

# Lehrpläne AHS-Oberstufe

## Geographie und wirtschaftliche Bildung

*Analyse ausgewählter Lernfelder*

Christiane Hintermann, Robert Vogler & Thomas Jekel  
Lehrplanarbeitsgruppe Geographie und wirtschaftliche Bildung  
Wien, 13. Jänner 2026

# Programm

- **Einführung Leben in der Digitalität**
  - **Fachdidaktische Grundlagen**
    - *Knappe Basisliteratur*
    - *Lehrplanauszug*
  - **Strukturelle Ideen zur Umsetzung**
    - *Räumliche Analyse & Partizipation*
    - *Plattformen & Algorithmisierung, Welterfahrung & Identitätskonstruktionen*
- Jeweils mit Diskussion & Erfahrungsaustausch.**

# Leben und Wirtschaften in der Digitalität – Didaktische Grundlagen

## Der Beitrag des Fachs Geographie zur Bildung in einer durch Digitalisierung und Mediatisierung geprägten Welt

Positionspapier des Hochschulverbands für Geographiedidaktik (HGD) e.V.

beschlossen am 02.10.2020 durch die Mitgliederversammlung des HGD

An der Entstehung des Positionspapiers haben folgende Personen (alphabetische Reihung) mitgewirkt:

**Initiales Autor\*innenteam:** Christian Dorsch, Inga Gryl, André Hermes, Thomas Jekel, Michael Lehner, Christiane Meyer, Fabian Pettig, Jana Pokraka, Gabriele Schrüfer, Uwe Schulze

**Kommentierungen der zehn Perspektiven:** Marc Böckler, Tabea Bork-Hüffer, Maximilian Breuer, Tim Elrick, Francis Harvey, Anne-Kathrin Lindau, Veit Maier, Peter Mandl, Florian Ringel, Nikolai Rohmann, Mathias Rodatz, Angelika Neudecker, Nina Scholten, Sandra Sprenger, Dietmar Steinbach, Till Straube, Kristina Thiemann, und viele weitere, die mit Anmerkungen und Bausteinen unterstützt haben (aber sich nicht in die Liste der Autor\*innen eingetragen haben)

**Redaktion und Beschlussfassung:** Inga Gryl, Fabian Pettig, Uwe Schulze

<https://geographiedidaktik.org/geographische-bildung-und-digitalisierung/>  
(13.1.2026, wesentlich: S.5)

Fabian Pettig  
Inga Gryl Hrsg.

Geographische  
Bildung in  
digitalen Kulturen

Perspektiven für Forschung  
und Lehre

## **5. Klasse**

### **Leben und Wirtschaften in der Digitalität**

Die Schülerinnen und Schüler können

- digitale Geomedien zur Darstellung, Strukturierung und Analyse von räumlichen und ökonomischen Phänomenen und Prozessen sowie zur Partizipation im Alltag, in Fragen der Raumordnung (zB Flächenwidmungs- und Bebauungsplan) und der nachhaltigen Entwicklung anwenden;<sup>6,7</sup>
- Einflussfaktoren, (Geschäfts-)Modelle und die Wirkungen von (Geo-) Onlineplattformen analysieren sowie die Bedeutung, Chancen und Risiken (u.a. Betrugsfallen) der Digitalität auf ihre eigene Privatsphäre und ihr Weltbild reflektieren.<sup>4,6,13</sup>

### **Anwendungsbereiche**

- Geoportale und mediale Produktion von Räumen
- algorithmengesteuerter Onlinehandel, In-App-Käufe sowie Schutz persönlicher Daten

