

## Lehrerhandreichung zur Unterrichtseinheit 3: Energie und Unternehmen

Liebe Lehrkräfte,

der Umbau unseres Energieversorgungssystems in Richtung erneuerbare Energien ist eine große gesellschaftliche Herausforderung, die uns in Zukunft mehr als je zuvor beschäftigen wird. Die Umsetzung erfolgt über ganz viele unterschiedliche Maßnahmen wie zum Beispiel die finanzielle Förderung von Wind, Sonne und Co. oder Vorgaben zur energetischen Sanierung von Häusern. Natürlich wird über deren konkrete Ausgestaltung auch gestritten.

Feststeht, dass jeder Einzelne von der Energiewende betroffen ist – als Konsument, Arbeitnehmer, Steuerzahler etc. Für den Wirtschaftsunterricht in der Sekundarstufe I und II ergeben sich daraus viele Möglichkeiten, ökonomische Lerngegenstände anhand lebendiger und alltagsnaher Beispiele zu behandeln.

Nahezu jedes Unternehmen ist auf die Versorgung mit Strom, Gas und/oder Kraftstoffen angewiesen. Tankstellen, Windparks, regionale und überregionale Erdgasanbieter sind nur einige Beispiele für Unternehmen, die diese Energie bereitstellen. Dabei weisen Unternehmen eine Gemeinsamkeit auf, unabhängig davon ob sie als Energieanbieter oder Energienachfrager im wirtschaftlichen Geschehen unterwegs sind: Sie müssen bei all ihren Aktivitäten und Entscheidungen Rahmenbedingungen beachten und werden durch viele äußere Faktoren beeinflusst. Dazu gehören zum Beispiel gesetzliche Vorgaben und politische Maßnahmen, technische Erfordernisse, Preis und Verfügbarkeit von Rohstoffen, die Ansprüche der Nachfrager und vieles mehr. Genau um solche Rahmenbedingungen und Einflussfaktoren geht es in der vorliegenden Unterrichtseinheit.

Wir stellen mit der vorliegenden Unterrichtseinheit eine Sammlung von unterschiedlichen Materialien bereit. Strukturgrundlage ist dabei der angenommene Lernprozess von vier Phasen bzw. Stufen. Die Unterrichtseinheit ist so aufgebaut und strukturiert, dass mit der Verwendung der vorgeschlagenen Materialien (Hauptmaterialien) die Zielerreichung für jede Lernprozessphase sichergestellt sind. Gleichzeitig versuchen wir den Unterschieden in Kontexten und Lerngruppen gerecht zu werden. Deshalb stehen Ihnen zu jeder angenommenen Phase zusätzliche Unterrichtsmaterialien zur Verfügung (Zusatzmaterialien).

Wir wünschen Ihnen einen spannenden Einblick in die Welt der Energiewirtschaft!

*Ihr Team von  
Wirtschaft und Energie*

Unsere Lehrerhandreichungen sind immer in nachfolgender Struktur beschrieben:

Einleitung

## **I Transparenz des Konstruktionsverfahrens**

Erkenntnisleitende Interessen

## **II Funktion und Reichweite der Materialien**

Thematik

- a) Relevante Inhaltsfelder
- b) Curricularer Bezug
- c) Inhaltliche Struktur der Unterrichtseinheit
- d) Zentrale Einsichten

Fachwissenschaftlicher Kontext

Kompetenzen

Methodik

Schlüsselstellen

2

## **III Schülermaterialien (lernprozessorientiert)**

Phase 1: Problemlösender Aufbau

Phase 2: Durcharbeiten einer Struktur

Phase 3: Üben und Wiederholen

Phase 4: Transfer

## Einleitung

Nahezu jedes Unternehmen ist auf die Versorgung mit Strom, Gas und/oder Kraftstoffen angewiesen. Tankstellen, Windparks, regionale und überregionale Erdgasanbieter sind nur einige Beispiele für Unternehmen, die diese Energie bereitstellen. Dabei weisen Unternehmen eine Gemeinsamkeit auf, unabhängig davon ob sie als Energieanbieter oder Energienachfrager im wirtschaftlichen Geschehen unterwegs sind: Sie müssen bei all ihren Aktivitäten und Entscheidungen Rahmenbedingungen beachten und werden durch viele äußere Faktoren beeinflusst. Dazu gehören zum Beispiel gesetzliche Vorgaben und politische Maßnahmen, technische Erfordernisse, Preis und Verfügbarkeit von Rohstoffen, die Ansprüche der Nachfrager und vieles mehr. Genau um solche Rahmenbedingungen und Einflussfaktoren geht es in der vorliegenden Unterrichtseinheit.

## Transparenz des Konstruktionsverfahrens

### Erkenntnisleitende Interessen

Unternehmen sind zentrale Akteure im Wirtschaftsgeschehen. Sie stellen Güter und Dienstleistungen bereit, mit denen die vielfältigen Bedürfnisse der Verbraucher befriedigt werden können. Dabei ist Energie ein essentiell wichtiger Rohstoff. Unternehmen müssen bei all ihren Aktivitäten und Entscheidungen das sie umgebende Umfeld berücksichtigen, um langfristig bestehen zu können. Rahmenbedingungen wie gesetzliche Vorgaben sind ebenso zu beachten wie die Konkurrenzsituation, Ansprüche der Mitarbeiter bzw. Verbraucher, der technische Fortschritt und vieles mehr. Diese Aufgabe ist eine Herausforderung, da sich Rahmenbedingungen ständig verändern und gerade aufgrund der zunehmenden Digitalisierung eine immer schnellere Anpassung erfordern. Dies steht im Mittelpunkt der vorliegenden Unterrichtseinheit und ist erkenntnisleitend.

