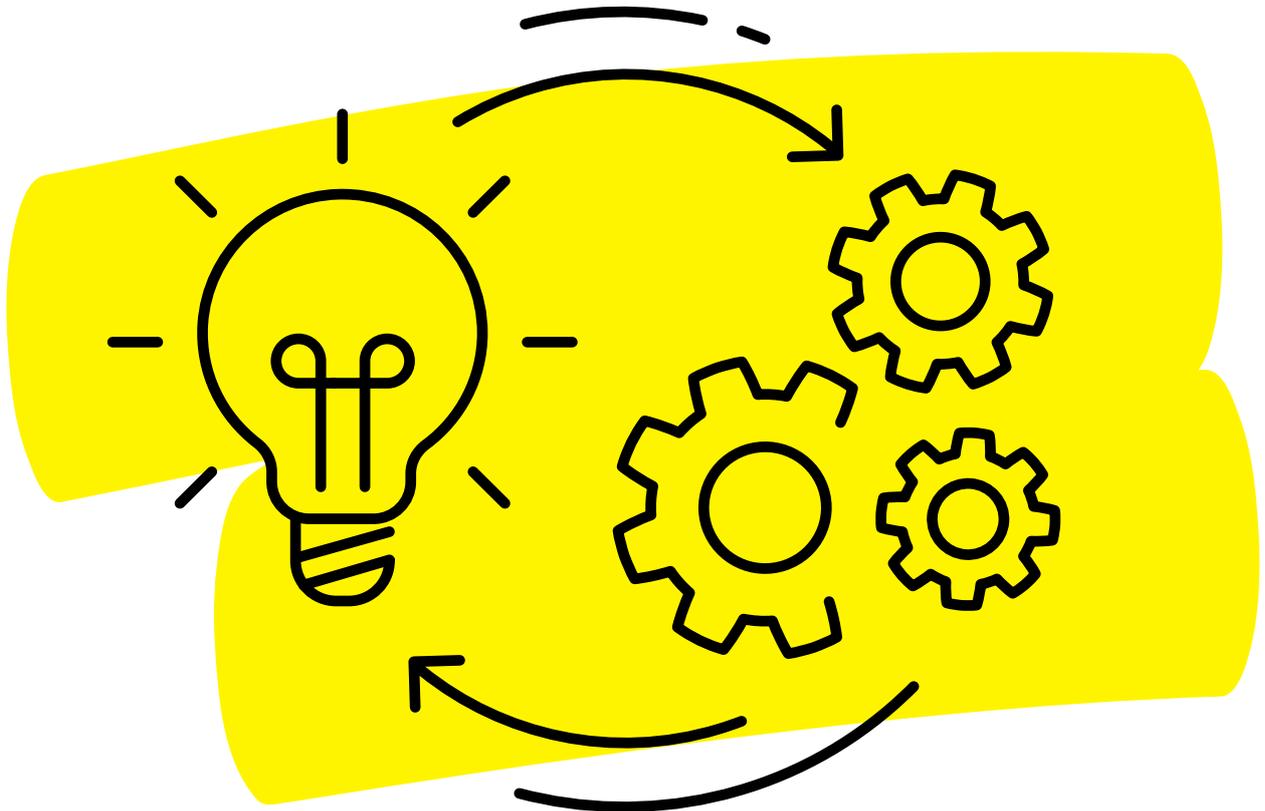


# Von der Theorie in die Praxis



# Von der Theorie in die Praxis

Auf dem Weg zur Gründung einer Schüler:innenfirma im Unterricht müssen Schüler:innen zunächst viel planen und zahlreiche Informationen verarbeiten. Damit dies nicht zu abstrakt gerät, motiviert es die Jugendlichen, wenn sie erste Ideen konkret in die Tat umsetzen können. Wir stellen Ihnen hier vier Möglichkeiten vor, die die Schüler:innen vorzeitig aus der Theorie in die Praxis

bringen – auch wenn noch weitere Planungen folgen. Die angeführten Beispiele und ihre sinnvolle Anwendung dienen lediglich als Anregung. Die genaue Ausgestaltung bleibt Ihnen als Lehrkraft überlassen und richtet sich nach dem Bedarf Ihrer Klasse und den zeitlichen Rahmenbedingungen.

