

„Die zündende Geschäftsidee“ – Social Entrepreneurship Education im Fach Wirtschaft und Recht

Anhand einer exemplarischen Unterrichtssequenz zur Entwicklung einer Geschäftsidee unter Verwendung ausgewählter Methoden aus der Toolbox „Mobilizing the Changemakers of Tomorrow. Social Entrepreneurship im Unterricht“

Schulart: Gymnasium

Klasse: 10

Unterrichtsfach: Wirtschaft und Recht (WR 10)

Lernbereich 3: Entwicklung eines Geschäftsmodells; Fokus hier auf Teilbereich Entwicklung einer Geschäftsidee

Übergeordnetes Bildungsziel: Befähigung von Schüler:innen, ökonomisches Denken mit sozialer und ökologischer Verantwortung zu verbinden. Sie entwickeln eine tragfähige Geschäftsidee und können diese im Anschluss zu einem nachhaltigen Geschäftsmodell ausbauen. Dabei erfahren die Schüler:innen, wie wirtschaftliche Entscheidungen zum Gemeinwohl beitragen können.

1. Didaktische Grundidee des Unterrichtskonzepts

1.1 Social Entrepreneurship Education im Wirtschaftsunterricht

Der Lernbereich 3 „Entwicklung eines Geschäftsmodells“ bietet verschiedene Anknüpfungspunkte, um unternehmerisches Denken mit gesellschaftlicher Verantwortung zu verbinden. Social Entrepreneurship Education stellt hierfür einen sehr gut geeigneten didaktischen Zugang dar. Dieser Ansatz verbindet unternehmerisches Denken und Handeln mit Kreativität, Innovation sowie gesellschaftlichem Engagement. Ökonomische Strategien und unternehmerische Methoden werden hier nicht unter dem Gesichtspunkt der Gewinnorientierung betrachtet, sondern als Gestaltungsprozess und Mittel zum Zweck, um zukunftsorientierte Kompetenzen wie Probleme lösen, analytisches Denken und Reflexionsvermögen bei Lernenden zu fördern (Wiepke 2019). Für den Unterricht bedeutet das: Schüler:innen erhalten die Möglichkeit, wirtschaftliche Lösungsansätze für gesellschaftliche Herausforderungen zu entwickeln, um daraus eigene Geschäftsideen abzuleiten. Diese werden anschließend im Hinblick auf ihren gesellschaftlichen Mehrwert und Beitrag reflektiert. Auf diese Weise wird die Förderung unternehmerischen Denkens und Handelns mit der Bearbeitung gesellschaftlicher Probleme verbunden.

Dreh- und Angelpunkt bildet die Frage, wie wirtschaftliche Aktivitäten zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen beitragen können. Ein erster Schritt zur Beantwortung ist, dass die Schüler:innen dazu angeregt werden, gesellschaftliche Entwicklungen, Bedürfnisse und Probleme wahrzunehmen. In einem zweiten Schritt lassen sich daraus unternehmerische Handlungsfelder ableiten. Diese Schritte bilden die Grundlage für die Entwicklung einer eigenen Geschäftsidee, die ökonomisch tragfähig ist und zugleich einen sozialen oder ökologischen Mehrwert erzeugt. Das Lernen wird hier handlungsorientiert gestaltet, so dass sich die Schüler:innen lernbereichsbezogene Kompetenzen eigenständig durch Problemlösen

aneignen können. Zugleich findet eine Werteorientierung durch die Reflexion der möglichen gesellschaftlichen und ökologischen Wirkung der entwickelten Geschäftsidee statt. Auf diese Weise erleben die Schüler:innen Wirtschaft nicht nur als abstraktes Fach, sondern als gestaltbaren Raum für Innovation, Verantwortung und aktive Mitgestaltung.

1.2 Entrepreneurship Education als didaktischer Ansatz

Im aktuellen Verständnis von Entrepreneurship Education lassen sich zwei grundlegende Perspektiven unterscheiden: ein enges und ein weites Begriffsverständnis. Entrepreneurship Education im engen Sinn zielt darauf ab, Personen zur Gründung eines Unternehmens oder zur Aufnahme einer beruflichen Selbstständigkeit zu befähigen. Im Fokus steht dabei der Erwerb spezifischen Wissens und entsprechender Fähigkeiten (Wiepke et al. 2025). Im weiten Verständnis steht nicht die unternehmerische Selbstständigkeit im Zentrum, sondern die Förderung von Gestaltungskompetenzen (Wiepke 2019), wie sie insbesondere auch im Kontext der Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) diskutiert werden. Entrepreneurship wird dabei breiter verstanden – als Befähigung zu verantwortungsvollem und aktivem Handeln im Sinne mündiger Bürger:innen (Wiepke et al. 2025).

Diese unterschiedlichen Perspektiven spiegeln sich auch in didaktischen Ansätzen der Entrepreneurship Education wider. Eine zentrale Systematisierung bietet Martin Lackéus (2015), der zwischen Education about Entrepreneurship, Education for Entrepreneurship und Education through Entrepreneurship unterscheidet.

Der Ansatz der Education about Entrepreneurship (Lackéus 2015) zielt primär auf die Vermittlung von Wissen über unternehmerische Prozesse, Unternehmensgründungen und wirtschaftliche Zusammenhänge ab. Die Schüler:innen setzen sich dabei analytisch mit entsprechenden Fragestellungen auseinander, beispielsweise durch die Arbeit mit bestehenden Geschäftsmodellen oder betriebswirtschaftlichen Inhalten. Im Zentrum steht die theoretische Wissensaneignung.

Education for Entrepreneurship (Lackéus 2015) geht darüber hinaus und fokussiert die gezielte Vorbereitung auf unternehmerisches Handeln. Im Mittelpunkt steht der Aufbau konkreter Kenntnisse und Fähigkeiten, die für eine Unternehmensgründung oder berufliche Selbstständigkeit erforderlich sind. Schüler:innen entwickeln beispielsweise eigene Geschäftsideen und durchlaufen simulierte Gründungsprozesse, indem sie diese zu tragfähigen Geschäftsmodellen weiterentwickeln oder durch die Gründung einer Schülerfirma erproben.

Während sich das enge Begriffsverständnis vor allem in den Ansätzen about und for wiederfindet, lässt sich das weite Verständnis insbesondere dem Ansatz der Education through Entrepreneurship zuordnen. Gerade dieser Ansatz nimmt in diesem Unterrichtskonzept eine zentrale Rolle ein.

Oft wird der Ansatz Education through Entrepreneurship aufgrund des Begriffs Entrepreneurship missverstanden und mit der Gründung von Unternehmen sowie einer primär ökonomischen Bildung gleichgesetzt. Im Ansatz der Education through Entrepreneurship (Lackéus 2015) wird Lernen konsequent an aktives, wertschaffendes Handeln gekoppelt. Im Zentrum steht die sogenannte Value Creation, d.h. die Erzeugung eines gesellschaftlichen Mehrwerts durch die Entwicklung von Lösungen für wahrgenommene Probleme oder Missstände. Unternehmerisches Denken und Handeln wird dabei im Rahmen realitätsnaher Problemstellungen praktisch erprobt und reflektiert.

