

III.32

Unternehmen und Unternehmensgründung

Existenzgründung – Mein Weg zum eigenen Unternehmen

Dr. Christine Koch-Hallas



© InfiniteFlow/adobe stock

In der Unterrichtseinheit beschäftigen sich die Schülerinnen und Schüler mit dem Thema Existenzgründung. Sie lernen, welche persönlichen Voraussetzungen und fachlichen Kompetenzen für eine erfolgreiche Selbstständigkeit notwendig sind, setzen sich mit den Chancen und Risiken einer Gründung auseinander und reflektieren, ob sie selbst für eine solche berufliche Perspektive geeignet sind. Darüber hinaus erarbeiten sie zentrale Bestandteile einer Unternehmensgründung, wie Standortwahl, Zielgruppenansprache und Werbung. Abschließend befassen sich die Lernenden mit Finanzierung und Rentabilität. Am Ende der Unterrichtseinheit überprüfen sie ihr Wissen anhand eines Gründungsbingos.

KOMPETENZPROFIL

Dauer: 6 Unterrichtsstunden

Kompetenzen: Chancen und Risiken einer Existenzgründung analysieren; wichtige Bestandteile einer Unternehmensgründung verstehen; Finanzierungs- und Rentabilitätsaspekte beurteilen; die eigene Gründerbereitschaft einschätzen

Thematische Bereiche: Chancen und Risiken einer Gründung, Standortwahl, Zielgruppenanalyse, Marketing, Finanzierungsmöglichkeiten, Rentabilität



Auf einen Blick

1./2. Stunde

Thema:	Selbstständigkeit – Chancen, Potenziale und Risiken
M 1	Mut zur Unabhängigkeit – Chancen und Grenzen der Selbstständigkeit
M 2	Bin ich ein Unternehmertyp? – Stärken und Potenzial erkennen
M 3	Risiken beim Gründen bedenken – Welche Stolpersteine gibt es?
Inhalt:	Die Lernenden befassen sich mit verschiedenen Herausforderungen einer Selbstständigkeit.



3./4. Stunde

Thema:	Standortwahl, Zielgruppenanalyse und effektive Werbung
M 4	Der richtige Ort für die Geschäftsidee – Standortfaktoren
M 5	Unternehmen 2.0 – Gründen im digitalen Zeitalter
M 6	Wen will ich erreichen? – Die Zielgruppe definieren
M 7	Werbung – Wie man das Unternehmen kreativ präsentiert
Inhalt:	Die Schülerinnen und Schüler setzen sich mit harten und weichen Faktoren sowie mit digitalen Gründungsprozessen auseinander.



5./6. Stunde

Thema:	Zahlen im Blick – Finanzierung, Rentabilität und Lösungsansätze
M 8	Wie finanziere ich meine Geschäftsidee? – Finanzierungsarten vergleichen
M 9	Was bleibt am Ende übrig? – Rentabilität prüfen
M 10	Was läuft, was fehlt? – Chancen erkennen und Lösungen finden
Inhalt:	Die Lernenden analysieren Finanzierungsformen, prüfen die Rentabilität und erarbeiten Lösungsansätze für erkannte Chancen.



Lernerfolgskontrolle

ZM 1	Gründungsbingo – Testen Sie Ihr Wissen!
Inhalt:	Die Schülerinnen und Schüler überprüfen ihr Wissen spielerisch anhand eines Quiz.



Mut zur Unabhängigkeit – Chancen und Grenzen der Selbstständigkeit

M 1

Viele wünschen sich, ihr eigener Chef zu sein. Doch der Weg in die Selbstständigkeit bringt nicht nur Freiheit, sondern auch Verantwortung und Risiken mit sich.

Aufgaben

1. Lesen Sie die beiden Zitate. Überlegen Sie, was jeweils für und gegen die Selbstständigkeit spricht. Halten Sie Ihre Gedanken in einer Tabelle fest.
2. Finden Sie jeweils ein weiteres Zitat für und gegen die Selbstständigkeit. Sie können dafür auch das Internet nutzen. Achten Sie auf unterschiedliche Berufsfelder.

