Station 1

Name: _____

Weltkonzerne

Aufgabe 1

In dem Rätsel sind zwölf weltweit bekannte Unternehmen versteckt.
Finde sie heraus und markiere sie farbig.

D	X	E	F	D	W	T	H	J	I	D	K	M	L	N	T
A	S	D	Z	U	P	Q	L	Q	G	I	Y	A	C	X	M
U	O	P	Q	C	R	X	S	A	O	S	P	R	Ä	Ö	N
I	H	G	S	O	V	M	C	D	O	N	A	L	D	S	A
T	T	A	X	C	I	Z	J	H	G	E	A	B	Y	J	W
E	L	D	G	A	S	T	E	W	L	Y	T	O	T	L	H
B	C	W	A	C	A	P	P	L	E	D	G	R	O	E	O
M	I	C	R	O	S	O	F	T	I	Ü	B	O	Ü	G	P
E	U	O	P	L	S	F	G	U	Ä	A	M	A	Z	O	N
A	Q	L	F	A	C	E	B	O	O	K	W	Y	B	M	N

Aufgabe 2

Nenne weitere Marken oder Konzerne, die weltweit bekannt sind.

_____

_____

Aufgabe 3

Beschreibe, was ein Unternehmen oder Produkt zu einer weltweit bekannten Marke macht.

_____

_____

Aufgabe 4

2014 kamen die Top Ten der wertvollsten und bekanntesten Marken der Welt aus den Vereinigten Staaten. Aktuell verdrängen moderne IT- und Internet-Unternehmen wie Google und Apple immer mehr die vordem „klassischen Marken" wie z. B. Coca Cola oder McDonalds von den vorderen Plätzen.

Beurteile, warum es zu dieser Veränderung kommt.

_____

_____

VORSCHAU

Jakob Mohn: Erdkunde an Stationen Spezial: Globalisierung – Die Welt wächst zusammen
© Auer Verlag

netzwerk lernen
zur Vollversion

Station 3

Name: _____

Autos „made in Germany“ (1)

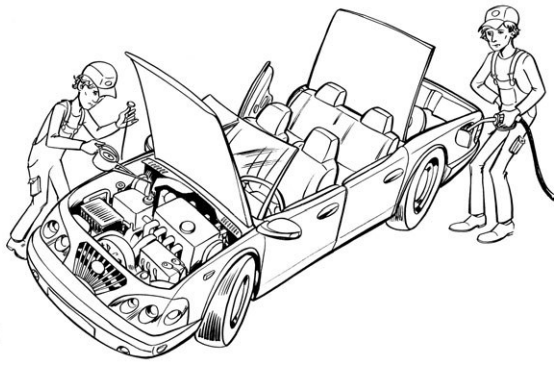
Deutsche Automobilhersteller können immer neue Rekordgewinne vermelden. Doch schon lange werden diese nicht mehr in Deutschland oder in Europa erzielt. Die wichtigsten Absatzmärkte befinden sich heute in China, den USA oder Brasilien. Auch die Produktion der Autos „made in germany“ findet längst nicht mehr in den heimischen Standorten, sondern vor Ort statt.
Alleine der bayrische Autobauer BMW unterhält heute „31 Produktions- und Montagestätten in 14 Ländern sowie ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern“[1] auf dem ganzen Globus.

[1] *Quelle: https://www.bmwgroup.com/content/bmw-group-websites/bmwgroup_com/de/unternehmen/standorte.html*

Aufgabe 1

a) Beschreibe, welche Länder in Zukunft die wichtigsten Absatzmärkte deutscher Autobauer sind.

b) Begründe, warum eine weltweite Verteilung von Standorten für die Produktion und Montage der Automobile von Vorteil ist.



Aufgabe 2

Diskutiere mit einem Partner, inwieweit ein in den USA gebauter BMW (z. B. X5 oder Z4) noch das Zertifikat „made in germany“ erhalten kann.

VORSCHAU

Jakob Mohn: Erdkunde an Stationen Spezial: Globalisierung – Die Welt wächst zusammen
© Auer Verlag