Das Umfeld lässt sich unterteilen in verschiedene Umwelten. Dazu gehören die ökonomische Umwelt (insb. Marktsituation, Wettbewerb, Kosten für Rohstoffe), die politisch-rechtliche Umwelt (insb. gesetzliche Rahmenbedingungen für Produktion und Absatz, politische Entscheidungen) sowie die gesellschaftliche Umwelt mit den ihr verbundenen Wertvorstellungen und Prioritäten. Aufgrund des immer größeren werdenden Einflusses der Informations- und Kommunikationstechnik auf wirtschaftliche Prozesse (Stichwort Digitalisierung), ist auch der technische Fortschritt ein wichtiger Aspekt, den Unternehmen im Blick behalten müssen.

Die vorliegende Unterrichtseinheit hält zahlreiche Beispiele aus dem Energiebereich bereit, die zur vertieften und kritischen Auseinandersetzung anregen. Dazu gehören die gesetzlich verordnete Beimischungspflicht des Kraftstoffs E10, die Einführung von Wettbewerb unter Energieversorgern, Ansprüche der Verbraucher an eine nachhaltige Energieversorgung sowie die zunehmende Digitalisierung.

Ziel der Unterrichtseinheit ist es den Schülerinnen und Schülern die Erkenntnis zu vermitteln, dass Unternehmen in ihrem Handeln auch immer von äußere Faktoren beeinflusst werden. Sie müssen anpassen, um langfristig bestehen zu können. Dazu

gehören insbesondere gesetzliche Vorgaben und politische Entscheidungen, technische Entwicklungen, gesellschaftliche Ansprüche bzw. Verbraucherverhalten und die Wettbewerbssituation. Auf diese Weise soll auch ein Beitrag zur Bewältigung ökonomisch geprägter Lebenssituationen – speziell mit Blick auf die Rollen als Erwerbstätiger bzw. Wirtschaftsbürger – geleistet werden.

Die Unterrichtseinheit zielt zudem auf eine Verbesserung der Analysekompetenzen der Schülerinnen und Schüler ab (z. B. Umgang mit Statistiken, Hinterfragen von Aussagen und Daten, Aneignung von Inhalten), mit denen sie sich alltäglich zu beobachtende ökonomische Prozesse und Entwicklungen – nicht nur im Energiebereich – sachgerecht erschließen und bewerten zu können.

## Funktion und Reichweite der Materialien

### Thematik

#### **Relevante Inhaltsfelder:**

- Aufgaben und Ziele von Unternehmen im Wirtschaftsprozess
- Rahmenbedingungen und Einflussfaktoren auf Unternehmen bzw. unternehmerische Aktivitäten und Entscheidungen
- Energieversorgung als Herausforderung

#### **Curricularer Bezug:**

- Aufgaben und Ziele von Unternehmen im Wirtschaftsprozess
- Veränderung von Arbeits-, Organisations- und Produktionsprozessen durch den Einfluss technischer, ökonomischer und politischer Faktoren
- Energieversorgung als Herausforderung

#### **Inhaltliche Struktur der Unterrichtseinheit:**

Vorgeschlagen wird ein sehr grundlegender Einstieg in die Unterrichtseinheit. Die Schülerinnen und Schüler sollen sich zunächst eigenständig Gedanken machen, welche Bedingungen oder Faktoren Unternehmen beachten müssen, wenn sie auf Märkten aktiv werden wollen. Die Materialien liefern Impulse, um die Aufmerksamkeit der Lernenden auf wichtige Aspekte zu lenken (**M1 und M2**). Konkret sind dies ökonomische Faktoren (z. B. Konkurrenzsituation), gesellschaftliche Trends und Ansprüche (z. B. nachhaltige Produktion, besondere Ernährungsweisen), Veränderung politischer/rechtlicher Rahmenbedingungen und technologischer Wandel (z. B. zunehmende Digitalisierung). Die Zusatzmaterialien können ergänzend eingesetzt werden. Während Z1 Informationen zur Methode Brainstorming enthält und sich ausschließlich an die Lehrkraft richten, sind **Z2** bis **Z4** Schülerarbeitsmaterial. Diese eignen sich für einen sehr grundlegenden Einstieg in den Themenbereich Unternehmen bzw. für eine kurze Wiederholung. Während sich **Z2** mit der Unterscheidung zwischen verschiedenen Unternehmensarten beschäftigt, geht **Z3** sehr grundlegend auf die Aufgaben von Unternehmen im Wirtschaftsgeschehen ein und **Z4** geht der Frage nach, welche Ziele Unternehmen grundsätzlich verfolgen.

In Phase zwei wird der Blick auf Unternehmen in der Energiebranche gerichtet. Dazu wurden aktuelle Beispiele ausgewählt, die exemplarisch für wichtige Einflussfaktoren in dieser Branche stehen (**M3**). Dazu gehören die gesetzlich verordnete Beimischungspflicht des Kraftstoffs E10, die Einführung von Wettbewerb unter Energieversorgern, Ansprüche der Verbraucher an eine nachhaltige Energieversorgung sowie die zunehmende Digitalisierung. Das Material gibt dabei über die Aufgabenstellungen auch Impulse zur kritischen Auseinandersetzung. Das Zusatzmaterial **Z5 bis Z7** beleuchten einzelne Aspekte genauer und können als Ergänzung bzw. zur Vertiefung eingesetzt werden.

