



Handel

Vielfalt, Arbeitsteilung, Arbeitskräfte

- 2–4 Auf einen Blick – fachdidaktisches Konzept
- 5–8 Unterricht konkret – Ablauf
- 9–12 Materialien
- 13–14 Lösungen
- 15–16 Anhang (Quellen, Erfahrungen und Adaptionmöglichkeiten)

Autor: Paul Hofmann

Auf einen Blick

Schwierigkeitsbarometer



Schwerpunkt	Arbeitswelt und Unternehmen, Privathaushalt und Konsum
Stichworte	Handel, Großhandel, Einzelhandel, Onlinehandel
Konkretisierung des Themas	• Verschiedene Formen des Handels • Vor- und Nachteile unterschiedlicher Unternehmenstypen im Handel für Kund*innen, Unternehmer*innen und Arbeitnehmer*innen
Dauer	2 Unterrichtseinheiten à 50 Minuten
Schulstufe	6. Schulstufe
Schulform	MS und AHS-Unterstufe
Lehrplanbezug	<u>Lehrplan 2023:</u> Kompetenzbereich <i>Vernetztes Wirtschaften zwischen Produktion und Konsum</i> „Die Schülerinnen und Schüler können arbeitsteiliges und spezialisiertes Produzieren von Gütern und Anbieten von Dienstleistungen sowie das freie Treffen von Produktionsentscheidungen durch Haushalte, Unternehmen und Staat beschreiben.“ „Die Schülerinnen und Schüler können reflektierte Entscheidungen bei der Nutzung von Bank-, Verkehrs- oder Handelsdienstleistungen treffen und diesbezügliche Auswirkungen der Digitalisierung beschreiben.“
Zentrale fachliche Konzepte	Gemeinsamkeiten und Unterschiede Veränderung und Wandel Vernetzung und Märkte
Groblernziel	Die Schüler*innen können die Vielfältigkeit im Dienstleistungsbereich Handel erarbeiten und an ausgewählten Beispielen sich ergebende Vor- und Nachteile für Kund*innen, Unternehmer*innen und Arbeitnehmer*innen beschreiben.

Feinlernziele	<u>Einheit 1: „Unternehmensvielfalt im Handel“</u> - Die Schüler*innen können eine gemeinsame Definition des Begriffs „Handel“ entwickeln (AFB II). - Die Schüler*innen können Bilder von bestimmten Einkaufssituationen Begriffen zuordnen (AFB I) und ihre Zuordnungen begründen (AFB II). - Die Schüler*innen können durch Bildvergleiche Unterschiede von Unternehmensformen im Handel erarbeiten (AFB II). <u>Einheit 2: „Vor- und Nachteile ausgewählter Unternehmenstypen im Handel“</u> - Die Schüler*innen können ihre Position zum Thema „Onlineshopping oder shoppen gehen, was finde ich besser?“ auf einem Meinungsstrahl erläutern (AFB II). - Die Schüler*innen können Vor- und Nachteile unterschiedlicher Unternehmenstypen im Handel für Kund*innen, Unternehmer*innen und Arbeitnehmer*innen vergleichen (AFB II). - Die Lernenden können erneut Stellung zur Frage „Onlineshopping oder shoppen gehen: was finde ich besser?“ nehmen und können ggf. sich ergebende Änderungen zu ihrer ursprünglichen Positionierung begründen (AFB III).
Kontext zur sozioökonomischen Bildung (theoretische Bezüge)	Der vorliegende Unterrichtsentwurf nimmt Bezug auf die Erfahrungen und auf die Lebenswelt von Jugendlichen im Bereich der Dienstleistung „Handel“, wobei vor allem auf einen mehrperspektivischen Zugang Wert gelegt wird. Das geschieht durch die Erarbeitung von Vor- und Nachteilen unterschiedlicher Typen von Handelsunternehmen aus der Sicht der drei wichtigsten beteiligten Gruppen: Kund*innen, Unternehmer*innen und Arbeitnehmer*innen.
Methoden	a) Arbeit mit Bildern einfache, altersangepasste Bildbearbeitung durch Begriffszuordnungen mit einfachen Begründungen sowie vergleichende Bildbeschreibungen b) Meinungsstrahl oder Positionslinie (abgewandelt) https://www.bpb.de/system/files/dokument_pdf/methoden-kiste_auf19_online.pdf (26.08.2026) c) Argumentieren mit Rollenkärtchen, stark vereinfachtes Rollenspiel http://methodenpool.uni-koeln.de/download/rollenspiele.pdf (26.08.2026)
Vorbereitung	<u>Einheit 1: „Unternehmensvielfalt im Handel“</u> M1: Wer handelt mit wem entlang der Handelskette? (Kopien in Klassenstärke) M2: Wo wird gehandelt? (Kopien in Klassenstärke)

