



Inhalt und Ergebnis des Moduls

In diesem Modul steht die gemeinsame Entwicklung einer tragfähigen Geschäftsidee für die Schülerfirma im Mittelpunkt. Nach einer theoretischen Einführung zur Unterscheidung verschiedener Arten von Wirtschaftsgütern entwickeln die Schülerinnen und Schüler eigene Geschäftsideen und bewerten diese. Die gemeinsame Entscheidung wird auf Grundlage einer einfachen Pro-Contra-Analyse und einer Kundenbefragung getroffen. Am Schluss steht fest, was die Schülerfirma im Rahmen ihrer Geschäftsidee anbieten wird.

Lernziele

Die Schülerinnen und Schüler

- können verschiedene Wirtschaftsgüter benennen und abgrenzen,
- beurteilen unterschiedliche Geschäftsideen aufgrund ihrer Vor- und Nachteile und können die Wahl ihres persönlichen Favoriten begründen,
- können Formen der Marktforschung einordnen (optional),
- haben sich mit einer wesentlichen Methode der Marktanalyse vertraut gemacht, indem sie selbstständig eine Kundenbefragung durchgeführt haben.

Besondere Methoden

- Brainstorming inkl. Prioritätensetzung
- einfache Pro-Contra-Analyse
- Kundenbefragung

Benötigte Materialien

- Arbeitsblätter
- Tafel o. ä.

Zentrale Fachbegriffe

- Sachgut
- Dienstleistung
- Produkt
- Handel
- Produktion
- Markt
- Marktanalyse
- Konkurrenz
- Kunden

Zeitaufwand

- 3 Unterrichtsstunden
- Durchführung einer Kundenbefragung außerhalb der Unterrichtszeit (z. B. große Pause)

Allgemeine Hinweise

Die meisten Aufgaben können Sie in Gruppenarbeit durchführen lassen – häufig ist der Lernerfolg für die Einzelnen dabei größer. Die Gruppen sollten so klein sein, dass sich jede und jeder herausgefordert fühlt. Wenn Aufgaben im Material nicht explizit als Gruppenarbeit gekennzeichnet sind, beachten Sie die Extrazeit, die nötig ist, um die Kleingruppenergebnisse zusammenzutragen.



AUFGABE 1 Findet mindestens fünf Beispiele für Sachgüter und Dienstleistungen.**Lösungen**

Sachgüter: z. B. Computer, Regal, Aktenordner, Kraftfahrzeug

Dienstleistungen: z. B. PC-Reparatur-Service, Heizungswartung, Zahnreinigung

**Methodisch-didaktische Hinweise**

Für einen lockeren Einstieg ist hier ein Gespräch im Plenum gut möglich. Sie können selbst schwierige Beispiele einbringen und fragen, ob es sich um eine Dienstleistung oder ein Sachgut handelt (z. B. Unterricht, Sparbuch, Essen im Restaurant).

**Hintergrundwissen für Lehrende**

Sachgüter und Dienstleistungen werden jeweils unterschiedlichen Wirtschaftssektoren zugeordnet: dem industriellen (verarbeitenden) Sektor und dem Dienstleistungssektor, der den weitaus größten Anteil an Beschäftigten in Deutschland hat. Manche Beispiele zeigen gut die Verbindung der beiden Sektoren und dass eine klare Abgrenzung zunehmend schwierig wird: etwa in der Gastronomie, wenn das Essen serviert wird oder bei integrierten Serviceleistungen für technische Geräte (Kundendienst).

Wirtschaftszweige des Dienstleistungssektors: Gesundheits- und Sozialwesen, Handel, Erziehung und Unterricht, Gastronomie und Tourismus, Information und Kommunikation, Finanz- und Versicherungsdienstleistungen, Grundstücks- und Wohnungswesen, Unternehmensdienstleister, Öffentliche Verwaltung, Verkehr, u. a.

