

CLIL Modul: - Deutsch als Fremdsprache + Wirtschaft / Sozialkunde

Deutsche Wirtschaft von dem Wirtschaftswunder zur heutigen Situation



Der Zweite Weltkrieg hatte weite Bereiche Deutschlands in ein Trümmerfeld verwandelt. Die Infrastrukturen waren weitgehend zerstört, überall herrschte Wohnungs- und Nahrungsmangel. Die deutsche Bevölkerung litt unter einer katastrophalen Versorgungslage. Die Währungsreform im Jahr 1948 und das wirtschaftliche amerikanische Hilfsprogramm European Recovery Program (ERP), besser bekannt unter dem Namen Marshallplan (benannt nach dem amerikanischen Außenminister und späterem Friedensnobelpreisträger George C. Marshall), schufen die Voraussetzung für eine wirtschaftliche Konsolidierung und waren ein wichtiger Impuls für den raschen wirtschaftlichen

Folgen des 2. Weltkriegs in Deutschland

„Marshallplan“: wirtschaftliche Hilfe für die Bevölkerung Europas

Wiederaufbau der BRD

Wiederaufbau der späteren Bundesrepublik Deutschland. Die USA entschlossen sich zum „Marshallplan“ einerseits aus Mitgefühl, aber vor allem wegen der Sorge, die Deutschen könnten bei wachsender Not in großer Anzahl den Kommunisten folgen. Außerdem konnten die USA durch das Hilfsprogramm einen Absatzmarkt für ihre Überproduktion schaffen. Das wirtschaftliche Erstarren Europas nützte nämlich auch dem amerikanischen Export.

Der Marshallplan, den die UdSSR für sich und die von ihr beherrschten Länder ablehnte, trug indirekt zur Spaltung Deutschlands und Europas bei.

Seit ihrer Gründung (23. Mai 1949) versuchte die Bundesrepublik Deutschland, ihre außenpolitischen Interessen durch die politische Bindung an den Westen und die Verflechtung mit der Weltwirtschaft durchzusetzen.

Politische und wirtschaftliche Spaltung Deutschlands und Europas

Die Bundesrepublik konnte auch vom Koreakrieg (1950-1953) profitieren: Während andere Länder die Nachfrage nach Rüstungsgütern bedienten, konzentrierte sich die westdeutsche Industrie auf den Export von Investitions- und Konsumgütern, da Geschäfte mit Waffen ohnehin verboten waren. Maschinenbau, Elektrotechnik, Chemie- und Automobilindustrie zeigten ein rasantes Wachstum, verursacht auch durch sehr geringe Produktionskosten in Deutschland. Die positiven Produktions- und Exportdaten erleichterten der Bundesrepublik in den 50er Jahren den raschen Wiederaufstieg; zugleich sank die Zahl der Arbeitslosen 1961 auf unter 1 Prozent. Für breite Schichten der Bevölkerung verbesserten sich die Lebensverhältnisse dank erheblicher Lohnzuwächse und einer aktiven staatlichen Sozialpolitik.

Zunahme des Exports

Wachstum der Industrie

Verbesserung der Lebensverhältnisse der Bevölkerung

Dieses unerwartet schnelle und nachhaltige Wirtschaftswachstum in der

Bundesrepublik Deutschland und in anderen westeuropäischen Ländern nennt man „Wirtschaftswunder“.

„Wirtschaftswunder“

Die Kehrseite des Wirtschaftswunders war bis in die sechziger Jahre hinein eine massive Verdrängung der neueren deutschen Geschichte, die massive Wiedereinsetzung von Nazis in Justiz und Verwaltung sowie in der Politik. Der Christdemokrat **Konrad Adenauer**, der erste Bundeskanzler der Bundesrepublik Deutschland und bis 1963 Regierungschef, war an einer Klärung der Ursachen für das NS-Regime nicht interessiert. Er bemühte sich vor allem, eine bessere Zukunft für die BRD aufzubauen. Für sein Volk versprach er Wohlstand, Stabilität und sozialen Ausgleich. Unter seiner Führung wurde Westdeutschland tatsächlich ein verlässlicher Partner des Westens und fester Bestandteil der Europäischen Gemeinschaft.

Verdrängung der nationalsozialistischen Vergangenheit.