Die Schüler:innen entwickeln eigenständig Ideen, treffen Entscheidungen und setzen sich mit den Konsequenzen ihres Handelns auseinander. Auf diese Weise erwerben sie nicht nur unternehmerische Kompetenzen, sondern auch zentrale überfachliche Fähigkeiten wie Problemlösefähigkeit, Kreativität und Verantwortungsübernahme. Geschäftsideen fungieren dabei als Mittel zum Erschaffen eines gesellschaftlichen Mehrwertes und nicht als Selbstzweck im Sinne einer Unternehmensgründung.

Im Unterschied zu den Ansätzen Education about und for Entrepreneurship steht somit nicht die Vorbereitung auf eine konkrete Gründung im Vordergrund, sondern die Persönlichkeits- und Kompetenzentwicklung durch handlungsorientiertes Lernen. Zugleich sind die Übergänge zwischen den Ansätzen auch fließend: Mündet eine Unterrichtssequenz beispielsweise in die tatsächliche Gründung einer Schülerfirma, kann sie auch dem Ansatz der Education for Entrepreneurship zugeordnet werden.

Zusammenfassend lässt sich festhalten: Während Education about Entrepreneurship auf Wissensvermittlung und Education for Entrepreneurship auf die Vorbereitung unternehmerischer Praxis abzielt, fokussiert Education through Entrepreneurship erfahrungsbasiertes und handlungsorientiertes Lernen (Lackéus 2015). Das Lernziel verschiebt sich hin zur aktiven Gestaltung, sowohl des gesellschaftlichen Umfelds als auch des eigenen Lernprozesses.

Um diese didaktische Zielsetzung auch curricular zu verorten, wird die Unterrichtssequenz im folgenden Kapitel in Bezug zu den Kompetenzerwartungen des bayerischen LehrplanPLUS sowie zu internationalen Kompetenzrahmen wie dem EntreComp Framework und dem OECD Learning Compass 2030 gesetzt.

2. Kompetenzbezüge der Unterrichtssequenz im Spiegel nationaler und internationaler Rahmen

Die Planung und Durchführung der Unterrichtssequenz orientiert sich an den verbindlichen Kompetenzerwartungen des geltenden Lehrplans für Gymnasien in Bayern der Jahrgangsstufe 10. Diese Vorgaben bilden den Rahmen für Inhalte, Methoden und Lernziele der Sequenz.

Für einen zeitgemäßen und an den Zukunftskompetenzen orientierten Wirtschaftsunterricht werden die Lehrplankompetenzen bewusst mit den Kompetenzdimensionen des EntreComp-Referenzrahmens (Europäische Kommission 2018) sowie mit dem OECD Learning Compass 2030 (OECD 2019) verknüpft. Dadurch wird deutlich, wie fachlicher Wirtschaftsunterricht durch handlungsorientierte Ansätze ergänzt werden kann und Social Entrepreneurship Education (SEE) integraler Bestandteil des Unterrichts wird, ohne als zusätzliches Element oder in Form von Extrastunden angelegt zu sein. So werden Schüler:innen zum Mitdenken, Mitgestalten und verantwortungsvollen Handeln angeregt.

2.1 Ausgewählte Lehrplankompetenzen

Aus dem Lernbereich 3 „Entwicklung eines Geschäftsmodells“ werden gezielt jene Kompetenzerwartungen aufgegriffen, die sich in besonderer Weise für eine gemeinwohlorientierte Geschäftsidee eignen. Die Schüler:innen sollen dabei nicht nur fachliche Zusammenhänge verstehen, sondern diese auch bewerten und auf ihr eigenes Handeln beziehen.

Die Schüler:innen ...

- stellen im Rahmen eines Projekts zur Entwicklung eines eigenen Geschäftsmodells wesentliche Elemente eines erfolgreichen Unternehmens systematisch dar. Dazu gehört u.a. eine tragfähige Geschäftsidee zu entwickeln, die sich von Mitbewerben unterscheidet. Dabei vollziehen sie grundlegende unternehmerische Entscheidungen nach (ISB 2025).

Für den Teilbereich „Entwicklung einer Geschäftsidee“ des Lernbereichs 3 sind dies u.a. folgende unternehmerische Kompetenzen, so dass die Schüler:innen ...

- Merkmale erfolgreicher Geschäftsideen identifizieren können.
- gesellschaftliche Trends erkennen und davon Bedürfnisse ableiten können.
- mögliche Handlungsfelder für eine neue Geschäftsidee entwickeln können, und darauf aufbauend
- eigene innovative Geschäftsideen formulieren.

2.2 Bezug zu den Kompetenzdimensionen zum EntreComp-Referenzrahmen

Der EntreComp-Referenzrahmen (European **Entrepreneurship Competence** Framework) beschreibt (sozial-)unternehmerisches Denken und Handeln als ein Ineinandergreifen von drei zentralen Kompetenzbereichen: „Ideen und Chancen entwickeln“, „Ressourcen beurteilen“ sowie „In die Tat umsetzen bzw. in Aktion treten“. Diese drei Bereiche lassen sich in insgesamt 15 Teilkompetenzen untergliedern (Europäische Kommission 2018).

Die Unterrichtssequenz „Die zündende Geschäftsidee“ beschränkt sich auf den EntreComp-Kompetenzbereich „Ideen und Chancen“. Die Kompetenzbereiche „Ressourcen“ und „In die Tat umsetzen“ treten in der Fortführung der Sequenz stärker in den Vordergrund, wenn die Schüler:innen in folgenden Unterrichtseinheiten aus der zündenden Idee ein tragfähiges Geschäftsmodell entwickeln und ggf. in Form einer Schülerfirma umsetzen.

Die Schüler:innen erkennen aus ihrer eigenen Lebenswelt und ihren Beobachtungen heraus Trends und Bedürfnisse und leiten daraus Chancen für eine innovative, soziale oder ökologische Geschäftsidee ab. Sie setzen ihre Kreativität ein, um originelle Ideen zu entwickeln, und überlegen, wie diese in eine nützliche Sach- oder Dienstleistung (soziale Produkte und Dienstleistungen) überführt werden kann. Zudem erkennen sie, dass eine zündende Geschäftsidee ein zentrales Element für den Erfolg eines Unternehmens darstellt und eng mit einer Vision verbunden ist. Sie prüfen, inwiefern ihre Idee einen gesellschaftlichen Mehrwert schafft und Nachhaltigkeitsaspekte berücksichtigt, sowohl in Bezug auf die Umwelt als auch auf das Leben in der Gemeinschaft. Dafür sind Reflexionsimpulse wichtig.

Auf diese Weise werden in der Facette „Ideen entwickeln und Chancen erkennen“ folgende Teilkompetenzen gefördert:

- Kreativität und eine Vision entwickeln
- Wertschöpfungsideen generieren
- Reflexion bzw. Bewertung von Ideen
- Ethisches und nachhaltiges Denken

2.3 Bezug zum OECD Learning Compass 2030

Der OECD Learning Compass 2030 (OECD 2019) beschreibt Lernen als Zusammenspiel von Wissensaneignung, Fähigkeiten, Werten und Haltungen und zielt auf aktives und verantwortungsvolles Handeln in einer komplexen Welt seitens der Schüler:innen ab. Zentrales Element ist dabei das Konzept der Student Agency. Hierunter wird die Fähigkeit verstanden, Lernprozesse bewusst mitzugestalten und Verantwortung für das eigene Lernen und Handeln zu übernehmen.

