

1,2 oder 3 – du musst dich entscheiden

Bernhard Billig, Brigitte Bekannt oder Barbara Bewusst

Eine Unterrichtseinheit zum Thema Wirtschaft in Klasse 5 / 6



Einleitung

Unser Fach Geographie hat Zuwachs bekommen. Der neue Bildungsplan verstärkt die verbindenden Elemente der Fächer Geographie, Gemeinschaftskunde und Wirtschaft. V.a. der Bereich Wirtschaft ist in den Klassen 5/6 mit neuen Inhalten vertreten.

Dies bedeutet echte Pionierarbeit. Deshalb versucht diese Unterrichtseinheit, die neuen wirtschaftlichen Inhalte und Kompetenzen in einer kompakten, handlungsorientierten Form zu bündeln.

Im Zentrum der Unterrichtseinheit steht ein Verkauf an der Schule, bei dem die Schülerinnen und Schüler in drei Gruppen nach drei Prinzipien (billig, bekannt und bewusst) selbst gekaufte und produzierte Produkte an die Kundschaft zu bringen versuchen.

Innerhalb der Einheit soll v.a. deutlich werden, *dass die Inhalte des Bildungsplans Vehikel sind, um Kompetenzen zu erreichen*. Die Schwierigkeit dabei ist es, die Inhalte mit den Operatoren zu verknüpfen. Deshalb wird im theoretischen Teil dieser Ausführung versucht, Operatoren zu konkretisieren und zusätzlich eine Niveaukonkretisierung für diese Einheit vorzunehmen.

Leitgedanken zum Kompetenzerwerb

Die Aufgaben des Wirtschaftsunterrichts in den Klassenstufen 5 und 6 sind vielfältig. So soll der „wachsenden Bedeutung und zunehmender Komplexität wirtschaftlicher Strukturen und Prozesse“¹ Rechnung getragen werden und die Schülerinnen und Schüler in die Lage versetzt werden, die „Interdependenz zwischen Gesellschaft, Wirtschaft und Politik“ zu verstehen.

„Ökonomische Bildung [sollte] als Allgemeinbildung verstanden“ werden und v.a. einen „Beitrag zur Entwicklung des mündigen Bürgers“ liefern. Dies erfordert, dass an einfachen Beispielen „von Alltagserfahrungen der Schülerinnen und Schüler ausgegangen werden“ sollte. Letztlich sollte möglichst früh eine Grundlage gelegt werden, die den Schülerinnen und Schülern das Rüstzeug verleiht, „verantwortungsvoll als Wirtschaftsbürger in der Demokratie“ zu leben.

¹ Dieses und alle weiteren Zitate aus: Bildungsplan 2004. Allgemein bildendes Gymnasium. Baden-Württemberg.

Didaktik

Didaktisch erfordert dies v.a. in Klasse 5 und 6 eine deutliche Reduktion der komplexen Wirtschaftsvorgänge. Der Bildungsplan fordert, dass „in Klasse 6 [...] vom Sektor Haushalt [...] auszugehen“ ist. „Der Konsument [sollte] im Mittelpunkt [der Betrachtungen] steh[en]“.

Um diese Forderungen schülergerecht verwirklichen zu können, sei die „Realbegegnung wünschenswert“. Möglichst häufig sollten deshalb „die konkreten Bezüge zur sozialen Marktwirtschaft“ gesucht werden.

Dem Wunsch nach der Mündigkeit der Schülerinnen und Schüler kann letztlich nur durch kritische Reflexion Rechnung getragen werden.

Zusammenfassend sollte demnach der Unterricht eine „Kombination von begrifflich-sachlicher Systematisierung, handlungs- und problemorientiertem Lernen und kritischkonstruktiver Reflexion“ sein.

Konkret bedeutet dies, dass die Schülerinnen und Schüler „sich [...] wirtschaftliche Bezüge ihres Handelns im Alltag bewusst [machen] und [...] dabei elementare wirtschaftliche Zusammenhänge kennen [lernen].“ Dies erfordert die Fähigkeit, „sachgerecht beschreiben und erklären“ zu können.

Ziel des Unterrichts sollte es v.a. sein, die „Auswirkungen ihres wirtschaftlichen Handelns auf ihre Umwelt“ zu erkennen.

Kompetenzen und Inhalte

Die Schülerinnen und Schüler sollen ...

... das Spannungsverhältnis zwischen Bedürfnissen und begrenzten Gütern und damit die Knappheit als Grundlage wirtschaftlichen Handelns verstehen.

... Formen von Arbeitsteilung unterscheiden können.

... wesentliche Merkmale eines Marktes und einfache Preisbildungszusammenhänge beschreiben können.

... aus ihrem Erfahrungsbereich die Beeinträchtigung ihrer Umwelt durch Produktion und Konsum erläutern können.

... einfache Informationen auswerten und darstellen können.

... wirtschaftliche Vorgänge im Rahmen von Erkundungen genau beobachten und sachgerecht beschreiben können.

... erste Eindrücke aus der Berufs- und Arbeitswelt wiedergeben können.

Schulcurriculum

Innerhalb der Unterrichtseinheit kann auch auf einen der Schulleitgedanken eingegangen werden. In den Leitgedanken des Otto-Hahn-Gymnasiums in Karlsruhe wird eine Erziehung zur „Verantwortung für andere und die Umwelt“ gefordert. V.a. der Verantwortung für die Umwelt kann durch die Problematisierung der Abfallbilanz der Produkte und durch die Themen Regionalisierung der Wirtschaft und Ökobilanzen von Produkten Rechnung getragen werden.

Umgang mit den Operatoren und Niveau konkretisierung

Die Operatoren im Bildungsplan müssen für die Klassenstufe 5/6 neu konkretisiert werden. Um beispielsweise dem Operator *erläutern* gerecht zu werden, sollte man sich verdeutlichen, dass erläutern beschreiben und erklären heißt. Dies erfordert, die Aufgaben so zu stellen, dass zweiteilig zuerst Informationen beschrieben und anschließend erklärt werden sollen. Beispiele solcher Fragenstellungen finden sich im Anhang dieser Arbeit.

