



I.

Praxisbaustein

Stellenanzeige



Inhalt Praxisbaustein Stellenanzeige

Übersicht über den Praxisbaustein	PBS 1
Arbeitsblatt Lehrkraft	PBS 2
Information Praxispartner	PBS 3
Zusatzinformationen für Experten	PBS 4
Arbeitsblatt Schülerinnen und Schüler I	PBS 5
Arbeitsblatt Schülerinnen und Schüler II	PBS 6
Arbeitsblatt Schülerinnen und Schüler III	PBS 7



Praxisbaustein Stellenanzeige

Übersicht über den Praxisbaustein

Bereich: Personalbeschaffung

Zielgruppe: Schüler und Schülerinnen 8. bis 9. Klasse z. B. in der Phase der Vorbereitung eines Betriebspraktikums

Zielsetzung: Das Ziel des Bausteins besteht darin, den Schülerinnen und Schülern Abläufe im Bereich der Personalauswahl zu verdeutlichen. Durch den Perspektivwechsel (Unternehmenssicht) können wichtige Erkenntnisse für die eigene Berufswahl und das eigene Bewerbungsverhalten gewonnen werden.

Inhalte: Gruppenarbeit Stellenanzeige

Erarbeiten einer Stellenanzeige für geeignete allgemein bekannte Berufe (z. B. Gesundheits- und Krankenpflegekräfte, Zimmerin / Zimmerer, Bankkauffrau- / mann)

Aufgaben

- Zusammenstellung der benötigten Kenntnisse, Erfahrungen und Anforderungen
- Zusammenstellung der wünschenswerten Eigenschaften
- Erarbeiten einer Stellenanzeige

Praxisbezug: Es wird ein Unternehmen der passenden Branche aufgesucht, um

- mit Personalverantwortlichen zu sprechen
- zu erfahren, wie dieses Unternehmen seine Stellenanzeigen aufbaut und mit welchem Ziel
- herauszufinden, welche Medien vom Unternehmen genutzt werden, um Stellenanzeigen zu platzieren
- die erarbeitete Stellenanzeige mit Anzeigen des Unternehmens abzugleichen



Praxisbaustein Stellenanzeige

Arbeitsblatt Lehrkraft

Thema: Stellenanzeige

Zielsetzung:

- Abläufe im Bereich der Personalauswahl verdeutlichen
- Wichtige Erkenntnisse für die eigene Berufswahl und das eigene Bewerbungsverhalten durch den Perspektivwechsel (Unternehmersicht) gewinnen

Einbindung in den Unterricht:

- Die Durchführung des Bausteins ist unabhängig von anderen Bausteinen und Unterrichtsinhalten.
- Es bietet sich an, den Baustein vor Beginn der Erstellung von Bewerbungsunterlagen zu legen.
- Weitere Bausteine wie z. B. „Bewerbungsanschreiben“ oder „Bewerbungsgespräch“ *können* im Anschluss folgen.

Begriffe:

Für den Baustein sind keine spezifischen Begriffe im Vorwege zu klären.

Vorschläge für die Umsetzung:

- Gruppenarbeit zur Erstellung einer Stellenanzeige in Form von zwei bis drei Gruppen. Entsprechende Aufgabenstellungen sind beigefügt
- Durchführung eines Besuches bei einem zur Aufgabenstellung passenden Unternehmen, um mit Personalverantwortlichen zu sprechen. (*Sollte vor der Vorstellung der Gruppenergebnisse in der Klasse erfolgen*)
- Vorstellung der Ergebnisse (Stellenanzeige und Gespräch im Unternehmen) in der Klasse
- Analyse der vorgestellten Ergebnisse unter den Aspekten Gemeinsamkeiten und Unterschiede im Klassen-/ Gruppenverband



Praxisbaustein Stellenanzeige

Zusatzinformationen für Experten

Inhalte:

Die Schülerinnen und Schüler haben sich auf das Gespräch vorbereitet:

- indem sie sich Gedanken zu den typischen Anforderungen an den Beruf gemacht haben (*siehe Anlage Arbeitsauftrag an die Schülerinnen / Schüler*).
- ein Profil erstellt haben
- eine Stellenanzeige für den Beruf erarbeitet haben (ohne Zuhilfenahme von Zeitungen und Mustern). Diese Stellenanzeige bringen die Schülerinnen / Schüler mit.

Die Schülerinnen / Schüler haben sich nicht intensiv mit dem Thema Personalauswahl beschäftigt. Die Stellenanzeige wird deshalb formal und inhaltlich sicherlich nicht perfekt sein. Trotzdem halten wir es für wichtig, dass die Schülerinnen / Schüler einmal die Sichtweise einer Unternehmerin / eines Unternehmers einnehmen. Dieser Perspektivwechsel soll ihnen zeigen:

- wie Unternehmen funktionieren und
- welche Anforderungen später an Bewerberinnen / Bewerber und Bewerbungsunterlagen gestellt werden.

Dementsprechend dient das Treffen mit Ihnen als „Realitäts-Check“. Die Schülerinnen / Schüler werden Ihnen ihre erarbeitete Stellenanzeige vorstellen. Anschließend können u. a. folgende Fragen im Gespräch behandelt werden:

- Wie bewerten Sie die Stellenanzeige? Bitte geben Sie nach Möglichkeit keine pauschale Antwort, sondern differenzieren Sie. Was gefällt Ihnen, welche Bestandteile sind so nicht zutreffend? Die Einschätzung sollte ehrlich, aber wohlwollend ausfallen.
- Schaltet Ihr Unternehmen Stellenanzeigen? Hier wäre es sehr zielführend, wenn Sie den Schülerinnen / Schülern gegebenenfalls eine eigene Stellenanzeige zeigen könnten.
- Wie deckt Ihr Unternehmen den Personalbedarf? Haben Sie andere Vorgehensweisen? Wird vorher in der Regel bei Ihnen ein Praktikum absolviert?

Selbstverständlich können Sie auch „Werbung“ für Ihr Unternehmen machen und zum Beispiel Ihre Ausbildungsberufe vorstellen. Schülerinnen und Schülern fällt es erfahrungsgemäß wesentlich leichter, sich bei Unternehmen zu bewerben, wo sie bereits einmal „ein Gesicht gesehen haben“.

Bitte berücksichtigen Sie, dass die Schülerinnen und Schüler nicht über umfassendes kaufmännisches Hintergrundwissen verfügen. Es wäre sehr hilfreich, wenn Sie Zusammenhänge in einfachen Worten an Hand von Beispielen (z. B. aus Ihrem Unternehmen) verdeutlichen.

Gleichzeitig erlauben wir uns den Hinweis, dass die Schülerinnen und Schüler in einem Alter sind, wo sie gerade in aufregenden Situationen zu originellen Verhaltensweisen neigen. Ein Gespräch mit einer externen Fachfrau / einem externen Fachmann stellt für die Schüler definitiv eine aufregende Situation dar. Die betreuende Lehrkraft steht bei diesem Projekt im Hintergrund.

Vielen Dank für Ihre Unterstützung.



Praxisbaustein Stellenanzeige

Arbeitsblatt Schülerinnen und Schüler I

Thema: Gruppenarbeit „Stellenanzeige Gesundheits- und Krankenpflegerin / -pfleger“

Ausgangssituation:

Sie arbeiten in einem Team in der Personalabteilung eines Krankenhauses. Im Krankenhaus werden dringend neue erfahrene Gesundheits- und Krankenpflegerinnen und -pfleger benötigt.

Sie haben den Auftrag, eine Stellenanzeige zu erstellen, die in der Zeitung erscheinen soll. Zur Vorbereitung wird zunächst ein Profil mit den Anforderungen an die Stelle erarbeitet.

Aufgaben (in dieser Reihenfolge zu bearbeiten):

Erarbeiten Sie ein Stellenprofil unter Berücksichtigung folgender Fragestellungen:

1. Welche Kenntnisse und Erfahrungen muss eine Gesundheits- und Krankenpflegerin / ein -pfleger mitbringen?
2. Welche beruflichen Anforderungen werden an eine Gesundheits- und Krankenpflegerin / einen -pfleger typischerweise gestellt?
3. Welche Eigenschaften sind für eine Gesundheits- und Krankenpflegerin / einen -pfleger wünschenswert?

Erstellen Sie gemeinsam aus diesen Angaben eine Stellenanzeige. Die Kunst dabei ist, das richtige Maß zu finden. Werden zu wenige Voraussetzungen genannt, bewerben sich alle möglichen Personen auf die Stelle, die gar nicht geeignet sind. Wird zu viel vorausgesetzt, werden eigentlich geeignete Personen von einer Bewerbung abgeschreckt. Überlegen Sie genau, wie viele und welche Anforderungen in die Anzeige aufgenommen werden sollen.



Praxisbaustein Stellenanzeige

Arbeitsblatt Schülerinnen und Schüler II

Thema: Gruppenarbeit „Stellenanzeige Zimmerin / Zimmerer“

Ausgangssituation:

Sie arbeiten in einem Team in der Personalabteilung einer Zimmerei. Im Betrieb werden dringend neue erfahrene Zimmerinnen / Zimmerer benötigt.

Sie haben den Auftrag, eine Stellenanzeige zu erstellen, die in der Zeitung erscheinen soll. Zur Vorbereitung wird zunächst ein Profil mit den Anforderungen an die Stelle erarbeitet.

Aufgaben (in dieser Reihenfolge zu bearbeiten):

Erarbeiten Sie ein Stellenprofil unter Berücksichtigung folgender Fragestellungen:

1. Welche Kenntnisse und Erfahrungen muss eine Zimmerin / ein Zimmerer mitbringen?
2. Welche beruflichen Anforderungen werden an eine Zimmerin / einen Zimmerer typischerweise gestellt?
3. Welche Eigenschaften sind für eine Zimmerin / einen Zimmerer wünschenswert?

Erstellen Sie gemeinsam aus diesen Angaben eine Stellenanzeige. Die Kunst dabei ist, das richtige Maß zu finden. Werden zu wenige Voraussetzungen genannt, bewerben sich alle möglichen Personen auf die Stelle, die gar nicht geeignet sind. Wird zu viel vorausgesetzt, werden eigentlich geeignete Personen von einer Bewerbung abgeschreckt. Überlegen Sie genau, wie viele und welche Anforderungen in die Anzeige aufgenommen werden sollen.



Praxisbaustein Stellenanzeige

Arbeitsblatt Schülerinnen und Schüler III

Thema: Gruppenarbeit „Stellenanzeige Bankkauffrau / Bankkaufmann“

Ausgangssituation:

Sie arbeiten in einem Team in der Personalabteilung einer Bank. In der Bank werden dringend neue erfahrene Bankkaufleute benötigt.

Sie haben den Auftrag, eine Stellenanzeige zu erstellen, die in der Zeitung erscheinen soll. Zur Vorbereitung wird zunächst ein Profil mit den Anforderungen an die Stelle erarbeitet.

Aufgaben (in dieser Reihenfolge zu bearbeiten):

Erarbeiten Sie ein Stellenprofil unter Berücksichtigung folgender Fragestellungen:

1. Welche Kenntnisse und Erfahrungen muss eine Bankkauffrau / ein Bankkaufmann mitbringen?
2. Welche beruflichen Anforderungen werden an eine Bankkauffrau / ein Bankkaufmann typischerweise gestellt?
3. Welche Eigenschaften sind für eine Bankkauffrau / ein Bankkaufmann wünschenswert?

Erstellen Sie gemeinsam aus diesen Angaben eine Stellenanzeige. Die Kunst dabei ist, das richtige Maß zu finden. Werden zu wenige Voraussetzungen genannt, bewerben sich alle möglichen Personen auf die Stelle, die gar nicht geeignet sind. Wird zu viel vorausgesetzt, werden eigentlich geeignete Personen von einer Bewerbung abgeschreckt. Überlegen Sie genau, wie viele und welche Anforderungen in die Anzeige aufgenommen werden sollen.



II. Praxisbaustein Bewerbungs- anschreiben



Inhalt Praxisbaustein Bewerbungsanschreiben

Übersicht über den Praxisbaustein	PBBA 1
Arbeitsblatt Lehrkraft	PBBA 2
Information Praxispartner	PBBA 5
Zusatzinformationen für Experten	PBBA 6
Arbeitsblatt Schülerinnen und Schüler	PBBA 7
Stellenanzeige	PBBA 8
Musterbewerbung I	PBBA 9
Musterbewerbung II	PBBA 10
Musterbewerbung III	PBBA 11



Praxisbaustein Bewerbungsanschreiben

Übersicht über den Praxisbaustein

Bereich: Personalauswahl

Zielgruppe: Schüler und Schülerinnen 8. bis 9. Klasse, z. B. in der Phase der Vorbereitung eines Betriebspraktikums

Zielsetzung: Das Ziel des Bausteins besteht darin, den Schülerinnen und Schülern Abläufe im Bereich der Personalauswahl zu verdeutlichen. Durch den Perspektivwechsel (Unternehmenssicht) können wichtige Erkenntnisse für die eigene Berufswahl und das eigene Bewerbungsverhalten gewonnen werden.

