

Online-Handel und Stadtentwicklung

Dr. Klaus Zehner



© Amazon GmbH

Sei es Kleidung, Bücher, Videospiele oder Arzneimittel – alles kann in Online-Shops gekauft werden, ohne auch nur einen Fuß vor die Tür setzen zu müssen. Dieses Verhalten trägt allerdings zur Veränderung ganzer Stadtbilder bei, weil der Einzelhandel aufgrund fehlender Umsätze Läden schließen muss. Mit dieser Unterrichtsreihe lernen Ihre Schülerinnen und Schüler die Beziehung zwischen Online-Handel, Stadt- und gesellschaftlicher Entwicklung kennen, untersuchen den Aufschwung des Online-Handels und verknüpfen deren Ursache und Wirkung.

Online-Handel und Stadtentwicklung

Autor: Dr. Klaus Zehner

1	Fachwissenschaftliche Aspekte	1
1.1	Entwicklung und aktuelle Bedeutung des Online-Handels	1
1.2	Die Angebotsseite	2
1.3	Die Nachfragerseite	3
1.4	Fazit	5
1.5	Literatur und Internetadressen	5
2	Methodisch-didaktische Hinweise	7
3	Materialien und Arbeitsaufträge	8
4	Lösungsvorschläge	30

Kompetenzprofil:

- Niveaustufe: Oberstufe
 - Kompetenzfelder: *Sachkompetenz:* Fachwissen zur Geographischen Handelsforschung, zu Aspekten der Citylogistik und zur digitalen Infrastruktur in Deutschland; *Methodenkompetenz:* Tabellen-, Diagramm-, Bild- und Kartenanalyse; *Urteilskompetenz:* Bewertung und Einordnung von Vor- und Nachteilen des Online-Handels im Vergleich zum stationären Handel; *Handlungskompetenz:* Entwicklung eines bewusstseinsorientierten, gesellschaftlich verantwortungsvollen und am Nachhaltigkeitsprinzip orientiertes Handeln und Verhalten
 - Methoden: Tabellen-, Diagramm-, Bild-, Daten- und Kartenanalyse
 - Medien: Karten, Tabellen, Diagramme, Texte, Bilder
 - Fachübergreifende Aspekte: *Wirtschaft: Handel und Online-Handel*
-

Inhaltlich-methodischer Überblick

Thematische Schwerpunkte	Grafik	Tabelle	Text	Karte	Atlas	Method.	Unterrichtsform	Material
■ Entwicklung und aktuelle Bedeutung des Online-Handels	•		•			DA TA	EA PA	■ M 5 bis M 6
■ Die Angebotsseite	•	•	•	•		BA DA ME	EA UG DS	■ M 7 bis M 14
■ Die Nachfragerseite	•	•				TA BA DA	EA DS	■ M 15 bis M 22

Methoden:

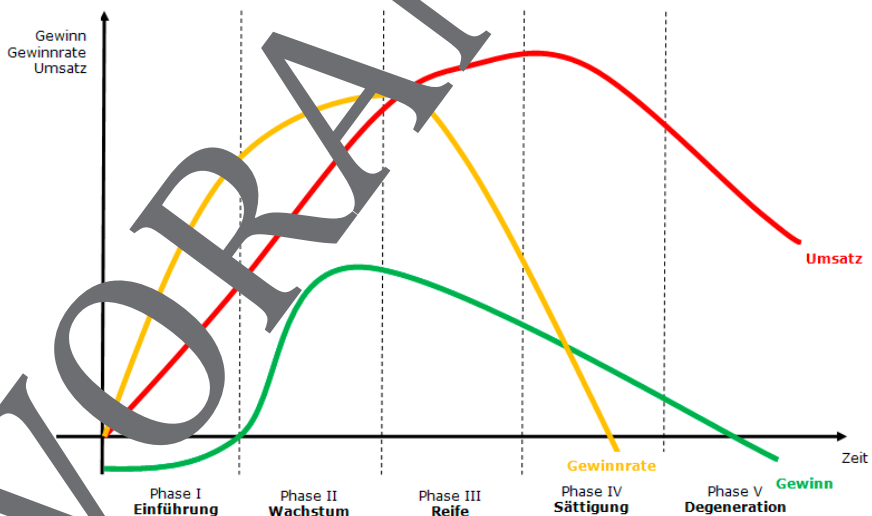
- KA Kartenarbeit
- DA Datenauswertung
- TA Textarbeit
- PE Plakaterstellung
- ME Mindmap-Erstellung
- BA Bildanalyse
- SE Szenarioerstellung

