

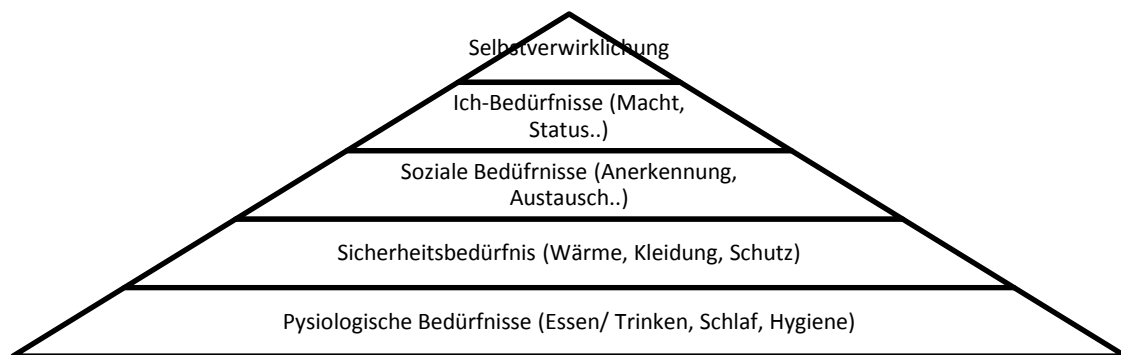
## Entscheidungen beim Konsum und Geld

### Inhalt

- Spannungsverhältnis zwischen Bedürfnissen und Gütern
- Wirtschaftlichkeitsprinzip
- Bedingungen reflektierter Konsumententscheidungen
- Funktionen und Bedeutung des Geldes
- Entscheidungen bei der Geldanlage
- Methoden: Auswerten von Grafiken, Auswerten von Karikaturen

### Spannungsfeld von Bedürfnissen und Gütern<sup>1</sup>

- Möglichkeit der Klassifikation von Bedürfnissen: Pyramide von Maslow<sup>2</sup>



*Ein jeder Wunsch, wenn er erfüllt, kriegt augenblicklich Junge (Wilhelm Busch)*

⇒ Unbegrenzte Bedürfnisse

- Möglichkeit der Klassifikation von Gütern



<sup>1</sup> Grafiken selbst erstellt

<sup>2</sup> Weitere Informationen unter: <http://arbeitsblaetter.stangl-taller.at/MOTIVATION/Beduerfnisse.shtml>

Zusammenfassung von/ Copyright: I. Hemmerich

- Unbegrenzte Bedürfnisse  $\Leftrightarrow$  begrenzte Güter  
 $\Rightarrow$  Spannungsfeld; Notwendigkeit des Wirtschaftens

### Wirtschaftlichkeitsprinzip

**Wirtschaftlichkeit = Ertrag/ Aufwand**

Handle so, dass du einen bestimmten Ertrag mit möglichst geringem Aufwand erzielst $\Rightarrow$ Minimalprinzip	Handle so, dass du mit gegebenem Aufwand einen möglichst hohen Ertrag erzielst $\Rightarrow$ Maximalprinzip
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### METHODE: AUSWERTEN VON GRAFIKEN

1. Beschreiben: Thema der Grafik, Verfasser/ Herkunft der Daten, Darstellungsform (Kreisdiagramm..), absolute oder relative Zahlen
2. Auswertung: Aussagen? Zusammenhänge mit anderen Informationen z.B. Text? Weitere Daten notwendig
3. Kritische Beurteilung: Unstimmigkeiten oder Mängel? objektive Daten? angemessene grafische Darstellung? Intention des Verfassers?

### Werbung und Verkaufspsychologie

- Das AIDA-Prinzip: Attraction – Interest – Desire - Action
- Die Werbestrategie umfasst
  - die Zielgruppe: an wen wendet man sich?
  - den Werbeträger also das Medium (TV, Zeitung, Internet...)
  - das Werbemittel d.h. die Form z.B. Anzeige, Werbespot

### Nachhaltigkeit/ Sustainability

= Nutzung der Ressourcen nur in dem Umfang, der auch die Befriedigung der Bedürfnisse künftiger Generationen sichert; Dimensionen: ökologisch, ökonomisch und sozial