<p>Pro Selbstständigkeit (Handwerk): „Als selbstständige Schreinerin kann ich meine eigenen Ideen umsetzen und sehe am Ende des Tages, was ich geschafft habe. Das gibt mir Freiheit und Zufriedenheit.“ (Anna M., Schreinermeisterin)</p>	 <p>© wundervisuals/E+</p>
<p>Kontra Selbstständigkeit (Informationstechnologie): „Ich war als freiberuflicher Webentwickler ständig erreichbar, hatte keine geregelte Freizeit. Am Ende war ich mehr gestresst als in einem festen Job.“ (Kiran K., ehemaliger Selbstständiger im IT-Bereich)</p>	 <p>© valentinrussanov/E+</p>

Vorteile	Nachteile

Der richtige Ort für die Geschäftsidee – Standortfaktoren

M 4

Der passende Standort ist bei einer Gründung oft entscheidend. Faktoren wie Kundenstruktur, Infrastruktur und Kosten können die Erfolgchancen einer Geschäftsidee beeinflussen.

Aufgaben

1. Ordnen Sie in Partnerarbeit die Standortfaktoren unten den beiden Kategorien „harte Faktoren“ und „weiche Faktoren“ zu. Erstellen Sie dazu eine Tabelle und tragen Sie die jeweiligen Faktoren ein. Sie können die Aufgabe auch online lösen: <https://learningapps.org/watch?v=px569zntj25>
2. Überlegen Sie, welche Standortfaktoren für die beiden folgenden Unternehmen besonders wichtig sind, und ordnen Sie jedem drei passende Standortfaktoren zu. Begründen Sie.
 - a) Start-up für App-Entwicklung
 - b) Bäckerei mit Filialbetrieb
3. Sie gründen eine Fahrradwerkstatt. Wählen Sie einen passenden Standort (z. B. Stadtzentrum, Industriegebiet, Wohngebiet) und beantworten Sie folgende Fragen:
 - a) Warum ist dieser Standort geeignet?
 - b) Welche Faktoren sprechen gegen andere Standorte?
 - c) Welche weichen Standortfaktoren spielen für Sie eine Rolle?

Infotext: Harte und weiche Standortfaktoren

Wenn ein Unternehmen einen passenden Standort sucht, spielen **Standortfaktoren** eine wichtige Rolle. Man unterscheidet dabei **harte** und **weiche Faktoren**. **Harte Standortfaktoren** sind **messbar und objektiv**. Dazu gehören z. B.:

- Miete oder Grundstückspreise
- Verkehrsanbindung (z. B. Autobahn, Bahnhof, Flughafen)
- Nähe zu Kundinnen und Kunden oder Zulieferern
- Steuern und Abgaben
- Verfügbarkeit von Arbeitskräften

Weiche Standortfaktoren sind **schwer messbar und eher subjektiv**. Dazu zählen z. B.:

- Lebensqualität und Freizeitangebote in der Umgebung
- Image oder Bekanntheit eines Ortes
- Bildungseinrichtungen
- Umwelt- und Klimabedingungen

Ob harte oder weiche Faktoren wichtiger sind, hängt von der **Art des Unternehmens** ab.

Faktoren zur Zuordnung:

Höhe der Gewerbesteuer – Nähe zu Hochschulen und Forschungseinrichtungen – Umweltfreundlichkeit der Region – Verkehrsanbindung und Logistikmöglichkeiten – Image der Stadt oder Region – Freizeit- und Kulturangebote – Mietkosten für Gewerberäume – gute digitale Infrastruktur – Lebensqualität für Mitarbeitende und deren Familien – Arbeitskräfteverfügbarkeit

Wen will ich erreichen? – Die Zielgruppe definieren

M 6

Wer seine Zielgruppe genau kennt, kann das Angebot gezielt gestalten und damit Marktchancen effektiv nutzen.

Aufgaben

1. Stellen Sie sich vor, Sie gründen Ihr eigenes kleines Unternehmen. Überlegen Sie sich in Partnerarbeit ein konkretes Produkt oder eine Dienstleistung und stellen Sie Ihr Start-up vor.
2. Überlegen Sie, für wen Ihr Angebot gedacht ist und was besonders daran ist. Notieren Sie vier bis fünf Eigenschaften Ihrer Zielgruppe.
3. Präsentieren Sie Ihre Zielgruppe entweder in Form eines Steckbriefs (Alter, Beruf, Wohnort, Werte, Interessen etc.) oder einer erfundenen Beispielperson, die Ihre Zielgruppe repräsentiert. Stellen Sie Ihr Angebot und Ihre Zielgruppe der Klasse vor.
4. Diskutieren Sie, warum es wichtig ist, genau zu wissen, wen man erreichen möchte, und was passiert, wenn man keine klare Zielgruppe definiert hat.

