

LEHR- UND LERNMATERIAL

Handel und Konsum: Produkte herstellen, vergleichen, kaufen

Kurzbeschreibung

In diesem dreistündigen Unterrichtsszenario befassen sich die Schüler:innen mit verschiedenen Handelsformen, Handelsakteur:innen sowie mit Käuferlebnissen und -entscheidungen. Behandelt werden der stationäre und der Online-Handel und Handelsakteur:innen von den Produzent:innen bis zu den Kund:innen. Gleichzeitig wird aufgezeigt, wie bewusste Kaufentscheidungen getroffen und dadurch schlechte Käuferlebnisse eher vermieden werden können. Dazu führen die Schüler:innen Interviews mit zwei Personen, um aus deren Erfahrungen lernen und Kaufentscheidungen reflektierter treffen zu können. Abschließend werden Produktbewertungen fokussiert – sowohl als Leser:innen als auch als aktive Verfasser:innen aus zwei unterschiedlichen Perspektiven.

Beim vorliegenden Material handelt es sich um einen Entwurf, der für den Schulpiloten der Stiftung für Wirtschaftsbildung als Prototyp entwickelt wurde und im Schuljahr 2023/24 evaluiert wird. Wenn du Anregungen zum Material hast, freuen wir uns sehr über deine Rückmeldung an: office@wirtschaft-erleben.at.

Inhalt

Überblick	2
Unterrichtsszenario & Material.....	3
Lösungen.....	20
Anhang	24



ÜBERBLICK

Themenbereich	Unternehmen, Produktion & Dienstleistungen
Dauer	3-5 Unterrichtseinheiten (à 50 Minuten)
Keywords	Handel; Konsum; Online-Handel; Kaufentscheidungen
Schulstufe	6. Schulstufe
Fach	Geographie und wirtschaftliche Bildung
Fächervernetzung	Digitale Grundbildung
Lernziele laut Lehrplan	<p><i>Kompetenzbereich</i> Vernetztes Wirtschaften zwischen Produktion und Konsum</p> <p>Die Schüler:innen können ...</p> <ul style="list-style-type: none"> das Zusammentreffen von Angebot und Nachfrage nach verschiedenen Gütern (einschließlich Leistungen) auf Märkten (Güter-, Arbeits-, und Kapitalmärkte) sowie deren wesentliche Funktionen insbesondere für die Preisbildung charakterisieren.
Weitere Lernziele	<p>Die Schüler:innen können ...</p> <ul style="list-style-type: none"> die Funktion von Handel und dessen Bedeutung hinsichtlich unserer Wirtschaft erklären. verschiedene Handelsformen und deren Vor- und Nachteile nennen. Handelsakteur:innen und deren Aufgaben beschreiben. Produkte aus dem Internet analysieren. Kaufentscheidungen analysieren und reflektieren.
Autorinnen	Anna Steinbauer-Holzer ; Daniela Kaltseis
Kooperationen	Österreichischer Bundesverlag Schulbuch GmbH & Co. KG
Jahr	2024



UNTERRICHTSSZENARIO & MATERIAL

1. Unterrichtseinheit: Was bedeutet „Handel“?

Zeit	Thema	Ablauf	Material	Hinweise
5-10	Einstieg	Erste Aktivierung L ¹ aktiviert SuS mit einer Einstiegsfrage, wie z. B.: „Habt ihr schon mal Handel betrieben? Wie kann Handel aussehen?“	<u>PPT</u> (Folie 3)	Handel ist der Austausch von Waren oder Dienstleistungen meist gegen Geld, aber auch andere Waren oder Dienstleistungen wären ein mögliches Tauschmittel (Beispiel: Spielkarten tauschen).
20-30	Erarbeitung des Themas „Handel“	Inhalte erarbeiten SuS lesen den Text M1 zum Thema Handel und bearbeiten das Kreuzworträtsel dazu. Im Plenum werden etwaige Fragen geklärt.	M1 – Was bedeutet „Handel“? <u>PPT</u> (Folie 5)	Überleitung zum Themenbereich stationärer vs. Online-Handel: Lösungswort von M1 ist „stationär“. Darauf bezugnehmend wird das nächste Thema bearbeitet.
15-20	Zuordnung von Vor- und Nachteilen	Handelsformen gegenüberstellen SuS erarbeiten in einem Think-Pair-Share-Setting Vor- und Nachteile von stationärem und Online-Handel. Dabei sollen sowohl Konsument:innen als auch Unternehmen bedacht werden. SuS halten ihre Überlegungen in M2 fest. Danach Vergleich im Plenum.	M2 – Stationärer und Online-Handel Handels <u>PPT</u> (Folie 6)	Think: selbst überlegen – 3 min Zeit Pair: zu zweit austauschen und überlegen – 3 min Zeit Share: Austausch im Plenum (Fokus auf Unternehmenssicht) Um das Brainstorming zu erweitern, kann L Überbegriffe vorgeben: Preise, Angebot, Verfügbarkeiten, Lieferung, Produktfehler, Kund:innenkontakt, Erreichbarkeit der Kund:innen, Geschäftsmiete.

