

*Traum*beruf **Chef**

Unternehmergeist im Unterricht fördern

- › Lehrerinfos
- › Lernziele
- › Methodische Anregungen
- › Arbeitsblätter



ARBEITSGEMEINSCHAFT

Jugend + Bildung e.v.

Editorial	1	So findest du deinen Markt	
		Lehrerinfo F	14
Zum Thema	2	Arbeitsblatt F	15
Das Unternehmerbild in Deutschland		So wirtschaftest du als Unternehmer	
Lehrerinfo A	4	Lehrerinfo G	16
Arbeitsblatt A	5	Arbeitsblatt G	17
Die Bedeutung von Existenzgründungen und Unternehmen		So führst du ein Unternehmen	
Lehrerinfo B	6	Lehrerinfo H	18
Arbeitsblatt B	7	Arbeitsblatt H	19
Faktoren des wirtschaftlichen Handelns		Service	
Lehrerinfo C	8	Tipps für die Gründung einer Schülerfirma	20
Arbeitsblatt C	9		
Wann du ein Unternehmertyp bist		Wettbewerbe und Planspiele zum Thema Unternehmertum	22
Lehrerinfo D	10		
Arbeitsblatt D	11	Ausgezeichnete Gründungskonzepte und Schülerfirmen	24
So wirst du Unternehmer			
Lehrerinfo E	12		
Arbeitsblatt E	13		

Impressum

Herausgeber: Arbeitsgemeinschaft Jugend und Bildung e. V., Berlin, www.jugend-und-bildung.de, in Zusammenarbeit mit dem



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

www.bmwi.de

Verlag: Universum Verlag GmbH,
Taunusstraße 54, 65183 Wiesbaden,
Vertretungsberechtigte: Geschäftsführer Siegfried
Pabst und Frank-Ivo Lube,
Handelsregister: Amtsgericht Wiesbaden,
Registernummer: 2208, USt-IdNr.: DE250786819,
Internet: www.universum.de
E-Mail: info@universum.de

Redaktion: Michael Jäger (verantwortlich),
Katrin Minarek, Stefanie Pietzsch

Text: Jana Both

Pädagogische Beratung: Dr. Eva-Maria Kabisch
(ehem. Senatsverwaltung für Bildung, Jugend und
Sport, Berlin)

Fachliche Beratung: Bundesministerium für
Wirtschaft und Technologie (BMWi)

Redaktionsschluss: Dezember 2009

Gestaltung: Cicero Gesellschaft für Werbung und
Kommunikation mbH, 65183 Wiesbaden

Satz: Freisign GmbH, Eppstein

Fotos: Bärbel Schmidt/Deutscher Gründerpreis (S. 24); Digitalpress/Fotolia (Titel); emotive images/Strandperle (Titel); Nabil Hanano/Juniorprojekt (S. 25); Yuri Arcus/Fotolia (S. 3, 21)

Druck: Silber Druck oHG, Niestetal

Dieses Werk, einschließlich all seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Alle Beiträge sind sorgfältig recherchiert und entsprechen dem aktuellen Stand. Diese Schrift wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt.

© 2009, Arbeitsgemeinschaft Jugend und Bildung e. V., www.jugend-und-bildung.de

In Deutschland haben sich rund 3,9 Millionen Menschen einen großen Traum erfüllt: Sie sind Chef oder Chefin eines eigenen Unternehmens. Um ihre Ideen selbstbestimmt zu verwirklichen, verzichten sie auf Freizeit und arbeiten hart. Unternehmerinnen und Unternehmer sind der Motor des Wirtschaftskreislaufs und prägen die deutsche Volkswirtschaft: Sie schaffen Ausbildungs- und Arbeitsplätze, sorgen für Innovationen und Weiterentwicklung, fördern den ökonomischen Wettbewerb und den Strukturwandel, tragen zu Freiheit und Stabilität bei. Damit leisten sie einen entscheidenden Beitrag dazu, dass unser Wirtschaftssystem funktioniert und sich weiterentwickelt.

Doch obwohl Bund, Länder und Gemeinden eine Vielzahl von Programmen bieten, um Existenzgründer zu fördern, ist ihre Zahl in Deutschland im internationalen Vergleich eher gering. Nach Ansicht der Autoren des Global Entrepreneurship Monitors (GEM) 2008 gibt es dafür folgende Gründe: Die Angst, mit einem Unternehmen zu scheitern, hält viele Menschen vom Schritt in die Selbstständigkeit ab. Zudem glauben viele, nicht über die notwendigen Fähigkeiten zu verfügen. Zum Unternehmer wird niemand geboren, aber unternehmerische Qualifikationen können sich in einer aufgeschlossenen Gesellschaft entwickeln. Dabei spielen Schulen eine wichtige Rolle.

Unternehmergeist im Unterricht fördern

Zwar sind die Themen Unternehmertum und unternehmerische Selbstständigkeit in den Lehrplänen der Bundesländer aufgeführt. Im Schulalltag kommen sie jedoch oft zu kurz. Dabei wünschen sich die Schülerinnen und Schüler mehr Wissen rund um die Bereiche wirtschaftliches Handeln, Existenzgründung, Unternehmensführung und die damit verbundenen Aufgaben. Genau an dieser Stelle setzt die vorliegende Lehrermappe „Traumberuf Chef“ an.

Auf den Lehrerseiten bekommen Lehrerinnen und Lehrer Tipps, wie sie mithilfe der Arbeitsblätter die Themen kompakt und praxisorientiert beispielsweise in den Wirtschafts- oder Sozialkundeunterricht integrieren können. Eine frühzeitige Auseinandersetzung mit der Frage der unternehmerischen Selbstständigkeit trägt dazu bei, dass sich die Schülerinnen und Schüler mit den damit verbundenen Vorteilen und Möglichkeiten, aber auch Aufgaben und Risiken befassen und sie kritisch reflektieren. Die Arbeitsblätter wenden sich deshalb an die Lernenden in der Sekundarstufe I – an mögliche Unternehmer und Manager von morgen. Mit Blick auf das handlungsorientierte, an der eigenen Erfahrungswelt angelehnte Lernen erwerben die Schülerinnen und Schüler durch aktives, selbstgesteuertes und kommunikatives Handeln fachliche, methodische und soziale Kompetenzen. Die Lehrermappe hat folgende Ziele:

- » **Wecken des Unternehmergeists bei Schülerinnen und Schülern der Sekundarstufe I**
- » **Aufzeigen der unternehmerischen Selbstständigkeit als lohnende berufliche Perspektive**
- » **Vermittlung von Kenntnissen zu den Themen Existenz- und Unternehmensgründung sowie Unternehmensführung**

Damit leistet die Lehrermappe einen wichtigen Beitrag dazu, das Interesse von Schülerinnen und Schülern an den Themen Selbstständigkeit und Unternehmertum zu wecken und zu fördern.

Wie funktioniert die soziale Marktwirtschaft? Was ist der Unterschied zwischen einer GmbH und einer GbR? Welche Schritte sind nötig, um sich beruflich selbstständig zu machen? Wie berechnen sich Umsatz und Gewinn? Wie regulieren Angebot und Nachfrage den Preis für ein Produkt oder eine Dienstleistung? Wirtschaftliche Grundkenntnisse sind das Rüstzeug, um den beruflichen, aber auch den privaten Alltag zu meistern.

Wirtschaftswissen von Schülerinnen und Schülern

Was jedoch das tatsächlich vorhandene Wirtschaftswissen von Schülerinnen und Schülern anbelangt, so weist dieses aktuell trotz erheblicher Fortschritte im Vergleich zu den vergangenen Jahren immer noch Lücken auf. So stellte die Jugendstudie des Bundesverbands deutscher Banken aus dem Jahr 2009 fest, dass vier von fünf der jugendlichen Befragten mit einem Begriff wie dem der sozialen Marktwirtschaft nichts anfangen können. Ähnlich gering ist der Kenntnisstand der Schülerinnen und Schüler zum marktwirtschaftlichen Prinzip von Angebot und Nachfrage. So geben drei Viertel an, zumindest schon einmal etwas davon gehört zu haben, aber nur rund die Hälfte aller Befragten kann erklären, was sich hinter diesem Prinzip der Markt- und Preisregulierung verbirgt. Trotz alledem sind die Schülerinnen und Schüler keineswegs wirtschaftskritisch eingestellt. Im Gegenteil: Im Vergleich zu Berufstätigen haben sie ein positiveres Bild von Unternehmern. Deshalb ist es nicht verwunderlich, dass sich laut der Jugendstudie acht von zehn der befragten Jugendlichen dafür aussprechen, Wirtschaftsthemen in der Schule einen breiteren Raum zu geben. Damit verbunden sind Forderungen nach einem eigenständigen Schulfach Wirtschaft. Dieser Wunsch wird, so der Bundesverband deutscher Banken, nicht nur von Erwachsenen, sondern auch von den Schülerinnen und Schülern selbst geäußert.

(Quelle: Bundesverband deutscher Banken (Hrsg.): Jugendstudie 2009 – Ergebnisse repräsentativer Meinungsumfragen im Auftrag des Bundesverbandes deutscher Banken, Berlin 2009, S. 11–12)

Bezug zum Lehrplan

Die Themen Unternehmensgründung und Unternehmensführung sind in den Lehrplänen aller Bundesländer vorgegeben. Meist handelt es sich bei den Lehrplanvorgaben um stichwortartig formulierte Lerninhalte. Dies birgt die Chance, die inhaltliche und methodisch-didaktische Ausgestaltung an die jeweilige Klassensituation anzupassen. In der Sekundarstufe I sollen grundlegende volks- und betriebswirtschaftliche Kenntnisse vermittelt sowie praktische Fragen zur Unternehmensgründung und -führung beantwortet werden.

Fächer der Sekundarstufe I, in denen Themen wie Existenzgründung und Unternehmertum laut Lehrplan behandelt werden, sind neben den wirtschaftsorientierten Fächern auch sozial- und gemeinschaftskundliche Fächer wie Rechtserziehung oder Gemeinschaftskunde. Mit dieser Lehrermappe werden Schwerpunkte insbesondere bei folgenden Themen gesetzt:

- » **Bedeutung des Unternehmertums für eine Volkswirtschaft**
- » **Chancen und Risiken der beruflichen Selbstständigkeit**
- » **Grundsätze wirtschaftlichen Handelns**
- » **Interessen der Unternehmer und des Staates**
- » **Unternehmensziele und unternehmerische Kennzahlen**
- » **Finanzierung einer Unternehmensgründung**
- » **Entwicklung einer Geschäftsidee**
- » **Unternehmensrechtsformen und deren Kennzeichen**

Einsatz im Unterricht

Die in der Lehrermappe enthaltenen Arbeitsblätter wenden sich an Schülerinnen und Schüler der Sekundarstufe I an allgemein bildenden Schulen aller Schulformen. Mit Blick auf die Lehrpläne der Länder liegt der Schwerpunkt des Einsatzes in den wirtschaftsorientierten Fächern. Darüber hinaus bieten die fachübergreifend und fächerverbindend ausgerichteten Inhalte und Methoden auch Anknüpfungspunkte für die Beschäftigung mit der Thematik in anderen Fächern – zum Beispiel in Rechtserziehung, Politik oder Deutsch. Aufgaben, die sich mit Fragen des Rechnungswesens oder der Buchführung befassen, können zudem auch im Mathematikunterricht ihren Einsatz finden. Das Arbeitsblatt zur Bedeutung von Existenzgründungen und Unternehmen für eine soziale Marktwirtschaft (Arbeitsblatt B) ist auch für das Fach Geschichte interessant. Die Arbeitsblätter können – entsprechend den schulischen Bedürfnissen – sowohl einzeln als auch aufeinander aufbauend eingesetzt werden.



Auf den nachfolgenden Seiten finden Sie Arbeitsmaterialien zu den Themen Unternehmensgründung und Unternehmensführung (Arbeitsblätter). Eine Ergänzung finden diese durch methodisch-didaktische Hinweise zur Umsetzung im Unterricht (Lehrerinformationen).

Zum Aufbau der Lehrermappe

Auf den nachfolgenden Seiten finden Sie Arbeitsmaterialien zu den Themen Unternehmensgründung und Unternehmensführung (Arbeitsblätter). Eine Ergänzung finden diese durch methodisch-didaktische Hinweise zur Umsetzung im Unterricht (Lehrerinformationen).

Lehrerinformationen A bis H

Zu jedem der acht Schwerpunktthemen gibt es jeweils eine Lehrerinformation. In dieser finden Sie weiterführende Sachinformationen zum jeweiligen Themenkomplex. Darüber hinaus sind zentrale Lernziele, methodische Hinweise sowie weiterführende Literatur angegeben. All diese Informationen sind als Vorschläge für Arbeitsanregungen und Unterrichtseinstiege zu verstehen. Sie können sowohl zur Vorbereitung einer einzelnen Unterrichtseinheit als auch aufeinander aufbauend für die Auseinandersetzung mit dem Thema Unternehmertum als Bestandteil einer längeren Unterrichtsreihe genutzt werden.

