

Ein Unternehmen gründen

Hinweise zur Vorbereitung und Durchführung

Basisversion (Phasen 1 bis 4)

0 Arbeitsauftrag für erste App-Phase erteilen (5 min)

Die Lehrperson erteilt den Lernenden den Auftrag auf nächste Lektion hin selbstständig das Thema «Einführung Unternehmertum» in der App zu bearbeiten.

Anmerkungen: Die Lehrperson bittet die Lernenden, sich Notizen zu den gestellten Aufträgen im interaktiven PDF zu machen.

1 App-Phase «Einführung Unternehmertum» (total 30-45 min)

Die Lernenden bearbeiten selbstständig das Thema «Einführung Unternehmertum» in der App.

Das PDF «Aufgabenset für Aufträge in der App» unterstützt die Lernenden beim Erstellen der Notizen.

2 In-Class-Phase zu «Einführung Unternehmertum» (total 90 min)

2.1 Internationale Unternehmen (10 min)

In der App haben die Lernenden zu jedem dieser Statements schriftlich Stellung genommen und ihre Antwort in zwei bis drei Sätzen begründet:

- "I choose a lazy person to do a hard job. Because a lazy person will find an easy way to do it."
(Bill Gates)
Mögliche Interpretation: Unternehmer sind einfallsreich. Einfache Lösungen bedeuten weniger Aufwand. Dadurch können Kosteneinsparungen an Konsumenten weitergegeben werden.
- "Hundreds of ideas are tested and discarded to find the rare ideas that define the user experience."
(Cher Wang)
Mögliche Interpretation: Innovation als Prozess. Es braucht viele Anläufe. Viele Ideen scheitern. Unternehmen versuchen die Kundenwünsche zu befriedigen, indem sie ihnen viele verschiedene Produkte anbieten.
- "Opportunity lies in the place where the complaints are."
(Jack Ma)
Mögliche Interpretation: Innovation und Gewinn durch das Lösen von Kundenproblemen. Gerade das, was Leute nervt, bietet Potenzial in einen Mehrwert für den Kunden verwandelt zu werden.

Die Lehrperson sammelt die Inputs der Lernenden und fasst diese zusammen unter dem Stichwort «Innovation».

Inhalt

>> Basisversion (Phasen 1 bis 4)

>> Erweiterte Version (Phasen 5 und 6)

>> Mögliches Unterrichtsszenario



2.2 Start-ups (45 min)

In der App haben sich die Lernenden für eines der Videos entschieden und Aufträge bezüglich Geschäftsidee, Erfolgsfaktoren sowie beteiligter Anspruchsgruppen beantwortet:

- Mareile Wölwer – Vetevo
- Felix Bieber – Biebereis
- Henriette Schmidt – Wefugees

Alle Lernenden, die das gleiche Video geschaut haben, bilden eine Gruppe und erhalten folgenden Arbeitsauftrag:

Arbeitsauftrag:

Einigen Sie sich mithilfe Ihrer gemachten Notizen innerhalb von fünf Minuten auf Antworten zu den folgenden Fragen (darf auch stichwortartig sein).

- Was ist das Produkt / die Geschäftsidee?
- Wie soll Gewinn gemacht werden?
- Nennen Sie 3–5 Stichworte, weshalb die Unternehmer oder das Unternehmen Ihrer Meinung nach erfolgreich sein könnten, und begründen Sie Ihre Auswahl.
- Nennen Sie 3–5 Parteien/Anspruchsgruppen, die beteiligt sein könnten am Erfolg des Unternehmers oder der Unternehmerin, und begründen Sie Ihre Auswahl.

