**Lehr- und Lernmaterial**

Unternehmen im Vergleich: Lokal bis global

**Kurzbeschreibung**

In diesem Unterrichtsszenario beschäftigen sich die Schüler:innen mit Unternehmen unterschiedlicher Größe und unterschiedlichen Vernetzungsgrades. Zu Beginn sehen sie ein Video von der Chefredaktion, bei welchem zwei österreichische Unternehmen befragt werden, u. a. im Hinblick auf Nachhaltigkeit und der Vernetzung auf lokaler und globaler Ebene. Anschließend erarbeiten sie in Zweiergruppen im Rahmen einer InfoQuest (= angeleitete Recherche) anhand verschiedener Kategorien Informationen zu einem lokalen, nationalen oder internationalen Unternehmen, um dessen Vernetzung festmachen zu können. Abschließend erfolgt ein Austausch in Kleingruppen, um die Erkenntnisse aus der InfoQuest aufzuarbeiten sowie um Unterschiede und Gemeinsamkeiten dieser Unternehmen zu reflektieren. Insgesamt bietet das Szenario Material für rund 2 bis 3 Unterrichtsstunden.

***Beim vorliegenden Material handelt es sich um einen Entwurf, der für den Schulpiloten der Stiftung für Wirtschaftsbildung als Prototyp entwickelt wurde und im Schuljahr 2025/26 evaluiert wird. Wenn du Anregungen zum Material hast, freuen wir uns sehr über deine Rückmeldung an:*** [***office@wirtschaft-erleben.at***](mailto:office@wirtschaft-erleben.at)***.***

Inhalt

[Überblick 2](#_Toc141708733)

[Hintergrundinformationen 3](#_Toc141708734)

[Unterrichtsszenario & Material 5](#_Toc141708735)

[Lösungen 11](#_Toc141708736)

[Anhang 26](#_Toc141708737)

# Überblick

|  |  |
| --- | --- |
| Themenbereich | Wirtschaftliche Zusammenhänge – regional, national & global |
| Dauer | 2-3 Unterrichtseinheiten (à 50 Minuten) |
| Keywords | Unternehmen; lokal; national; international; global; Nachhaltigkeit |
| Schulstufe | 8. Schulstufe |
| Fach | Geographie und wirtschaftliche Bildung |
| Fächervernetzung | Deutsch |
| Lernziele laut [Lehrplan](https://gwb.schule.at/pluginfile.php/66910/mod_resource/content/2/LehrplanGW2023_AHS_Auszug.pdf) | *Kompetenzbereich*Entwicklungen in einer globalisierten Welt  Die Schüler:innen können …   * Elemente, Anforderungen und Herausforderungen nachhaltiger wirtschaftlicher Aktivitäten und Beziehungen in der globalisierten Welt diskutieren […] und Handlungsstrategien verschiedener Akteure diskutieren. |
| Weitere Lernziele | Die Schüler:innen können …   * Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen lokalen und internationalen Unternehmen herausarbeiten und reflektieren. * Chancen und Risiken von Unternehmen unterschiedlicher Größe und unterschiedlichen Vernetzungsgrades diskutieren. |
| Autorin | [Anna Steinbauer-Holzer](https://www.linkedin.com/in/anna-steinbauer-holzer-81153725b/) |
| Redaktion | [Silvana Lobin](https://at.linkedin.com/in/silvana-lobin-64695878) |
| Video & Illustrationen | Video: [die\_chefredaktion](https://www.instagram.com/die_chefredaktion/?hl=de)  Illustrationen im Material: [Hannah Hornisch](https://www.linkedin.com/in/hannah-hornisch-a0953a209/) |
| Jahr | 2025 |

# Hintergrundinformationen

*In den Hintergrundinformationen wird das Thema kompakt vorgestellt, sodass sich Lehrer:innen einen inhaltlichen Überblick verschaffen können. Der Text ist nicht für den Einsatz im Unterricht konzipiert*.

**Unternehmen: lokal, national, global**

Aufbau und Struktur eines Unternehmens hängen stark von dessen Größe, Tätigkeitsbereich und Markt ab. Ein grundlegendes Unterscheidungsmerkmal ist dabei die Frage, ob es sich um ein lokales, nationales oder internationales Unternehmen handelt. Lokale Unternehmen sind häufig auf einen spezifischen Markt oder eine Region ausgerichtet, während internationale Unternehmen global tätig sind und ihre Aktivitäten über mehrere Länder hinweg ausdehnen.

**Art des Angebots und Produktvielfalt**

Lokale Unternehmen bieten in der Regel ein spezifiziertes und regional fokussiertes Sortiment an. Ihre Produktvielfalt ist oft geringer, da sie auf die Bedürfnisse einer bestimmten Kundschaft zugeschnitten sind. Im Gegensatz dazu bieten internationale Unternehmen eine größere Produktpalette an, um unterschiedliche Märkte und Kund:innenpräferenzen zu bedienen. Zudem werden in internationalen Unternehmen Materialien häufig global bezogen, was eine größere, kosteneffizientere Skalierbarkeit ermöglicht. Skaleneffekte sind Kostenersparnisse, die ein Unternehmen erzielen kann, wenn es sich auf einzelne Produkte spezialisiert und seine Produktionsmenge erhöht. Dadurch können die Stückkosten gesenkt werden.[[1]](#footnote-2)

**Größe und Beschäftigung**

Ein weiteres Unterscheidungsmerkmal ist die Unternehmensgröße und die Anzahl der Beschäftigten. Lokale Unternehmen beschäftigen meist weniger Mitarbeiter:innen: Die Berufe z. B. in den Bereichen Produktion, Vertrieb und Kund:innenservice sind stärker auf die lokale Nachfrage abgestimmt. In internationalen Unternehmen arbeiten Mitarbeiter:innen verteilt auf verschiedene Länder (oder Kontinente) in unterschiedlichsten Geschäftsbereichen. Diese Unternehmen benötigen spezialisierte Fachkräfte, die beispielsweise in internationalen Marktforschungsteams oder in der globalen Logistik arbeiten. In Österreich werden Unternehmen anhand folgender Größen unterschieden:

* Ein-Personen-Unternehmen
* Kleinstunternehmen: unter 10 Mitarbeiter:innen, weniger als 2 Mio. Euro Umsatz
* Kleinunternehmen: unter 50 Mitarbeiter:innen, weniger als 10 Mio. Euro Umsatz
* Mittlere Unternehmen: unter 250 Mitarbeiter:innen, weniger als 50 Mio. Euro Umsatz
* Großunternehmen: mehr als 250 Mitarbeiter:innen, mehr als 50 Mio. Euro Umsatz[[2]](#footnote-3)

Großunternehmen erwirtschaften deutlich höhere Umsätze aufgrund ihrer größeren Marktpräsenz und Skaleneffekte. Sie gewinnen Kund:innen nicht nur über lokale Werbung, sondern nutzen globale Kanäle wie Social Media und internationale Werbung, um ihre Marken weltweit bekannt zu machen. Lokale Unternehmen konzentrieren sich hingegen eher auf den direkten Kontakt mit ihren Kund:innen und bauen ihre Markenbindung oft über persönliche Beziehungen und lokale Events auf. Sie sind stärker auf ihre regionalen Märkte angewiesen, was zu einer intensiveren und direkteren Kund:innenansprache führt.

