

Ideenfindung & Marktanalyse



**STARTUP
ZUKUNFT!**

Ein Programm der

DKJS

Deutsche Kinder-
und Jugendstiftung

Gefördert durch

 Heinz Nixdorf Stiftung

Ideenfindung und Marktanalyse

In diesem Modul steht die gemeinsame Entwicklung einer tragfähigen Geschäftsidee im Mittelpunkt. Die Schüler:innen lernen unterschiedliche Problemfelder kennen und entwickeln erste kreative Lösungsansätze. Eigenständig ermitteln und priorisieren sie Herausforderungen in ihrem (schulischen) Umfeld. Um ihre eigenen Interessen und Fähigkeiten in die Ideenfindung einzubeziehen, analysieren die Jugendlichen ihre Stärken. Dies wirkt sich langfristig positiv auf die Motivation der Schüler:innen aus.

Kernstück des Moduls ist das Sammeln von Lösungsideen für das priorisierte Problem sowie die anschließende Bewertung der möglichen Geschäftsideen hinsichtlich deren Wirkung (Nachhaltigkeit) und Umsetzbarkeit. In einem demokratischen Verfahren entscheiden sich die Schüler:innen für eine Idee, die sie weiterverfolgen möchten.

Optional bietet es sich an, den Absatzmarkt zu erforschen, um den tatsächlichen Bedarf zu ermitteln und das Potenzial der Idee abzuschätzen. Dafür führen die Schüler:innen eine (digitale) Kund:innenbefragung durch, werten diese aus und nehmen möglicherweise Anpassungen an ihrer Geschäftsidee vor.

GROBZIEL

Schüler:innen **entwickeln** eine **eigene Geschäftsidee**.

UNTERRICHTSSTUNDEN

(à 45 Minuten)

4 + 2
OPTIONAL

LERNZIELE



Die Schüler:innen ...

- entwickeln eine Geschäftsidee mithilfe von Methoden aus dem Design Thinking.
- unterscheiden Sachgüter und Dienstleistungen voneinander.
- identifizieren Herausforderungen in ihrem (schulischen) Umfeld und einigen sich auf das ihrer Ansicht nach interessanteste oder dringlichste Problem.
- entwickeln in kurzer Zeit Lösungsideen (Geschäftsideen) für das identifizierte Problem.
- bewerten unterschiedliche unternehmerische Ideen und begründen die Wahl ihres persönlichen Favoriten.
- reflektieren konstruktiv über die gemeinsamen Arbeitsphasen.
- führen selbstständig eine Kund:innenbefragung durch, um den Absatzmarkt zu analysieren.

OPTIONAL

MATERIAL



- Arbeitsblätter
- Moderationskarten
- Klebepunkte
- Plakat
- Permanentmarker
- Klebezettel
- Lernportfolio
- Glossar

- Whiteboard
- Smartphones oder Tablets

OPTIONAL

Eine Geschäftsidee entwickeln

Die eigenständige Entwicklung einer Geschäftsidee fördert die Problemlösekompetenz und Kreativität der Schüler:innen. Sie trägt zudem maßgeblich zur Identifikation der Jugendlichen mit der Schüler:innenfirma bei. Es lohnt sich also, bereits an dieser Stelle im Prozess, die Verantwortung an die Schüler:innen zu übertragen, um eine langfristige Motivation sicherzustellen.

Ausgangspunkt ist die Suche nach einer Herausforderung im (schulischen) Umfeld. Eine gute Geschäftsidee knüpft an einen gesellschaftlichen Bedarf an und bietet eine passende, möglicherweise sogar innovative Lösung. Das Unterrichtsmodul regt die Schüler:innen dazu an, ihr Umfeld eigenständig nach Problemstellungen zu erforschen.

Um einen besonderen Fokus auf Bildung für nachhaltige Entwicklung zu legen, können Sie die 17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen (sog. Sustainable Development Goals (SDGs)) einführen. Die SDGs formulieren die dringendsten Probleme unserer heutigen Zeit und dienen damit als konkreter Ausgangspunkt für die Entwicklung einer nachhaltigen Geschäftsidee. Planen Sie für die Einbeziehung entsprechend mehr Zeit ein.

Eine tragfähige Geschäftsidee zu entwickeln, benötigt Zeit. Auch in der Realität testen Unternehmer:innen in einem iterativen Prozess ihre Ideen und nehmen entsprechende Anpassungen vor. Machen Sie den Schüler:innen diesen Aspekt frühzeitig deutlich.

Unterscheidung von Gütern: Sachgüter und Dienstleistungen

Das Ergebnis dieses Moduls ist eine Geschäftsidee, die auf einen identifizierten Bedarf mit einem konkreten Angebot reagiert. Für ein vertieftes Verständnis von wirtschaftswissenschaftlichen Zusammenhängen ordnen die Schüler:innen verschiedene Angebote unterschiedlichen Arten von Gütern zu und sind später auch in der Lage, ihr eigenes Angebot einzuordnen. Unterschieden werden an dieser Stelle Sachgüter und Dienstleistungen. Die Aufgabe eignet sich somit insbesondere für die Einbindung in den Wirtschaftsunterricht, ist aber nicht zwingend für die Ideenfindung erforderlich.

Sachgüter und Dienstleistungen werden unterschiedlichen Wirtschaftssektoren zugeordnet: dem **industriellen (verarbeitenden) Sektor** und dem **Dienstleistungssektor**, der den weitaus größten Anteil an Beschäftigten in Deutschland hat. Manche Beispiele zeigen 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 (Kund:innendienst).