**Zeit**

10 Minuten

AUFGABE 2 Findet Beispiele für vier Produktionsunternehmen und vier Handelsunternehmen. Denkt dabei auch an Unternehmen, die direkt in eurer Nähe zu finden sind.**Lösungen**

Beispiele Produktionsunternehmen (Industrieunternehmen): Siemens, Volkswagen, Apple, usw. (Produktionsunternehmen vor Ort)

Beispiele Handelsunternehmen (ggf. können Sie den Unterschied zwischen Einzelhandel und Großhandel erläutern):

Einzelhandel: Aldi, REWE, LPG, Lidl, Ikea, Bio Company, Edeka, (Einzelhandel vor Ort);

Großhandel: Metro, Demeter, Selgros, Deutsche See, Großmarkthallen

**Zeit**

10 Minuten

AUFGABE 3 Beteiligt euch intensiv am Brainstorming zur Ideenfindung für eure Schülerfirma. Beachtet dabei die fünf Regeln. Erst nach dem Sammeln entscheidet ihr in der Gruppe, welche Ideen ihr euch näher anschauen wollt.



Methodisch-didaktische Hinweise

Geben Sie das Ziel des Brainstormings und eine Zeitangabe vor (min. 3 Minuten): Findet eine (möglicherweise auch ziemlich verrückte) Geschäftsidee für eure Schülerfirma.

Ideen sammeln:

1. Entscheiden Sie zunächst, ob Sie für das Brainstorming die Klasse in Gruppen einteilen. Die optimale Gruppengröße liegt bei 6 - 8 Personen. Die Methode funktioniert auch in größeren Gruppen, es kann dann aber sein, dass sich Einzelne nicht beteiligen.
Für den Fall, dass Sie die Klasse einteilen, gibt es zwei Möglichkeiten:
a) Die Gruppen führen alle ein Brainstorming ohne thematische Einschränkung durch.
b) Die Gruppen haben unterschiedliche Aufgaben: Eine Gruppe könnte Ideen zur Güterproduktion sammeln, eine andere sich auf Dienstleistungen spezialisieren.
2. Benennen Sie ggf. einen oder mehrere Teamleitende, die die Ideen kurz für alle sichtbar festhalten. Für den Fall, dass es nur eine einzige (große) Gruppe gibt, können Sie diesen Part als Lehrkraft übernehmen.
3. Sprechen Sie die fünf Brainstorming-Regeln, die alle Schülerinnen und Schüler auf dem Arbeitsblatt vorliegen haben, gemeinsam durch.

Gewichtung: Die Schülerinnen und Schüler sollen bewerten, welche Ideen für sie die besten sind. Sie als Lehrkraft können dabei schon bestimmte Kriterien vorgeben, z. B. Lustfaktor, Realisierbarkeit, gesellschaftlicher und ökologischer Bedarf. Jede Schülerin bzw. jeder Schüler hat drei Stimmen und kennzeichnet die für ihn/sie besten Ideen (z. B. Punktesystem).

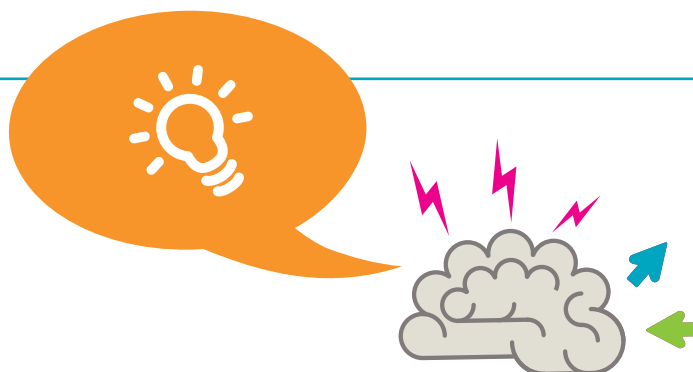
Auswertung: Besprechen Sie nun die am höchsten bewerteten Vorschläge. Beachten Sie dabei Folgendes:

- Prüfen Sie gemeinsam in der Gruppe jeden Vorschlag auf Machbarkeit sowie auf Akzeptanz in der Gruppe.
- Streichen Sie nicht geeignete Ideen.
- Erwägen Sie aber auch die Möglichkeit, Ideen gemeinsam zu ändern, damit sie doch wieder interessant werden. Am Ende der Auswertung bleiben maximal drei Ideen stehen.



