ICH ALS KONSUMENT:IN

Verbraucher:innenbildung 8./9. Schulstufe

Bundesministerium
Soziales, Gesundheit, Pflege
und Konsumentenschutz

KONSUMENTEN
FRAGEN

SCHULDNERHILFE OÖ
schuldner-
hilfe.at
BERATUNG & PRÄVENTION

	Dauer	Komplexität	Seite
Einleitung Kurzer Einstieg in den Themenbereich, der die Anliegen, Kompetenzen, Quellen und weiterführende Links übersichtlich darstellt.			3
Hintergründe für Lehrkräfte Fachinformationen zum Themenbereich, die den aktuellen Wissensstand zum Thema kurz zusammenfassen.			6
Methodenpool			8
Einführung			
Methode „Stand up“ Ausgewählte Statements werden von den Schüler:innen eingeordnet und im Anschluss reflektiert. Den Abschluss bildet eine Filmsequenz.	20′ bis 40′	Einfach	8
Methode „Marktformen“ Anhand unterschiedlicher Zeitungsberichte werden die verschiedenen Marktformen sowie deren Vor- und Nachteile kritisch eingeschätzt und zusammengefasst.	20′ bis 60′	Komplex	10
Erarbeitung			
Methode „Markt und Wirtschaft“ Fachbegriffe werden erarbeitet, indem sich die Schüler:innen korrekt zusammenfinden und danach die Begriffe sowie die jeweilige Erklärung erarbeiten.	30′ bis 60′	Mittel	20
Methode „Große und Kleine am Markt“ Auf Basis einer Internetrecherche werden produzierende Betriebe näher analysiert und deren Marktstellung kritisch beurteilt.	40′ bis 60′	Komplex	30
Ergebnissicherung			
Methode „Leserbrief“ Die Schüler:innen verfassen zu vorgegebenen Zeitungsberichten bzw. Themen einen Leserbrief.	40′ bis 90′	Mittel	33
Methode „Meine Verantwortung als Konsument:in“ Mittels eines Verantwortungstagebuches erkennen, notieren und reflektieren die Schüler:innen ihre persönlichen Kaufentscheidungen.	30′ bis 80′ + HÜ	Einfach	36
Methode „Die Welt in Ordnung bringen“ Die Geschichte von Jonas und seinem Vater lädt die Schüler:innen zum Philosophieren und Diskutieren ein.	15′ bis 30′	Mittel	39
Unterrichtsvorschlag Bietet eine Unterrichtsplanung für zwei bis drei Unterrichtseinheiten			41
Impressum			42

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Vorwort	Am Markt stehen sich Angebot und Nachfrage gegenüber. Verschiedene Marktformen und Angebots-/Nachfrageverhältnisse prägen unsere Wirtschaft. Verantwortung für die eigenen Konsumentscheidungen und das Bewusstsein der damit verbundenen Auswirkungen haben somit eine zentrale Bedeutung in einer zeitgemäßen Verbraucher:innenbildung. Das Thema „Ich als Konsument:in“ spannt sich quer über verschiedene Konsumententhemen und bietet die vielfältige Chance, sich selbst und die eigenen Kaufentscheidungen bzw. -prinzipien kritisch zu beleuchten.
Fächerbezug	Geografie und wirtschaftliche Bildung, Geschichte und Politische Bildung, Deutsch, Religion/Ethik, Ernährung und Haushalt, Haushaltsökonomie und Ernährung, Biologie und Umweltbildung, Kommunikation/Projektarbeit/Soziales Lernen, Ökologie, Digitale Grundbildung, Unverbindliche Übung Soziales Lernen
Schulstufe	empfohlen für 8./9. Schulstufe
Kompetenzen siehe Grundsatzerlass Wirtschafts- und Verbraucher/innenbildung BMBF, Juni 2015	• Die Schüler:innen verfügen (…) über Grund- und Schlüsselkompetenzen zur Orientierung im und zur Teilhabe am Wirtschaftsleben und insbesondere auch über dafür notwendige, altersgemäße und ihrer Lebenswelt entsprechende soziale Fähigkeiten. • Die Schüler:innen bedenken die Folgen des eigenen Konsum- und Wirtschaftsverhaltens und können ihrem Entwicklungsalter entsprechend verantwortlich, politisch bewusst und nachhaltig handeln. • Die Schüler:innen sind zur Reflexion ihrer persönlichen Bedürfnisse, ökonomischen Möglichkeiten und Werthaltungen in der Lage.
Anliegen	• Öffentliche Berichte über Marktformen verfolgen und Kerninformationen daraus exzerpieren • Reflexion bisheriger Kauf- und Konsumentscheidungen • Erkennen von Auswirkungen des Konsums auf andere Menschen und auf die Umwelt • Klären von Begriffen zum Thema Markt und Wirtschaft • Oligopole am Beispiel Lebensmittel aufzeigen sowie deren Chancen und Risiken erarbeiten

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Hintergründe für Lehrkräfte	• Marktformen und Preisgestaltung
Informationen in Einfacher Sprache	• Ich als Konsument:in Dieser und weitere Texte in Einfacher Sprache finden sich unter www.konsumentenfragen.at/einfachesprache
Mögliche Anschlussthemen im Unterricht	Werbung und Verkaufstricks, Kaufverhalten in einer globalen Welt, Smartphone, Täglicher Umgang mit Geld, Berufliche Laufbahn
Quellen & Links	Neuweg, G.-H. (2013): **Konturen moderner Verbraucherbildung.** Erweiterte Fassung eines Vortrages auf der Fachtagung „Lernen fürs Leben. Konsumentenschutz macht Schule“. www.ph-noe.ac.at/fileadmin/root_phnoe/rektor/LVs/2013_10_10_verbrauchererziehung_langfassung_neuweg.pdf (2024-06-11). Der Standard (2019): **Warum Konsumenten ihre Macht nicht ausspielen.** www.derstandard.at/story/2000099489211/warum-konsumenten-ihre-macht-nicht-ausspielen (2024-06-11) Statistik Austria (2020): **Verteilung der Haushaltsausgaben auf einzelne Ausgabengruppen.** www.statistik.at/statistiken/bevoelkerung-und-soziales/ausgaben-und-ausstattung-privater-haushalte/ausgaben (2024-06-11) Konsument (2022): **KONSUM-Ente: Die Gewinner des Negativpreises 2021.** https://konsument.at/konsum-ente-die-gewinner-des-negativpreises-2021/64746 (2024-06-11) Konsument (2023): **Interview mit Konsumpsychologen: „Glück ist nicht käuflich“.** https://konsument.at/interview-mit-konsumpsychologen-glueck-ist-nicht-kaeuflich/66135 (2024-06-11) Buchempfehlungen: Kenning, P. & Lamla, J. (2018): **Entgrenzungen des Konsums.** Dokumentation der Jahreskonferenz des Netzwerks Verbraucherforschung. Wiesbaden: Springer Gabler Verlag.

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Quellen & Links	Tilessen, Carl (2020): **Konsum – Warum wir kaufen, was wir nicht brauchen.** New York: Harper Collins. Felser, Georg (2023): **Werbe- und Konsumentenpsychologie.** 5. Auflage. Heidelberg: Springer Verlag. Zusammenfassung der 4. Auflage (2015): https://lehrbuch-psychologie.springer.com/zusammenfassung/3248#Kapitel%208 (2024-06-11)

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Unter dem Begriff Markt versteht man im wirtschaftlichen Sinn das Zusammentreffen von Angebot und Nachfrage. Verschiedene Marktformen und Angebots-/Nachfrageverhältnisse prägen unsere Wirtschaft und haben somit Einfluss auf Preisgestaltung und Wettbewerb. Märkte lassen sich in verschiedene Kategorien einteilen, unter anderem nach der Anzahl der Marktteilnehmer (also wie viele jeweils Güter anbieten bzw. Güter nachfragen).

Marktformen

- Polypol: Hier gibt es viele Anbieter:innen und auch viele Nachfrager:innen. Dadurch ergibt sich ein reger Wettbewerb und es besteht kaum die Chance von übertrieben hohen Preisen. Als Beispiel für Polypol könnte man den Bekleidungsmarkt nennen.
  - ⇨ Vorteile: keine Marktmacht einzelner Marktteilnehmer:innen, reger Wettbewerb, bestmöglicher Preis aus Sicht der Kund:innen, viele bieten dasselbe Produkt an
  - ⇨ Nachteil: gilt eher als theoretisches Idealkonstrukt
- Oligopol (Angebotsoligopol): Hier stehen viele Nachfrager:innen nur wenigen Anbieter:innen gegenüber. Somit ergibt es sich, dass diese wenigen Anbieter:innen eine gewisse Macht über den Markt haben. Die Anbieter:innen beobachten genau, was der jeweilige Konkurrent bzw. Konkurrentin macht. Die Aktion eines Anbieters oder einer Anbieterin (z.B. Preisreduktion) führt oft zu einer Gegenreaktion des anderen Anbieters bzw. Anbieterin (z.B. dieser senkt ebenfalls den Preis, um die Kund:innen nicht zu verlieren). Sprechen sich Anbieter:innen untereinander bezüglich Preis ab, nennt man das Kartell. Dazu gibt es rechtliche Vorschriften: einerseits das europäische Wettbewerbsrecht und andererseits das österreichische Kartellgesetz und Wettbewerbsgesetz. Jedes Unternehmen in Österreich ist an die kartellrechtlichen Regeln gebunden. So sollen unter anderem problematische Vereinbarungen und Missbrauch der Marktmacht verhindert werden. Als Beispiel für Oligopol kann man den Markt von Spielkonsolen nennen, da hier nur drei Großkonzerne die relevante Marktstellung haben.
  - ⇨ Vorteile: wenig Konkurrenz, wenig Preiskampf, Möglichkeit für Konsument:innen, die Preise und Konditionen sehr gut miteinander zu vergleichen
  - ⇨ Nachteil: Gefahr von Preisabsprachen, Kartellbildungsgefahr und Marktmacht
- Monopol (Angebotsmonopol): Hier steht ein Anbieter bzw. eine Anbieterin vielen Nachfrager:innen gegenüber. Durch die fehlende Konkurrenz kann ein Monopolist quasi Preis, Produktionsmenge und somit Gewinn bestimmen. Als Beispiel kann in Österreich das staatlich geregelte Glücksspielmonopol genannt werden.
  - ⇨ Vorteil: höhere Gewinne möglich, bestmöglicher Preis für Anbieter
  - ⇨ Nachteil: Gefahr von Preisdiktatur, kein Wettbewerb und keine Konkurrenz, wenig Innovation

Preisgestaltung & Marktform

Je nach Marktform und Gütern bilden sich demnach auch die Preise unterschiedlich. Beim Polypol kann man von einem bestmöglichen Preis für Konsument:innen ausgehen, wohingegen beim Monopol der bestmögliche Preis aus Sicht der Anbieter:innen angenommen werden kann. Das Oligopol birgt die Gefahr des Preiskampfes bzw. verbotener Preisabsprachen. Ist dies nicht der Fall, kann man von einem hohen Preis ausgehen.

