



## Idea Challenge B1

**Ich kann eine eigene Idee und ein Geschäftsmodell entwickeln.**  
Core Entrepreneurial Education





## Entrepreneurial Design – nachhaltiges Geschäftsmodell

Welchen Prozess durchläuft ein Produkt von der Idee über die Entstehung bis zur Vermarktung? Das lernen die Schüler/innen, indem sie sich mit einer eigenen Idee auseinandersetzen. Das Ziel ist, dass sie für diese ein nachhaltiges Geschäftsmodell entwickeln und Themen wie Markenschutz verstehen

## Vertiefungsmaterialien für Schüler/innen 1 Neue Ideen braucht die Wirtschaft

# You<sup>th</sup> Start Entrepreneurial Challenges Programm

basierend auf dem TRIO-Modell für Entrepreneurship – [www.youthstart.eu](http://www.youthstart.eu)

Core Entrepreneurial Education		Entrepreneurial Culture			Entrepreneurial Civic Education
 Idea Challenge	 Hero Challenge	 Empathy Challenge	 Storytelling Challenge	 Buddy Challenge	 My Community Challenge
 My Personal Challenge	 Lemonade Stand Challenge	 Perspectives Challenge	 Trash Value Challenge	 Open Door Challenge	 Volunteer Challenge
 Real Market Challenge	 Start Your Project Challenge	 Extreme Challenge	 Be A YES Challenge	 Expert Challenge	 Debate Challenge

Das TRIO-Modell ist eine ganzheitliche Definition von Entrepreneurship, die drei Bereiche umfasst:

**Core Entrepreneurial Education** bezeichnet die Basisqualifikation unternehmerischen Denkens und Handelns: eigene innovative Ideen entwickeln und sie kreativ und strukturiert umsetzen.

**Entrepreneurial Culture** steht für Persönlichkeitsentwicklung: eigeninitiativ sein, an sich glauben, empathisch und teamfähig agieren sowie sich und anderen Mut machen.

**Entrepreneurial Civic Education** bedeutet die Stärkung der Sozialkompetenz als Staatsbürger/in: Verantwortung für sich, andere und die Umwelt übernehmen.

Jede Challenge gehört zu einer **Challenge-Familie**, die durch ein eigenes Piktogramm charakterisiert wird und farblich einem der TRIO-Bereiche zugeordnet ist. Eine Challenge-Familie umfasst mehrere Challenges auf verschiedenen Kompetenzniveaus. Die in den Unterrichtsmaterialien verwendeten Bezeichnungen stehen für folgende Niveaus:

A1 – Primarstufe; A2 – Sekundarstufe I; B1 und B2 - Sekundarstufe II; C1 – Schnittstelle Sekundarstufe II zu Tertiärstufe. Das jeweils nächste Niveau baut auf dem vorigen auf.

»In der Zukunft ist es wichtig, selbstständig zu sein, aber nicht nur selbstständig als Unternehmer, sondern als Mensch.«

John Hormann, Zukunftsforscher



## Neue Ideen braucht die Wirtschaft

### Kompetenzen

Bearbeiten Sie dieses Kapitel und Sie können

- Geschäftsideen von Unternehmen analysieren,
- eine Geschäftsidee und eine Marktchance unterscheiden und
- eine eigene Geschäftsidee entwickeln und auf Marktchancen prüfen

### Überblick behalten

Jede erfolgreiche Geschäftsidee war zunächst nur ein Gedanke, bevor durch unternehmerisches Handeln von Personen die Idee strukturiert, auf ihre Marktchancen analysiert und sie umgesetzt wurde. Die erste Kutsche ohne Pferde, Automobil genannt, wurde belächelt, den ersten Selbstbedienungsläden kein langes Überleben prognostiziert. Dennoch: Beide Geschäftsideen wurden realisiert und waren erfolgreich. Jemand hatte eine Idee davon, wie die Zukunft aussehen könnte, und setzte sie unternehmerisch um.

Eine gute Geschäftsidee ist die Basis für unternehmerischen Erfolg, sowohl für ein Unternehmen, das neu gegründet werden soll, als auch für jedes bestehende Unternehmen. Es gibt keine ideale Geschäftsidee, die sich für alle gleichermaßen eignet.



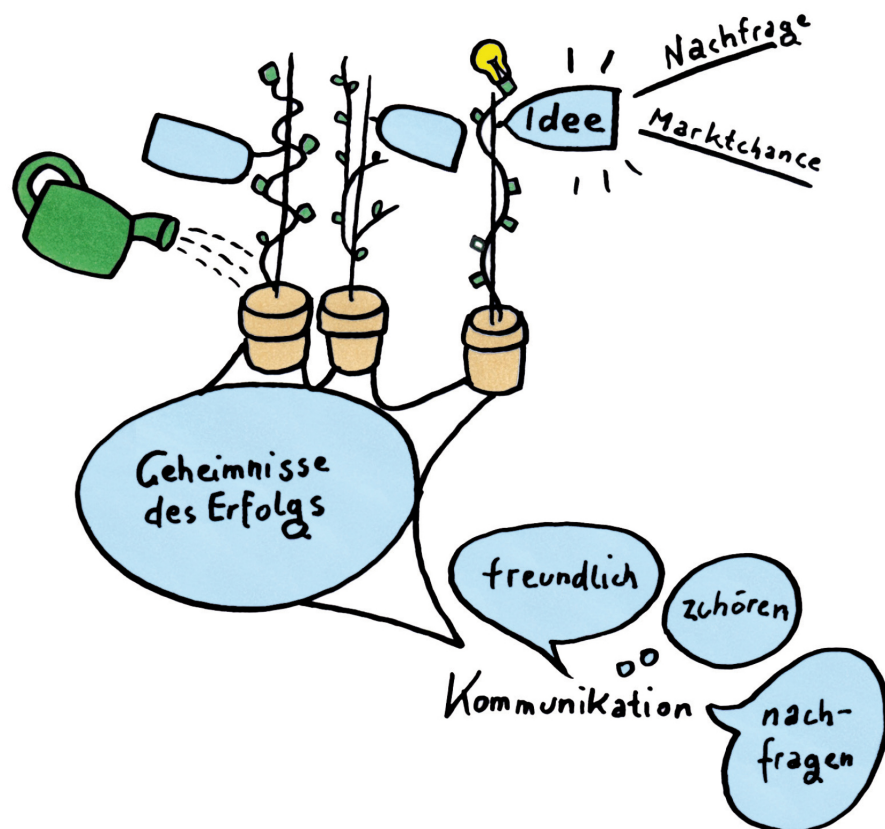
Schließlich hat jeder Mensch unterschiedliche Fähigkeiten und besitzt verschiedene Voraussetzungen. Jede Geschäftsidee wird bei der Verwirklichung zu einer ganz persönlichen Angelegenheit. Geschäftsideen gibt es viele: ein neues Produkt, eine andere Art der Herstellung oder des Vertriebs, neue Rohstoffe, die verarbeitet werden. Eine Geschäftsidee ist nicht unbedingt eine neuartige Erfindung. Neue Ideen sind der Motor der Wirtschaft und der Gesellschaft.

