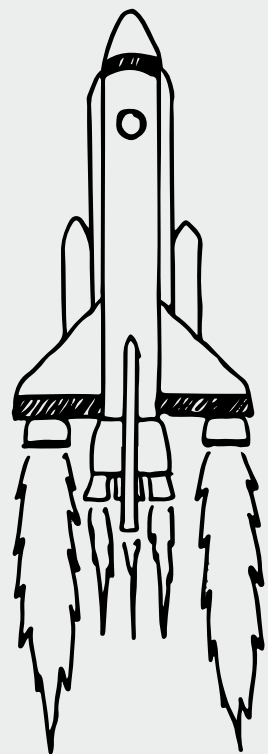


UNTERNEHMERIN MACHT SCHULE



ARBEITSBLÄTTER



EINE INITIATIVE VON FRAU IN DER WIRTSCHAFT UND DEM BMWFW – MIT FREUNDLICHER UNTERSTÜTZUNG DES BMB.

Impressum

Herausgeber:

Frau in der Wirtschaft, Wirtschaftskammer Österreich, Wiedner Hauptstraße 63, 1045 Wien,
T: +43 (0)5 90 900-3017 | E: fiw@wko.at

Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft (BMWFW),
Abteilung I/6 (Unternehmenspolitik; KMU), Stubenring 1, 1010 Wien,
T: +43 (0)1 711 00-805021 | E: post.i6@bmwfw.gv.at

Konzept und Inhalt:

Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft, Rainergasse 38, 1050 Wien,
T: +43 (0)1 454 16 71 | F: +43 (0)1 545 16 71-22 | E: office@ibw.at | W: www.ibw.at, aws.ibw.at
Dr. Andrea Raso, Michael Posch MSc, Mag. Birgit Worm MBA, Mag. Josef Wallner

Vorwort

Liebe Pädagoginnen und Pädagogen!

Mit den folgenden Arbeitsblättern steht Ihnen eine Sammlung weiterer Übungsaufgaben zum Thema Unternehmensgründung zur Verfügung. Ihre Schülerinnen und Schüler lernen mithilfe dieser Unterlagen betriebswirtschaftliche Überlegungen unterschiedlicher Unternehmen kennen.

DIDAKTIK

- ➡ Die Arbeitsblätter sind **unabhängig voneinander** im Unterricht **einsetzbar**.
- ➡ Für die Lösung der meisten Problemstellungen sind keine fundierten betriebswirtschaftlichen Kompetenzen notwendig. Die Mehrzahl der Aufgaben kann durch **logisches unternehmerisches Denken** und durch **Recherchen** gelöst werden.
- ➡ Falls Sie Inhalte mit den Schülerinnen und Schülern gemeinsam im Plenum erarbeiten wollen, stehen Ihnen zudem als Unterstützung **Präsentationsunterlagen** zur Verfügung. Die für das jeweilige Arbeitsblatt passende/n Folie/n finden Sie am Ende der Musterlösung abgebildet.
- ➡ Bei den angeführten Lösungen handelt es sich um **beispielhafte Musterlösungen**. Bei den Ausarbeitungen der Schülerinnen und Schüler kann es zu Abweichungen kommen. Dies bietet die Möglichkeit, in der Klasse die Vielfalt an Umsetzungsmöglichkeiten und Überlegungen von Unternehmensgründerinnen und -gründern zu thematisieren.

WIE KÖNNEN DIE ARBEITSBLÄTTER IM UNTERRICHT EINGESETZT WERDEN?

Bei den Musterlösungen des jeweiligen Arbeitsblattes finden Sie zu Beginn auch didaktische Hinweise für den Einsatz im Unterricht. Neben dem angestrebten Lernergebnis, sind Informationen zur Zielgruppe, zur Dauer, zur Sozialform und zu den erforderlichen Medien angeführt.

Inhalt

ARBEITSBLÄTTER

Analysefragen zum Video „Ein Unternehmen gründen! Eine Option für mich?“	6
Geschäftsidee	7
1. Aufgabe: Geschäftsideen finden	
2. Aufgabe: Geschäftsideen bewerten	
Interview mit einer/einem Unternehmensgründer/in	9
Analysefragen zu den Best Practice Beispielen	10
1. Aufgabe: Gründungsprozess	
2. Aufgabe: Geschäftsidee bewerten	
Analysefragen zum Video „Meine Idee! Mein Unternehmen?“	11
Zeitungsartikel: „weibliche“ Start-ups in Österreich	12
Zeitungsartikel: Gründerinnen in Österreich – Ein Beispiel	14
Gewerberecht	16
1. Aufgabe: Rätselrallye Gewerberecht	
2. Aufgabe: Fallbeispiele Gewerberecht	
Marketingplan	19
Finanzplanung	20
1. Aufgabe: Ermittlung der Mindestteilnehmeranzahl	
2. Aufgabe: Ermittlung des Mindestpreises	

BEISPIELHAFTE MUSTERLÖSUNGEN 21

ARBEITSBLÄTTER

ANALYSEFRAGEN ZUM VIDEO „EIN UNTERNEHMEN GRÜNDEN! EINE OPTION FÜR MICH?“



AUFGABE

Sieh dir das Video „Ein Unternehmen gründen! Eine Option für mich?“ an und halte die Chancen und Risiken, welche im Video genannt werden, schriftlich fest.

Überlege anschließend, was es für dich bedeuten würde, selbstständig zu sein und zähle die für dich wichtigsten Chancen und Herausforderungen auf. Du kannst dabei auch noch nicht genannte Punkte nennen und das Internet für Recherchen heranziehen.

	Chancen	Risiken
MEINE IDEEN UMSETZEN		
MEINE ARBEIT GESTALTEN		
ERFOLGREICH VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN		

GESCHÄFTSIDEEN



1. AUFGABE: GESCHÄFTSIDEEN FINDEN

Lest euch als Anregung den folgenden Text durch und bearbeitet danach die untenstehenden Aufgabenstellungen.

Unter dem Motto „**Meine Idee für Österreich**“ haben die futurezone und Google alle Österreicherinnen und Österreicher dazu eingeladen, ihre – mehr oder weniger ernst gemeinten – Visionen, Wünsche und Ideen für zukünftige Innovationen und Erleichterungen für den Alltag einzureichen. Im Vordergrund des Projektes stand dabei die Beschäftigung mit dem Thema Innovation auf alltäglicher Ebene und weniger, ob diese realistisch, kommerziell oder industriell verwertbar sind.

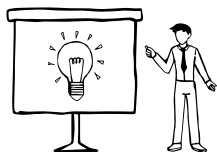
Das sind die Sieger-Projekte in zufälliger Reihenfolge:

- 🔴 Ein akkubetriebener Thermobecher, der seinen Inhalt auch unterwegs erwärmen kann
- 🔴 Ein Verfahren zur Erhöhung der Wirtschaftlichkeit von Lokalbahnstrecken durch kürzere Takte und Verzicht auf Fahrer
- 🔴 Eine App zur Erstellung individueller, flexibler Diätpläne
- 🔴 Eine App zur Verwaltung von Wartelisten, etwa bei Ärzten, bei der den Wartenden mitgeteilt wird, wann sie aufbrechen müssen, um nicht warten zu müssen
- 🔴 Die Umwandlung aufgelassener Bahnstrecken in Fahrradwege
- 🔴 Ein Drive-Through-Friseur
- 🔴 Eine App, die es erlaubt, Stromausfälle zu melden. Die Nutzer/innen bekommen so Auskunft über den Umfang

Quelle: <https://futurezone.at/digital-life/das-sind-die-besten-ideen-fuer-oesterreich/227.254.715>, 16.06.2016



Sucht in eurer Gruppe nach weiteren Geschäftsideen, die dazu beitragen, Alltagsprobleme zu lösen, und gestaltet eine kurze Präsentation.



Stellt die Ergebnisse eurer Gruppenarbeiten euren Klassenkolleginnen und Kollegen vor. Ihr könnt dazu Plakate, die Tafel etc. verwenden.

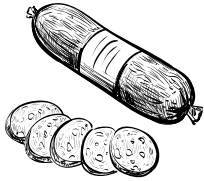


Welche ist die beste Geschäftsidee eurer Klasse? Einigt euch auf eine Geschäftsidee oder vielleicht lässt sich sogar eine Kombination aus mehreren Ideen finden.



2. AUFGABE: GESCHÄFTSIDEEN BEWERTEN

Diskutiert in der Gruppe, ob die nachfolgend angeführten Geschäftsideen gut genug sind, um ein Unternehmen zu gründen und haltet eure Argumente, ob ihr damit ein Unternehmen gründen würdet oder nicht, schriftlich fest.



Geschäftsidee 1: Der Wurst-Kreator

Mit dem Wurst-Kreator können verschiedene Wurstsorten individuell gestaltet werden. Dazu muss nur ein Logo, ein Slogan oder ein einfacher Text an das Unternehmen gesendet werden und schon wird daraus eine individuelle Wurst gemacht. Diese eignet sich somit perfekt für Geschenke oder Werbung.

Geschäftsidee 2: Park-App für die Stadt Wien

Die konfigurierte App „ParkCompass Wien“ soll den Benutzerinnen und Benutzern helfen, sich im Kurzparkzonen-Jungle in Wien zurecht zu finden. Mit dieser App bekommen die Autofahrer/innen einen Überblick über die Kurzparkzonen in Wien und können bei Bedarf auch sofort ein Parkticket mithilfe der App kaufen.

Geschäftsidee 3: Secondhand-Onlinemodeberater

Die Suche nach einem passenden Outfit in einem Secondhandgeschäft kann oft Stunden in Anspruch nehmen. Dies soll mithilfe des Onlinemodeberaters „Second Runway“ vermieden werden. „Second Runway“ kauft Mode an und stellt passende Outfitkombinationen für verschiedene Anlässe zusammen. Die Kundinnen und Kunden können dann einzelne Modestücke oder bereits zusammengestellte Outfits kaufen.

AUFGABE

Sammelt in der Klasse eure gesamten Ergebnisse. Benutzt zum Festhalten eurer gemeinsamen Lösungen folgenden Raster.

	Damit würden wir EIN Unternehmen gründen, weil ...	Damit würden wir KEIN Unternehmen gründen, weil ...
GESCHÄFTSIDEE 1		
GESCHÄFTSIDEE 2		
GESCHÄFTSIDEE 3		



AUFGABE

Betrachtet die von euch erstellte Liste und entwickelt daraus gemeinsam eine Zusammenfassung: Nach welchen Kriterien können Geschäftsideen bewertet werden?

INTERVIEW MIT EINER/EINEM UNTERNEHMENSGRÜNDER/IN



AUFGABE

Um die Welt der Unternehmensgründer/innen besser kennen zu lernen, sucht euch pro Gruppe eine/n Gründer/in eines Unternehmens (z.B. Eltern, Verwandte, Freunde etc.) und stellt ihr/ihm Fragen zu ihrem/seinem Unternehmen, aber auch zu ihrer/seiner Person als Unternehmer/in. Als Hilfestellung könnte ihr den unten abgebildeten Fragekatalog verwenden.

Gestaltet anschließend eine kurze Präsentation und stellt die Ergebnisse der Befragung euren Klassenkolleginnen und -kollegen vor.