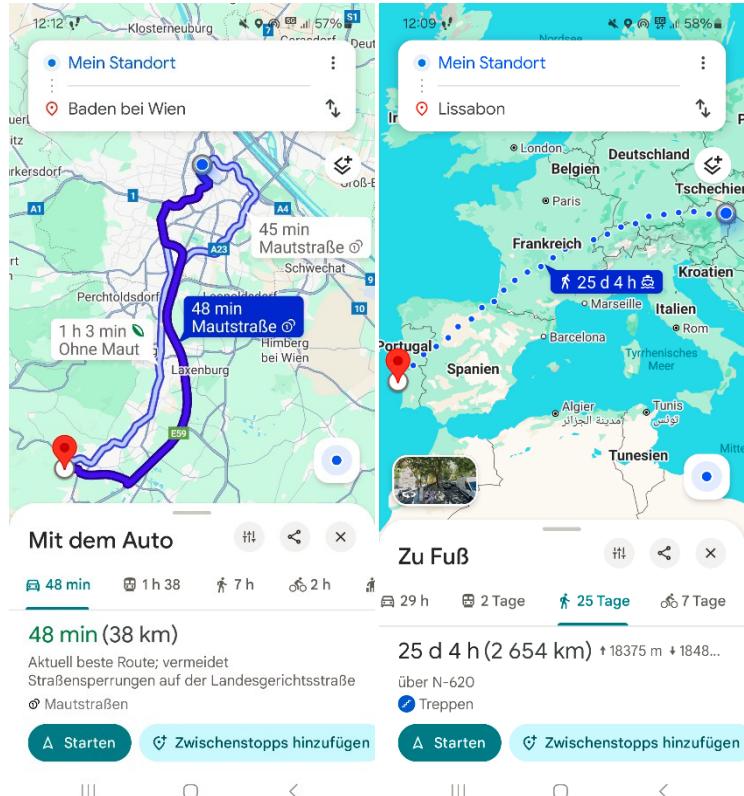
## **Räumliche Analyse**

## Räumliche Analyse: Routenplanung (Google Maps)

- Netzwerk als Grundlage
- Einpflegen kartierter Regeln (Einbahnen, Geschwindigkeit)
- Einpflegen Verkehrslage

-> Individualisierte Karte

**Analog:** Flottenmanagement,  
Logistikplanung, Leitungsplanung  
udergl.

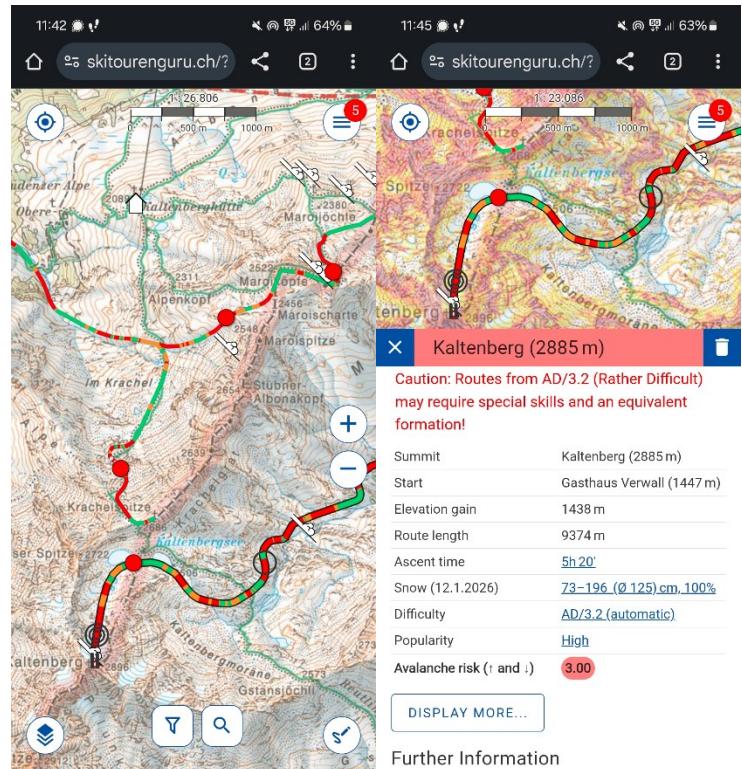


## Räumliche Analyse: Lawinengefahr für Skitouren (skitourenguru.ch)

- Hangneigung
- Interpolierte Schneelage
- Lawinenbericht
- Bekannte Tourenrouten
- Vergangene Lawinenereignisse

-> Risikofaktor

Analog: Gefahrenzonenkartierung,  
Überschwemmungsrisiken,  
Wettermodellierung ...



# Räumliche Analyse: Vertriebsgebietsplanung g (zB. WiGEOGIS)

- Darstellung von räumlicher Marktdeckung
- Zielgruppendefinierte Bewerbung (hier Franchisenehmer)
- Logistikplanung