Zeit

10 Minuten



AUFGABE 4 Nach dem Brainstorming und eurer Auswertung habt ihr jetzt nur noch einige wenige Ideen zur Auswahl. Stellt in der folgenden Tabelle die jeweiligen Vor- und Nachteile gegenüber und überlegt auch, welche Auswirkungen euer Handeln haben kann (z. B. auf die Natur). Trefft auf dieser Basis eine Entscheidung für eure Schülerfirma. Nutzt dafür die Vorlage zu Aufgabe 4.



Methodisch-didaktische Hinweise

Die drei Geschäftsideen werden in die Tabelle übertragen und mit Blick auf die Vor- und Nachteile analysiert. Hierfür bietet sich die Arbeit in Kleingruppen an. Jede Gruppe wählt die für sie beste Geschäftsidee aus und stellt ihre Entscheidung mit Begründung vor. Danach trifft die Klasse entweder gemeinsam eine Entscheidung über die Geschäftsidee (Sie können hierfür z. B. ein Stimmungsbild einholen) oder die Kleingruppen gehen mit jeweils unterschiedlichen Geschäftsideen in die nächste Aufgabe (Kundenbefragung) und entscheiden sich danach für eine gemeinsame Geschäftsidee. Als Arbeitshilfe dient die **Vorlage zur Aufgabe 4**.



Zeit

20 Minuten

2.3

Den Markt unter die Lupe nehmen

Modul 2 Ideenfindung und Marktanalyse | für Lehrende

AUFGABE 5 Wenn ihr euch die Übersicht anschaut, werdet ihr den einen oder anderen Begriff schon gehört haben, andere wiederum nicht. Was ihr nicht wisst, könnt ihr aber herausfinden, indem ihr den folgenden Lückentext ausfüllt.



Methodisch-didaktische Hinweise

Die Aufgabe ist für die Weiterarbeit nicht unbedingt nötig, gibt den Schülerinnen und Schülern aber die Möglichkeit, durch theoretisches Hintergrundwissen den größeren Kontext zu sehen. Die Aufgabe kann auch in Partnerarbeit gelöst werden. Gehen Sie anschließend gemeinsam den Text durch.



Lösung

Fehlende Begriffe im Lückentext: Verkaufsseite, Kunden, Marktbeobachtung, Marktanalyse, groß, Sortiment, Konkurrenzforschung, Kaufkraft, Preis



Zeit

20 Minuten

AUFGABE 6 Formuliert drei bis fünf konkrete Fragen, die sich auf eure Geschäftsidee beziehen. Findet damit heraus, was sich eure Kunden wünschen, wie viel sie bezahlen würden und was sie von eurem Produkt oder eurer Dienstleistung erwarten.



Methodisch-didaktische Hinweise

Diese Aufgabe kann sowohl im Klassenverband als auch in Kleingruppen durchgeführt werden. Evtl. verfolgen die Kleingruppen sogar noch unterschiedliche Geschäftsideen.



Lösung

Je nach Ideen der Schülerinnen und Schüler und je nach ausgesuchtem Produkt oder Dienstleistung. Achten Sie darauf, dass die Fragen an einzelne Personen gerichtet werden, z. B.: „Was würdest du am liebsten in der großen Pause essen? Was würdest du dafür ausgeben?“



Zeit

10 Minuten

AUFGABE 7 Wenn ihr euch für passende Fragen entschieden habt, erstellt damit einen Fragebogen und nutzt ihn für die Befragung eurer möglichen Kunden, z. B. in der Pause. Je genauer und umfangreicher die Fragen beantwortet werden, desto mehr erfahrt ihr über ihre Wünsche und Bedürfnisse.



Methodisch-didaktische Hinweise

Verabreden Sie mit Ihrer Klasse das Zeitfenster, in dem die Befragung durchgeführt wird. Klären Sie mit Ihren Schülerinnen und Schülern auch, in welchem Umfang die Befragung stattfinden soll und wie sie die Antworten festhalten.



2.4

Mit einer Kundenbefragung mehr über den Markt erfahren

Modul 2 Ideenfindung und Marktanalyse | für Lehrende

AUFGABE 8 Tragt die Ergebnisse eurer Befragung zusammen. Zählt, was am häufigsten genannt wurde. Macht Stichpunkte zu den folgenden Aspekten (Beispiele).