**Branding und Marketing**

Das Branding ist ein weiteres Feld, in dem sich lokale und internationale Unternehmen unterscheiden. Internationale Unternehmen setzen häufig auf eine global einheitliche Markenstrategie, um eine starke Wiedererkennung in allen Märkten zu erreichen. Ihr Marketing ist oft digital und international ausgerichtet, wobei sie soziale Medien und Online-Werbung nutzen, um eine breite Zielgruppe zu erreichen (Schultz, 2018). Lokale Unternehmen hingegen passen ihre Marketingstrategien oft stärker an die lokalen Gegebenheiten und Vorlieben an. Ihre Online-Präsenz ist oft weniger ausgeprägt, dafür setzen sie auf eine stärker personalisierte Kommunikation und Werbung.

**Nachhaltigkeit und Local bzw. Global Sourcing**

Nachhaltigkeit ist ein Thema, das sowohl lokale als auch internationale Unternehmen betrifft. Internationale Unternehmen sehen sich jedoch oft stärkerem Druck ausgesetzt, ihre Produktionsprozesse und Lieferketten global nachhaltig zu gestalten, um weltweit regulatorischen Anforderungen gerecht zu werden. Lokale Unternehmen sind oft flexibler und können in einer kleineren Dimension umweltfreundliche Praktiken implementieren, die direkt auf ihre Region zugeschnitten sind.[[3]](#footnote-4)

„Beim Local Sourcing bezieht das Unternehmen lokale Lieferanten in den Materialbeschaffungsprozess oder andere betriebliche Abläufe ein.“[[4]](#footnote-5) „Das Global Sourcing setzt ein Unternehmen als Beschaffungsstrategie ein, wenn es auf eine internationale Materialbeschaffung ausgerichtet ist. Ein Unternehmen verfolgt mit dem Global Sourcing das Ziel, immer die kostengünstigste Alternative zu wählen.“[[5]](#footnote-6)

Aufgrund des Verlangens der Kund:innen nach Nachhaltigkeit müssen sowohl lokale als auch globale Unternehmen entscheiden, woher sie ihre Produkte beziehen:

* Vorteile von Local Sourcing: kürzere und dadurch sicherere Lieferketten, geringere Transportkosten, räumliche Nähe schafft Vertrauen, positives Markenimage, Wertschöpfung vor Ort
* Nachteile von Local Sourcing: hohe Kosten, Wettbewerbsnachteile, begrenzte Kapazitäten
* Vorteile von Global Sourcing: niedrigere Preise, hohe Verfügbarkeit, globale Vernetzung
* Nachteile von Global Sourcing: hoher Aufwand, räumliche Distanz, mehr Risiko, hohe Transportkosten, Unternehmensverantwortung schwieriger zu gewährleisten[[6]](#footnote-7)

# Unterrichtsszenario & Material

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1.+2. Unterrichtseinheit: Internationale vs. lokale Unternehmen | | | | |
| Zeit | **Thema** | **Ablauf** | **Material** | **Hinweise** |
| 10-20 | **Einstieg** | **Offene Fragen** Im Plenum werden anhand der Leitfragen Standortfaktoren wiederholt. L[[7]](#footnote-8) notiert an der Tafel mit. Bei Bedarf wiederholt L mithilfe der PPT das Thema Standortfaktoren. | [PPT](https://wirtschaft-erleben.at/wp-content/uploads/2025/08/GWB8_LP1_03_Unternehmen.pptx) (Folie 3)  Optional: PPT (Folie 4-7) | **Leitfragen**:   * Welche Faktoren beeinflussen Standortentscheidungen eines Unternehmens? * Was sind weiche Standortfaktoren? Was sind harte Standortfaktoren? * Welche Standortfaktoren sind z. B. für ein Café in einer Stadt relevant? |
| 10-15 | **Überleitung** | **Bilder analysieren**  L zeigt drei Fotos von Unternehmen in Wien. SuS beschäftigen sich zu zweit oder zu dritt mit den Reflexionsfragen. L fragt anschließend nach Unterschieden und Gemeinsamkeiten und notiert ggf. Stichwörter an der Tafel. Abschließend werden die Cafés mit Folie 10 verortet. | PPT (Folie 9-10) | **Leitfragen**:   * Was ist auf den Bildern zu sehen? * Welche Art von Unternehmen seht ihr? * Wie unterscheiden sich diese Unternehmen? In welchen Punkten sind sie sich ähnlich?   Anhand von Folie 10 soll den SuS klar werden, dass sich internationale und lokale Unternehmen direkt nebeneinander befinden. |
| 20-30 | **Erarbeitung: Unternehmen und Nachhaltigkeit** | **Video ansehen und analysieren**  Bevor SuS das Video sehen, wird Aufgabe 1 auf M1 erledigt, um den Begriff „Nachhaltigkeit“ zu wiederholen. Anschließend sehen SuS ein Video, in dem drei Unternehmen vorgestellt werden, die auf unterschiedliche Art Nachhaltigkeit leben. Parallel dazu bearbeiten sie Aufgabe 2 (M1). Danach werden im Plenum die Antworten besprochen und abschließend der Begriff „Nachhaltigkeit“ um zwei Dimensionen ergänzt (Folie 13-15). | [Video: Unternehmen und Nachhaltigkeit](https://www.youtube.com/watch?v=_6ejE4qAQ3o)  M1 – Unternehmen und Nachhaltigkeit  PPT (Folie 12-15) | **Leitfragen:**   * Wie würdest du die vorgestellten Unternehmen in Stichworten beschreiben? * Wie kommen sie mit Globalisierung in Berührung? * Wie versuchen die Unternehmen, nachhaltig zu handeln?   Bei Bedarf kann das Video zwischendurch gestoppt werden. Nach dem Video sollte mit den SuS besprochen werden, dass zur Nachhaltigkeit viele Bereiche zählen: Es geht um ökologische, soziale und ökonomische Nachhaltigkeit.  Wichtig zu ergänzen ist, dass die beiden interviewten Unternehmen nicht stellvertretend für alle in Österreich tätigen, nachhaltig agierenden Unternehmen stehen. Nachhaltigkeit wird auf unterschiedlichste Art und Weise, in verschiedensten Unternehmen und Maßstabsebenen umgesetzt.  Wenn der Begriff „Nachhaltigkeit“ für die SuS neu ist, kann dieses [Arbeitsblatt](https://wirtschaft-erleben.at/wp-content/uploads/2024/11/GWB6_LS12_Glossar_Nachhaltigkeit.docx) durchgemacht werden. |
| 35-45 | **Angeleitete Recherche** | **InfoQuest**  L zeigt Kaffeebohnen her. Zu Beginn der Stunde wurden drei unterschiedlich große Unternehmen gezeigt, die mit diesem Rohstoff arbeiten. SuS beschäftigen sich nun mit einer dieser Unternehmensgrößen (lokal, national, international) und recherchieren in 2er-Teams im Internet und mithilfe von M5 Informationen zu den vorgegebenen Kategorien und Fragen. Auf ihrem Arbeitsblatt (M2, M3 oder M4) halten SuS ihre Erkenntnisse fest. Die Arbeitsblätter sollten von ca. gleich vielen Teams bearbeitet werden. | M2, M3, M4 (ein Blatt pro Team)  M5 – Zusatzmaterial für die InfoQuest | Die Zusatzaufgabe auf M2-M4 dient zur Differenzierung für schnellere Schüler:innen. Zur Vertiefung können zudem eigene Quellen verwendet werden. M5 besteht aus Textteilen und Organigrammen, die SuS ihrer Unternehmensgröße zuordnen müssen. Diese werden in der Klasse mehrfach aufgelegt.  **Beispiele für unterschiedlich große Kaffeehäuser:**   * M2 = lokales Unternehmen: z. B. Café Hawelka, Café Jelinek (Wien); Café Fotter, Operncafé (Graz); Café Traxlmayer (Linz), Café Konditorei Habakuk (Salzburg) etc. * M3 = nationales Unternehmen: z. B. Aida, The Coffeeshop Company, Martin Auer * M4 = internationale Kette: z. B. Starbucks, Costa Coffee   Statt der Cafés können SuS auch andere Branchen auswählen und analysieren. Bei Rechercheaufträgen bietet sich eine fächervernetzende Zusammenarbeit mit Deutsch an. |
| 20-30 | **Austausch** | **Erkenntnisse besprechen**  SuS mischen durch, sodass es je 1-2 Personen pro Gruppe gibt, die sich mit M2, M3 und M4 beschäftigt haben. Gemeinsam bearbeiten sie die Leitfragen und reflektieren dabei Gemeinsamkeiten und Unterschiede.  Abschließend bittet L im Plenum um Wortmeldungen der SuS und fasst die wichtigsten Punkte zusammen. | M2, M3, M4 (ausgefüllt)  PPT (Folie 17-18) | **Leitfragen**:   * Was zeichnet ein lokales / nationales / internationales Unternehmen aus? **Beschreibe** „dein“ Unternehmen in ca. einer Minute. * Wie sind diese Unternehmen von der geänderten Zollpolitik betroffen? Was ist je nach Unternehmensgröße gleich / anders? Wie würde sich eine günstige Zollpolitik auf die jeweiligen Unternehmen auswirken? **Diskutiert** gemeinsam Chancen und Risiken von stärkerer / begrenzter Vernetzung.   SuS sollten erkennen, dass sich lokale, nationale und internationale Unternehmen in vielen Bereichen unterscheiden. Manche Aspekte sind aber (aufgrund der Globalisierung) bei allen gleich (z. B. Produkte teils global bezogen). |
| 10-15 | **Variante A: Bewegte Sicherung** | **Bewegter Austausch: Top 3**  SuS bewegen sich frei im Raum und tauschen ihre persönlichen Top 3 der neu gelernten Inhalte aus. Sobald der Austausch beendet ist, wechseln die Gesprächspartner:innen. | PPT (Folie 20) | Die InfoQuest findet überwiegend sitzend statt. Aus diesem Grund soll diese Methode in erster Linie Bewegung und Auflockerung schaffen. |
| **Variante B: Wabe** | **Inhalte festigen**  Auf *chabaDoo* werden die gelernten Inhalte selbstständig wiederholt. | Wabe: Unternehmen & Nachhaltigkeit | Alle Waben befinden sich auf *chabaDoo*. Wie der Import der Waben in das eigene Portal funktioniert, wird [hier in Videoform](https://help.chabadoo.com/de/articles/5697700-wabe-ubernehmen) erklärt. Weitere Informationen zu *chabaDoo* gibt es [hier](https://wirtschaft-erleben.at/schulstufen/lernstrecken-und-chabadoo/). |

