

ZSL

**Zentrum für Schulqualität
und Lehrerbildung
Baden-Württemberg**

Internationale Volks- und Betriebswirtschaftslehre

Handreichung zur Einführung des Bildungsplans im
Beruflichen Gymnasium ab Schuljahr 2021/2022



Redaktionelle Bearbeitung

Redaktion	Jochen Laupheimer, Zentrum für Schulqualität und Lehrerbildung (ZSL) Dr. Patrizia Kühner, Zentrum für Schulqualität und Lehrerbildung (ZSL)
Autor/in	Yvonne Adam-Corban, Friedrich-List-Schule Mannheim Stefan Bader, Kaufmännische und Hauswirtschaftliche Schulen Donaueschingen Birgit Franzreb, Berufliches Schulzentrum Wangen Jan Köstler, Gustav-von-Schmoller-Schule Heilbronn Katharina Orendi, Theodor-Heuss-Schule Reutlingen Heike Roth, Carl-Theodor-Schule Schwetzingen
Erscheinungsjahr	2020

Impressum

Herausgeber	Land Baden-Württemberg vertreten durch das Zentrum für Schulqualität und Lehrerbildung (ZSL) Interimsadresse: Neckarstr. 207, 70190 Stuttgart Telefon: 0711 21859-0 Telefax: 0711 21859-701 E-Mail: poststelle@zsl.kv.bwl.de Internet: www.zsl-bw.de
Urheberrecht	Inhalte dieses Heftes dürfen für unterrichtliche Zwecke in den Schulen und Hochschulen des Landes Baden-Württemberg vervielfältigt werden. Jede darüber hinausgehende fotomechanische oder anderweitig technisch mögliche Reproduktion ist nur mit Genehmigung des Herausgebers möglich. Soweit die vorliegende Publikation Nachdrucke enthält, wurden dafür nach bestem Wissen und Gewissen Lizenzen eingeholt. Die Urheberrechte der Copyrightinhaber werden ausdrücklich anerkannt. Sollten dennoch in einzelnen Fällen Urheberrechte nicht berücksichtigt worden sein, wenden Sie sich bitte an den Herausgeber. Bei weiteren Vervielfältigungen müssen die Rechte der Urheber beachtet bzw. deren Genehmigung eingeholt werden. © Zentrum für Schulqualität und Lehrerbildung (ZSL), Stuttgart 2020

Inhaltsverzeichnis

1	Allgemeine Vorbemerkungen zum neuen Bildungsplan	2
1.1	Struktur des Bildungsplans	2
1.2	Anforderungsbereiche	3
1.3	Sprache.....	3
1.4	Inhaltliche Neuerungen	3
2	Einsatzmöglichkeiten von digitalen Medien im Unterricht des Fachs Internationale Wirtschaft	6
3	Umsetzungsbeispiele	10
3.1	Cultural diversity and intercultural competence (BPE 4.4)	10
3.2	Mitarbeiterführung und Employer Branding (BPE 8.2)	25
3.3	Außenhandel (BPE 22.1).....	35
3.4	Devisenkursbildung und Ursachen für Wechselkursschwankungen (BPE 22.2)	42
4	Umsetzungsbeispiele für Vertiefung – individualisiertes Lernen – Projektunterricht (VIP).....	53
4.1	Einfluss zunehmender Digitalisierung auf den gesamten Wertschöpfungsprozess (BPE 4.3)	53
4.2	Aufbauorganisation multinationaler Unternehmen (BPE 8.1)	58

1 Allgemeine Vorbemerkungen zum neuen Bildungsplan

Der ab dem Schuljahr 2021/2022 gültige Bildungsplan für das Fach Internationale Volks- und Betriebswirtschaftslehre folgt dem Grundgedanken des vernetzten und kumulativen Erwerbs von sowohl inhalts- als auch prozessbezogenen Kompetenzen, die die Schülerinnen und Schüler in die Lage versetzen, komplexe wirtschaftliche Probleme innerhalb sich verändernder globaler Rahmenbedingungen zu durchdringen und zu reflektieren.

Im Hinblick auf dieses Ziel, aber auch mit dem Ziel einer verstärkten Profilierung der internationalen Ausrichtung, wurden Struktur und Inhalte des Bildungsplans entsprechend angepasst und das jeweils zu erfüllende Anforderungsniveau konkretisiert.

Die im Anschluss an diese einleitenden Vorbemerkungen aufgezeigten Unterrichtsbeispiele sollen als Anregung und Orientierungshilfe zur Umsetzung des neuen Bildungsplans entsprechend seinem Grundgedanken – des vernetzten und kumulativen Erwerbs inhalts- und prozessbezogener Kompetenzen – dienen.

Natürlich können auch weiterhin die Materialien der Handreichungen zum vorhergehenden Bildungsplan H-13.27 SW, H-14.20 und H-15.05 unverändert genutzt und eingesetzt werden, sofern sie die Anforderungen der neuen Bildungsplaneinheiten hinsichtlich Inhalt und Kompetenzniveau abdecken.

1.1 Struktur des Bildungsplans

Zur Orientierung im Umgang mit dem neuen Bildungsplan werden im Folgenden die grundlegenden Änderungen dargestellt, die sich für die Lehrkräfte aus dem neuen Bildungsplan ergeben.

Der zu Beginn jedes Schuljahres ausgewiesene VIP Bereich bietet Raum für eine stärkere Vernetzung fachlicher und überfachlicher Kompetenzen sowie für individuelle Förderung. Damit die unterrichtende Lehrkraft diese Stunden so nutzen kann, wie es für die individuelle Klassensituation passend und sinnvoll ist, wird im Bildungsplan bewusst auf konkrete inhaltliche Vorgaben verzichtet; stattdessen werden generelle Umsetzungsmöglichkeiten aufgezeigt.

Den einzelnen Bildungsplaneinheiten (z. B. BPE 1) sind übergeordneten Zielformulierungen vorangestellt. Darauf folgt eine sachlogische Auffächerung in Untereinheiten (z. B. BPE 1.3), deren zeitlicher Rahmen in der Regel 4–8 Unterrichtsstunden umfasst. Den operationalisierten Zielformulierungen folgen die Themengebiete in Form einer zweiseitigen Tabelle: Die linke Spalte (Inhaltsspalte) weist dabei die verbindlich zu vermittelnden Unterrichtsinhalte auf; die rechte Spalte führt Hinweise auf mögliche fachliche und überfachliche Vernetzungen sowie optionale Möglichkeiten zur Umsetzung der inhaltlichen Ziele auf.

1.2 Anforderungsbereiche

Die Anforderungsbereiche im Bildungsplan weisen unterschiedliche Grade der Durchdringung des Unterrichtsstoffs im Hinblick auf den Kompetenzerwerb aus. Der Anforderungsbereich, den die Schülerinnen und Schüler erfüllen müssen, wird für jede Untereinheit (Mini-T) mithilfe von Operatoren eindeutig vorgegeben. Alle in deutscher Sprache verwendeten Operatoren sind im Bildungsplan definiert und erläutert. Jeder Operator ist einem Anforderungsbereich zugeordnet.

1.3 Sprache

Im Sinne einer stärkeren Profilierung wurde der englische Sprachanteil sowohl in Betriebswirtschaftslehre als auch in Volkswirtschaftslehre auf 50 % angehoben. Die in beiden Sprachen ausgewiesenen Unterrichtseinheiten sind entsprechend den Bildungsplanvorgaben auf Englisch zu unterrichten und abzuprüfen.

1.4 Inhaltliche Neuerungen

Im Rahmen der stärkeren Profilierung wurden inhaltliche Änderungen vorgenommen. Die wesentlichen Neuerungen werden im Folgenden kurz dargestellt.

1.4.1 BETRIEBSWIRTSCHAFTSLEHRE

In der Eingangsklasse erwerben die Schülerinnen und Schüler grundlegende Kompetenzen zu zentralen Geschäftsbereichen und -aktivitäten eines international tätigen Produktionsunternehmens und beurteilen unternehmerische Entscheidungen innerhalb sich verändernder Rahmenbedingungen. Die Durchführung eines Unternehmensplanspiels ist vorgesehen. Die Themen ‚Mitarbeiterführung‘ und ‚Marketing‘ werden nun in der Jahrgangsstufe 1 und 2 unterrichtet und sind damit abiturrelevant.

Die inhaltliche Struktur der BWL-Themen in den Jahrgangsstufen wurde weitgehend auf Basis der vier grundlegenden ‚Marketing-Ps‘ aufgebaut: Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik (product, price, place, promotion).

Die Einheit ‚Finanzierung‘ ist im neuen Bildungsplan nicht mehr existent, neu in den Bildungsplan aufgenommen wurde die chronologisch letzte BWL-Einheit ‚Versteuerung des Einkommens‘.

1.4.2 VOLKSWIRTSCHAFTSLEHRE

Die wirtschaftspolitischen Ziele ‚Stetiges, angemessenes Wirtschaftswachstum‘, ‚Stabiles Preisniveau‘, ‚Hoher Beschäftigungsgrad‘, ‚Außenwirtschaftliches Gleichgewicht‘, ‚Erhaltung einer lebenswerten Umwelt‘ und ‚Gerechte Einkommens- und Vermögensverteilung‘ bestimmen die inhaltliche Struktur und Reihenfolge des erweiterten Themenkomplexes ‚Wirtschaftspolitische Ziele I und II‘. Die Berechnung von Preisniveau-Änderungen bis hin zur Analyse daraus resultierender Konsequenzen sind nun in dieser Einheit integriert, da die Einheit ‚Geldpolitik der Europäischen Zentralbank‘ nicht mehr existent ist.

Neu hinzugekommen sind die Bildungsplaneinheiten ‚Außenwirtschaft und Globalisierung‘ sowie ‚Nachhaltige Entwicklung und alternative Wirtschafts- und Wohlstandskonzepte‘.

1.4.3 ÜBERSICHT – WAS IST NEU UND WAS WURDE GESTRICHEN?

BPE	NEUE THEMEN
3.4	<ul style="list-style-type: none"> • Überschuldung privater Haushalte
4.1	<ul style="list-style-type: none"> • Motive für Internationalisierung von Unternehmen
4.2	<ul style="list-style-type: none"> • Sekundäre Funktionsbereiche (nur im Überblick) • Unterscheidung von Produktionstypen
4.3	<ul style="list-style-type: none"> • Industrie 4.0: Vernetzung von Hardware, Software und menschlicher Arbeitsleistung
4.4	<ul style="list-style-type: none"> • Wettbewerbsfaktor Cultural-Diversity-Management • Interkulturelle Handlungskompetenz
4.5	<ul style="list-style-type: none"> • Unternehmensplanspiel durchführen
6.5	Rechtsform: Societas Europaea <ul style="list-style-type: none"> • Wahl d. Unternehmenssitzes • Organisationsverfassung • Mitbestimmung • Image
7.1	Internationalisierung von Unternehmen unter Einbeziehung der Aspekte kultureller Vielfalt und Digitalisierung <ul style="list-style-type: none"> • Ressourcenorientierung • Effizienzorientierung • Absatzorientierung • Nutzwertanalyse: Entscheidungsmatrix
7.2	Internationalisierungsstrategien nach BARTLETT und GOSHAL <ul style="list-style-type: none"> • Internationale Strategie • Multinationale Strategie • Globale Strategie • Transnationale Strategie
8.2	<ul style="list-style-type: none"> • Gründe für Employer Branding • Elemente des Employer Branding
9	Marktforschung (komplette BPE)
10	Produkt- und Sortimentspolitik (komplette BPE)
12	Kommunikations- und Distributionspolitik (komplette BPE)

15.2	Wettbewerbsanalyse und Marktsegmentierung <ul style="list-style-type: none"> • Wettbewerbsanalyse • Gesamtwirtschaftliche Entwicklungen • Kriterien der Marktsegmentierung • Auswahlkriterien für Marktsegmente
15.3	Interne Unternehmensanalyse <ul style="list-style-type: none"> • Bilanz- und Erfolgsanalyse (nur anhand der Kennziffern aus BPE 14) • Ressourcen- und Kompetenzanalyse
16	Versteuerung des Einkommens (komplette BPE)
18.6	Oligopol
19.4	Bedeutung des Außenhandels für die wirtschaftliche Entwicklung der BRD <ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung des Außenhandels für die BRD • Außenbeitrag • Auswirkungen eines außenwirtschaftlichen Ungleichgewichts auf die Preisstabilität
20.1	Qualitative Ziele der Wirtschaftspolitik: Lebenswerte Umwelt und Einkommens- und Vermögensverteilung <ul style="list-style-type: none"> • Prinzipien der Zuweisung von Umweltkosten • Personelle Einkommens- und Vermögensverteilung (Lorenzkurve und Gini-Koeffizient) • Einkommensteuer und Umsatzsteuer • Transferzahlungen und Grundsicherung
22	Außenwirtschaft und Globalisierung (komplette BPE)
23	Nachhaltige Entwicklung und alternative Wirtschafts- und Wohlstandskonzepte (komplette BPE)

LPE	NICHT MEHR ENTHALTENE THEMEN
5	<ul style="list-style-type: none"> • Lohn- und Gehaltsbuchung • Zeitliche Abgrenzung • Rückstellungen (wird nun in BPE 14.2 im Rahmen der Bilanz- und Erfolgskennzahlenanalyse behandelt)
6	<ul style="list-style-type: none"> • Eigenfertigung oder Fremdbezug
7	<ul style="list-style-type: none"> • Kommanditgesellschaft
9	Finanzierung <ul style="list-style-type: none"> • Offene Selbstfinanzierung

	<ul style="list-style-type: none"> • Eigenkapitalgliederung und Gewinnverwendung bei einer AG • Außenfinanzierung in Form von Beteiligungsfinanzierung: AG • Außenfinanzierung in Form von Darlehensaufnahme • Kreditsicherheiten
10	Bewertung <ul style="list-style-type: none"> • Bilanzierungswahlrecht: Selbstgeschaffene immaterielle Vermögenswerte des AV • Zugangs- und Folgebewertung • Gegenstände des AV • Gegenstände des UV • Schulden
17	<ul style="list-style-type: none"> • Europäische Währungsunion (EWU) • Europäisches System der Zentralbanken (ESZB) und Europäische Zentralbank (EZB) als Träger der Geldpolitik • Geldschöpfung und Geldmengenbegriffe der Zentralbank • Geldpolitische Strategie der EZB • Geldschöpfung der Geschäftsbanken bei vollständigem Bargeldrückfluss • Geldpolitische Instrumente • Probleme und Grenzen der Geldpolitik
20	Problemorientierte volkswirtschaftliche Sachverhalte (komplette LPE)
21	Beschäftigungs- und Arbeitsmarktpolitik in Europa (Teil 2) (komplette LPE)

2 Einsatzmöglichkeiten von digitalen Medien im Unterricht des Fachs Internationale Wirtschaft

Der Einsatz von digitalen Medien im Fach Internationale Wirtschaft ist vielfältig. Deshalb werden die aufgezeigten Einsatzmöglichkeiten nach der Intention unterschieden, die im Unterricht mit dem Einsatz verfolgt wird. Eine Intention des Einsatzes digitaler Medien ist die möglichst realitätsnahe, aktuelle Abbildung der Wirklichkeit im Unterricht, was sich sowohl auf den Aktualitätsanspruch der im Wirtschaftsunterricht verwendeten Daten als auch auf die zielgerichtete Verarbeitung einer Vielzahl an Informationen beziehen kann. Hier stehen also die Informationen im Vordergrund, die mithilfe digitaler Medien zugänglich gemacht werden.

Mögliche Beispiele für die selbstständige Erarbeitung von Inhalten mithilfe digitaler Medien:

- alternative Wohlstandsindikatoren
- Industrie 4.0: Voraussetzungen, Einsatzgebiete in Beschaffung, Produktion und Absatz, siehe Kapitel 4.4
- Standortwahl basierend auf selbst recherchierten Daten mithilfe einer Entscheidungsmatrix

- Analyse eines multinationalen Unternehmens hinsichtlich der Arten der Kooperation und Integration
- Recherche Konjunkturindikatoren zur Bestimmung der Phasen im Konjunkturzyklus

Eine andere Intention wird bei der Unterstützung des Lernprozesses mithilfe digitaler Medien verfolgt. Hier geht es weniger um das „Was“, sondern um das „Wie“ bei der Unterrichtsvermittlung. Auch hier bieten digitale Medien eine Vielzahl an Möglichkeiten, den Lernenden unterschiedliche Zugänge zu dem zu vermittelnden Fachwissen zu ermöglichen, das Wissen zu verarbeiten und den Lernerfolg zu reflektieren.