	<u>Einheit 2:</u> „<i>Vor- und Nachteile ausgewählter Unternehmenstypen im Handel</i>“ • M3: Gruppenarbeit (Kopien in Klassenstärke) • M4: Rollenkärtchen (Kopien in Anzahl der Gruppen, Rollenkärtchen zuschneiden und nach Möglichkeit folieren)
Zuletzt aktualisiert	August 2026



Unterricht konkret – Ablauf

Einheit 1: „Unternehmensvielfalt im Handel“

Einstieg	Einleitende Frage und Kurzdefinition	Zum Einstieg stellt die Lehrperson die Frage: „Wo wart ihr im Laufe der letzten Woche einkaufen?“ Beispielhafte Antworten werden von der Lehrperson an die Tafel geschrieben. Es folgt der Hinweis der Lehrperson, dass es sich hierbei meist um Unternehmen des Einzelhandels handelt. Gemeinsam mit den Schüler*innen wird eine erste einfache Definition des Begriffs „Handel“ erarbeitet, die die wesentlichen Merkmale des Handels umfasst. Dabei können folgende Fragen hilfreich sein: – Wie funktioniert das Handeln in der Marktwirtschaft? – Was wird gehandelt? – Was ist das Ziel des Handelns? – Wer ist am Handel beteiligt? Die erste Definition könnte so oder ähnlich lauten: „In einer Marktwirtschaft meint Handeln das Tauschen von Waren und Dienstleistungen gegen Geld. Der Handel übernimmt den notwendigen Transport der Waren vom Produktionsbetrieb zu den Konsument*innen und die Lagerung und den Verkauf der Waren. Manchmal bietet er auch Dienstleistungen in Form von Beratung an. Am Handel sind wir alle beteiligt: Konsument*innen, Arbeiter*innen, Unternehmer*innen und auch der Staat.“ Die erste Definition wird von der Lehrperson an die Tafel und von den Schüler*innen ins Heft geschrieben. Diese wird am Ende der Einheit von den Schüler*innen ergänzt. <u>Anmerkung:</u> Mögliche Antworten der Schüler*innen auf die eingangs gestellte Frage sind z.B. Geschäft, Einkaufszentrum, Supermarkt, Markt, Kauf über Internet, Bäcker*in, Kaufhaus, etc. Es können auch Namen von Geschäften auftauchen. Hier muss die Lehrperson dann kurz darauf hinweisen, dass dies Namen von Unternehmen sind.		10 Min.
----------	--------------------------------------	--	--	---------

