



GründerKlasse | 03

Infoletter für mehr Unternehmergeist in der Schule



05/2013

Überarbeitung

Praxiskontakte mit der Wirtschaft

„Nicht für die Schule, sondern für das Leben lernen wir“: Wer kennt dieses Sprichwort nicht? Es enthält zwei wichtige Erkenntnisse. Erstens: Schule soll auf das „eigentliche“ Leben außerhalb der Schule vorbereiten. Zweitens: Schule gehört (oder gehörte) nicht zu diesem „eigentlichen“ Leben. Diese Kluft können u. a. Praxiskontakte schließen, vor allem dann, wenn es in Schulen um die Themen „Selbständigkeit“ und „Unternehmertum“ geht. Sie können zum Einstieg in ein Thema, zur Vertiefung oder zur Sicherung von Lerninhalten genutzt werden. Schule ist ein weitgehend geschützter

Lernort. Praxiskontakte öffnen ihn und führen Schülerinnen und Schüler – mal mehr, mal weniger – hinaus ins „wahre Leben“. Rund um das Thema „Unternehmergeist“ sollen Praxiskontakte mit Unternehmen einen lebendigen Zugang zum Thema „Selbständigkeit“ schaffen, eine Vorstellung davon vermitteln, was es heißt, Unternehmer/-in zu sein, unternehmerisches Denken und Handeln fördern, theoretisches Wirtschafts- und Unternehmenswissen konkretisieren und nicht zuletzt Kontakte zu möglichen Ausbildungsbetrieben vermitteln.

Inhalt

Organisation von Praxiskontakten	2
Betriebsbesichtigung, Betriebserkundung, Unternehmergespräch.....	3
Betriebserkundung: Praxistipps	4
Betriebserkundung: Schülerhinweise.....	5
Unternehmensbeschreibung	6
Unternehmerbeobachtung.....	7
Unternehmerbefragung	8
Unternehmertyp: Ja oder nein?	9
Unternehmen und Umfeld	10
Initiativen, die Praxiskontakte vermitteln (Auswahl).....	11
Außerdem.....	12



Organisation von Praxiskontakten

Vorbereitung

Wichtig ist – soweit möglich – die zielgerichtete Steuerung von Praxiskontakten. Immerhin: Die Wirklichkeit ist, anders als eine Unterrichtssituation, nicht didaktisch aufbereitet. Das führt erfahrungsgemäß dazu, dass Schülerinnen und Schüler durch die Vielfalt der Eindrücke überfordert sind und schlicht abgelenkt werden. Effekt: Sie beobachten und speichern Dinge, die in keinem Zusammenhang zum gewünschten Erkenntnisgewinn stehen. Um der Beliebigkeit der Wahrnehmungen vorzubeugen, müssen Schülerinnen und Schüler auf alle Praxiskontakte gründlich vorbereitet werden, in erster Linie mit einem Katalog klarer Beobachtungsaufgaben oder festgelegter Fragen an ganz bestimmte Gesprächspartner. Auch die Praxiskontaktpartner müssen vorbereitet sein. Sie müssen vor allem über den Kenntnisstand der Schülerinnen und Schüler informiert sein, weil diese ansonsten Eindrücke oder Aussagen von Experten nicht erfassen können.

Nachbereitung

Hier geht es darum, die „Ernte einzufahren“: Was konnten die Schülerinnen und Schüler aus den Praxiskontakten „mitnehmen“? Zentrale Fragen im Themenkreis „Unternehmergeist“ sind:

- Welche wirtschaftlichen Zusammenhänge haben sie erkannt?
- Welches Unternehmerbild hatten die Schülerinnen und Schüler zuvor, welches haben sie danach?
- Wie sind ihnen die Bedeutung unternehmerischen Entscheidens, die damit verbundenen Risiken und die Verantwortung eines Unternehmers deutlich geworden?
- Warum ist das Unternehmensein für sie ein mögliches Berufsziel? Warum nicht?

Anbahnung

Kontakte zu Unternehmerinnen oder Unternehmern können die Industrie- und Handelskammern (Industrie, Handel, Dienstleistungen) oder Handwerkskammern (Handwerk) vor Ort vermitteln. Sie können auch bei der Suche nach passenden Referenten für bestimmte Themen oder Problemstellungen helfen. Hier können langfristige Kooperationsvereinbarungen mit externen Partnern (z. B. einzelne Unternehmen, Verband, IHK) sinnvoll sein. Kontakte können auch bei Infotagen der Berufskollegs geknüpft werden.

Betriebsbesichtigung, Betriebserkundung, Unternehmergespräch

Um Schülerinnen und Schülern im Unterricht Kontakte zur unternehmerischen Praxis zu vermitteln, gibt es verschiedene Möglichkeiten.

