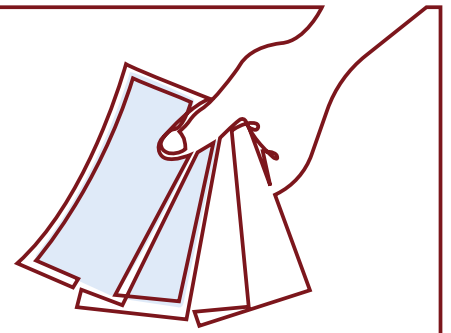


Unterrichtsstunde

Sekundarstufe I, Lehrplanthemen:

- Fragen der Entscheidungen von Unternehmen
- Ziele und Funktionen von Unternehmen
- unternehmerische Selbständigkeit



Standortsuche von Unternehmen



Erschließungsaufgaben

- > Beschreibt das Bild! Friseurmeisterin Frieda Schmidt möchte den Salon „Friedas Lockenshop“ eröffnen und sucht dafür Räumlichkeiten.
- > Vor welchen Problemen könnte die Inhaberin nun stehen?

Name: _____

Klasse: _____

Datum: _____

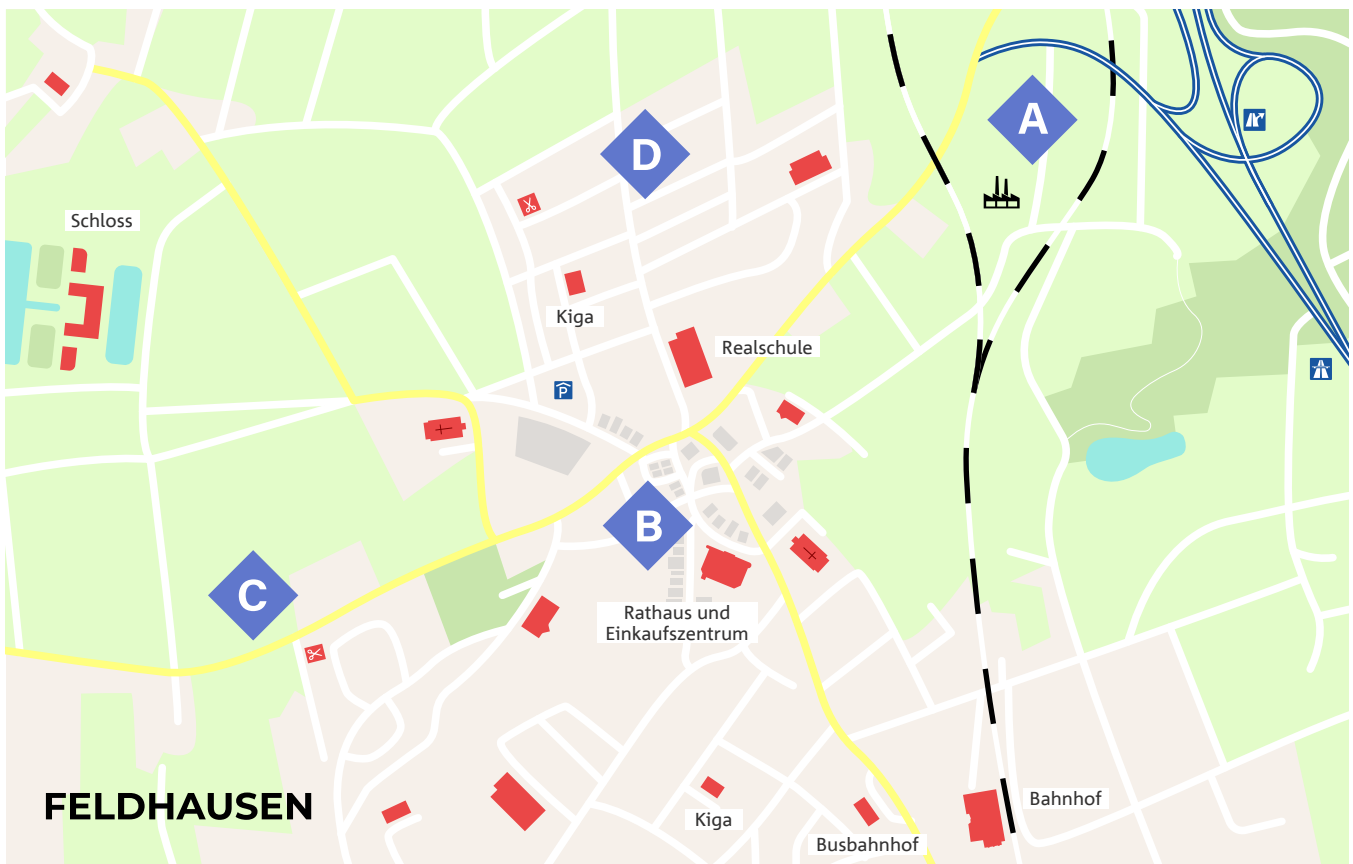
Arbeitsblatt 1: Standortsuche

Aufgabe 1

Friedas Lockenshop und weitere Unternehmen suchen einen geeigneten Standort.

- Entscheidet auf der Grundlage der Unternehmensinformationen (auf der Rückseite) und der Karte, was eurer Meinung der am besten geeignete Standort für die einzelnen Unternehmen ist.
- Begründet eure Entscheidung und schreibt Standort und Begründung ins Heft.
- Arbeitet die zwei, drei wichtigsten Standortfaktoren für jedes Unternehmen heraus.

Interaktiv: Eine interaktive Karte mit noch mehr Informationen findest du auf:
www.bankenverband.de/interaktive-landkarte



- > Dies ist die Karte des Ortes Feldhausen. Nach Auskunft des Rathauses stehen die oben markierten vier möglichen Standorte zur Auswahl.

Aufgabe 2

Als so genannte Standortfaktoren bezeichnet man allgemein alle Gründe, die dafür sprechen, warum sich Unternehmen an einem bestimmten Standort ansiedeln oder nicht.

- Erstellt eine Liste über alle in den Standortentscheidungen von euch verwendeten Standortfaktoren!
- Ordnet eure Liste nach in etwa gleichen Gründen/Faktoren und findet allgemeine Bezeichnungen dafür!
- Vergleicht eure Vorschläge in der Klasse.



Unternehmen 1: Friedas Lockenshop

