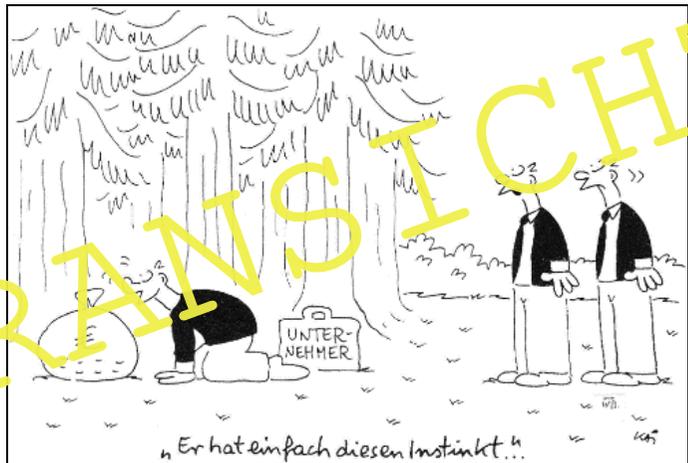


UNTERRICHTS MATERIALIEN Wirtschaft/Recht



Ein Start-up gründen – von der zündenden Idee zum dauerhaften Unternehmenserfolg

Erfolgsfaktoren, Risiken und Geschäftsmodelle von Start-ups analysieren

Ein Start-up gründen – von der zündenden Idee zum dauerhaften Unternehmenserfolg

Timo Schuh, Anke Söller

1	Fachwissenschaftliche Hinweise.....	1
1.1	Grundkenntnisse.....	1
1.2	Entrepreneurship als Motor der Marktwirtschaft.....	2
1.3	Wichtige Instrumente für Unternehmensgründung und -entwicklung.....	3
1.3.1	Marktanalyse.....	3
1.3.2	SWOT-Analyse.....	4
1.3.3	Crowdfunding.....	5
1.4	Literatur und Medien.....	6
2	Methodisch-didaktische Konzeption.....	8
2.1	Grundlagen.....	8
2.2	Themenschwerpunkte.....	8
2.3	Lernziele/Kompetenzen.....	12
3	Materialien und Arbeitsaufträge.....	13
3.1	Gründen – Motive und Erfolgsfaktoren.....	13
	M 1: Was bin ich? – Berühmte Logos.....	13
	M 2: „Erdbeereis kann jeder!“ – Eine geniale Idee als Gründungs- impuls.....	14
	M 3: Besser als Coca-Cola sein – was motiviert Gründer?.....	17
	M 4: Wer nicht gründet, hat schon verloren! – Zitate zum Thema „Scheitern“.....	18
3.2	Wecke den Unternehmer in dir – Entrepreneurship.....	20
	M 5: „Er hat einfach diesen Instinkt!“ – Wird man zum Unternehmer geboren?.....	20
	M 6: Aller guten Dinge sind fünf – was macht einen Unternehmer aus?.....	21

	M 7: Jeder Mensch ein geborener Unternehmer? – Ein Interview mit dem Nobelpreisträger Prof. Dr. Muhammad Yunus.....	22
3.3	Gründen in der Praxis – das Beispiel Fitnessmarkt	26
	M 8: Ein digitaler Fitnesscoach? – Die App Freeletics	26
	M 9: Wie analysiert man einen Markt? – Eine Infografik	27
	M 10: Ein Frageleitfaden zur Marktanalyse	28
	M 11: Der Fitnessmarkt – ein gutes Pflaster für Gründer?	29
3.4	Gründen in der Praxis – das Beispiel mymuesli.....	31
	M 12: „Jeder nach seinem Geschmack“ – Müsli nach Maß.....	31
	M 13: Die SWOT-Analyse – was ist die richtige Unternehmensstrategie für mymuesli?.....	32
3.5	Startkapital beschaffen – die Methode Crowdfunding	34
	M 14: Ein Computerspiel vermarkten – mit welchem Geld?.....	34
	M 15: Rollenkarte: Spieleentwickler	36
	M 16: Rollenkarte: Potenzielle Investor	37
4	Lösungsvorschläge	38

