



# GründerKlasse 11

## Sozialunternehmen



### Was sind Sozialunternehmen?

Soziale Ziele mit unternehmerischen Mitteln erreichen: Das ist – kurz gesagt – der Grundgedanke des Sozialen Unternehmertums (Social Entrepreneurship). Sozialunternehmerinnen und -unternehmer wollen etwas verändern. Dabei geht es häufig um gesellschaftliche Probleme wie Armut, Arbeitslosigkeit, Rassismus, Umweltzerstörung oder unfairen Handel. Die meisten Impulse dafür, ein Sozialunternehmen zu starten, kommen aus dem beruflichen oder privaten Umfeld der Gründerinnen und Gründer.

### Ohne Gewinne kein gesellschaftlicher Nutzen

Bei einem Sozialunternehmen hat der gesellschaftliche Nutzen (Social Impact) einen hohen Stellenwert. Entscheidend ist aber in der Regel auch, dass es „Geld verdient“. Es gibt Sozialunternehmerinnen und -unternehmer, für die der erwirtschaftete Gewinn nur eine Nebenrolle, in manchen Fällen sogar gar keine Rolle spielt. Im Vordergrund stehen für sie der soziale Zweck und der gesellschaftliche Nutzen des Unternehmens. Aber: Gewinne sind notwendig, wenn ein Sozialunternehmen von Geldgebern unabhängig sein und seine Ziele dauerhaft verfolgen will.

# Geschäftsideen für Sozialunternehmen entwickeln

## Problem fühlen

Wer einer Idee für ein Sozialunternehmen auf der Spur ist, sollte die Zielgruppe, die sie oder er unterstützen will, genau kennenlernen und sich in ihre Gefühlslage hineinversetzen. Das klingt banal, ist aber oftmals entscheidend: Denn es ist nicht nur für die Zielgruppe wichtig, sondern auch für die Gründerin und den Gründer selbst. Auf diese Weise entsteht die emotionale „Ladung“, die den sozial-unternehmerischen Motor in Zukunft in Gang halten wird.

## Ursache erkennen

Wer seiner Zielgruppe helfen will, muss an der richtigen Stelle ansetzen. Dafür muss man den Problemhintergrund kennen.

## Partner suchen

Anders als in klassischen Märkten spielt das Thema Konkurrenz für Sozialunternehmen eher keine Rolle. Für sie sind Akteure, die sich um dieselbe soziale Herausforderung kümmern, in erster Linie potenzielle Verbündete, nicht Konkurrenten. Denn klar ist: Als Einzelkämpfer wird man soziale Probleme kaum lösen können. Man braucht vielmehr starke Partner sowie finanzielle Förderer.

## Wege finden

Wie kann man den sozialen Nutzen, der geschaffen werden soll, und eine erfolgreiche unternehmerische Marktleistung des Sozialunternehmens unter einen Hut bekommen? Das Geschäftsmodell ist dann rund, wenn es die gewünschte gesellschaftliche Wirkung und eine unternehmerische Rentabilität verspricht.

## Erfolg überprüfen

Wie man die Umsätze, Kosten und die Rentabilität eines geplanten Sozialunternehmens berechnen kann, ist z. B. in den BMWi-GründerZeiten 7 „Businessplan“ beschrieben. Die gesellschaftliche Wirkung zu messen ist schwieriger. Es gibt dafür keine einfache Formel. Das bedeutet: Gründerinnen und Gründer entscheiden in vielen Fällen selbst, ob ihnen die gesellschaftliche Wirkung ausreicht oder nicht. Der soziale Nutzen kann sich beispielsweise daran bemessen, wie vielen Menschen man mit seinem Unternehmen helfen konnte und wie viele geschäftliche Transaktionen zugunsten der Zielgruppe zu verzeichnen sind.





# Geschäftsideen für Sozialunternehmen



Mit Hilfe dieser Checkliste kann man sich Schritt für Schritt seiner sozialen Geschäftsidee annähern. Sie kann auch dafür genutzt werden, Beispiele für Sozialunternehmen – so weit wie möglich – unter die Lupe zu nehmen (s. Seiten 4 und 5).