## M1: Unternehmen und Nachhaltigkeit

### Aufgabe 1: Nachhaltigkeit in unserer Sprache

Wir verwenden täglich viele Wörter, die mit Nachhaltigkeit und Umweltschutz zu tun haben. **Verbinde** die Sätze mit den richtigen Erklärungen.



|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Ich trage hauptsächlich *nachhaltige Mode*. |  |  |  | Das Wort bedeutet „gerechter Handel“. Die Menschen, die diese Produkte herstellen, werden gerecht bezahlt und behandelt. |
| Fleisch aus *artgerechter* Tierhaltung schmeckt besser. |  |  |  | Das ist z. B. Kleidung aus Bio-Baumwolle, die fair gehandelt wird. Das heißt, Menschen und Natur werden geschont. |
| *Fair Trade*-Produkte sind in vielen Geschäften zu finden. |  |  |  | Wir trinken Wasser aus der Wasserleitung, manchmal auch Säfte aus regionalen Früchten. Beim Einkaufen bevorzugen wir Getränke in Glasflaschen. |
| Wir essen vor allem *regionale* Lebensmittel. |  |  |  | Das bedeutet, dass Tiere z. B. selbständig ins Freie gehen können und genug Platz im Stall haben. |
| *Nachhaltige* Getränke sind gesund und kosten nicht mehr als andere. |  |  |  | Wir essen Lebensmittel, die aus unserer Region kommen und nur kurze Transportwege haben. |

### Aufgabe 2: Video analysieren

**Sieh** dir gemeinsam mit der Klasse das Video „Unternehmen und Nachhaltigkeit“ **an** und **fülle** die Tabelle **aus**.



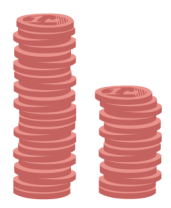
|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Unternehmen 1: Rita bringt‘s | Unternehmen 2:  Glein |
| Beschreibe das Unternehmen in Stichworten (z. B. Angebot, Unternehmensidee). |  |  |
| Erkläre, wie es mit Globalisierung in Berührung kommt. |  |  |
| Erläutere, wie dieses Unternehmen versucht, nachhaltig zu handeln. |  |  |
| Nenne ein Beispiel, wo ökologische und ökonomische Nachhaltigkeit in Konflikt stehen. |  |  |

## M2: InfoQuest (lokales Unternehmen)

### Aufgabe: Rechercheauftrag

1. **Bildet** 2er-Gruppen und **wählt** ein lokales Unternehmen, z. B. ein Café aus eurer Stadt / eurer Region, **aus**.
2. **Lest** euch die fiktive Ausganssituation **durch** und **recherchiert** anschließend anhand der Kategorien, wie sich die veränderte Zollpolitik auf „euer“ Unternehmen auswirken könnte. T**eilt** euch die Recherchearbeiten **auf**.



**Brüssel, Juli 2035** – Ein „Zollkrieg“ ist ausgebrochen – China, die USA und die EU erheben Zölle auf Importgüter, um die jeweils die eigenen heimischen Produzent:innen vor unfairer Konkurrenz und Preisdumping zu schützen. In mehreren Branchen brechen seither Aufträge weg, gleichzeitig steigen die Kosten für Rohstoffe und Zwischenprodukte, die bisher günstig importiert wurden.

Die wirtschaftspolitische Lage ist angespannt:

* Internationale Handelsabkommen stehen auf dem Prüfstand.
* Unternehmen in der EU müssen kurzfristig umdenken.

Folgende digitale und analoge Quellen könnt ihr verwenden:

* Die jeweilige Website des Unternehmens sowie deren Social Media Kanäle
* Zusatzmaterialien: Organisationsstruktur, Chancen und Risiken der Unternehmensform, Organigramm

Eigene Quellen:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Kategorie | Fragen | Antworten |
| Größe des Unternehmens | Wie viele Mitarbeiter:innen arbeiten ungefähr hier?  Wie viele Filialen gibt es ca. und wo befinden sich diese? | Mitarbeiter:innen: ☐ unter 10 ☐ 10-50  ☐ 50-250 ☐ über 250  Filialen: |
| Aufbau des Unternehmens | Wie ist das Unternehmen aufgebaut? Gibt es verschiedene Abteilungen? **Erstellt** ein Organigramm für „euer“ Unternehmen. Das vorgefertigte Organigramm und das passende Zusatzblatt können euch dabei helfen. |  |
| Chancen und Risiken | Welche Chancen und Risiken gibt es für Unternehmen dieser Größe und Vernetzung? **Seht** euch das passende Zusatzblatt **an** und **nennt** je ca. 2 Aspekte. |  |
| Vernetzung des Unternehmens | **Analysiert** die Vernetzung des Unternehmens:   * Woher bezieht das Unternehmen seine Produkte? Gibt es auf der Website Infos zu Lieferketten, Geschäfts-partner:innen, …? * Wie steht es in Beziehung zu anderen Ländern? Ist es von Export oder Import abhängig? Handelt es lokal, national oder global?   **Diskutiert** gemeinsam, welchen Einfluss die geänderte Zollpolitik auf das Unternehmen hätte. **Notiert** eure Erkenntnisse in Stichworten. |  |

### Platz für Notizen und das Organigramm:

### Zusatzaufgabe:

Wenn ihr mit der Recherche fertig seid, könnt ihr folgende Zusatzaufgabe erledigen: **Gestaltet** ein Plakat, auf dem ihr „eure“ Unternehmensgröße bewerbt und Vorteile hervorhebt, die auch bei einer ungünstigen Zollpolitik relevant wären.