Zur Informationsbeschaffung: Betriebsbesichtigung

Häufig bieten Unternehmen Betriebsbesichtigungen an und organisieren diese auch. Aus Sicht des Unternehmens, das Besichtigungen anbietet, geht es in diesen Fällen um einen öffentlichkeitswirksamen Auftritt. Daher ist ihr Ablauf oft vorstrukturiert. Aus Sicht der Lehrkräfte entziehen sich derartige Betriebsbesichtigungen weitgehend einer methodischen Einflussnahme. Das didaktische Potenzial von Betriebsbesichtigungen liegt vor allem in der Informationsbeschaffung. Schülerinnen und Schüler bleiben eher passiv und können – in Grenzen – beobachten, befragen, protokollieren, fotografieren usw. und diese Informationen dann im nachbereitenden Unterricht auswerten.

Unternehmerische Wirklichkeit erschließen: Betriebserkundung

Bei einer Betriebserkundung geht es darum, dass Schülerinnen und Schüler sich unternehmerische Wirklichkeit aktiv selbst erschließen. Damit ist die Betriebserkundung – anders als die Betriebsbesichtigung – ein besonders systematischer und gesteuerter Kontakt mit der betrieblichen Praxis. Ziel einer Betriebserkundung ist dabei nicht, möglichst viele Eindrücke vom betreffenden Unternehmen „mitzunehmen“. Eine Betriebserkundung geht von bestimmten Frage- bzw. Problemstellungen aus. Zunächst müssen daher im vorbereitenden Unterricht relevante Frage- und Problemstellungen erarbeitet und Hypothesen zu bestimmten Sachverhalten aufgestellt werden (beim Thema „Unternehmergeist“ z. B. zu den Aufgaben und Tätigkeiten der Unternehmerin/des Unternehmers im Betrieb). Die Betriebserkundung dient dazu, im Rahmen einer mehrstündigen Exkursion den Frage- oder Problemstellungen in der Praxis nachzugehen und die aufgestellten Hypothesen zu überprüfen.

Achtung: Viele Unternehmen sind auf Betriebsbesichtigungen vorbereitet. Betriebserkundungen könnten womöglich mit ein wenig mehr Aufwand verbunden sein. Also: Unbedingt vorab abklären, was zumutbar ist, was nicht.



Durch die fremde Brille: Unternehmergespräch

In einem Gespräch können Schülerinnen und Schüler „echte“ Unternehmerinnen und Unternehmer befragen, die über ihre Aufgaben und ihren unternehmerischen Alltag berichten. Ein solches Gespräch kann in der Schule oder aber auch extern stattfinden, beispielsweise anlässlich einer Betriebserkundung. Es lässt sich relativ problemlos in den Unterricht einbauen und bringt im Vergleich zur Betriebserkundung üblicherweise wesentlich weniger organisatorischen Aufwand mit sich.

Intensivkurs: Betriebspraktikum

Anders als bei Betriebsbesichtigung und Betriebserkundung vermitteln Praktika eine intensivere und umfassendere Lernerfahrung: Während eines Praktikums sind Schülerinnen und Schüler für eine ganze Weile auf sich allein gestellt. Dabei können sie ausführlich hinter die Kulissen der jeweiligen Unternehmen und der dort vorhandenen Berufsbilder blicken. Auf diese Weise lernen sie vielleicht auch die Umgebung und die Bedingungen ihrer späteren Ausbildung kennen.

Welchen Zugang wählen?

Die beschriebenen Wege in die unternehmerische Praxis unterscheiden sich durch die Zeit, die Sie dafür einplanen müssen, und auch die Zahl der Schülerinnen und Schüler, die dabei sein können. Viel wichtiger ist aber, wie intensiv der Kontakt mit der Praxis ausfällt. Und wie nahe die Jugendlichen auf dem einen oder anderen Weg dem „wahren“ Leben kommen. Erleben sie es selbst, oder wird es ihnen nur aus „zweiter Hand“ vermittelt?

Betriebserkundung: Praxistipps



Vorbereitung

- Legen Sie mit Ihren Schülern/Schülerinnen fest, auf welche Unternehmens-Teilbereiche sich die Erkundung bezieht.
- Machen Sie Ihren Schülern/Schülerinnen deutlich, worauf genau sich ihre Beobachtungen, Recherchen und Befragungen richten sollen.
- Verteilen Sie die anfallenden Erkundungsaufgaben auf Arbeitsgruppen: Interviewgruppe, Fotogruppe, Tonbandgruppe usw.
- Üben Sie die erforderlichen Arbeitstechniken (z. B. die Interviewtechnik für eine Befragung).
- Erarbeiten Sie mit Ihren Schülern/Schülerinnen Leitfaden oder Fragebogen für die jeweiligen Erkundungsaufgaben.
- Nehmen Sie Kontakt zu Unternehmern/Unternehmerinnen auf.
- Sprechen Sie vorab die Erkundungsinhalte mit den Unternehmern/Unternehmerinnen im Detail ab. Vermitteln Sie ihnen dabei: Was erwarten die Schülerinnen und Schüler? Welche konkreten Praxiserfahrungen könnten sie besonders interessieren? Welche sind besonders geeignet, die angestrebten pädagogischen Ziele zu erreichen?
- Klären Sie: Wie ist der Ablauf der Erkundung? Wie genau können die Schüler/-innen ihre Erkundungsaufgaben erfüllen?
- Holen Sie gegebenenfalls eine Fotografier- und Interviewerlaubnis ein.