Erarbeitung	Visualisierung und Erweiterung der Definition	Es folgt der erste Arbeitsauftrag, der dazu dient, die Definition von „Handel(n)“ zu visualisieren und zu erweitern. Dafür bringen die Schüler*innen die auf Arbeitsblatt M1 angegebenen Begriffe am Beispiel vom Warenhandel in einen logischen Zusammenhang und tragen sie in das dargestellte Verlaufsdiagramm ein. Die Zuordnung sollte dann gemeinsam überprüft werden. Dabei wird die Bedeutung der Begriffe „Großhandel“ und „Einzelhandel“ geklärt (siehe Hilfestellung in den Anmerkungen oder auf dem Lösungsblatt). Dies kann mit einem einfachen Tafelbild geschehen. Die Schüler*innen ergänzen die Definitionen auf Arbeitsblatt M1. <u>Anmerkung:</u> <i>Einzelhandel – Handelsunternehmen, die ihre Waren direkt an die Endkund*innen verkaufen.</i> <i>Großhandel – Handelsunternehmen, die ihre Waren nicht an die Endkund*innen, sondern an den Einzelhandel oder an Großverbraucher (z.B. Hotel) verkaufen.</i>	M1	15 Min.
Erarbeitung	Bildzuordnung und -beschreibung	Nun erhalten die Schüler*innen den zweiten Arbeitsauftrag (M2). Hierbei sollen sie einigen fotografisch dargestellten Beispielen verschiedener Einkaufsmöglichkeiten den richtigen Begriff zuordnen und ihre Zuordnung kurz erläutern bzw. anhand von zwei selbst gewählten Bildern eine kurze vergleichende Beschreibung verfassen.	M2	20 Min.
Sicherung	Meinungspositionierung	Die Schüler*innen ergänzen die bereits im Heft stehende Definition von Handel, indem sie einen Satz zu den Fragen „Wer handelt mit wem entlang der Handelskette?“ verfassen und ein Beispiel nennen, wie der Staat am Handel beteiligt ist.		5 Min.

Einheit 2: „Vor- und Nachteile ausgewählter Unternehmenstypen im Handel“

Einstieg	Meinungsstrahl	Zum Einstieg in die Stunde, werden die Schüler*innen gefragt, welche der beiden Einkaufsmöglichkeiten (Online Shoppen oder Shoppen gehen) sie persönlich besser finden. Dies kann mit einem Meinungsstrahl bzw. einer Positionslinie umgesetzt werden, zwischen dessen beiden Polen sich die Schüler*innen entsprechend ihrer Meinung positionieren. Dabei kann an ausgewählte Schüler*innen an unterschiedlichen Positionen die Aufforderung gestellt werden: „Begründe kurz die von dir gewählte Position.“		5 Min.
Erarbeitung	Gruppenarbeit	Es erfolgt eine Aufteilung der Klasse in 4-er Gruppen. Jedes Gruppenmitglied erhält eines der vier Rollenkärtchen (siehe M4) sowie Arbeitsblatt M3. <i>Anmerkung: In der Vorbereitung sollten die Rollenkärtchen von M4 von der Lehrperson in der Anzahl der Gruppen kopiert und ausgeschnitten (sowie idealerweise foliert) werden.</i> Die Schüler*innen bestimmen in jeder Gruppe, eine Person die „Kund*in“ spielt, während die anderen drei Schüler*innen die Rollen von Handelsunternehmer*innen in drei unterschiedlichen Handelsformen (Fachgeschäft, Handelskonzern mit vielen Filialen und Onlinehandelshaus) übernehmen. Alle lesen ihre Rollenkarten in Stillarbeit. Im Anschluss versuchen die drei Schüler*innen in ihrer Rolle als Unternehmer*in den*die Kund*in davon zu überzeugen, eine bestimmte Ware in ihrem Handelsgeschäft zu kaufen. Dabei sollten die Schüler*innen in der Rolle als Unternehmer*innen insbesondere die Vorteile ihres Unternehmens in den Vordergrund stellen, um die Kund*innen zu überzeugen. Im Anschluss hält die Gruppe die Vor- und Nachteile der dargestellten Einkaufsmöglichkeiten in den drei unterschiedlichen Handelsunternehmen aus Sicht der Kund*innen und aus Sicht der*des Handelsunternehmer*in fest. Sie notieren ihre Ergebnisse in der Tabellenvorlage (M3).	M3 M4 M3	20 Min.

