

Übungsfirmen im Unterricht

Im Unterricht angesiedelte Übungsfirmen ermöglichen Schülerinnen und Schülern die Erprobung ökonomischen Handelns. Die Jugendlichen erstellen ein Produkt oder entwickeln eine Dienstleistung und bieten diese im Schulumfeld im Rahmen von Testverkäufen an. Um diese Aufgaben ausführen zu können, erwerben die Schülerinnen und Schüler im Klassenverband theoretisches Grundlagenwissen. Nach dieser Phase wird die Arbeit in Abteilungen organisiert. Die Schülerinnen und Schüler führen den Verkauf durch, verbuchen die Ausgaben und Einnahmen mithilfe einer Buchführung, berechnen, ob kostendeckend gearbeitet werden konnte und schreiben einen Geschäftsbericht. Wichtig ist innerhalb einer Übungsfirma auch die Reflexion der gesammelten Erfahrungen und der Teamarbeit.

Nach Abschluss der Unterrichtseinheit kann aus der Übungsfirma heraus eine Schülerfirma aufgebaut werden. Schülerfirmen sind als schulische Projekte längerfristig angelegt. Sie orientieren sich stärker an realen Unternehmen, indem z. B. eine Satzung zur Regelung der Zusammenarbeit erstellt wird.

Die vorliegende Lehrkräftehandreichung dient der Umsetzung von Übungsfirmen im Unterricht. Sie orientiert sich an den Unterrichtsvorgaben des Rahmenlehrplans Wirtschaft-Arbeit-Technik (WAT) für die Klassenstufen 7-10 in Berlin-Brandenburg. Im Rahmen des Pflicht- und Wahlpflichtunterrichts werden Lernziele formuliert, die mit der Umsetzung dieses Moduls kompatibel sind.

Ziel des WAT-Unterrichts ist der Erwerb wirtschaftlicher, arbeitsweltbezogener und technischer Handlungskompetenz. Dies erfordert den kompetenten Umgang mit Fachwissen, den begründeten Einsatz von Methoden, das Bewerten und Entscheiden auf Grundlage erworbener Erkenntnisse sowie die kritische Reflexion von Unterrichtsprojekten und deren Kommunikation.

In diesem Modul lernen die Schülerinnen und Schüler in Teams zu arbeiten und Verantwortung für einzelne Aufgabenbereiche zu übernehmen. Die jeweiligen Aufgaben entsprechen idealerweise den Interessen und Fähigkeiten der Jugendlichen, die sie im Rahmen der Unterrichtseinheit vertiefen können. Die kontinuierliche Reflexion der Arbeitsergebnisse unterstützt die Entwicklung ihrer Kommunikations-, Kooperations- und Problemlösefähigkeit. Angewandte Kreativitätsmethoden beleben den Unterricht und fördern die Jugendlichen in ihrem Ideenreichtum. Die Entwicklung, Optimierung und Erprobung von Geschäftsmodellen stellt eine praxisnahe und lebensweltorientierte Variante für die unterrichtlichen Vorgaben des WAT-Unterrichts dar. Inhaltlich ist die Arbeit an Geschäftsideen im Unterricht verschiedenen Themenfeldern des Pflicht- und Wahlpflichtbereichs WAT zuzuordnen:

- Entwicklung, Planung, Fertigung und Bewertung mehrteiliger Produkte (P8)
- Unternehmerisches Handeln (P10)
- Gestaltung komplexer Projekte/Bewertung technischer Innovationen (P12)
- Entwickeln und Herstellen von Produkten für Kunden/Entwickeln und Anbieten von Dienstleistungen (WP1)

Die nachfolgenden 18 Unterrichtsblöcke geben inhaltliche sowie methodisch-didaktische Anregungen für die Umsetzung von Übungsfirmen. Pro Sequenz ist eine Doppelstunde mit 90 Minuten vorgesehen. Eine Erweiterung des zeitlichen Rahmens durch Unterrichtsstunden aus dem Wahlpflichtbereich oder durch Projekttag ist empfehlenswert.

Die für die Umsetzung benötigten Materialien befinden sich in Form von Arbeitsblättern im Anhang der Handreichung. Ein Poster zur Erarbeitung von Geschäftsmodellen (Business Model Canvas) und ergänzende Fragekarten können auf der Projektwebsite heruntergeladen werden. Die Links dazu sind unter Literaturempfehlungen aufgeführt (*siehe Seite 19*).

Vorbereitung der Unterrichtseinheit

Die Lehrkraft legt vorab fest, ob im Unterricht eine oder zwei Übungsfirmen aufgebaut werden sollen. 12-15 Schülerinnen und Schüler pro Übungsfirma sind eine ideale Gruppengröße. So ist gewährleistet, dass alle Jugendlichen ausreichend Arbeitsaufträge erhalten und entsprechend Verantwortung übernehmen können.

In der Handreichung wird von der Umsetzung von zwei Übungsfirmen gesprochen. Soll nur eine Übungsfirma umgesetzt werden, ist das bei der Planung der Unterrichtsstunden entsprechend zu beachten.

In der Unterrichtseinheit sind verschiedene Gruppenarbeitsphasen geplant. Die Lehrkraft sollte prüfen, welche Gruppengröße sich in ihrer Klasse eignet und gegebenenfalls Anpassungen vornehmen.

Zudem sind einzelne Verkaufsanlässe vorgesehen, bei denen Einnahmen getätigt werden. Diese bewegen sich zwar in einem kleinen Rahmen, sie sollten aber steuerrechtlich abgesichert werden. In einem ersten Schritt wird die Schulleitung über das Unterrichtsvorhaben informiert. Im zweiten Schritt sollte der Schulförderverein gebeten werden, die Einnahmen des Unterrichtsprojekts in sein wirtschaftliches Handeln einzubeziehen. Zwischen den Übungsfirmen und dem Schulförderverein wird eine Kooperationsvereinbarung abgeschlossen (*siehe Literaturhinweise: Deutsche Kinder- und Jugendstiftung gGmbH (Hrsg.) (2013)*). Mit dem Geschäftsabschluss der Übungsfirmen geben diese eine Einnahmen-Überschuss-Rechnung an den Schulförderverein weiter. Sollten im Rahmen der Übungsfirma keine Verkäufe stattfinden, ist dieses Verfahren nicht notwendig.

Jede Unternehmung braucht ein Startkapital. Übungsfirmen bieten Produkte oder Dienstleistungen an, für deren Erstellung sie Vorleistungen erbringen müssen. Das benötigte Geld kann auf unterschiedlichen Wegen akquiriert werden. Oft reicht schon ein Startkapital in Höhe von 50 bis 100 € aus. Die Lehrkraft entscheidet sich im Vorfeld – im Rahmen der schulischen Gegebenheiten – für eine Finanzierungsmöglichkeit:

- Der Schulförderverein oder die Schule stellen ein Startkapital als Spende oder Darlehen zur Verfügung.
- Die Schülerinnen und Schüler beteiligen sich selbst finanziell, z. B. mit je 5 €.
- Ein regionales Unternehmen wird als Sponsor gewonnen.

Zusätzlich sollte geklärt werden, ob und in welchem Umfang eine Rückzahlung an die Geldgeber erfolgen wird.