Organisation

- Verabreden Sie zwei Termine:
Termin 1: Planung des inhaltlichen und organisatorischen Verlaufs (ohne Schüler/-innen)
Termin 2: Tag der Betriebserkundung
- Informieren Sie die Schulleitung und holen Sie eine Genehmigung bei der Schulaufsicht ein.
- Sorgen Sie für eine Vertretung für die Zeit Ihrer Abwesenheit.
- Holen Sie elterliche Genehmigungen für eine Betriebserkundung ein.
- Sorgen Sie für eine Versicherung der Schüler/-innen während der Betriebserkundung.

Umsetzung

- Schüler/-innen sollen im Verlauf von Betriebserkundungen – wissentlich und gezielt – auf sich selbst gestellt sein.
- Lehrer/-innen spielen im Verlauf von Betriebserkundungen „nur noch“ eine begleitende Rolle.

Nachbereitung

- Beginnen Sie die Nachbereitung mit einem Unterrichtsgespräch, in dem die Schüler/-innen ihre individuellen Eindrücke schildern und vergleichen.
- Lassen Sie im nächsten Schritt die Erkundungsbögen auswerten, die Erkundungsergebnisse miteinander vergleichen und in einem zusammenhängenden Text festhalten.
- Lassen Sie Ihre Schüler/-innen die Erkundungsergebnisse dokumentieren: z. B. per Vortrag, Power-Point-Präsentation, Wandzeitung, Film, Fotoserie, Diashow usw.
- Lassen Sie Ihre Schüler/-innen offengebliebene Fragen klären: per Telefonat, Rückfragen einer kleinen Interviewgruppe oder anlässlich eines Besuchs der Unternehmerin/des Unternehmers in der Schule.
- Erarbeiten Sie eine Erkundungsdokumentation, die auch der jeweilige Betrieb abschließend erhält.

Betriebserkundung: Schülerhinweise



Praxisbeispiel für eine Betriebserkundung

Ziel: Schüler/-innen sollen ein Schuhgeschäft besuchen und die Besitzerin/den Besitzer befragen. Danach sollen sie eigene Konzepte für Schuhgeschäfte entwickeln.

Vorbereitung: Vor der Erkundung des Schuhgeschäftes macht die beteiligte Lehrkraft die Schüler/-innen mit den Inhalten eines Businessplanes vertraut. Zudem bereitet sie mit ihnen einen Fragenkatalog für die Betriebserkundung vor.

Durchführung: Die Besitzerin/der Besitzer des Schuhgeschäftes skizziert Gründungskonzept, Marketingstrategie sowie den Aufbau des Geschäftes. Sie/er beantwortet Schüler-Fragen zu Käuferverhalten, Ein- und Verkaufspreisen, Umsatz, Gewinn, Personal, Arbeitszeit usw.

Nachbereitung und Fortführung: Die Schüler/-innen bilden im folgenden Unterricht Gruppen, die jeweils ein Geschäftskonzept entwickeln sollen. Diese Konzepte präsentieren sie dem Kreditsachbearbeiter einer Bank, um einen Existenzgründungskredit gewährt zu bekommen. Zudem bewertet ein Expertengremium (Besitzer/-in des Schuhgeschäftes, Gründungsberater, Kreditsachbearbeiter) die Markttauglichkeit der Konzepte.

Organisation: Zeitaufwand Betriebserkundung: ca. 3,5 Stunden, Zeitaufwand für die Erarbeitung und Präsentation von Gründungskonzepten: 6 Unterrichtsstunden sowie viele zusätzliche Stunden, in denen die Schüler/-innen Schuhgeschäfte besuchen, nach Geschäftsideen Ausschau halten oder sich über geeignete Standorte oder Preise für Ladeneinrichtungen informieren müssen. Sie führen zudem eine Umfrage zum Käuferverhalten durch. Möglich ist dieser Zeitaufwand z.B. im Rahmen von Projekttagen oder einer AG am Nachmittag.

