

E4KIDS
TEACHERS' BOOK



**Förderung der unternehmerischen Denkweise und
Selbstverwirklichung bei Kindern – EMPOW4KIDS**

*ERASMUS+ KA220-SCH – Kooperationspartnerschaften in der Schulbildung
2021-1-CZ01-KA220-SCH-000032484*

Autor(en):

FAKULTNÍ ZAKLADNÍ SKOLA S RVJ PRI PEDF UK PRAHA 5 DRTINOVA
VÝZKUMNÝ ÚSTAV PRO PODNIKÁNÍ A INOVACE, Z.Ú.
SMARTES NEST
FORMATIVER FUSSABDRUCK
ECECE



**Co-funded by
the European Union**

Gefördert durch die Europäische Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht unbedingt die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können dafür verantwortlich gemacht werden

Projekt-Akronym:

EMPOW4KIDS

Projektitel:

Förderung der unternehmerischen Denkweise und Selbstverwirklichung bei Kindern

Projektnummer:

2021-1-CZ01-KA220-SCH-000032484

Unterprogramm bzw. KA:

KA220-SCH – Kooperationspartnerschaften in der Schulbildung

Webseite : <https://www.kidsentrepreneurs.eu>

Konsortium:



Inhaltsverzeichnis

1. EINFÜHRUNG	4
2. DIE E4KIDS-LEINWAND	7
2.1. WAS?	9
2.2. WER?	12
2.3. WIE?	15
2.4. WIE VIEL?	21
3. SPIELE & AKTIVITÄTEN	24
3.1. WAS	24
3.2. WER	26
3.3. WIE	32
3.4. WIE VIEL	34
4. E4KIDS-METHODOLOGIE IN DER SCHULE	38
ANHÄNGE	43

1. EINFÜHRUNG

Unternehmertum ist eine wertvolle **Fähigkeit** für EU-Bürger, sowohl für ihre persönliche als auch für ihre berufliche Entwicklung. Unternehmerische Bildung spielt eine Schlüsselrolle für die Wettbewerbsfähigkeit Europas und für das kontinuierliche Wachstum der europäischen Wirtschaft. Die Förderung des Unternehmertums in der Bildung als Schlüsselkompetenz ermutigt die EU-Bürger, unternehmerisch zu handeln, innovative Lösungen für gesellschaftliche Probleme zu formulieren und Produkte mit sozioökonomischem Mehrwert zu entwickeln.

Trotz dieser Annahmen „gab knapp ein Viertel (23 %) der Befragten in der EU an, an einem Kurs oder einer Aktivität in der Schule zum Thema Unternehmertum teilgenommen zu haben, das heißt, Ideen in die Tat umzusetzen und ein eigenes Projekt zu entwickeln“ [*Europäische Kommission/EACEA/ Eurydice, 2016. Unternehmerische Bildung an Schulen in Europa – Eurydice-Bericht*].

Die Ergebnisse der PISA-Erhebung 2018 zeigen, dass es einem großen Teil der 15-Jährigen noch immer an grundlegenden **Fähigkeiten zur Problemlösung** mangelt. „Übergänge von der Schule ins Berufsleben sind komplexer und langwieriger geworden. Dies spiegelt sowohl Veränderungen in der Nachfrage auf dem Arbeitsmarkt als auch eine wachsende Ungleichheit mit dem Angebot der Bildungssysteme wider. Diese Generation junger Bürger braucht Neugier, Unternehmertum und Belastbarkeit, um effektiv auf dem neuen Arbeitsmarkt arbeiten zu können. Sie brauchen Selbstvertrauen, um ihre eigene Beschäftigung zu schaffen und ihre Karriere auf neue Weise zu gestalten. Bildungssysteme müssen junge Menschen darauf vorbereiten, ihr Wissen effektiv auf sich ständig ändernde Situationen anzuwenden, sie mit relevanten Vorbildern bekannt machen und Orientierung bieten, die ihnen hilft, ihre Leidenschaften zu entdecken, Bereiche, in denen sie sich auszeichnen können und wo und wie sie es können einen Job finden oder schaffen“ [*PISA 2018: Einblicke und Interpretationen*].

Die Stärkung der unternehmerischen Denkweise und die Förderung der Selbstbestimmung bei Kindern kann daher mehrere positive Auswirkungen haben, darunter:

- **Kreativität und Innovation:** Durch die Förderung einer unternehmerischen Denkweise lernen Kinder, kreativ zu denken und innovative Lösungen für Probleme zu finden. Diese Denkweise ermutigt sie, Risiken einzugehen und über den Tellerrand zu schauen, was zur Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen führen kann;
- **Kritisches Denken:** Unternehmertum erfordert kritisches Denken und Fähigkeiten zur Problemlösung. Indem Kinder dazu ermutigt werden, unternehmerisch zu denken, lernen sie, Situationen zu analysieren, Probleme zu erkennen und Strategien zu entwickeln, um diese zu überwinden.

- **Selbstwertgefühl und Selbstvertrauen:** Durch die Förderung der Selbstbestimmung lernen Kinder, an sich selbst und ihre Fähigkeiten zu glauben. Sie entwickeln ein starkes Selbstwertgefühl und Selbstvertrauen, was ihnen in allen Aspekten ihres Lebens zum Erfolg verhelfen kann;
- **Führungsqualitäten:** Unternehmertum erfordert starke Führungsqualitäten. Kinder, die lernen, wie Unternehmer zu denken, entwickeln die Fähigkeit, andere zu führen und zu inspirieren; Sie lernen, effektiv zu kommunizieren, Teams aufzubauen und andere zu motivieren, ein gemeinsames Ziel zu erreichen;
- **Finanzielle Bildung:** Unternehmertum beinhaltet das Verständnis finanzieller Konzepte wie Gewinn und Verlust, Umsatz und Cashflow. Indem Kinder mit diesen Konzepten vertraut gemacht werden, lernen sie, effektiv mit Geld umzugehen und entwickeln Finanzkompetenzen, die ihnen ein Leben lang von Nutzen sein werden.

Dieses Szenario veranlasste die Partner zum Handeln, um Inhalte, Werkzeuge und Strategien zu definieren, festzulegen und umzusetzen, um **bei Schülern der Sekundarstufe (im Alter zwischen 11 und 13 Jahren) eine unternehmerische Denkweise und Verhaltensweise sowie einen proaktiven und unangepassten Geist zu fördern** Förderung von Maßnahmen zu ihrer Verfolgung in der ersten Person, mit besonderem Fokus auf die Schule, aber mit einem proaktiven Ansatz, der die Schüler dazu bringt, im täglichen Leben der Vorpubertären persönlich aktiv zu werden.

Die primäre Zielgruppe sind daher die **SCHÜLER** im Alter von 11 bis 13 Jahren: Sie werden ermutigt, Wissen und Bewusstsein über ihre Arbeitsgruppe hinaus zu übertragen, indem Wege gefunden werden, den unternehmerischen, kreativen und kritischen Geist und die Einstellung über die Schulmauern hinaus aktiv zu fördern und als Rolle zu fungieren Modelle. Auf diese Weise haben sie die Möglichkeit, Einfluss auf ihr breiteres soziales Netzwerk, einschließlich ihrer Familie und Freunde, zu nehmen und so als Multiplikatoren zu fungieren und diesen Geist innerhalb und außerhalb des schulischen Umfelds zu verbreiten.

Von gleicher Bedeutung sind die beteiligten **LEHRER** und **SCHULLEITER**, die, abhängig davon, dass sich jeder Kontext in den ihn belebenden Beziehungen materialisiert, wiederum über die proaktiven Instrumente für Unternehmertum und persönliche Ermächtigung informiert werden und wissen, wie sie diese aktiv fördern können in der Schule. Zur gleichen Stärkung der Lehrkräfte gehört auch die Neudefinition ihrer Rolle und die Übernahme von mehr Verantwortung für das persönliche Verhalten und die Einstellung der Schüler gegenüber ihren täglichen Herausforderungen. Im Allgemeinen werden das Toolkit und seine im Rahmen des Projekts implementierten Komponenten als eines der Querschnittsfächer, die den zukünftigen Schülern vermittelt werden sollen, in den Lehrplan integriert.

Ein weiteres Ziel stellen die **FAMILIEN** dar, die mit der Aufgabe konfrontiert werden sollen, bei den Schülern Selbstvertrauen und Unternehmergeist zu wecken, mit einer erwarteten Steigerung des Bewusstseins und der Wahrnehmung der Relevanz ihrer Rolle innerhalb der Gemeinschaft als Ganzes. Darüber hinaus Familien und die breite Öffentlichkeit werden zu den Empfängern des Verbreitungsprogramms gehören.

Dieses Lehrerbuch besteht aus drei Hauptteilen:

- Im ersten Teil werden die Inhalte des für Kinder vorbereiteten Business Model Canvas erläutert und klare Hinweise gegeben, wie den Kindern die Konzepte vermittelt werden können.
- Im zweiten Bericht werden einige praktische und interaktive Spiele vorgestellt, die auch im Unterricht gespielt werden können, damit die Kinder sich das vermittelte Wissen besser aneignen können.
- und im dritten Teil wird die Methodik vorgestellt, die mit den Kindern angewendet werden soll. Sie besteht aus einer Reihe strukturierter Aktivitäten, bei denen das Wissen und die Werkzeuge eingesetzt werden, damit die Kinder ihr gesamtes Geschäftspotenzial besser ausschöpfen können.

2. DIE E4KIDS-LEINWAND

Das **Business Model Canvas** ist eine strategische Managementvorlage zur Entwicklung neuer und Dokumentation bestehender Geschäftsmodelle. ¹Es bietet ein visuelles Diagramm mit Elementen, die das Wertversprechen, die Infrastruktur, die Kunden und die Finanzen eines Unternehmens oder Produkts beschreiben und Unternehmen dabei unterstützen, ihre Aktivitäten durch die Veranschaulichung potenzieller Kompromisse auszurichten.

Es besteht aus neun „*Bausteinen*“, die eine Vorlage definieren, die später als „Business Model Canvas“ bezeichnet wird und erstmals 2005 von Alexander Osterwalder auf der Grundlage seiner von Yves Pigneur betreuten Doktorarbeit über die Ontologie von Geschäftsmodellen vorgeschlagen wurde.²

Das **Business Model Canvas ist ein Tool, mit dem Unternehmen ihre Abläufe planen und visualisieren können.** Um Kindern das Konzept zu erklären, sind möglicherweise Vereinfachungen und kreative Beispiele erforderlich, um es verständlich zu machen. Daher ist es möglicherweise erforderlich, einige grundlegende Schritte zu befolgen:

- Beginnen Sie mit den Grundlagen: Vor der Einführung des Business Model Canvas ist es wichtig sicherzustellen, dass Kinder ein grundlegendes Verständnis davon haben, was ein Unternehmen ist und was es tut. Sie können erklären, dass *ein Unternehmen eine Organisation ist, die Produkte oder Dienstleistungen an Kunden verkauft, um Geld zu verdienen*.
- Verwenden Sie kreative Beispiele: Um Kindern das Verständnis der verschiedenen Elemente des Business Model Canvas zu erleichtern, können Sie kreative Beispiele verwenden, die sich auf ihre eigenen Erfahrungen beziehen. Sie könnten beispielsweise *einen Limonadenstand* als Beispiel für ein Unternehmen verwenden und erklären, wie sich die einzelnen Elemente des Business Model Canvas darauf anwenden lassen.
- Erklären Sie die verschiedenen Elemente: Das Business Model Canvas besteht aus **neun verschiedenen Elementen**, darunter Kundensegmente, Wertversprechen, Kanäle, Kundenbeziehungen, Einnahmequellen, Schlüsselaktivitäten, Schlüsselressourcen, Schlüsselpartnerschaften und Kostenstruktur. Sie können jedes Element in einfachen Worten erklären und Beispiele verwenden, die sich auf den Limonadenstand oder andere Geschäfte beziehen, mit denen Kinder vertraut sind.

¹Barquet, Ana Paula B., et al. „*Geschäftsmodellelemente für Produkt-Dienstleistungssystem*“. Funktionales Denken zur Wertschöpfung. Springer Berlin Heidelberg, 2011

²Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves; Clark, Tim (2010). *Geschäftsmodellgenerierung: Ein Handbuch für Visionäre, Game Changer und Herausforderer*. Strategyzer-Reihe. Hoboken, NJ

Um effektiver zu sein und ein einfacheres Modell zu erstellen, haben wir die neun Kästchen wie in der Tabelle gezeigt in vier Gruppen gruppiert:

- 1) WAS
- 2) WER
- 3) WIE
- 4) WIE VIEL

- **Kritisches Denken** fördern: Wenn Kinder älter werden, können Sie sie dazu ermutigen, kritischer über das Business Model Canvas nachzudenken und darüber, wie es auf verschiedene Unternehmen angewendet werden kann. Sie können Fragen stellen wie: „Wie könnten Sie Ihren Limonadenstand verändern, um ihn profitabler zu machen?“ oder „Welche anderen Unternehmen könnten das Business Model Canvas nutzen?“
- Sorgen Sie dafür, dass es Spaß macht: Das Erlernen von Geschäftsmodellen kann ein ernstes Thema sein, aber es ist wichtig, dass es für Kinder spannend und unterhaltsam bleibt. Sie können ein Spiel daraus machen, eine Geschäftsmodell-Leinwand für einen Limonadenstand zu erstellen oder Kinder herauszufordern, kreative Geschäftsideen und -modelle zu entwickeln.

Insgesamt kann die Erklärung des Business Model Canvas Kindern dabei helfen, wichtige Lebenskompetenzen und ein Verständnis dafür zu entwickeln, wie Unternehmen funktionieren. Indem Sie die Konzepte vereinfachen und nachvollziehbare Beispiele verwenden, können Sie Kindern helfen, die Grundlagen der Geschäftsplanung und -strategie zu verstehen.

Die E4KIDS-Leinwand

PROJECT NAME:		ENTREPRENEUR'S NAME:		
WHO can help you? Strategic alliances 	HOW would you do it? Key activities  ↳ What YOU WILL NEED? Key resources 	WHAT do you want to do? Value proposal  ↳ Start from here! 	How do you INTERACT? Customer's relationships  ↳ How you will DELIVER it? Distribution channels 	WHO IS IT FOR? Customer's segments 
HOW MUCH WILL IT COST? Cost structure 		WHAT WILL YOU GAIN from it? Revenues/profits 		

2.1. WAS?

Wertvorschlag

„Eine Geschäftsidee besteht darin, jemandes Problem für Geld zu lösen“

Das Wertangebot ist das **einzigartige Angebot, das Ihr Unternehmen seinen Kunden unterbreitet**. Bei diesem Angebot kann es sich um ein **physisches Produkt oder eine physische Dienstleistung handeln**. Wichtig und entscheidend ist, dass das Produkt/die Dienstleistung sein sollte **Für die Kunden von Vorteil, da einige ihrer Probleme gelöst werden**.