Personen, die neue Ideen umsetzen, werden Entrepreneur\*innen genannt. Dieser Begriff ist breiter als der des Unternehmers, er setzt an der Funktion des dynamischen Gestalters an,

- der Marktchancen erkennt,
- eine neue Geschäftsidee und ein Geschäftsmodell entwickelt und
- umsetzt.

### Arbeitsaufgabe 1: Trading Game „Geheimnisse des Erfolgs“

Sie gehen in den Supermarkt, in die Papierhandlung oder zum Schulbuffet und kaufen etwas ein. Ein Vorgang, der sich häufig wiederholt. Bitte machen Sie die Übung und erstellen Sie eine Mindmap. Zeigen Sie die „Geheimnisse des Erfolgs“ aus Ihrer Sicht auf. Was kennzeichnet und beeinflusst erfolgreiches Wirtschaften? Wie beeinflussen Sie erfolgreiches Wirtschaften?







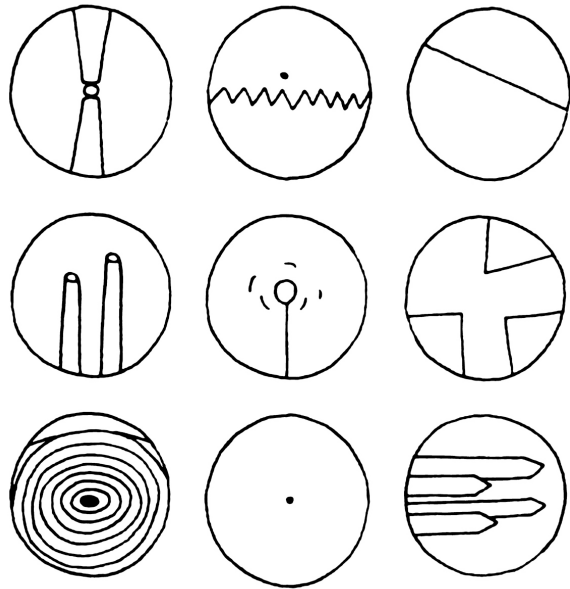
# 1 Mit Kreativität zu neuen (Geschäfts-)Ideen

## Arbeitsaufgabe 2: Impuls

Phantasieren Sie gerne? In den Kreisen sehen Sie verschiedene Bildausschnitte.

Raten Sie, was die Bildausschnitte zeigen und überraschen Sie Ihre Klassenkollegen und -kolleginnen durch einen Geistesblitz.

Lassen Sie Ihre Ideenquelle sprudeln.



Der Weg zu einer eigenen Geschäftsidee führt über Kreativität und Konsequenz. Kreativ zu sein und Ideen zu finden, kann man lernen. Wer Regeln und Methoden des kreativen Denkens kennt und anwendet, wird neue Ideen aufspüren: neue Inspirationen für die Lösung von Problemen in der Schule, am Arbeitsmarkt, bei sozialen Schwierigkeiten, Einfälle fürs Private oder ausgefallene Lösungen für Herausforderungen. Profitieren Sie von den Möglichkeiten, die kreative und systematische Ideenfindungen bieten!

### Wir verstehen unter Kreativität

- ein Denken in Möglichkeiten und Alternativen (divergentes Denken),
- einen flexiblen, spielerischen Umgang mit Denk-Mustern und Denk-Strukturen und
- ein Neu-Kombinieren weitgehend bekannter Elemente eines Problems.

Jeder Mensch denkt in angelernten, in vertrauten Mustern, Strukturen oder Schablonen, die uns als geistige „Trampelpfade“ kaum bewusst sind (vertikales Denken). Deshalb ist diese scheinbar so logische Denkweise für viele die einzig mögliche und „richtige“. Machen Sie einige der Übungen, um zu verstehen, was gemeint ist: Probieren Sie bitte alles selbst aus, bevor Sie mögliche Lösungshinweise lesen.



Für die Ideenentwicklung kommen verschiedene Kreativitätstechniken zum Einsatz. Die bekannteste Kreativitätstechnik ist das „Brainstorming“. Doch es gibt weitere Methoden bei denen es darum geht, seinen Gedanken freien Lauf zu lassen und in unterschiedliche Richtungen zu denken. Durch die Verknüpfung von Gedanken sollen neue Ideen entstehen, die zu Lösungsmöglichkeiten ausgearbeitet werden, z. B. Brainwriting, Mindmapping.

### Ein Entrepreneur als „marktorientierte/r Künstler/in“

Entrepreneure können als „marktorientierte Künstler/innen“ betrachtet werden. Sie setzen ihre Ideen um und gründen Unternehmen. Der Unterschied zwischen einem Künstler/einer Künstlerin und einem Entrepreneur ist nicht das Ausmaß an Kreativität – beide sind sehr kreativ. Der Unterschied liegt darin, wozu die Kreativität genutzt wird. Die praktische Kreativität des Entrepreneurs zeigt sich im Auffinden ungewöhnlicher Lösungswege für knifflige Probleme des Alltags; die künstlerische Kreativität drückt sich in außergewöhnlichen Bildern, Musikstücken oder besonderem Design aus.