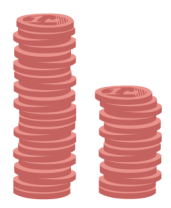


## M3: InfoQuest (nationales Unternehmen)

### Aufgabe: Rechercheauftrag

1. **Bildet** 2er-Gruppen und **wählt** ein nationales Unternehmen, z. B. eine Kaffeehauskette, **aus**. **Befragt** eure Lehrperson oder das Internet um Tipps.
2. **Lest** euch die fiktive Ausganssituation **durch** und **recherchiert** anschließend anhand der Kategorien, wie sich die veränderte Zollpolitik auf „euer“ Unternehmen auswirken könnte. T**eilt** euch die Recherchearbeiten **auf**.



**Brüssel, Juli 2035** – Ein „Zollkrieg“ ist ausgebrochen – China, die USA und die EU erheben Zölle auf Importgüter, um die jeweils die eigenen heimischen Produzent:innen vor unfairer Konkurrenz und Preisdumping zu schützen. In mehreren Branchen brechen seither Aufträge weg, gleichzeitig steigen die Kosten für Rohstoffe und Zwischenprodukte, die bisher günstig importiert wurden.

Die wirtschaftspolitische Lage ist angespannt:

* Internationale Handelsabkommen stehen auf dem Prüfstand.
* Unternehmen in der EU müssen kurzfristig umdenken.

Folgende digitale und analoge Quellen könnt ihr verwenden:

* Die jeweilige Website des Unternehmens sowie deren Social Media Kanäle
* Zusatzmaterialien: Organisationsstruktur, Chancen und Risiken der Unternehmensform, Organigramm

Eigene Quellen:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Kategorie | Fragen | Antworten |
| Größe des Unternehmens | Wie viele Mitarbeiter:innen arbeiten ungefähr hier?  Wie viele Filialen gibt es ca. und wo befinden sich diese? | Mitarbeiter:innen: ☐ unter 10 ☐ 10-50  ☐ 50-250 ☐ über 250  Filialen: |
| Aufbau des Unternehmens | Wie ist das Unternehmen aufgebaut? Gibt es verschiedene Abteilungen? **Erstellt** ein Organigramm für „euer“ Unternehmen. Das vorgefertigte Organigramm und das passende Zusatzblatt können euch dabei helfen. |  |
| Chancen und Risiken | Welche Chancen und Risiken gibt es für Unternehmen dieser Größe und Vernetzung? **Seht** euch das passende Zusatzblatt **an** und **nennt** je ca. 2 Aspekte. |  |
| Vernetzung des Unternehmens | **Analysiert** die Vernetzung des Unternehmens:   * Woher bezieht das Unternehmen seine Produkte? Gibt es auf der Website Infos zu Lieferketten, Geschäfts-partner:innen, …? * Wie steht es in Beziehung zu anderen Ländern? Ist es von Export oder Import abhängig? Handelt es lokal, national oder global?   **Diskutiert** gemeinsam, welchen Einfluss die geänderte Zollpolitik auf das Unternehmen hätte. **Notiert** eure Erkenntnisse in Stichworten. |  |

### Platz für Notizen und das Organigramm:

### Zusatzaufgabe:

Wenn ihr mit der Recherche fertig seid, könnt ihr folgende Zusatzaufgabe erledigen: **Gestaltet** ein Plakat, auf dem ihr „eure“ Unternehmensgröße bewerbt und Vorteile hervorhebt, die auch bei einer ungünstigen Zollpolitik relevant wären.

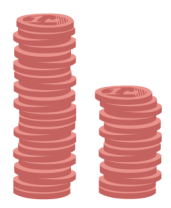


## M4: InfoQuest (internationales Unternehmen)

### Aufgabe: Rechercheauftrag

1. **Bildet** 2er-Gruppen und **wählt** ein internationales Unternehmen, z. B. eine Kaffeehauskette, **aus**. **Befragt** eure Lehrperson oder das Internet um Tipps.
2. **Lest** euch die fiktive Ausganssituation **durch** und **recherchiert** anschließend anhand der Kategorien, wie sich die veränderte Zollpolitik auf „euer“ Unternehmen auswirken könnte. T**eilt** euch die Recherchearbeiten **auf**.



**Brüssel, Juli 2035** – Ein „Zollkrieg“ ist ausgebrochen – China, die USA und die EU erheben Zölle auf Importgüter, um die jeweils die eigenen heimischen Produzent:innen vor unfairer Konkurrenz und Preisdumping zu schützen. In mehreren Branchen brechen seither Aufträge weg, gleichzeitig steigen die Kosten für Rohstoffe und Zwischenprodukte, die bisher günstig importiert wurden.

Die wirtschaftspolitische Lage ist angespannt:

* Internationale Handelsabkommen stehen auf dem Prüfstand.
* Unternehmen in der EU müssen kurzfristig umdenken.

Folgende digitale und analoge Quellen könnt ihr verwenden:

* Die jeweilige Website des Unternehmens sowie deren Social Media Kanäle
* Zusatzmaterialien: Organisationsstruktur, Chancen und Risiken der Unternehmensform, Organigramm

Eigene Quellen:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Kategorie | Fragen | Antworten |
| Größe des Unternehmens | Wie viele Mitarbeiter:innen arbeiten ungefähr hier?  Wie viele Filialen gibt es ca. und wo befinden sich diese? | Mitarbeiter:innen: ☐ unter 10 ☐ 10-50  ☐ 50-250 ☐ über 250  Filialen: |
| Aufbau des Unternehmens | Wie ist das Unternehmen aufgebaut? Gibt es verschiedene Abteilungen? **Erstellt** ein Organigramm für „euer“ Unternehmen. Das vorgefertigte Organigramm und das passende Zusatzblatt können euch dabei helfen. |  |
| Chancen und Risiken | Welche Chancen und Risiken gibt es für Unternehmen dieser Größe und Vernetzung? **Seht** euch das passende Zusatzblatt **an** und **nennt** je ca. 2 Aspekte. |  |
| Vernetzung des Unternehmens | **Analysiert** die Vernetzung des Unternehmens:   * Woher bezieht das Unternehmen seine Produkte? Gibt es auf der Website Infos zu Lieferketten, Geschäfts-partner:innen, …? * Wie steht es in Beziehung zu anderen Ländern? Ist es von Export oder Import abhängig? Handelt es lokal, national oder global?   **Diskutiert** gemeinsam, welchen Einfluss die geänderte Zollpolitik auf das Unternehmen hätte. **Notiert** eure Erkenntnisse in Stichworten. |  |

### Platz für Notizen und das Organigramm:

### Zusatzaufgabe:

Wenn ihr mit der Recherche fertig seid, könnt ihr folgende Zusatzaufgabe erledigen: **Gestaltet** ein Plakat, auf dem ihr „eure“ Unternehmensgröße bewerbt und Vorteile hervorhebt, die auch bei einer ungünstigen Zollpolitik relevant wären.