<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Welches Problem soll gelöst werden?</li> <li>○ Wer ist davon betroffen?</li> <li>○ Warum ist es sinnvoll, eine Lösung für dieses Problem zu finden?</li> <li>○ Was geschieht, wenn keine Lösung zu finden ist?</li> <li>○ Welches ist die Ursache für das gesellschaftliche Problem?</li> <li>○ Wer hat sich bereits mit der Lösung für das gesellschaftliche Problem beschäftigt?</li> <li>○ Existieren erfolgreiche Lösungsansätze? Was macht sie (nicht) erfolgreich?</li> <li>○ Setzen diese Lösungsansätze tatsächlich an der Ursache des Problems an?</li> <li>○ Welcher Lösungsansatz erscheint Euch vielversprechender?</li> <li>○ Welche Kompetenzen sind dafür notwendig? Über welche Kompetenzen verfügt Ihr?</li> <li>○ Welche Werte sind notwendig? Welche Werte vertrittet Ihr?</li> <li>○ Welche Leistung Eurer Firma kann dazu beitragen, die gesellschaftliche Schieflage zu beheben?</li> <li>○ Mit welchem Angebot wird der Umsatz erwirtschaftet?</li> <li>○ Wer ist der Kunde für dieses Angebot?</li> <li>○ Ist die gesellschaftliche Wirkung ausreichend?</li> <li>○ Ist die Rentabilität der Firma ausreichend, um die gesellschaftliche Wirkung dauerhaft zu garantieren?</li> <li>○ Ist die Rentabilität der Firma ausreichend, um einen ausreichenden Unternehmerlohn dauerhaft zu garantieren?</li> <li>○ Wenn die Rentabilität der Firma nicht ausreichend ist: Welche alternativen Finanzierungen kommen in Frage, um die soziale Leistung weiterhin zu erbringen?</li> </ul>	
--	--

## Alternative Finanzierungs-Bausteine für Sozialunternehmen

**Spenden:** Es sind erfahrungsgemäß insbesondere Privatpersonen, die Geld für Sozialunternehmen zur Verfügung stellen.

**Unternehmen:** Natürlich kommen auch Unternehmen als Förderer in Frage. Viele Unternehmen unterstützen Sozialunternehmen im Rahmen ihrer Maßnahmen zur verantwortlichen Unternehmensführung. Damit ist nicht nur gemeint, dass sie mit ihren Gewinnen „Gutes“ tun, sondern auch die Art und Weise, wie sie diese Gewinne erwirtschaften.

**Stiftungen:** Es gibt einige Stiftungen, die Sozialunternehmen unterstützen.

**Crowdfunding:** Gründerinnen und Gründer stellen ihre Idee auf speziellen Plattformen im Internet vor. Potenzielle Geldgeber wählen hier die Projekte aus, die sie für unterstützenswert halten.

**Leih-Schenkgemeinschaften:** Die Spender schließen einen Vertrag mit der GLS-Bank, die die Spenden einzieht. Die Gesamtsumme stellt sie dem Sozialunternehmen zur Verfügung.

**Weitere Informationen:** GründerZeiten 27 „Soziales Unternehmertum“ (BMW)

# Business Model Canvas für Sozialunternehmen

In der Start-up-Szene hat sich in den letzten Jahren das Instrument „Business Model Canvas“ etabliert. Es ist eine Methode, um innovative Geschäftsmodelle zu finden. Sie hilft dabei, sich einen Überblick über die wichtigsten Schlüsselfaktoren eines erfolgreichen Geschäftsmodells zu verschaffen. Auch für die Entwicklung von sozialunternehmerischen Geschäftsmodellen hat sich die Methode als sehr nützlich erwiesen. Die Idee stammt von dem Schweizer Unternehmer, Dozent und Autor Alexander Osterwalder.