### Arbeitsaufgabe 3: Arme verschränken

Lehnen Sie sich entspannt zurück und verschränken Sie dabei die Arme. Und nun versuchen Sie es einmal verkehrt herum: Die andere Hand zu oberst ...

Merken Sie, was passiert ist? Es gibt noch eine zweite Möglichkeit, doch automatisch haben Sie Ihre gewohnte Position eingenommen, ohne nachzudenken. Kreativität ist auch, das Gleiche auf neue Weise zu tun!

### Arbeitsaufgabe 4: „12“

Was ist die Hälfte von „12“?

Die meisten werden ohne zu zögern „sechs“ sagen. Schreiben Sie aber 12 in römischen Zahlzeichen (XII) und streichen Sie in der Mitte durch (XII), so zeigt die obere Hälfte die römischen Zahlzeichen für 7 (VII).

### Arbeitsaufgabe 5: Kreativer Alltag

Überlegen Sie für die Alltagsgegenstände ganz andere Verwendungsmöglichkeiten und notieren Sie Ihre Ideen. Ergänzen Sie weitere Alltagsgegenstände und notieren Sie auch die Ideen Ihrer Klassenkolleginnen und Kollegen.

	Ihre Vorschläge	Ideen von Klassenkolleginnen und -kollegen
a) Wasserflasche		
b) Einkaufswagen		
c) Kaffeekanne		
d) Zylinder		

### Arbeitsaufgabe 6: Socken

Jede/r von uns kennt das Alltagsproblem des „Sockenschwunds“. Wenn Socken in der Waschmaschine gewaschen werden, fehlt oft danach einer davon, manchmal bleiben sogar mehrere einzelne Socken ohne „Partner“ übrig. Welche Geschäftsidee könnte man ausgehend von diesem Problem entwickeln?



## 2 Mit System zu neuen Ideen

Bei der systematischen Ideensuche geht es mehr um Struktur und Systematisierung, d. h. für die Ideenentwicklung werden Strukturen genutzt, die Ideen generieren bzw. diese unter verschiedenen Gesichtspunkten beleuchten. Bekannte Methoden sind der Morphologische Kasten und die „Sechs-Hüte-Methode“.



Der **morphologische Kasten** ist eine heuristische Methode, d. h. bei begrenzter Information und Zeit wird durch eine analytische Vorgehensweise eine gute Lösung erreicht. Ein Beispiel: Sie arbeiten in der Möbelbranche und wollen einen neuen Stuhl entwickeln. Beim morphologischen Kasten wird die folgende Struktur für die Ideenentwicklung genutzt.

**Arbeitsschritt 1:** erste analytische Phase: Das Problem wird in Dimensionen aufgespaltet.

**Arbeitsschritt 2:** zweite analytische Phase: Zu jeder Dimension werden möglichst viele Ausprägungen gesammelt.

**Arbeitsschritt 3:** synthetische Phase: Aus der Kombination der Ausprägungen (siehe Linienverlauf) lässt sich ein Lösungsansatz entwickeln.

Dimension	Ausprägungen							
Anzahl der Beine	0	1	2	3	4	5	100	
Material	Holz	Glas	Kunststoff	Papier	Metall	Leder	Stein	Rattan
Höhe in cm	0	10	20	35	50	70	100	200
Form	rund	quadratisch	rechteckig	oval	kugelig			
Farbe	weiß	blau	rot	grün	schwarz	natur	pink	silber

### Arbeitsaufgabe 7: Die Pizzeria

Die Pizzeria Al Castello hat Sie als Stammgast zu einem Workshop eingeladen, bei dem Sie helfen sollen, gemeinsam Ideen für neue Pizzavarianten zu entwickeln. Nutzen Sie dazu den morphologischen Kasten mit den folgenden Dimensionen:

Dimension	Ausprägungen				
Grundart	z. B. flache Pizza	Calzone			
Teigart					
Wurstart					
Früchte					
Gemüse					
Käseart					

### Arbeitsaufgabe 8: Urlaubsgestaltung

Ein Reiseveranstalter sucht nach neuen Angeboten, mit denen er Individualreisende verwöhnen kann. Nutzen Sie den Morphologischen Kasten zu dem Thema.

**Arbeitsschritt 1:** Welche Aspekte (Dimensionen) der Urlaubsgestaltung bestehen?

**Arbeitsschritt 2:** Welche Ausprägungen der Dimensionen gibt es aus Ihrer Sicht?







**Arbeitsschritt 3:** Welche Kombinationen erscheinen Ihnen attraktiv?

**Die Sechs-Hüte-Methode** geht davon aus, dass man ein Problem von verschiedenen Seiten lösen kann. Das 6-Hüte-Denken kann sowohl allein als auch in Gruppen eingesetzt werden und ist auch für komplexe Probleme geeignet. Sie haben sechs symbolische Hüte zur Verfügung. Jeder dieser Hüte steht für eine bestimmte Denkrichtung. Sie können nach Lust und Laune einen der Hüte aufsetzen und sich damit seine Einstellung zu eigen machen. Das Prinzip dieser Methode liegt darin, nacheinander verschiedene Standpunkte einzunehmen und auszudrücken. Das 6-Hut-Denken ist eine strukturierte Vorgehensweise, die mit viel Freude verknüpft ist.



