

Arbeitsblatt

„Auswirkungen der Globalisierung auf Konsumenten“

Durch die Globalisierung verwischen die nationalen Grenzen immer weiter. Preiswerter Transport und die einfache Kommunikation erlauben das globale Einkaufen, beispielsweise über das Internet. Aber was bedeutet diese Entwicklung konkret für die Konsumenten?

Bananen aus Brasilien, Mangos aus Guatemala, Handys aus USA, Spielzeug aus China, all das macht die Globalisierung zu einem günstigen Preis möglich. Im Internet kann man sozusagen „grenzenlos“ shoppen. Man ist also als Konsument nicht mehr nur auf die Produkte und Dienstleistungen aus seinem eigenen Land beschränkt, sondern kann diese von überall auf der Welt kaufen. Das hat natürlich den Vorteil, dass man sich den besten Preis für die beste Qualität selbst aussuchen kann. Und weil die Preise transparent sind – also alle, auch die Konkurrenten, diese Preise sehen können – ist der Preisdruck für alle Produzenten besonders hoch.

Zwar steigert die Globalisierung das Angebot an verfügbaren Gütern und Dienstleistungen, und das zu immer besseren Preisen durch einen starken Konkurrenzkampf, jedoch hat die Globalisierung auch Schattenseiten. Denn immer mehr Unternehmen verlagern ihre Produktion ins Ausland, wo sie niedrigere Lohnkosten bezahlen, um im weltweiten Wettbewerb nicht zu verlieren. Viele Menschen mit geringen Qualifikationen verlieren in den Industrieländern daher durch die Globalisierung ihre bisherige Arbeit. Dass nun technologieintensivere Sektoren in den Industrienationen im Vordergrund stehen, ist die Folge des Strukturwandels, der sich durch die Globalisierung ergeben hat. Diese neuen Sektoren erfordern eine höhere Qualifikation und mehr Know-How, die man in den Billiglohnländern nicht finden kann. Somit ist die Qualifikation der Arbeitskräfte besonders wichtig. Aus- und Weiterbildung verringern die Zahl der Geringqualifizierten, die von den negativen Folgen der Globalisierung besonders betroffen sind.

Ein anderes Problem der Globalisierung ist, dass es für die Unternehmen meist viele Vorteile bringt, Teile der Produktion ins Ausland zu verlagern oder von dorthier Zwischenprodukte günstig einzukaufen. Aber häufig werden in diesen Ländern gewisse Standards (z.B. Umweltregeln und Sozialstandards) nicht beachtet. Zudem sind die Bedingungen, unter denen die Menschen in den Produktionsländern arbeiten müssen, teilweise sehr schlecht.

Aufgabe:

Was bedeutet Globalisierung für den Konsumenten? Arbeiten Sie mögliche Vor- und Nachteile für Konsumenten heraus. Besprechen Sie anschließend Ihre Ergebnisse mit einem Mitschüler aus Ihrer Gruppe.

Tafelbild

„Die Auswirkungen der Globalisierung auf Konsumenten

Auswirkungen

- Globaler Markt zum Einkaufen
- Möglichkeit, Produkte weltweit hinsichtlich Preis und Qualität zu vergleichen
- Notwendigkeit eines qualifizierten Abschlusses

Vorteile

- Immer größeres Angebot an Gütern und Dienstleistungen aus der ganzen Welt
- Preise sinken

Nachteile

- Gefahr von Arbeitsplatzverlust in den Industrienationen
- Teilweise schlechte Bedingungen für Arbeitnehmer/innen in den Produktionsländern

Quelle: Landesbildungsserver Baden-Württemberg, http://www.schule-bw.de/unterricht/faecher/wirtschaft/material/unterrichtwi/wl/weltwi/glob_eh