Unterrichtsformen:

- EA Einzelarbeit
- PA Partnerarbeit
- GA Gruppenarbeit
- DS Diskussion

M 2 Produkt-Lebenszyklustheorie nach Vernon (1966)

Die von dem amerikanischen Wirtschaftswissenschaftler Vernon entwickelte Produkt-Lebenszyklustheorie beschreibt den wirtschaftlichen Erfolg eines Produktes. Indikatoren hierfür sind Gewinn, Gewinnrate und Umsatz. Dabei werden fünf Phasen unterschieden: in der Einführungsphase muss sich ein Produkt am Markt behaupten und gegen Konkurrenzprodukte durchsetzen. In dieser Phase können in der Regel noch keine Gewinne erzielt werden, da die Entwicklungskosten für dieses Produkt sich erst amortisieren müssen. Wird das Produkt am Markt angenommen, gelangt es in die Wachstumsphase. Hier werden Gewinne erzielt und die Umsatzzahlen steigen. Dies gilt auch für die dritte Phase, die Reifephase, zu. Allerdings steigen hier die Umsatzzahlen nur noch langsam und die Gewinne sinken. In der vorletzten Phase, der Sättigungsphase, sinken sowohl die Umsatzzahlen als auch die Gewinne. In der letzten Phase, der Phase der Degeneration, ist das Produkt in einem obsoleten Stadium angekommen. Die Umsätze fallen weiter und es können kaum noch Gewinne erzielt werden. In dieser Phase empfiehlt es sich das Produkt vom Markt zu nehmen oder es entschlossen weiter zu entwickeln.

