



DEUTSCHER
GRÜNDER
PREIS

Eine Initiative von

stern | Sparkasse

EDF | PORSCHE



**DEINE IDEE
DEINE ZUKUNFT**

**Deutscher Gründerpreis
für Schülerinnen und Schüler**

Spielrunde 2022

Lehrkräfteinformation

INHALT

SEITE

02	Über den Wettbewerb
03	Akteure
04	Los geht's
04	Aufgabenübersicht
05	Ablauf und Termine
06	Ihre Aufgabe als Lehrkraft
07	Die Bewertung
08	Aufgabe 1
09	Aufgabe 2
10	Aufgabe 3
11	Aufgabe 4
12	Aufgabe 5
13	Aufgabe 6
14	Aufgabe 7
15	Aufgabe 8
16	Aufgabe 9
17	Preisverleihung
18	Organisation im Team
19	Impressum



ÜBER DEN WETTBEWERB

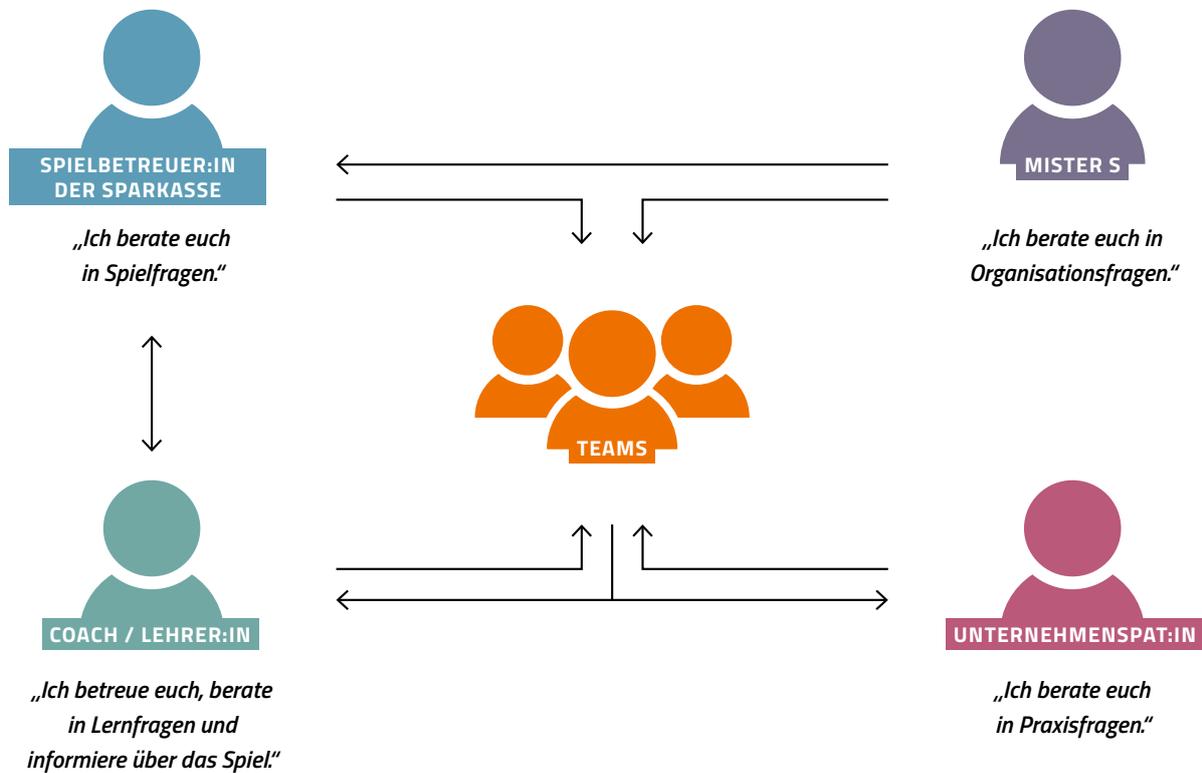
Aus einer Vision das eigene Ding machen, davon träumen viele junge Menschen.

Ein Start-up von der Idee bis zum Businessplan durchspielen – das können Jugendliche ab der 9. Klasse beim Deutschen Gründerpreis für Schülerinnen und Schüler.

Hier erleben die Teams ihre eigene Gestaltungskraft und das Gefühl, etwas völlig Neues auf die Beine zu stellen. Durch den Praxisbezug des Wettbewerbs werden wirtschaftliche Kenntnisse vertieft und Softskills wie zum Beispiel Teamwork und Zeitmanagement trainiert.

Das bundesweit größte Existenzgründungs-Planspiel ist eine Kategorie des Deutschen Gründerpreises. Ziel der Initiatoren *stern*, Sparkassen, ZDF und Porsche ist es, das Gründungsklima im Land zu fördern und Mut zur Selbstständigkeit zu machen. Der DGPS setzt beim Nachwuchs an und möchte Jugendlichen frühzeitig unternehmerische Handlungskompetenz vermitteln. Mit diesem Vorsatz fördert auch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie den Wettbewerb. Seit 1999 haben bereits über 89.000 Jugendliche am DGPS teilgenommen.

DIE AKTEURE



SPIELBETREUER:IN

Die Spielbetreuer:innen der Sparkassen bilden die Schnittstelle zwischen Teams, Lehrkräften und Unternehmenspat:innen und stehen allen Beteiligten beratend zur Seite. Gibt es Fragen zum Ablauf oder den Aufgaben, sind sie erster Ansprechpartner für die Teams. Optionale Kickoff-Veranstaltungen und Workshops der Spielbetreuer:innen helfen nicht nur bei Aufgabe 5, der Finanzplanung, sondern fördern auch den Austausch zwischen allen Akteur:innen. Dabei bestimmen sie selbst den Umfang ihrer Leistungen!

UNTERNEHMENSPAT:IN

Unternehmenspat:innen geben den Jugendlichen Erfahrungen weiter, die sie in ihrem eigenen Berufsleben gesammelt haben. Im Idealfall findet das Team eine Patin oder einen Paten in einem thematisch passenden Bereich und somit Zugang zu Branchen-Knowhow und Fachwissen. Ziel der Kooperation ist die Vermittlung von wirtschaftlichem Denken und Tipps für verantwortungsvolle Unternehmensführung. Schüler:innen machen sich fit für ihre berufliche Zukunft, Unternehmen lernen motivierte Talente kennen.

COACH

Die Lehrkraft, die oftmals den Anstoß zur Teilnahme eines Teams am DGPS gibt, muss nicht zwingend Coach der Gruppe sein, obwohl es sich empfiehlt. Auch Studierende oder andere Ansprechpartner:innen können das Team unterstützen.