Arbeitsblätter A bis H

Jede Lehrerinformation bezieht sich auf das entsprechende Arbeitsblatt. Die handlungsorientierten Arbeitsanweisungen sollen die Schülerinnen und Schüler motivieren, sich die Informationen zu den einzelnen Sachthemen eigenständig zu erschließen. Die Arbeitsblätter fördern soziale Kompetenzen wie selbstständiges Denken und Handeln, kreative Problemlösung, Kommunikations- und Konfliktfähigkeit sowie methodische Kompetenzen, beispielsweise Recherche- und Präsentationstechniken. Dabei sollen alle Formen von Medien genutzt werden – von der Zeitung bis zum Podcast. Ein Schwerpunkt liegt auf dem Medium Internet als Recherche-Instrument.

Der anschließende **Serviceteil** bietet einen Leitfaden mit Tipps zur Gründung einer Schülerfirma und eine Übersicht über bundesweite Wettbewerbe und Planspiele zum Thema Unternehmertum. Auf der letzten Doppelseite werden die Gewinner des Deutschen Gründerpreises für Schüler 2009 und des bundesweiten Schulprojekts JUNIOR im Jahr 2009 mit ihren Ideen vorgestellt.

Das Unternehmerbild in Deutschland

Zur Sache

Jugendliche in Deutschland haben ein positives Unternehmerbild. Dies ist das Ergebnis einer repräsentativen Studie der Bertelsmann Stiftung. 75,5 Prozent der befragten Jugendlichen gaben darin an, dass sie von Unternehmerinnen und Unternehmern eine „eher gute“ Meinung haben; bei 12 Prozent ist das Unternehmerbild sogar „sehr gut“. Den größten Einfluss auf das Unternehmerbild haben persönliche Erfahrungen. Dagegen haben Medienberichte einen eher negativen Einfluss auf die Meinung Jugendlicher zu Unternehmern. Berichte über riskante und fragwürdige volks- und betriebswirtschaftliche Aktionen, Managementversagen oder das Missverhältnis von Leistungs- und Anspruchsdenken sind mit dafür verantwortlich, dass Jugendliche den gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Beitrag eines Unternehmers als weniger bedeutsam einschätzen.

(Nach: Hekman, Björn: Youth Entrepreneurship Barometer 2007 der Bertelsmann Stiftung, Gütersloh 2007, S. 7)

Dieses Bild ist dadurch entstanden, dass es zum Beispiel in großen Kapitalgesellschaften einen Unterschied zwischen Managern und Unternehmern gibt. Ein Manager ist eine Führungskraft in einem Wirtschaftsunternehmen. Er ist in einer geschäftsführenden Funktion angestellt, aber nicht in jedem Fall auch Unternehmer und Eigentümer. Ein Manager fühlt sich oft stärker den Gewinninteressen der Kapitalgeber verpflichtet (Shareholder-Value), während ein Unternehmer einen Ansatz verfolgt, der das Unternehmen insgesamt zum Erfolg führt.

Lernziele

Die Schülerinnen und Schüler reflektieren ihr eigenes sowie das in den Medien dargestellte Unternehmerbild und bewerten dieses kritisch hinsichtlich des Realitätsbezugs. Mithilfe konkreter Beispiele aus ihrem persönlichen Umfeld setzen sich die Lernenden damit auseinander, dass sie überall von Unternehmen umgeben sind, die zum Funktionieren des wirtschaftlichen Systems beitragen. Dabei lernen sie die Definition eines Unternehmers kennen. Nach Bearbeitung der Einheit können die Schülerinnen und Schüler zentrale Merkmale eines Unternehmers benennen und erläutern.

Die Schülerinnen und Schüler

- » **entwickeln ein eigenes Unternehmerbild,**
- » **nehmen die Arbeit von Unternehmern in ihrem unmittelbaren persönlichen Umfeld stärker wahr und**
- » **benennen zentrale Eigenschaften von Unternehmern.**

Methodische Vorgehensweise

In einem ersten Schritt überprüfen die Schülerinnen und Schüler ihr Verständnis von einem Unternehmer und vergleichen dieses kritisch mit Informationen aus fiktionalen und nicht fiktionalen Medien. Eine fächerübergreifende Beschäftigung ist dabei möglich. Der Bezug zur Lebenswelt kann erhöht werden, indem die Schülerinnen und Schüler über Erfahrungen aus Praktikumszeiten oder von ihrem Neben- oder Ferienjob berichten. In einem zweiten Schritt testen die Lernenden ihr Wissen darüber, wer ein Unternehmer ist. Dabei greifen sie auf Kenntnisse und Erfahrungen aus ihrem unmittelbaren Umfeld zurück.

Unterrichtsfächer

Das Unternehmerbild sollte insbesondere in den wirtschafts- und gemeinschaftskundlich ausgerichteten Fächern hinterfragt werden. Einzelne Aufgabenstellungen können aber auch in den Fächern Ethik, Deutsch oder Kunst weiterbearbeitet werden.

Weitere Informationen

Hekman, Björn: Einstellungen Jugendlicher zur unternehmerischen Selbstständigkeit, Youth Entrepreneurship Barometer 2007, Bertelsmann Stiftung, Gütersloh 2007: wissenschaftliche Studie zur Frage des Unternehmerbilds von Jugendlichen, zu deren Bereitschaft, ein Unternehmen zu gründen, sowie zum Aspekt der wirtschaftlichen Kenntnisse von Schülerinnen und Schülern

Das Unternehmerbild in Deutschland

Unternehmen sind Teil des Wirtschaftskreislaufs und eng mit Lieferanten, Kunden, Arbeitnehmern, Banken und der Gesellschaft verbunden. Sie stellen MP3-Player her und liefern das Essen für eine Filmcrew, sie erfinden Internetsuchmaschinen und neue Solartechnik, sie schaffen Ausbildungs- und Arbeitsplätze. Unternehmerinnen und Unternehmer halten wirtschaftliche Prozesse in Gang. Im Gegensatz zu einer Arbeitnehmerin oder einem Arbeitnehmer leiten Unternehmer selbstständig und eigenverantwortlich ein Unternehmen. Dabei können sie sowohl Waren herstellen und vertreiben als auch Dienstleistungen anbieten. Damit ist der Bäcker um die Ecke ebenso ein Unternehmer wie ein Arzt, Steuerberater oder Rechtsanwalt. Ein Unternehmer ist nicht nur für seinen eigenen Arbeitsplatz und den wirtschaftlichen Erfolg seines Unternehmens verantwortlich, son-

dern schafft auch für andere Menschen Ausbildungs- und Arbeitsplätze – innerhalb seines Unternehmens und in den Unternehmen seiner Zulieferer und Kunden.

In Deutschland gibt es rund 3,9 Millionen selbstständige Unternehmerinnen und Unternehmer. Jahr für Jahr kommen etwa 400.000 bis 500.000 Neugründungen hinzu. Dies entspricht ungefähr der Einwohnerzahl von Städten wie Leipzig, Nürnberg, Oldenburg oder Essen. Das bedeutet aber nicht, dass alle gegründeten Unternehmen dauerhaft Erfolg haben. Letzten Endes entscheidet der Markt über den Bestand von Unternehmen.

(Quelle: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hrsg.): GründerZeiten, Heft 1: Existenzgründung in Deutschland, Ausgabe Juni 2009, S. 2–3)

(1) Wie sieht dein Unternehmerbild aus?

a) Welches Bild hast du von einem Unternehmer oder einer Unternehmerin? Erstelle dazu anhand von Zeitungsausschnitten eine Collage. Alternativ kannst du dein Unternehmerbild auch in einem kurzen Rollenspiel darstellen. Präsentiere deine Arbeit anschließend im Plenum.

b) Notiere dir über eine Woche in Stichworten, wie Unternehmerinnen und Unternehmer in den Medien dargestellt werde. Achte darauf, dass du nicht nur in Zeitungen stöberst und dir Nachrichtensendungen anhörst oder ansiehst, sondern auch Spielfilme oder Romane berücksichtigst. Stelle eure Ergebnisse im Plenum vor und

überprüft, inwiefern diese Unternehmerbilder mit eurem eigenen übereinstimmen.

c) Recherchiert, worin der Unterschied zwischen einem Unternehmer und einem Vorstandsvorsitzenden einer Aktiengesellschaft besteht. Welche Aufgaben haben beide?

d) Diskutiert in der Klasse, was typisch für eine Unternehmerin oder einen Unternehmer ist. Haltet die Merkmale und Eigenschaften fest, die einen Unternehmer auszeichnen. Notiert sie auf Karteikarten oder einem Flipchart und positioniert das Ergebnis gut sichtbar in der Klasse. Nutzt dabei folgendes Raster:

Nr.	Merkmale eines Unternehmers	Dieses Merkmal ist unserer Klasse ...			
		sehr wichtig	eher wichtig	eher unwichtig	vollkommen unwichtig

(2) Wer ist ein Unternehmer?

Überlegt gemeinsam, welche Unternehmen sich im Umfeld eurer Schule angesiedelt haben. Was produzieren sie? Handelt es sich

dabei um Waren oder um Dienstleistungen? Haltet die Ergebnisse schriftlich fest. Nutzt dabei die folgende Tabelle:

Nr.	Name des Unternehmens	Das wird produziert	Ware oder Dienstleistung
1	Backfein	Brot, Brötchen, Kuchen	Waren

Die Bedeutung von Existenzgründungen und Unternehmen

Zur Sache

Im wirtschaftlichen System der sozialen Marktwirtschaft sind Unternehmen Träger und Initiatoren des Wandels und des Fortschritts. Sie sind ein zentraler Faktor bei der Regulierung von Angebot und Nachfrage nach Produkten und Dienstleistungen. Dabei kommt insbesondere kleinen und mittelständischen Unternehmen eine tragende Rolle zu. Auf sie entfallen

- » 99,7 Prozent aller umsatzsteuerpflichtigen Unternehmen,
- » 70,6 Prozent aller sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätze,
- » 83,0 Prozent aller Ausbildungsplätze und
- » 37,5 Prozent aller Umsätze.

(Quelle: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hrsg.): *GründerZeiten, Heft 1: Existenzgründung in Deutschland, Ausgabe Juni 2009, S. 1–2*)

Neugründungen von Unternehmen sind der Jungbrunnen für den Wirtschaftskreislauf. Denn Unternehmen

- » schaffen Arbeitsplätze: für den Existenzgründer selbst, aber auch für neue Mitarbeiter. Dadurch wird der Arbeitsmarkt entlastet.
- » sorgen für Innovationen und Weiterentwicklung. Unternehmer realisieren Ideen. Damit sorgen sie für Fortschritt, Wachstum und Wettbewerbsfähigkeit.
- » fördern den ökonomischen Wettbewerb und den Strukturwandel. Neue Unternehmen mit innovativen Produkten und Verfahren sorgen für Konkurrenz und Wettbewerb. Damit sind sie ein wichtiges Zahnrad im Getriebe des Strukturwandels.
- » stellen Freiheit und Stabilität sicher. Unternehmerische Vielfalt verhindert Machtkonzentration und fördert gleichzeitig unternehmerische Freiheit.
- » übernehmen soziale, ökologische und ökonomische Verantwortung in Wirtschaft, Politik und Gesellschaft. Mit nachhaltigem wirtschaftlichem Handeln sorgen sie für die Zukunftsfähigkeit der Unternehmenslandschaft.

Lernziele

Die Schülerinnen und Schüler

- » lernen, die wirtschaftliche und gesellschaftliche Rolle und Bedeutung von Unternehmen einzuschätzen,
- » können die stützenden Grundrechte der sozialen Marktwirtschaft benennen,
- » können das Prinzip und die wirtschaftliche Bedeutung von Angebot und Nachfrage erklären und
- » kennen die Bedeutung der Nachhaltigkeit des unternehmerischen Handelns.

Methodische Vorgehensweise

Die Schülerinnen und Schüler setzen sich mit der sozialen Marktwirtschaft auseinander und diskutieren anhand eines Fallbeispiels die Bedeutung des Prinzips von Angebot und Nachfrage. Abschließend analysieren die Lernenden mittels einer Internetrecherche Fallbeispiele zum Themenkomplex der gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Verantwortung von Unternehmen. Diese können durch persönliche Erfahrungen der Schülerinnen und Schüler ergänzt werden. Ein Tipp: Aufgabe 3 kann auch im Rahmen der Nachmittagsarbeit (an der Surf-Insel oder zuhause) gelöst werden.