Ausführliche Darstellung in: Praxiskontakte – Zusammenarbeit zwischen Schule und Wirtschaft. Von Hans Kaminski, Gerd-Jan Krol, Katrin Eggert, Michael Koch, Dirk Loerwald, Andreas Zoerner. Westermann-Verlag: Braunschweig 2005.



- Ziehen Sie geeignete Kleidung für die Erkundung an.
- Nehmen Sie Schreibzeug, Papier und eine Schreibunterlage mit.
- Beachten Sie besonders die Anweisungen im Betrieb.
- Beachten Sie die Hinweise auf Unfallgefahren im Betrieb.
- Achten Sie darauf, dass Sie nicht unnötig stören oder die Arbeit aufhalten.
- Beachten Sie, dass es in dem Betrieb Bereiche gibt, die für Betriebsfremde gesperrt sind.
- Gehen Sie nicht alleine durch den Betrieb.
- Halten Sie Anschluss zur Gruppe.
- Betätigen sie nicht unaufgefordert Schalter und Knöpfe an Maschinen oder Einrichtungen.
- Seien Sie höflich gegenüber den Beschäftigten des Betriebes.
- Formulieren Sie Ihre Fragen klar und deutlich.
- Stellen Sie Rückfragen, wenn Sie etwas nicht verstehen.

Quelle: Geschäftsstelle der Lernenden Region – Netzwerk Köln e. V.

Unternehmensbeschreibung

Bei einer Betriebserkundung haben Schülerinnen und Schüler die Möglichkeit, hinter die Kulissen eines Unternehmens zu schauen. Die folgenden Fragen können sie dabei aus eigenen Beobachtungen und Erlebnissen, der Auswertung von Broschüren oder Geschäftsberichten des Betriebs oder einer Befragung der Betriebsleitung (Unternehmer/-in oder Geschäftsführer/-in) oder eines/r Betreuers/-in beantworten. Eine Auswertung der Ergebnisse sollte unter verschiedenen Aspekten geschehen: Betriebswirtschaft, Soziales, Berufsorientierung usw. Wichtig ist, das Unternehmen darauf hinzuweisen, dass alle Angaben vertraulich behandelt werden (und dies auch einzuhalten).



1. Wie heißt der Betrieb?
2. Wem gehört der Betrieb?
3. Wer hat den Betrieb gegründet?
4. Seit wann besteht der Betrieb? Gibt es Interessantes aus seiner Geschichte?
5. Zu welcher Branche/welchem Geschäftszweig gehört der Betrieb?
6. Was stellt der Betrieb her bzw. welche Dienstleistungen bietet er an?
7. Welche unterschiedlichen Arbeitsbereiche gibt es im Betrieb?
8. Wie geht es dem Betrieb? Gibt es Probleme? Welche?
9. Wie viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter arbeiten im Betrieb?

	2-4	5-9	10-19	20 und mehr
Gesamt				
Frauen				
Männer				

10. Welche Berufe/Tätigkeiten werden im Betrieb von Männern ausgeführt?
11. Welche Berufe/Tätigkeiten werden im Betrieb von Frauen ausgeführt?
12. Welche Regelungen bestehen hinsichtlich der Arbeitszeit (Gleitzeit, Urlaubsregelungen)?
13. Welche sozialen Leistungen bietet der Betrieb?
14. Welche Berufe werden im Betrieb ausgebildet?

Unternehmerbeobachtung

Was tut eine Unternehmerin/ein Unternehmer im unternehmerischen Alltag? Wie ergeht es ihr/ihm dabei? Was macht eine Unternehmerin/einen Unternehmer aus? Die folgenden Fragen sollen der Beobachtung einer Unternehmerin/eines Unternehmers im Rahmen einer Betriebserkundung dienen. Schüler/-innen sollen dabei u. a. herausfinden, wie eine Unternehmerin/ein Unternehmer „tickt“, und überprüfen, inwieweit ihr bisheriges eigenes Unternehmerbild und die ermittelte Wirklichkeit übereinstimmen.



Name des Unternehmens

Name des/der Unternehmers/-in

1. Welche Arbeitsbedingungen herrschen an den verschiedenen Arbeitsorten der Unternehmerin/des Unternehmers?

kein Zeitdruck			viel Zeitdruck		
1	2	3	4	5	6

Wählen Sie zwischen 1 und 6 (1 = kein Zeitdruck / 6 = viel Zeitdruck)

lustig			ernst		
1	2	3	4	5	6

Wählen Sie zwischen 1 und 6 (1 = lustig / 6 = ernst)