Friedas Lockenshop soll ein Friseursalon im unteren Preissegment werden und mit seinem Angebot vor allem Familien mit Kindern ansprechen. Das Unternehmen möchte sich eine Stammkundschaft aufbauen. Angesichts klammer Kassen der Unternehmensgründerin Frieda Schmidt muss das Kleinunternehmen auf die Höhe der Miete achten. Neben Frieda Schmidt sollen auch zwei Aushilfen im Betrieb mitarbeiten.

Unternehmen 2: Krah Spezialkugellager

Das mittelständische Familienunternehmen Krah fertigt Spezialkugellager für die medizinische Industrie. Es ist angewiesen auf hochwertige Vorprodukte von Zulieferern aus ganz Europa und liefert weltweit. Pro Woche wird das Unternehmen im Schnitt von zehn LKW und zahlreichen Lieferwagen von Lieferanten angefahren. Es verlassen im Schnitt 40 Lieferungen pro Woche das Lager. Krah beschäftigt 180 Mitarbeiter – vor allem gut ausgebildete Facharbeiter und Ingenieure sowie Führungskräfte. Letztere bevorzugen einen Wohnort mit vielfältigen Kultur-, Bildungs- und Erholungsangeboten oder eine Autobahnanbindung, damit der Arbeitsplatz von der nächstgrößeren Stadt aus gut zu erreichen ist. Weitere Einstellungen sind absehbar, da das Unternehmen wächst und in den kommenden Jahren eventuell seine Kapazitäten am Standort ausweiten will.

Unternehmen 3: Spielebox

Das Unternehmen hat sich auf den Handel mit ausgefallenen Brettspielen für mehrere Personen spezialisiert. Der Inhaber ist der einzige Mitarbeiter. Aufgrund der Spezialisierung hat das Unternehmen wenig Laufkundschaft. Daher verkauft es die Spiele zu 90% über einen eigenen Internetshop und ist bemüht, diesen Vertriebskanal auszubauen.

Unternehmen 4: Flimmerkiste

Die Flimmerkiste ist ein Kino, das neben älteren Hollywoodproduktionen Kinder- und Kunstfilme zeigt. Das Publikum kommt zum einen aus der näheren Umgebung, bei ausgefalleneren Filmen aber auch aus der nächsten Stadt. Es hat sieben fest angestellte Mitarbeiter in Verwaltung, Verkauf und Vorführung. Die Öffnungszeiten sind Mittwoch bis Sonntag von 13-22 Uhr. In diesen Zeiten ist stoßweise mit einem erhöhten Verkehrsaufkommen rund um das Kino zu rechnen.