Unterrichtsfächer

Besonders gut verankern lassen sich die Bestimmungen von Bedeutung und Aufgabe von Unternehmen in der sozialen Marktwirtschaft in wirtschaftsorientierten Fächern. Darüber hinaus bieten sich Anknüpfungspunkte für Fächer mit sozialwissenschaftlichen, ethischen, juristischen oder politischen Schwerpunkten.

Weitere Informationen

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hrsg.): Auf einmal gab es alles – 60 Jahre Soziale Marktwirtschaft: Videoclip auf www.bmwi.de › Wirtschaft › Schule und Wirtschaft › Soziale Marktwirtschaft für Schüler

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hrsg.): GründerZeiten, Heft 1: Existenzgründung in Deutschland, Ausgabe Juni 2009: Broschüre mit zahlreichen nützlichen Informationen rund um das Thema Existenzgründung und Unternehmertum in Deutschland

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hrsg.): Soziale Marktwirtschaft. Gut für alle: Broschüre zur Bedeutung von Unternehmen in der sozialen Marktwirtschaft

Die Bedeutung von Existenzgründungen und Unternehmen

Gründungen und Unternehmen haben für die Volkswirtschaft der Bundesrepublik eine große Bedeutung. Mit jeder Gründung entstehen neue Arbeitsplätze und neuer Wohlstand. Deutschland ist ein sozialer Bundesstaat mit Gesetzen, die wirtschaftliches Handeln bestimmten Regeln unterwerfen. Das heißt, dass der Staat Gesetze und Regelungen schafft, die die unerwünschten Folgen einer freien Marktwirtschaft korrigieren. In einer sozialen Marktwirtschaft ist es Aufgabe des Staates,

- » dafür zu sorgen, dass der Wettbewerb auf dem Markt funktioniert (Wettbewerbspolitik).
- » Beschäftigte und finanziell Schwache durch ein soziales Netz abzusichern. Typische Beispiele dafür sind Arbeitslosengeld, Erziehungsgeld (Einkommens- und Vermögenspolitik sowie Sozialpolitik).
- » Konjunkturschwankungen zu dämpfen (Konjunkturpolitik).
- » Aufgaben zu übernehmen, die über den Markt nicht oder unzureichend angeboten werden (z. B. Struktur- und Bildungspolitik).

(1) Soziale Marktwirtschaft

In Artikel 20 des Grundgesetzes der Bundesrepublik Deutschland findet sich folgender Satz: „Die Bundesrepublik Deutschland ist ein demokratischer und sozialer Bundesstaat.“ Überlegt euch Beispiele für

(2) Fallbeispiel: Das Prinzip von Angebot und Nachfrage

Jeder Markt hat dieselben Grundlagen: Je größer ein Angebot an Waren auf einem Markt ist, desto stärker fallen die Preise. Je größer aber die Nachfrage ist, desto stärker steigen die Preise. Lies dir das Fallbeispiel durch und diskutiere anschließend mit deinem Sitznachbarn, welche wirtschaftliche Bedeutung Unternehmen haben, die nach dem Prinzip von Angebot und Nachfrage handeln.

(3) Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen

Überlegt, welche gesellschaftlichen Leistungen Unternehmen erbringen. Nutzt dabei die Möglichkeiten des Internets zur Recherche.

Internettipps:

- » www.nachhaltigkeit.info › Wirtschaft › MDAX-Unternehmen und Nachhaltigkeit
- » www.nachhaltigkeit.info › Wirtschaft › DAX30-Unternehmen und Nachhaltigkeit
- » www.tchibo-nachhaltigkeit.de
- » www.unternehmen-fuer-die-region.de
- » www.einzelhandel.de/csr
- » www.oeconomix.de

Weitere wichtige Grundlagen für wirtschaftliches Handeln sind das Recht auf die freie Berufswahl und das Recht auf Eigentum, die in Artikel 12 und 14 des Grundgesetzes festgeschrieben sind.

„Zu den wesentlichen Bestandteilen der sozialen Marktwirtschaft gehören die Eigenverantwortung, persönliche Initiative und das Privateigentum. Sie ist eine Gesellschaftsordnung, in der die Wahrnehmung der persönlichen Freiheit, der Gleichheit der Chancen und des wachsenden Wohlstands mit dem durch den Erwerb gesicherten sozialen Fortschritt in Einklang gebracht werden.“

Ludwig Erhard, Bundeskanzler von 1963 bis 1966

(Quelle: NFTE Deutschland e. V. (Hrsg.): Von der Idee zum Ziel, Frankfurt a. M. 2005, S. 19)

Leistungen, die die Bürgerinnen und Bürger vom Staat erhalten und die die Formulierung rechtfertigen, dass Deutschland ein Sozialstaat ist! Recherchiert im Internet, zum Beispiel auf www.sozialpolitik.com, woher das Geld für diese Sozialleistungen kommt.

Die Konditorei „Zuckerschok“ kann Croissants in der gleichen Qualität herstellen wie die Konditorei „Backfein“. Obwohl die Croissants genauso gut schmecken, sind sie viel günstiger. Immer mehr Kunden von „Backfein“ kaufen daraufhin bei „Zuckerschok“. Als Folge verbilligt „Backfein“ seine Croissants. Die Kunden haben damit einen Nutzen, da sie ihre Croissants nun noch billiger kaufen können.

Faktoren des wirtschaftlichen Handelns

Zur Sache

Die Rechtsform ist das Gerüst eines Unternehmens. In der Bundesrepublik Deutschland existieren die verschiedensten Unternehmensformen mit unterschiedlichen Kennzeichen. Je besser Unternehmer über deren Vor- und Nachteile informiert sind, desto eher sind sie in der Lage, die für sie passende Form zu wählen. Folgende Kriterien können bei der Auswahl einer Unternehmensrechtsform helfen:

- » Art des Unternehmers (Gewerbetreibender oder Freiberufler)
- » Anzahl der Unternehmensgründer
- » Besteuerung, Buchführung, Publizität
- » gängige Rechtsformen in der Branche, in der das Unternehmen angesiedelt ist
- » Haftungsbeschränkung
- » Höhe der Gründungskosten, Kapitaleinsatz
- » Formalitäten, Aufwandshöhe
- » Image

(Nach: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hrsg.): GründerZeiten, Heft 33: Ein festes Fundament! Thema: Rechtsformen, Ausgabe November 2008, S. 2–4)

Lernziele

Die Schülerinnen und Schüler

- » kennen die zentralen Merkmale und Kennzeichen von Unternehmen,
- » erlangen Grundkenntnisse über die unterschiedlichen Rechtsformen von Unternehmen,
- » benennen wichtige Unternehmensziele und
- » können wirtschaftliche Kenngrößen definieren.

Methodische Vorgehensweise

Mithilfe der Aufgaben 1 und 2 überprüfen die Schülerinnen und Schüler zu Beginn ihr Wissen zu zentralen wirtschaftlichen Kenngrößen und wenden dieses praktisch an. Eine fachübergreifende und fächerverbindende Beschäftigung ist dabei möglich. Darauf aufbauend testen sie ihr Wissen darüber, wer ein Unternehmer ist. Dabei greifen sie auf Kenntnisse und Erfahrungen aus ihrem unmittelbaren Umfeld zurück. Anschließend machen sich die Schülerinnen und Schüler mit den zentralen Rechtsformen von Unternehmen vertraut. Dabei nutzen sie das Internet als Recherche- und Informationsinstrument. Aufgabe 3 sollte in Einzelarbeit, Aufgabe 4 in Gruppenarbeit gelöst werden. Dafür teilt sich die Klasse in mindestens vier bis fünf Kleingruppen (entsprechend der Anzahl der Rechtsformen, die vorgestellt werden sollen) auf. Jede Gruppe widmet sich einer

Rechtsform und recherchiert im Internet die zentralen Merkmale. Ein Vertreter pro Gruppe stellt abschließend die Ergebnisse der von ihnen bearbeiteten Unternehmensform der Klasse vor. Tipp: Aufgabe 4 kann fakultativ oder im Rahmen der Nachmittagsarbeit (an der Surfinsel oder zuhause) als Zusatzaufgabe gelöst werden.

Unterrichtsfächer

In den wirtschaftsorientierten Fächern lassen sich die Grundbegriffe für Unternehmer verankern. Darüber hinaus bietet die Thematik Anknüpfungspunkte im Fach Mathematik.

Lösungen zum Arbeitsblatt C

Aufgabe (1): 1. richtig, 2. richtig, 3. richtig, 4. falsch (richtig ist: Liquidität), 5. richtig, 6. falsch (richtig ist: Subvention), 7. falsch (richtig ist: Ein Controlling sollte periodisch oder permanent durchgeführt werden).
Aufgabe (2): a) Der Bäcker nimmt pro Monat 7.500 Euro ein. b) Der Monatsgewinn beträgt 4.100 Euro. c) Der Bäcker arbeitet fast kostendeckend. Er hat gerade einmal 100 Euro übrig.

Weitere Informationen

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hrsg.): GründerZeiten, Heft 33: Ein festes Fundament! Thema: Rechtsformen, Ausgabe November 2008: zahlreiche Informationen zur Frage der Wahl der Rechtsform für ein Unternehmen

www.existenzgruender.de › [Mediathek](#) › [Videobeiträge](#): Video des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie zu folgenden Fragen: Was ist eine Rechtsform? Welche Rechtsformen gibt es? Und welche ist die richtige für mein Unternehmen?

www.existenzgruender.de › [Gründungswerkstatt](#) › [Online-Training](#) › [eTraining: Rechtsformen](#): Online-Training des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie zum Thema Rechtsformen

Faktoren des wirtschaftlichen Handelns

Es gibt eine Vielzahl von Rechtsformen, die ein Unternehmen wählen kann. Folgende drei Obergruppen können zusammengefasst werden:

- » **Einzelunternehmen:** Dies sind inhabergeführte kleine Unternehmen, bei denen der alleinige Eigentümer mit seinem Privatvermögen haftet.
- » **Personengesellschaften:** Hier gründen mindestens zwei Personen eine Gesellschaft. Häufig sind die Gesellschafter auch die Geschäftsführer. Zumindest ein Gesellschafter haftet mit seinem Privatvermögen.
- » **Kapitalgesellschaften:** Dabei zahlen die Gesellschafter oder die Aktionäre Geld in die Gesellschaft ein. Die Haftung beschränkt sich auf diese Einlagen.

Alle Unternehmen, gleich welcher Rechtsform, können aber auch nach Größe unterschieden werden. Wichtige Faktoren sind dabei die Anzahl der Mitarbeiter, der Jahresumsatz und die Jahresbilanzsumme. Unterschieden werden Großunternehmen, mittlere Unternehmen sowie Klein- und Kleinstunternehmen.

Für jede Gründerin und jeden Gründer ist es unerlässlich, Unternehmensziele festzulegen. Sie sollen den Zweck des Unternehmens verdeutlichen. Zentrale Unternehmensziele sind Gewinn, Wachstum, Rentabilität und Liquidität.

(1) Wissensquiz

Umsatz, Erlös, Gewinn, Liquidität, Rentabilität – all dies sind wichtige betriebswirtschaftliche Parameter eines Unternehmens. Kennst du dich aus? Für jede richtige Antwort bekommst du drei Punkte.

Gegenstand	richtig	falsch	Punkte
1. Der Erlös aus dem Verkauf von Produkten berechnet sich aus der verkauften Menge eines Produktes/einer Dienstleistung multipliziert mit dem Verkaufspreis.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Das Verhältnis von Gewinn zum eingesetzten Kapital heißt Rentabilität.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Der Gewinn ergibt sich aus der Differenz zwischen Aufwand und Ertrag für ein Produkt/eine Dienstleistung.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Die Fähigkeit eines Unternehmens, seine fälligen Verbindlichkeiten jederzeit (fristgerecht) und uneingeschränkt begleichen zu können, heißt Produktivität.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Der Verbrauch aller Güter (Waren und Dienstleistungen) in einer bestimmten Periode heißt Aufwand.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Finanzielle Hilfen ohne unmittelbare Gegenleistung heißen Rezession.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Ein Controlling sollte einmal pro Jahr in einem Unternehmen durchgeführt werden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Meine Gesamtpunktzahl:

(2) Rechentest

a) Ein Bäcker verkauft pro Tag 125 Muffins. Jeden Muffin verkauft er für 2,50 Euro. Berechne seine Einnahmen pro Monat, wenn er sechs Tage die Woche arbeitet.

b) Die Herstellungskosten für die Muffinproduktion belaufen sich auf 3.400 Euro pro Monat. Wie hoch ist der Monatsgewinn bei 20 Arbeitstagen, wenn pro Tag 125 Muffins verkauft werden?

c) Prüfe, ob der Bäcker rentabel arbeitet, wenn sein eingesetztes Kapital 4.000 Euro pro Monat beträgt.

(3) Was ist eine GmbH?