Die nachfolgende Auflistung bietet eine kleine exemplarische Auswahl an digitalen Tools und Apps sowie deren Einsatzmöglichkeiten im Rahmen des Lernprozesses. Ihr Einsatz fördert die Individualisierung des Lernprozesses bei Schülerinnen und Schülern, ermöglicht und unterstützt kollaboratives Arbeiten auch außerhalb des Klassenzimmers und eröffnet neue Möglichkeiten der Lernstandserhebung sowie der Reflexion des Lernprozesses.

Individualisiertes Lernen und Feedback: Edpuzzle oder h5p

Facts and figures	Einsatzmöglichkeiten
<p>Tools, um Videos um Verständnisfragen zu ergänzen</p> <p>Video läuft für Schüler erst weiter, wenn sie die Frage beantwortet haben</p> <p>Videopool (z. B. youtube, Khan Academy, National Geographic) bei Edpuzzle bereits hinterlegt</p> <p>Tools sind web-basiert:</p> <p>https://edpuzzle.com/</p> <p>https://h5p.org/</p> <p>Tutorials:</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=gnL1DsRAQ0E</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=2HtxLeXGU48</p>	<p>Erschließung von neuen Inhalten für Schüler</p> <p>Umwälzung/Überprüfung des Verständnisses eingeführter Inhalte</p> <p>Feedbackfunktion für Lehrkraft: Kommentarfunktion für Schülerantworten</p> <p>Sobald Videos als Wissensträger infrage kommen, stellen diese Tools eine Alternative zum bisherigen Videoeinsatz dar.</p>

Kollaboratives Arbeiten in Echtzeit: ZUMpad

Facts and figures	Einsatzmöglichkeiten
<p>Tool zur Erstellung eines gemeinsamen Dokumentes in Echtzeit</p> <p>Lernende können an verschiedenen Endgeräten gleichzeitig am selben Dokument arbeiten</p> <p>Web-basiertes Tool: https://zumpad.zum.de/</p> <p>Zugriff über im Vorfeld definierte URL, keine Registrierung erforderlich</p> <p>Pad-Inhalte sind in verschiedene Formate exportierbar</p> <p>Tutorial: https://www.zum.de/portal/ZUMpad</p>	<p>Themengleiche oder thementeilige Gruppenarbeiten: Festhalten von Gruppenergebnissen</p> <p>Brainstorming in Form einer Liste</p> <p>Projektarbeit: Erstellung von Protokollen und Quellenverzeichnissen</p>

Kollaboratives Arbeiten in Echtzeit: Flinga

Facts and figures	Einsatzmöglichkeiten
<p>Interaktives Whiteboard-Tool zur Einrichtung einer Online-Kollaborationsumgebung</p> <p>Web-basiertes Tool: https://flinga.fi/</p> <p>Registrierung erforderlich für Ersteller der Kollaborationsumgebung, Teilnehmer nutzen die Umgebung ohne Registrierung über direkten Link, Code oder QR-Code</p> <p>Feedbackfunktion für Einträge</p> <p>Pad-Inhalte in Form einer Tabelle exportierbar</p> <p>Tutorial: https://youtu.be/2Dv-T5OGdPk</p>	<p>Ergebnissicherung bei Gruppenpuzzles</p> <p>Erstellung auch von komplexeren Mindmaps</p> <p>Aktivierung und Strukturierung von Vorwissen</p> <p>Brainstorming</p> <p>Reflexion von Lernprozessen</p> <p>Interaktives Schreiben</p> <p>Digitale Pinnwand</p>

Lernstandserhebung: LearningApps, Kahoot, Socrative

Alle diese Tools dienen dazu, den Lernstand eines Schülers zu erheben und zu reflektieren. Ihr Quizcharakter hat eine motivierende Funktion. Gleichzeitig bieten die Tools der Lehrkraft die Möglichkeit, Einblicke in den Lernstand der Schülerinnen und Schüler zu erhalten und können als Grundlage für

Lernentwicklungsgespräche dienen. Bei Socrative ist eine Registrierung erforderlich, bei LearningApps nur, wenn der Lernprozess kenntlich gemacht werden soll, bei Kahoot nur, wenn Lernende selbst ein Kahoot erstellen sollen. Im Falle einer Registrierung sind die datenschutzrechtlichen Konsequenzen zu beachten.

Diese Tools können immer dann eingesetzt werden, wenn der Lernstand erhoben werden soll, d. h. entweder am Ende einer Stunde, als Hausaufgabe oder auch als Einstiegs- oder Zwischenmotivation.

Die Funktionen, Bedienung sowie den generellen Einsatz der Tools werden in den nachstehenden Tutorials erläutert:

LearningApps: <https://www.youtube.com/watch?v=96pngDggo4Q>

Kahoot: <https://www.youtube.com/watch?v=Qkf8vy1P0g8>

Socrative: <https://www.youtube.com/watch?v=VyycybD8KNw>

Einen Überblick über weitere Tools sowie deren Einsatzmöglichkeiten bietet folgende Websites:

<https://ebildungslabor.de/blog/>

<https://www.schule-bw.de/themen-und-impulse/mobile-apps>

<https://bildungserver.hamburg.de/digitale-tools/>

3 Umsetzungsbeispiele

3.1 Cultural diversity and intercultural competence (BPE 4.4)

3.1.1 VERLAUFSPLAN

Von Stereotypen zur interkulturellen Kompetenz (90 min)

DAUER	UNTERRICHTSPHASE, INHALT	MATERIAL, MEDIEN	ANGESTREBTES ERGEBNIS, ERWARTETES SCHÜLERVERHALTEN
5	Einstieg Ethnozentrismus und kultureller Relativismus	Video Link Nr. 1 oder Beispiele für Ethnozentrismus (britischer Kolonialismus, Sklaverei, ...)	SuS sehen sich Video an und machen sich Notizen (oder vervollständigen Material 1).
10	Erarbeitung (1) Ethnocentrism vs. cultural relativism	z. B. Tafel, Flipchart oder vorbereitetes Material 1	Aufgrund des Videos (oder entsprechender Informationen zum britischen Kolonialismus o. ä.) werden sich die Schülerinnen und Schüler bewusst, dass es leichter oder schwieriger sein kann, mit interkulturellen Situationen umzugehen, je nachdem, welche Perspektive man einnimmt.
45	Erarbeitung (2) Self-reflection	Einstieg mit Fotos von „typischen“ Deutschen/ Franzosen/ Holländern etc. → „Characterize the people in the pictures“ Link Nr. 2 Spiel National Stereotypes: Material 2 Abschluss: Vergleich mit Studie (z. B. Links Nr. 3)	SuS spielen das Spiel und realisieren, dass jeder an bestimmten Vorurteilen festhält und entsprechende Entscheidungen trifft. Sie kommen zu der Erkenntnis, dass wir uns darüber bewusst sein müssen, damit wir objektive Entscheidungen treffen können.
10	Vertiefung Interkulturelle Kompetenz nach Thomas durch Handlungssicherheit, Handlungsflexibilität, Handlungskreativität und Handlungstransfer	Material 3	SuS erkennen, dass nach Thomas interkulturelle Handlungskompetenz auf Handlungssicherheit, Handlungsflexibilität, Handlungskreativität und Handlungstransfer basiert.
20	Ergebnissicherung	Material 4	SuS wenden ihr Wissen über interkulturelle Kompetenz

		weiterführende Links 4 als Hintergrundinformation für die Lehrperson	nach Thomas auf konkrete Beispiele an, vergleichen und diskutieren ihre Vorschläge.
--	--	--	---

Kulturstandards und Schlüsselqualifikationen für interkulturelle Handlungskompetenz (90 min)

DAUER	UNTERRICHTSPHASE, INHALT	MATERIAL, MEDIEN	ANGESTREBTES ERGEBNIS, ERWARTETES SCHÜLER-VERHALTEN
30	Spielerischer Einstieg in interkulturelles Lernen	Situation für Rollenspiel „2 visions for 1 reality“; in Absprache mit Global Studies evtl. zusätzlich „The iceberg of culture“ Beides in Link Nr. 4	SuS beteiligen sich an einem Rollenspiel.
15	Erarbeitung (1) Reflexion des Rollenspiels mithilfe der Schlüsselqualifikationen für interkulturelle Handlungskompetenz nach J. Bolten.	z. B. Tafel, Flipchart, Mind Map app Material 5	SuS erkennen kulturell bedingte Unterschiedlichkeit der Wahrnehmung.
25	Erarbeitung (2) Besonderheiten der deutschen Kultur Kulturstandardmethode nach A. Thomas: für eine bestimmte Kultur kennzeichnende Regeln, Normen und Werte, Symbole und Verhaltensweisen.	ein Video aus Links Nr. 5 Material 6 Material 7	SuS sammeln Besonderheiten der deutschen Kultur und beschäftigen sich mit Schwierigkeiten für ausländische Besucher. Sie reflektieren kritisch sogenannte typisch deutsche Attribute. Sie erklären das Konzept Kultur. SuS erläutern Entstehung, Bedeutung und Zweck von Kulturstandards.
15	Übung Kulturstandards als Orientierungssystem nutzen	Material 8	SuS wenden Kulturstandards als Orientierungssystem auf Handlungssituationen an.
5	Ergebnissicherung Kulturstandards	Material 8	SuS vergleichen, diskutieren und überarbeiten ihre Ergebnisse.

Cultural Diversity Management (45min)

DAUER	UNTERRICHTSPHASE, INHALT	MATERIAL, MEDIEN	ANGESTREBTES ERGEBNIS, ERWARTETES SCHÜLERVERHALTEN
10	Einstieg Umsetzung von interkultureller Kompetenz in Unternehmen: Cultural Diversity Management Impulse - How would you define diversity? - Which aspects are missing?	Einstiegsgrafik Material 9 Tafel, Smartboard etc. Material 10	SuS nennen Aspekte von Diversität und bewerten den Entwicklungsstand Deutschlands in dieser Hinsicht.
20	Erarbeitung (1) Arbeitsauftrag für Gruppenarbeit: <ul style="list-style-type: none"> • Research examples for MNCs successfully using diversity management. • Explain reasons why that company engages in diversity management. • Name examples for measures of the company you have chosen, and think of further appropriate measures. 	Links Nr. 6 Tablet, Handy etc.	SuS recherchieren selbstständig oder mithilfe der angegebenen Links.
15	Ergebnissicherung Diversity Management: Beispiele, Gründe und Maßnahmen	ZUMpad, Flinga oder bitpaper.io Alternativ: Metaplanwand	SuS präsentieren ihre Ergebnisse.

3.1.2 DIDAKTISCHE HINWEISE

Der Einstieg über ein Rollenspiel schafft einen affektiven und sozialen Zugang zum Thema Kultur und Interkulturalität. Im weiten Verlauf werden diese durch kognitive Aspekte, insbesondere Kulturstandards und Schlüsselqualifikationen für interkulturelle Kompetenz ergänzt.

Das Wissen um Probleme und Potenziale dient als Grundlage für das Verständnis von Diversity Management als Wettbewerbsfaktor.

Im Anschluss an die obigen Unterrichtseinheiten kann eine Projektwoche „Schule ohne Rassismus“ vorbereitet werden. <https://www.schule-ohne-rassismus.org/startseite/>

Interkulturelle Aspekte werden in BPE 7.1, 8.2 sowie 12.1 wieder aufgegriffen.

3.1.3 METHODISCHE HINWEISE UNTER BERÜCKSICHTIGUNG DIGITALER MEDIEN

Spielerische, informierende und lehrerzentrierte Phasen der Einzel- und Gruppenarbeit wechseln sich ab. Für die Recherche zum Thema Diversity Management werden Tablets, PCs o. ä. benötigt.

3.1.4 LINKSAMMLUNG

Verlaufsplan	
Nr. 1	www.youtube.com/watch?v=aQ9mDILbzGA
Nr. 2	https://www.spiegel.de/fotostrecke/europa-in-klischees-die-polin-haben-alle-sofort-erkannt-fotostrecke-20337.html
Nr. 3	https://www.bbc.com/future/article/20170413-different-nationalities-really-have-different-personalities oder https://de.scribd.com/document/156585199/1081-National-Stereotypes
Nr. 4	http://intercultural-learning.eu/portfolio-tag/knowledge-and-understanding-of-culture-in-general
Nr. 5	https://www.youtube.com/watch?v=hciUr8UMtJw oder https://www.youtube.com/watch?v=sHLzHuQoR3Y oder https://www.youtube.com/watch?v=eEkKHANV7fY (deutsch)
Nr. 6	https://www.diversityinc.com/cross-cultural-mentoring-how-ibm-ey-kraft-increase-diversity-in-management/ https://courses.lumenlearning.com/suny-orgbehavior/chapter/2-5-managing-diversity-for-success-the-case-of-ibm/ https://www.bmefcolleges.edu.in/uploads/v3n2sl13.pdf
Weiterführende Links	
A	https://www.eidam-und-partner.de/files/downloads/eidam_und_partner_kulturelle_werte_in_den_usa.pdf und https://www.eidam-und-partner.de/files/downloads/eidam_und_partner_kulturelle_werte_in_japan.pdf und https://www.ihk-krefeld.de/de/media/pdf/international/interkulturelle_kompetenz/interkulturell-kompetent-unterwegs-in-sub Sahara-afrika.pdf
B	https://www.charta-der-vielfalt.de/fileadmin/user_upload/Diversity-Tag/2017/Downloads/Factbook_Diversity_2017_barrierefrei.pdf

3.1.5 ARBEITSMATERIALIEN/AUFGABEN
MATERIAL 1: ETHNOCENTRISM VS. CULTURAL RELATIVISM

Your task: Fill in the blanks while watching the video.

Ethnocentrism	Cultural relativism
One's cultural group is centrally	A person's beliefs and activities should be
_____ (1) and	_____ (A) and _____
_____ (2) to others.	_____ (B) in terms of his or her
→ Generalizations about other peoples'	_____ (C).
_____ (3) and	Different environments = different lifestyles
_____ (4)	→ everything is _____ (D).
→ can lead to cultural _____ (5).	Whether an action is „right“ or „wrong“ depends on the
Example: British drivers drive „_____	_____ (E) of the society it is prac-
_____“ (6).	ticed.
→ _____ (7) in our favor.	→ _____ (F) into other cultures
	→ _____ (G)
	→ Emphasis on _____ (H) among hu-
	man cultures.

MATERIAL 2: ETHNOCENTRISM – GAME NATIONAL STEREOTYPES

- Depending on class size, form groups of 4 to 6 people.
- Groups receive posters and prefabricated cards with 7 nationalities and traits/characteristics
- (either every group the same 7 nationalities or different ones).
- Students assign traits to nationalities and glue them on the posters.
- Groups gather in order to set up a new multinational company. They have to fill the following vacancies: President – Managing Director – Accountant – Public Relations Manager – Skilled Labour – Unskilled Labour
- → Group decision: Which nationalities from their posters do they choose for the respective vacancies?
- Students assign jobs to nationalities on their posters.
- Presentation of group results
- Comparison of results with studies (s. Linkliste Nr. 6)

Traits

welcoming	bad-mannered	hard-working	shy
charming	noisy	serious	easy-going
tolerant	arrogant	calm	lazy
submissive	withdrawn	temperamental	hospitable
intelligent	unconventional	extrovert	insular
economical	pleasure seeking	superficial	undisciplined
open-minded	reserved	fanatically patriotic	superior
business-minded	money-minded	good-natured	fashionable
stuffy	trustworthy	modest	insecure
materialistic	egoistic	practical	alert
anxious	impulsive	warm and friendly	neurotic
cosmopolitan	polite	uncultured	well educated
good-natured	lively	narrow-minded	conservative, old-fashioned

Nationalities

German	French	British	Irish
Polish	Italian	Swiss	Chinese
Japanese	Australian	Austrian	Brazilian
Bulgarian	Russian	Brazilian	American
Dutch	Nigerian	Greek	Indian
Jamaican	South Korean	Luxembourg	Mexican
South African	Spanish	Swedish	Turkish

MATERIAL 3: INTERCULTURAL COMPETENCE ACCORDING TO THOMAS

The following steps are vital in order to become interculturally competent:

1. Being able to act with confidence (Handlungssicherheit)

Therefore, you need to be aware of

- the intended objectives
- your own expectations and intentions
- different ways to achieve the desired results
- existing (cultural) differences and conformities.