Methodisch-didaktische Hinweise

Sorgen Sie als Lehrkraft dafür, dass das Arbeitsblatt einheitlich ausgefüllt wird, damit alle Schülerinnen und Schüler eine gemeinsame Grundlage haben.

Wenn die Kundenbefragung zu Ergebnissen führt, die die Geschäftsidee stark in Frage stellen, dann sollten Sie eine der anderen Geschäftsideen in Betracht ziehen und eventuell eine weitere Befragung durchführen.

Wenn die Kleingruppen mit unterschiedlichen Geschäftsideen in die Kundenbefragung gegangen sind, nehmen Sie sich Zeit, die Ergebnisse der Gruppe genau anzuschauen und nach bestimmten Kriterien (z. B. Bedarf/Erfolgsmöglichkeit/Realisierbarkeit) eine gemeinsame Entscheidung zu treffen.



Zeit

20 - 35 Minuten



MODUL 2 Ideenfindung und Marktanalyse

Worum es in eurer Schülerfirma gehen soll

Vor Beginn eurer Tätigkeit als Schülerfirma steht die Entscheidung, worum es eigentlich gehen soll. Wollt ihr selbst etwas produzieren oder lieber mit fertigen Waren handeln? Wollt ihr *Sachgüter herstellen oder eine *Dienstleistung anbieten? Bevor ihr euch erste Geschäftsideen und ein *Produkt überlegt, werdet ihr einige Fachbegriffe aus der Wirtschaft kennenlernen:



SACHGUT

Sachgüter werden aus Rohstoffen produziert. Dabei entstehen fassbare Gegenstände. Sie werden als materielle Güter bezeichnet.

DIENSTLEISTUNG

Dienstleistungen sind meist Arbeitsleistungen, die für den Kunden ein Problem lösen oder ihm Aufgaben abnehmen. Sie sind in der Regel an Personen gebunden und dadurch gekennzeichnet, dass die Produktion und der Verbrauch gleichzeitig stattfinden, wie z. B. bei einer Taxifahrt.

PRODUKT

Als Produkt bezeichnet man alles, das Kunden erwerben, benutzen, das sie erleben oder konsumieren können, um ein Bedürfnis zu befriedigen. Der Produktbegriff schließt in dieser Definition Sachgüter und Dienstleistungen ein.



AUFGABE 1 Findet mindestens fünf Beispiele für Sachgüter und Dienstleistungen.





2.1

MODUL 2 Ideenfindung und Marktanalyse

Worum es in eurer Schülerfirma gehen soll



AUFGABE 2 Findet Beispiele für vier Produktionsunternehmen und vier Handelsunternehmen. Denkt dabei auch an Unternehmen, die direkt in eurer Nähe zu finden sind.



PRODUKTION

Damit ist die Herstellung oder Weiterentwicklung eines Gutes gemeint. Kennzeichnend dafür ist die Veränderung dieses Gutes.

Produktionsunternehmen:



HANDEL

Beim Handel steht nicht die Herstellung oder Veränderung im Vordergrund, sondern die Verteilung, also der Kauf und der Weiterverkauf.

Handelsunternehmen:





MODUL 2 Ideenfindung und Marktanalyse

Ideen sammeln und gemeinsam entscheiden

Jetzt ist es an der Zeit, Geschäftsideen für eure Schülerfirma zu sammeln. In der realen Wirtschaft entstehen Geschäftsideen auf ganz unterschiedlichen Wegen. Manchmal ist es eine zündende Idee zu etwas, das man selbst gern hätte, das es aber noch nicht gibt. Im Mittelpunkt einer guten Idee steht immer die Frage: Welches Problem lösen wir für unsere Kunden?