Probleme (Schmerzen), die möglicherweise durch Ihr Produkt und Ihre Dienstleistung gelöst werden

Berücksichtigen Sie Folgendes aus der Sicht des Kunden entsprechend dem Problem (Schmerz), das Sie durch Ihr Produkt und Ihre Dienstleistungen lösen möchten:

Bedürfnisse – Bedürfnisse, die die Kunden haben. Berücksichtigen Sie beide Bedürfnisse, die den Kunden bewusst sind (Problemlösung oder Schmerzlinderung). Seien Sie sich aber auch der Bedürfnisse bewusst, die den Kunden möglicherweise nicht bewusst sind („latente Bedürfnisse“). Sie können derjenige sein, der ihnen zeigt, von welchen neuen Dingen sie profitieren können.

Wünsche – was die Kunden haben oder sein wollen. Was sind die Wünsche der Kunden und betrachten Sie dies als ein Kundenproblem, bei dessen Verwirklichung Sie ihnen helfen können?

Ängste – Berücksichtigen Sie auch die Befürchtungen, dass die Kunden sie möglicherweise davon abhalten müssen, Ihre Produkte und Dienstleistungen zu kaufen oder zu nutzen. Es kann sich um Angst vor dem Wechsel von dem Produkt handeln, das sie bereits verwenden, um Angst vor dem Unbekannten, um Angst vor dem Urteil von Kollegen usw.

Wert für den Kunden (Vorteile)

Der Wert, den Sie Ihren Kunden bieten, sollte **die Kunden davon überzeugen, dass sie vom Kauf Ihres Produkts oder Ihrer Dienstleistung profitieren**. Die Kunden sollten bereit sein, für die Produkte und Dienstleistungen zu zahlen, die Sie anbieten möchten. Kunden zum Kauf Ihrer Produkte und Dienstleistungen bewegt.

Verstehen Sie Ihr Produkt und Ihre Dienstleistung (Funktionen)

Jedes **Produkt** und jede Dienstleistung ist auf eine bestimmte Art und Weise konzipiert. Sie sollten verstehen, welche **Funktionen** Ihr Produkt und Ihre Dienstleistungen haben:

Wie funktionieren sie?

Wie werden sie verwendet?

Was können Sie machen?

Denken Sie daran, dass das gesamte Wertversprechen nicht nur das Produkt ist, das Sie entwickeln, sondern auch **die Dienstleistungen**, die Sie Ihren Kunden anbieten. Dabei profitieren die Kunden nicht nur vom Produkt, sondern auch von den Dienstleistungen, die Sie mit dem Produkt erbringen, wie z. B. der Lieferung, der bereitgestellten Informationen, der Wartung des Produkts usw.

auf diese Weise an das **gesamte Kundenerlebnis beim Kauf und bei** der Nutzung Ihrer Produkte und Dienstleistungen. Denken Sie darüber nach, welche **Gefühle** die Kunden haben werden (oder sollten), wenn sie Ihre Produkte und Dienstleistungen nutzen.

(Zusammenfassung) Stellen Sie die folgenden Fragen, um Ihr Wertversprechen zu validieren

- Welches **Problem** löst Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung für den Kunden?
 - Was ist das Problem/Schmerz, das Sie lösen?
 - Welche Bedürfnisse und Wünsche haben die Kunden?
 - Wer hat die Schmerzen (wer sind potenzielle Kunden)?
- Wie ist das Problem, das Sie ansprechen, **jetzt gelöst**?
 - Schlagen Sie eine bessere Lösung oder Alternative als die bereits verfügbare vor?
- Wie viel wird der Kunde von der Nutzung Ihres Produkts oder Ihrer Dienstleistung **profitieren**?
 - Wie groß und schmerzhaft ist das Problem?
 - Besteht ein Wunsch nach Ihrem Produkt und Ihren Dienstleistungen?
- Durch welche **Eigenschaften** der Produkte und Dienstleistungen überzeuge ich die Kunden zum Kauf?
 - Was bewirken Ihre Produkte und Dienstleistungen?
 - Was sind die wichtigsten Funktionen, von denen die Kunden profitieren können?
 - Welche Erfahrungen und Gefühle werden Ihre Kunden bei der Nutzung Ihrer Produkte und Dienstleistungen haben?
 - Bieten Sie mit Ihrem Produkt relevante Dienstleistungen an?
- Sind die Kunden bereit, für das Produkt/die Dienstleistung, die ich anbieten möchte, **zu zahlen** ?
 - Ist Ihr Angebot überzeugend, um potenzielle Kunden zu überzeugen?
 - Was könnte potenzielle Kunden davon abhalten oder demotivieren, Ihre Produkte und Dienstleistungen zu kaufen?

DIE PERSPEKTIVE DES LEHRERS

HINWEIS: Der Einfachheit halber können Sie das Wertversprechen hauptsächlich als Produkt und Dienstleistungen des Chefs betrachten. Aber vergessen Sie nicht, was wichtig ist und warum wir es „Wertversprechen“ nennen. **Dabei geht es nicht um technische Aspekte des Produkts oder der Dienstleistung, sondern um das Angebot, das Sie als Unternehmer potenziellen Kunden unterbreiten, um sie zum Kauf Ihres Produkts bzw. zur Bezahlung Ihres Produkts zu bewegen.**

Denken Sie auch daran, dass dies **nur der erste Teil der Entwicklung der Geschäftsidee** (das Business Model Canvas) ist. Das Ziel besteht also darin, zu testen, ob die Kinder ein allgemeines Verständnis des Wertversprechens und ihres Produkts haben, dass sie eine erste umfassende Vorstellung von den Kunden haben und dass hinter der Geschäftsidee das Potenzial steckt, den Kunden Vorteile zu bringen. Beachten Sie, dass dies ein Ausgangspunkt ist und dass die Geschäftsidee in spezifischere Details weiterentwickelt wird und möglicherweise einige Änderungen erfahren muss, wenn sie mit den weiteren Fragen zum Kundensegment (Wer), der Frage der Produktion (Wie) und der Kostenfrage (Wie viel) konfrontiert wird.

Einzelheiten zum weiteren Vorgehen im Unterricht finden Sie im Kapitel „Spiele und Aktivitäten“ weiter unten.

2.2. WER?

Ein **Kunde** ist eine Person, die etwas von einem Unternehmen kauft. Kunden sind für Unternehmen wichtig, denn wenn niemand ihre Produkte oder Dienstleistungen kaufen würde, würden sie kein Geld verdienen und müssten schließen.

Unternehmen müssen ihre Kunden kennen, um ihnen das verkaufen zu können, was sie brauchen und wollen. Unternehmen können dies tun, indem sie recherchieren und mehr über die Personen erfahren, die an ihren Produkten oder Dienstleistungen interessiert sein könnten.

Arten von Kunden haben. Bei einigen Kunden kann es sich um Einzelpersonen handeln, bei anderen um andere Unternehmen oder Organisationen.

Strategien nutzen, um Kunden anzulocken, beispielsweise das Anbieten niedriger Preise, Werbung und Marketing sowie die Bereitstellung eines guten Kundenservices.

- **Wie werden Sie interagieren?**

Kundenbeziehungen sind die Art und Weise, wie ein Unternehmen mit seinen Kunden interagiert und kommuniziert. Für Unternehmen ist es wichtig, gute Beziehungen zu ihren Kunden zu pflegen, damit diese weiterhin Produkte oder Dienstleistungen des Unternehmens kaufen möchten.

Wie können Unternehmen Beziehungen zu Kunden aufbauen?

Sie können dies auf unterschiedliche Weise tun, beispielsweise durch Kundenservice, Werbung und Marketing, Kundenzufriedenheit und Kundenfeedback.

- **Kundenservice:** Wenn ein Kunde eine Frage oder ein Problem hat, kann ein Unternehmen dabei helfen, diese schnell und effektiv zu lösen, was zum Aufbau einer guten Kundenbeziehung beiträgt.

- **Werbung und Marketing:** Unternehmen können ihre Produkte oder Dienstleistungen durch Werbung und Werbekampagnen bewerben, was dazu beiträgt, den Bekanntheitsgrad des Unternehmens zu steigern und neue Kunden zu gewinnen.

- **Kundenzufriedenheit:** Wenn ein Kunde mit einem Produkt oder einer Dienstleistung zufrieden ist, ist es wahrscheinlicher, dass er oder sie es in Zukunft erneut kauft. Daher sollten Unternehmen alles dafür tun, dass ihre Kunden mit ihren Produkten oder Dienstleistungen zufrieden sind.

- **Kundenfeedback:** Wenn ein Kunde Feedback oder Kommentare zu einem Produkt oder einer Dienstleistung gibt, kann das Unternehmen diese Informationen nutzen, um seine Produkte oder Dienstleistungen zu verbessern und an die Bedürfnisse des Kunden anzupassen.

- **Für wen ist das?**

- **Bei der Kundensegmentierung** werden Personen, die Produkte oder Dienstleistungen eines Unternehmens kaufen, in verschiedene Kategorien eingeteilt. Erinnern Sie sich, dass es in der Schule verschiedene Klassenstufen gibt? Nun, es ist ähnlich, aber statt Noten sind es Gruppen von Menschen mit ähnlichen Eigenschaften.

Nehmen wir zum Beispiel an, ein Unternehmen verkauft Spielzeug. Manche Kinder sind möglicherweise jünger und interessieren sich für Stofftiere und Stofftiere, während andere möglicherweise älter sind und sich für elektronische Spiele interessieren. Das Unternehmen könnte seine Kunden in zwei Gruppen einteilen: diejenigen, die Stofftiere mögen, und diejenigen, die elektronische Spiele mögen. Jede Gruppe hätte unterschiedliche Bedürfnisse und Vorlieben, und das Unternehmen könnte seine Produkte und Dienstleistungen so anpassen, dass sie diese bestmöglich erfüllen.

Wir können Kunden nach verschiedenen Kriterien gruppieren. Einige davon werden im Folgenden erläutert:

- **Alter:** Wir können Kunden nach ihrem Alter gruppieren. Beispielsweise können wir einen Bereich für Kinder, einen für Jugendliche und einen für Erwachsene einrichten. Welcher Abschnitt würde Ihnen Ihrer Meinung nach am besten gefallen?

- **Interessen:** Wir können Kunden auch nach ihren Vorlieben gruppieren. Wir können zum Beispiel einen Bereich für diejenigen einrichten, die Sport mögen, einen anderen für diejenigen, die Musik mögen, und einen weiteren für diejenigen, die gerne lesen. In welcher Rubrik würden Sie gerne sein?

- **Standort:** Wir können Kunden nach ihrem Wohnort gruppieren. Wir können zum Beispiel einen Abschnitt für diejenigen einrichten, die in der Stadt leben, einen anderen für diejenigen, die auf dem Land leben, und einen weiteren für diejenigen, die am Strand leben. Wo bist du gerne?

- **Kaufverhalten:** Wir können Kunden nach dem, was sie kaufen, gruppieren. Wir können zum Beispiel einen Bereich für diejenigen einrichten, die Sportbekleidung kaufen, einen anderen für diejenigen, die Bücher kaufen, und einen weiteren für diejenigen, die Videospiele kaufen. Welche Dinge kaufst du am liebsten?

Denken Sie daran, dass dies nur einige Beispiele für Segmentierungskriterien sind. Unternehmen können ihre Kunden anhand verschiedener Kriterien segmentieren und ihnen so Produkte und Dienstleistungen anbieten, die besser zu ihren Bedürfnissen und Vorlieben passen.

Kurz gesagt ist die Kundensegmentierung eine Möglichkeit, Personen, die Produkte oder Dienstleistungen eines Unternehmens kaufen, basierend auf ihren Bedürfnissen und Vorlieben in verschiedene Kategorien einzuteilen. Dies hilft dem Unternehmen, seine Kunden besser zu verstehen und ihnen Produkte und Dienstleistungen anzubieten, die auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten sind.

- **Wie werden Sie es liefern?**

Vertriebskanäle mit Kunden sind ein wichtiger Teil des Geschäftsmodells eines Unternehmens.

Sie sind die Art und Weise, wie ein Unternehmen seine Produkte oder Dienstleistungen den Kunden präsentiert. Für Unternehmen ist es wichtig, über gute Vertriebskanäle zu verfügen, damit Kunden die Produkte oder Dienstleistungen des Unternehmens einfach und bequem kaufen können.

Stellen Sie sich vor, Sie haben einen Spielzeugladen und möchten Ihre Produkte an viele Menschen verkaufen. Wie kann man das machen? Eine Möglichkeit besteht darin, direkt an Kunden zu verkaufen, die in Ihr Geschäft kommen. Was aber, wenn es Menschen gibt, die weit weg wohnen oder nicht in Ihr Geschäft kommen können?

Hier kommen Vertriebskanäle ins Spiel. Ein Vertriebskanal ist der Weg, den ein Produkt vom Hersteller bis zum Endkunden nimmt. Es ist wie eine Kette, die den Produzenten mit dem Verbraucher verbindet.

Es gibt viele **Arten von Vertriebskanälen**, hier sind einige davon:

- **Direktverkauf:** Wie bereits erwähnt handelt es sich dabei um den Direktverkauf an Kunden, die in Ihr Geschäft kommen.
- **Physische Geschäfte:** Dies sind Geschäfte, die Ihre Produkte kaufen, um sie an ihre eigenen Kunden zu verkaufen. Zum Beispiel ein Kaufhaus oder ein Spielzeugladen an einem anderen Standort.
- **Online-Verkauf:** Hierbei verkaufen Sie Ihre Produkte über das Internet. Kunden können auf Ihrer Website oder auf einem Online-Marktplatz wie Amazon einkaufen.
- **Großhändler:** sind Unternehmen, die große Mengen Ihrer Produkte kaufen, um sie an andere Unternehmen oder Einzelhändler weiterzuverkaufen.
- **Vertriebshändler:** Dies sind Unternehmen, die Ihre Produkte kaufen und an Einzelhandelsgeschäfte verkaufen.