Unternehmen 5: Flashlight

Das Flashlight ist eine Großraumdiskothek mit vier Tanzflächen. Die maximale Kapazität der vier Bereiche beträgt 700, zwei mal 400 sowie ein mal 200 Personen. Das Flashlight hat fünf fest angestellte Mitarbeiter sowie 30 Teilzeitangestellte und Aushilfen. Es setzt auf aktuelle Charts und engagiert etwa zwei Mal im Monat überregional bekannte DJs der Dance- und Electro-Szene. An den anderen Wochenenden finden Mottopartys und Diskothekenbetrieb mit in-house-DJs statt. Die Öffnungszeiten sind schwerpunktmäßig am Wochenende und erstrecken sich bis in die Morgenstunden des Folgetages. Unter der Woche wird das Flashlight gereinigt oder ist geschlossen. Die Zielgruppe ist je nach Veranstaltung junge bis mittelalte Erwachsene aus den Orten im Umkreis von in etwa 20 Kilometern.

Unternehmen 6: Werkstatt Krümmer und Nagel

Die Gemeinschaftswerkstatt Krümmer und Nagel soll demnächst eröffnet werden. Die beiden Inhaber reparieren PKW aller Fabrikate. Es hat sich noch keine Stammkundschaft aufbauen können. Öffnungszeiten sind täglich von 9 bis 19 Uhr; neben den beiden KFZ-Mechatronikermeistern Krümmer und Nagel haben die beiden drei fest angestellte KFZ-Mechatroniker. Es ist keine Ausweitung des Unternehmens in Aussicht.



Name: _____ Klasse: _____ Datum: _____

Arbeitsblatt 2: Kriterien für die Standortsuche

Du arbeitest in der Geschäftsführung von Krah Spezialkugellager. Das Unternehmen kann sich am aktuellen Standort im Gewerbegebiet „Tiefer Grund“ nicht mehr vergrößern. Daher soll es an einen neuen Standort umziehen. In die engere Wahl sind drei Standorte (siehe unten) gekommen, die sich hinsichtlich der Standortfaktoren deutlich unterscheiden.

Aufgabe 1

Überlege, welche Bedeutung die einzelnen Standortfaktoren für ein Unternehmen wie Krah Spezialkugellager haben und vergib Punkte zwischen 0 (überhaupt nicht wichtig) und 10 (besonders wichtig).
Vergleiche eure Vorschläge in der Klasse und diskutiere die einzelnen Standortfaktoren.

Das Unternehmen Krah Spezialkugellager gehört am ehesten zum:

- primären Sektor (Landwirtschaft) sekundären Sektor (Industrie) tertiären Sektor (Dienstleistungen)

Faktor	Wichtigkeit (0-10)	Wie ist dies am bisherigen Standort gewährleistet?
Infrastrukturanbindung		Anbindung an eine Autobahn/an eine Bundesstraße/einen Kanal/eine Eisenbahnstrecke? Anbindung an ein bestimmtes Leitungsnetz, z. B: Glasfasernetz. Anbindung an bestimmte Entsorgungsdienstleistungen?
Steuern, Abgaben, Beihilfen		Werden bestimmte Steuern von der Kommune (zeitweise) erlassen? Werden bestimmte Hilfen gewährt?
Zugang zu Rohstoffen und Vorprodukten		Sind wichtige Zulieferer in der Nähe? Wie einfach ist die Anlieferung mit Rohstoffen und Vorprodukten?
Zugang zu geeigneten Arbeitskräften		Stehen auf dem Arbeitsmarkt genügend fachlich geeignete Bewerber zur Verfügung – bspw. durch Berufsschulen, Universitäten, usw.?
Zugang zum Absatzmarkt		Sind wichtige Kunden in der Nähe oder sind sie einfach zu erreichen?
Bürokratie		Wie leistungsfähig ist die lokale Verwaltung bei wichtigen Anliegen?
unternehmensbezogene Standortfaktoren		Welches Image hat der Standort? Welche anderen Unternehmen und Einrichtungen liegen in der Nähe, die positive Auswirkungen auf die Arbeit im Unternehmen haben könnten?
personenbezogene Standortfaktoren		Wie attraktiv ist der Ort als Wohnort? Wie attraktiv ist der Ort also hinsichtlich Bildung, Kultur, Freizeit, der Umweltqualität? In welchem Ausmaß sind diese Faktoren überhaupt verfügbar und wie teuer sind diese im Vergleich?