Precondition: You have to be certain to recognize difficult situations and their roots

2. Being able to act with flexibility (Handlungsflexibilität)

- Discover alternative ways of action, courses of action and interpretation patterns
- Apply different behavioural strategies to overcome critical incidents that are based on cultural differences
- Think of a variety of strategies to achieve the desired results

3. Being able to act creatively (Handlungskreativität)

- Discover various ways to gain information
- Develop an understanding for the reactions of foreign partners
- Discover, strengthen and use possibilities of an intercultural social environment
- Be creative when it comes to intercultural interaction and conflicts
- Create a situation that can be recognized as positive for all partners involved

4. Being able to transfer knowledge acquired to new situations (Handlungstransfer)

- Transfer knowledge acquired from previous intercultural situations to new and different situations, yet adapting the knowledge to the new situation

MATERIAL 4: INTERCULTURAL COMPETENCE ACCORDING TO THOMAS

Task:

1. Read the following critical incidents (kritische Interaktionssituationen).
2. Choose **one** critical incident that you would like to analyze more closely.
3. Answer the following questions in detail. **You may use the internet to get some more detailed information about the cultures mentioned.**

First, summarize the problem in this critical incident in your own words. **Second**, analyze the critical incident based on your knowledge of intercultural competence according to Thomas.

- What was the reason for the fact that the German described could not "act with confidence" according to A. Thomas?
- How could the German have acted with flexibility?
- How could the German have acted creatively?
- In which way will the critical incident experienced help the German to act differently in upcoming critical situations?

Critical incident No.1

The management of Cortina GmbH has sent Mr Hofmann, a German, to a subsidiary in Japan. His job is to train the Japanese workforce on the operation of the new production machinery.

At the beginning of his first seminar for the Japanese workers, Mr Hofmann tells the staff to make sure they ask questions if there will be anything they don't understand. Then he proceeds to introduce the workforce to the new machinery. After having finished his seminar, Mr Hofmann is exceptionally pleased with his performance. No one has asked any questions, so Mr Hofmann assumes that he has explained everything in a way that has not caused any misunderstandings or uncertainties.

A week later four machines out of ten are out of order due to incorrect operation...

Mr Hofmann is extremely upset and doubts his ability to instruct others in handling the new production machinery.

Critical incident No.2

Melanie Opera, a German, has been sent to the US branch of her company. After having worked there for four weeks, a colleague invites her to a barbecue. There, she meets one of her American co-workers, Catriona, that she's only known by sight so far. They have a friendly chat about Melanie's hometown and family, and Catriona tells Melanie that she and her friends usually meet Fridays at a certain bar. She also tells Melanie to join her and her friends one day, and then leaves.

Melanie is happy to have been invited by someone who has known her for only a few minutes. The following weekend, she goes to the bar Catriona mentioned. When she sees Catriona and her friends sitting at a table in the bar, she strolls over to the table and is rather disappointed by Catriona's reaction: "Hello Melanie. What are you doing here? Are you meeting someone?"

Critical incident No.3

Sarah, a German woman aged 19, has found an internship at a children's home on the island of Zanzibar (Tanzania, Africa). She will spend three months there, from November until January. Due to the tropical climate of Zanzibar, Sarah only packs light clothing like short-sleeved T-Shirts, light summer dresses and shorts. The first day she shows up at work, the children's home manager studies her from head to toe and sends her back to her accommodation to get changed, asking her to wear a long-sleeved shirt and a pair of jeans. Sarah is upset and confused and thinks about ending the internship immediately.

MATERIAL 5: CORE SKILLS OF INTERCULTURAL COMPETENCE
Task:

Analyse which of the core skills of intercultural competence would help in the given situation "2 visions for 1 reality". Use the Think-Pair-Share method.

#	Core skills of intercultural competence	Explanation
1	Ambiguity tolerance	Ambiguitätstoleranz (Ambiguität = Mehrdeutigkeit) → to be able to welcome ambiguous situations and not seeing them as a threat
2	Fixing limits to acceptance	Akzeptanzgrenzen erkennen und Akzeptanzspielräume aushandeln können → in the end it is important to reach an agreement (what is acceptable for both parties? Where is the other's limit?)
3	Awareness of dissent	Dissensbewusstsein (Dissens = Meinungsverschiedenheit) → both parties have to be aware that there will be different views and opinions, but that an agreement acceptable for both can be reached
4	Empathy	Empathie (= Einfühlungsvermögen) → understanding the other person's feelings and thoughts
5	Flexibility	Flexibilität → to be able to adapt quickly to a changing situation and also to be willing to learn and accept new things
6	Foreign language skills	Fremdsprachenkenntnis → language and culture are closely interlinked, so if you learn the language you might also understand the culture better
7	Intercultural willingness to learn	Interkulturelle Lernbereitschaft → be curious, do not see intercultural situations as a threat
8	Communications ability	Kommunikationsfähigkeit → being able to actively form relationships and communication networks, especially in difficult situations
9	Cultural knowledge	Kulturwissen → background information about the foreign and your own culture: how the parties think, act and react is based on the whole system they grew up in
10	Ability of meta-communication	Metakommunikation (Kommunikation über die Kommunikation) → being able to talk about communication problems that might occur in intercultural conversations
11	Differentiation of superficial and deep structure	Oberflächen- und Tiefenstrukturen unterscheiden (Vgl. Eisberg-Modell) → even if on the outside the parties pursue the same goal, be aware of differences that you cannot see at first sight
12	Polycentrism instead of ethnocentrism	Polyzentrismus (d. h. die eigenen kulturspezifischen Bewertungen relativieren) → cross-cultural empathy, objectiveness
13	Role distance	Rollendistanz (seine eigene Rolle mit Abstand betrachten) → have a look at yourself and reflect your behaviour critically
14	Self-discipline	Selbstdisziplin → self-management and time management without transferring your own self-discipline onto different living environments
15	Awareness of synergies	Synergiebewusstsein (Synergie = sich gegenseitig fördern) → accept new things that arise from working together, even if they are atypical for either culture
16	Ability to raise an issue	Thematisieren können → talk about problems and uncertainties that might occur and explain your own behaviour

MATERIAL 6: CULTURAL STANDARDS
Task

- 1) Read the following table and mark unclear words. Clarify in class.
- 2) Choose the cultural standard in each line that describes "the Germans" best.

#	Cultural Standards	
1	a) Fact-orientation	b) Evasion of conflicts
2	a) Pragmatism*	b) Rule-orientation
3	a) Context-orientation**	b) Direct interpersonal communication***
4	a) Interpersonal distance differentiation****	b) Minimisation of interpersonal distance
5	a) Social support	b) Hierarchy and authority orientation*****
6	a) Time planning	b) Flexible time orientation

*More emphasis on practical **effects** than on principles

**non-verbal communication etc. is important, you just know what the other means without him having to say it.

***Straight talk, clear messages

****Making a big difference between friends, colleagues and strangers

*****Rules and responsibilities are clear-cut and have to be respected

- 3) Alexander Thomas developed these cultural standards using interviews with foreigners that used to live in Germany. Do you agree with his findings? Give reasons.
- 4) Read Material 7 and define culture in your own words.
- 5) Sum up how cultural standards are developed using Material 7.
- 6) Evaluate the difference between cultural standards and stereotypes.

MATERIAL 7: DEFINITION AND DEVELOPMENT OF CULTURAL STANDARDS

In every culture, there are certain norms and values that are shared and accepted by the vast majority of its members. These norms and values serve as the basis for evaluation of anyone's behaviour. In other words, culture is a system of orientation. Cultures only change very slowly. Typical symbols like language, greeting rituals and clothing habits are passed on to future generations. Norms and values enable and limit possible behaviour. At the same time, culture creates a sense of belonging which is important for one's self-perception. Culture influences perception, thought patterns, judgment and action. Although we often talk about national cultures, also regions, groups as well as companies and other organisations have their own cultures.

"Cultural standards can be seen as the socially shared and accepted norms and values that are used by the individuals living within a particular culture to evaluate the behaviour of each other."

(Schroll-Machl, S., Doing business with Germans. Their Perception, Our Perception, 6th Edition, Göttingen 2016, p. 26)

"Culture is a universal phenomenon. All human beings live within a specific culture and contribute to its development. Culture creates a structured environment within which a population can function. It encompasses objects we created and use in our daily lives, as well as our institutions, ideas and values. Culture is always manifested in a system of orientation typical to a country, society, organization or

group. This system of orientation consists of specific symbols such as language, body language, mimicry, clothing and greeting rituals and is passed on to future generations from the respective society, organization or group. This system of orientation provides all members with a sense of belonging and inclusion within a society or group and creates an environment in which individuals can develop a unique sense of self and function effectively. Culture has an influence on the perception, thought patterns, judgment and action of all members of a given society. The culture-specific system of orientation creates possibilities and motivation for action, but also determines the conditions and limits of the action (Thomas 2003)."

(Thomas, Kinast, Schroll-Machl (eds.): Handbook of intercultural, international communication and cooperation. Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen 2010, S. 19)

Alexander Thomas is one of the inventors of cultural standards as a method of analysing behaviour in intercultural situations. In his research, he does many interviews, usually with Germans that lived in the target country for a while. He especially asks for so-called "critical incidents", for example misunderstandings or behaviour that is very different from what the German interview partner expected. Then he clusters the results and reviews them with the help of experts that have knowledge about both societies, e. g. the German and the Turkish. Their knowledge of philosophy, literature, sociology, religion, ethnology etc. is used to interpret the behaviour and to come up with specific cultural standards. It is qualitative rather than quantitative research. Cultural standards are not meant as an explanation of a whole culture but as a tool to manage situations that frequently lead to problems in intercultural communication.

MATERIAL 8: CULTURAL STANDARDS IN DIFFERENT COUNTRIES

#	AUSTRIA	GERMANY	HUNGARY	SPAIN
1	Monochronic* concept of time	Monochronic* concept of time	Polychronic* concept of time	Polychronic* concept of time
2	Respecting achieved positions	Interpersonal distance differentiation	Small interpersonal distance	Person orientation
3	Specific** culture with diffuse parts	Specific** culture	Diffusion** of life spheres	Diffusion** of life spheres
4	Indirect communication style	Direct interpersonal communication	Indirect communication style	Importance of communication
5	Hierarchical power	Hierarchy and authority orientation	Hierarchical power	Importance of hierarchy and authority

*Monochronic cultures stress the importance of schedules and doing one thing at a time without distractions. In polychronic cultures, people tend to do different things at the same time. Private and business topics might be mixed and schedules changed flexibly.

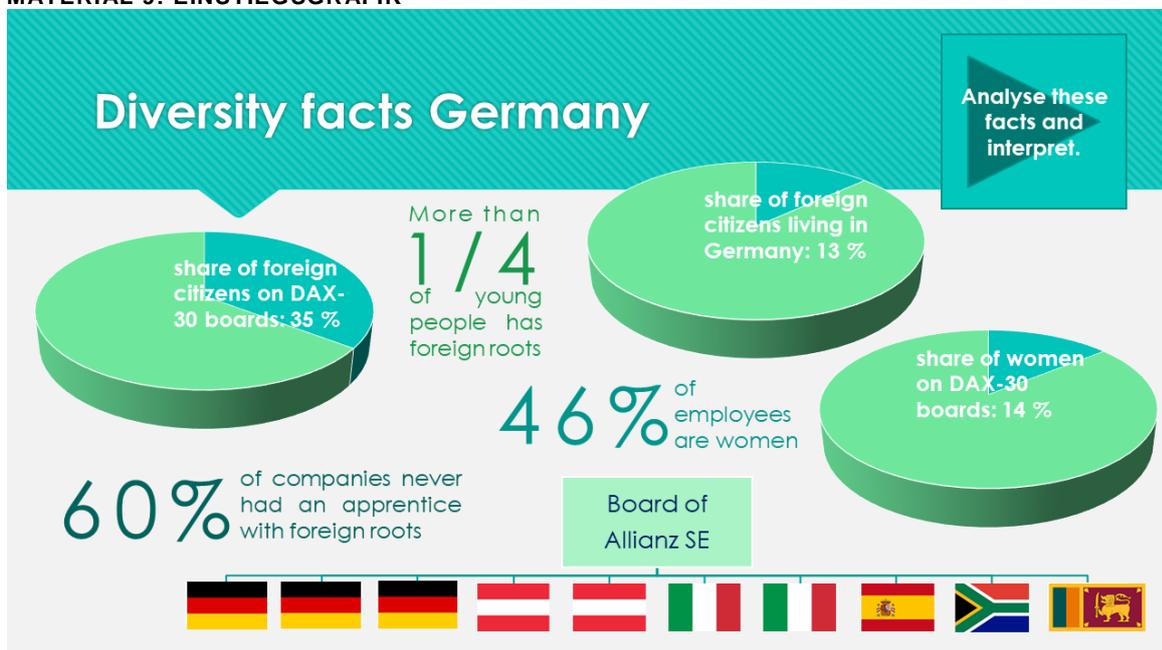
**In specific cultures, personal and work life are separate spheres. In diffusive cultures, people believe that strong personal relationships help to achieve business goals. Hence, socializing with teammates is more common.

Task:

Read the list of cultural standards. Analyse the following situations. Which of them might be "critical" when working with a) Austrians, b) Germans, c) Hungarians, d) Spaniards.

1. You join a new team in that country. To facilitate communication you prefer an informal "Du", "te", or "tú" to the formal "Sie" in the respective language.
2. You agreed that the responsibility for chairing a meeting rotates within your team. Today, it's your turn. As your project is not developing well, you decide to change the agenda shortly before the meeting. You are ten minutes late because of these preparations.
3. You want to solve the problems in your team project. Therefore, you ask every team member in turn why certain details in their specific responsibility are not working yet.
4. Finally, your team manages to make substantial progress. To celebrate, you invite everyone to your house.

MATERIAL 9: EINSTIEGSGRAFIK



Source: own graphics based

MATERIAL 10: TAFELBILD



LÖSUNGEN MATERIAL 1

- | | |
|-----------------------|----------------------------|
| (1) more important | (A) understood |
| (2) superior | (B) make sense |
| (3) cultures | (C) own culture |
| (4) customs | (D) relative |
| (5) misinterpretation | (E) moral norms |
| (6) on the wrong side | (F) Objective insight |
| (7) Perception bias | (G) Cross-cultural empathy |
| | (H) similarities |

LÖSUNGEN: MATERIAL 2

(schülerindividuell, argumentationsabhängig)

LÖSUNGEN: MATERIAL 4**CI1, 3b)**

- Mr Hofmann expected the Japanese to ask if they didn't understand the instructions as is customary in Germany.
- He could have thought about different ways to achieve the desired results, e.g. preparing a written manual.
- He didn't recognize that this could be a difficult situation as he was not aware of existing cultural differences (asking questions equals a face loss in Japanese culture)
- Mr Hofmann should have noticed the lack of questions and then acted differently and strategically by e.g. letting the workers demonstrate that they have understood the instructions.
- In order to create a situation that can be recognized as positive for all partners, Mr Hofmann could have split the contents of the seminar in various sections. After each section he could have asked the participants to summarize their gained knowledge so far. This means the Japanese could have made clear that they have learned something so far but at the same time Mr Hofmann would have recognized the knowledge gaps.
- Based on his experience, Mr Hofmann will prepare his seminars in a different way and according to the countries' cultures he's supposed to host the seminars.

CI2, 3b)

- Melanie took the invitation seriously. She acted the way any German would have in this situation as in our culture you would not extend an invitation if you didn't honestly mean it.
- It could have been helpful to show interest in meeting immediately after the offer. Maybe from Catriona's reaction Melanie could have detected how sincere the invitation was.
- Melanie could have asked other American colleagues how sincere such an invitation is.

- In future Melanie knows that in the US you kindly and neutrally agree with the suggestion and do not act on it.

CI3, 3b)

- Sarah acted according to how she was brought up. Hot weather equals light clothes. (But 90% of Zanzibar's inhabitants are Muslim).
- A flexible way to handle the situation could be to wear a very light long-sleeved blouse and some linen pants.
- By wearing a light long-sleeved blouse and some linen pants, Sarah would show her respect towards the country's religion and traditions and still not suffer from too much heat. This would ensure a rather positive outcome for both parties.
- In future Sarah might wear something "neutral" and "acceptable" to first meetings in order to avoid embarrassing situations for either party.

LÖSUNGEN: MATERIAL 5

(schülerindividuell, argumentationsabhängig)

LÖSUNGEN: MATERIAL 6

1. See footnotes
2. German cultural standards: 1a, 2b, 3b, 4a, 5b, 6a

(e. g. pragmatism, minimisation of interpersonal distance and social support are US cultural standards. Flexible time orientation is true for Bosnia, evasion of conflicts as well as context-orientation would be Czech cultural standards)

3. Individual answer based on own experience and perception
4. Individual answer e.g. Culture is a system of orientation typical to a country. Certain symbols such as language, clothing and rituals create a sense of belonging and inclusion within a society or group.
5. Cultural standards are the results of a large number of interviews with Germans that have experience in a certain foreign country. Their experience is matched with expertise of researchers in various sciences.
6. Although both try to give guidance in problematic situations, cultural standards are very different since they avoid oversimplifying. They are based on real experiences, not hearsay, as well as sciences such as cultural history.

