

1 Irgendwann wird es kein Bargeld mehr geben!



Ein Zettel an der Tür des Burgerladens «Flippin' Burgers» weist am 20.12.2017 in Stockholm (Schweden) hin, kein Bargeld zu akzeptieren.

2

Preise werden vom Verkäufer gesetzt, da kann man als Käufer nichts dran Machen!

4

Wenn Unternehmen auf der ganzen Welt tätig sind, hat das vor allem Vorteile!

5

Märkte im Internet funktionieren fast genauso wie Märkte im analogen Leben!

3 Der Staat sollte sich komplett aus dem Wirtschaftsgeschehen heraushalten.



Ein Ortsschild als Symbolschild für einen vermeintlichen Widerspruch zwischen Staatshilfen und Wettbewerb.

Markt und Geld als Vermittler: Erfüllen sie ihre Funktionen im (digitalisierten) Wirtschaftsgeschehen?

3

Wieso ist das so teuer? Wo kommt der Preis her? Das hat sich wohl jeder schon mal gefragt. In diesem Kapitel werden wichtige Grundkenntnisse zu Märkten, Preisen und Geld erarbeitet und in diesem Zusammenhang Entwicklungen wie die Internationalisierung oder Digitalisierung in näher betrachtet. Zu welchen Problemen kann es kommen? Welche Rolle sollte der Staat bei der Lösung spielen? Eine eigene Antwort darauf zu finden ist wichtig, um in Zukunft verantwortungsbewusst am Wirtschaftsgeschehen teilnehmen zu können.

Am Ende des Kapitels solltet ihr Folgendes können:

- Marktformen unterscheiden und Preisbildungsmechanismen erläutern
- Den Wirtschaftskreislauf als Modell zur Analyse von Marktprozessen diskutieren
- Strategien zur Marktmachtgewinnung von Unternehmen analysieren
- An einem Fallbeispiel beurteilen, inwiefern der Staat ins Wirtschaftsgeschehen eingreifen sollte
- Den Einfluss von Internationalisierung und Digitalisierung im Wirtschaftsgeschehen exemplarisch bewerten
- Geld und Geldfunktionen unter dem Aspekt der Digitalisierung von Währung betrachten

WAS WISST UND KÖNNT IHR SCHON?

1. Notiere alleine ein oder zwei kurze Sätze, die dir spontan zu den Aussagen auf der linken Seite einfallen. Stimmt du eher zu oder nicht?
2. Bildet in der Klasse eine Positionslinie (→ Methodenglossar), auf der ihr euch nacheinander zu den Aussagen positioniert. Begründet und diskutiert eure Positionen.
3. Haltet fest, welche offenen Fragen sich euch stellen oder welche Informationen ihr noch benötigt, um euch besser entscheiden zu können.

Eigenständig verschiedene „Märkte“ analysieren

I. Worum geht es?

Jeden Tag treffen wir als Verbraucherinnen und Verbraucher auf unterschiedlichste „Märkte“ im Wirtschaftsgeschehen. Wer verstehen möchte, was ein „Markt“ ist, wie er funktioniert und warum es Unterschiede zwischen verschiedenen „Märkten“ gibt, sollte anfangen, „Märkte“ im Speziellen zu analysieren, um auf allgemeine „Märkte“ schließen zu können. Wenn ihr in der Klasse arbeitsteilig mehrere „Märkte“ im Besonderen analysiert habt, wird schnell klar, dass die allermeisten Märkte zwar etwas unterschiedlich funktionieren, auf der anderen Seite aber auch viel gemeinsam haben.

II. Geht dabei so vor:

1. Vorbereitung: Welchen „Markt“ untersuchen wir?

1. Bildet Gruppen von 5-6 Personen.
2. Einigt euch auf einen „Markt“, den ihr untersuchen wollt. Am besten ihr nehmt einen Markt, den ihr gut kennt: Turnschuhe, Handys, Erfrischungsgetränke, Autos, Apps, ...



2. Analyse. Wie funktioniert „euer“ Markt?

Prüft für „euren“ Markt folgende Fragen in der Gruppe:

1. Welche Marktform liegt hier vor (**M2, M13a-b**)?
2. Wie funktioniert die Preisbildung auf dem Markt (**M8-M10, Methodenkarten auf S. xy**)?
3. Besteht auf diesem Markt Marktversagen und wie könnte es ggf. gelöst werden (**M16-ab, M17 1 – 2**)?
4. Ist oder könnte der Markt internationalisiert werden (**M23-M25**)?
5. Kann auf dem Markt eine digitale Währung genutzt werden (**M30a-b, M31**)?



3. Schritt: Herausarbeiten von Gemeinsamkeiten und Unterschiede

1. Haltet eure Arbeitsergebnisse auf einem Plakat fest.
2. Präsentiert euch gegenseitig eure Plakate.
3. Haltet Gemeinsamkeiten und Unterschiede der verschiedenen Märkte in einer Tabelle fest.
4. Diskutiert folgende Fragen in der Klasse:
 - a) Wie und wieso entstehen diese Gemeinsamkeiten bzw. Unterschiede?
 - b) Hat es Vor- oder Nachteile, dass verschiedene Märkte unterschiedlich funktionieren?

3.1 Wirtschaft zwischen Wettbewerb und Marktversagen

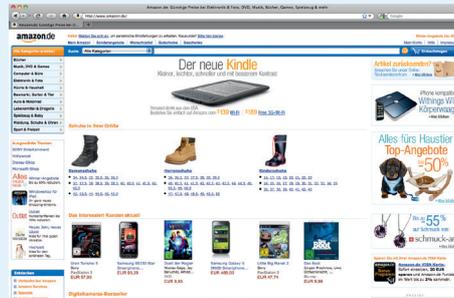
3.1.1 Was ist ein (vollkommener) Markt?

Zum Thema: Fast jeder war schon mal im Supermarkt, vielleicht auf einem Flohmarkt oder Wochenmarkt. Doch was bedeutet der Begriff „Markt“ für die Wirtschaft eigentlich? Was haben alle Märkte gemeinsam, was genau passiert auf einem „Markt“ und wie sollten „Märkte“ gestaltet sein? Mit diesen Fragen beschäftigt sich das folgende Kapitel.

M1 Ein Marktplatz kann viele Gesichter haben ...



Einkaufsstraße im Ruhrgebiet



Virtueller Marktplatz



Börse in Frankfurt



Wochenmarkt in Ibbenbüren

EINSTIEGSAUFGABE

Auf den Bildern sind verschiedene Marktplätze abgebildet. Beschreibe Gemeinsamkeiten und Unterschiede der abgebildeten Marktplätze.

M2 Der Markt als Treffpunkt für Angebot und Nachfrage

Ein Markt besteht aus Gruppen potenzieller Käufer und Verkäufer einer bestimmten Ware oder Dienstleistung.

Die Gruppe der potenziellen Käufer bestimmt die Nachfrage nach dem Gut, die Gruppe der Verkäufer bestimmt

dessen Angebot. [...] Märkte nehmen verschiedene Formen an. Manchmal sind die Märkte hochgradig organisiert, wie etwa einzelne Märkte für landwirtschaftliche Produkte oder die Wertpapierbörsen. Auf diesen Märkten treffen sich Anbieter und Nachfrager zu bestimmten Zeiten an bestimmten Orten [...]. Meistens aber sind die Märkte wenig oder gar nicht organisiert. Man sieht es beispielsweise am Markt für Kaffee in einer bestimmten



Stadt. Die Käufer von Kaffee treffen sich nicht zu einem bestimmten Zeitpunkt. Die Kaffeeverkäufer findet man in verschiedenen Geschäften und zu meist mit unterschiedlichen Produkten (Filterkaffee, Espresso, Milchkaffee, Cappuccino usw.). [...] Jeder Anbieter stellt ein Preisschild auf und jeder Nachfrager entscheidet sich, ob und wie viel er in diesem Geschäft kauft. Obwohl es keine organisierte Form ist, bilden die Gruppen der Nachfrager und Anbieter von Kaffee einen Markt. Jeder Nachfrager weiß, dass es mehrere Anbieter gibt, von denen er kaufen könnte, und jeder Anbieter ist sich bewusst, dass sein Produkt dem Produkt anderer Anbieter ähnlich ist.

N. Gregory Mankiw/Mark P. Taylor, Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Schäffer Poeschel, Stuttgart, 6. überarbeitete Auflage, 2018, 57.f

M3 Fallbeispiele: Handelt es sich um vollkommene Märkte?

1 Bei uns im Dorf gibt es nur einen Drogeriemarkt. Schminke kann man also nur da kaufen – die ist dann oft auch ganz schön teuer.

2 Sonntags holen wir Brötchen immer vom Schlemmerback, die Brötchen da sind einfach leckerer und frischer als die der anderen Bäcker.

3 Bücher kaufe ich am liebsten beim Bücherwurm, die haben eine riesen Auswahl und eigentlich immer alles da. Alle anderen Bücherhandlungen müssen die Bücher, die ich haben will oft erst bestellen. Das dauert mir zu lange.

4 Bei „La Italia“ war die Bedienung letztens ganz schön unfreundlich. Pizza essen gehen wir jetzt nur noch bei „Beppo“.

Bearbeiterin

AUFGABEN

1. Erarbeitet zu zweit mit Hilfe von **M2** eine Definition für einen „Markt“.
2. Vergleicht – mit Hilfe der nachfolgenden Methodenkarte – die Marktplätze in **M1** mit der „Idee“ von einem „Markt“ in **M2**.
3. Charakterisiert die Eigenschaften eines „vollkommenen Marktes“ (**M2**), indem ihr sie an konkreten Beispielen aus eurem Alltag erläutert.
4. Entscheidet für die Beispiele in **M3**, ob die Märkte vollkommen sind.
5. Erläutert, welche Vor- und Nachteile ein vollkommener Markt für Anbieter und Nachfrager mit sich bringt.

F Aufgabe 4

Erfindet eigene Beispiele von unvollkommenen Märkten und lasst einen Partner herausfinden, wieso sie unvollkommen sind.

Modellbildung: Wie bildet sich ein Markt?

I. Worum geht es?

Um Regelmäßigkeiten oder Prinzipien besser verstehen zu können, bedienen sich Wissenschaftler häufig einfacher Modelle. Diese helfen, oft komplizierte Zusammenhänge einfacher zu verstehen. So ist es auch im Falle des Markts. Mit Hilfe dieses Modells könnt ihr nicht nur die allermeisten Märkte erklären, sondern sie auch miteinander besser vergleichen.

II. Geht dabei so vor:

1. Schritt: Modellbausteine bestimmen

1. Einigt euch in Kleingruppen zunächst auf einen „Markt“, der euch interessiert.
2. Bestimmt für euren Markt die Modellbausteine: ANBIETER, NACHFRAGER, MARKT. Haltet dafür schriftlich fest, wer oder was der jeweilige Baustein symbolisiert:
 - a) ANBIETER: Wer sind die Anbieter? Was wird verkauft oder angeboten?
 - b) NACHFRAGER: Wer sind die Nachfrager? Was kaufen sie ein?
 - c) MARKT: Wo findet der Markt statt? Wann und wie oft findet der Markt statt?