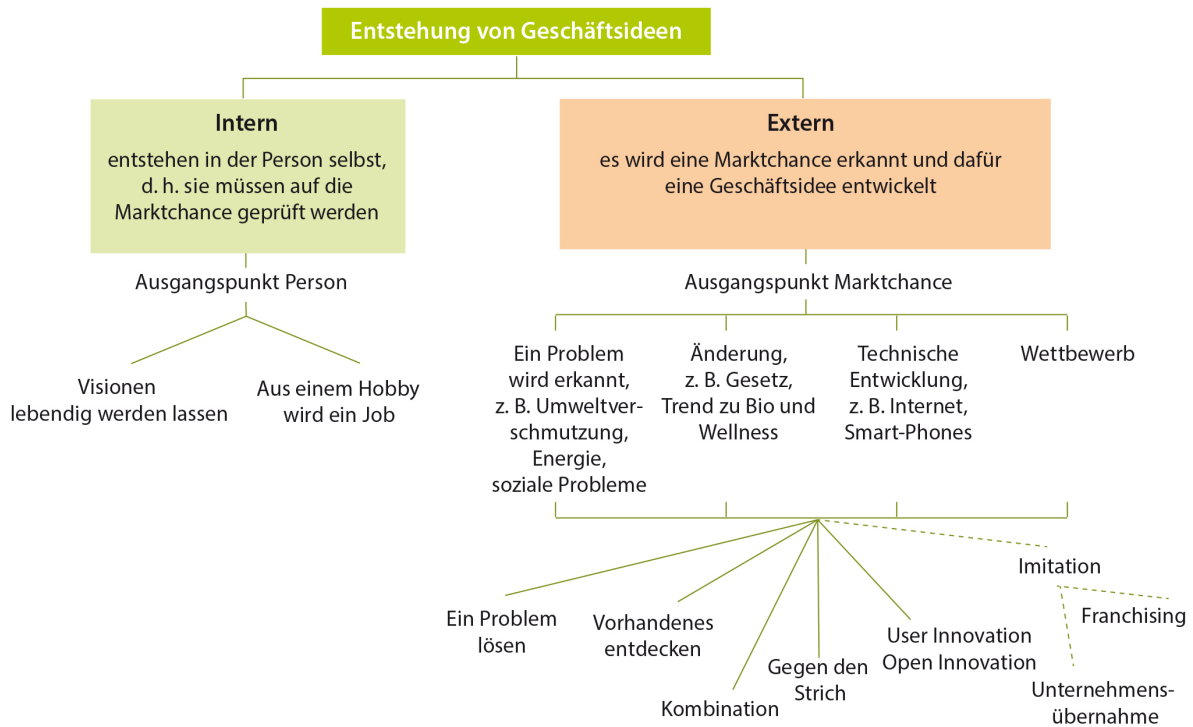
### Arbeitsaufgabe 9: Sechs-Hüte-Methode

Die „Sechs-Hüte-Methode“ bietet die Möglichkeit, die eigene Idee kreativ und systematisch weiterzuentwickeln. Jeder Hut steht für eine Rolle bzw. Denkrichtung.

a) Bitte nehmen Sie die jeweilige Rolle ein:	b) Die Teilnehmer/innen analysieren z. B. ihre Geschäftsidee oder arbeiten an der Lösung eines anderen Problems.	
weißer Hut steht für Objektivität 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Was sind die Fakten?</li> <li>Welche Informationen haben wir?</li> <li>Welche Informationen werden wir benötigen?</li> <li>Woher und wie bekommen wir die fehlenden Informationen?</li> </ul>	
roter Hut steht für persönliches Empfinden 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Was fühle ich im Augenblick?</li> <li>Was sagt mir meine Intuition, mein Bauch?</li> <li>Was ist meine spontane Reaktion?</li> </ul>	
schwarzer Hut steht für Zweifel, aber keine negativen Gefühle 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Was passt nicht ... (zu den Fakten, zur Erfahrung, zu Gesetzen, zur Strategie, zu unseren Wertvorstellungen)?</li> <li>Was sind die Fehler?</li> <li>Was sind die potenziellen Probleme?</li> <li>Wo liegen die Risiken und die Nachteile?</li> </ul>	
gelber Hut steht für objektiv/positiv – der Gegenpol zum schwarzen Hut 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Was sind die positiven Aspekte und die Werte dieser Idee?</li> <li>Wie können wir die Idee verwirklichen?</li> <li>Was ist das Gute an dem Vorschlag?</li> <li>Wo liegen die Vorteile?</li> </ul>	
grüner Hut steht für Kreativität/neue Ideen 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Welche kreativen Ideen haben wir?</li> <li>Welche neuen und alten Alternativen haben wir, um das gleiche Ziel zu erreichen?</li> <li>Wie können die Probleme, die unter dem schwarzen Hut aufgezeigt wurden, gelöst werden?</li> </ul>	
blauer Hut steht für Kontrolle/Organisation des Denkprozesses 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wo sollen wir beginnen?</li> <li>Was steht auf der Tagesordnung?</li> <li>Wie können wir unsere bisherige Diskussion zusammenfassen?</li> <li>Was sollte als nächstes getan werden?</li> </ul>	

### 3 Ideen in der Person (intern)

Wie entstehen Geschäftsideen? Unterscheiden kann man interne und externe Geschäftsideen. Interne Geschäftsideen kommen aus der Person selbst, d. h. aus einem Hobby oder einem Wunschtraum wird eine Geschäftsidee entwickelt. Wie bei Max in unserem Cartoon. Externe Geschäftsideen entstehen durch das Erkennen von Marktlücken und das Finden einer dazu passenden Idee: Ein Mechaniker/eine Mechanikerin erkennt seine/ihre Chance z. B. darin, dass eine bestimmte Region über keine Werkstatt verfügt.



#### Arbeitsaufgabe 10: Hobbys

Erstellen Sie eine Liste Ihrer Hobbys und Interessen.

---

---

---

#### Arbeitsaufgabe 11: Aus einem Hobby wird ein Job

Wählen Sie eines Ihrer Hobbys aus, das Sie zu einer Geschäftsidee weiterentwickeln könnten.