2. Welche konkreten Tätigkeiten führen die Unternehmerin/der Unternehmer aus?
-

3. Wie wirken die Unternehmerin/der Unternehmer auf Sie?

entspannt			angespannt		
1	2	3	4	5	6

Wählen Sie zwischen 1 und 6 (1 = entspannt / 6 = angespannt)

sorglos			besorgt		
1	2	3	4	5	6

Wählen Sie zwischen 1 und 6 (1 = sorglos / 6 = besorgt)

cool			voller Tatendrang		
1	2	3	4	5	6

Wählen Sie zwischen 1 und 6 (1 = cool / 6 = voller Tatendrang)

ratlos			voller Ideen		
1	2	3	4	5	6

Wählen Sie zwischen 1 und 6 (1 = ratlos / 6 = voller Ideen)

4. Wie verhalten sich die Unternehmerin/der Unternehmer gegenüber den Mitarbeitern/-innen?

hören nicht zu			hören zu		
1	2	3	4	5	6

Wählen Sie zwischen 1 und 6 (1 = hören nicht zu / 6 = hören zu)

erteilen Befehle			bitten um Vorschläge		
1	2	3	4	5	6

Wählen Sie zwischen 1 und 6 (1 = erteilen Befehle / 6 = bitten um Vorschläge)

tadeln			loben		
1	2	3	4	5	6

Wählen Sie zwischen 1 und 6 (1 = tadeln / 6 = loben)

5. Wie verhalten sich die Mitarbeiter/-innen gegenüber der Unternehmerin/dem Unternehmer?

respektlos			mit Respekt		
1	2	3	4	5	6

Wählen Sie zwischen 1 und 6 (1 = respektlos / 6 = mit Respekt)

ängstlich			locker, fühlen sich sicher		
1	2	3	4	5	6

Wählen Sie zwischen 1 und 6 (1 = ängstlich / 6 = locker)

passiv, „laufen so mit“			aktiv an der Firma interessiert		
1	2	3	4	5	6

Wählen Sie zwischen 1 und 6 (1 = passiv / 6 = aktiv)

gelangweilt, uninteressiert			haben Freude an der Arbeit		
1	2	3	4	5	6

Wählen Sie zwischen 1 und 6 (1 = gelangweilt / 6 = haben Freude)

6. Was würden Sie nach Ihrer Beobachtung sagen?

- Würden Sie gern als Chef/-in in einem solchen Unternehmen arbeiten? Warum? Warum nicht?
- Würden Sie gern als Mitarbeiter/-in dort arbeiten? Warum? Warum nicht?

Unternehmerbefragung

Die folgenden Fragen sollten Sie Unternehmerinnen oder Unternehmern stellen, um sie besser kennenzulernen. Bevor Sie das tun, sollten Sie versuchen, die Antworten vorwegzunehmen und die Fragen selbst zu beantworten (soweit möglich).

- Vergleichen Sie Ihre und die ermittelten Antworten hinterher.
- Erklären Sie die Unterschiede.

Name des Unternehmens

Name des/der Unternehmers/-in

	Schüler-Antwort	Unternehmer-Antwort
Die Gründung		
1. Warum haben Sie sich selbständig gemacht?		
2. Wie sollte Ihrer Meinung nach eine Gründerin bzw. ein Gründer sein? Über welche Fähigkeiten sollte sie bzw. er verfügen?		
3. Welche Qualifikationen benötigten Sie, um sich selbständig zu machen?		
4. Welche finanzielle und fachliche Unterstützung hatten Sie für die Gründung Ihres Unternehmens?		
5. Welche private Unterstützung hat eine Rolle gespielt?		
6. Welche Probleme traten bei der Gründung auf?		
7. Wie wollten Sie Ihre berufliche Selbständigkeit mit Ihrer familiären Situation unter einen Hut bringen?		
8. Gab es Augenblicke, in denen Sie den Schritt in die Selbständigkeit bereut haben? Warum?		
9. Würden Sie diesen Schritt wieder tun? Warum?		
10. Was war Ihr größter Zugewinn, den Sie aus der Selbständigkeit gezogen haben?		
11. Was würden Sie einer Gründerin/einem Gründer empfehlen?		
12. Was hat Sie am meisten überrascht?		
Die Unternehmensführung		
1. Wie halten Sie als Unternehmer/-in oder Geschäftsführer/-in Ihren Betrieb in Gang? Welche Aufgaben müssen Sie erfüllen?		
2. Welche konkreten Arbeiten müssen Sie dafür verrichten? Worin besteht Ihre besondere Leistung? Wer unterstützt Sie dabei?		
3. Wie kommen Entscheidungen zustande?		
4. Welche besonderen Arbeiterleichterungen genießen Sie als Unternehmer/-in oder Geschäftsführer/-in?		
5. Welche besonderen Rechte haben Sie?		
6. Welche besonderen Anforderungen müssen Sie erfüllen?		
7. Welche besonderen Pflichten haben Sie?		
8. Tun Sie Ihre Arbeit gern? Lieben Sie sie vielleicht sogar? Warum? Warum nicht?		
9. Wie wichtig ist der Betrieb für Ihre Mitarbeiter/-innen?		
10. Würden Sie Ihrer Tochter/Ihrem Sohn raten, ebenfalls selbständig zu werden? Warum? Warum nicht?		