Die Lehrperson bereitet z.B. eine Tabelle vor, die es ermöglicht, die Ergebnisse und Begründungen strukturiert festzuhalten. Diese kann wie folgt aussehen:

Prüfkriterien	Fragen	Checkliste
Integrität	Es bestehen keine Lücken in den Daten. (z. B. einzelne Jahre oder Kategorien)	
Konsistenz	Es gibt keine substantziellen Brüche innerhalb der Daten. (z.B. durch eine Umstellung der Erhebungsmethode von einem Jahr auf das nächste)	
	Es werden keine verschiedenen Erhebungsmethoden je nach Kategorie oder Land gebraucht, die einen Vergleich erschweren.	
Zuverlässigkeit	Es handelt sich um eine <i>repräsentative Stichprobe</i> oder eine <i>Vollerhebung</i> . Eine Stichprobe ist eine Auswahl an Personen oder Objekten, die stellvertretend für eine Grundgesamtheit Auskunft gibt. Bei einer Vollerhebung werden alle Individuen einer Grundgesamtheit in eine Untersuchung aufgenommen, z.B. alle Studierenden einer Universität.	
Glaubwürdigkeit / Verlässlichkeit		
Können Sie die Mehrheit der Checkliste abhaken, handelt es sich in der Regel um eine glaubwürdige und verlässliche Datenquelle.		

Die Lernenden präsentieren ihre Antworten im Plenum und versuchen die Tabelle nach den jeweiligen Präsentationen auszufüllen.

Anmerkungen: Die Lehrperson verlangt von den präsentierenden Lernenden allenfalls so lange präzisierende Erläuterungen, bis die übrigen Lernenden dazu in der Lage sind, die Fragen klar zu beantworten. Dadurch erhalten die präsentierenden Gruppen jeweils eine Rückmeldung zur Klarheit ihrer Aussagen und ihrer Vorgehensweise. Die Lehrperson kann/soll die Rückmeldungen der Lernenden ergänzen und verallgemeinernde Schlüsse ziehen.

2.3 Jungunternehmen (15 min)

In der App haben sich die Lernenden für eines der Videos entschieden und Aufträge bezüglich Geschäftsidee sowie Erfolgsfaktoren beantwortet:

- BeeBetter – Alte Kantonsschule Aarau
- CleverCork – Kantonsschule Wohlen
- ediStraw – Kantonsschule Alpenquai Luzern

Die Lehrperson bittet die Lernenden; ihre Antworten vorzulesen, und ergänzt die Tabelle.

Anmerkungen:

Zeitlich fällt dieser Teil deutlich kürzer aus als Teil 2.2, da

- die Videos deutlich kürzer sind,
- die Entwicklungsstadien dieser Firmen noch nicht so weit fortgeschritten sind,
- viele Punkte schon in ähnlicher Form besprochen wurden und nur noch notiert werden müssen.

2.4 Abschluss zum Thema «Innovation» (10 min)

Nachdem die Tabelle komplett ausgefüllt wurde, können Gemeinsamkeiten und Unterschiede der verschiedenen Un-ternehmen besprochen werden. Mögliche Ideen:

- Wie gründet jemand ein Unternehmen?
- In welchen Stadien der Entwicklung stehen die verschiedenen Unternehmen?

Lehrperson fasst Erkenntnisse zusammen und schliesst den Kreis mit dem Stichwort «Innovation» (Bezugnahme zu Zitaten in 2.1). Mögliche Umsetzung:

- Unternehmer fungieren als Bindeglied zwischen den verschiedenen Anspruchsgruppen und verknüpfen die Idee / die Erfindung mit deren wirtschaftlicher Umsetzung. Unternehmerinnen sind Innovatoren, die neue Produkte, Dienstleistungen oder Verfahren möglich machen.
- Damit eine Idee/Erfindung zu einem Produkt oder einer Dienstleistung wird und langfristig bestehen kann, müssen deren Kosten gedeckt werden. Sobald die Einnahmen grösser als die Kosten sind, erwirtschaftet das Unternehmen einen Gewinn.
- Unter den richtigen staatlichen Rahmenbedingungen und bei privaten Gütern generiert das individuelle Gewinnstreben des Unternehmers insgesamt (und ungewollt) einen gesellschaftlichen Mehrwert, durch das Erschaffen neuer Arbeitsplätze und die Bereitstellung von Gütern und Dienstleistungen.