FRAGENKATALOG

- ❖ Welches Unternehmen haben Sie gegründet bzw. was bietet Ihr Unternehmen an?
- ❖ War Ihnen gleich klar, dass Sie sich selbstständig machen und ein Unternehmen gründen wollen?
- ❖ Was waren Ihre Motive für die Selbstständigkeit?
Warum haben Sie sich für die Selbstständigkeit entschieden?
- ❖ Hatten Sie Bedenken, sich selbstständig zu machen?
- ❖ Wie schwierig war es für Sie, Ihr Unternehmen zu gründen?
Hat der Gründungsprozess lange gedauert? Hatten Sie dabei Unterstützung?
- ❖ Gibt es einen Zeitpunkt, zu dem man weiß, dass man „reif“ genug ist, um ein Unternehmen zu gründen?
- ❖ Welche persönlichen Eigenschaften sollte ein/e Unternehmer/in haben?
- ❖ Können Sie Ihre Arbeitszeit flexibel einteilen?
- ❖ Lassen sich Familie und Selbstständigkeit Ihrer Meinung nach miteinander verbinden?
- ❖ ...



ANALYSEFRAGEN ZU DEN BEST PRACTICE BEISPIELEN



1. AUFGABE: GRÜNDUNGSPROZESS

Lies die gesamte Beschreibung des Unternehmens durch und notiere dir die wichtigsten Informationen. Darunter sollten sich auf jeden Fall die Antworten zu den folgenden Fragen befinden:

- Was ist die Geschäftsidee?
- Welche Aufgaben waren vor der Gründung notwendig?
- Gab es Schwierigkeiten bei der Gründung?
- Welche Unterstützung bekam die Gründerin?



2. AUFGABE: GESCHÄFTSIDEES BEWERTEN

Am Anfang jedes Unternehmens steht die Geschäftsidee. Beurteile die Geschäftsidee der Unternehmerin mit Hilfe der untenstehenden Checkliste. Würdest du diese Geschäftsidee ebenfalls umsetzen wollen? Begründe deine Entscheidung.

	Ja	Nein
Ist die beschriebene Geschäftsidee leicht zu kopieren?		
Hebt sich das Produkt oder die Leistung von der Konkurrenz ab?		
Kann man durch die Geschäftsidee auch Geld verdienen?		
Was ist der Kundennutzen?		
Gibt es eine potentielle Zielgruppe bzw. Käufer/innen für das Produkt bzw. für die Leistung?		
Ist der Nutzen für die Kundinnen und Kunden leicht erkennbar?		
Löst das Produkt oder die Leistung ein Problem der potentiellen Zielgruppe?		

ANALYSEFRAGEN ZUM VIDEO „MEINE IDEE! MEIN UNTERNEHMEN?“



AUFGABE

Sieh dir das Video „Meine Idee! Mein Unternehmen?“ an. In diesem werden viele Fragen aufgeworfen, welche vor der Gründung eines Unternehmens durchdacht werden müssen. Dies geschieht meist im Rahmen eines sogenannten Businessplans. Versuche den folgenden Fachausdrücken eines Businessplans die im Video aufgeworfenen Fragen zuzuordnen.

Geschäftsidee (USP)		
Marketing	Markt (Konkurrenz)	
	Zielgruppe	
	Produkts- und Sortimentspolitik	
	Preispolitik	
	Distributionspolitik	
	Kommunikationspolitik	
Organisation	Rechtlicher Rahmen (Rechtsform)	
	Aufbauorganisation	
	Ablauforganisation	
Finanzen	Gründungs-Investitionen	
	laufende Kosten & geplante Umsätze	

ZEITUNGSARTIKEL: „WEIBLICHE“ START-UPS IN ÖSTERREICH



AUFGABE

Lies dir den Zeitungsartikel durch und beantworte die nachfolgenden Fragen.

Studie: Warum nur wenige Frauen Start-ups gründen

13.12.2016 | (DerStandard.at)

Für eine neue Studie wurden Gründerinnen und solche, die es werden wollen, gefragt, wie sie die heimische Start-up-Szene bewerten.

Start-ups sind in Österreich männlich dominiert – zumindest was die Gründung anbelangt: Der Anteil von Gründerinnen wird auf nur zehn Prozent geschätzt und ist laut aktuellen Zahlen sogar rückläufig. Wer denkt, dass Frauen einfach generell gründungsmüde sind, der irrt: Bei den klassischen Unternehmensgründungen liegt der Anteil bei 60 %. Warum also der Unterschied? Gründen Frauen anders?

Wer befragt wurde: Die Studie wurde vom Wissenstransferzentrum Ost im Rahmen eines Schwerpunktprojekts zum Thema Female Entrepreneurship initiiert. Befragt wurden insgesamt 200 Frauen, die bereits gegründet haben (85) oder es in Zukunft planen (115).

Die wichtigsten Wünsche: Die Ergebnisse zeigen, dass die Befragten vor allem in drei Bereichen Handlungsbedarf sehen, um eine unternehmerische Laufbahn für Frauen attraktiver zu machen und den Weg von der ersten Idee zur erfolgreichen Gründung zu beschleunigen:

- Verstärkte Vermittlung von Know-how hinsichtlich betriebswirtschaftlicher und rechtlicher Grundlage
- Stärkung von Softskills wie z. B. Verhandlungs- und Präsentationstechnik
- Vernetzung und gegenseitige Unterstützung von Gründerinnen

Andere Branchen: Blickt man auf die Branchen, muss die Antwort auf die Frage, ob Frauen anders gründen, Ja lauten: Gegründet wurde vor allem in den Bereichen Kunst und Kultur (19 %), Medien- und Kreativwirtschaft (18 %), Consulting und Agentur (17 %), sowie Marketing und PR (13 %). Auch bei den zukünftigen Gründerinnen liegen diese Branchen hoch im Kurs. Nur ein geringer Anteil der befragten Frauen hat ein Unternehmen im Bereich Technik, IT oder Life Sciences gegründet oder will dies in Zukunft tun.

Weniger selbstbewusst: Jene Frauen, die bereits ein Unternehmen gegründet haben, wurden auch nach ihrer Einschätzung zum Gründungsverhalten zwischen Frauen und Männern befragt. Der geringe Frauenanteil in der Gründungsszene wird von der Mehrheit der befragten 85 Gründerinnen (65 %) auf gesellschaftliche und kulturelle Faktoren zurückgeführt: 56 % geben an, dass Männer selbstbewusster auftreten, entschlossfreudiger und risikobereiter seien. Knapp 20 % waren der Meinung, dass Männern schneller eine Chance gegeben würde, während Frauen stärker um Unterstützung (z. B. von Investoren) kämpfen müssten.

Die Antworten auf die offenen Fragen würden verdeutlichen, dass Entrepreneurship hauptsächlich männlich dominiert sei. Die befragten Frauen wünschen sich deswegen Bewusstseinsbildung bei Männern und Frauen, um traditionelle Rollenbilder und Sozialisationsmuster aufzubrechen und gleiche Bedingungen zu schaffen.

Unsicherheit hindert: Ein weiterer wichtiger Grund für den geringen Anteil an Gründerinnen ist die Angst vor – vor allem finanzieller – Ungewissheit. 44 % nannten solche Aspekte in den offenen Antworten. Auch nach Gegenmaßnahmen wurde gefragt: Regelmäßiger Erfahrungsaustausch unter Frauen in spezifischen Netzwerken, Workshops, Dialoggruppen oder Mentoring-Programme könnten laut 26 % dazu beitragen, mehr Frauen für eine unternehmerische Laufbahn zu begeistern und Unsicherheiten abzubauen. Auch der Wunsch nach stärkerer Vernetzung ist groß: Vor allem Frauen, die vorhaben, ein Unternehmen zu gründen, wünschen sich intensivere Austauschmöglichkeiten mit erfolgreichen Gründerinnen und ein längerfristiges Coaching und Mentoring.

Warum mehr Frauen? Weshalb es zu dieser Studie kam und wieso es mehr weibliche Gründer braucht, ist für Studienautorin Lisa Fassl schnell erklärt: Dass Female Entrepreneurship in wachstums- und technologieorientierten Unternehmen ein Schlüssel zum Erfolg sei, zeige beispielsweise die Portfolioanalyse des US-amerikanischen Venture-Capital-Fonds First Round: Unternehmen mit mindestens einem weiblichen Gründungsmitglied waren signifikant (um 63 %) erfolgreicher als rein männliche Gründungsteams.

(Quelle: <http://derstandard.at/2000049190422/Studie-Warum-nur-wenige-Frauen-Start-ups-gruenden>, leicht geändert und gekürzt)



1. AUFGABE

In dem Artikel kommt es zu einer Unterscheidung zwischen Start-Ups und klassischen Unternehmensgründungen. Recherchiere, was ein Start-Up ausmacht und wodurch es sich von einer klassischen Unternehmensgründung unterscheidet.



2. AUFGABE

Welche Maßnahmen wurden von den Befragten der Studie zum Thema Female Entrepreneurship gefordert, um eine unternehmerische Laufbahn für Frauen attraktiver zu machen?



3. AUFGABE

In welchen Branchen sind Frauen bei Unternehmensgründungen stärker vertreten und welche Branchen sind bei Frauen derzeit eher unbeliebt?



4. AUFGABE

Welche möglichen Gründe für einen geringen Frauenanteil in der Gründungsszene werden im Artikel genannt?



5. AUFGABE

In dem Artikel wird auch der österreichische Verein „Female Founders“ erwähnt. Recherchiere und beschreibe kurz die Tätigkeiten und Ziele dieses Vereins.

ZEITUNGSARTIKEL: GRÜNDERINNEN IN ÖSTERREICH – EIN BEISPIEL



AUFGABE

Lies dir den Zeitungsartikel durch und beantworte die nachfolgenden Fragen.

Geschnäuzt, gekampelt und gewickelt

15.04.2017 | (diepresse.com)

Stefanie Kukla ist Quereinsteigerin in der Modebranche. Sie hat unter ihrem Label Madame Kukla ein variables Kleidungsstück erfunden, das sie in Wien-Ottakring nähen lässt und dann online in ganz Europa verkauft.

Stefanie Kukla ist ein ungeduldiger Mensch. Stundenlang an der Nähmaschine sitzen, das ist ihre Sache nicht. Und mit Mode hatte sie eigentlich bis vor wenigen Jahren nicht viel am Hut. Trotzdem ist ihr Geschäftsmodell jetzt ein Kleidungsstück, das so spontan ist wie sie.

„Ich suchte nach einem Teil, das ich flexibel in verschiedenen Versionen anziehen kann“, erzählt die gebürtige Mostviertlerin. Damals arbeitete sie noch bei der Austria Presse Agentur im Vertrieb. So nebenbei und zum Spaß zerschnitt sie Stoffe und drapierte sie an sich selbst. „Da ich keine Ahnung habe, wie man einen Ärmel näht, dachte ich mir: Den lasse ich einfach weg“, erzählt sie. „Das Design entstand zum einen, weil ich noch wenig wusste, zum anderen, weil ich etwas wollte, das sich meinem Alltag anpasst“, sagt die Gründerin.

Mit der Zeit wuchs das Experiment zu einem Produkt, das sie jetzt in die ganze Welt verschickt. Zwei Jahre später, im Herbst 2014 beschloss sie schließlich: Kukla – das übrigens passenderweise in slawischen Sprachen so viel wie Puppe oder Kokon bedeutet – ist ab jetzt ein Kleidungsstück und ihr Geschäftsmodell.

Das hat sie gar nicht auf Anhieb erkannt. „An meinem dreißigsten Geburtstag hat mich ein Freund darauf aufmerksam gemacht“, schildert sie. „Steffi, sag mal, was ist das für ein geiles Teil?“, meinte der Freund. Kukla sei immerhin einfach in der Fertigung, tauglich für eine Einheitsgröße und über Onlineversand leicht skalierbar. „Was soll ich in der Modebranche?“, dachte sie sich zwar, aber mit „Traust dich leicht nicht, fehlt dir der Mut?“ weckte er ihren unternehmerischen Ehrgeiz.