Die Hauptaufgaben des Coachs sind es, die Teams zu beraten, Fragen zu beantworten, Impulse zu neuen Denkrichtungen zu geben, Konflikte zu moderieren und Vorhaben kritisch zu prüfen. Der Coach sollte darauf achten, dass die Schüler:innen die Antwortformulare zu den Aufgaben vollständig ausfüllen und pünktlich speichern, damit keine wichtigen Punkte verloren gehen.

MISTER S

Der virtuelle Spielleiter hilft allen Beteiligten bei Fragen zur Organisation. Hinter Mister S verbirgt sich das Projektteam des DGPS. Die Antworten gibt es per E-Mail, auf Social Media oder per Hotline: +49 711 782-22200.

LOS GEHT'S!

- Jugendliche bilden Teams und bearbeiten insgesamt neun Aufgaben von Januar bis Mai
- Bewertung der Aufgaben nach formalen und qualitativen Kriterien durch die Jury
- Auszeichnung von den zehn besten Teams, die zur Preisverleihung in Hamburg eingeladen werden
- Die besten fünf Teams qualifizieren sich für die Gründerpreis Experience - ein fünf-tägiger Hackathon bei dem an aktuellen Herausforderungen von und mit existierenden Impact Start-ups gearbeitet wird
- Ein eintägiger Workshop im Gründerpreis Innovation Lab erwartet die Sechst- bis Zehntplatzierten
- Das bundesweit beste Team wird beim Deutschen Gründerpreis in Berlin in der Kategorie Schüler ausgezeichnet
- Durch zentrale Rankings lassen sich auch auf regionaler und lokaler Ebene Preise vergeben

TEAMS

- 3 bis 6 Jugendliche (Gymnasium, Real-, Haupt-, Gesamt- oder berufsbildende Schule)
- ab Klasse 9
- erneute Teilnahme möglich, wenn die Gründerpreis Experience (ehem. Future Camp) nicht erreicht wurde

AUFGABENÜBERSICHT

Von der Idee zum Businessplan in 9 Schritten:

- AUFGABE 1** Team bilden und Unternehmensidee prüfen
- AUFGABE 2** Markt auswählen und analysieren
- AUFGABE 3** SWOT-Analyse & Unternehmensstrategie
- AUFGABE 4** Marketing- & Vertriebsstrategie
- AUFGABE 5** Preisermittlung & Finanzplanung
- AUFGABE 6** Öffentlichkeitsarbeit & Website mit dem JIMDO Website-Builder
- AUFGABE 7** Unternehmenskultur und Rechtsform
- AUFGABE 8** Präsentation vor Unternehmenspat:in
- AUFGABE 9** Zusammenführen der Aufgaben 1 – 8 im Businessplan



AUFGABEN VON ANFANG AN EINSEHBAR!

Sie und die Teams können alle Aufgaben von Beginn an auf der Spielplattform einsehen. Das ermöglicht den Jugendlichen, die Schritte zeitlich flexibel zu bearbeiten. Die angegebenen Zeiten weisen lediglich auf das früheste und das späteste Abgabedatum hin. Zum Teil müssen allerdings Meetings im angegebenen Bearbeitungszeitraum stattfinden.

#DIGITAL

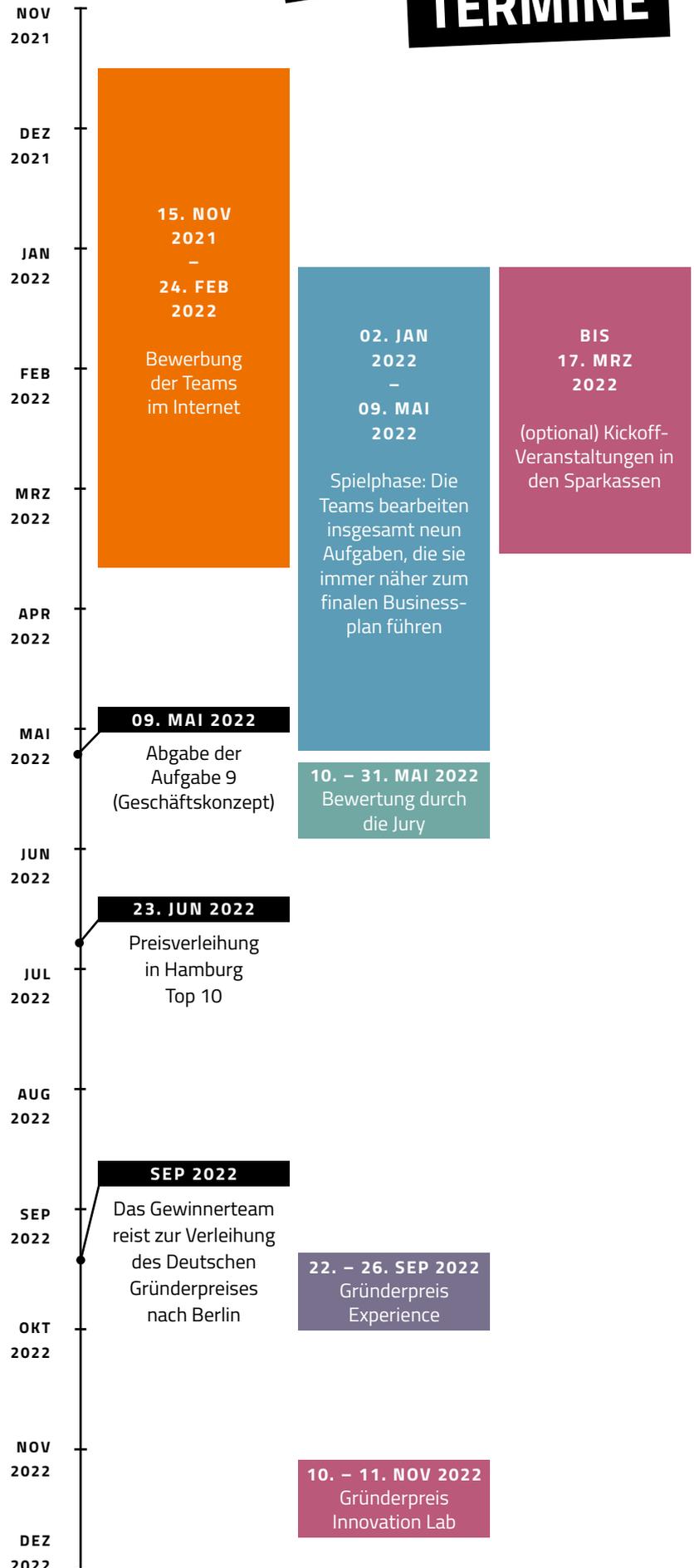
Der DGPS ist ein digitaler Wettbewerb. Auf der Spielplattform www.dgp-schueler.de können alle Aufgaben abgerufen und die Ergebnisse eingereicht werden. Ein Mailpostfach erleichtert die Kommunikation. Auch das Ranking ist auf der Website einsehbar.

