



Die Entwicklung einer innovativen Idee zur Unternehmensgründung mit Elementen eines Businessplans und deren praktische Umsetzung in Form einer Projektwoche.

Erarbeitet von Lehramtstudentinnen der Universität Potsdam Fachbereich Wirtschaft-Arbeit-  
Technik Stefanie Kauffmann & Caroline Kühn  
März, 2014

## Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	1
2 Hauptziele der Projektwoche	2
3 Elemente des Businessplans	2
4 Einordnung in den Rahmenlehrplan	3
5 Methode: Projekt	4
6 Ablauf der Projektwoche	5
6.1 Durchführung an den einzelnen Tagen	8
6.2 Vorstellung des Materials	13
7 Reflexion durch Lerntagebuch	15
8 Fazit	15
9 Materialien	16
10 Quellen	27

## **1 Einleitung**

Die folgende Handreichung soll ein Leitfaden für die Durchführung einer Projektwoche zur Entwicklung einer innovativen Idee von Schülern darstellen. In dieser wird eine Einordnung in den Rahmenlehrplan, die Beschreibung der Methode Projekt, Merkmale eines Businessplans sowie zahlreiche Materialien für die Durchführung bereitgestellt. Des Weiteren sind mögliche Ablaufpläne, einerseits für Sie als Projektbetreuer und andererseits für die Lernenden in der Handreichung zu finden, die eine mögliche zeitliche Einteilung veranschaulichen. Aus diesen Plänen können Sie die Projektschritte einzeln entnehmen, welche mit dem jeweiligen zu erreichenden Zielen untermauert sind.

Im Vordergrund steht die Entwicklung einer Geschäftsidee der Schüler und Schülerinnen und diese dann, in einem vereinfachten Businessplan zu dokumentieren. Prozessbegleitend soll die Arbeit am Businessplan täglich mithilfe eines Lerntagebuchs reflektiert werden.

Je nach Klasse und Vorwissen der Lernenden kann der Plan und auch die Materialien angepasst werden. Der Leitfaden soll nur eine Grundlage für die Durchführung darstellen.

Bei der Verwirklichung wünschen wir Ihnen viel Spaß!

## **2 Hauptziele der Projektwoche**

Die großen Leitthemen sind natürlich der Businessplan und seine Inhalte, die den Schülerinnen und Schülern im Verlauf der Woche mitgeteilt werden sollen und in kleinen Segmenten auch zur Anwendung kommen. Es ist nicht geplant, dass nach einer Woche alle Schüler mit einer innovativen Idee ein Unternehmen gründen, im Gegenteil. Das Rahmenthema, die Gründungsidee, soll dazu beitragen die Schüler zu selbstständigen und kreativen Arbeiten anzuregen. In vielen Sequenzen erarbeiten sie sich die Informationen, die sie zum Erstellen ihres eigenen kleinen Businessplans benötigen, selbst. Das Hauptziel ist, dass nach dieser Woche jeder Schüler selbstständig einen Beitrag zum Projekt geleistet hat und es dabei auch geschafft hat, die vorgegebenen Pflichtaufgaben zu lösen. Das Zeitmanagement des Einzelnen steht im Vordergrund. Diese Fähigkeit benötigen junge Menschen in vielen Lebensbereichen außerhalb der Schule und sie sollte deshalb kontinuierlich gefördert werden. Weitere Schwerpunkte in dieser Projektwoche sind das Entwickeln von Reflexionsstrategien und der Umgang mit Kritik. In regelmäßigen Abständen finden Projektvorstellungen statt, vom Ideenbasar über die Lernberatung, bis hin zur Abschlusspräsentation müssen die Gruppen immer wieder ihre Idee vorstellen, mit Kritik umgehen und ihre Arbeitsweise einschätzen um voran zu kommen. Dafür stehen den Schülern einige Hilfen (Siehe Anhang) zur Verfügung, sie sind jedoch auch dazu angehalten selbst Strategien zu entwickeln, denn durch Handeln lernt man.

## **3 Elemente des Businessplans**

In einem Businessplan wird das Gesamtkonzept der innovativen Idee unter verschiedenen Kriterien dargestellt. Er erfasst dabei das wirtschaftliche Umfeld, die gesetzten Ziele sowie die dafür aufzuwendenden Mittel. Ein Businessplan ist sehr wichtig für die Verwirklichung einer Geschäftsidee.<sup>1</sup>

Folgende wesentliche Elemente werden dabei erfasst:

1. Zusammenfassung

Das Vorhaben wird dabei kurz und prägnant vorgestellt.

2. Produkt- und Unternehmensidee

Die Geschäftsidee wird unter Herausstellung des Kundennutzens detailliert beschrieben.

---

<sup>1</sup> vgl. „Von der Idee zum Konzept- Das Handbuch zum BPW 2014“

3. Management- bzw. Gründerteam  
Die Teammitglieder werden mit ihren jeweiligen Qualifikationen beschrieben.
4. Markt und Wettbewerb  
Der Gesamtmarkt sowie die Wettbewerber werden beschrieben.
5. Marketing und Vertrieb  
Die Marketingstrategien sowie die Vertriebswege werden charakterisiert,
6. Unternehmensform  
Die gewählte Rechtsform wird geschildert.
7. Finanzplanung  
Eine Gewinn-und-Verlust-Rechnung wird vorgenommen.
8. Risikobewertung und Alternativszenarien  
Eine kritische Bewertung der Geschäftsidee sowie ein Blick in die Zukunft wird vorgenommen.

Diese Ausführungen sollen nur einen groben Umriss für die Erstellung eines Businessplans darstellen. Für weitere Informationen möchten wir auf das „Handbuch des Businessplans 2014“ hinweisen. Aus diesem wurden die Informationen zusammengetragen. Im Anhang finden Sie weiterhin ein Merkblatt, das als Arbeitsblatt für die Schüler und Schülerinnen dienen kann.

#### **4 Einordnung in den Rahmenlehrplan**

Das Projekt kann im Wahlpflichtunterricht der Jahrgangsstufe 9/10 durchgeführt werden.

„Der Wahlpflichtunterricht ermöglicht es, an komplexen Themen ökonomische, technische und berufsorientierende Zusammenhänge integriert zu erschließen oder zu vertiefen. Sie knüpfen an die Themenfelder des Pflichtunterrichts an und sollen von den Schülerinnen und Schülern zunehmend selbst gesteuert und projektorientiert durchgeführt werden.“<sup>2</sup>

Einzuordnen ist es in das Themenfeld 3: Produktion und Unternehmen; Das Unternehmen als ökonomisches System mit den Standards W2, W4 und W7. Die ausführliche Beschreibung dieser finden Sie im Rahmenlehrplan des Faches WAT auf der Seite 16/17.

Themen der beruflichen Orientierung können zudem in diesem Projekt mit einfließen und einbezogen werden.

---

<sup>2</sup>[http://bildungsserver.berlinbrandenburg.de/fileadmin/bbb/unterricht/rahmenlehrplaene\\_und\\_curriculare\\_materialien/sekundarstufe\\_I/2008/Wirtschaft%20Arbeit%20Technik-RLP\\_Sek.I\\_2008\\_Brandenburg.pdf](http://bildungsserver.berlinbrandenburg.de/fileadmin/bbb/unterricht/rahmenlehrplaene_und_curriculare_materialien/sekundarstufe_I/2008/Wirtschaft%20Arbeit%20Technik-RLP_Sek.I_2008_Brandenburg.pdf), S. 45 (zuletzt aufgerufen am 04.01.14)

## 5 Methode: Projekt

Im Projektunterricht steht das Problemlösen im Vordergrund. Dieser findet daher in der Praxis oft Anwendung.