Was bedeutet die Abkürzung GmbH und welche Kennzeichen hat diese Rechtsform? Recherchiere, wie bei einer GmbH der Gewinn verteilt wird. Begründe, warum ein Arzt für seine Praxis nicht die Rechtsform einer GmbH wählen sollte.

(4) Die Rechtsformen von Unternehmen

Recherchiert, welche unterschiedlichen Rechtsformen von Unternehmen es außer der GmbH gibt. Achte dabei auf die Aspekte: Gründung, Geschäftsführung, Haftung, Finanzierung, Auflösung.

Wann du ein Unternehmertyp bist

Zur Sache

Der ökonomische Erfolg eines Unternehmens hängt stark davon ab, wie genau der Unternehmer seinen Markt und die Konkurrenz kennt, welches fachliche und kaufmännische Knowhow er hat. In erster Linie sind es jedoch die persönlichen Kompetenzen, die den Ausschlag für den beruflichen Erfolg als Unternehmer geben. So sind Neugier, Lernbereitschaft, Selbstdisziplin, Entscheidungsbereitschaft, die Fähigkeit zur Selbstorganisation sowie eine gute Portion Durchsetzungsvermögen notwendig, um ein Unternehmen erfolgreich zu leiten. Nicht nur mit Blick auf eine mögliche personelle Vergrößerung des Unternehmens ist auch die Fähigkeit zur Mitarbeiterführung und Mitarbeitermotivation eine unerlässliche Kompetenz.

(Nach: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hrsg.):
Starthilfe – Der erfolgreiche Weg in die Selbständigkeit, Berlin 2009, S. 9–11)

Neben einer gewissenhaften Selbstprüfung ist es für einen Unternehmensgründer unabdingbar, sich sowohl der Chancen als auch der Risiken bewusst zu sein. Denn hohes gesellschaftliches Ansehen, berufliche Unabhängigkeit und hohe Gewinne sind ebenso möglich wie Auftragsmangel, Finanzierungsengpässe, die Gefahr der Selbstausbeutung und damit verbundene familiäre Schwierigkeiten, Schulden oder mangelnde soziale Absicherung.

Lernziele

Die Schülerinnen und Schüler

- » wägen die Chancen und Risiken des Unternehmertums ab,
- » lernen zentrale Unternehmenseigenschaften kennen,
- » reflektieren ihre eigenen Stärken und Schwächen und
- » prüfen, ob sie sich als Unternehmer eignen.

Methodische Vorgehensweise

Die Schülerinnen und Schüler werden mit diesem Arbeitsblatt als potenzielle Unternehmensgründer angesprochen. In einem ersten Schritt setzen sie sich deshalb mit dem Werdegang und dem Alltag von erfolgreichen Unternehmern wie Bill Gates, Rudolf August Oetker, Vanessa Kullmann oder Götz Werner auseinander. Darauf aufbauend testen die Schülerinnen und Schüler ihre Fähigkeiten und Kompetenzen sowie Persönlichkeitseigenschaften, die einen erfolgreichen Unternehmer kennzeichnen. Der Test erfolgt in einem ersten Schritt in Einzelarbeit. In einem zweiten Schritt wird er in Partnerarbeit durchgeführt. Hier bewerten sich die Schülerinnen und Schüler gegenseitig. Alternativ zum Arbeitsblatt kann hier auch der Unternehmertest aus dem Softwarepaket 9.3 des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie genutzt werden.

Lösungen zum Arbeitsblatt D

Lösung Aufgabe (2): Ein „Unternehmertyp“ sollte möglichst nur wenige Nennungen in den Kategorien „eins“ und „zwei“ haben. Auch wer überwiegend mittlere Ausprägungen (Nennung „drei“) aufweist, sollte sich gut überlegen, ob er den Anforderungen an einen Unternehmer in der Praxis gerecht werden kann.

Unterrichtsfächer

Dieser Themenschwerpunkt spricht verstärkt die wirtschaftlich ausgerichteten Fächer sowie die gesellschaftswissenschaftlichen Fächer an.

Weitere Informationen

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hrsg.): Softwarepaket 9.3 für Gründer und junge Unternehmen: Software mit vielen interessanten Tipps und Tests rund um das Thema Unternehmensgründung, Berlin Mai 2009, www.softwarepaket.de

www.tech-island.com › **Specials** › **Bill Gates:** Werdegang des Microsoft-Gründers Bill Gates

www.whoswho.de › **Suche Namen** › **Oetker:** mehr wissen über Rudolf August Oetker

www.brigitte.de › **Suche** › **Vanessa Kullmann:** Biografie der Gründerin der Kaffeehauskette Balzac Coffee Vanessa Kullmann

Wann du ein Unternehmertyp bist

Eine gute Geschäftsidee ist die Basis für die Gründung und den Aufbau eines erfolgreichen Unternehmens. Aber eine gute Geschäftsidee allein reicht nicht aus und ist keine Garantie für einen Unternehmenserfolg. Vielmehr hängt der Erfolg eines Unternehmens vom Gründer selbst, dem Unternehmer, ab. Welches sind nun aber die zentralen Voraussetzungen, die mit zum Erfolg eines Unternehmens beitragen? Das sollten sein:

- » Beharrlichkeit
- » Selbstvertrauen, Durchsetzungsfähigkeit, Entscheidungsbereitschaft
- » Führungs- und soziale Kompetenz
- » körperliche und seelische Belastbarkeit
- » Neugier und Offenheit

- » gute Umgangsformen
- » Verantwortungsbereitschaft
- » Risikobereitschaft
- » Teamgeist
- » Fachkenntnisse, Expertenwissen
- » Berufserfahrung
- » kaufmännisches Knowhow und wirtschaftliches Denken
- » Kenntnisse in den Bereichen Buchhaltung und Marketing
- » Unterstützung durch die Familie
- » finanzielle Rücklagen oder alternative Einkommen

(1) Werdegang und Alltag eines Unternehmers

Recherchiere im Internet Biografien von sehr erfolgreichen Unternehmern wie Bill Gates, Steve Jobs, Vanessa Kullmann, Rudolf August Oetker oder Götz Werner. Such dir ein Beispiel aus. Was beeindruckt

dich an diesen Unternehmern und ihren Erfolgen am meisten? Über welche Fähigkeiten und Kompetenzen verfügen sie? Stelle dein Ergebnis im Plenum vor.

(2) Wie viel Unternehmer steckt in dir?

Wer als Unternehmer tätig sein möchte, muss über bestimmte Qualifikationen und Charaktereigenschaften verfügen. Bist du ein Unternehmertyp? Teste dich selbst!

a) Mach in einem ersten Schritt den Test für dich allein.

b) Findet euch in einem zweiten Schritt zur Partnerarbeit zusammen. Versetzt euch in euren Partner hinein und füllt den Test an seiner Stelle aus.

c) Vergleicht anschließend den Test, den ihr selbst ausgefüllt habt, mit dem, den euer Teampartner für euch gemacht hat.

Merkmale	-- Ausprägung ++				
	1	2	3	4	5
Ich kann zielorientiert denken und handeln.					
Ich erarbeite mir einen Plan, bevor ich mit einer Aufgabe beginne.					
Ich kann mit Kritik umgehen und lasse mich nicht verunsichern.					
Ich bin neugierig und bereit, Neues zu lernen.					
Ich bewahre auch in hektischen Situationen einen kühlen Kopf.					
Ich kann gut auf andere Menschen zugehen.					
Ich gebe auch nach Rückschlägen nicht auf, sondern sehe sie als Chance, es das nächste Mal besser zu machen.					
Ich kann gut andere überzeugen und für eine Sache begeistern.					
Ich bin bereit, für eine Sache, die mir wichtig ist, überdurchschnittlich viel zu arbeiten.					
Ich kann andere davon überzeugen, dass ich mich in meinem Fach gut auskenne.					
Ich kann verantwortungsbewusst mit Geld umgehen.					
Was ich verspreche, halte ich auch.					
Ich kenne mich mit den gängigsten PC-Programmen aus.					

(Nach: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hrsg.): Starthilfe – Der erfolgreiche Weg in die Selbständigkeit, Berlin 2009, S. 9–11)

So wirst du Unternehmer

Zur Sache

Unsere Gesellschaft ist in einem stetigen Wandel begriffen. Gesellschaftliche Veränderungen wie der demografische Wandel, politische Veränderungen wie neue Gesetze, globale Veränderungen wie der Klimawandel, technologische Neuerungen wie das Internet schaffen immer neue Märkte. Denn mit all diesen Veränderungen gehen neue Bedürfnisse von Menschen, Unternehmen und staatlichen Institutionen einher. Daraus können neue Märkte für neue Produkte oder Dienstleistungen entstehen, woraus wiederum Geschäftsideen resultieren. Es gilt, solche Entwicklungen und Veränderungen frühzeitig zu erkennen, sie samt ihrer Chancen und Risiken einzuschätzen und zu nutzen. Aber auch bereits bewährte Konzepte und Ideen können die Grundlage für den eigenen Erfolg bilden.

(Quelle: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hrsg.): GründerZeiten, Heft 39: Gründungsideen entwickeln – Weniger Glück als Verstand, Ausgabe August 2009, S. 2)

Lernziele

Ziel des Arbeitsblatts ist es, den Schülerinnen und Schülern die Notwendigkeit einer guten Geschäftsidee für den unternehmerischen Erfolg zu vermitteln.

Die Schülerinnen und Schüler

- » lernen die unterschiedlichen Wege der Unternehmensgründung sowie deren Vor- und Nachteile kennen,
- » entwickeln aufbauend auf ihren persönlichen Interessen eine Geschäftsidee und überprüfen diese auf deren Marktauglichkeit.

Methodische Vorgehensweise

Einführend sehen sich die Schülerinnen und Schüler die Dokumentation des Discovery Channel über die Idee für den iPod und über dessen Erfolg an. Dies kann wegen des zeitlichen Umfangs auch als Hausaufgabe aufgegeben werden. Darauf aufbauend setzen sich die Schülerinnen und Schüler mit den verschiedenen Möglichkeiten auseinander, ein Unternehmen zu gründen. Dies kann sowohl in Einzel- als auch in Kleingruppenarbeit geschehen. Dazu nutzen die Lernenden das Internet als Recherche-Instrument. Insbesondere greifen sie dabei auf die Gründungswebsite des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie unter www.existenzgruender.de zurück. In einer abschließenden Aufgabe entwickeln die Schülerinnen und Schüler mit Blick auf ihre eigenen Interessen und Hobbys eine Geschäftsidee anhand der vorgegebenen Checkliste. Diese Idee halten sie schriftlich fest – am besten auf einem großen Flipchartpapier – und präsentieren sie abschließend ihren Mitschülern.

Unterrichtsfächer

Dieser Themenschwerpunkt spricht verstärkt die wirtschaftlich ausgerichteten Fächer sowie die gesellschaftswissenschaftlichen Fächer an.

Weitere Informationen

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hrsg.): GründerZeiten, Heft 39: Gründungsideen entwickeln – Weniger Glück als Verstand, Ausgabe August 2009: Infobroschüre, die das Thema „Geschäftsidee“ näher beleuchtet

www.youtube.com › Suche: Erfolgsgeschichte iPod *Dokumentation* Teil 1/4: Dokumentation des Discovery Channel über die Entwicklung und den Erfolg des legendären iPod mit zahlreichen Hintergrundinformationen zum Entwickler und Apple-Gründer Steve Jobs

www.bmwi.tv: Videos des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie zu den Themen Existenzgründung und Unternehmensnachfolge

So wirst du Unternehmer

Am Anfang jedes Unternehmens steht eine gute Geschäftsidee. Diese wird im Businessplan, dem Herzstück der Unternehmensplanung, fixiert und erläutert. Dabei können die Ideen auf Geistesblitzen beruhen oder auf langjährigen Forschungen basieren. Eine gute Geschäftsidee muss jedoch in keinem Fall neu sein. Oft wird auch bereits Vorhandenes ausgebaut, erweitert und verbessert. Ein typisches Beispiel dafür ist die Entwicklung von MP3-Playern wie dem iPod oder auch die Eröffnung einer Filiale einer Kaffeehauskette (z. B. Balzac Coffee) oder die Übernahme eines seit Jahren existierenden Sportgeschäfts.

Ob neu, ausgebaut oder übernommen – was muss eine Geschäftsidee haben, damit sie ein Erfolg wird?