Um einen freien Wettbewerb und die damit verbundene Produktvielfalt sowie größtmögliche

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Wahlfreiheit zu gewährleisten, regeln Gesetze, Bestimmungen und Kontrollen das Zusammenspiel am Markt. Neben diesen Regelungen sind selbstverständlich auch das Verhalten der Kund:innen und die Kaufentscheidung wesentlich für das Zusammenspiel am Markt.

Anmerkungen

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Schulstufe

- Empfohlen für 8./9. Schulstufe

Fächerbezug

- Geografie und wirtschaftliche Bildung, Geschichte und Politische Bildung, Deutsch, Religion/Ethik, Ernährung und Haushalt, Haushaltsökonomie und Ernährung, Biologie und Umweltbildung, Kommunikation/Projektarbeit/Soziales Lernen, Ökologie

Unterrichtsphase

- Einführung

Komplexitätsgrad

- Einfach

Anliegen

- Die Jugendlichen reflektieren ihre bisherigen Kaufentscheidungen
- Die Schüler:innen reflektieren und benennen, worauf sie bei ihren Konsumentscheidungen achten
- Erkennen von Auswirkungen des Konsums auf andere Menschen und auf die Umwelt

Kenntnisse und Fertigkeiten

- Die persönliche Zustimmung oder Ablehnung zum vorgegebenen Statement angeben und erklären können.

Dauer

- 20 bis 40 Min.

Unterrichtsmittel

- Material *Stand up [1]*

Informationen in Einfacher Sprache

- Bei Bedarf ist ein Text zum Thema **Ich als Konsument:in** in Einfacher Sprache auf der Website des Sozialministeriums verfügbar: **www.konsumentenfragen.at/einfache-sprache**

Vorbereitung

- Statements ausdrucken (vgl. Material *Stand up [1]*)
- Beamer/PC für den Film vorbereiten

Ablauf

- Die Lehrkraft liest die vorbereiteten Statements vor (vgl. Material *Stand up)*.
- Die Schüler:innen, die dem Statement zustimmen, stehen auf. Einige Argumente werden von der Lehrkraft erfragt – sowohl jene, die zustimmen, als auch jene, die nicht zustimmen.
- Als Abschluss wird gemeinsam der Film „Gemeinwohlökonomie“ angesehen (siehe www.youtube.com/watch?v=cVFvyd7SmxU, Dauer ca. 5 Minuten).
- Bei Bedarf werden unklare Begriffe noch gemeinsam erarbeitet und die Verantwortung als Konsument:in näher beleuchtet.

Variante:

- Die Schüler:innen schreiben Statements selbst. Es wird z.B. ein wichtiges Statement beispielhaft gemeinsam formuliert. Danach arbeiten Teams Statements aus und zu diesen wird im Anschluss ebenfalls abgefragt.

Anmerkungen

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Statements:

- Beim Kauf von Kleidungsstücken sehe ich mir immer an, wo sie produziert werden.
- Mir ist wichtig, dass Produkte nicht oder nur sehr wenig verpackt sind.
- Ich kaufe immer Milch in Glasflaschen.
- Obst und Gemüse sind mir wichtig. Daher nehme ich auch in Kauf, dass im Winter Erdbeeren zu uns mit dem Flugzeug transportiert werden – ich gebe dafür auch gerne mehr Geld aus.
- Ich kann mir vorstellen, für ein Frühstück am Strand auch nur für einen Tag ans Meer zu fliegen.
- Bei der Urlaubsplanung ist es mir und unserer Familie ausschließlich wichtig, dass dieser billig ist.
- Ich werde meistens mit dem Auto chauffiert (auch bei kurzen Strecken), denn gehen oder Fahrrad fahren ist gar nicht meins.
- Früchte, die nicht aus Österreich sind, kaufe ich nicht.
- Ich gehe mindestens ein Mal pro Monat auf den Wochenmarkt, um dort die Produkte aus der Region einzukaufen.
- Bei der Lebensmittelauswahl achte ich besonders auf das Herkunftsland.
- Ich kenne mindestens zwei große Konzerne, die für viele Produkte verantwortlich sind, welche bei uns im Supermarktregal stehen.
- Wo ein Produkt herkommt und wie es dort produziert wurde, ist mir nicht so wichtig.
- Beim Einkauf von Produkten kann ich nach vielen Gesichtspunkten entscheiden: z.B. kann man auf das Herkunftsland achten, die Verpackung oder den Preis.
- Die Umweltbelastung hat nichts mit dem Kauf von Produkten zu tun. Die Umwelt wird ausschließlich durch den Auto- und Flugverkehr belastet.
- Ich bin der Meinung: „Billig verkauft sich besser“.
- Durch das Internet und die Smartphones kann ich alles und zu jeder Zeit und vor allem billig kaufen. Das hat sehr viele Vorteile für die Menschen.
- Ich kenne den Begriff Gemeinwohlökonomie.
- ...

Anmerkungen

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Schulstufe

- Empfohlen für 8./9. Schulstufe

Fächerbezug

- Geografie und wirtschaftliche Bildung, Geschichte und Politische Bildung, Deutsch, Religion/Ethik, Ernährung und Haushalt, Haushaltsökonomie und Ernährung, Biologie und Umweltbildung, Kommunikation/Projektarbeit/Soziales Lernen, Unverbindliche Übung Soziales Lernen, Ökologie

Unterrichtsphase

- Einführung

Komplexitätsgrad

- Komplex

Anliegen

- Öffentliche Berichte über Marktformen verfolgen und Kerninformationen daraus exzerpieren
- Zeitungsberichte aufmerksam lesen

Kenntnisse und Fertigkeiten

- Die vorgegebenen Zeitungsartikel sinnerfassend lesen können.
- Daraus die vorgegebenen Inhalte ableiten und sortieren können.

Dauer

- 20 bis 60 Min.

Unterrichtsmittel

- Material *Zeitungsartikel [1–5]*
- Material *Zeitungsartikel – Auflösung [1]*
- Material *Tafelbild [1]*
- Hintergründe *Marktformen und Preisgestaltung [1]*

Informationen in Einfacher Sprache

- Bei Bedarf ist ein Text zum Thema **Ich als Konsument:in** in Einfacher Sprache auf der Website des Sozialministeriums verfügbar: **www.konsumentenfragen.at/einfache-sprache**

Vorbereitung

- Das Material *Zeitungsartikel [1–5]* wird für Kleingruppen vervielfältigt. Insgesamt sind fünf Artikel als Material verfügbar (vgl. Material *Zeitungsartikel [1–5]*). Diese können nach Schwierigkeit, Lesetempo etc. schüleradäquat verteilt werden. Alternativ können auch tagesaktuelle Berichte durch die Lehrkraft recherchiert und verwendet werden.

Ablauf

- Die Schüler:innen finden sich in Gruppen von zwei bis vier Personen zusammen.
- Die Teams lesen die Artikel und markieren bei Bedarf unklare Wörter und Begriffe. Diese Wörter werden im Anschluss im Team oder im Klassenverband mit der Lehrkraft geklärt.
- In dieser Zeit schreibt die Lehrkraft ausgewählte Fragestellungen an die Tafel, wie z.B.
  - ⇨ Welche Begriffe/Ausdrücke sind unklar?
  - ⇨ Was ist die Hauptaussage des Artikels?
  - ⇨ Inwieweit kommt eine Marktform (wie z.B. „Oligopol“) darin vor? Wenn ja, könnt ihr diese erklären? Wenn nein, was, glaubt ihr, ist damit gemeint?
  - ⇨ Werden Firmennamen genannt? Wenn ja, welche Firmen und was produzieren sie?
  - ⇨ Was ist die dargestellte Situation/die Kritik/das Problem?
- Im Anschluss bearbeiten die Schüler:innen die vorgegebenen Fragestellungen und notieren ihre Ergebnisse auf der Rückseite der Zeitungsartikel.
- Sind alle Gruppen fertig, werden die Infor-

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

mationen in einem Lehrer-Schüler-Gespräch gesammelt und bei Bedarf näher erklärt (vgl. Material *Zeitungsartikel – Auflösung*).

- Dabei sollen Basisinformationen zum Thema Markt zur Sprache kommen (vgl. Hintergründe *Marktformen und Preisgestaltung)*.
- Abschließend überlegen sich die Gruppen mögliche Vor- und Nachteile zu den Marktformen. Die Lehrkraft kann eine Übersicht an der Tafel erstellen (vgl. Material *Tafelbild*) und/oder das Material für die Schüler:innen vervielfältigen und für weitere Notizen austeilen.

Idee zur Weiterarbeit:

- Eine vertiefende Auseinandersetzung kann bei Bedarf erfolgen. Hilfreiche und zusätzliche Informationen sind z.B. hier zu finden:
  - ⇨ https://jugend-und-bildung.de/fileadmin/user_upload_jubi/02_PDFs/Wirtschafts-kreislauf-Arbeitsblatt.pdf
  - ⇨ www.bpb.de/nachschlagen/lexika/lexikon-der-wirtschaft/19145/einfacher-wirtschaftskreislauf

Anmerkungen

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Wird Microsoft zum Monopol im Milliardengeschäft Gaming?