2.5 Auftrag auf nächste Lektion (10 min)

Die Lehrperson erteilt am Schluss der Stunde den Lernenden den Auftrag, auf die nächste Lektion hin selbstständig das Thema «Die Business Model Canvas» in der App zu bearbeiten.

3 App-Phase «Die Business Model Canvas» (total 45 min)

Die Lernenden bearbeiten selbstständig das Thema «Die Business Model Canvas».

4 In-Class-Phase zu «Die Business Model Canvas» (total 90 min)

4.1 Repetitionsphase (15 min)

- Repetition der wichtigsten Punkte der BMC anhand mehrerer vordruckter Canvas und Stickern (Business Model Canvas: (leer); Business Model Canvas: (Stickers); Business Model Canvas: (Lösungshinweise))
- Die Lernenden bilden Gruppen und erhalten einen der drei Canvas. Sie ordnen die Sticker den richtigen Bausteinen der BMC zu und haben fünf Minuten Zeit.
- Sobald alle Gruppen fertig sind, geht die Lehrperson die drei verschiedenen Canvas mit allen Lernenden durch. Ziel dabei:
 - Globales Verständnis absichern. Wurde das Konzept des BMC verstanden? (zum Beispiel mit den Lösungshinweisen arbeiten)
 - Offene Fragen klären
 - Gleichen Wissensstand für alle herstellen: Jeder Lernende hat in der ersten Phase nur ein Video gesehen. Durch das Betrachten der Canvas erhalten alle Lernenden einen Überblick über die drei Unternehmen.

Anmerkung:

Die BMC handeln von den drei Start-up-Videos aus der ersten App-Phase «Einführung Unternehmertum».

- Mareile Wölwer – Vetevo
- Felix Bieber – Biebereis
- Henriette Schmidt – Wefugees

4.2 Fallstudie: Erarbeiten eigener Lösungen (40 min)

- Die Lernenden gehen wieder in ihre Gruppen zu ihrem ausgefüllten Canvas zurück.
- Die Lehrperson bittet die Lernenden, sich vorzustellen, sie wären Geschäftsführende des Unternehmens auf der Canvas vor ihnen.
- Die Lehrperson verteilt jeder Gruppe das passende Szenario, das jede Gruppe mit einer schwierigen finanziellen Situation für das Unternehmen auf der Canvas vor ihnen konfrontiert (Arbeitsblatt: Fallstudie BMC – Szenarien).
- Im Szenario enthalten sind die konkreten Arbeitsaufträge. Die Lernenden sollen eine mögliche Lösung erarbeiten, wie das Unternehmen langfristig wieder in die Gewinnzone gelangen kann.

4.3 Präsentation der Lösungen im Plenum (20 min)

- Jede Gruppe fasst ihre Problemstellung und die aktuelle Situation für das Unternehmen zusammen und präsentiert ihren Lösungsvorschlag für das Problem.
- Die anderen Lernenden und die Lehrperson fragen nach und geben Feedback.

Anmerkungen:

Es gibt keine richtigen und falschen Lösungsvorschläge. Es geht darum plausible, Lösungsvorschläge zu erarbeiten, in der Struktur des BMC zu argumentieren und aufzuzeigen, inwiefern die einzelnen Bestandteile sich gegenseitig beeinflussen. Kreative Lösungsvorschläge sind erwünscht.