Die Kuklas entstehen. Fast das gesamte Jahr 2015 dauerte es, bis sie die Idee umsetzen konnte. „Logo, Website, Fotoshootings, Recherche – das war ein intensives Dreivierteljahr als One-Woman-Show“, sagt Kukla, die in dieser Zeit froh über das Unternehmensgründungsprogramm des AMS war. Mittlerweile beschäftigt der Betrieb in etwa ein Dutzend Leute und die Mindestbestellmengen an Stoff sind kein Problem mehr. Innerhalb des ersten Geschäftsjahres hat das tausendste Kukla das Lager verlassen.

Bis es so weit war, experimentierte Kukla mit der Wirkung unterschiedlicher Stoffe. Da ging es um Dehnbarkeit, Struktur und Festigkeit. Sie probierte Effekte am Saum und entschloss sich zu Doubleface, also Geweben mit verschiedenfarbigen Seiten, die beide nach außen getragen werden können. Dass alles „made in Europe“ ist, darauf legt die Unternehmerin wert. Das gilt freilich auch für die Stoffe.

Nur im Internet. Am 27. November 2015 startete Madame Kukla, ohne ein einziges Stück verkauft zu haben. Wohl aber mit einer Vielzahl an Voranmeldungen.

Die Kukla Lifestyle GmbH gehört zum Handel und ist damit ein freies Gewerbe. Als Designerin wäre es schwieriger für Kukla. Für den Gewerbeschein brauchte sie die Meisterprüfung. Deswegen hat sie den Fertigungsbetrieb, einen Partner im Logistikbereich und das Onlinemarketing ausgelagert. „Als schnell wachsendes Unternehmen muss ich beide Hände für die täglichen Aufgaben freihaben“, sagt sie. Deswegen war auch von Anfang an klar: Es wird nur online verkauft. Dafür ist die Einheitsgröße ein Vorteil und eine strategische Entscheidung, entgegen dem Rat des Fertigungsbetriebs, der zwei Größen vorschlug. Nur zehn Prozent der Ware werden retourniert, wobei im Onlinehandel die Retourenquote oft bei 30 bis 40 Prozent liegt. Daher fühlt sie sich in der Einheitsgrößenidee bestätigt.

Außerdem ist Kukla an sich ein Onlineprodukt: „Es lebt von den Bildern auf Facebook und Instagram und von den Bloggern“, sagt Magdalena Auer. „Wir hatten eine Style-Challenge mit einer Bloggerin, die an sieben Tagen sieben unterschiedliche Looks kreierte.“ Auf der Website gibt es Videos zu diversen Wickelvorschlägen. Ein weiteres Plus am Onlinehandel: Der Vertrieb ist schneller und die Produkte ins Ausland exportierbar. In diesem Bereich will die Gründerin mit ihrem Unternehmen möglichst rasch wachsen. „Irgendwann will ich ein Original auf dem Markt sein.“

Deutschland im Auge. Zu Jeans als Oberteil, sportlich, als Businessrock oder als Kleid für das Konzert am Abend: Der Mehrwert ergebe sich durch die Flexibilität. Das rechtfertigt für die Gründerin den Preis. „Ich habe wenige Kleidungsstücke, die 140 Euro oder mehr kosten. [...]“ Das Konzept scheint aufzugehen. Bestellungen kommen immerhin schon aus ganz Europa.

(Quelle: <http://diepresse.com/home/wirtschaft/unternehmen/5201814/Geschnaeuzt-gekampelt-und-gewickelt?from=suche.intern.portal#>, leicht geändert und gekürzt)



1. AUFGABE

Stefanie Kukla ist Gründerin des Unternehmens „Madame Kukla“. Beschreibe kurz die im Artikel vorgestellte Geschäftsidee.



2. AUFGABE

Welche Maßnahmen waren vor dem Verkauf des Produktes notwendig? Nenne stichwortartig im Artikel genannte Tätigkeiten.



3. AUFGABE

Welche möglichen Vor- und Nachteile des Onlinehandels werden im Artikel genannt und warum hat sich Frau Kukla für den Onlinehandel als ausschließlichen Verkaufsweg entschieden?



4. AUFGABE

Aus welchen Gründen hat sich die Unternehmerin für eine Auslagerung einiger Tätigkeiten (z.B. Herstellung der Produkte) entschieden?



5. AUFGABE

Welche Maßnahmen zur Verkaufssteigerung ihres Produktes bzw. welche Werbemaßnahmen werden in dem Artikel genannt?

GEWERBERECHT



1. AUFGABE: RÄTSELRALLYE GEWERBERECHT

Auf der Website www.gruenderservice.at findest du sehr viele Informationen, die sehr hilfreich für Unternehmensgründer/innen sind. Löse folgende Rätselrallye, indem du die richtigen Antworten auf dieser Website suchst.

1

Die Geschäftsidee:

Jede Geschäftsidee ist mit Chancen und Risiken verbunden. Nenne drei Fragen, die sich ein/e Gründer/in stellen sollte. Wähle dabei die drei Fragen aus, die dir am wichtigsten erscheinen.

2

Kapitalbedarf:

Die genaue Ermittlung des Kapitalbedarfs gehört zu den wesentlichen Aufgaben bei der Gründung eines Unternehmens. **Warum wird eine Kapitalbedarfsplanung benötigt?**

3

Gewerberecht:

Was ist ein Gewerbe?

4

Gewerbearten:

Was ist ein freies Gewerbe?

Was ist ein reglementiertes Gewerbe?

5

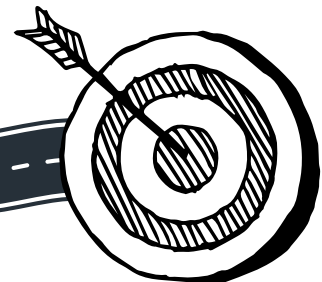
Persönliche Voraussetzungen:

Welche Voraussetzungen muss ein/e Gründer/in erfüllen, um eine Gewerbeberechtigung zu erhalten?

6

Gewerbeanmeldung:

Wo meldet ein/e Gründer/in sein Gewerbe an und welche Punkte muss die Gewerbeanmeldung enthalten?





2. AUFGABE: FALLBEISPIELE GEWERBERECHT

Im Folgenden findest du kurze Fallbeschreibungen zu Personen, die sich gerne selbstständig machen würden. Überprüfe, ob es möglich ist, dass sich diese Personen selbstständig machen.

FALL 1:

Marion Kaiser hat die AHS-Matura und vor kurzem ihr Bachelor-Studium an der Wirtschaftsuniversität Wien abgeschlossen. Ihr großes Hobby ist das Backen. Ihre Kuchen und Torten kommen in ihrer Familie und bei ihren Freundinnen und Freunden sehr gut an. Daher möchte sie sich als Konditorin selbstständig machen. So könnte sie ihr Hobby zum Beruf machen. Ihre Eltern haben sich bereit erklärt, sie finanziell bei der Unternehmensgründung zu unterstützen.

Kann sich Marion selbstständig machen?

☐ Ja ☐ Nein

Begründung:

FALL 2:

Anita Schuh ist 17 Jahre alt und Schülerin. Sie erstellt in ihrer Freizeit gerne Websites für ihre Freundinnen und Freunde. Die dafür notwendigen Grundkenntnisse hat sie in der Schule gelernt und sich in ihrer Freizeit vertiefende Kenntnisse angeeignet. Da sie zu den von ihr programmierten Websites viele positive Rückmeldungen bekommt, überlegt sie, ob sie sich damit selbstständig machen soll. Sie hat bereits einige Anfragen und schätzt, dass sie in diesem Jahr rund 10.000 Euro bis 15.000 Euro verdienen könnte. Sie stellt sich vor, dieser Tätigkeit vorerst parallel zur Schule von zu Hause aus auszuüben und hofft, nach der Matura von dieser Tätigkeit leben zu können. Eine Freundin hat ihr den Tipp gegeben, dass sie die Gewerbeberechtigung für „Dienstleistungen in der automatischen Datenverarbeitung und Informationstechnik“ beantragen soll.

Kann sich Anita selbstständig machen?

☐ Ja ☐ Nein

Begründung:

FALL 3:

Andrea Moser hat die Handelsakademie abgeschlossen. Sie ist jetzt 23 Jahre alt und arbeitet seit vier Jahren als Büroangestellte. Außerdem ist sie nebenbei seit sechs Jahren als Model tätig. Sie möchte nun endlich ihren großen Traum verwirklichen und ihre eigene Castingagentur gründen. Im Zentrum von Wien hat sie bereits geeignete Räumlichkeiten gefunden, sie muss nur noch den Mietvertrag unterschreiben.

Kann sich Andrea selbstständig machen?

☐ Ja ☐ Nein

Begründung:

FALL 4:

Anke Heinrich ist deutsche Staatsbürgerin. Vor einem Jahr ist sie aus privaten Gründen nach Salzburg gezogen. In Deutschland war sie über 15 Jahre lang bei einer Konzertagentur beschäftigt. Sie hat umfangreiche Kontakte zu Bands, zu Konzertagenturen und zu Eventveranstaltern. Sie möchte sich nun in Österreich als Eventmanagerin selbstständig machen. Sie wohnt mit ihrer Familie in einem großen Einfamilienhaus und möchte vorläufig den Keller des Hauses als Büro nutzen.

Kann sich Anke selbstständig machen?

☐ Ja ☐ Nein

Begründung:

MARKETINGPLAN



AUFGABE

Sophie Frei führt erfolgreich das Cateringunternehmen „frei*lich*essen“ und überlegt nun, sich zu vergrößern und sich einen Foodtruck anzuschaffen. Den Rest hat sie jedoch noch nicht durchdacht. Hilf ihr daher dabei, einen Marketingplan zu entwerfen, indem du folgende Fragen beantwortest:

- 🔴 WAS soll Sophie anbieten? (Produkt- und Sortimentspolitik)
- 🔴 Zu welchem PREIS? (Preispolitik)
- 🔴 WO soll sie ihr Produkt anbieten? (Distributionspolitik)
- 🔴 Mit welcher BOTSCHAFT? (Kommunikationspolitik)



FINANZPLANUNG



AUFGABE

Lies folgende Fallbeschreibung und bearbeite anschließend die untenstehenden Problemstellungen. Triff Annahmen, falls dir Informationen fehlen.

Josephine betreibt seit Jahren erfolgreich ein Nachhilfeinstitut und möchte sich nun auch mit der Veranstaltung von Seminaren für Erwachsene selbstständig machen. Sie plant zunächst 4-stündige Seminare anzubieten und hat bereits die damit einhergehenden Kosten ermittelt:

- Die variablen Kosten für Kursunterlagen, Catering etc. würden 40 Euro pro Teilnehmer/in ausmachen.
- Da sie die Räumlichkeiten des Nachhilfeinstituts nutzen kann, würden nur fixe Kosten für Werbung entstehen. Diese schätzt Josephine auf 150 Euro je Seminar.

Als Kursgebühr würde sie 75 Euro von jedem/jeder Teilnehmer/in verlangen.



1. AUFGABE: ERMITTLUNG DER MINDESTTEILNEHMERANZAHL

Berechne den Break-Even-Point, d.h. wie viele Teilnehmer/innen Josephine pro Seminar mindestens benötigt (Break-Even-Menge) und welchen Umsatz sie erzielen muss (Break-Even-Umsatz), um ihre Kosten decken zu können.