BUT: According to Bolton, the specification of cultures that follows certain abstract cultural standards tends to become stereotyping as the specifying person's perspective and cultural embeddedness influence the specification.

(Vgl. Bolten, Jürgen: *Interkulturelle Kompetenz. Landeszentrale für politische Bildung Thüringen, Erfurt 2007, S. 26*)

LÖSUNGEN: MATERIAL 8

1. Problematic in Austria, since Austrians would stick to "Herr Dr. Müller" to respect the position of the other and Germans prefer a large interpersonal distance in their working sphere as opposed to Hungarians. In Spain the person is much more important than the business relationship. Hence, they would rather switch to "tú" immediately.
2. In Hungary and Spain this would be regarded as normal, since they have a polychronic concept of time. In Germany punctuality is important because time is seen as valuable. Spaniards think, the persons waiting could do something else in the meantime. Doing one thing at a time is also very important in Germany because of its monochronic concept of time. Austria is only slightly less rigid than Germany in this respect.
3. As you use a very direct communication style you probably offend team members from Austria and Hungary. There, critique would rather be mentioned privately instead of in a meeting. In Spain, more explanation would be needed and a good personal relation would help to prevent conflicts. In Germany, questions like these would be seen as merely fact-related. So addressing them directly would be normal.
4. In Germany work and private life are different spheres. Contacts are specifically work-related. So this would be an exception and you cannot expect to be invited by German team members in exchange. For Austrians these spheres overlap to some extent whereas for Spaniards and Hungarians it would be rather strange to have no private contact to teammates.

LÖSUNGEN: GRUPPENARBEIT DIVERSITY MANAGEMENT

schülerindividuell, z. B.

Reasons for engagement in diversity management	Examples of appropriate measures
Increase in employee motivation	Mentors for underrepresented groups to teach about "unwritten rules" (e. g. Kraft Foods and Ernst & Young)
Increase in creativity and flexibility	"Valuing other culture while upholding self culture" (e. g. HP)
Increase in productivity	Make use of different points of view instead of ignoring different cultural backgrounds (e. g. HP)
Increase in profit	Form teams that have a matching cultural background for marketing campaigns in a certain country.
Employee recruitment	Partnership with colleges to increase the recruitment of underrepresented groups (e. g. IBM)
Employee retention	Mentors for underrepresented groups lead to more diverse management (e. g. Deloitte and IBM)

3.2 Mitarbeiterführung und Employer Branding (BPE 8.2)

3.2.1 VERLAUFSPLAN

Mitarbeiterführung (45 min)

DAUER	UNTERRICHTSPHASE, INHALT	MATERIAL, MEDIEN	ANGESTREBTES ERGEBNIS, ERWARTETES SCHÜLERVERHALTEN
10	<p>Einstieg</p> <p>Teacher: Draw a sketch of a leader. Write in either L1 or L2 any characteristics a good leader has in your opinion.</p> <p>Teacher: Share in groups of four and put the two characteristics you consider most important onto flash cards.</p>	<p>Bilder bedeutender Führungspersönlichkeiten (z. B. Politiker, Fußballtrainer...)</p> <p>Metaplankarten</p>	<p>Die SuS zeichnen den Umriss einer Person und schreiben Charakteristika bedeutender Führungspersönlichkeiten hinein</p> <p>Die SuS einigen sich auf zwei Charakteristika, die sie für Führungspersönlichkeiten am wichtigsten halten und schreiben diese auf Metaplankarten.</p>
20	<p>Erarbeitung</p> <p>Die Lehrkraft erläutert das Fallbeispiel Ottmar's bakery.</p> <p>Teacher: Which characteristics does a leader need in this situation?</p> <p>Lehrkraft erläutert den Arbeitsauftrag zur arbeitsgleichen Gruppenarbeit (Gruppen zu vier Mitgliedern)</p>	<p>Tafel, Metaplankarten, Magnete/Kreppband</p> <p>Material 1 (Texte zu leadership styles, cultural standards model (Vgl. China, BPE 4.4))</p>	<p>Die SuS hören zu</p> <p>SuS präsentieren ihre jeweils passenden Metaplankarten, diese werden an der Tafel gesammelt.</p> <p>Die SuS sammeln Informationen zu den verschiedenen Führungsstilen und zu kulturellen Fragestellungen in China. Sie analysieren, welcher Führungsstil in der angesprochenen Situation Erfolg versprechend scheint.</p>
15	<p>Evaluation</p> <p>Die Lehrkraft moderiert die Präsentation der Ergebnisse und sammelt diese an der Tafel.</p>	<p>Blackboard</p> <p>Flash cards</p>	<p>Die SuS präsentieren ihre Ergebnisse und reflektieren, welche Eigenschaften eine gute Führungs-</p>

			kraft in der angesprochenen Situation braucht bzw. welcher Führungsstil passend ist.
--	--	--	--

Employer Branding (45 min)

DAUER	UNTERRICHTSPHASE, INHALT	MATERIAL, MEDIEN	ANGESTREBTES ERGEBNIS, ERWARTETES SCHÜLERVERHALTEN
10	Einstieg Die Lehrkraft präsentiert verschiedene Unternehmenslogos, Jingles etc. Which company would you like to work for and why?	Slides	Die SuS würden gerne für größere, bekannte Firmen arbeiten, weil viele ein gutes Image haben, bekannt sind für gute Sozialleistungen etc.
25	Erarbeitung Lehrkraft präsentiert Ottmar's Bäckerei und deren Zukunftspläne sowie die Arbeitsaufträge	Material 2 Texts on employer branding, PCs/Tablets	SuS hören zu SuS treffen sich in Vierergruppen und erarbeiten, worum es sich beim Employer Branding handelt. Anschließend machen sie (arbeitsteilig, vier unterschiedliche Maßnahmenkategorien) Vorschläge für Ottmars Bäckerei.
15	Evaluation Die Lehrkraft sammelt die Vorschläge bezüglich Employer Branding an der Tafel. Sie lässt die SuS abstimmen, welche Maßnahmen Erfolg versprechend scheinen.	Tafel	Die SuS stellen ihre Ergebnisse vor und stimmen über eine Employer Branding Strategie für Ottmars Bäckerei ab.

3.2.2 FACHLICHE HINWEISE

Aus Gründen der didaktischen Reduktion wurden lediglich der patriarchale, der autoritäre, der kooperativ-demokratische sowie der Laisser-faire-Stil für die Bearbeitung ausgewählt. Bei entsprechend starken Klassen kann das Portfolio hier erweitert werden.

3.2.3 DIDAKTISCHE HINWEISE

Diese Stunde ergänzt die Systematik einer kompetenzorientierten Unterrichtseinheit um die grundlegende Struktur einer Unterrichtseinheit nach dem CLIL-Konzept.

3.2.4 METHODISCHE HINWEISE UNTER BERÜCKSICHTIGUNG DIGITALER MEDIEN

Es wird angeraten, die Führungsstile in einer arbeitsgleichen Gruppenarbeit erarbeiten zu lassen, da sonst nicht alle Schülerinnen und Schüler gleichermaßen eine Entscheidung hinsichtlich des am besten geeigneten Führungsstils treffen können.

Bei entsprechend starken Klassen kann die Erarbeitung der Führungsstile sowie der Kulturstandards auch eigenständig anhand einer Webrecherche erfolgen.

Ergänzend zum Informationstext kann auch der Link auf ein Video zur Verfügung gestellt werden.

Video	Inhalte
https://www.youtube.com/watch?v=Y-dovGp5Ys7k	Schulung zum Employer Branding, IHK Schwaben
https://www.youtube.com/watch?v=Ym-FUFG2YG0w	Erklärvideo des Deutschen Instituts für Marketing
https://www.youtube.com/watch?v=hwu-umopjIQA	Vorlesung der IUBH

3.2.5 ARBEITSMATERIALIEN/AUFGABEN**MATERIAL 1: WORKSHEET LEADERSHIP STYLES – AN INTRODUCTION**

Case: Ottmar Müller, a German baker, is bored of only baking and selling his products in and around Rothenburg ob der Tauber, Germany. Ottmar owns five stores in Germany and has 50 employees. Knowing that many Chinese tourists got to know his bakeries on their trip to Germany, he wants to open a bakery in China and hire Chinese workers. At the moment, he is looking for a manager willing to run Ottmar's Bakery in China. He is not sure yet, which type of leadership style he is looking for. You are a friend of Ottmar's son Jörg and Ottmar asks you for your opinion.

Tasks:

1. Read the texts on leadership styles (Evidence 1, one text per student). Then fill in the table on leadership styles (Table 1). Think about a slogan to promote your leadership style.
2. Ottmar has already found some information on cultural standards in China (Evidence 2). Write down the facts you consider most important for Ottmar when it comes to finding a manager for the Chinese branch.
3. Discuss the different leadership styles in your group. Decide on which leadership style fits Ottmar's bakery China best in your opinion by taking into consideration what you learned about Chinese culture.

Evidence 1: Leadership styles

Cooperative leadership stands for joint decision making. Employees are able to take part in the decision making process, at least if they are affected by the decisions made. Thus, a cooperative leader delegates authority to employees, encourages participation and relies on subordinates' knowledge for the completion of tasks.

An autocratic leader tends to centralize authority. He or she tells employees what to do without asking them for their opinion. Decisions are only made by the leader. Total obedience is expected from employees. Criticism or disagreement is not accepted by an autocratic leader.

The patriarchal leadership style is the most traditional leadership style. A patriarchal leader behaves like a very strict but caring father. He or she has an almost unlimited claim to power on the one hand, but takes care about his or her employees' needs on the other hand. A consequence of a patriarchal leadership style is that there is no real delegation of decision-making. There might be subordinate leaders in a company structure, but the patriarchal leader can and will always be able to make any decision him or herself.

A person using the laissez-faire leadership style tends to have a very passive "hands off, let it ride" attitude towards employees. It is the employees who are able to decide on what they want to do. The leader only provides means to achieve the self-set goals.

Evidence 2: Cultural standards for China

1. The group's welfare is more important than own interests
2. Harmony is very important in social relations.
3. Conflicts should be avoided.
4. Personal relationships are important.
5. Hierarchies and power differences are accepted, clear instructions are desired for.
6. Contracts are seen as an intent to cooperate and can be adapted if necessary [...]

TABLE 1: LEADERSHIP STYLES

	Cooperative leadership style	Autocratic leadership style
Employee's role		
Leader's role		
Our slogan		
	Patriarchal leadership style	Laisser-faire leadership style
Employee's role		
Leader's role		
Our slogan		

Cultural standards China:

Leadership style we consider most successful when opening a bakery in China:

MATERIAL 2: WORKSHEET EMPLOYER BRANDING

Case: After having hired a manager for the Chinese branch of his bakery, Ottmar Mülle needs to find employees for both, his German and Chinese branch. He has attended a seminar held by the local Chamber of Skilled Crafts, recently. During this seminar, Employer Branding was promoted as a good way to find and recruit new employees. You are a friend of Ottmar's son Jörg and Ottmar asks you to help him. He gives you the information on Employer Branding he received during the seminar and asks you to develop suggestions on how to recruit employees in Germany and China. So far, Ottmar has always been trying to find new employees only by publishing job advertisements in the local newspaper. He has never taken part in career days etc. Ottmar's bakery offers free medical check-ups and free sports classes at the local gym.

Tasks:

1. First of all, you decide that the Chinese manager should be explained what employer branding stands for.
 - Read the material Ottmar Müller got at the Chamber of Skilled Crafts (Evidence 1).
 - Prepare a short summary in English for the Chinese managers. Ottmar already filled in some parts.
2. In order to actively create Ottmar's employer brand, you decide to focus on four categories of strategies and make suggestions on what Ottmar could do.
 - In order to do so, read the information provided on employer value proposition/corporate culture/talent management/health management (Evidence 2). Do additional research online.
 - Prepare a short presentation on what employer value proposition/corporate culture/talent management/health management stand for.
 - Then, make a suggestion on what Ottmar could do in order to gain and keep great employees taking into consideration what you learned.

Evidence 1: Employer Branding stands for the active or passive creation of an employer's brand or image (internally or externally). Employers can be e.g. companies, public authorities or organisations in this case. When managing an employer brand, the main goals are to increase the employer popularity within the relevant target group and to create the employer image intended.

In order to reach these goals, it is first of all necessary to analyse the current situation on the labour market. Moreover, the intended goals have to be defined. Then, ways to reach these goals should be created. In this context, among others, four categories can be important:

- Employer value proposition
- Corporate culture
- Talent management
- Health management

Afterwards, a communication strategy is made up and implemented. The effect is checked.

Video on Employer Branding: <https://www.youtube.com/watch?v=YdovGp5Ys7k>

Employer Value Proposition

An employer offers different benefits to existing and prospective employees. These will or won't make people join or remain with a business. The aim of employer value proposition is to become a company that people want to work for and be loyal to. Thus, create a value for future and existing employees. The company has to create and communicate its value to existing and prospective employees. In order to reach this, it is important to e. g.

- find out what reputation the company has as an employer
- identify and if necessary, improve the working environment
- check and if necessary, improve what the company has to offer when it comes to work-life balance
- check and if necessary, improve the career options available

As you could see above, it is important to find out what people think about a company. This can be done by listening to people who apply for a job or by checking employer review sites online.

📖 Do further research on: practical examples for employer value proposition

Corporate culture

A company's corporate culture stands for the beliefs and ideas a company has. It affects the way business is done and how people who work for the company behave. Thus, it is very important to understand one's own culture because the culture is the reason that everyone comes into work every day.

📖 Do further research on: Edgar Schein's model on organisational culture

Talent management

Talent management is the combination of strategies, methods and measures which an employer uses to find and hire or transfer the person that perfectly fits a certain position. First of all, it is necessary to act in a target-oriented way in order to identify, win, develop and promote talents. Secondly, these talents must be put into the right position and their loyalty has to be secured.

📖 Do further research on: practical examples for talent management

Health management

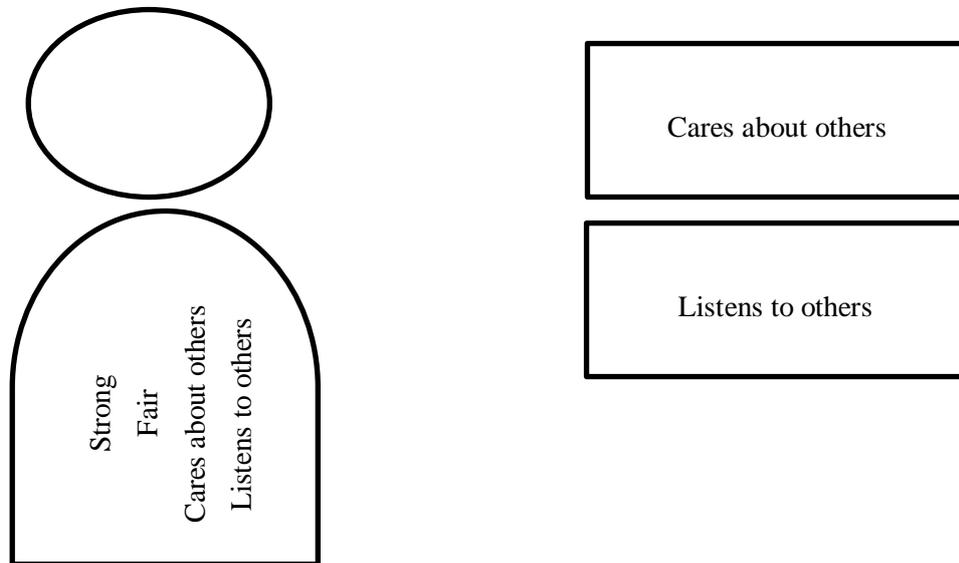
A company's health management strategy intends to manage all operational processes a company has with respect to the promotion of employee's health and thus performance and success. "Health is a state of complete physical, mental and social well-being and not merely the absence of disease or infirmity." Preamble to the Constitution of WHO as adopted by the International Health Conference, New York, 19 June – 22 July 1946; signed on 22 July 1946 by the representatives of 61 States (Official Records of WHO, no. 2, p. 100) and entered into force on 7 April 1948.

📖 Do further research on: Beispiele für betriebliches Gesundheitsmanagement1. Summary Employer Branding:

- Employer Branding means to actively or passively create an employer brand or image.