Der Kauf des großen Konkurrenten Activision Blizzard um rund 70 Milliarden Dollar könnte für die US-Kartellbehörde ein großer Fall werden.

Der knapp 70 Milliarden Dollar umfassende Deal bedeutet nicht nur die größte Akquisition in der Gaming-Geschichte, er ist auch Microsofts größter Zukauf, in Form einer externen Firma, aller Zeiten.
Am Dienstag verkündete Microsoft, dass der Kauf des Spiele-Publishers Activision Blizzard für 68,7 Milliarden Dollar geplant sei. Was für Außenstehende vielleicht nur wie ein weiterer großer Deal im Tech-Business aussieht, ist in Wahrheit viel mehr. Microsoft würde mit der Akquisition des Spielegiganten, der hinter Millionen-Blockbustern wie „World of Warcraft“ oder „Call of Duty“ steht, zur Nummer drei in der umsatzstärksten Entertainment-Branche der Welt werden.

Bereits seit Jahren kauft der US-Konzern Microsoft, der schon lange zu den Schwergewichten im Business zählt, Entwicklerstudios und Spiele-Publisher, um seine Marktposition weiter zu stärken und direkte Konkurrenten aus dem Weg zu räumen. Nachdem die US-Regierung Mitte Jänner eine Wettbewerbsklage gegen Facebook durchgebracht hatte, bei der es ebenfalls um die zunehmende Monopolstellung des Meta-Konzerns ging, erwarten jetzt auch viele, dass man sich den 70-Milliarden-Deal bei den zuständigen Behörden ganz genau ansehen wird.

Schlafender Riese

2,5 Milliarden Dollar bezahlte Microsoft 2014 für das Ministudio Mojang, das eigentlich nur für ein Spiel bekannt war: „Minecraft“. Mittlerweile ist das klotzige Aufbauspiel mit 235 Millionen Exemplaren das bestverkaufte Spiel aller Zeiten. Es folgten weitere, wenn auch nicht ganz so spektakuläre Akquisitionen, bis man 2021 einen neuen Rekord in der Branche aufstellte, indem man Zenimax Media für 7,5 Milliarden Dollar in den eigenen Konzern überführte. Die dazugehörige Tochter Bethesda verfügt über zahlreiche beliebte Marken, etwa „Fallout“, „The Elder Scrolls“ oder „Doom“.

Auf 23 Entwicklerstudios war das Microsoft-Imperium somit bereits Ende 2021 angewachsen. Mit dem Kauf von Activision Blizzard kommen noch einmal neun hinzu – und die dazugehörigen 400 Millionen Spieler, die derzeit Games des Publishers regelmäßig konsumieren.

Die Xbox, deren 20-jähriges Jubiläum im vergangenen Jahr von Microsoft zelebriert wurde, ist dabei mittlerweile nur noch ein Standbein, das in all diesen Entwicklungen eine Rolle spielt. Schon lange beliefert man auch den PC verstärkt mit ehemaligen Xbox-Marken, aber auch mit Exklusivtiteln. Diese Exklusivität will Microsoft aber zunehmend aufbrechen, ist doch sein Hauptziel, den Abo-Dienst Game Pass an den Mann und die Frau zu bringen. Dieser hat mittlerweile 25 Millionen Nutzer und ermöglicht den Zugriff auf eine wachsende Spielebibliothek. Dank Cloud-Gaming können viele dieser Titel mittlerweile auch auf dem Smartphone oder dem Tablet gespielt werden.

[...] So machen weitere Zukäufe von Entwicklern auch künftig viel Sinn für Microsoft. Auch Wissen über Bereiche, in denen man noch nicht so gefestigt ist, kann und will man zukaufen.
So ist eine Activision-Blizzard-Tochter etwa die Mobile-Games-Schmiede King, die mit „Candy Crush“ im Jahr 2021 rund eine Milliarde Dollar erwirtschaftet hat, nicht nur ein finanziell wichtiger Zukauf, sondern auch was das Know-how in diesem Bereich betrifft. [...]
Der Standard, 20. Jänner 2022

www.derstandard.at/story/2000132690816/wird-microsoft-zum-monopol-im-milliardengeschaeft-gaming (2024-06-11)

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Klage: In den USA wurde eine Wettbewerbsklage gegen Google eingereicht.

San Francisco (dpa) – Der Internetriese Google muss sich in den USA mit einem weiteren Kartellrechtsstreit auseinandersetzen.

36 Bundesstaaten und der Regierungsbezirk Washington DC reichten eine Klage wegen wettbewerbsrechtlicher Verstöße beim Geschäft mit Apps für Android-Handys ein. Das geht aus der bei einem Bundesgericht in San Francisco eingereichten Klageschrift hervor. Eine Stellungnahme des Unternehmens lag zunächst nicht vor.

„Einmal mehr sehen wir Google seine Dominanz ausnutzen, um auf verbotene Art Konkurrenz zu unterdrücken", teilte New Yorks Generalstaatsanwältin Letitia James mit. „Wir reichen diese Klage ein, um Googles illegale Monopolmacht zu beenden und Millionen von Verbrauchern und Unternehmen endlich eine Stimme zu geben". James führt das Bündnis der klagenden Bundesstaaten zusammen mit den Generalstaatsanwälten aus Utah, North Carolina und Tennessee an.

Konkret dreht sich das neue Verfahren um Kartellrechtsverletzungen beim Geschäft mit Apps für den sogenannten Play Store von Googles Smartphone-Betriebssystem Android. Die Klage wirft der Alphabet-Tochter vor, ihre Marktmacht zu missbrauchen, um den Wettbewerb zu behindern. Dies führe für Nutzer zu höheren Preisen, geringerer Auswahl und einem Mangel an Innovation. Außerdem geht es etwa um die Höhe der Gebühren, die Google von App-Entwicklern verlangt.

Es ist nur eines von einer Reihe von US-Kartellrechtsverfahren, die in den vergangenen Monaten gegen Google eröffnet wurden. 2020 hatten zahlreiche Bundesstaaten Klagen wegen angeblich illegaler Monopolstellungen des Unternehmens im Suchmaschinen- und Onlinewerbegeschäft eingereicht. Erst im vergangenen August war zudem ein Streit zwischen dem „Fortnite"-Entwickler Epic Games und dem iPhones-Hersteller Apple über App-Store-Gebühren entbrannt.

Die Zeit Online, 8. Juli 2021

www.zeit.de/news/2021-07/07/weitere-us-wettbewerbsklage-gegen-google-eingereicht (2024-06-11)

Ergänzung

Die Klage gegen Google ist mittlerweile zu einer Sammelklage erweitert worden. In der Klageschrift wird Google vorgeworfen, dass Nutzer:innen des Smartphone-Betriebssystems Android unter anderem mit irreführenden Warnungen davor abgehalten werden, Software aus anderen Quellen als dem Play Store herunterzuladen. Die Kläger:innen beziffern den entstandenen Schaden mit 4,7 Milliarden US-Dollar.

Kleine Zeitung, 29. November 2022

www.kleinezeitung.at/wirtschaft/6221422/Irrefuehrende-Warnungen_Sammelklage-gegen-Googles-App-Store-in-den-USA (2024-06-11)

Anmerkungen

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Erzeuger bekommen Hebel gegen Marktmacht des Handels

Seit langem haben Agrarier und deren Vertreter eine gerade hierzulande überbordende Marktmacht des Handels beklagt. Dieser selbst hat naturgemäß immer auf Fairness verwiesen. Nun aber sollen die Bäuerinnen und Bauern, Produzenten und Verarbeiter mit Jahreswechsel bessere Instrumente erhalten, um mehr von der Wertschöpfung abzubekommen. Vom Handelsverband hieß es dazu im Namen von Spar, Billa, Hofer, Lidl und Co, dass über das Ziel hinausgeschossen werde.

Vor allem dass Erzeuger mit einem Jahresumsatz von bis zu einer Milliarde Euro von neuen, sie unterstützenden Regeln erfasst werden, störte den Handel. Ursprünglich war hier nämlich nur von Produzenten mit einem Jahresumsatz bis zu 350 Mio. Euro die Rede gewesen. Nun sollen aber offenbar auch große Molkereien miterfasst werden, unterstellte der Handelsverband der zuständigen Politikerin, Agrarministerin Elisabeth Köstinger (ÖVP), „Klientelpolitik“ und dass sie „übers Ziel hinaus“ schieße. Der österreichische Lebensmitteleinzelhandel lehne unlautere Geschäftspraktiken kategorisch ab und setze auf eine transparente, faire Zusammenarbeit mit seinen Lieferanten, so der Handelsverband.

„Verspätete Zahlungen für verderbliche Waren, Auftragsstornierungen in letzter Minute, einseitige oder rückwirkende Vertragsänderungen, erzwungene Zahlungen des Lieferanten für die Verschwendung von Lebensmitteln oder Verweigerung schriftlicher Verträge sind mit diesen Gesetzesänderungen verboten“, sagte Köstinger. Eine weisungsfreie Ombudsstelle soll ihrer Ankündigung zufolge dann ab März auch anonym aktiviert werden können, um bäuerlichen Vorwürfen gegen den Lebensmittelhandel nachzugehen. „Das ist ein großer Schritt hin zu mehr Gerechtigkeit und zu fairen Preisen für hochwertige Lebensmittel“, so die Ministerin. Drei große Konzerne würden sich den Markt im Bereich der Versorgung aufteilen, sagte sie ohne die größten Player, Spar, Rewe (Billa, Billa plus) und Hofer namentlich zu nennen. Dem gegenüber stünden mehr als 100.000 Produzenten und Produzentinnen in Österreich, so Köstinger. „Wie mit unseren Bäuerinnen und Bauern teilweise umgegangen wird, ist unwürdig.“

Begrüßt wurde der Plan, der noch durchs Parlament muss, von verschiedenen Bauernvertretern. Als Durchsetzungsbehörde ist die Bundeswettbewerbsbehörde (BWB) vorgesehen.