Zudem wurde der Versuch unternommen anhand einiger Beispielfragen eine Niveaukonkretisierung innerhalb der Unterrichtseinheit vorzunehmen.

1,2 oder 3 – du musst dich entscheiden

Bernhard Billig, Brigitte Bekannt oder Barbara Bewusst

Die Unterrichtseinheit „1, 2 oder 3 – du musst dich entscheiden“ versucht die Standards Wirtschaft in einer Einheit zu verwirklichen. Dies erscheint deshalb sinnvoll und notwendig, weil die komplexen Strukturen des Wirtschaftsunterrichts eine zeitliche Aufteilung des Themas schwierig erscheinen lassen und weil die begrenzte Unterrichtszeit (in Klasse 5 und 6 oft nur noch 4 Stunden Geographie statt bisher 5) eine Straffung der Inhalte erfordert. Trotzdem sollten die Wirtschaftsthemen im Sinne eines curricularen Unterrichts bei Themen wie „Industrie“, „Landwirtschaft“ oder „Tourismus“ wieder aufgegriffen werden, um die Festigung der Begriffe zu unterstützen.

Inhaltlich und methodisch gibt es durchaus die Möglichkeit, die Unterrichtseinheit fächerübergreifend zu gestalten. Dies ist jedoch optional.

Ablauf der Unterrichtseinheit (Übersicht)

Bedürfnisse

Stunde 1: Einführung Wirtschaft
Deutsch: Befragung / Interview

Wochenmarkt

Stunde 2: Märkte und Preisbildung
Exkursion: Interview, Herkunft verschiedener Produkte, Handel
Mathe: Auswertung der Befragung, Diagramme
Stunde 3: Reflexion der Exkursion

Projekt: Eigener Verkauf

Stunde 4: Projekteinführung und Organisation
Mathe: Kalkulation
Deutsch: Werbung (Informieren)
Bild. Kunst: Plakate, Verkaufsstand
Stunde 5: Produkte und Planung
Stunde 6/7: Verkauf
Mathe: Buchhaltung, Ergebnis
Stunde 8: Ergebnis und Reflexion

Weitergehendes Beispiel (optional)

Stunde 9: Produktionskette am Beispiel Trigema

Die Stunden im Detail

Im Folgenden soll ein exemplarischer Stundenverlauf dargestellt werden. Die tatsächliche Stundenzahl variiert zwischen minimal 6 Stunden (Verkauf und Exkursion nicht eingerechnet, weil extern durchgeführt; optionale Stunde nicht durchgeführt) und maximal 13 Stunden (Verkauf / Exkursion und fächerverbindende Themen innerhalb der Geographie-Stunden; optionale Stunde durchgeführt).

Im konkreten, durchgeführten Unterrichtsbeispiel werden 9 Stunden benötigt, weil die Exkursion extern durchgeführt wird und die Kolleginnen und Kollegen in Deutsch, Mathematik und Bildender Kunst tatkräftig mitarbeiten.

Bedürfnisse



Bilder zum Thema „Wünsche und Bedürfnisse“

Stunde 1: Einführung Wirtschaft

Themen/Begriffe: Grundbedürfnisse, Wohlstandsbedürfnisse, Luxusbedürfnisse, Materielle Bedürfnisse, Nicht-materielle Bedürfnisse, Einzelbedürfnis, Gemeinschaftsbedürfnis

Ausgehend von Bildern verschiedener Personen sollen die Schülerinnen und Schüler Wünsche und Träumen der Personen formulieren (vorbereitende Hausaufgabe). Die Wünsche werden anschließend kategorisiert. Anschließend wird thematisiert, welche Anforderungen es gibt, um Bedürfnisse zu erfüllen (Ausgaben) und wozu Bedürfnisse wirtschaftlich führen (Nachfrage).

Grundlage dieser Stunde ist „TERRA, GWG Geographie Wirtschaft 1, Gymnasium Baden-Württemberg. Seite 58-61.“

Methodisch steht die Auswertung von Diagrammen (Ausgaben eines Haushaltes) im Mittelpunkt der Unterrichtsstunde.

Wochenmarkt



Impressionen von der Exkursion auf den Wochenmarkt am Gutenberg-Platz

Stunde 2: Märkte und Preisbildung

Themen / Begriffe: ortsgebundene Märkte, ortsungebundene Märkte, Angebot (Bsp. saisonale Preise), Nachfrage (Bsp. saisonale Preise), Preisbildung, Knappheit

Am Beispiel des Wochenmarktes am Gutenbergplatz in Karlsruhe (immer dienstags, donnerstags und samstags) sollen die Schülerinnen und Schüler bei einer Exkursion v.a. die Funktionsweise eines Marktes und einfache Prozesse der Preisbildung kennen lernen. Dazu sollten im Vorfeld wichtige Begriffe und Prozesse erklärt werden.

Ausgehend von den eigenen Bedürfnissen wird der Begriff Markt als Ort des Handels erklärt. An konkreten Beispielen aus dem Alltag wird anschließend das Spiel zwischen Angebot und Nachfrage ausprobiert. Am Beispiel landwirtschaftlicher Produkt werden konkrete Preisbildungsprozesse erklärt (vgl. TERRA, Seite 67, Material 6). Am Beispiel Obst (z.B. Erdbeeren) kann erklärt werden, warum Knappheit die Grundlage wirtschaftlichen Handelns ist.

Der Markt selbst sollte abschließend von den Schülerinnen und Schülern als der reale und virtuelle Ort (z.B. eBay) der Preisbildung und des Handels begriffen werden.

Deutsch: Befragung / Interview

In Deutsch kann möglichst zeitgleich diskutiert werden, wie man Bedürfnisse ermitteln könnte. An einem konkreten Beispiel (Befragung und Interview auf einem Wochenmarkt) kann der Sinn von Befragungen und v.a. die Methode Befragung / Interview eingeübt werden. Die Befragungsthemen ergeben sich aus dem Geographie-Unterricht. Fragenbeispiele und Interviewbögen sind im Anhang beigefügt. (siehe Material 1).