Standorte _____

Standort 1 liegt in einem neuen Gewerbegebiet einer Kleinstadt. Es gibt weder Berufsschulen oder Universitäten in der Nähe noch wichtige Kunden. Zwei wichtige Zulieferer sind aber über die Autobahn gut erreichbar. Das Gewerbegebiet liegt in einer ländlichen Gegend, weit entfernt von der nächsten größeren Stadt. Ein Bahnhof und eine gute Autobahnanbindung sind vorhanden.

Standort 2 liegt mitten in einem Ballungszentrum mehrerer großer Städte. Die Infrastruktur ist durch gut ausgebauten ÖPNV und eine Autobahnausfahrt gegeben. Firmen sollen angelockt werden, sodass die Gewerbesteuern gesenkt wurden. Die Universität hat eine medizinische und eine technische Fakultät. Im Umland gibt es viele weitere Unternehmen, sowohl Kunden als auch Zulieferer. Die Bürokratie gilt hier als besonders langsam.

Standort 3 liegt in einer bevölkerungsarmen Gegend. Unternehmen sollen angesiedelt werden, daher sind die Steuern und Abgaben sehr niedrig und es werden Beihilfen gewährt. In 100km Entfernung sitzt ein Betrieb, der Vorprodukte für die Spezialkugellager liefert. Der zugehörige Ort ist sehr klein und hat weder ein Theater noch ein Kino. Es gibt nur einen kleinen Supermarkt am Ort.



Aufgabe 2

Finde den deiner Meinung nach am besten geeigneten Standort für Krah Spezialkugellager!

Faktor	Wichtigkeit (Punkte aus Aufgabe 1, 10= besonders wichtig, 1=nicht wichtig)	Standort 1 (Punkte)	Standort 2 (Punkte)	Standort 3 (Punkte)
Infrastrukturanbindung		10	8	5
Steuern, Abgaben, Beihilfen		9	3	3
Zugang zu Rohstoffen und Vorprodukten		8	9	7
Zugang zu geeigneten Arbeitskräften		5	10	6
Zugang zum Absatzmarkt		5	8	5
Bürokratie		9	4	9
unternehmensbezogene Standortfaktoren		3	6	4
personenbezogene Standortfaktoren		2	7	3
andere Faktoren				



Name: _____ Klasse: _____ Datum: _____

Arbeitsblatt 3

für Klassen mit Betriebsbesichtigung oder Betriebspraktikum

Du arbeitest in der Geschäftsführung deines Praktikumsunternehmens bzw. eines schon besichtigten Unternehmens. Das Unternehmen kann sich am aktuellen Standort nicht mehr vergrößern. Daher soll es an einen neuen Standort umziehen. In der engeren Wahl sind drei Standorte, die sich hinsichtlich der Standortfaktoren unterscheiden.

Aufgabe 1

Analysiere den Standort des Unternehmens anhand der Kriterien unten!

Das Unternehmen _____ gehört am ehesten zum:

primären Sektor (Landwirtschaft) sekundären Sektor (Industrie) tertiären Sektor (Dienstleistungen)

Standort _____ (Stadt/Gemeinde); das ist:

ländlich Gewerbegebiet kleinstädtisch großstädtisch gelegen

falls in einer Groß- oder Kleinstadt: eher Randlage eher zentrale Lage

Faktor	Wichtigkeit (0-10)	Wie ist dies am bisherigen Standort gewährleistet?
Infrastrukturanbindung		Anbindung an eine Autobahn/an eine Bundesstraße/einen Kanal/eine Eisenbahnstrecke? Anbindung an ein bestimmtes Leitungsnetz, z. B: Glasfasernetz. Anbindung an bestimmte Entsorgungsdienstleistungen?
Steuern, Abgaben, Beihilfen		Werden bestimmte Steuern von der Kommune (zeitweise) erlassen? Werden bestimmte Hilfen gewährt?
Zugang zu Rohstoffen und Vorprodukten		Sind wichtige Zulieferer in der Nähe? Wie einfach ist die Anlieferung mit Rohstoffen und Vorprodukten?
Zugang zu geeigneten Arbeitskräften		Stehen auf dem Arbeitsmarkt genügend fachlich geeignete Bewerber zur Verfügung – bspw. durch Berufsschulen, Universitäten, usw.?
Zugang zum Absatzmarkt		Sind wichtige Kunden in der Nähe oder sind sie einfach zu erreichen?
Bürokratie		Wie leistungsfähig ist die lokale Verwaltung bei wichtigen Anliegen?
unternehmensbezogene Standortfaktoren		Welches Image hat der Standort? Welche anderen Unternehmen und Einrichtungen liegen in der Nähe, die positive Auswirkungen auf die Arbeit im Unternehmen haben könnten?
personenbezogene Standortfaktoren		Wie attraktiv ist der Ort als Wohnort? Wie attraktiv ist der Ort also hinsichtlich Bildung, Kultur, Freizeit, der Umweltqualität? In welchem Ausmaß sind diese Faktoren überhaupt verfügbar und wie teuer sind diese im Vergleich?