## Schlüsselfaktoren bestimmen

Auf einem großen Papierbogen (= Canvas), zum Beispiel im Format A0, werden Felder für alle Schlüsselfaktoren eines sozialen Geschäftsmodells eingezeichnet. Dies sind:

- Stakeholder (Partner)
- Soziale Innovation (Schlüsselaktivitäten)
- Ressourcen (Mitarbeiter, Organisationsform)
- Soziales Problem - soziale Leistung - Marktleistung
- Kundenbeziehungen
- Vertriebs- und Kommunikations-Kanäle
- Kundensegmente (Kunden der sozialen Leistung - Kunden der Marktleistung)
- Kosten
- Umsatz- und Vergütungsmodell (Einnahmequellen)

## Ideen zusammenfügen

Zu jedem Schlüsselfaktor werden Einzelheiten des Geschäftsmodells in Stichworten auf Klebezetteln notiert. Durch dieses visuell unterstützte Vorgehen lassen sich viele Einzelideen Schritt für Schritt baukastenartig zusammenfügen und zuein-

ander in Beziehung setzen, bis ein Modell gefunden ist, das sowohl die gewünschte soziale Leistung als auch die erforderliche Marktleistung verspricht. Der Vorteil ist: Wenn das Ganze noch nicht stimmig ist, lassen sich die Klebezettel wieder entfernen, in andere Felder kleben, ergänzen oder ändern. Am besten funktioniert das Ganze, wenn eine Gruppe mit der Methode arbeitet.

## Business Model Canvas und Businessplan

Die Inhalte des Business Model Canvas finden sich weitgehend auch in jedem Businessplan wieder. Das Geschäftsmodell, das man mit seiner Hilfe finden kann, ist der Kern jedes guten Businessplans. Mit einem wesentlichen Unterschied: Auf das Thema Finanzen geht das Business Model Canvas nicht ein. Ein Businessplan ist hier umfassender. Er enthält zusätzlich alle wichtigen Überlegungen zum Thema Finanzen: Kapitalbedarfsplan, Finanzierungsplan, Liquiditätsplan und Rentabilitätsvorschau. Wer sein schriftliches Canvas-Geschäftsmodell also beispielsweise als Vorlage für Verhandlungen mit Geldgebern verwenden möchte, sollte sich ergänzend an den Fragen und Vorlagen orientieren, die der Businessplan für den Finanzteil anbietet.

### Social Business Model Canvas

Vorlage unter:

[www.unternehmergeist-macht-schule.de](http://www.unternehmergeist-macht-schule.de)

### Finanzierung einer Schülerfirma

Übersicht unter:

[www.unternehmergeist-macht-schule.de](http://www.unternehmergeist-macht-schule.de)

# Beispiele für soziale Geschäftsmodelle von Schülerinnen und Schülern

Die Beispiele sollen als Anregungen dienen, um eigene soziale Geschäftsmodelle zu finden. Mit Hilfe der Checkliste (s. Seite 3) kann man überprüfen, inwieweit sie alle wichtigen Anforderungen an ein funktionierendes soziales Geschäftsmodell erfüllen.

## Arbeit für Flüchtlinge vermitteln

Chantal Lagodka und Daniel Weiß hatten beim Wettbewerb „Jugend gründet“ die Idee, die Integration von Flüchtlingen durch die Vermittlung von Arbeiten zu fördern. Die Vermittlung von Arbeits-Angeboten und -Bedarfen soll auf einer Internetplattform direkt zwischen Flüchtlingen, Unternehmen und Privatpersonen erfolgen. So können Leistungen erbracht, Projekte initiiert und Spenden gesammelt werden. Die Idee erhielt den Sonderpreis Social Start-up beim Wettbewerb „Jugend gründet“.