Unterstützung

Für jeden Lerntyp die passende Unterstützung: Neben dem Leitfaden „8 Schritte zum perfekten Geschäftskonzept“ finden die Teams auf der Website Interviews, Best Practices, Kurzanleitungen und seit 2020 wertvolle Expertentipps in der Videoreihe „DGPS Sessions“.



ABLAUF UND TERMINE





IHRE AUFGABE ALS LEHRKRAFT

Alle Unternehmenspat:innen und Coachs bzw. Lehrkräfte werden per Link von den Teams eingeladen. Über diesen Link können Sie sich registrieren. Damit erlauben Sie die Speicherung Ihrer Daten für Spielzwecke und bestätigen mit einer Vertraulichkeitserklärung Ihr Einverständnis, die Ideen und Inhalte der Teams zu schützen. Diese Registrierung ist nicht mit dem Zugriff auf die Daten der Teams verknüpft! Aus datenschutzrechtlichen Gründen muss diese Registrierung für jedes betreute Team separat erfolgen.

IHRE HAUPTAUFGABEN UMFASSEN:

- Die Teams durch den Wettbewerb begleiten,
- Fragen beantworten und Impulse zu neuen Denkrichtungen geben,
- Konflikte in der Gruppe moderieren und Vorhaben kritisch prüfen,
- darauf achten, dass die Jugendlichen alle Aufgaben bearbeiten und die Formulare korrekt und vollständig ausfüllen sowie pünktlich einreichen.

SIE ERHALTEN INFORMATIONEN UND UNTERSTÜTZUNG

- von der Sparkasse und
- durch Mister S, dem virtuellen Spielleiter des Wettbewerbs, zu allen Fragen des Spiels,
- von den Unternehmenspat:innen zu allen Fragen rund um die unternehmerische Praxis,
- online auf www.dgp-schueler.de/portal/infomaterial
- online im passwortgeschützten Infobereich für Lehrkräfte auf www.dgp-schueler.de/lehrer.

SO VIEL ZEIT MUSS SEIN

Mit durchschnittlich einer Schulstunde pro Woche können Sie Ihre Teams erfolgreich unterstützen. Die Teams sollten mindestens 15 Tage für die Bearbeitung aller neun Aufgaben einplanen.

DIE BEWERTUNG

Die Teams geben ihre Antworten zu allen neun Aufgaben über die Spielplattform ab. Die Abgaben können bis zum Abgabeschluss beliebig oft geändert werden. Jeweils auf „Speichern“ klicken.

ERSTE FORMALE BEWERTUNGSRUNDE (OHNE JURY)

Die ausgefüllten Formulare werden von der Spielzentrale in einer ersten formalen Bewertungsrunde lediglich daraufhin überprüft, ob sie termingerecht eingesandt wurden, vollständig und plausibel sind sowie die formalen Kriterien erfüllen. Ist dies der Fall, bekommen sie entsprechende Punkte. Das heißt: In der ersten Bewertungsrunde werden die Leistungen der Teams inhaltlich noch nicht detailliert überprüft. Das geschieht erst in der Jurybewertung. Im Online-Ranking auf der Spielplattform www.dgp-schueler.de/spielplattform werden die aktuellen Punktestände nach dem jeweiligen offiziellen Abgabetermin angezeigt.

ZWEITE BEWERTUNGSRUNDE (MIT JURY)

Nachdem die Teams alle neun Aufgaben bearbeitet haben, wird anhand der erreichten Punkte festgelegt, wer die zweite Bewertungsrunde erreicht. In dieser Runde prüft und „benotet“ die Jury detailliert die inhaltliche Qualität der Aufgaben 6 (Erstellung einer Website) und 9 (Erarbeitung des Geschäftskonzepts). Außerdem wird ein individuelles Juryfeedback erstellt.

In Aufgabe 9 müssen die Schüler:innen alle vorherigen Aufgaben inhaltlich noch einmal aufarbeiten und zusammenfassen – für die Jury also eine optimale Grundlage für die Gesamtbewertung.

MAXIMALE PUNKTEZAHL IN DER FORMALEN BEWERTUNGSRUNDE

AUFGABE	PUNKTE
Aufgabe 1	150
Aufgabe 2	315
Aufgabe 3	250
Aufgabe 4	270
Aufgabe 5	210
Aufgabe 6	100
Aufgabe 7	225
Aufgabe 8	175
Aufgabe 9	300
Summe aller automatisch zu vergebenden Punkte	1995

DAS NOTENSYSTEM

»Sehr gut«

Alle Fragen wurden beantwortet und weiterführende Gedanken, umfangreiche Recherchen, quantitative Analysen und Nachweise bzw. Begründungen erbracht.

»Gut«

Alle Fragen wurden vollständig und verständlich beantwortet, aber weiterführende Recherchen, Nachweise und qualitative Hinweise fehlen oder sind nur in Grundzügen vorhanden.

»Zufriedenstellend«

Die Ausarbeitung ist zwar sinnvoll, aber wichtige Aspekte wurden nicht genügend berücksichtigt.

»Mangelhaft«

Es fehlen die wesentlichen Inhalte zur Beantwortung der gestellten Aufgabe. Ein Bezug zur eigentlichen Idee bzw. zu den anderen Elementen des Geschäftsplans wurde nur in geringem Maß hergestellt.

»Nicht ausreichend«

Es wurde keine oder keine sinnvolle Antwort gegeben.

DAS PUNKTESYSTEM DER JURYBEWERTUNG

AUFGABEN	1	1-	2+	2	2-	3+	3	3-	4+	4	4-	5
6	200	180	160	140	120	100	80	60	40	20	5	0
9	2115	1885	1655	1455	1255	1055	855	655	425	290	125	0

AUFGABE 1

TEAM BILDEN UND UNTERNEHMENSIDEE PRÜFEN

Coach und Unternehmenspat:in begleiten die Teams durch den Wettbewerb. Sie geben Tipps und Ratschläge, überprüfen die Ideen der Teams und geben wenn nötig neue Denkanstöße. In dieser Aufgabe soll sich das Team kompetente Personen zur Unterstützung an die Seite holen und diese näher kennenlernen. Grundregeln legen fest, wie die Beteiligten zusammenarbeiten wollen. Darüber hinaus überprüft das Team die Unternehmensidee, mit der es sich angemeldet hat. Soll sie bestehen bleiben oder ändert sich etwas? Was macht die Idee einzigartig? Darüber hinaus beantworten die Teams zusätzliche Fragen zu ihrer Idee.