Inhalte: Stellenausschreibung und Bewerbungsanschreiben

- Beispielanschreiben
- Kriterien für ein gelungenes Bewerbungsanschreiben

Aufgaben:

- Gruppenarbeit:
Durchsicht und Bewertung von drei Beispielanschreiben auf eine vorgegebene Stellenanzeige, Abgleich
- Abgleich Anzeige und Schreiben
- Sammeln der einzelnen Bewertungen,
gemeinsames Ableiten von Kriterien für ein gelungenes Bewerbungsanschreiben

Praxisbezug: Der Experte / die Expertin aus einem Unternehmen stellt in einem Vortrag vor:

- wie in seinem / ihrem Unternehmen die Personalauswahl, insbesondere die Sichtung der Bewerbungsunterlagen, erfolgt
- worauf im Unternehmen besonders geachtet wird.



Praxisbaustein Bewerbungsanschreiben

Arbeitsblatt Lehrkraft

Thema: Bewerbungsanschreiben

Zielsetzung:

- Abläufe im Bereich der Personalauswahl verdeutlichen
- Wichtige Erkenntnisse für die eigene Berufswahl und das eigene Bewerbungsverhalten durch den Perspektivwechsel (Unternehmersicht) gewinnen

Einbindung in den Unterricht:

- Die Durchführung des Bausteins ist unabhängig von anderen Bausteinen und Unterrichtsinhalten.
- Es bietet sich an, den Baustein vor Beginn der Erstellung von Bewerbungsunterlagen zu legen.
- Im Vorfeld *kann* der Baustein „Stellenanzeige“ bearbeitet werden.
- Weitere Bausteine wie z. B. „Bewerbungsgespräch“ *können* im Anschluss folgen.

Begriffe:

Für den Baustein sind keine spezifischen Begriffe im Vorwege zu klären.

Vorschläge für die Umsetzung:

- Eine ausführliche fachliche Einführung in das Thema ist nicht notwendig
- Gruppenarbeit
- Danach: Bewertung und Auswertung im Klassen-/ Gruppenverband
- Gemeinsam Kriterien für ein gelungenes Bewerbungsanschreiben erstellen



Praxisbaustein Bewerbungsanschreiben

Anmerkungen zu den vorliegenden Bewerbungsschreiben:

Diesem Praxisbaustein sind drei Musteranschreiben beigelegt.

Julia Mustermann: Eine sehr gelungene Bewerbung.

- Optisch ansprechend durch den gestalteten Briefkopf und eine weitgehende Einhaltung der DIN 5008. Hilfreich für den gewählten Beruf.
- Alle Kontaktdaten sind vorhanden.
- Persönlicher Kontakt, direkte Ansprache
- Guter Einstieg, insgesamt gute Formulierungen.
- Begründet Berufswahl und Wahl des Unternehmens
- Alle Kriterien der Stellenanzeige abgearbeitet, alle notwendigen Informationen vorhanden
- Angebot Praktikum.

Nadine Mustermann: Ordentliche Bewerbung mit kleinen Schwächen.

- Einfacher Briefkopf
- Guter Einstieg, nicht Standard
- Begründung Berufswahl
- Datum fehlt
- Wenig Bezug zur Stellenanzeige (Eigenschaften, Fächer, Unternehmen)

Heike Mustermann: Schwache Bewerbung

- Zu wenig Kontaktdaten
- Fehlende persönliche Ansprache
- Fehler im Firmennamen, auch später Rechtschreibfehler
- Standardeinstieg, bewährt aber von Personalern hundertfach gelesen
- Daten fehlen (Ausbildungsbeginn, Stellenanzeige)
- Fast jeder Absatz beginnt mit „ich“
- Persönliche Daten (Geburtsdatum, Eltern, Geschwister) fehlplatziert und für Unternehmen uninteressant
- Keine Begründung für die Berufswahl oder die Wahl des Unternehmens
- Keinerlei Bezug zur Stellenanzeige
- Die Bewerbung könnte auf jeden Ausbildungsberuf und an jedes Unternehmen gerichtet sein
- Äußere Form und Ausrichtung auf dem Blatt nicht ansprechend



Praxisbaustein Bewerbungsschreiben

Kriterien für ein gelungenes Bewerbungsschreiben, u. a.

- Optisch ansprechend, keine Schreibfehler
- Individualität, kein Massenprodukt
- Persönliche Anrede, wenn möglich
- Elegante Formulierungen, möglichst keine Standardsätze („Bezugnehmend...“, „Mit großem Interesse..., hiermit bewerbe ich.....“)
- Begründung der Berufswahl
- Begründung der Wahl des Unternehmens (wenn möglich)
- Bezug auf die Stellenanzeige

Praxisbezug herstellen

Nach der Bearbeitung des Praxisbausteins ist es sinnvoll einen Vertreter / eine Vertreterin aus einem regionalen Unternehmen einzuladen, der / die

- das Verfahren der Personalauswahl im Unternehmen erläutert
- den Ablauf „Sichtung von Bewerbungsunterlagen“ - Worauf wird besonders geachtet? - darstellt
- wichtige Auswahlkriterien hervorhebt.

Die Schüler und Schülerinnen lernen die Vorgehensweisen in der Praxis kennen.



Praxisbaustein Bewerbungsanschreiben

Zusatzinformationen für Experten

Inhalte:

Die Schülerinnen und Schüler haben sich auf das Gespräch vorbereitet, indem sie Beispiele von Bewerbungsanschreiben bewertet und mit den Anforderungen einer Stellenausschreibung abgeglichen haben (s. Anlage). Dazu haben sie die Sichtweise von Mitarbeitern einer Personalabteilung eingenommen.

Die Schülerinnen und Schüler haben sich nicht intensiv mit dem Thema Personalauswahl beschäftigt. Trotzdem halten wir es für wichtig, dass die Schülerinnen und Schüler einmal die Sichtweise eines Unternehmers einnehmen. Dieser Wechsel des Blickwinkels soll ihnen zeigen, wie Unternehmen funktionieren und welche Anforderungen später an Bewerber und an Bewerbungsunterlagen gestellt werden.

Dementsprechend dient das Treffen mit Ihnen als „Realitäts-Check“. Die Schülerinnen und Schüler sollen die Vorgehensweisen bei der Durchsicht von Bewerbungsunterlagen in Ihrem Unternehmen kennenlernen. Dabei können u. a. folgende Fragen behandelt werden:

- Wie läuft in Ihrem Unternehmen die Sichtung der Bewerbungsunterlagen ab?
- Auf welche Kriterien legen Sie bei Bewerbungsanschreiben besonderen Wert?
- Wie viele Bewerbungen erhält Ihr Unternehmen, wenn Sie eine Stellenausschreibung schalten?
- Wie viele Bewerber werden zu einem Vorstellungsgespräch eingeladen?
- Wie deckt Ihr Unternehmen den Personalbedarf? Haben Sie andere Vorgehensweisen?
- Machen Bewerber um Ausbildungsstellen in der Regel vorher bei Ihnen ein Praktikum?

Bitte versuchen Sie, Ihren Vortrag ausgewogen zu gestalten. Nennen Sie bitte positive und negative Beispiele. Teilen Sie den Schülerinnen und Schülern mit, ob Sie Zwischenfragen zulassen wollen oder ob offene Fragen am Ende des Vortrags gestellt werden sollen.

Selbstverständlich können Sie auch „Werbung“ für Ihr Unternehmen machen und zum Beispiel Ihre Ausbildungsberufe vorstellen. Schülerinnen / Schülern fällt es erfahrungsgemäß wesentlich leichter, sich bei Unternehmen zu bewerben, wo sie bereits einmal „ein Gesicht gesehen haben“.

Bitte berücksichtigen Sie, dass die Schülerinnen und Schüler nicht über umfassendes kaufmännisches Hintergrundwissen verfügen. Es wäre sehr hilfreich, wenn Sie Zusammenhänge in einfachen Worten an Hand von Beispielen (z. B. aus Ihrem Unternehmen) verdeutlichen.

Gleichzeitig erlauben wir uns den Hinweis, dass die Schülerinnen und Schüler in einem Alter sind, wo sie gerade in aufregenden Situationen zu originellen Verhaltensweisen neigen. Ein Gespräch mit einer externen Fachfrau / einem externen Fachmann stellt für die Schülerinnen und Schüler definitiv eine aufregende Situation dar.

Vielen Dank für Ihre Unterstützung.



Praxisbaustein Bewerbungsanschreiben

Arbeitsblatt Schülerinnen und Schüler

Thema: Gruppenarbeit Bewerbungsanschreiben

Ausgangssituation:

Sie arbeiten in einem Team in der Personalabteilung einer größeren Spedition in Stade. Das Unternehmen stellt jedes Jahr mehrere Auszubildende ein. Für das nächste Jahr ist eine Ausbildungsstelle für den Beruf Kauffrau / Kaufmann für Büromanagement ausgeschrieben. Ihr Unternehmen ist regelmäßig auf der Ausbildungsmesse in Stade vertreten.

Als Anlage erhalten Sie eine Stellenanzeige und drei Bewerbungsschreiben, die Ihre Spedition erhalten hat.

Aufgaben (in dieser Reihenfolge zu bearbeiten):

1. Sehen Sie sich die Stellenanzeige genau an.
Welche Anforderungen und Erwartungen werden an eine Bewerberin / einen Bewerber gestellt?
2. Gehen Sie gemeinsam die drei Bewerbungsanschreiben durch.
Was gefällt Ihnen gut daran, was nicht so gut?
Welche Bewerberin / welchen Bewerber würden Sie zu einem Vorstellungsgespräch einladen?
Warum?
3. Vergleichen Sie die Bewerbungsanschreiben mit den Anforderungen aus der Stellenanzeige. Welche Bewerbung geht am besten auf die Stellenanzeige ein, welche eher weniger?
An welchen Punkten fällt das besonders auf?



Netzwerk Jugend lernt Wirtschaft



Praxisbaustein Bewerbungsanschreiben



Spedition Trab GmbH

Hauptstraße 55

21687 Stade

☎ 04141-888 999

mail@spedition-trab.de

Unsere Spedition wird in vierter Generation von Familie Trab geführt. Wir bieten alle modernen Logistikdienstleistungen im internationalen Verkehr.

Wir bieten wir zum 01.08.20.. einen

Ausbildungsplatz zum Kaufmann für Büromanagement (m/w).

Neben einem Realschulabschluss erwarten wir Lernbereitschaft und Motivation. Guten Noten in Deutsch und Englisch sind notwendig.

Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an unsere Personalabteilung, Frau Yvonne Müller.

Anzeige im Stader Tageblatt

Samstag, 01.10.20..



Praxisbaustein Bewerbungsanschreiben

Julia Mustermann

Musterweg 4
27449 Kutenholz-Mulsum
☎ 04762 – 123 4567
✉ Julia.mustermann@web.com

Julia Mustermann • Musterweg 4 • 27449 Kutenholz

Spedition Trab GmbH
Frau Yvonne Müller
Hauptstr. 55
21687 Stade

Kutenholz, 05.10.20..

Ihre Anzeige im Stader Tageblatt vom 01.10.20.. Bewerbung um einen Ausbildungsplatz zur Kauffrau für Büromanagement ab 01.08.20..

Sehr geehrte Frau Müller,

vielen Dank für das freundliche und informative Gespräch, das Sie auf der Ausbildungsmesse in Stade mit mir geführt haben. Wie besprochen erhalten Sie meine Bewerbungsunterlagen.

Im nächsten Sommer werde ich die Schule mit dem Realschulabschluss beenden. Meine Lieblingsfächer sind Deutsch, Mathe und Englisch.

Während eines Schülerpraktikums in der neunten Klasse habe ich den Beruf der Kauffrau für Büromanagement kennengelernt. Gerade die Mischung aus Büroarbeit und Kundenkontakt ist für mich besonders reizvoll.

Ich arbeite sehr sorgfältig und selbstständig, gerne auch im Team. Lernbereitschaft und ein hohes Maß an Motivation wurde mir während meines Schülerpraktikums bestätigt. Weiterhin kann ich gut mit dem PC umgehen (Word, Excel, Internet).