2. Schritt: Modellbausteine zusammenbringen

Fügt die einzelnen Bausteine eures Marktes schematisch auf einem Plakat zusammen. Euer Modell könnte wie folgt aussehen:



3. Schritt: Marktmodell erweitern

1. Erweitert euer Marktmodell um „Zusatzbausteine“. Klärt dazu jeweils folgende Fragen für jeden Baustein: Was ist das jeweilige „Ziel“ der einzelnen „Bausteine“? Euer Modell könnte wie folgt aussehen:



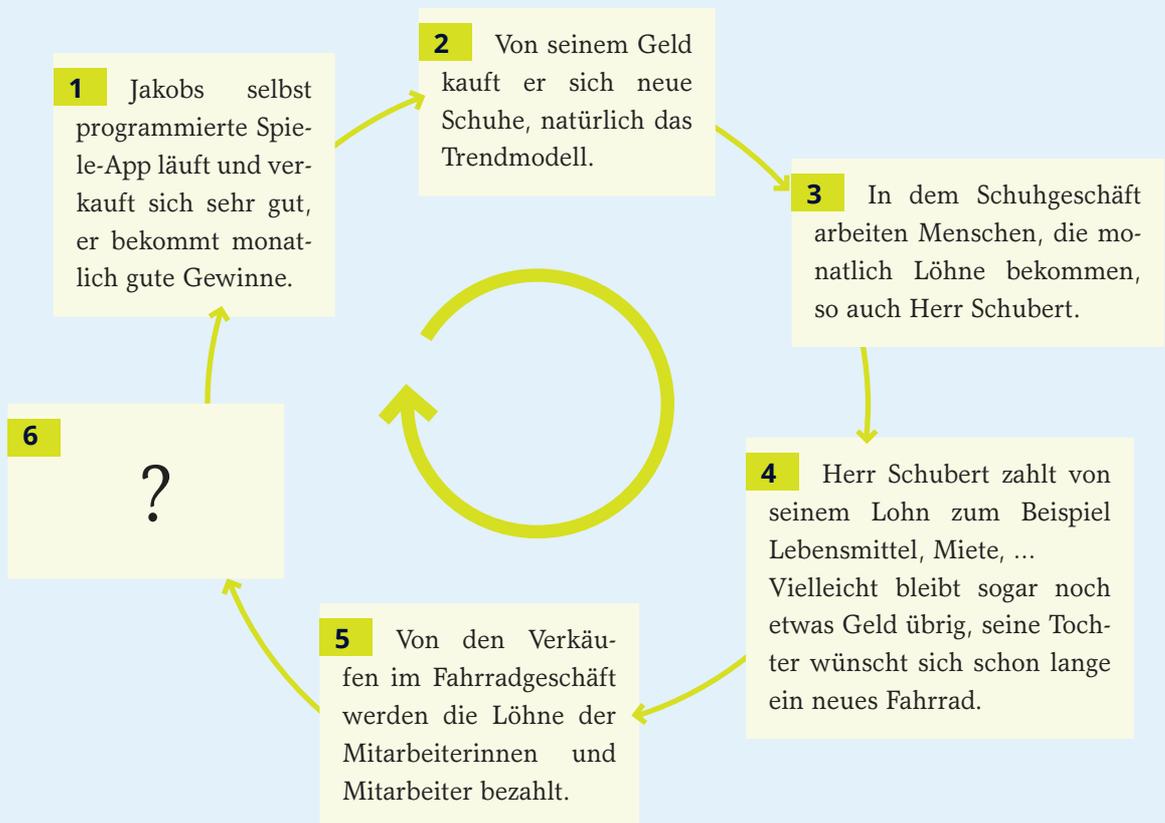
5. Schritt: Reflexion

1. Stellt euch in der Klasse gegenseitig eure Modelle eurer Märkte vor und sammelt Gemeinsamkeiten und Unterschiede.

3.1.2 Der Wirtschaftskreislauf – ein geeignetes Modell zur Analyse von Marktprozessen?

Zum Thema: Um zu verstehen, wie Märkte funktionieren, ist es wichtig, zu wissen, wer alles am Marktgeschehen beteiligt ist. Dass dies sehr schnell unübersichtlich wird, ist jedem schnell klar. Wie es dennoch übersichtlich und vor allem nachvollziehbar werden kann, ist Thema dieses Kapitels.

M4 Wie hängen Haushalte und Unternehmen zusammen?



EINSTIEGSAUFGABEN

1. Erstellt mit Hilfe der Beispiele ein Schaubild, in welchem die Wirtschaftsbeziehungen zwischen Unternehmen und Haushalten dargestellt werden.
2. Überlegt euch selbst Beispiele, wie es in diesem Wirtschaftskreislauf weitergehen kann.
3. Diskutiert, ob eure Darstellung auf das gesamte Wirtschaftsgeschehen in Deutschland übertragbar wäre.

M5 Der einfache Wirtschaftskreislauf

Für die Wirtschaft hat Geld eine ganz besonders wichtige Funktion: Es hält sie am Laufen. Denn nur wenn die Menschen eines Landes regelmäßig kaufen, verkaufen, arbeiten gehen und Lohn bekommen – also Geld „bewegen“ – funktioniert unsere Wirtschaft. Man kann sich das wie einen ewigen Kreislauf vorstellen.

Aber wie kann man den Überblick behalten über all die Käufe und Verkäufe, die Millionen von Menschen innerhalb eines Landes tätigen? Ganz einfach: Man erstellt ein Modell. Das bedeutet, dass man Geld- und Güterbewegungen schematisch darstellt. Nicht jede einzelne, sondern zusammengefasst alle Transaktionen zwischen Unternehmen und Haushalten. Da fließt Geld an die Unternehmen, weil die Haushalte Güter kaufen, dies ist ein sogenannter Produktmarkt. Aber auch die Haushalte bekommen Geld von den Unternehmen in Form von



Einkommen, weil sie den Unternehmen für die Produktion wichtige Faktoren wie Arbeit, Kapital oder Boden zur Verfügung stellen. Dies geschieht auf dem sogenannten Faktormarkt. Insgesamt gibt es im einfachen Wirtschaftskreislauf also Güterströme und Geldströme.

Bearbeiterin

M6 Der erweiterte Wirtschaftskreislauf

Der einfache Wirtschaftskreislauf vernachlässigt wichtige Sektoren wie den Staat, die Banken und das Ausland. Daher wurde das Modell erweitert und vereinfacht: Es werden nur noch Geldströme betrachtet.

1 Der Staat: Genau genommen ist der Staat an fast jedem wirtschaftlichen Vorgang beteiligt. Das fängt mit der Lohnsteuer beim Gehalt an, erstreckt sich über die Mehrwertsteuer, die wir beim Kauf im Supermarkt zahlen und hört auch bei der Umsatzsteuer von Unternehmen nicht auf. Steuern bilden daher eine der wichtigsten Einnahmequellen des Staates.

Der Staat behält dieses Geld jedoch nicht einfach. Er verteilt Aufträge an Unternehmen, z. B. um Straßen zu bauen, und kauft Güter bei den Unternehmen. Außerdem arbeiten viele Privatpersonen für den Staat, die bekommen natürlich Gehalt. Neben diesen Ausgaben muss der Staat auch sogenannte Transferleistungen tätigen. Eine Transferleistung ist eine Zahlung ohne direkte Gegenleistung des Empfängers, also z. B. Wohngeld, Hartz IV, Kindergeld etc. Aber auch Subventionen für Unternehmen werden vom Staat finanziert.

2 Die Kapitalsammelstellen: Mit „Kapitalsammelstellen“ sind Banken und Versicherungen gemeint. Sie tauchen im erweiterten Wirtschaftskreislauf auf, weil wir nicht alles Geld direkt ausgeben. Private Haushalte sparen einen Teil ihres Einkommens. Dafür bekommen sie Zinsen. Auch Unternehmen legen nicht verwendetes Einkommen bei Banken gegen Zinszahlungen an. Auf der anderen Seite können sowohl private Haushalte als auch Unternehmen Kredite bei Kapitalsammelstellen bekommen, z. B. für einen Hauskauf oder eine Investition. Im Gegenzug sind hier neben der vereinbarten Tilgung – also der Rate, die monatlich zurückgezahlt wird – auch Zinsen zu bezahlen.

Bearbeiterin

3 Das Ausland: Der Sektor „Ausland“ fasst alle ausländischen Staaten, Unternehmen und Haushalte zusammen. Der Sektor wird immer wichtiger, da durch die zunehmende Globalisierung immer mehr Handelsbeziehungen mit dem Ausland eingegangen werden. So exportieren und importieren die Unternehmen Güter und Dienstleistungen. Ebenso die privaten Haushalte: Sie kaufen und konsumieren im Ausland, z. B. auf Urlaubsreisen. Aber auch der Staat pflegt Geldbeziehungen zum Ausland. So zahlt Deutschland z. B. Geld für Entwicklungshilfe. Außerdem leihen oder verleihen sich auch Staaten untereinander Geld. Darüber hinaus ist das Ausland mit unseren Kapitalsammelstellen verbunden. So wird aus dem Ausland hier Geld angelegt, dafür werden Zinsen gezahlt. Auch Kredite im Ausland und die entsprechenden Zinszahlungen müssen berücksichtigt werden.

M7 Wie funktioniert der Wirtschaftskreislauf als Analyseinstrument?

Der Wirtschaftskreislauf wird dazu verwendet, die Auswirkungen verschiedener wirtschaftlicher Ereignisse zu analysieren. Angenommen, der Staat erhöht das Kindergeld. Welche gesamtwirtschaftlichen Folgen hätte dies? Wenn wir davon ausgehen, dass kinderreiche Familien einen Großteil ihres Einkommens für den Konsum verwenden, wird der Konsum der privaten Haushalte steigen. Ein erhöhter Konsum führt zu höheren Einkommen der Unternehmen, usw.

Bearbeiterin

H Aufgabe 2
→ S. XY

H Aufgabe 5
Kapitel 2 bietet auf der Kapitelabschlussseite „Was wir können“ in den Schritten 3 und 4 Hilfen an, wie ihr ein Erklärvideo erstellen könnt.