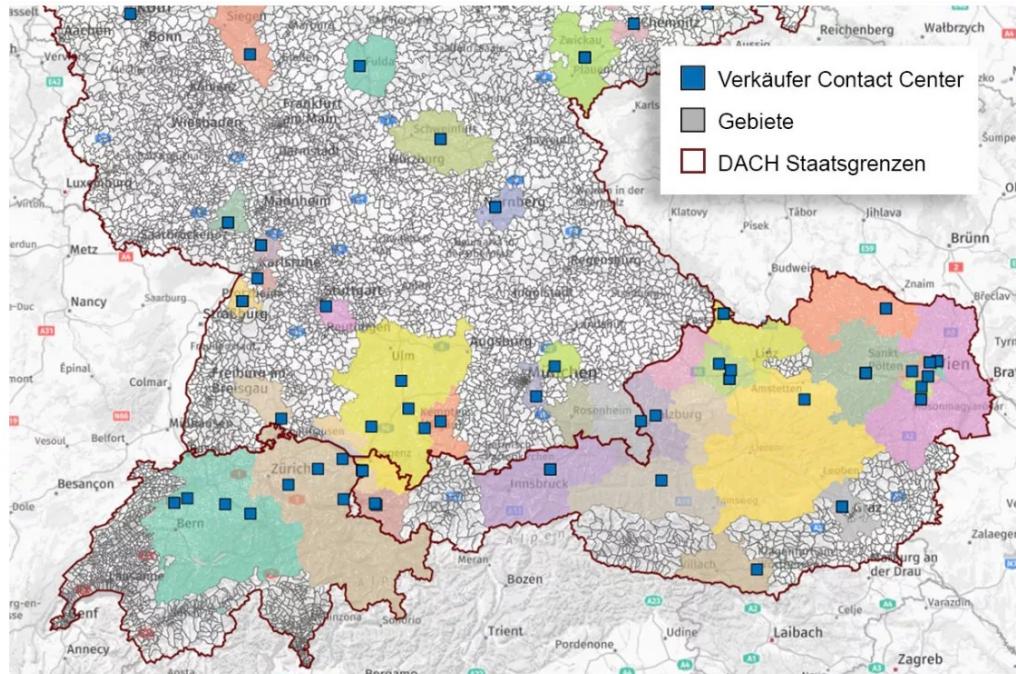
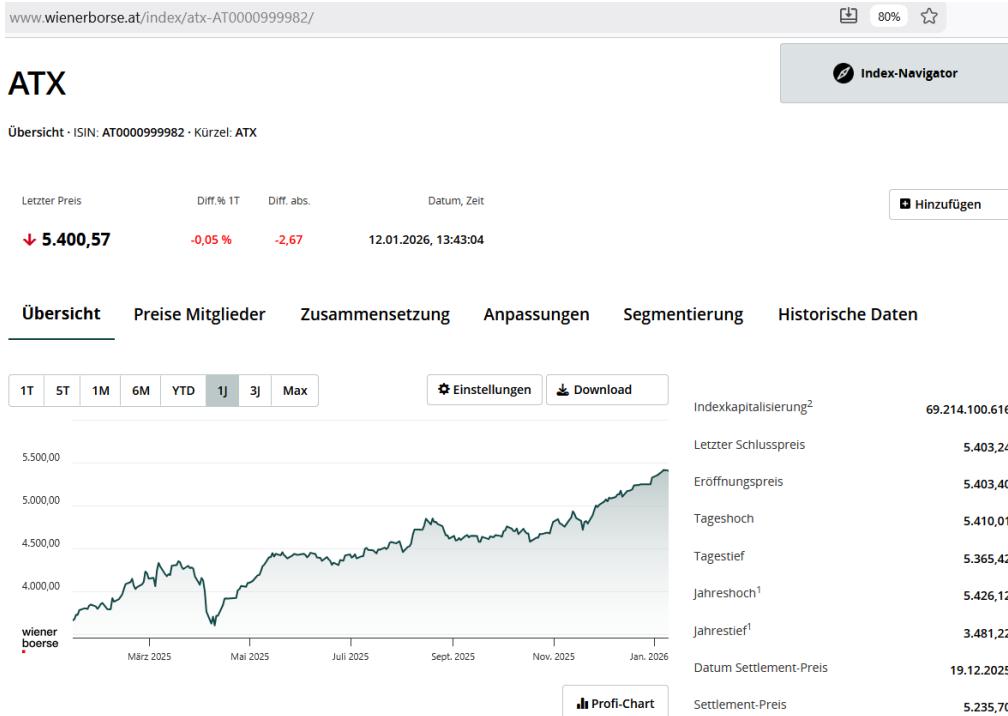


Bild: Mit WiGeoWeb plant Viterma Vertriebsgebiete und bringt Kunden mit den passenden Verkäufern zusammen. Die Franchisegebiete sind auf der Karte farblich unterschiedlich eingefärbt.