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



Beispiele für Sachgüter:

Fahrräder, Kleidung, Lebensmittel, Haushaltsgeräte



Beispiele für Dienstleistungen:

PC-Reparatur-Service, Heizungswartung, Zahnreinigung

Ist die Schüler:innenfirma Bestandteil des Wirtschaftsunterrichts, können Sie weitergehend auch die Abgrenzung von Produktions- (bzw. Industrie-) und Handelsunternehmen thematisieren.



Bei **Produktionsunternehmen** (Industrieunternehmen) steht die Herstellung oder Weiterentwicklung eines Gutes im Vordergrund.

Kennzeichnend ist die Veränderung des Gutes.

Beispiele: Siemens, Volkswagen, Apple



Handelsunternehmen hingegen verteilen die Güter, ohne wesentliche Veränderungen. Es geht um den Kauf- und Weiterverkauf von Gütern.

Beispiele: Aldi, REWE, Bio Company (Einzelhandel); Metro, Demeter, Selgros (Großhandel)

Mit einer Kund:innenbefragung den Markt erforschen

Wichtig: Falls Sie die Kund:innenbefragung nicht durchführen, ziehen Sie die letzten drei Phasen der 6. Stunde vor, um das Modul 2 abzuschließen. Verkürzen Sie dafür möglicherweise einzelne Unterrichtsphasen. Es kann sich anbieten, mit den Schüler:innen kurz über den Sinn und Zweck von Befragungen zu sprechen, auch wenn die Befragung selbst nicht durchgeführt wird.

Zu jedem Gründungsprozess gehört eine Marktanalyse, um die Absatzchancen einzuschätzen. Eine Methode, den Markt zu erforschen, ist die Kund:innenbefragung. In der Realität werden Befragungen von Kund:innen zu unterschiedlichsten Zeitpunkten wiederholt durchgeführt. Bereits zur Identifizierung von gesellschaftlichen Bedarfen kann eine Befragung sinnvoll sein. Spätestens aber zur Überprüfung der Idee ist eine Kund:innenbefragung für Unternehmen unabdingbar und ermöglicht eine Anpassung der Idee an die Erwartungen und Wünsche der potenziellen Kundschaft.

In der Praxis finden Kund:innenbefragungen oftmals online statt. Eine digitale Befragung vereinfacht den Auswertungsprozess und fördert darüber hinaus die Medienkompetenzen der Schüler:innen. Es gibt eine Reihe von Umfragetools im Internet.

Ausführlichere Informationen zu einem der Tools finden Sie unter :



<https://klasse-zukunft.de/tools/surveymonkey/>

Im Rahmen von Umfragen können Bestimmungen des Datenschutzes relevant werden. Es ist grundsätzlich nur erlaubt, personenbezogene Daten (z. B. Name, E-Mail-Adresse, Anschrift, Alter, Größe, Beruf) zu erheben, wenn die betroffene Person in die Erhebung der Daten eingewilligt hat. Daher ist es ratsam, keine personenbezogenen Daten zu erheben oder die Umfrage anonym durchzuführen. Eine Umfrage ist dann anonym, wenn die Daten keinerlei Rückschlüsse auf die befragte Person zulassen.

OPTIONAL

Dafür empfiehlt es sich, eine große Anzahl an Personen zu befragen sowie Kohorten zu bilden (etwa anstelle des personenbezogenen Geburtsdatums eine „Altersgruppe“ auswählen zu lassen: 10–15 Jahre; 15–20 Jahre etc.).

Generell gilt das Gebot der Datenminimierung, d. h. nur diejenigen Daten abzufragen, die tatsächlich erforderlich sind. Sensibilisieren Sie die Jugendlichen für das Thema Datenschutz.

Auswahmsweise sieht dieses Modul eine Arbeitsphase in der Pause vor. Da die meisten Schüler:innenfirmen ihre Umfrage in der Schule durchführen, eignet sich nur die Pause als Zeitfenster, in dem die Schulbeteiligten für die Befragung erreichbar sind.

Selbstverständlich kann sich die Befragung auch auf unterschiedliche Geschäftsideen beziehen, zum Beispiel wenn sich die Schüler:innen nicht auf eine Idee einigen konnten. Nehmen Sie sich anschließend die Zeit, die Ergebnisse der Gruppen genau zu sichten und nach Kriterien wie Bedarf, Erfolgsmöglichkeit, Realisierbarkeit und Nachhaltigkeit zu bewerten. Anschließend sollten die Jugendlichen eine gemeinsame Entscheidung treffen.

Wenn die Kund:innenbefragung zu Ergebnissen führt, die die Geschäftsidee stark in Frage stellen, sollten die Schüler:innen eine der anderen Geschäftsideen in Betracht ziehen und eventuell eine weitere Befragung durchführen.

VON DER THEORIE IN DIE PRAXIS

Einen Prototyp erstellen

Bereits an dieser Stelle im Prozess kann es sinnvoll sein, ein beispielhaftes Modell des Produkts, einen Prototyp, zu erstellen und zu testen. Die Erstellung und Testung erhöht nicht nur die Motivation der Schüler:innen, sondern führt auch dazu, Fehler zu finden. Anhand der Erkenntnisse können die Schüler:innen Veränderungen an ihrem Produkt vornehmen. Für die genaueren Ausführungen zur Erstellung eines Prototyps informieren Sie sich hier: [Exkurs „Von der Theorie in die Praxis“](#)