Ihr Unternehmen bietet einerseits die Bodenständigkeit eines Familienunternehmens und andererseits internationale Kundenbeziehungen und Kontakte. Ich kann mir sehr gut vorstellen, meine berufliche Karriere in Ihrer Spedition zu starten.

Ich hoffe, dass ich Ihr Interesse geweckt habe. Gerne überzeuge ich Sie in einem freiwilligen Praktikum von meiner Leistungsbereitschaft. Über eine Einladung zum persönlichen Gespräch würde ich mich sehr freuen.

Mit freundlichen Grüßen

Anlagen



Praxisbaustein Bewerbungsanschreiben

Nadine Mustermann
Musterweg 4
27449 Kutenholz
04762-123 567

Spedition Trab GmbH
Frau Yvonne Müller
Hauptstr. 55
21687 Stade

Bewerbung um eine Lehrstelle als Kauffrau für Büromanagement
Ihre Anzeige im Stader Tageblatt vom 01. Oktober 20..

Sehr geehrte Frau Müller,

Sie suchen eine motivierte und engagierte Auszubildende. Ich bewerbe mich bei Ihnen um die ausgeschriebene Ausbildungsstelle zum 01.08.20..

Im Sommer 20.. werde ich die Schule mit der mittleren Reife beenden. Gerne möchte ich im Anschluss den Beruf der Kauffrau für Büromanagement in einem internationalen Unternehmen erlernen.

Meine persönlichen Stärken liegen in Mathematik, Englisch und dem Umgang mit dem PC. Besonders reizt mich die Vielfalt der Aufgaben und das hohe Maß an Koordination, das die internationale Ausrichtung Ihres Unternehmens erfordert.

Zu meinen Eigenschaften zählen Offenheit und Freundlichkeit gegenüber Kunden. Außerdem kann ich mich gut in neue Aufgaben einarbeiten.

Über eine Einladung zu einem Vorstellungsgespräch würde ich mich sehr freuen.

Mit freundlichen Grüßen

Anlagen



Praxisbaustein Bewerbungsanschreiben

Heike Mustermann
Musterweg 4
27449 Kutenholz

Spedition Trab GmbH
Hauptstr. 55
21687 Stade

Bewerbung um eine Ausbildungsstelle

Sehr geehrte Damen und Herren,

mit großem Interesse habe ich Ihre Stellenanzeige im Stader Tageblatt gelesen und bewerbe mich um die ausgeschriebene Ausbildungsstelle.

Ich bin am 26.05.20.. geboren. Meine Eltern sind Heinz Mustermann, Tierarzt und Elvira Mustermann, Hausfrau. Ich habe zwei Geschwister, die 12 und 14 Jahre alt sind. Wir wohnen gemeinsam in Kutenholz.

Ich werde im nächsten Jahr die Schule abschliessen und möchte gerne eine Ausbildung im Büro absolvieren.

Deutsch und Englisch sind meine Lieblingsfächer.

Ich freue mich auf eine Einladung zu einem Vorstellungsgespräch.

Mit freundlichen Grüßen

Anlagen
Lebenslauf
Zeugnisse



III.

Praxisbaustein

Bewerbungs-

gespräch



Inhalt Praxisbaustein Bewerbungsgespräch

Übersicht über den Praxisbaustein	PBBG 1
Arbeitsblatt Lehrkraft	PBBG 2
Information Praxispartner	PBBG 4
Zusatzinformationen für Experten	PBBG 5
Muster eines Bewerbungsanschreibens	PBBG 6
Typische Fragen im Bewerbungsgespräch	PBBG 7
Typische Phasen eines Bewerbungsgesprächs	PBBG 9



Praxisbaustein Bewerbungsgespräch

Übersicht über den Praxisbaustein

Bereich: Personalauswahl

Zielgruppe: Schülerinnen und Schüler 8. bis 9. Klasse, z.B. in der Phase der Vorbereitung eines Betriebspraktikums oder der Ausbildungsplatzsuche

Zielsetzung: Das Ziel des Bausteins besteht darin, den Schülerinnen und Schülern Abläufe im Bereich der Personalauswahl zu verdeutlichen. Durch den Perspektivwechsel (Unternehmenssicht) können wichtige Erkenntnisse für die eigene Berufswahl und das eigene Bewerbungsverhalten gewonnen werden. Gerade im Bewerbungsgespräch besteht erfahrungsgemäß eine erhebliche Unsicherheit bei den Schülerinnen und Schülern.

Inhalte: Bewerbungsgespräch

- Aufbau eines Bewerbungsgesprächs
- Typische Fragen im Bewerbungsgespräch
- Auswertung und Zusammenfassung

Aufgaben

- Gruppenarbeit: Vorbereitung eines Bewerbungsgesprächs aus Sicht einer Unternehmerin/eines Unternehmers und aus der Sicht einer Bewerberin/eines Bewerbers,
- Durchführung als Rollenspiel,
- Reflektion des Rollenspiels, gemeinsames Ableiten von typischen Phasen und typischen Fragen im Bewerbungsgespräch.

Praxisbezug: Die Unternehmerin/der Unternehmer stellt in einem Vortrag vor

- wie in diesem Unternehmen Bewerbungsgespräche für Ausbildungsplatzbewerberinnen und –bewerber durchgeführt werden
- worauf in ihrem/seinem Unternehmen besonders geachtet wird
- Tipps für Bewerbungsgespräche

Die Schülerinnen und Schüler sollten ausreichend Zeit erhalten, ihre Fragen zu stellen.



Praxisbaustein Bewerbungsgespräch

Arbeitsblatt Lehrkraft

Thema: Bewerbungsgespräch

Zielsetzung:

- Abläufe im Bereich der Personalauswahl verdeutlichen
- Wichtige Erkenntnisse für die eigene Berufswahl und das eigene Bewerbungsverhalten durch den Perspektivwechsel (Unternehmersicht) gewinnen.

Gerade im Bereich der Vorstellungsgespräche herrscht große Verunsicherung bei vielen Schülerinnen und Schülern. Sie können schwer einschätzen, was auf sie zukommt.

Einbindung in den Unterricht:

- Die Durchführung des Bausteins ist unabhängig von anderen Bausteinen und Unterrichtsinhalten.
- Es bietet sich an, den Baustein vor Beginn einer Bewerbungsphase (Praktikum, Ausbildung) zu legen.
- Sinnvoll ist es, im Vorfeld weitere Bausteine wie „Stellenanzeige“ oder „Bewerbungsanschreiben“ zu bearbeiten, dies ist aber nicht zwingend notwendig.

Begriffe:

Für den Baustein sind keine spezifischen Begriffe im Vorwege zu klären. Die Begriffe Bewerbungsgespräch, Auswahlgespräch und Vorstellungsgespräch werden synonym verwendet.

Vorschläge für die Umsetzung:

- Voraussetzung:
Auch wenn keine ausführliche fachliche Einführung in das Thema notwendig ist, so sollte den Schülerinnen und Schülern bewusst sein, dass das Vorstellungsgespräch der entscheidende Schritt auf dem Weg zu einer Ausbildungsstelle darstellt und dass sie / er sich auf die Situation gut vorbereiten kann und muss.
- Gruppenarbeit in vier bis acht Gruppen
Die Hälfte der Gruppen erhält die Aufgabenstellung für Unternehmerinnen / Unternehmer, die andere Hälfte diejenige für Bewerberinnen / Bewerber.
- Rollenspiele „Vorstellungsgespräch“
Es kann jeweils eine Schülerin / ein Schüler aus einer Gruppe die Rolle übernehmen. Gerade auf der Unternehmenseite kann auch die gesamte Gruppe der Bewerberin / dem Bewerber gegenüber sitzen
- Auswertung der Rollenspiele (s. Anlagen) durch die Lehrkraft mit der Klasse im Hinblick auf
 - typische Phasen eines Vorstellungsgesprächs
 - typische Fragen
 - angemessene Antworten



Praxisbaustein Bewerbungsgespräch

Praxisbezug herstellen

- Im Anschluss an die Bearbeitung des Praxisbausteins ist es sinnvoll, aus einem Unternehmen eine Expertin / einen Experten mit Personalverantwortung, die / der mit der Durchführung von Vorstellungsgesprächen für Auszubildende vertraut ist, einzuladen.
- Sie / Er kann aus ihrer / seiner Sicht darstellen,
 - wie die Bewerbungsgespräche in ihrem / seinem Unternehmen ablaufen
 - worauf besonders geachtet wird.
 - Wie sich Schülerinnen und Schüler gut auf diese Art der Gespräch vorbereiten können

Im Vorfeld sollten die Schülerinnen und Schüler die Gelegenheit bekommen, über Fragen nachzudenken, die sie der Expertin / dem Experten stellen wollen.



Praxisbaustein Bewerbungsgespräch

Zusatzinformationen für Experten

Inhalte:

Die Schülerinnen und Schüler haben sich durch eine Gruppenarbeit auf das Gespräch vorbereitet, indem

- die Hälfte der Schülerinnen und Schüler die Sichtweise einer Unternehmerin / eines Unternehmers angenommen hat
- die andere Hälfte die einer Bewerberin / eines Bewerbers um einen Ausbildungsplatz
- Beide Gruppen haben sich auf ein Vorstellungsgespräch vorbereitet und dieses als Rollenspiel durchgeführt.

Die Schülerinnen / Schüler haben sich nicht intensiv mit dem Thema Personalauswahl beschäftigt. Trotzdem halten wir es für wichtig, dass die Schülerinnen und Schüler einmal die Sichtweise einer Unternehmerin / eines Unternehmers einnehmen. Dieser Perspektivwechsel soll ihnen zeigen:

- wie Unternehmen funktionieren
- welche Anforderungen später an Bewerberinnen und Bewerber im Bewerbungsgespräch gestellt werden.

Dementsprechend dient das Treffen mit Ihnen als „Realitäts-Check“. Die Schülerinnen und Schüler sollen die Vorgehensweisen bei Bewerbungsgesprächen in Ihrem Unternehmen kennenlernen. Dabei können u. a. folgende Fragen behandelt werden:

- Wie läuft in Ihrem Unternehmen ein Bewerbungsgespräch um einen Ausbildungsplatz ab?
- Worauf achten Sie in Bewerbungsgesprächen besonders?
- Welche Fragen werden normalerweise gestellt, welche Themen behandelt?
- Wie können Bewerber sich aus Ihrer Sicht auf das Gespräch vorbereiten?
- Welche Kleidung halten Sie im Bewerbungsgespräch für angemessen?

Selbstverständlich können Sie auch „Werbung“ für Ihr Unternehmen machen und zum Beispiel Ihre Ausbildungsberufe vorstellen. Schülerinnen / Schülern fällt es erfahrungsgemäß wesentlich leichter, sich bei Unternehmen zu bewerben, wo sie bereits einmal „ein Gesicht gesehen haben“.

Bitte berücksichtigen Sie, dass die Schülerinnen und Schüler nicht über umfassendes kaufmännisches Hintergrundwissen verfügen. Es wäre sehr hilfreich, wenn Sie Zusammenhänge in einfachen Worten an Hand von Beispielen (z. B. aus Ihrem Unternehmen) verdeutlichen.

Gleichzeitig erlauben wir uns den Hinweis, dass die Schülerinnen und Schüler in einem Alter sind, wo sie gerade in aufregenden Situationen zu originellen Verhaltensweisen neigen. Ein Gespräch mit einer externen Fachfrau / einem externen Fachmann stellt für die Schüler definitiv eine aufregende Situation dar.

Vielen Dank für Ihre Unterstützung.



Praxisbaustein Bewerbungsgespräch

Muster eines Bewerbungsanschreibens

Julia Mustermann

Musterweg 4
27449 Kutenholz-Mulsum
☎ 04762 – 123 4567
✉ Julia.mustermann@web.com

Julia Mustermann • Musterweg 4 • 27449 Kutenholz

Spedition Trab GmbH
Frau Yvonne Müller
Hauptstr. 55
21687 Stade

Kutenholz, 05.10.20..

Ihre Anzeige im Stader Tageblatt vom 01.10.20..
Bewerbung um einen Ausbildungsplatz zur Kauffrau für Büromanagement
ab 01.08.20..

Sehr geehrte Frau Müller,

vielen Dank für das freundliche und informative Gespräch, das Sie auf der Ausbildungsmesse in Stade mit mir geführt haben. Wie besprochen erhalten Sie meine Bewerbungsunterlagen.

Im nächsten Sommer werde ich die Schule mit dem Realschulabschluss beenden. Meine Lieblingsfächer sind Deutsch, Mathe und Englisch.

