#

# Arbeitsblatt zur Lerneinheit M1.1«Die Schrippe: Von der Idee zum eigenen Unternehmen»

Lösungen

Sie haben sich den Film «Die Schrippe: Von der Idee zum eigenen Unternehmen» angeschaut. Darin werden verschiedene Schritte vorgestellt: die Idee, das Produkt, die Produkteentwicklung, die Preisgestaltung usw.

Untenstehend finden Sie einige Arbeitsaufträge zu den entsprechenden Schritten. Beantworten Sie sie in ganzen Sätzen. Bei Aufzählungen können Sie Stichworte verwenden.

1. **Die Idee: Beschreiben Sie die Geschäftsidee der beiden Gründer.**Sie verkaufen hochwertige Schrippen (belegte Brötchen) aus dem Bauchladen an Berufspendler.
2. **Das Produkt: Erklären Sie das Alleinstellungsmerkmal des Produkts (also das, was es besonders macht).**Drei Dinge machen das Produkt besonders: der gute Geschmack, die frischen Zutaten und die Tatsache, dass das Brötchen nicht mit Zutaten überfrachtet ist.
3. **Produktentwicklung: Erläutern Sie, wie die beiden Gründer ihr Produkt entwickeln.**Sie probieren verschiedenste Zutatenkombinationen aus und testen sie auf Geschmack, Konsistenz usw. Zudem versuchen sie, die Sicht des Kunden zu berücksichtigen, indem Sie kostenlos Proben auf der Strasse verteilen und die Personen nach ihrer Meinung befragen.
4. **Preisgestaltung: Beschreiben Sie, wie die Gründer den richtigen Preis ermitteln.**Sie berücksichtigen sowohl die Kosten als auch die Zahlungsbereitschaft der Kunden. Bezüglich der Kosten berücksichtigen die Gründer die direkten (Materialkosten) und die indirekten Kosten (Miete, Strom usw.). Um die Zahlungsbereitschaft der Kunden zu ermitteln, befragen sie Passanten.
5. **Widerstände: Beschreiben Sie die Widerstände, mit denen die beiden Gründer kämpfen.**
* Verletzung von Florian: Florian fällt als Verkäufer für die ersten Wochen aus. Die beiden können einen Bekannten davon überzeugen, ihnen in der Anfangszeit zu helfen.
* Sie haben noch keine Küche. Sie finden eine Küche in einem Sportverein, die sie günstig anmieten können.
* Sie erfahren sehr kurzfristig, dass sie nicht an ihrem bevorzugten Standort (Berlin Alexanderplatz) verkaufen können. Die beiden hatten sich auf eine mündliche Zusage verlassen. Es wäre sicherlich besser gewesen, wenn sie sich die Zusage schriftlich hätten geben lassen. Sie weichen auf einen S-Bahnhof aus, der ausserhalb liegt. Dort ist jedoch nicht mit der gleichen kaufkräftigen Kundschaft zu rechnen.
* Ihre Umsätze sind zunächst deutlich geringer als erwartet: Sie machen weiter und hoffen, dass die Leute mehr kaufen werden, wenn sich das Angebot erst einmal herumgesprochen hat.
1. **Marktrecherchen: a) Beschreiben Sie, wie die Gründer ihr Produkt im Markt testen.
b) Zählen Sie die Ergebnisse der Marktrecherche auf.**
2. Sie verteilen kostenlos Schrippen an Passanten und fragen, was ihnen besonders gut schmeckt.
3. Die Ergebnisse: Brötchen ohne zu viele Zutaten kommen gut an. Als Zutaten kommen besonders gut an: Putenbrust, Bierschinken, Salami, Käse.
4. **Marketing: Zählen Sie die Marketingaktivitäten auf, mit denen die beiden auf sich aufmerksam machen.**Verteilen von Flyern, Auftritt im Radio, Tragen von Jacken mit ihrem Firmennamen, Leuchtmittel am Bauchladen
5. **Aktivitäten: Zählen Sie alle Aktivitäten auf, die die Gründer über die Zeit durchgeführt haben. Schreiben Sie die Aktivitäten in ihrer zeitlichen Reihenfolge auf.**
6. Brötchen selbst schmieren und ausprobieren, Typenfindung. Kriterien festlegen: Geschmack, Frische, Qualität
7. Erstes Problem: Verletzung eines Gründers
8. Erste spontane Berechnungen (150 Schrippen am Tag)
9. Anschaffung des Bauchladens und des Schirms. Ausprobieren des richtigen Tragens
10. Thema Zusammenarbeit. Stärken und Schwächen jedes einzelnen, Gleichberechtigung, Freundschaft, Vertrauen. Anerkennung der Motivlage, Job-Verlust
11. Einrichten eines Büros, Zweckmässigkeit und Funktion
12. Sorgfältigere zweite Berechnung (mit Beraterin Jo). Grundkosten 1.30 Euro. Vorschlag: 2 Euro pro Brötchen
13. Marktforschung inkl. Frage zum Preis auf der Strasse: Wie viel würde jemand ausgeben?
14. Schwierigkeit, dass Leute nicht stehen bleiben, wie spricht man sie an (Kommunikationsstrategien)
15. Wie geht man mit Ablehnung um, positive Einstellung statt Frust
16. Zweite Marktforschung: Welche Art von Brötchen wird gewünscht? Einfach ohne «Schnickschnack»?
17. Suche nach einem Ersatzmann, einer dritten Person, gutes Verhandeln, Ersatzmann erklärt sich bereit, Handschlag

