

Ordnungsmittel: Niedersächsisches Kultusministerium: Rahmenrichtlinien für den berufsbezogenen Lernbereich in der Fachoberschule - Wirtschaft und Verwaltung - Schwerpunkt Wirtschaft. Stand: März 2014	
Lerngebiet/Lernfeld/Modul: Lerngebiet 12.4: „Ergebnisse wirtschaftspolitischer Entscheidungsprozesse beurteilen“	Zeitrictwert: 80 Stunden
Titel der Lernsituation: LS 12.4.4 Bestimmungsfaktoren von Angebot und Nachfrage darstellen	Zeitrictwert: 10 Stunden
Intendierter Kompetenzzuwachs (siehe ggf. Kompetenzbeschreibungen der Ordnungsmittel/schulisches Curriculum):	
<p>Fachkompetenz: Die SuS...</p> <ul style="list-style-type: none"> • definieren den Begriff Markt • erläutern Angebot, Nachfrage und Preisbildung auf einem Markt und stellen das Marktgleichgewicht grafisch anhand des Preis-Mengen-Diagramms dar • leiten Angebots- und Nachfrageüberhang ab • beurteilen die Auswirkungen unterschiedlicher Einflussfaktoren • beschreiben die Veränderungen von Konsumenten- und Produzentenrente bei Veränderungen von Angebot und Nachfrage • beurteilen die Auswirkungen staatlicher Eingriffe auf Angebot, Nachfrage, Preisbildung und Gesamtwohlfahrt • erkennen durch die Auseinandersetzung mit dem volkswirtschaftlichen Modell die Bedeutung wirtschaftspolitischer Entscheidungen auf Angebot, Nachfrage, Preisbildung und Wohlstand • reflektieren das Planspiel kritisch 	
<p>Personalkompetenz: Die SuS...</p> <ul style="list-style-type: none"> • erlangen im Rahmen der Förderung der Selbstkompetenz Eigenschaften wie Selbstständigkeit, Kritikfähigkeit, Selbstvertrauen, Zuverlässigkeit und Verantwortungs- und Pflichtbewusstsein. • setzen sich im Rahmen der Förderung der Sozialkompetenz verantwortungsbewusst mit anderen auseinander und verständigen sich. • entwickeln soziale Verantwortung und Solidarität. • gehen im Rahmen der Methodenkompetenz zielgerichtet und planvoll in Einzelarbeit und in Gruppenarbeiten vor • präsentieren ihre Ergebnisse mithilfe unterschiedlicher Medien • übernehmen Verantwortung für ihren Lernprozess und reflektieren diesen 	
<p>Erkenntnisinteresse: Die SuS erkennen volkswirtschaftliche Zusammenhänge und Auswirkungen von staatlichen Eingriffen auf Nachfrage, Angebot, Preisbildung und Wohlfahrt.</p>	
Handlungssituation: siehe unten	
Handlungsergebnis: Wirkungskette	