Während eines Schülerpraktikums in der neunten Klasse habe ich den Beruf der Kauffrau für Büromanagement kennengelernt. Gerade die Mischung aus Büroarbeit und Kundenkontakt ist für mich besonders reizvoll.

Ich arbeite sehr sorgfältig und selbstständig, gerne auch im Team. Lernbereitschaft und ein hohes Maß an Motivation wurde mir während meines Schülerpraktikums bestätigt. Weiterhin kann ich gut mit dem PC umgehen (Word, Excel, Internet).

Ihr Unternehmen bietet einerseits die Bodenständigkeit eines Familienunternehmens und andererseits internationale Kundenbeziehungen und Kontakte. Ich kann mir sehr gut vorstellen, meine berufliche Karriere in Ihrer Spedition zu starten.

Ich hoffe, dass ich Ihr Interesse geweckt habe. Gerne überzeuge ich Sie in einem freiwilligen Praktikum von meiner Leistungsbereitschaft. Über eine Einladung zum persönlichen Gespräch würde ich mich sehr freuen.

Mit freundlichen Grüßen

Anlagen



Praxisbaustein Bewerbungsgespräch

Typische Fragen im Bewerbungsgespräch

1. Motive der Bewerbung und Leistungsmotivation
2. Schule und bisherige Erfahrungen
3. Persönlicher und familiärer Hintergrund
4. Berufliche Kenntnisse und Allgemeinbildung

1. Motive der Bewerbung und Leistungsmotivation

- Was wissen Sie über unser Unternehmen? (Eher bei größeren Unternehmen, die über einen Internetauftritt verfügen)
- Warum wollen Sie gerade bei uns anfangen?
- Wo haben Sie sich noch beworben?
- Wofür interessieren Sie sich noch beruflich?
- Was reizt Sie an dieser Ausbildung?
- Wie sehen Sie Ihre Zukunft?
- Was sind Ihre Ziele?

2. Schule und bisherige Erfahrungen

- Welche Schule besuchen Sie?
- Wie sehen Sie Ihre schulischen Leistungen?
- Wie sind Sie mit Ihren Leistungen zufrieden?
- Was sehen Sie in Ihrer Schule kritisch, was würden Sie ändern?

- Was für andere Fähigkeiten haben Sie sich noch zusätzlich angeeignet?
- Warum haben Sie sich für diesen Beruf entschieden?

- Haben Sie bereits Praktika absolviert?
- Warum in dieser Branche/in diesem Unternehmen?
- Welche Erfahrungen haben Sie gesammelt?



Praxisbaustein Bewerbungsgespräch

3. Persönlicher und familiärer Hintergrund

- Wir würden Sie gerne kennen lernen. Erzählen Sie etwas über sich!
- Wie würden Sie sich kurz charakterisieren?
- Haben Sie Vorbilder?
- Warum sollen wir gerade Sie einstellen?

- Welche Hobbys haben Sie?
- Wie verbringen Sie Ihre Freizeit?
- Was lesen Sie gerne?
- Was zuletzt und wie hat es Ihnen gefallen?

- Sind Sie lieber für sich allein oder mit anderen zusammen?
- Worüber können Sie sich so richtig ärgern?
- Wie gehen Sie mit Kritik um?

- Stellen Sie uns Ihre Familie vor!

- Gibt es Bereiche, in denen Sie sich besonders engagieren?
- Mit was für Menschen sind Sie gern zusammen?

4. Berufliche Kenntnisse und Allgemeinbildung

- Was wissen Sie über unsere Branche?
- Was ist Ihre Meinung über...? (aktuelle Themen)



Praxisbaustein Bewerbungsgespräch

Typische Phasen eines Bewerbungsgesprächs

Die genannten Phasen sind typisch für Auswahlgespräche, können allerdings in der Reihenfolge verändert werden oder auch wegfallen.

Da die meisten Daten bereits im Lebenslauf enthalten sind, geht es in Bewerbungsgesprächen weniger um Inhalte, sondern fast ausschließlich darum, die Persönlichkeit der Bewerberin / des Bewerbers einzuschätzen.

A. Begrüßung, Small talk

Themen: Wetter, Weg gefunden etc.

Ziel: Unsicherheit der Bewerberin / des Bewerbers abbauen

B. Information über das Unternehmen durch den Arbeitgeber (alternativ s. E.)

Themen: Größe, Produkte, Personal, Märkte, Aussichten, Organisation der Ausbildung

Ziel: Information der Bewerberin / des Bewerbers, Werbung für das Unternehmen

C. Bildungsgang (Schule, Praktika)

Themen: Schulische Ausbildung, Erfahrungen, Berufswahl

Ziel: Kennenlernen der Bewerberin / des Bewerbers, Ermittlung der Gründe für die Berufswahl

D. Persönliche Situation der Bewerberin / des Bewerbers

Themen: Familie, Hobbys, Freizeit

Ziel: Kennenlernen der Bewerberin / des Bewerbers, v. a. der Persönlichkeit; Prüfung, ob die Angaben in der Bewerbung mit dem Erzählten übereinstimmen.

E. Fragen zum Unternehmen und zur Branche (alternativ zu B.)

Themen: Was weiß die Bewerberin / der Bewerber über das Unternehmen und die Branche, evtl. auch Fragen zur Allgemeinbildung (aktuelle Themen)

Ziel: Info über den Kenntnisstand der Bewerberin / des Bewerbers; Prüfung, ob die Bewerberin / der Bewerber sich vorbereitet hat

F. Fragen der Bewerberin / des Bewerbers

Themen: offen

Ziel: Information an die Bewerberin / den Bewerber; Prüfung, ob die Bewerberin / der Bewerber sich vorbereitet hat

G. Abschluss

Themen: Weiteres Vorgehen, Verabschiedung

Ziel: Information an die Bewerberin / den Bewerber, freundlicher Abschluss des Gesprächs



IV.

Praxisbaustein

Kalkulation

eines Auftrages



Inhalt Praxisbaustein Kalkulation eines Auftrages

Übersicht über den Praxisbaustein	PBK 1
Arbeitsblatt Lehrkraft	PBK 2
Information Praxispartner	PBK 6
Zusatzinformationen für Experten	PBK 7
Arbeitsblatt Schülerinnen und Schüler	PBK 8
Beispielaufgabe Auftragskalkulation	PBK 9



Praxisbaustein Kalkulation eines Auftrages

Übersicht über den Praxisbaustein

Bereich: Kaufmännische Zahlen

Zielgruppe: Schülerinnen und Schüler 8. bis 10. Klasse, z.B. insbesondere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Schülerfirmen

Zielsetzung: Der Baustein soll dazu beitragen, in einfacher und verständlicher Form kaufmännisches Bewusstsein zu wecken oder zu vertiefen. Insbesondere sollen die Zusammenhänge zwischen Material-/Personalkosten und dem Verkaufspreis verdeutlicht werden. Die Berechnung erfolgt überwiegend auf der Basis der variablen Kosten für einen Auftrag (direct costing); es werden nicht alle Kostenarten im Unternehmen berücksichtigt.

Inhalte: Kosten

- Kostenarten im Unternehmen
- Fixe und variable Kosten

⇒ Aufgaben

- Sammeln von betrieblichen Kostenarten am Beispiel
- Sammeln von Informationen zu fixen und variablen Kosten
- Zuordnung der gesammelten Kostenarten

Auftragskalkulation

- Ermittlung der variablen Kosten für einen Auftrag und der Preisuntergrenze
- Abweichungen

⇒ Aufgaben

- Gruppenarbeit: Berechnung der Preisuntergrenze, Information zum Umgang mit den fixen Kosten
- Berechnung bei Abweichungen im Einkaufspreis von Material, Auswirkungen auf die Preisuntergrenze

Praxisbezug: Die Unternehmerin/der Unternehmer erklärt,

- wie die Auftragskalkulation in ihrem/seinem Unternehmen vorgenommen wird
- die Gemeinsamkeiten und Unterschiede zu der von den Schülerinnen und Schülern vorgenommenen Kalkulation.



Praxisbaustein Kalkulation eines Auftrages

Arbeitsblatt Lehrkraft

Thema: Kalkulation eines Auftrages

Zielsetzung:

- Kaufmännisches Bewusstsein in einfacher und verständlicher Form wecken oder vertiefen
- Zusammenhänge zwischen Material- / Personalkosten und dem Verkaufspreis verdeutlichen

Besonders geeignet ist der Baustein für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Schülerfirmen.

Einbindung in den Unterricht:

Der Baustein „Kalkulation eines Auftrags“ ist in sich abgeschlossen und kann unabhängig von anderen Bausteinen und Unterrichtsinhalten durchgeführt werden

Begriffe:

Im Vorfeld müssen keine Fachbegriffe behandelt werden. Im Verlauf der Bearbeitung dieses Bausteins müssen einige Begriffe eingeführt und verdeutlicht werden, z. B.

- Umsatz
- Kosten
- Gewinn / Verlust
- fixe Kosten
- variable Kosten
- Deckungsbeitrag

Vorschläge für die Umsetzung:

Die Bearbeitung des Bausteins stellt eine Kombination aus Unterricht und Gruppenarbeit dar. Einige Inhalte werden gemeinsam erarbeitet, die Beispielrechnung kann in Gruppenarbeit durchgeführt werden.

Auf dem Arbeitsblatt für die Schülerinnen und Schüler ist teilweise Platz für Ergänzungen gelassen.



Praxisbaustein Kalkulation eines Auftrages

Zu Beginn können die Begriffe Umsatz, Kosten und Gewinn erklärt werden.

Die Formel kann ergänzt werden (z. B. an der Tafel)

Umsatz	-	Kosten	=	Gewinn
Preis * verkaufte Menge		Ausgaben des Unternehmens		Geld, das für den Unternehmer / die Unternehmerin übrig bleibt
Bsp. 1 80.000,- €	-	45.000,- €	=	35.000,- €
Bsp. 2 50.000,- €	-	65.000,- €	=	-15.000,- € Verlust

Um realistische Preise festlegen zu können, ist es wichtig, die Kosten zu kennen. Dazu werden im nächsten Schritt betriebliche Kostenpositionen für die Beispielzimmerei gesammelt. Da anschließend die Kosten von den Schülerinnen und Schülern in fixe und variable Kosten aufgegliedert werden müssen, sollte die Lehrkraft darauf achten, dass die notierten Kostenarten auf diese Kategorien aufteilbar sind. Es wird also nicht einfach „Personal“ notiert, die Lehrkraft erreicht durch Nachfragen, dass „Büropersonal“ und „Handwerker“ getrennt erfasst werden.

Betriebliche Kosten

(einige wichtige Positionen, die genannt werden können, nicht abschließend, gesammelt an Tafel, Whiteboard o. Ä.):

- Gehälter Büropersonal
- Gehälter Handwerker
- Material für Carportbau
- Mietkosten Büros
- Heizkosten Büros
- Strom
- Büromaterial
- Telefonkosten
- Steuerberatung
- Werbung
- Kfz-Kosten
- Übernachtungskosten für die Handwerker
- Fortbildungen

Nun müssen die Begriffe „fixe Kosten“ und „variable Kosten“ erklärt werden.



Praxisbaustein Kalkulation eines Auftrages

Fixe Kosten: Kosten, die unabhängig von der produzierten Menge anfallen (die Büromiete muss gezahlt werden, unabhängig davon, ob derzeit Aufträge für Carports vorliegen).

Variable Kosten: Kosten, die mit der Auftragszahl schwanken (je mehr Carports gebaut werden, desto mehr Material muss eingekauft werden).

Die Einteilung wird relativ grob vorgenommen, Telefonkosten zählen zu den Fixkosten, auch wenn durch mehr Kunden eventuell mehr telefoniert werden muss.

Jetzt können die Schülerinnen und Schüler in Eigenarbeit die gesammelten Kostenarten in der Tabelle unter der jeweiligen Überschrift einsortieren.

fixe Kosten	variable Kosten
Gehälter Büropersonal	Gehälter Handwerker
Miete Büros	Material Carportbau
Heizkosten Büros	Übernachungskosten
Strom	
Büromaterial	
Telefonkosten	
Steuerberatung	
Werbung	
Kfz-Kosten	
Fortbildungen	

Die Fixkosten werden im Folgenden nicht näher aufgeschlüsselt. Die Summe der Fixkosten wird als „Fixkostenblock“ bezeichnet.

Für die Auftragskalkulation wird der Umsatz eines Auftrags den direkt durch diesen Auftrag entstehenden Kosten gegenübergestellt.

