

11.8

Wirtschaft

Markt und Marktversagen – Eine Kerosinsteuer als umweltpolitische Maßnahme?

Yvonne Engelmann



© RAABE 2024

© Getty Images / iStock

Was ist eigentlich ein Markt und was passiert dort? Was greift der Staat in das Marktgeschehen ein und muss er das eigentlich? Die Schüler/innen und Schüler erarbeiten sich mithilfe dieses Materials die zentralen Merkmale eines Marktes und das Marktmodell und am Beispiel der Einführung einer Kerosinsteuer als umweltpolitischer Maßnahme das Geschehen auf einem Markt reflektieren und problematisieren. Eine PowerPoint führt durch den Unterrichtsverlauf.

KOMPETENZ

Klassenstufe: 8–10

Dauer: 2 Unterrichtsstunden

Kompetenzen: Marktfunktionen nachvollziehen, Marktversagen erkennen, Statistiken und Fallbeispiele analysieren, Perspektivübernahme durch Rollenspiel, theoretische Modelle anwenden, Kriterienanwendung, Urteilsbildung

Thematische Bereiche: Markt, Marktmodell, Marktversagen, Rolle des Staates, Verhältnis zwischen Markt und Staat, Umweltpolitik



Auf einen Blick

1./2. Stunde

Thema: Was ist ein Markt? Wann ist ein Markt im (Un)Gleichgewicht?

ZM 0 Unterrichts begleitende PowerPoint-Präsentation

M 1 Welche Märkte kennt ihr?

M 2 Der Markt in einem Modell

Inhalt: Die Schülerinnen und Schüler lernen Arten und Merkmale kennen. Mit Hilfe des Marktmodells analysieren sie die Zusammenhänge zwischen Angebot, Nachfrage, Preis und dessen Funktionen.

Benötigt: Beamer/Whiteboard

3. Stunde

Thema: Das ökonomische Prinzip

M 3 Was beeinflusst unser Kaufverhalten? – Ein Experiment

Inhalt: Die Lernenden treffen Kaufentscheidungen und reflektieren sie vor dem Hintergrund des ökonomischen Prinzips.

Benötigt: Beamer/Whiteboard

4./5. Stunde

Thema: Wunsch, Bedürfnis und Bedarf

ZM 1 Wunschlos glücklich?

M 4 Bedürfnispyramide – Wunsch, Bedürfnis, Bedarf

Inhalt: Die Lernenden erarbeiten Unterschiede zwischen Wunsch, Bedürfnis und Bedarf und bringen Beispiele ein.

Benötigt: Beamer/Whiteboard

6./7. Stunde

Thema: Marktversagen

M 5 Was ist, wenn der Markt versagt? – Beispiel Flugtickets

M 6 Was kostet unsere Mobilität?

Inhalt: Die Lernenden recherchieren Informationen zu Marktversagen und werten sie aus. Sie vergleichen unterschiedliche Verkehrsmittel hinsichtlich zentraler politischer Kategorien und reflektieren dabei ihr eigenes Mobilitätsverhalten.

Benötigt: Beamer/Whiteboard, Internetzugang

8.–11. Stunde

Thema: Preise und Umweltschutz

M 7 Was sind externe Effekte?

M 8 Soll als umweltpolitische Maßnahme eine Steuer auf Kerosin eingeführt werden?

ZM 2 Beobachtungsbogen Rollenspiel

Inhalt: Die Lernenden setzen sich mit Preisfaktoren auseinander und erkennen, dass der Preis für ein Gut nicht die tatsächlichen Kosten bzw. den tatsächlichen Nutzen abbildet. Anhand von Beispielen lernen sie umweltpolitische Grundprinzipien und Maßnahmen kennen und beurteilen diese am Beispiel Kerosinsteuer.

Benötigt: Beamer/Whiteboard, Rollenkarten und Positionen, ggfs. Internetzugang

12. Stunde

Thema: Wirtschaftssysteme

M 9 Soll der Staat in die Wirtschaft eingreifen?

Inhalt: Die Lernenden setzen sich mit unterschiedlichen Wirtschaftssystemen und deren Merkmalen auseinander. Sie können beschreiben, inwiefern Deutschland eine Sozialmarktwirtschaft ist. Darüber hinaus setzen sich die Lernenden mit der ökosozialen Marktwirtschaft auseinander.

Benötigt: Beamer/Whiteboard

Erklärung zu den Symbolen

	Dieses Symbol markiert differenziertes Material. Wenn nicht anders ausgewiesen, befinden sich die Materialien auf mittlerem Niveau.	
	leichtes Niveau	 mittleres Niveau
		 schwieriges Niveau
	Zusatzaufgaben	 Alternative
		 Selbsteinschätzung

Welche Märkte kennt ihr?