4.4 Abschluss zum Thema «Effizienz» (10 min)

Die Lehrperson fasst die Erkenntnisse zusammen und schliesst den Kreis mit dem Stichwort «Effizienz» (Bezugnahme auf Lösungsvorschläge in 4.3). Mögliche Umsetzung:

- Damit ein Unternehmen langfristig überleben kann, müssen alle Kosten gedeckt werden. Sobald die Einnahmen grösser als die Kosten sind, erwirtschaftet das Unternehmen einen Gewinn. Sind die Kosten aber höher als die Einnahmen, so verliert das Unternehmen Geld.
- Da eine Unternehmerin sowohl den Chancen (im Falle eines Gewinnes) als auch dem Risiko (im Falle eines Verlustes) ausgesetzt ist, hat sie starke Anreize den Gewinn (= Ertrag – Kosten) im Auge zu behalten und ihn zu ihren Gunsten zu beeinflussen.
- Sie versucht dies unter anderem über effizienzsteigernde Massnahmen, indem sie Ressourcen da abzieht, wo sie weniger produktive Verwendung finden, und Ressourcen dort einsetzt, wo sie besonders produktiv sind. Da die gleichen Ressourcen besser eingesetzt werden, wird mehr Wert geschaffen.

4.5 Auftrag auf nächste Lektion (5 min)

Die Lehrperson erteilt am Schluss der Stunde den Lernenden den Auftrag, auf nächste Lektion hin selbstständig das Thema «Die Value Proposition Canvas» in der App zu bearbeiten.

Erweiterte Version (Phasen 5 und 6)

5 App-Phase zu «Die Value Proposition Canvas» (total 45–60 min)

Die Lernenden bearbeiten selbstständig das Thema «Value Proposition Canvas» in der App.

Das PDF «Aufgabenset für Aufträge in der App» unterstützt die Lernenden beim Erstellen der Notizen.

6 In-Class-Phase zu «Die Value Proposition Canvas» (total 135 min)

6.1 Case Study:

Ein Kinobesuch (20 min) In der App haben sich die Lernenden für eines der drei Kundensegmente entschieden und ein Wertangebot für ein vorgegebenes Kundenprofil kreiert:

- Samira (40) mit ihren Kindern
- Stefano (70)
- Leon (16) und David (18)

- Die Lernenden bringen das PDF «Aufgabenset für Aufträge in der App» ausgedruckt oder digital abgespeichert mit in den Unterricht.
- Die Lernenden bilden 2er- oder 3er-Gruppen mit Mitstudierenden, die das gleiche Kundensegment gewählt haben.
- Die Lernenden stellen ihre Wertangebote innerhalb der Gruppe vor und haben dafür 10 Minuten Zeit.

Die Lehrperson sichert das globale Verständnis ab: Wurde das Konzept der VPC verstanden? (Zum Beispiel mit den Lösungshinweisen zur «Case Study: Ein Kinobesuch» arbeiten)

Anmerkung: Es gibt kein richtiges oder falsches Wertangebot. Es geht darum, plausible Kundenlösungen zu erarbeiten und in der Struktur der VPC zu argumentieren und aufzuzeigen. Kreative Lösungsvorschläge sind erwünscht.

Die Lehrperson sammelt Inputs sowie offene Fragen und fasst diese zusammen unter dem Stichwort «Kundenorientierung». Mögliche Umsetzung:

- Unternehmerinnen und Unternehmer müssen sich in Kunden hineinversetzen können.
- Unternehmerinnen und Unternehmer müssen sich überlegen, wie sie Nutzen für ihre Kunden schaffen.
- Aufgrund eigeninteressierten Gewinnstrebens haben Unternehmer starkes Interesse, Kundenwünsche zu befriedigen.
- Der Preis des Produkts entspricht dem Wert, den die Kundin ihm beimisst.

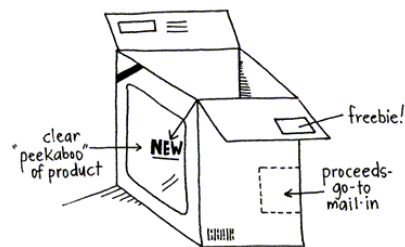
6.2 Entwicklung Produkt-Box (70 min)

Die Lernenden können das Gelernte zur VPC durch die Gestaltung einer Produkt-Box anwenden und umsetzen.