¹ Verwendete Abkürzungen in der Planungsmatrix: M = Material; SuS = Schülerinnen und Schüler; L = Lehrperson; PPT = Powerpoint-Präsentation



<p>10-15</p>	<p>Sicherung</p>	<p>Gelerntes sichern Mithilfe eines 4-Ecken-Laufs werden drei Definitionen wiederholt. L fragt: „Was bedeutet Handel/Branche/Dienstleistungen?“. In die vier Ecken des Klassenzimmers wird je eine Erklärung (M3) gelegt – drei davon sind falsch, eine korrekt. SuS werden aufgefordert, sich bei jeder Frage in die Ecke mit der ihrer Meinung nach richtigen Erklärung zu stellen.</p>	<p>M3 – 4-Ecken-Lauf – Begriffe und Definitionen</p> <p><u>PPT</u> (Folie 7-10)</p>	<p>Bei jeder Frage müssen sich die SuS bewegen und die Ecke mit der richtigen Definition aufsuchen. Es sollten nicht alle Lösungen in der gleichen Ecke liegen.</p> <p>Alle Begriffe werden auch in folgendem <u>Unterrichtsszenario</u> in der Wabe „Handel“ besprochen. Diese kann vorgelagert eingesetzt werden.</p> <p>Statt des 4-Ecken-Laufs können die Begriffe und mögliche Lösungen auch mithilfe eines Beamers projiziert werden. SuS können ihre Antwort (1, 2, 3 oder 4) auf einem kleinen Kärtchen notieren oder beim Vorlesen der jeweiligen Antwort aufzeigen.</p>
--------------	-------------------------	--	---	---



2. Unterrichtseinheit: Aufgaben und Ziele von Handelsakteur:innen				
Zeit	Thema	Ablauf	Material	Hinweise
5-10	Einstieg	L projiziert die PPT oder schreibt an die Tafel: „Wer ist am Handel beteiligt?“ Wortmeldungen der SuS werden an der Tafel gesammelt.	<u>PPT</u> (Folie 12)	Im späteren Stundenverlauf kann nochmal auf die Wortmeldungen zurückgegriffen und mit den behandelten Handelsakteur:innen verglichen werden.
15-20	Erarbeitung: Aufgaben von Handelsakteur:innen	Handelsakteur:innen kennenlernen SuS verbinden jede:n Handelsakteur:in mit der richtigen Aufgabe (M4). Danach ordnen sie die Akteur:innen in der Reihenfolge eines Handelsweges. Anschließend Vergleich in Vierergruppen.	M4 – Handelsakteur:innen <u>PPT</u> (Folie 14)	SuS vergleichen ihre Ergebnisse hier in Vierergruppen, weil sie bei der anschließenden Aufgabe in diesen Gruppen weiterarbeiten. Danach erfolgt ein kurzer Vergleich im Plenum.
15-25	Erarbeitung: Ziele von Handelsakteur:innen	Ziele von Handelsakteur:innen Jede:r SuS erhält 2 Kärtchen (M5). In der Vierergruppe lesen sie ihre Kärtchen vor und überlegen gemeinsam, welche Akteur:innen dieses Ziel verfolgen. Dann Vergleich im Plenum anhand einer Stellübung: Dazu verkörpern 5 SuS je eine:n Handelsakteur:in. Wenn ein Ziel genannt wird, das sie verfolgen, treten sie einen Schritt nach vorne. L bittet SuS um kurze Erklärungen.	M5 – Ziele von Handelsakteur:innen (zerschnitten) <u>PPT</u> (Folie 15)	Die 5 Handelsakteur:innen sind Produzent:in, Lieferant:in, Großhändler:in, Einzelhändler:in, Kund:in. Bei der Stellübung sollen SuS bei einem Ziel, das für sie passt, einen Schritt nach vorne machen. Nach der Erklärung gehen sie wieder einen Schritt zurück. Bei der Erklärung sollten möglichst SuS um Wortmeldungen gebeten werden, die während dieser Übung keine Handelsakteur:innen verkörpern, um die Aufmerksamkeit der Klasse zu erhalten. Alternativ können in jeder Vierergruppe auch nur vier Ziele ausgeteilt werden. Die fehlenden vier Ziele lernen die SuS dann bei der Stellübung kennen.



<p>10-15</p>	<p>Sicherung</p>	<p>Begriffe-Domino SuS bilden 4er-Gruppen. L teilt M6 an die SuS aus. SuS falten M6 senkrecht in der Mitte. Ein:e SuS liest einen Begriff auf der „Vorderseite“ (=linke Seite) vor. Alle anderen SuS müssen auf der „Rückseite“ (=rechte Seite) die Definitionen durchlesen. Wer die passende Definition gefunden hat, liest diese vor. Wenn die Lösung stimmt, dann liest die-/derjenige jenen Begriff auf der Vorderseite vor, der auf der gleichen Höhe steht. Das Domino-Spiel setzt sich fort, bis alle Begriffe vorgekommen sind.</p>	<p>M6 – Domino PPT (Folie 16)</p>	<p>Im Domino werden Begriffe aus der vorigen und aus dieser Einheit wiederholt.</p>
<p>5-10</p>	<p>Arbeitsauftrag für zuhause</p>	<p>Alltagschallenge erklären SuS bekommen einen Fragebogen, mit dem sie zwei Erwachsene/ Jugendliche zu den bisher besten/schlechtesten Käuferlebnissen und Kaufentscheidungen befragen. L teilt die Fragebögen aus und klärt mögliche Verständnisfragen.</p>	<p>M7 – Fragebogen (doppelseitig)</p>	