Das Projekt kann durch „learning by doing“ beschrieben werden, das bedeutet Lernen durch Handeln bzw. Arbeiten. Kennzeichnend ist die hohe Selbstständigkeit und Orientierung an den Schülern und Schülerinnen. Folgende typische Merkmale gelten dabei:<sup>3</sup>

### 1.(Handlungsorientierung

*Die Handlungsorientierung der Schüler und Schülerinnen steht hierbei im Fokus. Sie sollen selbstständig ihr Projekt organisieren und ihren Businessplan entwerfen.*

### 2.Eindeutiges Ziel

*Das Anliegen der Projektwoche wurde unter Punkt 2 mit der Formulierung des Hauptziels vorgenommen.*

### 3.Schülerorientierung

*Das Vorhaben wird anhand der Lernenden orientiert und kann je nach Klasse differenziert werden.*

### 4.Zeitliche Befristung

*Das Projekt wird innerhalb einer Woche durchgeführt und ist an einem Stundenplan orientiert.*

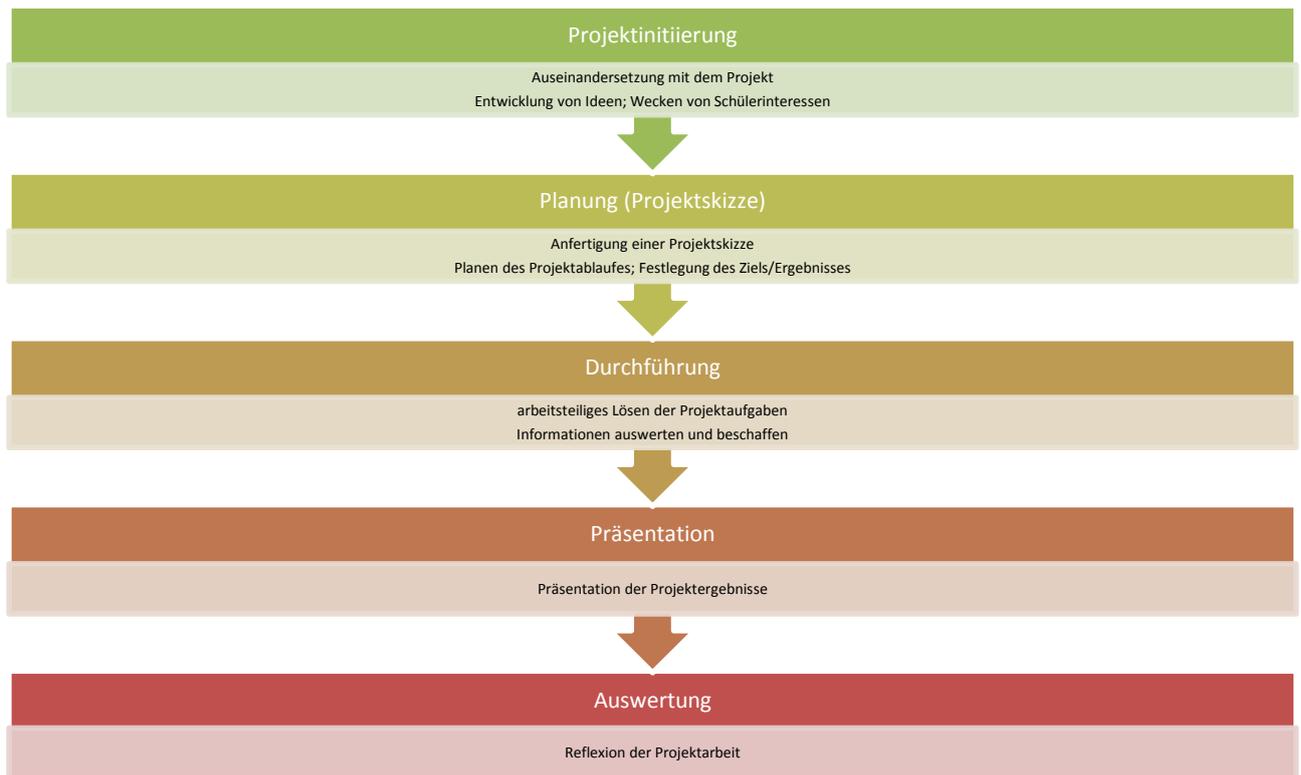
### 5.Komplexität

*Verschieden ökonomische Bereiche werden hier angesprochen und sollen auch in gewissen Maß gefestigt werden.*

Bezüglich der Verlaufsphasen einer Projektarbeit werden in der Literatur differenzierte Ansätze dargestellt. Im Allgemeinen umfasst sie folgende Schritte:

---

<sup>3</sup> Meier, Bernd: Wirtschaft und Technik unterrichten lernen: Oldenbourg Verlag (2013), S. 195)



(eigene Abbildung vgl. Meier, 2013, S. 196 und Wiechmann 2002, S. 158)

Didaktisches Potential:

„Schüler steuern einen gemeinsamen Arbeitsprozess produktorientiert. Sie arbeiten in Projekten in der Regel arbeitsteilig, handlungsorientiert, planvoll und weitgehend selbstgesteuert an einem definierten Vorhaben. Ihre kollektive Arbeit ist erfahrungsbezogen und zielgerichtet, da ein gemeinsames Endprodukt angestrebt wird.“<sup>4</sup>

Folgende Ziele sollen mit der Projektwoche erreicht werden:

Die Schüler und Schülerinnen sind in der Lage anhand vorgegebener Punkte einen Businessplan zu entwerfen.

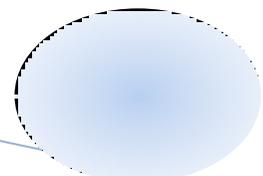
Die Lernenden erkennen Probleme und versuchen diese selbstständig zu lösen.

Die Schüler und Schülerinnen können am Ende der Projektwoche ihre Idee vor anderen an ihrem Marktstand präsentieren.

## 6 Ablauf der Projektwoche

Im Folgenden erwarten Sie zwei „Stundenpläne“, die den Ablauf der Projektwoche kurz und prägnant darstellen sollen sowie eine ausführliche Beschreibung der einzelnen Tage.

<sup>4</sup> Brenner, Gerd (2011): Methoden für alle Fächer: Cornelsen Verlag, S. 53



	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag
1.Std.	<u>Vorstellung von Schülerfirmen</u> Bsp. „Pausenschmaus“, „Fahrradwerkstatt“ (Mittel: Lehrervortrag, Filme usw.) <u>Vorstellen des geplanten</u>	<u>Ideenbasar</u>  <i>Die am Vortag entwickelten Ideen werden anderen Schülern an Ständen vorgestellt und somit neue Anregungen gewonnen.</i>	<u>Arbeitszeit</u>  - Arbeiten an Stationen	BWL-Studenten erzählen von ihren ersten Business Plänen	Vorbereitung der Präsentation
2.Std.	<u>Projekts!</u>			Arbeitszeit mit den Studenten	
3.Std.	<u>Gruppenfindung</u>  Jeder Schüler notiert seine Erwartungen und Ideen für eine Schülerfirma, danach werden diese mit denen von anderen Schülern abgeglichen und so Arbeitsgruppen gefunden. 356-Methode	Lehrervortrag zu den Inhalten eines Business Plans	Lernberatung durch alle Gruppen  Probleme in der Entwicklungsphase werden besprochen. (Unterrichtsgespräch)		
4.Std.	Gruppenarbeit (Teamvertrag, Vorbereitung Ideenbasar)	<u>Arbeitszeit</u>  - Arbeiten an Stationen	<u>Arbeitszeit</u>  - Arbeiten an Stationen	<u>Arbeitszeit</u>  - Arbeiten an Stationen	Präsentation der Ideen
5.Std.					Wahl der besten Idee
6.Std.					(Feedback)