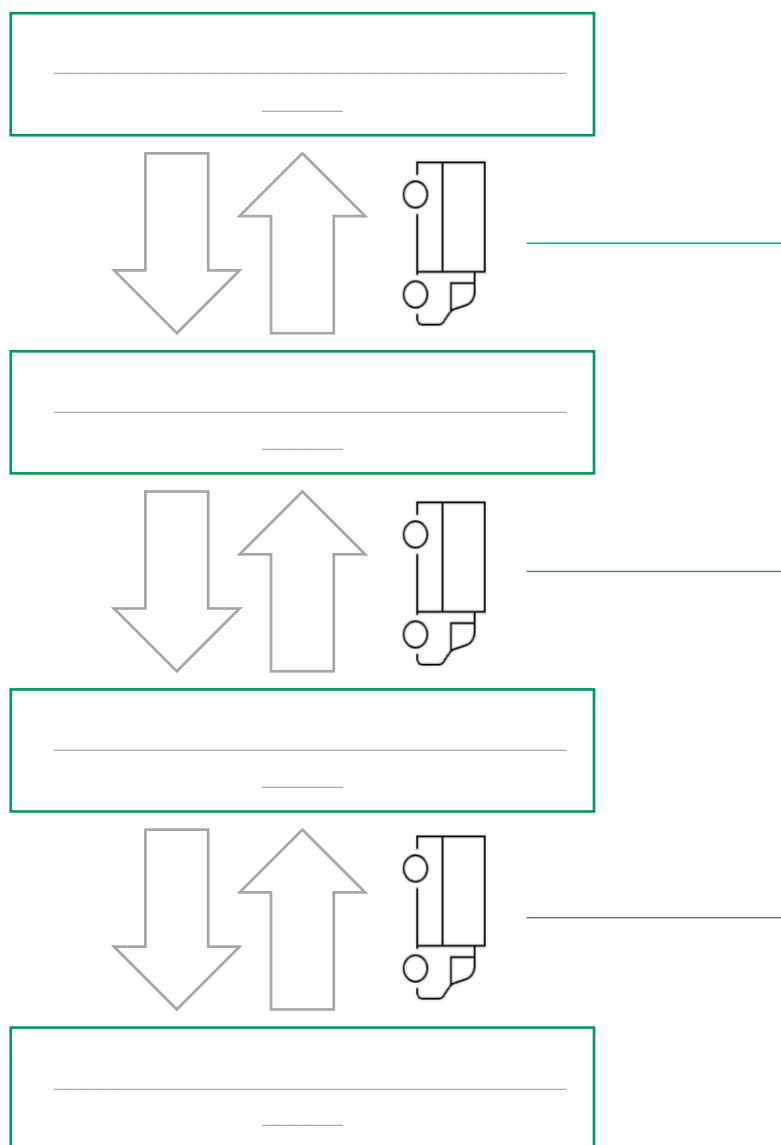
Sicherung	Kurz- präsentation	Anschließend werden im Klassenverband die einzelnen Vor- und Nachteile der drei unterschiedlichen Handelsunternehmen für Kund*innen und Unternehmer*innen kurz präsentiert. Dabei stellt immer nur eine Gruppe eine Position vor und die anderen Gruppen vergleichen ihre Ergebnisse bzw. bringen ihre Ergänzungen an. In einem abschließenden Schritt wird das Arbeitsblatt (M3) im Plenum mit der Sicht der Arbeitnehmer*innen vervollständigt. Hinweise, worin sich die Arbeitsbedingungen der drei unterschiedlichen Handelsunternehmen unterscheiden können, finden sich in den Rollenbeschreibungen der jeweiligen Unternehmer*innen. Es bietet sich an, dass die Schüler*innen die Rollenbeschreibungen der Unternehmer*innen nochmals lesen und die Passagen, die Hinweise auf Vor- und Nachteile aus Sicht der Angestellten in den drei unterschiedlichen Handelsunternehmen enthalten, farblich kennzeichnen.	M3	15 Min.
Abschluss	Positions- vergleich	Abschließend reflektieren die Lernenden ihre Einstellung, indem sie sich nochmals entlang des Meinungsstrahls zur Frage: „Onlineshopping oder shoppen gehen – was finde ich besser?“ positionieren. Sie vergleichen das Ergebnis mit jenem des Stundenbeginns und diskutieren Ursachen für mögliche Unterschiede (z.B. Was war neu, überraschend usw.?) Zum Abschluss wird noch ein Gedankenexperiment mittels einer „Was wäre, wenn...“-Frage gemacht. Die Schüler*innen denken ca. eine Minute über folgende Frage nach: „Was wäre, wenn alle nur mehr online einkaufen gehen würden?“ Im Anschluss werden die Überlegungen der Schüler*innen im Unterrichtsgespräch aufgegriffen und es können z.B. Auswirkungen auf den Ort (z.B. Dorf-/Stadtleben), Geschäfte vor Ort, die Raumplanung, die Umwelt usw. diskutiert werden.		10 Min.