3. Unterrichtseinheit: Käuferlebnisse und -entscheidungen

Zeit	Thema	Ablauf	Material	Hinweise
10-15	Einstieg	Alltagschallenge aufarbeiten L teilt SuS in Gruppen zu je 4-5 SuS ein. SuS nehmen ihre ausgefüllten Fragebögen zur Hand (M7) und besprechen gemeinsam folgende Fragen: „Was lerne ich aus diesen Erfahrungen? Was sind die drei wichtigsten Learnings?“ Anschließend Blitzlichter im Plenum und ggf. M2 aus der ersten Stunde ergänzen.	M7 – Fragebogen (ausgefüllt)	Hilfestellungen für die Learnings: - Bedenken, wie die schlechten Einkaufserlebnisse zustande gekommen sind - Überlegen, ob fehlende / falsche Informationen Schuld daran waren
5-10	Einleitung	Produkte sammeln L und SuS sammeln täglich genutzte Produkte. Notizen an der Tafel.		Beispiele für Produkte: Handy, Trinkflasche, Turnschuhe, Fahrrad, Spielkonsole, ...
30-40	Erarbeitung: Recherche und Rezension verfassen	Recherche- und Schreibauftrag SuS sammeln im Internet Informationen über eines der Produkte: Rezensionen und Bewertungen, Empfehlungen, Produkttestungen, Angebotsvergleiche etc. SuS verfassen aufgrund ihrer Recherche eine eigene Produktbewertung zu ihrem gewählten Produkt.	M8 – Produktbewertung <u>PPT</u> (Folie 18-19)	Mithilfe der PPT kann L zwei Beispiele für eine Produktbewertung zeigen.



<p>10-15</p>	<p>Reflexion</p>	<p>Gespräch im Plenum L-SuS Gespräch anhand folgender Leitfragen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wie finde ich heraus, ob ein Produkt „gut“ ist? - Wie kann ich Informationen über Produkte analysieren? - Was sollte ich bei Bewertungen beachten? - Welche Unterschiede gab es bei den eigenen Bewertungen? Was lerne ich daraus? 	<p><u>PPT</u> (Folie 21)</p>	<p>Hilfestellung bei Produktauswahl:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Erfahrungsberichte von Menschen, die wir kennen - Produkt anschauen gehen - Bewertungen im Internet lesen - Informationen über Produkte im Internet vergleichen - Wichtig: Bewertungen und Produktinformationen kritisch lesen - Bei Bewertungen beachten: Je nach Kund:in (Alter, Geschlecht, Interessen, ...) können Bewertungen sehr unterschiedlich ausfallen. Deshalb sollte man auf die Schlagworte und Aspekte achten, die einem selbst wichtig sind.
<p>-</p>	<p>Optionale Sicherung</p>	<p>Inhalte festigen Mithilfe der Wabe werden auf chabaDoo eigenständig die gelernten Inhalte wiederholt.</p>	<p>Wabe: <u>Handel – Konsum</u></p>	



M1: Was bedeutet „Handel“?



Aufgabe: Kreuzworträtsel

1. **Lies** dir den folgenden Text zum Thema „Handel“ **durch**.
2. **Löse** im Anschluss das Kreuzworträtsel, indem du die Fragen beantwortest. **Schreib** die gekennzeichneten Buchstaben in das Feld darunter. Wie lautet das Lösungswort? (Umlaute bleiben bestehen.)

Der Handel ist ein wichtiger Teil unserer Wirtschaft und unseres täglichen Lebens. Handel bedeutet Austausch oder Kauf und Verkauf von Waren oder Dienstleistungen: Das kann sich lokal (z. B. in deinem Dorf oder deiner Region), national (z. B. in Österreich) oder international (z. B. in Europa oder auch weltweit) abspielen. Unternehmen und Händler:innen bieten Produkte an, die von Kund:innen oder anderen Unternehmen gekauft werden können.

Arten des Handels

Auf der einen Seite gibt es den Binnenhandel. Das ist der Handel innerhalb eines Landes. Zum Beispiel werden Lebensmittel von Tiroler Landwirt:innen in Supermärkten in Wien verkauft.

Auf der anderen Seite gibt es den Außenhandel. Das ist der Handel zwischen verschiedenen Ländern. Durch Import und Export von Waren wird internationaler Handel betrieben.



Verkaufsorte

Unterschieden wird zwischen stationärem Handel und Online-Handel. Unter stationärem Handel versteht man den Handel vor Ort, z. B. direkt in einem Kleidungsgeschäft oder in einer Bäckerei. Online-Handel bezeichnet den Handel im Internet, z. B. über Verkaufsplattformen online. Je nach Verkaufsort gibt es unterschiedliche Lieferprozesse. Kund:innen können Produkte selbst in Geschäften abholen oder sich diese nach Hause schicken lassen. Zweiteres nennt man Versand.

Funktionen des Handels

Mehr Handel kann zu Wirtschaftswachstum führen. Wirtschaftswachstum bedeutet, dass mehr Waren und Dienstleistungen verkauft und gekauft werden. Eine weitere Funktion ist, eine Vielfalt an Produkten aus aller Welt für die Kund:innen bereitzustellen. Zudem arbeiten viele Menschen im Handel. Der Handel schafft also viele Arbeitsplätze.

Akteur:innen des Handels

Auf der Verkaufsseite stehen Produzent:innen, sowie Groß- und Einzelhändler:innen. Zu den Produzent:innen zählen Unternehmen oder Personen, die Produkte herstellen. Zu den Großhändler:innen zählen Unternehmen, die große Mengen an Produkten von Produzent:innen kaufen und sie an Einzelhändler:innen weiterverkaufen. Zu Einzelhändler:innen zählen Unternehmen, die Produkte direkt an die Kund:innen verkaufen.