Um auch mit Mathematik kooperieren zu können, sollten einige Fragen statistisch in Diagrammform auswertbar sein. Die erarbeiteten Befragungsunterlagen dienen den Schülerinnen und Schülern als Grundlage für die Exkursion auf den Wochenmarkt.

Exkursion: Interview, Herkunft verschiedener Produkte, Handel

An einem Dienstagmorgen führen die Schülerinnen und Schüler eine Exkursion zum Wochenmarkt am Gutenbergplatz durch.

Gruppenteilig befragen die Schülerinnen und Schüler sowohl Konsumenten als auch Verkäufer. Im Zentrum der Fragen stehen die bisher erarbeiteten Begriffe Bedürfnis, Preisbildung usw., aber auch Fragen nach der Herkunft der Konsumenten, der Verkäufer und der Produkte. Die Exkursion dauert 2 Unterrichtsstunden.



Schülerinnen und Schüler bei der Durchführung der Interviews

Mathe: Auswertung der Befragung, Diagramme

Im Matheunterricht können die Ergebnisse in Form von Diagrammen ausgewertet und dargestellt werden. Die Interpretation der Ergebnisse kann im Geographieunterricht stattfinden.



Zwei Schülerdiagramme zu den Ergebnissen der Interviews

Stunde 3: Reflexion der Exkursion

Themen / Begriffe: Produktionsfaktoren (Beispiel Käse), Produktionsgüter / Kapital, Arbeit / Wissen, Rohstoff / Boden, Konsumgüter, Indirekter Verkauf, Direkter Verkauf

Die Exkursion wird im Geographieunterricht nachbereitet. Dabei sollten die Fachbegriffe eingeführt und die wichtigsten Ergebnisse gesichert werden. In diesem Zusammenhang sollten auch exemplarisch (zum Beispiel an dem Produkt Käse) Produktionsfaktoren besprochen werden (siehe Material im Anhang). Ziel der Stunde sollte es v.a. sein, die hauptsächlichen Vor- und Nachteile eines Wochenmarktes zu erörtern. Eventuell könnte auch schon auf die ökologischen Vorteile einer Direktvermarktung und regionalisierten Wirtschaft eingegangen werden (siehe Projekt „1,2 oder 3“)



Konsumgut Käse als Beispiel für Produktionsfaktoren

Projekt: Eigener Verkauf

Stunde 4: Projekteinführung und Organisation

Themen / Begriffe: Haushaltsplan (Ausgaben und Einnahmen), Maximalprinzip (Qualitätsgruppe), Minimalprinzip (Gruppe), Technische Arbeitsteilung (Welche Abteilungen gibt es in unserem Verkaufsbetrieb?)

Ablauf: Gruppen bilden; Aufgabenbereiche und -aufträge besprechen (Arbeitsblatt), Aufgaben verteilen (Einkauf, Werbung, Verkauf, Buchhaltung)

Hausaufgabe: Einkauf

Die Erlebnisse auf dem Wochenmarkt sollen die Schülerinnen und Schüler motivieren, selbst in die Rolle eines Verkäufers zu schlüpfen. Die Klasse wird in drei möglichst gleich große Gruppen unterteilt. Jede Gruppe soll einen Verkaufsstand organisieren und einen Morgen lang den Schulverkauf des Hausmeisters übernehmen. Die Gruppen haben unterschiedliche Aufgaben:

Gruppe1: Bernhard Billig

Die Produkte sind möglichst billig einzukaufen und sollten keine bekannten Markenprodukte sein. Die Gruppe soll nach dem Minimalprinzip handeln.

Gruppe 2: Brigitte Bekannt

Diese Gruppe soll ausschließlich bekannte Markenprodukte kaufen.

Gruppe 3: Barbara Bewusst

In dieser Gruppe steht Qualität, Umweltverträglichkeit und Nachhaltigkeit im Zentrum. Die Produkte sollten im Reformhaus, im Eine-Welt-Laden oder in Öko-Läden erworben werden. Beim Einkauf sollte Verpackungsmaterial gespart werden.

Die Gruppen werden eingeteilt, die technische Arbeitsteilung wird besprochen (Abteilungen Einkauf, Werbung, Buchhaltung, Produktion, Verkauf) und Gruppenpläne werden erstellt. Alle Gruppen bekommen ein Startkapital von 75 € aus der Klassenkasse, einen Einkaufszettel und bestimmte Vorgaben (siehe Material 3).

Mathe: Kalkulation

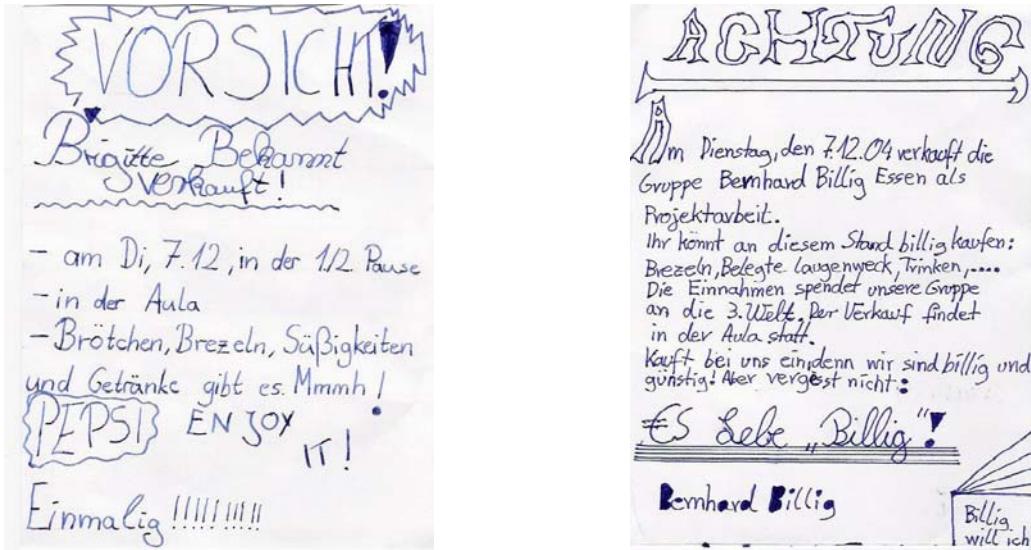
Nach dem Einkauf der Produkte soll im Matheunterricht eine Kalkulation durchgeführt werden. Jede Gruppe sollte die Einkaufspreise pro Einzelprodukt ermitteln und dann einen Verkaufspreis bestimmen.