Idealtypischer Ablauf für Übungsfirmen im Unterricht

Doppelstunde	Unterrichtsgegenstand	Methode & Sozialform	Lernziel für Schülerinnen und Schüler (SuS)
1	Einführung/ Sammlung von Geschäftsideen	Videobeitrag, Diskussion, Brainstorming, Arbeit im Klassenverband	SuS kennen die Ziele der Unterrichtseinheit. SuS tragen mögliche Geschäftsideen zusammen.
2	Prüfung und Auswahl der Geschäftsideen	Vortrag, Diskussion, Arbeit im Klassenverband	SuS beurteilen die Realisier- barkeit der Geschäftsideen. SuS entscheiden sich für Geschäftsideen.
3	Ausarbeitung der Geschäftsideen	Walt-Disney-Methode, Gruppenarbeit, Präsentation	SuS entwickeln ihre Geschäftsideen.
4	Entwicklung von Geschäftsmodellen	Business Model Canvas, Gruppenarbeit	SuS erarbeiten Geschäftsmodelle.
5	Marktforschung	Gruppenarbeit, Fragebogenkonstruktion, Kundenbefragung	SuS bereiten eine Kunden- befragung vor. SuS kennen Begrifflichkeiten der Marktforschung.
6	Auswertung der Kundenbefragung/ Marketing-Mix	Gruppenarbeit, Arbeit im Klassenverband	SuS fertigen ein Kundenprofil an. SuS kennen den Marketing-Mix.
7	Preiskalkulation	Arbeit im Klassenverband, Recherche, Gruppenarbeit	SuS ermitteln Preise für ihre Angebote.
8	Buchführung	Kurzvortrag, Einzelarbeit, Arbeit im Klassenverband	SuS erstellen eine einfache Buchführung.
9	Entwicklung eines Organigramms	Gruppenarbeit, Arbeit im Klassenverband	SuS kennen Tätigkeitsprofile in den Abteilungen. SuS schätzen ihre Fähigkeiten ein.
10	Arbeitsplanung	Arbeit im Klassenverband, Gruppenarbeit, Diskussion	SuS benennen abteilungs- bezogene Aufgaben und setzen Fristen für die Erledigung.
11-14	Angebotserstellung/ Abteilungsarbeit	Gruppenarbeit	SuS arbeiten eigenständig in ihren Abteilungen.
15	Verkauf	Gruppenarbeit, Diskussion	SuS sammeln Verkaufserfahrungen. SuS bewerten ihren Verkauf.
16	Erarbeitung des Geschäftsberichts	Kurzvortrag, Arbeit im Klassenverband, Gruppenarbeit	SuS stellen ihre Übungsfirmen- arbeit schriftlich dar.
17	Präsentation des Geschäftsberichts	Präsentation, Feedbackrunde, Arbeit im Klassenverband	SuS stellen ihre Tätigkeit vor Publikum vor.
18	Reflektion der Unterrichtseinheit	Arbeit im Klassenverband, Diskussion	SuS reflektieren und bewerten ihre Erlebnisse.

Entwicklung und Umsetzung von Übungsfirmen in 18 Unterrichtsblöcken

1. Einführung /Sammlung von Geschäftsideen

Die Lehrkraft führt anhand eines oder mehrerer Videoclips in das Thema Übungsfirmen ein. Die vorgeschlagenen Videos zeigen Schülerfirmen, die langfristig arbeiten und daher komplexere Geschäftsideen umsetzen können, als das bei Übungsfirmen der Fall ist. Da beide Projektformen zum Start ähnliche Aufgaben zu bewältigen haben, können die Videos gut für diese Unterrichtsstunde genutzt werden.

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi)

„Was ist eine Schülerfirma überhaupt?“

<https://www.youtube.com/watch?v=skPP9cVr0MY>

Schülerfirma Wilma Print & Music

Wilma-Rudolph-Oberschule Berlin

<http://www.youtube.com/watch?v=jv1Hxx6ag04>

Schülerfirma „Back to the Bag“

Gymnasium Christianeum Hamburg

<https://www.youtube.com/watch?v=Wan-4lIZtNI>

Nach dem Ansehen des Videomaterials können folgende Fragen diskutiert werden:

- Was sind Schülerfirmen?
- Welche Geschäftsideen wurden in den Videos umgesetzt?
- Welche Motivation bringen die Jugendlichen mit?
- Was lernen und erfahren die Jugendlichen in der Schülerfirma?
- Was würde mich an der Mitarbeit in einer Schülerfirma interessieren?

Anschließend leitet die Lehrkraft zum Unterrichtsvorhaben über: Die Jugendlichen werden gemeinsam eine Geschäftsidee entwickeln und diese im Rahmen von Übungsfirmen erproben. Die Schülerinnen und Schüler werden über den Ablauf der Unterrichtseinheit, die Inhalte, die zu erbringenden Leistungen und Bewertungsmaßstäbe informiert. Termine für erste Verkaufsanlässe im Schulumfeld sind festzulegen, um einen zeitlichen Rahmen für die Übungsfirmenarbeit zu schaffen. Darüber hinaus bespricht die Lehrkraft mit den Schülerinnen und Schülern, wie das Startkapital gewonnen wird und wie der erwirtschaftete Gewinn verwendet werden soll.

Folgend startet die Ideensuche mit den Schülerinnen und Schülern. Die Lehrkraft ermutigt die Schülerinnen und Schüler, Ideen einzubringen und dabei ihre eigenen Interessen und Fähigkeiten zu berücksichtigen. Den Ausgangspunkt der Überlegungen stellt das Schulumfeld der Jugendlichen dar, in dem die Geschäftsidee umgesetzt werden soll.

Mögliche Leitfragen für die Ideensuche lauten:

- Welches Produkt bzw. welche Dienstleistung wollen wir anbieten?
- Welche Fähigkeiten, Kenntnisse und Interessen können wir einbringen?
- Welche Kundengruppen sind hier vertreten?
- Welche Bedürfnisse haben die Kunden?
- Welche Angebote vermissen die Schülerinnen und Schüler/die Lehrkräfte im Schulalltag?

Die Schülerinnen und Schüler erhalten Moderationskarten, auf denen sie in Schlagworten je eine Geschäftsidee benennen. Mindestens eine Idee soll von jedem Jugendlichen eingebracht

werden. Die Karten werden zur Lehrkraft nach vorne gereicht, die die Vorschläge an die Tafel heftet und thematisch ordnet, ohne zu bewerten. Zum Beispiel können gastronomische, handwerkliche und künstlerisch-gestaltende Geschäftsideen drei unterschiedliche Bereiche bilden.

Die Schülerinnen und Schüler werden gebeten, einzelne Ideen aufzugreifen, zu erläutern oder auch weiterzudenken. Auf dieser Grundlage wird eine kurze Diskussion im Klassenverband angestoßen. Die Karten können bei Bedarf ergänzt oder zusammengeführt werden.

Im zweiten Arbeitsschritt fordert die Lehrkraft jede Schülerin und jeden Schüler auf, drei Geschäftsideen zu wählen, die sie am meisten überzeugen. Die Abstimmung kann über Handzeichen oder über das Anbringen von Klebepunkten erfolgen. Die Lehrkraft benennt anschließend die beliebtesten Geschäftsideen mit der höchsten Punktzahl. Diese werden schriftlich festgehalten. In der folgenden Unterrichtsstunde sollen sie auf ihre Umsetzbarkeit geprüft werden.

2. Prüfung und Auswahl der Geschäftsideen

In dieser Unterrichtsstunde steht die Prüfung ausgewählter Geschäftsideen auf eine mögliche Realisierung im Vordergrund. Diese wird mithilfe von *Arbeitsblatt 1* und Leitfragen zu den Kriterien **Verfügbare Ressourcen**, **Wirtschaftlichkeit** sowie **Ethische Aspekte** vorgenommen (siehe Seite 20).

Die Begrifflichkeiten und die Leitfragen werden vor Beginn der Arbeitsphase gemeinsam besprochen (siehe Box). Wichtig ist der Hinweis, dass ein Teil der Fragen zu diesem Zeitpunkt nur intuitiv beantwortet werden kann, beispielsweise müssen die benötigten Finanzen überschlagen werden.

Es folgt die Bildung von Kleingruppen, in denen jeweils eine Geschäftsidee geprüft wird. Für die Arbeitsphase sollten 15 Minuten Zeit eingeplant werden. Orientierung für die Prüfung bietet das *Arbeitsblatt 1*. Hinter Fragen, die mit „ja“ beantwortet werden können, setzen die Jugendlichen ein Häkchen. Fragen, die verneint werden oder nicht beantwortet werden können, erhalten ein Ausrufezeichen. Notizen dazu können im unteren Teil des Arbeitsblattes vorgenommen werden.

Anschließend erfolgt die Vorstellung der Arbeitsergebnisse, die an der Tafel festgehalten werden können (siehe Box).

Ressourcen sind Hilfsmittel, die der Mensch zum Wirtschaften braucht. Zur Erstellung eines Produktes oder einer Dienstleistung werden Zeit, Geld, Arbeitskraft, Wasser, Strom, Materialien und andere Dinge benötigt.

Die **Wirtschaftlichkeit** einer Unternehmung kann bestimmt werden, indem die Ausgaben von den erzielten Einnahmen durch den Verkauf eines Produktes bzw. einer Dienstleistung abgezogen werden. Eine Maßnahme ist dann wirtschaftlich, wenn der Ertrag langfristig höher ist als der Aufwand.

Die **Übernahme ethischer Verantwortung** von Unternehmen lässt sich bestimmen, indem untersucht wird, ob das Unternehmen ressourcenschonend arbeitet, gute Arbeitsbedingungen für Menschen schafft und unsere Gesellschaft positiv mitgestaltet. So kann ein Unternehmen beispielsweise darauf achten, energiesparend zu produzieren, die Umwelt nicht zu belasten, Billiglöhne zu vermeiden und sich für soziale oder ökologische Belange einzusetzen.