M2: Stationärer und Online-Handel



Aufgabe: Vor- und Nachteile

1. **Notiere** für dich selbst Vor- und Nachteile vom stationären und Online-Handel. **Denke** an die Konsument:innen und die Unternehmen. (3min)
2. **Tausche** dich mit deiner Partnerin / deinem Partner **aus**. (3min)
3. **Ergänzt** im Plenum eure gesammelten Vor- und Nachteile.

	Vorteile	Nachteile
Stationärer Handel		
Online-Handel		

M2: Stationärer und Online-Handel



Aufgabe: Vor- und Nachteile

1. **Notiere** für dich selbst Vor- und Nachteile vom stationären und Online-Handel. **Denke** an die Konsument:innen und die Unternehmen. (3min)
2. **Tausche** dich mit deiner Partnerin / deinem Partner **aus**. (3min)
3. **Ergänzt** im Plenum eure gesammelten Vor- und Nachteile.

	Vorteile	Nachteile
Stationärer Handel		
Online-Handel		



M3: 4-Ecken-Lauf – Begriffe und Definitionen

Handel:

Austausch von Waren
Wiederverwertung von alten Waren
Umtausch von kaputten Waren
Umtausch von geborgten Waren

Branche:

Unternehmen, die gleiche oder ähnliche Produkte produzieren
Unternehmen, die verschiedene Produkte produzieren



Unternehmen, die keine Produkte produzieren

Unternehmen, die ausschließlich online Produkte kaufen

Dienstleistungen:

Services, die nur online in Anspruch genommen werden können

Services, für die man bezahlt

Unternehmen, die illegale Services anbieten

Services, die nur vor Ort in Anspruch genommen werden können



M4: Handelsakteur:innen



Aufgabe: Wer macht was?

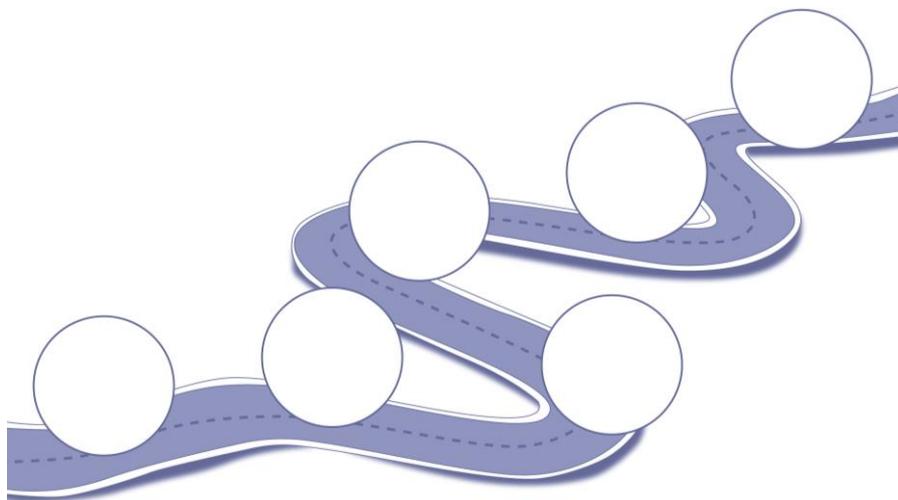
Sarah geht in einen Fair-Trade-Laden, um eine Trinkflasche zu kaufen. Sie sucht eine nachhaltige Flasche, die sie immer wieder befüllen kann. Schließlich findet sie eine Glasflasche mit Stoffhülle und einem Bambus-Drehverschluss. Sie überlegt, welchen Weg diese Flasche bereits hinter sich hat und wer mit welchen Aufgaben an diesem Weg beteiligt war.

1. **Ordne** die Aufgaben der Handelsakteur:innen richtig **zu**.
2. **Notiere** entlang des Handelswegs die Handelsakteur:innen in der richtigen Reihenfolge (1-6).

Welche Stationen hast du hinter dir?



Handelsakteur:innen	Aufgabe
Großhändler:innen	... verkaufen die Trinkflaschen an Kund:innen wie Sarah.
Kund:innen	... stellen die Trinkflasche, die Stoffhülle und den Schraubverschluss her.
Lieferant:innen	... kaufen Waren und Dienstleistungen direkt in einem Geschäft oder im Online-Handel.
Produzent:innen	... bieten finanzielle Möglichkeiten, um die Gründung und Entwicklung eines Unternehmens zu unterstützen.
Bankinstitute	... stellen einzelne Komponenten wie Glas, Bambus und Stoff zur Verfügung und liefern Produkte aus.
Einzelhändler:innen	... kaufen große Mengen der Trinkflaschen von Produzent:innen. Danach verkaufen sie diese weiter an Einzelhändler:innen und Online-Shops.