AUFGABEN

- Erläutert die Abbildung des einfachen Wirtschaftskreislaufes in **M5**.
 - Erklärt dabei die Fachbegriffe „Produkt-“ und „Faktormarkt“.
- Vergleicht das Modell des einfachen Wirtschaftskreislaufes (**M5**) mit euren Schaubildern aus der ersten Einstiegsaufgabe.
- Ordnet folgende Geschehnisse im Modell des erweiterten Wirtschaftskreislaufes (**M5**) ein: a) Eine Familie erhält Kindergeld. b) Die Bank zahlt Zinsen für Guthaben. c) Eine Familie zahlt Steuern.
- Erläutert mit Hilfe von **M6** mögliche Auswirkungen folgender Ereignisse: a) Der Staat erhöht das Kindergeld. b) Zinsen für Guthaben auf der Bank steigen. c) Der Staat erhöht die Steuern für private Haushalte.
- Erstellt ein Erklärvideo zum Kapitelthema. Erläutert darin auch, ob ihr findet, dass das Modell des erweiterten Wirtschaftskreislaufes geeignet ist, Marktprozesse zu analysieren (**M7**). **MK**

3.1.3 Das Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage: Wie können Preise kalkuliert werden?

Zum Thema: „Das ist doch viel zu teuer, das kaufe ich nicht!“, „Oh, für den Preis nehme ich gleich zwei mit ...“ – solche Gedanken kennt wohl jeder beim Einkaufen. Aber wie werden Preise eigentlich festgelegt? Mit dieser Frage beschäftigt sich dieses Kapitel.

M8 Eisverkauf im Schulzentrum – wie kann die SV einen guten Preis festlegen?

Die SV der Schule möchte einen Eisverkauf starten. Dafür wurde eine neue AG gegründet, in der alle Schülerinnen und Schüler der Schule mitarbeiten können. Heute möchten sie Strategien zur Preisgestaltung besprechen. Dabei kommen einige Vorschläge auf den Tisch:

Mia: Wir könnten Umfragen machen, um festzustellen, wie viel Eis eigentlich gekauft wird.

Katalina: Ja, und dann müssten wir überlegen, wie teuer das Eis dann sein muss, damit zumindest die Kosten gedeckt sind.

Lukas: Ich finde, dass das Eis nicht teuer sein darf, damit es sich jeder leisten kann! Alles andere wäre unfair.

Emre: Aber, wenn es zu günstig ist, können die Kühltruhe und der Strom dafür nicht bezahlt werden! Das kann ja wohl der Schulleiter zahlen, der will doch schließlich glückliche Schülerinnen und Schüler!

Benedikt: Ich finde 1€ als Preis ok. Da gibt es fast keine Wechselgeldprobleme.

Felix: Dann können wir ja auch 4€ sagen, dann brauchen wir nicht so viel Eis verkaufen bis wir den Wasserspender drin haben.

Elena: Ja, und 1€ ist noch günstig genug, so dass viele Eis kaufen werden. Wir wollen ja schließlich auch was daran verdienen! Wir wollten doch den Wasserspender davon bezahlen!

EINSTIEGSAUFGABEN

- Überlegt zu zweit, was ihr der AG raten würdet. Welche Vorschläge findet ihr gut, welche nicht?
- Haltet in Stichpunkten fest, welche Gründe (Faktoren) in diesem Beispiel Einfluss auf den Preis haben. Findet ihr noch mehr Faktoren, die bei der Preisbildung eine Rolle spielen?

M9 Wie erklärt das Marktmodell das Verhalten von Anbietern und Nachfragern?

Der Preis einer Ware oder einer Dienstleistung bildet sich auf dem Markt durch das Zusammentreffen von Angebot und Nachfrage. Wie hoch der Preis ist, hängt dabei von verschiedenen Faktoren auf beiden Seiten ab. Anbieter müssen bedenken, dass durch den Verkauf alle zuvor entstandenen Kosten gedeckt sein müssen. Das beinhaltet alle Kosten, die für die Herstellung anfielen, aber ggf. auch Miete, Strom und Energie für ein Ladenlokal, die Einrichtung des Geschäfts, Löhne für Verkaufspersonal, ... Werden diese Kosten vom erzielten Umsatz abgezogen, bleibt der Gewinn übrig.

Viele Unternehmen bieten das gleiche Produkt zu einem Preis an, der zum einen die Herstellungskosten deckt und zum anderen einen Gewinn erzielen lässt. Sie hoffen, dass das Gut von den Nachfragern zu diesem Preis auch gekauft wird. Ist der Preis jedoch zu hoch und die Nachfrage entsprechend gering, handelt es sich um einen „Angebotsüberhang“. Die Unternehmen und Händler werden ihre Produkte nicht los. Sie senken also die Preise, so lange, bis der sogenannte Gleichgewichtspreis erreicht ist. Hier entspricht das Angebot der Nachfrage, kurz gesprochen: Der Markt wird zu diesem Preis „geräumt“. Umgekehrt gilt aber auch: Setzen die Anbieter einen Preis unter dem Gleichgewichtspreis fest, entsteht ein sogenannter „Nachfrageüberhang“. Dann ist die Nachfrage nach einem Produkt höher als das Angebot an diesem Produkt. In der Theorie kaufen die Nachfrager mehr von einem Produkt, wenn der Preis niedrig ist. Bei hohen Preisen verhält es sich umgekehrt. Die Anbieter hingegen bieten mehr von einem Produkt an, wenn die Preise hoch sind und weniger, wenn sie niedrig sind. In der Situation des Nachfrageüberhangs werden die Unternehmen ihre Preise also so lange erhöhen, bis sie beim Gleichgewichtspreis angekommen sind.

Bearbeiterin

Faktoren für die Preisbildung auf dem Markt

In der Regel möchten Anbieter einen möglichst großen Gewinn erzielen. Auf der anderen Seite wägen die Nachfrager ab, ob sie eine Ware oder Dienstleistung kaufen möchten. Das Kaufverhalten ist dabei zum Beispiel abhängig vom Einkommen, vom Bedarf oder von Preisen vergleichbarer Güter.

Das Marktmodell geht davon aus, dass sich der Preis durch die Verbindung von Angebot und Nachfrage des Gutes entwickelt.

M10 Preisgestaltung – wohl kalkuliert

Georg Tacke, promovierter Betriebswirt, berichtet im Interview mit dem General Anzeiger in Bonn über sein Spezialgebiet der unternehmerischen Preisgestaltung.

General-Anzeiger: Warum kosten die gleichen Dinge oft so unterschiedlich viel?

Georg Tacke: Weil sie dem Kunden unterschiedlichen Nutzen stiften. [...] Die Markenjeans kostet in der Herstellung vielleicht nicht mehr als das namenlose

Produkt. Sie verleiht dem Träger aber durch ihr besonderes Image einen zusätzlichen emotionalen Nutzen. [...]

Fast alles wird zu Schwellenpreisen wie 1,99 Euro angeboten.

Das gibt es seit Jahren, und es wird trotzdem gerne genutzt, da sich der

15 Kunde täuschen lässt. 1,99 Euro wirkt nun einmal deutlich billiger als 2,01 Euro. Das liegt daran, dass unser Lesefluss von links nach rechts geht und daher die erste Zahl als wichtigste wahrgenommen wird. [...]

Wie entscheiden sich Kunden, wenn mehrere ähnliche Produkte zur Auswahl stehen?

20 Manche Waren stehen nur im Regal, damit eine andere gekauft wird. Der Kunde tendiert in der Regel zum mittleren Preis. Dafür muss immer ein teureres Produkt und ein billigeres im Angebot sein. Das funktioniert allerdings nur

bei nicht alltäglichen Einkäufen, wo der Verbraucher unsicher ist. [...]

Auf welche Preise achten Verbraucher besonders?

In fast jedem Produktbereich gibt es sogenannte Signalpreise. Einzelhändler 35 versuchen in der Regel, diese Preise besonders niedrig zu halten. Mit Preisen, die weniger Aufmerksamkeit der Kunden auf sich ziehen, erzielen sie dann die Profite. 40

Georg Tacke im Interview mit dem Bonner Generalanzeiger, in: Birgit Weber, Ökonomisierung versus Regulierung? Haushalte zwischen Markt und Staat, www.bpb.de, 19.11.2010

M11 Eisverkauf im Schulzentrum: Was wäre, wenn ... ?

1 ... es plötzlich eine Woche lang regnet?

2 ... der Förderverein 0,25€ pro Kugel Eis bezuschusst?

3 ... alle Schülerinnen und Schüler nach der Schule Hitzefrei bekommen?

4 ... die Eisdielen in der Nachbarschaft die Preise erhöht?

5 ... die Schulleiterin zu ihrem Geburtstag Süßigkeiten für alle Schülerinnen und Schüler mitbringt?

6 ... gegenüber der Schule ein „Frozen-Yoghurt-Geschäft“ öffnet?

AUFGABEN

- Arbeite Gründe für das Verhalten von Anbietern und Nachfragern heraus.
 - Erkläre, wie im Marktmodell Preise entstehen (**M9**). Nutze dabei folgende Fachbegriffe: Gleichgewichtspreis, Angebotsüberhang, Nachfrageüberhang.
 - Vergleiche die genannten Gründe mit denen, die ihr in der zweiten Einstiegsaufgabe zu **M8** genannt habt.
- Arbeite aus dem Interview in **M10** weitere Faktoren für die Preisbildung heraus.
- Überlege in Gruppenarbeit, welche Auswirkungen die Fälle in **M11** auf den Preis des Eises aus dem Einstiegsmaterial **M8** haben könnten.
- Erstelle in Gruppenarbeit eine Empfehlung zur Preisbildung des Eisverkaufs der SV (**M8-M11**).
 - Erläutere dabei, welche Faktoren sie berücksichtigen müssen und wie sie zu einer gelungenen Preiskalkulation kommen können. Berücksichtige die Ergebnisse der bisherigen Aufgaben.

F Aufgabe 2c

Überlege dir weitere Situationen, die Einfluss auf den Eispreis haben können.

3.1.4 Marktformen in der Realität: Wie viel Konkurrenz sollte es geben?

Zum Thema: In der Realität ist kaum ein Markt „vollkommen“, und überhaupt verhalten sich nicht alle Anbieter und Nachfrager, wie im Modell beschrieben. Warum dies so ist, welche Marktformen unterschieden werden und welche Auswirkungen sie auf die Verbraucherinnen und Verbraucher haben, erfahrt ihr in diesem Kapitel.

M12 Spielen die Preise verrückt?

1 Mia braucht neue Schuhe. Sie sieht im Laden viele, die ihr gefallen, es gibt schon welche für 30€. Am Ende kauft sie aber doch die Markenschuhe, auch wenn die viel teurer sind.

2 Günther muss tanken und fragt seine App nach der günstigsten Tankstelle auf dem Weg nach Hause, hier kommt er nämlich an verschiedenen vorbei. Am Ende kommt aber raus, dass alle fast gleich teuer sind.

Bearbeiterin

EINSTIEGSAUFGABE

Prüfe, inwiefern die Beispiele den Regeln der Preisbildung aus **M9** des vorhergehenden Kapitels entsprechen. Wie kannst du Abweichungen erklären?

3 Herr Meinerz ärgert sich. Der Schreibwarenladen um die Ecke hat zu gemacht, er wurde von seinem Konkurrenten „Büro-Discount“ aufgekauft. Jetzt gibt es zwar immer noch zwei Schreibwarenläden im Ort, aber von wegen Discount! Die haben direkt die Preise erhöht ... Aber für jeden Bleistift und Kugelschreiber in den 15km entfernten Nachbarort fahren?