---

---



## TO-DO-Übung: Unternehmerprofil

Recherchieren Sie gemeinsam mit einem/einer Mitschüler/in ein Unternehmerprofil und präsentieren Sie das Profil möglichst kreativ. Ihre Präsentation sollte durch Anschauungsmaterial unterstützt werden. Die Präsentation soll nicht mehr als fünf Minuten dauern. Folgende Fragen sollen Sie beantworten:



- ☐ Welche Geschäftsidee hat das Unternehmen?
- ☐ Wie wurde die Geschäftsidee entwickelt?
- ☐ Welche Person (Gruppe) steht hinter der Geschäftsidee?
- ☐ Welchen persönlichen Hintergrund hat die Person? Besteht hier eine Verbindung zur Geschäftsidee?
- ☐ Welche Ereignisse haben zum Erfolg geführt bzw. welche Rückschläge mussten überwunden werden?
- ☐ Welche/n Wettbewerbsvorteil/e hat die Geschäftsidee heute?

## Arbeitsaufgabe 12: Geschäftsideen intern

Es können verschiedene Prinzipien für das Suchen nach der passenden Geschäftsidee unterschieden werden. Versuchen Sie selbst, zu jedem Prinzip die Geschäftsidee eines bestehenden Unternehmens oder eine eigene Geschäftsidee zu finden.



**Visionen lebendig werden lassen.** Wie bei den meisten südamerikanischen Fußballern begann auch Lionel Messis Karriere auf der Straße, die er in seiner Kindheit eine Art zweites Wohnzimmer nannte. Fast täglich kickte er dort mit seinen Freunden zwischen selbst gebastelten Toren. Schon recht bald war klar, was für ein Talent in ihm steckte. Darum wagte er mit seiner Familie schon mit 13 Jahren den Sprung nach Barcelona. Lionel hatte es nicht immer leicht. Er litt an einer seltenen Wachstumsstörung, die ihn in seiner körperlichen Entwicklung immer wieder zurückwarf. Aber davon ließ er sich nicht abschrecken. Sein Traum war es, für den FC Barcelona aufzulaufen. Gemeinsam mit seinen Trainern und viel harter Arbeit schaffte er diesen Schritt und stand mit 17 erstmals für das A-Team auf dem Feld. Heute gilt er als einer der besten Spieler der Welt. Er war mehrmals Weltfußballer des Jahres, Torschützenkönig in Spanien und in der Champions League und Vize-Weltmeister. Trotzdem gilt er abseits des Platzes als bodenständig und hilfsbereit.

Ihr Beispiel:

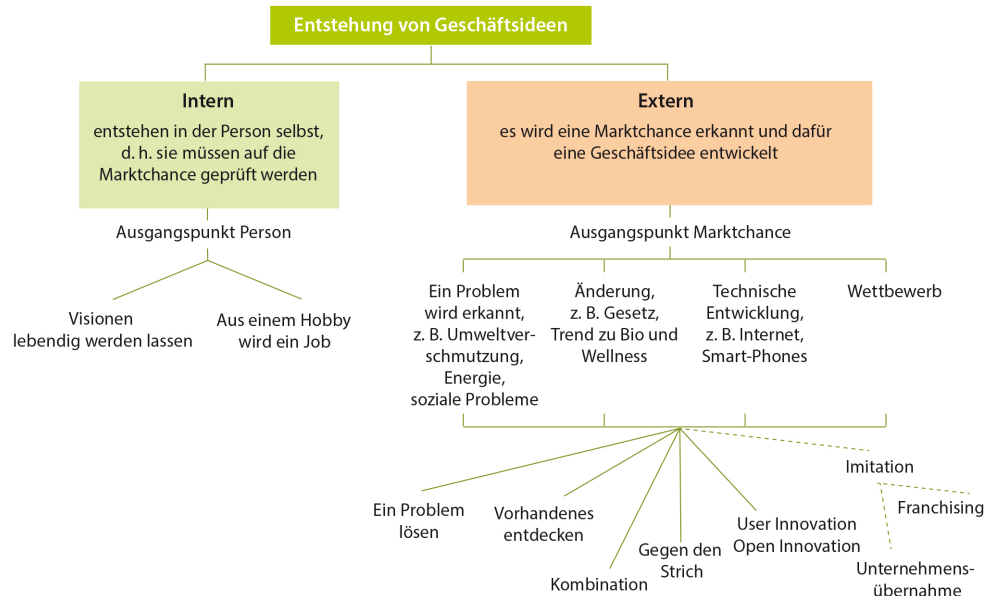
**Aus einem Hobby wird ein Job.** Dieses Prinzip entspricht der Umsetzung eines Hobbys als Geschäftsidee. Für den Tiroler Wolfgang Konrad gehört Laufen zur Lebensqualität. Konrad war schon während seiner Lehrzeit auf dem Laufenden, später schaffte er es zum Spitzensportler und hielt den österreichischen Rekord im 3 000-m-Hindernislauf 17 Jahre lang. Sein Weg führte ihn vom Starkstrom-monteur in Landeck über das Selber-Laufen zum Laufen-Lassen. Konrad ist heute der Veranstalter der größten Breitensportveranstaltung unseres Landes. Rund 30 000 Menschen nehmen jährlich am „Vienna City Marathon“ teil. Die meisten laufen die „klassischen“ 42,195 Kilometer.



Ihr Beispiel:

## 4 Ideen für Marktchancen (extern)

Viele bekannte Unternehmen wurden gegründet bzw. haben neue Innovationen hervorgebracht, weil ein Entrepreneur eine Marktchance erkannte und dafür eine Idee entwickelte.



## Prinzipien der Ideenentwicklung



**Ein Problem lösen.** Ein Werbebanner ist am höchsten Turm Österreichs anzubringen oder es sind Schweißarbeiten an einem Windrad durchzuführen. Es gibt Menschen, die finden ihren Arbeitsplatz dort, wo er für andere endet. Industriekletterer arbeiten in extremen Höhen und Tiefen, sie ersparen Unternehmen den Aufbau von kostenintensiven Gerüsten und bieten ihre Unterstützung bei Montagen, Reinigungen und Sanierungen an. Industriekletterer verbinden handwerkliches Geschick mit Höhentauglichkeit und lösen damit Probleme für Baufirmen, Landwirte oder Energieproduzenten.