	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	
1.Std.	Ihr bekommt einen Einblick in das Thema der Projektwoche.	<u>Ideenbasar</u>  <i>Die am Vortag entwickelten Ideen werden anderen Schülern an Ständen vorgestellt.</i>	<u>Arbeitszeit</u>  Hier habt ihr Zeit um euer Projekt auszuarbeiten und drei der vier Stationen zu bearbeiten.	BWL-Studenten erzählen von ihren ersten Business Plänen	Vorbereitung der Präsentation	
2.Std.				Arbeitszeit mit den Studenten		
3.Std.	<u>Gruppenfindung</u>  Ihr notiert eure Erwartungen und Ideen für eine Schülerfirma, danach werden diese mit denen von anderen Schülern abgeglichen und so Arbeitsgruppen gefunden.  356-Methode	Was ist ein Business Plan?	Lernberatung durch alle Gruppen  Probleme in der Entwicklungsphase werden besprochen.			
4.Std.	Gruppenarbeit (Teamvertrag, Vorbereitung Ideenbasar)	<u>Arbeitszeit</u>  Hier habt ihr Zeit um euer Projekt auszuarbeiten und drei der vier Stationen zu bearbeiten.	<u>Arbeitszeit</u>  Hier habt ihr Zeit um euer Projekt auszuarbeiten und drei der vier Stationen zu bearbeiten.	<u>Arbeitszeit</u>  Hier habt ihr ein letztes Mal Zeit um euer Projekt auszuarbeiten und drei der vier Stationen zu bearbeiten.	Präsentation der Ideen	
5.Std.						Wahl der besten Idee und Reflexion der Woche.
6.Std.						

## 6.1 Durchführung an den einzelnen Tagen



Bevor das eigentliche Projekt beginnen kann müssen die Lernenden einen Ausblick auf die mögliche Entwicklung bekommen. Da sich das Ergebnis, also das Projekt, das entwickelt werden soll auf den schulinternen Rahmen beziehen soll, ist es angebracht, ihnen positive Beispiele einer innovativen Idee im Schulkontext zu zeigen. Zu diesem Zweck werden ihnen unterschiedliche Schülerfirmen vorgestellt. Besonders geeignet für den schulischen Rahmen sind Cafeteria-Projekte. Zu diesem Thema finden sich viele Reportagen im Internet. Aber auch speziellere Ideen, die auf die besonderen Bedingungen der Schule zugeschnitten sind, sollten vorgestellt werden. Das Medium Film eignet sich für die erste Begegnung besonders gut, da die Schüler und Schülerinnen dabei einen realistischen Einblick in die Abläufe der Firma bekommen können. Nach diesem ersten Eindruck wird die geplante Projektwoche vorgestellt. Als Hilfsmittel dient hierbei der Wochenplan.

Nun kann die Gruppen- und Ideenfindung beginnen. Um Partner mit den gleichen Vorstellungen zu finden und sich nicht nur nach Neigung zu sammeln, schreiben die Lernenden zunächst ihre Erwartungen an die Projektwoche und die Zusammenarbeit mit der Gruppe auf. Dazu können Fragestellungen wie: „Was erwarte ich von der Projektwoche?“, „Welche Themen könnten mich interessieren?“ und „Was erwarte ich von meinen Partnern?“ hilfreich sein. Mit ihren ausformulierten Antworten gehen die Schüler nun herum und interviewen ihre Mitschüler. Auf diese Weise bilden sich Gruppen mit ähnlichen Erwartungen und Interessen.

Für die Findung einer innovativen Idee stellen wir Ihnen nun die 356 Methode vor. Die funktioniert am besten in Kleingruppen von höchstens 6 Personen. Jedes Gruppenmitglied bekommt ein Blatt Papier, auf welches drei gleich große Spalten und 6 Zeilen gezeichnet werden. Nun wird jeder Schüler aufgefordert in die 3 oberen Kästchen drei Ideen für die Schülerfirma einzutragen. Nach 5 Minuten wird das Blatt im Uhrzeigersinn weitergeschoben. Nun werden die Ideen durchgelesen und in den Zeilen darunter wird das Gedankengut weiterentwickelt, ergänzt oder Probleme notiert. Am Ende eines Durchlaufs wird besprochen, welche Idee am besten zu den Erwartungen der Gruppe passt. Der Start für das Businessplan Projekt ist geboren.

Nun stehen wir kurz vor der ersten Arbeitsphase. Bevor es jedoch richtig losgeht müssen noch Teamverträge abgeschlossen werden. Dieser Schritt verleiht der Projektwoche die notwendige Ernsthaftigkeit. Die Schüler und Schülerinnen merken, dass sie für ihr Projekt verantwortlich sind und dass jeder sich angemessen beteiligen muss. Im Vertrag werden die Ziele der Gruppe und mögliche Sanktionen, falls sich jemand von der Arbeit zurückzieht, festgehalten. Es liegt nun an der Gruppe, wie diese Regeln durchgesetzt werden.

Ziel der ersten Arbeitsphase ist es, das Projekt so weit zu entwickeln, dass es am nächsten Morgen auf dem Ideenbasar vorgestellt werden kann. Es ist den Lernenden hierzu freigestellt, ob sie dazu Plakate oder Power Point Präsentationen verwenden wollen oder ihr Projekt auf eine andere Weise vorstellen.

Filmmaterial:

<http://www.youtube.com/watch?v=u0biACSw0NM>

[http://www.youtube.com/watch?v=FpF3eNC\\_OtQ](http://www.youtube.com/watch?v=FpF3eNC_OtQ)

<http://www.youtube.com/watch?v=I9-G-BIkaew>

**Ziele:** Die Schüler und Schülerinnen sind in der Lage die Methode 356 durchzuführen, um sich in einer Gruppe zusammenzufinden.

Die Lernenden können einen schriftlichen Teamvertrag mit selbst gewählten Kriterien anfertigen.

➔ **Hauptziel des Tages:** Finden einer innovativen Idee zu der der Businessplan gestaltet werden kann



Die ersten beiden Stunden sollen dem Ideenbasar dienen. Hier stellen die Schüler und Schülerinnen ihre Projekte vor und sehen sich die, der anderen Gruppen an. Sinn des Vorhabens ist es, mit den anderen Gruppen ins Gespräch zu kommen, um neue Einblicke auf das eigene Projekt zu gewinnen. Im Idealfall finden Außenstehende neue Ansätze zur Lösung von Problemen und bringen neue Denkansätze in die Projektentwicklung mit ein. Der Basar sollte auch als solcher aufgebaut werden. Jede Gruppe bekommt ihren eigenen Stand an dem

das Projekt präsentiert werden kann. Es steht den SuS natürlich frei sich die anderen Stände anzusehen, Tipps zu geben und Strukturen zu übernehmen. Ein Austausch über den jeweiligen Gruppenstand ist mehr als erwünscht! Der Basar sollte keine Plattform für Konkurrenzdenken bieten und im besten Fall auch für Personen offen sein, die nichts mit dem Projekt „Business Plan“ zu tun haben. Die Aufgabe des Projektleiters ist es hierbei, den Markt zu beaufsichtigen. Die Gruppen sollen miteinander und nicht gegeneinander arbeiten und das auch außerhalb der Stammgruppe.

In der zweiten Phase dieses Tages soll den Schülern der Business Plan nähergebracht werden. Hierzu steht der Lehrer im Mittelpunkt. Es sollen die Fragen „Wozu wird ein Business Plan gebraucht?“ und „Was gehört da hinein?“ erläutert werden. Im Anhang finden Sie einige Informationen dazu. Die Wichtigsten Inhaltspunkte werden in der Stationenarbeit nochmal aufgegriffen, damit die Schüler und Schülerinnen etwas in der Hand haben an dem sie sich orientieren können und auch ohne Vorwissen gut arbeiten können.