Arbeitsblatt

M1 Wer handelt mit wem entlang der Handelskette?

Wer verkauft die Waren an wen weiter? Fülle in der vorliegenden Skizze die richtigen Begriffe in die leeren Felder. Manche Begriffe musst du mehrmals verwenden.

	Waren	Endkund*in	Unternehmer*in im Großhandel	
Geld	Unternehmer*in im Einzelhandel		Erzeuger*in der Waren	Transport



Das ist ein einfaches Modell einer Handelskette. Es gibt noch viele andere Formen, z. B. ist es möglich, dass der*die Erzeuger*in einer Ware direkt an den*die Endkund*in verkauft oder an ein*en Unternehmer*in im Einzelhandel.

Arbeitsblatt

M2 Wo wird gehandelt?

Die Formen und Orte, an denen Handel betrieben wird, sind sehr vielfältig gestaltet und organisiert. In der Fachsprache nennen wir das Betriebsformen des Handels.

1. Ordne die Bilder den konkreten Namen der dargestellten Betriebsformen zu.
Erläutere deine Zuordnung kurz. Supermarkt, Onlinehandel, Basar (= Markt in einer orientalischen Stadt), Fachgeschäft, Bauernmarkt, Einkaufszentrum

A



B



C



D



E



F



2. Suche dir zwei Bilder aus und beschreibe die Unterschiede der dargestellten Betriebsformen.
Ich habe die Betriebsformen _____ und _____ ausgewählt.
Der Vergleich dieser beiden Betriebsformen zeigt, dass _____

Arbeitsblatt

M3 Gruppenarbeit

1. Einigt euch auf eine Ware (z. B. ein Handy, einen Markensportschuh, eine neue Hose, usw.), die gehandelt werden soll.
2. Lest euch den Text eurer Rollenkarte in Ruhe durch.
3. Durchführung des Rollenspiels: Die drei verschiedenen Handelsunternehmer*innen versuchen den*die Kund*in davon zu überzeugen, dass er*sie die bestimmte Ware bei ihnen kaufen soll.
4. Ergebnis des Rollenspiels: Besprecht im Anschluss in der Gruppe die Vor- und Nachteile der drei beschriebenen Betriebsformen aus Sicht der Kund*innen und aus Sicht der Unternehmer*innen (= Besitzer*in des jeweiligen Handelsunternehmens). Notiert eure Ergebnisse in der vorgefertigten Tabelle.

	Fachgeschäft mit einem Geschäft		Handelskonzern mit vielen Filialen		Onlinehandelshaus	
	Vorteile	Nachteile	Vorteile	Nachteile	Vorteile	Nachteile
Kund*in						
Unternehmer*in						
Arbeitnehmer*in						



Rollenkärtchen

M4 Rollenbeschreibungen

Fachgeschäft mit einem Geschäftslokal:

Ich bin Besitzer*in eines Kleinunternehmens (= unter 10 Mitarbeiter*innen), das sich auf den Verkauf ganz bestimmter Waren spezialisiert hat. Meine zwei Angestellten und ich haben viel Erfahrung und Wissen über die von uns angebotenen Waren. Deshalb können wir die Kund*innen genau beraten. Wir bieten auch einige Dienstleistungen (z. B. kleinere Reparaturen) an. Bei den Preisen kann ich bei vielen Artikeln nicht das günstigste Angebot machen, weil ich sie nur in kleinen Mengen einkaufe. Wir haben von 09.00 bis 18.00 Uhr geöffnet und machen um 12.00 eine Stunde Mittagspause.