Um in kurzer Zeit möglichst viele Ideen zu sammeln, eignet sich die Methode „Brainstorming“. Dahinter steckt der Gedanke, sein Gehirn (brain) zu nutzen, um ein Problem „zu erstürmen“ (storm), also zu lösen. Einige Fragen können euch beim Brainstorming helfen: Welche Produkte oder Dienstleistungen fehlen an unserer Schule? Welches Problem möchten wir lösen? Wovon haben wir genug oder vielleicht sogar zu viel? Wichtig für euch ist, dass ihr beim Ideensammeln folgende Regeln beachtet:

Fünf Regeln für erfolgreiches BRAINSTORMING

1. Lasst euren Gedanken freien Lauf. Äußert die Ideen einfach, ohne sie vorher zu bewerten.
2. Seid schnell. Wenn ihr zügig in der Lage seid, Geschäftsideen in die Runde zu geben, dann steckt ihr andere an.
3. Äußert keine Kritik an den Ideen anderer. Sich über Beiträge lustig zu machen, ist streng verboten. Denkt dabei auch an eure Körpersprache (z. B. Nase rümpfen).
4. Spontaneität ist gefragt. Ausnahmsweise dürft ihr einfach reinrufen statt euch zu melden (solange ihr niemandem ins Wort fallt).
5. Je mehr Beiträge, desto besser. Versucht alle, euch am Brainstorming zu beteiligen.



AUFGABE 3 Beteiligt euch intensiv am Brainstorming zur Ideenfindung für eure Schülerfirma. Beachtet dabei die fünf Regeln. Erst nach dem Sammeln entscheidet ihr in der Gruppe, welche Ideen ihr euch näher anschauen wollt.



AUFGABE 4 Nach dem Brainstorming und eurer Auswertung habt ihr jetzt nur noch einige wenige Ideen zur Auswahl. Stellt in der folgenden Tabelle die jeweiligen Vor- und Nachteile gegenüber und überlegt auch, welche Auswirkungen euer Handeln haben kann (z. B. auf die Natur). Trefft auf dieser Basis eine Entscheidung für eure Schülerfirma. Nutzt dafür die Vorlage zur Aufgabe 4.

Das ist unsere Geschäftsidee:

Wir haben uns für diese Geschäftsidee entschieden, weil ...



MODUL 2 Ideenfindung und Marktanalyse

Den Markt unter die Lupe nehmen

Ihr habt euch für eine Geschäftsidee entschieden. Bevor ihr beginnt, aktiv zu werden, solltet ihr euch noch den *Markt etwas genauer anschauen.



MARKT

In der Wirtschaftssprache ist der Markt der Ort, an dem Angebot und Nachfrage für bestimmte Güter aufeinandertreffen und der Preis für diese Güter ermittelt wird. Der Begriff des Marktes ist hier nicht an einen bestimmten Raum oder Platz gebunden. So sprechen wir z. B. vom Rohölmarkt, vom Kraftfahrzeugmarkt, vom Arbeitsmarkt, vom Geldmarkt, vom Kapitalmarkt oder vom Weltmarkt.

Um erfolgreich am Markt zu sein, solltet ihr ihn vorher kennenlernen. Wer sind eure möglichen *Kunden? Was brauchen eure Kunden? Wie viel würden sie für das Produkt bezahlen? Gibt es *Konkurrenz? Diese und andere Fragen sind Gegenstand der Marktforschung.





MODUL 2 Ideenfindung und Marktanalyse

Den Markt unter die Lupe nehmen



AUFGABE 5 Wenn ihr euch die Übersicht anschaut, werdet ihr den einen oder anderen Begriff schon gehört haben, andere wiederum nicht. Was ihr nicht wisst, könnt ihr aber herausfinden, indem ihr den folgenden Lückentext ausfüllt:

Marktforschung kann auf der Einkaufsseite betrieben werden, vor allem aber auch auf der Diese steht bei euren Aktivitäten im Vordergrund, denn schließlich wollt ihr wissen, was eure genau wünschen. Da ihr nur begrenzt Zeit habt, kommt für euch eine eher nicht in Frage. Dann müsstet ihr nämlich denselben Personenkreis immer wieder neu über einen längeren Zeitraum befragen. Für euch kommt also vor allem eine in Frage, indem ihr Marktdaten einmalig erhebt. Dabei analysiert ihr im Rahmen der Absatzforschung, wie der Markt überhaupt ist. Daraus zieht ihr Folgerungen für euer Zudem betreibt ihr, um zu erfahren, wer die Mitbewerber sind und wie sie sich am Markt verhalten. Im Mittelpunkt eurer Analyse sollte aber die Bedarfsforschung stehen. Wie viel Geld haben die potenziellen (möglichen) Kunden, wie groß ist also deren ? Was genau wünschen sie sich, wie ist ihr Konsumverhalten? Das hat großen Einfluss darauf, welche Produktvariante(n) ihr genau anbietet und vor allem zu welchem