Beispiel Tafelbild

Prüfkriterium	Idee 1	Idee 2	Idee 3	Idee 4
Verfügbare Ressourcen <ul style="list-style-type: none"> • Zeitliche Ressourcen • Finanzielle Ressourcen (Startkapital) • Räumliche und materielle Ressourcen • Umsetzbarkeit im Schulumfeld • Personale Ressourcen 				
Wirtschaftlichkeit und Kundennutzen <ul style="list-style-type: none"> • Kundennutzen • Vorhandene Kundengruppe • Gewinnerzielung 				
Beachtung ethischer Aspekte <ul style="list-style-type: none"> • Moralische Vertretbarkeit • Ökologische Nachhaltigkeit • Soziale Nachhaltigkeit 				

Nach der Prüfung der gewählten Geschäftsideen kommt es zur Auswertung. Die Lehrkraft bittet die Schülerinnen und Schüler anhand der Ergebnisse zu beurteilen, welche Gründungsvorhaben sich am besten als Übungsfirmen eignen. Falls ähnliche Bewertungen vorliegen, sollten weitere Vor- und Nachteile der Geschäftsideen diskutiert werden, bis eine Entscheidung für zwei der Ideen getroffen werden kann.

Per Abstimmung kann ermittelt werden, in welcher der Firmen die Schülerinnen und Schüler tätig sein möchten. Angestrebt werden sollten in etwa gleiche Gruppengrößen. Zum Ende der Unterrichtsstunde stehen die zwei Übungsfirmenteams fest. Die Namen der Mitglieder werden von der Lehrkraft notiert.

3. Ausarbeitung der Geschäftsideen

In diesem Unterrichtsblock erhalten die Schülerinnen und Schüler die Möglichkeit, in ihren neu gebildeten Teams die Geschäftsideen kreativ weiterzuentwickeln, zu konkretisieren und auf ein realisierbares Maß anzupassen. Diese Arbeitsphase dient auch der Absprache unter den Schülerinnen und Schülern, wie ihr Angebot genau aussehen soll. Zum Vorgehen eignet sich die Arbeit mit der **Walt-Disney-Methode** (siehe Seite 21).

In drei Stufen betrachten die Jugendlichen ihre Geschäftsidee aus den Perspektiven eines Träumers, eines Realisten und eines Kritikers. Für jede Stufe erhalten die Schülerinnen und Schüler 10 Minuten Arbeitszeit. Ein Jugendlicher übernimmt die Moderation, indem er die Fragen auf dem Arbeitsblatt vorliest und die Diskussion leitet. Ein anderer notiert die Arbeitsergebnisse in die vorgesehenen Kästchen. Weitere Schülerinnen und Schüler sollen im Anschluss die Präsentation der Arbeitsergebnisse vor der Klasse vornehmen.

Im Zuge der Präsentationen der Arbeitsergebnisse können die Lehrkraft und das andere Team Verständnisfragen stellen und Hinweise zur Verbesserung des Angebots geben. Möglicherweise notiert ein/e Protokollant/in die Fragen und Hinweise, um diese abschließend der präsentierenden Gruppe zu überreichen.

Bevor die Präsentationen starten, verweist die Lehrkraft auf die Regeln für ein konstruktives Feedback (siehe Box).

Nach den Vorstellungen können die Schülerinnen und Schüler die Rückmeldungen in ihren Teams besprechen und Ergänzungen bzw. Änderungen auf dem Arbeitsblatt vornehmen. Im Ergebnis sollten die Teams konkrete und realisierbare Vorstellungen von ihrer Geschäftsidee entwickelt haben.

Regeln für ein konstruktives Feedback

Ein konstruktives Feedback ist kurz verfasst, beginnt mit den positiven Ergebnissen und geht dann zum Verbesserungsbedarf über. Der Feedback-Geber spricht in der Ich-Form.

Die Aussagen könnten wie folgt lauten:

1. 😊 - Mir hat gefallen, dass ...
2. 😞 - Mir ist aufgefallen, dass ...
3. Ich würde mir wünschen, dass du beim nächsten Mal....

4. Entwicklung von Geschäftsmodellen

Die Schülerinnen und Schüler arbeiten in dieser Doppelstunde mit dem Poster „Unser Geschäftsmodell (Canvas)“. Die Lehrkraft führt im Klassenverband in den Aufbau und in die Arbeit mit dem Canvas (dt.: Leinwand) ein.

Das Poster „**Unser Geschäftsmodell (Canvas)**“ ist ein Instrument zur Nutzung im Schulunterricht. Es orientiert sich am Business Model Canvas nach Osterwalder & Pigneur (2011) und dient der Entwicklung eines Geschäftsmodells. Das Canvas dient dazu, die Umsetzung einer Geschäftsidee systematisch zu planen und die Wirkweise des Modells zu reflektieren. Es beinhaltet neun Felder mit Kategorien, die für die Erstellung eines Businessplans bzw. eines Geschäftsmodells von Bedeutung sind (z. B. Ressourcen, Kundenbeschreibung, Preiskalkulation). Neun Fragekarten geben Anregungen zum Ausfüllen der Felder. Das Poster stellt eine Skizze dar, deren Inhalte kontinuierlich ergänzt, zueinander in Bezug gesetzt und überarbeitet werden können. Für das Ausfüllen des Posters ist es daher ratsam, mit Haftnotizen zu arbeiten oder die Felder mit Bleistift zu beschriften.

Jede Schülergruppe erhält ein Poster, die Fragekarten sowie einen Block mit Haftnotizen. Pro Gruppe wird ein Moderierender benannt, der zu jedem Feld die Leitfragen auf den Karten vorträgt. Bis zu zwei Gruppenmitglieder notieren die Antworten der Gruppe in Stichworten auf den Haftnotizen und kleben diese auf das entsprechende Feld. Die Bearbeitungszeit beträgt insgesamt 45 Minuten – das entspricht 5 Minuten pro Feld. Die Lehrkraft kann die Rolle des Zeitwächters übernehmen und jeweils nach 5 Minuten für alle Kleingruppen einen Wechsel ansagen, damit das darauf folgende Feld bearbeitet wird.

Im Anschluss erhalten die Schülerinnen und Schüler in ihren Kleingruppen nochmals 10 Minuten Zeit, um ihre Arbeit an dem Poster abzuschließen und evtl. an einzelnen Feldern Ergänzungen vorzunehmen.

Es folgt eine gemeinsame Reflektion der Klasse zur Arbeit mit dem Poster.

Hinweise zur Arbeit mit dem Poster „Unser Geschäftsmodell (Canvas)“

- Das Poster wird in dieser Unterrichtsstunde in einem Schnelldurchlauf durch Brainstorming ausgefüllt. In den darauf folgenden Stunden werden einzelne Felder, wie z. B. die Preiskalkulation noch einmal vertiefend behandelt.
- Es sollte eine Aufbewahrungsmöglichkeit für die Poster in der Schule gefunden werden, da in den folgenden Unterrichtsstunden daran weitergearbeitet wird.

5. Marktforschung

Nachdem mit Hilfe des Canvas ein Geschäftsmodell entwickelt wurde, vertiefen die Schülerinnen und Schüler nun einzelne Felder des Posters im Bereich Marketing (*Felder 1, 4-8*). In diesem Block wird die Marktforschung mit den dazugehörigen Instrumenten kennengelernt. Die Lehrkraft erläutert die Begrifflichkeiten **Markt, Marktforschung, Kunden- und Konkurrenzanalyse**. Die Begriffe können auch online bei der Bundeszentrale für politische Bildung im Lexikon für Wirtschaft nachgeschlagen und mit der Klasse gemeinsam besprochen werden. www.bpb.de/nachschlagen/lexika/lexikon-der-wirtschaft/

Der **Markt** ist ein Ort, an dem Angebot und Nachfrage aufeinander treffen. Es kommt zur Preisbildung sowie zum Kauf und Verkauf von Waren und Dienstleistungen. Bei dem Markt kann es sich um einen realen Ort (Wochenmarkt, Börse) oder auch um einen virtuellen Ort wie das Internet handeln.

Die **Marktforschung** untersucht den Markt. Die Marktanalyse beinhaltet die Erforschung der Kundenwünsche (**Kundenanalyse**). Als Maßnahme ist das Verteilen von Fragebögen an potentielle Kunden möglich, indem die Kunden zu einem Produkt oder einer Dienstleistung befragt werden. Über die Auswertung der Ergebnisse können die Kundenwünsche und das Kaufverhalten der Kunden besser eingeschätzt werden.