2. Means to create a strong employer brand

Employer Value Proposition	Corporate Culture	Talent management	Health management
Definition:	Definition:	Definition:	Definition:
Suggestions:	Suggestions:	Suggestions:	Suggestions:

LÖSUNGEN: MATERIAL 1

TABLE 1: LEADERSHIP STYLES

	Cooperative leadership style	Autocratic leadership style
Employee's role	Their knowledge is important. They are able to take part in the decision-making process.	Rather passive, no power to make own decisions, total obedience is expected
Leader's role	Delegates authority, encourages employees to take part in leading	Centralises authority
Our slogan	Take part in leadership	The leader does it all
	Patriarchal leadership style	Laisser-faire leadership style
Employee's role	Rather passive, like children	Free to do what they want to
Leader's role	The good and strict father, absolute claim to power, can make any decision	Passive, no attempt to influence employees
Our slogan	The good father and his children	Let it flow

Cultural standards China:

- The group is more important than the individual
- Harmony is very important
- hierarchy is important each person has his / her position in society
- relationships are important

[...]

Leadership style we consider most successful when opening a bakery in China: patriarchal leadership style, as a patriarchal leader respects the cultural standards best.

LÖSUNGEN: MATERIAL 2

1. Summary Employer Branding:

- Employer Branding means to actively or passively create an employer brand or image.
- Goal: increase popularity within the intended target group, create a certain image
- Means: Analyse situation on labour market, define goals

Define means to reach goals

Make up communication strategy

Put strategy into practice, check results

2. Means to create a strong employer brand

Employer Value Proposition	Corporate Culture	Talent management	Health management
<p>Definition:</p> <p>Create a value to existing and prospective employees. People should want to work for and be loyal to the company.</p> <p>Suggestions:</p> <p>Great bread great people</p>	<p>Definition:</p> <p>Common ideas and beliefs a company has</p> <p>Suggestions:</p> <p>Corporate Design that represents the culture</p>	<p>Definition:</p> <p>Identify, win, develop talents. Put them in the right position and win their loyalty.</p> <p>Suggestions:</p> <p>Offer jobs and internships for students, cooperate with schools</p>	<p>Definition:</p> <p>Manage all processes a company has in order to maintain and promote employee's health</p> <p>Suggestions:</p> <p>Ottmar already offers sport activities, free medical check-ups for employees. Moreover, he could offer healthy lunches (free for employees).</p>

3.3 Außenhandel (BPE 22.1)

3.3.1 VERLAUFSPLAN

Internationale Güter- und Kapitalströme (90 min)

DAUER	UNTERRICHTSPHASE, INHALT	MATERIAL, MEDIEN	ANGESTREBTES ERGEBNIS, ERWARTETES SCHÜLERVER- HALTEN
10	Impuls: Problematisierung des Themas Außenhandel/Zahlungsbilanz durch die Äußerung eines ameri- kanischen Präsidenten und die Frage: „What might be the reason for the President's verbal attack on Germany?“	Folie mit Äußerung: „The Germans are bad, really bad... See the millions of cars they are selling to the U.S. Terrible. We will stop this ...“ (Links 1–6)	SuS sind evtl. leicht entrüstet, versuchen dann, die Äußerung zu erklären (evtl. Vorwissen durch Nachrichten oder Unter- richt).
25	Erarbeitung 1: Definition und Klärung der neuen Begrifflichkeiten, die die SuS für diese BPE benötigen	Video 1	SuS schauen Video und erstel- len eine Visualisierung (z. B. bei Einsatz von Edpuzzle) Alternativ schauen SuS das Video und füllen parallel dazu AB aus.
50	Erarbeitung 2 Analyse und Vergleich aktueller Daten der Zahlungsbilanz Deutschlands und der USA	Aktuelle Zahlen, evtl. ge- kürzt (Bundesbank) und FED (Links 7–10)	SuS analysieren und verglei- chen die Daten Deutschlands mit denjenigen der USA (den- selben Zeitraum betreffend).
	Vertiefung: Analyse möglicher Ursachen und Folgen eines Handelsbilanzüber- schusses	Text zu „Causes and conse- quences of Germany's trade surplus“ (Link 11) und Karikatur (Link 12)	SuS analysieren mögliche Ur- sachen sowie Vor- und Nach- teile des deutschen Außenhan- delsüberschusses für Deutsch- land einerseits und die impor- tierenden Länder andererseits und interpretieren die Karika- tur.
5	Ausgang: Rückgriff auf die Eingangsfolie (Artikel): „Is the President's rebuke under- standable from the perspective of the US economy?“	Eingangsfolie/Artikel	Kurze Diskussion (offener Ausgang).

Ursachen für die Aufnahme von Außenhandel (90 min)

DAUER	UNTERRICHTSPHASE, INHALT	MATERIAL, MEDIEN	ANGESTREBTES ERGEBNIS, ERWARTETES SCHÜLERVERHALTEN
10	Einstieg/Impuls: „We have learned that not everybody is in favour of trade between countries. Can you give some good reason why almost every country in the world – even the USA – is basically interested in trading with other countries?“ Ergänzend bzw. unterstützend: SuS auf ihre Rolle als Konsumenten hinweisen und sie gegenseitig auf die Etiketten ihrer Oberteile schauen lassen – Wo sind sie hergestellt? Alternativ oder ergänzend: Abbildungen/Karikatur zeigen (digital/Folien)	Schüler-Oberteile, Abbildungen von Obstsalat mit exotischen Früchten, von arbeitsintensiver Herstellung von Dosenobst in China, eines Harley-Davidson-Motorrads etc., evtl. Karikatur (Link 13)	Nennen – je nach Vorwissen und Einstieg – unterschiedliche Gründe für internationalen Handel; sie analysieren bzw. interpretieren die aufgezeigten Bilder/eine Karikatur.
10	Erarbeitung: Video-basiertes Arbeitsblatt zum Thema „reasons for trade“ mit Focus auf absolutem und komparativen Vorteil	Video 2 Material 1	SuS schauen Video (evtl. zweimal) und ergänzen AB selbstständig.
25	Ergebnissicherung und Kontrolle: Aufgaben zum Thema comparative advantage, zeichnerische Darstellung linearer Produktionsmöglichkeitenkurven	Schulbuch/Arbeitsblätter zum Thema „production possibility curves“ mit vorgegebenen (linearen) Produktionsmöglichkeitenkurven bzw. Tafel	SuS zeichnen anhand von Angaben lineare Produktionsmöglichkeiten-, Kurven, berechnen die opportunity cost, erläutern ihre Vorgehensweise und ihre Rechenergebnisse.
10	Übergang zum ‚Intra-industry trade‘: We have learned that the main reason for trade is specialisation due to absolute or comparative advantages – so why do those countries exchange exactly the same goods? So why do they import and export exactly the same cars?	Grafik 1	Stellungnahme/Diskussion zur Grafik: Reflektieren ihre eigenen Präferenzen und erkennen dabei, dass die gehandelten Güter eben nicht ‚genau gleich‘ sind, sondern (je nach Warenkenntnis und Interesse der SuS) eben sehr unterschiedliche Präferenzen bedienen.
15	Erarbeitung/Ergebnissicherung: Definition/explanation IIT	Evtl. Text oder Video, Tafelanschrieb (Grafik 2)	SuS arbeiten Ergebnisse aus Text oder Video heraus.

20	Vertiefung/Ergebnissicherung: Measuring the intra-industry trade: The Grubel-Lloyd index	Text, Tafel (Material 2) oder anderes Medium zum Fixieren der Er- gebnisse	Arbeiten angeleitet die Berech- nung des Index aus dem Text her- aus, erläutern unterschiedliche In- dexwerte.
25	Vertiefung: „Give reasons for the fact that re- source-rich developing economies and Less Developed Countries tend to have relatively little intra-industry trade (GL index closer to zero) com- pared to developed economies and rapidly industrialising economies (e. g. China, Hong Kong, Singa- pore...). Use your smartphone to search for ap- propriate information and examples in the internet!“	Je nach Ausstattung: Computerraum, Smart- phones, Tablets	SuS recherchieren und bereiten Kurz-Präsentation ihrer Ergeb- nisse vor (je nach Ausstattung).
15	Ergebnissicherung	Dokumentenkamera (SuS-Ergebnisse) oder Computer/Beamer, an- schließend Ergebnisse kopieren	Präsentation der Ergebnisse, evtl. Diskussion

3.3.2 DIDAKTISCHE HINWEISE

Der Unterricht zur Zahlungsbilanz baut auf dem bereits vorhandenen Grundwissen aus BPE 19 auf. Dies begründet die hauptsächlich induktive Vorgehensweise – trotz des relativ hohen Abstraktionsgrads des Stoffs. Es ist empfehlenswert, an das in BPE 19 eingesetzte Zahlenmaterial anzuknüpfen bzw. dies weiter zu verwenden und zu erweitern.

Alternativ zum oben abgebildeten Unterrichtsverlauf eignet sich zum Einstieg in das Thema auch ein auf Video 1 basiertes Arbeitsblatt, Textarbeit anhand des Einstiegsbeispiels (ungekürzter Artikel) oder eine Karikatur zum Thema deutscher Außenhandelsüberschuss.

3.3.3 METHODISCHE HINWEISE UNTER BERÜCKSICHTIGUNG DIGITALER MEDIEN

Nach jeweils einer Einstiegsmotivation erarbeiten sich die Schülerinnen und Schüler – je nach medialer Ausstattung der Schule – die Inhalte jeweils entweder mithilfe von Videos und entsprechend konzipierten Arbeitsblättern bzw. Leitfragen, die sukzessive mit den Schülerinnen und Schülern erarbeitet werden, oder aber auf der Basis aktueller Texte. Um unterschiedliche Lerntempi zu berücksichtigen, gibt es die Möglichkeit, dass sich die Schülerinnen und Schüler die Videos selbstständig mithilfe eines digitalen Mediums (Smartphone, Tablet) selbst anschauen und die Arbeitsaufträge in ihrem individuellen Zeitbedarf zu erledigen. Die Überprüfung der Lösungen kann auch in der Form der Selbstkontrolle stattfinden,

wobei offene Fragen der Schülerinnen und Schüler analog oder digital gesammelt und besprochen werden sollten. Neben der Berücksichtigung des individuellen Lerntempos der Schülerinnen und Schüler besteht in diesem Fall für die Lehrkraft die Möglichkeit des individuellen Feedbacks.

LINKS ZUM VERLAUFSPLAN

Link Nr.	
1	https://www.spiegel.de/international/world/trump-in-brussels-the-germans-are-bad-very-bad-a-1149330.html
2	https://www.deutschland.de/en/topic/business/germanys-export-surplus-advantages-and-disadvantages
3	https://de.toonpool.com/cartoons/Export%C3%BCberschuss%202016_286845
4	https://janson-karikatur.de/tag/deutsche-exportueberschuesse/
5	https://de.toonpool.com/cartoons/Export%C3%BCberschuss_243691
6	https://de.toonpool.com/cartoons/Export%C3%BCberschuss_291155
7	https://www.bundesbank.de/de/statistiken/aussenwirtschaft/zahlungsbilanz
8	https://apps.bea.gov/scb/pdf/internat/bpa/meth/bopmp.pdf
9	https://www.ceicdata.com/
10	https://www.deutschland.de/en/topic/business/germanys-export-surplus-advantages-and-disadvantages
11	https://brandongaille.com/25-trade-surplus-pros-and-cons/
12	https://www.stuttman-karikaturen.de/ergebnis/4570 (Karikatur)
13	https://www.stuttman-karikaturen.de/ergebnis/5332
ohne	https://www.fte.org/teachers/teacher-resources/lesson-plans/tradelessons/lesson-6-the-balance-of-payments-always-balances/

VIDEOS ZUM VERLAUFSPLAN

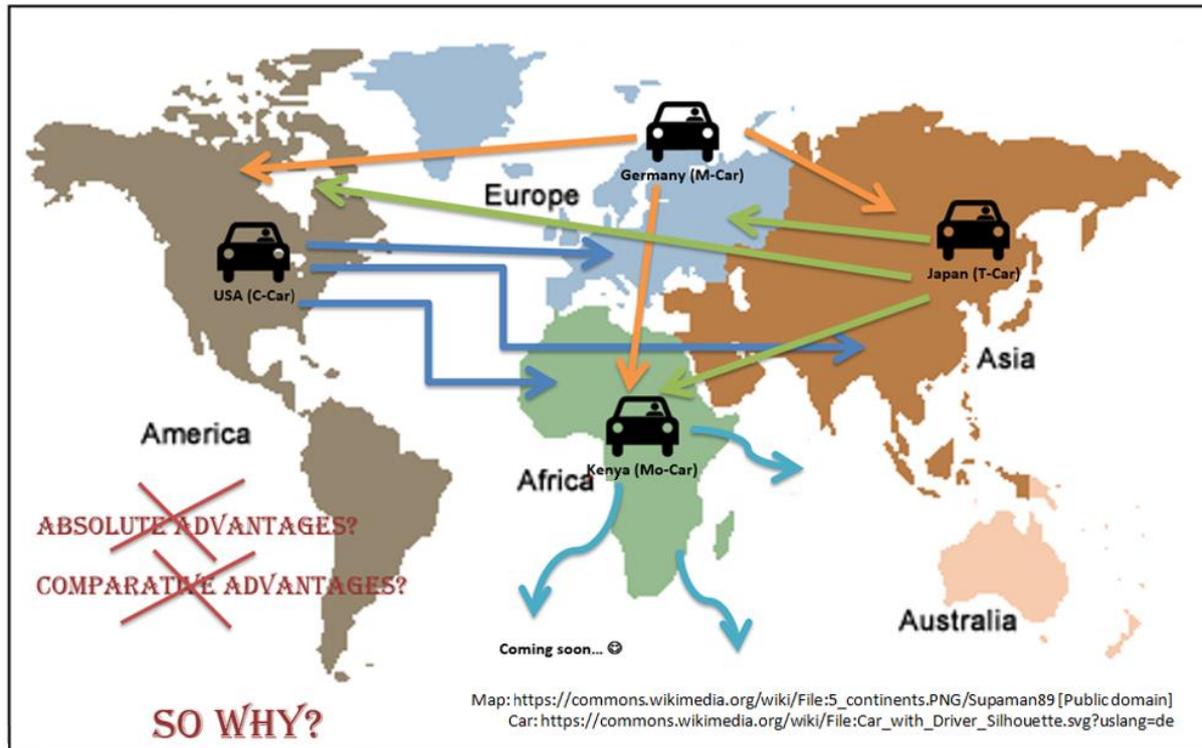
Nr.	
1	https://www.youtube.com/watch?v=A_Nut4pNHuc
2	https://www.youtube.com/watch?v=38hvvAzgXZY

3.3.4 ARBEITSMATERIALIEN/AUFGABEN

MATERIAL 1: WHY DO COUNTRIES TRADE?
<https://www.youtube.com/watch?v=38hvvAzgXZY> / Episode 34: Comparative Advantage & Trade

Why do countries trade?
Absolute advantage, comparative advantage, and the benefits of specialisation

Skipper and Gilligan work 2000 hours respectively 3,600 hours per year to build huts and catch fish.							
<p>Adam Smith:</p> <p>A country should _____ producing items where they have _____!</p>	<p>→ Skipper has an _____ in producing _____ (less resources / labour hours)</p> <p>→ Skipper should _____!</p>						
<p><i>Alternative suggestion:</i> The two split their resources (time) evenly among both products.</p> <p>Result:</p> <p>Skipper builds _____ huts and catches _____ fish dinners.</p> <p>Gilligan builds _____ huts and Catches _____ fish dinners.</p>	<p>Production output when splitting labour time and each of the two producing both:</p> <p>_____ huts and _____ fish dinners.</p>						
<p>David Ricardo:</p> <p>A country should _____ producing items where they have a _____ (i.e. the lower _____ compared to each other)!</p>	<table border="0"> <tr> <td>Skipper builds _____ hut(s)</td> <td>Gilligan catches _____ fish</td> </tr> <tr> <td>instead of catching _____ fish.</td> <td>instead of building _____ huts.</td> </tr> <tr> <td>Skipper sacrifices less fish when building huts: He has a comparative advantage in _____.</td> <td>Skipper sacrifices less huts when catching fish: He has a comparative advantage in _____.</td> </tr> </table>	Skipper builds _____ hut(s)	Gilligan catches _____ fish	instead of catching _____ fish.	instead of building _____ huts.	Skipper sacrifices less fish when building huts: He has a comparative advantage in _____.	Skipper sacrifices less huts when catching fish: He has a comparative advantage in _____.
Skipper builds _____ hut(s)	Gilligan catches _____ fish						
instead of catching _____ fish.	instead of building _____ huts.						
Skipper sacrifices less fish when building huts: He has a comparative advantage in _____.	Skipper sacrifices less huts when catching fish: He has a comparative advantage in _____.						
<p>Production output when specialising according to the theory of comparative advantage:</p> <p>Skipper uses 2,000 hours to _____.</p> <p>Gilligan uses 3,600 hours to _____.</p>	<p>What does that mean in the real world?</p> <p>Specialisation – according to comparative advantage - leads to</p> <p>- _____</p> <p>- _____</p>						

GRAFIK 1: INTRA-INDUSTRY TRADE
Intra-industry trade (Hinweis: Autos evtl. durch 'echte' ersetzen!)