 Stunde 1 + 2		Bespiellösungen finden Sie auf den letzten Seiten.			
7'	EINSTIEG	AUFGABE 1 Eine Geschäftsidee entwickeln: Vorstellung des Zeitungsartikels „Schüler:innenfirma Benndorfer Holzbau erhält Auszeichnung“.	 Alternativ: Vorführung des Films <u>Imagefilm Benndorfer Werkstatt</u> (youtube.com)	Plenum	Aufgabe 1, Tafel/ Whiteboard
15'	ERARBEITUNG I	AUFGABE 2 Vom Problem zur Geschäftsidee: Probleme identifizieren und kreative (Lösungs-) Ideen entwickeln.	Methode: Think-Pair-Share	EA, PA	Aufgabe 2
10'	SICHERUNG	Ergebnissicherung von Aufgabe 2: Methode: Think-Pair- Share Lesen der „ Geschäftsideensammlung “	Mögliche Leitfrage für das Unterrichtsgespräch: Was gefällt euch (nicht) an den Ideen der Schüler:innenfirmen?	Plenum	Arbeitsblatt „Geschäftsideensammlung“
10'	ERARBEITUNG II	AUFGABE 3 Unterscheidung von Sachgütern und Dienstleistungen	Differenzierungsmöglichkeit durch Einsatz der Zusatzaufgabe.	PA	Aufgabe 3; Zusatzaufgabe (optional)
3'	SICHERUNG	Ergebnissicherung von Aufgabe 3		Plenum	
15'	ERARBEITUNG III	AUFGABE 4 Probleme im Umfeld erforschen: <ul style="list-style-type: none"> Digitale Option im Plenum: Probleme mithilfe einer Wortwolke sammeln (hier gibt es Onlinetools, die einfach in der Anwendung sind). Analoge Option in GA: Probleme auf Moderationskarten sammeln. 	Regen Sie evtl. einen „Gedankenspaziergang“ an: „Wenn ihr durch die Schule/die Nachbarschaft/den Supermarkt geht, dann fällt euch auf/nervt euch...?“	Plenum oder GA	Aufgabe 4 digitale Option: Whiteboard, Tablets/Smartphones analoge Option: Moderationskarten
10'	SICHERUNG	Ergebnissicherung von Aufgabe 4: Probleme werden vorgestellt bzw. gesichtet, gemeinsam geclustert und bewertet. Die Schüler:innen einigen sich auf ein Problem, mit dem sie weiterarbeiten möchten.	Methode: Abstimmung mithilfe von Punkten (2–3 Klebepunkte pro Schüler:in) Im Rahmen der digitalen Variante werden Mehrfachnennungen hervorgehoben, was möglicherweise Rückschlüsse auf die Wichtigkeit des Problems zulässt.	Plenum	Klebepunkte

10'	ERARBEITUNG IV	AUFGABE 5	Die Gründer:innenpersönlichkeit: Stärken der Schüler:innen herausarbeiten und das Gemeinschaftsgefühl stärken.	EA, PA Aufgabe 5
10'	SICHERUNG		Ergebnissicherung von Aufgabe 5: Sammeln der Stärken auf einem großen Plakat mit der Überschrift: „Unsere Stärken“ oder „Das können wir:“ Mögliche Reflexionsfragen im Plenum: <ul style="list-style-type: none"> • Wo liegen die Stärken in der Klasse? • Welche Stärken treten gehäuft auf? • Wie war es, von jemand anderem gesagt zu bekommen, was man gut kann? • Wie fühlt es sich an, jemandem zu sagen, was er/sie gut kann? • Gibt es Fähigkeiten, die fehlen? Die Schüler:innen können das Plakat im Laufe der Schüler:innenfirmenarbeit ergänzen.	Plenum Plakat, Permanentmarker
<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;">  <h2 style="margin: 0;">Stunde 3 + 4</h2> <div style="text-align: right;">   </div> </div>				
30'	ERARBEITUNG I	AUFGABE 6	Ideen sammeln und gemeinsam entscheiden: Methode: Brainstorming 1. Setzen Sie eine Zeitvorgabe für das Brainstorming. 2. Um die Arbeit im Plenum zu erleichtern, sollen die Schüler:innen in Aufgabe 6b eine Vorauswahl treffen und jeweils nur eine Idee pro Gruppe präsentieren.	GA (z. B. 6er Gruppen) Aufgabe 6
10'	SICHERUNG		Ergebnissicherung von Aufgabe 6: Präsentation der ausgewählten Ideen Geben Sie den anderen Gruppen die Möglichkeit (Verständnis-) Fragen zu den Ideen zu stellen. Mögliche Reflexionsfragen: <ul style="list-style-type: none"> • Aus welchem Grund habt ihr euch für diese Idee entschieden? • Ist die Entscheidung leicht oder schwer gefallen? Warum? 	Plenum Tafel/ Whiteboard
30'	ERARBEITUNG II	AUFGABE 7	Ideen bewerten hinsichtlich ihrer Realisierbarkeit und Wirkung: Methode: „Wow-Now-How“-Matrix	GA Aufgabe 7, Vorlage „Wow-Now-How“-Matrix, Klebezettel
20'	SICHERUNG		Ergebnissicherung von Aufgabe 7: Diskussion und anschließende Einigung auf eine Idee, die die Schüler:innen weiterverfolgen wollen. Methode: Abstimmung mithilfe von Punkten (2–3 Klebepunkte pro Schüler:in) <ul style="list-style-type: none"> • 1. Ideen können jederzeit auch verändert werden, um sie wieder interessant zu machen. • 2. Falls es zu keiner Einigung kommt, sind auch Kund:innenbefragungen zu unterschiedlichen Ideen denkbar. 	Plenum Klebepunkte, Tafel/ Whiteboard

OPTIONAL

Mit einer Kund:innenbefragung mehr über den Markt erfahren

Wenn Sie die Befragung nicht durchführen, schließen Sie für einen runden Abschluss das Modul mit den letzten drei Phasen aus Stunde 6 ab.