In der Unterrichtssequenz „Die zündende Geschäftsidee“ wird das Konzept der Student Agency dadurch aufgegriffen, dass die Schüler:innen ihren Lernprozess aktiv mitgestalten. Sie identifizieren selbstständig gesellschaftliche Bedürfnisse und Trends, entwickeln darauf basierend kreative und werteorientierte Geschäftsideen und prüfen deren sozialen und ökologischen Mehrwert. Dabei übernehmen sie Verantwortung für ihre Entscheidungen, reflektieren die Umsetzungsmöglichkeiten und die Wirkung ihrer Ideen auf Umwelt und Gesellschaft und erleben sich als wirksam handelnde Gestalter:innen ihres eigenen Lernens.

2.4 Synthese: Verzahnung von Lehrplan, EntreComp-Referenzrahmen und OECD Learning Compass

Der bayerische LehrplanPLUS (ISB 2025) fordert, dass wesentliche Elemente eines erfolgreichen Unternehmens systematisch durch die Schüler:innen erarbeitet werden und sie dadurch grundlegende unternehmerische Entscheidungen nachvollziehen können. Genau hier setzt der EntreComp-Referenzrahmen an, indem er die Kompetenzvorgaben des Lehrplans durch seinen Kompetenzbereich „Ideen und Chancen“ präzisiert und unternehmerisches Denken als kreativen, werteorientierten und gesellschaftlich verantwortlichen Prozess beschreibt (Europäische Kommission 2018). Zur Entwicklung eines eigenen Geschäftsmodells gehören Kreativität, visionäres und Wertschöpfenden im Rahmen ethischen und nachhaltigen Handelns.

Tabelle 1 verdeutlicht, dass die Unterrichtssequenz „Die zündende Geschäftsidee“ die Vorgaben des bayerischen LehrplanPLUS sowohl inhaltlich als auch kompetenzorientiert erfüllt und zugleich zentrale Elemente der Social Entrepreneurship Education systematisch integriert. Social Entrepreneurship Education stellt damit keinen zusätzlichen Unterrichtsinhalt dar, sondern ist bereits integraler Bestandteil der im LehrplanPLUS angelegten ökonomischen Bildung und Bildung für nachhaltige Entwicklung.

Der OECD Learning Compass 2030 (OECD 2019) ergänzt diese Perspektive, indem er wirtschaftliche Bildung nicht auf reines Fachwissen reduziert, sondern Wissen, Fähigkeiten sowie Haltungen und Werte in ihrer Wechselwirkung betrachtet. Insbesondere das Konzept der Student Agency wird in diesem Unterrichtskonzept wirksam: Schüler:innen erkennen gesellschaftliche Herausforderungen aus ihrer Lebenswelt heraus, entwickeln eigenständig Lösungsansätze und reflektieren die Wirkung ihres Handelns auf



Gesellschaft und Umwelt. Verantwortung, Nachhaltigkeit und Selbstwirksamkeit werden somit als selbstverständliche Bestandteile ökonomischer Bildung erfahrbar.

Die Verzahnung der Kompetenzerwartungen des LehrplanPLUS mit denen des EntreComp-Referenzrahmens und des OECD Learning Compass 2030 ermöglicht eine Unterrichtsgestaltung, in der fachliche Anforderungen und gemeinwohlorientierte Geschäftsmodelle systematisch miteinander verbunden sind. Social Entrepreneurship Education fungiert dabei nicht als zusätzliche Anforderung, sondern als didaktische Perspektive. Sie stärkt die ökonomische Bildung, indem sie unternehmerisches Denken konsequent mit gesellschaftlicher Verantwortung verknüpft und Schüler:innen auf eine aktive, reflektierte Teilhabe an einer komplexen und sich wandelnden Wirtschaftswelt vorbereitet.

Tab. 1: Synthese aus der Verzahnung von Lehrplänen mit den Kompetenzrahmen von EntreComp und OECD Learning Compass (Europäische Kommission 2018, OECD 2019)

| Lehrplaninhalt / Unterrichtsgegenstand | Fachliche Kompetenzen (Lehrplan) Die Schüler:innen ... | EntreComp | OECD-Kompetenzfelder (Learning Compass 2030) |
|---|---|--|---|
| Entwicklung einer eigenen Geschäftsidee als Teil eines Geschäftsmodells | stellen im Rahmen eines Projekts zur Entwicklung eines eigenen Geschäftsmodells wesentliche Elemente eines erfolgreichen Unternehmens systematisch dar. | Kreativität, Wertschöpfungs-ideen generieren | Wissen: wirtschaftliche Grundzusammenhänge und Geschäftsmodelle |
| Analyse von Bedürfnissen, Trends und Problemen aus der Lebenswelt | identifizieren relevante Einflussfaktoren für unternehmerische Entscheidungen. | Analyse von Wertschöpfungs-ideen | Wissen: gesellschaftliche und wirtschaftliche Kontexte und Fähigkeiten: kritisches Denken |
| Kreative Ideenfindung für innovative Produkte oder Dienstleistungen | entwickeln eigenständig Lösungsansätze für wirtschaftliche Fragestellungen. | Kreativität, Wertschöpfungs-ideen generieren | Fähigkeiten: Problemlösefähigkeit |
| Entwicklung einer Vision und Zielsetzung der Geschäftsidee | erkennen den Zusammenhang zwischen Idee, Ziel und unternehmerischem Erfolg. | Vision entwickeln | Fähigkeiten: vorausschauendes Denken; Haltungen und Werte: Selbstwirksamkeit |
| Bewertung des gesellschaftlichen und ökologischen Mehrwerts der Idee | reflektieren wirtschaftliches Handeln unter Berücksichtigung gesellschaftlicher Verantwortung. | ethisches und nachhaltiges Denken | Haltungen und Werte: Verantwortung, Nachhaltigkeit, Gerechtigkeit |
| Präsentation und Diskussion der Geschäftsidee im Klassenverband | kommunizieren ihre Ergebnisse sachgerecht und reflektiert. | Ideen vermitteln | Fähigkeiten: Kommunikation, Kollaboration |
| Reflexion des eigenen Lern- und Ideenprozesses | vollziehen grundlegende unternehmerische Entscheidungen nach. | Reflexion bzw. Bewertung von Ideen und ethisches und nachhaltiges Denken | Haltungen und Werte: Student Agency, Verantwortungsbewusstsein |

3. Methodisch-didaktischer Aufbau der Unterrichtssequenz

Die Unterrichtssequenz folgt einem handlungsorientierten, iterativen Zyklus. In der Innovations- und Produktentwicklung ist dieses Vorgehen unter dem Begriff Design Thinking bekannt (vgl. Toolbox Methodenkarten Nr. 27f.).