Infotext: Zielgruppenanalyse

Ein Produkt oder eine Dienstleistung ist selten für alle gemacht. Daher ist es wichtig zu wissen, wer genau angesprochen werden soll, um das Angebot, Design, Sprache und Werbung an die Zielgruppe anzupassen. **Typische Zielgruppenmerkmale** sind z. B.:

- Alter (z. B. Kinder, Jugendliche, Seniorinnen und Senioren)
- Geschlecht (z. B. Frauen, Männer, divers)
- Beruf oder Ausbildung
- Einkommen und Lebensstil
- Interessen und Werte
- Wohnort oder Region
- Online-Verhalten oder Hobbys



© Supatman/iStock/Getty Images Plus

Wer seine Zielgruppe gut kennt, kann **genauer werben, besser verkaufen** und unnötige Kosten vermeiden.

Eigenschaften der Zielgruppe

M 7

Werbung – Wie man das Unternehmen kreativ präsentiert

Kreative Werbemaßnahmen, wirkungsvolle Strategien und entsprechende Kanäle steigern die Sichtbarkeit und schaffen einen klaren Markenauftritt.

Aufgaben

1. Betrachten Sie die Werbung und analysieren Sie diese in Partnerarbeit anhand folgender Kriterien:
 - a) Zielgruppe und Zweck
 - b) Kernaussage des Slogans
 - c) Gestaltungselemente (Farben, Schrift, Bild)
 - d) Wirkung: Was macht die Anzeige attraktiv?
 - e) Originalität und Wiedererkennungswert
2. Formulieren Sie mit Ihrem Gegenüber eine Kurzpräsentation (ca. 60 Sekunden), in der Sie Ihr fiktives Unternehmen vorstellen. Legen Sie eine einprägsame Kernbotschaft, einen Slogan sowie eine Bildidee fest.
3. Gestalten Sie ein Werbeplakat für Ihr Unternehmen und stellen Sie es im Plenum vor.



Nix gegen Currywurst, aber dieser Imbiss hat auch was.

RITTER SPORT MINIS. DIE KLEINE FREUDE FÜR ZWISCHENDURCH.



www.ritter-sport.de



QUADRATISCH. PRAKTISCH. GUT.

© Ritter Sport, Accenture Song ehemals Kolle Rebbe

Wie finanziere ich meine Geschäftsidee? – Finanzierungsarten vergleichen

M 8

Die Auswahl der geeigneten Finanzierungsquelle legt den Grundstein für eine nachhaltige Unternehmensentwicklung.

Aufgaben

1. Recherchieren Sie im Internet nach den einzelnen Finanzierungsarten auf den Karten (1–6) und ordnen Sie diese den passenden Merkmalen zu. Sie können die Aufgabe auch online lösen: <https://learningapps.org/watch?v=pmoqxz26325>
2. Bilden Sie Kleingruppen. Jede Gruppe bereitet für eine der zehn Finanzierungsarten unter <https://agonius.de/die-10-wichtigsten-foerderungen-fuer-startups-in-2024/> einen Steckbrief vor.
3. „Besuchen“ Sie sich gegenseitig im Klassenzimmer und lernen Sie möglichst viele Förderungen kennen.

1 Bankkredit	A Hohe Beteiligungsquoten, intensive Begleitung, Fokus auf wachstumsstarke Start-ups
2 Business Angel	B Öffentliche Zuschüsse, nicht rückzahlbar, Verwendungsnachweis, Fördersatz (z. B. 50 %), Projektantrag, Fristen
3 Venture Capital	C Mindestzielsumme, Community-Feedback, kein Rückzahlungsdruck, viele Kleininvestoren, Plattformgebühr
4 Crowdfunding	D Volle Entscheidungsfreiheit, persönliches Risiko, kein Zins, Belastung der persönlichen Liquidität
5 Fördermittel	E Feste Zinsrate, Tilgungsplan, Bonitätsprüfung, Sicherheitennachweis, Fremdkapital
6 Eigenkapital	F Eigenkapitalbeteiligung, hohes Risiko, Exit-Option, hohe Wachstumserwartung