

Arbeitsmaterialien für Lehrkräfte

Kreative Ideen und Konzepte inklusive fertig ausgearbeiteter Materialien und Kopiervorlagen für einen lehrplangemäßen und innovativen Unterricht.

Kreative Ideenbörse Sozialkunde/Politik – Ausgabe 56

5.40 Entwicklungen im deutschen Lebensmitteleinzelhandel

Ulrike Seitz



Produkthinweis

Dieser Beitrag ist Teil einer Printausgabe aus der „Kreativen Ideenbörse Schule“ der Mediengruppe Oberfranken – Fachverlage (Originalquelle siehe Fußzeile des Beitrags)

► Alle Beiträge dieser Ausgabe finden Sie hier.



Piktogramme

In den Beiträgen werden – je nach Fachbereich und Thema – unterschiedliche Piktogramme verwendet.

► Eine Übersicht der verwendeten Piktogramme finden Sie hier.



Haben Sie noch Fragen?

Unser Kundenservice hilft Ihnen gerne weiter:

Schreiben Sie an info@edidact.de oder per Telefon 09221 / 949-204.

Ihr Team von eDidact

Teil 5: Wirtschaft

5.40 Entwicklungen im deutschen Lebensmitteleinzelhandel

Kompetenzen und Unterrichtsinhalte:

Die Schülerinnen und Schüler sollen

- ◆ ihr eigenes Einkaufsverhalten bei Lebensmitteln reflektieren,
- ◆ verschiedene Betriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel vergleichen,
- ◆ Erfolgsfaktoren für Edeka als Beispiel eines führenden Unternehmens im Lebensmitteleinzelhandel herausarbeiten,
- ◆ Aufgaben und Entscheidungen des Bundeskartellamts im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels erklären und diskutieren,
- ◆ neuere Entwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel erläutern und ihre Bedeutung für die „traditionellen“ Unternehmen darstellen.