## M5: Zusatzmaterial für die InfoQuest

### Organisationsstruktur eines lokalen Unternehmens

**Aufbau:**

* Meist gibt es eine:n Inhaber:in, die zugleich die Chefin bzw. der Chef ist und alles organisiert.
* Es gibt wenige Mitarbeiter:innen, z. B. Verkäufer:innen, Handwerker:innen oder Servicekräfte.
* Manchmal hilft auch die Familie mit.

**Typische Jobs:**

* Inhaber:in (führt das Unternehmen)
* Verkäufer:in / Servicemitarbeiter:in
* Lehrling

### Organisationsstruktur eines nationalen Unternehmens

**Aufbau:**

* Es gibt eine Zentrale (Hauptsitz), wo viel geplant wird: Werbung, Preise, Produkte usw.
* Die Filialen im Land bekommen Anweisungen von der Zentrale.
* In jeder Filiale gibt es Filialleiter:innen und weitere Mitarbeiter:innen.

**Typische Jobs:**

* Filialleiter:in (führt die Filiale und das Team vor Ort)
* Verkäufer:in / Kassierer:in
* Lagerarbeiter:in
* Lehrling

**In der Zentrale:**

* Hier wird alles geplant und organisiert: vom Personal, übers Marketing und Buchhaltung zur IT.
* Die Personalabteilung kümmert sich um Mitarbeiter:innen.
* Die Marketingabteilung macht Werbung.
* Die Buchhaltung kümmert sich um die Abrechnungen.
* Die IT ist für Computer und Technik zuständig.

### Organisationsstruktur eines internationalen Unternehmens

**Aufbau:**

* Meist gibt es eine Hauptzentrale in einem bestimmten Land.
* Zusätzlich gibt es regionale Zentralen in verschiedenen Ländern oder sogar Kontinenten, in denen es wiederum viele Abteilungen gibt (Transport, Produktion, Marketing etc.).
* Jedes Land hat eigene Büros und Filialen, die jeweils vor Ort von Filialleiter:innen geleitet werden.

**Typische Jobs / Strukturen:**

* Manager:innen für jede Abteilung (z. B. Marketing-Manager:in)
* Filialleiter:in (führt die Filiale und das Team vor Ort)
* Die Logistik kümmert sich um den Transport von Waren.
* Es gibt Übersetzer:innen und Leute, die mit anderen Ländern kommunizieren.
* Entwickler:innen oder Forscher:innen beschäftigen sich mit der Weiterentwicklung der Produkte.
* Es gibt viele Bürojobs, oft mit spezieller Ausbildung und speziellen Aufgabenbereichen.
* Die Marketingabteilung gibt die Werbung vor, die dann pro Region / Land angepasst wird.

**In den regionalen Zentralen:**

* Hier wird alles für das jeweilige Land / die jeweilige Region geplant und organisiert: Produktion, Transport, Marketing, Finanzen, Forschung, Personal, Buchhaltung, IT usw.
* Die Personalabteilung kümmert sich um Mitarbeiter:innen.
* Die Buchhaltung kümmert sich um die Abrechnungen.
* Die IT ist für Computer und Technik zuständig.

### Chancen und Risiken eines lokalen Unternehmens

**Chancen:**

* Nähe zur Kundschaft: persönlicher Service, gute Kund:innenbindung, hohes Vertrauen
* Schnelle Entscheidungen: Entscheidungen können aufgrund der Unternehmensgröße schnell getroffen werden – meist direkt von der Chefin / vom Chef.
* Regionale Wertschöpfung: Förderung der lokalen Wirtschaft, Schaffung von Arbeitsplätzen vor Ort
* Regionale Vernetzung: Zusammenarbeit mit anderen lokalen Unternehmen
* Familiäres Arbeitsklima: enge Zusammenarbeit, direkte Kommunikation, Identifikation mit dem Unternehmen
* Flexibilität: individuell auf Kund:innen eingehen, schnelle Reaktionen

**Risiken:**

* Begrenzte Ressourcen: weniger Geld, kleinere Produktauswahl, weniger Innovationen möglich
* Weniger Karrieremöglichkeiten: kleines Unternehmen = wenig Aufstiegschancen im Unternehmen
* Höheres Risiko bei Krisen: kein großer Mutterkonzern als „Puffer“, geringere Geldreserven; bei Krisen wie der Coronapandemie oder hoher Inflation kann es schnell eng werden.
* Wettbewerbsdruck durch große Ketten: Größere Unternehmen können billiger produzieren.
* Geringere Reichweite: nur begrenzt bekannt, weniger digitale und internationale Vernetzung

### Chancen und Risiken eines nationalen Unternehmens

**Chancen:**

* Hohe Bekanntheit: Wiedererkennung hoch, Kund:innen kennen das Unternehmen
* Mehr Kund:innen: Viele Standorte bedeutet meist, dass auch mehr Kund:innen dort einkaufen.
* Standardisierte Prozesse: Abteilungen wie Einkauf, Marketing oder IT sind zentral organisiert. So kann die Effizienz gesteigert und mehr Produkte hergestellt werden.
* Günstigerer Einkauf: Große Unternehmen kaufen größere Mengen ein, dadurch erhalten sie bessere Einkaufskonditionen und können z. B. niedrigere Stückkosten verhandeln.
* Vielfältige Karriereoptionen: größere Abteilungen, mehr Aufgabenbereiche und Rollen, Weiterbildungsmöglichkeiten
* Digitale Vernetzung möglich: Oft gibt es z. B. Online-Shops und mehrere Social Media Kanäle.

**Risiken:**

* Weniger Flexibilität auf Filialebene: Entscheidungen dauern länger, wenig Autonomie – meist entscheidet nicht die Filiale, sondern die Hauptzentrale.
* Standardisierte Prozesse, Produkte und Services: es gibt mehr Regeln, damit alles gleich funktioniert; weniger Raum für Wünsche der Kund:innen und eigene Ideen der Mitarbeiter:innen
* Viel Koordination notwendig: Zentrale Abteilungen müssen verschiedene Standorte betreuen.
* Anonymität: weniger persönliche Bindung zum Unternehmen (von Kund:innen, Mitarbeiter:innen)
* Hohe Abhängigkeit vom Heimatmarkt: es gibt keine Standorte und Einnahmen im Ausland
* Krisen im Land treffen das ganze Unternehmen (z. B. Inflation, Fachkräftemangel)

### Chancen und Risiken eines internationalen Unternehmens

**Chancen:**

* Zugang zu globalen Märkten: viele Kund:innen, Verkauf weltweit möglich
* Standardisierte Prozesse: Abteilungen sind zentral organisiert = höhere Effizienz, mehr Produkte
* Günstigerer Einkauf: Große Unternehmen kaufen größere Mengen ein, dadurch erhalten sie bessere Einkaufskonditionen und können z. B. niedrigere Stückkosten verhandeln. Außerdem können sie ihre Produkte über Ländergrenzen hinweg produzieren und verkaufen.
* Risiko wird gestreut: Wenn es in einem Land schlecht läuft, hilft das Geschäft in anderen Ländern.
* Innovation leichter möglich: Viele verschiedene Menschen bringen ihre Ideen und Wissen ein.
* Viele Ressourcen vorhanden: Es gibt mehr Geld für Forschung, Technik und Personal.
* Vielfältige Karriereoptionen: Vielzahl an Aufgaben und Rollen, Weiterbildung und Aufstieg möglich

**Risiken:**

* Hohe Komplexität außerhalb: unterschiedliche Gesetze, Steuern, Kulturen, Sprachen, Zeitzonen
* Hohe Komplexität innerhalb: viele Abteilungen, Mitarbeiter:innen, Regeln, Vorgaben, …
* Lange Entscheidungswege: Entscheidungen brauchen mehr Zeit; es müssen verschiedene Bereiche eingebunden werden und die Umsetzung der Entscheidungen betrifft viele Personen
* Globale Abhängigkeiten: auf Rohstoffe und Produkte aus unterschiedlichen Ländern angewiesen
* Hoher Energie- und Ressourcenverbrauch: u. a. weite Transportwege, viele Standorte
* Kritik: Arbeitsbedingungen, Löhne, Umweltschutz und Steuervermeidung werden hinterfragt.
* Kulturelle Missverständnisse: Unterschiedliche Werte und Sprachen erschweren Kommunikation.
* Cyberrisiken: Bei weltweiter digitaler Vernetzung besteht die Gefahr von Hackerangriffen.

