



Material IO1_2_6:
Unsere Geschäftsidee

Die Gründung einer Schülerfirma ist komplizierter als man denkt. Die Findung einer tragfähigen Geschäftsidee ist nur der erste Schritt. Kapitalgeber wollen von der Geschäftsidee überzeugt werden und verlangen einen Finanzplan. Mögliche Kunden müssen frühzeitig geworben werden.



Ihr könnt beispielsweise etwas produzieren, auf das die Welt schon immer gewartet hat. Oder ihr überlegt euch eine schlaue Dienstleistung, mit der ihr vielen zukünftigen Kunden helfen könnt.

Denkt daran!

Schülerfirmen können:

- Produkte herstellen, z. B. Schmuck, Taschen, Regale,
- Dienstleistungen anbieten, z. B. Werbematerial erstellen,
- mit Produkten handeln, z. B. im Schulkiosk.



Diese Schwerpunkte lassen sich miteinander verbinden!

Schülerfirmen können auch sehr unterschiedliche Kunden ansprechen:

- Schülerinnen und Schüler eurer Schule,
- Eltern und andere Beschäftigte an der Schule (Lehrkräfte, Schulleitung etc.),
- Unternehmen und Personen außerhalb der Schule.

1. **Worin besteht eure Geschäftsidee? Formuliert sie kurz und bündig. Eure Geschäftsidee stellt die Basis für alle Überlegungen in den nächsten Wochen dar. Überlegt, wie ihr den Kern eurer Geschäftsidee Außenstehenden mit drei Sätzen darlegen könnt!**

Unsere Geschäftsidee:



Material IO1_2_7:

Stärken und Schwächen unserer Geschäftsidee: die SWOT-Analyse

Nun gilt es, eure Geschäftsidee auf Herz und Nieren zu prüfen und zu hinterfragen, ob sie tragfähig ist. Dafür müsst ihr sie weiter ausarbeiten und die Rahmenbedingungen unter die Lupe nehmen. Denn ihr verwirklicht eure Geschäftsidee auf einem bestehenden Markt, d. h., ihr müsst prüfen, wer eure Kunden (Nachfrage) und Konkurrenten (bereits bestehendes Angebot) sind und welche Preise auf dem Markt für die Produkte oder Dienstleistungen herrschen, die ihr verkaufen möchtet.

Auch solltet ihr prüfen, wo Schwächen und Stärken eurer Idee liegen und wie man mit diesen umgehen bzw. sie nutzen kann. Denn nur der, der die Stärken und Schwächen seiner Geschäftsidee kennt, kann Strategien entwickeln und die Risiken im Auge behalten – bevor es zu spät ist!

Info: „Was ist ein „Markt“?“

Supermarkt, Wochenmarkt, Flohmarkt – daran denken wir meist zuerst bei dem Begriff „Markt“. Es gibt aber noch viele andere Märkte, die man zumindest nicht an ihrer Bezeichnung erkennt. Versteigerungen, wie auf der Onlineplattform eBay zum Beispiel, oder die Frankfurter Börse, an der Aktien gehandelt werden.

Von einem Markt spricht man ganz grundsätzlich, wenn Anbieter und Nachfrager zusammenkommen und etwas handeln. Wo dieser Handel stattfindet, ist dabei egal, denn ein Markt braucht keinen festen Marktplatz, er kann beispielsweise auch im Internet betrieben werden.

Dazu eignet sich die **SWOT-Analyse** hervorragend.

SWOT, engl. für:

Strength = Stärken, **W**eaknesses = Schwächen, **O**pportunities = Chancen, **T**hreats = Risiken

1. Bildet zwei Gruppen und nehmt euch zehn Minuten Zeit, um die Stärken bzw. die Schwächen eurer Geschäftsidee auszuarbeiten.
 - a) Eine Gruppe benennt die Schwächen eurer Idee und eures Teams und formuliert, welche Risiken bei der Umsetzung eurer Geschäftsidee berücksichtigt werden müssen.
 - b) Die zweite Gruppe bearbeitet eure Stärken: Welche Trümpfe habt ihr? Habt ihr Konkurrenz? Was könnt ihr besser als die Konkurrenz, welche Vorteile habt ihr im Vergleich zu der Konkurrenz? Und: Womit könnt ihr das Interesse der Kunden für euer Angebot wecken? Welche Chancen könnt ihr für euer Geschäftsmodell nutzen?

Zu welcher Gruppe gehörst du ...?



Das sind unsere Schwächen:	Das sind unsere Risiken:
Das sind unsere Stärken:	Das sind unsere Chancen:

2. Präsentiert der anderen Gruppe die Ergebnisse eurer Arbeit: Schreibt die Stichwörter an die Tafel, die eure Überlegungen auf den Punkt bringen und begründet diese.

Können die aufgeschriebenen Stichwörter beider Gruppen noch ergänzt werden?

3. Schaut euch nun die Ergebnisse eurer Gruppenarbeit aus einer anderen Perspektive an: Welche Schwächen können als Chance und welche als Risiko angesehen werden?

Überlegt euch ...

- a) Welche Schwächen könnt ihr in Stärken umwandeln (z. B. bisher keine Erfahrung bei der Buchhaltung: Wer kann es euch beibringen oder wer kann euch anfangs unterstützen)?
- b) Welche Schwächen bleiben zunächst ein Risiko für eure Schülerfirma?
- c) Welche Stärken könnt ihr nutzen, um Gefahren abzuwehren (z. B. sinkende Nachfrage nach euren Produkten könnt ihr mit gezielter Werbung ggf. entgegenwirken oder durch Befragungen vor Ort Bedarfe erfragen)?
- d) Welche Verteidigungsstrategien könnt ihr entwickeln, um vorhandene Schwächen nicht zum Ziel von Gefahren werden zu lassen?