1. Sie muss genügend Kunden ansprechen. Deshalb ist es wichtig, genau zu überlegen, welche Zielgruppe(n) mit dem Produkt angesprochen werden soll(en) und welcher Nutzen mit dem Einsatz des Produkts/der Dienstleistung verbunden ist.
2. Das Produkt oder die Dienstleistung muss Potenzial am Markt haben. In einer Marktanalyse muss geklärt werden, was sich die Kunden wünschen, was sie kaufen. Hier helfen neben dem Internet auch Zahlen des Statistischen Bundesamts, der Industrie- und Handelskammern oder Marktforschungsinstitute.
3. Eine gute Geschäftsidee muss sich von den Konzepten der Konkurrenz abheben. Optimalerweise handelt es sich dabei um ein Produkt oder eine Dienstleistung, das oder die von keinem anderen Mitkonkurrenten angeboten wird.

(1) Gründungsarten

Recherchiere, welche Gründungsarten es gibt. Stelle mithilfe der folgenden Tabelle deren Merkmale zusammen. Finde typische

Beispiele von Unternehmen für die einzelnen Gründungsarten. Präsentiere deine Ergebnisse vor der Klasse.

Gründungsart	Informationen (Welche Angaben habe ich gefunden?)	Beispiele (Welche Unternehmen sind typisch dafür?)	Quelle (Wo habe ich die Informationen gefunden?)
Neugründung			
Ausgründung			
Beteiligung			
Franchising			
Unternehmensnachfolge			

(2) Eine Geschäftsidee entwickeln

Ein Businessplan enthält neben der Analyse der Stärken und Schwächen im Zusammenhang mit der Geschäftsidee aber auch noch andere Informationen. Überlege, welche Interessen und Hobbys du hast. Haben diese Potenzial für eine Geschäftsidee? Erstelle dazu eine

kurze Präsentation (z. B. als Partnerinterview). Nutze dabei auch die Möglichkeiten verschiedener Medien (z. B. Audio- oder Videoaufnahme). Beachte dabei die nachfolgend aufgeführten Kriterien. Präsentiere deine Geschäftsidee im Plenum.

Mein Produkt/meine Dienstleistung

Mein Markt

1. Wie bist du zu deiner Geschäftsidee gelangt?
2. Passt deine Geschäftsidee zur Branchenentwicklung?
3. Wo liegen die Vorteile, aber auch Gefahren/Risiken bei deiner Geschäftsidee?
4. Wie sieht die Konkurrenz auf dem Markt aus? Nenne konkrete Beispiele.
5. Was unterscheidet dich von der Konkurrenz?
6. Welche Zielgruppe willst du ansprechen?
7. Wie willst du deine Kunden erreichen?

Mein Unternehmensname

Mein Plan

1. Welche Rechtsform planst du? Warum?
2. Planst du die Gründung allein oder im Team? Warum?
3. Hast du geprüft, ob dein Unternehmensname bereits vergeben ist?
4. Wann willst du starten?
5. Wo soll dein Unternehmen in fünf Jahren stehen?

So findest du deinen Markt

Zur Sache

Häufig entscheiden Unternehmen nach eigenen, subjektiven Kriterien, wo ihr Unternehmen angesiedelt sein soll. So ist beispielsweise die Frage nach der Nähe zum eigenen Wohnort oft wichtiger als die Frage, ob und wie potenzielle Kunden das Geschäft erreichen können. Die Standortwahl ist jedoch für ein Unternehmen ein zentraler Einflussfaktor. Aus diesem Grund muss sie eine wichtige Rolle bei der Planung der Selbstständigkeit spielen. Dabei muss der Unternehmer die Art seiner Firma (Einzelhandel, Dienstleistung oder produzierendes Gewerbe) im Blick haben. So stellt beispielsweise eine Arztpraxis oder ein Gemüsemarkt andere Anforderungen an den Unternehmensstandort als eine Fabrik für Landmaschinen.

Allgemein unterscheidet man zwischen harten und weichen Standortfaktoren. Harte Standortfaktoren haben einen messbaren Einfluss auf die Unternehmenstätigkeit. Typisch sind beispielweise Kriterien wie Verkehrsanbindung, Miet- oder Pachtpreise, Art und Anzahl der Konkurrenz. Allen Kriterien ist gemein, dass sie in Zahlen und Daten wiedergegeben werden können. Weiche Standortfaktoren sind dagegen nicht oder kaum messbar und haben keinen direkten Einfluss auf die Unternehmenstätigkeit. Jedoch sind sie für das Umfeld des Unternehmens enorm wichtig. Typische Kriterien sind zum Beispiel das Wohnumfeld, die Anzahl der Schulen und Kindergärten oder das Image des Stadtbezirks. Diese Faktoren können Auswirkungen haben auf die Entscheidung von Arbeitskräften für ein Unternehmen oder auf die Arbeitsmotivation.

(Nach: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hrsg.): GründerZeiten, Heft 42: Standortwahl, Ausgabe Januar 2008, S. 2–3)

Lernziele

Ziel dieses Arbeitsblatts ist es, den Schülerinnen und Schülern die Bedeutung des Unternehmensstandorts für den Wettbewerb und den Erfolg zu verdeutlichen. Darüber hinaus werden ihnen die zentralen Aspekte einer Marktanalyse vermittelt.

Die Schülerinnen und Schüler

- » lernen die Kriterien für eine Standortwahl kennen und können diese praktisch anwenden,
- » erarbeiten zentrale Kriterien einer Marktanalyse und setzen diese praktisch um.

Methodische Vorgehensweise

In dieser Einheit erarbeiten sich die Schülerinnen und Schüler die zentralen Kriterien für die Wahl eines Unternehmensstandorts. Dafür analysieren sie in einer ersten Aufgabe den Markt für eines von vier vorgegebenen Produkten oder eine von vier Dienstleistungen. Diese Aufgabe sollte mit Blick auf den Zeitfaktor in Kleingruppen gelöst werden. Die Ergebnisse werden im Anschluss im Plenum präsentiert und diskutiert. Darauf aufbauend diskutieren die Schülerinnen und Schüler anhand der vier vorgegebenen Geschäftsideen den optimalen Standort für die jeweiligen Unternehmen. Dabei wägen sie die Vor- und Nachteile, die mit der Standortwahl verbunden sind, gegeneinander ab.

Unterrichtsfächer

Dieser Themenschwerpunkt spricht verstärkt Schülerinnen und Schüler in wirtschaftlich ausgerichteten Fächern sowie in gesellschaftswissenschaftlichen Fächern und im Fach Deutsch an. Werden Medien wie Rekorder oder Videokamera eingesetzt, bieten darüber hinaus künstlerisch-kreative Fächer Anknüpfungspunkte.

Weitere Informationen

Berlin-Institut (Hrsg.): Talente, Technologie und Toleranz – Wo Deutschland Zukunft hat: Studie über den wirtschaftlichen Erfolg deutscher Regionen anhand neuer Kriterien wie Kreativität und Knowhow

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hrsg.): GründerZeiten, Heft 42: Standortwahl, Ausgabe Januar 2008: informationsreiche Broschüre rund um das Thema Standortwahl für Unternehmen – mit ausführlicher Darstellung der harten und weichen Standortfaktoren

www.invest-in-germany.de: Zahlen und Fakten, Informationen über Verkehrsanbindung und Branchensituationen sowie Adressen weiterführender Institutionen in den 16 Bundesländern (u. a. Wirtschaftsförderungsgesellschaften der Bundesländer)

So findest du deinen Markt

Stadtrand oder Zentrum? Wohn- oder Gewerbegebiet? Stylisher Boutique oder klassischer „Tante-Emma-Laden“? Ein Unternehmer muss die Wahl seines Unternehmensstandorts gut planen und die Vor- und Nachteile abwägen. Dabei stellt ein Einzelhandelsunternehmen wie eine Saftbar oder ein Geschäft für Notebooks andere Anforderungen an einen Standort als beispielweise ein Unternehmen, das Saftbecher produziert oder altes Speiseöl recycelt. Generell gilt: Für den Einzelhandel ist Laufkundschaft wichtig. Deshalb ist für ihn die Nähe zum Kunden einer der bedeutendsten Standortfaktoren. Produzierendes Gewerbe wie eine Kaffeerösterei ist dagegen am besten im Industriegebiet am Stadtrand aufgehoben.

(Quelle: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hrsg.): Starthilfe – Der erfolgreiche Weg in die Selbständigkeit, Ausgabe Mai 2009, S. 43)

Weitere wichtige Standortfaktoren sind:

- » Wie hoch ist die Kaufkraft der Kunden, die im Umfeld des Unternehmens arbeiten und leben? So hat eine Saftbar mit teuren Obst- und Gemüsesäften beispielweise wenig Erfolg in einem Stadtbezirk mit einer hohen Anzahl an Einwohnern mit sehr niedrigem Einkommen.

- » Wie hoch sind die Kosten für Gewerbesteuer, Mieten und Pachten? Es gilt: Je zentraler eine Firma oder ein Geschäft liegt, desto höher sind diese Kosten. Darüber hinaus können die Mietkosten auf dem Land weitaus geringer sein als die in einer Stadt. Dies muss ein Unternehmer mit Blick auf sein Budget bei der Standortwahl bedenken.
- » Ist der geplante Unternehmensstandort verkehrstechnisch gut erreichbar? Gibt es eine Autobahnanbindung, eine Anbindung mit öffentlichen Verkehrsmitteln? Sind die Zulieferer in der Nähe des Unternehmens, so spart dies Transportkosten. Das wirkt sich wiederum auf den Preis aus und kann die Konkurrenzfähigkeit eines Unternehmens steigern.
- » Gibt es staatliche oder behördliche Auflagen? Tankstellen und Autowaschanlagen haben beispielsweise andere Standortregelungen als ein Copyshop.
- » Wie sieht die Konkurrenz am Markt aus? Was bietet sie an? Wie kann man sich ihr gegenüber absetzen (Alleinstellungsmerkmal)?

(Quelle: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hrsg.): GründerZeiten, Heft 42: Standortwahl, Ausgabe Januar 2008, S. 2)

(1) Marktanalyse

Teilt eure Klasse in vier Gruppen auf. Führt eine Marktanalyse zu einem der folgenden Produkte oder einer Dienstleistung durch:

1. eine Chemiefabrik, die Farben und Lacke herstellt
2. ein Unternehmen, das T-Shirts nach Kundenwunsch gestaltet und bedruckt
3. eine Praxis für Krankengymnastik
4. ein Geschäft für Bürobedarf mit dem Schwerpunkt: Büroartikel für den Schulalltag

- a) Überlegt, wer eure potenzielle Zielkundschaft sein könnte. Begründet eure Antwort.
- b) Tragt Meinungen zusammen, welche Wünsche und Bedürfnisse eure potenzielle Kundschaft an euer Produkt oder eure Dienstleistung hat. Befragt dazu Schüler und Lehrer eurer Schule, Freunde oder auch Menschen aus eurem Familienkreis und der Nachbarschaft.
- c) Erarbeitet einen Werbeslogan, der die Stärken eures Produkts/eurer Dienstleistung hervorhebt.

(2) Wo ist der richtige Standort?

In eurer Stadt sollen die nachfolgend aufgeführten Unternehmen gegründet werden. Überlegt im Plenum, welcher Standort jeweils geeignet ist. Achtet dabei sowohl auf harte als auch auf weiche Standortfaktoren. Begründet eure Entscheidung.

eignet ist. Achtet dabei sowohl auf harte als auch auf weiche Standortfaktoren. Begründet eure Entscheidung.

Gründungsidee	Vorteile Stadtzentrum	Vorteile Stadtrand	Unsere Standortentscheidung
Kaffeerösterei			
Cateringfirma für Filmcrews			
Turnschuhshop			
Papierfabrik			

So wirtschaftest du als Unternehmer

Zur Sache

Zur Deckung des kurz- und langfristigen Kapitalbedarfs ist sowohl Fremd- als auch Eigenkapital notwendig. Fremdkapital wird in Form von rückzahlpflichtigen Krediten und Darlehen von Banken und Kreditinstituten bereitgestellt. Eigenkapital steht einem Unternehmer dagegen zeitlich unbegrenzt zur Verfügung. Dabei kann es sich um Geld des Unternehmers selbst, aber auch um das Geld von Dritten handeln. Diese können neben Bargeld oder Sparguthaben auch Gegenstände für die Ausstattung in das Unternehmen einbringen. Darüber hinaus zählen auch Eigenleistungen, die einer Firma zugutekommen, zum Eigenkapital. Eigenkapital dient insgesamt als Polster, um finanzielle Engpässe und Liquiditätsprobleme, zum Beispiel durch unvorhergesehene Zahlungen zu vermeiden. In erster Linie ist es aber ein Indiz für die Kreditwürdigkeit des Unternehmers bei der Beantragung von Darlehen und Krediten. Der Anteil des Eigenkapitals am Gesamtkapital sollte mindestens 20 Prozent betragen.

(Quelle: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hrsg.): Starthilfe – Der erfolgreiche Weg in die Selbständigkeit, Berlin 2009, S. 49)

Betriebswirtschaftliche, speziell kalkulatorische Kenntnisse wie zur Preisbildung oder zur Liquiditätsplanung sind Voraussetzung für den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens.