Im Anschluss an eine kurze Phase zur Wiederholung und Festigung (**M4; Z8 bis Z12**) wird für die abschließende Phase Transfer vorgeschlagen, dass die Schülerinnen und Schüler ein Unternehmen unter den Gesichtspunkten Rahmenbedingungen und Einflussfaktoren erkunden und/oder eine Expertenbefragung mit einem Unternehmensvertreter durchführen. Ziel ist es, dass die Lernenden die im Unterricht erworbenen Kompetenzen und Einsichten mit der Unternehmenswirklichkeit abgleichen. Dies veranschaulicht die erarbeiteten Inhalte und trägt dazu bei, das Wissen und die Kompetenzen nachhaltig zu sichern. Voraussetzung dafür ist, dass im Anschluss an den Praxiskontakt eine gemeinsame Auswertung bzw. Reflexion erfolgt und der Frage nachgegangen wird, inwiefern sich das theoretisch im Unterricht Gelernte auch in der Realität abbildet. Dazu stellt **M5** den Arbeitsauftrag bereit und die Zusatzmaterialien **Z13 bis Z15** enthalten Checklisten und Tipps zur Durchführung einer Erkundung bzw. Expertenbefragung. **Z20** gibt zudem Impulse sich in diesem Kontext genauer mit der Bedeutung der Digitalisierung in der Energiewirtschaft zu beschäftigen.

**Z16 bis Z19** enthalten hingegen Anregungen und Vorschläge, sich mit den Veränderungen und beeinflussenden Faktoren in anderen Branchen zu beschäftigen. Ausgewählt wurden dafür die Agrarwirtschaft mit dem Fokus Milcherzeugung und der Tourismus.

**Hinweis:** Mit der Unterrichtseinheit wird eine Kriterien geleitete Sammlung unterschiedlicher Materialien bereitgestellt. Sowohl die Auswahl der Materialien als auch die vorgeschlagene lernprozessbezogene Einsatzreihenfolge stellen eine Strukturierungshilfe dar. Je nach Schulform, Jahrgang, Vorwissen der Lernenden, zur Verfügung stehenden Zeit, angestrebten Kompetenzen und erkenntnisleitenden Interessen können die Materialien flexibel auf die eigene Klassensituation bezogen gehandhabt werden. Anpassungen, beispielsweise hinsichtlich der Aufgabenstellung, können über den Unterrichtsmanager direkt in den einzelnen Materialien vorgenommen werden.

### **Zentrale Einsichten:**

- Unternehmen müssen Rahmenbedingungen und Entwicklungen in ihrem Umfeld beachten (z. B. gesetzliche Vorgaben, Konkurrenzsituation, Ansprüche der Mitarbeiter bzw. Verbraucher, Entwicklung der Rohstoffkosten) und müssen auf Veränderungen reagieren.
- Handlungsspielräume werden im Energiebereich insbesondere durch rechtliche Vorgaben und politische Entscheidungen bestimmt.

- Die Handlungen der Akteure im Wirtschaftsgeschehen ist durch einen hohen Grad an Verflechtungen/Interdependenzen gekennzeichnet. D. h. jede Handlung eines Akteurs verändert die Handlungsbedingungen der anderen Akteure.

## Fachwissenschaftlicher Kontext

Nachfolgend erhalten Sie sehr grundlegende Informationen zu Hauptmerkmalen von Unternehmen sowie zu wichtigen Rahmenbedingungen und Faktoren, die Unternehmen bei ihren Handlungen berücksichtigen müssen. Diese Informationen sollen dabei helfen, Unternehmen und ihr Handeln im realen Wirtschaftsgeschehen besser einordnen zu können. Es sei darauf hingewiesen, dass es sich an dieser Stelle um eine sehr grundlegende Einführung handelt. Basis dafür ist mit Ausnahme des Punktes 2.4 ein Material von Prof. Weber (Universität Paderborn) aus dem Jahr 2014. Für vertiefte Informationen sei auf die Literaturhinweise am Ende des Kapitels verwiesen.

### 1. Charakteristische Merkmale von Unternehmen

Unternehmen sind zentrale Akteure einer jeden Volkswirtschaft. Sie stellen Güter und Dienstleistungen für andere Wirtschaftsteilnehmer her: für private Haushalte oder für andere Unternehmen. Charakteristisch sind folgende Aspekte:

- Unternehmen wirtschaften selbstständig und sind damit auch frei in der Bestimmung ihrer Ziele und Aufgaben. Das bedeutet in der Regel, dass Unternehmen auch rechtlich selbstständige Einheiten sind.
- Unternehmen sind Orte der Einkommenserzielung für Beschäftigte und Einkommensquellen für Unternehmerinnen und Unternehmer sowie Kapitaleigner.
- Unternehmen bestehen in der Regel aus mehr als eine Person, so dass die Arbeit der Beschäftigten koordiniert werden muss. Damit sind Unternehmen soziale Systeme, die auf das Engagement der dort tätigen Personen und damit auch von ihren Zielen, Werten und Erwartungen abhängen.

Zu berücksichtigen ist dabei weiterhin, dass jedes Unternehmen Teil von Märkten ist. Es muss die von ihm produzierten Güter auf Absatzmärkten verkaufen. Es ist im Hinblick auf alle Güter, die von anderen Unternehmen bezogen werden, Käufer und damit Teil der jeweiligen Beschaffungsmärkte. Damit ein Unternehmen tätig sein kann, sind finanzielle Mittel notwendig, deren Bereitstellung und Preise den Gesetzmäßigkeiten von Finanz- bzw. Kapitalmärkten unterliegen. In einem marktwirtschaftlichen Umfeld müssen Unternehmen bei der Gewinnung von Personal, bei der Gestaltung des Anreizsystems und gegebenenfalls bei der Trennung die Bedingungen auf dem Arbeitsmarkt berücksichtigen.

Auf Märkten treffen Angebot und Nachfrage zusammen, wobei sich Preise bilden. Der Markt und die marktwirtschaftlichen Systeme haben für die auf dem jeweiligen Markt Handelnden zwei wichtige Wirkungen: je nach Form und Ausprägung des Markts bringt er Unsicherheit mit sich. Veränderungen des Angebots oder der Nachfrage führen zu Veränderungen der Preise, zu Veränderungen in den Absatzchancen sowie zu Veränderungen in den Zugangschancen zu den für die Herstellung von Gütern notwendigen Faktoren.