Jeder Vertriebskanal hat seine eigenen Vor- und Nachteile und kann für verschiedene Situationen besser sein. Beispielsweise kann der Online-Verkauf praktisch sein, um entfernte Kunden zu erreichen, für ältere Menschen, die nicht wissen, wie man online einkauft, kann es jedoch schwierig sein.

Zusammenfassend sind Vertriebskanäle ein wichtiger Weg, um Ihre Produkte zu Ihren Kunden zu bringen. Es ist wichtig, die richtigen Kanäle zu wählen, um möglichst viele Menschen zu erreichen.

2.3. WIE?

Im nächsten Kapitel werden wir untersuchen, wie wir Kindern das Konzept der Unternehmensgründung in einer leicht verständlichen Sprache erklären können. Wir verstehen, dass nicht nur Lehrer, sondern auch Kinder die Grundsprache verstehen müssen, um verschiedene in der Wirtschaft verwendete Begriffe zu erklären. Wir werden verschiedene Aspekte der Unternehmensgründung abdecken, z. B. das Erkennen eines Problems, das Finden einer Lösung, das Erstellen eines Geschäftsplans, das Setzen von Zielen, Marketing und Vertrieb. Wir werden diese Konzepte einfacher erklären und komplexe Ideen in für Kinder verständliche Teile zerlegen.

Unser Ziel ist es, Lehrern die notwendigen Werkzeuge an die Hand zu geben, um Kindern Unternehmertum beizubringen und sie zu innovativer und kreativer Problemlösung zu inspirieren. Am Ende dieses Kapitels werden sowohl Lehrer als auch Kinder ein besseres Verständnis dafür haben, was zur Gründung eines Unternehmens erforderlich ist, welche Schritte erforderlich sind und wie diese Konzepte in realen Szenarien angewendet werden können.

DIE PERSPEKTIVE DES LEHRERS

Erklären Sie den Kindern: „Ein eigenes Unternehmen zu gründen bedeutet, etwas zu schaffen, das man an andere verkaufen kann, wie Limonade oder Kekse.“ Es ist, als hätte man einen eigenen kleinen Laden, an dem man arbeiten kann und zusehen kann, wie daraus etwas Erstaunliches wird! Es kann eine Menge Spaß machen und man kann neue Dinge lernen und gleichzeitig Geld verdienen. Das Beste an der Gründung eines eigenen Unternehmens ist, dass man kreativ und unabhängig sein kann. Sie können Ihre eigenen Ideen einbringen und diese in die Tat umsetzen. Sie werden der Chef Ihres eigenen Projekts und treffen alle Entscheidungen. Wenn Sie ein Unternehmen gründen, müssen Sie mehrere Fragen beantworten. Beantwortung von Fragen wie: „Wer kann Ihnen helfen?“, „Wie würden Sie es tun?“ und „Was brauchen Sie?“ kann Ihnen dabei helfen, herauszufinden, was Sie kaufen müssen, zum Beispiel Tassen für Limonade oder Zutaten für Kekse, und wie viel Sie sie verkaufen können. Sie müssen auch darüber nachdenken, wie Sie den Menschen von Ihrem Unternehmen erzählen. Dies nennt man Marketing. Du kannst es den Leuten sagen, indem du Zeichen machst oder deine Eltern bittest, dir dabei zu helfen, es ihren Freunden zu erzählen.“

Wie können Lehrer Kindern bei ihren Geschäftsideen helfen?

Lehrer können Kindern auf verschiedene Weise bei ihren Geschäftsideen helfen. Sie können Anleitungen und Ratschläge für die Führung eines Unternehmens geben, Kindern neue Fähigkeiten vermitteln, Ressourcen wie Bücher und Websites bereitstellen, um mehr über die Gründung eines Unternehmens zu erfahren, und Kinder mit anderen Menschen bekannt machen, die ihnen möglicherweise helfen können, beispielsweise mit anderen Unternehmen Eigentümer oder Experten auf ihrem Gebiet.

Lehrer können auch Feedback zu den Geschäftsideen von Kindern geben, Kindern dabei helfen, ihre Ideen zu verfeinern und einen Plan für deren Umsetzung auszuarbeiten, und Möglichkeiten vorschlagen, Produkte oder Dienstleistungen zu verbessern oder sie für potenzielle Kunden attraktiver zu machen.

In manchen Fällen können Lehrer den Kindern helfen, Kontakte zu anderen Menschen zu knüpfen, die sie bei ihren Geschäften unterstützen können. Beispielsweise könnte ein Lehrer einen örtlichen Geschäftsinhaber kennen, der einem Kind Rat oder Betreuung bieten kann. Möglicherweise können sie den Kindern auch andere Studenten vorstellen, die daran interessiert sind, ein eigenes Unternehmen zu gründen.

DIE PERSPEKTIVE DES LEHRERS

„Erklären Sie Kindern die folgenden Informationen“ ist eine Aufforderung oder Anweisung, Kindern klare und prägnante Informationen zu vermitteln. Bei der Erklärung von Informationen für Kinder ist es wichtig, eine einfache Sprache und Beispiele zu verwenden, die sie leicht verstehen können. Durch die Aufgliederung komplexer Informationen in Mithilfe kleinerer, besser handhabbarer Teile können Kinder die Schlüsselkonzepte erfassen und ein besseres Verständnis für das Thema erlangen.

Wer kann Ihnen helfen? Ein Unternehmen zu gründen ist ein großes Abenteuer, aber man muss es nicht alleine schaffen. Sie können Hilfe von verschiedenen Menschen erhalten, darunter Ihren Eltern, Freunden und Lehrern, die Ihre Geschäftspartner werden können.

Lehrer: Lehrer sind großartige Ressourcen bei der Gründung eines Unternehmens. Sie können Anleitungen und Ratschläge zur Führung eines Unternehmens geben und Ihnen neue Fähigkeiten vermitteln. Sie können Ihnen dabei helfen, einen Plan für den Verkauf des Produkts zu entwickeln oder Ihnen beizubringen, wie man ein Produkt herstellt. Lehrer können Ihnen auch Ressourcen wie Bücher, Websites und andere Materialien zur Verfügung stellen, damit Sie mehr über die Gründung eines Unternehmens erfahren. Sie können Sie auch mit anderen Personen bekannt machen, die Ihnen möglicherweise helfen können, beispielsweise anderen Geschäftsinhabern oder Experten auf Ihrem Gebiet. Eine Möglichkeit, Hilfe von Ihrem Lehrer zu erhalten, besteht darin, ihn, um Rat zu fragen. Sie können ihnen von Ihrer Geschäftsidee erzählen und sie nach ihrer Meinung fragen. Sie können Ihnen möglicherweise Vorschläge machen, wie Sie Ihre Idee noch besser machen können, oder Ihnen Ratschläge geben, was als nächstes zu tun ist. Eine andere Möglichkeit, Hilfe von Ihrem Lehrer zu erhalten, besteht darin, ihn um Feedback zu bitten. Zeigen Sie ihnen Ihre Arbeit oder erzählen Sie ihnen von Ihren Fortschritten und fragen Sie sie nach ihrer Meinung. Sie können Ihnen möglicherweise konstruktive Kritik äußern oder Ihnen dabei helfen, herauszufinden, was als Nächstes zu tun ist. Lehrer können Kindern auch die Möglichkeit bieten, ihre unternehmerischen Fähigkeiten zu üben. Sie könnten beispielsweise eine Schulmesse organisieren, auf der Kinder ihre Produkte oder Dienstleistungen verkaufen können. Dies kann eine großartige Möglichkeit für Kinder sein, Erfahrungen in den Bereichen Vertrieb, Marketing und Kundenservice zu sammeln.

Eltern: Deine Eltern und Lehrer können dir bei der Gründung deines Unternehmens helfen. Sie stehen Ihnen mit Rat und Tat zur Seite und unterstützen Sie bei der Erstellung Ihres Business Model Canvas. Sie können Ihnen auch beim Üben der Herstellung oder des Verkaufs Ihrer Produkte helfen. Eltern können bei der Gründung eines Unternehmens sehr hilfreich sein. Sie können Ihnen mit Rat und Tat zur Seite stehen und Ihnen sogar bei Ihren Finanzen helfen. Deine Eltern können dir zum Beispiel etwas Geld für den Anfang geben oder dir bei der Erstellung eines Budgets helfen. Sie können Ihnen auch dabei helfen, Ihr Unternehmen bekannt zu machen,

indem sie es ihren Freunden und der Familie erzählen. Deine Eltern können dir auch emotionale Unterstützung und Ermutigung bieten, was bei der Gründung eines Unternehmens wichtig ist. Sie haben vielleicht Zweifel oder Ängste, aber jemanden zu haben, der Sie aufmuntert, kann einen großen Unterschied machen. Deine Eltern können für dich da sein, wenn du jemanden zum Reden brauchst oder wenn du einen kleinen Selbstvertrauensschub brauchst.

Lokale Geschäftsinhaber: Auch lokale Geschäftsinhaber können eine großartige Ressource sein. Sie können Ratschläge geben, ihre Erfahrungen teilen und Ihnen helfen, andere Leute in Ihrem Bereich kennenzulernen. Sie können Ihnen auch andere Ressourcen vorstellen, beispielsweise Netzwerkgruppen oder Unternehmensverbände.

Mentor: Auch andere Menschen können Ihnen bei der Gründung Ihres Unternehmens helfen. Ein Mentor ist jemand, der Ihnen beibringen kann, wie man ein Unternehmen führt. Sie können Ihnen bei der Erstellung Ihres Business Model Canvas helfen und Ihnen beibringen, wie Sie Ihre Produkte verkaufen. Auch Unternehmer in Ihrer Nähe können Ihnen weiterhelfen. Sie können ihre Erfahrungen teilen und Ihnen Ratschläge geben.

Freunde & Familie: Wussten Sie, dass Ihre Freunde und Familienmitglieder auch Ihre Geschäftspartner sein können? Das ist wahr! Wenn jemand, den Sie kennen, ebenfalls eine tolle Geschäftsidee hat, können Sie sich zusammenschließen und gemeinsam ein Unternehmen gründen. Das kann viel Spaß machen und Ihnen dabei helfen, Ihre Ziele leichter zu erreichen. Einer der Vorteile der Zusammenarbeit mit Freunden und Familienmitgliedern besteht darin, dass Sie sie bereits kennen und ihnen vertrauen. Dies kann die Kommunikation und Zusammenarbeit erleichtern, da Sie die Stärken und Schwächen des anderen bereits kennen. Sie können auch Ihre Ideen austauschen und gemeinsam Brainstorming betreiben, was zu noch besseren Ideen führen kann. Ein weiterer Vorteil der Zusammenarbeit mit Freunden und Familienmitgliedern besteht darin, dass man sich die Arbeit aufteilen kann. Wenn beispielsweise eine Person gut in der Herstellung von Produkten ist und eine andere Person gut im Verkauf, kann sich jeder auf seine Stärken konzentrieren und zusammenarbeiten, um Ihr Unternehmen zum Erfolg zu führen.

Auch die Zusammenarbeit mit Freunden und Familienmitgliedern kann eine großartige Möglichkeit sein, gemeinsam Spaß zu haben. Sie können an Ihrer Geschäftsidee arbeiten und gleichzeitig Zeit mit Menschen verbringen, mit denen Sie gerne zusammen sind. Dies kann den Prozess angenehmer machen und auch großartige Erinnerungen schaffen.

Als Lehrer sollte man seine Schüler ermutigen, kreativ zu denken und einzigartige Ideen für ihr Unternehmen zu entwickeln. Sie sollten sie bei der Entwicklung eines Marketingplans unterstützen, der die Erstellung eines Logos und eines Namens, die Erstellung von Postern oder Broschüren, die Erstellung von Videos, die Verteilung von Warenproben, die Teilnahme an lokalen Veranstaltungen und die Nutzung sozialer Medien zur Werbung für ihr Unternehmen umfasst. Es ist auch wichtig, die Bedeutung guter Manieren und Höflichkeit gegenüber Kunden beim Verkauf ihrer Produkte hervorzuheben. Darüber hinaus sollten Lehrer ihren Schülern raten, über die Ressourcen nachzudenken, die sie benötigen, z. B. Materialien, Verpackungen, Flyer und Poster, soziale Medien, Visitenkarten, Verkaufstools und Transportmittel, um ihre Produkte erfolgreich zu verkaufen und zu bewerben.

DIE PERSPEKTIVE DES LEHRERS

„Erklären Sie Kindern die folgenden Informationen“ ist eine Aufforderung oder Anweisung, Kindern klare und prägnante Informationen zu vermitteln. Bei der Erklärung von Informationen für Kinder ist es wichtig, eine einfache Sprache und Beispiele zu verwenden, die sie leicht verstehen können. Durch die Aufgliederung komplexer Informationen in Mithilfe kleinerer, besser handhabbarer Teile können Kinder die Schlüsselkonzepte erfassen und ein besseres Verständnis für das Thema erlangen.

Wie würdest du es machen? Sie haben also eine großartige Geschäftsidee und möchten sie den Menschen verkaufen. Das ist großartig! Wenn Sie Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung verkaufen, müssen Sie den Menschen davon erzählen und sie davon überzeugen, es zu kaufen. Dies nennt man Marketing und es gibt viele Möglichkeiten, dies zu tun. Werfen wir einen Blick auf einige wichtige Aktivitäten, mit denen Sie Ihre Geschäftsidee fördern können.

Erstellen Sie ein Logo und einen Namen für Ihr Unternehmen: Ein Logo ist ein Symbol oder Bild, das Ihr Unternehmen repräsentiert, und ein Name ist die Bezeichnung für Ihr Unternehmen. Das Nike-Logo ist beispielsweise ein Swoosh und ihr Name ist „Nike“. Das Erstellen eines Logos und eines Namens kann dazu beitragen, dass Menschen Ihr Unternehmen wiedererkennen und sich daran erinnern. Es ist wichtig, einen Namen und ein Logo zu wählen, die leicht zu merken sind und das Widerspiegeln, worum es bei Ihrem Unternehmen geht.

Erstellen Sie ein Poster oder eine Broschüre: Mit einem Poster oder einer Broschüre zeigen Sie den Menschen, worum es in Ihrem Unternehmen geht. Mithilfe von Bildern und Worten können Sie erklären, was Sie verkaufen und warum die Leute es kaufen sollten. Sie können diese in Ihrer Nachbarschaft aufhängen oder an Bekannte verteilen.