MATERIAL 2: INTRA-INDUSTRY TRADE
Intra-industry trade

Definition:

- Trade within industries (two-way trade)
- Trade in similar products ("horizontal trade") with differentiated varieties (e.g. cars of a similar class and price range)
- Trade in "vertically differentiated" products distinguished by quality and price (e.g. exports of high-quality clothing and imports of lower-quality clothing).

Reasons:

- Strong consumer preferences for variety and choice lead to steadily increasing variety of products to fulfill steadily increasing customers' demands
- Intra-industry provides the opportunity of having a vast variety / range of differentiated goods
- Lower tariffs reduce prices of import goods and services (increasing demand for such goods and services)
- Increasing openness of countries to product from different nations
- Foreign direct investment and globally improving human capital allows more countries to produce similar products

Measuring the intra-industry trade: The Grubel-Lloyd index (GL index) $GL\ index = 1 - \frac{|X-M|}{(X+M)}$

(X = exports of a certain good in monetary units / M = imports of a certain good in monetary units)

Example: Assume that Germany exports €170 million of German cars (SUVs) and imports € 1.9 billion of Asian cars (SUVs):

$$GL\ index = 1 - \frac{|0.17-1.9|}{(0.17+1.9)} = 0.164$$

- If Germany only exported SUVs to Asia then the GL index would be equal to zero (no intra-trade at all)!

$$GL\ index = 1 - \frac{|0.17-0|}{(0.17+0)} = 0$$

- If Germany imported SUVs in the same amount like it exported SUVs the GL index would be equal to 1.

$$GL\ index = 1 - \frac{|(1.9 - 1.9)|}{(1.9 + 1.9)} = 1$$

Task:

Give reasons for the fact that resource-rich developing economies and Less Developed Countries tend to have relatively little intra-industry trade (GL index closer to zero) compared to developed economies and rapidly industrialising economies (e. g. China, Hong Kong, Singapore...).

Use your smartphone to search for appropriate information in the internet!

LÖSUNGEN: MATERIAL 1

<ul style="list-style-type: none"> • specialise • absolute advantage 	<ul style="list-style-type: none"> • absolute advantage • both products • do both (building huts and catching fish) 		
<ul style="list-style-type: none"> • 50 • 100 • 40 • 120 	<ul style="list-style-type: none"> • 90 • 220 		
<ul style="list-style-type: none"> • Comparative advantage • Opportunity cost 	<table border="1"> <tbody> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> • one • two • building huts </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • one • one third • catching fish </td> </tr> </tbody> </table>	<ul style="list-style-type: none"> • one • two • building huts 	<ul style="list-style-type: none"> • one • one third • catching fish
<ul style="list-style-type: none"> • one • two • building huts 	<ul style="list-style-type: none"> • one • one third • catching fish 		
<ul style="list-style-type: none"> • build 100 huts • catch 240 fish 	<ul style="list-style-type: none"> • increased global production • better living standards for everyone 		

3.4 Devisenkursbildung und Ursachen für Wechselkursschwankungen (BPE 22.2)

3.4.1 VERLAUFSPLAN

DAUER	UNTERRICHTSPHASE, INHALT	MATERIAL, MEDIEN	ANGESTREBTES ERGEBNIS, ERWARTETES SCHÜLERVERHALTEN
5	Einstieg: Problematisierung der Bestimmung des Wertes eine Währung	Möglichst exotische Geldnote	SuS schätzen den Wert, geben Vermutungen an, wodurch sich der Wert einer Währung bestimmt.
40	Erarbeitung 1: Definition Wechselkurs, Wechselkursschwankungen und deren Gründe	Material 1, Video	SuS schauen das Video eigenständig (entweder BYOD oder im DV-Raum/mit Tablets), siehe 3.2.4.
20	Kontrolle: Besprechung der Ergebnisse und Ergänzung der Bestimmungsfaktoren um Spekulation und Inflation	Material 1, Lösung	SuS kontrollieren ihre Ergebnisse und ergänzen ihre Unterlagen.
15	Übungsphase: Gemeinsame Bearbeitung der ersten Aufgabe in activity 1, SuS bearbeiten Aufgabe 2 der activity im Tandem	Material 1: Activity 1	SuS wenden die erlernten Inhalte auf die Aufgaben an, zunächst geführt, dann selbstständig.
10	Kontrolle: Besprechung der Ergebnisse Zusammenfassung der Erkenntnisse anhand von Merksätzen	Material 2: Activity 1	SuS vergleichen und verbessern ggf. ihre Ergebnisse. SuS halten zusammenfassenden Merksatz in ihren Unterlagen fest: An appreciation of a currency tendentially leads to decreasing exports and increasing imports. A depreciation of a currency tendentially leads to increasing exports and decreasing imports.
	Hausaufgabe: Activity 2 – Aufgaben 1-4	Material 2: Activity 2	
5	Impuls: Aufwerfen der Problematik unterschiedlicher Notierungen: What is it? What is the difference?	Folie mit Mengen- und Preisnotierung EUR/USD mithilfe eines Präsentationsprogramms	SuS beschreiben die beiden Wechselkursangaben und benennen den Unterschied.

10	Erarbeitung des Unterschieds zwischen Preis- und Mengennotierung	Arbeitsblatt 3, Internetseite mit Angaben zu verschiedenen Wechselkursen	SuS erläutern mithilfe des Informationsblattes den Unterschied Preis- und Mengennotierung.
15	Übungsphase: Bearbeitung von Activities 1-4	Material 3, Internetzugang	SuS wenden die Theorie mithilfe der angegebenen Website auf dem Arbeitsblatt an.
5	Zwischenimpuls: Aufgreifen des Zusammenhangs zwischen den Wechselkursen	Cartoon/Icon	SuS beschreiben das Cartoon und erklären den Zusammenhang zwischen den Wechselkursen.
15	Kontrolle Besprechung der Hausaufgabe	Material 2, Hausaufgabe	SuS stellen ihre Lösung im Plenum vor. Alternativ: Selbstkontrolle mithilfe einer Lösungsvorlage und Besprechung offener Fragen. SuS präsentieren ihre Ergebnisse.
10	Wiederholung der Begriffe „trade deficit“ und „trade surplus“	Material 2: Activity 2, Aufgabe 5	Gemeinsame Bearbeitung der Aufgabe 5
25	Erarbeitung der Vor- und Nachteile flexibler Wechselkurse	Informationsmaterial siehe Linkliste	SuS erarbeiten die Vor- und Nachteile freier Wechselkurse selbstständig (z. B. in Form eines Kugellagers oder eines Videos).
5	Diskussion: Euro als extreme Form festgeschriebener Wechselkurse		
	Hausaufgabe: Formulierung der Vor- und Nachteile von festen Wechselkursen abgeleitet von den Vor- und Nachteilen flexibler Wechselkurse		

3.4.2 FACHLICHE HINWEISE

Ergänzung: Film korrigieren an der Stelle money supply: supply by the central bank not the government

3.4.3 DIDAKTISCHE HINWEISE

Die Stunde baut auf das Grundwissen über die Preisbildung im Polypol auf und ist so konzipiert, sodass sich die Schülerinnen und Schüler die Bildung und Änderung der Wechselkurse als Preis für Währung analog zur Preisbildung auf dem Polypol ableiten und erschließen können. Entsprechend dominiert die induktive Stofferschließung den Unterricht und festigt die erworbenen Kenntnisse in der abschließenden Übungsphase und mit den Hausaufgaben.

Um dem Aktualitätsprinzip gerecht zu werden sowie zur Förderung der Medien- und Digitalkompetenz ist vor allem in der zweiten Doppelstunde der Zugang zum Internet mit tagesaktuellen Zahlen naheliegender.

Im Anschluss an die Doppelstunde kann ein Miniprojekt zum Euro als Schaffung eines gemeinsamen Währungsraums folgen.

Hinweis zum Arbeitsblatt; Die grau hinterlegten Linien der Gap-fill-Aufgabe sind für Einflussfaktoren der Wechselkurse gedacht, die nicht im Video erwähnt werden.

3.4.4 METHODISCHE HINWEISE UNTER BERÜCKSICHTIGUNG DIGITALER MEDIEN

Nach einer Einstiegsmotivation erarbeiten sich die Schülerinnen und Schüler die Inhalte mithilfe eines Videos. Hier gibt es verschiedene Vorgehensweisen. Je nach medialer Ausstattung an der Schule kann das Video frontal gezeigt und sukzessive mit den Schülerinnen und Schülern erarbeitet werden. Um unterschiedliche Lerntempi zu berücksichtigen, gibt es die Möglichkeit, dass sich die Schülerinnen und Schüler das Video selbstständig mithilfe eines digitalen Mediums (Handy, Tablet) selbst anschauen und die Arbeitsaufträge in ihrem jeweils eigenen Lerntempo erledigen. Die Lösung kann in diesem Fall zur Selbstkontrolle ausgehängt und offene Fragen, die die Schülerinnen und Schüler in einem Fragespeicher (analoge oder digitale Pinnwand) sammeln, besprochen werden. Eine weitere Möglichkeit besteht, das Video mithilfe von Apps wie Edpuzzle aufzuarbeiten, um das Verständnis der Schülerinnen und Schüler abzu prüfen. Neben dem individuellen Lerntempo für die Schülerinnen und Schüler besteht in diesem Fall für die Lehrkraft die Möglichkeit des individuellen Feedbacks.

3.4.5 ARBEITSMATERIALIEN/AUFGABEN
MATERIAL 1
Tasks:

1. Watch the video „Episode 33: Exchange rates“ on youtube (<http://www.youtube.com/watch?v=xwtgByffoUw>)
2. While watching complete the gap-fill. Leave out the grey areas!
3. After watching complete the diagram and answer the questions underneath


Gap-fill

On a foreign exchange market there are people who would like to (1) _____ (demand for foreign currency) and (2) _____ (supply) foreign currency.

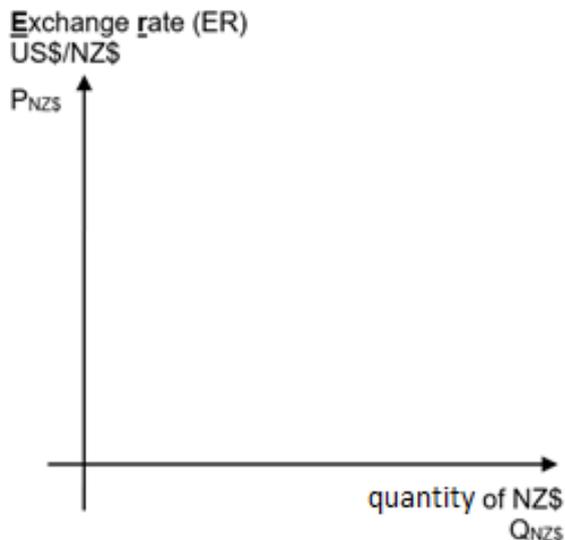
Reasons for buying foreign exchange, e.g. New Zealand Dollars – determining factors:

- ⇒ _____
- ⇒ _____
- ⇒ _____
- ⇒ _____
- ⇒ _____

A change of one of these determining factors leads to a (3) _____ of the demand curve. The equilibrium price is called (4) _____. It expresses the amount of domestic currency that has to be (5) _____ for 1 unit of foreign currency.

After Watching the video

- Complete the diagram by plotting the demand and supply curve for New Zealand Dollars and mark the equilibrium.
- Add the effect of an increase in demand for travels to New Zealand to the diagram above. Describe what happens to equilibrium quantity.



4. Explain what is meant by

- appreciation

- depreciation

5. Changing exchange rates and their effects on foreign trade: Describe the effect on New Zealand's exports if the exchange rate of New Zealand Dollars is

- increasing (= appreciation of a currency)

- decreasing (= depreciation of currency)

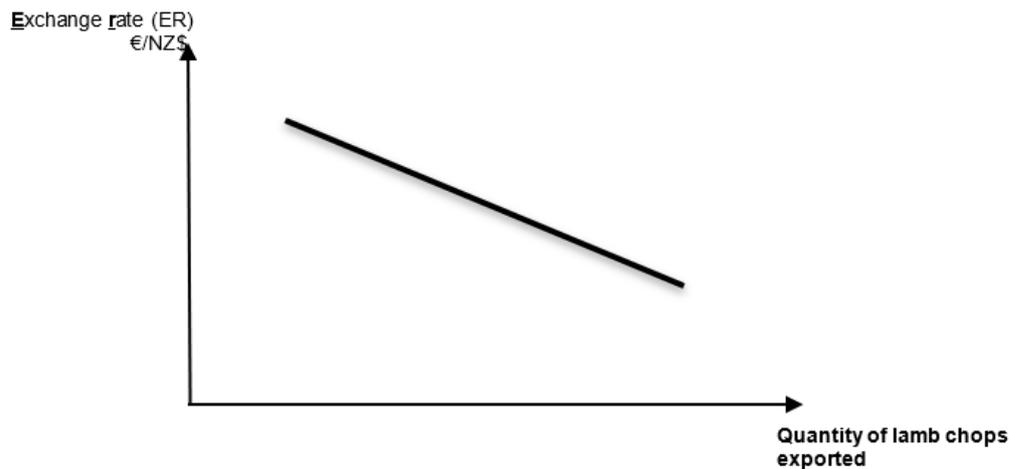
6. Changing exchange rates and their effects on a country's trade balance: Describe the effect on New Zealand's trade balance if the exchange rate of New Zealand Dollars is

- increasing (= appreciation of a currency)

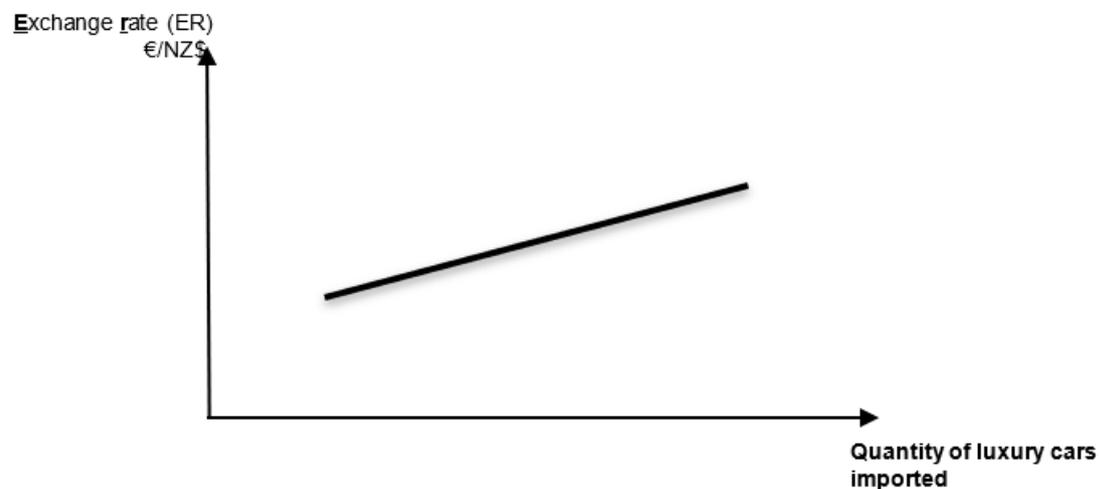
- decreasing (= depreciation of currency)

MATERIAL 2
Activity 1:

- The following diagram shows the relationship between the €/NZ\$-exchange rate (price of one NZ\$ in terms of €) and the quantity of lamb chops (Lammkoteletts) exported from New Zealand to the Euro area (lamb chops have to be paid in New Zealand dollars). Explain the relationship between the quantity of lamb chops exported and the €/NZ\$-exchange rate.



- In return New Zealand imports luxury cars from Germany. The following diagram shows the relationship between the €/NZ\$-exchange rate (price of one NZ\$ in terms of €) and the quantity of luxury cars imported from Germany (the cars are to be paid in Euros). Explain the relationship between the quantity of luxury cars imported and the €/NZ\$-exchange rate.