Unternehmertyp: Ja oder nein?

Hinweise darauf, was dazu gehört, Unternehmerin oder Unternehmer zu sein, gibt der folgende Test. Er geht auf wichtige Eigenschaften einer Unternehmerpersönlichkeit ein. Mit seiner Hilfe können Sie feststellen, wie eine Unternehmerin oder ein Unternehmer, die oder den Sie z. B. bei einem Unternehmertesgespräch treffen, tickt. Stellen Sie auch fest, ob Sie selbst ein „Unternehmertyp“ sind oder nicht. Vergleichen Sie die Resultate.

Antworten jeweils:

- eher ja (1 Punkt)
- eher nein (0 Punkte)

Name Schüler/-in bzw. Unternehmer/-in

ggf. Name des Unternehmens



Antriebsstärke

- Sind Sie begeisterungsfähig?
- Sind Sie entscheidungsfreudig?
- Nehmen Sie Herausforderungen gern an?
- Sind Sie hartnäckig, wenn es um Ihre Sache geht?

Unabhängigkeit

- Sind Sie jemand, der gern die Initiative ergreift?
- Geht es Ihnen eher gegen den Strich, wenn Ihnen einer sagt, was Sie zu tun haben?
- Genießen Sie es, selber entscheiden zu dürfen?
- Haben Sie eigene Ziele, die Sie erreichen wollen?

Risikobereitschaft

- Sind Sie ein optimistischer Mensch?
- Sind Sie bereit, Risiken einzugehen, wenn Sie etwas erreichen wollen?
- Kommen Sie gut über Frustrationen hinweg?
- Hätten Sie als Unternehmer/-in Angst davor zu scheitern?
- Wären Sie bereit, als Selbständige/-r auf ein sicheres festes Einkommen zu verzichten?

Kreativität

- Fällt es Ihnen leicht, neue Ideen zu entwickeln?
- Denken Sie: Es gibt für jedes Problem eine Lösung?
- Finden Sie Routine auf Dauer langweilig?

Kontakt

- Fällt es Ihnen leicht, mit fremden Menschen ins Gespräch zu kommen?
- Können Sie sich gut gegen Andere durchsetzen?
- Übernehmen Sie gern Verantwortung?
- Können Sie sich gut auf andere Menschen einstellen?
- Können sie Andere begeistern?

Leistung

- Sind Sie ehrgeizig?
- Sind Sie ein/-e disziplinierte/-r Arbeiter/-in?
- Kommen Sie mit Stresssituationen gut zurecht?
- Wären Sie bereit, als Selbständige/-r 60 Stunden und mehr in der Woche zu arbeiten?

Auswertung

Addieren Sie Ihre Punktzahl und lesen Sie die entsprechende Bewertung:

0 bis 10 Punkte

Sie sind wahrscheinlich nicht die geborene Unternehmerin oder der geborene Unternehmer. Wahrscheinlich würden Sie in einem Angestelltenverhältnis glücklicher.

11 bis 20 Punkte

Das Ergebnis fällt für Sie nicht eindeutig aus. Die geborene Unternehmerin oder der geborene Unternehmer sind Sie wahrscheinlich nicht. Aber Sie zeigen schon eine ganze Reihe von Eigenschaften, die man als Unternehmer/-in gut gebrauchen kann.

21 bis 25 Punkte

Gratuliere: Sie scheinen viel von einer Unternehmerpersönlichkeit zu haben. Wenn Sie mit dem Gedanken spielen, sich tatsächlich einmal selbständig zu machen, sollten Sie sich trotzdem gut über den Weg dorthin informieren.

Unternehmen und Umfeld

Gerade die vielen kleinen und mittleren Unternehmen sind eng mit ihrem Standort verbunden. Vor allem dann, wenn sie z.B. als Familienunternehmen schon lange hier ansässig sind. Sie spielen dann vor Ort eine besondere Rolle, die oft weit über ein reines Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Verhältnis zu den Anwohnern vor Ort hinausgeht.

Name des Unternehmens

Name des/der Unternehmers/-in

Innensicht: Fragen an Unternehmer/-in

Welche besonderen Angebote macht das Unternehmen an Mitarbeiter/-innen?

- Besondere soziale Leistungen
- Angebote für Mitarbeiter/-innen mit Kindern
- Angebote für Weiterbildung und Qualifizierung
- Angebote zum Arbeitsschutz
- Angebote zur Gesundheitsvorsorge
-

Wie engagiert sich das Unternehmen für die Umwelt?