2. AUFGABE: ERMITTLUNG DES MINDESTPREISES

Josephine überlegt ihre Seminare in Kleingruppen von 10 Personen abzuhalten. Wie hoch müsste die Kursgebühr je Teilnehmer/in sein, wenn Sie zudem einen Gewinn von € 300 je Seminar erzielen möchte?

BEISPIELHAFTE MUSTERLÖSUNGEN

ANALYSEFRAGEN ZUM VIDEO „EIN UNTERNEHMEN GRÜNDEN! EINE OPTION FÜR MICH?“



EINSATZ IM UNTERRICHT

Lernergebnis: Ihre Schülerinnen und Schüler lernen, was es persönlich bedeutet, selbstständig zu sein.

- 🔴 Zielgruppe: Schülerinnen und Schüler der Sekundarstufe I und II
- 🔴 Dauer: eine Unterrichtseinheit
- 🔴 Sozialform: im Plenum oder in Einzel-/Gruppenarbeit möglich
- 🔴 Medien: PC, Internet und ev. Beamer erforderlich
- 🔴 Didaktische Hinweise: kann im Unterricht oder als Hausübung eingesetzt werden

AUFGABE

Sieh dir das Video „Ein Unternehmen gründen! Eine Option für mich?“ an und halte die Chancen und Risiken, welche im Video genannt werden, schriftlich fest.

Überlege anschließend, was es für dich bedeuten würde, selbstständig zu sein und zähle die für dich wichtigsten Chancen und Herausforderungen auf. Du kannst dabei auch noch nicht genannte Punkte nennen und das Internet für Recherchen heranziehen.



BEISPIELHAFTE MUSTERLÖSUNG

	Chancen	Risiken
MEINE IDEEN UMSETZEN	<ul style="list-style-type: none"> • selbstbestimmt arbeiten • Hobby zum Beruf machen • Erfolg gehört einem selbst 	<ul style="list-style-type: none"> • scheitern
MEINE ARBEIT GESTALTEN	<ul style="list-style-type: none"> • individuelle Gestaltung des Arbeitsumfelds (mit wem? wo?) • freie Zeiteinteilung (wann?) 	<ul style="list-style-type: none"> • unregelmäßige, lange Arbeitszeiten (von Auftragslage abhängig)
ERFOLGREICH VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN	<ul style="list-style-type: none"> • gut verdienen • etwas Sinnvolles aufbauen 	<ul style="list-style-type: none"> • viel Verantwortung für Mitarbeiter/innen und sich selbst

Selbstständigkeit	Anstellung
Entscheidungsfreiheit	
<p>Unternehmer/innen treffen alle Entscheidungen selber.</p> <p>Sind mehrere Personen an dem Unternehmen beteiligt, erfolgt dies üblicherweise in Rücksprache mit den anderen Eigentümerinnen und Eigentümern.</p>	<p>Arbeitnehmer/innen sind weisungsgebunden. Sie müssen sich an die Vorgaben der Vorgesetzten halten. Innerhalb ihres Aufgabenbereichs haben sie jedoch ebenfalls Entscheidungsfreiheiten, die je nach Tätigkeit unterschiedliche Ausmaße annehmen. Dabei sind allerdings stets die vorgegebenen Unternehmensziele zu berücksichtigen.</p>
Die eigenen Ideen verwirklichen	
<p>Unternehmer/innen steht es frei, sämtliche Ideen zu verwirklichen und darauf basierend die Unternehmensziele festzulegen.</p> <p>Sind mehrere Personen an dem Unternehmen beteiligt, erfolgt dies üblicherweise in Rücksprache mit den anderen Eigentümerinnen und Eigentümern.</p>	<p>In vielen Unternehmen ist es mittlerweile willkommen, wenn Arbeitnehmer/innen Ideen einbringen und – für gewöhnlich nach Absprache mit den Vorgesetzten – umsetzen (Intrapreneurship). Dennoch: Die Selbstständigkeit bietet die meisten Möglichkeiten, eigene Ideen umzusetzen.</p>
Arbeitszeiten	
<p>Unternehmer/innen haben keine Vorgaben zu den Arbeitszeiten. Sie entscheiden selber, wann, wo und wie lange sie arbeiten.</p>	<p>Es gibt gesetzliche und kollektivvertragliche Regelungen der Arbeitszeiten.</p>
Einkommen	
<p>Unternehmer/innen haben üblicherweise kein sicheres und regelmäßiges Einkommen. Bei guter Geschäftslage können sie entsprechende Einkünfte erzielen. Bei schlechter Geschäftslage besteht allerdings auch das Risiko, dass sie über einen längeren Zeitraum keine Einkünfte erzielen.</p>	<p>Arbeitnehmer/innen erhalten regelmäßig ein Gehalt. Sie sind in der Regel nicht an den Gewinnen, die das Unternehmen erzielt, beteiligt.</p>
Risiko	
<p>Unternehmer/innen tragen das unternehmerische Risiko. Sie sind für die Entwicklung ihres Unternehmens verantwortlich.</p> <p>Je nach gewählter Rechtsform kann das auch bedeuten, dass Schulden des Unternehmens aus ihrem Privatvermögen zu begleichen sind.</p>	<p>Arbeitnehmer/innen haften nicht für die Schulden des Unternehmens und tragen nicht die Verantwortung für die Entwicklung des Unternehmens. Ihre Leistung hat aber selbstverständlich Auswirkungen auf den Erfolg des Unternehmens.</p> <p>Es besteht das Risiko, dass das Dienstverhältnis aufgelöst wird.</p>



Selbstständigkeit oder Anstellung?



GESCHÄFTSIDEES



EINSATZ IM UNTERRICHT

Lernergebnis: Ihre Schülerinnen und Schüler lernen erste Geschäftsideen kennen, müssen Geschäftsideen bewerten und eigene Geschäftsideen finden.

- 🔴 Zielgruppe: Schülerinnen und Schüler der Sekundarstufe I und II
- 🔴 Dauer: eine Unterrichtseinheit
- 🔴 Sozialform: Gruppenarbeit
- 🔴 Medien: grundsätzlich keine erforderlich, eventuell PC und Beamer bzw. Flipcharts, wenn die Schüler/innen ihre Ergebnisse mittels PowerPoint bzw. Plakate vorstellen

1. AUFGABE: GESCHÄFTSIDEEN FINDEN

Lest euch als Anregung den folgenden Text durch und bearbeitet danach die untenstehenden Aufgabenstellungen.

Unter dem Motto „**Meine Idee für Österreich**“ haben die futurezone und Google alle Österreicherinnen und Österreicher dazu eingeladen, ihre – mehr oder weniger ernst gemeinten – Visionen, Wünsche und Ideen für zukünftige Innovationen und Erleichterungen für den Alltag einzureichen. Im Vordergrund des Projektes stand dabei die Beschäftigung mit dem Thema Innovation auf alltäglicher Ebene und weniger, ob diese realistisch, kommerziell oder industriell verwertbar sind.

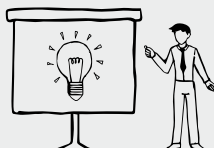
Das sind die Sieger-Projekte in zufälliger Reihenfolge:

- 🔴 Ein akkubetriebener Thermobecher, der seinen Inhalt auch unterwegs erwärmen kann
- 🔴 Ein Verfahren zur Erhöhung der Wirtschaftlichkeit von Lokalbahnstrecken durch kürzere Takte und Verzicht auf Fahrer
- 🔴 Eine App zur Erstellung individueller, flexibler Diätpläne
- 🔴 Eine App zur Verwaltung von Wartelisten, etwa bei Ärzten, bei der den Wartenden mitgeteilt wird, wann sie aufbrechen müssen, um nicht warten zu müssen
- 🔴 Die Umwandlung aufgelassener Bahnstrecken in Fahrradwege
- 🔴 Ein Drive-Through-Friseur
- 🔴 Eine App, die es erlaubt, Stromausfälle zu melden. Die Nutzer/innen bekommen so Auskunft über den Umfang

Quelle: <https://futurezone.at/digital-life/das-sind-die-besten-ideen-fuer-oesterreich/227.254.715>, 16.06.2016



Sucht in eurer Gruppe nach weiteren Geschäftsideen, die dazu beitragen, Alltagsprobleme zu lösen, und gestaltet eine kurze Präsentation.



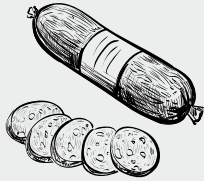
Stellt die Ergebnisse eurer Gruppenarbeiten euren Klassenkolleginnen und Kollegen vor. Ihr könnt dazu Plakate, die Tafel etc. verwenden.



Welche ist die beste Geschäftsidee eurer Klasse? Einigt euch auf eine Geschäftsidee oder vielleicht lässt sich sogar eine Kombination aus mehreren Ideen finden.

2. AUFGABE: GESCHÄFTSIDEEN BEWERTEN

Diskutiert in der Gruppe, ob die nachfolgend angeführten Geschäftsideen gut genug sind, um ein Unternehmen zu gründen und haltet eure Argumente, ob ihr damit ein Unternehmen gründen würdet oder nicht, schriftlich fest.



Geschäftsidee 1: Der Wurst-Kreator

Mit dem Wurst-Kreator können verschiedene Wurstsorten individuell gestaltet werden. Dazu muss nur ein Logo, ein Slogan oder ein einfacher Text an das Unternehmen gesendet werden und schon wird daraus eine individuelle Wurst gemacht. Diese eignet sich somit perfekt für Geschenke oder Werbung.

Geschäftsidee 2: Park-App für die Stadt Wien

Die konfigurierte App „ParkCompass Wien“ soll den Benutzerinnen und Benutzern helfen, sich im Kurzparkzonen-Jungle in Wien zurecht zu finden. Mit dieser App bekommen die Autofahrer/innen einen Überblick über die Kurzparkzonen in Wien und können bei Bedarf auch sofort ein Parkticket mithilfe der App kaufen.

Geschäftsidee 3: Secondhand-Online-Modenberater

Die Suche nach einem passenden Outfit in einem Secondhandgeschäft kann oft Stunden in Anspruch nehmen. Dies soll mithilfe des Online-Modenberaters „Second Runway“ vermieden werden. „Second Runway“ kauft Mode an und stellt passende Outfitkombinationen für verschiedene Anlässe zusammen. Die Kundinnen und Kunden können dann einzelne Modestücke oder bereits zusammengestellte Outfits kaufen.

AUFGABE

Sammelt in der Klasse eure gesamten Ergebnisse. Benutzt zum Festhalten eurer gemeinsamen Lösungen folgenden Raster.



BEISPIELHAFTE MUSTERLÖSUNG

	Damit würden wir EIN Unternehmen gründen, weil ...	Damit würden wir KEIN Unternehmen gründen, weil ...
GESCHÄFTSIDEE 1	<ul style="list-style-type: none"> Idee ist innovativ kreative Geschenksidee 	<ul style="list-style-type: none"> Trend zum Veganismus
GESCHÄFTSIDEE 2	<ul style="list-style-type: none"> löst Alltagsproblem (vor allem für Nicht-Wiener) 	<ul style="list-style-type: none"> Konkurrenz ist stark Entwicklung und Umsetzung einer App ist zeitaufwendig und mit hohen Kosten verbunden
GESCHÄFTSIDEE 3	<ul style="list-style-type: none"> löst Alltagsproblem Kleidung wird von Experten zusammengestellt 	<ul style="list-style-type: none"> Bei gebrauchten Kleidungsstücken sind Kundinnen und Kunden oft kritischer und wollen diese vor dem Kauf begutachten Zusammenstellung der Kleidung und vor allem der Einkauf der Produkte ist sehr zeitaufwendig

AUFGABE

Betrachtet die von euch erstellte Liste und entwickelt daraus gemeinsam eine Zusammenfassung: Nach welchen Kriterien können Geschäftsideen bewertet werden?