Activity 2:

1. Plot a diagram of the demand and supply of euros in terms of US dollars. (=price for 1 € in terms of US dollars). Label the axes and the curves, and mark the equilibrium.
2. Assume the price of goods in the Euro zone falls relative to US goods. Indicate and explain the effect of this in your diagram.
3. Explain what will happen to import and export prices in both the Euro area and the US as a result of question 2.
4. How does this affect the EU's and the US's trade balance?
5. Explain how floating exchange rates help balancing out
 - a trade surplus
 - a trade deficit.

Diagram



MATERIAL 2

Direct quote or price quotation (DQ)	Indirect quote or quantity quotation (IQ)
<p>The foreign currency is fixed (base currency), the <i>domestic currency</i> is the <i>variable</i> (counter currency):</p> <p>USD being the domestic currency:</p> <p>USD 0.758699 = CAD1</p> <p>The direct quote expresses the <i>amount of domestic currency</i> being <i>necessary</i> to purchase one unit of foreign currency.</p>	<p>The <i>domestic currency</i> is the <i>fixed</i> (base currency), the foreign currency is variable (counter currency),:</p> <p>USD being the domestic currency:</p> <p>CAD 1.31805 = USD 1</p> <p>The indirect quote expresses the amount of foreign currency being necessary to purchase one unit of domestic currency.</p>
<p>Connection: $DQ = \frac{1}{IQ}$</p> <p>The direct quote is the reciprocal of the indirect quote.</p>	
<p>Note:</p> <p>The base currency is always the currency, that is fixed.</p> <p>The counter currency is the currency that is flexible.</p>	

UNDERSTANDING INDIRECT QUOTES:

The US dollar still being the dominant currency in global foreign exchange markets, the convention is to generally use direct quotes that have the US dollar as the base currency and other currencies – like the Canadian dollar, Japanese yen and Indian rupee – as the counter currency. Exceptions to this rule are the euro and Commonwealth currencies like the British pound, Australian dollar and New Zealand dollar, which are typically quoted in indirect form with regard to the US dollar (for example GBP 1 = USD 1.30).

Activity

Go to the website <https://www.iban.com/exchange-rates>.

Find out the currency for the following abbreviations: CZK, GBP, CAD, CHF.

Give the exchange rates for these currencies in EUR and USD. Decide which quote is to be used, the direct quote or the indirect quote.

Pedro from Buenos Aires wants to visit his exchange in Mannheim over the summer. The current exchange rate ARS/EUR is at 66.25. He has ARS 25,000. How many euros does he get?


KEY TO ACTIVITY 2:

CZK – Czech koruna; GBP – British Pound, CAD – Canadian Dollar, CHF – Swiss Franc

377.36

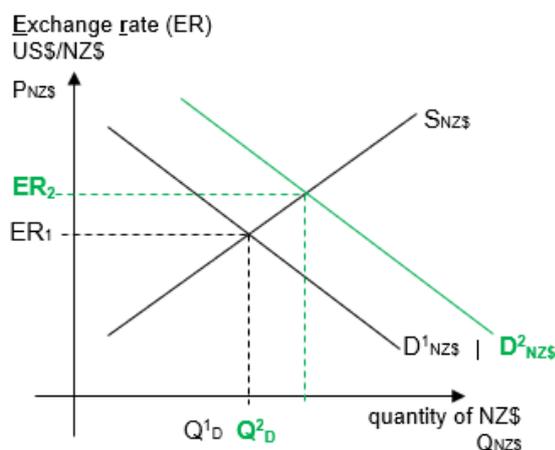
LÖSUNGEN: MATERIAL 1
Tasks 1–3

(1) buy (2) sell

Reasons for buying foreign exchange – determining factors:

- Travel
- Trade – to purchase foreign goods and services
- Financial and real investments
- Add: speculation
- Add: purchasing power/inflation

(3) shift (4) exchange rate (5) paid



Exchange rate and equilibrium quantity both increase.

Task 4

- Appreciation means an increase of the value of a currency relatively to the value of another currency => more US\$ have to be paid for 1 New Zealand Dollar
- Depreciation means a decrease of the value of a currency relatively to the value of another currency => less US\$ have to be paid for 1 New Zealand Dollar

Task 5

- New Zealand (NZ) Dollar is increasing (=appreciation of a currency): NZ products become more expensive for foreign customers as they have to pay more US Dollars for the same amount of NZ Dollars (appreciation of currency acts as an increase in price for NZ products) => demand for NZ products ↓ => amount of NZ products exported ↓

- New Zealand Dollars is decreasing (=depreciation of a currency): NZ products become cheaper for foreign customers as they have to pay less US Dollars for the same amount of NZ Dollars (depreciation of currency acts as a decrease in price for NZ products) => demand for NZ products \uparrow
=> amount of NZ products exported \uparrow

Task 6

- New Zealand Dollars is increasing (= appreciation of a currency): Exports decrease, imports increase: New Zealand products are relatively expensive for foreigners whereas foreign products are relatively cheap for New Zealanders \rightarrow negative influence on current trade balance
- New Zealand Dollars is decreasing (= depreciation of a currency): Exports increase, imports decrease: New Zealand products are relatively cheap for foreigners whereas foreign products are relatively expensive for New Zealanders \rightarrow positive influence on current trade balance

LÖSUNGEN: MATERIAL 2

Activity 1.1:

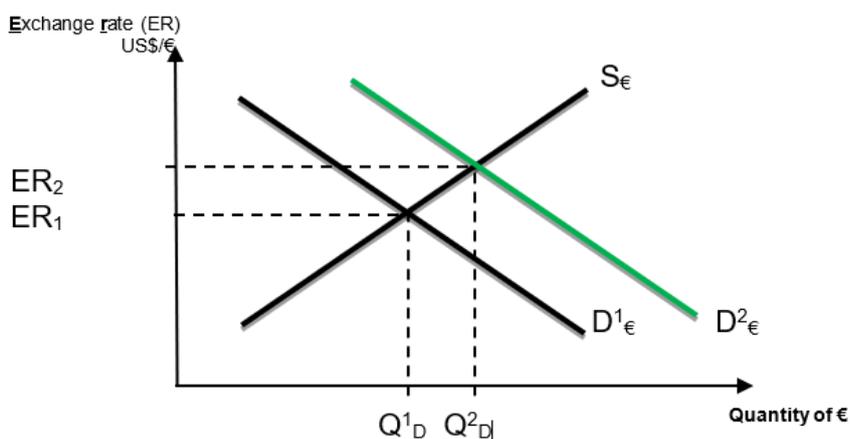
- The appreciation of New Zealand dollars acts as an **increase** in price for N.Z. lamb chops in terms of Euros. The quantity of lamb chops exported (imported by Euro area) **decreases**.
- The depreciation of N.Z.dollars acts as a **decrease** in price for N.Z. lamb chops in Euros. The quantity of lamb chops exported (imported by Euro area) **rises**.

Activity 1.2:

- The appreciation of New Zealand dollars acts as a decrease in price for German luxury cars. The quantity of German cars imported increases.
- The depreciation of N.Z.dollars acts as an increase in price for German luxury cars. The quantity of cars imported decreases.

Activity 2

1.



2. Shift of the demand curve to the right => exchange rate (= equilibrium price) and equilibrium quantity ↑

3 and 4

Europe	USA
Export prices rise => European goods become more expensive for foreigners, import prices decrease => US goods become cheaper	Export prices decrease => US goods become cheaper for foreigners, import prices increase => European goods become more expensive
Exports ↓, imports ↑ → negative influence on trade balance	Imports ↓, exports ↑ → positive influence on trade balance

5

Trade surplus	Trade deficit
→ exports > imports => increasing demand for domestic currency => exchange rate ↑ => export prices ↑, import prices ↓ => demand for exported goods ↓, demand for imported goods ↑ => trade surplus is reduced as imports increase and exports decrease	→ exports < imports => decreasing demand for domestic currency => exchange rate ↓ => export prices ↓, import prices ↑ => demand for exported goods ↓, demand for imported goods ↑ => trade deficit is reduced as exports increase and imports decrease

WEITERFÜHRENDE HINWEISE/LINKS

Was	Wo
Link zum Video „Episode 33: Exchange rates“	http://www.youtube.com/watch?v=xwtgByffoUw
Beispiele für Cartoons/Icons zum Einstieg der zweiten Doppelstunde	https://www.pngrepo.com/svg/57969/exchange https://blog.sapphireone.com/2019/02/foreign-exchange-rates-sapphireone-oanda/
Link zu aktuellen Wechselkursen	https://www.iban.com/exchange-rates
Informationsmaterial zu fixed and floating exchange rates	https://www.investopedia.com/articles/forex/08/pegged-vs-floating-currencies.asp https://www.tutor2u.net/economics/reference/advantages-and-disadvantages-of-floating-exchange-rates
App zur Aufbereitung von Videos mit Fragen	https://edpuzzle.com/

4 Umsetzungsbeispiele für Vertiefung – individualisiertes Lernen – Projektunterricht (VIP)

4.1 Einfluss zunehmender Digitalisierung auf den gesamten Wertschöpfungsprozess (BPE 4.3)

4.1.1 FACHLICHE HINWEISE

Die Schülerinnen und Schüler erarbeiten Lehrplaneinheit 4.3 in Form von Projekten.

4.1.2 DIDAKTISCHE HINWEISE

Die Einführungsstunde (45min) nach den Herbstferien soll Interesse am Thema Digitalisierung wecken. Hier werden die Themen an Gruppen von 3–4 Schülerinnen und Schüler vergeben. Die Schülerinnen und Schüler arbeiten zu Hause daran und reichen vor Weihnachten ein Exposé ein.

Anfang Februar geben sie ihre Dokumentation ab. Um den Schülerinnen und Schüler Absprachen und gegenseitiges Feedback zu ermöglichen, sind zwei Doppelstunden zur Vorbereitung auf die Präsentation angesetzt; für ein Feedback zur Doku eine weitere. Die Präsentationen selbst, im März, erfordern je nach Schülerzahl weitere ca. drei Doppelstunden.

4.1.3 METHODISCHE HINWEISE UNTER BERÜCKSICHTIGUNG DIGITALER MEDIEN

Für die Recherche und Präsentation können je nach Ausstattung jegliche digitale Medien eingesetzt werden.

LINKSAMMLUNG

Einführungsstunde	Alternative 1 https://www.youtube.com/watch?v=EiLVzOLMj9g Alternative 2 https://hbr.org/2014/11/how-smart-connected-products-are-transforming-competition http://intercultural-learning.eu/portfolio-tag/knowledge-and-understanding-of-culture-in-general
Nähere Informationen zum Projektunterricht	https://lehrerfortbildung-bw.de/st_kompetenzen/weiteres/projekt/projektkompetenz/index.htm
Zitierregeln	https://www.schule-bw.de/themen-und-impulse/medienbildung/lernmaterial/zitierregeln

4.1.4 ARBEITSMATERIALIEN/AUFGABEN
TAFELANSCHRIEB NACH FILM
Alternative 1:

Reasons for digitalisation and possible advantages

Industry 1.0	Industry 2.0	Industry 3.0	Industry 4.0
<ul style="list-style-type: none"> • steam engines • mechanization 	<ul style="list-style-type: none"> • assembly lines using electricity <p style="text-align: center;">→ mass production</p>	<ul style="list-style-type: none"> • robots, computers <p style="text-align: center;">→ automation</p>	<ul style="list-style-type: none"> • connectivity • cyber-physical systems

<i>Digitalisation</i>	
Reasons for digitalization: <ul style="list-style-type: none"> • Complete digitalization plays a key role • Product life-cycles are becoming increasingly shorter • Product variance is increasingly larger • Lead time becomes shorter • Delivery must become faster 	Advantages: <ul style="list-style-type: none"> • Quicker • More flexible • More cost-efficient • More innovative
→ digitize, automate, interconnect all processes along the entire value chain → Goal: all relevant data is available at any time which leads to a control network of value creation in real time.	

Alternative 2:

<i>Changes and possible advantages of digitalisation</i>	
Changes: <ul style="list-style-type: none"> • 7000 sensors that monitor the equipment • Machines are connected • Machines react automatically, coordinate with each other • Controlled by remote operators • Real-time data is exchanged • Data is collected worldwide to find the best solution 	Possible advantages: <ul style="list-style-type: none"> • Improve performance • Reduce failures • Safety for operators

MERKBLATT PROJEKTARBEIT

Projektarbeit ist das selbstständige Bearbeiten eines Problems oder einer Aufgabe durch ein Team. Die Bearbeitung umfasst die Planung und die Durchführung sowie die Präsentation des Ergebnisses in größtmöglicher Eigenverantwortung.

Ihre Aufgabe ist die Erstellung einer Projektarbeit zu Themen im Zusammenhang mit Digitalisierung und Industrie 4.0. Finden Sie sich dazu in Teams von 3-4 Schülern zusammen.

Zeitlicher Ablauf

- bis zu den Weihnachtsferien: Erstellung und Einreichung eines Exposés.
- bis Anfang Februar: Anfertigen einer schriftlichen Dokumentation des Projektes eine Präsentation
- März: Präsentation der Projektarbeit

Inhalte des Exposés

Das Exposé stellt eine Art Zwischenbericht dar und hat einen Umfang von ca. 2 Seiten.

- Thema der Arbeit, Fragestellung bzw. Inhaltsthese
- erste inhaltliche Ergebnisse, bislang gewonnene Erkenntnisse
- Erläuterung der Zielsetzung
- beabsichtigtes methodisches Vorgehen (z. B. Umfrage, Interviews, Literaturarbeit, ...)
- erste grobe, vorläufige Gliederung
- bisheriges Material, Quellen
- Arbeitsprotokolle
- Zeitplan

Inhalte der Dokumentation in englischer Sprache

Die Dokumentation ist eine schriftliche Arbeit im Umfang von ca. 4 Seiten pro Autor/Autorin zuzüglich Deckblatt, Inhalts- und Literaturverzeichnis sowie Anhänge. Bei jedem Abschnitt ist der jeweilige Autor zu dokumentieren.

- Deckblatt
- Inhaltsverzeichnis mit Dezimalgliederung (z. B. 1.2)
- Einleitung (Bedeutung des Themas, Ausgangssituation, Zielsetzung, Vorgehensweise, ...)
- Hauptteil (logische Argumentation und Systematisierung)
- Diskussion/Schlussfolgerungen/Zusammenfassung/Ausblick/Reflexion
- Anhang (Tabellen, Bilder, Grafiken)
- Literaturverzeichnis (nach Kapiteln geordnet)
- Eigenständigkeitserklärung (Ich erkläre, dass ich die Arbeit selbstständig und nur mit den angegebenen Hilfsmitteln angefertigt habe und dass alle Stellen, die dem Wortlaut oder dem Sinn nach anderen Werken entnommen sind, durch Angabe der Quelle als Entlehnungen kenntlich gemacht worden sind. *Datum, Unterschriften*)
- Folgende Formatierungsregeln sind einzuhalten: Schriftgröße 11 Arial, alle Seitenränder 3 cm, Zeilenabstand 1,5.
- Beachten Sie die Zitierregeln in folgendem Dokument: <https://www.schule-bw.de/themen-und-impulse/uebergreifende-erziehung/medienerziehung/unterrichtsmaterial/richtig-zitieren-plagiate-vermeiden/zitatregeln-stufe-3.html>

Präsentation in englischer Sprache

Die Präsentation soll die wesentlichen Ergebnisse prägnant und zuhönergerecht auf den Punkt bringen. Pro Teammitglied sind 8–10 min vorgesehen. Neben Inhalt und Argumentation werden auch Vortragsstil und Medien zur Veranschaulichung bewertet.

MÖGLICHE THEMEN

Im Rahmen einer Projektarbeit sollten die Gruppen selbst ihre Themen finden. Dies nimmt jedoch viel Zeit in Anspruch und führt in der Eingangsklasse eventuell zu einer Überforderung der Schülerinnen und Schüler. Daher finden Sie im Folgenden einige Themenvorschläge als Hilfestellung.