Beim Design Thinking entwickeln Lernende ausgehend von realen Fragestellungen eigenständig Ideen und setzen diese im Austausch mit ihrer Lerngruppe prototypisch um. Der Ansatz fördert Kreativität, Empathie, kooperatives Arbeiten und reflektiertes Entscheiden und eignet sich daher besonders für handlungsorientierte Lernarrangements (Plattner et al. 2011, Hopp Foundation 2024, Deutsche Telekom Stiftung o. J.). Lernende durchlaufen dabei verschiedene Phasen des strukturierten Arbeitens. Je nach Literatur existieren verschiedene Phasenmodelle. Diese Phasen lassen sich in übergeordnete Kategorien aufgliedern (Plattner et al. 2011, Hopp Foundation 2024, Deutsche Telekom Stiftung o. J.). In diesem Unterrichtskonzept wird in Anlehnung an die Hinweise der Deutschen Telekom Stiftung (o.J.) ein vierschrittiges Modell gewählt. Die Phasen sind wie folgt gegliedert:

1. Entdecken / Verstehen – Ermittlung von Bedarfen sowie Analyse der Bedürfnisse der Zielgruppe
2. Ideen entwickeln / Brainstormen – Generierung kreativer Geschäftsideen
3. Prototypen / Ausprobieren – Visualisierung und erste Ausarbeitung von Konzepten
4. Bewerten / Reflektieren – Prüfung der Tragfähigkeit der Geschäftsidee sowie ihres Beitrags zum Gemeinwohl und gegebenenfalls Weiterentwicklung der Idee

Auf den folgenden Seiten wird die Unterrichtssequenz tabellarisch (siehe Tabelle 2) im Hinblick auf Ziele, eingesetzte Methoden und Sozialform kurz beschrieben. Im Anschluss an diese tabellarische Darstellung werden für jede Unterrichtsphase methodisch-didaktische Hinweise zur Umsetzung gegeben.

Die Unterrichtssequenz kann in weiteren Unterrichtseinheiten fortgeführt werden. Die Gruppen können z.B. bestehen bleiben und ihre Geschäftsidee weiter ausbauen, so dass am Ende ein tragfähiges Geschäftsmodell entsteht und dabei weitere unternehmerische Kompetenzen systematisch vertieft werden, wie Planung, Projektmanagement, Teamarbeit, Finanzplanung etc.

Vorstellbar ist, dass die Schüler:innen als inhaltliche Strukturierungshilfe nach dem Social Business Model Canvas (vgl. Toolbox Methodenkarten Nr. 29f.) vorgehen. Sie konkretisieren die Umsetzung ihrer Geschäftsidee, analysieren den Ressourcenbedarf und unterscheiden zwischen vorhandenen eigenen Ressourcen sowie extern zu beschaffenden Mitteln. Dabei setzen sie sich mit realistischen Rahmenbedingungen wirtschaftlichen Handelns auseinander und entwickeln Lösungsstrategien zur Beschaffung fehlender Ressourcen. Mögliche Risiken der Umsetzung werden identifiziert, bewertet und durch geeignete Maßnahmen zur Risikominderung reflektiert.

Die Fortführung der Sequenz fördert insbesondere die EntreComp-Kompetenzen wie Bewertung von Ressourcen sowie Umsetzung von Ideen. Zugleich wird im Sinne des OECD Learning Compass fachliches Wissen und methodische Fähigkeiten mit wertorientierten Haltungen verknüpft. Durch die eigenverantwortliche Weiterentwicklung der Geschäftsidee, die Arbeit im Team und das reflektierte Treffen von Entscheidungen wird zudem die im LehrplanPLUS intendierte Handlungskompetenz gestärkt.

Tab. 2: Übersicht über die einzelnen Unterrichtsphasen

| Phase | Ziele / Die SuS ... | Sozialform / Methode / Material | SEE-Kompetenzen |
|---|---|---|--|
| 1. Einstieg – Trends erkennen und Bedürfnisse sichtbar machen (1 UE, t: 45 min) | erkennen gesellschaftliche Trends und leiten daraus Bedürfnisse und mögliche Handlungsfelder für neue Geschäftsideen ab. | Sozialform: Gruppenarbeit Methoden: entweder a) Storytelling (Toolbox Methodenkarten Nr. 25f.) oder b) World Café (Toolbox Methodenkarten Nr. 5f.) Material: Tafel/Pinwand zur Ergebnissicherung a) Storytellingwürfel oder Symbolkärtchen, vorbereitete Fragenkarten, b) große Papierbögen, Stifte | EntreComp: Kreativität, Wertschöpfungs-ideen generieren OECD: Wissen, hier wirtschaftliche Grundzusammenhänge erkennen |
| 2. Erarbeitung – Analyse der Geschäftsidee eines Fallbeispiels (1 UE, t: 45 min) | identifizieren Merkmale erfolgreicher (gemeinwohlorientierter) Geschäftsideen. analysieren reale soziale und oder ökologisch orientierte Geschäftsideen bzw. gemeinwohlorientierte Geschäftsideen. | Sozialform: Gruppenarbeit Methode: Recherche und Analyse Material: Fallbeispiele (Internetseiten, Werbematerial, Schülerfirmeninfos), Tablets/PCs Sozialform: Plenum für Synthesephase Methode: Unterrichtsgespräch; Zusammentragen der Merkmale einer Geschäftsidee | EntreComp: Analyse von Wertschöpfungs-ideen OECD: Wissen, hier wirtschaftliche Grundzusammenhänge erkennen; Fähigkeiten, hier analytisches Denken |
| 3. Erarbeitung – Entwicklung und Bewertung eigener Geschäftsideen (2 UE, t: 90 min) | entwickeln aufbauend auf den Erkenntnissen der Phase 1 und 2 eigene Ideen für eine innovative, gemeinwohlorientierte Geschäftsidee und bewerten diese hinsichtlich ökonomischer, sozialer und ökologischer Tragfähigkeit. | Sozialform: Gruppenarbeit Methoden: Methode 6-3-5 (Toolbox Methodenkarten Nr. 3f.) zur Ideenfindung; Sechs-Hüte-Methode (Toolbox Methodenkarten Nr. 14f.) zur Bewertung und Reflexion | EntreComp: Kreativität, Vision, Bewertung von Ideen, ethisches und nachhaltiges Denken OECD: Anwendung Wissen um wirtschaftliche Zusammenhänge; Fähigkeiten, hier Problemlösekompetenz, |

| Phase | Ziele / Die SuS ... | Sozialform / Methode / Material | SEE-Kompetenzen |
|---|--|---|---|
| | | Material: Moderationskarten, Whiteboard/Flipchart, Stifte, Haftnotizen, Farb-Hut-Karten oder Hüte | zukunftsorientiertes Denken; Werte und Haltung, hier Orientierung am Gemeinwohl und Nachhaltigkeitszielen, Verantwortung |
| 4. Ergebnissicherung: Präsentation der Geschäftsideen und Reflexion; Reflexion des gesamten Erarbeitungsprozesses (2 UE, t: 90 min) | <p>bereiten anhand von Vorgaben einen Kurzpitch vor und präsentieren ihre Geschäftsidee mittels Kurzpitch.</p> <p>reflektieren im Plenum die jeweils vorgestellten Geschäftsideen im Hinblick auf den Grad der Gemeinwohlorientierung.</p> <p>werden sich der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmertum bewusst.</p> <p>ziehen zentrale Erkenntnisse aus dem gesamten Erarbeitungsprozesses.</p> | <p>Sozialform: Gruppenarbeit, dann Plenum</p> <p>Methoden: Leitfadengestützte Pitch-Vorbereitung, 3–5-Minuten-Pitch (Toolbox Methodenkarten Nr. 43f.), Plenumsdiskussion</p> <p>Material: Leitfragen Kurzpitch, Beamer, Smartboard, Tablets/PCs</p> | <p>EntreComp: Reflexion bzw. Bewertung von Ideen sowie ethisches und nachhaltiges Denken</p> <p>OECD: Haltungen und Werte, hier Verantwortung, Nachhaltigkeit, Gerechtigkeit; Fähigkeiten, hier Kommunikation und Teamarbeit sowie Student Agency durch handlungsorientierten Lernprozess</p> |