Handelskonzern mit vielen Filialen

Ich bin Besitzer*in eines Handelsunternehmens mit über 1.000 Mitarbeiter*innen. Meine Geschäfte sind sehr groß und es ist daher genügend Platz für ein vielfältiges Angebot von zahlreichen Marken und Artikeln. Das bringt für die Kund*innen große Auswahl- und Vergleichsmöglichkeiten. Meine Verkäufer*innen stehen den Kund*innen beratend zur Seite. Weil ich sehr viele Waren einkaufe, kann ich sie zu einem günstigeren Preis kaufen und den Kund*innen günstiger anbieten. An manchen Standorten haben unsere Geschäfte an Werktagen zwischen 09:00 bis 20.00 Uhr durchgehend geöffnet.

Anmerkung:

Handelskonzern = wenn sich mehrere Handelsunternehmen zu einem großen Unternehmen zusammenschließen

Filiale = Verkaufsstelle eines Unternehmens

Onlinehandelshaus

Ich bin Besitzer*in einer Onlinehandelsplattform. Ich brauche keine Verkaufslokale, aber sehr große Lagerräume für meine Waren. Ich biete eine riesige Auswahl unterschiedlichster Marken und Artikel. Die Kund*innen finden alle Informationen zu den Waren im Internet. Die meisten meiner vielen Angestellten brauchen deshalb keine Fachkenntnisse zu den Waren, sondern sind überwiegend im Bereich Verpackung und Versand tätig. Ich verkaufe meine angebotenen Waren meist zu sehr günstigen Preisen. Bei mir kann rund um die Uhr eingekauft bzw. bestellt werden. Die Lieferzeiten versuche ich so gering wie möglich zu halten.

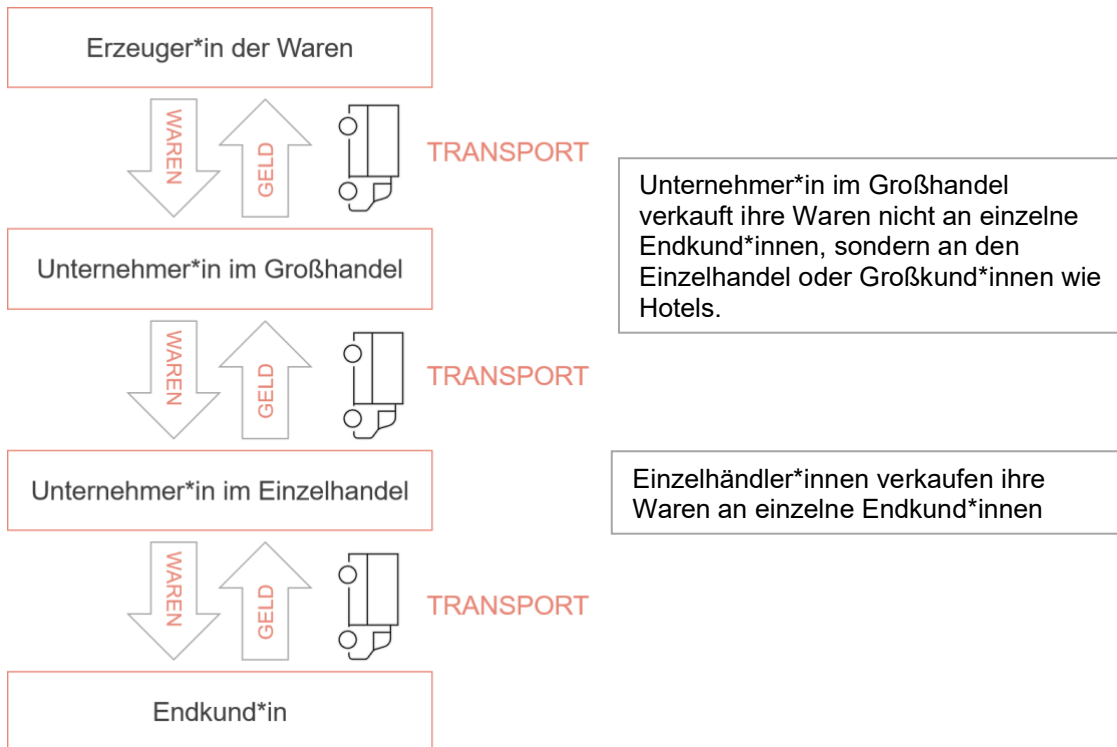
Kund*in

Du übernimmst die Rolle des*der Kund*in. Überlege dir, was für dich beim Einkauf des ausgewählten Produkts wichtig ist.