netzwerk lernen

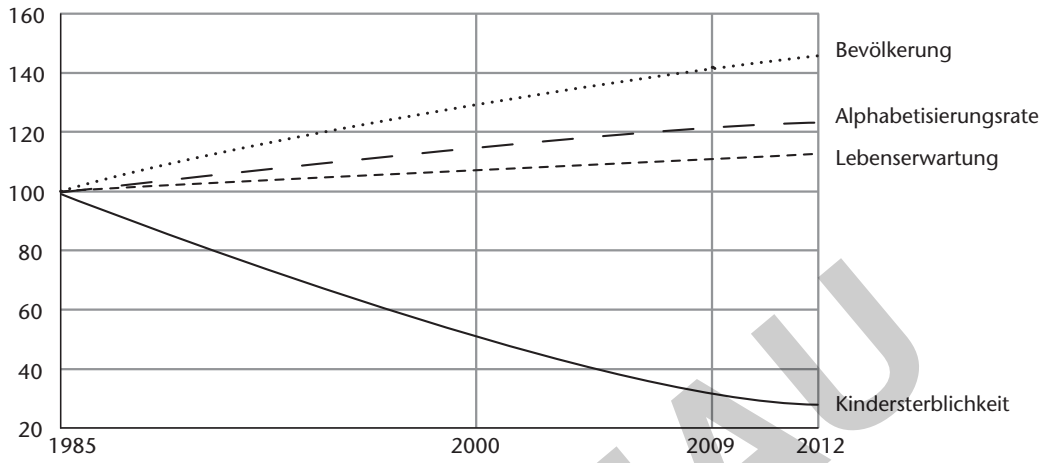
zur Vollversion

Station 5

Name: _____

Brasilien – Ein neuer Global Player

Das größte Land Südamerikas hat die Schwelle überschritten und gehört nun zum Club der Wirtschaftsgiganten. Verlierer des rasanten Wachstums sind die indigenen Völker und die Regenwälder am Amazonas.



Quelle: LeMonde diplomatique: Atlas der Globalisierung – Die Welt von morgen, Berlin 2012, S.107

Aufgabe 1

Beschreibe anhand der Grafik die Fortschritte Brasiliens im Vergleich zum Ende der Militärdiktatur im Jahr 1985. Notiere im Heft.

Regenwald in Gefahr

Die Globalisierung ist für Brasilien von großer Bedeutung, doch sie hat auch ihre Schattenseiten. Diese zeigen sich vor allem beim Thema Umweltschutz und dem Erhalt des Jahrtausende alten Regenwaldes.

Schon seit Beginn der ***Kolonialisierung*** Brasiliens wurden mittels ***Brandrodung*** große Regenwaldgebiete an der Atlantikküste abgeholzt, um Anbauflächen oder Viehweiden zu schaffen. Weitere Gebiete fallen heute der Modernisierung des Landes zum Opfer. Gerade der Ausbau des Straßennetzes oder der Bau von Staudämmen zur Stromerzeugung unterstützten die Rodung des Regenwaldes nachhaltig. Zwar ist das so begehrte Mahagoniholz heute offiziell geschützt, jedoch blüht der illegale Handel mit den teuren Tropenhölzern mehr denn je. Der Großteil des illegal geschlagenen Holzes wird ins Ausland verkauft. Nur ein geringer Teil geht an die einheimische Bevölkerung für den Hausbau oder als Feuerholz. Weltweit werden pro Jahr etwa 120 000 Quadratkilometer tropischer Regenwald gerodet. Das entspricht etwa 35 Fußballfeldern pro Minute.[1] Die Folgen sind neben dem Rückgang der so wichtigen ***Sauerstoffproduktion*** und dem Anstieg des CO_2-Anteils in der Atmosphäre durch die Brandrodung auch die Vertreibung der indigenen Völker in den tropischen Regenwäldern.

[1]*Vgl. http://www.bpb.de/internationales/amerika/brasilien/politik/185270/der-regenwald-brasiliens*

Aufgabe 2

a) Beschreibe im Heft die Rodung des tropischen Regenwalds in Brasilien.
b) Fasse zusammen, welche Folgen die Rodung für die Umwelt und die dort lebenden indigenen Völker hat.

VORSCHAU

Jakob Mohn: Erdkunde an Stationen Spezial: Globalisierung – Die Welt wächst zusammen
© Auer Verlag

netzwerk lernen
zur Vollversion

Station 8

Name: _____

Erfolgskonzept McDonalds

Das McDonalds-Prinzip

Die amerikanische Burger-Kette hat eine große Erfolgsgeschichte. Mit ihrem unverwechselbaren Logo, dem „goldenen M", gehört sie zu den bekanntesten Marken der Welt.