Weitere Informationen: [www.jugend-gruendet.de](http://www.jugend-gruendet.de)

## ProjectPlacement bringt Engagierte zusammen

Auf der Webseite ProjectPlacement des Anton-Philipp-Reclam-Gymnasiums Leipzig können Organisationen ihre Events zur Flüchtlingshilfe einstellen. Mit Hilfe einer Suchfunktion, die zum Beispiel nach Ort, Zeit und Interessenbereich filtert, findet jeder Freiwillige das passende Angebot für sich. (Größere) Organisationen, die mehr als fünf Events einstellen möchten, können dies gegen einen Monatsbeitrag von 20 Euro tun. Dies ermöglicht auch kleinen Akteuren mit weniger Veranstaltungen, das Angebot kostenlos zu nutzen.

Weitere Informationen: [www.business-at-school.net](http://www.business-at-school.net)

## CommuniCare bringt Jung und Alt zusammen

Beispiel: Frau Rosi Meier, 84 Jahre alt, wohnt allein und möchte im nahe gelegenen Park einen Spaziergang machen. Aber sie fühlt sich nicht sicher und hätte gern Begleitung. Also ruft sie in Geisenheim in der Telefonzentrale ihrer seit Jahren vertrauten Nachbarschaftshilfe e.V. an. Hier wird ihr Wunsch in das von einem Team der Internatsschule Hansenberg in Geisenheim entwickelte Computerprogramm CommuniCare eingetragen (Nutzung ist kostenlos). Ihr Wunsch wird dann per App an in der Nähe lebende Volunteers von CommuniCare weitergeleitet. Wer gleich um die Ecke wohnt und Zeit hat, klickt auf „Annehmen“.

Weitere Informationen: [www.business-at-school.net](http://www.business-at-school.net)

## RaFAIRel

Die Schülerfirma RaFAIRel des St. Raphael-Gymnasiums aus Heidelberg setzt das Wissensfabrik-Projekt School2Start-up um (Unterstützung: HeidelbergCement) und verkauft Umwelthefte aus 100 Prozent Recyclingpapier. Außerdem vertreibt sie an Mitschüler fair produzierte Waren, die das Pausenangebot des Schulbäckers ergänzen und bei sonstigen Schulveranstaltungen im Angebot sind. Ein besonderer Service sind Schulheft-Starterpakete am ersten Schultag. Mit den Gewinnen soll längerfristig ein soziales Projekt in Haiti (Waisenhaus, das die Schule schon länger fördert) unterstützt werden.

Weitere Informationen: [www.srgh.de](http://www.srgh.de)

## Softdrop: Verkaufserlös für Geflüchtete

Softdrop ist ein wärmendes Sitzkissen, das das Schülerfirmenteam der Prälat-Diehl-Schule in Groß-Gerau bei Open-Air-Veranstaltungen verkauft. Produziert wird es u. a. durch Geflüchtete. Diejenigen, die keine Arbeitserlaubnis besitzen, können Praktika absolvieren. Mögliche Überschüsse will die Schülerfirma in Organisationen wie „Teachers On The Road“ investieren. Diese bieten beispielsweise Deutschunterricht für Geflüchtete an, die noch keinen Zugang zu staatlich geförderten Sprachkursen haben. Die Softdrop-Idee erhielt 2017 den Social-Entrepreneur-Preis der BCG-Bildungsinitiative business@school.

Weitere Informationen: [www.business-at-school.net](http://www.business-at-school.net)

## Ghold on me: Säuglingsmützchen aus Bio-Baumwolle

Da alle Säuglinge in den ersten Lebenswochen zum Schutz ihrer empfindlichen Köpfe ständig Mützchen tragen müssen, häkelt Chikwado Anna Silvester, Schülerin am Berliner Schadow-Gymnasium, Babymützchen aus Bio-Baumwolle mit einem goldenen Bändchen als Markenzeichen. Vom Erlös jedes verkauften Mützchens legt sie 1 Euro zurück und spendet aus den Rücklagen kostenlose Mützchen für Säuglinge in Afrika. Chikwados soziale (und zugleich ökologische) Idee brachte ihr einen europäischen Nachhaltigkeitspreis in Wien und den Preis als „Young European Entrepreneur of the Year“ ein.