Umsatz des Auftrags – variable Kosten des Auftrags = DECKUNGSBEITRAG

Ist der Deckungsbeitrag eines Auftrages positiv, kann damit ein Teil des Fixkostenblocks gedeckt werden. Es handelt sich bei dem Überschuss also um den Beitrag des Auftrages zur Deckung der Fixkosten - Deckungsbeitrag.

Im Verlauf eines Jahres werden durch die Deckungsbeiträge der Aufträge (hoffentlich) alle Fixkosten gedeckt. Sind sowohl die variablen wie auch die fixen Kosten bezahlt, entsteht Gewinn.

Umsatz – variable Kosten und fixe Kosten = Gewinn



Praxisbaustein Kalkulation eines Auftrages

Lösung Beispielaufgabe:

1. Materialkosten € 30.000,-
Personalkosten € 10.368,-
Übernachtungen € 1.050,-

Variable Kosten: € 41.418,-
2. Umsatz € 55.000,- abzüglich variable Kosten € 41.418,- gleich Deckungsbeitrag € 13.582,-
3. Ja, da der Deckungsbeitrag ist positiv.
4. Nein, da der Umsatz des Auftrags noch nicht einmal ausreicht, um die direkt durch diesen Auftrag entstehenden variablen Kosten zu decken. Das Unternehmen würde durch diesen Auftrag Verlust machen.
5. Mit dem Umsatz eines Auftrags müssen mindestens die variablen Kosten des Auftrags gedeckt sein. Die Durchführung lohnt sich, wenn der Preis höher als € 41.418,- ist (positiver Deckungsbeitrag). Allerdings ist zu beachten, dass mit der Summe der Deckungsbeiträge aller Aufträge eines Jahres alle Fixkosten gedeckt werden müssen. Deshalb muss der Deckungsbeitrag eines Auftrages deutlich höher sein.
6. Fixkosten € 200.000,- geteilt durch Deckungsbeitrag je Auftrag € 13.582,- gleich 14,72 Aufträge.
Mit 15 Aufträgen sind alle Fixkosten gedeckt; es wird sogar ein Gewinn erzielt.

Um den Praxisbezug herzustellen, erklärt eine Unternehmerin / ein Unternehmer in der Klasse, wie in ihrem / seinem Unternehmen Aufträge kalkuliert werden. Es bietet sich an, ein Unternehmen auszuwählen, in dem abgegrenzte Aufträge kalkuliert werden müssen (Handwerk o. ä.). Wird ein Unternehmen einer anderen Branche gewählt, muss damit gerechnet werden, dass die Klärung von Gemeinsamkeiten und Unterschieden zwischen der Berechnung des Unternehmens und der Beispielaufgabe deutlich mehr Zeit in Anspruch nimmt.



Praxisbaustein Kalkulation eines Auftrages

Zusatzinformationen für Experten

Inhalte:

Die Schülerinnen und Schüler haben sich auf das Gespräch vorbereitet, indem sie das Thema Auftragskalkulation in einfacher Form behandelt haben (s. Anlage).

Durchgenommen wurden folgende Begriffe:

- Umsatz
- Kosten
- Gewinn / Verlust
- fixe Kosten
- variable Kosten
- Deckungsbeitrag

Eine einfache einstufige Deckungsbeitragsrechnung wurde als Grundlage für die Kalkulation von klar abgrenzbaren Aufträgen herangezogen.

Dementsprechend dient das Treffen mit Ihnen als „Realitäts-Check“. Die Schülerinnen und Schüler sollen die tatsächlichen Vorgehensweisen bei der Preiskalkulation in Ihrem Unternehmen kennenlernen.

Bitte berücksichtigen Sie, dass die Schülerinnen und Schüler nicht über umfassendes kaufmännisches Hintergrundwissen verfügen. Es wäre sehr hilfreich, wenn Sie Zusammenhänge in einfachen Worten an Hand von Beispielen (z. B. aus Ihrem Unternehmen) verdeutlichen. Zu viele Einzelheiten können dazu führen, dass der „rote Faden“ verloren geht.

Selbstverständlich können Sie auch „Werbung“ für Ihr Unternehmen machen und zum Beispiel Ihre Ausbildungsberufe vorstellen. Schülerinnen / Schülern fällt es erfahrungsgemäß wesentlich leichter, sich bei Unternehmen zu bewerben, wo sie bereits einmal „ein Gesicht gesehen haben“.

Gleichzeitig erlauben wir uns den Hinweis, dass die Schülerinnen und Schüler in einem Alter sind, wo sie gerade in aufregenden Situationen zu originellen Verhaltensweisen neigen. Ein Gespräch mit einer externen Fachfrau / einem externen Fachmann stellt für die Schüler definitiv eine aufregende Situation dar.

Vielen Dank für Ihre Unterstützung.



Praxisbaustein Kalkulation eines Auftrages

Arbeitsblatt Schülerinnen und Schüler

Thema: Auftragskalkulation

Ihr seid in einem Handwerksunternehmen in der Auftragskalkulation angestellt. Eure Zimmerei hat sich auf die Errichtung von Carports spezialisiert. Alle folgenden Aufgaben sollen an diesem Beispiel verdeutlicht werden.

Damit Unternehmen langfristig überleben können, müssen sie Gewinn machen. Um den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens zu messen, gilt folgende Formel:

$$\text{Umsatz} - \text{Kosten} = \text{Gewinn}$$

fixe Kosten:

variable Kosten:

fixe Kosten	variable Kosten



Praxisbaustein Kalkulation eines Auftrages

Beispielaufgabe Auftragskalkulation

Eure Zimmerei soll folgenden Auftrag ausführen:

Neubau einer Carportanlage

Materialkosten: € 30.000,-

Personalaufwand: 6 Handwerker
8 Tage je 9 Stunden
Stundensatz je Mitarbeiter € 24,-

Übernachungskosten: € 25,- je Tag und Mitarbeiter, 7 Nächte

Der Preis soll € 55.000,- betragen.

Fragen:

1. Wie hoch sind die variablen Kosten für diesen Auftrag?
2. Wie hoch ist der Deckungsbeitrag für den Auftrag?
3. Soll das Unternehmen aus Eurer Sicht den Auftrag durchführen?
4. Wie sieht es aus, wenn die Auftraggeberin / der Auftraggeber nur € 40.000,- bezahlen möchte? Wird der Auftrag trotzdem durchgeführt? Wenn ja, warum? Wenn nicht, warum nicht?
5. Ab welchem Preis lohnt sich die Durchführung eines Auftrages (Preisuntergrenze)?
6. Die Fixkosten des Unternehmens betragen € 200.000,- jährlich. Wie viele Aufträge dieser Größe müsste das Unternehmen durchführen, um Gewinn zu machen, wenn je Auftrag tatsächlich € 55.000,- gezahlt werden?



V.

Praxisbaustein

Marketing-Mix



Inhalt Praxisbaustein Marketin-Mix

Übersicht über den Praxisbaustein	PBM 1
Arbeitsblatt Lehrkraft	PBM 2
Information Praxispartner	PBM 3
Zusatzinformationen für Experten	PBM 4
Arbeitsblatt Schülerinnen und Schüler I	PBM 5
Arbeitsblatt Schülerinnen und Schüler II	PBM 8
Arbeitsblatt Schülerinnen und Schüler III	PBM 11



Praxisbaustein Marketing-Mix

Übersicht über den Praxisbaustein

Bereich: Marketing

Zielgruppe: Schülerinnen und Schüler 8. bis 10. Klasse, z. B. insbesondere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Schülerfirmen

Zielsetzung: Der Baustein soll dazu beitragen, in einfacher und verständlicher Form kaufmännisches Bewusstsein zu wecken oder zu vertiefen. Durch die Bearbeitung der Fallbeispiele soll in diesem Baustein gezeigt werden, dass der Bereich Marketing weit über die reine Produktwerbung hinausgeht.

Inhalte: Marketing

- Zielgruppenanalyse
- Die vier P's

Aufgaben

- Bearbeiten einer Fallstudie in Gruppenarbeit (unterschiedliche Aufgabenstellungen)
- Vorstellen der Ergebnisse in der Klasse
- Vergleich der Ergebnisse

Praxisbezug: Der Marketingexpertin / dem Marketingexperten werden die Gruppenergebnisse vorgestellt. Durch die Expertin / dem Experten

- erfolgt eine Bewertung der Ergebnisse und
- werden anhand von Beispielen Hinweise gegeben, worauf zusätzlich beim Marketing geachtet werden muss.



Praxisbaustein Marketing-Mix

Arbeitsblatt Lehrkraft

Thema: Marketing-Mix

Zielsetzung:

- Kaufmännisches Bewusstsein in einfacher und verständlicher Form wecken oder vertiefen
- Durch die Bearbeitung der Fallbeispiele soll in diesem Baustein gezeigt werden, dass der Bereich Marketing weit über die reine Produktwerbung hinausgeht.

Einbindung in den Unterricht:

Der Baustein „Marketing-Mix“ ist in sich abgeschlossen. Er kann unabhängig von anderen Bausteinen und Unterrichtsinhalten durchgeführt werden.

Begriffe:

Für den Baustein sind keine spezifischen Begriffe im Vorwege zu klären. Eventuell kann an Beispielen der Unterschied zwischen Produkten (anfassbar, lagerbar) und Dienstleistungen (nicht anfassbar) verdeutlicht werden.

Vorschläge für die Umsetzung:

- Einteilung der Schülerinnen und Schüler in Gruppen
- Es liegen drei unterschiedliche Aufgabenstellungen vor. Aus unserer Sicht ist es sinnvoll, dass immer zwei Gruppen dieselbe Aufgabe bearbeiten (Ergebnisse können direkt verglichen werden). Wenn also insgesamt vier Gruppen gebildet werden, können nur zwei Aufgabenstellungen verwendet werden, bei sechs Schülergruppen kommen alle drei Aufgaben zum Einsatz.
- Da die Aufgabe anspruchsvoll ist, sollte die Lehrkraft die Schülerinnen und Schüler bei der Bearbeitung punktuell unterstützen.
- Die Arbeitsergebnisse werden durch die Schülerinnen und Schüler der Klasse vorgestellt (kann auch als richtige Präsentation durchgeführt werden). Dabei können die Gruppen, die dieselbe Aufgabe bearbeitet haben, direkt miteinander verglichen werden. Interessant könnte es auch sein, die Unterschiede und Gemeinsamkeiten bei Produkten und Dienstleistungen zu beleuchten.
- Um den Praxisbezug herzustellen, wird eine Marketingexpertin / ein Marketingexperte in die Klasse eingeladen. Dies kann eine Mitarbeiterin / ein Mitarbeiter der Marketingabteilung eines Unternehmens sein oder jemand, der sich professionell mit dem Thema beschäftigt (Mediengestalter/in, Marketingberater/in o. ä.).
- Der Expertin / dem Experten können die Ergebnisse kurz vorgestellt werden. Die Expertin / der Experte kann loben, bewerten, ergänzen und aus ihrer / seiner Praxis erzählen, an was Unternehmen noch zusätzlich im Bereich des Marketings denken müssen.



Praxisbaustein Marketing-Mix

Zusatzinformationen für Experten

Inhalte:

Die Schülerinnen und Schüler haben sich auf das Gespräch vorbereitet, indem sie eine einfache Fallstudie bearbeitet haben (s. Anlage).

Die Schülerinnen / Schüler haben sich nicht intensiv mit dem Thema Marketing beschäftigt. Trotzdem halten wir es für wichtig, dass die Schülerinnen / Schüler einmal die Sichtweise einer Unternehmerin / eines Unternehmers einnehmen. Dieser Perspektivwechsel soll ihnen zeigen, wie Unternehmen funktionieren.

Die Schülerinnen und Schüler werden Ihnen die Ergebnisse der Fallstudie präsentieren. Zu einem vorgegebenen Produkt haben sich die Schülerinnen und Schüler Gedanken zu folgenden Themenfeldern

- Zielgruppen
- Preise
- Vertriebswege und
- Werbung

gemacht und ein Werbeplakat erstellt.

Wenn Sie die Arbeit bewerten, sparen Sie bitte nicht mit Lob, geben Sie aber auch konkrete Hinweise auf Verbesserungsmöglichkeiten.

Da nur ein begrenzter Bereich des Marketing beleuchtet wurde, können Sie gerne vorstellen, wie Produkteinführungen oder Werbekampagnen in Ihrem Unternehmen durchgeführt werden und welche zusätzlichen Faktoren bei Ihnen eine Rolle spielen.