1

## Einen Prototyp erstellen

Wenn Unternehmen ein neues Produkt oder eine Dienstleistung entwickeln, wird ein beispielhaftes Modell angefertigt, der sogenannte Prototyp. Getestet wird sowohl die Funktionalität als auch die Akzeptanz bei potentiellen Nutzer:innengruppen bzw. Kund:innen. Ob sich die Anfertigung eines Prototyps für die Schüler:innenfirma eignet und wie aufwändig dies ist, hängt davon ab, welches Produkt oder welche Dienstleistung die Schüler:innen anbieten möchten. Falls die Schüler:innenfirma ein eigenes neues Produkt entwerfen möchte, kann es beispielsweise hilfreich sein, einen 3D-Drucker zu verwenden. Es gibt verschiedene Anbieter:innen, Schüler:innenlabore und Werkstätten, die Zugriff auf einen solchen Drucker ermöglichen. Geht dies nicht, haben die Schüler:innen die Möglichkeit, ein Modell des Produkts aus Papier, Kunststoff oder Bauklötzen zu erstellen. Viele Schüler:innenfirmen können für den Prototyp direkt mit dem Originalmaterial arbeiten, etwa bei Upcycling- oder bei Lebensmittelprodukten.

Wenn die Schüler:innen eine Dienstleistung anbieten möchten, kann es helfen, die Planungsebene zu verlassen und die Dienstleistung zu simulieren. Wenn die Schüler:innenfirma zum Beispiel Klassenfahrten anbietet, kann sie eine (erfundene) Anfrage der Parallelklasse bearbeiten und den ganzen Arbeits- und Organisationsprozess durchspielen.

### WARUM?

Die Anfertigung von Prototypen hilft dabei, Fehler frühzeitig zu entdecken und herauszufinden, ob die erdachte Idee tatsächlich funktioniert und den Bedürfnissen der Kund:innen entspricht. Das Ziel soll jedoch nicht sein, ein perfektes Endprodukt herzustellen, sondern die Idee zunächst visuell und plastisch darzustellen. So erlangen die Schüler:innen einen ersten Eindruck und können konstruktiv an einer Verbesserung arbeiten. Auch ein Scheitern bietet die Möglichkeit, die grundsätzliche Idee zu überdenken, und die Chance, eine positive Fehlerkultur zu etablieren.

### WANN?

Bereits nach dem zweiten Modul „Ideenfindung und Marktanalyse“ können die Schüler:innen einen Prototyp erstellen. Gerade nach der Kund:innenbefragung gibt es viele neue Impulse, die in einem beispielhaften Produkt oder einer Dienstleistung umgesetzt werden können. Es empfiehlt sich, so früh wie möglich damit zu beginnen, um rechtzeitig Fehler zu finden und sie korrigieren zu können.

2

## Verkaufsanlässe nutzen

Sobald die Schüler:innen die ersten Waren produziert haben beziehungsweise in der Lage sind, die ersten Dienstleistungen anzubieten, sollten sie Ausschau halten nach Verkaufsanlässen. Das kann zum Beispiel der Weihnachtsmarkt oder der Tag der offenen Tür in der Schule sein, das Dorffest oder die Lehrer:innenkonferenz. Sollte es keine Anlässe geben, überlegen Sie, welche Sie schaffen können. Die Schüler:innen könnten etwa einen Verkaufsstand in der großen Pause im Schulfoyer aufbauen.