Aufgabe 2

Finde den deiner Meinung nach am besten geeigneten Standort für dein Unternehmen!

Faktor	Wichtigkeit (Punkte aus Aufgabe 1, 10= besonders wichtig, 1=nicht wichtig)	Standort 1 (Punkte)	Standort 2 (Punkte)	Standort 3 (Punkte)
Infrastrukturanbindung		10	8	5
Steuern, Abgaben, Beihilfen		9	3	10
Zugang zu Rohstoffen und Vorprodukten		8	9	7
Zugang zu geeigneten Arbeitskräften		5	10	6
Zugang zum Absatzmarkt		5	8	5
Bürokratie		9	9	9
unternehmensbezogene Standortfaktoren		3	6	4
personenbezogene Standortfaktoren		2	7	3
andere Faktoren				



Lehrplaneinordnung

Die Anknüpfungspunkte an die Lehrpläne der Sekundarstufe I für das Unterrichtsmaterial sind vielfältig. Es lässt sich in verschiedenen Kontexten einbinden:

- Fragen der Entscheidungen von Unternehmen
- Ziele und Funktionen von Unternehmen: Dort ließe sich die Unterrichtseinheit nach den Funktionen von Unternehmen einsetzen, denn aus diesen ergeben sich für jedes Unternehmen Implikationen für die Standortwahl.
- unternehmerische Selbständigkeit: Hier lässt sich verdeutlichen, dass zu den vielfältigen Entscheidungen von Unternehmerinnen und Unternehmern auch Entscheidungen über den Standort des Unternehmens kommen.

Sachinformationen

Wenn ein Unternehmen einen neuen Standort sucht, ist die Wahl oft schwierig. Der eine Standort liegt direkt an Bahnhof oder Autobahn. Der andere nah bei der Laufkundschaft und der dritte hat den besten Zugang zu Rohstoffen. Die Wahl des besten Standorts hängt von den Besonderheiten des Unternehmens ab: Ein Supermarkt braucht Laufkundschaft, produzierende Gewerbe meist die gute Infrastruktur eines Industriegebietes. Manche Unternehmen emittieren Lärm und Abgase, die das Umfeld stören können.

Für die Standortwahl benötigt das Unternehmen also objektive Kriterien und Bewertungsverfahren, um zwischen Standorten entscheiden zu können. Die Schülerinnen und Schüler beginnen in dieser Unterrichtseinheit, über Standorte von Unternehmen innerhalb ihrer Lebenswelt nachzudenken. Dabei werden Standortfaktoren wie der Zugang zu Lieferanten und Kunden, die Infrastruktur und die Lebensqualität des Ortes von den Schülerinnen und Schülern verarbeitet.

Einsatz der interaktiven Übung

Interaktive Übungen ermöglichen eine innovative Unterrichtspraxis mit stärkerer Schülerorientierung und höheren Anteilen selbstregulierenden Lernens. Die Schülerinnen und Schüler arbeiten mit digitalen Medien in der Regel motivierter und haben die Möglichkeit ihr Lerntempo selbst zu bestimmen. So werden sie auch bei der interaktiven Standortwahl in die eigenständige Erarbeitung der Inhalte eingebunden. Sie können zum einen Wissen selbst erarbeiten und zum anderen das im Unterricht erarbeitete Wissen festigen und vertiefen. Durch die spannende Aufgabe werden sie zum Nachdenken und Recherchieren angeregt.