 Stunde 5 + 6  				
5'	EINSTIEG	AUFGABE 8 Eine geplatzte Geschäftsidee?: Im Unterrichtsgespräch den Sinn und Zweck einer Befragung klären.	Plenum	Aufgabe 8
20'	ERARBEITUNG I	AUFGABE 9 Themen identifizieren und Fragen für den Fragebogen formulieren Möglichkeiten zur Differenzierung: <ul style="list-style-type: none"> • Forderung: Erarbeitung und Formulierung von unterschiedlichen Fragetypen (offen/geschlossen). • Förderung: Nutzen Sie die Beispielfragen aus dem Lösungsblatt, um die Schüler:innen zu unterstützen. 	PA	Aufgabe 9
10'	SICHERUNG	Ergebnissicherung von Aufgabe 9: Sammeln und Clustern der Fragen <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; background-color: #f9f9f9;"> Entweder einigen sich die Schüler:innen auf bestimmte Fragen, mit denen sie weiterarbeiten wollen, oder die Gruppen nutzen für ihre Fragebögen unterschiedliche Fragen. Die zweite Variante erhöht jedoch den Aufwand, die Ergebnisse aus den Befragungen zusammenzufassen. </div>	Plenum	Tafel/ Whiteboard
10'	ERARBEITUNG II	AUFGABE 10 Erstellung des Fragebogens	GA oder Plenum	Aufgabe 10, Vorlage Fragebogen
10'–30' ERARBEITUNG III		AUFGABE 11 Durchführung der Befragung	Pause	
10'	SICHERUNG	AUFGABE 12 Die Ergebnisse aus den Befragungen zusammenfassen: Die Antworten aus den Fragebögen strukturiert in der Tabelle aus Aufgabe 12 sammeln. <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; background-color: #f9f9f9;"> Um alle Ergebnisse zu erfassen und eine gemeinsame Grundlage zu schaffen, empfiehlt es sich, die Aufgabe im Plenum gemeinsam zu bearbeiten. Im besten Fall projizieren Sie die Tabelle dafür an das Whiteboard, lassen die Gruppen nacheinander ihre Ergebnisse vorstellen und halten diese für alle sichtbar fest. </div>	Plenum	Aufgabe 12, Whiteboard/ Tafel
10'	ERARBEITUNG IV	AUFGABE 13A Die Ergebnisse aus der Befragung auswerten	PA oder GA	Aufgabe 13a
10'	SICHERUNG	AUFGABE 13B Schlussfolgerungen aus der Befragung ziehen Methode: Unterrichtsgespräch <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; background-color: #f9f9f9;"> Möglicherweise muss die Geschäftsidee an die Bedürfnisse der Kundschaft angepasst oder verworfen werden. </div>	Plenum	Aufgabe 13b, Whiteboard/ Tafel

5'	SICHERUNG	AUFGABE 14 Die Geschäftsidee festhalten	PA Aufgabe 14
5'	ABSCHLUSSREFLEXION	Auswertung des Gruppenprozesses Methode: Blitzlicht & Meldekette <ul style="list-style-type: none"> • Was hat gut funktioniert? / „Gut gefallen hat mir, dass... “ • Was können wir beim nächsten Mal besser machen? „Mein Vorschlag für das nächste Mal wäre... “ Digitale Option: Es gibt Onlinetools zur Einholung von Echtzeit-Feedback.	Plenum digitale Option: Whiteboard, Tablets/ Smartphones
5'	LERNPORTFOLIO	Beantwortung der Reflexionsfrage zu Modul 2	EA Lernportfolio





Eine Geschäftsidee entwickeln



Schüler:innenfirma Benndorfer Holzbau erhält Auszeichnung

Seit 2014 stellt die Schüler:innenfirma aus Sachsen-Anhalt rollstuhlgerechte Hochbeete für Senior:innen aus dem benachbarten Altenheim her. Dafür hat die Schüler:innenfirma Benndorfer Holzbau einen Preis erhalten.

Im Interview verrät der Geschäftsführer der Schüler:innenfirma, wie die erfolgreiche Geschäftsidee entstand:

„Unsere Schule liegt direkt neben einem Altenheim. Irgendwann fiel uns auf, dass sich Gärtner:innen um die Gartenarbeit kümmern. Dabei zählt gerade die Gartenarbeit für viele ältere Menschen zu einer ihrer liebsten Freizeitbeschäftigungen. Aufgrund ihres Alters sind sie nicht mehr in der Lage zu knien oder zu hocken, um

die Beete zu bepflanzen. Das brachte uns auf die Idee, rollstuhlgerechte Hochbeete aus Holz zu bauen.“

Im Altenheim löste die Idee große Begeisterung aus. „Durch die Hochbeete können die älteren Menschen die Beete im Sitzen bepflanzen“, erklärt der betreuende Lehrer der Schüler:innenfirma: „Die Senior:innen blühen im wahrsten Sinne des Wortes wieder richtig auf. Die Hochbeete sind ein großer Gewinn!“

AUFGABE 1

- Beschreibt, wie die Schüler:innen der Schüler:innenfirma Benndorfer Holzbau auf ihre Idee gekommen sind. Was war der Ausgangspunkt für ihre Idee?





Eine Geschäftsidee entwickeln

Vom Problem zur Geschäftsidee

Am Anfang jeder Unternehmensgründung steht die Idee. Mit einer guten Geschäftsidee löst ihr ein Problem oder reagiert auf einen echten Bedarf.