## Generelle Logik

- Zugriff auf stabile Plattformen
- Tagesaktuelle Daten
- Regionalisierte / regionalisierbare Zugriffe
- Schulbuch: Generelle Arbeitsaufgaben



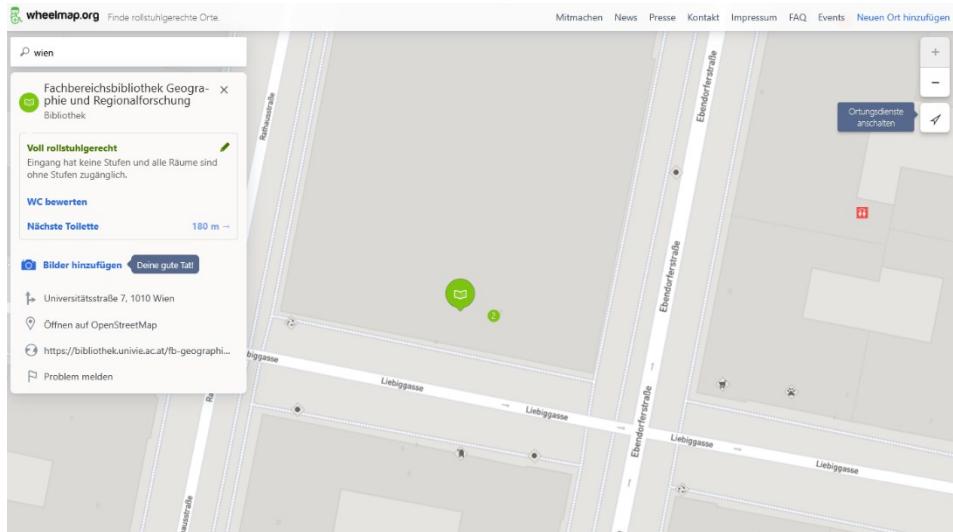
**Partizipation - informell**

## Kollaborative Mapping (hier: Wheelmap.org)

- Einfache Beitragsmöglichkeiten
- Public Science
- Minimale technische Notwendigkeiten

Analog: Openstreetmap,  
Tracking (zB. Mountainbike,  
Trailrunning)

... Unvolunteered Geographic Information (zB.  
Bewegungsdaten)



**Partizipation - formell**

**Landesrecht konsolidiert Steiermark: Gesamte Rechtsvorschrift für Steiermärkisches Raumordnungsgesetz 2010, Fassung vom 09.01.2026**

 Druckansicht

Andere Formate:  

**§ 5a**

**Beteiligung der Öffentlichkeit**

- (1) Der Entwurf des Plans oder des Programms und der begleitende Umweltbericht sind unter Einräumung der Möglichkeit zur Stellungnahme innerhalb einer Frist von mindestens acht Wochen
1. den öffentlichen Umweltstellen zu übermitteln oder in geeigneter Form zur Kenntnis zu bringen und
  2. der Öffentlichkeit durch Auflage zur Einsichtnahme bei der Planungsbehörde während der Amtsstunden und nach Maßgabe der technischen Möglichkeiten auch in allgemein zugänglicher elektronischer Form (z. B. Internet) zugänglich zu machen.
- (2) Die Art der Zugänglichkeit der Unterlagen nach Abs. 1 für die Öffentlichkeit ist auf der Internetseite der Planungsbehörde kundzumachen. Die Kundmachung hat zu enthalten:
1. eine Darstellung des wesentlichen Inhalts des Plans oder Programms,
  2. den Ort und die Zeit der Einsichtnahmemöglichkeit,
  3. einen Hinweis darauf, während welcher Frist und in welcher Form zu den in Abs. 1 genannten Unterlagen Stellungnahmen abgegeben werden können und an welche Behörde diese zu richten sind, sowie
  4. gegebenenfalls die Angabe, ob im Rahmen der Entscheidung eine Umweltverträglichkeitsprüfung oder eine grenzüberschreitende Umweltverträglichkeitsprüfung oder grenzüberschreitende Konsultationen nach § 5b erforderlich sind.
- (3) Soweit in diesem Gesetz weitergehende Informations- und Stellungnahmerechte enthalten sind, bleiben diese unberührt.

Anm.: in der Fassung [LGBI. Nr. 15/2022](#)

## § 38

### Verfahren zur Erlassung und Änderung eines Flächenwidmungsplanes

(1) Der Gemeinderat hat die Auflage des Entwurfes zur Erstellung oder Änderung des Flächenwidmungsplanes zu beschließen. Der Beschluss hat insbesondere zu enthalten:

1. die Auflage in der Dauer von mindestens 8 Wochen,
2. den Hinweis, wo in den Entwurf während der Amtsstunden Einsicht genommen werden kann,
3. den Hinweis, dass jedermann innerhalb der Auflagedauer Einwendungen schriftlich und begründet beim Gemeindeamt (Magistrat) bekannt geben kann.
4. (Anm.: entfallen)

(2) Dieser Beschluss ist durch Anschlag an der Amtstafel, in der Landeshauptstadt Graz zusätzlich durch einmalige Verlautbarung im Amtsblatt kundzumachen. Der Inhalt des Beschlusses soll auch sonst ortsüblich und zweckmäßig bekannt gemacht werden. In der Kundmachung ist die Dauer der Auflage kalendermäßig zu bestimmen.