- Die Lernenden bilden 4er- oder 5er-Gruppen.
- Jede Gruppe organisiert im Voraus eine möglichst unbeschriebene Kartonbox (Format: Schuhkarton oder grösser), Stifte sowie das Dokument «Produkt-Box».
- Die Lehrperson beschreibt den Gruppenauftrag. (10 min)

Gruppenauftrag:

- Die Lernenden informieren sich über die Ausgangslage von Kleinunternehmer Mirko im Dokument «Produkt-Box». Dabei schauen sie sich das Kundenprofil genau an. Ziel ist es, für die Kundenbedürfnisse geeignete Problemlöser sowie Gewinnerzeuger zu finden und ein Wertangebot zu erstellen.
- Daraufhin gestaltet jede Gruppe eine Produkt-Box, die ihr Wertangebot visualisiert. Die Produkt-Box sollte die zentralen Werbebotschaften, die wichtigsten Merkmale und die entscheidenden Vorteile für die Kunden enthalten.
- Bei der Gestaltung der Produkt-Box trifft die Gruppe automatisch Entscheidungen über wichtige Eigenschaften und Merkmale des Produkts:
 - Für wen ist das Produkt? (Customer Segment)
 - Wie schafft es Nutzen für die Kundinnen und Kunden? (Value Proposition)
 - Was sind die wichtigsten Funktionen und die grössten Vorteile für die Kundinnen und Kunden?
 - Wie hebt es sich von schon bestehenden Produkten ab?
 - Wie sieht es aus?
 - Wie heisst es? Mit welchem Slogan kann es vermarktet werden?



6.3 Produkt-Box pitchen (30 min)

In der App haben die Lernenden das Konzept von einem «Elevator Pitch» kennengelernt. Dieses beschreibt ein kurzes Treffen im Lift, bei dem jemand seine Geschäftsidee anpreist.

- Die Lehrperson geht auf die Kriterien ein (siehe unten), die einen guten Pitch ausmachen, und zeigt ein Video von einem gelungenen Beispiel im Plenum.
- Die Gruppen erhalten 15 Minuten Zeit zur Vorbereitung ihres Pitches.
- Danach pitched eine Person pro Gruppe ihre Produkt-Box im Plenum. Die Zeitlimite beträgt 60 Sekunden und sollte strikt eingehalten werden.
- Die anderen Lernenden nehmen die Rolle von Investorinnen und Investoren ein und erteilen jeder Gruppe eine Punktzahl von 1 bis 10. Dabei orientieren sie sich an folgende Kriterien:

Dabei orientieren sie sich an folgenden Kriterien:

1. Die Person ist direkt auf den Punkt gekommen und hat das Kundenproblem sowie dessen Lösung klar dargelegt.
2. Die Person hat Zahlen und Daten genutzt, um ihre Geschichte (Storytelling) zu unterstreichen.
3. Die Person hat einen emotionalen Treffer erzielt.
4. Die Person hat ein Gefühl von Dringlichkeit vermittelt.
5. Die Person hat ihr Team in die Präsentation miteinbezogen.
6. Die Person hat die Zeitlimite von 60 Sekunden eingehalten.
7. Das Design der Produkt-Box ist ansprechend.

Die Lehrperson sammelt die Punkte und erkürt die Gewinnergruppe.

6.4 Rückblick und Fazit (15 min)

Die Lehrperson fasst die wichtigsten Erkenntnisse der Phasen 1 bis 6 anhand von drei Fragen zusammen und schliesst den Kreis mit dem Stichwort «Unternehmen als Mehrwert für die Gesellschaft». Mögliche Umsetzung:

Fragen:

- Sind Unternehmen innovativ? Wenn ja, wieso?
- Sind Unternehmen effizient? Wenn ja, wieso?
- Gehen Unternehmen auf Kundenbedürfnisse ein? Wenn ja, wieso?