Ein Bild, das Text, Screenshot, Schrift, Reihe enthält.

KI-generierte Inhalte können fehlerhaft sein.

Ein Bild, das Text, Screenshot, Schrift, Diagramm enthält.

KI-generierte Inhalte können fehlerhaft sein.

Ein Bild, das Text, Screenshot, Schrift, Zahl enthält.

KI-generierte Inhalte können fehlerhaft sein.

# Lösungen

## M1: Unternehmen und Nachhaltigkeit

**Aufgabe 1:**

|  |  |
| --- | --- |
| Ich trage hauptsächlich *nachhaltige Mode.* | Das ist z. B. Kleidung aus Bio-Baumwolle, die fair gehandelt wird. Das heißt, Menschen und Natur werden geschont. |
| Fleisch aus *artgerechter* Tierhaltung schmeckt besser. | Das bedeutet, dass Tiere z. B. selbständig ins Freie gehen können und genug Platz im Stall haben. |
| *Fair Trade*-Produkte sind in vielen Geschäften zu finden. | Das Wort bedeutet „gerechter Handel“. Die Menschen, die diese Produkte herstellen, werden gerecht bezahlt und behandelt. |
| Wir essen vor allem *regionale* Lebensmittel. | Wir essen Lebensmittel, die aus unserer Region kommen und nur kurze Transportwege haben. |
| *Nachhaltige* Getränke sind gesund und kosten nicht mehr als andere. | Wir trinken Wasser aus der Wasserleitung, manchmal auch Säfte aus regionalen Früchten. Beim Einkaufen bevorzugen wir Getränke in Glasflaschen. |

**Aufgabe 2:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Unternehmen 1: Rita bringt‘s | Unternehmen 2:  Glein |
| Beschreibe das Unternehmen in Stichworten (z. B. Angebot, Unternehmensidee). | bieten ein Lieferservice für vegetarisches Bio-Mittagessen sowie Catering an; Essen möglichst nachhaltig zubereiten und innerhalb Wiens liefern | erstellen nachhaltige Alltagsprodukte wie Kleidung und Möbel; alltägliche Produkte möglichst nachhaltig herstellen |
| Erkläre, wie es mit Globalisierung in Berührung kommt. | Wo möglich werden Rohstoffe lokal bezogen. Lebensmittel wie Kaffeebohnen können aber nur international bezogen werden – dabei sind ihnen transparente Lieferketten wichtig. | Einzelne Rohstoffe werden global bezogen (z. B. Baumwolle). Produkte wie T-Shirts werden im Ausland hergestellt, weil z. B. Baumwolle ohnehin aus dem Ausland bezogen wird. Lieferketten werden teilweise öffentlich gemacht. |
| Erläutere, wie dieses Unternehmen versucht, nachhaltig zu handeln. | Rita bringt’s will sowohl ökologisch als auch ökonomisch und sozial nachhaltig handeln. Ökologisch: Lastenfahrräder statt motorisierter Fahrzeuge, keine Avocados und Bananen; sozial: alle Mitarbeiter:innen sind angestellt; ökonomisch: Preise bewusst berechnen | Glein versucht, nachhaltige Rohstoffe wie Buchenholz zu verwenden und die Produktionsbedingungen z. B. auf Baumwollplantagen zu überprüfen. Das vorhandene Wissen wird in einem Netzwerk weitergegeben, um andere Unternehmen zu unterstützen. |
| Nenne ein Beispiel, wo ökologische und ökonomische Nachhaltigkeit in Konflikt stehen. | Es entstehen hohe Kosten, wenn man auf die Zutaten und soziale Nachhaltigkeit achtet. Dadurch bleibt weniger übrig als bei Unternehmen, die günstiger einkaufen. | Fasern aus lokalen Pflanzen halten weniger lange als Baumwolle. Zudem sind ökologisch nachhaltig Produkte in diesem Sektor teurer. |

## M2: InfoQuest (lokales Unternehmen)

individuelle Lösungen; Beispiellösung zum „Café Hawelka“:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Kategorie | Fragen | Antworten |
| Größe des Unternehmens | Wie viele Mitarbeiter:innen arbeiten ungefähr hier?  Wie viele Filialen gibt es ca. und wo befinden sich diese? | Mitarbeiter:innen: ☒ unter 10 ☐ 10-50  ☐ 50-250 ☐ über 250  Filialen: 1, in Wien |
| Aufbau des Unternehmens | Wie ist das Unternehmen aufgebaut? Gibt es verschiedene Abteilungen? **Erstellt** ein Organigramm für „euer“ Unternehmen. Das vorgefertigte Organigramm und das passende Zusatzblatt können euch dabei helfen. | Das Unternehmen wird von Familie Hawelka geführt. Abteilungen in dem Sinn gibt es nicht, aber zusätzlich zum Café in der Wiener Innenstadt gibt es eine Rösterei und einen Online-Shop mit Produkten. Geführt wird das Café von Amir und Michael Hawelka. Es arbeiten auch ein paar externe Mitarbeiter:innen dort. Lehrlinge gibt es nicht.  Inhaber  Mitarbeiter:innen |
| Chancen und Risiken | Welche Chancen und Risiken gibt es für Unternehmen dieser Größe und Vernetzung? **Seht** euch das passende Zusatzblatt **an** und **nennt** je ca. 2 Aspekte. | Chancen: persönlicher Service, Stammkund:innen, familiäres Arbeitsklima, Entscheidungen können schnell getroffen werden  Risiken: begrenzte Ressourcen, Wettbewerbsdruck durch große Kaffeehausketten, höheres Risiko (z. B. während der Coronapandemie) |
| Vernetzung des Unternehmens | **Analysiert** die Vernetzung des Unternehmens:   * Woher bezieht das Unternehmen seine Produkte? Gibt es auf der Website Infos zu Lieferketten, Geschäfts-partner:innen, …? * Wie steht es in Beziehung zu anderen Ländern? Ist es von Export oder Import abhängig? Handelt es lokal, national oder global?   **Diskutiert** gemeinsam, welchen Einfluss die geänderte Zollpolitik auf das Unternehmen hätte. | Woher die Kaffeebohnen, die auch im Online-Shop verkauft werden, bezogen werden, wird auf der Website nicht angeführt. Auf den Kaffeepackungen steht nur „aus den besten Anbaugebieten der Welt“.  Das Unternehmen ist von Import abhängig, da es die Kaffeebohnen kaufen muss. Von Export ist es nicht abhängig (Lieferungen innerhalb von Österreich).  **Einfluss der geänderten Zollpolitik**: Da das Unternehmen von Importwaren abhängig ist, ist es grundsätzlich von der Zollpolitik betroffen. Da in diesem Szenario jedoch Zölle erhoben werden, um heimische Produzent:innen zu schützen, fallen Kaffeebohnen vermutlich nicht darunter, weil diese in den USA, China oder der EU größtenteils nicht wachsen (nur auf Gran Canaria). |