- Sparsamer und schonender Umgang mit Rohstoffen (z.B. Wasser)
- Sparsamer und schonender Umgang mit Energie
- Einsatz erneuerbarer Energien
- Vorhandensein eines Umweltmanagementsystems
-

Wie zeigt das Unternehmen ökonomische Verantwortung?

- Verständliche und genaue Produktinformationen
- Fair-Trade-Angebote im Sortiment
- Das Unternehmen könnte an Standorte mit geringerer Kostenbelastung (Personalkosten, Steuern) abwandern, bleibt aber am Ort
-

Wie engagiert sich das Unternehmen für das Gemeinwesen in der Stadt/der Region

- Spenden für.....
- Sponsoring für
- Ehrenamt für
-

Warum engagiert sich das Unternehmen in diesen Bereichen?

.....



Außensicht: Fragen an Industrie- und Handelskammer oder Handwerkskammer

Wie viele Ausbildungsplätze bietet das Unternehmen an?

.....

Wie viele Ausbildungsplätze bieten alle kleinen und mittleren Unternehmen zusammen an?

.....

Außensicht: Fragen an die Stadtverwaltung

Unternehmen bezahlen an Ihrem Standort Gewerbesteuer. Für welche Zwecke wird sie verwendet?

.....

Auswertung

- Wie wichtig sind kleine und mittlere Unternehmen insgesamt?
- Wie wichtig ist das Unternehmen für die Stadt/ die Region?
- Welche Faktoren machen seine Bedeutung aus?

Kleine und mittlere Unternehmen

Auf sie entfallen bundesweit

- 99,6 % aller umsatzsteuerpflichtigen Unternehmen
- 60,2 % aller sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätze
- 83,2 % aller Ausbildungsplätze
- 37,1 % aller Umsätze
- 51,8 % der Nettowertschöpfung aller Unternehmen (Wert aller produzierten Waren und erbrachten Leistungen)

Quelle: Institut für Mittelstandsforschung Bonn 2013

Initiativen, die Praxiskontakte vermitteln (Auswahl)

business@school

Eine Initiative von The Boston Consulting Group (BCG)

Schülerinnen und Schüler analysieren zunächst ein börsennotiertes, dann ein mittelständisches Unternehmen (Markt, Wettbewerber, Berechnung betriebswirtschaftlicher Kennzahlen) und entwickeln schließlich eine eigene Geschäftsidee mit Businessplan. Unterstützt werden sie dabei von Beratern der Boston Consulting Group und Mitarbeitern von business@school-Partnerunternehmen.

www.business-at-school.de

Chef für 1 Tag

Mit „Chef für 1 Tag“ treten Jugendliche in direkten Kontakt mit Führungskräften aus renommierten Großunternehmen. Der Wettbewerb startet mit dem Besuch eines Unternehmers oder einer Unternehmerin in der Schule, der/die sich mit den Schülern und Lehrkräften zu Unternehmens- und Wirtschaftsfragen, Mitarbeiterführung oder auch Karriereplanung austauscht. Im zweiten Schritt folgt ein 2-tägiges „Chef-Casting“ durch eine Unternehmensberatung, zu dem die teilnehmenden Klassen/Kurse eingeladen werden.

www.focus.de/chef

Deutscher Gründerpreis für Schüler (DGPS)

Beim Deutschen Gründerpreis für Schüler (DGPS) gründen Schülerteams ein fiktives Unternehmen. Im Spielverlauf entwickeln sie ein Geschäftskonzept, analysieren Kunden und Wettbewerber, entwickeln eine Unternehmens- und Marketingstrategie, legen Preise für die Produkte und Dienstleistungen fest und erstellen eine Finanzplanung. In einem Online-Planspiel machen die Schülerteams Erfahrungen als „virtuelle Unternehmer“ – Bodenhaftung erhalten sie durch den Praxiskontakt bei der Geschäftskonzeptpräsentation vor Unternehmen und durch den Kontakt mit Unternehmenspaten.

www.deutscher-gruenderpreis.de



Schüler im Chefsessel

Mit dem Projekt „Schüler im Chefsessel“ des Verbandes „DIE JUNGEN UNTERNEHMER – BJU“ haben Jugendliche die Möglichkeit, den Arbeitstag eines/einer Unternehmers/-in in ihrer Region einen Tag lang hautnah mitzuerleben. Die Schülerinnen und Schüler lernen das Unternehmen, seine Beschäftigten und vor allem den unternehmerischen Arbeitsalltag kennen.