(3) Von dieser Beschlussfassung sind so rasch wie möglich schriftlich (oder elektronisch hinsichtlich der Stellen nach Z 3. bis 8.) zu benachrichtigen:

1. die für Angelegenheiten der örtlichen Raumordnung zuständige Fachabteilung des Amtes der Landesregierung unter Anchluss aller aufgelegten Unterlagen.
2. die grundbücherlichen Grundeigentümer, deren Grundstücke zur Gänze oder teilweise ohne Anregung des Grundeigentümers von Freiland in Bauland gewidmet oder von Bauland in Freiland rückgewidmet werden sollen.

Als Zustelladresse gilt jene Wohnanschrift, an welche die Bescheide über die Grundsteuer ergehen. Die erfolgte, jedoch mangelhafte Verständigung der Grundeigentümer hat auf das gesetzmäßige Zustandekommen des Flächenwidmungsplanes keinen Einfluss.

3. die benachbarten Gemeinden,
4. die Wirtschaftskammer,
5. die Landwirtschaftskammer,
6. die Arbeiterkammer Steiermark,
7. die Steiermärkische Kammer für Arbeiter und Angestellte in der Land- und Forstwirtschaft sowie
8. die Bundes- und Landesdienststellen und weitere Körperschaften öffentlichen Rechtes, die von der Landesregierung nach Maßgabe der von diesen wahrzunehmenden Aufgaben durch Verordnung festzulegen sind, soweit sie davon betroffen sind.
9. (Anm.: entfallen)

(4) Der Entwurf einschließlich des Erläuterungsberichtes ist für die gesamte Auflagedauer im Gemeindeamt (Magistrat) während der Amtsstunden zur allgemeinen Einsicht aufzulegen und nach Maßgabe der technischen Möglichkeiten auch in allgemein zugänglicher elektronischer Form (z. B. Internet) zu veröffentlichen. Bei Erforderlichkeit einer Umweltprüfung (§ 4 Abs. 1, 1a, 2 und 2a) sind die §§ 5a und 5b zusätzlich anzuwenden, bei Nichterforderlichkeit einer Umweltprüfung (§ 4 Abs. 2, 2a und 3) ist die Begründung hierfür zusammen mit dem Flächenwidmungsplan aufzulegen.

(5) (Anm.: entfallen)

(6) Der Bürgermeister hat den Entwurf des Flächenwidmungsplanes samt den eingelangten schriftlichen Einwendungen dem Gemeinderat zur Beschlussfassung vorzulegen. Rechtzeitige und schriftlich begründete Einwendungen sind vom Gemeinderat zu beraten und in Abwägung mit den örtlichen Raumordnungsinteressen nach Möglichkeit zu berücksichtigen. Bei Erforderlichkeit einer Umweltprüfung ist § 5c zusätzlich anzuwenden.

Sie sind hier: &gt; Landesentwicklung &gt; Planung &gt; Planungsgrundlagen



- > Landesplanung
- > Regionalplanung und REPROS
- > Starke Zentren
- > Örtliche Raumplanung
- > Regionales Bauen
- > Rechtsgrundlagen
- > Planungsgrundlagen**
- > Anmeldung Veranstaltungen



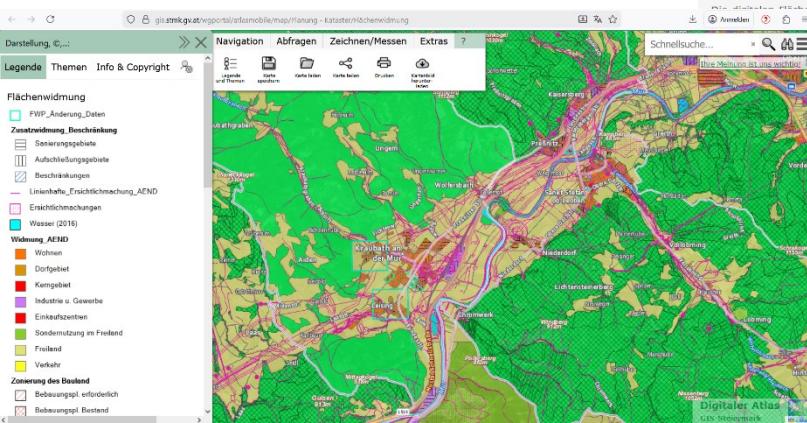
## Digitaler Flächenwidmungsplan

Die Verfügbarkeit von digitalen Flächenwidmungsplänen ist eine wesentliche **Grundvoraussetzung**, um örtliche und überörtliche Raumplanung zeitgemäß und mit vertretbarem Aufwand betreiben zu können.