Kompetenzprofil

- Niveaustufe: obere Mittelstufe, Oberstufe
- Kompetenzfelder: Motive und Faktoren einer erfolgreichen Unternehmensgründung systematisieren, Handlungschancen und -risiken einer Unternehmensgründung beurteilen, das Rollenmodell eines erfolgreichen Unternehmensgründers und Geschäftsmodelle von Start-ups analysieren, die Position von Gründern bzw. Investoren vertreten, eine Markt- und eine SWOT-Analyse durchführen
- Methode: Analyse von Schaubildern, Bildanalyse, Blitzlicht, Diagrammerstellung, Internetrecherche, Karikaturenanalyse, Kugellager, Positionslinie, Pyramidendiskussion, Rollen-spiel, Textarbeit, Zitatecollage
- Medien: Analyseraster, Bilder, Bilder-collage, Definitionen, Frageleitfaden, Karikatur, Rol-lenkarten, Schaubild, Text, Video, Zitate
- Fachübergreifende Aspekte: Politik/Sozialkunde

M 2 „Erdbeereis kann jeder!“ – Eine geniale Idee als Gründungsimpuls



Weißwurst-, Sauerkraut- oder Spätzle-Eis? Was verrückt klingt, gibt es tatsächlich beim „verrückten Eis“ Matthias Münz zu kaufen. Der Dreißigjährige eröffnete 2012 seine erste Eiskle in der Nähe der Ludwig-Maximilians-Universität in München. Mittlerweile können Kunden an drei Standorten seine exotischen Eissorten genießen.

Es war schon immer der Wunsch des Eismachers, sich selbstständig zu machen, und auch die Leidenschaft für Eis hegt er schon lange. 2006 verbrachte er einige Zeit in Italien und lernte dort über seine italienische Freundin einen Speiseishersteller kennen. Dieser zeigte ihm die Grundlagen der Herstellung von Speiseeis und empfahl ihm die Teilnahme an Kursen. Als der Absolvent der Tourismuswissenschaften dann seine Abschlussarbeit zum Thema „Existenzgründung in der Speiseeisbranche – Eröffnung eines innovativen Eiscafé in München“ schrieb, war es 2012 an der Zeit, die Theorie in die Praxis umzusetzen. Für seine Abschlussarbeit hatte er bereits einen Businessplan erstellt und eine Standortanalyse durchgeführt. Die Umsetzung seines Planes gelang ihm mithilfe finanzieller Unterstützung seiner Familie und eines Existenzgründerkredits. Dieser ermöglicht ihm günstige Zinssätze und ein Abbezahlen der Kredite nach zehn Jahren. 2016 schrieb sein Unternehmen bereits schwarze Zahlen.

Was ist neben dem außergewöhnlichen Geschmacksangebot das Besondere an dem Eis? Matthias Münz verwendet im Gegensatz zu vielen anderen Eis-

M 4 Wer nicht gründet, hat schon verloren! – Zitate zum Thema „Scheitern“

„Der größte Ruhm im Leben liegt nicht darin, nie zu fallen, sondern jedes Mal wieder aufzustehen.“

Nelson Mandela (1918–2013, erster schwarzer Präsident Südafrikas)

„Das erste Unternehmen, das ich gegründet habe, ist mit einem großen Knall gescheitert. Das zweite Unternehmen ist ein bisschen weniger schlimm gescheitert, [...] das dritte Unternehmen ist auch anständig gescheitert, aber das war irgendwie okay. Ich habe mich rasch erholt, und das vierte Unternehmen überlebte bereits [...] Nummer fünf war dann PayPal.“

Max Levchin (geb. 1975, Mitbegründer des Online-Bezahldienstes PayPal)

„Wer alle seine Ziele erreicht, hat sie sich zu niedrig ausgewählt.“

Herbert von Karajan (1908–1989, österreichischer Dirigent)

„Einen Versuch wagen und dabei scheitern, bringt zumindest einen Gewinn an Wissen und Erfahrung. Nichts riskieren dagegen heißt, einen nicht abschätzbaren Verlust auf sich nehmen – den Verlust des Gewinns, den das Wagnis möglicherweise eingebracht hätte.“

Chester Bernard (1886–1961, US-amerikanischer Unternehmensleiter)