Die **Konkurrenzanalyse** nimmt alle Konkurrenten bezogen auf die jeweilige Geschäftsidee auf und bewertet deren Angebote. Konkurrenz bezeichnet den Wettbewerb zwischen Unternehmen, die ähnliche Erzeugnisse und Leistungen auf dem Markt anbieten.

Im Rahmen der Marktanalyse planen die Schülerinnen und Schüler eine Kundenbefragung und führen diese später eigenständig durch. Zunächst entwerfen sie einen Fragebogen, mit dem das Gespräch strukturiert und die Ergebnisse festgehalten werden können. Empfehlenswert ist die Durchführung der Umfrage in einer der Hofpausen, wo Mitschülerinnen und Mitschüler sowie Lehrkräfte interviewt werden können. Erhoben werden Angaben zur Person sowie ihr Interesse an dem Angebot. Zum Verfahren gibt die Lehrkraft in der Klasse eine Einführung. Die Schülerinnen und Schüler erhalten Vorschläge für Fragen. Diese sind auf die Geschäftsidee anzupassen und zu notieren. Idealerweise übernimmt ein/e Freiwillige/r pro Gruppe die Erstellung und Formatierung des Fragebogens am Computer und vereinbart mit der Lehrkraft den Ausdruck und die Verteilung der Kopien an die Befragenden.

Mögliche Fragen für Fragebögen sind:

- Was halten Sie von unserem Produkt/unsere Dienstleistung?
- Würden Sie gerne unser Produkt/unsere Dienstleistung kaufen? Wenn ja, wie häufig?
- Welchen Preis würden Sie für unser Angebot bezahlen? (Die Vorgabe verschiedener Preise ist möglich.)
- Welche Eigenschaften sind Ihnen abgesehen vom Preis wichtig?
- Gibt es ähnliche Produkte oder Dienstleistungen, die Sie sonst einkaufen?

Im Anschluss an die Arbeitsphase präsentieren die Übungsfirmenteams ihre Entwürfe vor der Klasse. Die Ergebnisse der Befragung sind zur folgenden Unterrichtsstunde mitzubringen.

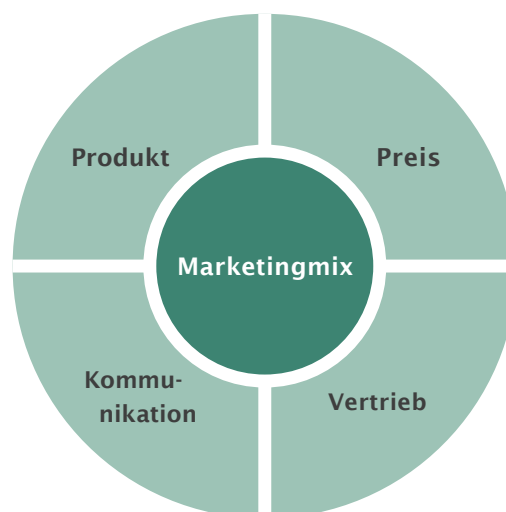
6. Auswertung der Kundenbefragung /Marketing-Mix

Mithilfe der Ergebnisse der Kundenbefragung erstellen die Jugendlichen ein Kundenprofil. Hierfür gibt die Lehrkraft Orientierungshilfen. Die Mitglieder begeben sich in die Übungsfirmen, um aus der Befragung Ergebnisse abzuleiten. Für diese Arbeitsphase sind 20 Minuten Zeit einzuplanen. Die Arbeitsergebnisse werden im Feld 5 des Canvas ergänzt und anschließend vor der Klasse präsentiert.

Erstellung eines Kundenprofils:

- Anzahl der Befragten, die sich für das Angebot interessierten
- Merkmale unserer Kunden (z. B. Alter, Beruf, Klassenstufe, Geschlecht)
- Wünsche in Bezug auf unser Angebot (Art, Qualität, Größe, Menge)
- Zahlungsbereitschaft der Kunden für das Produkt/die Dienstleistung

Die Schülerinnen und Schüler hatten die Gelegenheit, sich mit den Interessen und Vorlieben ihrer potenziellen Kundschaft auseinanderzusetzen. Nun folgt eine Überleitung zum Thema Marketing. Es geht darum, alle Unternehmensaktivitäten planvoll an den Bedürfnissen der Zielgruppen auszurichten. Dies erfordert Kreativität, Empathie und Entscheidungskompetenz. Für die Umsetzung der Marketingstrategie hat sich die Betrachtung von vier Instrumenten des *Marketing-Mix* nach Jerome McCarthy als erfolgversprechend erwiesen.



Nach der Einführung zum Marketingmix erhalten die Schülerinnen und Schüler die unten angeführten Leitfragen, mit deren Hilfe die Angaben in den *Feldern 1 (Geschäftsidee)* und *6 (Preiskalkulation)* überprüft und überarbeitet werden.

Leitfragen in den Bereichen Produkt- und Preispolitik

Produktpolitik

- Wie kann das Produkt/die Dienstleistung zielgruppengerecht gestaltet werden (z. B. Farbe, Größe und weitere Eigenschaften)?
- Wie können wir das Alleinstellungsmerkmal unseres Angebots verdeutlichen?
- Sollen unterschiedliche Produkte angeboten werden oder wird eine Spezialisierung angestrebt?

Preispolitik

- Wie teuer soll unser Angebot/sollen unsere Produkte sein?
- Welchen Preis sind unsere Kundinnen und Kunden bereit zu zahlen?
- Sollen Angebote zu unterschiedlichen Preisen angeboten werden?
Wie ist diese Differenzierung zu begründen (Größe, Qualität, Rabatte)?

Es folgt eine Überleitung zu den Bereichen *Kommunikations- und Vertriebspolitik* durch die Lehrkraft (*siehe Felder 7 und 8*).

Eine Einführung in den Bereich Kommunikationspolitik kann beispielsweise mithilfe eines auffälligen Werbeplakats erfolgen, das im Klassenverband analysiert wird. Die Lehrkraft kann die Schülerinnen und Schüler bitten, weitere Medien zu nennen, mit bzw. in denen man für Angebote im Schulumfeld werben kann (z. B. Schulradio und -zeitung, Schwarzes Brett, Newsletter, Brief, Social Media). Die Antworten werden an die Tafel geschrieben und es werden die Vor- und Nachteile der Nutzung dieser Medien für verschiedene Geschäftsideen herausgestellt. Die Ergebnisse aus der Diskussion nutzen die Kleingruppen, um *Feld 7* (Kundenansprache) zu vervollständigen.

Im Bereich der Vertriebsmöglichkeiten kann ebenfalls eine Sammlung im Klassenverband erfolgen (z. B. Direktvermarktung, Verkauf auf Bestellung). Die Begriffe werden an der Tafel gesammelt und bei Bedarf erläutert. Anschließend erörtern die Schülerinnen und Schüler in einer Diskussion die Vor- und Nachteile unterschiedlicher Vertriebswege für verschiedene Geschäftsideen. Die Wünsche und Kaufgewohnheiten der Zielgruppen sollten dabei eine Rolle spielen. Nach der Arbeit im Klassenverband erhält jede Schülergruppe die Möglichkeit, *Feld 8* des Canvas zu überarbeiten.

7. Preiskalkulation

Im Verlauf der Unterrichtseinheit wurden bereits folgende Fragen zur Preisgestaltung thematisiert:

- Welche Preisvorstellungen haben unsere Kunden? (Ergebnisse aus der Kundenbefragung)
- Gibt es ähnliche Angebote bei der Konkurrenz? Wie viel kosten vergleichbare Produkte oder Dienstleistungen dort? (*Ergebnisse aus Feld 4 des Canvas*)

Die hier ermittelten Werte bieten den Schülerinnen und Schülern eine erste Orientierung für ihre Preisfestlegung.

In diesem Unterrichtsblock wird untersucht, welche Kosten der Übungsfirma für die Erstellung ihres Angebotes entstehen. Um kostendeckend zu arbeiten, müssen die sogenannten Selbstkosten beim Verkauf wieder eingebracht werden. Dabei handelt es sich um die Preisuntergrenze. Zur Sicherung der Wirtschaftlichkeit der Übungsfirma sollten sich die Schülerinnen und Schüler darüber hinaus auf einen Gewinnaufschlag einigen. Mit diesem können eventuelle Verkaufseinbußen und zusätzlich auftretende Kosten abgefangen werden.