M1

Welche Arten von Märkten kennt ihr? Hier lernt ihr unterschiedlichen Arten von Märkten kennen und das, was allen Märkten gemeinsam ist.

Aufgaben

1. Betrachtet die Bilder 1–4 und nennt die Art des Marktes, der abgebildet ist.
2. Nennt weitere Märkte, die ihr kennt.
3. Erkläre anhand von mindestens drei Beispielen, was ein Markt ist.
4. Notiere im Heft die Definition eines Marktes.



Bilder: Getty Images/Alamy, Vision, Getty Images/The Image Bank Unreleased/Izzet Keribar, Getty Images Plus/iStock Editorial, Getty Images/Editorial

Was ist ein Markt?

Definition: Auf einem **Markt** treffen **Angebot** und **Nachfrage** aufeinander und es entsteht ein **Preis**.

M 3

Was beeinflusst unser Kaufverhalten? – Der Preis

Worauf achten wir, wenn wir einkaufen? Wie entscheiden wir, was wir kaufen und was nicht? Nachdem, um welches Produkt es sich handelt, spielt eine Vielzahl an Faktoren eine Rolle.

Aufgabe

1. Für euren Urlaub stehen drei Hotels zur Auswahl.

a) Diskutiert, welches ihr bucht.

Angebot 1	Angebot 2	Angebot 3
<ul style="list-style-type: none"> • Hotel President *** • 7 Tage, Doppelzimmer • all inclusive • p.P. € 484, ab Frankfurt 	<ul style="list-style-type: none"> • Hotel Sun Club *** • 7 Tage, Doppelzimmer • all inclusive • p.P. € 475, ab Frankfurt 	<ul style="list-style-type: none"> • Hotel Santa Lucia *** • 7 Tage, Doppelzimmer • all inclusive • p.P. € 452, ab Frankfurt

b) Ihr habt nun nur 300 € zur Verfügung. Diskutiert, welches Angebot ihr annehmen möchtet.

Angebot 1	Angebot 2	Angebot 3
<ul style="list-style-type: none"> • Hotel Alicante *** • 7 Tage, Doppelzimmer • all inclusive • Stadtrundfahrt • p.P. € 300, ab Nürnberg 	<ul style="list-style-type: none"> • Hotel Sun Beach *** • 5 Tage, Doppelzimmer • all inclusive • p.P. € 300, ab Nürnberg 	<ul style="list-style-type: none"> • Hotel Summer *** • 7 Tage, Doppelzimmer • p.P. € 300, ab Frankfurt • Frühstück

- Notiert die Infobox zum ökonomischen Prinzip im Heft.
- Ordnet die folgenden Fallbeispiele begründet dem Maximalprinzip bzw. dem Minimalprinzip zu.
 - Arzu hat 3 € und möchte ein gutes T-Shirt dafür kaufen.
 - Lina will ins Kino gehen. Sie vergleicht die Preise.
 - Großhändler Landmann möchte zu möglichst niedrigen Preisen seine Lagerbestände ergänzen.
 - Frederik hat nur noch eine kleine Zeit, um sich auf die Mathearbeit vorzubereiten. Er versucht, so viel wie möglich von den Unterrichtsinhalten zu wiederholen.
 - Bastian möchte so weit wie möglich Mathe lernen. Es reicht ihm, wenn er in der Mathearbeit eine Note 3 erhält.
- Notiert eigene Beispiele zum Maximal- und zum Minimalprinzip und stellt sie vor.

Das ökonomische Prinzip

Die Regel hat nur eine Ressource, d. h. zu wenige Mittel, wie z. B. Geld oder Zeit. Wie können diese Ressourcen so eingesetzt werden, dass sie einen möglichst hohen Nutzen bringen?

Nach dem ökonomischen Prinzip gibt es zwei Handlungsmöglichkeiten: Entweder werden alle Mittel so eingesetzt, dass der Nutzen möglichst hoch ist (**Maximalprinzip**) oder es werden so wenige wie möglich der Mittel verwendet, sodass noch etwas übrig bleibt (**Minimalprinzip**).

Minimalprinzip
<ul style="list-style-type: none"> • Vorgegebenes Ergebnis: 7 Tage, Doppelzimmer, all inclusive, Flug ab Frankfurt • Minimaler Mitteleinsatz: 452 €

Maximalprinzip
<ul style="list-style-type: none"> • Vorgegebene Mittel: 300 € • Maximales Ergebnis: Hotel Alicante (Hotel Summer)

M 7



Hausaufgabe

Was sind externe Effekte?

