zur Durchführung vorvertraglicher Maßnahmen verarbeitet. Die Daten werden zu diesem Zweck an unseren Versanddienstleister (IBRO GmbH) weitergegeben. Ausführliche Informationen zu Datenschutz und Betroffenenrechten finden Sie hier: www.bpb.de/datenschutz.

— Logbuch Politik

Du hast einen Auftrag!
64 Seiten zum Vollschreiben, Kritzeln, Einkleben:
Notiere deine Beobachtungen im Alltag,
tausche dich aus und finde heraus, wo dein Leben
überall Berührung mit politischen Themen hat!

Bestell-Nr. 5339 _____ *Ex.* Logbuch Politik

Bitte senden Sie mir:

— Themenblätter im Unterricht

Bestell-Nr. 5416 _____ *Ex.* Klimaschutz und gesellschaftlicher Wandel (Nr. 122)
Bestell-Nr. 5415 _____ *Ex.* Rüstungsexporte aus Deutschland: Grundlagen und Kritik (Nr. 121)
Bestell-Nr. 5997 _____ *Ex.* Unterschicht = abgehängt? (Nr. 104)

— Aus Politik und Zeitgeschehen

Bestell-Nr. 71946 _____ *Ex.* Gleichwertige Lebensverhältnisse (Nr. 46/2019)

— Thema im Unterricht/ Extra: Arbeitsmappen

Bestell-Nr. 5399 _____ *Ex.* Was heißt hier Demokratie?
Bestell-Nr. 5338 _____ *Ex.* Zeitgeschichte für Einsteiger/innen
Bestell-Nr. 5333 _____ *Ex.* Gesellschaft für Einsteiger/innen
Bestell-Nr. 5332 _____ *Ex.* Politik für Einsteiger/innen
Bestell-Nr. 5317 _____ *Ex.* Grundgesetz für Einsteiger/innen
Bestell-Nr. 5307 _____ *Ex.* Wahlen für Einsteiger/innen
Bestell-Nr. 5306 _____ *Ex.* Europa für Einsteiger/innen
Bestell-Nr. 5301 _____ *Ex.* Quiz-Heft Politik

— Schriftenreihe (4,50 – 7,00 Euro)

Bestell-Nr. 1718 _____ *Ex.* Welt der Wirtschaft – Neue Fragen, einfach erklärt. Herausgeber/in: Judith Kösters / Heike Ließmann / Karl-Heinz Wellmann.
Bestell-Nr. 10244 _____ *Ex.* Arbeit transformieren! Denkanstöße der Kommission „Arbeit der Zukunft“. Autoren/in: Kerstin Jürgens / Reiner Hoffmann / Christina Schildmann.
Bestell-Nr. 10097 _____ *Ex.* Wirtschaft verstehen mit Infografiken. Autoren: Jan Schwochow / Thomas Ramge.
Bestell-Nr. 1778 _____ *Ex.* Lexikon der Wirtschaft – Grundlegendes Wissen von A bis Z. Autoren: Achim Pollert (Koordination) / Bernd Kirchner / Marc Constantin Pollert.

THEMATISCH ERHELLEND. NICHT NUR FÜR EINSTEIGER!

Dein idealer Begleiter fürs Lernen in der Schule oder daheim: unsere Reihe „Thema im Unterricht / Extra“. Auf je 20 bis 36 herausfordernden Arbeitsblättern findest du vielfältige Aufgaben zu spannenden Themen aus Gesellschaft, Geschichte, Wirtschaft und Politik. Aha-Erlebnisse garantiert: für Einsteiger und Aufsteiger!

www.bpb.de
> Shop > Lernen > Thema im Unterricht

bpb: Bundeszentrale für politische Bildung