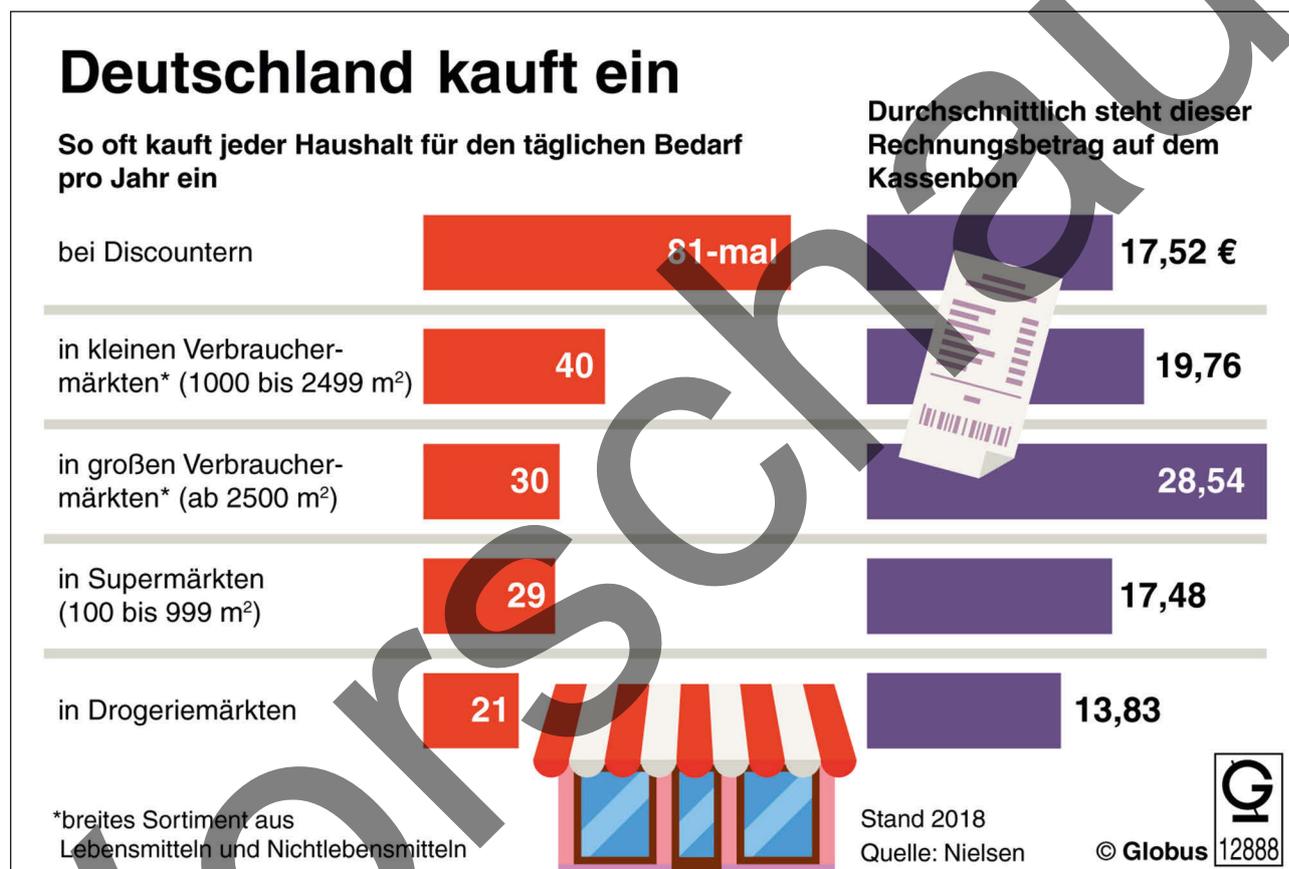
Didaktisch-methodischer Ablauf	Inhalte und Materialien (M)
<p>I. Betriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler nehmen zunächst an einer kleinen Umfrage zum Thema Lebensmittelkauf teil: Wer geht gerne einkaufen? Was spielt eine Rolle für die Auswahl des Geschäfts, in dem man einkaufen geht?</p> <p>Sie ordnen dann bestimmte Betriebsformen den richtigen Charakteristika zu und lernen einige Fachbegriffe zum Thema kennen.</p> <p>Ein Ranking der 30 erfolgreichsten Unternehmen im Lebensmitteleinzelhandel zeigt Umsatzzahlen und Konzentrationsprozesse auf.</p>	<p>→ Kleine Umfrage zum Thema „Lebensmittelkauf“/M1a (Fragebogen, Foto)</p> <p>→ Verschiedene Betriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel/M2b und c (Tabelle, Erklärungen)</p> <p>💡 Lösung zu M2b/M2d (Tabelle)</p> <p>→ Betriebsformen im Vergleich/M1e und f (Text und Ranking)</p>
<p>II. Porträt „Edeka“</p> <p>Ein Text behandelt die Geschichte der Edeka-Gruppe und macht deutlich, welche Erfolgsfaktoren für die Expansion des Unternehmens wichtig waren.</p>	<p>→ Ein Supermarkt im Porträt/M2a bis d (Text, Fotos)</p>
<p>III. Wenn das Kartellamt entscheidet</p> <p>Die Grenzen des Expansionskurses von Edeka werden anhand der jüngsten Entscheidung des Bundeskartellamts zur Übernahme von Real-Märkten durch Edeka deutlich. Die Schülerinnen und Schüler beschäftigen sich hier auch</p>	<p>→ Wenn das Kartellamt entscheidet/M3a bis d (Texte, Tabelle)</p> <p>💡 Lösungsvorschlag zu M3a bis d, Arbeitsaufträge 2 und 3/M3e (Tabelle, Text)</p>

Teil 5: Wirtschaft

Anmerkungen zum Thema:

Die **Umsatzzahlen des deutschen Lebensmitteleinzelhandels** sind faszinierend: 2020 lag der Umsatz bei 139,4 Milliarden Euro. Grund genug, sich mit Entwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel zu beschäftigen.

Jeder von uns kauft Lebensmittel, viele bevorzugen dabei aus verschiedenen Gründen die Discounter, andere kaufen lieber in Supermärkten. Es gibt verschiedene Einteilungen der **Betriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel**:



Gerade die drei in Rankings vorne liegenden Unternehmen im Lebensmitteleinzelhandel (**Edeka-Gruppe, Rewe-Gruppe, Schwarz-Gruppe**) versuchen auch, verschiedene Käufergruppen zu bedienen, indem sie in ihren Gruppen Vollsortimenter und Discounter führen.