Mithilfe der Schaltflächen „Prüfen“ können die Schülerinnen und Schüler ihre Ergebnisse kontrollieren und erhalten ein sofortiges Feedback. So erhalten sie eine Rückmeldung zu ihrem Leistungsstand. Durch die Kommunikation im Team (kooperatives Lernen) können die Lernenden auch untereinander ihre Ergebnisse vergleichen, hinterfragen und beurteilen. Dadurch werden wesentliche prozessbezogene und fachbezogene Kompetenzen vermittelt.



WIRTSCHAFTSSTANDORT FELDHAUSEN

Wohngebiet

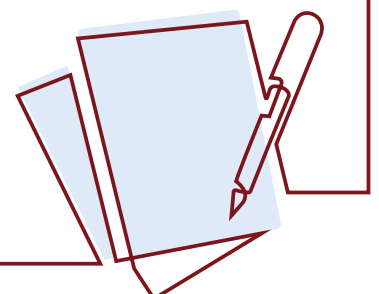
Wohngebiet „Neues Feld“

× Schließen

Aufgabe

Das Lockenshop soll ein Salon im unteren Preissegment werden und mit seinem Angebot vor allem Familien mit Kindern ansprechen. Das Unternehmen möchte sich eine Stammkundschaft aufbauen.

Ausschnitt aus der interaktiven Übung



Lösungshinweise

zu Arbeitsblatt 1

Die Lösungen zu den einzelnen Fällen sind nicht eindeutig und können im Einzelfall unterschiedlich ausfallen und dennoch in sich schlüssig sein. Denn die Schülerinnen und Schüler sollten angesichts der Platzierung der Einheit am Anfang der Betrachtung von Standortfaktoren explizit ihre Phantasie für die Standortwahl einsetzen. Dennoch sollten einige Sachzwänge in den einzelnen Fällen berücksichtigt werden.

> Bei Friedas Lockenshop sollte in einer Lösung beachtet werden, dass sie auf Laufkundschaft angewiesen ist. Daher wird sie einen Standort im Zentrum oder einem Wohngebiet wählen wollen. Wegen der im Fall erwähnten Budgetrestriktion wird eine Zentrumslage mit hohen Mieten allerdings nicht in Frage kommen. Dagegen bietet sich wegen ihrer Spezialisierung auf Familien Standort D im Wohngebiet „Neues Feld“ an, wo auch ein Kindergarten, eine Grund- und eine Realschule angesiedelt sind. Allerdings befindet sich dort ausweislich der Karte ein weiterer Friseursalon. Dies könnte dazu führen, dass beide Salons sich die Kundschaft streitig machen. Dies könnte wiederum Friedas Lockenshop über spezielle Angebote (> Produktdiversifikation) teilweise umgehen. Dieser Umstand müsste von den Schülerinnen und Schülern in einer Antwort zumindest berücksichtigt werden. Den einen idealen Standort gibt es also nicht. Bei Lösungen, die den Friseursalon in die Außenbezirke der Stadt verlegen wollen, müsste die genaue Begründung berücksichtigt werden.

> Beim Fall der Krah Spezialkugellager ist die Lage komplizierter als bei Friedas Lockenshop, der als Einstieg bewusst einfach gehalten ist. Krah Spezialkugellager braucht eine gut ausgebaute Verkehrsinfrastrukturanbindung; es ist mit Lärm durch LKW zu rechnen, der Standort muss für Fach- und Führungskräfte attraktiv sein und zudem sollte Platz für eine eventuelle Erweiterung vorhanden sein. Dies ist bei den städtischen Standorten B und D nicht gegeben. Beim Standort C an der Ausfallstraße ist die Infrastrukturanbindung fraglich, auch wenn genügend Flächen in der Umgebung noch nicht bebaut sind. Standort A im Gewerbegebiet erscheint als der attraktivste. Allerdings ist mit Blick auf die Kultur- und Bildungseinrichtungen von Feldhausen auch dieser Standort nicht attraktiv. Die Schülerinnen und Schüler müssten berücksichtigen, dass die nahe Autobahnanbindung es anspruchsvolleren Führungskräften ermöglicht, im nahegelegenen Neustadt zu wohnen. Gleiches gilt für die Gewinnung von qualifizierten Mitarbeitern aus der Region, die nur über die Universitätsstadt Neustadt realisiert werden könnte.