Der Markt vereinfacht das wirtschaftliche Geschehen, d. h. konkret den Verkauf und die Beschaffung von Gütern oder von finanziellen Mitteln. Er reduziert vor allem die Kosten für die Beschaffung von Informationen über die Bedingungen, unter denen ein Austausch von Leistungen erfolgt.

Die mit Märkten verbundenen Unsicherheiten stellen eine der zentralen Herausforderungen für jedes Unternehmen dar, die sie zu reduzieren versuchen. Ein Weg ist über Unternehmenswachstum Einflussmöglichkeiten auf den Markt zu gewinnen. Das kann nur wenigen Unternehmen gelingen. Jedem Unternehmen steht aber die Möglichkeit offen, die eigenen Stärken und Schwächen sowie die von außen auf das Unternehmen einwirkenden Risiken und Chancen in einer bestimmten wirtschaftlichen Konstellation zu analysieren und auf dieser Grundlage das eigene Handeln zu planen. Dabei werden z. B. im Hinblick auf die Entwicklung und das Angebot neuer Produkte die Verbrauchergewohnheiten, das Käuferpotenzial und das Verhalten der Konkurrenz analysiert. Hier sind auch die Überlegungen über die eigene Positionierung auf dem Markt einzuordnen: man kann dadurch Wettbewerbsvorteile erreichen, dass man auf dem Markt breit vertreten ist, große Stückzahlen eines Produkts fertigt, alle erreichbaren Kostensenkungseffekte mitnimmt und zu günstigeren Preisen als die Konkurrenz anbietet. Ein Wettbewerbsvorteil kann aber auch dadurch erreicht werden, dass das Unternehmen Produkte anbietet, die sich deutlich von allen anderen Produkten unterscheiden, sodass das Unternehmen mit seinem Produkt bzw. seinen Produkten eine Position der Einzigartigkeit auf dem Markt erreicht. Solche Positionen werden als Wettbewerbsstrategie bezeichnet.

Eine gute Positionierung des Unternehmens auf dem Markt als Grundlage einer erfolgreichen Unternehmenstätigkeit ist zwar hilfreich; sie reicht aber allein nicht aus. Unternehmen existieren, weil sie Leistungen erstellen, die auf dem Markt abgesetzt werden. Deshalb müssen die Güter, die auch als die Leistungen des Unternehmens bezeichnet werden können, die angestrebten und von den Kunden erwarteten Merkmale aufweisen. Außerdem müssen die Leistungen des Unternehmens in ökonomischer Weise erstellt werden. Das heißt, Mitteleinsatz und Produktionsmenge müssen in einem möglichst günstigen Verhältnis zueinanderstehen. Wenn das nicht gelingt und die Leistungserstellung in großem Umfang Ressourcen verschlingt, leidet die Konkurrenzfähigkeit des Unternehmens. Damit ist die Existenz des Unternehmens insgesamt gefährdet.

## 2. Einfluss des Umfelds auf das Unternehmen

Die wirtschaftliche Tätigkeit von Unternehmen ist eng mit der jeweiligen Umwelt, der Unternehmensumwelt verbunden. Deshalb ist die Führung eines Unternehmens auf die Positionierung in der jeweiligen und nur sehr begrenzt gestaltbaren Umwelt gerichtet. Von besonderer Relevanz sind die ökonomischen, politischen und rechtlichen, gesellschaftlichen Merkmale der Umwelt sowie der Bildungsstand im Umfeld des Unternehmens (Macharzina 2008, 14 ff.).

Die Umwelt umfasst Merkmale, die innerhalb der Lebenszeit eines Unternehmens weitgehend als Konstante aufgefasst werden müssen. Dazu gehören insbesondere die



gesellschaftlichen Merkmale der Umwelt und die mit ihr verbundenen Wert- und Normvorstellungen.

Die Positionierung des Unternehmens in dieser Umwelt umfasst zunächst die auf lange Frist angelegte Fixierung wählbarer Merkmale insbesondere in der ökonomischen und rechtlichen Umwelt. Die Entscheidungen über die Wahl des Standorts und über die Rechtsform des Unternehmens werden in diesem Sinne als konstitutive Entscheidungen eingeordnet. Innerhalb dieses Rahmens bewegt sich die ebenfalls für längere Fristen angelegte Positionierung des Unternehmens im Produkt-Markt-Bereich, die kennzeichnend für das strategische Management des Unternehmens ist.

Die kurzfristigen Entscheidungen in Unternehmen sind zu einem großen Teil Reaktionen auf Umweltfaktoren und -änderungen, wobei ökonomische Aspekte dominant sind und rechtliche Rahmenbedingungen ebenfalls relativ kurzfristige Anpassungen auslösen können.

## 2.1 Gesellschaftliche Umwelt

Die Teilnehmenden am wirtschaftlichen Geschehen sind Teil einer Gesellschaft. Unter einer Gesellschaft wird ein territorial begrenztes umfassendes System verstanden, dessen Mitglieder sich weitgehend den gleichen Normen und Werten verpflichtet fühlen und die typischerweise ein Mindestmaß an Wir-Gefühl entwickeln.

Innerhalb jeder Gesellschaft können verschiedene Teilsysteme unterschieden werden, z. B. das religiöse, das politisch-administrative Teilsystem oder das Bildungssystem. Wenn der Blick auf die religiösen Normen und Werte, die Formen der Religionsausübung und die Organisationen der Religionsausübung, die Kirchen, gerichtet wird, betrachten wir das religiöse Teilsystem. Wenn wir den Staat, die politische Willensbildung oder die Regierungen betrachten, befassen wir uns mit dem politisch-administrativen Teilsystem. Und die Analyse von Bildungseinrichtungen in einer Gesellschaft lenkt den Blick auf das Bildungssystem.