Geschäftsidee



INTERVIEW MIT EINER/EINEM UNTERNEHMENSGRÜNDER/IN



EINSATZ IM UNTERRICHT

Lernergebnis: Ihre Schülerinnen und Schüler lernen eine/n Unternehmensgründer/in persönlich kennen und bekommen Informationen über das Gründen eines Unternehmens (Motive, Chancen, Risiken etc.).

- 🔴 Zielgruppe: Schülerinnen und Schüler der Sekundarstufe I und II
- 🔴 Dauer: Hausübung + eine Unterrichtseinheit
- 🔴 Sozialform: Gruppenarbeit
- 🔴 Medien: grundsätzlich keine erforderlich, eventuell PC und Beamer bzw. Flipcharts, wenn die Schüler/innen ihre Ergebnisse mittels PowerPoint bzw. Plakate vorstellen
- 🔴 Didaktische Hinweise: teilweiser Einsatz als Hausübung sinnvoll (Interview)

AUFGABE

Um die Welt der Unternehmensgründer/innen besser kennen zu lernen, sucht euch pro Gruppe eine/n Gründer/in eines Unternehmens (z.B. Eltern, Verwandte, Freunde etc.) und stellt ihr/ihm Fragen zu ihrem/seinem Unternehmen, aber auch zu ihrer/seiner Person als Unternehmer/in. Als Hilfestellung könnte ihr den unten abgebildeten Fragekatalog verwenden.

Gestaltet anschließend eine kurze Präsentation und stellt die Ergebnisse der Befragung euren Klassenkolleginnen und -kollegen vor.

FRAGENKATALOG

- 🔴 Welches Unternehmen haben Sie gegründet bzw. was bietet Ihr Unternehmen an?
- 🔴 War Ihnen gleich klar, dass Sie sich selbstständig machen und ein Unternehmen gründen wollen?
- 🔴 Was waren Ihre Motive für die Selbstständigkeit?
Warum haben Sie sich für die Selbstständigkeit entschieden?
- 🔴 Hatten Sie Bedenken, sich selbstständig zu machen?
- 🔴 Wie schwierig war es für Sie, Ihr Unternehmen zu gründen?
Hat der Gründungsprozess lange gedauert? Hatten Sie dabei Unterstützung?
- 🔴 Gibt es einen Zeitpunkt, zu dem man weiß, dass man „reif“ genug ist, um ein Unternehmen zu gründen?
- 🔴 Welche persönlichen Eigenschaften sollte ein/e Unternehmer/in haben?
- 🔴 Können Sie Ihre Arbeitszeit flexibel einteilen?
- 🔴 Lassen sich Familie und Selbstständigkeit Ihrer Meinung nach miteinander verbinden?
- 🔴 ...

ANALYSEFRAGEN ZU DEN BEST PRACTICE BEISPIELEN



EINSATZ IM UNTERRICHT

Lernergebnis: Ihre Schülerinnen und Schüler lernen das Unternehmertum aus authentischer Sichtweise kennen.

- 🔴 Zielgruppe: Schülerinnen und Schüler der Sekundarstufe II
- 🔴 Dauer: eine Unterrichtseinheit je Best Practice Beispiel
- 🔴 Sozialform: Einzel- oder Gruppenarbeit möglich
- 🔴 Medien: keine erforderlich
- 🔴 Didaktische Hinweise: Ist eine Gruppenarbeit vorgesehen, so können alle Gruppen dasselbe Unternehmen zur Analyse bekommen oder die Gruppen erhalten unterschiedliche Unternehmen. Die Aufgaben können auch als Hausübung eingesetzt werden. Nach der Bearbeitung der Aufgaben sollten die Ergebnisse der einzelnen Gruppen miteinander verglichen werden.

1. AUFGABE: GRÜNDUNGSPROZESS

Lies die gesamte Beschreibung des Unternehmens durch und notiere dir die wichtigsten Informationen. Darunter sollten sich auf jeden Fall die Antworten zu den folgenden Fragen befinden:

- 🔴 Was ist die Geschäftsidee?
- 🔴 Welche Aufgaben waren vor der Gründung notwendig?
- 🔴 Gab es Schwierigkeiten bei der Gründung?
- 🔴 Welche Unterstützung bekam die Gründerin?

2. AUFGABE: GESCHÄFTSIDEES BEWERTEN

Am Anfang jedes Unternehmens steht die Geschäftsidee. Beurteile die Geschäftsidee der Unternehmerin mit Hilfe der untenstehenden Checkliste. Würdest du diese Geschäftsidee ebenfalls umsetzen wollen? Begründe deine Entscheidung.

	Ja	Nein
Ist die beschriebene Geschäftsidee leicht zu kopieren?		
Hebt sich das Produkt oder die Leistung von der Konkurrenz ab?		
Kann man durch die Geschäftsidee auch Geld verdienen?		
Was ist der Kundennutzen?		
Gibt es eine potentielle Zielgruppe bzw. Käufer/innen für das Produkt bzw. für die Leistung?		
Ist der Nutzen für die Kundinnen und Kunden leicht erkennbar?		
Löst das Produkt oder die Leistung ein Problem der potentiellen Zielgruppe?		



Geschäftsidee



ANALYSEFRAGEN ZUM VIDEO „MEINE IDEE! MEIN UNTERNEHMEN?“



EINSATZ IM UNTERRICHT

Lernergebnis: Ihre Schülerinnen und Schüler lernen, wie entscheidend Planung bei einer Unternehmensgründung ist.

- ➔ Zielgruppe: Schülerinnen und Schüler der Sekundarstufe I und II
- ➔ Dauer: eine Unterrichtseinheit
- ➔ Sozialform: im Plenum oder Einzel-/Gruppenarbeit möglich
- ➔ Medien: PC, Internet und ev. Beamer erforderlich
- ➔ Didaktische Hinweise: kann im Unterricht oder als Hausübung eingesetzt werden

AUFGABE

Sieh dir das Video „Meine Idee! Mein Unternehmen?“ an. In diesem werden viele Fragen aufgeworfen, welche vor der Gründung eines Unternehmens durchdacht werden müssen. Dies geschieht meist im Rahmen eines sogenannten Businessplans. Versuche den folgenden Fachausdrücken eines Businessplans die im Video aufgeworfenen Fragen zuzuordnen.



BEISPIELHAFTE MUSTERLÖSUNG

Geschäftsidee (USP)		Was genau ist mein Produkt? Was mache ich besser als meine Konkurrenz?
Marketing	Markt (Konkurrenz)	Gibt es Konkurrenten?
	Zielgruppe	Wer sind meine Kundinnen und Kunden?
	Produkts- und Sortimentspolitik	Was genau ist mein Produkt?
	Preispolitik	Um wieviel werde ich es verkaufen?
	Distributionspolitik	Wo werde ich mein Produkt verkaufen? Wie werde ich mein Produkt zu meinen Kundinnen und Kunden bringen?
Organisation	Kommunikationspolitik	Wie kann ich meine Kundinnen und Kunden erreichen?
	Rechtlicher Rahmen (Rechtsform)	Gründe und führe ich das Unternehmen alleine oder passt ein Team besser? Wer bekommt wieviel Geld?
	Aufbauorganisation	Wie wird mein Unternehmen organisiert sein?
Finanzen	Ablauforganisation	Wer übernimmt welche Aufgaben?
	Gründungs-Investitionen	Was brauche ich, um mein Produkt zu erzeugen? Habe ich genügend Geld dafür oder brauche ich finanzielle Unterstützung von anderen?
	laufende Kosten & geplante Umsätze	Was wird mich die Herstellung des Produktes kosten? Mache ich Gewinn?



Gründungsentscheidungen



Businessplan – Unternehmenskonzept

- Entwicklung der Geschäftsidee
- Durchleuchtung hinsichtlich Realisierbarkeit und Wirtschaftlichkeit
- Einschätzung der Chancen & Risiken



ZEITUNGSARTIKEL: „WEIBLICHE“ START-UPS IN ÖSTERREICH



EINSATZ IM UNTERRICHT

Lernergebnis: Ihre Schülerinnen und Schüler bekommen einen Einblick in die heimische Start-Up-Szene.

- Zielgruppe: Schülerinnen und Schüler der Sekundarstufe II
- Dauer: eine Unterrichtseinheit (inkl. Vergleich der Ergebnisse und anschließender Diskussion)
- Sozialform: Einzelarbeit oder Gruppenarbeit möglich
- Medien: zum Teil PC und Internet für Recherchen erforderlich

AUFGABE

Lies dir den Zeitungsartikel durch und beantworte die nachfolgenden Fragen.

Studie: Warum nur wenige Frauen Start-ups gründen

13.12.2016 | (DerStandard.at)

Für eine neue Studie wurden Gründerinnen und solche, die es werden wollen, gefragt, wie sie die heimische Start-up-Szene bewerten.

Start-ups sind in Österreich männlich dominiert – zumindest was die Gründung angeht: Der Anteil von Gründerinnen wird auf nur zehn Prozent geschätzt und ist laut aktuellen Zahlen sogar rückläufig. Wer denkt, dass Frauen einfach generell gründungsmüde sind, der irrt: Bei den klassischen Unternehmensgründungen liegt der Anteil bei 60 %. Warum also der Unterschied? Gründen Frauen anders?

Wer befragt wurde: Die Studie wurde vom Wissenstransferzentrum Ost im Rahmen eines Schwerpunktprojekts zum Thema Female Entrepreneurship initiiert. Befragt wurden insgesamt 200 Frauen, die bereits gegründet haben (85) oder es in Zukunft planen (115).

Die wichtigsten Wünsche: Die Ergebnisse zeigen, dass die Befragten vor allem in drei Bereichen Handlungsbedarf sehen, um eine unternehmerische Laufbahn für Frauen attraktiver zu machen und den Weg von der ersten Idee zur erfolgreichen Gründung zu beschleunigen:

- Verstärkte Vermittlung von Know-how hinsichtlich betriebswirtschaftlicher und rechtlicher Grundlage
- Stärkung von Softskills wie z. B. Verhandlungs- und Präsentationstechnik
- Vernetzung und gegenseitige Unterstützung von Gründerinnen

Andere Branchen: Blickt man auf die Branchen, muss die Antwort auf die Frage, ob Frauen anders gründen, Ja lauten: Gegründet wurde vor allem in den Bereichen Kunst und Kultur (19 %), Medien- und Kreativwirtschaft (18 %), Consulting und Agentur (17 %), sowie Marketing und PR (13 %). Auch bei den zukünftigen Gründerinnen liegen diese Branchen hoch im Kurs. Nur ein geringer Anteil der befragten Frauen hat ein Unternehmen im Bereich Technik, IT oder Life Sciences gegründet oder will dies in Zukunft tun.

Weniger selbstbewusst: Jene Frauen, die bereits ein Unternehmen gegründet haben, wurden auch nach ihrer Einschätzung zum Gründungsverhalten zwischen Frauen und Männern befragt. Der geringe Frauenanteil in der Gründungsszene wird von der Mehrheit der befragten 85 Gründerinnen (65 %) auf gesellschaftliche und kulturelle Faktoren zurückgeführt: 56 % geben an, dass Männer selbstbewusster auftreten, entschlossfreudiger und risikobereiter seien. Knapp 20 % waren der Meinung, dass Männern schneller eine Chance gegeben würde, während Frauen stärker um Unterstützung (z. B. von Investoren) kämpfen müssten.