Sie stellen darüber hinaus eine **wichtige Planungs- und Entscheidungsgrundlage** für andere Fachbereiche der Landesverwaltung wie Verkehrsplanung, Naturschutz, Wasserwirtschaft sowie für Unternehmen und Haushalte dar.

### Flächenwidmungsplan im digitalen Atlas

Flächenwidmungspläne sind integraler Teil des Rauminformationssystems Steiermark. Über den [Digitaler Atlas](#) sind sie für jedermann zugänglich und ersichtlich.



**(Geschäfts-)Modelle und die Wirkungen von  
(Geo-) Onlineplattformen analysieren**

# Geschäftsmodelle

	<b>Consumer</b>	<b>Business</b>
<b>Consumer</b>	<b>Consumer-to-Consumer (C2C)</b>  <b>Onlinemarktplätze</b> <ul style="list-style-type: none"><li>■ Kleinanzeigen</li><li>■ Social Community Commerce</li><li>■ Sharing Economy</li></ul> <b>Onlineauktionen</b>	<b>Consumer-to-Business (C2B)</b>  <b>Onlinemarktplätze</b> <ul style="list-style-type: none"><li>■ Vermittlungsplattformen</li><li>■ Stellenanzeigen</li><li>■ Bewerberportale</li></ul> <b>Second Hand Online Sales</b> <ul style="list-style-type: none"><li>■ Recommerce</li></ul>
<b>Business</b>	<b>Business-to-Consumer (B2C)</b>  <b>Onlineshops und Mobileshops</b> <ul style="list-style-type: none"><li>■ Single-Shops</li><li>■ Multi-Shops</li></ul> <b>Onlinemarktplätze</b>  <b>Social Commerce</b> <ul style="list-style-type: none"><li>■ Social-Media-Plattformen</li></ul>	<b>Business-to-Business (B2B)</b>  <b>Onlineshops und Mobileshops</b>  <b>Onlinemarktplätze/Auktionen</b> <ul style="list-style-type: none"><li>■ Horizontale Marktplätze</li><li>■ Vertikale Marktplätze</li></ul> <b>E-Procurement</b> <ul style="list-style-type: none"><li>■ Herstellerbetriebene Beschaffungsplattformen</li></ul>

# Rolle von Algorithmen

The screenshot shows a Spotify interface with various algorithmically generated playlists and recommendations.

**Chillout** section:

- Easy Jazz**: The easy listening sound of Jazz. Cover: Norah...
- Beruhigende Klassik**: Diese klassische Musik wirkt garantiert...
- Winter Chillout**: Songs, die von innen wärmen.
- Klassische Klaviermusik**: Klassische Klaviermusik zum Entspannen.
- Relaxing Chopin**: Relaxing piano works by Chopin.
- Mellow Cello**: Entspann dich bei diesen sanften Cellomelodien.
- Entspannte Klassik**: Ruhige klassische Stücke zum Entspannen und...

**Zaz Radio** section:

- Best of New Classical 2025**: All the best music from New Classical in 2025. Cover: Alice Sara Ott.
- 2000er-Mix**: Playlist • Spotify
- 80er-Mix**: Playlist • Spotify
- Éblouie par la nuit**: Zaz

Bottom right corner text: **Spotify CH, 13.01.2026**

Bottom left corner text: **0°C Bewölkt**

Bottom center navigation bar:

- Home icon
- Search bar: Was möchtest du wiedergeben?
- Profile icon
- Play button
- Progress bar: 1:35 to 2:43
- Volume icon
- Exit icon

## Rolle von Algorithmen

# Wohin als Nächstes, Christiane?

### Griechenland entdecken

Diese beliebten Reiseziele haben viel zu bieten.