Aufgaben

1. Lies die Texte A und B. Nenne Faktoren, die auf den Preis Einfluss nehmen können. Erkläre die Einflussfaktoren jeweils anhand selbstgewählter Beispiele.
2. Stelle den Unterschied zwischen öffentlichen Gütern und wirtschaftlichen Gütern dar.
3. Erkläre anhand eines Beispiels, was unter „positiven externen Effekten“ und „negativen Effekten“ verstanden wird.
4. Diskutiert die Frage, ob Wasser ein wirtschaftliches Gut oder ein öffentliches Gut darstellt.
5. Positioniert euch zur folgenden These: „Negative externe Effekte sollten über das Preissystem erfasst werden.“ Stellt euch dazu auf einer Positionslinie im Klassenraum auf. Begründet eure Positionen.
6. Lies Text C. Nenne und erkläre die Prinzipien der Umweltpolitik anhand von Beispielen. Erkläre, welches Prinzip der Umweltpolitik im Falle externer Kosten nicht erfüllt ist.

A: Einflussfaktoren auf den Preis

Auf einem Markt treffen Angebot und Nachfrage aufeinander und es entsteht ein Preis. Neben dem Angebot, das die Knappheit eines Gutes bestimmt und das z. B. von der Jahreszeit und dem Vorkommen natürlicher Ressourcen abhängen kann, bestimmen die Höhe der Nachfrage weitere Faktoren den Preis. Auf der Nachfrageseite spielen beispielsweise auch die Zahlungsbereitschaft der Kundschaft sowie das Interesse am Produkt oder der Dienstleistung eine wichtige Rolle.

- 10 Auf der Angebotsseite bestimmen die Kosten, wie etwa die Produktions-, Lager- und Personalkosten über die Höhe des Preises. Um wettbewerbsfähig zu bleiben, muss der Preis über den Kosten liegen. Darüber hinaus müssen die Preise der Konkurrenz berücksichtigt werden. Unternehmen können ihre Preise senken, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Oder sie bringen, wenn sie einzigartige Vorteile bieten, über einen höheren Preis eine besondere Qualität oder vermitteln ein bestimmtes Image. Entscheidend ist dabei die Wertschätzung der Kundschaft für das Produkt und ihre Bereitschaft, einen bestimmten Preis zu zahlen. Unternehmen nutzen daher Methoden und Instrumente der Marktforschung, um diese Informationen zu sammeln und den passenden
- 15 Preis zu bestimmen. Ein weiterer wichtiger Faktor neben der Bereitschaft ist die Fähigkeit der Kundschaft, einen bestimmten Preis zu bezahlen - die sogenannte Kaufkraft.

Neben den bereits genannten Hauptfaktoren wie Kosten, Nachfrage, Wettbewerb und Kundenwürde, gibt es weitere Faktoren, die den Preis beeinflussen können: Je nachdem, um welche Marktform es sich handelt (Monopol, Oligopol oder Polypol) können unterschiedliche Preisstrategien erforderlich bzw. möglich sein. Bei einem Monopol kann der Anbieter relativ unabhängig und allein über den zu zahlenden Preis entscheiden, da es nur einen Anbieter gibt. Handelt es sich um ein Polypol, ist die Konkurrenz groß und der Anbieter muss sich zum Beispiel über einen günstigen Preis Vorteile auf dem Markt sichern.

- 25 Auch der Staat kann Einfluss der Preis beeinflussen, indem er Steuern erhöht oder einführt, um das Konsumverhalten zu lenken, oder indem er Mindest- oder Höchstpreise festlegt. Darüber hinaus können auch die Verhandlungsmacht von Handelsketten und die Produktionsmenge einen großen Einfluss auf die Preisgestaltung haben, da mit steigender Menge die Stückkosten und damit auch der Preis gesenkt werden können. All diese Faktoren sind bei der Preisbestimmung zu berücksichtigen und müssen jeweils hinsichtlich ihrer Bedeutsamkeit für das Unternehmen gewichtet werden.
- 30

M 9



Soll der Staat in die Wirtschaft eingreifen?

Aufgaben

1. Positioniert euch auf einer Positionslinie im Klassenraum zur Frage, ob der Staat in die Wirtschaft eingreifen sollte oder nicht. Begründet eure Positionen.
2. Arbeitet aus den Texten heraus, was unter Sozialer Marktwirtschaft zu verstehen ist.
3. Überprüft euer Wissen zur Sozialen Marktwirtschaft anhand dieses Quiz:
<https://raabe.click/quizsozialemw>
4. Notiert Argumente, die für und die gegen ein Eingreifen eines Staates in die Wirtschaft sprechen.
5. Erläutert, was unter der ökosozialen Marktwirtschaft verstanden wird und inwiefern diese als Weiterentwicklung der Sozialen Marktwirtschaft verstanden werden kann. Grenzt das die ökosoziale Marktwirtschaft von der freien Marktwirtschaft und von der Zentralverwaltungs-wirtschaft (Planwirtschaft) ab.