„Gewinner“ war in den letzten Jahren Edeka – das Unternehmen fuhr einen konsequenten **Expansionskurs** und wuchs durch Zukäufe, aber auch durch eigene Produktlinien und eine erfolgreiche Werbestrategie.

Grenzen setzt hier neben der Konkurrenz das **Bundeskartellamt**, das z. B. Fusionen und Übernahmen kritisch überprüft im Hinblick auf die Auswirkungen für Verbraucher und Lebensmittelproduzenten.

Dadurch, dass die „traditionellen“ Unternehmen im Lebensmitteleinzelhandel wie Edeka oder Rewe auch neue Trends aufnehmen und in ihre Geschäftsentwicklung integrieren – wie z. B. den Wunsch der Kundschaft nach mehr **Bio-Produkten** oder die Möglichkeit von **Online-Bestellungen** – scheinen sie auch für die Zukunft gerüstet.

Kleine Umfrage zum Thema "Lebensmittelkauf"



Arbeitsaufträge:

1. Führt die Umfrage bei euch in der Klasse durch.
2. Besprecht die Ergebnisse: Wo wart ihr euch einig, wo nicht?
3. Überlegt: Würden diese Ergebnisse bei euren Eltern vielleicht anders aussehen, was wäre ihnen wichtiger oder weniger wichtig als euch?



© WavebreakmediaMicro – stock.adobe.com

1. Gehst du gerne Lebensmittel einkaufen? Ja Nein
2. Was ist dir wichtig beim Lebensmittelkauf? (Mehrfachnennungen möglich)
 - Gute Erreichbarkeit des Geschäfts
 - Große Auswahl
 - Günstige Preise
 - Freundliches Personal
 - Gute Qualität, Frische
 - Verfügbarkeit von Bio-Produkten/fair gehandelten Produkten
 - Ansprechende Ladengestaltung und Warenpräsentation

Verschiedene Betriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel



Arbeitsauftrag:

Die Tabelle ist durcheinander geraten! Ordne die jeweils passenden Merkmale den einzelnen Betriebsformen zu. Du findest Begriffserklärungen unter der Tabelle.

Betriebsform	Merkmale
SB-Geschäft	Autoorientierter Standort, breites und tiefes Sortiment, viel Non-Food, hohe Sonderangebotsintensität, zwischen 1.500 und 4.000 qm Verkaufsfläche
Supermarkt	Nahversorger oder in Kombination mit Großfläche, Fokus auf Schnelldreher, flaches Sortiment, Dauerniedrigpreise, Non-Food-Sonderposten, weitgehende Standardisierung, Kostenführerschaft angestrebt, ca. zwischen 600 und 1.500 qm Verkaufsfläche
Verbrauchermarkt	Nahversorger spezialisiert auf Schnelldreher und Genussmittel sowie Fertigprodukte, Tankstellenshops, ca. 50 bis 200 qm Verkaufsfläche
SB-Warenhaus	Nahversorger, breites und etwas tieferes Sortiment, etwas Non-Food, mittelpreisig, Bedienungstheken, zwischen 400 und 1.499 qm Verkaufsfläche
Discounter	Nahversorger, schmales und flaches Sortiment, kaum Non-Food, höherpreisig, unter 400 qm Verkaufsfläche
Fachgeschäft	Autoorientierte Standorte („grüne Wiese“), sehr breites und tiefes Sortiment, hoher Non-Food-Anteil, hohe Sonderangebotsintensität, über 4.000 qm Verkaufsfläche
Convenience Store	Spezialisierung mit hoher Sortimentstiefe, Bedienung und Beratung, Qualitätsprodukte, höhere Preise, ca. 50 bis 500 qm Verkaufsfläche

(Text: <https://www.repetico.de>)

Erklärungen zur Tabelle

SB (Selbstbedienung):

Mit dem Begriff Selbstbedienung (kurz SB) wird die Erscheinung bezeichnet, dass die Bedienung, die früher üblicherweise durch Personal ausgeführt wurde ganz oder teilweise vom Kunden selbst ausgeführt wird. Dabei kommen auch Automaten zum Einsatz. Der Übergang der Selbstbedienung, der im Einzelhandel die früher übliche Bedienungstheke weitgehend verdrängt hat, dient unter anderem der Kostenreduktion, Zeitersparnis oder besseren Verfügbarkeit.

(Text: <https://de.wikipedia.org>)