M5: Ziele von Handelsakteur:innen

<p>Nachhaltigkeit</p> <p>Diese Akteur:innen sind bemüht, Verantwortung für andere Menschen und die Umwelt zu übernehmen. Das kann unterschiedlich aussehen: Manche entwickeln Prozesse, die der Umwelt weniger schaden. Andere achten beim Einkauf darauf, wo die Produkte herkommen.</p>	<p>Innovation</p> <p>Diese Akteur:innen möchten neue Produkte entwickeln, um die Bedürfnissen der Kund:innen zu erfüllen oder ihnen sogar einen Schritt voraus zu sein. Außerdem wollen sie damit ihre Wettbewerbsfähigkeit erhöhen.</p>
<p>Geringe Ausgaben</p> <p>Diese Akteur:innen wollen Produkte meist zu einem niedrigen Preis kaufen. Dies erreichen sie dadurch, dass sie Produkte vergleichen, z. B. im Internet oder direkt im Geschäft.</p>	<p>Zufriedenheit der Kund:innen</p> <p>Diese Akteur:innen wollen Kund:innen über längere Zeit für sich zu gewinnen. Um das zu erreichen, wollen sie die Bedürfnisse und Erwartungen der Kund:innen erfüllen.</p>
<p>Gewinn</p> <p>Diese Akteur:innen haben das Ziel, ihre Produkte zu einem möglichst hohen Preis zu verkaufen, damit sie mehr Gewinn machen können.</p>	<p>Zufriedenheit der Mitarbeiter:innen</p> <p>Für diese Akteur:innen ist es wichtig, dass ihre Mitarbeiter:innen zufrieden sind und diese gern bei ihnen arbeiten.</p>
<p>Effizienz</p> <p>Diese Akteur:innen versuchen, Prozesse zu verbessern und schneller zu erledigen. Das verringert die Kosten und ermöglicht es, mehr Produkte in kürzerer Zeit herzustellen.</p>	<p>Größerer Marktanteil</p> <p>Diese Akteur:innen wollen ihre Position am Markt ausbauen. Sie haben ein Interesse daran, dass sie im Vergleich zu ihren Konkurrent:innen mehr verkaufen und mehr Kund:innen erreichen.</p>

<p>Nachhaltigkeit</p> <p>Diese Akteur:innen sind bemüht, Verantwortung für andere Menschen und die Umwelt zu übernehmen. Das kann unterschiedlich aussehen: Manche entwickeln Prozesse, die der Umwelt weniger schaden. Andere achten beim Einkauf darauf, wo die Produkte herkommen.</p>	<p>Innovation</p> <p>Diese Akteur:innen möchten neue Produkte entwickeln, um die Bedürfnissen der Kund:innen zu erfüllen oder ihnen sogar einen Schritt voraus zu sein. Außerdem wollen sie damit ihre Wettbewerbsfähigkeit erhöhen.</p>
<p>Geringe Ausgaben</p> <p>Diese Akteur:innen wollen Produkte meist zu einem niedrigen Preis kaufen. Dies erreichen sie dadurch, dass sie Produkte vergleichen, z. B. im Internet oder direkt im Geschäft.</p>	<p>Zufriedenheit der Kund:innen</p> <p>Diese Akteur:innen wollen Kund:innen über längere Zeit für sich zu gewinnen. Um das zu erreichen, wollen sie die Bedürfnisse und Erwartungen der Kund:innen erfüllen.</p>
<p>Gewinn</p> <p>Diese Akteur:innen haben das Ziel, ihre Produkte zu einem möglichst hohen Preis zu verkaufen, damit sie mehr Gewinn machen können.</p>	<p>Zufriedenheit der Mitarbeiter:innen</p> <p>Für diese Akteur:innen ist es wichtig, dass ihre Mitarbeiter:innen zufrieden sind und diese gern bei ihnen arbeiten.</p>
<p>Effizienz</p> <p>Diese Akteur:innen versuchen, Prozesse zu verbessern und schneller zu erledigen. Das verringert die Kosten und ermöglicht es, mehr Produkte in kürzerer Zeit herzustellen.</p>	<p>Größerer Marktanteil</p> <p>Diese Akteur:innen wollen ihre Position am Markt ausbauen. Sie haben ein Interesse daran, dass sie im Vergleich zu ihren Konkurrent:innen mehr verkaufen und mehr Kund:innen erreichen.</p>



M6: Domino



Aufgabe: Begriffe erklären

Für jeden Begriff in der linken Spalte gibt es eine passende Definition. Diese Definitionen werden nun gemeinsam in der Gruppe als mündliches Domino zugeordnet.

1. **Falte** das Arbeitsblatt in der Mitte entlang der Tabellenspalte.
2. Eine Person beginnt: **Lies** einen Begriff auf der „Vorderseite“ (=linke Seite) **vor**. Für alle anderen gilt: **Sucht** auf der „Rückseite“ (=rechte Seite) die richtige Definition. Wer sie gefunden hat, **liest** diese **vor**.
3. Die Person mit der richtigen Definition **liest** nun jenen Begriff auf der Vorderseite **vor**, der auf der gleichen Höhe steht.

Das Domino-Spiel geht so lange, bis alle Begriffe vorgekommen sind.

Begriff	Erklärung
Branche	Handel vor Ort, z. B. direkt in einem Lebensmittelgeschäft
Handel	Unternehmen, die gleiche oder ähnliche Produkte produzieren
Dienstleistungen	Stellen Waren her
Konsum	Austausch von Waren oder Dienstleistungen
Nachhaltigkeit	Verkauft Waren direkt an Kund:innen
Stationärer Handel	Tätigkeit, die ein Unternehmen oder eine Person für andere ausübt
Großhändler:in	Händler:innen verschicken Waren an ihre Kund:innen
Einzelhändler:in	Handel, der im Internet stattfindet, z. B. auf unterschiedlichen Plattformen
Produzent:in	Es wird nur so viel von einer Sache verbraucht, wie in der Natur neu entsteht
Online-Handel	Bindeglied zwischen Produzent:innen und Einzelhändler:innen
Versand	Alles, was die Menschen an alltäglichen Dingen „verbrauchen“



M7: Fragebogen: Käuferlebnisse und Kaufentscheidungen



Aufgabe: Interview

Führe mit zwei Personen ein Interview und **fülle** den Fragebogen aus.