Bitte versuchen Sie, Ihren Vortrag einfach zu gestalten. Die Schülerinnen und Schüler haben sich nicht tiefergehend mit Begriffen und Sachverhalten beschäftigt. Teilen Sie den Schülerinnen und Schülern mit, ob Sie Zwischenfragen zulassen wollen oder ob offene Fragen am Ende des Vortrags gestellt werden sollen.

Selbstverständlich können Sie auch „Werbung“ für Ihr Unternehmen machen und zum Beispiel Ihre Ausbildungsberufe vorstellen. Schülerinnen und Schülern fällt es erfahrungsgemäß wesentlich leichter, sich bei Unternehmen zu bewerben, wo sie bereits einmal „ein Gesicht gesehen haben“.

Bitte berücksichtigen Sie, dass die Schülerinnen und Schüler nicht über umfassendes kaufmännisches Hintergrundwissen verfügen. Es wäre sehr hilfreich, wenn Sie Zusammenhänge in einfachen Worten an Hand von Beispielen (z. B. aus Ihrem Unternehmen) verdeutlichen.

Gleichzeitig erlauben wir uns den Hinweis, dass die Schülerinnen und Schüler in einem Alter sind, wo sie gerade in aufregenden Situationen zu originellen Verhaltensweisen neigen. Ein Gespräch mit einer externen Fachfrau / einem externen Fachmann stellt für die Schüler definitiv eine aufregende Situation dar.

Vielen Dank für Ihre Unterstützung.



Praxisbaustein Marketing-Mix

Arbeitsblatt Schülerinnen und Schüler I

Thema: Marketing-Mix

Ihr seid Mitarbeiterinnen / Mitarbeiter der Schülerfirma Phantasia. Die Geschäftsleitung hat sich entschlossen, die Schülerfirma zu erweitern und einen neuen Bereich zu eröffnen. Ihr wurdet damit beauftragt, Euch Gedanken über das Marketing zu machen.

Neuer Bereich: *Verkauf von belegten Brötchen*

1. Zielgruppen

Zielgruppen sind die Personengruppen, die vorrangig Euer Produkt oder Eure Leistung kaufen werden. Manchmal wird nur eine Zielgruppe angesprochen, häufig finden sich auch mehrere unterschiedliche Zielgruppen für ein Produkt oder eine Leistung.

Beschreibt anhand der folgenden Leitfragen genau Eure Zielgruppen.

- Wer soll Eure Produkte / Dienstleistungen kaufen? Privatpersonen, Unternehmen, beide?
- Wo sind Eure Zielgruppen zu finden? In welchem Gebiet wollt Ihr verkaufen?
- Wie groß sind Eure Zielgruppen?
- Gibt es eine bestimmte Altersgruppe, die hauptsächlich Eure Produkte / Dienstleistungen kauft?
- Spielt das Geschlecht bei der Kaufentscheidung Eurer Kunden eine Rolle?
- Können sich nur besonders wohlhabende Personen Eure Produkte / Dienstleistungen leisten?
- Oder sind Eure Produkte / Dienstleistungen gerade für Personen mit geringem Einkommen interessant?
- Gibt es andere Merkmale, mit denen Ihr Eure Zielgruppen beschreiben können?
- Welche Erwartungen haben die Kunden an Eure Produkte / Dienstleistungen?
- Wie trägt Euer Produkt / Eure Dienstleistung zur Befriedigung der Wünsche Eurer Kunden bei?



Praxisbaustein Marketing-Mix

2. Marketing

Es ist sehr wichtig, die Zielgruppen genau zu kennen und zu beschreiben. Alle Aktivitäten im Marketing richten sich an der Zielgruppe aus. Der Marketing-Mix beschreibt alle Maßnahmen, die zur Förderung des Verkaufs geplant werden. Eine wichtige Rolle spielen die **vier P's**:

- Product Produktgestaltung
- Price Preispolitik
- Promotion Werbung
- Place Vertriebswege



Genau diese vier Bereiche sollt Ihr für Euer Produkt / Eure Dienstleistung planen. Denkt daran, alle Planungen punktgenau auf Eure Zielgruppen abzustimmen.

Je nachdem, welches Produkt / welche Dienstleistung Ihr anbietet, sind die vier Bereiche unterschiedlich wichtig. Für eine Dienstleistung ist zum Beispiel der Bereich Product / Produktpolitik weniger wichtig.

2.1 Product / Produktpolitik

Mit Produkten sind hier natürlich auch Dienstleistungen gemeint, auch wenn nicht alle Punkte auf Dienstleistungen anzuwenden sind.

- Name des Produktes / Bezeichnung der Dienstleistung
- Aussehen des Produktes / Verpackung
- Qualität
- Sortiment / unterschiedliche Angebote
- Verkaufsmengen (Verkauf einzeln, in bestimmten Mengen, regelmäßig)
- Zusätzliche Serviceleistungen (z. B. Bringdienst)

2.2 Price / Preispolitik

- Hohe oder niedrige Preise im Vergleich zur Konkurrenz?
- Unterschiedliche Preise für unterschiedliche Zielgruppen?
- Mengenrabatte (günstigerer Preis, wenn mehrere Produkte gekauft werden)?



Praxisbaustein Marketing-Mix

2.3 Place / Vertriebswege

- Kommt der Kunde zu Euch oder geht Ihr zu ihm?
- Verkauft Ihr direkt an den Kunden oder über Zwischenhändler (bei Dienstleistungen auch Vermittler genannt)?

2.4 Promotion / Werbung

- Wie werden die Kunden auf Euch aufmerksam?
- Wie wollt Ihr Werbung für Euer Produkt / Eure Dienstleistung machen?
- Über welche Medien könnt Ihr Eure Zielgruppe ansprechen?

Gestaltet ein Werbeplakat für Euer Produkt / Eure Dienstleistung!



Praxisbaustein Marketing-Mix

Arbeitsblatt Schülerinnen und Schüler II

Thema: Marketing-Mix

Ihr seid Mitarbeiterinnen / Mitarbeiter der Schülerfirma Phantasia. Die Geschäftsleitung hat sich entschlossen, die Schülerfirma zu erweitern und einen neuen Bereich zu eröffnen. Ihr wurdet damit beauftragt, Euch Gedanken über das Marketing zu machen.

Neuer Bereich: *Betreuung von Senioren (Vorlesen, Gesellschaftsspiele, Spazieren gehen usw.)*

1. Zielgruppen

Zielgruppen sind die Personengruppen, die vorrangig Euer Produkt oder Eure Leistung kaufen werden. Manchmal wird nur eine Zielgruppe angesprochen, häufig finden sich auch mehrere unterschiedliche Zielgruppen für ein Produkt oder eine Leistung.

Beschreibt anhand der folgenden Leitfragen genau Eure Zielgruppen.

- Wer soll Eure Produkte / Dienstleistungen kaufen? Privatpersonen, Unternehmen, beide?
- Wo sind Eure Zielgruppen zu finden? In welchem Gebiet wollt Ihr verkaufen?
- Wie groß sind Eure Zielgruppen?
- Gibt es eine bestimmte Altersgruppe, die hauptsächlich Eure Produkte / Dienstleistungen kauft?
- Spielt das Geschlecht bei der Kaufentscheidung Eurer Kunden eine Rolle?
- Können sich nur besonders wohlhabende Personen Eure Produkte / Dienstleistungen leisten?
- Oder sind Eure Produkte / Dienstleistungen gerade für Personen mit geringem Einkommen interessant?
- Gibt es andere Merkmale, mit denen Ihr Eure Zielgruppen beschreiben können?
- Welche Erwartungen haben die Kunden an Eure Produkte / Dienstleistungen?
- Wie trägt Euer Produkt / Eure Dienstleistung zur Befriedigung der Wünsche Eurer Kunden bei?



Praxisbaustein Marketing-Mix

2. Marketing

Es ist sehr wichtig, die Zielgruppen genau zu kennen und zu beschreiben. Alle Aktivitäten im Marketing richten sich an der Zielgruppe aus. Der Marketing-Mix beschreibt alle Maßnahmen, die zur Förderung des Verkaufs geplant werden. Eine wichtige Rolle spielen die **vier P's**:

- Product Produktgestaltung
- Price Preispolitik
- Promotion Werbung
- Place Vertriebswege



Genau diese vier Bereiche sollt Ihr für Euer Produkt / Eure Dienstleistung planen. Denkt daran, alle Planungen punktgenau auf Eure Zielgruppen abzustimmen.

Je nachdem, welches Produkt / welche Dienstleistung Ihr anbietet, sind die vier Bereiche unterschiedlich wichtig. Für eine Dienstleistung ist zum Beispiel der Bereich Product / Produktpolitik weniger wichtig.

2.1 Product / Produktpolitik

Mit Produkten sind hier natürlich auch Dienstleistungen gemeint, auch wenn nicht alle Punkte auf Dienstleistungen anzuwenden sind.

- Name des Produktes / Bezeichnung der Dienstleistung
- Aussehen des Produktes / Verpackung
- Qualität
- Sortiment / unterschiedliche Angebote
- Verkaufsmengen (Verkauf einzeln, in bestimmten Mengen, regelmäßig)
- Zusätzliche Serviceleistungen (z. B. Bringdienst)

2.2 Price / Preispolitik

- Hohe oder niedrige Preise im Vergleich zur Konkurrenz?
- Unterschiedliche Preise für unterschiedliche Zielgruppen?
- Mengenrabatte (günstigerer Preis, wenn mehrere Produkte gekauft werden)?



Praxisbaustein Marketing-Mix

2.3 Place / Vertriebswege

- Kommt der Kunde zu Euch oder geht Ihr zu ihm?
- Verkauft Ihr direkt an den Kunden oder über Zwischenhändler (bei Dienstleistungen auch Vermittler genannt)?

2.4 Promotion / Werbung

- Wie werden die Kunden auf Euch aufmerksam?
- Wie wollt Ihr Werbung für Euer Produkt / Eure Dienstleistung machen?
- Über welche Medien könnt Ihr Eure Zielgruppe ansprechen?

Gestaltet ein Werbeplakat für Euer Produkt / Eure Dienstleistung!



Praxisbaustein Marketing-Mix

Arbeitsblatt Schülerinnen und Schüler III

Thema: Marketing-Mix

Ihr seid Mitarbeiterinnen / Mitarbeiter der Schülerfirma Phantasia. Die Geschäftsleitung hat sich entschlossen, die Schülerfirma zu erweitern und einen neuen Bereich zu eröffnen. Ihr wurdet damit beauftragt, Euch Gedanken über das Marketing zu machen.

Neuer Bereich: *Selbst hergestellte Bio-Lippenstifte*

1. Zielgruppen

Zielgruppen sind die Personengruppen, die vorrangig Euer Produkt oder Eure Leistung kaufen werden. Manchmal wird nur eine Zielgruppe angesprochen, häufig finden sich auch mehrere unterschiedliche Zielgruppen für ein Produkt oder eine Leistung.

Beschreibt anhand der folgenden Leitfragen genau Eure Zielgruppen.

- Wer soll Eure Produkte / Dienstleistungen kaufen? Privatpersonen, Unternehmen, beide?
- Wo sind Eure Zielgruppen zu finden? In welchem Gebiet wollt Ihr verkaufen?
- Wie groß sind Eure Zielgruppen?
- Gibt es eine bestimmte Altersgruppe, die hauptsächlich Eure Produkte / Dienstleistungen kauft?
- Spielt das Geschlecht bei der Kaufentscheidung Eurer Kunden eine Rolle?
- Können sich nur besonders wohlhabende Personen Eure Produkte / Dienstleistungen leisten?
- Oder sind Eure Produkte / Dienstleistungen gerade für Personen mit geringem Einkommen interessant?
- Gibt es andere Merkmale, mit denen Ihr Eure Zielgruppen beschreiben können?
- Welche Erwartungen haben die Kunden an Eure Produkte / Dienstleistungen?
- Wie trägt Euer Produkt / Eure Dienstleistung zur Befriedigung der Wünsche Eurer Kunden bei?



Praxisbaustein Marketing-Mix

2. Marketing

Es ist sehr wichtig, die Zielgruppen genau zu kennen und zu beschreiben. Alle Aktivitäten im Marketing richten sich an der Zielgruppe aus. Der Marketing-Mix beschreibt alle Maßnahmen, die zur Förderung des Verkaufs geplant werden. Eine wichtige Rolle spielen die **vier P's**:

- Product Produktgestaltung
- Price Preispolitik
- Promotion Werbung
- Place Vertriebswege



Genau diese vier Bereiche sollt Ihr für Euer Produkt / Eure Dienstleistung planen. Denkt daran, alle Planungen punktgenau auf Eure Zielgruppen abzustimmen.