### WARUM?

Verkaufsanlässe können wesentlich zur Motivation der Schüler:innen beitragen: Sie präsentieren sich in der Öffentlichkeit, sie bekommen ein direktes Feedback von ihrer Kundschaft (siehe Beispiel 3), sie machen die ersten Umsätze, generieren damit also tatsächlich Einnahmen, und am Ende prüfen sie die Kasse. Insofern sind Verkaufsanlässe Lern- und Reflexionsanlässe: Waren wir ausreichend vorbereitet? Wie haben wir uns dargestellt? Sind wir zufrieden mit den Verkäufen? Was haben unsere Kund:innen gesagt? Was hat gefehlt oder war unbefriedigend? Was könnten wir beim nächsten Mal besser machen? Solche und weitere Fragen können Sie mit den Jugendlichen im Anschluss diskutieren.

### WANN?

Wenn Sie das Unterrichtsmaterial nach der vorgeschlagenen Reihenfolge nutzen, wäre nach dem Modul 11 „Projektmanagement“ der Zeitpunkt für einen ersten Verkauf gekommen. Wenn sich Verkaufsanlässe früher ergeben und die Jugendlichen sich damit wohl fühlen, können sie auch schon früher ihre Waren verkaufen. Das bietet sich an, weil so für die Schüler:innen ihr Geschäftsgegenstand im Wortsinn „greifbarer“ wird und sich hier besonders die praktisch veranlagten Schüler:innen gefordert fühlen.

3

## Kund:innengespräche üben

Wie überzeuge ich in wenigen Sätzen von meinem Produkt? Wie trete ich Kund:innen gegenüber auf? Welche Kleidung soll ich tragen? Diese und viele weitere Fragen müssen sich die Schüler:innen stellen, sobald sie ihr Produkt auf den Markt bringen. Da kann es helfen, schon früher den Kontakt zur Kundschaft zu suchen oder in einer Simulation Kund:innengespräche zu erproben. Zuvor legen Sie mit den Schüler:innen fest, welches Ziel ein Gespräch verfolgt, welche Kleidung angemessen ist und welche verschiedenen Typen von Kund:innen es gibt. Anhand dessen lässt sich ein Gesprächsleitfaden entwickeln. Außerdem gilt es, wichtige Kommunikationsregeln zu beachten: Aktives Zuhören, Ausreden lassen, Körpersprache kontrollieren. Es hilft den Jugendlichen auch, wenn eine Person, die in ihrem Beruf in ständigem Kontakt zu Kund:innen steht, über ihre Erfahrungen spricht und den Jugendlichen wertvolle Tipps geben kann.

### WARUM?

Kund:innengespräche zu führen, stellt eine wichtige Erfahrung für Schüler:innen dar, umso besser also, wenn sie sie gut vorbereitet führen und anschließend darüber reflektieren. Kund:innengespräche zu üben, ermöglicht den Jugendlichen, den Kontakt zu ihren potenziellen Kund:innen aufzunehmen und Ängste abzubauen. Die anschließenden wirklichen Kund:innengespräche sind sowohl für die weitere Schüler:innenfirmenarbeit als auch für die persönliche Entwicklung der Jugendlichen von Bedeutung: Sie erwerben dabei wichtige Kommunikationskompetenzen, können ihr Selbstbewusstsein stärken und üben ein souveränes Auftreten.

### WANN?

Nach Modul 9 „Marketing“ haben die Jugendlichen eine erste Vorstellung von ihrer Marketingstrategie, ein konkreteres Bild ihres Produkts und ihrer potenziellen Kund:innen – sie wissen also, wie sie wen ansprechen möchten. Es bietet sich daher an, nach dem neunten Modul erste Kund:innengespräche zu üben. Bei Bedarf können diese bereits früher thematisiert und simuliert werden. Bei Simulationen können sich die Schüler:innen filmen und anschließend die Videos gemeinsam auswerten. Auch die ersten Verkaufsanlässe (s. o.) bieten die Möglichkeit, nicht nur zu üben, sondern auch auszuwerten, wie sich die Jugendlichen gefühlt haben und was sie gegebenenfalls verbessern möchten.