Produkt	Einkaufspreis	Einzelprei s (Einkauf)	Einzelprei s (Verkauf)	verkaufte Stückzahl	Umsatz	Gewinn
Wurstbrötchen	Preis Brötchen					
	Preis Butter					
	Preis Wurst					
	Gesamt					
Schokoriegel						
Kaubonbons						
z.B.	1,99 €	0,20 €	0,50 €	6	6x0,50= 3,00 €	6x0,30= 1,80 €

Beispieltabelle zur Kalkulation der Produkte

Deutsch: Werbung (Informieren)

Im Deutschunterricht können jetzt kleine Flyer produziert werden, mit denen für die Aktion geworben wird. Die Schülerinnen und Schüler sollen diese Flyer den potentiellen Kunden (Schülerschaft, Lehrer) austeilen und für ihre Aktion werben.



Entwürfe der Werbeflyer

Bild. Kunst: Plakate, Verkaufsstand

Im BK-Unterricht werden Preisschilder, Werbeslogans und Plakate für den Verkaufsstand hergestellt, die v.a. zur Verkaufsstrategie (billig, bekannt und bewusst) passen sollen.

Stunde 5: Produkte und Planung

Themen / Begriffe: Einnahmen, Ausgaben, Gewinn, Umsatz, Berufliche Arbeitsteilung (Bäcker, ... Welche Berufe sind an der Herstellung unserer Produkte beteiligt?), Räumliche Arbeitsteilung (Wo werden unsere Produkte hergestellt? Warum wird nicht alles in Karlsruhe hergestellt?)

Verkauf organisieren (Schichten, Wechselgeld ...)

Diese Stunde dient dazu, das bisher Geschehene zu reflektieren, Arbeitsteilung kennen zu lernen und den Verkauf zu organisieren. Die wirtschaftliche Theorie wird mit dem konkreten Beispiel verknüpft. Die Produkte sollten dazu (inkl. Verpackung) mitgebracht werden. Die Verpackungen der einzelnen Gruppen sollten vor dem Verkauf in Müllsäcken gesammelt werden, um nach dem Projekt eine einfache „Ökobilanz“ zu ziehen.

Stunde 6/7: Verkauf

Ablauf: Verkaufsstand aufbauen, Verkauf, Abbau

Jetzt wird es ernst. Die Brötchen werden gruppenteilig produziert, die Produkte für den Verkauf gerichtet und die Verkaufsstände aufgebaut.

Die Schülerinnen und Schüler verkaufen in der großen Pause ihre Produkte. Den drei Ständen sollte nach Möglichkeit jeweils eine Lehrkraft zugewiesen werden, um Unregelmäßigkeiten oder Störungen durch Kunden (ältere Schüler) zu vermeiden. Die Lehrkräfte sollten zudem den Verkaufsprozess kritisch beobachten, allerdings nicht in den Verkauf eingreifen.



Impressionen von der Produktion

Mathe: Buchhaltung, Ergebnis

Im Mathematikunterricht kann anschließend das Ergebnis jeder Gruppe ausgerechnet werden. Die Buchhaltung sollte detailliert jedes Produkt einzeln erfassen, damit anschließend auch sinnvoll interpretiert werden kann.

Das Ergebnis unseres Projekts war recht interessant:

Die Gruppe Bernhard Billig erwirtschaftete 44,13 € Umsatz, die Gruppe Brigitte Bekannt verdiente 38,78 € und bei der Gruppe Barbara Bewusst standen letztlich 18,69 € zu Buche.

Insgesamt konnte die Klasse 101,60 € an das Dritte-Welt-Ressort überreichen.

Die Öko-Cola war ein echter Ladenhüter, die Marken-Cola (Pepsi) war sehr schnell ausverkauft. Bei den Brötchen lag die Gruppe Bewusst sehr gut im Rennen, Qualität überzeugte wohl auch die Schüler. Bei den Getränken war v.a. die Gruppe Billig gefragt.

Stunde 8: Ergebnis und Reflexion

Ablauf: Buchhaltung, Bilanzierung, Erklärungsversuche, Reflexion (Vorzüge und Nachteile der Gruppen), Abfallbilanz (Müll behalten), Gewinn ans Dritte-Welt-Ressort überreichen

Das Ergebnis wird abschließend bilanziert, mögliche Auffälligkeiten sollten geklärt werden. Wichtig ist v.a., dass konstruktiv kritisch auf die Abfallbilanz und die Vor- und Nachteile der

Verkaufsweisen eingegangen wird. Abschließend sollte das beobachtete Verkaufsverhalten der Gruppen reflektiert werden. Der Gewinn wird an das Dritte-Welt-Ressort überwiesen, die Investitionen der Klassenkasse zurückgeführt.

Im konkreten Beispiel wurde v.a. der Einkaufspreise für die Unterschiede beim Umsatz verantwortlich gemacht, aber auch Image-Gründe und Verkaufsstrategien wurden besprochen.

Aufschlussreich war die Analyse der Müll- und Transportbilanz.



Müllbilanz und Herkunft der verkauften Produkte



Vergleich der Müllbilanz

Die Gruppe Bernhard Billig produzierte mit Abstand den meisten Müll und den schädlichsten Abfall (farbige Kunststoffe und Folien). Zudem schnitt die Gruppe Brigitte Bekannt bei der Transportbilanz mit 2532 Kilometern deutlich am schlechtesten ab.