Jede Übungsfirma erstellt in Gruppenarbeit eine Beschaffungsliste, in der alle Materialien,

Geräte und sonstigen Anschaffungen eingetragen werden, die für die Angebotserstellung, -bewerbung und den Verkauf benötigt werden. Hierbei kann auf die Notizen aus den *Canvas-Feldern 2, 3 und 6* zurückgegriffen werden. Anschließend legen die Gruppen fest, welche Dinge beispielsweise von der Schule oder den Eltern kostenfrei genutzt und geliehen werden können. Diese erhalten ein Häkchen. Für alle weiteren Punkte müssen die Schülerinnen und Schüler Anbieter und Preise recherchieren. Hierfür ist die Arbeit an einem PC mit Internetzugang empfehlenswert.

Da die Beschaffungsliste recht lang werden kann, sollten die Rechercheaufträge unter den Gruppenmitgliedern aufgeteilt werden. Zur Vorbereitung ist eine Unterscheidung und Aufteilung zwischen *Einzel- und Gemeinkosten* sinnvoll (siehe Box).

Einzelkosten sind Kosten, die direkt dem zu erstellenden Produkt/der zu erstellenden Dienstleistung zugerechnet werden können. Bei einem Pausenbrot wären dies z. B. die Butter, die Scheibe Brot, der Aufschnitt und eine Serviette.

Bei den **Gemeinkosten** handelt es sich um Kosten, die bei der Erstellung des Angebotes insgesamt entstehen und nicht einem einzelnen Produkt zugeordnet werden können. Bei der Pausenversorgung sind dies z. B. Küchenutensilien und Maschinen, Werbekosten für Flyer usw.

Die Übungsfirmen teilen sich in jeweils zwei Gruppen auf und beginnen mit der Online-recherche. Eine der Gruppen übernimmt die Ermittlung der Gemeinkosten, die andere listet auf und berechnet die Einzelkosten für die Erstellung eines Produktes/einer Dienstleistung. Für diesen Arbeitsauftrag kann eine Zeit von 20 Minuten eingeplant werden.

Die Schülerinnen und Schüler werden feststellen, dass sie ihr Angebot oft kostengünstiger als ihre Konkurrenz anbieten können. Der Preisvergleich mit anderen Anbietern kann daher Anlass zu der Fragestellung bieten, welche Kosten einer Übungsfirma im Vergleich zu realen Unternehmen nicht entstehen (Miete, Gehälter usw.).

8. Buchführung

In dieser Doppelstunde zur Buchführung werden die Schülerinnen und Schüler darauf vorbereitet, die Geschäftsvorgänge in der Übungsfirma später einmal zu dokumentieren und den Gewinn bzw. Verlust berechnen zu können. Hierfür lernen sie den Aufbau eines Kassenbuchs kennen, tragen dort Geschäftsfälle ein und führen anhand eines Beispiels eine Einnahmen-Überschuss-Rechnung durch. Parallel lernen die Schülerinnen und Schüler weitere Fachbegriffe kennen.

Die **Buchführung** befasst sich mit der Verwaltung und Dokumentation aller Einnahmen und Ausgaben eines Unternehmens. Die einzelnen Buchungen werden als Geschäftsfälle bezeichnet. Dazu zählen z. B. die Beschaffungskosten für Materialien, das Bezahlen von Rechnungen und die Einnahmen durch Verkäufe. Die Geschäftsfälle werden bspw. mithilfe von Quittungen und Rechnungen belegt, in zeitlicher und sachlicher Ordnung aufgelistet und abgeheftet. Die Buchführung gibt Aufschluss über die aktuelle finanzielle Lage und den unternehmerischen Erfolg der Firma.

Für Übungsfirmen genügt eine einfache Buchführung. Bei dieser werden alle Einnahmen und Ausgaben in zeitlicher Reihenfolge in einem Kassenbuch erfasst, um den Kassenstand zu ermitteln. Zum Jahresabschluss werden die Einnahmen und Ausgaben mithilfe einer Einnahmen-Überschuss-Rechnung (EÜR) gegenübergestellt, um den Gewinn bzw. Verlust für den Geschäftszeitraum zu ermitteln.

In der Übungsfirma sind von den Schülerinnen und Schülern folgende Vorgänge in das Kassenbuch einzutragen:

- Wie viel Geld wurde an welchem Tag für welchen Geschäftsfall ausgegeben?
- Wie viel Geld wurde an welchem Tag durch den Verkauf der Produkte/Dienstleistungen eingenommen?

Über das Kassenbuch können folgende Fragen beantwortet werden:

- Wie viel Geld muss noch in der Kasse sein?
- In welcher Höhe erfolgten Einnahmen und Ausgaben?

Die Schülerinnen und Schüler erhalten zwei Arbeitsblätter, mit denen sie Buchführungsprozesse erproben können (siehe Seite 22/23). Dabei handelt es sich um die Vorlage eines Kassenbuches sowie um die Vorlage einer Tabelle für die Einnahmen-Überschuss-Rechnung. Die darin verwendeten Fachbegriffe (Geschäftsfall, Einnahme, Ausgabe usw.) sind vorab im Klassenverband zu besprechen.

9. Entwicklung eines Organigramms

Ein Organigramm gibt Aufschluss darüber, welche Abteilungen es in einem Unternehmen gibt und welche Kernaufgaben dort erledigt werden. Klassische Abteilungen sind die Geschäftsführung, die Marketing- und die Personalabteilung, der Ein- und Verkauf, die Buchhaltung und die Produktion. In diesem Unterrichtsblock beraten die Schülerinnen und Schüler, welche Aufgaben in ihrer Übungsfirma anfallen und welche Abteilungen sich daraus für ihre Übungsfirma ableiten lassen. Im Anschluss handeln sie untereinander aus, wer in welcher Abteilung tätig wird.

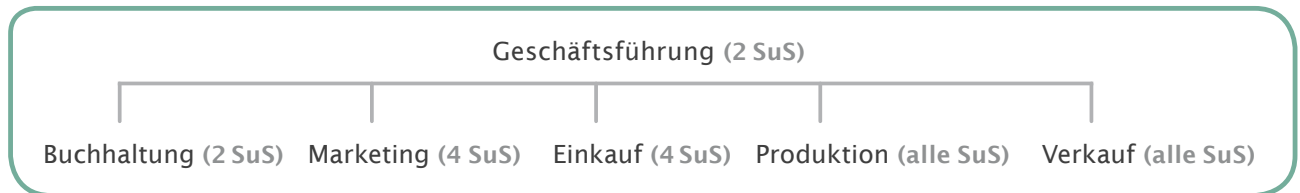
Die Lehrkraft stellt den Schülerinnen und Schülern ein Organigramm eines realen Unternehmens vor oder zeichnet ein fiktives Organigramm an die Tafel. Sie leitet die Jugendlichen zu einem Brainstorming an, welche Aufgaben- und Tätigkeitsbereiche sich hinter den benannten Abteilungen verbergen. Aus der vergangenen Doppelstunde ist den Schülerinnen und Schülern beispielsweise bekannt, dass die Buchhaltung alle Belege sammelt und ordnet, ein Kassenbuch führt und über den unternehmerischen Erfolg Auskunft gibt.

Nach dem Austausch über Tätigkeiten in verschiedenen Abteilungen beginnen die beiden Übungsfirmen mit der Entwicklung und Aufzeichnung eines eigenen Organigramms. Dabei sind folgende Fragen zu beachten:

- Welche Abteilungen sind für unsere Übungsfirma relevant?
- Wie hoch ist die Arbeitsbelastung in den einzelnen Abteilungen?
- Wie viele Mitarbeitende werden pro Abteilung benötigt?
- Gibt es Abteilungen, in denen alle Schülerinnen und Schüler mitwirken sollten?

Für die Produktion und den Verkauf des Angebots werden in der Regel viele Mitarbeitende benötigt. Daher empfehlen wir, diese Abteilungen als Gemeinschaftsaufgabe zu betrachten. Für die Erstellung des Organigramms sollten die Gruppen 15 Minuten Arbeitszeit erhalten.

Beispiel für ein Organigramm mit 12 SuS



Die Gruppen stellen ihre Arbeitsergebnisse mithilfe eines Tafelbildes der Klasse vor, gegebenenfalls werden Anpassungen vorgenommen.