Fokussierung auf Wiederaufbau und Wohlstand

Der wachsende Wohlstand veränderte Wünsche und Lebensgewohnheiten der Konsumenten. Elektrische Haushaltsgeräte und das eigene Auto standen an der Spitze der Wunschlisten. Die zunehmende Motorisierung förderte nicht nur den Drang zu touristischen Inlands- und Auslandszielen, sondern auch den Individualreiseverkehr.

Wichtiges industrialisiertes Land



Der millionste VW-Käfer wurde 1955 in Wolfsburg produziert

Deutschland zählt heute zu den am höchsten entwickelten Industrienationen der Welt und ist nach den USA, Japan und China die viertgrößte Volkswirtschaft weltweit. Mit 82 Millionen Einwohnern ist Deutschland auch der größte und wichtigste Markt in der Europäischen Union (EU). Mit einem Exportvolumen von 1121 Milliarden US-Dollar, rund einem Drittel des

Bruttonationaleinkommens, war Deutschland 2009 nach China weltweit der zweitgrößte Exporteur von Gütern. Aufgrund seiner hohen Exportausrichtung ist Deutschland wie kaum ein anderes Land mit der Weltwirtschaft verflochten und an offenen Märkten interessiert. Die wichtigsten Handelspartner sind Frankreich, die Niederlande, die USA und Großbritannien. Asien ist mittlerweile der zweitwichtigste Absatzmarkt für Waren aus Deutschland. Mehr als jeder vierte Euro wird im Export von Waren und Dienstleistungen verdient; mehr als jeder fünfte Arbeitsplatz hängt vom Außenhandel ab.

hohe Exporte, vor allem in die Mitgliedstaaten der Europäischen Union

Eine Branche, die verstärkt in den Fokus rückt, ist die Kultur- und Kreativwirtschaft. Der Sektor umfasst Teilbranchen wie Musik, Literatur, Kunst, Film und Bühne, aber auch Rundfunk/Fernsehen, Presse, Werbung, Design und Software und zählt rund 238.000 Unternehmen mit knapp einer Million Erwerbstätigen.

Wirtschaft im Bereich der Kultur

Die wichtigsten Wirtschaftszentren in Deutschland sind das Ruhrgebiet (Industrieregion im Wandel zum Hightech- und Dienstleistungszentrum), die Großräume München und Stuttgart (Hightech, Automobil), Rhein-Neckar (Chemie), Frankfurt am Main (Finanzen), Köln, Hamburg (Hafen, Airbus-Flugzeugbau, Medien), Berlin und Leipzig.

deutsche Wirtschaftszentren

Leseverständnis

Man kann den Text in Sinnabschnitte unterteilen.

Suche für jeden Abschnitt den passenden Untertitel und finde die entsprechenden Zeilen im Text!

- A. *Bedeutung des Wortes „Wirtschaftswunder“*
- B. *Neue Bereiche in der deutschen Wirtschaft*
- C. *Katastrophale Wirtschaftslage in der Nachkriegszeit*
- D. *Produktion von Konsumgütern für den Export seit der BRD-Gründung*
- E. *Neuer Anfang der deutschen Wirtschaft durch finanzielle amerikanische Hilfe*
- F. *Wichtigste Industriegebiete in Deutschland*
- G. *Entstehung neuer Wünsche und Lebensstile*
- H. *Rasche Besserung der Lebensbedingungen dank dem Wiederaufbau und der Sozialpolitik*
- I. *BRD: Politik der Westbindung ab ihrer Gründung*
- J. *Aktuelle Wirtschaftsposition Deutschlands am Weltmarkt*
- K. *Handelspartner in der Welt*
- L. *Verdrängung der Nazizeit zugunsten des Wirtschaftswachstums*

Richtige Reihenfolge:

Das Konsumverhalten von Kindern und Jugendlichen in der BRD

Noch nie hatte eine Generation so viel Geld in der Tasche wie die deutschen Teenager von heute: Durchschnittlich bekommt jeder Jugendliche von seinen Eltern 40 Euro im Monat. Insgesamt bekommen alle Kinder in Deutschland von ihren Eltern schätzungsweise 2,3 Milliarden Euro auf die Hand. Teenager werden deswegen für die Industrie zu einer der gefragtesten Käufergruppe in Deutschland. Werbekampagnen und Absatzstrategien werden verstärkt auf Kinder- und Jugendliche ausgerichtet. Mit Hilfe von Werbung manipulieren die Firmen junge Konsumenten. Durch ansprechende Anzeigen, aufreizende Werbespots oder anregende Plakate werden Jugendliche zum Kauf angeregt.