Die produzierenden und konsumierenden Wirtschaftsteilnehmer, also Unternehmen und Haushalte, Interessenorganisationen von Unternehmen, von Arbeitnehmern oder von Konsumentinnen und Konsumenten oder staatliche Einrichtungen, die Einfluss auf das Wirtschaftsgeschehen nehmen, bilden das ökonomische Teilsystem. Ökonomisches Geschehen, also insbesondere das Verhalten von Haushalten und von Unternehmen, ist stets in eine Gesellschaft mit all ihren typischen Merkmalen eingebettet.

Die Wirtschaft ist Teil der Gesellschaft. Das bedeutet: Die Wirtschaft ist mit den Normen und Werten einer Gesellschaft und damit mit den anderen Teilsystemen, also z. B. auch mit dem religiösen Teilsystem oder dem Bildungssystem und den durch das Bildungssystem vermittelten Inhalten verbunden.

Die Werte und Normen spielen für die Wirtschaftsteilnehmer eine wichtige Rolle. Ökonomische Analysen können deshalb die Gesellschaft und ihre Veränderungen nicht außer Acht lassen. Gesellschaftliche Veränderungen vollziehen sich in aller Regel in größeren Zeiträumen. Es kommt allerdings manchmal auch zu raschen Umwälzungen: Die gesellschaftlichen Veränderungen, die mit dem Ende der Monarchie nach dem



Ersten Weltkrieg verbunden waren, führten unter anderem zu einem Betriebsräte-Gesetz. Ein anderes Beispiel ist, dass die Erwerbstätigkeit von Frauen heutzutage eine Selbstverständlichkeit ist.

## 2.2 Wirtschaftliche Umwelt

Das wirtschaftliche Umfeld eines Unternehmens umfasst eine Struktur- und eine Prozesskomponente. Mit der Struktur einer Volkswirtschaft ist die Wirtschaftsordnung angesprochen. Die Wirtschaftsordnung legt insbesondere fest, welche Wirtschaftsteilnehmer welche Entscheidungen treffen bzw. treffen dürfen.

Das wirtschaftliche Umfeld der Akteure im Wirtschaftsgeschehen in Deutschland ist durch das Konzept der Sozialen Marktwirtschaft gekennzeichnet. Die beiden Hauptmerkmale der Sozialen Marktwirtschaft sind:

- Marktwirtschaft bzw. Wettbewerbsprinzip und
- eine Eigentumsordnung, die dem Privateigentum einen hohen Rang zuweist und gleichzeitig das Prinzip des sozialen Ausgleichs verfolgt.

Diese Grundprinzipien schlagen sich in der Rechtsordnung und in der Interessenorganisation in Deutschland nieder. Wichtige Rechte sind die Gewerbe- und Berufsfreiheit sowie die Vertragsfreiheit. Für die Rechtsordnung ist die Sicherung des freien Wettbewerbs durch das Wettbewerbsrecht, aber auch der Schutzgedanke im Arbeitsrecht sowie die Sicherung der Arbeitnehmermitbestimmung bei den personellen und sozialen Folgen wirtschaftlicher Entscheidungen im Unternehmen typisch. Durch diese Rechte werden andere Rechte zum Teil eingeschränkt.

Die Interessenorganisation erfolgt unter dem Schutz der Rechtsordnung für Arbeitnehmer in Gewerkschaften, für Unternehmer in Arbeitgeberverbänden und für Verbraucher in Verbraucherverbänden.

Marktwirtschaft und Wettbewerbsprinzip sowie die auf dem Privateigentum basierende Eigentumsordnung bedeuten aber, dass alle wirtschaftlichen Entscheidungen im Unternehmen von den Eigentümern oder dem von ihnen beauftragten Management getroffen werden.

Ein wichtiger Aspekt des wirtschaftlichen Rahmens ist das System der Besteuerung. Steuern sind laut Abgabenordnung Geldleistungen, die keine Gegenleistung für eine besondere Leistung darstellen. Sie dienen im Wesentlichen der Erzielung von Staatseinnahmen. Steuern unterscheiden sich von Gebühren und Beiträgen, die für besondere Leistungen des Staates – auch der Kommunen – zu erbringen sind.

Neben den langfristig relativ gleichbleibenden strukturellen Rahmenbedingungen ist die jeweils aktuelle wirtschaftliche Situation der zweite wichtige Aspekt des Unternehmensumfeldes. Damit ist die Prozesskomponente des wirtschaftlichen Umfeldes oder die wirtschaftliche Entwicklung angesprochen.

Die jeweils aktuelle wirtschaftliche Situation und deren Entwicklung können mit Blick auf zentrale wirtschaftspolitische Ziele näher bestimmt werden. Die herausragenden wirtschaftspolitischen Ziele sind Wachstum, Vollbeschäftigung, Geldwertstabilität,

außenwirtschaftliches Gleichgewicht, gerechte Einkommens- und Vermögensverteilung und Minimierung der Umweltbelastungen. Das Wachstumsziel wird über die Summe der in einem Jahr produzierten Güter in einer Volkswirtschaft, dem Sozialprodukt, im Vergleich zum Vorjahr gemessen. Wenn das Sozialprodukt im Vergleich zum Vorjahr um 3 % zunimmt, wird von einem entsprechenden Wirtschaftswachstum gesprochen. Für Absatzprognosen oder insgesamt für die Einschätzung der Unternehmensentwicklung und für die darauf abgestimmten Maßnahmen ist es von größter Bedeutung, ob sich die Volkswirtschaft in einer Aufschwung- oder Abschwungphase bzw. in einer Phase des gesamtwirtschaftlichen Wachstums oder der Stagnation befindet. Ähnliche Überlegungen gelten für die anderen Ziele bzw. deren Erreichung oder Nichterreichung.

Für ein schon bestehendes Unternehmen stellt eine weitere Rahmenbedingung das wirtschaftliche Umfeld dar. Für neu zu gründende Unternehmen besteht die Möglichkeit, diese Rahmenbedingungen innerhalb gewisser Grenzen selbst zu wählen. Dies geschieht durch die Standortentscheidung. Als Standort wird der geografische Ort bezeichnet, an dem ein Unternehmen tätig ist. Dabei können die Aktivitäten durchaus auch auf mehrere Orte verteilt werden.