Alle Daten und Texte müssen in das Online-Formular der Spielplattform eingegeben werden.

Das Team sucht sich seine Berater:innen, Coach und Unternehmenspat:in, und lädt diese Personen mit einem speziellen Einladungslink ein. Damit registrieren diese sich selbst.

Variante mit Kickoff:

Die Veranstaltung in der Sparkasse bietet eine erste Gelegenheit für das Team, Coach und Unternehmenspat:in kennenzulernen. Die Teams laden ihre Coaches und Unternehmenspat:innen selbst zu dem Event in die Sparkasse ein und erhalten dafür Punkte.

Variante ohne Kickoff:

Anstelle einer Veranstaltung in der Sparkasse vereinbaren die Teams eigenständig Kennenlernertermine mit Coach und Unternehmenspat:in. In schriftlichen Interviews stellen sie diese vor. Die Fragen finden sich auf der Spielplattform und werden mit dem Antwortformular abgegeben. Außerdem treffen sie Vereinbarungen zur Zusammenarbeit. Wichtig: alle Felder des Antwortformulars müssen komplett ausgefüllt werden, sonst gibt es keine Punkte.

DIE BEWERTUNG

PUNKTE	
100	vollständige Angaben zur Unternehmensidee im Online-Formular
Je 25 Bonuspunkte	Unternehmenspat:in und Coach besuchen die Kickoff-Veranstaltung in der Sparkasse bzw. Interview und Vereinbarungen mit den Unternehmenspat:innen und dem Coach (Variante ohne Kickoff).
150	Summe

TIPPS

- Das Team darf seinen Coach frei wählen. Neben Lehrkräften kommen z. B. auch Studierende infrage, die sie als zuverlässig und kompetent einschätzen.
- Über Bekannte, online, in der Zeitung, über die IHK oder im Branchenbuch der Stadt finden die Teams Unternehmen vor Ort.
- Die Schüler:innen sollten den Kontakt zu den Unternehmen selbst aufnehmen, um für ihre Sache zu werben. Dabei können sie selbstbewusst den Wert der Nachwuchsförderung betonen.
- Das DGPS-Referenzschreiben finden sie auf der Spielplattform www.dgp-schueler.de/spielplattform unter Spielinformationen > „Tipps und Infos“. Es belegt die Teilnahme am Wettbewerb.
- Direkt zu Beginn bietet es sich an, mit allen Beteiligten zu verabreden, wie sie wann am besten zu erreichen sind.
- Was heißt KISS oder USP? Wie schreibe ich eine Geschäfts-E-Mail? Wie führe ich ein professionelles Telefonat? Fragen wie diese stellen sich die Teams am Anfang. Unterstützung finden sie auf der Spielplattform www.dgp-schueler.de/spielplattform unter Spielinformationen > Tipps und Infos sowie im Online-Lexikon.
- Wie man eine richtig gute Geschäftsidee findet, erklären unsere Expert:innen Alina Orth und Johannes Tödtte in den DGPS Sessions „Ein Thema finden“ und „Design Thinking“.

Die Aufgabetermineine finden Sie unter Aufgaben / Terminübersicht im Infobereich für Lehrkräfte www.dgp-schueler.de/cgiG2/lehrer

AUFGABE 2

MARKT AUSWÄHLEN UND ANALYSIEREN

Die Schülerinnen und Schüler definieren sich in dieser Aufgabe als Team. Das bedeutet, sie verteilen untereinander die Aufgaben nach Neigungen und Talenten und legen die fünf wichtigsten Regeln für die Zusammenarbeit fest. Wie wird kommuniziert? Was passiert in Konfliktsituationen oder wenn jemand fehlt? All das regelt das Team intern und vermerkt es im Online-Formular.

Teil zwei dieser Aufgabe beschäftigt sich mit dem Markt, auf dem die fiktive Geschäftsidee positioniert werden soll. Das 5-Kräfte-Modell nach Porter unterstützt die Teams darin, die Wettbewerbssituation einzuschätzen. Zu jeder der fünf Kräfte sollten sie folgende Fragen bestmöglich beantworten bzw. recherchieren.

1. Kunden:

Wer ist die Zielgruppe? Wie kann das Produkt bzw. die Dienstleistung dieser Zielgruppe weiterhelfen? Und was würden die potenziellen Kunden dafür bezahlen?

2. Branche/Wettbewerb:

Wie groß ist die Branche? Welche Entwicklungen gab es in den vergangenen Jahren? Wie stehen die Prognosen? Welche Wettbewerber gilt es zu beachten? Wie beeinflusst das den Preis?

3. Potenzielle Wettbewerber:

Welche Zugangsbarrieren gibt es für den Markt? Können neue Anbieter dem Produkt/der Dienstleistung schnell den Rang ablaufen?

4. Ersatzprodukte:

Existieren Ersatzprodukte der Geschäftsidee, müssen also weitere Marktfelder beachtet werden als nur die der direkten Wettbewerber? Wo liegt der USP der eigenen Idee? Welchen Einfluss hat das auf den Preis?

5. Zulieferer:

Werden Produkte, Bauteile oder Ähnliches von Zuliefererfirmen benötigt? Wie ist das Verhältnis zwischen Zuliefererbranche und der Wettbewerbsbranche des Produkts? Befindet sich die Zuliefererbranche im Wachstum?

DIE BEWERTUNG

PUNKTE	
50	Fünf Teamregeln formulieren
25	Ausfüllen des 5-Kräfte-Modells
30	Kundenproblem bzw. -bedürfnis darstellen
30	Nutzen für den Kundenmarkt darstellen
30	Kundenzielgruppe definieren
30	Branche und Branchenentwicklung beschreiben
30	Branchengröße beschreiben
30	Wettbewerberfirmen darstellen
20	Potenzielle Wettbewerberfirmen beschreiben
20	Ersatzprodukte kennen
20	Verhandlungsstärke potenzieller Zulieferfirmen beschreiben
315	Summe

TIPPS

- Auf der Spielplattform www.dgp-schueler.de/spielplattform unter „Tipps und Infos“ sowie im Online-Lexikon finden die Teams wichtige Hilfen.
- Markt- und Meinungsforschungsinstitute oder auch Geschäftsberichte großer Unternehmen können eine wichtige Informationsquelle sein. Ebenso bieten die Handels- und Handwerkskammern oder Branchenverbände Informationen.
- Kann der Unternehmenspate / die Unternehmenspatin eine Einschätzung geben?
- Die Teams können auch selbst potenzielle Kund:innen nach ihrer Meinung zur Geschäftsidee befragen.
- Eine Einführung in die Methode finden die Teams außerdem in der DGPS Session „Marktanalyse“.