Erzählen Sie den Leuten von Ihrem Unternehmen: Eine der einfachsten Möglichkeiten, für Ihr Unternehmen zu werben, besteht darin, den Leuten davon zu erzählen. Sprechen Sie mit Ihren Freunden, Ihrer Familie und Ihren Nachbarn darüber, was Sie verkaufen. Sie können darüber auch in den sozialen Medien posten oder eine Website erstellen.

Erstellen Sie ein Video: Ein Video ist eine großartige Möglichkeit, Menschen zu zeigen, worum es in Ihrem Unternehmen geht. Sie können ein kurzes Video erstellen, das Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung vorstellt, und es auf YouTube oder in sozialen Medien veröffentlichen. Sie können das Video auch auf Ihrer Website oder in Ihrer Broschüre einbinden.

Verteilen Sie Muster: Menschen lieben es, Dinge auszuprobieren, bevor sie sie kaufen. Das Verteilen von Mustern Ihres Produkts ist eine großartige Möglichkeit, das Interesse der Menschen für das, was Sie verkaufen, zu wecken. Wenn Sie beispielsweise Kekse verkaufen, könnten Sie einen kostenlosen Keks an die Leute verteilen, die an Ihrem Stand vorbeikommen.

Nehmen Sie an lokalen Veranstaltungen teil: In vielen Gemeinden finden lokale Veranstaltungen wie Messen, Bauernmärkte oder Festivals statt. Diese Veranstaltungen können eine großartige Gelegenheit sein, für Ihr Unternehmen zu werben. Sie können einen Stand aufbauen und Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung verkaufen oder einfach nur Broschüren und Muster verteilen.

Arbeiten Sie mit anderen Unternehmen zusammen: Die Partnerschaft mit einem anderen Unternehmen kann eine großartige Möglichkeit sein, Ihr eigenes Unternehmen zu fördern. Wenn Sie beispielsweise Limonade verkaufen, könnten Sie mit einer örtlichen Bäckerei zusammenarbeiten und deren Kekse zusammen mit Ihrer Limonade verkaufen. Auf diese Weise gewinnen Sie beide mehr Kunden und können die Geschäfte des anderen fördern.

Nutzen Sie soziale Medien: Soziale Medien sind eine großartige Möglichkeit, Ihr Unternehmen einem breiteren Publikum bekannt zu machen. Sie können eine Facebook-Seite, ein Instagram-Konto oder ein Twitter-Profil für Ihr Unternehmen erstellen und Updates, Bilder und Videos zu dem, was Sie verkaufen, veröffentlichen. Sie können auch soziale Medien nutzen, um mit Kunden in Kontakt zu treten und ihre Fragen zu beantworten.

Erstellen Sie ein Empfehlungsprogramm: Mit einem Empfehlungsprogramm können Sie Ihre Kunden dazu ermutigen, ihren Freunden von Ihrem Unternehmen zu erzählen. Sie können ihnen einen Rabatt oder ein kostenloses Produkt anbieten, wenn sie jemanden empfehlen, der bei Ihrem Unternehmen kauft. Dies ist eine großartige Möglichkeit, mehr Kunden zu gewinnen und Ihre bestehenden Kunden zufrieden zu stellen.

Verkaufen Sie Ihr Produkt: Es gibt viele Möglichkeiten, ein Produkt zu verkaufen. Eine Möglichkeit besteht darin, es in einem Geschäft zu verkaufen. Ein Geschäft ist ein Ort, an den Menschen gehen, um Dinge zu kaufen, die sie brauchen oder wollen. Sie können einen Ladenbesitzer fragen, ob er Ihnen erlaubt, Ihr Produkt in seine Regale zu stellen, um es an Kunden zu verkaufen. Eine andere Möglichkeit, Ihr Produkt zu verkaufen, besteht darin, einen Tisch oder Stand auf einem Markt oder einer Messe aufzustellen. Auf einen Markt oder eine Messe kommen viele Menschen, um zu sehen, was andere verkaufen. Sie können Ihren Tisch oder Stand aufbauen und Ihr Produkt den Passanten zeigen. Sie können sogar mit Menschen sprechen und ihnen mehr über Ihr Produkt erzählen. Wenn es ihnen gefällt, kaufen sie es vielleicht bei Ihnen.

Sie können Ihr Produkt auch online verkaufen: Online bedeutet, dass Sie Ihr Produkt am Computer Menschen auf der ganzen Welt zeigen. Sie können eine Website erstellen oder eine Website verwenden, die Ihnen beim Verkauf von Produkten hilft, z. B. Amazon oder Etsy. Sie können Fotos von Ihrem Produkt machen und diese mit einer Beschreibung online stellen. Die Leute können dann Ihr Produkt sehen und entscheiden, ob sie es kaufen möchten. Egal wo Sie Ihr Produkt verkaufen, es ist wichtig, gute Manieren zu haben und höflich gegenüber Kunden zu sein. Wenn Sie jemanden treffen, der Ihr Produkt kaufen möchte, können Sie „Hallo“ sagen und lächeln. Sie können ihnen den Preis des Produkts mitteilen und fragen, ob sie Fragen haben. Wenn sie sich für den Kauf Ihres Produkts entscheiden, können Sie „Danke“ sagen und ihnen das Produkt geben. Der Verkauf Ihres Produkts ist ein wichtiger Teil der Geschäftstätigkeit. Auf diese Weise verdienen Sie Geld und machen mehr Menschen auf Ihr Produkt aufmerksam. Denken Sie daran, freundlich und höflich zu sein und Spaß daran zu haben, den Leuten zu zeigen, was Sie geschaffen haben!

Was wirst du brauchen? Wenn Sie Ihr Produkt verkaufen und bewerben möchten, benötigen Sie möglicherweise einige Ressourcen. Es hängt von Ihrer Geschäftsidee ab, aber hier sind einige **Beispiele für Dinge, die Sie möglicherweise benötigen:**

Produkt: Zuerst müssen Sie ein Produkt haben, das Sie verkaufen können! Das kann etwas sein, das Sie selbst herstellen, etwa ein Kunstwerk oder ein Kunsthandwerk, oder es könnte etwas sein, das Sie kaufen und weiterverkaufen.

Materialien: Sie benötigen Materialien, um Ihr Produkt herzustellen. Wenn Sie beispielsweise Schmuck herstellen, benötigen Sie Perlen, Schnüre und Verschlüsse. Wenn Sie Kunst machen, benötigen Sie Farbe, Pinsel und Papier. Stellen Sie sicher, dass Sie sich mit allem Notwendigen eindecken, damit Ihnen nicht mitten in der Herstellung Ihres Produkts das Geld ausgeht!

Verpackung: Sobald Sie Ihr Produkt hergestellt haben, müssen Sie es so verpacken, dass es gut aussieht und leicht zu transportieren ist. Dies kann eine Kiste, eine Tasche oder ein Behälter sein. Achten Sie darauf, Ihre Verpackung mit Ihrem Firmennamen und anderen wichtigen Informationen zu kennzeichnen.

Flyer und Poster: Sie müssen die Leute auf Ihr Produkt aufmerksam machen, und eine Möglichkeit, dies zu erreichen, sind Flyer und Poster. Diese können farbenfroh und auffällig sein und Bilder Ihres Produkts sowie den Namen und die Kontaktinformationen Ihres Unternehmens enthalten. Sie können sie in Ihrer Nachbarschaft oder in örtlichen Geschäften aufhängen.

Soziale Medien: Eine weitere Möglichkeit, Ihr Produkt zu bewerben, sind soziale Medien. Hier können Sie Bilder und Informationen zu Ihrem Produkt sowie Aktualisierungen und

Veranstaltungen teilen. Sie können soziale Medien auch nutzen, um mit potenziellen Kunden und anderen Unternehmen in Ihrer Gemeinde in Kontakt zu treten.

Visitenkarten: Wenn Sie mit Menschen persönlich über Ihr Unternehmen sprechen, kann es hilfreich sein, ihnen eine Visitenkarte zu geben. Darauf sollten Ihr Firmenname, Ihr Name und Ihre Kontaktinformationen stehen.

Verkaufstools: Je nachdem, was Sie verkaufen, benötigen Sie möglicherweise einige Tools, die Sie beim Verkauf unterstützen. Wenn Sie beispielsweise Lebensmittel verkaufen, benötigen Sie möglicherweise einen Tisch, Stühle und eine Geldkassette. Wenn Sie Kunst verkaufen, benötigen Sie möglicherweise Staffeleien und Beleuchtung, um Ihre Werke zu präsentieren.

Transport: Wenn Sie Ihr Produkt persönlich verkaufen möchten, benötigen Sie eine Möglichkeit, Ihr Produkt und alle anderen benötigten Materialien zu transportieren. Das kann ein Wagen, ein Rucksack oder ein Auto sein. Denken Sie daran, dass dies nur einige Beispiele für Ressourcen sind, die Sie möglicherweise benötigen, um Ihr Produkt zu verkaufen und zu bewerben. Es hängt alles davon ab, was Ihre Geschäftsidee ist. Denken Sie im Voraus darüber nach, was Sie benötigen, damit Sie vorbereitet sind und Ihr Unternehmen zum Erfolg führen können!

Werkzeuge für Lehrer

Lehrer können eine hervorragende Ressource für Kinder sein, die ein eigenes Unternehmen gründen möchten. Sie können Anleitungen und Ratschläge für die Führung eines Unternehmens geben und Kindern neue Fähigkeiten vermitteln, die ihnen zum Erfolg verhelfen. Lehrer können auch Ratschläge und Feedback zu den Geschäftsideen der Kinder geben. Sie können Kindern helfen, ihre Ideen zu verfeinern und einen Plan zu entwickeln, wie sie diese umsetzen können. Sie können auch Vorschläge machen, wie sich Produkte oder Dienstleistungen verbessern oder für potenzielle Kunden attraktiver gestalten lassen.

In einigen Fällen können Lehrer den Kindern möglicherweise sogar dabei helfen, Kontakte zu anderen Menschen zu knüpfen, die ihnen bei ihren Geschäften helfen können. Beispielsweise könnte ein Lehrer einen örtlichen Geschäftsinhaber kennen, der einem Kind Rat oder Betreuung bieten kann. Möglicherweise können sie den Kindern auch andere Studenten vorstellen, die daran interessiert sind, ein eigenes Unternehmen zu gründen. Ein Beispiel dafür, wie ein Lehrer einem Kind bei seiner Geschäftsidee half, ist die Geschichte der 11-jährigen Mikaila Ulmer. Mikaila hatte eine Leidenschaft für Bienen und Honig und wollte ein Unternehmen gründen, das mit Honig gesüßte Limonade verkauft. Ihr Lehrer ermutigte sie, an einem Geschäftswettbewerb für Kinder teilzunehmen, und am Ende gewann sie eine Investition von 60.000 US-Dollar in ihr Unternehmen. Mithilfe ihrer Lehrerin gelang es Mikaila, ihre Liebe zu Bienen in ein erfolgreiches Unternehmen namens Me & the Bees Lemonade umzuwandeln.

Ein weiteres Beispiel ist die Geschichte des 9-jährigen Cory Nieves, der ein Unternehmen für den Verkauf von Keksen gründen wollte. Sein Lehrer half ihm bei der Recherche von Rezepten und der Ausarbeitung eines Geschäftsplans. Sie half ihm auch bei der Entwicklung einer Marketingstrategie und der Entwicklung eines Logos für sein Unternehmen, das er Mr. Cory's Cookies nannte. Mit der Unterstützung seines Lehrers konnte Cory seine Leidenschaft für das Backen in ein erfolgreiches Unternehmen verwandeln, das er noch heute führt.

2.4. WIE VIEL?

A. Wie viel wird es kosten?

Die COST-Struktur bezieht sich auf die Ausgaben, die einem Unternehmen entstehen, um zu funktionieren und Einnahmen zu erzielen. Das Verständnis der Kostenstruktur ist für Unternehmen wichtig, da es ihnen hilft, Bereiche zu identifizieren, in denen sie Kosten senken und die Rentabilität steigern können. Die Kostenstruktur kann in zwei Hauptkategorien unterteilt werden: **Fixkosten** und **variable Kosten**.

- **FIXE Kosten:** Dies sind Kosten, die sich unabhängig von der Menge der produzierten Waren oder Dienstleistungen nicht ändern. Beispiele für Fixkosten sind Miete, Gehälter, Versicherung und Gerätewartung. Diese Kosten fallen in *der Regel regelmäßig an und müssen von Unternehmen bezahlt werden, unabhängig davon, ob sie Einnahmen erwirtschaften oder nicht*;
- **VARIABLE Kosten:** Hierbei handelt es sich um Kosten, die je nach Menge der produzierten Waren oder Dienstleistungen variieren. Beispiele für variable Kosten sind Rohstoffe, Produktionskosten und Verkaufsprovisionen. Diese Kosten *steigen oder sinken direkt proportional zum Produktions- oder Umsatzniveau*.

Zusätzlich zu den festen und variablen Kosten müssen Unternehmen auch andere Ausgaben wie **Marketing- und Werbekosten, Forschungs- und Entwicklungskosten** und **Steuern berücksichtigen**. Diese Kosten müssen Unternehmen berücksichtigen, wenn sie Preise für ihre Produkte oder Dienstleistungen festlegen und ihre Gesamtstrategie entwickeln.

Durch das Verständnis der Kostenstruktur können Unternehmen Möglichkeiten zur Kostensenkung und Steigerung der Rentabilität identifizieren. Letztlich ist eine gut durchdachte Kostenstruktur entscheidend für den langfristigen Erfolg und die Nachhaltigkeit eines Unternehmens.

DIE PERSPEKTIVE DES LEHRERS

Kostenstruktur des Business Model Canvas zu erklären, ist es wichtig, einfache und nachvollziehbare Beispiele zu verwenden, die sie verstehen können. Hier sind einige Tipps, wie Sie Kindern das Konzept erklären können:

- Beginnen Sie mit den **Grundlagen**: Bevor Sie die Kostenstruktur vorstellen, ist es wichtig sicherzustellen, dass Kinder ein grundlegendes Verständnis davon haben, was ein Unternehmen ist und was es tut. Sie können erklären, dass *ein Unternehmen eine Organisation ist, die Produkte oder Dienstleistungen an Kunden verkauft, um Geld zu verdienen*.
- Verwenden Sie **kreative Beispiele**: Um Kindern zu helfen, die unterschiedlichen Kosten zu verstehen, die Unternehmen verursachen, können Sie kreative Beispiele verwenden, die sich auf ihre eigenen Erfahrungen beziehen. Sie könnten beispielsweise *einen Limonadenstand* als Beispiel für ein Unternehmen verwenden und erläutern, wie sich die einzelnen Kostenstrukturen darauf auswirken.