Lösungen

M1 Wer handelt mit wem entlang der Handelskette?



M2 Auswahl verschiedener Möglichkeiten für den Einkauf

Bei den Bildern sollten die Begriffe richtig zugeordnet sein. Die Erläuterungen werden sehr vielfältig und individuell ausfallen, je nach Vorkenntnis der einzelnen Schüler*innen. In der folgenden Übersicht sind authentische Beispiele angeführt. Auch für den anschließenden Vergleich der Betriebsformen gibt es viele individuelle Lösungen. Eine mögliche Lösung ist angegeben.



Bauernmarkt:
(z.B. Marktstand mit Obst im Freien, da war ich letztes Wochenende, etc.)



Supermarkt:
(z.B. lange Regale zum Ausschauen, viele verschiedene Waren, kenne ich vom Einkaufen mit den Eltern, etc.)



Basar:
(z.B. überdachter Markt, schaut orientalisches aus, sowas habe ich schon einmal gesehen; habe gehört, dass es Basar heißt; ist als letztes übrig geblieben etc.)



Fachgeschäft:
(z.B. nur Süßigkeiten werden angeboten, spezialisiert auf bestimmte Waren, etc.)

E



Einkaufszentrum:
(z.B. Rolltreppen,
viele Geschäfte an
einem Ort, in so was
war ich schon einmal,
etc.)

F



Onlinehandel:
(z.B. Bildschirm,
Laptop, Computer,
etc.)

Suche dir zwei Bilder aus und beschreibe Unterschiede der dargestellten Betriebsformen.

Ich habe die Betriebsformen **Einkaufszentrum** und **Onlinehandel** ausgewählt. Der Vergleich dieser beiden Betriebsformen zeigt, dass **das Einkaufszentrum aus vielen Geschäften besteht, wo ich einkaufen kann. Im Onlinehandel kann ich per Mouse-klick bestellen. Im Einkaufszentrum komme ich mit anderen Kund*innen und mit den Mitarbeiter*innen in direkten Kontakt. Ich kann mit ihnen sprechen. Das ist im Onlinehandel schwerer möglich.**

M3: Gruppenarbeit (inklusive Ergänzung der Plenumsdiskussion zur Sicht der Arbeitnehmer*innen)

Individuelle Ergebnisse. Mögliche Lösung:

	Fachgeschäft		Handelskonzern		Onlinehandel	
	Vorteile	Nachteile	Vorteile	Nachteile	Vorteile	Nachteile
Kund*innen	Beratung, zusätzliche Dienstleistungen, persönlicher Kontakt zu den Verkäufer*innen	Höhere Preise, geringere Auswahl	Größere Auswahl und Vergleichsmöglichkeiten, persönlicher Kontakt zu den Verkäufer*innen	Beratung eventuell nicht ganz so gut wie im Fachgeschäft	Von zu Hause aus einkaufen, Zeitersparnis, rasches Vergleichen von Produkt(preisen)	Produkt kann nicht vorab begutachtet werden, keine direkte Beratung möglich, man muss selber viel im Internet nachlesen
Unternehmer*innen	Persönlicher Kontakt zu den Kund*innen	Kann keine so günstigen Preise anbieten, weil weniger Menge eingekauft werden kann (> beschränkte Geschäftsfläche)	Kann Produkte billiger anbieten	Höhere Kosten für große Geschäftsflächen	Keine Kosten für Geschäftsflächen, Großteil der Angestellten bekommt geringeres Gehalt, weil sie keine hochqualifizierte Tätigkeit ausüben	Hohe Kosten für große Lagerflächen und technische Ausstattung (z.B. Computer, Server, Software-Programmierung)
Arbeitnehmer*innen	Bessere Bezahlung, da man höher qualifiziert sein sollte, abwechslungsreicher, direkter Kundenkontakt, geregelte Arbeitszeit	Mehr Zeitaufwand für Ausbildung nötig	Kundenkontakt vorhanden, Kann sich für Beratung auf meist eine Produktgruppe spezialisieren	Bezahlung meist niedriger als im Fachgeschäft	Man bekommt auch mit wenig qualifizierter Ausbildung eine Jobmöglichkeit	Vielzahl von nur relativ niedrig-qualifizierten Jobs mit schlechter Bezahlung, oft eintönige Tätigkeiten, unregelmäßige Arbeitszeiten (z.B. viele Überstunden in der Vorweihnachtszeit)