Preconditions		Production	
1	Research the EU's Digital Economy and Society Index. Assess Germany's position when it comes to digitalisation.	6	Smart factory (cyber-physical production systems) <ul style="list-style-type: none"> • Sensors and actuators • How machines involved are "smart" • "Self-optimisation" in production processes • Possible examples: RFID, 3D-printing, batch size 1
2	Digital infrastructure – broadband access worldwide	7	Smart products in farming <ul style="list-style-type: none"> • How products involved are "smart" • Technology needed • Advantages and disadvantages for customers and suppliers
3	Enterprise resource planning (ERP) and supply chain management (SCM)	8	Smart products in transportation within a factory <ul style="list-style-type: none"> • How products involved are "smart" • Technology needed • Advantages and disadvantages for customers and suppliers
4	Cyber security issues <ul style="list-style-type: none"> • Threats by malware • Cyber security techniques • Relevance in Industry 4.0 	9	Smart products in mining <ul style="list-style-type: none"> • How products involved are "smart" • Technology needed • Advantages and disadvantages for customers and suppliers

Procurement		Sales and Distribution	
5	Just-in-Time and Just-in-Sequence production <ul style="list-style-type: none"> • Definition JiT and JiS • Application in Industry 4.0 	10	E-commerce and Customer Relationship Management (CRM) <ul style="list-style-type: none"> • Definition of terms • Possible changes due to Industry 4.0 • Possible examples: anything as a service (XaaS), sharing economy, chatbots, augmented reality, big data analytics
		11	Digital disruption <ul style="list-style-type: none"> • Technology-driven transformation of industries • Examples • Possible responses

4.2 Aufbauorganisation multinationaler Unternehmen (BPE 8.1)

Schwerpunkt auf individuelle Förderung (Binnendifferenzierung)

4.2.1 VERLAUFSPLAN

DAUER	UNTERRICHTSPHASE, INHALT	MATERIAL, MEDIEN	ANGESTREBTES ERGEBNIS, ERWARTETES SCHÜLERVERHALTEN
10	Einstieg Fall „MATE ELECTRONICS SE“	Einstiegsfolie	SuS erfassen die Grundproblematik der Einheit
30	Erarbeitung Lehrer teilt Klasse in eine leistungsstärkere und eine leistungsschwächere Hälfte auf	Material 1–2 „Advanced Level“ Material 3–5 „Standard Level“	SuS können Strukturen skizzieren und erläutern deren Vor- und Nachteile anhand von Beispielen
10	Vertiefung Partnerarbeit (jeweils Paare aus „Standard“ und „Advanced“ gemixt) – SuS sind nun aufgefordert Ihre Zusammenfassungen zu vergleichen und zu ergänzen	Material 2 „Advanced Level“ Material 4 „Standard Level“	SuS erklären sich gegenseitig Ergebnisse und ergänzen diese in diesem Zug (Die leistungsschwächere Gruppe hatte einige Formulierungen vorgegeben, die evtl. bei der stärkeren Gruppe fehlen, etc.)
10	Ausstieg Im Plenum werden Vorschläge für den Eingangsfall gesammelt und diskutiert	Einstiegsfolie	SuS wenden erarbeitetes Wissen fallbezogen an

4.2.2 DIDAKTISCHE HINWEISE

Der Schwerpunkt dieser Einheit liegt auf der individuellen Förderung. Die Erarbeitungsphase erfolgt entsprechend auf zwei unterschiedlichen Niveaustufen.

4.2.3 ARBEITSMATERIALIEN/AUFGABEN

EINSTIEGSFOLIE: MATE ELECTRONICS SE

MATE ELECTRONICS SE produces home appliances (e. g. fridges, microwaves, etc.) and consumer electronics (e. g. TVs, mobile phones, etc.). Accordingly, the company is structured in the two branches HA (home appliances) and CE (consumer electronics). Each branch has its own marketing, production and accounting department.



Growing global competition and certain technical developments have put MATE ELECTRONICS in a difficult position. Sales and profit have decreased over the last couple of years.

Analyse whether a change in the organisational structure could help MATE ELECTRONICS.

PROCEDURE: In order to analyse the situation of MATE ELECTRONICS, you need to find out more about organisational structures. Therefore, read the info text and do the tasks 1 to 3.

MATERIAL 1: ADVANCED LEVEL

FUNCTIONAL STRUCTURE

In this way of structuring a company, product lines are subordinated to functional departments such as marketing, accounting, production, procurement, etc. Hence, every functional department is responsible for all of the company's product lines. E.g. the marketing department has to work out marketing strategies for product line A, B, C, etc. The functional departments report directly to the executive management.



DIVISIONAL STRUCTURE

In this way of structuring a company, functional departments are subordinated to product divisions. Hence, every product line has its own functional departments such as marketing, production, accounting, procurement, etc. E. g. the manager of product line A has a subordinated marketing department where only marketing strategies for product line A are worked at. The product divisions report directly to the executive management.

TASK 1

Sketch an example for a functional company structure and an example for a divisional structure.

TASK 2

Read the business cases (see material 2). Each case describes a scenario in which either a divisional or a functional structure is advantageous – make your decision for each case.

TASK 3

Summarise the advantages of both of the considered organisational structures in your own words.

TASK 4

Compare your result with your partner.

MATERIAL 2: ADVANCED LEVEL

Case	Advantage of a divisional or a functional structure?
<ol style="list-style-type: none"> 1. A company produces products for completely different target groups. In terms of marketing this means that marketing concepts differ from product to product. 2. A company produces a variety of products with a very similar technical basis. This basis, however, requires expertise and very specific/specialised skill sets. 3. A company with a divisional structure wants to offer product bundles (combination of product line A & B). The accounting departments of both divisions raise the question which of them is responsible for the bundles. 4. A company offers products where technical changes happen at a very fast pace. Working out successful marketing concepts means that marketing employees must update their technical knowledge for each product line on a monthly basis. 5. A company with a functional structure tries to find out which of its product lines are performing well and which are in the red. The managers of marketing and accounting, however, struggle to define how much time they spend on each product line. 6. In a company with a divisional structure, the manager of product line A wants to outperform the product division B in order to increase his year-end bonus. This is why he is holding back technical information which would have benefited the production of product B, too. 7. In a company with a functional structure, the executive management needs to co-ordinate between the sales and the production department in plenty of meetings because the sales strategy has to be adapted to technical developments in production very often. 8. In a company with a divisional structure, there are many high-paid managers since every division needs leadership personal and managers of subordinated departments. 	

MATERIAL 3: STANDARD LEVEL
FUNCTIONAL STRUCTURE

In this way of structuring a company, product lines are subordinated to functional departments such as marketing, accounting, production, procurement, etc. Hence, every functional department is responsible for all of the company's product lines. E.g. the marketing department has to work out marketing strategies for product line A, B, C, etc. The functional departments report directly to the executive management.


DIVISIONAL STRUCTURE

In this way of structuring a company, functional departments are subordinated to product divisions. Hence, every product line has its own functional departments such as marketing, production, accounting, procurement, etc. E.g. the manager of product line A has a subordinated marketing department where only marketing strategies for product line A are worked at. The product divisions report directly to the executive management.

TASK 1

Use material 4 and depict an example for a functional company structure and an example for a divisional company structure by inserting the following expressions in the boxes provided.

Executive Management / Marketing / Product Line B / Product Line A / Marketing / Production / Product Line A / Product Line A / Executive Management / Marketing / Product Line B / Marketing / Production / Product Line B / Production / Accounting / Product Line B / Product Line A / Accounting / Accounting

TASK 2

Read the business cases (see material 5). Each case shows either an advantage of a divisional or a functional structure. Connect each case (1.-8.) with one of the advantages (a.-h.) provided.

TASK 3

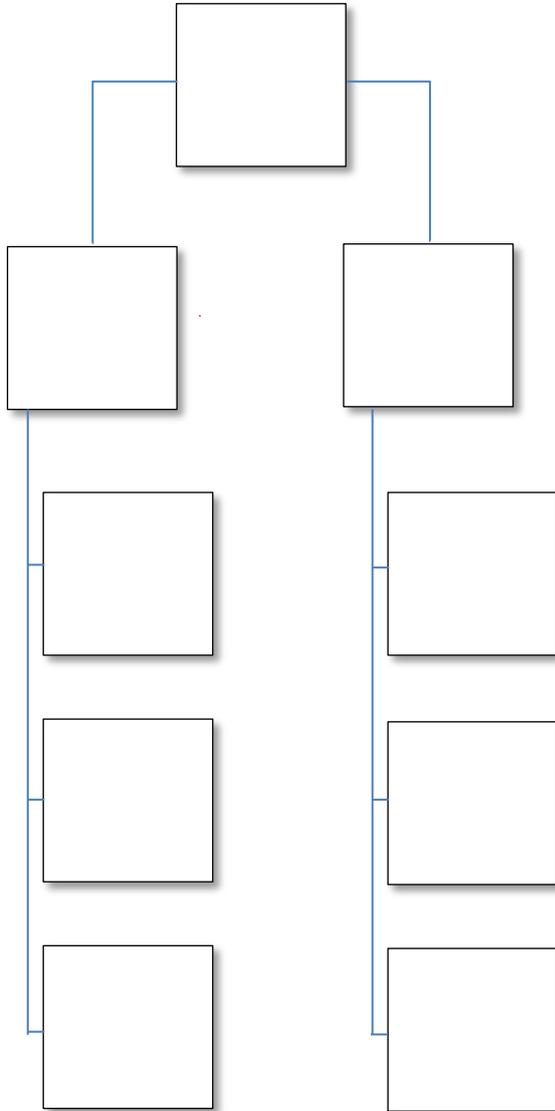
For some advantages you still need to decide whether they belong to a functional or a divisional organisational structure. Make your decision and insert all advantages accordingly in material 4.

TASK 4

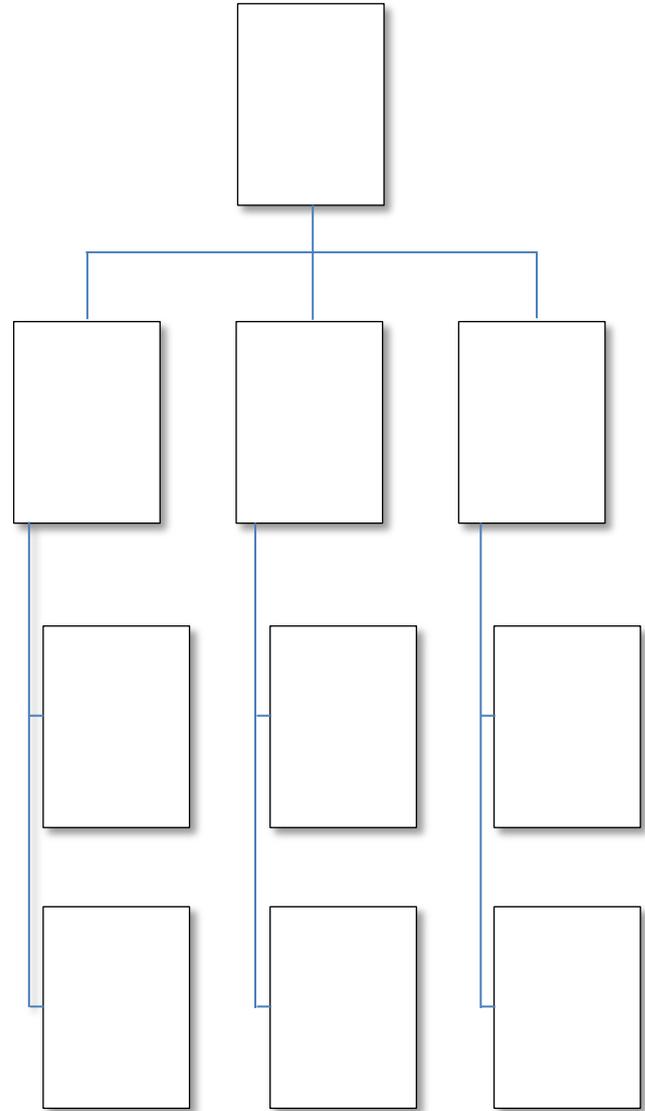
Compare your result with your partner.

MATERIAL 4: STANDARD LEVEL

Summary – Functional vs. divisional structure



Advantages:



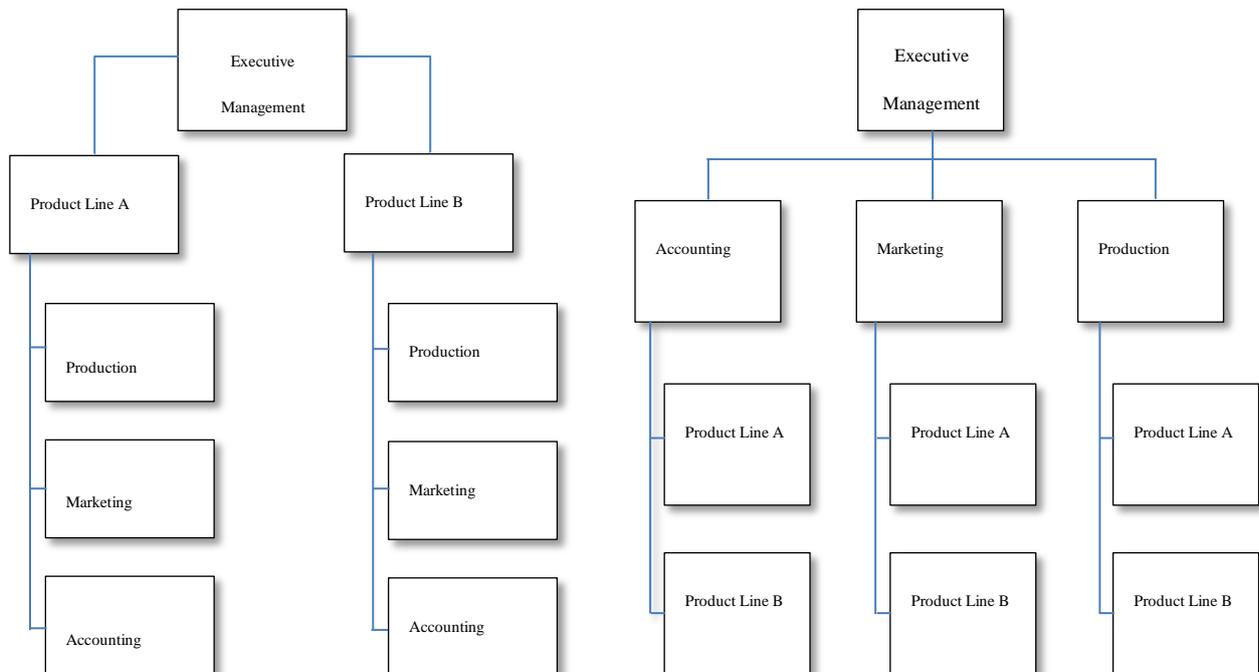
Advantages:

MATERIAL 5: STANDARD LEVEL

Case	Advantage of a divisional or a functional structure?
1. A company produces products for completely different target groups. In terms of marketing this means that marketing concepts differ from product to product.	a. FUNCTIONAL – Use of expertise by specialising in functional area / synergy effect / more effective use of resources
2. A company produces a variety of products with a very similar technical basis. This basis, however, requires expertise and very specific/specialised skill sets.	b. FUNCTIONAL – Less management personal needed
3. A company with a divisional structure wants to offer product bundles (combination of product line A & B). The accounting departments of both divisions raise the question which of them is responsible for the bundles.	c. DIVISIONAL – easy Controlling and assessment of performance
4. A company offers products where technical changes happen at a very fast pace. Working out successful marketing concepts means that marketing employees must update their technical knowledge for each product line on a monthly basis.	d. – Flexibility / adapting to or focusing on product's needs
5. A company with a functional structure tries to find out which of its product lines are performing well and which are in the red. The managers of marketing and accounting, however, struggle to define how much time they spend on each product line.	e. DIVISIONAL – Flexibility / adapting to or focusing on product's needs
6. In a company with a divisional structure, the manager of product line A wants to outperform the product division B in order to increase his year-end bonus. This is why he is holding back technical information which would have benefited the production of product B, too.	f. – Clear-cut responsibilities and simple reporting structure
7. In a company with a functional structure, the executive management needs to co-ordinate between the sales and the production department in plenty of meetings because the sales strategy has to be adapted to technical developments in production very often.	g. – no rivalry between product divisions
8. In a company with a divisional structure, there are many high-paid managers since every division needs leadership personal and managers of subordinated departments.	h. – less coordination by executive management needed

LÖSUNGEN: MATERIAL 2 (ADVANCED LEVEL)

1 div 2 funct 3 funct 4 div 5 div 6 funct 7 div 8 funct

LÖSUNGEN: MATERIAL 4 (STANDARD LEVEL)


Advantages (functional structure):

- Use of expertise by specialising in functional area / synergy effect / more effective use of resources
- Less management staff needed
- Clear-cut responsibilities and simple reporting structure

Advantages (divisional structure):

- Easy Controlling and assessment of performance
- Flexibility / adapting to or focusing on product's needs
- Less coordination by executive management needed

LÖSUNGEN: MATERIAL 5 (STANDARD LEVEL)

1e, 2a, 3f, 4d, 5c, 6g, 7h, 8b