AUFGABE 3

SWOT-ANALYSE UND UNTERNEHMENSSTRATEGIE

In dieser Aufgabe sollen die Teams ihre Geschäftsidee noch einmal überprüfen und sich auf eine Strategie verständigen. Dazu bereitet das Team ein Strategiemeeting vor und entwickelt die Unternehmensvision. Während der Planungsphase laden sie Coach und Patin bzw. Paten ein und bestimmen eine:n Moderator:in, z. B. den Coach. Eine Agenda zeigt die wichtigsten Gesprächsthemen auf.

Anhand der Ergebnisse aus Aufgabe 2 sollte sich das Team vergegenwärtigen, ob die Geschäftsidee in der geplanten Form durchführbar ist oder etwas verändert werden soll. Schüler:innen, Coach und Pat:in diskutieren die Ergebnisse. Die SWOT-Analyse hilft, Stärken (S= Strengths), Schwächen (W = Weaknesses), Chancen (O = Opportunities) und Risiken (T = Threats) zu erkennen und zu visualisieren. Darauf aufbauend formulieren die Schüler:innen ihre Vision. Wo soll das Unternehmen in fünf Jahren stehen? Und wie kommt es dahin? Hier hilft eine gut durchdachte Strategie. Mit den kommenden Aktivitäten im Blick bleiben die Teams motiviert am Ball.



DIE BEWERTUNG

PUNKTE	
50	Unternehmensidee und -name verfeinern
50	Unternehmensvision
50	Unternehmensstrategie
100	SWOT-Analyse
250	Summe

TIPPS

- Wichtige Begriffe wie USP, Marke, Ideenschutz und Ähnliches finden die Teams auf der Spielplattform www.dgp-schueler.de/spielplattform unter Spielinformationen > „Tipps und Infos“ und im Online-Lexikon.
- Die Teams sollten Schritt für Schritt vorgehen und jede Teilaufgabe als Einzelprojekt werten. Ein guter Zeitplan hilft dabei enorm.
- Jede Meinung zählt. In der Diskussion prallen wahrscheinlich unterschiedliche Sichtweisen aufeinander. Die Teams sollten das als Bereicherung erachten.
- Eine Einführung in die Methode finden die Teams außerdem in der DGPS Session „Unternehmensstrategie“.

Die Aufgabentermine finden Sie unter Aufgaben / Terminübersicht im Infobereich für Lehrkräfte www.dgp-schueler.de/cgiG2/lehrer

AUFGABE 4

MARKETING- & VERTRIEBSSTRATEGIE

Die Teams entwickeln in dieser Aufgabe ein Marketingkonzept, um ihr Produkt oder ihre Dienstleistung an den Markt zu bringen. Dazu entwickeln sie die Produktpolitik sowie eine Kommunikations- und Distributionsstrategie. Eine Richtschnur bildet die aus dem Englischen stammende 4-P-Formel:

1. Product (Produkt):

Zu berücksichtigen sind das Design, die Qualität, Materialien, aber auch Anleitungen, Handbücher, mögliche Erweiterungen bzw. Weiterentwicklungen und die Haltbarkeit des Produkts. Es sollte sich deutlich von Konkurrenzprodukten abheben.

2. Promotion (Kommunikation):

Für die Kommunikation können neben klassischen Werbeanzeigen auch Möglichkeiten des Direktmarketings, Kundenkontakts und der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit genutzt werden. Platziert das Unternehmen Anzeigen in der Lokalzeitung oder im Internet? Ist ein Messeauftritt geplant? Sollen Newsletter und Infobroschüren die potenziellen Kunden informieren? Wie überzeugt man die Presse, über das Unternehmen zu berichten?

3. Place (Distribution):

Zunächst sollten die Teams klären, ob ihre Vertriebskanäle in die Richtung „business to business“ (B2B) oder „business to consumer“ (B2C) gehen sollen. Entsprechend entscheiden sie über den Vertrieb via Großhändler, Einzelhändler, Online-Shops, Messen oder Direktvertrieb.

4. Price (Preis):

Dazu mehr in Aufgabe 5.

DIE BEWERTUNG

PUNKTE	
70	Produktpolitik darstellen
70	Kommunikationspolitik darstellen
70	Distributionspolitik darstellen
60	4-P-Modell abgeben
270	Summe



TIPPS

- Wichtige Begriffe wie AIDA, KISS oder Corporate Identity (CI) finden die Teams auf der Spielplattform www.dgp-schueler.de/spielplattform unter Spielinformationen > „Tipps und Infos“ und im Online-Lexikon. Auch Marketing-Fachbücher können weiterhelfen.
- Sicher kennen die Unternehmenspat:innen Fachleute für die Fragen der Jugendlichen.
- Wenn die Teams die Aufgaben gut im Team verteilen, kommen sie besser voran. Ein gutes Zeitmanagement ist hier das A und O.

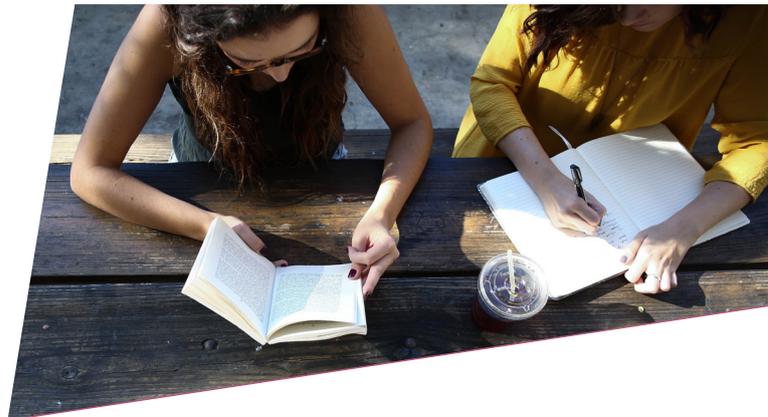
AUFGABE 5

PREISERMITTLUNG UND FINANZPLANUNG

Die Schülerinnen und Schüler haben bis jetzt eine gute Basis für ihr Unternehmen geschaffen. Aber wie lässt sich das finanzieren? Darum kümmert sich das Team in dieser Aufgabe. Eine effiziente Preisgestaltung und Finanzplanung sind grundlegend für den unternehmerischen Erfolg. Gewusst wie: Das Team recherchiert Finanzquellen, etwa Förderungen von öffentlichen Institutionen, der Sparkasse oder Crowd-Funding-Projekte. Zu ermitteln sind unter anderem die Kosten, die für Material, Technik und Personal anfallen. Aber auch Betriebskosten wie Büromiete, Strom- und Wasserversorgung, Telefon- und Internetdienstleister, Fahrzeuge und Werbebudget. Darüber hinaus sollen sie kalkulieren, was ihr Produkt oder ihre Dienstleistung kosten soll. Einberechnen müssen sie z. B. Materialkosten und Stundensätze der Mitarbeitenden. Aber kaum ein Produkt ist konkurrenzlos: Welche Preise rufen Wettbewerberfirmen auf? Zu guter Letzt ergibt sich aus diesen Überlegungen die Gewinnschwelle. Wann ist der Punkt erreicht, an dem das Unternehmen Gewinne einfährt?