Hinweise zur Umsetzung der Unterrichtssequenz

Nachfolgend werden für die Unterrichtssequenz knappe Hinweise zur methodisch-didaktischen Umsetzung gegeben.

| Unterrichtsphase | Hinweise zur Umsetzung / Methoden |
|--|--|
| Einstieg – Trends und Bedürfnisse (1 UE, t: 45 min) | <p>Organisatorischer Hinweis: Wahlweise kann in der Einstiegsphase Variante A oder B umgesetzt werden.</p> <p>1. Einstieg (t: 5 – 10 min)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lehrkraft führt, orientiert an der Lebenswelt der SuS, z.B. mit Hilfe von Bildmaterial in das Thema ein; mögliche Bilder: mit Verpackungsabfällen überlaufender Mülleimer, triste Parkanlage, die neuesten Sneaker-Modelle, Social-Media-Tutorials (Schminken, Kraftsport). Um die Komplexität und Mehrdimensionalität des Themas Nachhaltigkeit zu verdeutlichen, ist es mitunter sinnvoll, mehrere Beispiele zu betrachten. - mittels Impulsfragen bringt die Lehrkraft persönliche Erfahrungen der SuS in Erfahrung und stellt einen Bezug her - mögliche Fragen: „Wo im Viertel fallen euch solch übervolle Mülleimer auf?“, „Warum werden Take-Away-Produkte gern gekauft?“, „Kennt ihr solche Parkanlagen?“, „Warum halten sich so wenige Menschen dort auf?“, „Habt ihr eine Idee, warum die Parkanlage so verdreckt ist?“, „Was glaubt ihr ist der Grund, dass es so viele Tutorials auf Social Media gibt?“, „Influencer, ein Traumberuf von euch, und warum?“ <p>2. Methode Storytelling – Variante A (t: 25 – 30 min)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lehrkraft führt in die Methode Storytelling ein und teilt die Klasse in Gruppen ein. SuS erzählen sich in der Gruppe kurze Alltagsgeschichten über Produkte bzw. Dienstleistungen, die sie begeistern oder stören. Die Buchstabenwürfel bzw. Symbolkarten fördern das kreative Erzählen und dienen als Impuls zur Geschichtenfindung. Kürzestgeschichten reichen aus. - möglicher Arbeitsauftrag: „Arbeitet in [Anzahl] Gruppen zusammen. Entwickelt zusammen spontan eine kleine Kurzgeschichte über ein Produkt oder eine Dienstleistung, die euch entweder begeistert oder euch stört. Macht euch dazu Notizen. Nutzt hierfür die Storytellingwürfel. Orientiert euch an den folgenden Bausteinen: <ul style="list-style-type: none"> - ein spannender Einstieg - eine oder mehrere Hauptfiguren - Ort und Zeit - ein störendes Produkt bzw. ein Produkt oder eine Dienstleistung, die euch begeistern - ein sinnvolles Ende |

| Unterrichtsphase | Hinweise zur Umsetzung / Methoden |
|------------------|--|
| | <p>Haltet die Geschichte stichwortartig fest; jede/r TN aus der Gruppe trägt etwas zur Entstehung der Geschichte bei“.</p> <p>Hinweis an die SuS: Es geht nicht um Perfektion, sondern um spontane Ideen und kreatives Ausprobieren.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2 bis 3 Gruppen stellen ihre Ergebnisse vor - Lehrkraft bereitet mittels Leitfragen die zweite Unterrichtsphase vor - mögliche Leitfragen: <ul style="list-style-type: none"> – Warum stört / begeistert euch das Produkt bzw. die Dienstleistung? – Welches Bedürfnis / welcher Wunsch von welchen Kunden wird erfüllt? – Wer sind die Kunden / ist die Zielgruppe? – Hebt sich das Produkt / die Dienstleistung von vergleichbaren Angeboten ab? – Könnt ihr einen Trend beobachten? Wenn ja, ist er gut / schlecht? – Führt das Angebot zu Konflikten? <p>1. Methode World Café – Variante B (t: 25 – 30 min)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lehrkraft führt in die Methode des World Cafés ein und teilt die Klasse in [Anzahl] Gruppen ein. An 3 – 5 (je nach Klassengröße) Thementischen werden im rotierenden System die Meinungen der Gruppenmitglieder zu den übergeordneten Fragen bzw. Themen schriftlich auf großen Papierbögen eingeholt. Je Tisch verbleibt eine Person aus dem Klassenverband am jeweiligen Thementisch und moderiert die Diskussion. - mögliche Themen bzw. Fragen: <ul style="list-style-type: none"> – Produkte / Dienstleistungen, die euch begeistern, und warum?; „Ließen sich diese Produkte / Dienstleistungen noch verbessern? Wenn ja, wie?“ – Produkte / Dienstleistungen, die euch stören, und warum?; „Fallen euch Alternativen ein? Wenn ja, welche, die der Umwelt nutzen, der Gesellschaft nutzen?“ – „Kennt ihr Produkte / Dienstleistungen, die zu Konflikten (Umwelt/Gesellschaft führen)?“ Hier können Bezüge zu den SDGs der UN-Agenda 2030 gezogen werden. – „Ihr als Zielgruppe: Habt ihr einen Wunsch / ein Bedürfnis, das aktuell noch nicht von einem Anbieter erfüllt wird?“ - Moderator:innen der Thementische stellen kurz die Ergebnisse vor - Lehrkraft sichert mittels Tafel / Smartboard oder Pinnwand die Ergebnisse |