Mit einer Kundenbefragung mehr über den Markt erfahren

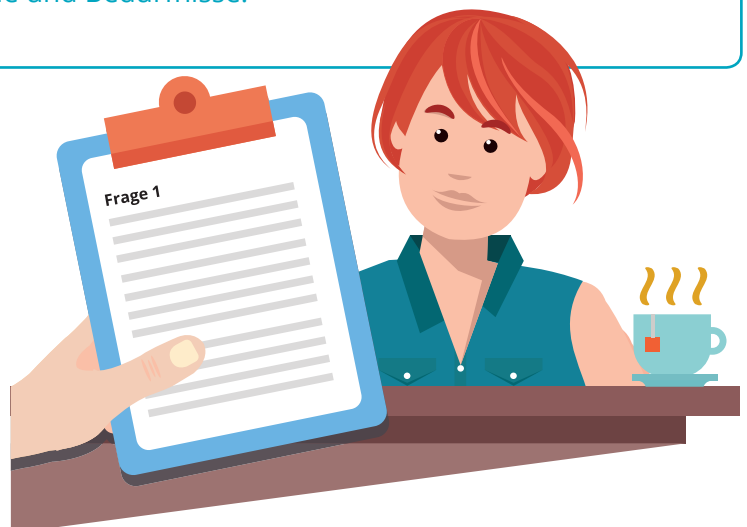
Eine Methode, sich den Markt anzuschauen, ist die Kundenbefragung. Stellt euch vor, ihr wollt selbst gemachte Marmelade verkaufen. Nun müsst ihr herausfinden, was eure möglichen Kunden sich wünschen: Welche Sorte ist besonders gefragt? Legen eure Kunden Wert auf Bio-Obst, wenig oder viel Zucker, kleine oder große Gläser? Woher bekommen sie bisher ihre Marmelade? Was zahlen sie dort, und sind sie zufrieden?



AUFGABE 6 Formuliert drei bis fünf konkrete Fragen, die sich auf eure Geschäftsidee beziehen. Findet damit heraus, was sich eure Kunden wünschen, wie viel sie bezahlen würden und was sie von eurem Produkt erwarten.



AUFGABE 7 Wenn ihr euch für passende Fragen entschieden habt, erstellt damit einen Fragebogen und nutzt ihn für die Befragung eurer möglichen Kunden, z. B. in der Pause. Je genauer und umfangreicher die Fragen beantwortet werden, desto mehr erfahrt ihr über ihre Wünsche und Bedürfnisse.





MODUL 2 Ideenfindung und Marktanalyse

Mit einer Kundenbefragung mehr über den Markt erfahren

Die Ergebnisse aus eurer Marktanalyse zusammenfassen



AUFGABE 8 Tragt die Ergebnisse eurer Befragung zusammen. Zählt, was am häufigsten genannt wurde. Macht Stichpunkte zu den folgenden Aspekten (Beispiele):

Das sind unsere möglichen Kunden:

So versorgen sich unsere möglichen Kunden (Konkurrenz beschreiben, alternative Beschaffungswege nennen):

Das erwarten die möglichen Kunden vom Produkt (erwähnen, welche Art/Qualität/Größe/Menge gewünscht wird):

So viel Geld würden die Kunden für das Produkt/die unterschiedlichen Produkte ausgeben (erwähnen, was vorgeschlagen wurde, ohne jetzt schon zu berechnen, ob ein solcher Preis möglich ist):

Was habt ihr noch erfahren?

Wenn ihr glaubt, dass eure Geschäftsidee Erfolg haben könnte, dann ist der nächste Schritt, ein gutes Geschäftsmodell zu entwickeln. Nutzt dafür auch die Ergebnisse eurer Kundenbefragung.



Vorlage zu Aufgabe 4



Modul 2 Ideenfindung und Marktanalyse

Bemerkungen				
Nachteile				
Vorteile				
GESCHÄFTSIDEE				