- Erklären Sie **die Fixkosten**: Fixkosten sind Ausgaben, die sich nicht ändern, unabhängig davon, wie viel das Unternehmen verkauft. Beispiele für Fixkosten sind Miete, Ausrüstung und Nebenkosten. Sie können den Kindern erklären, dass *das Kosten sind, die das Unternehmen auch dann tragen muss, wenn es keine Limonade verkauft*.

- Erklären Sie **die variablen Kosten**: Variable Kosten sind Ausgaben, die sich abhängig davon ändern, wie viel das Unternehmen verkauft. Beispiele für variable Kosten für einen Limonadenstand könnten *die Kosten für Zitronen, Zucker und Tassen sein*. Sie können Kindern erklären, dass diese Kosten steigen, wenn das Unternehmen mehr Limonade verkauft.

- Fördern Sie kritisches Denken: Wenn Kinder älter werden, können Sie sie dazu ermutigen, kritischer über die Kostenstruktur nachzudenken und darüber, wie diese optimiert werden kann, um das Unternehmen profitabler zu machen. Sie können Fragen stellen wie: „*Wie können Sie die Kosten für Zitronen für Ihren Limonadenstand senken?*“ oder „*Wie können Sie die Kosten für Tassen senken?*“

- Sorgen Sie dafür, dass es Spaß macht: Das Erlernen von Geschäftskonzepten kann ernst sein, aber es ist wichtig, dass es für Kinder spannend und unterhaltsam bleibt. Sie können ein Spiel daraus machen, die festen und variablen Kosten für einen Limonadenstand zu ermitteln, oder Kinder herausfordern, kreative Wege zu finden, um Kosten zu senken und den Gewinn zu steigern.

Insgesamt kann die Erläuterung der Kostenstruktur des Business Model Canvas Kindern dabei helfen, *wichtige Lebenskompetenzen und ein Verständnis für die Funktionsweise von Unternehmen zu entwickeln*. Indem Sie die Konzepte vereinfachen und nachvollziehbare Beispiele verwenden, können Sie Kindern helfen, die Grundlagen der Geschäftsplanung und -strategie zu verstehen.

B. Was werden Sie davon haben?

Umsätze sind der Geldbetrag, den ein Unternehmen durch den Verkauf von Waren oder Dienstleistungen verdient. Eine Einnahmequelle kann aus verschiedenen Quellen stammen, wie zum Beispiel:

- Verkauf von Produkten oder Dienstleistungen: Dies ist die häufigste Einnahmequelle für Unternehmen. Unternehmen verdienen Geld, indem sie Produkte oder Dienstleistungen direkt an Kunden verkaufen. Beispielsweise erzielt ein Limonadenstand Einnahmen durch den Verkauf von Limonade an Kunden.
- Abonnementgebühren: Einige Unternehmen erheben von ihren Kunden eine wiederkehrende Gebühr für den Zugriff auf ihre Produkte oder Dienstleistungen. Beispielsweise erzielt ein Streaming-Dienst wie Spotify Einnahmen, indem er seinen Kunden eine monatliche Abonnementgebühr in Rechnung stellt.
- Lizenzierung oder Franchising: Einige Unternehmen erzielen Einnahmen, indem sie ihre Produkte oder Dienstleistungen an andere Unternehmen oder Einzelpersonen lizenzieren. Beispielsweise erzielt eine Fast-Food-Kette wie **McDonald's** Einnahmen, indem sie ihre Marke franchisiert und anderen Unternehmern erlaubt, ihre eigenen McDonald's- Filialen zu eröffnen;
- Werbung: Einige Unternehmen erzielen Einnahmen durch den Verkauf von Werbeflächen auf ihren Plattformen oder in ihren Produkten. Beispielsweise

erzielt eine Social-Media-Plattform wie Facebook Einnahmen durch den Verkauf von Werbeflächen an Unternehmen;

- Provisionsbasierte Verkäufe: Einige Unternehmen erzielen Einnahmen, indem sie eine Provision für Verkäufe erhalten, die über ihre Plattform oder ihr Vertriebsteam getätigt werden. Beispielsweise erzielt eine E-Commerce-Plattform wie **Amazon** Einnahmen, indem sie einen Prozentsatz der von Drittanbietern auf ihrer Plattform getätigten Verkäufe erhält.

Um erfolgreich zu sein, müssen Unternehmen eine oder mehrere Einnahmequellen identifizieren, die mit ihrer Gesamtstrategie und den Marktbedingungen übereinstimmen. Durch das Verständnis ihrer Einnahmequellen können Unternehmen fundierte Entscheidungen darüber treffen, wie sie Ressourcen zuweisen und ihre Abläufe optimieren, um mehr Einnahmen zu generieren.

DIE PERSPEKTIVE DES LEHRERS

Um Kindern die **Einnahmequelle** des Business Model Canvas zu erklären, ist es wichtig, mit den Grundlagen zu beginnen. Hier sind einige Tipps, wie Sie Kindern das Konzept erklären können:

- Beginnen Sie damit, was ein Unternehmen ist: Bevor Sie die Einnahmequelle vorstellen, erklären Sie den Kindern, was ein Unternehmen ist und was es tut. Sie können erklären, dass ein Unternehmen *eine Organisation ist, die Produkte oder Dienstleistungen an Kunden verkauft, um Geld zu verdienen*.
- Verwenden Sie nachvollziehbare Beispiele: Um Kindern zu helfen, das Konzept der Einnahmequellen zu verstehen, verwenden Sie Beispiele, die sich auf ihre eigenen Erfahrungen beziehen. Sie könnten beispielsweise *einen Limonadenstand* als Beispiel für ein Unternehmen verwenden und erklären, wie es Einnahmen generiert.
- Erklären Sie, was **Umsatz** ist: *Umsatz ist das Geld, das ein Unternehmen durch den Verkauf seiner Produkte oder Dienstleistungen verdient*. Sie können Kindern erklären, dass der Erlös eines Limonadenstandes das Geld ist, das er durch den Verkauf von Limonade verdient.
- Besprechen Sie verschiedene Einnahmequellen: Es gibt verschiedene Möglichkeiten, wie Unternehmen Einnahmen generieren können, und Sie können Kindern einige davon erklären. Beispielsweise könnte ein Limonadenstand unterschiedliche Einnahmequellen haben, indem er *unterschiedliche Bechergößen anbietet od. andere Produkte wie Kekse oder Brownies verkauft*.
- Kreativität fördern: Ermutigen Sie Kinder, kreativ darüber nachzudenken, wie ein Unternehmen Einnahmen generieren kann. Sie könnten sich beispielsweise verschiedene Produkte ausdenken, die sie an ihrem Limonadenstand verkaufen möchten, oder sie könnten sich Möglichkeiten ausdenken, mehr Kunden anzulocken und so ihren Umsatz zu steigern.
- Sorgen Sie dafür, dass es Spaß macht: Das Erlernen von Geschäftskonzepten kann ernst sein, aber es ist wichtig, dass es für Kinder spannend und unterhaltsam bleibt. Sie können ein Spiel daraus machen, verschiedene Einnahmequellen für einen Limonadenstand zu identifizieren, oder Kinder herausfordern, kreative Wege zur Steigerung der Einnahmen zu finden.

Insgesamt kann die Erklärung der Einnahmequellen des Business Model Canvas für Kinder dabei helfen, wichtige Lebenskompetenzen und ein Verständnis dafür zu entwickeln, wie Unternehmen funktionieren. Indem Sie nachvollziehbare Beispiele verwenden und die Kreativität fördern, können Sie Kindern helfen, die Grundlagen der Geschäftsplanung und -strategie zu verstehen.

3. SPIELE & AKTIVITÄTEN

3.1. WAS

Wie es im Unterricht weitergeht

Wertversprechen des Business Model Canvas zu erklären, ist es wichtig, einfache und nachvollziehbare Beispiele zu verwenden, die sie verstehen können. Hier sind einige Tipps, wie Sie Kindern das Konzept erklären können:

- Beginnen Sie mit den Grundlagen: Bevor Sie die Kostenstruktur vorstellen, ist es wichtig sicherzustellen, dass Kinder ein grundlegendes Verständnis davon haben, was ein Unternehmen ist und was es tut. Sie können erklären, dass *ein Unternehmen eine Organisation ist, die Produkte oder Dienstleistungen an Kunden verkauft, um Geld zu verdienen*.

- Verwenden Sie kreative Beispiele: Um Kindern das Verständnis des Wertversprechens zu erleichtern, können Sie Beispiele mit Kindern besprechen, damit sie das Grundkonzept verstehen, das sich auf ihre eigenen Erfahrungen bezieht. Sie könnten zum Beispiel einen *Limonadenstand* als Beispiel für ein Unternehmen verwenden und als Kinder sehen, welches „Problem“ es für Kunden lösen kann (Durst stillen, Freude nach einem tollen Drink bereiten, Ort zum Treffen und Zusammensitzen mit Freunden). Die Kinder sollen verstehen, dass sie wissen sollen, welchen Nutzen es für den Kunden hat.

- Erklären Sie den Kindern, dass sie über die **wichtigsten Merkmale** oder Eigenschaften ihrer Produkte und Dienstleistungen nachdenken sollten.

aus der Perspektive potenzieller Kunden denken sollten. Welche Bedürfnisse oder Wünsche oder/und Ängste potenzieller Kunden betreffen das vorgeschlagene Produkt und die vorgeschlagene Dienstleistung?

aus der Perspektive potenzieller Kunden denken sollten. Welche Bedürfnisse oder Wünsche oder/und Ängste potenzieller Kunden betreffen das vorgeschlagene Produkt und die vorgeschlagene Dienstleistung?

ihre eigene Geschäftsidee vorzustellen. Sie können allein oder in Gruppen arbeiten.

Um sie zu ermutigen, können Sie ihnen Fragen stellen wie: Haben Sie eine Lösung für ein Problem, für das jemand bezahlen würde? Überlegen Sie, was Ihren Bedürfnissen oder Wünschen oder denen anderer entspricht und wofür Sie (oder jemand anderes) bereit wären zu zahlen?

Der beste Weg, das Wertversprechen zu testen, besteht darin, **die Kinder das Wertversprechen** (das Produkt und die Dienstleistungen) vor der Klasse präsentieren zu lassen. Begrenzen Sie vor Präsentationen die Zeit (geben Sie ihnen 1, 2 oder 3 Minuten Zeit, um die Geschäftsidee kurz vorzustellen). Und erinnern Sie sie an die Schlüsselaspekte des Wertversprechens (durch ihre Präsentation sollten die Zuhörer

grundsätzlich Antworten auf die oben genannten Fragen erhalten – siehe die Fragen zur Validierung des Wertversprechens).

Dann **die Schüler in der Klasse zu fragen**, was sie gerne noch mehr über das Wertversprechen wissen würden (falls ein wichtiger Aspekt in der Präsentation fehlte, fragen Sie nach bzw. regen Sie die Diskussion zu diesem Thema an). Ermutigen Sie die Kinder in der Klasse, Fragen zu stellen, die die Geschäftsidee in Frage stellen, aber denken Sie dennoch daran, eine einladende **Atmosphäre zu schaffen** und niemanden für die „verrückte“ Idee zu beschämen, die er vielleicht hat. Das Ziel besteht darin, den Präsentator dazu zu bringen, tiefer über seine Idee nachzudenken, und zwar aus verschiedenen Blickwinkeln (Perspektiven verschiedener potenzieller Kunden).

Während der Diskussion können Sie die Kinder fragen, **ob sie an diesem Produkt interessiert wären** (stellen Sie sich vor, dass sie die Rolle der potenziellen Kundengruppe spielen). Fragen Sie sie anhand ihrer Antworten, warum sie interessiert wären oder warum sie nicht interessiert wären. Sie können die Kinder auch sagen lassen, was sie empfehlen würden, um das Wertversprechen (das Produkt und die Dienstleistungen) zu verbessern. Auf diese Weise können alle Teilnehmer der Klasse teilnehmen und dazu beitragen, das Wertversprechen zu verbessern.

(Optional) **Validierung der Geschäftsidee mit den potenziellen Kunden:**

Um eine bessere und relevante Antwort auf die Frage zu erhalten: Besteht ein Wunsch nach Ihrem Produkt und Ihren Dienstleistungen?

Sie sollten Kinder damit beauftragen, ihre potenziellen Kunden zu treffen (das können andere Schüler, Erwachsene als Lehrer, Eltern, Freunde der Familie sein) und sie nach ihrem Wertversprechen befragen.

Wären sie an den Produkten und Dienstleistungen interessiert?

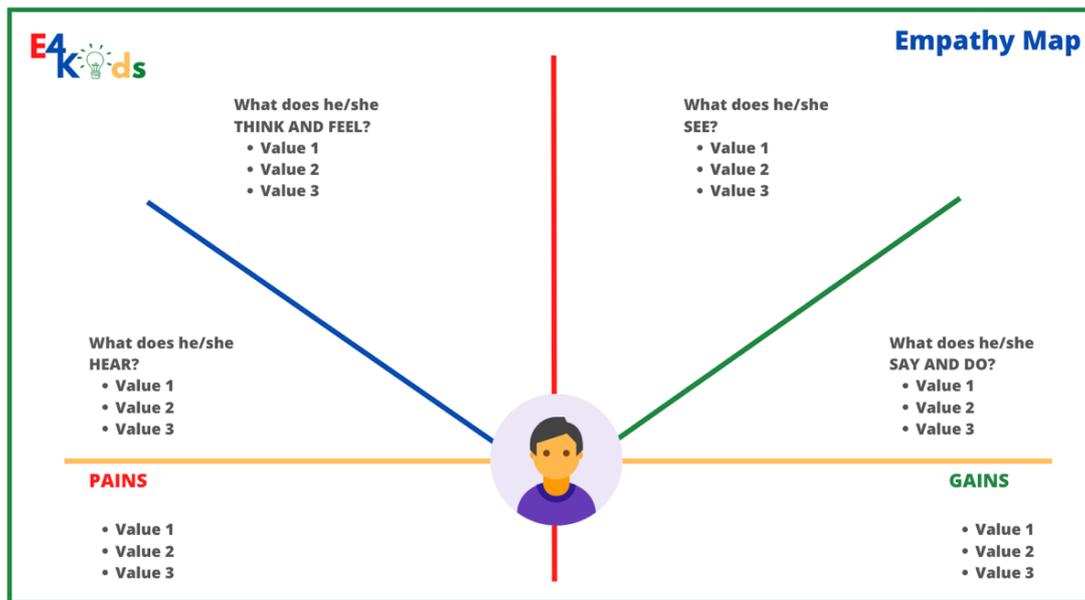
Würden sie es kaufen (das ist wichtig)?