### METHODE: AUSWERTEN VON KARIKATUREN:

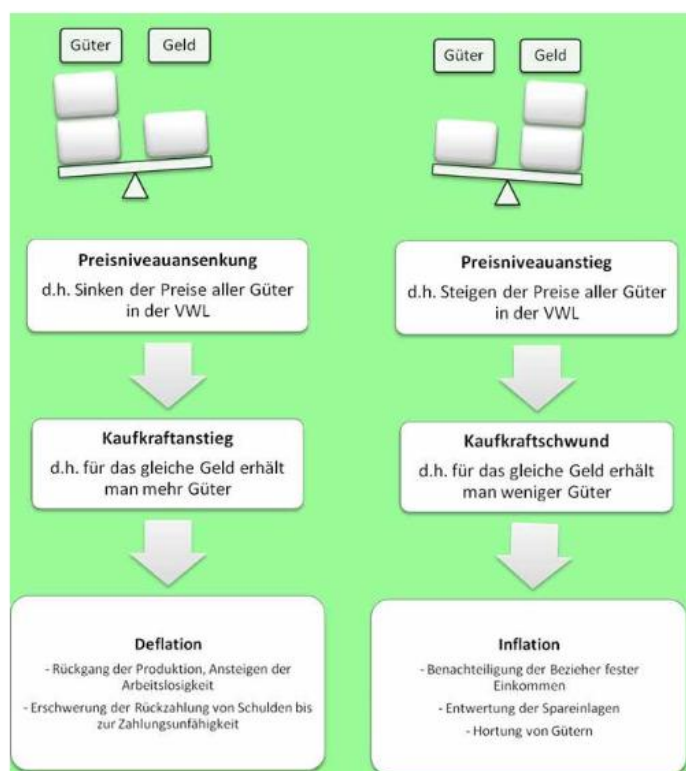
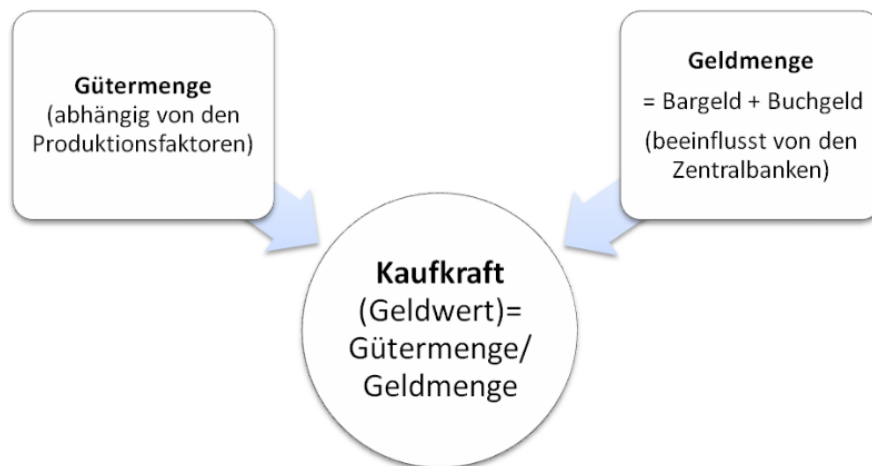
1. Beschreiben: allgemeiner Aufbau, Details
2. Analysieren
3. Bewerten/ eigene Meinung

### Funktionen des Geldes

- Tauschmittel
- Recheneinheit
- Wertaufbewahrungsmittel
- Wertübertragungsmittel

**Entwicklung des Geldes**

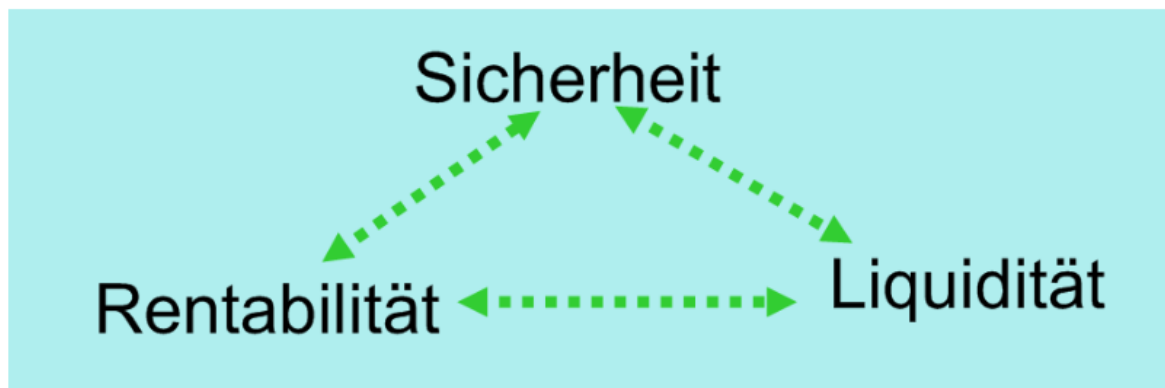
- Selbstversorgung + Tauschhandel (Problem: Schwierigkeit, einen Tauschpartner zu finden)
- Warengeld zB Muscheln, Walzähne (nicht überall verfügbar, kann verderben)
- Münzen (schwer zu transportieren)
- Papiergeld
- Elektronisches Geld

**Bedeutung der Geldwertstabilität<sup>3</sup>**

<sup>3</sup> Grafiken selbst erstellt

**Geldanlagen**<sup>4</sup>

- Wertpapiere
- Aktien
- Fonds
- Sparbuch
- Immobilien
- Gold



---

<sup>4</sup> Grafik selbst erstellt

Zusammenfassung von/ Copyright: I. Hemmerich