Die Gruppe Bewusst konnte hier mit 503 Kilometern und dem kleinsten Müllsack die meisten Pluspunkte sammeln.

Die Schülerinnen und Schüler erarbeiteten sich aus diesen Ergebnissen eine „Reflexionstabelle“, die wie folgt aussah:

Ergebnisreflexion

Vor- und Nachteile der drei Gruppen:

Billig		Bekannt		Bewusst	
+	-	+	-	+	-
günstiger Einkauf	schlechte Qualität	große Nachfrage	große Transportwege	gesund	geringer Bekanntheitsgrad
wenig Ausgaben	ungesund	großes Angebot	viel Verpackungsmüll	frisch	teurer
große Mengen verfügbar	viel Müll	bessere Qualität	aufwändige Werbung	wenig Verpackung	kleines Angebot



Impression von Aufbau, Verkauf und Bilanzierung

Die Einheit wurde mit einem ausführlichen Lückentext und zwei Fragen in der Geographie-Klassenarbeit zum Thema Wirtschaft abschließend besprochen und abgeschlossen (siehe Material und Niveaukonkretisierung).

Das Feed-Back der Schülerinnen und Schüler, der Eltern und der Kolleginnen und Kollegen war äußerst positiv, die Ergebnisüberprüfung (Lückentext und Klassenarbeit) erfreulich und zufriedenstellend.



Die Gruppe „Brigitte Bekannt“ beim Einkauf

Weitergehendes Beispiel (optional)

Stunde 9: Produktionskette am Beispiel Trigema

Diese optionale Stunde soll am Beispiel der Firma Trigema Produktionsketten und Arbeitsteilung an einer Firma mit 80 Millionen Euro Jahresumsatz erläutern und den Schülerinnen und Schülern vermitteln, dass die Regeln und Prozesse in „*ihrer Firma*“ auch auf „echte“ Unternehmen anwendbar sind. Die Schülerinnen und Schüler sollen Produktionsschritte in die richtige Reihenfolge bringen, Arbeitsteilung erkennen und gruppieren und Bilder aus dem Produktionsprozess den verbalen Beschreibungen zuordnen. Diese Form der Ergebniskontrolle könnte mit *Hot Potatoes* oder *Mediator* auch multimedial und interaktiv durchgeführt werden.

 <p>Verwaltung</p>	 <p>Zuschnitt</p>
 <p>Garn wird zu Stoff</p>	 <p>Stoff wird gebleicht und gefärbt</p>
 <p>Stoff wird gelagert</p>	 <p>T-Shirts werden gelagert</p>

Produktionsabschnitte bei Trigema

Diese Fotos sind lediglich eine kleine Auswahl. Je nach Wunsch können weitere Fotos eingebaut und in die richtige Reihenfolge gebracht werden. Eigentlich ist diese Stunde nicht notwendig, da der Bildungsplan keine Produktionsprozesse im industriellen Bereich in Klasse 5 und 6 vorsieht. Als Transfer bietet sich ein Blick über den Sektor Haushalt jedoch an.

Materialien

Material 1: Fragenkatalog zur Wochenmarktbefragung Konsumenten

Befragung der Konsumenten

1. Wie oft kommen Sie auf diesen Markt?

- Mehr als einmal pro Woche
- Einmal pro Woche
- Mind. einmal pro Monat
- Weniger als einmal pro Monat

2. Warum kaufen Sie auf dem Wochenmarkt ein?

Gründe:

3. Wie weit wohnen Sie vom Markt entfernt?

- Weniger als einen Kilometer
- Zwischen einem und fünf Kilometern
- Mehr als fünf Kilometer

4. Welche Produkte kaufen Sie hauptsächlich hier?

- Obst
- Gemüse
- Wurst
- Käse
- Brot
- Sonstiges

Was?: _____

5. Wie viel Geld geben Sie bei Ihrem Einkauf durchschnittlich aus?

- Weniger als 10 €
- Zwischen 10 € und 30 €
- Mehr als 30 €

6. Wie zufrieden sind sie auf einer Skala von 0 (unzufrieden) bis 10 (sehr zufrieden) mit diesem Markt?

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Vielen Dank für Ihre freundliche Auskunft!!!

Befragung der Verkäufer

1. Wie oft verkaufen Sie auf diesem Markt?

- Mehr als einmal pro Woche
- Einmal pro Woche
- Mind. einmal pro Monat
- Weniger als einmal pro Monat

2. Warum verkaufen Sie Ihre Produkte hier?

Gründe:

3. Produzieren Sie die Produkte selbst oder kaufen Sie die Produkte ein?

- Selbst hergestellt
- Eingekauft Woher eingekauft? _____

4. Wie weit ist ihr Betrieb vom Markt entfernt?

- Weniger als einen Kilometer
- Zwischen einem und zehn Kilometern
- Zwischen zehn und dreißig Kilometern
- Mehr als dreißig Kilometer

5. Welche Produkte verkaufen Sie hauptsächlich hier?

- Obst
- Gemüse
- Wurst
- Käse
- Brot
- Sonstiges Was?: _____

6. Wie bestimmen Sie die Preise?

Vielen Dank für Ihre freundliche Auskunft!!!

Mat. 3: Einkaufslisten

Einkaufsliste Gruppe 1: Bernhard Billig

10 x Laugenweck (Aldi, Lidl oder ähnliches)
10 x Laugenstangen (Aldi, Lidl oder ähnliches)
10 x Brezeln (Aldi, Lidl oder ähnliches)
10 x Kaiserweck (Aldi, Lidl oder ähnliches)
3 x Butter (Aldi, Lidl oder ähnliches)
400g Salami (Aldi, Lidl oder ähnliches)
500g Käse (Aldi, Lidl oder ähnliches)
20 x Limonade / Cola (Aldi, Lidl oder ähnliches)
→ keine bekannten Marken! Verkaufsfertige Verpackung, max. 0,5 Liter.
10 x Fruchtsaft (Aldi, Lidl oder ähnliches)
→ keine bekannten Marken! In verkaufsfertiger Verpackung, max. 0,5 Liter.
10 x Schokoriegel (Aldi, Lidl oder ähnliches)
20 x Kaubonbons (Aldi, Lidl oder ähnliches)

Bitte alle Verpackungen aufheben bzw. mitbringen.
Achtet auf möglichst billige Preise!