Salzburger Nachrichten, 17.01.2022

www.sn.at/wirtschaft/oesterreich/erzeuger-bekommen-hebel-gegen-marktmacht-des-handels-112612087 (2024-06-11)

Ergänzung

Elisabeth Köstinger ist mittlerweile als Landwirtschaftsministerin zurückgetreten.

Die Ombudsstelle ist unter https://info.bml.gv.at/service/servicestelle/buergerservice.html zu erreichen.

Handelsverband: Der Handeslverband ist die Interessensvertretung österreichischer Handelsunternehmen. Ca. 4.000 Unternehmen sind Mitglied.

Bundeswettbewerbsbehörde (BWB): Zu den Aufgaben der Bundeswettbewerbsbehörde gehört beispielsweise die Untersuchung und Bekämpfung von vermuteten Wettbewerbsverzerrungen (z.B. illegale Preisabsprachen der Händler:innen zu Lasten der Kund:innen).

Anmerkungen

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Experte: Unregulierte künstliche Intelligenz verleiht Konzernen zu viel Macht

Der Ökonom Daron Acemoğlu warnt vor negativen sozialen Auswirkungen

Das Thema künstliche Intelligenz (KI) löst zumeist Reaktionen im Superlativ aus. Entweder wird sie als „größte Chance" oder „extreme Gefahr" bezeichnet. Fakt ist, dass die KI in der vergangenen Dekade in beinahe jeder Branche ordentlich umgerührt hat. Vor allem große unstrukturierte Datenmengen lassen sich durch maschinelles Lernen effizient aufbereiten. Keine Onlineplattform kommt mehr ohne entsprechende Algorithmen aus.

In einem aktuellen Blogbeitrag auf voxeu.org thematisiert der renommierte Ökonom Daron Acemoğlu vom Massachusetts Institute of Technology (MIT) die Gefahren von künstlicher Intelligenz und Automatisierung. Er fürchtet, dass sie vor allem im Bereich Big Data eher negative soziale Auswirkungen mit sich bringt als den erhofften Nutzen. Auch Gefahren für Güter- und Arbeitsmarkt erkennt er. Acemoğlu schickt allerdings voraus, dass das Problem nicht in der Technologie per se liege, sondern darin, wie Konzerne mit Daten umgehen. [...]

„Maschinelles Lernen kann Produktqualität verbessern, was dem Konsumenten grundsätzlich zugutekommt", schreibt Acemoğlu. „Sammeln aber Firmen viele Daten über ihre Kunden, resultiert das schnell einmal in Preisdiskriminierung." Sprich, niemand bezahlt denselben Preis. Man kennt das beispielsweise von Flugtickets.

Weiters könne ein Unternehmen in einem Oligopol – also viele Konsumenten und wenige Anbieter – den Wettbewerb gut einschränken, wenn es seine Kunden gut kennt. Beispielsweise weil sie durch gezielte Personalisierung an die Firma gebunden werden und selbst dann nicht zur Konkurrenz wechseln, wenn deren Angebot günstiger wäre. Man kennt das von den großen Tech-Konzernen. [...]

Sorge wegen Manipulation

Eine noch größere Gefahr sieht Acemoğlu, wenn Unternehmen Konsumenten durch Wissensvorsprung manipulieren. Das passiere vor allem dann, wenn Kunden nicht ausreichend verstehen, wie Datenanalysen ihr eigenes Verhalten vorhersagen und dieses dann genutzt werden kann. So habe etwa der US-Einzelhandelsriese Target erfolgreich Schwangerschaften von Frauen prognostiziert und ihnen subtil Werbung für Babyartikel zukommen lassen. „Werbung enthielt schon immer manipulative Elemente, durch KI-Tools wurde das verstärkt", meint Acemoğlu. [...]

Den US-Arbeitsmarkt betrachtet der türkisch-amerikanische MIT-Ökonom ebenfalls mit Sorge. Viel deute darauf hin, dass Ungleichheit am Arbeitsmarkt wachse, das habe unter anderem mit zunehmender Automatisierung zu tun. Wenig qualifiziertes Personal würde verstärkt durch Roboter ersetzt. Zwar habe es diesen Effekt auch vor KI-Zeiten gegeben, doch seit 2016 habe die Entwicklung rasant zugenommen. [...]

Der Standard, 13. Dezember 2021

www.derstandard.at/story/2000131851625/experte-unregulierte-kuenstliche-intelligenz-verleiht-konzernen-zu-viel-macht (2024-06-11)

Ergänzung

Big Data: Große Mengen an Daten aus beispielsweise den Bereichen Internet, Mobilfunk, Gesundheitswesen oder Kredit- und Kundendaten sowie digitale Technologien, um große Datenmengen zu sammeln.

MIT: Technische Hochschule im US-Bundesstaat Massachusetts

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Land der Supermärkte

Kaum ein europäisches Land hat eine so hohe Versorgungsdichte wie Österreich.

Supermärkte und Diskonter sind die bevorzugten Einkaufsquellen der österreichischen Bevölkerung. Der Weg zum nächsten Supermarkt ist meist ohnehin nicht weit: Österreich gehört europaweit zu den Ländern mit der höchsten Filialdichte an Supermärkten.

Laut der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) gibt es in Österreich rund 5.300 Lebensmittelgeschäfte, dabei wird der Lebensmittelfachhandel nicht berücksichtigt. Die Versorgungsdichte in Österreich liege bei 60,1 Geschäften je 100.000 Einwohnern. In Deutschland betrage dieser Wert 45,5. „Damit fällt die Versorgungsdichte in Österreich um fast ein Drittel (pro Einwohner) höher als im Nachbarland aus“, so der Branchengeschäftsführer der WKÖ, Christoph Tamandl.

Er erklärt weiter, dass die Dichte an Nahversorgern in Österreich im Zeitalter der Greißlereien (nach dem Zweiten Weltkrieg) mitunter noch höher gewesen sei als heute, da es vielerorts noch kleine Nahversorger gegeben habe. Mittlerweile sei der Lebensmitteleinzelhandel deutlich konzentrierter, so Tamandl. Außerdem hätten die Verkaufsflächen und das Warenangebot deutlich zugenommen.

In den österreichischen Gemeinden leuchtet großteils die gleiche Reklame. Kein Wunder, schließlich teilten sich 2020 die großen Player Spar, Rewe und die Diskonter Hofer und Lidl laut der Statistikdatenbank Statista mehr als 90 Prozent des Marktes. Ganz anders in Deutschland: Hier halten die führenden Unternehmen (Edeka-Gruppe, Rewe-Gruppe, Schwarz-Gruppe) im Lebensmittelhandel rund 64 Prozent der Marktanteile, wie aus den Daten hervorgeht.

„Die starke Konzentration im heimischen Lebensmitteleinzelhandel resultiert in einem sehr intensiven Wettbewerb der großen Marktteilnehmer. Um Marktanteile zu halten und zu sichern, ist es für die Marktteilnehmer wichtig, flächendeckend mit Filialen präsent zu sein und bestehende Märkte kontinuierlich auszubauen beziehungsweise zu modernisieren - zum Vorteil der Konsumenten“, sagt Tamandl.

Starker Wettbewerb, niedrige Umsatzrentabilität

Der starke Wettbewerb sorgt zudem für eine niedrige Umsatzrentabilität im Lebensmitteleinzelhandel. Standorte an Ortsrändern können effizienter betrieben werden, als baulich beschränkte Filialen in Ortskernen. Damit die Ortszentren lebendig bleiben, die Bodenversiegelung eingedämmt wird und die Wettbewerbsvorteile von Filialen an Randgebieten nicht ausarten, schrauben die Bundesländer immer wieder an den Raumordnungs- und Baugesetzen herum, beobachtet die Raumplanerin Andrea Jeindl.
So müssen beispielsweise in der Steiermark seit vergangenem Jahr Parkplätze im Freien nach der Größe des Betriebs limitiert oder als Hoch- beziehungsweise Tiefgarage errichtet werden.

Laut Tamandl bedarf es - je nach lokaler Situation - auch gezielter Fördermaßnahmen für kleine Lebensmittelgeschäfte im Ortszentrum, die oft von selbstständigen Kaufleuten betrieben würden. Dafür gäbe es in einigen Bundesländern bereits erfolgreiche Konzepte. So soll die Nahversorgung auch in kleinen Ortschaften und strukturschwächeren Gebieten abgesichert werden.

Wiener Zeitung, 25.8.2021

www.wienerzeitung.at/nachrichten/wirtschaft/oesterreich/2117923-Land-der-Supermaerkte.html (2024-11-06)

Anmerkungen

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Zeitungsartikel	Hauptaussage des Artikels	Unternehmen, die im Artikel vorkommen, bzw. Marktform	Kritik/Problem/ Situation
Wird Microsoft zum Monopol im Milliardengeschäft Gaming?	Microsoft möchte den Spiele-Publisher Activision Blizzard kaufen und würde damit zum Drittgrößten Gaming-Anbieter weltweit werden.	Microsoft, Activision Blizzard, Facebook, Meta, Mojang, Zenimax Media, Bethesda, King Die Marktform Monopol wird genannt.	Steigende Marktmacht von Microsoft durch die geplante Übernahme eines Konkurrenten
Weitere US-Wettbewerbsklage gegen Google eingereicht	Google steht im Verdacht, seine Marktmacht illegal zu missbrauchen.	Google, Alphabet, Epic Games, Apple Die Marktform Monopol wird genannt.	Konkret geht es um das Geschäft mit Apps im so genannten Play Store von Google. Google wird vorgeworfen, den Wettbewerb in der Entwicklung von Apps zu behindern. Das führt für Konsument:innen zu verschiedenen Nachteilen wie beispielsweise zu höheren Preisen für die Nutzung von Apps, geringerer Auswahl und insgesamt weniger Innovation.
Erzeuger bekommen Hebel gegen Marktmacht des Handels	Der Handelsverband kritisiert die neuen, gesetzlichen Schutzbestimmungen für die Produzent:innen von Lebensmitteln als zu weitreichend.	Spar, Rewe (Billa, Billa plus), Hofer Die Marktmacht einiger, weniger Unternehmen wird angeführt. Das wird als Oligopol bezeichnet.	Die Produzent:innen von Lebensmitteln sehen sich einer großen Marktmacht von einigen, wenigen Lebensmittelketten ausgesetzt und sollen daher gesetzlich besser geschützt werden. Dem Handelsverband als Interessenvertretung des Handels hingegen gehen diese rechtlichen Bestimmungen zu weit.