Lernziele

Die Schülerinnen und Schüler

- » hinterfragen die Rolle der Banken und Kreditinstitute für die Unternehmensfinanzierung,
- » üben ein Bankgespräch, in dem es um die Kreditbewilligung geht, und
- » trainieren die Grundlagen der Kostenrechnung.

Methodische Vorgehensweise

Als ersten Schritt absolvieren die Lernenden auf der Online-Plattform des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie unter www.existenzgruender.de das Lernprogramm zum Thema Bankgespräch – in Einzel- und in Partnerarbeit. Darauf aufbauend wenden sie dieses erlernte Wissen in einem Rollenspiel praktisch an. Gleichzeitig trainieren sie damit ihre Verbalisierungsfähigkeiten und Argumentationstechniken. In einer abschließenden Aufgabe erstellen die Schülerinnen und Schüler einen Liquiditätsplan für eine Geschäftsidee. Diese Arbeit sollte mit Blick auf den Zeitfaktor in Kleingruppen-

arbeit gelöst werden. Ihre Ergebnisse präsentieren die Schülerinnen und Schüler im Plenum und diskutieren diese gemeinsam.

Lösungen zum Arbeitsblatt G

Lösung Aufgabe (2): Einen Vorschlag zur Darstellung finden Sie in der Broschüre „Starthilfe – Der erfolgreiche Weg in die Selbständigkeit“, herausgegeben vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, auf Seite 84.

Unterrichtsfächer

In den wirtschaftsorientierten Fächern lassen sich die Aspekte der Kostenrechnung verankern. Darüber hinaus bietet die Thematik Anknüpfungspunkte für die Fächer Deutsch und Mathematik.

Weitere Informationen

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hrsg.): Starthilfe – Der erfolgreiche Weg in die Selbständigkeit, Berlin 2009: Auf Seite 84 findet sich eine Vorlage für die Erstellung eines Liquiditätsplans.

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hrsg.): GründerZeiten, Heft 28: Preisgestaltung, Ausgabe Juni 2009: Broschüre rund um das Thema Preisgestaltung

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hrsg.): Softwarepaket 9.3 für Gründer und junge Unternehmen, Software mit vielen interessanten Tipps und Tests rund um das Thema Unternehmensgründung und -finanzierung, Berlin Mai 2009, www.softwarepaket.de

www.existenzgruender.de › Gründungswerkstatt › Online-Training › eTraining Bankgespräch: interaktives E-Learning Programm zum Thema Bankgespräch des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie

So wirtschaftest du als Unternehmer

Unternehmer haben ständig mit Geld zu tun: Sie müssen Banken davon überzeugen, dem Unternehmen einen Kredit zu bewilligen,

und verschaffen sich bei der Buchhaltung einen Überblick über Umsatz und Gewinn.

(1) Sagt die Bank ja? – Ein Rollenspiel

Stell dir vor: Du bist ein Unternehmer und sprichst bei deiner Hausbank für einen Kredit vor, den du für dein Unternehmen brauchst. Bereite dazu mit einem Mitschüler ein Rollenspiel vor. Einer übernimmt die Rolle des Antragstellers, der andere die Rolle des Bank-

angestellten, der den Kredit vergibt. Überzeuge den Finanzgeber, dir den Kredit zu gewähren. Die Zuschauer in der Klasse bewerten den Antragsteller anhand des folgenden Rasters. Nutze bei der Beurteilung die Notenskala.

Merkmal	Meine Noten- bewertung
Der Unternehmer kann sein Konzept schlüssig erläutern.	<input type="checkbox"/>
Der Unternehmer geht nicht nur auf seine fachlichen Qualitäten, sondern auch auf sein unternehmerisches Knowhow ein.	<input type="checkbox"/>
Der Unternehmer kann seine Kreditwürdigkeit deutlich machen.	<input type="checkbox"/>
Der Unternehmer tritt überzeugend und kompetent auf.	<input type="checkbox"/>
Der Unternehmer drückt sich klar und verständlich aus.	<input type="checkbox"/>
Der Unternehmer kann seine Kompetenzen durch die entsprechenden Unterlagen belegen.	<input type="checkbox"/>
Der Unternehmer reagiert angemessen auf die Bedenken des Bankiers.	<input type="checkbox"/>

(Nach: www.existenzgruender.de › Checklisten und Übersichten › Finanzierung/Förderung › Check: Bankgespräch – Darauf kommt es an!)

(2) Kostenrechnung – (k)ein Problem

„My Happy Birthday“ vertreibt Artikel rund um den Geburtstag. Jeden Monat nimmt der Betrieb 9.500 Euro ein. Außerdem verfügt der Unternehmer über einen Kredit von 20.000 Euro mit einem Kreditszins von 2,0 Prozent. Die Firma beschäftigt eine Person mit einem Gehalt von 1.500 Euro pro Monat. Urlaubs- und Weihnachtsgeld werden nicht gezahlt. Die Sozialabgaben betragen 25 Prozent des Einkommens. Darüber hinaus benötigt der Eigentümer monatlich 1.000 Euro für private Zwecke. Einmalig schafft sich der Unternehmer eine Verpackungsmaschine im Wert von 7.000 Euro an. Vierteljährlich werden

Steuern in Höhe von 12.000 Euro fällig. Zusätzlich müssen pro Monat folgende Posten bezahlt werden:

- » Lieferantenkosten in Höhe von 1.520 Euro,
- » Kosten für Vertrieb und Marketing in Höhe von 250 Euro,
- » Miete und Nebenkosten (z. B. Strom, Wasser, Gas) in Höhe von 1.100 Euro sowie
- » Kreditszinsen und eine Tilgungsrate von 100 Euro.

Stelle die Einnahmen und Ausgaben für den Zeitraum von Januar bis Dezember gegenüber. Prüfe, ob der Betrieb monatlich einen Überschuss erwirtschaftet. Wie viel hat der Unternehmer am Ende des Jahres für die einzelnen Positionen ausgegeben und wie viel hat er eingenommen?

So führst du ein Unternehmen

Zur Sache

Konjunkturschwankungen, Veränderungen des Marktes, neue gesetzliche Regelungen, eine Umstrukturierung des Personals oder Änderungen im Verbraucherverhalten bergen Chancen und Risiken. Nur ein Unternehmer, der diese kennt und entsprechend reagieren kann, hat auf Dauer unternehmerischen Erfolg. Ob die Leistung eines Unternehmens gelingt, hängt maßgeblich auch von den Strukturen innerhalb des Unternehmens sowie von den Kenntnissen, Fähigkeiten und Motivationen der Mitarbeiter ab. Eventuelle Störungen zu erkennen und zeitnah zu reagieren, sind Hauptaufgaben der Unternehmensführung. Um den Überblick nicht zu verlieren, empfiehlt sich eine regelmäßig durchgeführte SWOT-Analyse, bei der die Stärken (strengths) und Schwächen (weaknesses), Chancen (opportunities) und Risiken (threats) des Unternehmens gegenübergestellt werden. Dabei wird zwischen internen und externen Faktoren unterschieden. Zu den internen Faktoren, die das Unternehmen selbst beeinflussen kann, gehören beispielsweise die Qualifikation der Mitarbeiter oder die Qualität der angebotenen Produkte oder Dienstleistungen. Veränderungen am Markt, gesetzliche Änderungen, technologischer Fortschritt oder verändertes Konsumverhalten sind externe Faktoren aus der Unternehmensumwelt, auf die der Unternehmer nur reagieren kann.

(Quelle: www.bmwi-unternehmensportal.de)

› Unternehmenswerkstatt › Online-Training › PC-Lernprogramm: Früherkennung von Chancen und Risiken › SWOT-Analyse

Lernziele

Die Schülerinnen und Schüler

- › sind sich der Chancen und Risiken, die mit einem Unternehmen und dessen Entwicklung verbunden sind, bewusst,
- › entwickeln und testen Lösungsmöglichkeiten für typische Unternehmensprobleme und
- › trainieren rationales, unternehmerisches Denken und Handeln.

Methodische Vorgehensweise

Zu Beginn testen die Schülerinnen und Schüler ihre Qualitäten in punkto Mitarbeiterführung und -motivation. Außerdem überlegen sie, was sie tun können, wenn die Zahlungsmoral ihrer Kunden sinkt. Die Ergebnisse werden im Plenum zusammengetragen und diskutiert. Abschließend füllen die Schülerinnen und Schüler den Lückentext aus. Dies kann sowohl in Einzel- als auch in Partnerarbeit geschehen. Darauf aufbauend entwickeln sie anhand des vorgegebenen Beispiels konkrete Marketingideen zur Absatzsteigerung und notieren ihre Ideen auf Karteikarten. Ihre Ergebnisse präsentieren und diskutieren die Schülerinnen und Schüler abschließend im Plenum.

Lösungen zum Arbeitsblatt H

Lösung Aufgabe (2): Prüfung der Zahlungsfähigkeit der Kunden/Rechnungen umgehend stellen/Zahlungsziele angeben/bei Zahlung in einem festgesetzten Zeitraum Skonti einräumen/Abschlagszahlungen vereinbaren/regelmäßig die Zahlungseingänge überwachen und Mahnungen versenden

Lösung Aufgabe (3): Die Reihenfolge, in der die Begriffe eingesetzt werden: Wünsche/König Kunde/Marketingplan/Wettbewerbsvorteilen/innovatives und neuartiges/Markt- und Kundennähe/Kommunikation/Beobachten

Lösung Aufgabe (4): Möglichkeiten, den Umsatz zu steigern, sind unter anderem: Preise reduzieren/Sonderangebote anbieten/das Angebot ausweiten/Kontakte aufnehmen zu Eventagenturen, die (Kinder-)Geburtstage organisieren oder auch zu Bäckereien/Konditoreien, die Geburtstagstorten anbieten/Anzeigenwerbung für die Dienstleistung in lokalen und regionalen Zeitungen/Einrichtung eines Internetauftritts, um den Kundenkreis zu erweitern/Einrichtung eines Online-Shops/Angebot von Bastelnachmittagen für Kinder und Kindergruppen, die ihr eigenes Geburtstageequipment herstellen können/Steigerung des Eigenkapitals durch weitere Gesellschafter/Beratung in Anspruch nehmen

Weitere Informationen

www.bmwi-unternehmensportal.de › Unternehmenswerkstatt › Online-Training › PC-Lernprogramm: Früherkennung von Chancen und Risiken: Lernprogramm des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie zu den Chancen und Risiken des Unternehmertums

www.existenzgruender.de › Checklisten und Übersichten › Vorbereitung: Checkliste des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie zur SWOT-Analyse

So führst du ein Unternehmen

Ein Filmcrew-Catering, ein Unternehmen für Solartechnik, eine Notebook-Designagentur – niemand weiß, welche Angebote und Dienstleistungen ein Renner werden. Unerlässlich für unternehmerischen

Erfolg sind neben fachspezifischen Kenntnissen auch Führungsqualitäten als Arbeitgeber, eine hohe Kundenorientierung, eine aktuelle Buchhaltung und innovatives Marketing.

(1) Führungsqualitäten

Stell dir folgende Situation vor: Du hast ein Unternehmen mit vier Mitarbeitern. Seit einigen Monaten bemerkst du, dass deine Mitarbeiter unmotiviert und lustlos sind: Sie kommen immer öfter zu spät zur Arbeit, überziehen ihre Pausen und arbeiten weniger genau. Kannst du

sie wieder motivieren? Stell dich selbst auf die Probe. Absolviere dazu den Onlinetest unter www.dgp-schueler.de › „Hier testen“ und überprüfe, welcher Typ Chef du bist.

(2) Zahlungsmoral

Unternehmen haben häufig mit schlechtem Zahlungsverhalten ihrer Kunden zu kämpfen. Sie zahlen spät oder gar nicht. Dies führt oft zu

finanziellen Engpässen. Recherchiere, welche Anreize ein Unternehmer schaffen kann, damit seine Kundschaft pünktlich zahlt.

(3) Marketing-Lücken

Fülle den nachfolgenden Lückentext zum Thema Marketing mit den richtigen Begriffen. Diese findest du unten aufgeführt.