www.schueler-im-chefsessel.de

Sommercamp futOUR

Im Sommercamp futOUR können Schülerinnen und Schüler von Berliner Gesamt-, Gemeinschafts- und Sekundarschulen ihre schulische und berufliche Zukunft erforschen. Neben aufregenden Freizeitangeboten, sportlichen Aktionen und spannenden Projekten können die Teilnehmer Betriebe erkunden und ihre persönlichen Stärken entdecken. Das Sommercamp futOUR ist ein Programm der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung, der Unternehmensgruppe Gegenbauer, der DKB Stiftung für gesellschaftliches Engagement sowie der Beck'schen Stiftung, Berlin, in Kooperation mit der Senatsverwaltung für Bildung, Jugend und Wissenschaft.

www.dkjs.de

TheoPrax

Mit TheoPrax bearbeiten Schülerteams mit einem eigenen kleinen Unternehmen lehrplanintegriert in Projektarbeiten industrielle, wirtschaftliche oder auch kommunale Aufträge mit Ernstcharakter. Für die Bearbeitung dieser Themen/Problemstellungen, die vom TheoPrax Zentrum (TPZ) aufbereitet an die Schulen weitergegeben werden, führen die Schüler persönliche Gespräche mit Kunden/Auftraggebern und formulieren mit ihren Betreuern ein detailliertes Angebot. Mit der Auftragsvergabe an die Schülerinnen und Schüler beginnt die eigentliche Projektarbeit.

www.theo-prax.de



Außerdem

Praxiskontakte – Zusammenarbeit zwischen Schule und Wirtschaft.

Von Hans Kaminski, Gerd-Jan Krol, Katrin Eggert, Michael Koch, Dirk Loerwald, Andreas Zoerner. Westermann-Verlag: Braunschweig 2005.

Praxiskontakte Wirtschaft – Wirtschaft in der Schule!

Downloads zu ca. 20 erprobten Praxiskontakt-Themen. www.handelsblattmachtschule.de

Leitfaden zur Betriebserkundung.

Zusammengestellt von Martin Firmkäs, Regionalteam Oberpfalz in der Landesarbeitsgemeinschaft Arbeit-Wirtschaft-Technik. Sehr detaillierte Aufbereitung mit Fragenkatalog, Checkliste zur Betriebserkundung und Informationsblatt für Schulen. www.ak-schulewirtschaft-regensburg.de

Experten in den Unterricht einbinden.

Von Christina Cron. In: Ökonomie im Schulalltag, TrappenTexte 4 (Hrsg.: Heinz Jacobs). Wochenschau Verlag 2011, S. 70 ff.

Methodenlandkarte

wigy e.V. Institut für Ökonomische Bildung gemeinnützige GmbH (IÖB), Oldenburg. Überblick über die vielfältigen Methoden zum Thema „Wirtschaft verstehen“. www.wigy.de

www.unternehmergeist-macht-schule.de

Wie kann Schule Unternehmergeist wecken? Welche Wege stehen Lehrerinnen und Lehrern dafür zur Verfügung? Wer unterstützt sie dabei? Das BMWi-Internetportal stellt eine Vielzahl von Initiativen vor, die sich der Entrepreneurship Education verschrieben haben. Es bietet zudem Erfahrungsberichte, Hintergrundinformationen und Materialien für die ökonomische Bildung an. Dazu gehören u.a. auch kurze und abwechslungsreiche Lernprogramme (eTraining), das Online-Spiel BeBoss sowie der SCHÜLER-BUSINESS-AWARD.

Print- und Online-Informationen

BMWi-GründerKlasse

Methodische Wege für Unternehmergeist-Projekte

BMWi-GründerZeiten

Einzelthemen der Unternehmensgründung und -führung

Bestellmöglichkeiten

Bestelltelefon: 030 182722721

publikationen@bundesregierung.de

Download und Bestellfunktion:



www.existenzgruender.de

www.unternehmergeist-macht-schule.de

Internetportal der BMWi-Initiative „Unternehmergeist in die Schulen“ mit Hintergrundinformationen, eTrainings, Materialien, Online-Spiel BeBoss und nützlichen Hinweisen für Unternehmergeist-Projekte

Impressum

Herausgeber

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi)
Öffentlichkeitsarbeit
11019 Berlin
www.bmwi.de

Hinweise und Anregungen senden Sie bitte an

gruenderklasse@bmwi.de

Redaktion

PID Arbeiten für Wissenschaft und Öffentlichkeit GbR, Berlin.

Gestaltung und Produktion

PRpetuum GmbH, München

Stand

Mai 2013

Druck

Bonifatius GmbH, Paderborn

Bildnachweis

contrastwerkstatt/fotolia (Titel, S. 2), Eisenhans/fotolia (S. 3), yagabunga/fotolia (S. 4), © Kica Henk/fotolia (S. 5), Alexander Rath/fotolia (S. 5), Monkey Business/fotolia (S. 6), bellemedia/fotolia (S. 7), Yuri Arcurs/fotolia (S. 9), Syda Productions/fotolia (S. 10), djama/fotolia (S. 11)

Auflage

10.000