Weitere Informationen: [www.nfte.de](http://www.nfte.de)



# Beispiele für soziale Geschäftsmodelle: Gründungen

Die Beispiele sollen als Anregungen dienen, um eigene soziale Geschäftsmodelle zu finden. Mit Hilfe der Checkliste (s. Seite 3) kann man überprüfen, inwieweit sie alle wichtigen Anforderungen an ein funktionierendes Geschäftsmodell erfüllen.

## Arbeit trotz Handicap: Pegasus GmbH

Die Pegasus GmbH bietet Handwerk und Dienstleistungen aller Art an: z. B. Maler- und Ausbaugewerke, Dienstleistungen rund ums Alter, Catering, IT-Systemleistungen oder Verwaltungs- und Personalserviceleistungen. Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer sind psychisch kranke oder körperlich und/oder sinnesbehinderte Frauen und Männer, außerdem sozial benachteiligte Bevölkerungsgruppen. Ihnen allen gemeinsam ist, dass sie auf dem „ersten Arbeitsmarkt“ nur geringe Chancen auf einen Ausbildungs- oder Arbeitsplatz hätten. Angeleitet werden sie von erfahrenen Praktikern wie etwa Handwerksmeistern.

[www.pegasusgmbh.de](http://www.pegasusgmbh.de)



## Wo kann ich helfen? Talents4Good

Talents4Good ist eine Personalvermittlung für ausgewählte Jobs und Projekte mit gesellschaftlicher Wirkung. Sie versorgt soziale Initiativen mit den bestmöglichen Akteuren und bietet diesen damit gleichzeitig die Möglichkeit, sich möglichst effektiv sozial zu engagieren. Talents4Good berät außerdem Arbeitgeber, die den gesellschaftlichen Wandel vorantreiben wollen, bei der Stellenbesetzung und kooperiert mit Wirtschaftspartnern, die das gesellschaftliche Engagement ihrer Mitarbeiter durch Projekteinsätze fördern möchten.

[www.talents4good.org](http://www.talents4good.org)



## Wo schläft man ohne Bett? querstadtein

Obdachlose. In Berlin gibt es davon mehr als in jeder anderen deutschen Stadt (Quelle: querstadtein). querstadtein lädt zu einem neuen Blick auf Berlin ein. Ehemalige Obdachlose führen als Stadtführer quer durch die Hauptstadt-Kieze und berichten vom Leben ohne eigene Wohnung und zeigen ihre Orte und Anlaufstellen, gewürzt mit Geschichten von Berliner Straßen, Parks und Plätzen. Seit 2016 bietet querstadtein auch Touren von Geflüchteten an, bei denen diese ihre individuelle Perspektive des Ankommens mit dem Thema Flucht und Asyl verbinden.

[querstadtein.org/de](http://querstadtein.org/de)



## Marktmöglichkeiten teilen: Abury

Abury will die Marktmöglichkeiten Europas mit Menschen teilen, die hier aus dem Blick geraten sind. Im Gegenzug zeigt es dem europäischen Markt, welche handwerklichen und kulturellen Schöpfungen ihm entgehen. Dabei geht es konkret um edle, bestickte Taschen oder Handy-Hüllen, die in Nordafrika von Näherinnen hergestellt werden. Abury verkauft sie in Deutschland hochpreisig, der Gewinn geht zurück zu den Herstellerinnen.

[abury.net](http://abury.net)



## Gemeinsam nachhaltiger: Leihbar

Die Idee: Jeder besitzt jede Menge guter Sachen, die er aber nur selten nutzt. Damit sie nicht als Staubfänger oder gar im Müll-eimer enden, bietet Leihbar eine Alternative an: teilen. Das funktioniert über ein Netz von Leihpartnern im engen Umkreis wie Cafés oder Spätverkäufen. Hier kann man Beamer, Drucker, Bügeleisen, Kameras, Bohrmaschinen, Werkzeugkästen usw. ausleihen oder zur Ausleihe anbieten. Um verantwortungsvoller mit den Ressourcen der Erde umzugehen.