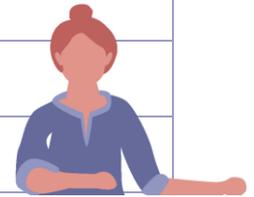


Erste Person

Alter: _____ Jahre

Bestes Käuferlebnis:

1. Was war dein bestes Käuferlebnis bisher? Was hat dieses Käuferlebnis so besonders gemacht?	
2. Welches Produkt oder welche Dienstleistung hast du gekauft?	
3. Wie hast du von diesem Produkt oder dieser Dienstleistung erfahren?	
4. Was hast du durch dieses Käuferlebnis gelernt?	



Schlechtestes Käuferlebnis:

1. Was war dein schlechtestes Käuferlebnis bisher? Was hat dieses Käuferlebnis so negativ gemacht?	
2. Welches Produkt oder welche Dienstleistung hast du gekauft?	
3. Wie hast du von diesem Produkt oder dieser Dienstleistung erfahren?	
4. Was hast du durch dieses Käuferlebnis gelernt?	



Kaufentscheidungen:

1. Welche Faktoren beeinflussen deine Kaufentscheidungen? Wähle 3-4 Begriffe aus der Liste aus: Preis, Qualität, Zuverlässigkeit des Produkts / der Dienstleistung, Kundenservice, Marke, Empfehlungen, Bewertungen, Design, Sonstiges: _____	
2. Welche dieser Produkte kaufst du eher online und welche direkt im Geschäft? Male die Produkte in zwei Farben an (z. B. Produkte aus dem Geschäft = blau, Online-Produkte = gelb). Lebensmittel, Kleidung, Schuhe, Möbel, Handy, Werkzeug, Filme/Musik, Kosmetika, alltägliche Gegenstände wie Zahnpasta oder Klopapier, Sportausrüstung (Geräte, Kleidung), Medikamente.	
3. Warum kaufst du bestimmte Produkte online und andere direkt im Geschäft? Welche Vor- und Nachteile gibt es deiner Meinung nach?	



Zweite Person

Alter: _____ Jahre

Bestes Käuferlebnis:

1. Was war dein bestes Käuferlebnis bisher? Was hat dieses Käuferlebnis so besonders gemacht?	
2. Welches Produkt oder welche Dienstleistung hast du gekauft?	
3. Wie hast du von diesem Produkt oder dieser Dienstleistung erfahren?	
4. Was hast du durch dieses Käuferlebnis gelernt?	



Schlechtestes Käuferlebnis:

1. Was war dein schlechtestes Käuferlebnis bisher? Was hat dieses Käuferlebnis so negativ gemacht?	
2. Welches Produkt oder welche Dienstleistung hast du gekauft?	
3. Wie hast du von diesem Produkt oder dieser Dienstleistung erfahren?	
4. Was hast du durch dieses Käuferlebnis gelernt?	



Kaufentscheidungen:

1. Welche Faktoren beeinflussen deine Kaufentscheidungen? Wähle 3-4 Begriffe aus der Liste aus: Preis, Qualität, Zuverlässigkeit des Produkts / der Dienstleistung, Kundenservice, Marke, Empfehlungen, Bewertungen, Design, Sonstiges: _____	
2. Welche dieser Produkte kaufst du eher online und welche direkt im Geschäft? Male die Produkte in zwei Farben an (z. B. Produkte aus dem Geschäft = blau, Online-Produkte = gelb). Lebensmittel, Kleidung, Schuhe, Möbel, Handy, Werkzeug, Filme/Musik, Kosmetika, alltägliche Gegenstände wie Zahnpasta oder Klopapier, Sportausrüstung (Geräte, Kleidung), Medikamente.	
3. Warum kaufst du bestimmte Produkte online und andere direkt im Geschäft? Welche Vor- und Nachteile gibt es deiner Meinung nach?	



M8: Produktbewertung



Aufgabe: Bewertungen verfassen

Schreibe nun zwei Bewertungen für das Produkt, das du dir ausgesucht hast.

1. **Schreibe** aus deiner Perspektive.
2. **Stell dir vor**, du bist eine 60-jährige Person. Wie würdest du das Produkt bewerten? **Schreibe** aus ihrer Perspektive.

<p>Bewerte unser Produkt.</p> <p>☆☆☆☆☆ Qualität</p> <p>☆☆☆☆☆ Material</p> <p>☆☆☆☆☆ Design</p> <p>☆☆☆☆☆ Preis</p> <p>☆☆☆☆☆ Funktionen</p> <p>☆☆☆☆☆ Gesamtnote</p>	<p>Schreib eine Bewertung. Was gefällt dir (nicht)?</p> <p>Titel: _____</p>
---	--

<p>Bewerte unser Produkt.</p> <p>☆☆☆☆☆ Qualität</p> <p>☆☆☆☆☆ Material</p> <p>☆☆☆☆☆ Design</p> <p>☆☆☆☆☆ Preis</p> <p>☆☆☆☆☆ Funktionen</p> <p>☆☆☆☆☆ Gesamtnote</p>	<p>Schreib eine Bewertung. Was gefällt dir (nicht)?</p> <p>Titel: _____</p>
---	--

How to ... Hilfestellung für Produktbewertungen

Vergib nicht nur Sterne, sondern schreibe auch über deine Erfahrungen. Das hilft anderen Leser:innen, eine Entscheidung zu treffen. Den Unternehmen hilft es, ihre Produkte zu verbessern.

Gib deiner Bewertung einen Titel. Halte dich kurz und schreibe über ein paar Details. Sei ehrlich und schreibe nur darüber, was du selbst erlebt hast.