M13 Welche verschiedenen Marktformen gibt es in der Realität?

a) Ein Lexikoneintrag über verschiedene Marktformen ...

Verschiedene Marktformen: In der Realität gibt es kaum einen Markt, auf dem die bisher beschriebenen Mechanismen der Preisbildung tatsächlich genau so funktionieren, wie die Theorie es beschreibt. Dies liegt daran, dass kaum ein Markt „vollkommen“ ist. Den Konsumentinnen und Konsumenten fehlt häufig der Überblick über das gesamte Angebot. Zudem werden Kaufentscheidungen nicht nur nach dem Preis getroffen. Die Wirtschaftswissenschaften unterscheiden zwischen folgenden Marktformen: Polypol, Oligopol und Monopol. Daneben hat sich eine weitere Form, die der monopolistischen Konkurrenz, herausgebildet. ...

Bearbeiterin

b) Tabellarische Übersicht über die bekanntesten „Marktformen“

Marktform	Anzahl Anbieter	Preisbildung	Wie viel Wettbewerb gibt es?	Beispiel
Polypol („vollkommene Konkurrenz“)	Viele	Über Wechselwirkung von Angebot und Nachfrage	Viele	Weizen
Oligopol	Wenige	Möglich: -Gegenseitige Beobachtung, Preiskampf, Preisabsprachen -	Viele oder kaum (je nach Preisbildung)	Mobilfunkanbieter
Monopol ¹	Einer	Preissetzung durch den Anbieter	Keiner	Kommunale Müllabfuhr
Monopolistische Konkurrenz	Viele	Preissetzung durch den Anbieter	Durch Differenzierung (Qualitätsmerkmale / Image) soll dem Wettbewerb entgangen werden.	Cornflakes

Bearbeiterin

¹ Früher hatte zum Beispiel die Deutsche Post ein Monopol für den Briefversand. Diese und ähnliche Monopole wurden aber aufgelöst. Heute finden sich Monopole eher als regionale Monopole. Die Monopolstellung bezieht sich hier auf ein begrenztes Gebiet, z. B. eine Stadt oder Kommune.

M14 Wie können Unternehmen für weniger Konkurrenz sorgen?

A Preiskampf: In Oligopolen kann es zu Preiskämpfen kommen. Ein Anbieter senkt seinen Preis, um mehr Kunden zu bekommen. Die anderen müssen mitmachen, so kann eine Spirale entstehen, bei der sich die Anbieter immer weiter unterbieten. Dabei können vielleicht nicht alle Anbieter mithalten und gehen pleite. Unter Lebensmittelhändlern oder Drogeriemärkten konnte man dieses Verhalten in der letzten Zeit wieder häufiger beobachten.

B Unternehmenskäufe/ -zusammenschlüsse: Um weniger Konkurrenz zu haben, können sich Anbieter mit anderen zusammenschließen („fusionieren“) oder sie gleich aufkaufen. Allerdings benötigt es dafür die Erlaubnis des Bundeskartellamts oder des Europäischen Kartellamts. Haben die Unternehmen nach der Fusion oder der Übernahme zu viel Marktmacht, würde ihnen die Erlaubnis nicht erteilt werden. Ein bekannter Fall ist die Übernahme der Supermarktkette Kaiser-Tengelmann durch EDEKA. Das Bundeskartellamt untersagte diese Übernahme zunächst, später wurde sie durch eine sogenannte „Ministererlaubnis“ doch noch genehmigt.

C Einzigartige Idee / Markenbildung: Marktmacht kann man gewinnen, wenn man sich von anderen, ähnlichen Produkten absetzt und so eine „Marke“ schafft. Zwar hat man dann noch Konkurrenz, aber durch das „Marken-Image“ kann man oft höhere Preise verlangen.

D Sondererlaubnis/Patent: Durch eine staatliche Sondererlaubnis können sich Monopole bilden. So war es zum Beispiel lange Zeit nur der deutschen Post erlaubt, Briefe zu befördern. Die Preise dafür müssen dann allerdings auch vom Staat genehmigt werden. Solche Monopole sind größtenteils aufgelöst worden. Allerdings gibt es noch sogenannte Patente. Erfindet jemand etwas Neues, kann diese Erfindung durch ein Patent geschützt werden. Mit einem Patent darf (in der Regel 20 Jahre lang) niemand ohne Erlaubnis des Erfinders bzw. des Patenthalters diese Erfindung verkaufen.

E Kartelle: Gibt es nur wenige Anbieter auf einem Markt, können sich diese sehr einfach absprechen und höhere Preise durchsetzen. Man nennt diese Absprachen „Kartelle“. Das ist allerdings in Deutschland verboten. Überwacht wird dieses Verbot vom Bundeskartellamt. Trotzdem kam es in der Vergangenheit zu Kartellen, (z. B. Bierbrauer, Süßwarenhersteller, Waschmittelhersteller, ...). Kartelle werden mit hohen Bußgeldern bestraft.

Bearbeiterin

H Aufgaben 1a-c

→ S. XY

F Aufgabe 2

Ergänze deinen Text um verschiedene Arten von Monopolen. Informationen dazu findest du mit Hilfe des QR- oder Mediacodes.



Mediencode: 71077-XY

H Aufgabe 3b

→ S. XY

F Aufgaben 3a-b

Recherchiert im Internet nach konkreten Fallbeispielen von Patenten oder Kartellen. Stellt eure Ergebnisse vor.

AUFGABEN

- Bearbeitet in Gruppen **M13a-b**, indem ihr
 - euch gegenseitig anhand von Beispielen erklärt, warum es kaum vollkommene Märkte gibt (**M13a**),
 - euch anhand der Tabelle einen Überblick über verschiedene Marktformen verschafft und weitere Beispiele für diese findet (**M13b**),
 - gemeinsam über Vor- und Nachteile der verschiedenen Marktformen für Unternehmen und Verbraucherinnen und Verbraucher diskutiert.
- Setzt den Lexikontext aus **M13a** fort. Er sollte die verschiedenen Marktformen beschreiben, Beispiele nennen und Vor- und Nachteile der Marktformen für Unternehmen und Verbraucherinnen und Verbraucher aufzeigen.
- Bearbeitet in Gruppen jeweils eine Strategie aus **M14**. Gestaltet ein Wandplakat, mit dessen Hilfe ihr der Klasse die Strategie erklären könnt. Überlegt auch, welche Vor- und Nachteile die Strategien jeweils für Unternehmen und Verbraucherinnen und Verbraucher haben.
 - Stellt euch gegenseitig in der Klasse die Plakate vor. Prüft anschließend gemeinsam, welche Strategien sich in den Einstiegsbeispielen in **M12** erkennen lassen.
 - Erstellt eine Übersicht, in welchen Fällen der Staat beim Preiskampf (**M14 A**) eingreift und welches Ziel diese Eingriffe haben.
- Führt eine Pro-Kontra-Diskussion (→ Methodenglossar) darüber, ob die Eingriffe des Staates in den Preiskampf (**M14 A**) gerechtfertigt sind. Beachtet dabei die Perspektive der Unternehmen und der Konsumenten (**M12-M14**).

3.1.5 Sollte der Staat eingreifen, wenn der Markt versagt?

Zum Thema: Manchmal treten im Marktgeschehen unerwünschte Nebeneffekte auf. Immer wieder entfacht in solchen Fällen die Frage, ob der Staat dann eingreifen soll oder nicht. Welche Fälle das sein können und was für oder gegen staatliches Eingreifen spricht, davon handelt dieses Kapitel.

M15 Die Schattenseiten des Marktes ...

Aus der Zeitung haben Emre und seine Freunde gelesen, dass der Fußballplatz ihres Vereines verlegt werden soll. Dies führt zu Diskussionen ...

Emre: „Dass unser Fußballplatz neben das Industriegebiet verlegt werden soll, find ich gar nicht cool. Da stinkt es und die Luft ist furchtbar schlecht.? Geht gar nicht...“

#Illus setzen#

Benedikt: „Weiß jemand, was die da eigentlich produzieren? Wahrscheinlich sind die Abgase auch noch giftig ...“

Katalina: „Ich find's viel zu weit draußen. Wenn ihr am Wochenende abends ein Spiel habt und ich euch anfeuern will, muss ich im Dunkeln Rad fahren. Nicht mal Beleuchtung gibt es da an dem Weg! Das ist nicht nur gefährlich, sondern auch ganz schön gruselig. Ich weiß nicht, ob ich dann noch so oft komme ...“

EINSTIEGSAUFGABEN

1. Benennt die Probleme, die Emre und seine Freunde mit der Verlegung des Fußballplatzes haben.
2. Überlegt gemeinsam: Wird Jakobs Problem bei der Preisbildung der Industrieunternehmen berücksichtigt?
3. Arbeitet heraus, wer die Anbieter und Nachfrager auf dem Markt für Straßenbeleuchtung in Katalinas Beispiel sind. (Wie) kann sich hier ein Preis bilden?

M16 (K)ein Markt für alles – was, wenn der Markt versagt?

Unter bestimmten Bedingungen funktioniert der Markt nicht richtig und das Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage führt immer wieder zu unerwünschten Nebeneffekten. Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler sprechen dann von „Marktversagen“. Zwei Beispiele von Marktversagen werden im Folgenden exemplarisch näher erläutert.

a) Wer bezahlt für „öffentliche Güter“?

Zwei wesentliche Aspekte kennzeichnen öffentliche Güter: Niemand kann von seiner Nutzung ausgeschlossen werden und der Nutzen des öffentlichen Gutes nimmt durch die Nutzung anderer nicht ab.

Ein Beispiel ist die Landesverteidigung. Auch wenn nicht alle Bürger bereit sind, für die äußere Sicherheit Geld auszugeben, können sie doch von der „Nutzung“ der äußeren Sicherheit nicht ausgeschlossen werden. Außerdem nimmt auch der Nutzen nicht ab, egal, wie viele Menschen von der Verteidigung profitieren. Da bei öffentlichen Gütern das Ausschlussprinzip nicht funktioniert, entsteht ein Problem: Niemand ist bereit, dafür zu bezahlen, da man es ja auch kostenlos nutzen kann. Hier versagt also die Koordination über den Markt, denn eigentlich gibt es keinen Markt für diese Güter.

Bearbeiterin

b) Negative externe Effekte – wenn andere den Preis bezahlen

Von negativen Externen Effekten wird gesprochen, wenn nicht alle Kosten, die durch die Produktion oder den Konsum eines Gutes entstehen, durch den Preis gedeckt werden. Dies ist zum Beispiel der Fall, wenn bei der Produktion eines Gutes giftige Gase oder andere Umweltverschmutzungen entstehen. Die Kosten dafür werden bei der Preissetzung auf dem Markt nicht berücksichtigt. Auch durch den Konsum einiger Güter können negative externe Effekte entstehen, zum Beispiel beim Autofahren. Hier entsteht Feinstaub, Lärm und Gestank, der andere Menschen negativ beeinträchtigt. Das ist aber weder im Preis für das Auto einberechnet, noch entschädigen die Autofahrer ihre Mitmenschen für diese negativen Effekte. Der Marktpreis ist also nicht der „wahre“ Preis, dieser ist in der Regel viel höher.