> Die Spielbox ist ein Unternehmen, das vor allem über das Internet seine Waren vertreibt. Daher ist keine örtliche Kundennähe relevant und somit käme keine teure Zentrumslage in Frage. Zwischen den Standorten A, C oder D wäre das Unternehmen angesichts der Informationen im Material indifferent. Was man anführen könnte wäre die gute Erreichbarkeit des Zentrums, wo gemeinhin ein Paketdienstleister angesiedelt ist. Damit kämen vor allem die Standorte A und C in Frage.

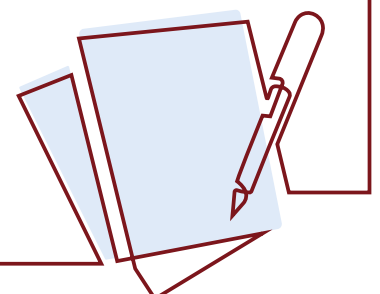
> Beim Kino Flimmerkiste ist vor allem relevant, dass es ein regionales statt nur ein lokales Publikum anspricht und dass mit Lärm zu rechnen ist. Damit fällt Standort D im Wohngebiet aus der engeren Wahl heraus. Bei der Standortwahl im Gewerbegebiet ist zu beachten, dass dort die Erreichbarkeit für die regionale Kundschaft hoch, für die lokale Kundschaft allerdings niedrig ist. Von daher käme Standort B oder C in Frage. Für Standort C am Stadtrand spricht die Lärmbelastung, für Standort B im Zentrum die gute Erreichbarkeit. Im letzten Fall müssten die Schülerinnen und Schüler erklären, warum die Lärmbelastung am Innenstadtstandort kein Problem für die Anwohnerinnen und Anwohner darstellt.

> Der Fall der Diskothek Flashlight ist ähnlich zu sehen wie der des Kinos – allerdings mit dem Unterschied, dass der Innenstadtstandort wegen der Lärmbelastung und des Parkplatzbedarfs ausfällt. Hier ist sicher der Standort im Gewerbegebiet aufgrund der Anbindung an die umliegenden Städte der entscheidende Faktor.

> Die Werkstatt Krümmer und Nagel würde sich vermutlich an der Ausfallstraße im Standort C oder im Wohngebiet ansiedeln. An der Ausfallstraße könnten die Schülerinnen und Schüler die gute Sichtbarkeit der Werkstatt an einen wahrscheinlich günstigen Standort anführen, für das Wohngebiet spricht ebenfalls eine gute Sichtbarkeit und Kundennähe. Gegen Standort B in der Innenstadt spricht der Preis (dass die Innenstadt eine teure Lage ist, wird im Fall 1 erwähnt) und gegen den Standort A im Gewerbegebiet spricht die dort mangelnde Sichtbarkeit. Wenn die Schülerinnen und Schüler die Werkstatt ins Gewerbegebiet verlagern wollen, dann müssten sie begründen, dass dort möglicherweise die Dienstwagenflotten von großen Unternehmen gewartet werden müssten o. Ä. Dass diese in der Realität mit Wartungsverträgen an Vertragshändler gebunden sind, kann die Lehrkraft bei Bedarf erklären.

zu Arbeitsblatt 2

Das Unternehmen Krah Spezialkugellager gehört am ehesten zum sekundären Sektor (Industrie). Es braucht eine gut ausgebaute Verkehrsinfrastrukturanbindung. Standort 1 hat die beste Infrastrukturanbindung, aber die Steuern und Abgaben sind an diesem Standort sehr hoch. Standort 2 im Ballungszentrum erscheint als der attraktivste. Die Verkehrsinfrastrukturanbindung ist sehr gut, sowie der Zugang



zu geeigneten Arbeitskräften und zum Absatzmarkt. Außerdem hat der Standort einige Kultur- und Bildungseinrichtungen, sodass der Standort auch für Fach- und Führungskräfte einigermaßen attraktiv ist. In einem Ballungsgebiet können die Fachkräfte zudem das Angebot anderer Städte nutzen. Für Standort 3 spricht, dass die Steuern und Abgaben sehr niedrig sind und zumindest ein Zulieferer in der Nähe sitzt. Aber der Zugang zu geeigneten Arbeitskräften und zum Absatzmarkt sowie das kulturelle Angebot sind nicht gut. Gegen Standort 3 spricht vor allem auch die schlechte Infrastrukturanbindung.

Weitere Lösungshinweise entnehmen Sie bitte dem nächsten Punkt „Didaktische Hinweise“.