Nun beginnt die heutige Arbeitphase. Die Lernenden können nun die Anregungen vom Ideenbasar einarbeiten und sich an dem Aufbau des Business Plans orientieren. Zusätzlich beginnt nun auch noch die Stationsarbeit. Diese ist so aufgebaut, dass sie nicht nur als Input, sondern auch als Pause des kreativen Prozess genutzt werden kann. Sobald ein Schüler eine Auszeit braucht, steht es ihm frei, eine der vorbereiteten Stationen zu besuchen. Somit können sich Mitglieder aus jeder Gruppe gemeinsam mit einer Station befassen. Es gibt insgesamt 4 Stationen von denen die Schüler und Schülerinnen am Ende der Woche drei bearbeitet haben müssen. Die bearbeiteten Themen werden dann zusammen mit einer Darstellung des Projekts in Form eines kleinen Business Plans abgegeben. Ob sie in eine Bewertung einfließen oder korrigiert zurückgegeben werden, obliegt natürlich Ihnen als Lehrperson.

**Ziele:** Die Schüler und Schülerinnen erhalten die Gelegenheit ihre Geschäftsidee vor Anderen zu präsentieren.

Die Lernenden erfassen die Elemente eines Businessplans und erarbeiten sich die einzelnen Bausteine.

Die Schüler und Schülerinnen können eine Gruppenarbeit/Stationsarbeit durchführen und haben dabei einen Lernzuwachs.

➔ Hauptziel des Tages: Erkennen der Bausteine eines Businessplans und Beginn der Gruppenarbeit



Die Mitte des Projektes ist nun erreicht. Dieser Tag beginnt, wie der vorherige endete. Den Schüler und Schülerinnen wird freie Arbeitszeit gegeben, in der sie ihr Projekt weiterentwickeln und an den Stationen arbeiten können. Nach zwei Stunden findet eine Lernberatung statt. Für diese eignet sich ein Stuhlkreis am besten. Jede Gruppe erzählt, wie weit ihr Projekt entwickelt ist, wo sie Probleme haben und was ihnen schwer fällt. Die anderen Gruppen helfen nun dabei diese Probleme zu lösen, indem sie ihre Gedanken dazu mitteilen. Auf diese Weise werden Lernblockaden abgebaut und es wird vermieden, dass eine Gruppe aufgrund von Denkfehlern, Schwierigkeiten beim Umsetzen des Projekts bekommt. Vier Augen sehen mehr als zwei und viele Augen sehen unterschiedliche Probleme. Ein weiterer Vorteil dieser Lernberatung ist, dass wie beim Basar, das Sprechen vor der Gruppe geübt wird. Die Schüler lernen nicht nur, wie man ein Vorhaben vorstellt, sondern auch noch wie man die eigenen Probleme analysiert und darstellt. Fehler zu machen und nicht weiter zu kommen ist nicht schlimm und das sollte auch aufgezeigt werden. Der gegenseitige Respekt steht dabei im Vordergrund. Das Gespräch soll Ängste abbauen und nicht schüren. Dafür sind Sie als Projektbetreuer verantwortlich. Diese Beratung bildet das Herzstück des heutigen Tages und wird von zwei Arbeitsphasen umrahmt.

**Ziel:** Die Schüler und Schülerinnen bewerten die Gruppenarbeiten der Anderen und können mündlich dazu Stellung nehmen.

Die Lernenden sind in der Lage die Regeln der Lernberatung einzuhalten.

➔ **Hauptziel des Tages:** Durchführen der Lernberatung und die Weiterarbeit an der jeweiligen Projekten



Der Donnerstag benötigt die intensivste Vorbereitung. Heute sollen Studenten in die Schule geladen werden, die den Schülern von Ihren Erfahrungen mit Business Plänen berichten sollen und bei der Umsetzung des Projekts konstruktiv unterstützen. Dazu muss im Vorfeld

Kontakt mit Fachhochschulen und Universitäten aufgenommen werden. Die Betriebswirtschaftsstudenten nutzen in der Regel gerne diese Gelegenheit um ihr Wissen weiterzugeben und Schüler zu unterstützen. Vielleicht treffen Sie auf diesem Weg auch ehemalige Absolventen, die ein solches Studium aufgenommen haben, wieder. Ansprechpartner sind schnell auf den Homepages des jeweiligen Instituts zu finden. Auf jeden Fall sollte der Auftritt der Studenten langfristig geplant und die Studenten vorher über den Ablauf und die Inhalte instruiert werden.

In der ersten Phase des Tages erzählen die Studenten von ihren Erfahrungen mit der Erstellung von Business Plänen und von Problemen, sowie ihren Erfolgen. Sie sollten auf jeden Fall für Fragen offen sein. Eingeplant ist dafür höchstens eine Schulstunde, die nicht überschritten werden sollte. Danach dienen die Hochschulabsolventen den Lernenden als Gruppenberater. Es wäre daher sinnvoll ,wenn genug Studenten für alle Gruppen vorhanden sind. Sie sollen ihnen als Experten zur Seite stehen und dem Projekt somit den letzten Schliff verleien. Auch hier sind die Schüler wieder gezwungen, ihr Projekt erstmal vorzustellen und zu begründen. Sie sind inzwischen an einem Punkt, an dem das Vorhaben bereits Hand und Fuss haben sollte, daher können den Studenten auch allgemeine Fragen gestellt werden. Die gemeinsame Bearbeitung der Stationen ist jedoch nicht vorgesehen.

Nach drei Schulstunden verabschieden sich die Studenten und die letzte Arbeitsphase beginnt. Hier ist noch einmal Zeit um dem Projekt den letzten Schliff zu geben und die Stationen zu bearbeiten. Heute soll das Konzept zum Ende gebracht werden, damit der letzte Tag der Woche ausschließlich der Abschlusspräsentation dienen kann.

**Ziele:** Die Lernenden können ihr Projekt den Studenten darstellen und erläutern, sowie ihre Probleme verdeutlichen..

➔ **Hauptziel des Tages:** „Feinschliff“ des Businessplans und Zusammenarbeit mit den Studenten



Heute findet unser Projekt seinen Abschluss. Es soll nicht mehr am Inhalt gearbeitet werden und auch die Zeit für die Stationenarbeit ist beendet. Die ersten drei Stunden dienen allein der Vorbereitung der Abschlusspräsentation. Hierfür werden wieder Stände aufgegriffen, ähnlich wie beim Ideenbasar. Die Schüler und Schülerinnen stellen hier ihr fertiges Projekt vor und

streben nach Stimmen der Mitschüler. Der Stand wird nämlich in der schulischen Öffentlichkeit aufgebaut. Sinn dieser Präsentation ist es, die beste Idee wählen zu lassen. Die Schüler lernen so sich und ihre Idee bestmöglich darzubieten. In sichtnähe sollte eine Wahlurne aufgestellt werden, damit die Schüler die Möglichkeit haben, ihren Favoriten zu wählen.

In der 5. Stunde wird das Gewinnerprojekt ausgezählt und die Gruppe geehrt. Es wird nochmal der Stuhlkreis aufgegriffen und thematisiert, warum gerade dieses Projekt bei den Mitschülern so gut angekommen ist. Jede Gruppe bekommt ein Feedback zu ihrer Präsentation und darf sich über ihre Erfahrungen aus dieser Projektwoche äußern. Ideal wäre es, wenn das gewählte Projekt realisiert werden könnte und die Schüler somit die Gelegenheit hätten, ihre Schülerfirma zu verwirklichen.