Alle unternehmerischen Entscheidungen orientieren sich am Kunden und am Markt. Die Kunst des Marketings besteht darin, sich in die Lage des Kunden zu versetzen und auf seine Bedürfnisse und _____ zu reagieren. Marketing bedeutet auch, sein Produkt laufend zu verbessern. Wie das am besten geht, sagt _____. Er weiß, was ihm fehlt und was er sich wünscht. Marketing ermöglicht es, Produkte oder Dienstleistungen zu entwickeln und Chancen am Markt früher als andere zu erkennen. Ein eigener _____ hilft einem Unternehmer, sich auf dem Markt zu positionieren. Marketing hilft aber auch dabei, besser zu sein als die Konkurrenz. Am Anfang aller Marketing-Aktivitäten steht daher die Frage, mit welchen _____ sich das Unternehmen überhaupt

am Markt positionieren kann. Dies können ein überlegener Kundennutzen, ein _____ Angebot, eine intensive _____, günstigere Preise oder ein besonderes Image sein, das mit dem Unternehmen verbunden ist. Die Instrumente des Marketings sind Produkt, Preis, Vertrieb und _____. Die Methoden des Marketings sind vielfältig. Die einfachsten, aber effektivsten sind das genaue _____ und das Hineinversetzen in die Kunden.

(Quelle: www.existenzgruender.de/marketingplaner/hintergrundinfos)

Fehlende Begriffe:

innovatives und neuartiges – Wünsche – König Kunde – Marketingplan – Wettbewerbsvorteilen – Kommunikation – Markt- und Kundennähe – Beobachten

(4) Marketingstrategien

„My Happy Birthday“ vertreibt Artikel rund um den Geburtstag. Das Unternehmen besteht einzig und allein aus einem kleinen Geschäft im Zentrum deiner Innenstadt. Seine Hauptkundschaft sind Privatpersonen. Seit vier Monaten fällt dem Unternehmensgründer auf,

dass die Einnahmen zurückgehen. Was kann er tun, damit er seinen Umsatz steigern kann? Schreibt eure Ideen auf Karteikarten und präsentiert sie im Plenum. Hängt sie dort gut sichtbar auf.

Tipps für die Gründung einer Schülerfirma

Die Gründung eines realen Schülerbetriebs bietet den Lernenden die Chance, ihr theoretisches Wissen über Unternehmensgründungen und Unternehmensführung in die Tat umzusetzen – eigenverantwortlich und teamorientiert. Prinzipiell kann eine Schülerfirma auf vier verschiedenen Wegen gegründet werden:

- (1) Schülerfirmen als Schulprojekte ohne eigenen Rechtsstatus**
- (2) Schülerfirmen unter dem Dach des Schulfördervereins**
- (3) Schülerfirmen in Zusammenarbeit mit einer Institution, die den rechtlichen Status sichert oder**
- (4) Schülerfirmen als Wirtschaftsunternehmen (reale Firmen)**

Im Folgenden steht Variante 1 im Fokus der Betrachtung, da diese Möglichkeit am häufigsten in deutschen Schulen umgesetzt wird.

1. Ist der Unternehmergeist erst einmal geweckt, sollen die Schülerinnen und Schüler eine tragfähige Geschäftsidee entwickeln, die sich über einen Zeitraum von mindestens drei Jahren realisieren lässt. Es ist sinnvoll, dass alle Vorschläge auf einem Plakat notiert und anschließend nach den Kriterien Umsetzungsmöglichkeit und Erfolgsaussicht bewertet werden.

2. Wenn die Schülergruppe die Lehrkraft von der Geschäftsidee überzeugt hat, ist es ratsam, dass auch die Eltern der beteiligten Schülerinnen und Schüler dem Vorhaben schriftlich zustimmen.

3. Jetzt fehlt noch die Zustimmung der Schulleitung. Da es sich beim Schülerbetrieb laut Handelsgesetzbuch (HGB) nicht um einen Betrieb gewerblicher Art handelt, muss das Vorhaben als Projekt mit pädagogischen Zielsetzungen anerkannt und in den Schulunterricht integriert werden. Die Schülerfirma läuft dann unter dem Dach der Schule und muss nicht ins Handelsregister eingetragen werden. Mit der Schulleitung sollte geklärt werden, ob die Räume und das Inventar der Schule von den Mitarbeitern des Schülerbetriebs benutzt werden dürfen.

4. Eine Sonderrolle nehmen Geschäftsideen ein, bei denen die Lernenden mit unverpackten Lebensmitteln in Kontakt geraten. In einem solchen Fall muss für jedes Gruppenmitglied ein Gesundheitszeugnis beim Gesundheitsamt beantragt werden. Dieses erhalten die beteiligten Schülerinnen und Schüler im Anschluss an eine Belehrung über Hygienevorschriften.

5. Der Schülerbetrieb braucht auch einen Namen. Da bei diesem Punkt wichtige rechtliche Aspekte (z. B. das Markenrecht) beachtet werden müssen, sollte die betreuende Lehrkraft nach einer ersten Ideensammlung der Lernenden aktiv an diesem Prozess teilnehmen.

6. Aus juristischer Sicht ist es von großer Bedeutung, dass der Status des Schülerbetriebs bei jedem Geschäftskontakt offen kommuniziert wird. Die Schülerinnen und Schüler sind immer verpflichtet, darauf hinzuweisen, dass es sich nicht um eine reale Firma, sondern um einen Schülerbetrieb handelt (z. B. auf Rechnungen, Werbung oder dem Briefpapier).

7. Als nächster Schritt folgt die Eröffnung eines Schüler-Betriebskontos. Über dieses Sonderkonto der Schule können zukünftige Transaktionen abgewickelt werden. Kontodienste dürfen die Lernenden allerdings nur gemeinsam mit der betreuenden Lehrkraft oder einem anderen bevollmächtigten Lehrer in Anspruch nehmen.

8. Um den Betrieb in Gang zu bekommen, benötigt die Schülerfirma abhängig von ihrer Geschäftsidee ein bestimmtes Startkapital. Dieses kann beispielsweise von realen Betrieben gespendet oder über Förderprogramme beantragt werden.

9. Um eine ordentliche Buchführung sicherzustellen, sollen die Schülerinnen und Schüler einen geeigneten Ordner zur Dokumentation anlegen. Alle Einkäufe, die sie tätigen, müssen mit einer Quittung nachgewiesen, alle Verkäufe mit einer Rechnung ausgestellt werden. Diese Belege sollen von den Lernenden mit einer fortlaufenden Belegnummer beschriftet und abgeheftet werden. In einer separaten Tabelle müssen sie zudem die Belegnummer, das Datum, den Betrag, den Posten und die Information, ob es sich um eine Einnahme oder Ausgabe handelt, eintragen. Am Ende eines jeden Quartals müssen die Schülerinnen und Schüler die Summe der Einnahmen und Ausgaben getrennt ermitteln und anschließend die Differenz bilden. So können sie feststellen, welchen Gewinn oder Verlust ihr Schülerbetrieb erwirtschaftet hat. Es ist sehr wichtig, dass nicht die Geringwertigkeitsschwellen am Jahresende überschritten werden; ansonsten wird die Schülerfirma als Betrieb gewerblicher Art eingestuft. Ein solches Gewerbe müsste dann beim Gewerbeaufsichtsamt angemeldet werden und wird steuerlich belastet. Das örtliche Finanzamt und das Gewerbeaufsichtsamt geben Auskunft darüber, wie die Schülerfirma eingestuft wird.



10. Die Lernenden sind gesetzlich durch die Schülerunfallversicherung geschützt. Diese sollte jedoch um eine Haftpflichtversicherung ergänzt werden, wenn die Schülerfirma aus eigenen Mitteln einen wertvollen Gegenstand, beispielsweise eine Kamera, anschafft.

11. Bevor der Betrieb losgeht, müssen klare Organisationsstrukturen geschaffen werden: Wer ist für welchen Bereich zuständig? Was passiert, wenn ein Projektmitglied krank ist? Zur Übersicht sollen die Schülerinnen und Schüler eine Liste mit Ansprechpartnern und deren Kontaktdaten erstellen, die anschließend jedem Beteiligten ausgehändigt wird. Außerdem ist es sinnvoll, Zeitpunkt und -ort für regelmäßige Projekttreffen festzulegen.

12. Soll der Schülerbetrieb im Internet vorgestellt werden, so empfiehlt sich eine Integration des Auftritts auf die offizielle Schul-Website. So können unnötige Schwierigkeiten auf rechtlicher Ebene vermieden werden.

13. Irgendwann kommt der Zeitpunkt, an dem der Schülerbetrieb leider wieder schließen muss. In diesem Fall ist ein sauberer Abschluss der Buchführung unerlässlich. Des Weiteren muss geklärt werden, was mit den angeschafften Gegenständen und dem erwirtschafteten Gewinn passiert. Oftmals entscheiden sich Schülerfirmen dazu, ihren Gewinn für gemeinnützige Zwecke zu spenden oder einen spannenden Ausflug für alle Projektmitglieder zu organisieren.

(Quellen: Finke, Antje Dr.: Die rechtliche Absicherung von Schülerfirmen – Möglichkeiten und Grenzen im Kontext pädagogischer Zielstellungen: www.sasj.de › Berufsorientierung › Beratungsstelle für Schülerfirmen › Rechtsfragen; Finke, Antje Dr.: „Wir gründen eine Schülerfirma“ – Fakten, Anregungen und Tipps für Schülerinnen und Schüler: www.newcome.de › Schulen › Downloads & Links › Broschüren & Bücher; de Haan, Gerhard Prof. Dr.; Eyerer, Peter; Ruf, Katharine (Hrsg.): Rechtsfragen in Schülerfirmen – eine Handreichung, Freie Universität Berlin, BLK-Programm „21“ – Bildung für eine nachhaltige Entwicklung)

Rechtlicher Hinweis: Es wurde Wert darauf gelegt, zutreffende und aktuelle Informationen bereitzustellen. Die Herausgeber weisen jedoch darauf hin, dass die Informationen allgemeiner Art sind, die nicht auf die besonderen Bedürfnisse im Einzelfall abgestimmt sind. Die Herausgeber übernehmen keine Haftung für eventuelle Nachteile oder Schäden, die aus den hier gegebenen praktischen Hinweisen resultieren können.

Traumberuf Chef

Unternehmergeist im Unterricht fördern

Service

business@school

EINE INITIATIVE VON THE BOSTON CONSULTING GROUP

SCHUL/BANKER
DAS BANKENPLANSPIEL

bankerverband
BUNDESVERBAND DEUTSCHER BANKEN

**DEUTSCHER
GRÜNDER
PREIS**

Eine Initiative von

stern | Sparkasse

DF | PORSCHE

www.jugendgruendet.de

Wettbewerbe und Planspiele zum Thema Unternehmertum

business@school vermittelt Schülerinnen und Schülern der Klassen 10 bis 13 der gymnasialen Oberstufe praxisnah Wirtschaftswissen. In kleinen Arbeitsgruppen lernen die Jugendlichen die Rahmenbedingungen betrieblichen Handelns von Konzernen sowie von Mittelstands- und Kleinunternehmen kennen, bevor sie selbst eine Geschäftsidee mit Businessplan entwickeln. Unterstützt werden sie dabei von ihren Lehrern sowie von Mitarbeitern der Boston Consulting Group und weiterer Unternehmen, die für jeweils ein Jahr eine Schulpatenschaft übernehmen.

business school, eine Initiative der Boston Consulting Group, The Boston Consulting Group GmbH
Ludwigstraße 21, 80539 München, Telefon: 089/23 17-45 50, Fax: 089/23 17-47 79

E-Mail: info@business-at-school.de, Internet: www.business-at-school.de

Das Bankenplanspiel **SCHUL/BANKER** ermöglicht es Schülerinnen und Schülern, die Leitung einer virtuellen Bank zu übernehmen. In Teams von vier bis sechs Teilnehmern treffen sie alle hierzu erforderlichen geschäftspolitischen Entscheidungen – wie in der Realität. Teilnehmen können Schüler ab Klasse 10, die ein allgemein bildendes Gymnasium, eine Gesamtschule, eine Realschule oder eine deutsche Schule in der Europäischen Union besuchen. Während des Spiels werden die Teams mit umfangreichen Materialien, persönlich über eine kostenlose Hotline und per E-Mail unterstützt.

Bundesverband deutscher Banken (BdB), SCHUL/BANKER

Postfach 040307, 10062 Berlin, Telefon: 030/16 63-15 11, -15 22, Fax: 030/16 63-15 19

E-Mail: bankenverband@schulbanker.de, Internet: www.schulbanker.de

Der **Deutsche Gründerpreis für Schüler** ist ein bundesweites Existenzgründer-Planspiel für Jugendliche ab der 10. Klasse (Mindestalter: 16 Jahre) in allgemein bildenden und berufsbildenden Schulen. In Teams von drei bis sechs Schülerinnen und Schülern werden Aufgaben über einem Zeitraum von vier Monaten eigenständig gelöst und zur Bewertung eingereicht. Der Schwerpunkt ist die Entwicklung eines Geschäftskonzepts für ein fiktives Unternehmen. Die Lernenden werden von einem Coach und einem Unternehmerpaten unterstützt.

