
1	Soziale Marktwirtschaft	3
	Wirtschaftsordnungen	3
	Die soziale Marktwirtschaft	4
	Formen des Wettbewerbs	5
	Monopol – Oligopol – Polypol	6
	Unternehmenszusammenschlüsse	7
	Formen von Unternehmenszusammenschlüssen	8
	Das soziale Netz in Deutschland	9
	Finanzierung der Sozialleistungen	10
	Humanisierung der Arbeitswelt	11
<hr/>		
2	Der Staat im Wirtschaftsprozess	12
	Konjunkturzyklus	12
	Der Staat im Wirtschaftskreislauf	14
	Wirtschaftspolitische Ziele des Staates	15
	Wirtschaftspolitisches Ziel: Preisstabilität	16
	Wirtschaftspolitisches Ziel: angemessenes Wirtschaftswachstum	17
	Wirtschaftspolitisches Ziel: Vollbeschäftigung	18
	Angebots- und nachfrageorientierte Wirtschaftspolitik	19
	Das Problem der Arbeitslosigkeit	20
	Geldpolitik im Eurosystem	22
	Einnahmen und Ausgaben des Staates	23
	Der Bundeshaushalt	24
	Subventionen	26
	Schuldenkrise in der Euro-Zone	28
<hr/>		
3	Internationale Wirtschaftsbeziehungen	29
	Die Zahlungsbilanz	29
	Der deutsche Außenhandel	30
	Importbeschränkungen und EU-Binnenmarkt	32
	Multinationale Konzerne	34
	Internationale Warenströme	36
	Armut in der Dritten Welt	37
	Entwicklungspartnerschaft	38
	Klimawandel	40

Wirtschaftsordnungen

Die Wirtschaftsordnung ist die politische und rechtliche Form, in der die wirtschaftlichen Tätigkeiten innerhalb eines Staates ablaufen.

Im 19. Jahrhundert war die freie Marktwirtschaft die beherrschende Wirtschaftsordnung. Der Staat hielt sich aus dem wirtschaftlichen Geschehen heraus. Die freie Marktwirtschaft ist kennzeichnend für das sogenannte kapitalistische System und bietet Produzenten und Verbrauchern das höchste Maß an Freiheit und Selbstverantwortlichkeit. Sie setzt sie allerdings auch allen Risiken voll aus. Einen Schutz von Arbeitern und Verbrauchern durch den Staat gibt es nicht.

Dies führte vor allem im 19. Jahrhundert zu sozialen Missständen. Karl Marx (1818–1883) erhob deshalb in seinem Hauptwerk „Das Kapital“ die Forderung, dass Grundbesitz und Produktionsmittel in den Händen des Staates liegen müssten. Aus dieser Überzeugung heraus entwickelte sich die Wirtschaftsordnung der zentralen Planwirtschaft.

In der zentralen Planwirtschaft legt der Staat fest, was wann produziert und zu welchem Preis verkauft wird. Ein Wettbewerb findet nicht statt. Die zentrale Planwirtschaft oder auch Zentralverwaltungswirtschaft war die Wirtschaftsordnung, an der sich die kommunistischen und sozialistischen Länder orientierten.



Ordne die folgenden Merkmale der freien Marktwirtschaft oder der zentralen Planwirtschaft zu.

Trage dazu die jeweilige Ziffer unten in die Tabelle ein.

1. Dezentrale Planung durch die Produzenten und die Konsumenten
2. Der Preis wird zentral festgelegt
3. Staatlich geregelter Arbeitsmarkt, keine Vertragsfreiheit
4. Belohnung plangerechter Leistungen zum Beispiel durch Prämien und Orden
5. Setzung von wirtschaftlichen Rahmenbedingungen durch den Staat
6. Kein Wettbewerb
7. Zentrale Planung durch den Staat
8. Sanktionierung von Fehlleistungen durch Verlust (bis zum Konkurs)
9. Belohnung wirtschaftlicher Leistungen durch Gewinn
10. Steuerung durch den Markt
11. Totaler Staatseingriff in die Wirtschaft
12. Freier Wettbewerb
13. Freier Arbeitsmarkt, Vertragsfreiheit
14. Sanktionierung von Fehlleistungen gegenüber dem Plan durch Kontrolle
15. Koordinierung der Einzelpläne durch die Planungsbehörde
16. Privateigentum an Produktionsmitteln, freie Unternehmensgründung
17. Staatliches Eigentum an Produktionsmitteln
18. Der Preis bildet sich auf dem Markt durch Angebot und Nachfrage

Freie Marktwirtschaft

Zentralverwaltungswirtschaft

Die soziale Marktwirtschaft

Die soziale Marktwirtschaft als Wirtschaftsordnung der Bundesrepublik Deutschland ist sozusagen eine Mischform zwischen der freien Marktwirtschaft mit ihrer unbeschränkten Freiheit und der Planwirtschaft mit der vollständigen Planung allen wirtschaftlichen Geschehens durch den Staat. Der Anspruch der sozialen Marktwirtschaft ist, die Vorteile einer freien Marktwirtschaft zu erhalten, aber gleichzeitig deren Nachteile, zum Beispiel

zerstörerischer Wettbewerb, Ballung wirtschaftlicher Macht oder unsoziale Auswirkungen von Marktprozessen, zu vermeiden. In der sozialen Marktwirtschaft bleibt der freie Wettbewerb als Motor der Wirtschaft erhalten. Nachfrage, Angebot und Wettbewerb bestimmen Art und Umfang der Produktion und die Preise. Allerdings greift der Staat ein, wenn es im Interesse der Allgemeinheit und in wirtschaftlichen Krisen notwendig ist.