Wenn die Entscheidung über den Standort einmal getroffen ist, dann ist der damit gewählte Rahmen nur mit hohen Kosten und deshalb schwer veränderbar.

### 2.3 Rechtliche Umwelt

Das wirtschaftliche Handeln von Unternehmen vollzieht sich im Rahmen von Normen. Solche Normen regeln die Beziehungen zwischen den Wirtschaftsteilnehmern. Sie bestimmen aber auch die innere Ordnung von Unternehmen. Nicht alle, aber viele dieser Normen sind rechtlich fixiert. Beispiele für verbindliche Rechtsnormen liefert das Vertragsrecht. Andere Normen haben sich als Handelsbräuche herausgebildet, die sich nicht unbedingt in Gesetzestexten niedergeschlagen haben.

Die innere Ordnung des Unternehmens, die auch als Unternehmensverfassung bezeichnet wird, ist zu einem großen Teil frei vereinbar. Diese Vereinbarungen können aber nur innerhalb der geltenden rechtlichen Rahmenbedingungen erfolgen. Dabei sind das Gesellschaftsrecht und das Mitbestimmungsrecht von zentraler Bedeutung.

Ein anderer wichtiger Rechtsbereich ist das Wettbewerbsrecht, durch das der Wettbewerb als zentrales Element der Wirtschaftsordnung gesichert wird. Die rechtlichen Rahmenbedingungen sind ein außerordentlich wichtiger Bereich mit erheblichem Einfluss auf das Unternehmensgeschehen.

### 2.4 Ergänzung

Ergänzend ist zu erwähnen, dass Rechtsnormen Ergebnis politischer Diskussions- und Entscheidungsprozesse sind und in der Regel einen Konsens darstellen. D. h. aber nicht zwingend, dass alle betroffenen Akteure damit einverstanden sind.

Ein wichtiger Aspekt ist in diesem Zusammenhang, dass viele Gesetze stetig weiterentwickelt werden. Anlass dafür können veränderte gesellschaftliche Bedürfnisse (z. B. Wunsch nach Umweltschutz, Abschaffung Kernkraftwerke), technologische

Veränderungen (z. B. Internet, neue Recycling-Verfahren), aber auch die Notwendigkeit sein, Korrekturen vorzunehmen, weil nicht die erwarteten Wirkungen erzielt werden.

Darüber hinaus gibt es auch Entwicklungen oder Ereignisse, die dazu führen, dass Gesetze nicht mehr greifen und/oder neue Vorschriften geschaffen werden müssen. Ein Beispiel ist das Internet, welches sich zu einem wichtigen Bestandteil von Gesellschaft und Wirtschaft entwickelt hat. Gerade im Zusammenhang mit dem Schutz geistigen Eigentums zeigt sich sehr deutlich, dass viele der vorhandenen Regelungen nicht ohne weiteres auf das Internet übertragbar sind und neue rechtliche Grundlagen geschaffen werden müssen.

Manchmal geschieht es auch, dass erst durch Katastrophen die Notwendigkeit einer gesetzlichen Regelung deutlich wird. 1986 wurde beim Kernreaktorunglück im russischen Tschernobyl radioaktive Strahlung freigesetzt, die bis nach Europa gelangte. Deutschland reagierte darauf mit einem Strahlenschutzgesetz. Nicht immer muss es soweit kommen. Die zunehmende Belastung der Umwelt und die Einsicht, dass eine marktwirtschaftliche Ordnung in diesem Bereich nicht aus eigenen Kräften alle Probleme lösen kann, sind genauso Faktoren, die es notwendig machen, menschliches Verhalten mit verbindlichen Regeln zu lenken.

Festzuhalten ist an dieser Stelle, dass Gesetze und Verordnungen keine „ein für alle Mal“ niedergeschriebene Verhaltensregeln darstellen. Als Bestandteil unseres Wirtschafts- und Gesellschaftssystem entwickeln sie sich genauso fort, wie wir es tun. Der Energiebereich ist dabei ein besonders dynamischer Bereich, in dem sich in den letzten Jahren viel verändert hat. Dies ist nicht nur auf die Liberalisierung der Energiemärkte zurückzuführen, auch der Klimawandel und die zunehmende Verknappung der fossilen Energieressourcen sind wichtige Treiber der Entwicklungen.

11

### **Vertiefende Literatur:**

- Kaminski, H. (Hg.), Burkard, K.-J./Derks, C./Eggert, K./Kaminski, H./Koch, M./Schröder, R. (2012): oec. Grundlagen der Ökonomie, 2. vollst. überarb. Aufl., Braunschweig: Westermann.
- Weber, W. (2014): Unternehmen als ökonomische und soziale Aktionszentren, Qualifizierungsbaustein C01 im Projekt „Ökonomische Bildung online“, 3. akt. Aufl.; Oldenburg: Institut für Ökonomische Bildung (nicht öffentlich zugänglich).

## **Kompetenzen**

Die Schülerinnen und Schüler...

- ermitteln technische, ökonomische und politische Faktoren, die Unternehmen bei ihren Aktivitäten berücksichtigen müssen und stellen dar, dass diese Faktoren durch in einem permanenten Wandel gekennzeichnet sind.
- analysieren am Beispiel der Energieversorgung, wie sich Unternehmen auf Veränderungen in ihrem Umfeld einstellen und analysieren Herausforderungen und Konflikte, die damit verbunden sein können.
- diskutieren, inwiefern Unternehmen auf ihr Umfeld Einfluss nehmen können.

- untersuchen weitere Branchen im Hinblick auf relevante Rahmenbedingungen und Einflussfaktoren.