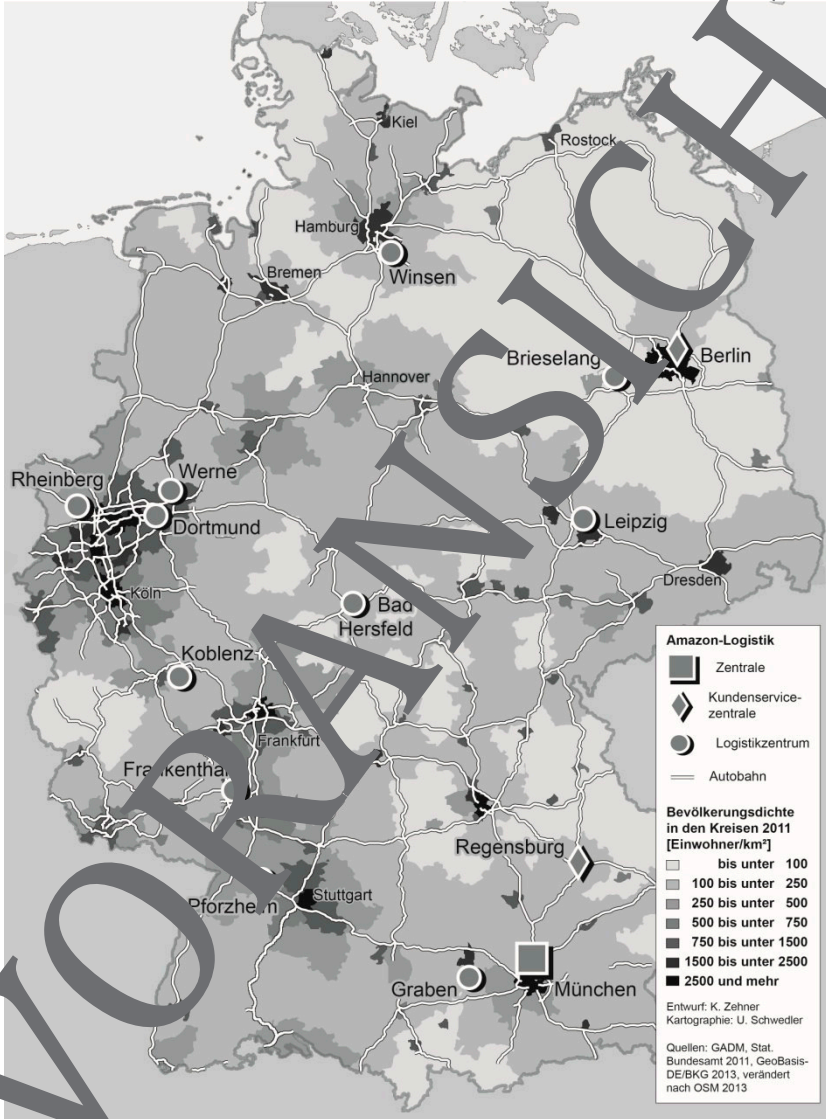


Quelle: Grafik Deef nach Vernon 1966

Arbeitsaufträge (M 1 bis M 6)

1. Vergleichen Sie unter Benutzung von M 1 die Entwicklung des Umsatzes im Online-Handel mit der Entwicklung des gesamten deutschen Einzelhandels zwischen 2012 und 2017. Berechnen Sie dazu für jedes Jahr den Anteil des Online-Handels, tragen Sie diesen in eine Liniengrafik ein und beschreiben Sie deren Verlauf.
2. Betrachten Sie den Online-Handel als Produkt, das sich am Markt (gegen den stationären Handel) behaupten muss. In welche Phase des Produkt-Lebenszyklusmodells von Vernon (M 2) würden Sie den Online-Handel aktuell einordnen?
3. Ohne den konsequenten Aufbau einer leistungsfähigen digitalen Infrastruktur und die Verbreitung benutzerfreundlicher Endgeräte wäre die Erfolgsgeschichte des Online-Handels wohl weniger erfolgreich ausgefallen. Schätzen Sie unter Benutzung von M 3 und M 4, welche Innovation offensichtlich den Online-Handel stark befördert hat.
4. Diskutieren Sie, welche anderen Faktoren maßgeblich zum Erfolg des Online-Handels beigetragen haben könnten.
5.
 - a) Kategorisieren Sie die in M 5 dargestellten Produktgruppen nach Online-Relevanz und Online-Wachstum.
 - b) Vergleichen Sie die bezüglich die Produktgruppen Beauty/Healthcare, Elektro/Technik und Nahrung/Miscellaneous.
 - c) Wie interpretieren Sie den bogenförmig verlaufenden schwarzen Pfeil in der Grafik?
 - d) Äußern Sie eine Vermutung über die künftigen Aufsteiger im Online-Geschäft.
6.
 - a) M 5 und M 6 zeigen, dass sich der Lebensmittel-Online-Handel – zumindest in Deutschland – noch in der Einführungsphase befindet. Diskutieren Sie wahrscheinliche Ursachen für die Schwierigkeiten, höhere Umsatzanteile zu generieren.
 - b) Erörtern Sie mögliche Gründe für die deutlich höheren Anteile in Großbritannien und Frankreich.

M 9 Standorte von Amazon-Logistikzentren in Deutschland



Quelle: Eigene Zeichnung nach Angaben von Amazon.de (7.12.2017)

M 17 Lebensstile in der postmodernen Gesellschaft



Quelle: © Frank Hoppmann

M 18 Definition Lebensstil

„Unter Lebensstil wird eine relativ stabile, reflexive (d. h. auf ständigen Überlegungen/Entscheidungen beruhende) Lebensform eines Individuums verstanden, in dem es seine politischen, kulturellen und ästhetischen Vorstellungen vor allem symbolisch (d. h. durch entsprechende Kleidung, Redewendungen, Wertvorstellungen, Sprachgewohnheiten usw.) ausdrückt“

Quelle: Kohn 2008, S. 60

Sie wollen mehr für Ihr Fach? Bekommen Sie: Ganz einfach zum Download im RAABE Webshop.



- ✓ **Über 4.000 Unterrichtseinheiten** sofort zum Download verfügbar
- ✓ **Sichere Zahlung** per Rechnung, PayPal & Kreditkarte
- ✓ **Exklusive Vorteile für Grundwerks-Abonent*innen**
 - 20% Rabatt auf Unterrichtsmaterial für Ihr bereits abonniertes Fach
 - 10% Rabatt auf weitere Grundwerke

Jetzt entdecken:
www.raabe.de