**Vorhandenes entdecken.** Schauen Sie über den Tellerrand. In anderen Ländern und Branchen gibt es eine Vielzahl erfolgreicher Geschäftsideen, die sich auf andere Verhältnisse übertragen lassen. In den frühen 1980er-Jahren war Dietrich Mateschitz geschäftlich häufig in Asien unterwegs. Dort machte er die Bekanntschaft mit einem „Energy Drink“. Manager nahmen vor geschäftlichen Meetings eine sirupartige Flüssigkeit zu sich, die dazu beitrug, auch längere Konferenzen hellwach und konzentriert durchzustehen. Daraus entwickelte Mateschitz seine Geschäftsidee. Er brachte das offensichtlich wirksame Produkt nach Österreich, kreierte ein Marketingkonzept und führte es am Markt ein. Der Name des Produkts ist heute in aller Munde: Red Bull.



**Kombination von bestehenden Angeboten.** Kombinationen von bestehenden Angeboten können neue Geschäftsideen entstehen lassen: Die ersten Internetcafés waren solche Geschäftsideen. Auch die bekannten PEZ-Zuckerlspender sind eine solche Kombination, einerseits Süßigkeit und andererseits Spielzeug. PEZ ist heute eine Weltmarke, deren Ursprünge im Oberösterreich der 20er-Jahre liegen. Die PEZ zu Grunde liegende Geschäftsidee wurde vom Industriellen Eduard Haas entwickelt und umgesetzt. Mit PEZ Zuckerlspendern werden heute Millionen Euro umgesetzt.

**Gegen den Strich.** Bis Ende der 1980er-Jahre war der Mensch in den westlichen Staaten ein Drei-Uhren-Individuum: Die erste gab es zur Firmung, die zweite wurde mit dem ersten selbst verdienten Geld gekauft und die dritte war die Selbstbelohnung dafür, „dass man es geschafft hatte“. Dann kam Mister Swatch, Nicolas Hayek, und machte es ganz anders als seine Mitbewerber/innen. Für jeden Anlass wurde quasi eine eigene Plastikuhr vorgelegt: Hokuspokus fürs Clubbing oder Mozart fürs Konzert. Heute, nach dem Verkauf von Millionen von Swatch-Uhren, gilt Nicolas Hayek als der Retter der Schweizer Uhrenindustrie, der sein Konzept auch auf andere Branchen übertragen hat. Gegen den Strich ging auch die Entwicklung des Föns: eine Umkehrung des Staubsauger-Prinzips – mit dem Motor eines Mixers.

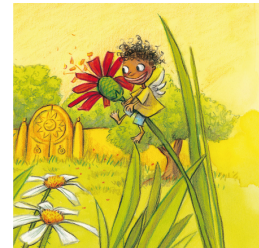


**User Innovation, Open Innovation.** Unter dem Stichwort „User Innovation“ entstehen neue Ideen durch die Kundinnen/Kunden, Mitarbeiter/innen und Lieferanten/Lieferantinnen. Sportarten wie Mountainbiken und die dafür notwendigen Geräte sind durch Sportfreaks entstanden, die mit den bestehenden Möglichkeiten nicht zufrieden waren. Unter dem Stichwort „Open Innovation“ bringen sich Kunden/Kundinnen sogar in die Umsetzung einer Idee ein. Das bekannteste Beispiel ist Wikipedia. 85 000 Autorinnen/Autoren der Enzyklopädie arbeiten ehrenamtlich mit.



**Imitation.** Bei der Imitation wird ein bestehendes Konzept durch die Leistungserbringung in ähnlicher oder genau gleicher Art und Weise kopiert. Die zahlreichen Pizzadienste oder Nachhilfeangebote für Schüler/innen gehören zu dieser Art von Geschäftsideen. Diese sind einem starken Wettbewerb ausgesetzt und funktionieren nur, wenn der Markt groß genug ist.

**Unternehmensübernahme und Franchising.** Bei einer Unternehmensübernahme wird die Geschäftsidee eines anderen Unternehmens fortgeführt. Ähnlich ist es auch beim Franchising: Dort übernimmt man kein bestehendes Unternehmen, aber dennoch ein fertiges Konzept. Ein/e Franchise-Geber/in stellt ein erprobtes System zur Verfügung. Ein/e Franchise-Nehmer/in übernimmt unter dem Markennamen des Franchise-Gebers/der Franchise-Geberin den Verkauf der Produkte bzw. die Durchführung einer Dienstleistung. In Österreich sind rund 350 Franchise-Systeme am Markt. Bekannt sind die Sonnentor-Geschäfte des Bio-Pioniers Johannes Gutmann oder die OMV-Tankstellen mit dem Viva -Shop.



### Arbeitsaufgabe 13: Von der Marktchance zur Geschäftsidee

Sie erkennen eine Marktchance und suchen dafür erste mögliche Ideen. Nutzen Sie dafür die Prinzipien der Ideenentwicklung.

Situation	Geschäftsideen
Der Benzinpreis verdoppelt sich.	
In der Nachbarschaft schließt ein Gemüsegeschäft.	
Der Anteil der erwerbstätigen Frauen steigt weiter an.	
Es wird ein Stoff mit Solarzellen entwickelt.	

## 5 Ideen auf Marktchancen checken

Ist eine Geschäftsidee entwickelt worden, so stellt sich die Frage, ob die Idee am Markt eine Chance hat. Nicht jede Idee hat das Potential, Basis einer erfolgreichen Unternehmensgründung zu sein.

Ein erster Praktikercheck ist das folgende einfache Prinzip. Wenn Sie persönlich zehn Leute aus der Zielgruppe (den Teil des Marktes, den Sie gerne als Kundinnen/Kunden gewinnen wollen, z. B. bei der Idee Sprachreise wären dies Jugendliche vor den Sommerferien) kennen, die Ihre Idee als Produkt oder Serviceleistung unbedingt kaufen wollen, dann gibt es wahrscheinlich noch viel mehr Menschen, die auch dafür zahlen würden, wenn sie davon wüssten.