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Zeitungsartikel	Hauptaussage des Artikels	Unternehmen, die im Artikel vorkommen, bzw. Marktform	Kritik/Problem/ Situation
Experte: Unregulierte künstliche Intelligenz verleiht Konzernen zu viel Macht	Der Experte erwartet eher negative soziale Auswirkungen von künstlicher Intelligenz vor allem im Bereich von Big Data sowie Gefahren für den Güter- und Arbeitsmarkt.	Target Die Marktform Oligopol wird genannt.	Negative Auswirkungen für Kund:innen durch Preisdiskriminierung (nicht jede:r Kund:in zahlt den selben Preis für die gleiche Leistung), Wettbewerbseinschränkungen durch Oligopole und daraus resultierende höhere Preise insgesamt, Manipulation von Konsument:innen durch einen Wissensvorsprung (personalisierte Werbung) sowie Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt (wenig qualifiziertes Personal wird verstärkt durch Roboter ersetzt).
Land der Supermärkte	Kaum ein anderes Land hat eine so große Versorgungsdichte an Supermärkten wie Österreich.	Spar, Rewe, Hofer, Lidl, Edeka-Gruppe, Rewe-Gruppe, Schwarz-Gruppe Die Marktmacht einiger, weniger Unternehmen wird angeführt. Das wird als Oligopol bezeichnet.	Um im intensiven Wettbewerb Marktanteile halten zu können bzw. auszubauen, ist für die Lebensmittelhändler eine flächendeckende Präsenz durch Filialen wichtig. Neubauten, meist am Ortsrand, können effizienter betrieben werden als Filialen im baulich beschränkten Ortskern. Dies führt jedoch zu immer mehr Bodenversiegelung. Große Marktmacht von Spar, Rewe und Hofer in Österreich (mehr als 90 Prozent Marktanteil). In Deutschland halten die führenden Unternehmen gemeinsam nur 64 Prozent.

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Bundesministerium
Soziales, Gesundheit, Pflege
und Konsumentenschutz

schuldner-hilfe.at
SCHULDNERHILFE OÖ
BERATUNG & PRÄVENTION

KONSUMENTEN FRAGEN

19
06/2024
UP NR. 6.2

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiberinnen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Schulstufe

- Empfohlen für 8./9. Schulstufe

Fächerbezug

- Geografie und wirtschaftliche Bildung, Geschichte und Politische Bildung, Kommunikation/Projektarbeit/Soziales Lernen

Unterrichtsphase

- Erarbeitung

Komplexitätsgrad

- Mittel

Anliegen

- Klären von Begriffen und verschiedener Bedeutungen

Kenntnisse und Fertigkeiten

- Die vorgegebenen Begriffe der korrekten Erklärung zuordnen können.

Dauer

- 30 bis 60 Min.

Unterrichtsmittel

- Material *Markt und Wirtschaft – Basisset Begriffe [1–2]*
- Material *Markt und Wirtschaft – Basisset Erklärungen [1–2]*
- Evtl. Material *Markt und Wirtschaft – Erweiterungsset Begriffe [1]*
- Evtl. Material *Markt und Wirtschaft – Erweiterungsset Erklärungen [1]*
- Evtl. Arbeitsblatt *Markt und Wirtschaft [1]*
- Evtl. Arbeitsblatt *Markt und Wirtschaft – Auflösung [1–2]*

Informationen in Einfacher Sprache

- Bei Bedarf ist ein Text zum Thema **Ich als Konsument:in** in Einfacher Sprache auf der Website des Sozialministeriums verfügbar: **www.konsumentenfragen.at/einfache-sprache**

Vorbereitung

- Die Lehrkraft wählt das Set je nach der Gruppengröße aus:
  - ⇨ Basisset = 10 Begriffe (für 20 Personen)
  - ⇨ Erweiterungsset = 5 Begriffe (daher mit Basisset gesamt für 30 Schüler:innen)
- Mit dem Basisset lässt sich der Wirtschaftskreislauf (Modell einer Volkswirtschaft, in dem Tauschvorgänge zwischen den Wirtschaftssubjekten dargestellt werden) gut darstellen. Die Erweiterungsbegriffe sind nicht unmittelbar dem Wirtschaftskreislauf zuzuordnen, sondern umfassen weitere Begriffe rund um das Thema Markt.
- Die Lehrkraft druckt das ausgewählte Material *Markt und Wirtschaft* aus und schneidet die Kärtchen entsprechend.
- Evtl. Arbeitsblatt *Markt und Wirtschaft [1]*

Ablauf

- Die Kärtchen des Materials *Markt und Wirtschaft* werden an die Schüler:innen verteilt.
- Die Schüler:innen lesen ihr eigenes Kärtchen und bewegen sich anschließend frei im Klassenraum.
- Durch gegenseitiges Fragen bzw. Antworten finden sich die korrekten Pärchen zusammen.
- Im Anschluss werden die Ergebnisse gemeinsam kontrolliert und bei Bedarf berichtigt bzw. näher erklärt.
- Die Möglichkeit einer weiteren Festigung bzw. Wiederholung besteht durch das Austeilen des Arbeitsblattes. Dort können die Schüler:innen die korrekten Begriffe des Basissets zusammenfinden (vgl. Arbeitsblatt *Markt und Wirtschaft).*

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Variante:

- Den methodischen Ablauf variieren, z.B. mit dem Arbeitsblatt *Markt und Wirtschaft beginnen.* Die Lösungen kontrollieren (vgl. Arbeitsblatt *Markt und Wirtschaft – Auflösung)* und im Anschluss die Bewegungsübung mit den Fragen und Antworten durchführen.

Ideen zur Weiterarbeit

- Eine einfache Struktur des Marktes/Wirtschaftskreislaufes nachstellen (die Personen stellen sich jeweils auf und symbolisieren so durch ihren Körper den jeweiligen Begriff) und anhand dessen die Begriffe erläutern bzw. nochmals wiederholen. Ev. Seile oder anderes Material aus dem Klassenraum verwenden, um die Zusammenhänge zu visualisieren.
- Weitere Informationen z.B. unter
  - ⇨ www.bpb.de/nachschlagen/lexika/lexikon-der-wirtschaft/19145/einfacher-wirtschaftskreislauf
  - ⇨ www.lindeverlag.at/buch/die-wirtschaft-im-ueberblick-17508/e/leseprobe/E100064.pdf

Anmerkungen

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Angebot

Nachfrage

Wirtschaft

Ökonomie

Konsument:in

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

ICH ALS KONSUMENT:IN 8./9. Schulstufe

Bank

Privathaushalt

Unternehmen

Wirtschaftssubjekte

Staat

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Die Menge an vorhandenen Gütern und Dienstleistungen auf dem Markt.

Die Absicht von Haushalten und Unternehmen, Waren und Dienstleistungen gegen Geld oder andere Waren im Tausch zu erwerben.

Die Gesamtheit an Einrichtungen und Maßnahmen, die sich auf Produktion und Konsum von Wirtschaftsgütern beziehen.

= Wirtschaft

Eine Person, die ein Geschäft tätigt, das nicht zum Betrieb ihres Unternehmens gehört.

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Ein Unternehmen, das Geld- und Kreditgeschäfte betreibt und den Zahlungsverkehr vermittelt.

Im ökonomischen Sinne eine aus mindestens einer natürlichen Person bestehende Wirtschaftseinheit.

Eine wirtschaftliche Einheit, die in Produktion oder Handel tätig ist oder Dienstleistungen erbringt.

Alle, die eigenständig wirtschaftliche Entscheidungen treffen, wie z.B. ein Unternehmen, ein Privathaushalt ...

Er entzieht dem Wirtschaftskreislauf Geld (z.B. durch Steuern) und führt es wieder zu (durch Transferleistungen wie z.B. die Familienbeihilfe).

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Marktform

Monopol

Oligopol

Polypol

Markt

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Einteilung je nach Anzahl der Anbieter:innen und Nachfrager:innen

