

Foodtrucks – „Essen auf Rädern“ als neues Geschäftsmodell



© thinkstock/iStock

Foodtrucks erobern allmählich den deutschen Markt.
Wäre dieses Unternehmensmodell etwas für Ihre Schüler?

Von Dr. Peter Kührt, Nürnberg

Dauer	7 Stunden
Inhalt	das Business Model Canvas kennenlernen; sich mit dem Geschäftsmodell „Foodtrucks“ auseinandersetzen und ein eigenes Gründungskonzept erstellen: Zielgruppe definieren, Speisenangebot ausarbeiten, Konkurrenzanalyse durchführen, Marketing entwerfen, Kostenüberblick erstellen; die Geschäftsidee vorstellen und diskutieren
Ihr Plus	Leitfaden und Bewertungskriterien für eine Präsentation auf CD

Materialübersicht

Stunden 1/2 Foodtrucks – eine Geschäftsidee genauer betrachten

- M 1 (Fo) Foodtrucks – was ist das für eine Geschäftsidee?
 M 2 (Ab) Erste Ideen sammeln – das Business Model Canvas

Stunden 3–6 Ein Gründungskonzept für einen Foodtruck erstellen

- M 3 (Tx) Neu, hip, lecker – welche Kunden wollen wir ansprechen?
 M 4 (Tx) Ein Foodtruck und leckeres Essen – reicht das zum Erfolg aus?
 M 5 (Ab) Einen Namen und ein Design finden – die ersten Marketingschritte
 M 6 (Ab) Hier sind wir! – Richtig Werbung machen
 M 7 (Tb) Von der Warenkalkulation zur Gesamtkalkulation – ein Kostenüberblick

Stunden 6/7 Die Geschäftsidee vorstellen und diskutieren

- M 8 (Tx) Traumverwirklichung oder Horrorszenario? – Eine Podiumsdiskussion

Lernerfolgskontrolle

- M 9 (Lk) Rund ums Thema „Foodtruck“ – Vorschlag für eine Klausur

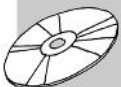
Bedeutung der Abkürzungen

Ab = Arbeitsblatt; Fo = Farbfolie; Lk = Lernerfolgskontrolle; Tb = Tabelle; Tx = Text

Minimalplan

Sie haben nur drei Unterrichtsstunden Zeit? Dann verwenden Sie folgende Materialien:

Stunden 1/2	Foodtrucks als Geschäftsidee und das Business Model Canvas	M 1, M 2
Stunde 3	Einen Kostenüberblick erstellen	M 7



Sie finden alle Materialien im veränderbaren Word-Format auf der **CD RAAbits Wirtschaft Berufliche Schulen (CD 27)**. Bei Bedarf können Sie die Materialien gezielt am Computer überarbeiten, um sie auf Ihre Lerngruppe abzustimmen.

M 3

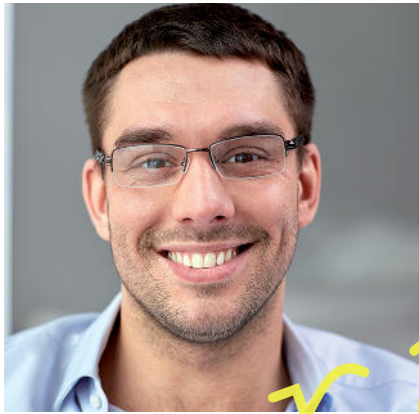
Neu, hip, lecker – welche Kunden wollen wir ansprechen?

Für wen wollen wir kochen? Welche Gerichte eignen sich? Und wie teuer sollen sie sein? Diese Fragen sind für die Bestimmung der Zielgruppe wichtig.

Saskia: In meiner „Suppenküche“ biete ich viele leckere Suppen an – meist aus regionalen Zutaten. Eine vegane Variante ist auch immer dabei. Meine Kunden sind oft Frauen, die in einem Gewerbegebiet arbeiten, das ich täglich anfare. Neben der Unternehmenskantine ist meine Suppenküche das einzige Mittagsangebot.