**Ziele:** Die Schüler und Schülerinnen sind imstande ihr Projektergebnis vor anderen zu präsentieren.

→ **Hauptziel:** Präsentation des Projektergebnisses

## **6.2 Vorstellung des Materials**

Das im Anhang befindliche Material für die Stationenarbeit soll nicht als verbindlich betrachtet werden. Es steht natürlich jedem frei, Änderungen vorzunehmen oder eigenes Material zu nutzen. Es ist lediglich als Nutzungsvorschlag zu verstehen. Deshalb werden wir in diesem Teil kurz auf alle Arbeitsblätter eingehen, damit Sie entscheiden können, welches zu Ihnen und zur Klasse am besten passt. Wie bereits erwähnt soll die Stationenarbeit in der Arbeitszeit durchgeführt werden. Die SuS sollen drei der vier Stationen bearbeiten und können dabei mit Mitgliedern anderer Gruppen zusammenarbeiten.

### **Die Beschreibung von Produkten**

An dieser Station üben die Lernenden das Beschreiben von Produkten. Dazu wird ihnen als Hilfestellung ein Infokasten zum Thema Beschreibung gegeben, mit dem sie nochmal ihr Wissen aus dem Deutschunterricht auffrischen können. In drei Schritten sollen sie dann zu der Beschreibung ihres Produktes kommen. Zunächst sollen sie eins der vorgegebenen Produkte schriftlich beschreiben, damit ein Partner dies erraten kann. Nach diesem spielerischen Einstieg zu Zweit wird im nächsten Schritt ein frei wählbarer Gegenstand beschrieben, der nun in der Gruppe erraten werden soll. Durch diesen verspielten Charakter und den

Zweischritt der Beschreibung entwickeln die Schüler und Schülerinnen ein Gefühl dafür, wie sie Produkte beschreiben müssen, damit der Gegenüber sie sich gut vorstellen kann. Die dritte Aufgabe widmet sich der Erläuterung des eigenen Produkts. Jeder Schüler sollte es einmal selbst ausformuliert haben, unabhängig von der Beschreibung für die sich die Gruppe entschieden hat.

### **Kundennutzenanalyse**

Diese Station ist eine klassische Einzelarbeit. Die Schüler und Schülerinnen lesen den gegebenen Text und beantworten Fragen dazu. Es handelt sich hierbei um einen langen aber einfach formulierten Text, sodass keine Verständnisprobleme aufkommen dürften. Die Analyse des Kundennutzens ist insofern von Bedeutung, da sie hier noch einmal nachlesen können, wie sie an die Analyse ihres Standortes herangehen können. Die Schüler erarbeiten sich selbstständig Informationen aus dem Text, die dadurch präsent bleiben.

### **Marketing**

Im Zentrum dieser Aufgabe steht die Kreativität. Die Schüler und Schülerinnen haben die Aufgabe ein Marketingkonzept für eine Bäckerei zu entwickeln. Dazu dürfen sie sich zu Paaren zusammenfinden oder natürlich auch einzeln arbeiten. Das Ziel dieser Aufgabe ist es, dass sich auf die Situation in der Bäckerei eingelassen und für diesen Kundenkreis entsprechende Werbung entwickelt wird. Beim Gestalten der Werbemedien dürfen sie ihrer Fantasie freien Lauf lassen und wir dürfen uns auf viele kreative Ideen freuen. Diese Aufgabe hat einen hohen Spaßfaktor, dadurch wird das schwierige Thema des Marketings aufgelockert und schülergerecht portioniert.

### **Gründung**

Was muss man beachten, wenn man ein Unternehmen gründen möchte? In einer fiktiven Situation werden den Lernenden als Berater zwei junge Gründer zur Seite gestellt, damit sie diese beraten können. Hauptaugenmerk liegt bei dieser Aufgabe auf der Recherche. Den Schülern muss der Zugang zum Internet ermöglicht werden, damit sie die Anforderungen erfüllen können. Durch die eigenständige Recherche sollen die Schüler ein Gespür für die verschiedenen Unternehmensformen bekommen und lernen die Fülle an Informationen zu strukturieren, um die für sie Wichtigen herauszufiltern.

## 7 Lerntagebuch

Innerhalb der Projektwoche ist es wichtig, dass die Schüler und Schülerinnen ihre Arbeit reflektieren. In der von uns geplanten Projektwoche soll die Reflexion durch das Lerntagebuch realisiert werden. Einen Entwurf dafür finden Sie im Anhang. In diesem geht es darum, dass sie über das nachdenken, was sie an dem jeweiligen Tag gemacht haben, wobei sie Probleme hatten und was sie sich für den nächsten Tag vornehmen.

Es ist so angedacht, dass 5 Zettel (am Ende des Tages einer) ausgefüllt werden und die betreuende Lehrkraft schaut sich diesen an, um am nächsten Tag auf die Probleme der jeweiligen Gruppe bzw. den einzelnen Schüler oder Schülerin einzugehen. Wichtig hierbei ist, dass Jeder individuell den Zettel ausfüllt und nicht die Gruppe zusammen.

Nachdem die Projektarbeit abgeschlossen ist, wird die Auswertung der Protokolle vorgenommen (vermutlich eine Woche später).

**Ziele:** Die Lernenden problematisieren den jeweiligen Tag und ihre Ergebnisse.  
Die Schüler und Schülerinnen sind in der Lage ihr Vorhaben zu reflektieren und Probleme zu erörtern.

## 8 Fazit

Im Fokus dieser Projektwoche steht natürlich die Kreativität der Schülerinnen und Schüler. Wir wollen viele unterschiedliche Ideen entwickeln und diese soweit fantasieren, dass sie umgesetzt werden könnten. Dafür werden den Schülern und Schülerinnen viele Mittel zu Hand gegeben, um ihr Projekt selbstständig zu entwickeln und professionell darzustellen. Durch die Erarbeitung eines Business Plans lernen die Schüler und Schülerinnen aus erster Hand, wie viel Arbeit in der Gründung einer Firma bzw. eines Unternehmens steckt. Da sie selbst auch die verschiedenen Bestandteile für ihr Projekt durchgearbeitet haben, festigt dies, das Sachwissen der Schüler in diesen Bereichen enorm. Inwieweit die Projekte dem Papier jedoch entsteigen, obliegt den jeweiligen Schulen und deren Ressourcen. Wir würden uns freuen, wenn Sie Ihre Erfahrungen bei der Durchführung des Projekts mit uns teilen würden und hoffen, dass Sie und Ihre Schüler viel Spaß beim Ausrichten der Projektwoche haben.

# Materialien



### Gliederung des Businessplans?

1. Zusammenfassung  
Kurze und prägnante Vorstellung des Projekts
2. Produkt- und Unternehmensidee  
Detaillierte Beschreibung der Geschäftsidee mit Herausstellung des Kundennutzen
3. Management- bzw. Gründerteam  
Vorstellung der Teammitglieder mit den jeweiligen Qualifikationen
4. Markt und Wettbewerb  
Beschreibung des Gesamtmarktes und Kunden
5. Marketing und Vertrieb  
Darstellung der Marketingstrategien bzw. Werbe- und Vertriebswege
6. Unternehmensform  
Überblick über die gewählte Rechtsform
7. Finanzplanung  
Gewinn- und Verlustrechnung, die Liquiditätsplanung und der Kapitalbedarf aufgeführt.
8. Risikobewertung und Alternativszenarien



*“If you can dream it, you can do it”.*

Walt Disney (1901-1966)

### Was ist ein Businessplan und wozu wird er gebraucht ?

Ein Business Plan ist die schriftliche Darlegung einer Geschäftsidee bzw. der Geschäftsplan. Er beschreibt im Detail die Geschäftsmöglichkeit bzw. das unternehmerische Gesamtkonzept sowie die Maßnahmen, die zu ergreifen sind, um diesen Plan in die Tat umzusetzen. Er erfasst das wirtschaftliche Umfeld, die gesetzten Ziele und die dafür aufzuwendenden Mittel. Das ist insofern sinnvoll, um vor der eigentlichen Gründung alle Fakten durchzuplanen. Schon allein der Akt der Ausformulierung zeigt die Ernsthaftigkeit des Vorhabens und zwingt dazu, die Geschäftsidee systematisch zu durchdenken, Probleme zu lösen und Wissenslücken aufzudecken. Auf diese Weise und bei ordentlicher Durchführung können Fallstricke im Vorfeld erkannt und umgangen werden. Weiterhin gehört die Vorlage eines Business Plans zum guten Ton im Umgang mit Geschäftspartnern. Sie ist quasi die Bewerbung um Investoren zu gewinnen.