## Methodik

In einem ersten Unterrichtsschritt erarbeiten die Schülerinnen und Schüler gemeinsam mit der Lehrkraft eine Orientierungsgrundlage. Sie stellen zudem selbstständig Überlegungen an, welche Rahmenbedingungen zu beachten sind, wenn ein Unternehmen gegründet bzw. geführt wird und werden auf diese Weise an das Kernthema der Unterrichtssequenz hingeführt. Zur Erarbeitung können die Schülerinnen und Schüler dann am Beispiel der Energiebranche analysieren, welche Rahmenbedingungen und Einflussfaktoren hier eine besondere Rolle spielen. Dabei liegt der Fokus auf Unternehmen als Energieanbieter (in Form von Strom, Wärme und Kraftstoffen). Abschließend überprüfen die Schülerinnen und Schüler Gelerntes anhand eines Erkundungsauftrages an der Unternehmenswirklichkeit.

Zur methodischen Gestaltung gibt die Unterrichtseinheit mit seinem Materialangebot an verschiedenen Stellen Anregungen. Dies gilt sowohl im Hinblick auf Sozial- (z. B. Einzelarbeit, Gruppenarbeit, Frontalunterricht) und damit eng verbundenen Aktionsformen (z. B. Texte lesen und interpretieren; Annahmen prüfen; diskutieren). Diese können in Abhängigkeit von den Lernvoraussetzungen der Schülerinnen und Schüler sowie der zur Verfügung stehenden Zeit variiert und kombiniert werden. Dieses hier vorgeschlagene Portfolio soll insbesondere dabei helfen, den Unterrichtsprozess in einen Wechsel aus kurzweiligen Phasen der eigenständigen Erkenntnisgewinnung (ggfs. mit Unterstützung durch die Lehrkraft) und der gemeinsamen Reflexion zu gestalten.

Aber auch der Einsatz aktiver, komplexer Lehr- und Lernverfahren sind denkbar und unterstützen – sofern sie entsprechend in den unterrichtlichen Kontext eingebettet sind – einen nachhaltig wirkenden Lernprozess. Beispiele können sein:

- Durchführung einer Betriebserkundung unter dem Gesichtspunkt Rahmenbedingungen und Einflussfaktoren; denkbar ist auch, sich dabei auf einen Aspekt wie etwa technologische Entwicklung und der zunehmende Einsatz von IT-Technologien und Internet (Stichwort „Digitalisierung“) zu konzentrieren.
- Expertengespräch (z. B. mit einem Unternehmensvertreter, Vertreter eines Branchenverbandes).

## Schlüsselstellen

Die Unterrichtseinheit zielt auf die Vermittlung genereller Einsichten anhand von Grundlagenmaterialien und Beispielen ab. Es ist in diesem Kontext weder möglich noch intendiert, alle denkbaren Rahmenbedingungen und Einflussfaktoren auf die Aktivitäten von Unternehmen zu thematisieren. Im Vordergrund steht dabei, die vielfältigen Beziehungen zwischen Unternehmen und dem sie umgebenden Umfeld zu veranschaulichen. Dabei gilt die Devise: Struktur vor Detail. Aus diesem Grund wurde beispielsweise darauf verzichtet zu thematisieren, dass der Wettbewerb unter Stromanbietern erst seit einigen Jahren aufgrund der Liberalisierung der Strom- und Gasmärkte auf europäischer Ebene möglich ist. Die Auseinandersetzung mit

Detailfragen spielt nur in Ausnahmefällen eine Rolle, um eine unzulässige Trivialisierung zu vermeiden.

Weiterhin ist darauf hinzuweisen, dass im Rahmen der Unterrichtseinheit häufig von „den Unternehmen“ bzw. „den Energieversorgern“ gesprochen wird. Es handelt sich also um eine aggregierte Betrachtung von Einheiten. Nicht das einzelne, konkrete Unternehmen steht im Vordergrund.

## Schülermaterialien

### Strukturgrafik



14

### Übersicht der Schülermaterialien

Lernprozessphase	Nr.	Titel	Beschreibung
Problemlösender Aufbau	M1	Was muss man als Unternehmen bedenken?	Es handelt sich bei dem Material um Bildimpulse, die als Anregung für ein Brainstorming eingesetzt werden können. Dabei soll es um die Frage gehen, was alles zu berücksichtigen ist, wenn ein Unternehmen gegründet bzw. geführt wird (z. B. rechtliche Vorgaben, Wettbewerbssituation, ausreichende Qualifikation).
	M2	Unternehmensumfeld	Unternehmen handeln nicht im luftleeren Raum, sondern müssen darauf achten, was um sie herum geschieht. Die Meldungen im Material zeigen Beispiele für Veränderungen (z. B. technische Entwicklungen, veränderte Kundenansprüche), von denen bestimmte Unternehmen betroffen sind und auf die sie reagieren müssen.
<i>Ergänzendes oder alternatives Zusatzmaterial</i>			