Die Antworten auf die offenen Fragen würden verdeutlichen, dass Entrepreneurship hauptsächlich männlich dominiert sei. Die befragten Frauen wünschen sich deswegen Bewusstseinsbildung bei Männern und Frauen, um traditionelle Rollenbilder und Sozialisationsmuster aufzubrechen und gleiche Bedingungen zu schaffen.

Unsicherheit hindert: Ein weiterer wichtiger Grund für den geringen Anteil an Gründerinnen ist die Angst vor – vor allem finanzieller – Ungewissheit. 44 % nannten solche Aspekte in den offenen Antworten. Auch nach Gegenmaßnahmen wurde gefragt: Regelmäßiger Erfahrungsaustausch unter Frauen in spezifischen Netzwerken, Workshops, Dialoggruppen oder Mentoring-Programme könnten laut 26 % dazu beitragen, mehr Frauen für eine unternehmerische Laufbahn zu begeistern und Unsicherheiten abzubauen. Auch der Wunsch nach stärkerer Vernetzung ist groß: Vor allem Frauen, die vorhaben, ein Unternehmen zu gründen, wünschen sich intensivere Austauschmöglichkeiten mit erfolgreichen Gründerinnen und ein längerfristiges Coaching und Mentoring.

Warum mehr Frauen? Weshalb es zu dieser Studie kam und wieso es mehr weibliche Gründer braucht, ist für Studienautorin Lisa Fassl schnell erklärt: Dass Female Entrepreneurship in wachstums- und technologieorientierten Unternehmen ein Schlüssel zum Erfolg sei, zeige beispielsweise die Portfolioanalyse des US-amerikanischen Venture-Capital-Fonds First Round: Unternehmen mit mindestens einem weiblichen Gründungsmitglied waren signifikant (um 63 %) erfolgreicher als rein männliche Gründungsteams.

(Quelle: <http://derstandard.at/2000049190422/Studie-Warum-nur-wenige-Frauen-Start-ups-gruenden>, leicht geändert und gekürzt)

1. AUFGABE

In dem Artikel kommt es zu einer Unterscheidung zwischen Start-Ups und klassischen Unternehmensgründungen. Recherchiere, was ein Start-Up ausmacht und wodurch es sich von einer klassischen Unternehmensgründung unterscheidet.



BEISPIELHAFTE MUSTERLÖSUNG

Start-Ups zeichnen sich durch folgende Merkmale aus:

- 🔥 innovative Geschäftsidee bzw. Problemlösung
- 🔥 Die Unternehmensgründung erfolgt mit dem Ziel, stark zu wachsen.

Bei klassischen Gründungen ist der Grad an Innovation gering. Es wird meist eine bereits vorhandene Geschäftsidee aufgegriffen und angepasst bzw. auch erweitert.

2. AUFGABE

Welche Maßnahmen wurden von den Befragten der Studie zum Thema Female Entrepreneurship gefordert, um eine unternehmerische Laufbahn für Frauen attraktiver zu machen?



BEISPIELHAFTE MUSTERLÖSUNG

- Verstärkte Vermittlung von Know-how hinsichtlich betriebswirtschaftlicher und rechtlicher Grundlage
- Stärkung von Softskills wie z. B. Verhandlungs- und Präsentationstechnik
- intensivere Austauschmöglichkeiten mit erfolgreichen Gründerinnen und ein längerfristiges Coaching und Mentoring

3. AUFGABE

In welchen Branchen sind Frauen bei Unternehmensgründungen stärker vertreten und welche Branchen sind bei Frauen derzeit eher unbeliebt?



BEISPIELHAFTE MUSTERLÖSUNG

Gegründet wurde vor allem in den Bereichen

- Kunst und Kultur
- Medien- und Kreativwirtschaft
- Consulting und Agentur
- Marketing und PR

Nur ein geringer Anteil der befragten Frauen hat ein Unternehmen im Bereich Technik, IT oder Life Sciences gegründet oder will dies in Zukunft tun.

4. AUFGABE

Welche möglichen Gründe für einen geringen Frauenanteil in der Gründungsszene werden im Artikel genannt?



BEISPIELHAFTE MUSTERLÖSUNG

- Gesellschaftliche und kulturelle Faktoren. Männer treten selbstbewusster auf, seien entschlossfreudiger und risikobereiter.
- Männern wird schneller eine Chance gegeben, während Frauen stärker um Unterstützung (z.B. von Investoren) kämpfen.
- Angst vor – vor allem finanzieller – Ungewissheit bei Frauen

5. AUFGABE

In dem Artikel wird auch der österreichische Verein „Female Founders“ erwähnt. Recherchiere und beschreibe kurz die Tätigkeiten und Ziele dieses Vereins.



BEISPIELHAFTE MUSTERLÖSUNG

Der Verein „Female Founders“ will Frauen in Start-ups vernetzen und Frauen unterstützen, die an Start-ups interessiert sind. Das Ziel dieses Vereins ist es, mehr Gründerinnen in die österreichische Startup-Szene zu bringen.



Unternehmensgründungen (Einzelunternehmen) nach Geschlecht



Datenquelle: Wirtschaftskammer Österreich, <http://wko.at/statistik/ng-geschlecht.pdf>

ZEITUNGSARTIKEL: GRÜNDERINNEN IN ÖSTERREICH – EIN BEISPIEL



EINSATZ IM UNTERRICHT

Lernergebnis: Ihre Schülerinnen und Schüler lernen anhand eines Praxisbeispiels einen Gründungsprozess kennen.

- Zielgruppe: Schülerinnen und Schüler der Sekundarstufe II
- Dauer: eine Unterrichtseinheit (inkl. Vergleich der Ergebnisse und anschließender Diskussion)
- Sozialform: Einzelarbeit oder Gruppenarbeit möglich
- Medien: zum Teil PC und Internet für Recherchen erforderlich

AUFGABE

Lies dir den Zeitungsartikel durch und beantworte die nachfolgenden Fragen.

Geschnäuzt, gekampelt und gewickelt

15.04.2017 | (diepresse.com)

Stefanie Kukla ist Quereinsteigerin in der Modebranche. Sie hat unter ihrem Label Madame Kukla ein variables Kleidungsstück erfunden, das sie in Wien-Ottakring nähen lässt und dann online in ganz Europa verkauft.

Stefanie Kukla ist ein ungeduldiger Mensch. Stundenlang an der Nähmaschine sitzen, das ist ihre Sache nicht. Und mit Mode hatte sie eigentlich bis vor wenigen Jahren nicht viel am Hut. Trotzdem ist ihr Geschäftsmodell jetzt ein Kleidungsstück, das so spontan ist wie sie.

„Ich suchte nach einem Teil, das ich flexibel in verschiedenen Versionen anziehen kann“, erzählt die gebürtige Mostviertlerin. Damals arbeitete sie noch bei der Austria Presse Agentur im Vertrieb. So nebenbei und zum Spaß zerschnitt sie Stoffe und drapierte sie an sich selbst. „Da ich keine Ahnung habe, wie man einen Ärmel näht, dachte ich mir: Den lasse ich einfach weg“, erzählt sie. „Das Design entstand zum einen, weil ich noch wenig wusste, zum anderen, weil ich etwas wollte, das sich meinem Alltag anpasst“, sagt die Gründerin.

Mit der Zeit wuchs das Experiment zu einem Produkt, das sie jetzt in die ganze Welt verschickt. Zwei Jahre später, im Herbst 2014 beschloss sie schließlich: Kukla – das übrigens passenderweise in slawischen Sprachen so viel wie Puppe oder Kokon bedeutet – ist ab jetzt ein Kleidungsstück und ihr Geschäftsmodell.

Das hat sie gar nicht auf Anhieb erkannt. „An meinem dreißigsten Geburtstag hat mich ein Freund darauf aufmerksam gemacht“, schildert sie. „Steffi, sag mal, was ist das für ein geiles Teil?“, meinte der Freund. Kukla sei immerhin einfach in der Fertigung, tauglich für eine Einheitsgröße und über Onlineversand leicht skalierbar. „Was soll ich in der Modebranche?“, dachte sie sich zwar, aber mit „Traust dich leicht nicht, fehlt dir der Mut?“ weckte er ihren unternehmerischen Ehrgeiz.

Die Kuklas entstehen. Fast das gesamte Jahr 2015 dauerte es, bis sie die Idee umsetzen konnte. „Logo, Website, Fotoshootings, Recherche – das war ein intensives Dreivierteljahr als One-Woman-Show“, sagt Kukla, die in dieser Zeit froh über das Unter-

nehmensgründungsprogramm des AMS war. Mittlerweile beschäftigt der Betrieb in etwa ein Dutzend Leute und die Mindestbestellmengen an Stoff sind kein Problem mehr. Innerhalb des ersten Geschäftsjahres hat das tausendste Kukla das Lager verlassen.

Bis es so weit war, experimentierte Kukla mit der Wirkung unterschiedlicher Stoffe. Da ging es um Dehnbarkeit, Struktur und Festigkeit. Sie probierte Effekte am Saum und entschloss sich zu Doubleface, also Geweben mit verschiedenfarbigen Seiten, die beide nach außen getragen werden können. Dass alles „made in Europe“ ist, darauf legt die Unternehmerin wert. Das gilt freilich auch für die Stoffe.

Nur im Internet. Am 27. November 2015 startete Madame Kukla, ohne ein einziges Stück verkauft zu haben. Wohl aber mit einer Vielzahl an Voranmeldungen.

Die Kukla Lifestyle GmbH gehört zum Handel und ist damit ein freies Gewerbe. Als Designerin wäre es schwieriger für Kukla. Für den Gewerbeschein brauchte sie die Meisterprüfung. Deswegen hat sie den Fertigungsbetrieb, einen Partner im Logistikbereich und das Onlinemarketing ausgelagert. „Als schnell wachsendes Unternehmen muss ich beide Hände für die täglichen Aufgaben freihaben“, sagt sie. Deswegen war auch von Anfang an klar: Es wird nur online verkauft. Dafür ist die Einheitsgröße ein Vorteil und eine strategische Entscheidung, entgegen dem Rat des Fertigungsbetriebs, der zwei Größen vorschlug. Nur zehn Prozent der Ware werden retourniert, wobei im Onlinehandel die Retourenquote oft bei 30 bis 40 Prozent liegt. Daher fühlt sie sich in der Einheitsgrößenidee bestätigt.

Außerdem ist Kukla an sich ein Onlineprodukt: „Es lebt von den Bildern auf Facebook und Instagram und von den Bloggern“, sagt Magdalena Auer. „Wir hatten eine Style-Challenge mit einer Bloggerin, die an sieben Tagen sieben unterschiedliche Looks kreierte.“ Auf der Website gibt es Videos zu diversen Wickelvorschlägen. Ein weiteres Plus am Onlinehandel: Der Vertrieb ist schneller und die Produkte ins Ausland exportierbar. In diesem Bereich will die Gründerin mit ihrem Unternehmen möglichst rasch wachsen. „Irgendwann will ich ein Original auf dem Markt sein.“

Deutschland im Auge. Zu Jeans als Oberteil, sportlich, als Businessrock oder als Kleid für das Konzert am Abend: Der Mehrwert ergebe sich durch die Flexibilität. Das rechtfertigt für die Gründerin den Preis. „Ich habe wenige Kleidungsstücke, die 140 Euro oder mehr kosten. [...]“ Das Konzept scheint aufzugehen. Bestellungen kommen immerhin schon aus ganz Europa.