AUFGABE 2



- a) Lies dir aufmerksam durch, welche Probleme die Schüler:innen in ihrem Umfeld bemerkt haben. Erkenne das jeweilige Problem und schreibe es in das dazugehörige Feld.
- b) Überlege dir kreative Lösungen für die Probleme und notiere diese im Feld „Lösungsidee“.

1. In der Schule am Mittelweg verkaufen die Eltern der Schüler:innen belegte Brötchen und Snacks für die Pause. Da sich nicht mehr ausreichend Eltern für den Betrieb des Kiosks finden, ist dieser nur noch an zwei Wochentagen geöffnet.

Problem:



Lösungsidee:

2. Schlechte Noten in der Schule sind für einige Kinder und Jugendliche Alltag. Haben die Eltern ein gutes Einkommen, erhalten die Schüler:innen Nachhilfeunterricht und verbessern dadurch ihre schulischen Leistungen.

Problem:

Lösungsidee:

3. Elf Millionen Tonnen Lebensmittel landen in Deutschland pro Jahr im Müll¹, erklärt die Geografielehrerin ihrer 9. Klasse.

Problem:

Lösungsidee:



4. Drei Viertel des Mülls im Meer besteht aus Plastik². Plastik braucht mehrere hundert bis tausend Jahre, bis es sich zersetzt. Bis dahin verfällt es in immer kleinere Teilchen (sog. Mikroplastik). Viele Fische verwechseln Mikroplastik mit Nahrung (wie z. B. Plankton). Auf diese Weise gelangt Plastik in unsere Nahrungskette.

Problem:

Lösungsidee:

¹ Erhebung des Statistischen Bundesamts, 2022
² Unsere Ozeane versinken in Plastikmüll (wwf.de)



Eine Geschäftsidee entwickeln

Geschäftsideensammlung



Lasst euch von den Geschäftsideen anderer Schüler:innenfirmen zu den Problemstellungen aus Aufgabe 2 inspirieren.

1. Der Schulkiosk

Damit in der Pause niemand hungrig bleibt, betreibt die Schüler:innenfirma der Schule den Kiosk. Auf diese Weise können die Schüler:innen das Angebot des Kiosks selbst bestimmen. Verkaufsschlager ist der energiereiche Müsliriegel. Da die Schüler:innenfirma ihre Ware regional und saisonal einkauft, trägt sie sogar zum Umweltschutz bei.



2. Die Nachhilfeagentur

Dass nur Kinder reicher Eltern Nachhilfeunterricht erhalten, ist ungerecht. Alle Kinder und Jugendlichen sollten die Chance erhalten, ihre schulischen Leistungen zu verbessern. Deshalb entwickelten die Schüler:innen einer 10. Klasse die Idee einer kostengünstigen Nachhilfe direkt an ihrer Schule. Ältere Schüler:innen bieten für die Jüngeren zu günstigen Preisen Nachhilfestunden an. Die Schüler:innenfirma organisiert das Angebot.



3. Die Lebensmittelretter:innen

Um die Lebensmittelverschwendung zu reduzieren, haben Schüler:innen mit einem benachbarten Bauernhof eine Kooperation vereinbart. Die Schüler:innen erhalten all das Obst und Gemüse, das nicht der Schönheitsnorm entspricht und deswegen oft gar nicht erst in den Handel gelangt. Aus den geretteten Lebensmitteln (z. B. krumme Gurken, besonders kleine Kartoffeln, Karotten mit zwei „Beinen“, Äpfel mit Schalenfehlern) stellen die Schüler:innen in ihrer Schulküche selbstgemachte Suppen, Marmeladen oder Apfelmus her. In Schraubgläser gefüllt, verkaufen sie die Köstlichkeiten beispielsweise auf Schulfesten.



4. Die Naturkosmetiker:innen

Die Schüler:innenfirma einer Förderschule will dazu beitragen, dass weniger Mikroplastik über das Abwasser in die Meere gelangt. Deshalb produzieren und verkaufen sie Kosmetikprodukte wie Peelings, die rein aus natürlichen Materialien bestehen. Im Gegensatz zu vielen anderen Hersteller:innen greifen sie deshalb auf Zucker statt auf Plastikpartikel als peelende Zutat im Peeling zurück.





Eine Geschäftsidee entwickeln

Vom Problem zur Geschäftsidee

AUFGABE 3



Ordnet die Angebote der Schüler:innenfirmen aus der Geschäftsideensammlung den Begriffen **Dienstleistung** und **Sachgut** zu und tragt sie in die untenstehende Tabelle ein. Informiert euch in den Infoboxen über die Unterscheidung von Dienstleistung, Sachgut und Produkt.



Produkt



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



Sachgut

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



Dienstleistung

Dienstleistungen sind meist Arbeitsleistungen, die für die Kund:innen ein Problem lösen oder Aufgaben abnehmen. Sie sind in der Regel an Personen gebunden. Dienstleistungen sind meist daran zu erkennen, dass die Produktion und der Verbrauch gleichzeitig stattfinden (z. B. bei einer Taxifahrt). Dienstleistungen werden auch als immaterielle Güter bezeichnet.



PRODUKT



SACHGUT



Bsp. Rollstuhlgerechte Hochbeete
(Benndorfer Holzbau)



DIENSTLEISTUNG



ZUSATZAUFGABE

Findet weitere Beispiele für Sachgüter und Dienstleistungen, die euch in eurem Alltag begegnen. Ergänzt diese in der Tabelle.