Einkaufsliste Gruppe 2: Brigitte Bekannt

10 x Laugenweck (Große Bäckerei (z.B. Neff, Kamps ...))
10 x Laugenstangen (Große Bäckerei (z.B. Neff, Kamps ...))
10 x Brezeln (Große Bäckerei (z.B. Neff, Kamps ...))
10 x Kaiserweck (Große Bäckerei (z.B. Neff, Kamps ...))
3 x Butter (Markenbutter)
400g Salami (abgepackte Marke)
500g Käse (abgepackte Marke)
20 x Limonade / Cola (Coca Cola)
→ 0,5 Liter Flaschen
10 x Fruchtsaft (bekannte Marke, z.B. „Hohes C“)
→ In verkaufsfertiger Verpackung, max. 0,5 Liter.
10 x Schokoriegel (bekannte Marke, z.B. „Kinderschokolade“)
20 x Kaubonbons (bekannte Marke, z.B. „Mamba“)

Bitte alle Verpackungen aufheben bzw. mitbringen.

Einkaufsliste Gruppe 3: Barbara Bewusst

10 x Laugenweck (kleine Bäckerei)
10 x Laugenstangen (kleine Bäckerei)
10 x Brezeln (kleine Bäckerei)
10 x Vollkornweck (kleine Bäckerei)
3 x Butter (Ökobutter)
400g Salami (Frischwursttheke, Metzgerei)
500g Käse (Frischkäsetheke)
20 x Limonade (Reformhaus)
→ 0,5 Liter Flaschen
10 x Fruchtsaft (Orangensaft aus Reformhaus)
→ In verkaufsfertiger Verpackung, max. 0,5 Liter.
10 x Schokoriegel (Eine-Welt-Laden)
20 x Kaubonbons (Eine-Welt-Laden)

Bitte alle Verpackungen aufheben bzw. mitbringen.
Bitte achtet auf Produkte mit wenig Verpackung!

Mat. 4: Ermittlung des Verkaufspreises

Produkt	Einkaufspreis	Einzelpreis (Einkauf)	Einzelpreis (Verkauf)	Geplanter Gewinn	Umsatz	Gewinn
Wurstbrötchen	Preis Brötchen					
	Preis Butter					
	Preis Wurst					
	Gesamt					
Laugenstangen						
Käsebrötchen	Preis Brötchen					
	Preis Butter					
	Preis Wurst					
	Gesamt					
Brezeln						
Limonade						
Orangensaft						
Schokoriegel						
Kaubonbons						
z.B.	1,99 €	0,20 €	0,50 €	0,30 €	6x0,50= 3,00 €	6x0,30= 1,80 €

Mat. 5: Verkaufspreise der Gruppen

Produkt	Bernhard Billig	Brigitte Bekannt	Barbara Bewusst
Wurstbrötchen	0,80	1,20	1,30
Käsebrötchen	0,80	1,10	1,20
Brezeln	0,60	0,70	0,70
Laugenstangen	0,50	0,60	0,70
Limonade	0,70	0,90	1,30
Fruchtsaft	0,30	0,80	1,10
Schokoriegel	0,40	0,30	0,50
Kaubonbons	0,30	0,30	0,60

Mat. 6: Begriffe

Begriffe:

- Grundbedürfnisse
- Wohlstandsbedürfnisse
- Luxusbedürfnisse
- Materielle Bedürfnisse
- Nicht-materielle Bedürfnisse
- Einzelbedürfnisse
- Gemeinschaftsbedürfnis
- Haushaltsplan (Ausgaben und Einnahmen)
- Maximalprinzip (Qualitätsgruppe)
- Minimalprinzip (Gruppe 1 – Aldi)
- ortsgebundene Märkte
- ortsungebundene Märkte
- Angebot (Bsp. saisonale Preise, Wochenmarktinterview)
- Nachfrage (Bsp. saisonale Preise, Wochenmarktinterview)
- Preisbildung
- Produktionsfaktoren
- Produktionsgüter
- Arbeit
- Absatz
- Wissen
- Konsumgüter
- Indirekter Verkauf
- Direkter Verkauf
- Einnahmen
- Ausgaben
- Gewinn
- Berufliche Arbeitsteilung (Bäcker, ... Welche Berufe sind an der Herstellung unserer Produkte beteiligt?)
- Technische Arbeitsteilung (Welche Abteilungen gibt es in unserem Verkaufsbetrieb?)
- Räumliche Arbeitsteilung (Wo werden unsere Produkte hergestellt? Warum wird nicht alles in Karlsruhe hergestellt?)

Mat. 7: Quellen

<http://www.koordinaten.de/> (zur Bestimmung der Entfernung von Karlsruhe zu den Produktionsorten)

GWG Geographie Wirtschaft 1. Gymnasium Baden-Württemberg. Stuttgart 2004.

DIERCKE Geographie, Wirtschaft, Gemeinschaftskunde 5. Baden-Württemberg. Braunschweig 2004.

Seydlitz Geographie 1. Baden-Württemberg. Braunschweig 2004.

Arbeitsblatt: Käseherstellung

Käseherstellung

Das Dicklegen der Milch ist die Grundlage der Käseherstellung und beruht auf der Gerinnung und dem Ausfällen des Milcheiweißes (Kasein). Von dieser dickgelegten Milch scheidet sich das Käsewasser, die Molke, ab. Dabei kann Milch auf zweierlei Weise dickgelegt werden, durch die Süßgerinnung und durch die Säuregerinnung. Die Säuregerinnung wird von Milchsäurebakterien ausgelöst, die natürlicher Bestandteil der Milch sind, in größerer Menge meist jedoch noch zugesetzt werden. Bei der Süßgerinnung bedient man sich eines Enzyms aus den Mägen junger Kälber, dem Lab, ohne das das Kalb das Milcheiweiß nicht verdauen könnte.