Datum/Stunde	1/2	3/4	5/6	7/8	9/10
Stundenthema	Preisbildung auf dem Markt	Auswirkungen von Angebots- und Nachfrageveränderungen auf den Preisbildungsprozess.	Konsumenten- und Produzentenrente bzw. Gesamtwohlfahrt	Reaktionen von Angebot und Nachfrage auf Veränderungen am Markt	Kritische Reflexion des Planspiels
Ziel der Stunde	Die SuS beurteilen die Wettbewerbsfähigkeit der CleanTech Innovations GmbH und ermitteln den Gleichgewichtspreis	Die SuS stellen die Auswirkungen von Angebots- und Nachfrageveränderungen auf den Gleichgewichtspreis für Staubsaugerroboter dar.	Die SuS erkennen die Zusammenhänge zwischen Veränderungen des Angebotes und der Nachfrage und Veränderungen der Konsumenten- und Produzentenrente (bzw. Gesamtwohlfahrt).	SuS bewerten die Unterstützung durch die vom Staat festgelegte Subvention für die Produktion von Akkus.	Bewertung des Erlernten durch einen erneuten Spieldurchlauf. Kritische Betrachtung.
Phase der Lernhandlung bei vollst. Handlung	Informieren, Planen, Entscheiden	Ausführen	Ausführen	Ausführen	Reflexion, Bewertung
Unterrichtsinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung HS • Planspiel als Einstieg • Anhand der Ergebnisse wird die Angebotskurve dargestellt • Nachfragekurve Einführung • Definition Gleichgewichtspreis • Zusammenhang zwischen Nachfrage und Preis • Zusammenhang zwischen Angebot und Preis • Grafische Darstellung des Gleichgewichtspreises anhand des Preis-Mengen-Diagramms 	<ul style="list-style-type: none"> • Rückbezug zur HS • Einflussfaktoren auf Angebot und Nachfrage, wie Produktionskosten, Technische Entwicklungen, Preise von Substitutionsgütern, Einkommen der HH, Nutzen usw. • Auswirkungen der Einflussfaktoren auf Angebots- und Nachfragekurve (4 Fälle der Kurvenverschiebung) • Auswirkungen der Einflussfaktoren auf den Gleichgewichtspreis 	<ul style="list-style-type: none"> • Rückbezug zur HS • Preisziele von Anbietern und Nachfragern auf dem vollkommenen Markt (Interessengegensatz) • Rechnerische Ermittlung von Gesamtangebot + Gesamtnachfrage • Zusammenhang zwischen Nachfrage und Preis • Zusammenhang zwischen Angebot und Preis 	<ul style="list-style-type: none"> • Rückbezug zur HS und Fortführung • Grafische Darstellung der Veränderungen von Angebot und Nachfrage sowie des Gleichgewichtspreises im Preis-Mengen-Diagramm durch die Subvention • Auswirkungen der Subvention auf Konsumenten-, Produzentenrente und Gesamtwohlfahrt • Auswirkungen anderer staatlicher Eingriffe im Überblick • Ableitung einer Wirkungskette 	<ul style="list-style-type: none"> • Rückbezug zur HS • Erneute Durchführung des Planspiels • Vergleich der Ergebnisse mit den Spielen zu Beginn der LS. • Reflexion der Einflussfaktoren • Kritische Betrachtung des Planspiels (Modellkritik)
Methodische Hinweise	<ul style="list-style-type: none"> • PL, EA, GA (at), Planspiel • Redekette, Murmelrunde 	<ul style="list-style-type: none"> • PL, PA, GA (at.), SPrä • Murmelrunde 	<ul style="list-style-type: none"> • GA ag, PL, SPrä, • Redekette, Murmelrunde 	<ul style="list-style-type: none"> • PL, EA, GA (at), SPrä, • Redekette, Murmelrunde 	<ul style="list-style-type: none"> • PL, EA, PA, GA, Planspiel • Redekette, Murmelrunde

					• Diskussion
Medien	HS, Beamer, digitale Endgeräte, Excel, Dokumentenkamera	HS, Beamer,, digitale Endgeräte, Excel, Dokumentenkamera	HS, Beamer, digitale Endgeräte, Excel, Dokumentenkamera	HS, Beamer, digitale Endgeräte, Dokumentenkamera	HS, Beamer, digitale Endgeräte, Excel, Dokumentenkamera

Anmerkungen/Legende:

Die Sozialformen: Plenum, GA = Gruppenarbeit, PA = Partnerarbeit, EA = Einzelarbeit., ag = arbeitsgleich, at = arbeitsteilig

Die Aktionsformen: f-e = fragend-entwickelnd, i.o. = impuls-orientiert, LV = Lehrervortrag, Lal = Lehrer als Initiator, LaM = Lehrer als Moderator, LaB = Lehrer als Berater, Lalnf = Lehrer als Informant, SV = Schülervortrag, SD = S-diskussion, SPra = S-präsentation, ST = S-tätigkeit, **Die Medien:** KK = Karteikarten, AB = Arbeitsblatt, IP = Informationspapier, WZ = Wandzeitung, TA = Tafel / Tafelanschrieb

Phasen des Lernhandelns: I = Information, P = Planung, E = Entscheidung, A = Ausführung, K = Kontrolle, An = Analyse/Abstraktion.

Handlungssituation

Die Firma "CleanTech Innovations GmbH" ist ein führender Hersteller von Staubsaugerrobotern und plant ihre Preispolitik für das kommende Jahr. Die Geschäftsführung hat erkannt, dass die Nachfrage nach Staubsaugerrobotern in den letzten Monaten deutlich gestiegen ist, insbesondere aufgrund des wachsenden Interesses an intelligenten Haushaltsgeräten.

Die Marketingabteilung hat eine umfassende Marktanalyse durchgeführt und festgestellt, dass die Konkurrenz im Bereich der Staubsaugerroboter zunimmt. Um die Marktanteile zu halten und gleichzeitig die Gewinnmarge zu steigern, müssen die Verantwortlichen eine kluge Preisstrategie entwickeln. Gleichzeitig plant die Geschäftsführung, staatliche Subventionen in Anspruch zu nehmen, um die Produktion zu optimieren und die Robotertechnologie weiter zu verbessern.