M17 Lösungsansätze für Probleme durch Marktversagen**1 Wie lässt sich das Problem der öffentlichen Güter lösen?**

In der Regel stellt der Staat öffentliche Güter zur Verfügung. Er kümmert sich also z. B. darum, dass unser Land verteidigt wird, finanziert beispielsweise das Verteidigungsministerium und auch die Bundeswehr. Das Geld dafür nimmt er durch Steuern oder andere Abgaben ein. So werden also doch die „Nutzer“ zur Kasse gebeten.

2 Wie lässt sich das Problem negativer externer Effekte lösen?

Eine Möglichkeit besteht darin, Verbote auszusprechen, etwa für bestimmte giftige Stoffe, Nutzung umweltschädlicher Güter oder umweltschädliche Produktionsweisen. Nicht immer sind Verbote aber wirksam oder sinnvoll. Eine andere Lösung ist, die Kosten für die negativen Effekte zu „internalisieren“. Hierbei werden Wege gesucht, wie negative Effekte eines Produktes Einfluss auf die Preisgestaltung haben können. Eine Steuer zu erheben wäre ein Beispiel für die Internalisierung externer Effekte. Ein Problem aber bleibt: Ob die eingenommenen Gelder reichen, um die negativen externen Effekte zu kompensieren, bleibt fraglich.

Bearbeiterin

M18 Fallbeispiele zu Lösungsansätzen bei Marktversagen**1** Die Bundesregierung beschließt einen CO₂-Preis

Gestern hat das Bundeskabinett im Rahmen des Klimaschutzprogramms einen CO₂-Preis auf Sprit, Heizöl und Gas auf den Weg gebracht. Zudem stimmte das Kabinett einem Gesetzesentwurf zu, der erstmals in Deutschland eine Abgabe auf den CO₂-Ausstoß im Verkehrs- und Gebäudesektor vorsieht.

Bearbeiterin

2 STRASSBURG: Es ist eine drastische Maßnahme im Kampf gegen den Plastikmüll: In Deutschland und der gesamten EU sind eine Reihe von Einwegprodukten aus Plastik wie Teller oder Trinkhalme ab 2021 verboten. Das EU-Parlament beschloss am Mittwoch endgültig eine entsprechende Richtlinie. Das Gesetz nimmt auch den Kampf gegen Zigarettenkippen auf und sieht zahlreiche weitere Änderungen vor, die Verbraucher zu spüren bekommen.

Christian Kerl, EU verbietet Einweg-Plastik – das ändert sich für Verbraucher, www.morgenpost.de, 27.03.2019

3 Staat beschließt Corona-Hilfen für Unternehmen und Selbstständige

Die Bundesregierung [...] spannt [...] einen Schutzschirm für die Wirtschaft mit Zuschüssen, Bürgschaften, steuerlichen Erleichterungen sowie unbegrenzten Liquiditätshilfen. Damit hilft sie kleinen Betrieben, Selbstständigen, Start-ups, betroffenen Branchen sowie mittleren und große Unternehmen, die [im Zuge der Corona-Krise] in Schwierigkeiten geraten sind.

© 2020 Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, Informationen für Unternehmen und Selbstständige, www.bundesregierung.de, Abruf am 25.04.2020

AUFGABEN

1. Bearbeitet im Partnerpuzzle die Materialien **M16a** und **M16b**, indem ihr jeweils erläutert, wie es zu „Marktversagen“ kommt.
2. Ordnet die Probleme von Emre, Benedikt und Katalina aus **M15** den Phänomenen aus **M16a-b** zu: Handelt es sich um Probleme, die durch öffentliche Güter oder externe Effekte entstehen?
3. Erklärt, wie öffentliche Güter finanziert werden und wie negative externe Effekte aufgelöst werden können (**M16a-b**).
4. Ordnet die Beispiele in **M18** den möglichen Lösungswegen in **M17** **1** – **2** zu:
 - a) Handelt es sich um Maßnahmen, die sich auf öffentliche Güter oder auf externe Effekte beziehen?
 - b) Erklärt, welche Art von Marktversagen vorliegt.
 - c) Listet Vor- und Nachteile der Lösungen tabellarisch auf.
5. Setzt euch mit Hilfe des neben stehenden QR- und Mediacodes in Gruppen mit Vor- und Nachteilen von Fahrverboten für Diesel-Fahrzeuge in Innenstädten auseinander.
6. Nimm Stellung zu der Frage: Soll der Staat bei Marktversagen eingreifen?

F Aufgabe 2

Nennt weitere Beispiele von öffentlichen Gütern bzw. Gütern mit externen Effekten.

F Aufgabe 4a

Erklärt, gegen welches Problem sie vorgehen und wie genau sie wirken sollen.

Pro- und Kontra von Diesel-Fahrverboten

Mediencode: 71077-xy

3.2 Digitale und internationale Märkte: Chancen und Risiken

3.2.1 Monopole im Internet – nützliche Hilfe oder gefährliche Abhängigkeit?

Zum Thema: „Das Internet hält sich an keine Regeln ...“ sagen nicht wenige Menschen. Stimmt das wirklich? Im Wettbewerbsgeschehen haben sie damit ein bisschen recht. Gerade der Kampf um Marktformen hat hier andere Dimensionen. Inwiefern im Internet andere „Marktgesetze“ herrschen und ob diese für das Marktgeschehen insgesamt gefährlich werden können, sind die Fragen dieses Kapitels.

M19 Die „big five“ des Internets



<https://cercle-promodul.inef4.org/les-gafam-vont-ils-revolutionner-le-secteur-de-la-construction/>

EINSTIEGSAUFGABEN

1. Stellt dar, auf welchem Markt die jeweiligen Unternehmen ihr „Kerngeschäft“ betreiben. Welche anderen Anbieter auf diesem Markt kennt ihr? Von welcher Marktform würde man sprechen?
2. Gehe in Gedanken einen ganz normalen Tag durch und überlege, an welchen Stellen du mit den „big five“ in Verbindung kommst. Kannst du dir ein Leben ohne die „big five“ des Internets vorstellen?
3. Diskutiert mögliche Ideen, an welchen Stellen die große Marktmacht der „big five“ zum Problem werden könnte. Haltet eure Ideen an einer Wandzeitung fest.

M20 Wettbewerb im Internet: Wie unterscheidet sich der digitale vom herkömmlichen Markt?

Der Anteil von Google auf dem Suchmaschinenmarkt liegt weltweit bei rund 90 Prozent, Facebook beansprucht den größten Teil des mobilen Datenverkehrs in sozialen Netzen, und 90 Prozent der deutschen Online-Shopper kaufen bei

Amazon. [...] In der digitalen Wirtschaft herrschen andere Gesetze als in der alten analogen Welt. Dort gilt: Je mehr Leute zum Beispiel einen Bus benutzen oder ein Auto kaufen, desto geringer wird der Nutzen für die Konsumenten. Entweder sie bekommen keinen Sitzplatz mehr, oder die Straßen verstopfen, und die Autohersteller müssen weniger Nachfrage und sinkende Preise fürchten. Bei den sozialen Netzwerken und Suchmaschinen ist das umgekehrt. Je mehr Menschen oder Firmen bei Facebook und Google mitmachen, umso attraktiver wird es für alle Beteiligten: Der Nutzer findet mehr Informationen. Facebook oder Google wiederum können die Preise für ihr Angebot, nämlich

Werbung zu schalten, erhöhen. Denn mit jedem zusätzlichen Nutzer wächst der Wert einer Anzeige für die Unternehmen. [...] Gleichwohl passt der Begriff des Monopols für die Marktmacht der Digitalgiganten nicht mehr wie früher für die Industriemonopole. Denn in der digitalen Welt sind die Investitionshürden für Wettbewerber niedriger und leichter zu überwinden als Kraftwerke, Schienen, Telefonmasten, Ölplattformen oder Stromleitungen. Google sagt zu Recht, der Wettbewerb sei nur einen Klick entfernt („Competition is just one click away“).

Horst Wildemann, Nutzt sie, bändigt sie, aber zerlegt sie nicht!, www.welt.de, 19.01.2018

Investitionshürden
Kosten (Investitionen), die ein Unternehmen tätigen muss, um an einem Markt teilnehmen zu können.

M21 Marktmacht großer Internetkonzerne: Pro und Kontra

a) Die Marktmacht einzelner Anbieter auf dem digitalen Markt ist ein Problem

AGBs sind schnell bestätigt, und was in den Datenschutzbestimmungen steht – wen interessiert das schon? Fröhlich werden Fotos aus dem Urlaub, vom neuesten Food-Trend oder neuen Shopping-Erregenschaften geteilt. Doch Vorsicht! Klar, die Dienste sind kostenlos, aber wir bezahlen trotz dem: mit unseren Daten. Die zunehmende Marktmacht einzelner Unternehmen im Internet bedeutet auch, dass andere Unternehmen, etwa neue Start-Ups, immer schwieriger Marktzugang bekommen. Denn sie sind auf eine Finanzierung durch Werbung angewiesen, Werbetreibende nutzen aber lieber die große Reichweite bereits bestehender Anbieter wie Google oder Facebook. Außerdem haben bestehende Unternehmen natürlich schon jede Menge Daten über ihre Nutzer gesammelt, die sie

nutzen können, um ein möglichst maßgeschneidertes Angebot bereit zu stellen. Diese Möglichkeit bleibt Neuzugängen auf dem Markt verwehrt, sie haben es ungleich schwerer. Wettbewerb kann man das eigentlich nicht mehr nennen, und damit verbunden sind natürlich Konsequenzen: Weniger Innovation, längere Reaktionszeiten, Qualitätsverluste dürfen uns in Zukunft eigentlich nicht wundern.

Wie verdienen kostenlose Internetanbieter im Internet Geld?

Dienste wie Google und Facebook nutzen die Daten, um Persönlichkeitsprofile anzulegen. So können sie gezielte Werbung schalten, die sie natürlich auch teurer verkaufen können. Mit jedem Nutzer mehr wächst dabei auch der Wert einer Werbeanzeige.

b) „Ein Leben ohne Google, Facebook & Co. kann ich mir nicht vorstellen. Und ich will es auch gar nicht!“

Ein Leben ohne Google, Instagram, Amazon? Kaum vorstellbar für die meisten von uns. Praktisch und kostenlos bieten sie uns allerlei Hilfe: Den schnellsten Weg finden

per Google-Maps, Shoppen per Mausklick – das Schöne daran: Je häufiger wir diese Medien nutzen, desto besser passen ihre Vorschläge zu unseren Wünschen. Der digitale Markt funktioniert eben anders als der im „real life“, hier steigt der Nutzen, je mehr Nutzer ein Angebot hat. Wenn alle Freunde auf Instagram unterwegs sind, ist es einfach, mit allen Kontakt zu halten.