**Kreta**

13.589 Unterkünfte



**Xerokampos**

35 Unterkünfte



**Chania**

2.289 Unterkünfte



**Matala**

111 Unterkünfte



**Agios Nikolaos**

447 Unterkünfte



**Elounda**

206 Unterkünfte

Booking CH,  
13.01.2026

# Risiken und Konsument\*innenschutz

## Liste Fake-Shops/betrügerische Online-Shops

Jeden Tag tauchen zahlreiche neue Fake-Shops auf. Wer dort bestellt, erhält trotz Bezahlung nichts oder etwas, das nicht dem beworbenen Produkt entspricht. **So schützen Sie sich vor Fake-Shops.**

Die Liste wird laufend aktualisiert. Es gelten die **Nutzungsbedingungen** der Watchlist Internet. Sind Sie auf einen Fake-Shop gestoßen, der hier nicht auftaucht? Informieren Sie uns über das **Meldeformular**.

Geben Sie einen Suchbegriff ein.  
Suche

Ihre Suche lieferte 22409 Treffer

<a href="#">boostedbuys.com</a>	<input type="checkbox"/> Seit 12.01.2026 gelistet	<b>Betrügerische Shops</b>	<a href="#">Mehr Infos</a>
<a href="#">belvederewien.shop</a>	<input type="checkbox"/> Seit 12.01.2026 gelistet	<b>Betrügerische Shops</b>	<a href="#">Mehr Infos</a>
<a href="#">ilair.thinklink.blog</a>	<input type="checkbox"/> Seit 12.01.2026 gelistet	<b>Betrügerische Shops</b>	<a href="#">Mehr Infos</a>
<a href="#">levolt.co.at</a>	<input type="checkbox"/> Seit 12.01.2026 gelistet	<b>Betrügerische Shops</b>	<a href="#">Mehr Infos</a>
<a href="#">bayday.hairblue.blog</a>	<input type="checkbox"/> Seit 12.01.2026 gelistet	<b>Betrügerische Shops</b>	<a href="#">Mehr Infos</a>
<a href="#">leuchtenheim.com</a>	<input type="checkbox"/> Seit 12.01.2026 gelistet	<b>Betrügerische Shops</b>	<a href="#">Mehr Infos</a>

## Phishing-Falle: Europareise-Gewinnspiel

Um was geht es?

Gewinnspiel für einen Reiseutschein, mit dem zwei Monate an alle europäischen Züge kostenlos genutzt werden können, inklusive einem Taschengeld von 3.000 Euro. Um zu gewinnen, muss ein kleines Memory gespielt werden. Anschließend werden Daten abgefragt.

Textvorschlag

Link zur Fake-Falle

Link zur Original-Falle

Einen Sommer lang durch Europa mit dem Zug! Von kleinen griechischen Inseln zu den norwegischen Spitzbergen, Spanische Pyrenäen und türkische Bälligen genießen.

Wir machen es möglich! Mache bei unserem Spiel mit und mit einem Glück kennst du zwei Monate alle Züge in Europa gratis! Ein Taschengeld von 3.000 Euro gibt noch dazu.

Fake-Falle weiterleiten:

[SMS](#) [Email](#) [Facebook](#) [Twitter](#)

<https://www.watchlist-internet.at/vorsicht-falle/>

<https://www.watchlist-internet.at/liste-betruegerischer-shops/>

**Bedeutung der Digitalität reflektieren**

# Ein Leben ohne Smartphone ist möglich – auf Zeit!



## 21 Tage ohne Smartphone Das ultimative Schulexperiment

Was passiert, wenn Schüler\*innen für 21 Tage ihr Smartphone ausschalten?  
Die Dok.-1-Reportage "Drei Wochen Handy-Entzug. Das Experiment" im ORF hat gezeigt,  
wie Lehrer\*innen des Konrad Lorenz Gymnasiums den digitalen Ertrag erleben: von  
Kopfschmerzen und Unruhe bis zu besseren Gesprächen und echtem Freiheitsgefühl.

Welche Erkenntnisse liefert dieses Experiment? Und was können wir daraus  
für Schule und (GWB-)Unterricht lernen?

Darüber diskutieren:

- Fabian Schreck (Lehrer, Projektinitiator und -begleiter)
- Schüler\*innen des Konrad Lorenz Gymnasiums
- Oliver Scheibenbogen (projektbegleitender Psychologe)
- Barbara Buchegger (Safeinternet.at)
- Herbert Pichler (GWB-Lehrer und Fachdidaktiker, Universität Wien)

Moderation: Christiane Hintermann (Universität Wien)

Wir laden Sie und euch herzlich zur Veranstaltung ein!