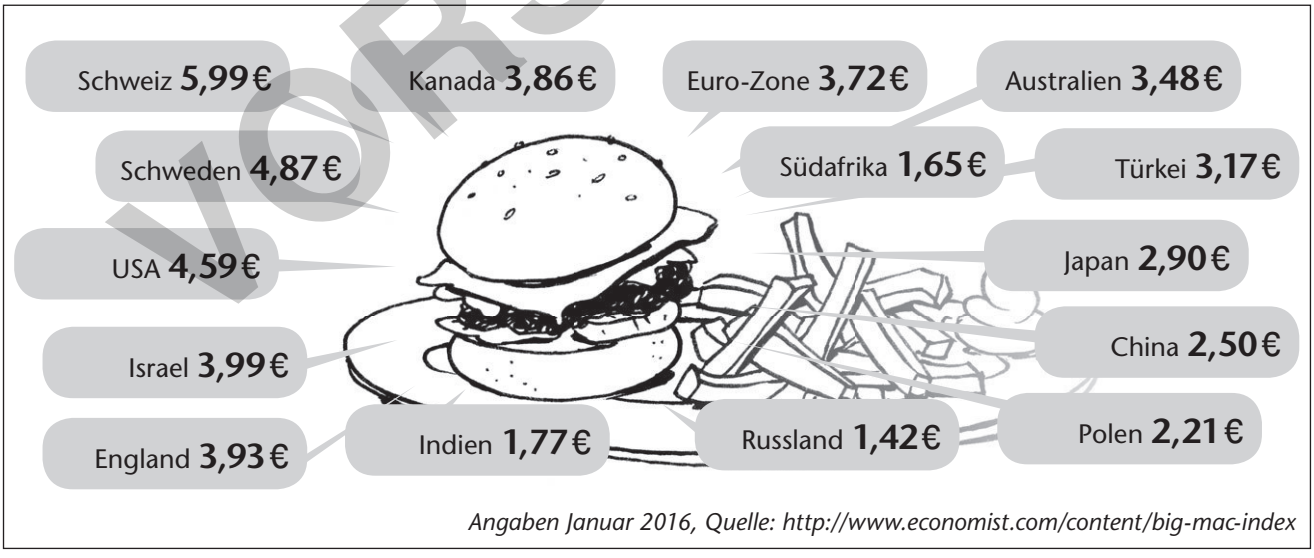
Dabei beruhte der Erfolg jahrzehntelang auf einem denkbar einfachen Prinzip: Immer das Gleiche. Weltweit wurden prinzipiell dieselben Produkte angeboten, ohne jeden regionalen Ursprung oder Bezug. Gerade die Tatsache, dass ein Hamburger in New York und Tokio, in Berlin und Moskau jeweils identisch aussah und schmeckte, rief bei den Gästen ein hohes Maß an Vertrauen und „Heimatgefühl" in völlig fremden Umgebungen hervor. Auf welchen Wegen die Zutaten in die „hintersten Winkel" der Erde gekommen waren, spielte keine Rolle. Dieses Unwissen stärkte das Vertrauen in die Marke noch, machte die Erzeugnisse immun gegen die Unwägbarkeiten des Verkaufsortes.

Auch am typischen Aufbau jedes Restaurants war dieses Prinzip erkennbar. Das grundlegende Design war überall ähnlich und auch der immer gleiche Verkaufstresen weckte bei den Kunden Vertrauen und Geborgenheit. Eine Zwischenwand trennte den Verkaufsbereich vom Küchenbereich dahinter, denn die Cheeseburger oder Big Macs durften für die Kunden erst als fertiges Produkt in den immer gleichen Verpackungen sichtbar werden.

Auch zahlreiche andere Unternehmen übernahmen im Laufe der Zeit die Prinzipien des immer gleichen Aufbaus ihrer Läden und Restaurants. Ähnliche Konzepte finden sich so bei Starbucks, Burger King, den Applestores oder dem Modelabel Hollister. Die Kunden sollen Vertrauen in die immer gleiche und damit gewohnte Umgebung aufbauen, egal wo sie sich gerade befinden.

Aufgabe 1

Erstelle im Heft eine Mind Map mit den wichtigsten Inhalten des „McDonalds-Prinzips".



Angaben Januar 2016, Quelle: http://www.economist.com/content/big-mac-index

Aufgabe 2

Der sogenannte „Big Mac-Index" vergleicht weltweit die Preise des beliebten Burgers und gilt so als Indikator für die Kaufkraft der Währung eines Landes im weltweiten Vergleich.

a) Erkläre, warum sich ausgerechnet ein Burger ideal zur Aufstellung einer solchen Statistik eignet. Notiere im Heft.

b) Werte die Statistik aus. Beschreibe im Heft, was sie über die einzelnen Länder und ihre Bevölkerung aussagt.

VORSCHAU

Jakob Mohn: Erdkunde an Stationen Spezial: Globalisierung – Die Welt wächst zusammen
© Auer Verlag

netzwerk lernen
zur Vollversion