DIE BEWERTUNG

PUNKTE	
130	Excel-Datei mit Finanzplan für die ersten drei Jahre
50	Gewinnschwelle ermitteln
15	Vier Finanzierungsquellen nennen
15	Vier Förderinstitutionen nennen
210	Summe



TIPPS

- Die Erfahrung zeigt, dass sich viele Teams mit dieser Aufgabe besonders schwer tun. Zu begrüßen ist es, wenn die beteiligten Akteure hier beratend unterstützen.
- Auf der Spielplattform finden die Teams unter anderem eine Excel-Tabelle für den Finanzplan. Wenn sie diese vollständig ausfüllen, haben sie nicht nur ihre Berechnungen im Blick, sondern auch eine Chance auf die volle Punktzahl.
- In der DGPS Session „Preisermittlung und Finanzplanung“ gibt Aileen Blöß, Expertin für Existenzgründung bei der Haspa, einen Überblick über die Aufgabe und die wichtigsten Fachwörter.
- Wichtige Begriffe und Hinweise finden die Schüler auf der Spielplattform www.dgp-schueler.de/spielplattform unter Spielinformationen > „Tipps und Infos“ und im Online-Lexikon.
- Auf der Suche nach Fördermöglichkeiten sollten die Teams im Internet fündig werden. Etwa das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, Handels- oder Handwerkskammern oder die KfW Bank bieten gute Anlaufstellen. Auch die Sparkasse vor Ort kann sicher weiterhelfen.
- Die Unternehmenspat:innen können ebenfalls Tipps geben oder an Fachleute weiterleiten, die sich mit Finanzierungsfragen auskennen.

AUFGABE 6

ÖFFENTLICHKEITSARBEIT & WEBSITE MIT DEM JIMDO WEBSITE-BUILDER

In dieser Aufgabe geht es darum, das fiktive Unternehmen in der Öffentlichkeit zu präsentieren. Wichtige Instrumente dafür: Website und Pressemitteilung.

Die Website ist häufig die erste Anlaufstelle für potenzielle Kunden und Partner. Mit dem Website-BUILDER des DGPS oder mit Verwendung einer externen Lösung der Firma Jimdo gestaltet das Team einen eigenen Internetauftritt inklusive Seitenstruktur, Design und relevanten Inhalten. Die Teams sollten dabei stets die Zielgruppe im Blick behalten. Davon hängt ab, ob die Seite eher dynamisch und interaktiv oder übersichtlich und vor allem informativ ist. In jedem Fall gehören Impressum, Pressekontakt, Firmenbeschreibung, AGB und aussagekräftige Bilder dazu. Auch ein Hinweis, dass es sich um ein fiktives Unternehmen handelt, muss aufgenommen werden.

Medienberichte können die Öffentlichkeit auf das Unternehmen aufmerksam machen und Informationen glaubwürdig vermitteln. Die Presse muss zuvor allerdings überzeugt werden, eine Nachricht über das fiktive Unternehmen zu veröffentlichen. Dazu müssen die Teams eine möglichst interessante und gut strukturierte Pressemitteilung schreiben. Darüber hinaus sollten sie sich die Frage stellen, welche Medien für ihre Branche geeignet sind und wie sie den Kontakt herstellen.

Auch in der Spielrunde 2022 bieten wir den Teams zwei Website-BUILDER zur Erstellung der Internetpräsenz an. Die Seite kann entweder über den DGPS-Website-BUILDER oder unter realen Bedingungen beim externen Anbieter Jimdo umgesetzt werden. Der Jimdo-BUILDER hat mehr Gestaltungsmöglichkeiten, verlangt aber auch mehr Verantwortung von den Teams. Die Seiten werden passwortgeschützt und sind daher nicht öffentlich einsehbar. Die Verwendung eines dieser beiden Tools ist vorgeschrieben.

DIE BEWERTUNG

PUNKTE	
50	Pressemitteilung erstellen und hochladen
50	Website erstellen und hochladen
100	Summe
200 Zusatzpunkte	Jurybewertung

TIPPS

- Wichtige Begriffe und Hinweise finden die Teams auf der Spielplattform www.dgp-schueler.de/spielplattform unter Spielinformationen > „Tipps und Infos“ und im Online-Lexikon.
- Das Team sollte sich für diese Aufgabe am besten in zwei Gruppen teilen, um die beiden Teilaufgaben effektiv bearbeiten zu können.

TIPPS ZUR WEBSITE

- Es gibt viele Beispiele gelungener Webauftritte. Die Teams können aus einem großen Fundus schöpfen und sich inspirieren lassen.
- Das Team sollte zunächst zusammenstellen, welche Inhalte es in welcher Form veröffentlichen möchte. Erst danach kann die technische Umsetzung beginnen.
- Unabhängige Personen können meist am besten einschätzen, was der Seite noch fehlt. Das Team sollte eine unbeteiligte Person daraufschauen lassen.
- In der DGPS Session „Eine überzeugende Website gestalten“ erhalten die Teams wertvolle Tipps von Jimdo.

TIPPS ZUR PRESSEMITTEILUNG

- Die Teams sollten sich an die KISS-Regel halten: keep it short and simple.
- Die Botschaft sollte prominent zu Beginn des Textes erkennbar sein.
- Der Text sollte maximal eine DIN A4-Seite lang sein, einen festen Satzspiegel haben sowie mit Logo und Schriftart im Corporate Design gehalten werden.