In der modernen Käseherstellung werden zumeist Lab- und Säuregerinnung kombiniert vorgenommen. Die dickgelegte Milch bildet die Gallerte – auch Dickete genannt – die mit einer Käseharfe zum Käsebruch geschnitten wird. Dabei wird der Bruch je nach gewünschter Käseart in bestimmte Korngrößen zerkleinert. Je intensiver die Bearbeitung erfolgt, desto kleiner werden die Körner und desto fester wird später die Käsemasse. Der Bruch wird in Formen gegeben und zum Teil – je nach Käseart – gepresst, damit die Käsemasse die gewünschte Dichte erhält und die restliche Molke austreten kann. Durch das anschließende Salzbad reduziert sich der Wassergehalt nochmals. Außerdem wird eine Verfestigung der Rinde erreicht. Typ, Geschmack und Haltbarkeit der Käse hängen sowohl von der Temperaturführung bei der Gerinnung und Bruchherstellung als auch vom Salzen ab. Die Reifung des Käses nimmt – ausgenommen von Frischkäse – je nach Sorte Tage, Wochen und Monate in Anspruch. Die Reifung erfolgt in speziellen Reiferäumen mit spezifischen Temperaturen und Luftfeuchtegehalt. Weichkäse reifen von außen nach innen, Schnitt- und Hartkäse reifen gleichmäßig durch ihre ganze Masse.

Quelle: <http://www.cma.de/wissen>

Lies den Text aufmerksam durch. Bringe anschließend die folgenden Produktionsabläufe in die richtige Reihenfolge und trage die richtige Reihenfolge in die Tabelle ein.

Gerinnung (Kasein/Molke)
Bruch wird gepresst und geformt
Käsereifung
Milchtransport und –anlieferung
Verkauf

Milch wird gemolken
Erwärmung der Milch
Zufuhr von Bakterien / Lab (Säuerung)
Bruch von der Molke trennen
Bruch salzen (Wasserverlust)

1		2	
3		4	
5		6	
7		8	
9		10	

Mat. 9: Tafelanschrieb Produktionsfaktoren / direkter Absatz

Was benötigt man zur Herstellung von Käse (**Produktionsfaktoren**)?

Rohstoff / Boden:	Milch, Kühe, Landfläche
Produktionsgüter:	Maschinen, Werkzeuge
Kapital:	Geld, um Maschinen zu kaufen
Arbeit:	Arbeitskräfte
Wissen:	Rezept

Welche Vorteile und welche Nachteile bringt der **direkte Absatz** von Käse?

Vorteile	Nachteile
Weniger Transportkosten	Mehr Arbeitseinsatz
Weniger Umweltbelastung	Maschinen müssen gekauft werden
Frischere Produkte	Kleinere Auswahl
Förderung der Region	

Bewusst, Bekannt oder Billig? **Projekt 1,2 oder 3 am Otto-Hahn-Gymnasium**

Karlsruhe-Waldstadt: 1,2, oder 3 – Dem Motto der bekannten Kindersendung folgend, erforschten die Schülerinnen und Schüler der Klasse 5d des Otto-Hahn-Gymnasiums das Kaufverhalten ihrer älteren Mitschüler.

Dabei ging es in der Unterrichtseinheit „Wirtschaft“ v.a. darum, wirtschaftliche Abläufe wie beispielsweise _____ kennen zu lernen. Zu Beginn lernten die Schülerinnen und Schüler, dass Bedürfnisse unser wirtschaftliches Handeln beeinflussen. Dabei war einigen anfangs nicht klar, dass es neben den _____ und _____ auch _____ wie z.B. Ernährung gibt.

Einen Ort der Bedürfnisbefriedigung erlebten die Schülerinnen und Schüler selbst mit. Auf dem Wochen_____ am Gutenbergplatz mussten _____ und Verkäufer interviewt, Preise verglichen und Produkte gekauft werden. Bei der Befragung wurde schnell klar, dass es sowohl Verkäufer gibt, die ihre Produkte _____ verkaufen, als auch Verkäufer, die ihre Produkte nicht selbst herstellen, also _____ verkaufen.

Am Beispiel des auf dem Markt erworbenen _____ Käse wurden die _____ besprochen. Neben den _____ sind dies v.a. _____, _____ und _____. Zudem benötigt man Werkzeuge und Maschinen (_____), um einen Käse herzustellen. Außerdem wurde beim Betrachten der Produktionskette Käse deutlich, dass verschiedene Berufe (_____) am Produktionsablauf beteiligt sind.

Die Schülerinnen und Schüler hatten nach dieser Exkursion die Möglichkeit, ihren erfahrenen Wissensschatz anzuwenden. In drei Gruppen musste die Klasse den Pausenverkauf für einen Tag übernehmen. Dabei sollten die Gruppen nach verschiedenen Prinzipien vorgehen. Die Gruppe „Bernhard Billig“ arbeitete nach dem _____, sollte also vom vorgegebenen Kapital möglichst wenig brauchen, um den Einkaufszettel abzuarbeiten. Die Gruppe Barbara Bewusst ging nach dem _____ vor und versucht möglichst gute Qualität für das Grundkapital zu bekommen. Markenbewusstsein stand im Zentrum der Verkaufsgruppe Brigitte Bekannt. Alle Gruppen erstellten einen _____, kauften ein und bestimmten die Verkaufspreise. Die Gruppen wurden

dazu im Sinne der _____ in Abteilungen (Einkauf, Werbung, Produktion, Buchhaltung, Verkauf) untergliedert.

Die Produktherkunft ergab interessante Aufschlüsse zur _____, da nicht alle Bestandteile der Produkte an einem Ort produziert werden. Zudem wurde eine Müll- und Transportbilanz gezogen, die die ökologische Problematik der billigen und bekannten Produkte aufzeigte.