Richtig oder falsch? Entscheide, ob die nebenstehenden

Aussagen richtig oder falsch sind, und kreuze „richtig“ oder „falsch“ an. Führe anschließend die angekreuzten Rechenoperationen aus.



Wenn du 11 erhältst, hast du alle Aussagen

richtig zugeordnet. Wenn nicht, überprüfe deine Zuordnungen.



Kreuze in der Tabelle diejenigen Verhaltensweisen

an, die für einen Unternehmer in der Markt- bzw. Wettbewerbswirtschaft typisch sind!



Wenn du die Kennziffern der zutreffenden

Verhaltensweisen addierst, solltest du auf die Zahl 100 kommen. Wenn nicht, neu überlegen.

	richtig	falsch
A In der sozialen Marktwirtschaft bedeutet „sozial“, dass der Staat helfend eingreift, wenn es im Interesse der Allgemeinheit und in wirtschaftlichen Krisen notwendig ist.	5	10
B In der sozialen Marktwirtschaft bestimmen Nachfrage, Angebot und Wettbewerb die Art und die Menge der Produktion und die Preise.	-10	-25
C Der Grundsatz der sozialen Marktwirtschaft lautet: Wettbewerb so wenig wie möglich, staatliche Planung so viel wie nötig.	+5	+13
D Der Bau und der Unterhalt von Straßen, Schulen und Krankenhäusern gehören in der sozialen Marktwirtschaft zu den Aufgaben der Unternehmen.	+8	+3

Ergebnis:

Der Unternehmer richtet sich vor allem nach den staatlichen Vorgaben.	1	<input type="radio"/>
Er investiert sein privates Kapital.	2	<input type="radio"/>
Er hat vorrangig seinen Gewinn im Auge.	3	<input type="radio"/>
Er hortet kostspielige Rohstoffe und Vorprodukte.	4	<input type="radio"/>
Er bietet den Arbeitskräften eine Beschäftigungsgarantie.	5	<input type="radio"/>
Er ist bestrebt, „unnötige“ Kosten zu vermeiden.	6	<input type="radio"/>
Er vermeidet eine strenge Kostenkalkulation.	7	<input type="radio"/>
Er sucht ständig nach neuen Produktions- und Absatzmöglichkeiten.	8	<input type="radio"/>
Er versucht, besser zu sein als seine Konkurrenten.	9	<input type="radio"/>
Er baut auf den staatlichen „Rundumschutz“.	10	<input type="radio"/>
Er versucht, Bedürfnisse und Käuferwünsche zu wecken.	11	<input type="radio"/>
Er produziert markt- und kundenorientiert.	12	<input type="radio"/>
Er weiß, dass der Staat den Absatz garantiert.	13	<input type="radio"/>
Er ist ein Verfechter des Leistungsprinzips.	14	<input type="radio"/>
Er vermeidet Innovationen, weil sie Unruhe bringen.	15	<input type="radio"/>
Er braucht keine Konkurrenten zu fürchten.	16	<input type="radio"/>
Er entscheidet, was wann wie produziert wird.	17	<input type="radio"/>
Er muss bei Miswirtschaft mit Konkurs rechnen.	18	<input type="radio"/>
Er ist gut besoldeter Angestellter des Staates.	19	<input type="radio"/>

Formen des Wettbewerbs

Wettbewerb – so nennt man in der Marktwirtschaft den Wettstreit zwischen Anbietern von Gütern und Dienstleistungen. In der Marktwirtschaft kommt dem Wettbewerb eine entscheidende Bedeutung zu. Dabei will natürlich jeder Wettbewerbsvorteile gegenüber den anderen Marktteilnehmern erlangen.

Diese Vorteile können im Preis liegen, aber zum Beispiel auch durch eine besonders gute Qualität der Produkte oder Dienstleistungen, durch die präzise Einhaltung von Terminen oder die Freundlichkeit der Mitarbeiter hervorgerufen werden.



Was heißt für dich „Wettbewerb“? Schreibe auf, was du mit dem Begriff „Wettbewerb“ verbindest.

.....

.....

.....

.....

.....

.....



Wettbewerb in der Marktwirtschaft Ordne die folgenden wirtschaftlichen Aktionen einer der Wettbewerbsarten in der Tabelle zu.



Bilde aus den Zahlen in der ersten Spalte eine Summe, ziehe davon die Summe der zweiten Spalte ab, die Summe der dritten Spalte wird wieder addiert und die der vierten Spalte abgezogen. Dann kommt 30 heraus. Bei dir auch? Wenn nicht, überlege, was du falsch zugeordnet hast.

	Preis-wettbewerb	Produkt-wettbewerb	Service-wettbewerb	Verkaufs-wettbewerb
Qualitätsverbesserung (1)
Neues Produktdesign (2)
Entwicklung neuer Produkte (3)
Sonderrabatte für Großkunden (4)
Bessere Lieferbedingungen (5)
Günstigere Zahlungsbedingungen bei Barzahlung (6)
Schnellerer Kundenservice (7)
Mehr Werbung im Fernsehen (8)
Start von Verkaufsförderungsaktionen (9)
Neue Gestaltung der Verpackung (10)
Senkung der Preise (11)
Mehr Mitarbeiter im Kundendienst (12)
Sonderpreise zum Firmenjubiläum (13)
Schnellere Lieferzeit (14)
Klimaanlage im Auto serienmäßig (15)
Günstigere Ersatzteile (16)
Längere Garantiefristen (17)
Training der Außendienstmitarbeiter (18)
Anzeigenserie in Fachzeitschriften (19)
Ausbau des Kundendienstnetzes (20)