Erkenntnisse:

Phasen 1 und 2: Unternehmen sind innovativ:

- Unternehmen als Antrieb für Innovation und Wachstum
- Wachstum ist Resultat vieler kleiner Innovationen
- Unternehmen bauen auf bisherige Innovationen auf und setzen diese neu zusammen
- Es gibt viele Wege sich als «Unternehmerin oder Unternehmer» auszuleben

Phasen 3 und 4: Unternehmen sind effizient:

- Marktsystem basiert darauf, dass viele scheitern, aber wenige erfolgreich werden
- Unternehmen nehmen dank finanzieller Anreize dieses Risiko auf sich

Phasen 5 und 6: Unternehmen sind kundenorientiert:

- Unternehmen haben starke Anreize, Kundenwünsche zu befriedigen
- Nur Unternehmer, die Bedürfnisse der Gesellschaft richtig lesen, überleben («Unsichtbare Hand», Adam Smith)

Die Erkenntnisse werden im Plenum diskutiert und reflektiert.

Mögliches Unterrichtsszenario

In der **erweiterten Version** umfasst das Modul die Phasen 1 bis 6. In der **Basisversion** des Moduls wird auf die Phasen 5 und 6 verzichtet.

	Basisversion				Erweiterte Version	
	Phase 1	Phase 2	Phase 3	Phase 4	Phase 5	Phase 6
Onboarding	Phase 1	Phase 2	Phase 3	Phase 4	Phase 5	Phase 6
App, Website, Kommentar für die Lehrperson	ca. 30-45 min App «Ein Unternehmen gründen», Aufgabenset für Aufträge in der App	ca. 90 min Kommentar für die Lehrperson, Hinweise zur Vorbereitung und Durchführung	ca. 45 min App «Ein Unternehmen gründen»	ca. 90 min Kommentar für die Lehrperson, Hinweise zur Vorbereitung und Durchführung, Canvas-Unterlagen	ca. 45-60 min App «Ein Unternehmen gründen», Aufgabenset für Aufträge in der App	ca. 135 min Kommentar für die Lehrperson, Hinweise zur Vorbereitung und Durchführung, Produkt-Box-Unterlagen
Metaebene	Innovation	Innovation	Effizienz	Effizienz	Kundenorientierung	Kundenorientierung, Mehrwert Gesellschaft
Lehrperson	Sich einlassen • Einführung ins Thema • O-Ton von Unternehmerinnen (Videos) → Lust an Unternehmertum wecken → Hypothesen zu Erfolgsfaktoren aufstellen • Metaebene aufzeigen → «Unternehmen sind innovativ»	Sich austauschen und reflektieren • Fragerunde • Diskussion und Reflexion → W-Fragen, Hypothesen besprechen (Erfolgsfaktoren, Chancen, Risiken, Gemeinsamkeiten, Unterschiede) • Vorbereitung BMC → Link 9 Bausteine • Rückblick und Fazit • Ausblick BMC	Sich einlassen • Kennenlernen BMC → Videos & Texte → Entdecken → Aufgaben → Optionale Vertiefung • Quiz als Lernkontrolle • Metaebene aufzeigen → «Unternehmen sind effizient»	Sich austauschen und reflektieren • Repetition und Fragerunde • Anwendung BMC • Entwicklung eigener Szenarien • Diskussion und Reflexion → Gruppen geben einander strukturierte Rückmeldung • Rückblick und Fazit	Sich einlassen • Kennenlernen VPC → Videos & Texte → Entdecken → Case Study • «Prototype, test, iterate» • Scheitern • Quiz als Lernkontrolle • Metaebene aufzeigen → «Unternehmen sind kundenorientiert»	Sich austauschen und reflektieren • Fragerunde • Case Study besprechen • Auftrag und Gestaltung Produkt-Box • Produkt-Box pitchen • Rückblick und Fazit → Wichtigste Erkenntnisse der Phasen 1-6 → Metaebene aufzeigen «Unternehmen als Mehrwert für Gesellschaft»
Lernende	• Initiierung durch Lehrperson • Download, Registrierung und Anmeldung in der App					

Modulphasen als PDF herunterladen