Eine Geschäftsidee entwickeln

Probleme im Umfeld erforschen

AUFGABE 4

Findet Probleme in eurem Umfeld und notiert diese.
Nutzt dafür auch die folgenden Fragen:

Nun seid ihr selbst an der Reihe, Probleme in eurem eigenen Umfeld zu finden. Dafür kann es hilfreich sein, typische Alltagssituationen im Kopf durchzuspielen.

- Welche Sachgüter oder Dienstleistungen fehlen an unserer Schule?
- Wovon haben wir genug oder sogar zu viel?
- Was nervt/ärgert uns in unserem Umfeld?
- Was könnte man besser machen?
- Wer beschwert sich und worüber?
- Was ist viel zu teuer?



Eine Geschäftsidee entwickeln

Die Gründer:innenpersönlichkeit

Eine gute Geschäftsidee löst ein wichtiges Problem und passt zu den Menschen, die das Unternehmen gründen. Bevor ihr eifrig Geschäftsideen sammelt, solltet ihr euch Gedanken machen, was eure Stärken sind. Eure Idee soll schließlich zu euch passen! Denn dann seid ihr langfristig motiviert, eure Geschäftsidee in die Tat umzusetzen.

TIPP

Stärken erkennt ihr meistens daran, dass euch eine Tätigkeit besondere Freude bereitet, ihr euch für ein Thema besonders interessiert oder ihr in einem Bereich oft erfolgreich seid.

AUFGABE 5



Notiere eine Stärke, die du an dir selbst wahrnimmst. Überlege dann, welche Stärke du an deinem Gegenüber beobachtest und schreibe sie auf. Erzählt euch anschließend, welche Stärken ihr aneinander wahrgenommen habt.

1. MEINE STÄRKE

Das kann ich besonders gut:

2. DEINE STÄRKE

Das kannst du besonders gut:



Ideen sammeln & gemeinsam entscheiden

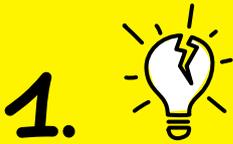
Brainstorming

Jetzt ist es an der Zeit, Geschäftsideen für eure Schüler:innenfirma zu sammeln.

Um in kurzer Zeit möglichst viele Ideen zu sammeln, eignet sich die Methode „Brainstorming“. Dahinter steht der Gedanke, das Gehirn (brain) zu nutzen, um ein Problem „zu erstürmen“ (storm), also es zu lösen.



Vier Regeln für erfolgreiches Brainstorming



1.

Kritik zurückstellen:

Äußert keine Kritik an den Ideen anderer. Das blockiert eure Kreativität.



2.

Verrückte Ideen sind willkommen:

Lasst euren Gedanken freien Lauf. Äußert eure Ideen, ohne sie vorher zu bewerten.



3.

Quantität vor Qualität:

Je mehr Ideen ihr sammelt, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass eine großartige Idee darunter ist. Beteiligt euch möglichst alle am Brainstorming.



4.

Auf den Ideen anderer aufbauen:

Lasst euch von den Vorschlägen der anderen inspirieren. Entwickelt die Ideen der anderen weiter.

Zudem benötigt ihr für ein erfolgreiches Brainstorming:



1. Eine:n Moderator:in,
der/die für die Einhaltung der Regeln verantwortlich ist.



2. Eine:n Protokollant:in,
um eure Ideen schriftlich festzuhalten.



3. Eine:n Zeitwächter:in,
um die Zeit im Blick zu behalten.

AUFGABE 6

a)

Bestimmt in eurer Gruppe eine:n Moderator:in, eine:n Protokollant:in und eine:n Zeitwächter:in. Nun kann es losgehen: Seid kreativ und sammelt Ideen dafür, wie sich „euer“ Problem lösen ließe.

Tragt eure Ideen in die Vorlage auf der nächsten Seite ein.

Brainstorming • **Unsere Ideensammlung**

Gruppenmitglieder:

Moderator:in:

Protokollant:in:

Zeitwächter:in:



TIPP Schlagt unbekannte Begriffe im Glossar nach.

b) Diskutiert die Auswahlkriterien und entscheidet euch auf dieser Grundlage für die beste Idee aus eurem Brainstorming. Diese Idee werdet ihr euren Mitschüler:innen kurz vorstellen.

Mögliche Auswahlkriterien:

- **Motivation:** Ihr seid begeistert und wollt direkt loslegen.
- **Umsetzbarkeit:** Die Idee lässt sich verwirklichen.
- **Nachhaltigkeit:** Die Idee kommt der Umwelt oder der Gesellschaft zugute.
- **Kund:innennutzen:** Kund:innen werden einen Mehrwert in eurer Idee sehen.
- **Ressourcen:** Ihr könnt auf vorhandene Mittel (z. B. Werkzeug, die Schulküche) und eure Fähigkeiten und Stärken zurückgreifen.



Ideen sammeln & gemeinsam entscheiden

Ideen bewerten

Beim Brainstorming ging es vor allem darum, so viele kreative und verrückte Ideen zu finden wie nur möglich. Nun werdet ihr die gesammelten Ideen bewerten und priorisieren.

Schließlich soll am Ende des Prozesses **eine** gute Idee stehen.

Ideen lassen sich mit der „**Wow-Now-How**“-Matrix schnell nach ihrer Wirkung und Machbarkeit einteilen. Auf diese Weise wird es euch leichter fallen, die erfolgversprechendste Idee auszuwählen.

AUFGABE 7

Schreibt eure Ideen einzeln auf Klebezettel. Jede Idee bekommt ihren eigenen Zettel.