*(vgl. Von der Idee zum Konzept- Das Handbuch zum BPW 2014)*

# Teamvertrag

Team-Name: .....

Was wollen wir erreichen?

---

---

---

---

---

---

---

Was erwarten wir von dem Projekt und vom Team?

---

---

---

---

---

---

---

Was passiert, wenn jemand gegen unsere Erwartungen verstößt?

---

---

---

---

---

---

---

Wir stimmen diesem Teamvertrag zu:

.....

.....

.....

## Die Beschreibung von Produkten

Um euer Endprodukt potenziellen Käufern gegenüber anzupreisen, müsst ihr wissen, wie ihr es am besten und genauesten darstellt.

Beschreibungen dienen der *Information* des Lesers. Dabei kommt es darauf an, das Kennzeichnende (Besondere) eines Gegenstandes, eines Ortes, eines Tieres oder einer Person mit kennzeichnenden Ausdrücken aufzuzeigen.

(Treffende Verben, Adjektive, passende Vergleiche...)

*Aufbau* : Einleitung (kurz), Hauptteil (ausführliche Beschreibung), Schluss (kurz, kann persönliche Gedanken enthalten)

*Präsens verwenden!*

### Arten von Beschreibungen:

Vorgang	Bilder	Tiere
Gegenstand	Texte	
Örtlichkeiten	Personen	

Bei der **Vorgangsbeschreibung** muss der Vorgang, der dargestellt werden soll, immer in der gleichen Reihenfolge beschrieben werden, wie er tatsächlich abgelaufen ist. Unwesentliches weglassen! Präzise beschreiben!

**Gegenstandsbeschreibung:** Vom ganzen Gegenstand ausgehen, dann Beschreibung der Einzelteile nach ihrer räumlichen Anordnung anschließen (von vorne nach hinten, von unten nach oben, von außen nach innen ...).

Form / Material / Größe / Farbe / auffallende Kennzeichen / wesentliche Einzelteile beachten!

Achte auf genaue, anschauliche Darstellung!

### Übungen:

1. Suche dir ein Produkt aus jeder Kategorie aus und schreib eine kurze Beschreibung dazu. Pass aber auf, dass du keine Markennamen verwendest. Anschließend liest du einem Partner diese Beschreibung vor. Dein Partner soll dann deinen Angaben entsprechend ein Bild des Produktes anfertigen.
2. Such dir einen Gegenstand aus eurem Klassenraum aus und beschreibe ihn so genau wie möglich. Diese Beschreibung liest du dann in einer Gruppe (max. 5 Personen) vor und lässt die anderen erraten, was du beschrieben hast. Wer es zuerst errät, darf als nächstes beschreiben.
3. Überlege dir, wie man eure innovative Idee beschreiben könnte, damit Investoren angesprochen werden. Beschreibe dazu was in eurer Firma passiert, was euer Ziel ist und wie ihr die Arbeitsverteilung regelt. Da jeder aus eurer Gruppe diese Beschreibung anfertigt, könnt ihr sie im Anschluss vergleichen und daraus eine angemessene Beschreibung für euer Projekt entwickeln.



### Wissen Sie, was Ihre Kunden wirklich wollen?

Von [Dr. Dr. Cav von Fournier, SchmidtColleg GmbH & Co. KG](#) und [Dr. Jochen Schauenburg, Schauenburg Consulting](#)



Viele Unternehmen erkennen Kundennutzen nicht als notwendige Basis für eine strategische, zielgerichtete Planung und das können sie auch nicht, solange der Kundennutzen mangels Messbarkeit, für alle Beteiligten eher verschwommen, wahrnehmbar ist. Unternehmen glauben, dass sie Kundennutzen bieten, allerdings meistens aus der eigenen Sicht und nicht so, wie der Kunde ihn wahrnimmt.

Der Kundennutzen hat sich in den vergangenen Jahren ganz eindeutig zur zentralen Orientierungsgröße des Marketings entwickelt. Diese Erkenntnis ist sehr wichtig, allerdings besteht bei den Unternehmen noch weitgehend **Unklarheit** über das komplexe Geflecht von Einflüssen auf den Kundennutzen. Grundsätzlich gilt: Ein Kunde entscheidet sich stets für den Anbieter, der ihm den höchsten von ihm wahrgenommenen **Nutzen** bietet, und verhilft damit dem Unternehmen zu wachsen. Dennoch klafft oft eine große Lücke zwischen dem Anspruch vieler Unternehmen, kundenorientiert zu sein, und der Wirklichkeit.

#### ***Informationsdefizite in Unternehmen***

Viele Unternehmen haben aus Gründen der Kostensenkung und Gewinnmaximierung Maßnahmen eingeleitet, die ihre Kunden alles andere als wertschätzen. Die Klagen über **schlechten Service** und **mangelnde Produktqualität** häufen sich, und der Kunde wechselt den Anbieter dementsprechend häufiger als früher.

Bei immer mehr Unternehmen setzt sich aber auch die Erkenntnis durch, dass sie den größten Kundennutzen bieten müssen, um die Nase vorn zu haben. Und sie wollen das auch! Sie wissen, dass die persönliche Beurteilung des Kunden über Produktqualität, Preis oder Service über **Erfolg oder Misserfolg** ihres Unternehmens entscheidet.

Kunden wissen genau, was sie wollen. Die Frage ist nur: Wissen das auch die Anbieter? Dann, und nur dann, können Unternehmen auch **langfristig erfolgreich** im Markt bestehen. Genau an diesem Punkt bestehen jedoch oft enorme Informationsdefizite oder zumindest große Unterschiede zwischen der Selbsteinschätzung des Unternehmens und der Wahrnehmung des Kunden. Wenn Unternehmen hier nicht klar sehen, können sie ihr Marketingbudget auch gleich verschenken.

#### ***In vier Schritten zu mehr Kundennutzen***

Mit der Methodik der **Kundennutzenanalyse** (KNA) lässt sich der Kundennutzen bestimmen. Sie sorgt mit ihren methodischen Vorgaben dafür, dass im weitesten Sinne alle Einflussgrößen auf eine Kaufentscheidung sicher erfasst werden.

Von besonderem Interesse ist hierbei die Marktposition eines Anbieters, deren Bedeutung für Markterfolge bislang grob unterschätzt wird. Nur allzu oft entscheidet sich ein Kunde für ein schlechteres Produkt, wenn es von einer starken Marktposition des Anbieters getragen wird.