| Unterrichtsphase | Hinweise zur Umsetzung / Methoden |
|--|---|
| <p>2. Analyse eines Fallbeispiels (1 UE, t: 45 min)</p> | <p>1. Rechercheauftrag (t: 25 – 30 min)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lehrkraft führt in den Rechercheauftrag ein. SuS analysieren ein konkretes Fallbeispiel, entweder ein gemeinwohlorientiertes Unternehmen oder eine gemeinwohlorientierte Schülerfirma (vgl. Anhang) - Lehrkraft gibt konkrete Analysekriterien (s. u.) vor. Zeigt diese auf Smartboard oder mittels Beamerpräsentation. Ein Arbeitsblatt wird dazu nicht ausgegeben. SuS tragen Informationen auf Tablet oder leerem Blatt Papier stichwortartig zusammen. Sie überlegen eigenständig in der Gruppe eine Darstellungsform. - Hinweis für die Lehrkraft/mögliche Analysekriterien: Name des Unternehmens und Ort; zentrale Idee (Art des Produkts/der Dienstleistung); Kundennutzen (Welche Bedürfnisse werden erfüllt?), Alleinstellungsmerkmal (Wie hebt sich die Idee von anderen vergleichbaren Angeboten ab?); Vermarktung des Produkts/der Dienstleistung; Kriterien für eine Gemeinwohlorientierung bzw. Kriterien, die das Produkt/die Dienstleistung umweltfreundlich machen; Innovationsgrad <p>2. Synthesephase (t: ca. 15 min)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Schülergruppen stellen, von der Lehrkraft moderiert, in Form eines Unterrichtsgesprächs die Rechercheergebnisse vor - zusammen werden die zentralen Merkmale der gemeinwohlorientierten bzw. der umweltfreundlichen Geschäftsidee zusammengetragen - Gruppen kontrollieren selbstständig ihre Ergebnisse und korrigieren ggf. - Lehrkraft achtet auf die korrekte Verwendung von wirtschaftlichen Fachbegriffen |

| Unterrichtsphase | Hinweise zur Umsetzung / Methoden |
|--|---|
| <p>3. Entwicklung einer eigenen Geschäftsidee einschließlich Bewertung (2 UE,t: 90 min)</p> | <p>Allgemeine methodische Hinweise</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lehrkraft führt in die 3. Phase der Generierung einer eigenen gemeinwohlorientierten Geschäftsidee ein; Gruppenarbeit wird weiter fortgesetzt - SuS leiten auf Grundlage der Erkenntnisse aus Phase 1 und 2 selbständig und methodengestützt diese Geschäftsidee ab und reflektieren sie systematisch. In dieser Phase kommt ein Mix aus kreativer Ideengenerierung und strukturierter Bewertung zum Tragen <p>Organisatorische Hinweise:</p> <ul style="list-style-type: none"> - wahlweise kann in dieser Phase auch die Methode des freien Brainstormings verwendet werden. - optionaler erneuter Einsatz der Storytellingwürfel zur kreativen Inspiration möglich - wahlweise kann auch die Methode Murmelgruppe als Ergänzung verwendet werden. <p>1. Einstieg in Phase 3 / Übergang von Phase 2 zu Phase 3</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lehrkraft ruft mittels eines Tafelbildes oder einer vergleichbaren Präsentation Merkmale einer erfolgreichen gemeinwohlorientierten Geschäftsidee aus der 2. Unterrichtsphase in Erinnerung - deutlich machen, dass dieses Orientierungsraaster hilfreich für eigene Ideenentwicklung und v.a. Bewertung der Idee ist - Lehrkraft umreißt die Arbeitsphase 3, das heißt in den Gruppen wird in einem zweischrittigen Verfahren eine eigene innovative Geschäftsidee, die einen gesellschaftlichen oder ökologischen Nutzen hat, entwickelt. Erster Schritt: Kreativität und Ideen freien Lauf lassen; zweiter Schritt: systematische Bewertung im Hinblick auf wirtschaftliche Tragfähigkeit und Gemeinwohlkriterien <p>3. Ideenentwicklung mittels Methode 6-3-5 (t: 30 – 35 min)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lehrkraft führt in die Methode 6-3-5 ein (t: ca. 5 min) - möglicher Arbeitsauftrag: „Entwickelt in eurer Gruppe mit Hilfe der 6-3-5-Methode mehrere Ideen für eine gemeinwohlorientierte Geschäftsidee. Achtet darauf, die Bewertungsbrille hier noch nicht aufzusetzen. Seid offen in der Ideenfindung. Richtig und falsch gibt es in diesem Arbeitsschritt nicht. Alle Ideen sind erlaubt. Orientiert euch dabei an den folgenden Leitfragen (nicht alle müssen beantwortet werden): <ul style="list-style-type: none"> - Welche gesellschaftlichen, sozialen oder ökologischen Probleme fallen euch im Alltag auf? - Was vermisst ihr in eurem Alltag? - Wem könnte die Lösung eines Problems helfen? - Welche Produkte, Dienstleistungen oder Angebote wären denkbar? |

- Was könnte man anders, einfacher oder neu machen?
- Was wäre eine einfache, ungewöhnliche oder überraschende Idee?
- Wie könnte eine Idee zu Nachhaltigkeit, Fairness oder sozialem Zusammenhalt beitragen?“

Vorschlag Hinweis an die SuS: „Benutzt den Konjunktiv. Formuliert eure Ideen offen. Haltet eure Ideen schriftlich fest.“

4. Bewertung der Ideen mittels der 6-Hüte-Methode

- Lehrkraft führt in die 6-Hüte Methode ein (Dauer ca. 5 min).
- methodischer Hinweis: die Methode kann auch in einer reduzierten Form mit 5 bis 4 Hutrollen (Bewertungskriterien) ausgeführt werden (siehe auch Anhang)
- möglicher Arbeitsauftrag: „Wählt aus eurer Ideensammlung 1 bis 2 Ideen aus und bewertet sie systematisch nach den vorgegebenen Kriterien, den Hutrollen. Auf alle Fälle sollten die Umsetzbarkeit und der Mehrwert der Idee betrachtet werden. Jede Gruppe vergibt an 5 Personen feste Rollen (den Hut), die das jeweilige Bewertungskriterium vertreten. Die Rollen bleiben für den gesamten Bewertungsprozess eurer ausgewählten Ideen konstant.

Betrachtet eure Idee aus verschiedenen Perspektiven, wie z.B.

- Fakten und Annahmen (weißer Hut)
- Chancen und Nutzen (gelber Hut)
- Risiken und Schwächen, Kritik (schwarzer Hut)
- Verbesserungen und Weiterentwicklung (grüner Hut)
- Bewertungsergebnisse schriftlich festhalten, hat strukturelles Vorgehen im Blick (blauer Hut)“

Hinweis an die SuS: „Sprecht im Bewertungsprozess nur aus der Perspektive des Hutes/eurer Rolle. Sagt nicht einfach, dass die Idee schlecht ist, sondern, dass aus Sicht z.B. des schwarzen Hutes das Risiko darin besteht, dass“