Überlegt, wie stark die Ideen zu Veränderungen führen („Wirkung“) und mit wieviel Aufwand sie umsetzbar sind („Machbarkeit“).

Sortiert die Klebezettel dementsprechend in die vier Felder der Matrix auf der nächsten Seite ein.





HOW?

Ideen, die viel bewirken, aber etwas mehr Aufwand benötigen. An diesen Ideen muss noch weitergearbeitet werden, um sie umzusetzen.



WOW!

Ideen, die gut umsetzbar sind und etwas bewirken. Verfolgt diese Ideen unbedingt weiter!



CIAO!

Ideen, die nicht viel bewirken und zudem kaum umsetzbar sind. Diese Ideen könnt ihr direkt verwerfen.



NOW!

Ideen, die zwar einfach umzusetzen sind, aber wenig bewirken. Diese Ideen könnt ihr direkt in die Tat umsetzen.



niedrig

Machbarkeit

hoch



Mit einer Kund:innenbefragung mehr über den Markt erfahren

Eine geplatzte Geschäftsidee?

Die Gründer:innen der Schüler:innenfirma „Nachhilfeagentur“ haben alles für die erste Nachhilfestunde in der Mittagspause vorbereitet: Der Raum ist organisiert, ältere Schüler:innen wurden als Nachhilfelehrkräfte mobilisiert und etwas Dekoration sorgt für eine anregende Lernatmosphäre. Eine Sache jedoch fehlt: Die Nachhilfes Schüler:innen. Enttäuscht und verwirrt fragen sich die Gründer:innen der „Nachhilfeagentur“, ob ihre Idee nicht gut genug war. Dabei waren sie selbst doch so begeistert.



Hätten die Schüler:innen vor der Umsetzung ihrer Geschäftsidee eine Kund:innenbefragung durchgeführt, hätten sie erfahren, dass sich tatsächlich viele Schüler:innen günstige Nachhilfeangebote wünschen, aber zu einem anderen Zeitpunkt. Die meisten bevorzugten Nachhilfe am Nachmittag, weil die Mittagspause zum gemeinsamen Entspannen und Essen reserviert ist.

AUFGABE 8



Erklärt, welchen Sinn und Zweck Kund:innenbefragungen haben.

AUFGABE 9



- a) Überlegt, was ihr mit einer Kund:innenbefragung über eure Geschäftsidee herausfinden wollt. Notiert euch die Themen stichpunktartig.



b)

↓
Formuliert für euren Fragebogen mindestens zwei Fragen zu euren Themenbereichen. Wenn ihr mögt, nutzt das Expert:innenwissen zu offenen und geschlossenen Fragen.

TIPP

Formuliert eure Fragen kurz, verständlich und neutral, damit ihr die Befragten nicht durch eure eigene Meinung beeinflusst.

?



WAS?



WANN?

WIE?

NEIN



JA

Offene Fragen

W-Fragen (z. B. Was?, Wie?, Wann?, Warum?, Welche?) leiten häufig offene Fragen ein. Es gibt keine vorgegebenen Antwortmöglichkeiten.

Vorteil: Durch offene Fragen lassen sich viele (neue) Informationen sammeln.

Nachteil: Aufgrund der Vielzahl von unterschiedlichen Antworten ist die Auswertung aufwändig. Der Computer kann die Antworten nicht auszählen.

Beispiel: „Was ist deine Lieblingsmarmeladensorte?“

Geschlossene Fragen

Geschlossene Fragen sind Fragen, auf die es nur die Antworten „Ja/Nein“ gibt oder bei denen die Antwortmöglichkeiten vorgegeben sind.

Vorteil: Die Auswertung z. B. mit Computern ist einfach.

Nachteil: Befragte werden durch vorgegebene Antworten eventuell beeinflusst. Neue, zusätzliche Informationen kommen nicht zutage.

Beispiel: „Magst du Himbeermarmelade?“ oder „Magst du lieber Himbeer-, Erdbeer- oder Aprikosenmarmelade?“

?

**TIPP**

Befragungen können auch online stattfinden. Online-Befragungen sind beispielsweise dann sinnvoll, wenn ihr eine große Anzahl an Personen befragen möchtet. Eines von zahlreichen Umfragetools stellen wir euch unter <https://klasse-zukunft.de/tools/surveymonkey/> vor.



Fragebogen

AUFGABE 10

Sortiert eure gesammelten Fragen in die Vorlage für den Fragebogen.

AUFGABE 11

Führt die Befragung in Gruppen durch. Interviewt eure mögliche Kundschaft und notiert die Antworten auf dem Fragebogen.

TIPP

Erklärt den befragten Personen kurz und knapp, warum ihr die Befragung durchführt.

Wichtig: Notiert unbedingt auch die Antworten, die Befragte öfter geben. Dies wird im Rahmen der Auswertung von Bedeutung sein. Ihr könnt beispielsweise mit einer Strichliste deutlich machen, wie oft eine Antwort gegeben wurde.

Fragen zur Person

z. B. Alter, Beruf, Klassenstufe



Hier ist Platz für Antworten:

Fragen zum Produkt

z. B. Art, Qualität, Größe, Menge, Nachhaltigkeit

Fragen zum Angebot

z. B. Zeit, Ort



Fragen zur Konkurrenz

z. B. ähnliche Angebote, Vor- und Nachteile, Preise



Fragen zur Preisvorstellung

z. B. Preisspanne

Was wollt ihr noch erfahren?