Die Kundennutzenanalyse hilft Unternehmen, dafür einen **klaren Blick** zu bekommen. Je genauer man den Kundennutzen kennt, umso besser kann man seine eigenen Markterfolgspotentiale aktivieren. Folgende Bereiche geben Aufschluss darüber, wie hoch der Kundennutzen tatsächlich ist bzw. wie er vom Kunden eingeschätzt und anerkannt wird:

### ***1. Money makes the world go round - aber der Preis ist nicht alles***

Kunden achten natürlich auf die **Preisgestaltung** eines Produktes oder einer Dienstleistung. Für Qualität sind die meisten Kunden jedoch bereit, deutlich mehr Geld auszugeben. Trotzdem werden in den meisten Fällen, und je nach Höhe der Ausgaben, Angebote von Mitbewerbern verglichen. Alleinig ausschlaggebend ist der Preis nicht. Gerade über **Leistungspakete**, beispielsweise bestehend aus Finanzierung, Beratungsleistungen, einem überragenden Service, Entwicklungszusammenarbeit können sich Unternehmen gegenüber ihrem Wettbewerb profilieren. Genau diese Gestaltungsmöglichkeiten legt eine Kundennutzenanalyse offen und bietet dadurch die Möglichkeit, sich zu differenzieren.

### ***2. Kunden müssen gehegt und gepflegt werden - Leistungspakete generieren Differenzierung***

Sehr viel Wert legen Kunden auf den Service. Wenn ein Unternehmen hervorragenden Service bieten kann (am besten persönlich und zeitlich nah am Problem), dann sieht der Kunde einen **höheren Anschaffungspreis** als gerechtfertigt an, weil er weiß, dass er bei einem Problem nicht alleine gelassen wird.

Ein ganz wichtiger Punkt für Kunden ist zum Beispiel die **Kulanz**. Es kann schon einmal vorkommen, dass ein Produkt fehlerhaft ausgeliefert wird oder kurz nach der Garantiezeit den Geist aufgibt. Entscheidend ist bei einer solchen Reklamation aber die **Reaktion des Unternehmens**. Wer einmal die Erfahrung gemacht hat, dass er abgewimmelt wird und kein Entgegenkommen bezüglich Reparaturen oder Schadensersatz erfährt, ist für das Unternehmen meist nicht nur verloren, sondern kann sich zum „Negativum“ entwickeln: Er gibt seine schlechten Erfahrungen weiter und kann so für einen dauerhaften **Imageschaden** sorgen. Kundennutzen zu bieten, bedeutet in diesem Zusammenhang, ein spezielles Leistungspaket aus einer Erlebnisberatung, einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis sowie einem persönlichen After-Sales-Service zu schnüren.

### ***3. Sex sells: Achten Sie auf Ihre Marktposition!***

Mit der Marktposition verbinden sich Dinge, wie Marke, Referenzen, Kundenbeziehungen, Vertrieb, Kommunikation und so weiter. Auch wenn vielen Kunden das nicht bewusst ist, so spielt der **Point of Sale** eine größere Rolle, als sie denken. Das Sprichwort „Das Auge isst mit!“ können Unternehmer wörtlich nehmen.

- Sind die Produkte optimal platziert?
- Wie attraktiv ist der Verkaufsraum gestaltet, wie funktionell ist er für Kunden?
- Wie informativ sind Homepage und Flyer?
- Steht ein Ansprechpartner zur Verfügung?

Lange Wartezeiten nehmen nur noch wenige Kunden in Kauf und sie legen Wert auf hervorragende Beratung. Das Auftreten des Verkäufers ist dabei nicht zu unterschätzen. Bei der Marktposition spielt gerade der Aufbau einer persönlichen Kundenbeziehung durch einen

ebenso begeisterten wie begeisternden Verkäufer eine entscheidende Rolle. Wichtig für Kunden ist, ob sie den Verkäufer als kompetent einschätzen und ob er ihre **Bedürfnisse** erkennt oder zumindest versucht, diese durch Fragen herauszufinden. Kunden machen sich nicht die Mühe, wirklich alle Details eines Produktes oder einer Dienstleistung zu betrachten. Sie schauen sich vielleicht zwei bis drei Aspekte an und entscheiden dann über die Marktposition, die im Augenblick des Kaufs deutlich von der Person des Verkäufers beeinflusst wird.

#### ***4. Vom positiven Image zur Marke***

Kaufkriterien sind nach wie vor die Marke, das Image, der Bekanntheitsgrad eines Produktes oder die Referenzen eines Unternehmens. In diesem Feld unterscheidet sich die Selbsteinschätzung von Firmen oft von der Fremdeinschätzung der Kunden. Zudem sind diese Größen variabel und müssen deshalb ständig gepflegt werden. Und zu guter Letzt: Manche Unternehmen bieten einen Nutzen, der für den Kunden völlig uninteressant ist. Denken Sie zum Beispiel an die Finanzierung eines Haushaltsgerätes oder Autos bei einem solventen Kunden, der sofort bezahlt. Diesen **Blindnutzen** würdigt der Kunde nicht. Der Kunde wählt das Unternehmen, das ihm den größten, vom ihm tatsächlich wahrgenommenen, Vorteil bietet.

#### ***Blick auf das Wesentliche schärfen: Vom Preis- zum Nutzenkampf***

Unternehmer sollten ihren Blick für das Wesentliche schärfen. Wenn sie die Bedürfnisse ihrer Kunden besser erkennen, können sie ihre **Marketingziele** präziser formulieren. Sie laufen dann nicht ins Leere oder genauer gesagt, am Kunden vorbei. Aktionen am Markt lassen sich effizienter umsetzen, wenn ein Unternehmen seine Stärken und Schwächen kennt. Die Kundennutzenanalyse (KNA) erlaubt die Erarbeitung eines maßgeschneiderten Paketes von systematisch ermittelten und kostenoptimierten Handlungsempfehlungen zur Verbesserung der eigenen Wettbewerbsstärke.

Stellt sich heraus, dass die Preisgestaltung aus der Sicht des Kunden zu hoch ist, kann ein Unternehmen dies zum Beispiel durch bessere Leistungen an anderen Stellen ausgleichen. Vergleichbar mit einem System kommunizierender Röhren, steigt mit einem besseren Service (sprich Kundennutzen, wie ihn der Kunde positiv wahrnimmt) auch der Preis, das heißt, Kunden sind bereit, für ein durchaus vergleichbares Produkt oder eine Leistung mehr zu bezahlen.

Unternehmen machen sich durch eine systematische und aufgrund der Analyse auch strategisch gesicherte Ausrichtung auf den Kundennutzen deutlich **unabhängiger vom üblichen Preiskampf**. Unternehmen erfahren nicht nur, wo etwas getan werden muss, sondern auch, in welchem Umfang. Sie können ihre Produkte kundengerechter entwickeln oder ihre Vertriebssteuerung effizienter gestalten. Sie erfahren mehr über ihre Kunden und damit über ihre Chancen und Risiken.

Der Kundennutzen ist ein sehr komplexes Gebilde, das nicht einfach zu erfassen ist. Die Bedürfnisse des Kunden und die Leistungen eines Unternehmens müssen zueinander passen, wie ein Schlüssel zum Schloss. Wer die Wünsche der Kunden aus den Augen verliert, wird über kurz oder lang auch die **Kunden verlieren**. Menschen spüren es, wenn es das ehrliche Anliegen eines Unternehmens ist, ihnen das Leben leichter oder angenehmer zu machen und zu bereichern. Sie danken es durch **Treue** und die **Bereitschaft, den Preis zu zahlen**, den die Leistung oder das Produkt wert ist. Markterfolge werden durch einen überragenden Kundennutzen gemacht. Darum ist der Kundennutzen auch die entscheidende Größe für die Gestaltung zukünftiger Markterfolge.

Warum ist es so wichtig, dass Unternehmen ihren Kundennutzen kennen?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Welche vier Bereiche sind besonders bei der KNA zu beachten? (Nennen und erläutern)

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Wie sieht die Marktposition an deiner Schule, für dein Produkt aus?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



# Marketing

## **Situation:**

Eine große Bäckereikette möchte bei der kommenden WM ihre Kunden mit Fußball-Angeboten überraschen (Fußball-Brötchen, spezielle Länder-Brote usw.). Ihr gehört zum Betrieb und sollt die Aktion gestalten.