- Dauer der einzelnen Hut-/Bewertungsphasen: max. 5 min

| Unterrichtsphase | Hinweise zur Umsetzung / Methoden |
|--|--|
| <p>4. Ergebnissicherung und Reflexion (2 UE, t: 90 min)</p> | <p>1. Einstieg / Übergang von Phase 3 in Phase 4 (t: ca. 5 min)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lehrkraft ruft Arbeitsphase 3 in Erinnerung; die jeweiligen Gruppen haben Ideen für eine gemeinwohlorientierte Geschäftsidee entwickelt und in einem kritischen Bewertungsprozess aus den Ideen eine tragfähige Geschäftsidee herausgearbeitet - in dieser Phase wird die Geschäftsidee mittels eines Kurzpitches einem Expertengremium, der Klasse, vorgestellt - Lehrkraft stellt ggf. Bezüge zur Wirtschaft her; z.B. junge Gründer:innen präsentieren die Idee vor potenziellen Investoren oder anderen Geldgebern - Lehrkraft stellt heraus, dass es in dieser Phase um Kommunikation einer Geschäftsidee geht, dass das komplexe Zusammenspiel auf das Wesentliche reduziert und kurz, aber strukturiert argumentiert wird <p>2. Vorbereitung der Kurzpitches (t: ca. 30 min)</p> <ul style="list-style-type: none"> - SuS bereiten anhand eines Leitfadens (siehe Anhang) in ihren jeweiligen Gruppen den Kurzpitch vor. Wichtig ist hier auch die Festlegung, welche Rolle das Plenum einnimmt (Investor:innen, Sponsor:innen, Kundengruppen, Nutzer:innen). - Lehrkraft macht deutlich, dass die Zeit für den Vortrag stark begrenzt ist, 3 bis 5 Minuten; es geht um gemeinwohlorientierte Relevanz der Geschäftsidee und Verständlichkeit; keine 100-prozentige Perfektion - Lehrkraft regt das Sprechen/Üben der Kurzpitches an; jede Gruppe soll eine Person für den Kurzpitch festlegen <p>3. Präsentation der Kurzpitches der jeweiligen Gruppen (t: 25 – 30 min)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jede Gruppe präsentiert ihre Geschäftsidee. - Lehrkraft moderiert, gibt hier in dieser Phase noch keine Bewertung ab, auch nicht die Mitglieder der anderen Gruppen - Mitglieder der anderen Gruppen machen sich Notizen, ob die fünf Kernelemente (vgl. Leitfaden Kurzpitch) durch die vortragende Gruppe herausgestellt wurden. - Fokus der Pitches: Ausgangsproblem/Nennung des Bedarfs, Nennung der Geschäftsidee und wie sie das genannte Problem bzw. den Kundenwunsch löst bzw. erfüllt, Zielgruppe und Mehrwert, Verantwortung und Gemeinwohlorientierung, Quintessenz <p>4. Diskussion und Reflexion Teil A – Reflexion der jeweiligen Geschäftsideen (t: 20 – 25 min)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reflexion der jeweiligen Geschäftsideen: Lehrkraft moderiert |

Reflexionsprozess, bringt aber auch ihre eigene Meinung ein bzw. stellt Fragen, auch die Mitschüler:innen können Verständnisfragen stellen

- Vorschläge für Reflexionsfragen:

- Welche Geschäftsidee hat euch überzeugt und warum?
- Worin lag der Mehrwert? Welchen Nutzen kann die Zielgruppe ziehen?
- Welche Idee geht (besonders) verantwortungsvoll mit Umweltressourcen um?
- Welche Idee verspricht eine besondere soziale Wirkung?

- Ergebnissicherung: gemeinsame Sammlung zentraler Erkenntnisse, z.B. mittels eines Unterrichtsgesprächs, wie Gelingensfaktoren für eine verantwortungsvolle/gemeinwohlorientierte Geschäftsidee, Merkmale einer Geschäftsidee, unternehmerische Entscheidungen, Stellenwert von visionärem Denken und Kreativität

5. Reflexion Teil B – Bewertung des Erarbeitungsprozesses (t: 5 min)

- Welche Erkenntnisse wurden gezogen?
- Was hat überrascht?
- Methode der schrittweisen Erarbeitung; Durchlaufen des Prozesses von Design Thinking

Fazit

Das Unterrichtskonzept „Die zündende Geschäftsidee“ zeigt, wie wirtschaftliches Denken im Fach Wirtschaft und Recht mit sozialer Verantwortung sinnvoll verknüpft werden kann. Die Schüler:innen erleben, dass Kreativität, Nachhaltigkeit und ökonomisches Handeln sich gegenseitig ergänzen und so zu tragfähigen, gesellschaftlich relevanten Ideen führen.

Durch die Einbindung der Kompetenzrahmen EntreComp und OECD Learning Compass 2030 entsteht ein Lernarrangement, das ökonomische Bildung mit Zukunftskompetenzen verbindet. Dabei werden transformative Kompetenzen wie „Chancen erkennen“ und „Werte in Handlung umsetzen“ gezielt gefördert.

Ein besonders wichtiger Erkenntnisschritt ist, dass Geschäftsgründung nicht zwangsläufig Profitmaximierung bedeutet, sondern auch die aktive Gestaltung von Zukunft, Solidarität und Nachhaltigkeit umfasst.

Literatur- und Quellenverzeichnis

Deutsche Telekom Stiftung (o.J.): Design Thinking@School. Ein Methoden-Baukasten zur Förderung, https://www.telekom-stiftung.de/sites/default/files/files/Ordner_Design-Thinking_Web_final.pdf (abgerufen am 6.11.2025)

Europäische Kommission, Generaldirektion Beschäftigung, Soziales und Integration (2018): EntreComp. The European Entrepreneurship Competence Framework, <https://data.europa.eu/doi/10.2767/405164>

Hopp Foundation (2024): Design Thinking in der Grundschule. Band 1 Grundlagen und Methoden, <https://www.hopp-foundation.de/unterrichtsmaterial/zum-download/design-thinking-und-grundschule/> (abgerufen am 6.11.2025)

Lackéus, M. (2015): Entrepreneurship in Education – What, Why, When, How, In: OECD Education Working Papers, No. 131, OECD Publishing, Paris. DOI: 10.1787/5jrs8stt4v6j-en

OECD (2019): OECD Future of Education and Skills 2030. OECD Learning Compass 2030 – A Series Of Concept Notes, https://www.oecd.org/education/2030-project/contact/OECD_Learning_Compass_2030_Concept_Note_Series.pdf, übersetzt von der deutschen Arbeitsgruppe im internationalen OECD-Projekt Future of Education and Skills 2023 im September 2020. OECD Lernkompass 2030. OECD-Projekt Future of Education an Skills 20230 Rahmenkonzept des Lernens, <https://www.bertelsmann-stiftung.de/de/publikationen/publikation/did/oecd-lernkompass-2030-all> (abgerufen am 6.11.2025)

Plattner, H.; Meinel, C.; Leifer, L. (2011): Design Thinking: Understand – Improve – Apply, Springer, Berlin

Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland (SEND) (o.J.): Definition und Kriterien Social Entrepreneurship, <https://www.send-ev.de/social-entrepreneurship/definition-kriterien/> (abgerufen am 10.11.2025)

Staatsinstitut für Schulqualität und Bildungsforschung (ISB) (2025): LehrplanPLUS Bayern. Lehrpläne der allgemeinbildenden Schularten in Bayern, <https://www.lehrplanplus.bayern.de/> (abgerufen am 6.11.2025)

Universität Bamberg, Universität Würzburg (2025): Mobilizing the Changemakers of Tomorrow. Social Entrepreneurship im Unterricht. Lehrmaterial, <https://www.uni-bamberg.de/tac/toolbox/> (abgerufen am 10.11.2025)

Wiepcke, C. (2019): Social Entrepreneurship Education zur Förderung von Inklusion.- In Bijedić, T.; Ebbers, I.; Halbfas B. (Hrsg.): Entrepreneurship Education. Begriff-Theorie-Verständnis, Springer, Wiesbaden, 193–212

Wiepcke C.; Frenz, J.; Mittelstädt, E. (2025): Möglichkeiten einer interdisziplinären Verankerung von Social Entrepreneurship Education an Schulen.- In: Halbfas, B.; Ebbers, I.; Bijedić-Krumm, T. (Hrsg.): Entrepreneurship Education II – Curriculare Zugänge – Kompetenzorientierung – Inhaltsbetrachtung und -anwendung, Springer Gabler, Wiesbaden, 189 – 205.