***Nach 28 Minuten Pause***

1. Gründer treten mit grün-gelben Firmen-Jacken auf
2. Schlechte Nachricht: Die Bewilligung, am Alexanderplatz zu verkaufen, wird nicht gegeben
3. Flyer-Aktion läuft schlecht
4. Suchen und Finden einer geeigneten Küche (drei Versuche)
5. Sorgfältige Planung für den Countdown, den ersten Tag
6. Neue Kalkulation wegen Standortfehler. Preis statt 2 EUR nur 1.50 EUR
7. Marketing über Radiosender. Planung, Durchführung, Evaluation
8. Vorbereitung der Brötchen für die Geschäftseröffnung bzw. für den ersten Verkaufstag. Dies mit allen Schwierigkeiten: Verschlafen eines Mitglieds, schlechtes Wetter, Abweisungstendenz der Leute, zu kleine Fassungskraft des Bauchladens
9. Sorgfältige Evaluation des ersten Tages: Gegenseitiges Mut machen, auch durch Freundin und durch den Coach. Anzahl verkaufter Schrippen klein – aber Tendenz steigend. Vision für eine Fortführung trotz aller Schwierigkeiten.
10. **Überlegen Sie sich, was aus Ihrer Sicht am Weg der beiden «Schrippenjungs» verallgemeinerbar ist. Zählen Sie Aktivitäten auf, die aus Ihrer Sicht für jede Unternehmung notwendig sind.**
11. Die Geschäftsidee muss getestet werden (oft in jeder Phase neu)
12. Alle Rohstoffe und Materialien zur Herstellung des Produktes müssen eingekauft werden (in diesem Fall a) die Speisen, b) der Bauchladen usw.
13. Es muss ein Arbeitsplatz gefunden werden (Küche, Büro)
14. Es braucht Partnerschaften, um etwas auf die Beine zu stellen. Dabei spielen Freundschaft und gemeinsame Verantwortung eine Rolle
15. Man muss mit Schwierigkeiten umgehen können (Ordnungsamt erteilt keine Bewilligung für den Verkauf im Stadtzentrum, Kälte, Abweisung der Leute, Verkaufsflaute am Starttag)
16. Man muss sein Produkt bekannt machen (Flyer, Radio, Firmenjacke usw.)
17. Trotz erstem schwachen Erfolg: Humor, Frustrationstoleranz, Glaube, dass es besser wird und schliesslich aufwärts geht.