### ➤ Klärt folgende Punkte:

- Welche Kundengruppe wird von dieser Aktion besonders angesprochen?
- Welches Motto eignet sich für die Werbung? (Bsp. Motto für eine Fitnesswoche: „Rund um fit“ oder „Vollwertbackwaren – lecker und gesund“ oder „Weg mit überschüssigen Pfunden“ oder....)
- Wählt Waren aus, die zum Thema der Aktionswoche passen und beworben werden.
- Welche Werbemaßnahmen eignen sich für die Aktionswoche?

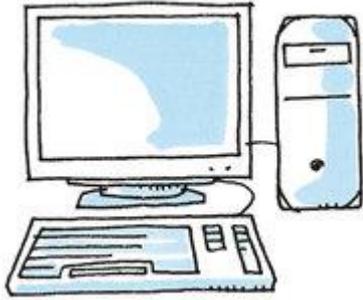
### ➤ Gestaltet folgende Werbeträger für die Aktionswoche:

- Straßenaufsteller
- Zeitungsanzeige (Inserat)
- Plakat

(alles auf A4)



**Viel Spaß!**



In deinem Jahrgang gibt es die Zwillingbrüder Leon und Basti, die sich ziemlich gut mit Computern auskennen. Die Jungs sind bei dir an der Schule die ultimativen Ansprechpartner in Computerfragen und haben fast jedem deiner Freunde schon mal einen PC zusammengebastelt.

Sie haben bereits ihre Betriebspraktika in Computerreparaturgeschäften verbracht und wollen ihr Hobby nun endgültig zum Beruf. Weil du im WAT-Unterricht schon ein paar Einblicke in die Arbeitswelt bekommen hast und deine Eltern auch ein kleines Geschäft führen haben die Jungs sich gefragt, ob du ihnen bei der Planung helfen kannst.

### **Aufgaben**

1. Wie viel Geld werden Leon und Basti benötigen? Und wofür genau?
2. Arbeitsgruppe: Wie macht man sich selbstständig? Braucht man eine Genehmigung? Wo muss man sich anmelden?
3. Arbeitsgruppe: Sollte Leon zunächst alleine eine Einzelunternehmung gründen, damit der schüchterne Basti nach außen hin nicht in Erscheinung tritt? Was ist eine Einzelunternehmung? Welche Vor- und Nachteile hätte das für Leon? Wie könnte er die Bezahlung von Basti regeln, wenn dieser ihm hilft?
4. Sollten die Jungs eine OHG oder KG gründen? Was ist das? Welche Vor- und Nachteile hätte das für sie?
5. Sollten sie eine GmbH gründen? Was ist das? Welche Vor- und Nachteile hätte das für sie?
6. Sollten sie eine AG gründen? Was ist das? Welche Vor- und Nachteile hätte das für sie?

Name:

Mein Projekt:

Tag:



Was haben wir heute gemacht?

---

---

---

---

Wobei hatte ich Probleme?

---

---

---

---

Was nehme ich mir für Morgen vor?

---

---

---

---

Wurde der Teamvertrag eingehalten?

## Quellen:

- [http://bildungsserver.berlin-brandenburg.de/fileadmin/bbb/unterricht/rahmenlehrplaene\\_und\\_curriculare\\_material/sekundarstufe\\_I/2008/Wirtschaft%20Arbeit%20Technik-RLP\\_Sek.I\\_2008\\_Brandenburg.pdf](http://bildungsserver.berlin-brandenburg.de/fileadmin/bbb/unterricht/rahmenlehrplaene_und_curriculare_material/sekundarstufe_I/2008/Wirtschaft%20Arbeit%20Technik-RLP_Sek.I_2008_Brandenburg.pdf) (zuletzt aufgerufen am 04.01.14)
- [http://methodenpool.uni-koeln.de/projekt/frameset\\_projekt.html](http://methodenpool.uni-koeln.de/projekt/frameset_projekt.html) (zuletzt aufgerufen am 17.02.14)
- „Von der Idee zum Konzept- Das Handbuch zum BPW 2014“
- Meier, Bernd: Wirtschaft und Technik unterrichten lernen: Oldenbourg Verlag (2013)

## Bildquellen:

- <http://www.gruenderblatt.de/files/businessplan-beispiele.jpg> (zuletzt aufgerufen am 04.01.14, 10.15 Uhr)
- [http://www.alari.de/uploads/media/Fotolia\\_BusinessPlan.jpg](http://www.alari.de/uploads/media/Fotolia_BusinessPlan.jpg) (zuletzt aufgerufen am 19.02.14, 10.18 Uhr)
- <http://www.vorlage.org/wp-content/uploads/2011/04/businessplan-476.jpg> (zuletzt aufgerufen am 19.02.14, 17.55 Uhr)
- <http://grosse-groessen.sheego.de/pool/formatz/8869053.jpg> (zuletzt aufgerufen am 17.02.14, 18:33 Uhr)
- <http://grosse-groessen.sheego.de/pool/formatn/8618858.jpg> (zuletzt aufgerufen am 17.02.14, 18:33 Uhr)
- <http://grosse-groessen.sheego.de/pool/formatn/8618844.jpg> (zuletzt aufgerufen am 17.02.14, 18:33 Uhr)
- <http://grosse-groessen.sheego.de/pool/formatn/8682518.jpg> (zuletzt aufgerufen am 17.02.14, 18:33 Uhr)
- <http://putzlowitsch.de/wp-content/uploads/2009/03/bierflaschen.jpg> (zuletzt aufgerufen am 17.02.14, 18:33 Uhr)
- [http://schulverpflegung.zaug.de/public/index.php?cmd=image&id=149\\_lde](http://schulverpflegung.zaug.de/public/index.php?cmd=image&id=149_lde) (zuletzt aufgerufen am 17.02.14, 18:33 Uhr)
- [http://schulverpflegung.zaug.de/public/index.php?cmd=image&id=148\\_lde](http://schulverpflegung.zaug.de/public/index.php?cmd=image&id=148_lde) (zuletzt aufgerufen am 17.02.14, 18:33 Uhr)
- [https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRdCw9iKecmZ56ltypvtPC7qcg7UQ1RyUmh\\_DDWGg6nbYkgBv71](https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRdCw9iKecmZ56ltypvtPC7qcg7UQ1RyUmh_DDWGg6nbYkgBv71) (zuletzt aufgerufen am 17.02.14, 18:33 Uhr)
- [https://encrypted-tbn3.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQH9s6cX5J-zW5rD3PmcbiSfRbD308YuYL8F1AQLRAfjvv\\_3aAE](https://encrypted-tbn3.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQH9s6cX5J-zW5rD3PmcbiSfRbD308YuYL8F1AQLRAfjvv_3aAE) (zuletzt aufgerufen am 17.02.14, 18:33 Uhr)

- [http://media1.faz.net/ppmedia/multimedia/1328642435/1.290953/article\\_aufmacher\\_klein/an-wm-broten-koennen-sich-kleine-baeckereien-die-finger-verbrennen.jpg](http://media1.faz.net/ppmedia/multimedia/1328642435/1.290953/article_aufmacher_klein/an-wm-broten-koennen-sich-kleine-baeckereien-die-finger-verbrennen.jpg)  
(zuletzt aufgerufen am 17.02.14, 18:33 Uhr)

Bei Fragen zum Leitfaden bzw. zu den Unterrichtsmaterialien stehen wie Ihnen unter folgenden Emailadressen zur Verfügung:

Stefanie Kauffmann:

[skauffma@uni-potsdam.de](mailto:skauffma@uni-potsdam.de)

Caroline Kühn:

[cakuehn@uni-potsdam.de](mailto:cakuehn@uni-potsdam.de)