Bearbeiter

Konkurrenz im Internet

Konkurrenz gibt es unter den Anbietern im Internet genügend. Andauernd kommen neue Apps ins Spiel, die um Nutzer kämpfen. Da muss also auch ein Unternehmen mit aktuell großer Marktmacht immer am Ball bleiben und seine Dienste weiterentwickeln, um die Nutzer zu halten.

M22 Amazons Marktmacht karikiert ...



Karikatur: Schwarwel, 2016

AUFGABEN

F Aufgaben 1-5

Recherchiere, wie groß die Marktmacht der „big five“ Google, Facebook, Amazon, Microsoft und Apple ist. Stelle dabei auch heraus, welche Apps und weiteren Dienste zu den Unternehmen gehören.

H Aufgabe 4

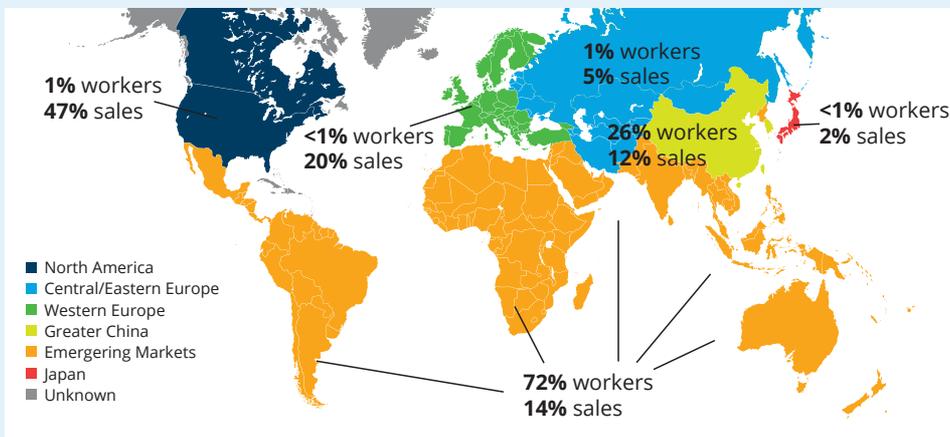
→ S. XY

1. Erarbeitet die Unterschiede zwischen analogen und digitalen Märkten (M20).
2. Prüft eure Ideen aus der Einstiegsaufgabe 3 zu M19 anhand der neu gewonnenen Erkenntnisse aus M20.
3. Teilt eure Klasse auf, die Hälfte bearbeitet M21a, die andere M21b. Arbeitet jeweils die zentrale Position sowie die Argumente der Texte heraus. Ergänzt sie um eigene Argumente.
4. Analysiert die Karikatur in M22 im Hinblick auf die Kapitelfrage.
5. a) Führt eine Debatte (→ Methodenglossar) zum Kapitelthema durch.
b) Werte die Debatte aus, indem du Stellung zu der Frage nimmst, ob du auch in Zukunft Angebote der „big five“ nutzen wirst und was du gegebenenfalls bei der Nutzung berücksichtigen solltest.

3.2.2 Multinationale Unternehmen – führen größere Märkte zu mehr Wohlstand für alle?

Zum Thema: Viele Unternehmen streben danach, möglichst viel Gewinn zu machen. Dafür versuchen sie, ihre Marktmacht auszuweiten. Eine Strategie dazu kann die Internationalisierung von Unternehmen sein. Diese Unternehmen sind dann gegebenenfalls sogar auf der ganzen Welt vertreten. Das kann Vorteile haben, aber es gibt auch viel Kritik. Mit beidem setzt sich dieses Kapitel auseinander.

M23 Fallbeispiel Nike – ein multinationales Unternehmen



Workers
Arbeiterinnen und
Arbeiter für Nike

Matthew Kish, *Where Nike makes shoes , and where it sells them*, www.bizjournals.com, 07.05.2015

EINSTIEGSAUFGABEN

1. Analysiert die Grafik und haltet zentrale Aussagen bezüglich der Verteilung der Produktion und des Verkaufs von Nike-Schuhen fest.
2. Überlegt, wie es zu dieser regionalen Verteilung kommen kann. Welche Vorteile hat Nike? Welche die Konsumenten? Haltet erste Ideen im Heft fest.

M24 Internationale, multinationale und transnationale Unternehmen – wie unterscheiden sie sich?

Es gibt viele Unternehmen, die ihren Handel nicht nur auf ein Land beschränken, sondern auch im Ausland verkaufen oder einkaufen. Diese Unternehmen werden „internationale Unternehmen“ genannt. Der Verkauf eigener Produkte in anderen Ländern hat den Vorteil, dass mehr Konsumenten

die Produkte kaufen können, der Markt wird also größer. Die Unternehmen erhoffen sich so höhere Einnahmen. Auf der anderen Seite kann sich der Einkauf in anderen Ländern für Unternehmen lohnen, wenn er dort günstiger ist. Einige Unternehmen haben sogar eigene Standorte in anderen Ländern. Sie

gründen beispielsweise Tochterfirmen, um in anderen Ländern zu produzieren. Dafür suchen sie sich Länder, in denen 20 günstigere Produktionsbedingungen herrschen, etwa, weil hier die Rohstoffpreise und Löhne günstiger sind oder weil andere gesetzliche Regelungen für die Produktion herrschen. Solche Unternehmen heißen „transnationale“ oder 25 „multinationale“ Unternehmen. Mittlerweile gibt es über 60.000 transnationale Unternehmen weltweit und die Tendenz ist eher steigend.

Bearbeiterin

M25 Wer profitiert von multinationalen Unternehmen und wer trägt die Kosten?

1 Produktion und Verkauf in verschiedenen Ländern – das bedeutet auch Transport von Waren, der zu Lasten unserer Umwelt geht.

3 Multinationale Unternehmen können durch geringere Produktionskosten bei gleichzeitig größerem Absatz höhere Gewinne erzielen.

4 Global handelnde Unternehmen haben sehr viel Macht und Einfluss. Diesen können sie auch missbräuchlich nutzen.

6 Man hört häufig von Ausbeutungen der Arbeitnehmer in Entwicklungsländern durch multinationale Unternehmen.

7 Durch die Produktion in Ländern mit niedrigeren Löhnen und Preisen für die Rohstoffe werden auch unsere Produkte günstiger.

2 Einige multinationale Unternehmen produzieren in Staaten, in denen keine gesicherten politischen Verhältnisse herrschen. Das kann zu Problemen für die Unternehmen führen.

5 Durch die Produktion in Entwicklungsländern werden hier Arbeitsplätze geschaffen, das hat Vorteile für die Menschen, die dort leben und auch für das ganze Land.

Bearbeiterin

AUFGABEN

1. Notiert eine knappe Definition für „internationale“ und „transnationale / multinationale“ Unternehmen. Haltet auch die Unterschiede zwischen beiden Unternehmensformen fest (M24).
2. Ordnet die Aussagen in M25 nach Gewinnern und Verlierern der Zunahme multinationaler Unternehmen.
3. Prüft eure Ideen aus der zweiten Einstiegsaufgabe (M23) zu den Vor- und Nachteilen multinationaler Unternehmen.
4. Erörtere, ob die Zunahme multinationaler Unternehmen eher Vor- oder Nachteile hat (M23-M25).

3.3 Geld im digitalisierten Wirtschaftsgeschehen

3.3.1 Bargeld oder Buchgeld: Brauch ich schon ein Girokonto?

Zum Thema: Um am Wirtschaftsgeschehen teilnehmen zu können, brauchen wir Geld. Doch mit Geld allein können wir aber keine Internetkäufe tätigen oder bargeldlos zahlen. Inwiefern Kinder und Jugendliche bargeldlos zahlen können sollten, ist Thema dieses Kapitels.

M26 Bar oder bargeldlos – wie bezahlst du?



1 Eine Schülerin steht vor dem Iris-Scanner in der Mensa der Venerable Bede-Schule in Sunderland (Großbritannien). Sie kauft sich das Mittagessen ohne Bargeld mit ihrer Iris.



2 Eine junge Frau beim Kauf eines Bahntickets in Hamburg. An diesem Fahrkartenautomaten kann sie mit Bargeld oder mit EC-Karte bezahlen.

EINSTIEGSAUFGABEN

1. Wie würdest du in den einzelnen Situationen bezahlen: Bar oder Bargeldlos? Begründe deine Entscheidung.
2. Diskutiert in der Klasse weitere Situationen, bei denen ihr mal lieber mit Bargeld, mal bargeldlos einkaufen würdet: Bäckerei, Supermarkt, Eisdiele, Kino, ...

M27 Wofür können Jugendliche ein Girokonto nutzen?

Heutzutage werden viele Geldgeschäfte über Girokonten getätigt. Das Geld bei diesen bargeldlosen Zahlungen heißt Buchgeld. Es kann von einem Konto auf ein anderes übertragen werden. Das passiert zum Beispiel, wenn im Supermarkt „mit Karte“ gezahlt wird. Meist

Kartenzahlungen können aber auch über eine Kreditkarte abgewickelt werden, die Kontoinhaberinnen und -inhaber zum Girokonto erhalten können. Dabei wird der zu zahlende Betrag meist nicht direkt vom Konto abgebucht, sondern alle Zahlungen über einen gewissen Zeitraum (meist ein Monat) gesammelt und dann gemeinsam abgebucht. Die Bank gewährt einem für diesen Zeitraum einen Kredit in Höhe der zu zahlenden Beträge, denn diejenigen, die mit dem Geld bezahlt werden, erhalten ihre Zahlung sofort.

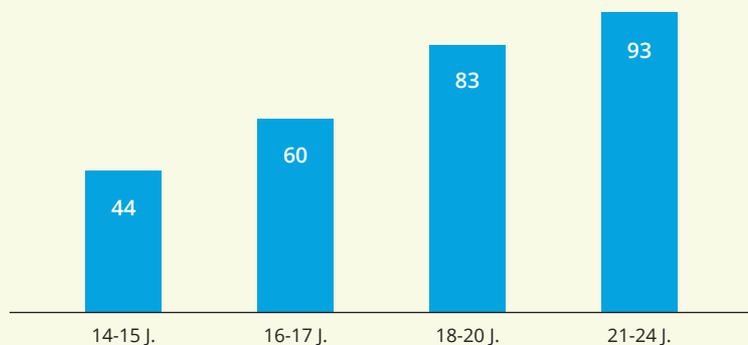
In der Regel bekommen Arbeitnehmer ihren Lohn auf ihr Girokonto per Überweisung. Auch dies ist nichts anderes, als eine Geld-Bewegung vom einen auf das andere Konto. Ferner können alle Girokontoinhaberinnen und -inhaber Überweisungen tätigen, zum Beispiel um Rechnungen zu bezahlen. Fallen regelmäßige Kosten an, z. B. Mietzahlungen oder Telefon- und Internetkosten, so ist dies per „Lastschrift“ möglich.