Bleibe respektvoll und höflich. Begründe deine Meinung: Warum gefällt dir etwas (nicht)? Warum ist etwas gut/schlecht? Lies dir deine Bewertung vor dem Abschicken durch und kontrolliere Rechtschreibung und Grammatik.





LÖSUNGEN

M1: Was bedeutet „Handel“?

1		D	I	E	N	S	T	L	E	I	S	T	U	N	G	E	N		
2	W	I	R	T	S	C	H	A	F	T	S	W	A	C	H	S	T	U	M
3		A	U	S	T	A	U	S	C	H									
4		P	R	O	D	U	K	T	E										
5						B	I	N	N	E	N	H	A	N	D	E	L		
6				E	X	P	O	R	T										
7						O	N	L	I	N	E								
8	A	R	B	E	I	T	S	P	L	Ä	T	Z	E						
9						V	E	R	S	A	N	D							

Stationär gekaufte Produkte, sind solche, die man direkt im Geschäft kauft.

M2: Stationärer und Online-Handel

	Vorteile	Nachteile
Stationärer Handel	<ul style="list-style-type: none"> - Produkte anfassen und ausprobieren - persönliche Beratung - Ware kann direkt gekauft werden (keine Lieferwartezeiten) - Produktfehler können sofort angemerkt werden - soziale Kontakte - direkter Kontakt zu Kund:innen 	<ul style="list-style-type: none"> - kleinere Produktauswahl - an Öffnungszeiten gebunden - höhere Produktpreise - Preise und Produkte können nicht oder nur schwer verglichen werden - Hin- und Rückweg möglicherweise lang - Verfügbarkeiten teilweise erst vor Ort ersichtlich - Geschäftsmiete / Schauraum muss bezahlt werden
Online-Handel	<ul style="list-style-type: none"> - große Produktauswahl - einkaufen rund um die Uhr (keine Öffnungszeiten) - einkaufen von zuhause aus - Preise und Produkte können leicht verglichen werden - Verfügbarkeiten online ersichtlich - verschiedene Lieferoptionen - kein Schauraum notwendig 	<ul style="list-style-type: none"> - kein persönlicher Kontakt - Kund:innen nicht persönlich erreichbar - Ware muss geliefert werden (teilweise lange Lieferzeiten) - Betrugsrisiko - Produktfehler werden erst zuhause bemerkt - Umtausch teilweise mit größerem Aufwand verbunden

M3: 4-Ecken-Lauf – Begriffe und Definitionen

Handel: Austausch von Waren

Branche: Unternehmen, die gleiche oder ähnliche Produkte produzieren

Dienstleistungen: Services, für die man bezahlt



M4: Handelsakteur:innen

Handelsakteur:innen	Aufgabe
Großhändler:innen	... kaufen große Mengen der Trinkflaschen von Produzent:innen. Danach verkaufen sie diese weiter an Einzelhändler:innen und Online-Shops.
Kund:innen	... kaufen Waren und Dienstleistungen direkt in einem Geschäft oder im Online-Handel.
Lieferant:innen	... stellen einzelne Komponenten wie Glas, Bambus und Stoff zur Verfügung und liefern Produkte aus.
Produzent:innen	... stellen die Trinkflasche, die Stoffhülle und den Schraubverschluss her.
Bankinstitute	... bieten finanzielle Möglichkeiten, um die Gründung und Entwicklung eines Unternehmens zu unterstützen.
Einzelhändler:innen	... verkaufen die Trinkflaschen an Kund:innen wie Sarah.



M5: Ziele von Handelsakteur:innen

- Nachhaltigkeit: alle
- Innovation: Produzent:innen
- Geringe Ausgaben: Kund:innen, Großhändler:innen, Einzelhändler:innen, Produzent:innen
- Zufriedenheit der Kund:innen: Einzelhändler:innen, Großhändler:innen (auch Produzent:innen und Lieferant:innen)
- Gewinn: Großhändler:innen, Produzent:innen, Einzelhändler:innen
- Zufriedenheit der Mitarbeiter:innen: Einzelhändler:innen, Großhändler:innen, Produzent:innen, Lieferant:innen
- Effizienz: Produzent:innen, Großhändler:innen, Einzelhändler:innen
- Größerer Marktanteil: Einzelhändler:innen, Großhändler:innen, Produzent:innen, Lieferant:innen

M6: Domino

Branche	Unternehmen, die gleiche oder ähnliche Produkte produzieren
Handel	Austausch von Waren oder Dienstleistungen
Dienstleistungen	Tätigkeit, die ein Unternehmen oder eine Person für andere ausübt



Konsum	Alles, was die Menschen an alltäglichen Dingen „verbrauchen“
Nachhaltigkeit	Es wird nur so viel von einer Sache verbraucht, wie in der Natur neu entsteht
Stationärer Handel	Handel vor Ort, z. B. direkt in einem Lebensmittelgeschäft
Großhändler:in	Bindeglied zwischen Produzent:innen und Einzelhändler:innen
Einzelhändler:in	Verkauft Waren direkt an Kund:innen
Produzent:in	Stellen Waren her
Online-Handel	Handel, der im Internet stattfindet, z. B. auf unterschiedlichen Plattformen
Versand	Händler:innen verschicken Waren an ihre Kund:innen

M7: Fragebogen

individuelle Lösung

M8: Produktbewertung

individuelle Lösung

Beispiellösung: 12-jährige Person (eigene Perspektive)