[www.leihbar.net](http://www.leihbar.net)



## Kein Plastik: Soulbottles

1970 trank jeder Deutsche durchschnittlich zwölf Liter abgefülltes Wasser. Schon bis 2012 war diese Zahl auf 137 Liter gestiegen. Das Problem dabei ist: Viele der Flaschen sind aus Plastik. Es braucht viel Energie für die Herstellung, und es dauert 500 bis 1.000 Jahre, bis Plastik vollständig verrottet (Quelle: Soulbottles). Soulbottles bietet anstelle der Wegwerf-Plastikflaschen stylische Wasserflaschen aus Glas. Die sollen die Käufer mit Leitungswasser nachfüllen, das wegen der permanenten staatlichen Kontrollen nachweislich sauber und gesund ist. Gut für Umwelt und Geldbeutel, so die Soulbottles-Idee.

[www.soulbottles.com/de](http://www.soulbottles.com/de)



Quelle: GründerZeiten 27 „Soziales Unternehmertum“ (BMW)

# Quellen und weitere Informationen

## business@school: Social-Entrepreneur-Preis



Der Preis wird vergeben für die beste soziale Geschäftsidee, mit der sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des aktuellen Jahrgangs bewerben. Dabei kann es sich um eine App handeln, ein Projekt oder eine Hilfestellung für Menschen, die neu in unserem Land sind. [www.business-at-school.net](http://www.business-at-school.net)

## Jugend gründet: Sonderpreis Social Entrepreneurship



„Jugend gründet“ ist ein zweistufiger bundesweiter Online-Wettbewerb für Schülerinnen, Schüler und Auszubildende. Die erste Aufgabe im Wettbewerb ist es, alleine oder im Team eine innovative Geschäftsidee zu entwickeln. Der Wettbewerb vergibt einen Sonderpreis Social Entrepreneurship.

[www.jugend-gruendet.de](http://www.jugend-gruendet.de)

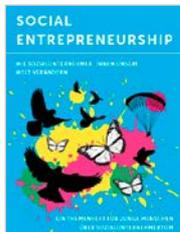
## Merkblatt Businessplan im Bereich Social Entrepreneurship



Gewinnorientierte Unternehmen, die mit ihrem Unternehmen eine gesellschaftliche Verantwortung übernehmen, können ihren Businessplan mit den entsprechenden Hilfetexten ausfüllen. Wichtig ist dabei, an den entsprechenden Stellen ausführlicher auf den gesellschaftlichen Nutzen zu verweisen.

[www.jugend-gruendet.de](http://www.jugend-gruendet.de)

## NFTE: Social Entrepreneurship. Wie Sozialunternehmerinnen und Sozialunternehmer unsere Welt verändern.



NFTE stellt hier acht typische sozialunternehmerische Herangehensweisen anhand von Interviews mit jungen und älteren Sozialunternehmerinnen und Sozialunternehmern vor. Dazu passende Leitfragen helfen, mit Jugendlichen eine eigene sozialunternehmerische Idee zu entwickeln. [www.nfte.de](http://www.nfte.de)

## BMWi: GründerZeiten 27 „Soziales Unternehmertum“



Die GründerZeiten 27 erklärt, was soziales Unternehmertum ist, wie man Geschäftsideen für Sozialunternehmen entwickeln kann, die Arten sozialer Geschäftsmodelle, sie enthält eine Beispielliste sozialer Geschäftsmodelle und geht auf das Thema Finanzierung und Förderung von Sozialunternehmen ein.

[www.existenzgruender.de](http://www.existenzgruender.de)

## BMWi: Praxisleitfaden Soziales Unternehmertum



Der Praxisleitfaden skizziert modellhaft einen Entwicklungspfad mit den typischen Phasen bei der Gründung und Skalierung. Sowohl Gründungsinteressierte als auch etablierte Sozialunternehmen erhalten einen Überblick über zentrale Akteure in Deutschland, Gründungswerkzeuge und -themen.