Im zweiten Teil dieser Doppelstunde erfolgt die Besetzung der Abteilungen für beide Übungsfirmen. Die Lehrkraft verteilt an jede Person ein Bewerbungskärtchen (siehe Beispiel). Die Durchführung des Bewerbungsverfahrens findet folgendermaßen statt: Jede/r Schüler/in notiert auf seine Karte die Übungsfirma, den eigenen Namen, zwei Wunschabteilungen sowie Fähigkeiten, die er/sie für diese Abteilung mitbringt (Stichpunkte).

Beispiel für die Bewerbungskärtchen:

Übungsfirma:
Name, Vorname:
Erstwunsch/Zweitwunsch:
Das kann ich einbringen:

Die Lehrkraft bittet zwei Freiwillige aus den jeweiligen Übungsfirmen, die Bewerbungskärtchen zu sammeln und in die Organigramme an der Tafel zu integrieren (Anheften der Karten mit Magneten, ausgehend vom Erstwunsch). Zunächst erfolgt eine offene Wahl der Geschäftsführungen für beide Übungsfirmen. Nominiert sind alle, die sich mit Erstwunsch auf diese Position bewarben. Sie erhalten die Möglichkeit, ihre Eignung für die Stelle der Geschäftsführung kurz vor der Klasse zu erläutern. Anschließend erfolgt eine Abstimmung per Handzeichen durch die Mitglieder der jeweiligen Übungsfirma. Falls gewünscht, wird jeweils eine Person als stellvertretende Geschäftsführung ermittelt.

Die restlichen Abteilungen werden unter Berücksichtigung der Erst- und Zweitwünsche im offenen Dialog mit der Klasse besetzt. Die Lehrkraft übernimmt die Gesprächsleitung und vermittelt bei Über-/Unterbesetzungen einzelner Abteilungen. Sie passt während des Dialoges die Organigramme an, indem sie die Karten entsprechend anheftet. Es empfiehlt sich eine Fotodokumentation der fertigen Organigramme.

Unterstützende Fragen zur Besetzung der Abteilungen:

- Liegen genügend Bewerbungen für jede Abteilung vor?
- Passen die Fähigkeiten der Bewerberin bzw. des Bewerbers zur gewünschten Abteilung?
- Wer würde wechseln, damit die Abteilungen ausreichend besetzt sind?

10. Arbeitsplanung

Auf Grundlage der angefertigten Organigramme erfolgt die Arbeitsplanung der beiden Übungsfirmen, damit diese ihre Tätigkeit aufnehmen können. Im Ergebnis entsteht ein Arbeitsplan, an dem die Schülerinnen und Schüler ablesen können, welche Aufgaben noch anstehen und welche bereits erledigt wurden. Im Anhang befindet sich zur Orientierung ein Beispiel, wie dieser Plan aussehen könnte (siehe Seite 24).

Die Lehrkraft legt mit den Jugendlichen Meilensteine der Übungsfirmenarbeit fest, die für die Planung von Bedeutung sind (z. B. Präsentation der Arbeitsplanung, Testproduktion, Produktionsbeginn, Verkaufsstart, Auswertung des Verkaufs, Vorlage der Einnahmen-Überschuss-Rechnung, Präsentation des Geschäftsberichts). In der ersten Arbeitsphase sammeln die Jugendlichen in ihren Übungsfirmengruppen Aufgaben, die für die Erfüllung der Meilensteine zu erledigen sind. Dazu liegen das Organigramm, Moderationskarten und Stifte vor. Die Jugendlichen besprechen für jede Abteilung anfallende Arbeiten und notieren diese auf den Karten. Dafür ist eine Arbeitsphase von 30 Minuten notwendig.

Im Anschluss zeichnen die Schülerinnen und Schüler ihr Organigramm an die Tafel und heften mit Magneten die Kärtchen mit den Tätigkeiten darunter. Die benannten Aufgaben werden zeitlich geordnet, analog der Projektmeilensteine. Gemeinsam bestimmen die Jugendlichen, welche Abteilung und welche Person für die Umsetzung zuständig sind. Es werden Fristen für die Erledigung der Aufgaben verabredet. Die Arbeitsergebnisse werden präsentiert und mit den Mitschülerinnen und -schülern diskutiert.

Es empfiehlt sich, die Arbeitsplanung wie in *Arbeitsblatt 5* zu dokumentieren.

11.-14. Abteilungsarbeit

Ausgehend von der Arbeitsplanung nehmen die Schülerinnen und Schüler nun die Arbeit in ihren Abteilungen auf. Es ist empfehlenswert, dass sich die Mitglieder einer Abteilung zu Beginn der Unterrichtsstunde über den aktuellen Projektstand informieren und anliegende Aufgaben besprechen. Diese Absprachen können in einem kurzen Protokoll festgehalten werden. Wichtig ist, dass auch zwischen den verschiedenen Abteilungen der Kontakt gesucht und aufrechterhalten wird, weil diese in ihren Handlungen häufig aufeinander angewiesen sind. Die Schülerinnen und Schüler sollten daher Kommunikationswege und -regeln festlegen, die ihnen den Austausch erleichtern.

Ein zentraler Bereich in der Abteilungsarbeit ist die Angebotserstellung bzw. die Produktion. Der Aufwand hierfür ist abhängig von der Geschäftsidee. Bei vielen Übungsfirmen bietet sich eine Testproduktion an, bevor größere Mengen hergestellt werden. Die Testphase sollte mit einer Auswertung der Arbeit abgeschlossen werden. Die Geschäftsführung moderiert die Auswertung. Sie kann von den eigenen Beobachtungen berichten, nimmt von den Mitgliedern positiv Erlebtes und den Verbesserungsbedarf auf. Auch kann festgehalten werden, wer in der Produktion besondere Stärken zeigte. Diesen Schülerinnen und Schülern können besondere Verantwortungen übertragen werden. Sie werden beispielsweise als Ansprechpartner einer Abteilung benannt. Die Geschäftsführung fasst abschließend zusammen, wie die Produktion verbessert werden kann. Die Erfahrungen aus der Testphase werden genutzt, um die Produktion entsprechend zu planen und durchzuführen.

Bei der Erstellung einer Dienstleistung ist die Erarbeitung und Vorlage eines Konzepts von besonderer Bedeutung. Auch in diesem Bereich sollten Testläufe mit dem Konzept eingeplant werden, um die Durchführbarkeit und die Qualität der Dienstleistung zu überprüfen.

15. Verkauf

Der Verkauf des Angebots wird in der Regel außerhalb des regulären Unterrichts stattfinden, z. B. in Hofpausen oder auf Schulfesten.

16. Erarbeitung eines Geschäftsberichts

Der Geschäftsbericht gibt Informationen darüber, wie ein Unternehmen im Berichtszeitraum gearbeitet hat. Er bietet die Möglichkeit, den Verlauf des Geschäftsjahres zu reflektieren und die getroffenen Entscheidungen darzulegen. Er informiert über die Arbeit der einzelnen Abteilungen, die Finanzlage, Erfolge der Unternehmenstätigkeit sowie zukünftige Pläne der Firma.

Der Geschäftsbericht enthält neben einem Deckblatt und einem Inhaltsverzeichnis folgende Punkte:

Geschäftsbericht (Schuljahr)

1. **Unsere Übungsfirma** (Kurzvorstellung)
2. **Firmenregister**
Tabellarische Auflistung der Mitarbeitenden (Vor- und Nachname, Abteilungszugehörigkeit)
3. **Kurzberichte aus den Abteilungen**
 - Wofür ist die Abteilung verantwortlich? Welche Aufgaben hat sie wahrgenommen?
 - Was ist gut in der Arbeit gelaufen?
 - Welche Schwierigkeiten gab es?
4. **Einnahmen-Überschuss-Rechnung**
 - Bericht der Leitung der Finanzabteilung
 - Wie ist das Geschäftsjahr in finanzieller Hinsicht verlaufen?
 - Wie hoch ist der Gewinn?
5. **Höhepunkte im Berichtszeitraum**
6. **Öffentlichkeitsarbeit**
7. **Kooperation mit Partnern** (optional)
8. **Ausblick**

Die einzelnen Stichpunkte und Abteilungsberichte werden in wenigen Sätzen dargestellt. Der gesamte Geschäftsbericht sollte zehn Seiten nicht überschreiten (inkl. Deckblatt und Inhaltsverzeichnis).