Wann? 26. November 2023 | 18 - 20 Uhr

Wo? Hörsaal Sa | NIG | Universitätsstraße 7, 1010 Wien

Um Voranmeldung wird gebeten: johanna.ruhm@univie.ac.at

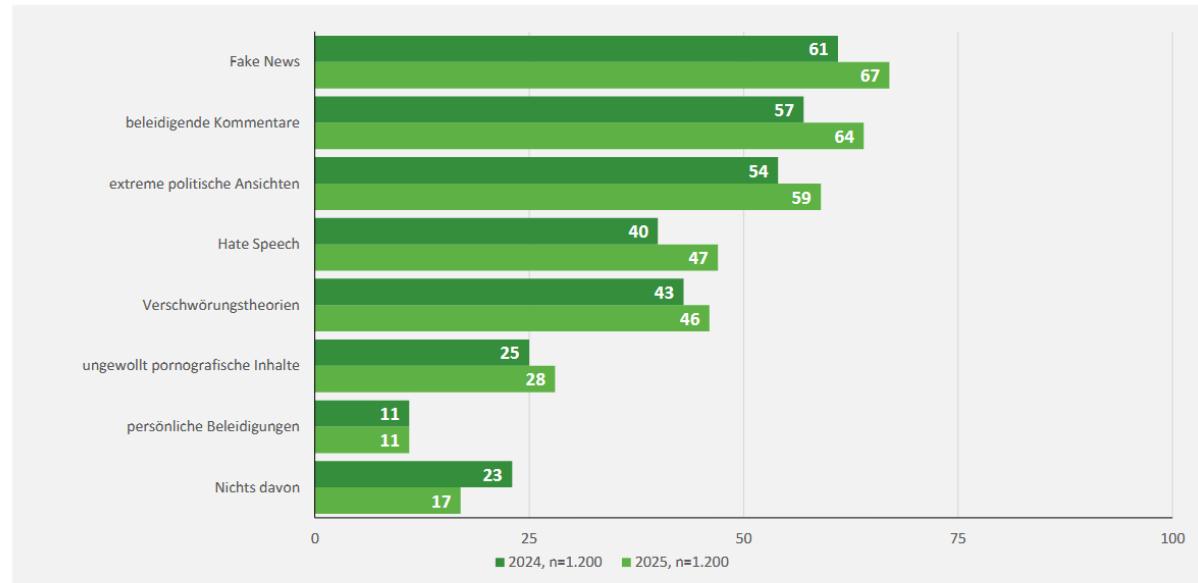


## Wie beeinflussen/(mit)bestimmen Online-Plattformen

- unsere Welterfahrung,
- unser (räumliches) Handeln und Verhalten in der Welt,
- unsere Identitätskonstruktionen und Zugehörigkeitsdefinitionen und -erfahrungen?

# Erfahrungen Jugendlicher im Internet

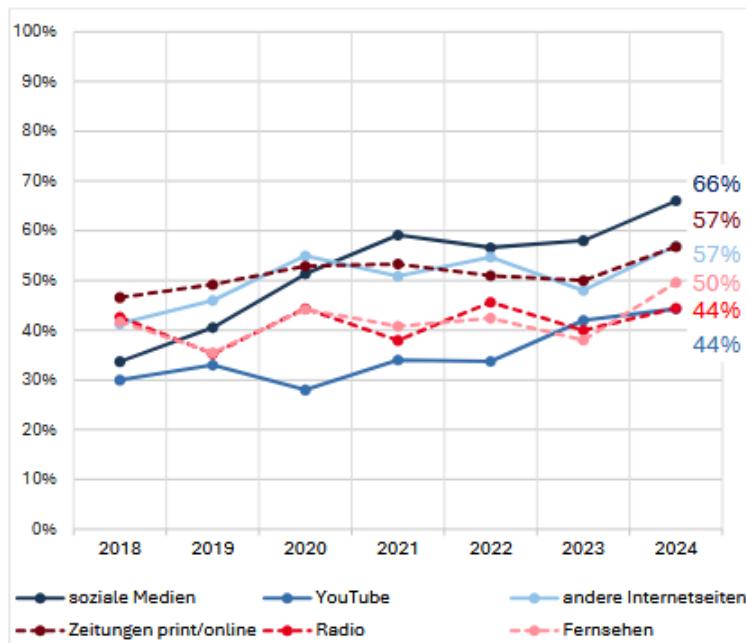
Mir sind im letzten Monat im Internet begegnet ... – 2024 zu 2025



Quelle: JIM 2024, JIM 2025, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten

# Bedeutung von Echokammern und Filterblasen

Abbildung 6: Mediennutzung (zumindest einmal pro Woche)



Frage im Wortlaut: „Informieren Sie sich nie, selten, einmal pro Woche, mehrmals pro Woche oder täglich über politische Themen in ...?“, für die Darstellung zusammengefasst wurden „einmal pro Woche“, „mehrma ls pro Woche“ und „täglich“.



**Vielen Dank!**