<p>Bewerte unser Produkt.</p> <p> Qualität Material Design Preis Funktionen Gesamtnote </p>	<p>Schreib eine Bewertung. Was gefällt dir (nicht)?</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>Titel: <u>Cool, aber teuer</u></p> <p>Das neue Handy funktioniert sehr gut und hat ein schönes Design (knallrot, wirklich cool). Alle Apps funktionieren schnell und das Handy ist wasserdicht, was ich super finde. Eigentlich habe ich nach einem Handy mit einer tollen Kamera gesucht, deswegen habe ich mir ein teureres Modell gekauft. Von den Fotos bin ich aber wirklich enttäuscht – die haben eine ähnliche Qualität wie mein altes Handy.</p> </div>
---	---

Beispiellösung: 60-jährige Person

<p>Bewerte unser Produkt.</p> <p> Qualität Material Design Preis Funktionen Gesamtnote </p>	<p>Schreib eine Bewertung. Was gefällt dir (nicht)?</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>Titel: <u>Unpassend für mein Alter</u></p> <p>Dieses Handy passt leider nicht für Personen in meinem Alter. Der Bildschirm ist sehr klein, man kann die Schrift nicht gut lesen. Der Preis ist zwar etwas höher, aber meiner Meinung nach in Ordnung – das Handy ist wirklich sehr schnell und neu. Die Farbe sieht leider anders aus als im Internet: statt dunkelrot ist es knallrot! Insgesamt gebe ich dem Handy 2 von 5 Sternen, weil mir das Design nicht gefällt und der Bildschirm zu klein ist.</p> </div>
---	--

Wabe: Handel – Konsum

Folie 2: Wichtige Begriffe (Verbinden)

Handel	Austausch von Waren oder Dienstleistungen
Konsum	Alles, was die Menschen an alltäglichen Dingen „verbrauchen“
Nachhaltigkeit	Es wird nur so viel von einer Sache verbraucht, wie in der Natur neu entsteht



Stationärer Handel	Handel vor Ort, z. B. direkt in einem Lebensmittelgeschäft
Online-Handel	Handel, der im Internet stattfindet, z. B. auf unterschiedlichen Plattformen
Versand	Händler:innen verschicken Waren an ihre Kund:innen

Folie 3: Was bedeutet „Handel“? (Drag & Drop)

Der Handel ist ein wichtiger Teil unserer Wirtschaft und unseres täglichen Lebens. Handel bedeutet **Austausch** oder Kauf und Verkauf von Waren oder **Dienstleistungen**. Das kann sich lokal (z. B. in deinem Dorf oder deiner Region), **national** (z. B. in Österreich) oder **international** (z. B. in Europa oder auch weltweit) abspielen. Unternehmen und Händler:innen bieten Produkte an, die von Kund:innen oder anderen **Unternehmen** gekauft werden können.

Handelsformen: Unterschieden wird zwischen **stationärem** Handel und Online-Handel. Unter stationärem Handel versteht man den Handel **vor Ort**, z. B. direkt in einem Kleidungsgeschäft oder in einer Bäckerei. Online-Handel bezeichnet den Handel **im Internet**, z. B. über Verkaufsplattformen online.

Folie 4: Handelsformen (Sortieren)

stationärer Handel	Online-Handel
direkter Kontakt zu Kund:innen	Produktvergleich leichter möglich
Produktfehler können sofort angemerkt werden	einkaufen rund um die Uhr
keine Lieferwartezeiten	verschiedene Lieferoptionen
persönliche Beratung	große Auswahl an verschiedenen Designs und Materialien
soziale Kontakte	Preisvergleich leichter möglich
T-Shirt anfassen und anprobieren	einkaufen von zu Hause aus

Folie 5: Handelsakteur:innen (Sortieren)

(1)	(2)	(3)
Produzent:innen	Lieferant:innen	Großhändler:innen
... stellen die Trinkflasche, die Stoffhülle und den Schraubverschluss her.	... stellen einzelne Komponenten wie Glas, Bambus und Stoff zur Verfügung und liefern Produkte aus.	... kaufen große Mengen der Trinkflaschen von Produzent:innen. Danach verkaufen sie diese weiter an Einzelhändler:innen und Online-Shops.

(4)	(5)
Einzelhändler:innen	Kund:innen
... verkaufen die Trinkflaschen an Kund:innen wie Sarah.	... kaufen Waren und Dienstleistungen direkt in einem Geschäft oder im Online-Handel.

Folie 6: Kaufentscheidungen I (Catch)

Richtige Begriffe: Preis, Qualität, Bewertungen, Material, Design, Funktionen

Falsche Begriffe: Produktname, Logo des Anbieters, Farbe des Geschäfts, Größe des Verkäufers

Folie 7: Kaufentscheidungen II (Freie Textaufgabe)

individuelle Lösung



ANHANG

Bilder

Alle Bilder sowie andere Medien (z. B. Videos) sind aus der Lizenz ausgenommen. Wenn nicht anders angegeben, handelt es sich um eigene Darstellungen.

Impressum

STIFTUNG FÜR WIRTSCHAFTSBILDUNG

c/o Impact Hub Vienna
Lindengasse 56/18-19
1070 Wien

E-Mail: office@wirtschaft-erleben.at

CC BY NC SA



<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.de>

Auf individuelle Anfrage (z. B. von Verlagen) können auch andere Lizenzierungen vereinbart werden.

Bei einer Weiterverwendung sollen folgende Angaben gemacht werden:

Stiftung Wirtschaftsbildung (2024) [Handel und Konsum: Produkte herstellen, vergleichen, kaufen](#). CC BY NC SA 4.0.