	Z1	Brainstorming	(Info) Mit dem Begleitmaterial wird das Brainstorming kurz und knapp zusammengefasst und dient als Hintergrundinformation für die Lehrkraft.
	Z2	Unternehmensarten	(Arbeitsblatt) Das Material bietet die Möglichkeit, zwischen den Unternehmensarten der Produktions- und Dienstleistungsbetriebe zu unterscheiden.
	Z3	Aufgaben von Unternehmen	Das Material informiert über die Aufgaben von Unternehmen im Wirtschaftsgeschehen. Die Schülerinnen und Schüler der zudem aufgefordert darüber nachzudenken, mit welchen Unternehmen sie zuletzt Kontakt hatten.
	Z4	Ziele von Unternehmen	Der kurze Videospot verdeutlicht die unterschiedlichen Ziele eines Unternehmens und die Dringlichkeit, diese zusammenzubringen.
Durch- arbeiten einer Struktur	M3	Zentrale Einflussfaktoren	Mit Hilfe der Materialien erarbeiten sich die Schülerinnen und Schüler in Gruppenarbeit unterschiedliche Faktoren, die Unternehmen bei ihren Aktivitäten berücksichtigen müssen. Aufgabe ist es, ein gemeinsames Plakat zu erstellen zu den Fragen: Was müssen Unternehmen in der Energiewirtschaft bei ihren Aktivitäten berücksichtigen? Wer nimmt Einfluss?
	<i>Ergänzendes oder alternatives Zusatzmaterial</i>		
	Z5	Visual Statements	Zwei Visual Statements, die einen Impuls zur Diskussion geben, inwiefern Unternehmen sich in ihrem Umfeld positionieren bzw. versuchen ihr Umfeld zu beeinflussen.
	Z6	Interview mit der Nordwest Gruppe	Aus der Reihe „Im Gespräch mit...“ bietet ein ca. 6-minütiges Interview Anlass, die Einflussnahme des Staates auf Unternehmen in der Energiebranche, hier speziell ein Solarunternehmen, zu beleuchten.
	Z7	Turbulente Zeiten für die Windenergiebranche im Nordwesten	Im Material wird die Bedeutung der Windenergiebranche für den Arbeitsmarkt im Nordwesten herausgestellt und wie politische Entscheidungen (wie veränderte Bedingungen für die Förderung erneuerbarer Energie) neben beabsichtigten Folgen auch immer unbeabsichtigte Auswirkungen haben können.
Üben und Wiederholen	M4	Die Umwelt von Unternehmen	In dem Übungsmaterial sind die Schülerinnen und Schüler aufgefordert, vorgegebene Beispiele verschiedenen Einflussfaktoren auf Unternehmen zuzuordnen.
	<i>Ergänzendes oder alternatives Zusatzmaterial</i>		
	Z8	Unternehmen – Woran sollte man denken?	Mit dem Material wird in Anlehnung an das Material M1 Unternehmen - was muss man bedenken? wiederholt, welche Faktoren und Rahmenbedingungen es für Unternehmen zu beachten gilt.



	Z9	Einflussfaktoren auf Unternehmen	(Arbeitsblatt) Das Material verdeutlicht am Beispiel der Glühbirne, wie der Staat in Form von Vorgaben Einfluss auf Unternehmen und die von ihnen hergestellten Produkte nimmt.
	Z10	Drag & Drop – Unternehmen und ihre Umwelt	(interaktive Übung + Arbeitsblatt) Das Material aus M4 wird hier online in einer interaktiven Übung angeboten. Die Schülerinnen und Schüler sind aufgefordert, vorgegebene Beispiele verschiedenen Einflussfaktoren auf Unternehmen zuzuordnen.
	Z11	Lernsnack: Wissen über Unternehmen	(interaktive Übung + Arbeitsblatt) Dieser kurze Lernsnack (erstellt mit <a href="http://www.learningsnacks.de">www.learningsnacks.de</a> ) lässt sich am besten mit den Smartphones der Schülerinnen und Schüler nutzen. Angelehnt an eine Chatkommunikation werden einzelne Inhalte wiederholt, was Unternehmen sind und welche Ziele sie verfolgen.
	Z12	Interview: Lebensmittelmarkt und Stromtankstelle?	Aus der Reihe „Im Gespräch mit...“ dient ein Interview mit einem Lebensmitteleinzelhändler, der sich für eine Stromtankstelle auf seinem Gelände entschieden hat, als Anlass, um sich mit der Frage der Veränderung von Rahmenbedingungen und der Umgangsweise von Unternehmen auseinanderzusetzen.
Transfer	M5	Erkundungsauftrag	In dem Material werden die Schülerinnen und Schüler aufgefordert, ein Unternehmen zu erkunden und an einem realen Beispiel der Frage nachzugehen, welche Faktoren und Rahmenbedingungen in diesem Fall besonders wichtig sind und im Blick behalten werden sollen.
	<i>Ergänzendes oder alternatives Zusatzmaterial</i>		
	Z13	Merkzettel Erkundung	(Info) Das Material ist eine Hilfestellung für die Schülerinnen und Schüler, die Erkundung vorzubereiten, durchzuführen und auszuwerten. Die Erkundung ist von der Lehrkraft in den unterrichtlichen Kontext einzubetten.
	Z14	Auftrag Expertenbefragung	Die Methode der Expertenbefragung kann alternativ eingesetzt werden, damit die Schülerinnen und Schüler sich die Rahmenbedingungen und Einflussfaktoren der Tourismusbranche in der Region erarbeiten.
	Z15	Merkzettel/Checkliste Expertenbefragung	Das Material hilft den Schülerinnen und Schülern die Expertenbefragung durchzuführen.
	Z16	Karikatur	Mithilfe der Karikatur werden die Schülerinnen und Schüler angeregt, die Rahmenbedingungen und Einflussfaktoren der Milchbauern wahrzunehmen, zu analysieren und zu interpretieren.
	Z17	Tourismus	Die vereinfachte Karte zum niedersächsischen Tourismus fordert die Schülerinnen und Schüler auf, gelernten Inhalte auf eine weitere Branche zu übertragen.

	Z18	Rahmenbedingungen Milchbauern	Das Material hilft dabei, mögliche Einflussfaktoren auf Milchbauern zu sammeln und bereitet auf das nachstehenden Material vor.
	Z19	Milchbauer Quote	Mit diesem Material wird die Milchquote als ein beeinflussender Faktor herausgestellt. Mittels kleiner Textausschnitte erarbeiten sich die Schülerinnen und Schüler die Situation der Milchbauern.
	Z20	Stromversorgung wird digital	Anhand einer Grafik zur Digitalisierung der Stromversorgung arbeiten die SuS die diesbezüglichen Änderungen, Herausforderungen und Chancen für Unternehmen heraus.