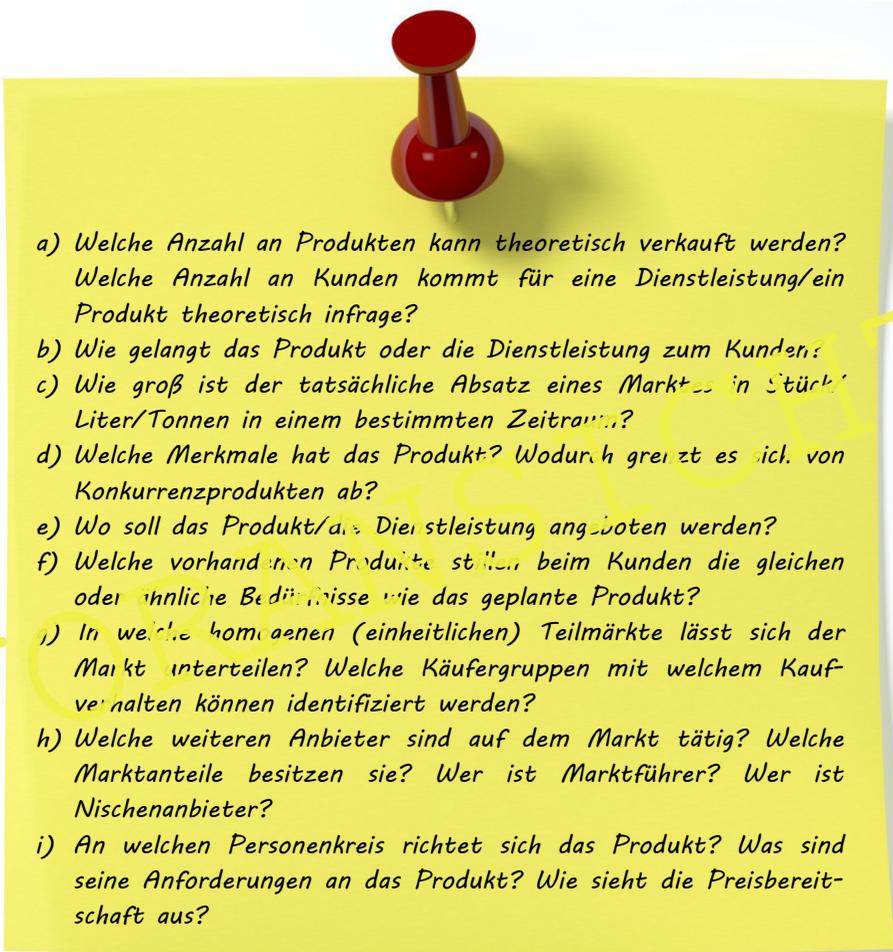
„Unsere Fehlschläge sind oft erfolgreicher als unsere Erfolge.“

Henry Ford (1863–1947, US-Unternehmer)

„Angst vor dem Scheitern macht dich garantiert kaputt. Du gehst immer brav die Straße entlang, du riskierst nie etwas, du biegst nie in die kleinen Seitenstraßen ein, die du siehst, denn du sagst dir: Verlockend sieht es ja aus, aber ich kenne diese Straße nicht. Ich bleibe lieber hier und laufe schön geradeaus weiter.“

Jack Lemmon (1925–2001, amerikanischer Schauspieler)

M 10 Ein Frageleitfaden zur Marktanalyse

- 
- a) Welche Anzahl an Produkten kann theoretisch verkauft werden? Welche Anzahl an Kunden kommt für eine Dienstleistung/ein Produkt theoretisch infrage?
 - b) Wie gelangt das Produkt oder die Dienstleistung zum Kunden?
 - c) Wie groß ist der tatsächliche Absatz eines Marktes in Stück/Liter/Tonnen in einem bestimmten Zeitraum?
 - d) Welche Merkmale hat das Produkt? Wodurch grenzt es sich von Konkurrenzprodukten ab?
 - e) Wo soll das Produkt/die Dienstleistung angeboten werden?
 - f) Welche vorhandenen Produkte stellen beim Kunden die gleichen oder ähnliche Bedürfnisse wie das geplante Produkt?
 - g) In welche homogenen (einheitlichen) Teilmärkte lässt sich der Markt unterteilen? Welche Käufergruppen mit welchem Kaufverhalten können identifiziert werden?
 - h) Welche weiteren Anbieter sind auf dem Markt tätig? Welche Marktanteile besitzen sie? Wer ist Marktführer? Wer ist Nischenanbieter?
 - i) An welchen Personenkreis richtet sich das Produkt? Was sind seine Anforderungen an das Produkt? Wie sieht die Preisbereitschaft aus?