Die Ergebnisse aus der Befragung zusammenfassen und auswerten

AUFGABE 12



Sammelt die Ergebnisse aus all euren Befragungen in der Tabelle.
 Tragt dafür die Antworten aus allen Fragebögen in die Tabelle ein.
 Macht eine Strichliste für Antworten, die mehrmals genannt wurden.
 Markiert euch die am häufigsten genannten Antworten farbig.



FRAGEN	Beispiel: In welchen Fächern benötigst du Nachhilfe?	Frage 1	Frage 2	Frage 3	Frage 4	Frage 5	Frage 6	Frage 7	Frage 8
ANTWORTEN	Mathe Deutsch Englisch Biologie Chemie 		□		○				○

Name: _____ Datum: _____ 

**AUFGABE 13**

→ a) **Haltet eure Ergebnisse aus der Befragung stichpunktartig fest.**

Das ist unsere mögliche Kundschaft
(z. B. Alter, Beruf, Klassenstufe):



Das erwarten die möglichen Kund:innen vom Produkt (z. B. Art, Qualität, Größe, Menge, Nachhaltigkeit):



So versorgt sich unsere mögliche Kundschaft
(Konkurrenz beschreiben, alternative Beschaffungswege nennen):



So viel Geld würde die mögliche Kundschaft für das Produkt ausgeben:



An diesem Ort und zu dieser Zeit möchte unsere mögliche Kundschaft das Angebot nutzen:



Was haben wir noch erfahren?

→ b) **Diskutiert, was die Ergebnisse der Befragung für eure Idee bedeuten.**

Name: _____

Datum: _____



AUFGABE 14

Haltet eure Geschäftsidee nun schriftlich fest.
Benennt das Problem, eure Idee sowie die Produktart.



Unsere Geschäftsidee



Problem



Die (Geschäfts-)Idee



Produktart
(Sachgut/Dienstleistung)



AUFGABE 1

Der Ausgangspunkt war ein Problem: Viele ältere Menschen können ihre liebste Freizeitbeschäftigung, die Gartenarbeit, aufgrund ihres Alters nicht mehr ausüben. Das inspirierte die Schüler:innen dazu, rollstuhlgerechte Hochbeete aus Holz zu entwickeln.

AUFGABE 2

- a)
1. Mangelnde schulische Essensversorgung in der Pause
 2. Bildungsungerechtigkeit/Chancenungleichheit durch teure Nachhilfeangebote
 3. Lebensmittelverschwendung
 4. Umweltverschmutzung durch (Mikro-) Plastik im Meer

AUFGABE 3**Sachgut**

- Bsp. Rollstuhlgerechte Hochbeete (Benndorfer Holzbau)
- Müsliriegel etc. (Der Schulkiosk)
- Suppen, Marmeladen, Apfelmus (Die Lebensmittelretter:innen)
- Peeling aus Naturkosmetik (Die Naturkosmetikerhersteller:innen)

Dienstleistung

- Günstige Nachhilfestunden in der Schule (Die Nachhilfeagentur)

AUFGABE 8

Sinn und Zweck einer Kund:innenbefragung ist es, Informationen über die Bedürfnisse, Wünsche und Erwartungen der Kund:innen zu erhalten, um die Produktidee entsprechend anzupassen. Dadurch erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, dass die Idee Erfolg haben wird.

AUFGABE 9

- a) Die möglichen Themenbereiche können Sie der Vorlage des Fragebogens aus den Arbeitsblättern entnehmen.

AUFGABE 9

b)

Beispielfragen anhand der Schüler:innenfirma „Die Nachhilfeagentur“**Beispiele für offene Fragen:**

- Welche Klassenstufe besuchst du?
- In welchen Fächern benötigst du Nachhilfe?
- Wie lange sollte eine Nachhilfestunde gehen?
- Wann möchtest du Nachhilfeunterricht bekommen (Wochentag/Uhrzeit)?
- Nutzt du bereits andere Nachhilfeangebote? Wenn ja, welche?
- Wie müsste die Nachhilfe ausgestaltet sein, damit du sie anderen empfiehlst?
- Würdest du das Nachhilfeangebot nutzen? Und wenn nein, warum nicht?
- Was würdest du für eine Nachhilfestunde ausgeben?

Beispiele für geschlossene Fragen:

- Benötigst du Nachhilfe in Englisch, Deutsch oder Mathe?
- Möchtest du 45 oder 60 Minuten Nachhilfe bekommen?
- Möchtest du am Dienstag- oder am Mittwochnachmittag zur Nachhilfe gehen?
- Würdest du 2 € für die Nachhilfe ausgeben?
- Möchtest du Nachhilfe in einer Gruppe mit anderen Schüler:innen erhalten?

Beispielfragen anhand der Schüler:innenfirma „Der Schulkiosk“**Beispiele für offene Fragen:**

- Was möchtest du in der Pause essen und trinken?
- Wie wichtig ist dir Nachhaltigkeit (regionale, biologische, unverpackte Lebensmittel)?
- Wann möchtest du den Kiosk nutzen (Wochentag/Uhrzeit)?
- Was würdest du für einen Müsliriegel bezahlen?
- Wie versorgst du dich momentan in der Pause? Bist du damit zufrieden? Warum/warum nicht?
- Würdest du den Schulkiosk nutzen? Und wenn nein, warum nicht?

Beispiele für geschlossene Fragen

- Möchtest du in der Pause lieber Waffeln oder Pancakes essen?
- Isst du in der Pause lieber süß oder herzhaft?
- Bist du vegetarisch oder vegan?
- Sollten unsere Speisen bio sein?
- Würdest du 50 Cent für eine Waffel ausgeben?
- Würdest du den Kiosk mittwochs in der zweiten großen Pause nutzen?