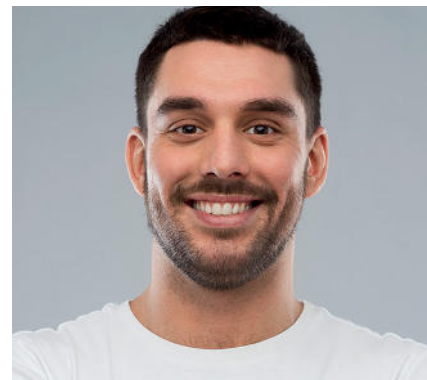
© thinkstock/iStock



© thinkstock/iStock

Marek: Also, bei mir gibt es Smoothies aller Art – gerade beliebt sind der Mandel-Mango-Smoothie und der Kiwi-Erdnuss-Smoothie. Je nach Saison biete ich andere Obst- und Gemüsesorten an. Die Smoothies werden morgens immer frisch zubereitet und schmecken leicht gekühlt am besten. Ich habe viele Geschäftsleute als Kunden, aber auch Studenten und einfach alle, die auf eine leckere, vitaminreiche Nahrung achten.

Cen: Burritos sind mein Leibgericht und so habe ich mich dafür entschieden. Vor allem mein Burrito mit Rindfleisch und Erdnussbutter kommt bei Männern unter 40 sehr gut an. Die ersten Standorte waren auch genau die, an denen eben diese Männer anzutreffen waren.



© thinkstock/iStock

Aufgaben

1. Lesen Sie die Aussagen der drei Foodtruck-Gründer. Überlegen Sie, für welche Zielgruppe Sie welche Speisen anbieten möchten.
2. Suchen Sie zwei Standorte für Ihren Foodtruck in Ihrem Wohnort aus, die infrage kommen. Machen Sie eine Konkurrenzanalyse: Wird an diesem Standort bereits Essen angeboten und falls ja, welches? Ändern Sie, falls nötig, Ihr Speisenangebot.
3. Erstellen Sie eine Speisekarte mit dem Namen und dem Verkaufspreis Ihrer Gerichte und sonstigen Angebote.
4. Ergänzen Sie die Felder Kundenarten und Nutzenversprechen in Ihrem Canvas-Modell, soweit dies möglich ist.

M 7

Von der Warenkalkulation zur Gesamtkalkulation – ein Kostenüberblick

Ein Foodtruck, ein Lager- und Kühlraum, Versicherungen – als Unternehmer müssen Sie einige Kosten berücksichtigen. Hier können Sie sich einen Überblick verschaffen.

Anschaffungskosten	
Foodtruck (Kauf)*	
Kücheneinrichtung im Foodtruck	
Lagereinrichtung (Kühl- und Lagermöglichkeit)	2.000 €
Summe	

Finanzierung	
Eigenkapital (30 %)	
Kredit Bank (70 %)	
Summe	

* Ein Foodtruck kostet zwischen 65.000 Euro (Standardausführung) und 140.000 Euro (amerikanisches Luxusmodell).

Aufgaben

1. Ergänzen Sie die Tabelle zu den Anschaffungskosten. Recherchieren Sie hierzu im Internet.
2. Berechnen Sie Ihre Finanzierung. Die Finanzierungssumme sollte über der Summe der Anschaffungskosten liegen. Gehen Sie davon aus, dass Sie 30 % der Anschaffungskosten über Eigenmittel finanzieren können. Die restlichen 70 % finanziert Ihnen eine Bank mit einem 20-jährigen Darlehen. Die Darlehenskosten belaufen sich auf 7 % p. a. (Zinsen und Tilgung).
3. Vervollständigen Sie die Tabelle zu den laufenden Kosten. Bei Bedarf können Sie Posten ergänzen.

Info – was bedeutet Abschreibung?

Das Prinzip der Abschreibung legt fest, dass jedes Jahr nur ein Teil der Anschaffungskosten eines Wirtschaftsgutes (Beispiel: Truck, Lagereinrichtung) von der Steuer abgesetzt werden darf. Dabei werden die Anschaffungskosten über Abschreibungen in laufende Kosten umgerechnet.



M 8

Traumverwirklichung oder Horrorszenario? – Eine Podiumsdiskussion

Da Foodtrucks im Trend sind, gibt es im Fernsehen eine Debatte zum Thema „Unternehmensgründung Foodtruck: Traumverwirklichung oder Horrorszenario?“

Rollenkarte

Name: Tom Schneider (gescheiterter Unternehmer in Privatinsolvenz)

Tom Schneider hat sich vor zwei Jahren als Foodtruck-Unternehmer selbstständig gemacht und sich auf Burger spezialisiert. „Pretty Burger“ hieß sein Unternehmen und anfangs lief es auch sehr gut. Mit der Zeit hatte er jedoch immer weniger Kunden und rutschte nach einem halben Jahr in die roten Zahlen. Nach anderthalb Jahren musste er Privatinsolvenz anmelden. Tom Schneider hat die laufenden Kosten unterschätzt. Er meint auch, dass sein Burger-Angebot nicht ausgefallen genug war. Er hätte mehr experimentieren sollen. Außerdem hatte er nicht gedacht, dass der Job so anstrengend sein würde. Sein Arbeitstag begann um 5 Uhr morgens mit dem Einkauf der Zutaten und endete abends nicht vor 18 Uhr.