Am Tag des Verkaufs wurden Wurst- und Käsebrötchen produziert. Der direkte Vergleich der Produkte zeigte deutliche Qualitätsunterschiede, allerdings war die _____ nach fast allen Produkten so groß, dass teilweise das _____ nicht ausreichte. Letztlich wurde ein erstaunlicher _____ erzielt, der abzüglich der _____ zu einem guten _____ führte. Der Erkenntnisgewinn bleibt bei den Schülerinnen und Schülern, der finanzielle Gewinn wurde ans Dritte-Welt-Ressort der Schule überwiesen.

Setze folgende **Begriffe** in die Lücken ein. Manchmal musst du die Begriffe anpassen.

- **Grundbedürfnisse**
 - **Konsumenten**
 - **Wohlstandsbedürfnisse**
 - **Luxusbedürfnisse**
 - **Haushaltsplan**
 - **Maximalprinzip**
 - **Minimalprinzip**
 - **Angebot**
 - **Markt**
 - **Nachfrage**
 - **Preisbildung**
 - **Produktionsfaktoren**
 - **Produktionsgüter**
 - **Arbeit**
- **Wissen**
 - **Kapital**
 - **Konsumgüter**
 - **Indirekter Verkauf**
 - **Direkter Verkauf**
 - **Ausgaben**
 - **Umsatz**
 - **Gewinn**
 - **Berufliche Arbeitsteilung**
 - **Technische Arbeitsteilung**
 - **Räumliche Arbeitsteilung**
 - **Rohstoffe**



Mat. 11: Fragen in der Klassenarbeit

Aufgabe 1a:

Beschreibe die Entwicklung der Erdbeerpreise innerhalb eines Jahres. (2 Punkte)

Januar	-----	Juli	4,10 €
Februar	-----	August	4,40 €
März	-----	September	5,20 €
April	-----	Oktober	---
Mai	5,30 €	November	---
Juni	3,50 €	Dezember	---

Preise in Euro auf dem Wochenmarkt für 1 Kilogramm deutsche Erdbeeren.

Aufgabe 1b:

Erkläre kurz die unterschiedlichen Preise im Mai, Juni und Juli; verwende dazu die Begriffe Angebot und Nachfrage. (3 Punkte)

EHO 1a:

Von Oktober bis April gibt es keine Erdbeeren, weil sie in Deutschland nicht wachsen können (zu kalt).

Im Mai sind die Erdbeeren teuer, im Juni sind sie am billigsten, von Juli bis September werden die Erdbeeren wieder teurer.

Erwartet wird eine zusammenhängende Beschreibung, die alle Monate einbezieht.

EHO 1b:

Im Mai ist die Nachfrage groß, das Angebot klein, deshalb ist der Preis hoch.

Im Juni ist das Angebot sehr groß, deshalb sinkt der Preis.

Im Juli nimmt die Nachfrage zu, deshalb steigt der Preis.

(andere Erklärungen sind auch möglich1)

Erwartet werden drei logische Aussagen mit den Begriffen Angebot und Nachfrage.

Aufgabe 2:

In einem baden-württembergischen Gymnasium verkauft der Hausmeister in der großen Pause verschiedene Produkte.

Die Wurst kauft er **abgepackt** bei einem Großhändler, der die Wurst in **Hamburg** produziert.

Die Brötchen bekommt er ebenfalls vom Großhandel, der die Brötchen von einer **Großbäckerei** bezieht. Die **irische** Butter kauft der Hausmeister im Supermarkt.

Beschreibe, was der Hausmeister deiner Meinung nach falsch macht und erkläre, warum seine Art einzukaufen, die Umwelt beeinträchtigt. (5 Punkte)

EHO 2:

Erwartet wird, dass die Schüler drei Fehler finden und anschließende Sätze mit einer Kausalbeziehung formulieren.

Seine Art einzukaufen beeinträchtigt die Umwelt, weil die Verpackung **Müll** verursacht.

Seine Art einzukaufen beeinträchtigt die Umwelt, weil der Transport **Luftverschmutzung** verursacht.

Mat. 12: Niveaukonkretisierung

Eine Niveaukonkretisierung innerhalb der Einheit Wirtschaft sollte v.a. auf der Grundlage der Kompetenzen geschehen.

Die Kompetenzen „Formen von Arbeitsteilung unterscheiden können“ und „einfache Informationen auswerten und darstellen können“ sind eher Niveaustufe α . Hierbei geht es um Reproduktion von Gelerntem und um einfache Wiedergabe von erlernten Methoden. Die Antworten auf diesem Niveau sind meist Begriffe, Stichwörter oder beschreibende Sätze.

Beispiele:

1.)

Welche Form von Arbeitsteilung liegt vor, wenn die Milch im Allgäu gemolken, am Bodensee zu Butter verarbeitet und in Stuttgart verkauft wird?

Antwort: *Räumliche Arbeitsteilung*

2.) siehe Aufgabe 1a (Seite 24)

Schwieriger sind die Kompetenzen „das Spannungsverhältnis zwischen Bedürfnissen und begrenzten Gütern und damit die Knappheit als Grundlage wirtschaftlichen Handelns verstehen“ und „wesentliche Merkmale eines Marktes und einfache Preisbildungszusammenhänge beschreiben können“. Hierbei müssen die Schülerinnen und Schüler Wenn/Dann-Beziehungen herstellen und erste Transferleistungen vollführen. Deshalb sind Aufgaben aus dieser Kategorie eher der Niveaustufe β zuzuordnen.

Beispiele:

3.) siehe Aufgabe 1b (Seite 24)

Die Kompetenz ... aus ihrem Erfahrungsbereich die Beeinträchtigung ihrer Umwelt durch Produktion und Konsum erläutern können“ erfordert den größten Abstraktionsgrad. Hierbei sollte man den Schülerinnen und Schülern mit einer Zweiteilung der Aufgabe in „beschreiben“ und „erklären“ helfen. Erwartet wird, dass die Schülerinnen und Schüler Kausalbeziehungen formulieren und in vollständigen Sätzen darlegen. Dieses Niveau entspricht der Stufe γ .

Beispiele:

4.) siehe Aufgabe 2 (Seite 24)