ein Anbieter, viele Nachfrager:innen

wenige Anbieter:innen, viele Nachfrager:innen

viele Anbieter:innen, viele Nachfrager:innen

Zusammentreffen von Angebot und Nachfrage

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

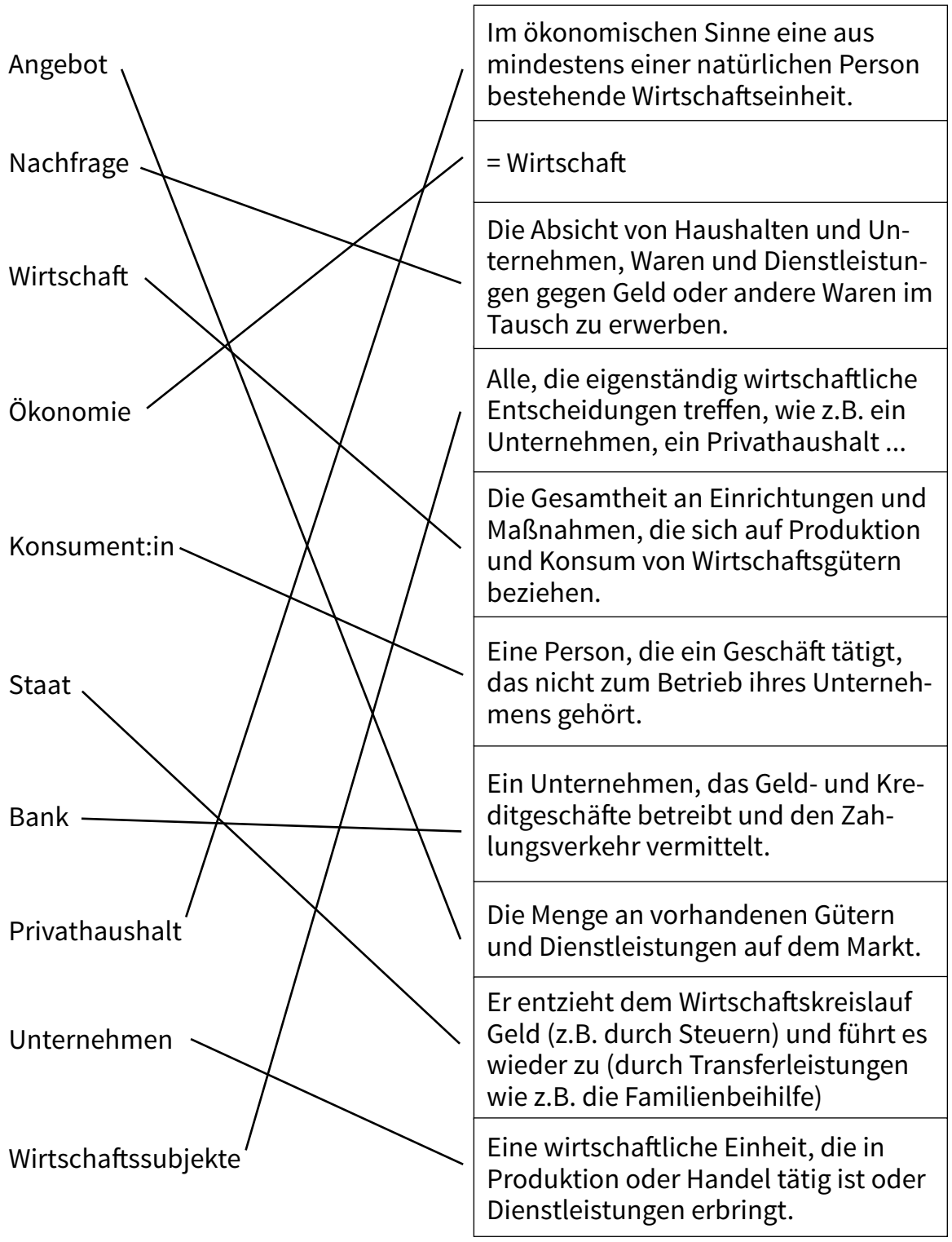
Ordne die folgenden zehn Begriffe den richtigen Erklärungen rechts zu, indem du jeweils einen Strich ziehst:

Angebot	Im ökonomischen Sinne eine aus mindestens einer natürlichen Person bestehende Wirtschaftseinheit.
Nachfrage	= Wirtschaft
Wirtschaft	Die Absicht von Haushalten und Unternehmen, Waren und Dienstleistungen gegen Geld oder andere Waren im Tausch zu erwerben.
Ökonomie	Alle, die eigenständig wirtschaftliche Entscheidungen treffen, wie z.B. ein Unternehmen, ein Privathaushalt ...
Konsument:in	Die Gesamtheit an Einrichtungen und Maßnahmen, die sich auf Produktion und Konsum von Wirtschaftsgütern beziehen.
Staat	Eine Person, die ein Geschäft tätigt, das nicht zum Betrieb ihres Unternehmens gehört.
Bank	Ein Unternehmen, das Geld- und Kreditgeschäfte betreibt und den Zahlungsverkehr vermittelt.
Privathaushalt	Die Menge an vorhandenen Gütern und Dienstleistungen auf dem Markt.
Unternehmen	Er entzieht dem Wirtschaftskreislauf Geld (z.B. durch Steuern) und führt es wieder zu (durch Transferleistungen wie z.B. die Familienbeihilfe)
Wirtschaftssubjekte	Eine wirtschaftliche Einheit, die in Produktion oder Handel tätig ist oder Dienstleistungen erbringt.

Quellen: duden.de, wikipedia.de, wirtschaftundschule.de

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Ordne die folgenden zehn Begriffe den richtigen Erklärungen rechts zu, indem du jeweils einen Strich ziehst:



Quellen: duden.de, wikipedia.de, wirtschaftundschule.de

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Schulstufe

- Empfohlen für 8./9. Schulstufe

Fächerbezug

- Geografie und wirtschaftliche Bildung, Geschichte und Politische Bildung, Deutsch, Religion/Ethik, Ernährung und Haushalt, Haushaltsökonomie und Ernährung, Biologie und Umweltbildung, Digitale Grundbildung

Unterrichtsphase

- Erarbeitung

Komplexitätsgrad

- Komplex

Anliegen

- Oligopole am Beispiel Lebensmittel aufzeigen – Chancen und Risiken erarbeiten

Kenntnisse und Fertigkeiten

- Die Internetrecherche laut Vorgabe selbstständig durchführen können.
- Die Fragestellungen auf dem Arbeitsblatt korrekt und vollständig ermitteln und eintragen können.
- Vor- und Nachteile der Bildung von großen Konzernen für unterschiedliche Marktteilnehmer:innen ableiten können.

Dauer

- 40 bis 60 Min.

Unterrichtsmittel

- Arbeitsblatt *Große und Kleine am Markt [1]*

Informationen in Einfacher Sprache

- Bei Bedarf ist ein Text zum Thema **Ich als Konsument:in** in Einfacher Sprache auf der Website des Sozialministeriums verfügbar: **www.konsumentenfragen.at/einfache-sprache**

Vorbereitung

- Internetzugang sicherstellen
- Den Bericht unter https://neuezeit.at/welche-marken-gehoeren-zu-nestle-coca-cola-unilever-mondelez-procter-gamble/ öffnen und durchlesen
- Das Bild „Welche Marken zu welchen Mega-Konzernen gehören“ für die Schüler:innen projizieren
- Das Arbeitsblatt *Große und Kleine am Markt [1]* in Schüleranzahl vervielfältigen

Ablauf

- Die Schüler:innen haben Zugang zum Internet (PC, Smartphone).
- Die Lehrkraft visualisiert das vorbereitete Bild und benennt die dort genannten Lebensmittelkonzerne sowie Marken. Darüber hinaus informiert sie, dass viele von uns gekaufte Produkte von Großkonzernen hergestellt werden.
- Die Schüler:innen erhalten nun das Arbeitsblatt *Große und Kleine am Markt.*
- Anschließend öffnen sie das Web am PC und recherchieren zu selbst gewählten Produkten (mind. 2, die sie z.B. regelmäßig kaufen bzw. konsumieren). Diese können vom vorherigen Bild stammen oder die Schüler:innen wählen andere Produkte.
- Die entsprechenden Fragen auf dem Arbeitsblatt zu diesen Produkten werden recherchiert und beantwortet.

Variante: Direkt in den Supermarkt gehen und auf den Verpackungen nachschauen/lesen von wem diese jeweils hergestellt werden.

- Als Abschluss können die Ergebnisse in einer Gesprächsrunde mit Impulsfragen aufgearbeitet werden:

  ⇨ Welche Alternativen gibt/gäbe es? Wo bekommt man ähnliche Produkte?

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

⇨ Welche Vor- und Nachteile hat die Bildung von großen Konzernen für Konsument:innen/für die Umwelt/für den Staat?

Variante: Direkt im Supermarkt zu einer Produktgruppe recherchieren: Welche Produzent:innen kommen vor? Welche am häufigsten? Eine Strichliste führen wie am Beispielbild für Schokolade ersichtlich:

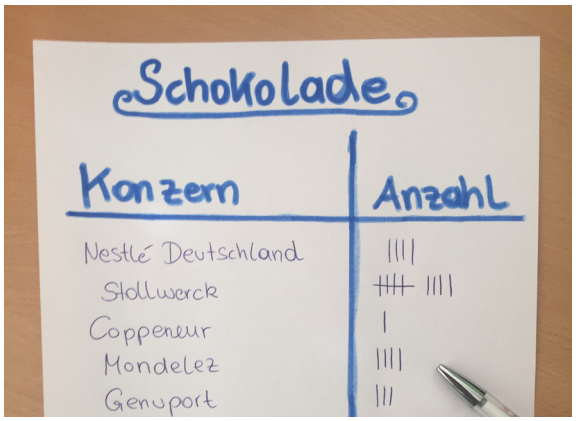


Bild: SCHULDNERHILFE OÖ

- Zusätzlich zu oder statt der Gesprächsrunde kann auch die Ergebnissicherungsmethode *Leserbrief* durchgeführt werden. Es würde sich etwa anbieten, die recherchierten Inhalte (ev. auch recherchierte Berichte) als Basis für den Leserbrief zu verwenden.

Ideen zur Weiterarbeit:

- Kurzbericht über bekannte Oligopole lesen bzw. ansehen, wie z.B. www.youtube.com/watch?v=svwwRmnuKs0
- Recherchen/Berichte/Vertiefung zu den größten Konzernen erstellen wie z.B.
  - ⇨ https://utopia.de/groesste-lebensmittelkonzerne-114604
  - ⇨ www.gevestor.de/finanzwissen/oekonomie/rankings/das-sind-die-10-groessten-lebensmittelhersteller-der-welt-730873.html
  - ⇨ www.absatzwirtschaft.de/diese-zehn-unternehmen-besitzen-alle-grossen-weltmarken-212856/
  - ⇨ www.handelsblatt.com/unternehmen/handel-konsumgueter/nestle-marken-welche-produkte-gehoeren-zu-nestle/26278374.html
- Recherchen/Berichte/Vertiefung zum Lebensmittelhandel in Österreich oder zu anderen Branchen wie z.B.
  - ⇨ www.derstandard.at/story/2000138907523/konflikt-im-regal-wer-verdient-an-teureren-lebensmitteln
  - ⇨ www.wer-zu-wem.at/no-name-oesterreich.html
  - ⇨ www.weltexporte.de/nach-branche/konsum
- Als Weiterführung/Hausübung/Projektarbeit auch einen anderen Bereich, z.B. digitale Welt – GAMAM (Google, Apple, Meta, Amazon, Microsoft), betrachten.
- Schüler:innen wählen Firmen aus, die sie kennen, bzw. Portale, die sie nutzen, und analysieren diese ebenfalls nach ähnlichem Schema bzw. ähnlichen Fragestellungen.
- Passende Filme, z.B.
  - ⇨ www.youtube.com/watch?v=1eW6w9MbkGA (Marktcheck SWR - Das Geschäft hinter unseren Lebensmitteln)
  - ⇨ www.youtube.com/watch?v=XTDQ3cj9y9Y (ARTE – Mit Offenen Karten: Das Auto – Eine globalisierte Industrie)
  - ⇨ www.youtube.com/watch?v=-6mnRzxJ2LQ (Bangladesch – Kleidungsindustrie)

Anmerkungen

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Arbeitsaufträge:

Name von Produkt 1:	Name von Produkt 2:
Informationen zur Produktion (z.B. Herstellungsland, Konzern, Firmensitz o.Ä.)	