Die Aufgabentermine finden Sie unter Aufgaben / Terminübersicht im Infobereich für Lehrkräfte www.dgp-schueler.de/cgiG2/lehrer

AUFGABE 7

UNTERNEHMENSKULTUR UND RECHTSFORM

Nun geht es darum, das Team sowie das Unternehmen zu strukturieren. Neben der Rechtsform des Unternehmens sollen die Teams auch festlegen, wer warum welche Position einnimmt. Wo liegen die jeweiligen Stärken und Schwächen? Wer übernimmt die Geschäftsführung, wer den Vertrieb? Mit dem Leadership-Diamanten schätzen die Jugendlichen sich und andere in den Kategorien Ethik, Mut, Realität und Vision ein. Darüber hinaus ermöglicht ein Fragebogen das Abgleichen von Fremd- und Selbstwahrnehmung. So kristallisieren sich individuelle Stärken und Schwachpunkte heraus, die für die Rollenverteilung wichtig sind. Abschließend schreiben die Teams einen Teambericht (max. 6.000 Zeichen), in dem sie die Entwicklung der Teamkultur und die gemeinsamen Diskussionen beschreiben.

Zusatzaufgabe: Lehrer:in des Jahres!

Sie als Coach bieten Ihren Teams wichtige Unterstützung, deswegen möchte der DGPS Ihre Leistungen mit dem Sonderpreis „Lehrer:in des Jahres“ honorieren. Im Rahmen dieser Aufgabe sollen sich die Teams nun Ihrer Unterstützung bewusst werden. Mit Schulnoten von 1 bis 6 bewerten sie Ihre Leistungen in der Beratung, Organisation und Motivation. Ein schriftliches Gesamtfeedback rundet das Ganze ab. Die Bewertungen werden streng vertraulich behandelt und nach der Wahl unwiderruflich gelöscht.

DIE BEWERTUNG

PUNKTE	
50	Teambericht
50	Rechtsform
50	Selbst- und Fremdeinschätzung
25	Positionen der Teammitglieder festlegen
50	Bewertung der Lehrkraft/des Coachs
225	Summe

TIPPS

- Diese Aufgabe hängt eng mit den Persönlichkeiten der Jugendlichen zusammen. Es ist deshalb ratsam, dass der Coach oder eine andere unabhängige Person die Moderation des Meetings übernimmt.
- Jemand sollte in einem Protokoll festhalten, was besprochen wurde.
- Jedes Teammitglied erhält so viele Bewertungsbögen wie Jugendliche in der Gruppe sind.
- Die Teams sollten ihren Teambericht wie folgt strukturieren: Startphase, Verlaufsphase, Status quo und weitere Planungen.
- Wichtige Begriffe und Hinweise finden die Teams unter Spielinformationen > „Tipps und Infos“ sowie im Online-Lexikon auf der Spielplattform.



AUFGABE 8

PRÄSENTATION VOR UNTERNEHMEN

Die Vorbereitungen sind abgeschlossen. Das Unternehmen ist fast komplett aufgebaut. Jetzt kommt der Praxistest: eine Präsentation bei einem waschechten Unternehmen. Am besten, das Team bittet die Unternehmenspatin bzw. den Unternehmenspaten um einen Termin. Sollte das nicht funktionieren, müssen die Teams ein Unternehmen finden, das zur Geschäftsidee passt. Alternativ kann das Team in einer städtischen Einrichtung oder in der Schule präsentieren – wenn es inhaltlich sinnvoll ist. Die Präsentation – via Beamer, Flipchart oder Video – sollte etwa 15 Minuten dauern. Eine sinnvolle Reihenfolge der Inhalte sowie mehrere Akteure für unterschiedliche Inhalte machen aus den bloßen Informationen eine ansprechende Präsentation. Abschließend holen die Teams das Feedback der Zuhörer:innen ein: Waren die Jugendlichen gut vorbereitet? Konnten sie sich verständlich ausdrücken? Hat die Unternehmensidee überzeugt? Der Termin muss im Bearbeitungszeitraum liegen.

DIE BEWERTUNG

PUNKTE	
125	Vorbereitungen und Präsentation vor dem Unternehmen
50	Feedback des Präsentationsunternehmens im Online-Formular
175	Summe



TIPPS

- Die Besuche der Teams werden stichprobenartig überprüft. Sollte der Termin nicht stattfinden, wird das Team disqualifiziert.
- Ein Referenzschreiben, das unter Spielinformationen > „Tipps und Infos“ auf der Spielplattform www.dgp-schueler.de/spielplattform bereitsteht, weist die Teams als DGPS-Teilnehmende aus.
- Online lassen sich viele hilfreiche Tipps finden, um eine Präsentation gut vorzubereiten. Darüber hinaus können auch befreundete Studierende oder Personen helfen, die beruflich häufig vor anderen präsentieren, z. B. Lehrkräfte.
- Bei einer abwechslungsreichen Präsentation bleibt die Zielgruppe aufmerksam: Bilder, Grafiken oder Videos sind dafür gute Elemente.
- Die DGPS Session „Richtig pitchten!“ erklärt die wichtigsten Dos & Don'ts.
- Der berühmte rote Faden sollte den Vortrag strukturieren, so dass sich eine sinnvolle Reihenfolge der Informationen ergibt.
- Eine Testpräsentation im Team hilft dabei, den zeitlichen Rahmen einzuschätzen und gegebenenfalls an der Körpersprache zu arbeiten.
- Wichtige Tipps und weiterführende Links finden die Teams auf der Spielplattform www.dgp-schueler.de/spielplattform unter Spielinformationen > „Tipps und Infos“ und im Online-Lexikon.

AUFGABE 9

DAS GESCHÄFTSKONZEPT

Das Geschäftskonzept: Jetzt fügen sich alle bisherigen Einzelleistungen zu einem Bild zusammen. Auf der Spielplattform findet sich bereits eine Vorlage des Geschäftskonzepts, in der einzelne Felder auf Basis der bisherigen Teamarbeit ausgefüllt sind. Diese sollen die Teams nun überarbeiten und ergänzen, so dass am Ende ein zusammenhängendes Konzept entsteht. Die jeweiligen Bausteine stellen sie in kurzen, präzisen Texten auf ca. je einer DIN A4-Seite dar.

- Baustein 1:** Zusammenfassung
- Baustein 2:** Die Unternehmensform/Struktur
- Baustein 3:** Das Produkt/Die Dienstleistung
- Baustein 4:** Die Branche/Der Markt
- Baustein 5:** Marketing/Vertrieb
- Baustein 6:** Personen in der Unternehmensleitung/Teamkultur
- Bausteine 7 + 8:** Drei-Jahresplanung und Kapitalbedarf

Erfüllt das Konzept alle Anforderungen und rückt das Team in die nächste Runde vor, sind 2.115 Zusatzpunkte möglich, die von der Jury vergeben werden!