Deutscher Gründerpreis für Schüler

Am Baumwall 11, 20459 Hamburg, Telefon: 040/37 03-45 45, Fax: 040/37 03-58 10

E-Mail: deutscher-gruenderpreis@stern.de, Internet: www.deutscher-gruenderpreis.de/schueler

Jugend gründet ist der Online-Wettbewerb für Schülerinnen, Schüler und Auszubildende, die bereit sind, innovative Geschäftsideen zu entwickeln und diese in ein erfolgreiches, virtuelles Unternehmen überzuleiten. Nach der Findung einer innovativen Produkt-, Handels- oder Dienstleistungsidee erstellen die Teilnehmer online einen Businessplan. Beim Planspiel stellen sie ihr unternehmerisches Geschick mit nachhaltigen Entscheidungen unter Beweis. Die Betreuung durch eine Lehrkraft ist optional. „Jugend gründet“ wird seit 2003 vom Bundesministerium für Bildung und Forschung gefördert.

Steinbeis-Transferzentrum für Unternehmensentwicklung an der Hochschule Pforzheim
Blücherstraße 32, 75177 Pforzheim, Telefon: 07231/42 446-27, Fax: 07231/42 446-25

E-Mail: info@jugend-gruendet.de, Internet: www.jugend-gruendet.de

JUNIOR Junge Unternehmer initiieren-organisieren-realisieren ist ein bundesweites Projekt der Institut der deutschen Wirtschaft Köln JUNIOR gGmbH. 10 bis 15 Schülerinnen und Schüler ab Klasse 9 an allen allgemein bildenden Schulen und berufsbildenden Schulen entwickeln eine Geschäftsidee und gründen ein auf ein Schuljahr befristetes JUNIOR-Unternehmen. Die Schulbank wird zum Chefsessel, von dem aus Geschäftsideen kreiert, Marketingstrategien ausgearbeitet, Aktienverkäufe gesteuert werden.

JUNIOR – Schüler als Manager

Institut der deutschen Wirtschaft Köln JUNIOR gGmbH

Konrad-Adenauer-Ufer 21, 50668 Köln, Telefon: 0221/49 81-700, Fax: 0221/49 81-799

E-Mail: junior@iwkoeln.de, Internet: www.juniorprojekt.de



JUNIOR-Kompakt ist ein Programm der Institut der deutschen Wirtschaft Köln JUNIOR gGmbH, das sich an Schüler der Klassen 7 bis 10 aller allgemein bildenden Schulen richtet. JUNIOR-Kompakt erstreckt sich insgesamt über einen Zeitraum von einem Jahr und ist in zwei Abschnitte unterteilt: die Trainingsphase und anschließend die Unternehmensphase. Aufgrund eines vereinfachten Ablaufs und einfacheren Buchführung spricht das Projekt speziell jüngere Schüler der Sekundarstufe I an.

JUNIOR-Kompakt

Institut der deutschen Wirtschaft Köln JUNIOR gGmbH

Konrad-Adenauer-Ufer 21, 50668 Köln, Telefon: 0221/49 81-666, Fax: 0221/49 81-666

E-Mail: junior-kompakt@iwkoeln.de, Internet: www.juniorprojekt.de



TheoPrax stärkt Unternehmergeist durch Zusammenarbeit von Schulen mit Unternehmen, Instituten und Kommunen in Projekten. Außerschulische Partner vergeben Realaufträge an Schüler-teams, die lehrplanintegriert und betreut das betriebliche Problem zu lösen versuchen. TheoPrax richtet sich an Klassen 8 bis 13 aller Schulformen und bietet inhaltliche und didaktische Betreuung, Lehr- und Lernmaterialien, zum Beispiel Projektmanagement, sowie Lehrerfortbildungen an.

TheoPrax-Zentrum

Fraunhofer Institut für Chemische Technologie (ICT)

Joseph-von-Fraunhofer-Straße 7, 76327 Pfinztal-Berghausen, Telefon: 0721/46 40-305

Fax: 0721/46 40-800-305, E-Mail: doerthe.krause@ict.fraunhofer.de, Internet: www.theo-prax.de



Das Programm der Heinz Nixdorf Stiftung und der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung (DKJS) **Wege finden** für Schulen in den neuen Bundesländern richtet sich an Lernende aller Klassenstufen und Schulformen. Im Aktionsfeld „Nachhaltig wirtschaftende Schülerfirmen“ entwickeln und managen die Schülerinnen und Schüler ihre eigene Schülerfirma über mehrere Schuljahre hinweg. Unterstützung erfahren Schüler und erwachsene Begleitungen durch kontinuierliche Beratung, Fortbildungen und Coaching in der Kooperation mit Unternehmen.

Wege finden, Deutsche Kinder- und Jugendstiftung

Tempelhofer Ufer 11, 10963 Berlin, Telefon: 030/25 76-76 73, Fax: 030/25 76-76 10

E-Mail: info@wegefinden.net, Internet: www.wegefinden.net



Ausgezeichnete Gründungskonzepte und Schülerfirmen

Der Deutsche Gründerpreis für Schüler

„Eine Zahnbürste ersetzt nicht den Zahnarzt“, sagt der Volksmund. Falsch – dachte sich eine Schülercrew aus Hessen und entwickelte eine elektrische Zahnbürste, die beim Putzen Krankheiten



Das Team DentaCare hat den Gründerpreis für Schüler 2009 gewonnen.

wie Karies erkennt und leichte Schäden behebt. Leider nur eine Idee – aber eine, die dem Quartett den ersten Platz beim Deutschen Gründerpreis für Schüler im Jahr 2009 bescherte.

So sehen Sieger aus: Strahlend feiern die vier Gymnasiasten bei der Preisverleihung. Mit ihrem Geschäftskonzept für die vorsorgende Zahnbürste hat sich das Team gegen 1.216 andere Schülergruppen durchgesetzt, die ebenfalls überraschende Ideen anboten – vom Wunschbrot bis zur mobilen Brustkrebserkennung. Strahlend dürfte für sie alle die Zukunft aussehen: „Wir haben für uns persönlich viel gelernt – vor allem Teamfähigkeit“, so die Siegercrew. „Und wir haben auch Kontakte zur deutschen Wirtschaft geknüpft.“

Was ist der Deutsche Gründerpreis für Schüler?

Beim größten bundesweiten Existenzgründer-Planspiel entwickeln Jugendliche eine Geschäftsidee, gründen ein fiktives Unternehmen und treten mit ihrem Konzept gegen andere Teams an. Das Ziel: Jugendliche für die Welt der Wirtschaft zu begeistern und sie nachhaltig für die Zukunft zu qualifizieren. Ausgelobt wird der Deutsche Gründerpreis von Stern, Sparkassen, ZDF und Porsche, die sich bereits seit 1997 für die Förderung des Unternehmertums und der Gründungskultur engagieren. Kooperationspartner ist das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie.

Wie läuft der Wettbewerb ab?

Teilnehmen können Jugendliche ab 16 Jahren. Jedes Team entwickelt im Rahmen einer fiktiven Unternehmensgründung ein Geschäftskonzept. Durch den Kontakt zu echten Unternehmern und die schrittweise, eigenständige Erarbeitung von wirtschaftlichen Zusammenhängen verwandeln sich die Lerninhalte für die Schüler in spannende Praxis. Ein Netzwerk, das sich die Schüler schaffen, entlastet die Lehrer und bringt zusätzlich neue Sichtweisen von außen in den Unterricht ein. Spielplattform ist das Internet. Die teilnehmenden Gruppen bekommen ein Jury-Feedback und ein Zertifikat für spätere Bewerbungen. Für die zehn besten Teams gibt es Geldpreise in Höhe von 6.000 Euro und eine Einladung zur Bundessiegerehrung. Den besten Fünf winkt die Teilnahme am Future Camp – einem speziell für Schüler entwickelten Persönlichkeits- und Managementtraining. Das Siegerteam wird im Rahmen der Verleihung des Deutschen Gründerpreises in Berlin in der Kategorie „Schüler“ ausgezeichnet.

Das Schulprojekt JUNIOR

Die Gewinner des JUNIOR-Bundeswettbewerbs im Jahr 2009 stehen auf der Sonnenseite des Lebens: Sie bauen auf erneuerbare Energien. Die Gymnasiasten aus Niedersachsen haben in ihrer Schülerfirma „SolAround“ eine Internetplattform für Solarenergie gegründet, das Gesellschaftsspiel „SolarLux“ herausgebracht, eine regionale Solarmesse organisiert und den Informationsservice „Peiner Solar-News“ entwickelt. Für dieses Konzept wurden sie auch auf Europaebene mit dem dritten Preis belohnt und für die beste nachhaltige Geschäftsidee in Europa ausgezeichnet. Aber auch die Schülerfirmen auf dem zweiten und dritten Platz im Schuljahr 2008/2009 haben geblüht: Die Zweitplatzierten haben für Nachwuchsbands CD-Sampler aufgenommen und vermarktet. Mit mediterranen Wohnaccessoires aus Ton, Holz und Ziegeln in Eigenherstellung haben die Drittplatzierten überzeugt.

Was ist das Projekt JUNIOR?

Seit 1994 führt das Projekt der Institut der deutschen Wirtschaft Köln JUNIOR gGmbH Schülerinnen und Schüler an unternehmerisches Denken und Handeln heran. Ziel ist es, die Lücke zu schließen, die zwischen dem theoretischen Lernstoff und der Wirtschaftspraxis klafft. Im bundesweiten Projekt JUNIOR gründen Schülerinnen und Schüler ein auf ein Schuljahr befristetes JUNIOR-Unternehmen und treten in Wettbewerben auf Landes-, Bundes- und Europa-Ebene gegeneinander an.

Wie läuft das Projekt ab?

Am Projekt JUNIOR können Schülerinnen und Schüler ab der 9. Klasse an allgemein bildenden und berufsbildenden Schulen teilnehmen. Zu Beginn des Schuljahrs entwickeln die Schülerinnen und Schüler in Gruppen aus 10 bis 15 Teilnehmern eine von JUNIOR genehmigte Geschäftsidee und setzen diese Idee in einer Schülerfirma um. Damit das Unternehmen die Geschäftstätigkeit aufnehmen kann, bekommen die jungen Unternehmen 90 Anteilsscheine à 10 Euro, die sie selbst



Beim JUNIOR-Bundeswettbewerb hat das Team aus Niedersachsen den 1. Platz belegt.

kaufen und im regionalen Umfeld verkaufen müssen. Mit diesem Startkapital machen die Jugendlichen Presse, Wirtschaft und Politik auf ihre Geschäftsidee aufmerksam. Absatzmärkte müssen analysiert und Marketingstrategien entwickelt werden. Unterstützt werden die Schülerinnen und Schüler von JUNIOR sowie von Schul- und Wirtschaftspaten. Jeden Monat muss das Unternehmen Buchführungsunterlagen erstellen und an JUNIOR schicken. Während des Schuljahrs finden

verschiedene Veranstaltungen statt – Unternehmertreffen, Messen sowie Landes-, Bundes- und Europawettbewerbe. Die Laufzeit der JUNIOR-Unternehmen ist auf ein Schuljahr begrenzt. Danach muss das Unternehmen aufgelöst werden. Alle Teilnehmer erhalten ein Zertifikat, wenn sie mindestens 50 abgeleistete Arbeitsstunden im JUNIOR-Unternehmen nachweisen können.

Informationen im Internet

Deutscher Gründerpreis für Schüler: www.dgp-schueler.de

JUNIOR – Schüler als Manager: www.juniorprojekt.de

Die Themen

Grundwissen

- A › Das Unternehmerbild in Deutschland
- B › Die Bedeutung von Existenzgründungen und Unternehmen
- C › Faktoren des wirtschaftlichen Handelns

Praxiswissen

- D › Wann du ein Unternehmertyp bist
- E › So wirst du Unternehmer
- F › So findest du deinen Markt
- G › So wirtschaftest du als Unternehmer
- H › So führst du ein Unternehmen

Service

Tipps für die Gründung einer Schülerfirma
Wettbewerbe und Planspiele zum
Thema Unternehmertum
Ausgezeichnete Gründungskonzepte und
Schülerfirmen

Literatur und Links



GründerZeiten: Infoletter für Existenzgründer und junge Unternehmen mit Hinweisen, Hilfen und praktischen Lösungsvorschlägen zu typischen Problemlagen.



Softwarepaket für Gründer und junge Unternehmen: Vorbereitung auf die Existenzgründung und Hilfe für junge Unternehmer, den geschäftlichen Alltag zu meistern.



www.bmwi.de: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi)



www.existenzgruender.de: Portal für Existenzgründer; Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie

JUBI aktuell

Einmal im Monat informiert der Newsletter „JUBI aktuell“ über aktuelle Arbeitsblätter und kostenlose Unterrichtsmaterialien. Der Newsletter ist kostenlos und kann jederzeit wieder abbestellt werden. Jetzt anmelden unter: www.jugend-und-bildung.de/newsletter