Beim Lastschriftverfahren wird eine Erlaubnis an Dritte (Telefongesellschaft, Verein, ...) erteilt, vom eigenen Konto Geld einzuziehen bzw. das eigene Konto zu „belasten“.

Auch für viele Online-Bezahlverfahren wie etwa PayPal werden Girokonten benötigt, die mit den jeweiligen PayPal-Konten verknüpft sind. PayPal-Bezahlungen werden entweder direkt vom Girokonto abgebucht oder von einem vorher auf das PayPal-Konto überwiesenen Guthaben bezahlt.

Wie viele Jugendliche haben ein Girokonto?

Jugendliche Girokontoinhaberinnen und -inhaber in Prozent, Stand: 2018



© Bankenverband/GfK,
Jugendstudie 2018,
www.bankenverband.de,
Abruf am 26.04.2020, S. 34

ist damit die EC-Karte gemeint, die zu jedem Girokonto gehört. Diese Karte wird an der Kasse in ein Gerät gesteckt, um die Zahlung per Unterschrift oder Geheimzahl zu legitimieren. Im Anschluss wird der Betrag vom eigenen Konto abgezogen und auf das des Supermarktes transferiert.

Neuerdings funktioniert diese Art des Bezahls häufig sogar kontaktlos, d. h. es reicht aus, die Karte nur noch an das Gerät zu halten. Kleinere Beträge können sogar ohne Unterschrift oder Geheimzahl bezahlt werden, wenn diese Funktion bei der Bank freigeschaltet wurde. Das geht schneller, deswegen nutzen zunehmend mehr Menschen diese Funktion. Viele Banken bieten mittlerweile sogar Apps an, mit denen ganz ohne Karte und nur mit dem Smartphone kontaktlos bezahlt wird.

Bearbeiterin

M28 Chancen und Gefahren eines Girokontos

1 Ayleen (45) findet es praktisch, dass ihre Kinder jetzt ein Girokonto haben. Sie hat einen Dauerauftrag für das Taschengeld eingerichtet. Ihre zwei Jungs freuen sich auch, jetzt kann Ayleen nicht mehr vergessen, das Taschengeld zu zahlen.

2 Kira (19) dachte, sie hätte noch Geld für die Jeans auf dem Konto, die sie online bestellt hat. Jetzt stellt sich heraus, dass sie die Abbuchung für den Fitnessstudio-Beitrag vollkommen vergessen hat.

3 Finn (14) hat gerade ein neues Girokonto. Weil sie sich die PIN noch nicht so gut merken kann, hat sie ein Post-It auf ihre EC-Karte geklebt. Heute hat sie ihren Rucksack im Bus vergessen ...

4 Emre hat einen neuen Nebenjob, er trägt jetzt das Wochenblatt aus. Der Chef fragt ihn, wohin er das Gehalt auszahlen kann ...

5 Emma und Julius (beide 25) haben im Möbelhaus ordentlich zugeschlagen, schließlich soll ihre erste gemeinsame Wohnung richtig schön werden. Beim Blick auf den Kontoauszug am Ende des Monats merken sie, dass die Möbel teurer sind als gedacht: Es war nicht genug Geld auf dem Konto, sie sind im Minus. Die Bank verlangt ganz schön viel Gebühren dafür...

6 Lisa (36): Huch, kein Geld mehr da? Lisa wundert sich, das kann nicht sein. Nach Monaten guckt sie mal wieder auf ihren Kontoauszug und erschrickt: 3000€ nach Russland? Da hat jemand ihr Konto gehackt!

7 Tim (17) ist stolz auf sein neues Girokonto. Bargeld nimmt er kaum noch mit, er kann ja alles mit Karte bezahlen. In der Bahn macht sich plötzlich jemand an seinem Rucksack zu schaffen. Er kann gar nicht so schnell reagieren, wie der Geldbeutel geklaut ist. Schnell ruft er die Sperrnotrufnummer an und lässt seine EC-Karte sperren.

Bearbeiterin

AUFGABEN

1. Erstellt aus den Informationen aus **M27** eine Mindmap zum Thema „Nutzen eines Girokontos“.
2. Überlegt gemeinsam, ob der Besitz eines Girokontos die Bezahlungssituationen der Einstiegsbeispiele (**M26**) vereinfacht. Haltet fest, in welchen Situationen besser mit oder ohne Bargeld bezahlt werden kann.
3. Analysiert die Grafik in **M27**. Nennt mögliche Gründe für die Zunahme der Girokonten mit dem Alter der Befragten.
4. Erstellt aus den Fallbeispielen in **M28** eine Pro- und Kontraliste zur Nutzung von Girokonten.
5. Erstellt einen Flyer mit Tipps, wie Gefahren bei der Nutzung eines Girokontos minimiert werden können (**M26-M28**).

F Aufgaben 1-5:

Recherchiere im Internet bei verschiedenen Banken nach ihren Konditionen für Girokonten für Kinder und Jugendliche. Vergleiche die Angebote und entscheide, welches Konto für dich persönlich das Beste wäre. Begründe deine Entscheidung.

3.3.2 Bitcoins und Co – die Zahlungsweise der Zukunft?

Zum Thema: E-Euro, Bitcoins, Libra, ... diese Begriffe begegnen einem im Zusammenhang mit Geld immer häufiger. Sie symbolisieren die Digitalisierung des Geldes, stehen aber auch in der Kritik. Was diese sogenannten Krypto-Währungen eigentlich bedeuten und wie sie vielleicht unseren Alltag verändern werden, damit beschäftigt sich dieses Kapitel.

M29 Ein merkwürdiges Preisschild ...

Mia und Jakob sind in der Stadt, sie entdecken vor einem Restaurant ein merkwürdiges Schild am Schaufenster ...

„Bitcoin? Was soll das denn sein?“

#Bitte Mia und Jakob illustrieren, wie sie vor dem Schaufenster stehen und auf das Schild deuten#



„Mensch Mia, das ist eine neue digitale Wertmarke! Viele sagen dazu „Kryptowährung“. Hier könnten wir mit Bitcoins bezahlen, mega cool! Ich hab gehört, ...“

EINSTIEGSAUFGABE

Vervollständige Jakobs Sprechblase, indem du notierst, was du schon über Bitcoins gehört hast.

M30 Digitale Währungen und Funktionen von Geld im Allgemeinen

a) Was sind „Krypto-Assets“?

Bereits vor einigen Jahren kam eine scheinbar neue Kategorie von Geld auf: die Krypto-Assets, die missverständlicherweise häufig als „Krypto-Währungen“ oder auch als „Krypto-Geld“ bezeichnet werden. Krypto-Assets sind

privat erzeugte digitale „Wertmarken“ (auf Englisch „Token“), die in Computernetzwerken geschaffen und genutzt werden. Diese sind rein digital verfügbar und basieren auf Verschlüsselungstechniken (Kryptografie). Die ursprüng-

liche Idee war, ein Zahlungsmittel zu schaffen, das von staatlichen Institutionen und Geschäftsbanken unabhängig ist. [...] Die staatliche Einflussnahme auf das Geldwesen sollte zurückgedrängt und grenzüberschreitende Bezahlvorgänge schneller und günstiger

durchgeführt werden können. Das bekannteste und am weitesten verbreitete Krypto-Asset ist der Bitcoin, dessen Konzept 2008 zum ersten Mal veröffentlicht wurde.

Deutsche Bundesbank, Geld und Geldpolitik, Frankfurt am Main 2019, S. 17

b) Die Funktionen von Geld im Allgemeinen

Tausch- und Zahlungsmittel	Recheneinheit	Wertaufbewahrungsmittel
Geld erleichtert den Warentausch.	Güterwerte lassen sich in einer Bezugsgröße ausdrücken und vergleichen.	Gelderwerb und Geldausgabe können zeitlich auseinanderfallen.
Auch Finanztransaktionen wie die Vergabe von Krediten sind möglich.	Geld fungiert als Wertmaßstab.	Sparen ist möglich.
Um diese Funktionen erfüllen zu können, muss der Gegenstand, der als Geld verwendet wird, gut teilbar, wertbeständig und allgemein akzeptiert sein.		

Deutsche Bundesbank, Geld und Geldpolitik, Frankfurt am Main 2019, S. 19

M31 Bitcoins – eine neue Währung?

Der häufig verwendete Begriff Krypto-Währung klingt nach offiziellem Geld. Dem ist aber nicht so: Hinter den Krypto-Assets steht keine staatliche Zentralbank, es gibt keine gesetzliche Grundlage und keine staatliche Regulierung, die die Stabilität und Akzeptanz gewährleistet. Somit besteht kein Anspruch darauf, dass jemand eine Zah-

lung mit einem Krypto-Asset akzeptieren muss. Ebenso wenig besteht ein Anspruch darauf, Krypto-Assets in eine offizielle Währung tauschen zu können. Sie erfüllen die Geldfunktionen zudem nur sehr eingeschränkt und eignen sich wegen starker Kursschwankungen kaum als Wertaufbewahrungsmittel.

Bearbeiterin

Krypto-Assets als Zahlungsmittel

Die Akzeptanz als Zahlungsmittel ist bei Krypto-Assets äußerst gering. Es gibt kaum Verkaufsstellen, an denen tatsächlich damit bezahlt werden kann. Auch werden Preise nur selten in Krypto-Assets ausgedrückt.

AUFGABEN

1. Erklärt in eigenen Worten, was „Krypto-Assets“ sind und welche Vorteile sie mit sich bringen (**M30a**).
2. Erläutert die Geldfunktionen (**M30b**) anhand konkreter Beispiele.
3. Arbeitet heraus, wieso Krypto-Assets die Geldfunktionen nicht erfüllen (**M30b, M31**).
4. Überprüft eure Ergebnisse aus der Einstiegsaufgabe zu **M29**. Was muss korrigiert werden, was habt ihr neu gelernt? Bestehen noch offene Fragen?
5. Diskutiert in Kleingruppen, welche der in Aufgabe 3 erarbeiteten Gründe prinzipiell geändert werden könnten und welche nicht (**M30 a-b, M31**).

3.3.3 Schweden schafft das Bargeld ab – ein Schritt in die Zukunft oder eine riskante Fehlentwicklung?

Zum Thema: Dass täglich Hunderttausende in Deutschland mit EC-Karte oder mit dem Handy bezahlen, ist eine allgemeine Selbstverständlichkeit. Warum dann nicht gleich auf das Bargeld ganz verzichten und den schwedischen Weg gehen? Inwiefern dieser Weg eine Chance oder ein hohes Risiko bedeuten kann, ist Thema dieses Kapitels.

M32 Schweden – bis 2030 ohne Bargeld!

