



EUROPA-FACHBUCHREIHE  
für wirtschaftliche Bildung

# Lehrerhandbuch Wirtschaftliches Handeln international Economics and Business Basics

**passend ab der 2. Auflage des Hauptwerkes**

von

Ulrich Bayer, Peter Beinborn, Theo Feist, Viktor Lüpertz

VERLAG EUROPA-LEHRMITTEL · Nourney, Vollmer GmbH & Co. KG  
Düsseldorfer Straße 23 · 42781 Haan-Gruiten

**Europa-Nr.: 94063**

**Verfasser:**

Ulrich Bayer	Dipl.-Hdl.
Peter Beinborn	Dipl.-Kfm.
Theo Feist	Prof., Dipl.-Kfm.
Viktor Lüpertz	Prof. Dr., Dipl.-Volksw.

**Verlagslektorat:**

Viktor Lüpertz

Die Aufgaben sind hinsichtlich ihrer Eignung für gestimmte Unterrichtszwecke wie folgt gekennzeichnet:

**A** = Anwendung

**E** = Einführung/Erarbeitung

**LA** = Lehraufgabe

*Lehraufgaben sind einführende Aufgaben mit didaktisch gestuften Problemstellungen, die sich für die systematische Erschließung von Unterrichtsinhalten eignen.*

**Ü** = Übung

2. Auflage 2015

Druck 5 4 3 2 1

Alle Drucke derselben Auflage sind parallel einsetzbar, da bis auf die Behebung von Druckfehlern untereinander unverändert.

ISBN 978-3-8085-9346-2

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der gesetzlich geregelten Fälle muss vom Verlag schriftlich genehmigt werden.

© 2015 by Verlag Europa-Lehrmittel, Nourney, Vollmer GmbH & Co. KG, 42781 Haan-Gruiten  
<http://www.europa-lehrmittel.de>

Satz und Umschlag: Punkt für Punkt GmbH · Mediendesign, 40549 Düsseldorf  
Umschlag – Erstellung der Bildcollage: braunwerbeagentur, 42477 Radevormwald,  
unter Verwendung eines Fotos von © Julien Eichinger – Fotolia.com  
Druck: ■■■

## Tasks and problems

### A Basic economics and human behaviour

#### 1 Introduction to economics

##### for chapter 1.1 Motives for economic action



##### 1.1.1 NASA game: Needs – scarcity of goods – benefits – preferences – personal and collective decision-making processes



Rules of the game, game tools and the manual with sample solutions can be found on the accompanying CD.

##### 1.1.2 Needs – Advertising – Consumption



- Self-actualisation needs (realising one's full potential)  
Esteem needs: acceptance, status, prestige, respect  
Social needs: belonging, affection, interaction
- Emergence of needs: peer group pressure, social environment, advertising  
Satisfaction: fashionable, expensive and unnecessary consumption goods (buying binge)
- Individual answers: comparison to students' personal consumption pattern

Expenditure for...	In billion (bn) euros	In percent (%)
clothing and fashion	4.0	16.19
going out, disco	2.6	10.53
bike, moped, car, driving licence, petrol	2.3	9.31
drinks	1.8	7.29
fast food	1.7	6.88
hobbies	1.7	6.88
body care, cosmetics	1.5	6.07
tickets	1.3	5.26
current expenses for mobile/smartphone	1.1	4.45
sweets, ice cream	1.1	4.45
sports articles	0.9	3.64
newsletter/books	0.9	3.64
salty snacks, chips	0.7	2.83
computer, software, games, internet	0.6	2.43
other	2.5	10.12
<b>Total</b>	<b>24.7</b>	<b>100.00</b>

Since the amount of money spent (EUR 24.9 bn) exceeds the total income (EUR 21.5 bn), the youngsters have either used their savings or they have run into debt.