Etwas allgemeiner formuliert ist eine Idee eine Geschäftschance, die die Kriterien der untenstehenden Checkliste erfüllt. Mit dieser Idee ist es spannend, weiterzuarbeiten.

### Checkliste Marktchancen von Ideen

	ja	Nein	Begründung
Ist sie für Kundinnen/Kunden interessant?			
Wird sie in Ihrem Geschäftsumfeld funktionieren?			
Ist die derzeitige Marktsituation interessant für die Realisierung?			
Haben Sie die Fähigkeiten und Ressourcen, die Idee umzusetzen?			
Wenn Sie weder die Fähigkeiten noch die Ressourcen haben: Kennen Sie vielleicht jemanden, der diese besitzt und mit dem Sie auch gerne zusammenarbeiten würden?			
Glauben Sie, dass Sie das Produkt oder das Service zu einem Preis anbieten können, der Kundinnen/Kunden anzieht und doch auch einen Gewinn erwarten lässt?			

#### Arbeitsaufgabe 14: Von der Ideenentwicklung zur Marktchance

- a) Entwickeln Sie ausgehend von den folgenden Fragestellungen zwei Geschäftsideen: Was ärgert Sie wirklich? Welches Produkt oder welche Dienstleistung würde dieses Ärgernis beseitigen? Wenn Sie an Ihren letzten Urlaub zurückdenken: Welche Produkte oder Dienstleistungen, die es bei uns nicht gibt, schätzten Sie besonders? Nennen Sie ein Beispiel für eine Veränderung, die in Ihrer Nachbarschaft stattgefunden hat oder gerade stattfindet, und überlegen Sie, welche Marktchancen sich daraus für neue Ideen ergeben könnten.

---

---

---

- b) Überprüfen Sie mit einer zweiten Person eine Geschäftsidee anhand der Checklisten und begründen Sie Ihre Bewertung. Ist es interessant, mit der Geschäftsidee weiterzuarbeiten?

##### Checkliste Marktchancen von Ideen

	ja	nein	Begründung
Ist sie für Kundinnen/Kunden interessant?			
Wird sie in Ihrem Geschäftsumfeld funktionieren?			
Ist die derzeitige Marktsituation interessant für die Realisierung?			
Haben Sie die Fähigkeiten und Ressourcen, die Idee umzusetzen?			
Wenn Sie weder die Fähigkeiten noch die Ressourcen haben: Kennen Sie vielleicht jemanden, der diese besitzt und mit dem Sie auch gerne zusammenarbeiten würden?			
Glauben Sie, dass Sie das Produkt oder das Service zu einem Preis anbieten können, der Kundinnen/Kunden anzieht und doch auch einen Gewinn erwarten lässt?			

<b>Entrepreneure</b>	sind Menschen, die eine Chance erkennen, eine neue Geschäftsidee und ein Geschäftsmodell bis zur Umsetzung entwickeln. Die funktionale Unternehmertheorie macht an der Funktion fest, wer ein Entrepreneur ist: Jemand, der wirtschaftlich etwas Neues schafft. Auch gestaltende Mitarbeiter/innen können daher Entrepreneure sein.
<b>Kreativität</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ ist ein Denken in Möglichkeiten und Alternativen,</li> <li>□ ist ein flexibler, spielerischer Umgang mit Denk-Mustern und Denk-Strukturen,</li> <li>□ ist ein Neu-Kombinieren weitgehend bekannter Elemente eines Problems.</li> </ul>
<b>Morphologischer Kasten</b>	ist eine heuristische Methode zur Ideenentwicklung, d. h. bei begrenzter Information und Zeit wird durch eine analytische – hoch strukturierte – Vorgehensweise eine gute Lösung erreicht.
<b>Sechs-Hüte-Methode</b>	ist eine Ideenanalyse, die mit sechs symbolischen Hüten arbeitet. Jeder dieser Hüte steht für eine bestimmte Denkrichtung. Das Prinzip der Methode liegt darin, nacheinander verschiedene Standpunkte einzunehmen und auszudrücken, sie reichen vom persönlichen Empfinden über Zweifel bis zur positiven Sichtweise.
<b>Interne Geschäftsideen</b>	<pre> graph TD     A[<b>Intern</b> entstehen in der Person selbst, d. h. sie müssen auf die Marktchance geprüft werden] --&gt; B[Ausgangspunkt Person]     B --&gt; C[Visionen lebendig werden lassen]     B --&gt; D[Aus einem Hobby wird ein Job]         </pre>
<b>Externe Geschäftsideen</b>	<pre> graph TD     A[<b>Extern</b> es wird eine Marktchance erkannt und dafür eine Geschäftsidee entwickelt] --&gt; B[Ausgangspunkt Marktchance]     B --&gt; C[Ein Problem wird erkannt, z. B. Umweltverschmutzung, Energie, soziale Probleme]     B --&gt; D[Änderung, z. B. Gesetz, Trend zu Bio und Wellness]     B --&gt; E[Technische Entwicklung, z. B. Internet, Smart-Phones]     B --&gt; F[Wettbewerb]     C --&gt; G[Ein Problem lösen]     C --&gt; H[Vorhandenes entdecken]     C --&gt; I[Kombination]     C --&gt; J[Gegen den Strich]     C --&gt; K[User Innovation]     C --&gt; L[Open Innovation]     C --&gt; M[Imitation]     C --&gt; N[Franchising]     F --&gt; O[Unternehmensübernahme]         </pre>
<b>Damit eine Idee auch eine Marktchance ist, muss sie...</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ für Kundinnen und Kunden attraktiv sein</li> <li>□ im Umfeld des Entrepreneurs funktionieren</li> <li>□ derzeit auch umgesetzt werden können</li> </ul>



## Check 1: Marktchancen in Zeitungen und Magazinen

Analysieren Sie ein Magazin oder eine Zeitung auf mögliche Marktchancen, nutzen Sie dazu die Prinzipien der Chancenerkennung. Notieren Sie zumindest drei Marktchancen.