Je nachdem, welches Produkt / welche Dienstleistung Ihr anbietet, sind die vier Bereiche unterschiedlich wichtig. Für eine Dienstleistung ist zum Beispiel der Bereich Product / Produktpolitik weniger wichtig.

2.1 Product / Produktpolitik

Mit Produkten sind hier natürlich auch Dienstleistungen gemeint, auch wenn nicht alle Punkte auf Dienstleistungen anzuwenden sind.

- Name des Produktes / Bezeichnung der Dienstleistung
- Aussehen des Produktes / Verpackung
- Qualität
- Sortiment / unterschiedliche Angebote
- Verkaufsmengen (Verkauf einzeln, in bestimmten Mengen, regelmäßig)
- Zusätzliche Serviceleistungen (z. B. Bringdienst)

2.2 Price / Preispolitik

- Hohe oder niedrige Preise im Vergleich zur Konkurrenz?
- Unterschiedliche Preise für unterschiedliche Zielgruppen?
- Mengenrabatte (günstigerer Preis, wenn mehrere Produkte gekauft werden)?



Praxisbaustein Marketing-Mix

2.3 Place / Vertriebswege

- Kommt der Kunde zu Euch oder geht Ihr zu ihm?
- Verkauft Ihr direkt an den Kunden oder über Zwischenhändler (bei Dienstleistungen auch Vermittler genannt)?

2.4 Promotion / Werbung

- Wie werden die Kunden auf Euch aufmerksam?
- Wie wollt Ihr Werbung für Euer Produkt / Eure Dienstleistung machen?
- Über welche Medien könnt Ihr Eure Zielgruppe ansprechen?

Gestaltet ein Werbeplakat für Euer Produkt / Eure Dienstleistung!



VI. Praxisbaustein „nachhaltig wirtschaften“



Inhalt Praxisbaustein "nachhaltig wirtschaften"

Übersicht über den Praxisbaustein	PBNW 1
Arbeitsblatt Lehrkraft	PBNW 2
Information Praxispartner	PBNW 3
Zusatzinformationen für Experten	PBNW 4
Arbeitsblatt Schülerinnen und Schüler I	PBNW 5
Arbeitsblatt Schülerinnen und Schüler II	PBNW 7
Arbeitsblatt Schülerinnen und Schüler III	PBNW 8
Arbeitsblatt Schülerinnen und Schüler IV	PBNW 9
Arbeitsblatt Schülerinnen und Schüler V	PBNW 10
Arbeitsblatt Schülerinnen und Schüler VI	PBNW 11
Arbeitsblatt Schülerinnen und Schüler VII	PBNW 12
- Kopiervorlage Mind-Map -	



Praxisbaustein „nachhaltig wirtschaften“

Übersicht über den Praxisbaustein

Bereich: Wirtschaft zukunftsfähig gestalten

Zielgruppe: Schülerinnen und Schüler 8. bis 10. Klasse

Zielsetzung: In diesem Praxisbaustein soll die Dimension sozialer und ökologischer Verantwortung in das ökonomische Lernen mit einfließen. Wie kann etwas auf Dauer wirksam, nutzbar und nützlich sein, ohne dass sich seine Ressourcen verbrauchen und welche Rolle spielt dabei das einzelne Unternehmen? Die Schülerinnen und Schüler lernen das Konzept der nachhaltigen Entwicklung verstehen. Sie können es erläutern und mit der Ökonomie in Zusammenhang bringen.

Inhalte: Ökonomie und Nachhaltigkeit

- Was bedeutet nachhaltig wirtschaften? Was macht ein Unternehmen zukunftsfähig?
- Motive der Unternehmen, nachhaltig zu wirtschaften.
- Welchen Beitrag leistet die Wirtschaft für Nachhaltigkeit, z. B. ein konkretes Handelsunternehmen?

- Aufgaben:**
- Gruppenarbeit
 - MindMap
 - Was leistet das Unternehmen zur Nachhaltigkeit?
 - Interviewleitfaden
 - Durchführung eines Interviews
 - Reflektion und Auswertung des Interviews
 - Grafische Darstellung und Präsentation

Praxisbezug: Die Unternehmerin / der Unternehmer erhält im Vorhinein zur Durchführung des Interviews die Fragen. Am vereinbarten Termin stellt die Unternehmerin / der Unternehmer den Schülerinnen und Schülern vor,

- wie das Engagement für Nachhaltigkeit in diesem Unternehmen aussieht
 - im sozialen Bereich
 - im ökologischen Bereich
 - im ökonomischen Bereich
- worauf in ihrem / seinem Unternehmen besonders geachtet wird (Schwerpunkt z. B. Klima / Energie, Abfall / Verwertung, Rohstoffe, Ernährung / Gesundheit, fairer Handel, soziales Engagement,)
- warum ein Nachhaltigkeitskonzept für Unternehmen Vorteile bringt

Die Schülerinnen und Schüler sollten ausreichend Zeit erhalten, ihre Fragen zu stellen.



Praxisbaustein „nachhaltig wirtschaften“

Arbeitsblatt Lehrkraft

Thema: „nachhaltig wirtschaften“

Zielsetzung:

- Verdeutlichen des Nachhaltigkeitskonzeptes und exemplarisch veranschaulichen
- Durch Verknüpfen unterrichtlicher Inhalte in Verbindung mit Einblicken in die Unternehmenspraxis werden wichtige Erkenntnisse gewonnen darüber, welchen Einfluss unternehmerisches Engagement auf berufliche Tätigkeiten und auf die eigene Berufswahl hat.

Einbindung in den Unterricht:

- Die Durchführung des Bausteins ist unabhängig von anderen Bausteinen und Unterrichtsinhalten.
- Es bietet sich an, den Baustein mit Inhalten der MINT-Fächer (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft und Technik) sowie Fächern wie Politik / Wirtschaft, Sozialkunde, Hauswirtschaft und Ernährung, u. a. zu verknüpfen.
- Sinnvoll ist es, nach Durchführung dieses Bausteins Themen zu Wettbewerb und Marketing zu bearbeiten (z. B. Nachhaltigkeit als Wettbewerbsvorteil / Nachhaltigkeit als Marketinginstrument). Dies ist aber nicht zwingend notwendig.

Begriffe:

Für den Baustein sind die spezifischen Begriffe im Vorwege zu klären: Gemeinwohl, Ressourcen, Mind-Map.

Vorschläge für die Umsetzung:

- Eine ausführliche fachliche Einführung in das Thema ist nicht notwendig.
- Gruppenarbeit in vier Gruppen.
- Durchführung des Interviews in Unternehmen.
- Auswertung der Interviews und Präsentation.

Praxisbezug herstellen

- Im Vorfeld des Interviews in Unternehmen ist es sinnvoll, Unternehmen auszuwählen, bei denen ein Schwerpunkt des nachhaltigen unternehmerischen Handelns vorliegt, z. B. Klima / Energie, Abfall / Verwertung, Rohstoffe, Ernährung / Gesundheit, fairer Handel, soziales Engagement.
- Die Unternehmensvertreterin / der Unternehmensvertreter kann Zusammenhänge aufzeigen zwischen dem auf Nachhaltigkeit ausgerichteten unternehmerischen Handeln mit
 - Beruflichen Tätigkeiten / Berufsbildern
 - Markt und Wettbewerb
 - Zukunftsfähigkeit



Praxisbaustein „nachhaltig wirtschaften“

Zusatzinformationen für Experten

Inhalte:

Die Schülerinnen und Schüler haben sich auf das Gespräch vorbereitet:

- indem sie sich Gedanken zum unternehmerischen Handeln in nachhaltiger Ausrichtung gemacht haben
- einen Interviewleitfaden erstellt haben

Die Schülerinnen / Schüler haben sich mit dem Thema Nachhaltigkeit im Unterricht beschäftigt. Die Verknüpfung dieses Themas mit Themen der Wirtschaft sowie unternehmerischer Zielsetzung und Verantwortung stellt jedoch eine Herausforderung dar, der in der Schule nur im weitesten Sinne nahegekommen werden kann. Sie bedarf der Anschaulichkeit und Praxis in Unternehmen.

Durch das Interview mit Experten aus Unternehmen soll den Schülerinnen und Schülern vermittelt werden:

- warum Unternehmen gesellschaftliche und umweltbezogene Verantwortung übernehmen
- wie das Engagement eines Unternehmens auf diesen Gebieten aussehen kann
- welche ökonomischen Gründe einem solchen Engagement der Unternehmen zugrunde liegen
- was Unternehmen im Kontext der Nachhaltigkeit von ihren Mitarbeitern erwarten (können)

Der Besuch in Ihrem Unternehmen soll den Schülerinnen und Schülern die Verknüpfung von schulischen Inhalten und ihrem eigenen Handeln mit dem unternehmerischem Denken und Handeln erleichtern. Sie lernen

- Zusammenhänge zwischen Markt, Gesellschaft und Umwelt zu sehen und zu verstehen
- Entwicklungen und Abhängigkeiten zu erkennen und perspektivisch zu berücksichtigen (demografischer Wandel, Finanzkrise, Endlichkeit der Rohstoffe, etc.)

Selbstverständlich können Sie auch „Werbung“ für Ihr Unternehmen machen und zum Beispiel Ihre Ausbildungsberufe vorstellen. Schülern fällt es erfahrungsgemäß wesentlich leichter, sich bei Unternehmen zu bewerben, wo sie bereits einmal „ein Gesicht gesehen haben“.

Bitte berücksichtigen Sie, dass die Schüler nicht über umfassendes kaufmännisches Hintergrundwissen verfügen. Es wäre sehr hilfreich, wenn Sie Zusammenhänge in einfachen Worten an Hand von Beispielen (z. B. aus Ihrem Unternehmen) verdeutlichen.

Gleichzeitig erlauben wir uns den Hinweis, dass die Schüler in einem Alter sind, wo sie gerade in aufregenden Situationen zu originellen Verhaltensweisen neigen. Ein Gespräch mit einem externen Fachmann stellt für die Schüler definitiv eine aufregende Situation dar. Die betreuende Lehrkraft steht bei diesem Projekt im Hintergrund.

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!



Praxisbaustein „nachhaltig wirtschaften“

Arbeitsblatt Schülerinnen und Schüler I

Thema: „nachhaltig wirtschaften“ - Theoretische Grundlagen

Nachhaltigkeit – Ein Definitionsversuch:

Der Duden definiert den Begriff Nachhaltigkeit so: „Längere Zeit anhaltende Wirkung.“ Dann weiter: „Prinzip, nach dem nicht mehr verbraucht werden darf, als jeweils nachwachsen, sich regenerieren, künftig bereitgestellt werden kann.“

Die Geschichte eines Wortes

Was uns heute wie ein Modewort erscheint, ist eigentlich schon einige hundert Jahre alt. In der Forstwirtschaft wurde der Begriff Nachhaltigkeit zum ersten Mal verwendet. Dort steht er für ein Prinzip, „nach dem nicht mehr Holz gefällt werden darf, als jeweils nachwachsen kann.“ So wird der Bestand erhalten.

Allgemein wird der Begriff Nachhaltigkeit heute als ein Begriff aus der Umweltpolitik verstanden. Das ist auf die Anfänge der umweltpolitischen Diskussionen in den 1980er Jahren zurückzuführen. Dort wurde der Begriff geprägt. Er sollte deutlich machen, dass ökologische Ziele den ökonomischen und sozialen Zielen einer Gesellschaft gleichgestellt werden sollten.

Nachhaltigkeit in der Praxis

Was Nachhaltigkeit ist, wird in der Praxis jedoch häufig sehr unterschiedlich ausgelegt. Der ursprünglich von der UN geprägte Begriff wurde später von einer Kommission des deutschen Bundestages weiter ausgearbeitet. Sie brachte die Definition von Nachhaltigkeit in einem Modell unter: dem „Drei-Säulen-Modell der Nachhaltigkeit“. Sowohl **ökologische, ökonomische als auch soziale Aspekte des gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Handelns** wurden darin vereint. Allerdings gibt es noch kein „Nachhaltigkeitsgesetz“. Für die Umsetzung von Nachhaltigkeit in Unternehmen wurden Leitlinien formuliert.

In vielen größeren und einigen kleineren Unternehmen spielt Nachhaltigkeit eine zunehmend starke Rolle.