## M3: InfoQuest (nationales Unternehmen)

individuelle Lösungen; Beispiellösung zu „Aida“:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Kategorie | Fragen | Antworten |
| Größe des Unternehmens | Wie viele Mitarbeiter:innen arbeiten ungefähr hier?  Wie viele Filialen gibt es ca. und wo befinden sich diese? | Mitarbeiter:innen: ☐ unter 10 ☐ 10-50  ☐ 50-250 ☒ über 250  Filialen: 26, größtenteils in Wien und Umgebung, Graz, Innsbruck, sowie eine in Saudi-Arabien (2024 eröffnet) |
| Aufbau des Unternehmens | Wie ist das Unternehmen aufgebaut? Gibt es verschiedene Abteilungen? **Erstellt** ein Organigramm für „euer“ Unternehmen. Das vorgefertigte Organigramm und das passende Zusatzblatt können euch dabei helfen. | Das Unternehmen wurde von Familie Prousek gegründet und wird weiterhin von dieser Familie geführt. Das Unternehmen wird als Franchise geführt: Wenn man selbst eine Aida-Konditorei eröffnen möchte, kann man sich beim Inhaber melden. Abteilungen wie Buchhaltung oder Logistik sind zentral organisiert (siehe Organigramm). Die Produkte werden in Floridsdorf (Wien) hergestellt.  Neben Jobs wie Konditor:in werden auch in anderen Bereichen Mitarbeiter:innen gesucht (z. B. Elektriker:in / Installateur:in[[8]](#footnote-9)). Lehrlinge arbeiten auch im Unternehmen; es werden z. B. Konditorlehrlinge gesucht8.  Ein Bild, das Text, Screenshot, Schrift, Diagramm enthält.  KI-generierte Inhalte können fehlerhaft sein. |
| Chancen und Risiken | Welche Chancen und Risiken gibt es für Unternehmen dieser Größe und Vernetzung? **Seht** euch das passende Zusatzblatt **an** und **nennt** je ca. 2 Aspekte. | Chancen: hohe Bekanntheit, vielfältige Karriereoptionen, viele Kund:innen  Risiken: standardisierte Prozesse (und dadurch weniger Flexibilität), hohe Abhängigkeit vom österreichischen Markt (landesweite Krisen betreffen alle Filialen) |
| Vernetzung des Unternehmens | **Analysiert** die Vernetzung des Unternehmens:   * Woher bezieht das Unternehmen seine Produkte? Gibt es auf der Website Infos zu Lieferketten, Geschäfts-partner:innen, …? * Wie steht es in Beziehung zu anderen Ländern? Ist es von Export oder Import abhängig? Handelt es lokal, national oder global?   **Diskutiert** gemeinsam, welchen Einfluss die geänderte Zollpolitik auf das Unternehmen hätte. | Woher die Kaffeebohnen oder die Zutaten für die hergestellten Produkte bezogen werden, wird auf der Website nicht angeführt. Auch Geschäftspartner:innen werden nicht erwähnt.  Das Unternehmen ist von Import abhängig, da es die Kaffeebohnen kaufen muss. Hinsichtlich des Exports ist zu erwähnen, dass das Unternehmen seine Produkte auf der Website für den weltweiten Versand anbietet.  **Einfluss der geänderten Zollpolitik**: Da das Unternehmen von Importwaren abhängig ist, ist es grundsätzlich von der Zollpolitik betroffen. Da in diesem Szenario jedoch Zölle erhoben werden, um heimische Produzent:innen zu schützen, fallen Kaffeebohnen vermutlich nicht darunter, weil diese in den USA, China oder der EU größtenteils nicht wachsen (nur auf Gran Canaria). Es könnte aber sein, dass z. B. die Preise der restlichen Zutaten durch eine geänderte Zollpolitik beeinflusst werden (je nach Herkunft der Zutaten). |

## M4: InfoQuest (internationales Unternehmen)

individuelle Lösungen; Beispiellösung zu „Starbucks“:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Kategorie | Fragen | Antworten |
| Größe des Unternehmens | Wie viele Mitarbeiter:innen arbeiten ungefähr hier?  Wie viele Filialen gibt es ca. und wo befinden sich diese? | Mitarbeiter:innen: ☐ unter 10 ☐ 10-50  ☐ 50-250 ☒ über 250  Filialen: ca. 40 000 weltweit (auf allen bewohnten Kontinenten) |
| Aufbau des Unternehmens | Wie ist das Unternehmen aufgebaut? Gibt es verschiedene Abteilungen? **Erstellt** ein Organigramm für „euer“ Unternehmen. Das vorgefertigte Organigramm und das passende Zusatzblatt können euch dabei helfen. | Das Unternehmen führt seine Filialen sowohl selbst als auch als Franchise. Wenn man also eine Starbucks-Filiale eröffnen möchte, kann man sich beim Unternehmen melden. Abteilungen wie Marketing, Buchhaltung oder Logistik sind zentral nach Kontinent und Land organisiert (siehe Organigramm).  Neben Jobs wie Barista werden auch in anderen Bereichen Mitarbeiter:innen gesucht (z. B. Store Manager, Shift Supervisor, Ferialpraktikant:in[[9]](#footnote-10)). Zum Beispiel in Deutschland arbeiten auch Lehrlinge im Unternehmen; für Österreich konnten keine aktuellen Ausschreibungen gefunden werden.  Ein Bild, das Text, Screenshot, Schrift, Zahl enthält.  KI-generierte Inhalte können fehlerhaft sein. |
| Chancen und Risiken | Welche Chancen und Risiken gibt es für Unternehmen dieser Größe und Vernetzung? **Seht** euch das passende Zusatzblatt **an** und **nennt** je ca. 2 Aspekte. | Chancen: Zugang zu globalen Märkten, weltweiter Verkauf, günstiger Einkauf möglich, viele Ressourcen vorhanden  Risiken: hohe Komplexität innerhalb und außerhalb des Unternehmens, lange Entscheidungswege, globale Abhängigkeiten |
| Vernetzung des Unternehmens | **Analysiert** die Vernetzung des Unternehmens:   * Woher bezieht das Unternehmen seine Produkte? Gibt es auf der Website Infos zu Lieferketten, Geschäfts-partner:innen, …? * Wie steht es in Beziehung zu anderen Ländern? Ist es von Export oder Import abhängig? Handelt es lokal, national oder global?   **Diskutiert** gemeinsam, welchen Einfluss die geänderte Zollpolitik auf das Unternehmen hätte. | Die Kaffeebohnen stammen u. a. aus Guatemala, Indonesien und Tansania[[10]](#footnote-11). Woher die Zutaten für die hergestellten Produkte bezogen werden, wird auf der Website nicht angeführt. Geschäftspartner:innen oder genaue Informationen zu den Lieferketten sind nicht zu finden. Es wird aber erklärt, dass mithilfe von Support Centern die Ausbildung der Landwirt:innen gestärkt werden soll. Als Lieferpartner wird für Österreich Foodora angeführt.  Das Unternehmen ist aufgrund seiner globalen Vernetzung und der weltweit verteilten Filialen von Import und Export abhängig.  **Einfluss der geänderten Zollpolitik**: Da die Hauptzentrale des Unternehmens in den USA angesiedelt ist, Starbucks weltweit Filialen hat und von Import und Export abhängig ist, wäre es auch massiv von der geänderten Zollpolitik betroffen. Für den Transport der Waren müsste das Unternehmen höhere Preise zahlen. Diese würden sich vermutlich auch auf die Kund:innen auswirken. |

