

FACHBUCHREIHE
für wirtschaftliche Bildung

Lehrerhandbuch

**Wirtschaftliches
Handeln
Grundlagen**

Wirtschaftsgymnasium Eingangsklasse
Profil Finanzmanagement

1. Auflage

von

Thomas Barnert, Theo Feist, Erich Herrling, Viktor Lüpertz

VERLAG EUROPA-LEHRMITTEL
Nourney, Vollmer GmbH & Co. KG
Düsseldorfer Straße 23
42781 Haan-Gruiten

Europa-Nr.: 95831



Verfasser:

Thomas Barnert	Studiendirektor
Theo Feist	Prof., Dipl.-Kfm.
Erich Herrling	Studiendirektor
Viktor Lüpertz	Prof. Dr., Dipl.-Volksw.

Lektorat:

Prof. Dr. Viktor Lüpertz

Die Aufgaben sind hinsichtlich ihrer Eignung für bestimmte Unterrichtszwecke wie folgt gekennzeichnet:

A = Anwendung

E = Einführung/Erarbeitung

LA = Lehraufgabe

Lehraufgaben sind einführende Aufgaben mit didaktisch gestuften Problemstellungen, die sich für die systematische Erschließung von Unterrichtsinhalten eignen.

Ü = Übung

1. Auflage 2015

Druck 5 4 3 2 1

Alle Drucke derselben Auflage sind parallel einsetzbar, da bis auf die Behebung von Druckfehlern untereinander unverändert.

ISBN 978-3-8085-9583-1

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der gesetzlich geregelten Fälle muss vom Verlag schriftlich genehmigt werden.

© 2015 by Verlag Europa-Lehrmittel, Nourney, Vollmer GmbH & Co. KG, 42781 Haan-Gruiten
<http://www.europa-lehrmittel.de>

Umschlag und Satz: Punkt für Punkt GmbH · Mediendesign, 40549 Düsseldorf
Umschlag – Erstellung der Bildcollage: braunwerbeagentur, 42477 Radevormwald,
unter Verwendung eines Fotos von © Julien Eichinger – Fotolia.com
Druck: winterwork, 04451 Borsdorf

Aufgaben und Probleme

A Ökonomische Rahmenbedingungen und menschliches Verhalten

1 Grundlagen ökonomischen Denkens und Handelns

zu Kapitel 1.1 Motive für wirtschaftliches Handeln



1.1.1 NASA-Spiel: Bedürfnisse – Güterknappheit – Nutzen – Präferenzen – individuelle und kollektive Entscheidungsfindung



Spielanleitung, Aufgabe und Lösung siehe Begleit-CD

1.1.2 Bedürfnisse – Werbung – Konsum



1. Soziale Bedürfnisse: Zugehörigkeit, Zuneigung, Interaktion
Ich-Bedürfnisse: Anerkennung, Status, Prestige, Achtung, Selbstverwirklichung
2. Entstehung: Gruppenzwang, soziales Umfeld, Werbung
Befriedigung: modische und z. T. überteuerte und überflüssige Konsumgüter (Konsumrausch)
3. Schülerindividuelle Antworten; Vergleich mit eigenem Konsumverhalten

	Mrd. EUR	in %
Kleidung, Mode	4,0	16,2
Kneipe, Disko u. ä.	2,6	10,5
Fahrrad, Mofa, Auto, Führerschein, Benzin	2,3	9,3
Getränke	1,8	7,3
Fastfood-Restaurants	1,7	6,9
Hobbies	1,7	6,9
Körper-/Haarpflege	1,5	6,1
Eintrittskarten	1,3	5,3
Handygebühren	1,1	4,5
Süßigkeiten, Eis	1,1	4,5
Sportartikel	0,9	3,6
Zeitschriften, Bücher	0,9	3,6
salzige Knabbersacher, Chips	0,7	2,8
Computer, Software, Games, Internet	0,6	2,4
Sonstiges	2,5	10,1
Summe	24,7	100,0

Hinweis: Die Summe der in der Abb. angegebenen Ausgaben ergibt 24,7 Mrd. EUR (statt der angegebenen 24,9 Mrd. EUR)