Anhang

Bildnachweise

Titelbild (Seite 1)

<https://pixabay.com/de/photos/einkaufen-supermarkt-handel-1232944/> (26.08.2026)

Bild von Bauernmarkt (M2/A)

<https://pixabay.com/de/photos/obst-bauernmarkt-kroatien-1585460/> (26.08.2026)

Bild von Supermarkt (M2/D)

<https://pixabay.com/de/photos/supermarkt-regale-einkaufen-507295/> (26.08.2026)

Bild von Einkaufszentrum (M2/B)

<https://pixabay.com/de/photos/architektur-gebäude-infrastruktur-2557567/> (26.08.2026)

Bild von Basar (M2/E)

<https://pixabay.com/de/photos/souk-rabatt-basar-gasse-marktgasse-1627045/> (26.08.2026)

Bild vom Onlinehandel (M2/C)

<https://pixabay.com/de/photos/ipad-tablette-technologie-kontakt-820272/> (26.08.2026)

Bild von Fachgeschäft (M2/F)

Eigene Aufnahme von Anna Oberrauch (15.10.2020)

Literaturhinweise

Bundeszentrale für politische Bildung (2020) (Hrsg.): Die Positionslinie. In: Methodenkiste – Methoden für Schule und Bildungsarbeit. 9. Auflage.

https://www.bpb.de/system/files/dokument_pdf/methoden-kiste_auf19_online.pdf

(26.08.2026)

Reich, K. (2008) (Hrsg.): Rollenspiele. In: Methodenpool. [http://methodenpool.uni-](http://methodenpool.uni-koeln.de/download/rollenspiele.pdf)

[koeln.de/download/rollenspiele.pdf](http://methodenpool.uni-koeln.de/download/rollenspiele.pdf) (26.08.2026)



Erfahrungen

Die beiden Einheiten wurden mit zwei Schulklassen erprobt und auf Grundlage dieser Erfahrungen angepasst.

Einheit 1

- Bei der Arbeitsaufgabe mit M2 kommen bei manchen Schüler*innen nicht sehr tiefgehende Erläuterungen, die Begriffe sind aber überwiegend richtig zugeordnet.
- Die Erfahrungen von zwei Durchführungen haben das bestätigt. Der Meinungsstrahl sollte zu Beginn und am Ende von Einheit 2 durchgeführt werden, da sich Unterschiede in den Positionierungen und Begründungen der Schüler*innen ergeben.

Einheit 2

- Es hat sich als günstiger erwiesen, den jeweiligen Schüler*innen immer nur das ihnen zugewiesene Rollenkärtchen zu geben und nicht der ganzen Gruppe das Blatt mit allen drei Rollenkarten.
- Sollte sich aus Zeitmangel der zweite Meinungsstrahl nicht mehr ausgehen oder die Lehrperson das Gefühl haben, die Auswertung der Gruppenergebnisse sollten intensiver durchgeführt werden, bieten sich die folgenden Adaptionen an.

Adaptionshinweise

In Klassen, die etwas langsamer arbeiten, kann die Lehrperson die zwei Einheiten auf drei Einheiten aufteilen. Es sollte allerdings darauf geachtet werden, dass sich sinnvolle Übergänge ergeben – z.B. erste Einheit bis zu M2, zweite Einheit beginnt mit Meinungsstrahl und dann der Arbeitsauftrag mit den Positionskärtchen und als dritte Einheit Auswertung der Gruppenergebnisse und zweiter Meinungsstrahl mit genauerer Besprechung, warum es zwischen den beiden Meinungsstrahlen eventuell zu Unterschieden gekommen ist.