Welche wichtigen Aspekte/Merkmale sollten das Produkt und die Dienstleistung aufweisen, damit sie es kaufen?

Im realen Szenario könnte dies als der wichtigste Teil der Entwicklung eines tragfähigen Geschäftsmodells angesehen werden. Die Validierung der Idee bei potenziellen Kunden bringt immer sehr wichtige und oft entscheidende Impulse für die Gestaltung des Geschäftsmodells.

3.2. WER

AKTIVITÄT 1: EMPATHIEKARTE



- **Ziel der Aktivität:** Den Schülern mithilfe der Empathiekarte beibringen, Klienten zu verstehen und sich in sie hineinzusetzen.
- **Benötigte Materialien:**
 - Große Blätter Papier für Empathiekarten.
 - Marker, Bleistifte und Farben zum Zeichnen und Schreiben auf den Karten
 - Kleben Sie die Karten mit Kleber oder Klebeband an Wänden oder Whiteboards auf.
- **Aktivitätsanweisungen für den Lehrer:** Führen Sie die Schüler in das Konzept einer Empathiekarte ein und erklären Sie, dass sie verwendet wird, um die Bedürfnisse, Wünsche, Gedanken und Gefühle der Klienten zu verstehen. Geben Sie ihnen einige konkrete Beispiele, wie zum Beispiel:
 - Beispiel 1: Stellen Sie sich vor, Sie sind ein Spielzeuggladen und möchten wissen, womit Kinder spielen möchten. Was machen Sie gerne. Was sind ihre Lieblingsspielzeuge? Wie fühlen sie sich, wenn sie mit ihren Spielsachen spielen?
 - Beispiel 2: Stellen Sie sich vor, Sie sind ein Restaurant und möchten mehr Familien anziehen. Was ist Familien am wichtigsten, wenn sie auswärts essen? Welche Art

von Essen mögen sie? Wie fühlen sie sich, wenn sie zusammen in einem Restaurant sind?

- **Gruppenbildung:** Teilen Sie die Schüler in Gruppen von 3 bis 5 Personen ein. Jede Gruppe sollte ein Produkt oder eine Dienstleistung auswählen, die ihr gefällt oder die sie schon einmal genutzt hat.
- **Empathiekarten erstellen:** Geben Sie jeder Gruppe ein großes Blatt Papier und bitten Sie die Schüler, eine Empathiekarte für ihr Produkt oder ihre Dienstleistung zu zeichnen. Bitten Sie die Schüler, jeden Abschnitt der Karte mit Informationen zu füllen, die für ihr Produkt oder ihre Dienstleistung relevant sind:
 - Was **SIEHT der Kunde** (zeichnet das Produkt oder die Dienstleistung)?
 - Was **FÜHLT der Kunde** (Gefühle des Kunden aufschreiben oder zeichnen)?
 - **denkt** der Kunde (die Gedanken des Kunden aufschreiben oder zeichnen)?
 - Was **HÖRT der Kunde** (Schreiben oder zeichnen Sie, was der Kunde oder andere über das Produkt oder die Dienstleistung sagen)?
 - Was **SAGT der Kunde** (Schreiben oder zeichnen Sie, was der Kunde über das Produkt oder die Dienstleistung sagen würde)?
 - Was macht der Kunde (die Aktionen des Kunden aufschreiben oder zeichnen)?
- **Präsentation der Empathiekarte:** Bitten Sie jede Gruppe, der Klasse ihre Empathiekarte vorzustellen. Stellen Sie sicher, dass jeder Schüler die Möglichkeit hat, über seinen Teil der Karte zu sprechen und Fragen von Klassenkameraden zu beantworten.
- **Abschließende Reflexion:** Schließen Sie die Aktivität ab, indem Sie die Schüler bitten, über das Gelernte nachzudenken. Fragen Sie sie, wie sie die Empathiekarten nutzen können, um ihr Verständnis für Kunden zu verbessern und wie sie dieses Wissen in zukünftigen Projekten oder Aktivitäten anwenden können.

AKTIVITÄT 2: ROLLENSPIELE



- **Ziel der Aktivität:** Vermittlung von Fähigkeiten zur Entscheidungsfindung und zum kritischen Denken der Schüler, indem sie als unterschiedliche Kundentypen agieren und Kaufentscheidungen treffen.
- **Benötigte Materialien:**
 - Blätter Papier und Bleistifte zur Vorbereitung auf das Rollenspiel.
 - Produkte oder Bilder von Produkten, damit Schüler auswählen können, was sie kaufen möchten.
 - Spielgeld (optional)
- **Aktivitätsanweisungen für den Lehrer:** Erklären Sie den Schülern, dass sie durch Rollenspiele, in denen sie als unterschiedliche Kundentypen agieren und Kaufentscheidungen treffen müssen, etwas über Entscheidungsfindung und kritisches Denken lernen werden.

- **Vorbereitung des Rollenspiels:** Bitten Sie die Schüler, in Paaren oder Kleingruppen an der Vorbereitung der Rollen zu arbeiten. Geben Sie ihnen einige Beispiele für Kundentypen, wie zum Beispiel:
 - Ein Kunde, der den besten Preis sucht.
 - Ein Kunde, der Produktqualität und Langlebigkeit schätzt.
 - Ein Kunde, der ein unterhaltsames und aufregendes Einkaufserlebnis sucht.
 - Ein Kunde, der ein bestimmtes Produkt für eine Aufgabe oder ein Projekt benötigt.

- **Aktivitätsentwicklung:** Bitten Sie die Schüler, ihre Rollen dem Rest der Klasse vorzuführen. Veröffentlichen Sie die verfügbaren Produkte oder Bilder von Produkten, damit die Schüler auswählen können, was sie kaufen möchten. Stellen Sie sicher, dass jeder Schüler die Möglichkeit hat, als unterschiedliche Kundentypen aufzutreten und Kaufentscheidungen zu treffen.

Einige Produktbeispiele:

- Spielzeug: Spielzeugkarren, Kuscheltiere, Brettspiele usw.
- Schulmaterial: Bleistifte, Notizbücher, Radiergummis usw.
- Kleidung: T-Shirts, Mützen, Socken usw.
- Sportartikel: Bälle, Schläger, Kegel usw.

Sie können Spielgeld zur Verfügung stellen, damit Schüler den Kaufvorgang simulieren können.

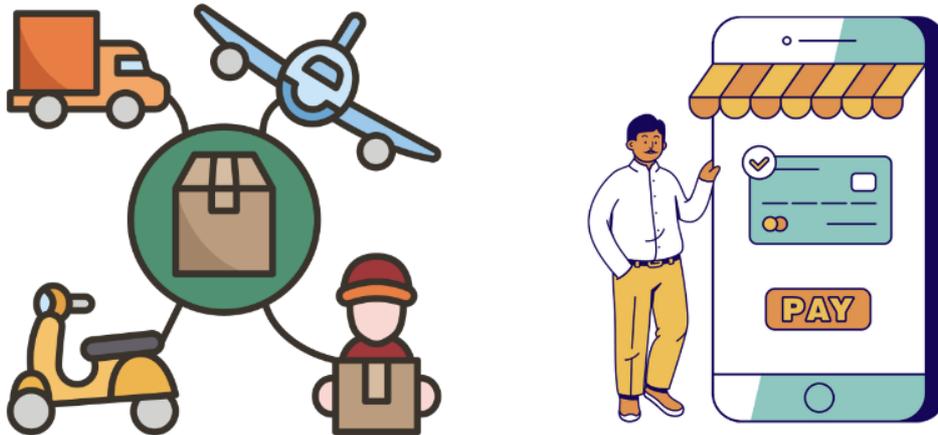
Ermutigen Sie die Schüler, miteinander zu interagieren und den Preis oder die Kaufbedingungen auszuhandeln.

Beobachten und notieren Sie, wie Schüler ihre Kaufentscheidungen treffen und wie sie miteinander interagieren.

- **Abschließende Reflexion:** Schließen Sie die Aktivität ab, indem Sie die Schüler bitten, über das Gelernte nachzudenken. Fragen Sie sie, wie sie ihre Kaufentscheidungen getroffen haben, wie sie mit anderen interagiert haben und wie sie sich während der Aktivität gefühlt haben.

Ermutigen Sie die Schüler, über Situationen nachzudenken, in denen sie im wirklichen Leben Kaufentscheidungen treffen mussten, und wie sie das Gelernte in diesen Situationen anwenden könnten.

AKTIVITÄT 3: VERTRIEBSKANÄLE



- **Ziel der Aktivität:** Ziel dieser Aktivität ist es, Grundschulern die verschiedenen Vertriebskanäle zu vermitteln, die es gibt, um Produkte vom Hersteller zum Endverbraucher zu bringen.
- **Benötigte Materialien:**
 - o - Beispielprodukte wie Spielzeug, Konserven, Bücher usw.
 - o - Karten mit den Namen der verschiedenen Vertriebskanäle (Direktvertrieb, Einzelhandelsgeschäfte, Großhändler, Zwischenhändler, Online-Shops usw.).
 - o - Whiteboard und Marker.
- **Aktivitätsanweisungen für den Lehrer:** Beginnen Sie die Aktivität, indem Sie den Schülern erklären, was Vertriebskanäle sind, was sie sind und warum sie wichtig sind. Verwenden Sie konkrete Beispiele für Produkte, die Kinder erkennen können, etwa Spielzeug, Konserven oder Bücher.
- **Entwicklung der Aktivität:**

Nachdem die Studierenden ein Verständnis für die verschiedenen Vertriebskanäle gewonnen haben, ist es Zeit für die eigentliche Aktivität.

Teilen Sie die Schüler in Gruppen von 3 oder 4 Personen auf und geben Sie jeder Gruppe einige Beispielprodukte.

Geben Sie jeder Gruppe einige Musterprodukte und bitten Sie sie, die verschiedenen Vertriebskanäle zu identifizieren, die verwendet werden, um das Produkt vom Hersteller zum Endverbraucher zu bringen.

Die Schüler sollten die verschiedenen Vertriebskanäle auf die bereitgestellten Karten schreiben.

Sobald die Gruppen die Aufgabe erledigt haben, wählen Sie einen Schüler aus jeder Gruppe aus, der die verschiedenen Vertriebskanäle vorstellt, die er für seine Produkte identifiziert hat, und deren Funktionsweise erklärt.

- **Abschließende Überlegung:**

Bitten Sie die Schüler nach der Aktivität, über das Gelernte nachzudenken. Einige Fragen, die sie stellen können, sind:

- o Was ist ein Vertriebskanal?
- o Warum sind Vertriebskanäle wichtig?
- o Welche Vertriebskanäle wurden für die von uns analysierten Produkte genutzt?
- o Was ist der gebräuchlichste Vertriebskanal, den Sie kennen?
- o Was würde passieren, wenn es keine Vertriebskanäle für die Produkte gäbe, die wir täglich verwenden?

3.3. WIE

Aktivitäten

Es gibt verschiedene Aktivitäten, Tests und Tools, mit denen Lehrer Kindern helfen können, zu verstehen, wie sie ihre Produkte verkaufen und bewerben und welche Ressourcen sie benötigen.

Übungsaktivität für Verkaufsgespräche: Eine Aktivität, mit der Lehrer Kindern helfen können, zu verstehen, wie sie ihre Produkte verkaufen und bewerben können, ist eine Übungsaktivität für Verkaufsgespräche. Bei dieser Aktivität können die Schüler in Gruppen oder einzeln daran arbeiten, ein Verkaufsargument für ihr Produkt zu erstellen. Der Lehrer kann eine Liste der wichtigsten Funktionen und Vorteile des Produkts bereitstellen, und die Schüler können diese Informationen zur Erstellung ihres Verkaufsgesprächs nutzen. Anschließend können die Schüler der Klasse ihr Verkaufsgespräch vorstellen und der Lehrer kann Feedback dazu geben, wie das Verkaufsgespräch verbessert werden kann.

Marketing-Quiz: Ein Marketing-Quiz kann für Lehrer eine unterhaltsame und interaktive Möglichkeit sein, Kindern zu helfen, die Grundlagen des Marketings zu verstehen. Das Quiz kann Themen wie Branding, Zielgruppe und Werbung abdecken. Lehrer können das Quiz mit Online-Tools wie Kahoot oder Quizlet erstellen oder ein papierbasiertes Quiz erstellen. Die Schüler können das Quiz einzeln oder in Gruppen absolvieren, und der Lehrer kann Feedback und Erklärungen für die richtigen Antworten geben.

Ressourcen-Schnitzeljagd: Eine Ressourcen-Schnitzeljagd ist eine unterhaltsame Aktivität, die den Schülern helfen kann, die Ressourcen zu verstehen, die sie zum Verkaufen und Bewerben ihres Produkts benötigen. Der Lehrer kann eine Liste mit Ressourcen erstellen, die für eine bestimmte Geschäftsidee benötigt werden, beispielsweise einen Limonadenstand, und die Schüler können zu zweit oder in kleinen Gruppen daran arbeiten, die Ressourcen im Klassenzimmer oder in der Schule zu finden. Beispielsweise müssen die Schüler möglicherweise Tassen, einen Krug, Zitronen, Zucker, ein Schild und einen Tisch finden. Der Lehrer kann ein Zeitlimit für die Schnitzeljagd festlegen und die Schüler können der Klasse über die gefundenen Ressourcen Bericht erstatten.

Rollenspiel: Rollenspiele sind eine unterhaltsame und interaktive Aktivität, die Kindern helfen kann, den Prozess des Verkaufs und der Werbung für Produkte zu verstehen. Lehrer können den Schülern Rollen zuweisen, z. B. Verkäufer, Käufer und Promoter, und sie verschiedene Szenarien durchspielen lassen. Beispielsweise kann der Verkäufer versuchen, den Käufer zum Kauf seines Produkts zu überreden, während der Promoter eine Werbung für das Produkt erstellen kann. Dies kann Kindern helfen, die verschiedenen Rollen beim Verkauf und der Werbung für ein Produkt zu verstehen und effektiv mit Kunden zu kommunizieren.