Michaela (Vertriebsleiterin): Leute, ich denke, es ist an der Zeit, dass wir unsere Preise senken. Die Nachfrage nach unseren Staubsaugerrobotern ist hoch, aber die Konkurrenz schläft nicht. Wenn wir die Preise senken, locken wir mehr Kunden an und sichern uns einen größeren Marktanteil. Das wird langfristig die Gewinne steigern

Anna (Produktmanagerin): Michaela, ich verstehe deinen Standpunkt, aber ich glaube, es ist genauso wichtig, unsere Marke als Premiumanbieter zu positionieren. Unsere Staubsaugerroboter sind hochwertig und innovativ – warum sollten wir uns selbst unter Wert verkaufen? Wenn wir die Preise beibehalten oder sogar leicht erhöhen, können wir das Image unserer Marke stärken und höhere Gewinnmargen erzielen.

David (Leiter strategische Planung): Ich denke, es gibt einen Mittelweg. Statt die Preise drastisch zu senken oder zu erhöhen, sollten wir über Sonderangebote, Bundles oder Finanzierungsoptionen nachdenken. Das könnte die Attraktivität für unsere Kunden steigern, ohne unser Premiumimage zu gefährden. Und lasst uns nicht vergessen, die staatlichen Subventionen zu nutzen. Damit könnten wir nicht nur unsere Forschung und Entwicklung vorantreiben, sondern auch die Produktionskapazitäten erweitern, um auf die steigende Nachfrage reagieren zu können.

Michaela: Aber David, das sind kurzfristige Maßnahmen. Wenn wir die Preise senken, gewinnen wir sofort Kunden. Das ist doch, was zählt.

Anna: Michaela, wir sollten nicht die langfristige Strategie aus den Augen verlieren. Unsere Marke steht für Qualität, und das sollten wir unseren Kunden zeigen. Wenn sie erst einmal von der Qualität überzeugt sind, sind sie auch bereit, etwas mehr zu zahlen.

David: Anna, Michaela hat einen Punkt. Aber ich denke, wir können auch kreativ sein. Vielleicht können wir spezielle Finanzierungsangebote für unsere Premiumprodukte anbieten und gleichzeitig die Subventionen nutzen, um unsere Innovationskraft zu stärken. So gewinnen wir auf beiden Seiten.

Problem: Die Führungskräfte müssen nun eine ganzheitliche Strategie entwickeln, die sowohl die Preispolitik als auch die Nutzung staatlicher Unterstützung berücksichtigt. Dabei müssen sie die Marktbedingungen, Kundenpräferenzen und die Wettbewerbssituation genau analysieren, um die richtigen Entscheidungen für die Zukunft von "CleanTech Innovations GmbH" zu treffen.

Weitere Verknüpfung mit der Lernsituation Preispolitik und Unternehmensstrategien möglich.

Auswertungsfragen

- Welche Rolle spielen Angebot und Nachfrage bei der Bestimmung des Gleichgewichtspreises?
- Wie beeinflussen Veränderungen in der Angebotsmenge und Nachfragemenge den Gleichgewichtspreis auf einem Markt?
- Welche Einflussfaktoren können zu einer Verschiebung der Angebots- oder Nachfragekurve führen?
- Wie wirken sich diese Verschiebungen auf den Gleichgewichtspreis aus?
- Inwiefern können staatliche Eingriffe, wie Subventionen, das Gleichgewicht zwischen Angebot und Nachfrage auf einem Markt beeinflussen?
- Wie wirken sich Veränderungen des Angebots und der Nachfrage auf die Konsumenten- und die Produzentenrente und somit auf die Gesamtwohlfahrt aus?
- Wie wirkt sich eine Subvention des Staates auf die Konsumenten- und die Produzentenrente und somit auf die Gesamtwohlfahrt aus?
- Wie wirken sich andere staatliche Eingriffe aus?
- Begründen Sie, welcher staatliche Eingriff für Ihr Unternehmen im Planspiel der Beste wäre.

Letzte Stunde

- Welche methodischen Herausforderungen und potenziellen Verzerrungen könnten bei der Anwendung von Planspielen zur Bestimmung des Marktpreises auftreten?
- Wie können diese Aspekte die Realitätsnähe und Aussagekraft der Ergebnisse beeinflussen?