- ☐ Werden Probleme aufgezeigt, die gelöst werden könnten?
- ☐ Gibt es Änderungen in Gesetzen, Rahmenbedingungen oder werden neue Trends beschrieben?
- ☐ Werden neue technische Entwicklungen aufgezeigt?
- ☐ Erkennen Sie eine Möglichkeit, wie man besser sein könnte als ein bestehendes Unternehmen?

---

---

---

---

## Check 2: Geschäftsideen auf Chancen analysieren

Analysieren Sie die nachfolgenden Situationen und bearbeiten Sie jeweils die Aufgaben a) bis c).

- a) Wie beurteilen Sie die Geschäftsidee auf ihre Marktchancen? Nennen Sie drei Überlegungen.
- b) Ist die Idee für Kundinnen/Kunden interessant? Für welche Kundinnen/Kunden besonders?
- c) Würde sie in Ihrem Geschäftsumfeld funktionieren? Begründen Sie Ihre Entscheidung.

**Situation 1:** Mit Sonnenkraft zur Wasserdesinfektion

Der Österreicher Martin Wesian erkrankte während einer Reise nach Südamerika an Cholera, hervorgerufen durch verunreinigtes Trinkwasser. Die Notwendigkeit, sauberes Trinkwasser verfügbar zu machen, besteht überall. Herr Wesian entwickelte ein einfaches Anzeigegerät namens Wadi, das – mit einer Solarzelle ausgestattet – direkt auf Plastikflaschen montiert werden kann.

Wenn Plastikflaschen mit verunreinigtem Wasser einer ausreichenden Dosis Sonnenstrahlung ausgesetzt sind, wirkt diese Sonnenstrahlung entkeimend. Wadi zeigt an, ab wann das in einer Plastikflasche sonnenbestrahlte Wasser genießbar ist. Ein Wadi soll rund 5,00 EUR kosten.



---

---

---

---

---

## Situation 2: Theaterluft für Kinder und Erwachsene

Der Illustrator und Grafiker Helmut Pokornig hat schon lange seine Liebe zum Theater entdeckt, seit Jahren entwirft er Bühnenbilder und Kostüme. 2012 mietet er in der Josefstadt (8. Bezirk in Wien) ein kleines Geschäftslokal und baut es in ein Theater um. Er gründet zusammen mit Freunden einen gemeinnützigen Verein und eröffnet nach mehrmonatiger Vorbereitungszeit das Figurentheater MARIJELI (benannt nach seinen beiden Töchtern Marie und Jelena). Das Kleintheater zeigt Puppen- und Figurentheater für Kinder und Erwachsene.



## Situation 3: Obst zum Trinken

Es war einmal in England. Die drei Freunde Richard, Jon und Adam hatten eine Idee: Sie kauften für 750,00 Euro Obst, machten daraus Smoothies und verkauften sie bei einem kleinen Musikfestival im Westen Londons. An ihrem Stand hatten sie ein Schild befestigt – auf dem stand: „Sollen wir unsere Jobs aufgeben und Smoothies machen?“ Davor stellten sie zwei Mülltonnen. Auf einer stand „Ja“, auf der anderen „Nein“.



Sonntagabend war die „Ja“-Tonne voll mit leeren Flaschen. Montag früh kündigten Richard, Jon und Adam ihre Jobs, um „innocent“ zu gründen. Smoothies sind zerkleinertes Obst in Flaschen.

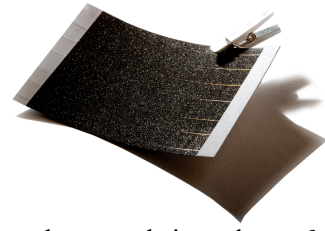
## Situation 4: Dem Produkt auf der Spur

Über eine Webplattform kann man einen Aufkleber ausdrucken, auf dem sogenannte Tracking-Nummern stehen. Die Aufkleber kann man auf ein Produkt geben, das verkauft oder verschenkt wird. Dann legt man auf der Website ein Produktfeld unter der Tracking-Nummer an und kann ab dem Moment verfolgen, welche Reise das Produkt macht. Der Käufer bzw. Beschenkte muss bei der Website vermerken, wann er das Produkt erhalten hat.



## Situation 5: Glasfassaden als Kraftwerke

crystalsol GmbH mit Sitz in Wien und Tallinn (Estland) entwickelt eine vollkommen neuartige Technologie von Photovoltaik auf Trägerfolien für z. B. Glasfassaden oder Dächer. Gebäude, die heute viel Energie verbrauchen, werden so in Zukunft zu kleinen Kraftwerken, die den Eigenbedarf abdecken und auch noch Energie in das Versorgungsnetz einspeisen. Die neue Technologie hat einige weitere Vorteile, es kommen keine seltenen Metalle, wie Indium oder Tellur zum Einsatz und die Herstellungskosten sind niedriger als bei den bestehenden Solarzellen.



## Situation 6: Danke, mir geht's gut

Das Modelabel „Göttin des Glücks“ steht für cooles Design für Frauen und Männer. Die Designer/innen bieten eine Wohlfühlkollektion an, das Wohlfühlen soll sich aber auch über die Mitarbeiter/innen und Lieferantinnen/Lieferanten erstrecken. Vor ein paar Jahren entschlossen sie sich zu einer ökofairen Produktion. Entlang der gesamten Produktionskette bestehen Fairtrade-Siegel und die Einhaltung der internationalen Arbeitsstandards der ILO wird garantiert. Die Baumwolle wird in einem westindischen Unternehmen biologisch angebaut.



## Situation 7: Poopobag

Die Designerinnen Nina Dautzenberg und Andrea Gaesmann von der Agentur jungeschachtel hielten es bisher für ein eher zweifelhaftes Vergnügen, die Haufen ihrer Hunde zu beseitigen. Deshalb haben sie die Dog Poo Bags entwickelt. Dabei handelt es sich um humorvoll bedruckte Papiersackerl zur stilvollen Entsorgung des Hundegeschäfts. Die jeweils 16 Sackerl im Packerl um 12,90 EUR werden in acht verschiedenen Designs angeboten.