## 4

## Kosten- und Finanzierungsplan/ Gewinnprognose erstellen

Sobald die Schüler:innen die Grundlagen ihrer Geschäftsidee entwickelt haben, ist es wichtig, einen detaillierten Kosten- und Finanzierungsplan zu erstellen. Dieser Plan hilft dabei, zu überprüfen, ob das Vorhaben mit den verfügbaren Mitteln und unter den geplanten Bedingungen umsetzbar ist. In Businessplänen in der Realwirtschaft werden meist 1- bis 3-jährige Prognosen angegeben. Wir empfehlen den Kosten- und Finanzierungsplan für die Startphase der Schüler:innenfirma aufzustellen. Je nach Geschäftsidee kann diese 3, 6 oder 12 Monate umfassen.

### WARUM?

Im Kosten- und Finanzierungsplan werden die ermittelten Kosten den verfügbaren und prognostizierten Einnahmen gegenübergestellt. Durch diese Aufstellung können die Schüler:innen erkennen, ob ihre Geschäftsidee wirtschaftlich tragfähig ist oder ob es Finanzierungslücken gibt, die sie durch beispielsweise weitere Finanzierungsquellen oder eine Einsparung von Ressourcen schließen müssen. Die Erstellung des Planes schult das wirtschaftliche Verständnis der Schüler:innen und fördert eine vorausschauende Schüler:innenfirmenarbeit. Darüber hinaus können Sie auch die Medienkompetenz Ihrer Schüler:innen fördern, indem Sie Programme wie Excel für die Erstellung des Planes zur Verfügung stellen.

### WANN?

Idealerweise erstellen die Schüler:innen den Kosten- und Finanzierungsplan, nachdem sie die benötigten Materialien, Maschinen, Werbe- und Büromaterialkosten etc. ermittelt haben. Bei einem linearen Vorgehen ist dies nach der Bearbeitung von Modul 9 „Marketing“ der Fall. Es kann jedoch auch hilfreich sein, den Finanzplan früher zu beginnen, beispielsweise ab Modul 3 „Geschäftsmodell“, und fortlaufend zu ergänzen, um von Anfang an die finanziellen Aspekte im Blick zu haben.





## Kosten- und Finanzierungsplan/ Gewinnprognose (Startphase)

### AUFGABE

→ Ermittelt in vier Schritten eine Gewinnprognose für eure Schüler:innenfirma:

**A**

Legt einen Zeitraum fest, für den ihr die Gewinnprognose erstellen möchtet.

#### TIPP

Als Zeitraum bietet sich die Startphase eurer Schüler:innenfirma an. Abhängig von eurer Geschäftsidee könnten das 3, 6 oder 12 Monate sein.

**B**

Tragt all eure Ausgaben und Einnahmen in den Kosten- und Finanzierungsplan unter 1. und 2. ein. Freie Felder könnt ihr ergänzen, andere, sofern ihr sie nicht benötigt, auch weglassen.

**C**

Ermittelt die Summe all eurer Einnahmen sowie all eurer Ausgaben.

Tragt die Ergebnisse in den Kosten- und Finanzierungsplan unter 3. ein.

**D**

Berechnet den prognostizierten Gewinn, indem ihr die Summe der Ausgaben von der Summe der Einnahmen abzieht.

#### HINWEIS

Am Ende eurer Startphase solltet ihr leicht im Plus liegen.



## Kosten- und Finanzierungsplan/ Gewinnprognose (Startphase)



Name der Schüler:innenfirma:

### ⊖ 1. Ausgaben/Kosten

**Grundausrüstung** (Maschinen, Möbel, sonstiges Equipment etc.):

€

**Ersteinkauf/Produktionsmaterial:**

€

**Mieten/Leasing** für Geräte etc.:

€

**Werbe-/Büromaterial:**

€

**Fortbildung**, Unterstützung von Expert:innen:

€

€

€

€

### + 2. Einnahmen/Finanzierung

**Startkapital** (Gesellschafter:innen, Förderverein):

€

**Einnahmen** aus dem Verkauf:

€

**Spenden/Förderung** Dritter:

€

€

€

€

€

### 3. Einnahmen-Ausgaben-Rechnung/Gewinnprognose

+ **Summe der Einnahmen**

€

⊖ **Summe der Ausgaben**

€

⊖ **Gewinn**

€