Beantwortet folgende Fragen für jeden Konzern *(falls beide Produkte vom gleichen Konzern hergestellt werden, wählt einen weiteren, anderen Konzern)***. Recherchiert dazu im Internet.**

Name von Konzern 1:	Name von Konzern 2:
⇨ Welche anderen Produkte werden noch vom Konzern hergestellt?	
⇨ Welche Marken?	
⇨ Welche Produkte oder Marken kenne ich bzw. habe ich auch schon gekauft?	
⇨ Wie hoch ist der Jahresumsatz des Konzerns?	
⇨ Wo wird produziert bzw. wo sind die Arbeitsplätze?	
⇨ Wie viele Menschen sind im gesamten Unternehmen beschäftigt?	
⇨ Welche Informationen findet man sonst noch über das Unternehmen? (sowohl positive als auch kritische Stimmen)	

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Schulstufe

- Empfohlen für 8./9. Schulstufe

Fächerbezug

- Geografie und wirtschaftliche Bildung, Geschichte und Politische Bildung, Deutsch, Religion/Ethik, Ernährung und Haushalt, Haushaltsökonomie und Ernährung, Biologie und Umweltbildung, Kommunikation/ Projektarbeit/Soziales Lernen, Ökologie, Digitale Grundbildung

Unterrichtsphase

- Ergebnissicherung

Komplexitätsgrad

- Mittel

Anliegen

- Persönlichen Zugang zu den eigenen Entscheidungen/zum eigenen Handeln in einem Leserbrief benennen.

Kenntnisse und Fertigkeiten

- Zum Thema schriftlich, in Form eines Leserbriefes Stellung nehmen können.

Dauer

- 40 bis 90 Min.

Unterrichtsmittel

- Material *Leserbrief [1]*
- Evtl. Internetzugang/Smartphones der Schüler:innen

Vorbereitung

- Bei Bedarf die Schüler:innen das Ziel bzw. den Aufbau von Leserbriefen verdeutlichen bzw. Erlerntes wiederholen
- Die möglichen Themenaspekte bzw. konkrete Zeitungsartikel auswählen/vorstellen (z.B. ausdrucken oder beamen) (vgl. Material *Leserbrief [1]*)

Ablauf

- Die Lehrkraft wiederholt bei Bedarf die Struktur, den Aufbau und das Ziel eines Leserbriefs. Tipps und Informationen z.B. unter
  - ⇨ https://de.wikipedia.org/wiki/Leserbrief
  - ⇨ www.realschule-hofheim.de/images/schueler/material/Ziegler/Leserbrief.pdf
  - ⇨ https://wortwuchs.net/leserbrief
- Im Anschluss gibt die Lehrkraft einige Themenaspekte vor, zu dem die Schüler:innen einen Leserbrief verfassen sollen (Themen wie z.B. Verpackung, Reparieren, Elektro-Mobilität, Tauschen ... vgl. Material *Leserbrief).*
- Die Schüler:innen erhalten den jeweiligen Link und lesen den Bericht online nach (vgl. Material *Leserbrief*).
- Titelvorschläge können ebenfalls gemeinsam erarbeitet bzw. vorgegeben werden oder frei wählbar sein, wie z.B.
  - ⇨ „Ich bin als Konsument:in Teil der Gesellschaft. Kritik übe ich an ...“
  - ⇨ „Ich bin als Konsument:in Teil der Gesellschaft. Positiv finde ich ...“

Varianten:

- Themenaspekte für einen Leserbrief können vollständig frei wählbar sein. Die Schüler:innen recherchieren selbständig einen Zeitungsartikel zum gewählten Thema.
- Die recherchierten Inhalte (z.B. recherchierte Berichte, Zeitungsartikel) aus der Methode *Große und Kleine am Markt* sind die Basis für den Leserbrief.
- Kombination mit Unterrichtsfach Deutsch, wie z.B. andere Textarten verwenden (z.B. Zeitungsartikel, Beschwerde, Online-Kommentar ...). Diese Textarten im Vorfeld kennenlernen, Beweggründe für verschiedene Textarten sammeln und verfassen.

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

- Mögliche Ideen/Vorschläge für Themen:
  - ⇨ Müll, Umweltverschmutzung
  - ⇨ konkrete Bilder (geschälte Karotten in Plastikverpackung im Supermarkt)
  - ⇨ Elektro-Fahrzeuge in Gemeinden
  - ⇨ Tauschbörsen für Erwachsene
  - ⇨ Wiederverwendung von gut erhaltenen Dingen, Flohmarktinitiativen usw.

Anmerkungen

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Mögliche Zeitungsberichte/Artikel für Leserbriefe könnten sein:

Nun fix: EU beschließt Aus für Diesel und Benziner
Heute, 14. Februar 2023
www.heute.at/s/jetzt-ist-es-fix-aus-fuer-diesel-und-benziner-in-eu-100255059

AUA führt Tarife mit Klimaschutzbeitrag ein
help.orf.at, 13. Februar 2023
https://orf.at/stories/3305040

Einwegpfand gilt für Gebinde von 0,1 bis 3 Liter
Kronen Zeitung, 8. September 2022
www.krone.at/2802409

In Linz sind ab Freitag „Scooter-Sheriffs" im Einsatz
Oberösterreichische Nachrichten, 25. Mai 2022
www.nachrichten.at/oberoesterreich/linz/in-linz-sind-ab-freitag-scooter-sheriffs-im-einsatz;art66,3656969

Was ist Nachhaltigkeit?
oe24.at, 6. April 2022
www.oe24.at/nachhaltiges-oesterreich/was-ist-nachhaltigkeit/515792743

Ein Repair-Café für Kirchberg-Thening: „Das soll ein sozialer Treffpunkt werden"
Oberösterreichische Nachrichten, 7. Februar 2022
www.nachrichten.at/oberoesterreich/linz/ein-repaircafe-fuer-kirchberg-thening-das-soll-ein-sozialer-treffpunkt-werden;art66,3566981

2021 so viele Radfahrer in Wien wie noch nie
Die Presse, 26. Jänner 2022
www.diepresse.com/6090683/2021-so-viele-radfahrer-in-wien-wie-noch-nie

Greenwashing: Auch regional ist nicht immer nachhaltig
help.orf.at, 22. Jänner 2022
https://help.orf.at/stories/3211015

Ökobilanz schlechter als bei Mopeds mit Verbrenner
Kleine Zeitung, 30. November 2021
www.kleinezeitung.at/auto/elektroauto/6066668/EScooter-im-Verleih_Oekobilanz-schlechter-als-bei-Mopeds-mit

80 Prozent der Kurzstreckenflüge könnten durch Bahn ersetzt werden
Tiroler Tageszeitung, 27. Oktober 2021
www.tt.com/artikel/30804582/80-prozent-der-kurzstreckenfluege-koennten-durch-bahn-ersetzt-werden

Geld sparen und Gutes tun mit Second-hand-Shopping
Süddeutsche Zeitung, 1. Februar 2021
www.sueddeutsche.de/kultur/mode-geld-sparen-und-gutes-tun-mit-second-hand-shopping-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-210129-99-224112

Einkaufen ohne Müll: „Unpackbar-Laden" in Linz
Oberösterreichische Nachrichten, 3. März 2020
www.nachrichten.at/oberoesterreich/linz/einkaufen-ohne-muell-unpackbar-laden-in-linz;art66,3235096

Supermarkt-Eigenmarken punkten bei Umweltschutz
Der Standard, 18. März 2019
www.derstandard.at/story/2000099721287/supermarkt-eigenmarken-punkten-bei-umweltschutz

Anmerkungen

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Schulstufe

- Empfohlen für 8./9. Schulstufe

Fächerbezug

- Geografie und wirtschaftliche Bildung, Geschichte und Politische Bildung, Deutsch, Religion/Ethik, Ernährung und Haushalt, Haushaltsökonomie und Ernährung, Biologie und Umweltbildung, Kommunikation/Projektarbeit/Soziales Lernen, Ökologie

Unterrichtsphase

- Ergebnissicherung

Komplexitätsgrad

- Einfach

Anliegen

- Persönliche Reflexion der eigenen Konsumentscheidungen und Kriterien

Kenntnisse und Fertigkeiten

- Die Schüler:innen können selbständig ihre Einkäufe über einen vereinbarten Zeitraum am Arbeitsblatt schriftlich festhalten.
- Mögliche Konsequenzen des persönlichen Konsums und denkbare Alternative im Klassenverband ableiten und benennen können.