Die Soziale Marktwirtschaft

Die Wirtschafts- und Sozialordnung, die nach dem Zweiten Weltkrieg in Westdeutschland etabliert wurde, wird üblicherweise als Soziale Marktwirtschaft bezeichnet. Als ihre „Geburtsstunde“ kann der 20.6.1948 gelten, der Tag der Währungsreform in den drei westlichen Besatzungszonen. [...] Der Begriff Soziale Marktwirtschaft wurde wohl von Alfred Müller-Armack geprägt [...].

Soziale Marktwirtschaft lässt sich als eine regelgeleitete Wirtschaftspolitik charakterisieren, die mittels einer rechtlichen Rahmenordnung sicherstellt, dass der Wettbewerb auf Märkten zu gesellschaftlich wünschenswerten Ergebnissen führt. Der Maßstab für die Güte der wirtschaftlichen Ordnung in der Sozialen Marktwirtschaft ist nicht allein die wirtschaftliche Effizienz, sondern primär das Wohlergehen der Menschen, die in ihr leben. Der Staat garantiert die Rahmenordnung (Wirtschaftsverfassung), um echten und entmachtenden Leistungswettbewerb hervorzubringen. Das ist aber nicht seine Aufgabe, selbst aktiv in den Wettbewerb einzutreten.

Dieses Verständnis von Sozialer Marktwirtschaft als geordneter, nicht aber gelenkter Marktwirtschaft ähnelt im Grunde Gedanken an ein Fußballspiel: Wie dort wird den wirtschaftlichen Akteuren, die sich im Wettbewerb messen, ein verbindlicher Ordnungsrahmen (Spielregeln) vorgegeben. Innerhalb dieser Spielregeln können sich Produzenten und Konsumenten (Spieler) frei bewegen und solche wirtschaftlichen Aktivitäten (Spielzüge) suchen, die in ihrem Interesse sind. Die Rahmenbedingungen (Spielregeln) sind so zu gestalten, dass ein fairer Wettbewerb (Spiel) zu erwarten ist. Die Aufgabe des Staates bzw. der Politik (i. S. eines Schiedsrichters) ist es, für den regelgerechten Ablauf zu sorgen. [...]

Das soziale Anliegen der Sozialen Marktwirtschaft lässt sich in dreifacher Hinsicht charakterisieren. Erstens und grundlegend ist es erklärtes Ziel, die wirtschaftlichen Vorteile von Markt und Wettbewerb mit den Forderungen eines sozialen Ausgleichs zu verbinden. [...]

Zweitens verweist das Attribut „sozial“ auf einen gesellschaftlichen Anspruch. Die Wegbereiter der Sozialen Marktwirtschaft zielten auf eine umfassende Gestaltung der Gesellschaft. Angestrebt ist eine solche Ordnung des Gemeinwesens, in der allen jenseits von Klassenschranken gleiche Chancen zukommen. In diesem Sinne steht hinter Ludwig Erhards „Wohlstand für alle“ ein verteilungspolitisches Projekt, das jeder und jedem die Möglichkeit eröffnen soll, an den wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Errungenschaften der Moderne teilzuhaben. Drittens lässt sich das soziale Anliegen der Sozialen Marktwirtschaft als ein genuin ethisches

Mehr Materialien für Ihren Unterricht mit RAAbits Online

Unterricht abwechslungsreicher, aktueller sowie nach Lehrplan gestalten – und dabei Zeit sparen.
Fertig ausgearbeitet für über 20 verschiedene Fächer, von der Grundschule bis zum Abitur: Mit RAAbits Online stehen redaktionell geprüfte, hochwertige Materialien zur Verfügung, die sofort einsetz- und editierbar sind.

- ✓ Zugriff auf bis zu **400 Unterrichtseinheiten** pro Fach
- ✓ Didaktisch-methodisch und **fachlich geprüfte Unterrichtseinheiten**
- ✓ Materialien als **PDF oder Word** herunterladen und individuell anpassen
- ✓ Interaktive und multimediale Lerneinheiten
- ✓ Fortlaufend **neues Material** zu aktuellen Themen



Testen Sie RAAbits Online
14 Tage lang kostenlos!

www.raabits.de