Zu Beginn der Stunde lernen die Schülerinnen und Schüler die Funktion und die wichtigsten Bestandteile des Geschäftsberichts kennen. Im nächsten Unterrichtsschritt werden im Klassenverband die Höhepunkte im Berichtszeitraum, die Kooperation mit Partnern sowie der Ausblick für die Übungsfirmen besprochen und an der Tafel festgehalten. Zur Kooperation mit Partnern (Punkt 7) wird nicht in allen Übungsfirmen berichtet werden können, da die entsprechenden Bemühungen und Kontaktaufnahmen in der kurzen Zeit nicht immer umsetzbar sind. Daher kann die Lehrkraft beschließen, diesen Punkt zu streichen.

Anschließend findet eine Kleingruppenarbeit innerhalb der Übungsfirmen statt. Es bietet sich eine Aufteilung nach Abteilungen an, die mit den Schülerinnen und Schülern abgestimmt werden sollte. Die Gruppe Marketing übernimmt z. B. neben dem Abteilungsbericht auch Aussagen zur Öffentlichkeitsarbeit (Punkt 6). Die Buchführung bereitet neben einem Kurzbericht der

Abteilung auch die Präsentation der Einnahmen-Überschuss-Rechnung vor (Punkt 4). Die Abteilung Buchhaltung erstellt eine Einnahmen-Überschuss-Rechnung für ihren Berichtsteil. In der Kleingruppenarbeit besprechen die Jugendlichen die Hauptaufgaben, die in ihrer Abteilung erledigt wurden sowie die wesentlichen Ergebnisse und fassen diese in wenigen Sätzen zusammen.

Die Ergebnisse werden in der folgenden Unterrichtsstunde präsentiert und der gedruckte Geschäftsbericht an die Lehrkraft abgegeben. Idealerweise übernimmt ein Team von zwei Personen pro Übungsfirma das Erstellen einer einheitlichen Präsentation und eines Geschäftsberichts in Papierform. Die Inhalte bekommen sie von ihren Mitschülerinnen und -schülern ausgehändigt. Die Jugendlichen einigen sich untereinander, wer welche Präsentationsteile vortragen wird. Die Vorstellung des Geschäftsberichts sollte eine Dauer von 10 Minuten nicht überschreiten. Detaillierte Tätigkeitsabläufe gehören daher weder in den Geschäftsbericht noch in die Präsentation.

17. Präsentation des Geschäftsberichts

Mit der Vorstellung des Geschäftsberichts sollen in dieser Unterrichtsstunde alle Zuhörenden über die Tätigkeiten und Erfolge der Übungsfirmen im Verlauf des Schuljahres informiert werden. Dies geschieht im Rahmen von 10-minütigen Präsentationen, in deren Anschluss Rückfragen beantwortet und Feedbacks der Mitschülerinnen und -schüler und der Lehrkraft eingeholt werden. Dabei sind Regeln für konstruktives Feedback zu beachten, auf die die Lehrkraft zu Beginn der Unterrichtsstunde hinweist. Die Präsentationen erfolgen nacheinander und vor der gesamten Klasse.

Am Ende der Doppelstunde erhält die Lehrkraft von den Geschäftsführenden der Übungsfirmen jeweils einen Geschäftsbericht überreicht. Dieser geht als Gruppenleistung in die Benotung der Schülerinnen und Schüler ein.

Diese Unterrichtsstunde eignet sich sehr gut, um Gäste wie die Schulleitung oder Partner der Schule einzuladen. Über die Anwesenheit Außenstehender und positive Rückmeldungen kann die Würdigung der Leistungen der Schülerinnen und Schüler verstärkt werden. Zudem wird der Ernstcharakter der Präsentationen erhöht, wenn Externe unter den Zuhörenden sind.

18. Reflektion der Unterrichtseinheit

Hinter den Schülerinnen und Schülern liegt eine intensive Zeit der Übungsfirmenarbeit. Am Ende der Unterrichtseinheit erhalten sie die Möglichkeit, ihre Erfahrungen mitzuteilen und sich darüber mit der Klasse auszutauschen.

Die Lehrkraft bittet die Jugendlichen, sich zu folgenden Fragen Notizen zu machen:

- Was ist das Interessanteste, was ich in dieser Unterrichtseinheit gelernt habe?
- Welche Fragen und Themen haben mich besonders beschäftigt?
- Was waren besondere Herausforderungen für mich?
- Was würde ich gerne beim nächsten Mal anders machen?

Die Schülerinnen und Schüler erhalten ein Arbeitsblatt mit den Fragen und haben 15 Minuten Zeit, diese in Stichpunkten zu beantworten. Sie werden anschließend gebeten, ihre Notizen vorzustellen und mit der Klasse zu besprechen.

Zur Reflektion bieten sich weitere Themen an, die die Lehrkraft bei Bedarf mit den Schülerinnen und Schülern besprechen kann:

Berufliche Orientierung durch Übungsfirmenarbeit

Die Jugendlichen können gebeten werden, den Beitrag der Übungsfirmenarbeit zu ihrer Berufs- und Studienorientierung zu reflektieren. Mögliche Fragen sind:

- Welche persönlichen Fähigkeiten und Interessen habe ich erkannt und vertieft?
- An welchen Fähigkeiten würde ich gerne noch arbeiten?
- Welche Aufgaben haben mir besonders gefallen?
- Wobei habe ich mich unwohl gefühlt? Warum?
- In welchem Bereich würde ich später gerne einmal arbeiten?
- Was sind meine nächsten Schritte für diese Berufswahlplanung (z. B. Praktikum)?
- Stellt Selbstständigkeit eine berufliche Option für mich dar?

Die Beantwortung der Fragen kann von jedem Jugendlichen schriftlich in Einzelarbeit vorgenommen werden.

Unterscheidung reale Existenzgründung vs. Übungsfirmen

Die Schülerinnen und Schüler haben während der Unterrichtseinheit in vielen Phasen unternehmerisches Handeln erprobt. Diese Erfahrungen können genutzt werden, um im Klassenverband die Unterschiede der Tätigkeit von Übungsfirmen und realen Unternehmen zu untersuchen. Interessante Aspekte sind:

- Unternehmerisches Risiko bei der Existenzgründung
- Ausgaben, Steuern und Bürokratie
- Verantwortung für Mitarbeitende und deren Arbeitsplätze
- Wettbewerb und Konkurrenz

Auswertung der Gruppenarbeit

In den Phasen der Arbeitsplanung, der Abteilungsarbeit und der Erstellung des Geschäftsberichts mussten die Jugendlichen intensiv zusammenarbeiten, Absprachen treffen und auf die Zuverlässigkeit ihrer Mitschüler/innen vertrauen. Teamfähigkeit ist eine wichtige Kompetenz, die im Rahmen dieser Unterrichtsstunde thematisiert und erfahrungsbasiert diskutiert werden kann:

- Was ist gut gelaufen in unserer Teamarbeit? Was waren Erfolgsfaktoren?
- Worin liegen die Vorteile der Teamarbeit?
- Was ist nicht so gut gelaufen? Woran lag das?
- Was würden wir das nächste Mal anders machen?

Bewertung der Schülerleistungen

Innerhalb der Unterrichtseinheit Übungsfirmen ist zu unterschiedlichen Zeitpunkten eine Benotung der Leistungen der Schülerinnen und Schüler durch die Lehrkraft möglich. Wird eine schriftliche Lernerfolgskontrolle gewünscht, bietet sich diese nach dem Ende der 8. Doppelstunde an. Die Schülerinnen und Schüler lösen in einem Test Aufgaben zu Begrifflichkeiten aus den Bereichen Marktanalyse, Marketing, Beschaffung und Buchführung. Als weitere schriftliche Einzelleistung können die Jugendlichen ihre gesammelten Erfahrungen in der Übungsfirma in Bezug zu ihren Berufswünschen setzen (*siehe Unterrichtsblock 18*). Eine schriftliche Gruppenleistung stellt der Geschäftsbericht dar.

In die mündliche Note fließt die Mitarbeit der Schülerinnen und Schüler in der Unterrichtseinheit ein. Die Lehrkraft notiert, wie aktiv und zuverlässig sich die Schülerinnen und Schüler in den verschiedenen Phasen der Übungsfirmenarbeit einbringen und welche Fortschritte sie machen. Ergänzend kann zum Ende der Einheit ein auswertendes Gespräch der Lehrkraft mit den verschiedenen Abteilungen erfolgen. Die Jugendlichen werden gebeten, ihr Engagement und ihre Leistungen einzuschätzen und nacheinander in der Gruppe vorzutragen. Anschließend bewertet die Gruppe gemeinsam das Engagement der einzelnen Abteilungsmitglieder. Die Lehrkraft erhält auf diese Weise einen Einblick in die Selbst- und Fremdeinschätzung. Als weitere mündliche Leistungen halten die Schülerinnen und Schüler Präsentationen vor der Klasse und vor Unterrichtsgästen (z. B. Präsentation des Geschäftsberichts).