(Quelle: <http://diepresse.com/home/wirtschaft/unternehmen/5201814/Geschnaeuzt-gekampelt-und-gewickelt?from=suche.intern.portal#>, leicht geändert und gekürzt)

1. AUFGABE

Stefanie Kukla ist Gründerin des Unternehmens „Madame Kukla“. Beschreibe kurz die im Artikel vorgestellte Geschäftsidee.



BEISPIELHAFTE MUSTERLÖSUNG

Ein Kleidungsstück und unzählige Möglichkeiten es zu binden, wickeln und kneten – das ist die Geschäftsidee von Stefanie Kukla. Es wurde daher ein Onesize Produkt geschaffen, das sich in vielen Varianten tragen lässt.

2. AUFGABE

Welche Maßnahmen waren vor dem Verkauf des Produktes notwendig? Nenne stichwortartig im Artikel genannte Tätigkeiten.



BEISPIELHAFTE MUSTERLÖSUNG

- Findung einer Geschäftsidee
- Anmeldung des Gewerbes (Handel)
- Auswählen von Stoffen und anderen Materialien
- Gestaltung des Logos, der Website etc.
- Einrichtung eines Onlineshops
- Etc.

3. AUFGABE

Welche möglichen Vor- und Nachteile des Onlinehandels werden im Artikel genannt und warum hat sich Frau Kukla für den Onlinehandel als ausschließlichen Verkaufsweg entschieden?



BEISPIELHAFTE MUSTERLÖSUNG

Vorteile laut Artikel:

- Vertrieb ist schneller
- Produkte sind ins Ausland exportierbar

Nachteil laut Artikel:

- Hohe Retourenquote

Sie hat sich dennoch für den Onlinehandel entschieden, da ihr Produkt nur in einer Größe vorhanden ist und individuell gestaltbar ist. Es werden deswegen nur zehn Prozent der Ware wieder retourniert.

4. AUFGABE

Aus welchen Gründen hat sich die Unternehmerin für eine Auslagerung einiger Tätigkeiten (z.B. Herstellung der Produkte) entschieden?



BEISPIELHAFTE MUSTERLÖSUNG

Einerseits erfüllt sie nicht alle Voraussetzungen, um Kleidung selbst herstellen zu können. Sie benötigt dafür nämlich einen Gewerbeschein, für den wiederum beispielsweise eine Meisterprüfung notwendig ist. Andererseits will sie auch den Überblick nicht verlieren, da sie „beide Hände für die täglichen Aufgaben freihaben“ will.

5. AUFGABE

Welche Maßnahmen zur Verkaufssteigerung ihres Produktes bzw. welche Werbemaßnahmen werden in dem Artikel genannt?



BEISPIELHAFTE MUSTERLÖSUNG

„Es lebt von den Bildern auf Facebook und Instagram und von den Bloggern“. Das heißt, dass für die Werbung und Verkaufssteigerung vor allem auf Soziale Netzwerke zurückgegriffen wird.

GEWERBERECHT



EINSATZ IM UNTERRICHT

Lernergebnis: Ihre Schülerinnen und Schüler bekommen einen ersten Einblick in das Gewerberecht in Österreich.

- 🚩 Zielgruppe: Schülerinnen und Schüler der Sekundarstufe II
- 🚩 Dauer: Hausübung + eine Unterrichtseinheit
- 🚩 Sozialform: Einzelarbeit und Gruppenarbeit möglich
- 🚩 Medien: PC und Internet
- 🚩 Didaktische Hinweise: teilweiser Einsatz als Hausübung sinnvoll (Recherche)

1. AUFGABE: RÄTSELRALLYE GEWERBERECHT

Auf der Website www.gruenderservice.at findest du sehr viele Informationen, die sehr hilfreich für Unternehmensgründer/innen sind. Löse folgende Rätselrallye, indem du die richtigen Antworten auf dieser Website suchst.

1

Die Geschäftsidee:

Jede Geschäftsidee ist mit Chancen und Risiken verbunden. Nenne drei Fragen, die sich ein/e Gründer/in stellen sollte. Wähle dabei die drei Fragen aus, die dir am wichtigsten erscheinen.

2

Kapitalbedarf:

Die genaue Ermittlung des Kapitalbedarfs gehört zu den wesentlichen Aufgaben bei der Gründung eines Unternehmens. **Warum wird eine Kapitalbedarfsplanung benötigt?**

3

Gewerberecht:

Was ist ein Gewerbe?

4

Gewerbearten:

Was ist ein freies Gewerbe?

Was ist ein reglementiertes Gewerbe?

5

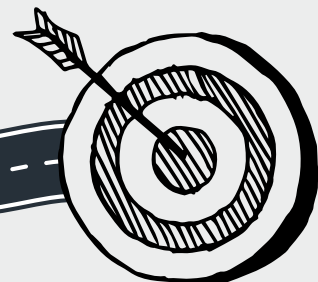
Persönliche Voraussetzungen:

Welche Voraussetzungen muss ein/e Gründer/in erfüllen, um eine Gewerbeberechtigung zu erhalten?

6

Gewerbeanmeldung:

Wo meldet ein/e Gründer/in sein Gewerbe an und welche Punkte muss die Gewerbeanmeldung enthalten?





BEISPIELHAFTE MUSTERLÖSUNG

1. Die Geschäftsidee: Jede Geschäftsidee ist mit Chancen und Risiken verbunden. Nenne drei Fragen, die sich ein/e Gründer/in stellen sollte. Wähle dabei die drei Fragen aus, die dir am wichtigsten erscheinen.
 - ☒ Habe ich klare Vorstellungen von meiner Geschäftsidee?
 - ☒ Ist ein ausreichend großer Markt vorhanden?
 - ☒ Was unterscheidet mich von anderen Mitbewerbern?
 - ☒ Welche Voraussetzungen sind für die Gewerbeausübung erforderlich?
 - ☒ Welche finanziellen Mittel benötige ich für die Umsetzung?
 - ☒ Wie soll die Finanzierung erfolgen?
 - ☒ Welche Förderungen gibt es?
 - ☒ Mit welchen Kosten muss ich rechnen?
 - ☒ Wie bin ich sozial abgesichert?
 - ☒ Wie organisiere ich die Abläufe, das Rechnungswesen etc.?
2. Kapitalbedarf: Die genaue Ermittlung des Kapitalbedarfs gehört zu den wesentlichen Aufgaben bei der Gründung eines Unternehmens. Warum wird eine Kapitalbedarfsplanung benötigt?

Eine genaue Kapitalbedarfsplanung hilft, die Liquidität zu sichern und Zahlungsunfähigkeit (Insolvenz) zu vermeiden.
3. Gewerberecht: Was ist ein Gewerbe?

Um ein Gewerbe handelt es sich, wenn Sie eine Tätigkeit selbstständig, regelmäßig und mit der Absicht, Gewinn zu erzielen, durchführen.
4. Gewerbearten: Was ist ein freies Gewerbe? Was ist ein reglementiertes Gewerbe?
 - ☒ Bei freien Gewerben ist kein Befähigungsnachweis vorgeschrieben. Bei Erfüllung der allgemeinen Voraussetzungen (siehe nächsten Punkt) kann auf Grund der Anmeldung das betreffende Gewerbe ausgeübt werden.
 - ☒ Bei reglementierten Gewerben muss bei der Gewerbeanmeldung der für dieses Gewerbe vorgeschriebene Befähigungsnachweis erbracht werden.
5. Persönliche Voraussetzungen: Welche Voraussetzungen muss ein/e Gründer/in erfüllen, um eine Gewerbeberechtigung zu erhalten?
 - ☒ Vollendetes 18. Lebensjahr
 - ☒ Staatsbürgerin oder Staatsbürger eines EU-/EWR-Mitgliedstaates oder der Schweiz
 - ☒ Keine Ausschließungsgründe (z.B. Finanzstrafdelikte, gerichtliche Verurteilungen, Insolvenzverfahren)
 - ☒ Geeigneter Standort
 - ☒ Bei reglementierten Gewerben: Befähigungsnachweis
6. Gewerbeanmeldung: Wo meldet ein/e Gründer/in sein Gewerbe an und welche Punkte muss die Gewerbeanmeldung enthalten?

Die Gewerbeanmeldung ist – je nach Standort des Betriebes – bei der zuständigen Bezirksverwaltungsbehörde vorzunehmen. Das ist die Bezirkshauptmannschaft, der Magistrat oder das magistratische Bezirksamt. Die Gewerbeanmeldung muss folgende Punkte enthalten:

 - ☒ Persönliche Angaben (Name, Geburtsdaten, Wohnort, Staatsangehörigkeit)
 - ☒ Genaue Bezeichnung des Gewerbes
 - ☒ Angabe des Standortes

2. AUFGABE: FALLBEISPIELE GEWERBERECHT

Im Folgenden findest du kurze Fallbeschreibungen zu Personen, die sich gerne selbstständig machen würden. Überprüfe, ob es möglich ist, dass sich diese Personen selbstständig machen.

FALL 1:

Marion Kaiser hat die AHS-Matura und vor kurzem ihr Bachelor-Studium an der Wirtschaftsuniversität Wien abgeschlossen. Ihr großes Hobby ist das Backen. Ihre Kuchen und Torten kommen in ihrer Familie und bei ihren Freundinnen und Freunden sehr gut an. Daher möchte sie sich als Konditorin selbstständig machen. So könnte sie ihr Hobby zum Beruf machen. Ihre Eltern haben sich bereit erklärt, sie finanziell bei der Unternehmensgründung zu unterstützen.



BEISPIELHAFTE MUSTERLÖSUNG

Kann sich Marion selbstständig machen?

☐ Ja ☒ Nein

Begründung: Das Handwerk „Konditoren (Zuckerbäcker) einschließlich der Lebzelter und der Kanditen-, Gefrorenes- und Schokoladewarenerzeugung (Handwerk)“ gehört zu den reglementierten Gewerben. Sie muss dafür einen Befähigungsnachweis erbringen (z.B. Meisterprüfung).

FALL 2:

Anita Schuh ist 17 Jahre alt und Schülerin. Sie erstellt in ihrer Freizeit gerne Websites für ihre Freundinnen und Freunde. Die dafür notwendigen Grundkenntnisse hat sie in der Schule gelernt und sich in ihrer Freizeit vertiefende Kenntnisse angeeignet. Da sie zu den von ihr programmierten Websites viele positive Rückmeldungen bekommt, überlegt sie, ob sie sich damit selbstständig machen soll. Sie hat bereits einige Anfragen und schätzt, dass sie in diesem Jahr rund 10.000 Euro bis 15.000 Euro verdienen könnte. Sie stellt sich vor, dieser Tätigkeit vorerst parallel zur Schule von zu Hause aus auszuüben und hofft, nach der Matura von dieser Tätigkeit leben zu können. Eine Freundin hat ihr den Tipp gegeben, dass sie die Gewerbeberechtigung für „Dienstleistungen in der automatischen Datenverarbeitung und Informationstechnik“ beantragen soll.



BEISPIELHAFTE MUSTERLÖSUNG

Kann sich Anita selbstständig machen?

☐ Ja ☒ Nein

Begründung: Anita Schuh muss mindestens 18 Jahre alt sein, um ein Gewerbe ausüben zu können.