Schweden wird das erste bargeldlose Land der Welt

Vielerorts in Schweden wird bereits heute kein Bargeld mehr angenommen. An den Ladentüren hängen Hinweise mit der Aufschrift „Vi hanterar ej kontanter“, übersetzt, „Wir akzeptieren kein Bargeld“. Sogar Kleinstbeträge auf Märkten oder für Zeitschriften werden mittels mobiler Kartenlesegeräte abgerechnet. Mittlerweile werden über 80 Prozent der Käufe nur noch digital getätigt. Der Umsatz im Einzelhandel läuft bis zu 95 Prozent bargeldlos. [...] Von 2010 bis 2012 haben über

500 Bankfilialen ihre Dienstleistungen auf bargeldlosen Betrieb umgestellt. In demselben Zeitraum wurden 900 Geldautomaten abgebaut. Mittlerweile hat Schweden die zweit schlechteste Bankautomatenabdeckung in Europa. Bargeld nur noch im Supermarkt üblich, was allerdings auf 500 schwedische Kronen pro Einkauf beschränkt ist. Bis 2030 plant Schweden komplett bargeldlos zu sein.

© 2013 – 2020 Worldtimes-Online, Schweden wird das erste bargeldlose Land der Welt, www.worldtimes-online.com, Abruf am 27.04.2020

EINSTIEGSAUFGABEN

1. Lest den Zeitungsausschnitt und bildet eine spontane Positionslinie: Befürwortet ihr die Entwicklung in Schweden oder nicht? Begründet eure Position.
2. Sammelt an der Tafel mögliche Vorteile, Nachteile und offene Fragen, die ihr zu diesem Thema seht.

M33 Wie kommt es dazu, dass in Schweden kaum noch Bargeld genutzt wird?

Ich wohne seit Ende August in Göteborg, der zweitgrößten Stadt Schwedens. [...] Vor meinem Umzug, habe ich deswegen extra Bargeld bei meiner

Bank in Deutschland getauscht – unnötigerweise, wie sich herausgestellt hat. Denn in Schweden zahlt kaum jemand in bar. [...]

Ich habe mit Jonas Hedman über dieses Phänomen gesprochen. Der Schwede ist Professor an der Copenhagen Business School und Experte für die bargeldlose Gesellschaft. [...] Professor Hedman nennt eine Reihe von Gründen. Erstens: In den Jahren 2000 bis 2010 wurden in Schweden unzählige Bank- und Postfilialen überfallen. Die Räuber erbeuteten jede Menge Bargeld. [...] Die Gewerkschaften haben deswegen gefordert, dass es in Banken weniger Bargeld gibt, damit die Arbeit für Mitarbeiter sicherer wird. Außerdem haben bargeldlose Banken den Vorteil, dass man sie günstiger betreiben kann.

Als Konsequenz aus den Überfällen führen immer weniger Banken Bargeld [...]. [E]s ist fast unmöglich, an irgendeiner Bank Scheine und Münzen einzuzahlen. [...] Deswegen wollen die meisten Geschäftsleute lieber elektronische Zahlungen in ihren Geschäften [...]. Auch im Nahverkehr gibt es seit einigen Jahren keine Möglichkeit mehr, mit Bargeld zu bezahlen. Grund dafür ist der Schutz der Bus- und Tramfahrer, denn ohne Bargeld ist es unwahrscheinlich, dass diese überfallen werden. [...] Hedman erklärt mir, dass Schweden generell denken, es sei gefährlich, Bargeld zu besitzen. Sowohl für Geschäfte, Banken, aber auch für Privatpersonen ist es sicherer, kein Bargeld dabei zu haben, da man so nicht zum Ziel von spontanen Überfällen werden kann.

Für Privatpersonen ist es außerdem bequemer, alles elektronisch zu bezahlen, weil man nicht zum Bankautomaten gehen muss [...]. Als ich Hedman frage, ob man beim Bezahlen mit Karte oder online zu viel von seinem Kaufverhalten preisgibt und damit seine Privatsphäre gefährdet, muss er lachen [...]. Er er-

klärt, dass die Schweden weitaus entspannter mit ihrer Privatsphäre seien, weil sie der Gesellschaft und der Regierung vertrauen, nichts Schlimmes mit ihren Daten anzustellen. Die letzten Zahlungen, die Schweden bis vor Kurzem noch mit Bargeld ge-

Bargeldloses Wirtschaftsgeschehen in der Karikatur



macht haben, waren Kleinbeträge. Also wenn man zum Beispiel einem Freund Geld für das Bier vom Wochenende zurückgibt, sich auf dem Flohmarkt ein Second-Hand Buch zulegt oder beim Gemüsestand einkauft. Diese „micro-payments“ werden in Schweden mittlerweile aber ziemlich oft mit der Bezahl-App „Swish“ getätigt, die jeder mit einem schwedischen Bankkonto auf sein Smartphone laden kann. [...] Sogar viele Obdachlose haben eine „Swish“-Nummer, an die man ihnen bequem per Smartphone Geld überweisen kann. [...] Alles mit Karte oder App zu bezahlen ist super praktisch – aber auch gefährlich. Nicht nur aus Datenschutzgründen. Manchmal gebe ich auch mehr aus, als mir bewusst ist, weil ich das Geld nie wirklich in den Händen halte.

Karikatur: Markus Grolik, dieKleinert.de, 2019

© 2020 Orange by Handelsblatt, Schweden schafft das Bargeld ab. Und alles begann mit Bankräubern, www.orange.handelsblatt.de, 17.01.2018

M34 Kaum noch Bargeld in Schweden – ein Zukunftsmodell auch für Deutschland? Fünf Fallbeispiele

1 Antonius Schulte (71): Eigentlich ist Antonius für sein Alter noch ganz fit im Umgang mit Smartphone und Co, nur ab und an braucht er mal Hilfe von seinen Enkeln. Aber Banking-Apps oder Ähnliches kommen ihm nicht drauf. Das hat er versucht, viel zu kompliziert. Er hat zudem Bedenken, dass das auch gar nicht so sicher ist – was, wenn das Handy gehackt oder sogar geklaut wird?

2 Laura Steiermann (42): Laura ist Mutter von zwei Söhnen (5 und 8 Jahre alt) und findet, dass Kinder den Umgang mit Geld besser mit Bargeld lernen können. Dem älteren gibt sie schon mal ein paar Euro mit und lässt ihn Brötchen holen. Bei einer Abschaffung von Bargeld hat sie Sorge, den Überblick zu verlieren. Außerdem hat sie Bedenken, dass beim digitalen Bezahlen private Daten preisgegeben werden.

3 Martin Thomas (54): Martin betreibt ein Hotel am Bodensee. Der ganze Ort ist vom Tourismus abhängig, ein Großteil kommt aus dem Ausland. Wenn die nicht mehr wie gewohnt mit Bargeld zahlen können, werden sie evtl. andere Orte für ihren Urlaub wählen. Das würde große Einbußen bedeuten.

4 Justus Clingen (26): Justus studiert BWL und fände die Abschaffung von Bargeld super. Schon jetzt bezahlt er wo es geht mit Karte. Er freut sich, nicht mehr die ganze Geldbörse schleppen zu müssen. Und sicherer ist es auch, wenn die Karte oder das Smartphone weg sind, können sie gleich gesperrt werden.

5 Christel Bühnemann (29): Als Bankangestellte hat sie täglich mit Geld zu tun. Eine Abschaffung des Bargeldes hält sie für riskant. Was, wenn mal ein Stromausfall, ein IT-Fehler oder gar ein Cyber-Angriff den Zahlungsverkehr lahmlegt? Nur Bares ist Wahres!

Bearbeiterin

AUFGABEN

1. Erarbeitet den Text in **M33** in Vierergruppen, jeder von euch macht dabei Stichpunkte zu einer der folgenden Fragestellungen. Anschließend tauscht ihr eure Ergebnisse aus.
 - a) Wie wird in Schweden bezahlt?
 - b) Welche Gründe gibt es dort für die Abschaffung des Bargeldes?
 - c) Welche Vorteile hat die Abschaffung des Bargeldes?
 - d) Welche Nachteile hat die Abschaffung des Bargeldes?
 - e) Analysiert die Karikatur in **M33** dahingehend, ob deren Aussage eure Ergebnisse unterstützt oder widerlegt.
2. Überprüft eure Überlegungen aus der Einstiegsaufgabe. Bestätigen sich die Vor- und Nachteile?
3. Führt eine Debatte zum Thema „Kaum noch Bargeld in Schweden – ein Zukunftsmodell auch für Deutschland?“, bei der die Positionen aus **M34** vertreten werden. Berücksichtigt dabei, ob die Abschaffung des Bargeldes in allen Bereichen des Wirtschaftslebens machbar ist, ob die Maßnahme den Zahlungsverkehr vereinfacht und welche Risiken mit der Umstellung verbunden sind.

F Aufgabe 2

Haben sich alle offenen Fragen aus der Einstiegsaufgabe geklärt? Recherchiert ggf. im Internet nach Antworten und stellt sie der Klasse vor.

Eine „Wirtschafts-Zeitreise“ ins Jahr 2040 simulieren

I. Worum geht es?

Um heute richtige wirtschaftspolitische Entscheidungen treffen zu können, wäre ein Blick in die Zukunft sehr hilfreich. Dies geht natürlich nicht.

Mit Hilfe einer „gespielten“ Zeitreise ist es trotzdem ein Stück weit möglich, in das Wirtschaftsgeschehen der Zukunft zu schauen und wichtige Erkenntnisse für heutige Entscheidungen zu erlangen. Hierfür ist es nötig, gegenwärtige wirtschaftliche Verhältnisse der 2020er Jahre auf dahingehend auf den Prüfstand zu stellen, welche einzelnen wirtschaftlichen Bestandteile zukünftig überleben, ersetzt oder erneuert werden könnten.

II. Geht dabei so vor:

1. Schritt: Vorbereitung

1. Bildet Gruppen mit 3-4 Personen.
2. Jede Gruppe bearbeitet ein Unterkapitel 4.1, 4.2 oder 4.3.



2. Schritt: Reise in die Zukunft

Analysiert die Inhalte eurer Unterkapitel dahingehend, was eurer Meinung nach im Jahr 2040 anders, gleich oder neu sein wird. Folgende Fragen können dabei helfen:

- Welche Bestandteile des heutigen Wirtschaftsgeschehens werden bis 2040 überleben?
- Welche Bestandteile werden gar nicht mehr nötig sein?
- Welche Bestandteile müssen verbessert werden, damit sie „überleben“ können?
- Welche Bestandteile eines Wirtschaftsgeschehens könnten dazukommen?



3. Schritt: Reflexion

1. Fasst eure Ergebnisse auf einem Plakat übersichtlich zusammen.
2. Stellt eure Ergebnisse in der Klasse vor.
3. Diskutiert die Ergebnisse aller Gruppen:
Gibt es Unterschiede, gibt es Gemeinsamkeiten?