Dauer

- 10 bis 20 Min.: Austeilen des Arbeitsblattes und kurze Erklärung inkl. Terminvereinbarung
- 35 bis 100 Min. für das Führen des Verantwortungstagebuches als Hausübung
- 20 bis 60 Min. für den Abschluss nach der vereinbarten Zeit

Unterrichtsmittel

- Arbeitsblatt *Meine Verantwortung als Konsument:in [1]*

Vorbereitung

- Das Arbeitsblatt *Meine Verantwortung als Konsument:in [1]* in Schüleranzahl kopieren
- Den Zeitrahmen festlegen (über welchen Zeitraum soll das Verantwortungstagebuch geführt werden)

Ablauf

- Die Jugendlichen erhalten das Arbeitsblatt *Meine Verantwortung als Konsument:in*
- Die Lehrkraft erklärt die Aufgabe und gibt den Zeitrahmen vor. In diesem sollen die Schüler:innen ein „Verantworungstagebuch“ für einen vorgegebenen Zeitraum (z.B. 7 Tage) führen und jeweils abends die Fragen auf dem Arbeitsblatt beantworten.
- Der gemeinsame Abschluss findet nach der vereinbarten Zeit (z.B. eine Woche) statt. Die Schüler:innen und die Lehrkraft finden sich in einem Sesselkreis zusammen.
- Gemeinsam werden die Ergebnisse besprochen und einzelne Überlegungen abgefragt bzw. diskutiert.
- Bei Bedarf können die Ergebnisse an der Tafel mitnotiert werden, z.B.
  - ⇨ Was waren die häufigsten Gründe für die Einkäufe?
  - ⇨ Wie oft waren die Einkäufe nicht wichtig/nötig?
  - ⇨ Warum wurde trotzdem eingekauft? Was waren Gründe dafür?
  - ⇨ Welche Auswirkung(en) hatte das Handeln bzw. der Konsum in dieser Woche?
    - auf die Schüler:innen?
    - auf die Hersteller:innen?
    - auf die Händler:innen?
    - auf die Umwelt?
    - auf ...?
  - ⇨ Welche Alternativen wären denkbar?
  - ⇨ Was kann aus dem Beobachten in dieser Woche gelernt werden? Was waren

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Erkenntnisse, die die Schüler:innen für weitere Einkäufe mitnehmen können?

Anmerkungen

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

	Tag 1	Tag 2	Tag 3	Tag 4	Tag 5	Tag 6	Tag 7
Habe ich heute eingekauft?							
Wie oft, wo ... Welche Produkte?							
Habe ich über das/die Produkt/e näher nachgedacht? Weiß ich z.B., Wo sie her kommen?							
Gibt es Alternativen zum Produkt/andere Möglichkeiten?							
Was war mein Zweck? Bitte ankreuzen:							
Kauf war nötig/wichtig							
Kauf war Luxus							
Kauf war geplant							
Kauf war nicht geplant, war aus Lust							
Kauf war gegen Frust							
anderer Zweck/Grund?							

schuldner-hilfe.at
SCHULDNERHILFE OÖ
BERATUNG & PRÄVENTION

Bundesministerium
Soziales, Gesundheit, Pflege
und Konsumentenschutz

KONSUMENTEN FRAGEN

38
06/2024
UP NR. 6.2

Copyright: Alle Rechte vorbehalten
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiberinnen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Schulstufe

- Empfohlen für 8./9. Schulstufe

Fächerbezug

- Geografie und wirtschaftliche Bildung, Geschichte und Politische Bildung, Deutsch, Religion/Ethik

Unterrichtsphase

- Ergebnissicherung

Komplexitätsgrad

- Mittel

Anliegen

- Persönliche Reflexion der eigenen Konsumentscheidungen und Kriterien

Kenntnisse und Fertigkeiten

- Die persönliche Meinung zur Geschichte und die eigenen Erfahrungen hinsichtlich eines verantwortungsvollen Konsums mündlich beschreiben und ausdrücken können.

Dauer

- 15 bis 30 Min.

Unterrichtsmittel

- Arbeitsblatt *Die Welt in Ordnung bringen [1]*

Informationen in Einfacher Sprache

- Bei Bedarf ist ein Text zum Thema **Ich als Konsument:in** in Einfacher Sprache auf der Website des Sozialministeriums verfügbar: **www.konsumentenfragen.at/einfache-sprache**

Vorbereitung

- Das Arbeitsblatt *Die Welt in Ordnung bringen [1]* für die Schüler:innen kopieren.

Ablauf

- Die Lehrkraft verteilt das Arbeitsblatt an die Schüler:innen.
- Gemeinsam (bzw. alternativ in Kleingruppen) wird die Geschichte gelesen.
- Im Anschluss werden die Fragestellungen überlegt, diskutiert bzw. über ausgewählte Fragen auch philosophiert.

Anmerkungen

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Jonas kam zu seinem Vater und wollte mit ihm spielen. Der aber hatte keine Zeit für den Buben und auch keine Lust zu spielen. Also überlegte er, womit er Jonas beschäftigen könnte.

In einer Zeitschrift fand er eine komplizierte und detailreiche Abbildung der Erde. Dieses Bild riss er aus und zerschnipselte es dann in viele kleine Teile. Er forderte Jonas auf, die Teile zusammenzusetzen, und dachte, dass er nun wohl eine ganze Zeit beschäftigt sei.

Jonas zog sich in eine Ecke zurück und begann mit dem Puzzle. Nach wenigen Minuten kam er zum Vater und zeigte ihm das fertig zusammengesetzte Bild.

Der Vater konnte es nicht glauben und fragte den Sohn, wie er das geschafft habe.

Jonas sagte: „Ach, auf der Rückseite war ein Mensch abgebildet. Den habe ich richtig zusammengesetzt. Und als der Mensch in Ordnung war, war es auch die Welt."

Idee aus und modifiziert nach: https://zeitzuleben.de/die-welt-in-ordnung-bringen

Fragestellungen

- Was glaubst du, was ist auf der Welt in Ordnung?
- Worauf bist du stolz auf der Welt, was gefällt dir?
- Was ist deiner Ansicht nach nicht in Ordnung?
- Was könntest du/jeder von uns tun, um die Welt in Ordnung zu halten/bringen?
- Was kann man als Konsument:in tun? Wie könnte man seinen Konsum verändern/verbessern?
- Was würdest du dir wünschen, um die Welt „besser" zu machen?
- Wie interpretierst du den letzten Satz der Geschichte: „Und als der Mensch in Ordnung war, war es auch die Welt."
- Was ist deiner Meinung nach nicht in Ordnung mit dem Menschen/den Menschen?
- Hast du das Gefühl, manche Menschen schaden der Welt bewusst?
- ...

Anmerkungen

Schuldnerhilfe OÖ schuldner-hilfe.at Beratung & Prävention
Bundesministerium Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Zeit	Ablauf/Methode	Unterrichtsmittel
20′ bis 40′	**1. Stand up** Diese Bewegungsübung führt in das Thema auf eine lebendige Weise ein und regt die Schüler:innen an, über die (ihre) Verantwortung als Konsumentin bzw. Konsument nachzudenken. ☺ Die Schüler:innen nehmen zu vorgegebenen Statements Stellung, indem sie zustimmen (somit aufstehen) oder es ablehnen (also sitzen bleiben). Ausgewählte Statements oder Rückmeldungen der Schüler:innen werden näher beleuchtet und bieten so die Chance auf eine Reflexion der persönlichen Denkmuster. Abgerundet wird mit einem Film zum Thema Gemeinwohlökonomie.	Methode: ➪ *Stand up [1]* Material: ➪ *Stand up [1]*
40′ bis 60′	**2. Große und Kleine am Markt** Ziel dieser Methode ist es, produzierende Unternehmen und deren Marktstellung zu analysieren sowie Vor- und Nachteile von Großkonzernen für unterschiedliche Markteilnehmer:innen abzuleiten. ☺ In mehreren Arbeitsschritten recherchieren die Schüler:innen nach Produkten, die sie gerne konsumieren und auch nach Unternehmen, die diese herstellen. Die vorgegebenen Fragen werden in Einzelarbeit beantwortet und abschließend in einer Gesprächsrunde gemeinsam diskutiert.	Methode: ➪ *Große und Kleine am Markt [1–2]* Arbeitsblatt ➪ *Große und Kleine am Markt [1]*
40′ bis 90′	**3. Leserbrief** Den Abschluss bildet eine schriftliche Auseinandersetzung und persönliche Stellungnahme, in der die Schüler:innen zur Reflexion der erarbeiteten Inhalte angeregt werden. ☺ Die Schüler:innen erhalten bzw. wählen einen vorgegebenen Zeitungsartikel. Darin sind verschiedene Aspekte zum verantwortungsvollen Konsum thematisiert, wie z.B. Müll, Mobilität, Wiederverwendung usw. Sie nehmen in Form eines Leserbriefes dazu Stellung und können so die eigene, individuelle Einschätzung reflektieren.	Methode: ➪ *Leserbrief [1–2]* Material: ➪ *Leserbrief [1]*

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Medieninhaber und Herausgeber:
Offenlegung gemäß § 25 Mediengesetz
Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz
Stubenring 1
1010 Wien
Telefon: +43 1 7 11 00 – 862501

Für den Inhalt verantwortlich:
Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz
Sektion Konsumentenpolitik und Verbrauchergesundheit
Stubenring 1
1010 Wien
E-Mail: verbraucherbildung@sozialministerium.at

Erstellt von:
SCHULDNERHILFE OÖ
Stockhofstraße 9
4020 Linz
Telefon: +43 732 77 77 34
E-Mail: linz@schuldner-hilfe.at
Web: www.schuldner-hilfe.at

Herstellungsort: Wien.

Alle Rechte bleiben vorbehalten.

Ein Nachdruck ist ausschließlich zu nichtkommerziellen Zwecken und nur unter Quellenangabe gestattet.

Bildnachweis: Wie jeweils angeführt. Alle Rechte vorbehalten. (Auch Titelbild.)

Haftungsausschluss:
Die Informationen der Unterlagen wurden sorgfältig geprüft und recherchiert. Es wird jedoch keine Gewährleistung für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der Inhalte übernommen.

Haftung für Links:
Es wird darauf hingewiesen, dass wir auf Inhalte angeführter Links keinen Einfluss haben und daher auch keine Haftung dafür übernehmen können. Diese Links wurden sorgfältig geprüft und werden regelmäßig aktualisiert. Jedoch kann keine Gewährleistung dafür übernommen werden, dass alle Angaben zu jeder Zeit vollständig, richtig und in letzter Aktualität dargestellt sind. Dies gilt insbesondere für alle Verbindungen („Links“) zu anderen Websites, auf die direkt oder indirekt verwiesen wird.

Copyright: Alle Rechte vorbehalten.
Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.