Businessplan-Vorlage: Eine Businessplan-Vorlage kann für Kinder ein nützliches Hilfsmittel sein, um zu verstehen, welche Ressourcen für die Gründung und das Wachstum eines Unternehmens erforderlich sind. Lehrer können eine Vorlage bereitstellen, die die verschiedenen Abschnitte eines Geschäftsplans umreißt, z. B. die Zusammenfassung, die Marktanalyse und die Finanzprognosen. Mithilfe dieser Vorlage können die Schüler dann ihren eigenen Geschäftsplan erstellen, der ihnen dabei helfen kann, die Ressourcen zu ermitteln, die sie für die Gründung und das Wachstum ihres Unternehmens benötigen. Dazu können Dinge wie Materialien, Werkzeuge und Verbrauchsmaterialien sowie Marketing- und Werbekosten gehören.

Diese Aktivitäten, Quizze und Tools können Lehrern dabei helfen, Schüler dazu zu bringen, ihnen beizubringen, wie sie Produkte verkaufen und bewerben und welche Ressourcen sie benötigen. Indem sie den Lernprozess unterhaltsam und interaktiv gestalten, können Lehrer den Schülern dabei helfen, die Fähigkeiten und Kenntnisse zu entwickeln, die sie für den Erfolg ihrer Geschäftsvorhaben benötigen.

Die Unterrichtsaktivitäten finden Sie hier:

https://drive.google.com/file/d/1hYKrD7i3Jeq3Z0dG7IqGYve7rCpm3UQF/view?usp=drive_link

3.4. WIE VIEL

Der ZITRONENSTAND

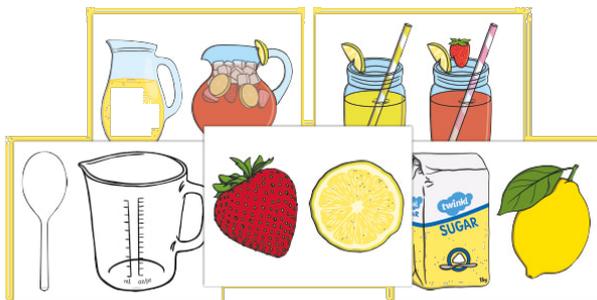
Wenn wir einen Limonadenstand errichten und die **Einnahmen** unseres Geschäftsprojekts direkt durch den Verkauf von **Limonadenbechern generiert werden**, entspricht der Gesamtumsatz unseres Geschäftsprojekts bei einem *Verkaufspreis* von 1 € pro Tasse 1 € multipliziert mit der Anzahl der Tassen, die wir verkaufen.

Die Einnahmen an einem Limonadenstand können jedoch von mehreren Faktoren abhängen, darunter Standort, Preis, Wetter und Nachfrage. Auch im Falle eines einfachen Limonadenstandes gibt es einige potenzielle **Einnahmequellen** wie:



- Limonadenverkauf: Dies ist die Haupteinnahmequelle für einen Limonadenstand. Abhängig von der Tassengröße und dem verlangten Preis kann eine einzelne Tasse Limonade zwischen 50 Cent und einigen Euro verkauft werden;
- Um das Geschäft zu bereichern, könnten wir auch darüber nachdenken, zusätzliche Artikel wie Kekse oder Brownies zu verkaufen;
- Darüber hinaus könnten wir den Verkauf an unsere Verwandten und Freunde fördern und hoffen, durch „Trinkgelder“ oder „Spenden“ zusätzliche Einnahmen zu erzielen.

Andererseits verursacht der Betrieb eines Zitronenstandes unterschiedliche **KOSTEN**, darunter:



- Zutaten: Zuerst brauchen wir Zitronen, Wasser und Zucker, um die Limonade herzustellen, und dann brauchen wir für die Herstellung von Keksen und Brownies Zutaten wie Mehl, Zucker, Eier, Butter, Schokoladenstückchen und andere Aromen;
- Vorräte: Wir brauchen auf jeden Fall Pappteller, Servietten, Tassen und eventuell Strohhalme zum Servieren der Limonade und der Backwaren;
- Ausrüstung: Möglicherweise benötigen wir Backzubehör wie Rührschüsseln, Messbecher und Backbleche sowie einen Krug und Tassen zum Servieren der Limo.
- Arbeitsaufwand: Wenn wir die Backwaren nicht selbst herstellen, müssen Sie möglicherweise jemanden bezahlen, der sie für Sie backt. Darüber hinaus

betreuen wir den Stand, nehmen Bestellungen entgegen und bedienen die Kunden.

- Marketing und Werbung: Möglicherweise müssen wir auch in Marketing oder Werbung investieren, um Kunden anzulocken, angefangen beim Drucken von Handzetteln oder Broschüren zur Verteilung im Bezirk;
- Genehmigungen und Lizenzen: Möglicherweise müssen wir für den Verkauf der Produkte auch Genehmigungen und Lizenzen einholen, wofür möglicherweise Gebühren anfallen.

Am Ende des Tages haben wir einen **Gewinn, wenn wir mehr Geld erhalten haben**, als wir zur Deckung aller Kosten ausgegeben haben. Im Gegenteil, wenn wir mehr Geld ausgegeben haben, als wir erhalten haben, werden wir einen **Verlust erleiden**. Falls wir an einem Tag nicht alle Limonaden und Kekse verkauft haben, zählen wir die Reste natürlich als Umsatz für den nächsten Tag.

Ansichts der Tatsache, dass die durch unser Geschäftsprojekt erzielten Gesamteinnahmen den Stückkosten unserer Produkte (*Becher Limonade und Kekse*) multipliziert mit der Anzahl der von uns verkauften Einheiten (*Becher Limonade und Kekse*) entsprechen, ergibt sich eindeutig das Endergebnis unseres Geschäfts (Gewinn vs. Verlust) hängt nicht nur von der Anzahl der Produkte ab, die wir verkaufen, sondern auch vom Stückpreis, den wir den Produkten zuordnen.

Um dann den Stückpreis (**Preispolitik**) zu definieren, müssen wir mehrere Faktoren berücksichtigen:

- die Kosten für die Herstellung der Limonade und der Kekse,
- die Zeit, die wir für die Herstellung und den Verkauf der Produkte aufwenden,
- die von der Konkurrenz verlangten Preise, da die anderen Stände in der Nähe Limonaden und Kekse verkaufen: Um einen höheren Preis als die Konkurrenz zu erzielen, müssen wir die höhere Qualität unserer Produkte nachweisen.

DIE PERSPEKTIVE DES LEHRERS

Kindern **Gewinne oder Verluste** zu erklären, kann eine gute Möglichkeit sein, sie an das Konzept von Geld und finanzieller Verantwortung heranzuführen. Hier sind einige Tipps, wie Sie Kindern diese Konzepte erklären können:

- Beginnen Sie mit den Grundlagen: Bevor Sie sich mit dem Konzept von Gewinnen und Verlusten befassen, ist es wichtig sicherzustellen, dass Kinder über ein grundlegendes Verständnis von Geld verfügen. Sie können den Wert verschiedener Münzen und Scheine erklären, wie sie durch Arbeit verdient oder verschenkt werden und wie sie zum Kauf von Dingen verwendet werden können.

- Verwenden Sie einfache Beispiele: Um Gewinne und Verluste zu erklären, können Sie Beispiele verwenden, die für Kinder leicht verständlich sind. Wenn ein Limonadenstand beispielsweise 10 € mit dem Verkauf von Limonade verdient, aber 5 € für Zitronen und Tassen ausgibt, hat er einen Gewinn von 5 €. Alternativ, wenn er 15 € für Vorräte ausgibt, aber nur 10 € verdient, hat er einen Verlust von 5 \$.

- Betonen Sie die Bedeutung der **Budgetierung**: Um einen Gewinn zu erzielen, ist es wichtig, die Ausgaben sorgfältig zu budgetieren und zu verwalten. Sie können Kindern erklären, wie sie im Voraus planen, ein Budget für ihren Limonadenstand oder andere Aktivitäten festlegen und kluge Entscheidungen darüber treffen können, was sie kaufen und wie viel sie verlangen.

Kritisches Denken fördern: Wenn Kinder älter werden, können Sie sie dazu ermutigen, kritischer über Gewinne und Verluste nachzudenken. Sie können Fragen stellen wie: „*Was könnten Sie beim nächsten Mal anders machen, um mehr Geld zu verdienen?*“ oder „*Wie könnten Sie Ihre Ausgaben reduzieren, um einen größeren Gewinn zu erzielen?*“

- Sorgen Sie dafür, dass es Spaß macht: Das Thema Geld zu lernen kann ein ernstes Thema sein, aber es ist wichtig, dass es für Kinder spannend und unterhaltsam bleibt. Sie können ein Budgetspiel daraus machen oder Kinder auffordern, kreative Wege zu finden, um mehr Geld zu verdienen.

Insgesamt kann die Erklärung von Gewinnen und Verlusten Kindern dabei helfen, wichtige Lebenskompetenzen und Finanzkenntnisse zu entwickeln, die ihnen in der Zukunft von großem Nutzen sein werden.

Die Preispolitik zu erklären, kann eine gute Möglichkeit sein, ihnen grundlegende Wirtschaftsprinzipien beizubringen und ihnen zu helfen, zu verstehen, warum verschiedene Produkte unterschiedliche Beträge kosten. Hier sind einige Tipps, wie Sie Kindern die Preispolitik erklären können:

- Beginnen Sie mit den Grundlagen: Bevor Sie sich mit der Preispolitik befassen, ist es wichtig sicherzustellen, dass Kinder ein grundlegendes Verständnis von Geld haben und wissen, wie es zum Kauf von Waren und Dienstleistungen verwendet wird. Sie können das Konzept von *Angebot und Nachfrage erklären*. Dabei geht es um die Idee, dass der Preis eines Produkts dadurch beeinflusst wird, wie viel davon verfügbar ist und wie viele Menschen es wollen.

- Verwenden Sie einfache Beispiele: Um die Preispolitik zu erklären, können Sie Beispiele verwenden, die für Kinder leicht verständlich sind. Sie könnten beispielsweise erklären, dass *ein Limonadenstand an einem heißen Tag, an dem mehr Leute sie kaufen möchten, möglicherweise mehr für Limonade verlangt*, oder dass ein Geschäft möglicherweise weniger für ein Produkt verlangt, das außerhalb der Saison ist und schnell verkauft werden muss.

- Betonen Sie den Wert eines Produkts: Bei der Festlegung von Preisen berücksichtigen Unternehmen, wie viel die Herstellung oder der Erwerb eines Produkts kostet und wie viel die Menschen bereit sind, dafür zu zahlen. Sie können Kindern erklären, wie sich die *Qualität und der Nutzen* eines Produkts auf dessen Preis auswirken können, und sie dazu ermutigen, über den Wert der Produkte nachzudenken, die sie kaufen möchten.

- Sprechen Sie über Rabatte und Sonderangebote: Kinder kennen vielleicht die Idee von Sonderangeboten und Rabatten, aber es ist wichtig zu erklären, warum Unternehmen diese Sonderangebote anbieten. Sie können erklären, dass Unternehmen möglicherweise Rabatte anbieten, *um mehr Kunden anzulocken oder Produkte zu verkaufen, die sich nicht gut verkaufen*.

- Fördern Sie **kritisches Denken**: Wenn Kinder älter werden, können Sie sie dazu ermutigen, kritischer über die Preispolitik nachzudenken. Sie können Fragen stellen wie: „*Denken Sie, dass dieses Produkt einen fairen Preis hat?*“ oder „*Warum kostet dieses Produkt Ihrer Meinung nach mehr als ein anderes Produkt, das ähnlich aussieht?*“

Insgesamt kann die Erläuterung der Preispolitik Kindern dabei helfen, ein besseres Verständnis dafür zu entwickeln, wie die Wirtschaft funktioniert und wie Unternehmen Preise festlegen. Indem Sie Kindern beibringen, kritisch über die Preisgestaltung nachzudenken, können Sie ihnen helfen, informierter Verbraucher zu werden und intelligentere Kaufentscheidungen zu treffen.

Der GARAGE-VERKAUF

Die Organisation eines Flohmarkts mit Kindern kann eine unterhaltsame und lehrreiche Aktivität sein.

Hier sind einige Schritte, die den Kindern helfen, einen erfolgreichen Flohmarkt zu organisieren:

- Planen Sie den Verkauf: Helfen Sie den Kindern, den Flohmarkt zu planen, indem Sie *Datum und Uhrzeit festlegen*, die zu verkaufende Artikel *festlegen und einen Ort* für den Verkauf auswählen.
- Artikel sortieren und bepreisen: Sehen Sie sich die Artikel an, die verkauft werden sollen, und *sortieren Sie* sie in Kategorien. Arbeiten Sie dann mit den Kindern zusammen, um *die Preise* für jeden Artikel festzulegen. Sie können auch *Schilder oder Preisschilder erstellen*, um den Kunden das *Erkennen der Preise* zu erleichtern.
- Machen Sie Werbung für den Flohmarkt: Helfen Sie den Kindern, *Flyer oder Poster zu erstellen*, um für den Flohmarkt zu werben. Hängen Sie sie in der Nachbarschaft oder Gemeinde auf und teilen Sie sie, wenn möglich, *in den sozialen Medien*.
- Bereiten Sie den Verkauf vor: Helfen Sie den Kindern am Tag des Flohmarkts, die Gegenstände organisiert und attraktiv einzurichten. Stellen Sie sicher, dass die Artikel so angezeigt werden, dass sie für Kunden leicht sichtbar und zugänglich sind.
- Verwalten Sie den Verkauf: Ermutigen Sie die Kinder, Kunden zu begrüßen und ihre Kundendienstfähigkeiten zu üben. Sie sollten bereit sein, Fragen zu den zum Verkauf stehenden Artikeln zu beantworten, Preise auszuhandeln und Transaktionen abzuwickeln;
- Schließen Sie den Verkauf ab: Helfen Sie den Kindern am Ende des Flohmarkts, das verdiente Geld zu zählen und den Gewinn zu ermitteln. Sie können auch über die gewonnenen Erkenntnisse sprechen und besprechen, was für zukünftige Flohmärkte verbessert werden könnte.