FALL 3:

Andrea Moser hat die Handelsakademie abgeschlossen. Sie ist jetzt 23 Jahre alt und arbeitet seit vier Jahren als Büroangestellte. Außerdem ist sie nebenbei seit sechs Jahren als Model tätig. Sie möchte nun endlich ihren großen Traum verwirklichen und ihre eigene Castingagentur gründen. Im Zentrum von Wien hat sie bereits geeignete Räumlichkeiten gefunden, sie muss nur noch den Mietvertrag unterschreiben.



BEISPIELHAFTE MUSTERLÖSUNG

Kann sich Andrea selbstständig machen?

☒ Ja ☐ Nein

Begründung: Sie erfüllt alle Voraussetzungen, um die Gewerbeberechtigung „Castingagentur“ (= freies Gewerbe) zu erhalten: Alter, österreichische Staatsbürgerin, geeigneter Standort. Annahme: Es liegen keine Ausschließungsgründe wie Finanzstrafdelikte, gerichtliche Verurteilungen etc. vor.

**FALL 4:**

Anke Heinrich ist deutsche Staatsbürgerin. Vor einem Jahr ist sie aus privaten Gründen nach Salzburg gezogen. In Deutschland war sie über 15 Jahre lang bei einer Konzertagentur beschäftigt. Sie hat umfangreiche Kontakte zu Bands, zu Konzertagenturen und zu Eventveranstaltern. Sie möchte sich nun in Österreich als Eventmanagerin selbstständig machen. Sie wohnt mit ihrer Familie in einem großen Einfamilienhaus und möchte vorläufig den Keller des Hauses als Büro nutzen.

BEISPIELHAFTE MUSTERLÖSUNG

Kann sich Anke selbstständig machen?

☒ Ja ☐ Nein

Begründung: Sie erfüllt alle Voraussetzungen, um die Gewerbeberechtigung „Organisation von Veranstaltungen, Märkten und Messen (Eventmanagement)“ (= freies Gewerbe) zu erhalten: Alter, EU-Staatsbürgerin, Standort (auch im eigene Einfamilienhaus kann ein Gewerbe ausgeübt werden).

Annahme: Es liegen keine Ausschließungsgründe wie Finanzstrafdelikte, gerichtliche Verurteilungen etc. vor.



Gründung eines Unternehmens



Gewerbeberechtigung



MARKETINGPLAN



EINSATZ IM UNTERRICHT

Lernergebnis: Ihre Schülerinnen und Schüler können einfache Überlegungen zur Vermarktung eines Produktes anstellen.

- Zielgruppe: Schülerinnen und Schüler der Sekundarstufe I und II
- Dauer: eine Unterrichtseinheit
- Sozialform: Gruppenarbeit
- Medien: grundsätzlich keine erforderlich, eventuell PC und Beamer bzw. Flipcharts, wenn die Schüler/innen ihre Ergebnisse mittels PowerPoint bzw. Plakate vorstellen sollen

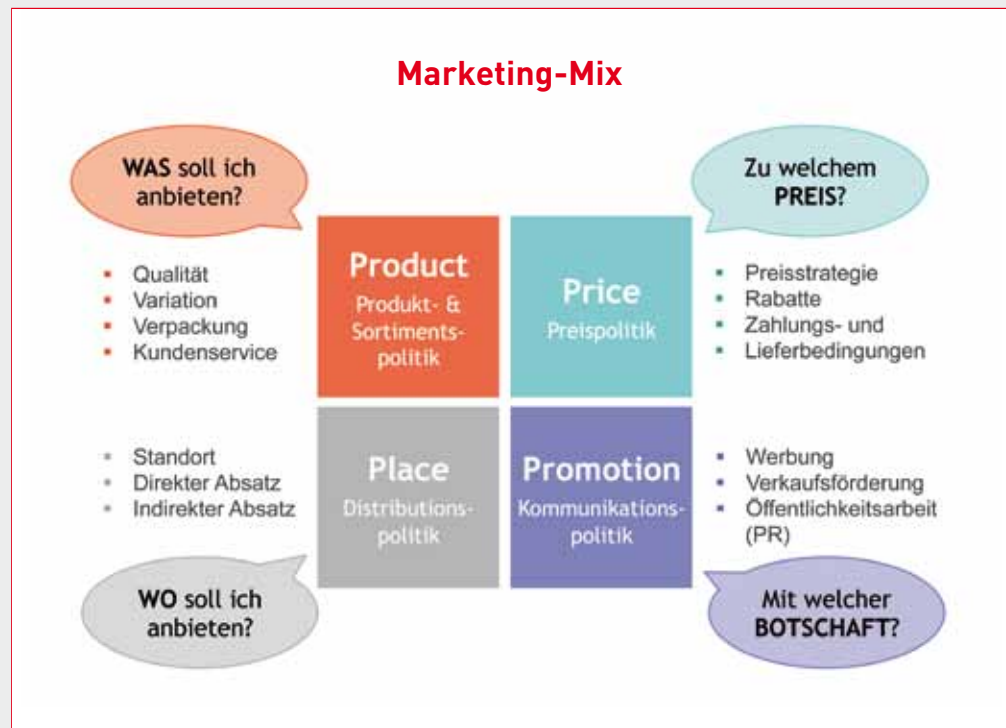
AUFGABE

Sophie Frei führt erfolgreich das Cateringunternehmen „frei*lich*essen“ und überlegt nun, sich zu vergrößern und sich einen Foodtruck anzuschaffen. Den Rest hat sie jedoch noch nicht durchdacht. Hilf ihr daher dabei, einen Marketingplan zu entwerfen, indem du folgende Fragen beantwortest:

- WAS soll Sophie anbieten? (Produkt- und Sortimentspolitik)
- Zu welchem PREIS? (Preispolitik)
- WO soll sie ihr Produkt anbieten? (Distributionspolitik)
- Mit welcher BOTSCHAFT? (Kommunikationspolitik)



PRÄSENTATIONSUNTERLAGE



FINANZPLANUNG



EINSATZ IM UNTERRICHT

Lernergebnis: Ihre Schülerinnen und Schüler können einfache Berechnungen, die bei einer Unternehmensgründung anfallen können, durchführen.

- 🔴 Zielgruppe: Schülerinnen und Schüler der Sekundarstufe II
- 🔴 Dauer: eine Unterrichtseinheit
- 🔴 Sozialform: im Plenum oder Einzel-/Gruppenarbeit möglich
- 🔴 Medien: keine erforderlich

AUFGABE

Lies folgende Fallbeschreibung und bearbeite anschließend die untenstehenden Problemstellungen. Triff Annahmen, falls dir Informationen fehlen.

Josephine betreibt seit Jahren erfolgreich ein Nachhilfeinstitut und möchte sich nun auch mit der Veranstaltung von Seminaren für Erwachsene selbstständig machen. Sie plant zunächst 4-stündige Seminare anzubieten und hat bereits die damit einhergehenden Kosten ermittelt:

- 🔴 Die variablen Kosten für Kursunterlagen, Catering etc. würden 40 Euro pro Teilnehmer/in ausmachen.
- 🔴 Da sie die Räumlichkeiten des Nachhilfeinstituts nutzen kann, würden nur fixe Kosten für Werbung entstehen. Diese schätzt Josephine auf 150 Euro je Seminar.

Als Kursgebühr würde sie 75 Euro von jedem/jeder Teilnehmer/in verlangen.

1. AUFGABE: ERMITTLUNG DER MINDESTTEILNEHMERANZAHL

Berechne den Break-Even-Point, d.h. wie viele Teilnehmer/innen Josephine pro Seminar mindestens benötigt (Break-Even-Menge) und welchen Umsatz sie erzielen muss (Break-Even-Umsatz), um ihre Kosten decken zu können.



BEISPIELHAFTE MUSTERLÖSUNG

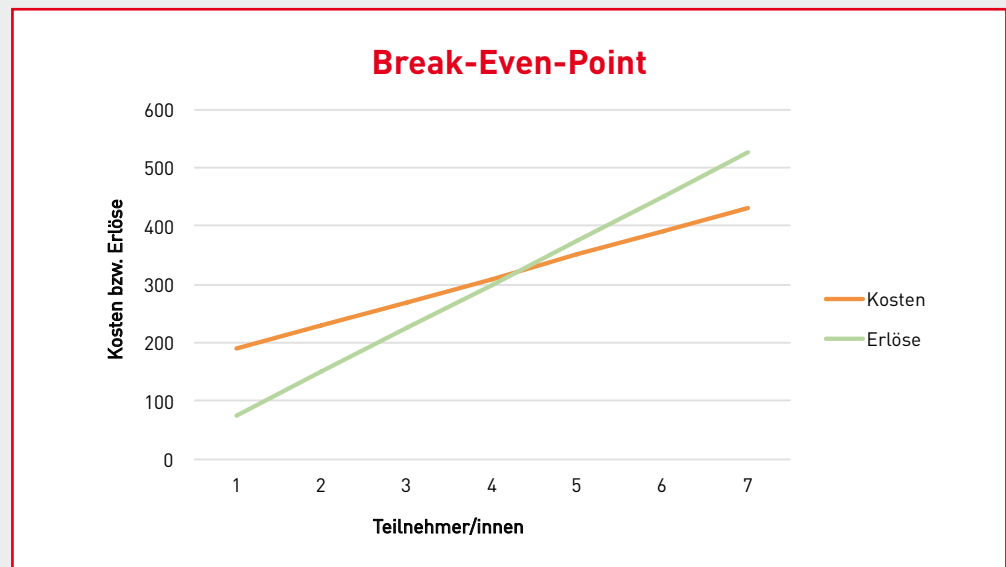
- 🔴 Fixkosten: 150 Euro je Seminar
- 🔴 Variable Kosten: 40 Euro je Teilnehmer/in
- 🔴 Erlös: 75 Euro je Teilnehmer/in

Deckungsbeitrag = 75 Euro Erlös je Teilnehmer/in – 40 Euro variable Kosten je Teilnehmer/in
= 35 Euro je Teilnehmer/in

Break-Even-Menge = 150 Euro Fixkosten je Seminar / 35 Euro Deckungsbeitrag
je Teilnehmer/in = 4,29 → 5 Teilnehmer/innen je Seminar (aufrunden!)

Break-Even-Umsatz = 5 Teilnehmer/innen x 75 Euro Erlös je Teilnehmer/in =
375 Euro je Seminar

Der Break-Even-Point liegt bei 5 Teilnehmer/innen bzw. einem Umsatz von 375 Euro je Seminar.



2. AUFGABE: ERMITTLUNG DES MINDESTPREISES

Josephine überlegt ihre Seminare in Kleingruppen von 10 Personen abzuhalten. Wie hoch müsste die Kursgebühr je Teilnehmer/in sein, wenn Sie zudem einen Gewinn von € 300 je Seminar erzielen möchte?



BEISPIELHAFTE MUSTERLÖSUNG

- 🔴 Fixkosten je Teilnehmer/in: 150 Euro / 10 Teilnehmer/innen = 15 Euro
- 🔴 Variable Kosten je Teilnehmer/in: 40 Euro
- 🔴 Gewinn je Teilnehmer/in: 300 Euro / 10 Teilnehmer/innen = 30 Euro

Kursgebühr = 15 Euro Fixkosten je Teilnehmer/in + 40 Euro Variable Kosten je Teilnehmer/in + 30 Euro Gewinn je Teilnehmer/in = 85 Euro je Teilnehmer/in

Bei einer Gruppengröße von 10 Personen müsste Josephine 85 Euro Kursgebühr je Teilnehmer/in verlangen, um ihre Kosten zu decken sowie einen Gewinn von € 300 zu erzielen.



PRÄSENTATIONSUNTERLAGE