[www.existenzgruender.de](http://www.existenzgruender.de)

# Die bisherigen Ausgaben der BMWi-GründerKlasse

Die Publikationsreihe „GründerKlasse“ richtet sich an Lehrerinnen und Lehrer. Sie vermittelt ihnen, auf welchen methodischen Wegen sie Unternehmergeist-Projekte sowohl im Unterricht als auch im außerunterrichtlichen Bereich durchführen können und wer sie dabei unterstützt.

## GründerKlasse 2: Planspiele



Themen: Was sind Planspiele? Wie funktionieren sie? Was muss man bei der Umsetzung beachten? Wer führt Planspiele durch?

## GründerKlasse 3: Praxiskontakte

Die Ausgabe zeigt Wege auf, über die Schülerinnen und Schüler unternehmerische Praxis erfahren und erleben können. Sie geht besonders auf die Methode der Betriebserkundung ein und stellt Initiativen vor, die Praxiskontakte vermitteln.

## GründerKlasse 4: Wettbewerbe



Inhalte: Hilfen und Tipps für die Teilnahme an Wettbewerben sowie für die Leistungsbewertung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer, zudem eine Übersicht über Schülerwettbewerbe in der ökonomischen Bildung.

Weitere Informationen zu allen GründerKlassen finden Sie unter: [www.unternehmergeist-macht-schule.de](http://www.unternehmergeist-macht-schule.de)

## GründerKlasse 5: Experimente

Ökonomische Experimente sollen ökonomische Theorie verstehbar machen. Welche Experimente dafür in Frage kommen, erfährt man in dieser Ausgabe. Darunter sind das NASA-Spiel, das Gefangenendilemma und das Fischerspiel.

## GründerKlasse 6: Kooperationen Schule-Unternehmen



Welche Vorteile haben Kooperationen für Schulen und Unternehmen? Wie sollte man Kooperationen durchführen? Diese Ausgabe gibt Antworten auf diese Fragen und nennt Initiativen, die Kooperationen anbahnen.

## GründerKlasse 7: Unternehmergeist zur Fachkräftesicherung

Die Ausgabe vermittelt, dass ein Grund für Fachkräftemangel mangelnde Ausbildungsreife ist. Sie zeigt, dass dazu auch Unternehmergeist gehört. Schülerinnen und Schüler können testen, wie gut sie hier abschneiden.

## GründerKlasse 8: Rollenspiele

Durch Rollenspiele können Schülerinnen und Schüler ökonomische Zusammenhänge erleben. Die Ausgabe macht deutlich, was dabei zu beachten ist, und bietet ausführliche Anleitungen zu zwei Rollenspielen für Unternehmergeist-Projekte an.

## GründerKlasse 9: Unternehmergeist und Kreativität

Um eine zündende Geschäftsidee zu finden, ist Kreativität gefragt. Wie wichtig das sein kann, um für ein Problem eine Lösung zu finden, zeigt diese Ausgabe – inklusive Anleitungen zu Kreativitätstechniken für unterschiedliche Aufgaben- oder Problemstellungen.

## GründerKlasse 10: Schülerfirmen und Nachhaltigkeit



Nachhaltigkeit bezeichnet den schonenden Umgang mit natürlichen Ressourcen. Darüber hinaus umfasst sie auch ökonomische und soziale Verhaltensweisen. Wenn eine (Schüler-)Firma nachhaltig wirtschaften will, muss sie diese drei Bereiche in Einklang bringen.

## Impressum

### Herausgeber

Bundesministerium für  
Wirtschaft und Energie (BmWi)  
Öffentlichkeitsarbeit  
11019 Berlin  
[www.bmwi.de](http://www.bmwi.de)

### Gestaltung und Produktion

PRpetuum GmbH, München  
**Stand**  
Februar 2018  
**Druck**  
BMWi

### Bildnachweis

Hero Images (Titel) – gettyimages;  
asiseeit (S. 2); LisLud, kchungtw, Creative-  
Touch (S. 3); Creative-Touch, javarman3 (S. 4);  
macrovector, Jobalou, blueberry (S. 5) –  
alle iStock