## Wabe: Unternehmen & Nachhaltigkeit

**Folie 2: Nachhaltigkeit wiederholen** (Verbinden)

|  |  |
| --- | --- |
| Ökologische Nachhaltigkeit | ... bedeutet, dass man nicht mehr aus der Natur nehmen soll, als wieder nachwachsen kann. Man soll so sparsam mit den natürlichen Ressourcen der Erde umgehen, dass auch nachfolgende Generationen gut leben können. |
| Ökonomische Nachhaltigkeit | ... bedeutet, dass wir mit Geld, Arbeit und Ressourcen so umgehen, dass wir nicht nur jetzt, sondern auch zukünftig gut damit auskommen. Es geht darum, dass die Wirtschaft funktioniert und Menschen Arbeit haben. |
| Soziale Nachhaltigkeit | ... bedeutet, dass alle Menschen gut miteinander leben können sollen. Dazu zählen z. B. Zugang zu Bildung, Gesundheitsversorgung, gerechte Bezahlung und Sicherheit. |

**Folie 3: Nachhaltige Unternehmen** (Sortieren)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ökologisch nachhaltig** | **ökonomisch nachhaltig** | **sozial nachhaltig** |
| Unternehmen A nutzt ausschließlich Strom aus erneuerbaren Energiequellen. | Unternehmen L kauft Maschinen, die lange halten und nicht schnell kaputtgehen, um Ausgaben zu reduzieren. | Unternehmen Q bietet regelmäßige Gesundheitschecks und psychologische Beratung für seine Mitarbeiter:innen an. |
| Unternehmen F pflanzt für jedes verkaufte Produkt einen Baum. | Unternehmen T spart Geld, indem es mit Energie, Material und Zeit effizient umgeht. | Unternehmen E engagiert sich für Bildungsprojekte in der Region. |
| Unternehmen M reduziert Verpackungsmüll durch wiederverwendbare oder kompostierbare Materialien. | Unternehmen C plant sein Budget sorgfältig, um notfalls ohne größere Probleme auf Krisen reagieren zu können. | Unternehmen G bietet flexible Arbeitszeiten an, damit seine Mitarbeiter:innen Beruf und Familie besser vereinbaren können. |

**Folie 4: Von lokal bis global** (Drag & Drop)

Unternehmen können auf verschiedenen Ebenen aktiv sein: **lokal** (z. B. eine Bäckerei im Ort), regional (z. B. ein Unternehmen im oberösterreichischen Traunviertel), **national** (in ganz Österreich), international (in mehreren Ländern) oder global (**weltweit**). Meistens sind Unternehmen, die stärker vernetzt sind, auch **größer**, haben mehr Mitarbeiter:innen und produzieren **mehr**.

Je nach Vernetzungsgrad haben Unternehmen mit unterschiedlichen Chancen und Risiken zu tun:

* Ein globales Unternehmen kann mehr Kund:innen **erreichen** und mehr Geld verdienen. Zeitgleich muss es sich aber auch mit mehr **Konkurrenz** sowie anderen Sprachen oder Regeln in anderen Ländern auseinandersetzen.
* Kleinere Unternehmen, die nur lokal arbeiten, sind oft **enger** mit der Region verbunden, aber auch stärker auf ihren kleinen Markt angewiesen.

Aufgrund der Globalisierung sind fast alle Unternehmen zumindest teilweise mit anderen Regionen **vernetzt**, weil sie z. B. Rohstoffe oder Produkte aus **anderen** Regionen oder Ländern kaufen.

**Folie 5: Vernetzung von Unternehmen** (Drag & Drop mit Bild)



**Folie 6: Chancen** (Catch)

Richtige Begriffe: viele Kund:innen, weltweiter Verkauf, günstiger Einkauf, viele Ressourcen, Innovation möglich, Risiko gestreut

Falsche Begriffe: persönlicher Kontakt, hohe Komplexität, globale Abhängigkeit, wenig flexibel, anonym

**Folie 7: Risiken** (Quiz)

Welche Risiken gibt es für lokale Unternehmen? Wähle die richtigen Antworten aus.

* **begrenzte Ressourcen, z. B. Geld**
* **geringe Reichweite**
* lange Entscheidungswege
* **Wettbewerbsdruck durch große Konzerne**
* kulturelle Missverständnisse

# 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.

25, Maßstabsebenen, 2isproducciones / Pixabay

**Impressum**

**STIFTUNG FÜR**   
**WIRTSCHAFTSBILDUNG**

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

E-Mail: [office@wirtschaft-erleben.at](mailto:office@wirtschaft-erleben.at)

**CC BY NC SA**

**[Ein Bild, das Schrift, Symbol, Grafiken, Screenshot enthält.

Automatisch generierte Beschreibung](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.de)**

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.de>  
**Auf individuelle Anfrage (z. B. von Verlagen) können auch andere Lizenzbedingungen vereinbart werden.**

Bei einer Weiterverwendung sollen folgende Angaben gemacht werden:

Stiftung Wirtschaftsbildung (2025) [Unternehmen im Vergleich: Lokal bis global](https://wirtschaft-erleben.at/?post_type=material&p=22101&preview=true). CC BY NC SA 4.0.

1. Gabler Wirtschaftslexikon (o. J.) Economies of Scale. <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/economies-scale-36167>. Zugegriffen am 24.07.2025. [↑](#footnote-ref-2)
2. WKÖ (2024) Klein- und Mittelbetriebe in Österreich. <https://www.wko.at/zahlen-daten-fakten/kmu-definition>. Zugegriffen am 26.06.2025. [↑](#footnote-ref-3)
3. Bocken, N. M. P., Short, S. W., Rana, P., & Evans, S. (2014) A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes. Journal of Cleaner Production (65), 42-56. [↑](#footnote-ref-4)
4. BWL-Lexikon (o. J.) Local Sourcing. <https://www.bwl-lexikon.de/wiki/local-sourcing/>. Zugegrifen am 26.06.2025. [↑](#footnote-ref-5)
5. BWL-Lexikon (o. J.) Global Sourcing. <https://www.bwl-lexikon.de/wiki/global-sourcing/>. Zugegriffen am 26.06.2025. [↑](#footnote-ref-6)
6. Mischler, G. (2025) Local Sourcing oder Global Sourcing – Vorteile und Nachteile. <https://www.technik-einkauf.de/einkauf/strategien/local-sourcing-oder-global-sourcing-vorteile-nachteile-225304-316.html>. Zugegriffen am 26.06.2025. [↑](#footnote-ref-7)
7. Verwendete Abkürzungen in der Planungsmatrix: M = Material; SuS = Schülerinnen und Schüler; L = Lehrperson; PPT = Powerpoint-Präsentation [↑](#footnote-ref-8)
8. Jobs bei Aida: <https://aida.at/apply-job/>. Zugegriffen am 26.08.2025. [↑](#footnote-ref-9)
9. Jobs bei Starbucks in Österreich: <https://starbucks-jobs.at/stellenangebote.html>. Zugegriffen am 26.08.2025. [↑](#footnote-ref-10)
10. Starbucks (o. J.) Ethischer Einkauf. <https://www.starbucks.de/de/ethischer-einkauf>. Zugegriffen am 26.08.2025. [↑](#footnote-ref-11)