Indem Sie die Kinder in jeden Schritt des Prozesses einbeziehen, helfen Sie ihnen nicht nur, die Grundlagen der Unternehmensführung zu erlernen, sondern entwickeln auch ihre *Kommunikations- und Sozialkompetenzen*.

4. E4KIDS-METHODOLOGIE IN DER SCHULE

Im Allgemeinen sollte die Aktion mit den Kindern so interaktiv wie möglich sein, um ihr Interesse in jedem Schritt des Prozesses aufrechtzuerhalten: Engagement und Interesse können durch häufige Sozialisationsschleifen gesteigert werden, in denen dieselben Kinder gebeten werden, ihre Ideen mit ihren Freunden zu teilen / Weiterentwicklung des Geschäftsmodells zu begleiten und somit Input für die Ausarbeitungen der anderen zu liefern.

jedenfalls aus einer Reihe strukturierter Aktivitäten, die es den Kindern ermöglichen, ihr gesamtes Geschäftspotenzial besser auszuschöpfen.³

1 – Klassenaktivität

Die ganze Aktion beginnt im Unterricht, wo die Lehrer den Kindern zunächst die Grundbegriffe zu Unternehmertum und Geschäftsmodellierung vermitteln und die E4KIDS-Modellleinwand vorgestellt und dann im Detail erkundet wird. Eine Reihe von Unterrichtslaboren (*mit einer durchschnittlichen Dauer von jeweils 1 Stunde*) werden nacheinander durchgeführt:

- I. Einführung in das Grundkonzept des Unternehmertums und das E4KIDS-Modell-Canvas, Definition der zu verarbeitenden Geschäftsideen und die Gruppe von Kindern, die die Ideen ausarbeitet.

Die Konzepte werden einfach sein und auf den bereitgestellten Richtlinien und Tools basieren. Gruppen sollten aus 4 oder 5 Kindern bestehen, um die Arbeit bei der Umsetzung der Leinwand besser zu organisieren.

- II. Der erste Teil der Leinwand: **WAS**
- III. Der zweite Teil der Leinwand: **WHO**
- IV. Der dritte Teil der Leinwand: **WIE**
- V. Der vierte Teil der Leinwand: **WIE VIEL**

Alle diese Workshops basieren auf den Inhalten, Beispielen und vorgeschlagenen Unterrichtsaktivitäten, die in den vorherigen Kapiteln beschrieben wurden, wobei das E4KIDS-Modell-Canvas als Referenz dient. Der Zweck dieser Aktivitäten besteht darin, den Kindern die grundlegenden Konzepte zur Strukturierung einer Geschäftsidee zu vermitteln und die grundlegende Theorie

³ Diese Aktivitäten wurden entsprechend der von den Partnern gesammelten Expertenmischung definiert und strukturiert. Diese Methodik wird dann mit einer Gruppe von Klassen in allen beteiligten Ländern getestet und alle Schritte werden evaluiert, um in das zweite Projektergebnis, nämlich die *Toolkit-Validierung und die Festlegung von Richtlinien, einzufließen*.

mit den vorgeschlagenen Aktivitäten und Spielen sofort in die Praxis umzusetzen. Unmittelbar nach jedem Workshop werden die Kinder gebeten, ihre Modellleinwand als Hausaufgabe anhand der bereitgestellten Vorlage auszuarbeiten.

- VI. Gruppenaktivität zur Definition der gemeinsamen Vision als Ergebnis der individuellen Arbeit der einzelnen Mitglieder.⁴
- VII. Abschließende Gruppenaktivität im Unterricht, um die über das Forum/Chat gesammelten Rückmeldungen und Eingaben zu übernehmen und dann die endgültige Version sowohl für die Schule als auch für das transnationale Pitching vorzubereiten.⁵

2 – Heimaktivität

Auf die Klassenworkshops folgen individuelle Aktivitäten als Hausaufgaben, bei denen die Kinder gebeten werden, die im Workshop erworbenen Vorstellungen (*einschließlich der praktischen Hinweise, die sich aus den spielerischen Aktivitäten ergeben*) anzuwenden und dabei an jedem einzelnen Teil der Modellleinwand gemäß den bereitgestellten Anweisungen zu arbeiten Vorlage. Jede Komponente der Gruppe arbeitet für sich allein an allen vier Teilen des Modells und ein Abschlussworkshop ermöglicht es der Gruppe, eine gemeinsame Vision zu entwickeln.⁶

Die Vorlage basiert auf einem Power-Point-Dokument, damit die Kinder Texte und Bilder/Bilder besser kombinieren können, um die für jeden einzelnen Teil relevanten Informationen zu verarbeiten. Für jeden einzelnen Teil wird eine einfache Seite benötigt, um eine einfache und schnelle Umsetzung durch die Kinder zu ermöglichen.

Teil der Heimaktivität ist auch die Nutzung der E4KIDS-Plattform⁷, auf dem interaktiven und einfachen Quellen gefunden werden können, um das Wissen zu bestimmten Themen zu vertiefen oder einfach einige der notwendigen Informationen zusammenzufassen, um mit der Arbeit fortzufahren.

Der „Forum/Chat“-Bereich der Plattform ermöglicht es den Kindern, ihre Leinwand zu posten, um Feedback und Inputs von den anderen Teilnehmern (*sowohl in den anderen Klassen der Schule als auch in den anderen Partnerländern*) zu erhalten sowie Feedback zu geben und Eingaben in die andere Leinwand, um interessante Hinweise für das richtige Modell zu erhalten [Peer-Review und Peer-Learning].⁸

⁴ Erläuterungen finden Sie im nächsten Abschnitt.

⁵ Abhängig vom Stundenplan der Schule und der möglicherweise begrenzten Zeit, die für die Unterrichtsaktivitäten aufgewendet werden kann, können die Aktivitäten II – III – IV – V eventuell in Gruppen eingeteilt werden, wobei auf jeden Fall versucht wird, die Wirksamkeit der Aktivität und die Umsetzung des praktischen Teils zu *gewährleisten der höchste Reiz für die Kinder*]

⁶ Dieser Abschlussworkshop fördert die Teamarbeit und Brainstorming-Techniken bei den Kindern, wobei die Notwendigkeit, aus den unterschiedlichen Positionen heraus eine gemeinsame Synthese zu erreichen, und der Wille, die persönliche Sichtweise zu fördern, einen Kompromiss finden müssen.

⁷ <https://www.kidsentrepreneurs.eu/e4kids-toolkit/>

⁸ Die genaue Definition dieser Aktivität finden Sie im folgenden §.

Am Ende des Prozesses ermöglicht ein spielerisches Selbstbewertungstool den Kindern, ihr Wissen besser einzuschätzen und gegebenenfalls Bereiche für Verbesserungen zu definieren.

3 – Pitching

In der Geschäftswelt bezeichnet Pitching die Präsentation eines Produkts, einer Dienstleistung oder einer Idee gegenüber potenziellen Investoren, Kunden oder Kunden. Dabei geht es darum, eine überzeugende und überzeugende Präsentation oder einen überzeugenden Vorschlag zu liefern, mit der Absicht, andere davon zu überzeugen, das Angebot zu unterstützen, in es zu investieren oder es zu kaufen. Genauer gesagt können Pitching-Übungen für Kinder mehrere Vorteile bieten, wie zum Beispiel:

- Disziplin und Konzentration: Pitching erfordert Disziplin und Konzentration. Kinder lernen, wie wichtig Konzentration, geistige Belastbarkeit und Gelassenheit in Situationen mit hohem Druck sind.
- Teamarbeit und Kommunikation: Pitching-Übungen beinhalten oft die enge Zusammenarbeit mit Teamkollegen. Kinder lernen, effektiv zu kommunizieren, Vertrauen aufzubauen und zusammenzuarbeiten, um erfolgreiche Verkaufsgespräche zu führen. Diese Fähigkeiten fördern Teamarbeit und kooperatives Spielen und fördern positive soziale Interaktionen und Beziehungen.
- Selbstvertrauen und Selbstwertgefühl: Wenn Kinder ihre Pitching-Fähigkeiten durch Übung und Training verbessern, entwickeln sie ein Erfolgserlebnis und bauen Vertrauen in ihre Fähigkeiten auf. Positive Erfahrungen und Erfolge beim Pitching können das Selbstwertgefühl stärken und eine Wachstumsmentalität fördern, die Kinder dazu motiviert, Ziele zu setzen und zu verfolgen.

Darüber hinaus sind Sozialisation und Peer-Learning eng miteinander verbundene und für beide Seiten vorteilhafte Prozesse. Einige der Links beziehen sich auf:

- Wissensaustausch: Beim Peer-Learning geht es um den Austausch von Wissen, Fähigkeiten und Informationen zwischen Personen gleichen Alters oder ähnlichen Erfahrungsniveaus. Durch die Sozialisierung interagieren Einzelpersonen mit Gleichaltrigen, führen Gespräche und teilen ihre Perspektiven, Erkenntnisse und Ideen. Dies erleichtert den Prozess des Peer-Learnings, da Einzelpersonen von den Erfahrungen und dem Wissen des anderen lernen.
- Zusammenarbeit und Kooperation: Sozialisation bietet Möglichkeiten zur Zusammenarbeit und Kooperation zwischen Gleichaltrigen. Wenn Einzelpersonen an sozialen Interaktionen teilnehmen, können sie gemeinsam an Aufgaben, Projekten oder Problemlösungsaktivitäten arbeiten. Diese kollaborative Umgebung fördert das Lernen unter Gleichaltrigen, da Einzelpersonen ihre einzigartigen Perspektiven einbringen, von den Stärken des anderen lernen und gemeinsam neue Erkenntnisse und Fähigkeiten entwickeln.

- **Feedback und Unterstützung:** Sozialisierung ermöglicht es Gleichaltrigen, einander Feedback und Unterstützung zu geben. Durch Interaktionen und Beziehungen können Einzelpersonen konstruktives Feedback, Vorschläge und Ermutigung geben. Diese Feedbackschleife verbessert den Peer-Learning-Prozess, da Einzelpersonen über ihre Leistung nachdenken, Anpassungen vornehmen und ihr Verständnis oder ihre Fähigkeiten basierend auf den Beiträgen ihrer Kollegen verbessern können.
- **Vorbildfunktion:** Gleichaltrige dienen einander als Vorbilder. Durch die Sozialisierung können Einzelpersonen die Verhaltensweisen, Einstellungen und Herangehensweisen ihrer Mitmenschen beobachten und daraus lernen. Indem Einzelpersonen die Erfolge und Herausforderungen ihrer Kollegen miterleben, können sie Einblicke gewinnen und wertvolle Lektionen lernen. Positive Vorbilder können andere inspirieren und motivieren, nach Verbesserungen zu streben, während negative Beispiele potenzielle Fallstricke aufzeigen können, die es zu vermeiden gilt.

Gemäß der E4KIDS-Methodik wird das Pitching in drei verschiedenen und aufeinanderfolgenden Momenten angeordnet, wobei die Entwicklung sowohl der Klasse als auch der einzelnen Aktivitäten zu Hause berücksichtigt wird:

1. Teilen der Entwurfsversion des Canvas-Modells über das Plattformforum/Chat

Nach Abschluss der Aktivität VI (*d. h. der Definition der gemeinsamen Vision als Ergebnis der individuellen Arbeit der einzelnen Mitglieder*) wird das Canvas-Modell im Forum-/Chat-Bereich der E4KIDS-Plattform veröffentlicht, um Rückmeldungen und Eingaben der anderen Teilnehmer zu sammeln Schüler.⁹ Die Lehrer werden die Kinder dazu drängen, sich aktiv am Forum/Chat zu beteiligen und dabei auf die großartige *Peer-Review- und Lernmöglichkeit bestehen*.

2. Pitching in der Schule

Dieser zweite Schritt bringt die Schüler dazu, ihre Abschlussarbeit aus Aktivität VII (*d. h. die letzte Gruppenaktivität in der Klasse, um die über das Forum/Chat gesammelten Rückmeldungen und Eingaben zu übernehmen*) mit ihren Klassenkameraden zu teilen, auch mit dem Ziel, „das zu vermitteln“. „Neugierde“ auch bei anderen Schülern, deren Klasse nicht an der Aktion teilgenommen hat. Ein zweistündiger Workshop, an dem andere Klassen der Schule teilnehmen, ermöglicht die Präsentation aller Geschäftsideen/-modelle und lässt genügend Zeit für die Feedbackschleife aller anderen Schüler.

Anhand einer Reihe von Parametern, zu denen auch die gleichen Pitching-Fähigkeiten und -Fähigkeiten gehören,¹⁰ werden die 5 besten Ideen/Modelle ausgewählt, um die Schule auf der transnationalen Pitching-Online-Messe E4KIDS zu repräsentieren. Dies soll den Wettbewerbsgeist der Kinder und ihr

⁹ Hierzu muss eine englische Version des aus Aktivität VI resultierenden Modells erstellt werden.

¹⁰Die detaillierten Parameter werden entsprechend der Anzahl der in der Schule vorbereiteten Ideen/Modelle festgelegt, um die für das transnationale Pitching erforderliche Zielanzahl zu erreichen.

Engagement für die Aktion steigern. Auf jeden Fall werden während der Veranstaltung alle Ideen/Modelle kurz vorgestellt.

3. E4KIDS transnationale Pitching-Online-Messe

Die allerletzte Aktivität wird die Kontaktaufnahme mit den anderen teilnehmenden Schulen in den Partnerländern während eines speziellen „E4KIDS transnationalen Pitching-Tages“ sein, der aus einer „virtuellen“ Messe besteht, die über spezielle Plattformen [wie VFairs , Hopin , ...] organisiert wird. In einer strukturierten Online- Veranstaltung werden die besten Ideen/Modelle jeder Schule vorgestellt¹¹ und alle anderen Schüler geben ihr Feedback. Eine internationale Jury¹² bewertet dann alle Ideen/Modelle anhand einer Reihe von Parametern, die die gleichen Pitching-Fähigkeiten und -Fähigkeiten umfassen, um die wertvollsten in den vier Kategorien zu ermitteln: 1) bessere grüne Wirkung, 2) bessere soziale Wirkung, 3) höchste Kreativität in der Präsentation und 4) höchste Genauigkeit in der Analyse.

¹¹ Hierzu muss eine englische Version des aus Aktivität VII resultierenden Modells erstellt werden.

¹² Bestehend aus einem Experten pro Partner

ANHÄNGE

- I. E4KIDS Model canvas template**
- II. E4KIDS-Glossar**
- III. E4KIDS-Bibliothek**