DIE BEWERTUNG

PUNKTE	
60	Baustein 1
40	Baustein 2
40	Baustein 3
40	Baustein 4
40	Baustein 5
40	Baustein 6
40	Baustein 7 + 8
300	Summe
2115 Zusatzpunkte	Jurybewertung

TIPPS

- Broschüre „8 Schritte zum perfekten Geschäftskonzept“ hilft dem Team dabei, die letzte Hürde zu meistern.
- Das Team sollte etwa eine Woche einplanen, um alle Texte inhaltlich und sprachlich zu prüfen. Dabei kann es nicht schaden, eine unbeteiligte Person auf das Konzept schauen zu lassen. Das deckt einfache Verständnisschwierigkeiten auf.
- Teamwork: Die Jugendlichen sollten besprechen, wer welchen Baustein bearbeitet.
- Die Teams sollten noch einmal die Aufgabenstellungen für die Bausteine 1 bis 8 überprüfen und die Tipps genau lesen. Sind alle Begriffe klar? Sind alle Informationen ausformuliert und verständlich? Ein Blick in die Best Practices hilft, den Erwartungshorizont abzuschätzen.
- Das fiktive Geschäftskonzept kann später eine gute Referenz für potenzielle Arbeitgeber sein.
- Wer noch Motivation für Aufgabe 9 sucht, findet in der DGPS Session „Der Businessplan“ Antworten auf die Frage: Warum schreibt man eigentlich ein Geschäftskonzept?.



PREISVERLEIHUNG

Alle Teams, die im Mai die Mindestpunktzahl erreichen, werden juriert. Zwei voneinander unabhängige Jurymitglieder beurteilen die Geschäftskonzepte, vergeben Punkte und schreiben ein individuelles Feedback. Im Juni wählt eine Expertenjury die bundesweit zehn besten Teams aus. Wichtig: Es gewinnt nicht die originellste Idee, sondern der stärkste Businessplan.

Die Top 10 Teams werden zur Preisverleihung im Verlagshaus Gruner + Jahr nach Hamburg eingeladen und vor großem Publikum ausgezeichnet. Das beste Team steht zudem bei der Verleihung des Deutschen Gründerpreises in Berlin auf der Bühne.



PREISE

Die fünf besten Teams gewinnen Tickets für die DGPS Experience 2022 - ein fünftägiger Hackathon, bei dem an konkreten, aktuellen Herausforderungen von und mit existierenden Impact Start-ups gearbeitet wird. Auf die Sechst- bis Zehntplatzierten wartet das Gründerpreis Innovation Lab - ein eintägiger Partnerworkshop in Berlin, bei dem die Teams den Weg eines Produkts vom Impuls bis zum Rollout kennenlernen. Mehr Infos:

www.dgp-schueler.de/portal/bewertung-und-preise

UNTERNEHMERGEIST ÜBER DEN WETTBEWERB HINAUS

2013 von ehemaligen Teilnehmer:innen gegründet, nimmt der DGPS Alumni e.V. die Teams auch nach dem Wettbewerb mit in die Start-Up-Welt und bietet tolle Möglichkeiten zum Networking.

Mehr Infos unter www.dgps-alumni.de

**WIR
MACHEN
MIT!**

DGPS



ORGANISATION IM TEAM

ZEITMANAGEMENT

Die Teams sollten für jede Aufgabe einen Zeitplan erstellen. Wann ist Abgabe? Wie viele Besprechungstermine müssen berücksichtigt werden? Und wie viel „zeitlicher Puffer“ sollte unter anderem für Korrekturen drin sein?

In der DGPS Session „Zeit- und Selbstmanagement“ verrät Kommunikationstrainer Torsten Harms wichtige Tipps zur Organisation.

PLANUNG

Wer verantwortet welche Teilaufgabe? Eine wichtige Frage, die die Jugendlichen ab der ersten Aufgabe für sich beantworten müssen. Das Team funktioniert am besten, wenn jeder seine Fähigkeiten zielgerichtet einsetzen kann. Drei wichtige Aspekte sollten die Teams zu Beginn jeder Aufgabe klären: Wer kümmert sich bis wann um was?

ZIEL DER AUFGABEN

Die Teams sollten sich vergegenwärtigen, was sie mit jeder einzelnen Aufgabe erreichen wollen. Was kommt am Ende dabei heraus? Welchen Zweck erfüllt das Ganze?

HINTERGRUNDINFORMATIONEN

Wenn man sich eingeloggt hat, findet man auf der Spielplattform unter Spielinformationen „Tipps und Infos“ einige Erklärungen zu Begriffen wie Teamkultur, Kundeninterview oder Projektmanagement. Ein Link unter Spielinformationen Lexikon führt zum Online-Lexikon der Initiative „Unternehmergeist macht Schule“ www.unternehmergeist-macht-schule.de/DE/Fuer_SchuelerInnen/Lexikon/node.html

Wichtige Begriffe können die Teams so gezielt recherchieren. Für weitere Informationen bietet sich die eigenständige Online Recherche im Internet an sowie das Befragen von Fachleuten aus dem Bekanntenkreis.

AUSWERTUNG

Nach jeder Aufgabe kann das Team seine Punkte auf der Spielplattform einsehen – ein guter Zeitpunkt für ein Zwischenfazit. Wurde das gewünschte Ziel erreicht? Was hätte besser laufen können? Was funktionierte besonders gut? Wie viel Zeit wurde benötigt? Darauf können die Teams für die folgenden Aufgaben aufbauen.

IMPRESSUM

Alle Angaben wurden sorgfältig ermittelt, für Vollständigkeit oder Richtigkeit kann jedoch keine Gewähr übernommen werden.

Deutscher Gründerpreis für Schülerinnen und Schüler © 2021
Deutscher Sparkassen Verlag GmbH, Stuttgart

HERAUSGEBER

Deutscher Sparkassen- und Giroverband e.V., Berlin

Alle Rechte sind dem Herausgeber und der
Deutscher Sparkassen Verlag GmbH vorbehalten.

Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

REDAKTION UND KONZEPT

Projektteam Deutscher Gründerpreis für
Schülerinnen und Schüler:

Christine Blesch / Deutscher Sparkassen Verlag GmbH
Torsten Overberg und Giulia Thomas / Projektbüro DGPS
Gestaltung: Christiane Eckhardt

Bildmotive:

www.gettyimages.de
www.istockphoto.com
www.unsplash.com

2. Auflage 2021

www.instagram.com/gruenderpreisfuerschueler
www.facebook.com/dgpschueler
www.youtube.com/user/dgpschueler
www.twitter.com/dgp_schueler
www.linkedin.com/company/deutscher-gruenderpreis-fuer-schuelerinnen-und-schueler

KOOPERATIONSPARTNER

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie

FÖRDERER DES DEUTSCHEN GRÜNDERPREISES

Bertelsmann SE & Co. KGaA
Gruner + Jahr GmbH
Süddeutsche Zeitung
Versicherungen der Sparkassen