Quelle:http://initiative-frosch.de/Archiv/EMAS/Definition-Nachhaltigkeit/?gclid=CI_6zuaeysACFc7HtAodwgUARA



Praxisbaustein „nachhaltig wirtschaften“

Nachhaltiges Wirtschaften

Nachhaltiges Wirtschaften bedeutet, die Bedürfnisse der heutigen Zeit so zu befriedigen, dass nachfolgende Generationen ein intaktes ökologisches, soziales und ökonomisches Umfeld vorfinden. Damit haben sie die gleiche und somit dieselbe Möglichkeit, auch ihre Bedürfnisse zu befriedigen. Eine Wirtschaftsweise gilt also dann als nachhaltig, wenn sie auf lange Zeit funktioniert, dauerhaft betrieben werden kann und folgenden Zielen gerecht wird:

Ziele des nachhaltigen Wirtschaftens für den sozialen Aspekt sind gerechte Verteilung der Lebenschancen, die Einhaltung der Menschenrechte und Bildung für alle. Für die Umwelt gelten eine ressourcenschonende Wirtschaftsweise und der Schutz der Umwelt als Ziele. Für ein ökonomisch stabiles System werden Preisstabilität, außenwirtschaftliches Gleichgewicht und ein hoher Beschäftigungsgrad als Ziele gesetzt. In Unternehmen, die nachhaltig wirtschaften, müssen also vor allem ökologische und soziale Aspekte in die wirtschaftliche Kalkulation mit einbezogen werden.

Motive der Unternehmen, nachhaltig zu wirtschaften

Unternehmen haben gute Gründe, eigene Schritte zur Umsetzung des Nachhaltigkeitsleitbildes zu gehen. Zum einen sind Unternehmen schnell massiver öffentlicher Kritik von Mitarbeiter / Mitarbeiterinnen und Gesellschaft ausgesetzt, wenn sie ökologischen Raubbau oder die Ausbeutung von Arbeitskräften betreiben. Besonders für global agierende Unternehmen ist dies eine ernst zu nehmende Gefahr, die einen wirtschaftlichen Einbruch nach sich ziehen kann. Zum anderen suchen Konsumenten / Konsumentinnen Sicherheit und Vertrauen in bestimmten Marken und entscheiden durch ihr Konsumverhalten. Deshalb werben viele Unternehmen damit, dass ihr Unternehmen und ihre Produkte besonders umweltfreundlich sind. Außerdem werden auf den Finanzmärkten Zukunftserwartungen gehandelt. Unternehmen, die glaubhaft nachhaltiges Wirtschaften betreiben, werden belohnt, z. B. indem sie niedrigere Zinsen für Kredite zahlen müssen.

Nachhaltiges Wirtschaften, also eine Unternehmenspolitik, die betriebswirtschaftlichen Erfolg, Umweltauswirkungen sowie die Beziehungen des Unternehmens zu seinem gesellschaftlichen Umfeld in ein langfristig tragfähiges Gleichgewicht stellt, fördert also den Unternehmenserfolg. So setzen einerseits innovative, gut geführte Unternehmen Umweltmanagementsysteme als Mittel der Effizienzsteigerung ein. Andererseits motiviert das wachsende Bewusstsein für soziale und ökologische Verantwortung in Verbraucher- und Finanzmärkten die Unternehmen zu einem Einsatz für mehr Nachhaltigkeit. Wie kann nun nachhaltiges Wirtschaften gelingen? Kommunikation und Dialog sind hier die Triebkräfte.

Quelle: www.praxis-umweltbildung.de/kosmetik_web_aktionen.php aus:

Hauff, Volker (Hrsg.): Unsere gemeinsame Zukunft. Der Brundtland-Bericht der Weltkommission für Umwelt und Entwicklung. Eggenkamp Verlag, Greven 1987

www.umweltschulen.de/audit/duesseldorf/ne_berichte.html

de.wikipedia.org/wiki/%C3%96konomische_Nachhaltigkeit

www.nachhaltigkeit.info/artikel/wirtschaft_775.htm

www.nachhaltig.org/quer/service/broschuere/download.htm



Praxisbaustein „nachhaltig wirtschaften“

Arbeitsblatt Schülerinnen und Schüler II

Thema: „nachhaltig wirtschaften“

Gruppenarbeit – Mind-Map – Nachhaltigkeit - Unternehmensforschung

Aufgaben: (in dieser Reihenfolge zu bearbeiten)

1. Lesen Sie den Text „nachhaltig wirtschaften“ - Theoretische Grundlagen (Arbeitsblatt I).
2. Erstellen Sie ein Mind-Map zum Thema „**Wie können Unternehmen nachhaltig wirtschaften?**“ (Vordruck Mind-Map).
3. Bilden Sie 4 Gruppen.
Führen Sie je Gruppe eine Internetrecherche durch zum Thema „**Was leistet das Unternehmen XY zur Nachhaltigkeit?**“ und beantworten Sie die Fragen auf dem Fragebogen (Arbeitsblatt III – VI).
 - **Gruppe 1** recherchiert das Nachhaltigkeitsverhalten des Unternehmens Memo AG: <http://www.memo.de/?reference=INSMEC&adword=SMEC/memo>.
 - **Gruppe 2** recherchiert das Nachhaltigkeitsverhalten des Unternehmens Alnatura Produktions- und Handels GmbH: <http://www.alnatura.de/>
 - **Gruppe 3** recherchiert das Nachhaltigkeitsverhalten des Unternehmens GLS Gemeinschaftsbank eG: <https://www.gls.de>
 - **Gruppe 4** recherchiert das Nachhaltigkeitsverhalten des Unternehmens NDB ELEKTROTECHNIK GmbH & Co. KG: <http://www.ndb.de/>
4. Jede Schülerin, jeder Schüler kennt ein Unternehmen, einen Betrieb. Hierbei kann es sich z. B. um den Betrieb handeln, in dem ein Schülerpraktikum durchgeführt wurde, das Unternehmen, in dem Vater oder Mutter arbeitet, oder ein Unternehmen, das auf dem Schulweg liegt.
Jede Gruppe sucht sich ein Unternehmen, in dem ein **Interview zum Thema „Was leistet Ihr Unternehmen zur Nachhaltigkeit?“** durchgeführt wird. Vereinbaren Sie mit dem Unternehmen einen Termin für das Interview.
5. Orientieren Sie sich am Fragebogen „Was leistet das Unternehmen XY zur Nachhaltigkeit?“ und erstellen einen eigenen Gesprächsleitfaden für das Interview in dem von Ihnen gewählten Unternehmen. Wählen Sie Fragen, die Sie dem Unternehmen stellen wollen.
6. Führen Sie das Interview im Unternehmen durch.
7. Werten Sie das Interview aus und stellen das Ergebnis Ihrer Klasse vor. Laden Sie zu dieser Präsentation Ihren Interviewpartner aus dem Unternehmen ein.



Praxisbaustein „nachhaltig wirtschaften“

Arbeitsblatt Schülerinnen und Schüler III

Thema: Gruppenarbeit

Fragebogen „Was tut das Unternehmen Memo AG für Nachhaltigkeit?“

1. Rufen Sie die Startseite www.memo.de auf.

Welche Hinweise finden Sie auf der Startseite auf eine nachhaltige Ausrichtung des Unternehmens?

.....

.....

.....

2. Nachhaltigkeitsberichte stellen die Tätigkeiten und Leistungen von Unternehmen im Hinblick auf die nachhaltige Entwicklung dar.

Erstellt das Unternehmen Memo AG einen Nachhaltigkeitsbericht? ja nein

Wenn ja, wird er veröffentlicht / im Download zur Verfügung gestellt? ja nein

Wenn ja, gibt es im Berichtsjahr 2013/2014 einen Schwerpunkt? ja nein

Wenn ja, welchen?

3. Unter nachhaltigem Wirtschaften versteht man, dass Unternehmen in den drei Dimensionen der Nachhaltigkeit verantwortlich handeln: ökologisch, sozial und ökonomisch. Recherchieren Sie auf der Homepage der Memo AG, in welchem Bereich das Unternehmen nachhaltig ausgerichtet ist und nennen Sie jeweils ein Beispiel:

Memo AG handelt ökologisch:

.....

Memo AG handelt sozial:

.....

Memo AG handelt ökonomisch:

.....



Praxisbaustein „nachhaltig wirtschaften“

Arbeitsblatt Schülerinnen und Schüler IV

Thema: Gruppenarbeit - Fragebogen

„Was leistet das Unternehmen Alnatura Produktions- und Handels GmbH zur Nachhaltigkeit?“

1. Rufen Sie die Startseite <http://www.alnatura.de/> auf.

Welche Hinweise finden Sie auf der Startseite auf eine nachhaltige Ausrichtung des Unternehmens?

.....

.....

.....

2. Nachhaltigkeitsberichte stellen die Tätigkeiten und Leistungen von Unternehmen im Hinblick auf die nachhaltige Entwicklung dar.

Erstellt das Unternehmen Alnatura einen Nachhaltigkeitsbericht? ja nein

Wenn ja, wird er veröffentlicht / im Download zur Verfügung gestellt? ja nein

Wenn ja, gibt es im Berichtsjahr 2013/2014 einen Schwerpunkt? ja nein

Wenn ja, welchen?

3. Unter nachhaltigem Wirtschaften versteht man, dass Unternehmen in den drei Dimensionen der Nachhaltigkeit verantwortlich handeln: ökologisch, sozial und ökonomisch. Recherchieren Sie auf der Homepage der Alnatura Produktions- und Handels GmbH, in welchem Bereich das Unternehmen nachhaltig ausgerichtet ist und nennen Sie jeweils ein Beispiel:

Alnatura handelt ökologisch:

.....

Alnatura handelt sozial:

.....

Alnatura handelt ökonomisch:

.....



Praxisbaustein „nachhaltig wirtschaften“

Arbeitsblatt Schülerinnen und Schüler V

Thema: Gruppenarbeit - Fragebogen

„Was leistet das Unternehmen GLS Gemeinschaftsbank eG: zur Nachhaltigkeit?“

1. Rufen Sie die Startseite <https://www.gls.de> auf.

Welche Hinweise finden Sie auf der Startseite auf eine nachhaltige Ausrichtung des Unternehmens?

.....

.....

.....

2. Nachhaltigkeitsberichte stellen die Tätigkeiten und Leistungen von Unternehmen im Hinblick auf die nachhaltige Entwicklung dar.

Erstellt das Unternehmen GLS einen Nachhaltigkeitsbericht? ja nein

Wenn ja, wird er veröffentlicht / im Download zur Verfügung gestellt? ja nein

Wenn ja, gibt es im Berichtsjahr 2013/2014 einen Schwerpunkt? ja nein

Wenn ja, welchen?

3. Unter nachhaltigem Wirtschaften versteht man, dass Unternehmen in den drei Dimensionen der Nachhaltigkeit verantwortlich handeln: ökologisch, sozial und ökonomisch. Recherchieren Sie auf der Homepage der GLS Gemeinschaftsbank eG, in welchem Bereich das Unternehmen nachhaltig ausgerichtet ist und nennen Sie jeweils ein Beispiel:

GLS handelt ökologisch:

.....

GLS handelt sozial:

.....

GLS handelt ökonomisch:

.....



Praxisbaustein „nachhaltig wirtschaften“

Arbeitsblatt Schülerinnen und Schüler VI

Thema: Gruppenarbeit - Fragebogen

**„Was leistet das Unternehmen NDB ELEKTROTECHNIK GmbH & Co. KG:
zur Nachhaltigkeit?“**

1. Rufen Sie die Startseite <http://www.ndb.de/> auf.

Welche Hinweise finden Sie auf der Startseite auf eine nachhaltige Ausrichtung des Unternehmens?

.....
.....
.....

2. Nachhaltigkeitsberichte stellen die Tätigkeiten und Leistungen von Unternehmen im Hinblick auf die nachhaltige Entwicklung dar.

Erstellt das Unternehmen NDB einen Nachhaltigkeitsbericht? ja nein

Wenn ja, wird er veröffentlicht / im Download zur Verfügung gestellt? ja nein

Wenn ja, gibt es im Berichtsjahr 2013/2014 einen Schwerpunkt? ja nein

Wenn ja, welchen?

3. Unter nachhaltigem Wirtschaften versteht man, dass Unternehmen in den drei Dimensionen der Nachhaltigkeit verantwortlich handeln: ökologisch, sozial und ökonomisch. Recherchieren Sie auf der Homepage der NDB ELEKTROTECHNIK GmbH & Co. KG, in welchem Bereich das Unternehmen nachhaltig ausgerichtet ist und nennen Sie jeweils ein Beispiel:

NDB handelt ökologisch:

.....

NDB handelt sozial:

.....

NDB handelt ökonomisch:

.....



Praxisbaustein „nachhaltig wirtschaften“

Arbeitsblatt Schülerinnen und Schüler VII

Kopiervorlage Mind-Map