Literaturempfehlungen

Für den Unterricht benötigte Materialien:

kobra.net GmbH (Hrsg.) (2017):

Unser Geschäftsmodell (Canvas) und Fragekarten.

<https://kobranet.de/projekte/schule-mit-unternehmergeist/material.html>

Weiterführende Literatur:

Bundeszentrale für politische Bildung (bpb):

Das Lexikon der Wirtschaft, Bonn.

www.bpb.de/nachschlagen/lexika/lexikon-der-wirtschaft/

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) (Hrsg.) (2013):

GründerKlasse 9. Unternehmergeist und Kreativität, Berlin.

www.bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/G/gruenderklasse-nr-9-unternehmergeist-und-kreativitaet,property=pdf,bereich=bmwi2012,sprache=de,rwb=true.pdf

Deutsche Kinder- und Jugendstiftung gGmbH (Hrsg.) (2016):

Klasse Schülerfirma.

Unterrichtsmodule für die Schülerfirmenarbeit in der Sekundarstufe 1, Berlin.

<https://www.fachnetzwerk.net/unterrichtsmodule.html>

Deutsche Kinder- und Jugendstiftung gGmbH (Hrsg.) (2014):

Firmensitz 9b. In zehn Schritten zur Schülerfirma, Berlin.

www.dkjs.de/uploads/tx_lfnews/media/Firmensitz9b_DKJS_2014.pdf

Deutsche Kinder- und Jugendstiftung gGmbH (Hrsg.) (2013):

Mustervorlage: Kooperationsvereinbarung für Schülerfirmen.

<https://www.fachnetzwerk.net/materialien-fuer-lehrkraefte.html>

Joachim Herz Stiftung (Hrsg.) (2016):

Unternehmerisch denken und handeln, Sekundarstufe I und II, Hamburg.

www.joachim-herz-stiftung.de

Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2011):

Business Model Generation. Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, Campus Verlag, Frankfurt/New York.

Padberg, M., Woltereck, H., Hofmann, H. (2011):

Starke Seiten Berufsorientierung 2, Ernst Klett Verlag, Stuttgart.

Leitfragen für die Prüfung der Umsetzbarkeit einer Geschäftsidee

Verfügbare Ressourcen

- Ist die Geschäftsidee in der vorgegebenen Zeit umsetzbar?
- Ist genügend Geld für die Umsetzung vorhanden?
- Sind Räume vorhanden, in denen produziert und entwickelt werden kann?
- Sind Geräte und Materialien verfügbar?
- Kann die Idee im Schulumfeld umgesetzt werden?
- Kann die Idee mit unserem Wissen und dem unserer Lehrkräfte umgesetzt werden?

Wirtschaftlichkeit und Kundennutzen

- Gibt es im Schulumfeld genügend Kunden für die Geschäftsidee?
- Bietet die Geschäftsidee einen Nutzen für unsere Kunden?
- Können wir mit der Geschäftsidee einen Gewinn erzielen bzw. kostendeckend arbeiten?

Beachtung ethischer Aspekte

- Ist die Geschäftsidee mit den Interessen unserer Schule vereinbar (z. B. Gesundheitsförderung, Toleranz, Einhaltung Jugendschutz)?
- Können wir umweltfreundlich arbeiten (z. B. Energie sparend, Müll vermeidend)?
- Können wir mit der Geschäftsidee einen sozialen Beitrag leisten?

Die Walt-Disney-Methode

zur kreativen Weiterentwicklung einer Geschäftsidee

Aufgabe:

Betrachtet eure Geschäftsidee aus verschiedenen Perspektiven. Nehmt zuerst die Rolle des Träumers ein und haltet eure Gedanken mit Notizen fest. Schaut euch anschließend die Ideen des Träumers aus Sicht des Realisten an und notiert eure Einschätzungen dazu. Versetzt euch am Ende in die Rolle des Kritikers.

Der Träumer

- Was fällt uns zu der Geschäftsidee ein? Welches Bild haben wir dazu im Kopf?
- Was ist unsere ideale Vorstellung der Geschäftsidee?
- Was fällt uns Verrücktes und Ausgefallenes dazu ein?

Der Realist

- Wie kann realisiert werden, was sich der Träumer überlegt hat?
Was muss getan werden?
- Was wird für die Umsetzung benötigt (Material, Menschen, Wissen, Technik etc.)?
Wer kann dabei unterstützen?

Der Kritiker

- Welche Ideen halten wir für umsetzbar?
- Was kann gar nicht funktionieren?
- Was wurde übersehen?
- Was könnte verbessert werden?

Kassenbuch

Schaut euch die vorliegenden Belege, Quittungen und Bareinnahmen genau an. Übertragt diese chronologisch und nach Tagen geordnet in die Vorlage. Berechnet die Summe. In die Zeile Übertrag ist in Unternehmen das vorhandene Geld aus der Kasse oder vom Konto vom Vormonat einzutragen. Diese Zeile muss in eurem Fall nicht ausgefüllt werden, ebenso die letzte Zeile Übertrag neu. Diese ist nur notwendig, wenn über mehrere Monate hinweg gewirtschaftet wird.

Geschäftsfälle zur Bearbeitung:

1. Das Startkapital in Höhe von 100 € ist in die zweite Zeile des Kassenbuches in die Spalte Kassenstand einzutragen.
2. Am 20.03. wurden eine Druckerpatrone und Kopierpapier gekauft, um die Werbeflyer und die Menükarten für das Buffet zu erstellen. Dabei entstanden Kosten in Höhe von 25,65 €.
3. Am 23.03. wurden Lebensmittel im Wert von 73,17 € eingekauft. Diese werden benötigt, um das Buffet vorzubereiten.
4. Am 24.03. erhielt die Übungsfirma 150 € für das Buffet.
5. Mit jedem Geschäftsfall ist der aktuelle Kassenstand zu berechnen und einzutragen.
6. Abschließend ist der Übertrag für den Folgemonat zu berechnen und einzutragen.

Kassenbuch					
Monat					
Datum	Beleg Nr.	Beschreibung (Grund der Zahlung)	Einnahmen in € (+)	Ausgaben in € (-)	Kassenstand in €
-	-	Übertrag	-	-	-
Summe					
Übertrag für den Folgemonat					

Einnahmen-Überschuss-Rechnung (EÜR)

Übertragt die Einnahmen und Ausgaben aus dem Kassenbuch in die Tabelle.

Einnahmen-Überschuss-Rechnung	
Geschäftszeitraum	
Einnahmen (siehe Kassenbuch)	
	€
	€
	€
	€
	€
	€
	€
	€
	€
Ausgaben (siehe Kassenbuch)	
	€
	€
	€
	€
	€
	€
	€
	€
	€
	€
	€
Summe der Einnahmen (+)	€
Summe der Ausgaben (-)	€
Gewinn (=)	€

Arbeitsplanung der Übungsfirma

Meilensteine	Frist	Teilaufgaben/Verantwortlichkeiten							Erledigt
		Geschäfts- führung (G)	Buchführung (BF)	Einkauf (EK)	Produktion (P)	Marketing (M)	Verkauf (VK)		
Vorbereitung der Angebots- erstellung	23. April	Planung und Durchführung von Teamsitzungen Abstimmung und Bewertung der Ab- teilungsergebnisse	Anfangs keine Aufgaben in der BF Mithilfe EK/P Abstimmung des Budgets mit EK	Einholen von Ver- gleichsangeboten Erstellen der Beschaffungsliste Beschaffung der Materialien	Anfertigung der Produktskizze (M, G) Abstimmung der Produktions- schichten	Erarbeitung eines Logos Vorlage eines Pro- duktdesigns (G, P) Fertigung eines Etiketts	Buchung eines Verkaufsstands		
Angebots- erstellung	18. Mai	Festlegung eines Verkaufspreises (BF, EK)	Vorbereitung des Kassensbuchs Einweisung der Verkaufenden	Keine Aufgaben im Einkauf	Herstellung des Angebots	Gestaltung eines Plakats/Flyers Druck und Anbrin- gen/Verteilen des Materials	Gestaltung einer Preisliste Festlegung der Verkaufsschichten, Auf-/Abbau		
Verkaufsstart	25. Mai								
Auswertung des Verkaufs									
Vorlage der Bilanz									
Planung des Geschäfts- berichts									