© Thinkstock/Wavebreak Media

Rollenkarte

Name: Sonja Yalcin (Angestellte bei der Industrie- u. Handelskammer)

Sonja Yalcin arbeitet bei der Industrie- und Handelskammer und kennt sich mit dem Thema „Unternehmensgründung“ aus. Sie stellt immer wieder fest, dass potenzielle Foodtrucker oft nicht wissen, welche Genehmigungen sie benötigen. Manche verkaufen zum Beispiel Bier, ohne eine Ausschankgenehmigung zu haben. Viele sind unzureichend versichert und unterschätzen die Versicherungskosten. Manche Unternehmer vergessen es auch, sich für ihren Verkaufsstandort eine schriftliche Erlaubnis zu holen. Auf privatem Gelände – wie zum Beispiel Firmengelände – benötigt man die Erlaubnis des Eigentümers. Auf öffentlichem Gelände benötigt man die Erlaubnis der örtlichen Stadtverwaltung.

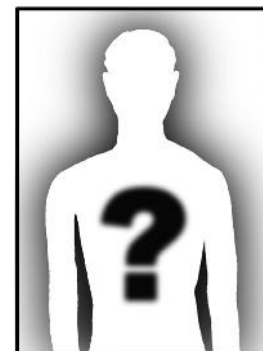


© Thinkstock/iStock

Rollenkarte

Name:
(potenzieller Unternehmensgründer)

Sie haben sich nun viele Gedanken zum Thema „Foodtruck“ gemacht und sind fest entschlossen, das Unternehmensexperiment zu wagen. Sie sind überzeugt von Ihrem Speisenangebot, haben ein gutes Team zusammengestellt und ihre Finanzierung ist gesichert. Sie haben Respekt vor den langen und anstrengenden Arbeitstagen, aber Sie freuen sich sehr auf das Experiment.



Rollenkarte

Name:
(potenzieller Unternehmensgründer)

Sie haben sich nun viele Gedanken zum Thema „Foodtruck“ gemacht und sind sich sicher, dass das Experiment nichts für Sie ist. Die finanzielle Unsicherheit belastet Sie und Sie wünschen sich mehr Startkapital. Hinzu kommt die steigende Konkurrenz an Foodtrucks vor Ort. Sie haben festgestellt, dass Sie nicht bereit für eine so hohe Einsatzbereitschaft sind und sich nicht vorstellen können, in den ersten Jahren keinen oder nur wenig Urlaub zu machen.



Rollenkarte

Name: Heike Zaimoglu (erfolgreiche Foodtruckerin)

Heike Zaimoglu führt nun schon seit vier Jahren ein erfolgreiches Foodtruck-Unternehmen und hat vor drei Monaten sogar in einen zweiten Foodtruck investiert. Auf das Geheimnis ihres Erfolgs angesprochen, meint sie, dass sie vor der Gründung ihres Unternehmens viele Speisen testen ließ, vor allem von Freunden, aber auch auf Märkten, die mittlerweile häufig stattfinden. Zudem hat sie sich ein gutes Netzwerk aufgebaut und hat viel Werbung auf Streetfood-Messen gemacht.



Aufgaben

1. Bilden Sie 5er-Gruppen. Verteilen Sie die fünf Rollenkarten in Ihrer Gruppe.
2. Sammeln Sie Argumente für Ihre Rolle. Überlegen Sie sich auch, welche Argumente die anderen Diskussionsteilnehmer anbringen könnten.
3. Führen Sie eine Podiumsdiskussion zum Thema „Unternehmensgründung Foodtruck: Traumverwirklichung oder Horrorszenario?“ durch. Zu welchem Ergebnis kommen Sie?
4. Übernehmen Sie folgende Tabelle in Ihr Heft. Listen Sie die unterschiedlichen Argumente der Diskussionsteilnehmer darin auf.

Person	Argumente für einen Foodtruck	Argumente gegen einen Foodtruck
Tom Schneider		
Heike Zaimoglu		
Potenzieller Unternehmensgründer PRO		
Potenzieller Unternehmensgründer KONTRA		