Weiterführende Quellen

Gemeinwohlorientierte Geschäftsideen- Beispiele

Community Kitchen München – Rettung von Lebensmitteln; <https://community-kitchen.com/> (abgerufen am 20.1.2026)

Ecosia, die Suchmaschine die Bäume pflanzt; <https://www.ecosia.org/> (abgerufen am 20.10.2026)

Elektrizitätswerke Schönau – Energieversorger; <https://www.ews-schoenau.de> (abgerufen am 20.1.2026)



Finda – App zur Vermittlung von Praktikums- und Ausbildungsplätzen; <https://www.find-a.app/> (abgerufen am 20.1.2026)

Gemeinsam jung – Alltagsbegleitung; <https://gemeinsamjung.de/> (abgerufen am 20.1.2026)

ResteRitter – Verwertung geretteter Lebensmittel; www.resterittter.de (abgerufen am 13.2.2026)

Vollpension Wien – Omas Café gegen Altersarmut; <https://www.vollpension.wien/> (abgerufen am 20.1.2026)

Wear together – Merch für Schulkleidung; <https://wear-together.at/> (abgerufen am 13.2.2026)

Anhang

Unterrichtsphase 3 Bewertung der Ideen mittels der 6-Hüte-Methode

Leitfaden Hutrollen

| Hut/ Rolle | Bewertungskriterien | Fragen / Rollenauftrag |
|----------------|---|--|
| Weiß | Fakten, Annahmen, Rahmenbedingungen | Welche Fakten sind bekannt? Von welchen Annahmen gehen wir aus? Stimmen die Rahmenbedingungen? Ist uns alles bekannt? |
| Gelb | Chancen, Nutzen, Mehrwert | Warum ist unsere Idee sinnvoll? Welche Bedürfnisse werden befriedigt? Wer hat einen Nutzen? Was ist das Neue? Ist die Idee wirtschaftlich und hat sie soziale Wirkungen? Ist sie umweltfreundlich? |
| Schwarz | Risiken, Schwächen, Zielkonflikte | Was ist unbekannt und bleibt unbekannt? Welche Risiken liegen vor? Haben wir genügend Ressourcen (Geld, Personal)? Wie hoch sind die Kosten? Wird die Idee bei den potenziellen Kunden akzeptiert? |
| Grün | Verbesserungen, Weiterentwicklung, innovativ, kreativ | Welche Schwächen können wir wie verbessern? Wer kann die Idee finanzieren? Gibt es Alternativen? |
| Blau | Struktur, Zusammenfassung, Entscheidung | Moderation, Zeit im Blick, hält Entscheidungen schriftlich fest |

Leitfaden für die moderierende Rolle

| Hut/ Rolle | Zentrale Erkenntnisse |
|---------------------------|-----------------------|
| Weiß | |
| Gelb | |
| Schwarz | |
| Grün | |
| Blau – Fazit/Entscheidung | |

Unterrichtsphase 4 Vorschlag eines Leitfadens für den Kurzpitch

Thema: Präsentation einer selbstentwickelten gemeinwohlorientierten Geschäftsidee

Grundlage: Ergebnisse aus der Analyse und Bewertung der eigenen Idee unter Berücksichtigung der Erkenntnisse aus der Analyse eines Fallbeispiels

Ziel

Ihr stellt eure wichtigsten Ergebnisse vor und zeigt, wie Wirkungen aus den Bereichen Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft miteinander verflochten sind.

Möglicher Aufbau des Kurzpitches

1. Name der Geschäftsidee

2. Ausgangsproblem/Bedarf

- Leitfrage: Warum wird eure Idee benötigt?
- Welches konkrete Problem oder welchen Bedarf adressiert eure Idee?
- Wer ist die Zielgruppe? / Wen betrifft dieses Problem?
- Warum ist es wichtig, dass dieses Problem gelöst wird (gesellschaftlich, wirtschaftlich, ökologisch)?

3. Geschäftsidee

- Kernaussage: z.B. „Unsere Idee bietet [Mehrwert/Nutzen nennen] ..., weil ...“ oder „Oder unsere Idee hilft [Mehrwert/Nutzen nennen] ... indem ...“
 - Was ist der Kern (?) eurer Geschäftsidee? Was macht eure Geschäftsidee aus?
 - Wie wird dadurch welches Problem gelöst?
 - Was ist der zentrale Nutzen (für die Zielgruppe)? bzw. Welcher Mehrwert wird erzielt?
 - Was ist das Produkt/die Dienstleistung?



4. Zielgruppe

- Leitfrage: Wer profitiert von eurem Produkt/ eurer Dienstleistung?
 - Wer ist die Zielgruppe?
 - Warum habt ihr sie gewählt?
 - Welches Bedürfnis wird erfüllt (Wünsche der Kunden- bzw. Nutzergruppen)?

5. Gemeinwohlorientierte unternehmerische Verantwortung

- Kernaussage: „Mit unserer Idee tragen wir zu [entsprechende Begriffe] ... bei.“
- Welche gesellschaftlichen, ökologischen und/oder ethische Aspekte berücksichtigt eure Idee?
- Wie übernehmt ihr Verantwortung (Ressourcenschonung/-schutz, faire gesellschaftliche Bedingungen, Förderung von Teilhabe, Erhalt von kulturhistorischen Objekten)

6. Schlussbotschaft

- Warum ist eure Idee verantwortungsvoll und zukunftsfähig?



Diese Unterrichtskonzeption wurde im Rahmen des Projekts „Teachers as Changemakers“ entwickelt. Das ist ein Verbundprojekt zwischen den Universitäten Würzburg und Bamberg. „Teachers as Changemakers“ verfolgt die Vision einer Schule, in der junge Menschen Zukunft gestalten, statt nur über sie zu lernen. So richtet sich das Projekt sowohl an Lehramtsstudierende als auch Lehrkräfte. Wir zeigen, wie sie sich mit Social Entrepreneurship Education Zukunftskompetenzen alltagsnah im Unterricht vermitteln lassen. So entstehen Lernräume, in denen Schüler:innen gesellschaftliche Herausforderungen erkennen, kreative Lösungen entwickeln und schließlich in die Tat umsetzen. Das TaC-Projekt unterstützt dies u.a. durch die Entwicklung von Lehrmaterialien und exemplarischer Unterrichtskonzeptionen.

weitere Informationen zum Projekt „Teachers as Changemakers“

[Universität Bamberg: Teachers as Changemakers \(TaC\)](#)

[Universität Würzburg: Teachers as Changemakers \(TaC\)](#)



Diese Unterrichtskonzeption ist lizenziert unter der Creative-Commons-Lizenz CC BY-NC-ND 4.0 International. Die Lizenzbedingungen finden sich unter <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



Professional
School of Education

gefördert durch:

Bayerisches Staatsministerium für
Wissenschaft und Kunst