Teenager achten sehr auf ihr Image. Ob im Schulalltag oder im Freundeskreis, sie möchten von anderen, vor allem in ihrer Gruppe, akzeptiert und respektiert werden, im Trend liegen und zugleich herausstechen und als charismatisch gelten.

Das daraus resultierende Konsumverhalten wird in der Soziologie „demonstratives Konsumverhalten“ genannt. Bei bildungsfernen und sozial benachteiligten Jugendlichen ist dieses Verhalten besonders stark ausgeprägt. Natürlich könnten diese Bedürfnisse durch gute Noten, einen gelungenen Auftritt der Theatergruppe oder das erfolgreiche Programmieren eines Computerspiels befriedigt werden. Solche Ziele sind vielen Jugendlichen aber eher fremd und der Weg dorthin erscheint mühsam.

An den Wunsch nach Anerkennung, Geltung und Bewunderung appelliert die Werbung gezielt. Konsumstudien zeigen, dass bildungsferne Jugendliche einen tendenziell unkritischen Umgang mit Werbung aufweisen. Sie empfinden diese als unterhaltsam und betrachten sie als nützliche Entscheidungshilfe. Getragen von den Impulsen der Werbung entscheiden sich die Jugendlichen

für den Konsum von Markenartikeln. Das Zur-Schau-Tragen der Markenartikel und das Stylen des Äußeren scheint das einfachste Mittel, um sich Anerkennung und Respekt in der Gruppe zu verschaffen. Jugendliche achten bei ihren Einkäufen stark auf Marken. Besonders bei Kleidung, Schulsachen und dem Handy muss es Markenware sein. Und selbstverständlich trifft man sich auch zum Imbiss bei *McDonalds* und nicht in einer Dönerbude, obgleich dies billiger wäre.

Diese Imagepflege kostet aber viel Geld. Besonders in einkommensschwachen Familien, wo die kostspieligen Wünsche der Kinder kaum erfüllt werden können, führt dies fast zwangsläufig zu Problemen. Die Eltern stehen dann vor einer Herausforderung: Geben sie den Extrawünschen des Kindes nach, müssen sie die Kosten dafür wieder an anderer Stelle einsparen, was oft einfach unmöglich ist. Kann dann das Verlangen des Kindes nicht erfüllt werden, wird es enttäuscht und frustriert sein, weil es die Gefahr läuft, aus seinem Freundeskreis ausgeschlossen zu werden.

Die finanziellen Mittel, mit denen sich Kinder und Jugendliche ihre Wünsche erfüllen, erhalten sie zumeist aus dem Familienkreis, entweder in Form von ganz unterschiedlich hohem Taschengeld oder unregelmäßigen Geldgeschenken. Um sich die allmählich wachsenden Konsumwünsche erfüllen zu können, bessern nicht wenige Teenager ihr Taschengeld durch kleine Nebentätigkeiten und Jobs auf.

In manchen Fällen leihen sich Jugendliche Geld, um an ihre Wunschprodukte zu kommen und verschulden sich dadurch. Die Bereitschaft, über ihre Verhältnisse hinaus zu konsumieren, sich zu verschulden, ist bei Jugendlichen aus sozial schwachen Familien überdurchschnittlich hoch.

(gekürzt aus: Kids und Konsum - <http://www.hallofamilie.de> und aus: *Markenbewusstsein und Konsumverhalten von Jugendlichen*, 1/08 - www.bpb.de)



Fragen zur Diskussion

1. Was ist der Unterschied zwischen Markenwaren und No-Names?
2. Wie wichtig sind Marken für Dich? Und warum?
3. Wie sehr vertraust Du der Werbung? Und warum?
4. Wie würdest Du Dich fühlen, wenn Du Dir keine Markensachen leisten könntest?
5. Welchen Kriterien folgst Du bei der Bewertung der Produkte?
6. Mit welchen Methoden kannst Du die Qualität der Produkte überprüfen?

Lösung

„Deutsche Wirtschaft von dem Wirtschaftswunder zur heutigen Situation“

Leseverständnis

Richtige Reihenfolge: C - E - I - D - H - A - L - G - J - K - B - F