Didaktische Hinweise

Diese Diskussionsstränge werden im vorliegenden Material aus der Sicht einzelner Unternehmen nur angelegt. Denn im Material geht es schwerpunktmäßig um die Faktoren, die dazu führen, warum sich Unternehmen zwischen verschiedenen zur Auswahl stehenden Standorte innerhalb einer Stadt entscheiden. So soll an die Lebenswelt der Schülerinnen und Schüler angeknüpft werden. In der Unterrichtseinheit des nächsten Newsletters wird die Perspektive erweitert und Standortfaktoren des gesamten Standortes Deutschland im Vergleich betrachtet. Obwohl die Schülerinnen und Schüler in dieser Unterrichtseinheit schon mit Standortfaktoren operieren, wird hier noch eine Systematisierung unterlassen. Diese wird im *Arbeitsblatt 1: Standortsuche, Aufgabe 2* allerdings schon vorbereitet.

Die Schülerinnen und Schüler werden in dieser Unterrichtseinheit in die Rolle von Managern versetzt, die über den **Standort eines Unternehmens entscheiden** sollen. Dabei müssen sie die Anforderungen der Unternehmen mit den Eigenschaften des jeweiligen Standortes vergleichen und zu einer guten, plausiblen Lösung kommen. Oft gibt es allerdings nicht die eine beste Lösung. Hier wird vor allem darauf zu achten sein, dass die Schülerinnen und Schüler Gründe und Gegen Gründe nennen, gewichten und schließlich abwägen. Da hier Wissen aus der Alltagswelt der Schülerinnen und Schüler verarbeitet werden muss, ist außer Arbeitsblatt 1 sowie der Fähigkeit, einen Stadtplan lesen zu können, erst einmal kein weiteres Vorwissen notwendig.

Da die Einheit als Einstieg in die Behandlung von Standortfaktoren genutzt werden kann, sind die Schülerinnen und Schüler bei der Standortwahl aufgefordert, auch ihre Fantasie einzusetzen. Dabei sollten sie allerdings ihre Annahmen, beispielsweise über in der Nähe befindliche Einrichtungen, Ressourcen, usw., erläutern und in die Begründung einfließen lassen.

Wenn die Schülerinnen und Schüler kein ungefähres **Vorwissen** über unterschiedliche Mietpreise von Immobilien an unterschiedlichen Standorten haben, müsste dies in einem Unterrichtsgespräch erklärt werden. Hinsichtlich der Quadratmeterpreise wird Standort B im Ortszentrum der teuerste, die Standorte C und A in etwa gleichermaßen günstig und der Standort D im Wohngebiet etwa dazwischen angesiedelt sein.

Gute Entscheidungen werden oft in **Gruppen** getroffen, die heterogen sind. Daher ist es ratsam auch hier die Entscheidungsfindung in Kleingruppenarbeit erledigen zu lassen. Die maximale Gruppengröße liegt erfahrungsgemäß bei vier Personen.

Arbeitsblatt 2 und 3 decken ähnliche Inhalte ab. Arbeitsblatt 3 kann für Klassen verwendet werden, die schon eine Betriebsbesichtigung oder ein Betriebspraktikum durchgeführt haben. Arbeitsblatt 2 behandelt die Standortwahl an dem fiktiven Unternehmen „Krah Spezialkugellager“. Die neuen zur Auswahl stehenden Standorte liegen nicht im fiktiven Ort Feldhausen und lassen sich nicht auf dem Kartenabschnitt finden. Bei Arbeitsblatt 2 müssen die Schülerinnen und Schüler den bisherigen Standort zunächst mit Belegen analysieren. Als Hinweis auf die Notwendigkeit und die inhaltliche Stoßrichtung der Belege dienen die ausgegrauten Hinweise in der rechten Tabellenspalte. Basierend auf dieser Analyse können die Schülerinnen und Schüler wiederum in die Rolle von Managern schlüpfen, die über einen neuen Standort entscheiden müssen. Diese Standorte sind hinsichtlich der Gewichtung von Faktoren deutlich abstrakter dargestellt. Daher eignet sich dieses zusätzliche Material vor allem für Klassen am Ende der Sekundarstufe I.

Impressum

Herausgeber: Bundesverband deutscher Banken
Autoren: Dr. Marco Rehm, Dr. Ekkehard Köhler
Grafik: Hagemann Bildungsmedien
Bild: Hagemann Bildungsmedien, Freepik (freepik)
Copyright: © 2020 Hagemann & Partner Bildungsmedien Verlagsges. mbH, Düsseldorf