Arbeitsaufträge

1. Erklärt euch gegenseitig das Schaubild. Welche Begriffe könnt ihr mit eurem Vorwissen bereits erklären? (M 9)
2. Lest die Fragen zur Marktanalyse. Ordnet jeweils eine Frage (a-i) einem Aspekt der Marktanalyse zu (1-9) (M 9 und M 10).

3.4 Gründen in der Praxis – das Beispiel mymuesli

M 12 „Jeder nach seinem Geschmack“ – Müsli nach Maß



© mymuesli/Viktor Strasse

Die Idee zum Baukasten-Biomüsli kam Max Wittrock, Philipp Kraiss und Hubertus Bessau auf einer Fahrt zu einem Baggersee im Sommer 2005. Im Radio lief der Werbespot eines Müsliherstellers, als die drei Freunde den „Geistesblitz“ hatten. Als sie am Abend auf dem Rückweg waren, um sich im Supermarkt Grillgut zu besorgen, schlenderten sie durch die Gänge zu den Frühstücksprodukten: zwölf Meter Müsli, voll mit Haferflocken, Cornflakes, Schokomüsli, Nüssen oder Rosinen. Doch was machen Menschen, die unter einer Nussallergie leiden? Oder jemand, der keine Rosinen mag? Plötzlich ist die Auswahl nicht mehr groß. Leicht zu lösen wäre

das Problem, wenn es individuelle Müsli-Mischungen zu kaufen gäbe.

Noch während ihres Studiums fingen die drei Freunde an, ihr Projekt mymuesli zu planen: Wie sollen die Kunden an das Müsli kommen? Wie will man Werbung machen? Wer kann die Sorten produzieren? 2007 wurde das Start-up bereits mit Gründerpreisen überhäuft, weil das Unternehmen bereits gut funktionierte.

Kreativität: Der Begriff kommt vom lateinischen Verb „creare“ („schaffen“, „gebären“, „erzeugen“) und bezeichnet die Fähigkeit, fantasievoll und in gestaltender Weise zu denken und zu handeln.

Arbeitsaufträge

1. Beschreibe die Situation, in der die mymuesli-Gründer ihre „zündende“ Geschäftsidee hatten.
2. Überlegt, in welchen Situationen ihr besonders kreativ seid.
3. Diskutiert im Plenum, ob Kreativität erlernbar ist.

M 15 Rollenkarte: Spieleentwickler



© iStockphoto/alvarez

Dein Ziel ist es, deinen potenziellen Investor davon zu überzeugen, dich bei deinem Projekt zu unterstützen. Dafür zeigst du ihm/ihr auf, was für Vorteile er/sie dadurch gewinnt.

- Stelle dein Projekt auf eine möglichst kreative, anschauliche und einprägsame Weise vor.
- Entkräfte seine/ihre Einwände.
- Überzeuge ihn/sie von den Vorzügen:
 - auch ein kleiner finanzieller Beitrag ist hilfreich und das Risiko ist auf viele verteilt,
 - Produktrisiken sind minimiert, da nur das produziert wird, was bereits Interessenten bzw. Käufer gefunden hat,
 - die Produktion erfolgt nahe am Kunden,
 - durch viele Investoren können auch risikoreichere Projekte finanziert werden, die ein höheres Gewinnpotenzial aufweisen,
 - Investoren gehören zu den ersten Anwendern und können Feedback geben,
 - Unternehmensgründungen zu unterstützen, bedeutet die Förderung eines positiven gesellschaftlichen Werts,
 - dir ist eine größtmögliche Transparenz wichtig (z. B. durch Offenlegung von Quartalsberichten, Jahresabschlüssen).

3. Individuelle Schülerlösungen

EIN EIGENES UNTERNEHMEN GRÜNDEN	
PRO	KONTRA
eigener Gestaltungsspielraum	Angst vor dem Scheitern
Traum vom großen Durchbruch/Erfolg	keine gute Geschäftsidee vorhanden
sein eigener Chef sein	zu viel Verantwortung
ein nützliches Produkt entwickeln und vermarkten	zu hohes Risiko

M 2 „Erdbeereis kann jeder!“ – Eine geniale Idee als Gründungsimpuls

I.



2.