



# A2 Lemonade Stand Challenge

Ein Verkaufserlebnis mit der Klasse

Begleitmaterialien für Lehrer\*innen



Diese didaktischen Begleitmaterialien sind in Band 3 von **Jugend stärken, Handbuch für Lehrer\*innen** erschienen, der Hintergrundinformationen und Kopiervorlagen zu 5 Challenges enthält:

- A2 Idea Challenge: Lösungen finden mit der *Design Thinking*-Methode
- A2 My Personal Challenge: Umgang mit Geld lernen
- A2 My Personal Challenge: Less risk – more fun
- A2 Lemonade Stand Challenge: Ein Verkaufserlebnis mit der Klasse
- A2 Trash Value Challenge: Achtsam mit Abfall umgehen

Band 1–4 von **Jugend stärken** (jeweils Arbeitsbuch für Schüler\*innen und Handbuch für Lehrer\*innen) gibt es hier zum Bestellen und digital zum kostenfreien Download: **[www.jugendstaerken.at](http://www.jugendstaerken.at)**

Wiener Schüler\*innen erhalten die Druckausgabe der 4 Bände von **Jugend stärken** dank einer Förderung durch die Arbeiterkammer Wien kostenlos.



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



**Bundesministerium**  
Bildung, Wissenschaft  
und Forschung





# JUGEND STÄRKEN mit dem You<sup>th</sup> Start Entrepreneurial Challenges Programm

## CORE ENTREPRENEURIAL EDUCATION

## ENTREPRENEURIAL CULTURE

## ENTREPRENEURIAL CIVIC EDUCATION

 <b>IDEA CHALLENGE</b> Ich kann eine eigene Idee entwickeln.	 <b>HERO CHALLENGE</b> Ich kann von Vorbildern lernen.
 <b>MY PERSONAL CHALLENGE</b> Ich kann persönliche Herausforderungen bewältigen.	 <b>LEMONADE STAND CHALLENGE</b> Ich kann etwas verkaufen.
 <b>REAL MARKET CHALLENGE</b> Ich kann einen einfachen Businessplan erarbeiten.	 <b>START YOUR PROJECT CHALLENGE</b> Ich kann ein Projekt planen und im Team umsetzen.

 <b>EMPATHY CHALLENGE</b> Ich kann mich in mich und andere einfühlen.	 <b>STORYTELLING CHALLENGE</b> Ich kann Inhalte in Geschichten verpacken.
 <b>PERSPECTIVES CHALLENGE</b> Ich kann mich als Teil meines Umfelds begreifen und meinen Platz darin finden.	 <b>TRASH VALUE CHALLENGE</b> Ich kann achtsam mit Ressourcen umgehen und aus Abfällen etwas Wertvolles schaffen.
 <b>EXTREME CHALLENGE</b> Ich kann mir ein herausforderndes Ziel setzen und es konsequent verfolgen.	 <b>BE A YES CHALLENGE</b> Ich kann zu mir und meiner Umgebung „Ja“ sagen.

 <b>BUDDY CHALLENGE</b> Ich kann eine andere Person in der Erreichung ihrer Ziele unterstützen.	 <b>OPEN DOOR CHALLENGE</b> Ich kann mich mit anderen Menschen vernetzen.
 <b>EXPERT CHALLENGE</b> Ich kann Lern und Kommunikationstechniken anwenden.	

 <b>MY COMMUNITY CHALLENGE</b> Ich kann Aufgaben für die Gemeinschaft, in der ich lebe, übernehmen.	 <b>DEBATE CHALLENGE</b> Ich kann für meine Meinung Argumente finden und sie in eine Diskussion einbringen.
 <b>VOLUNTEER CHALLENGE</b> Ich kann mich in der Freiwilligenarbeit engagieren.	

Das You<sup>th</sup> Start Entrepreneurial Challenges Programm basiert auf einer ganzheitlichen Definition von Entrepreneurship, dem TRIO-Modell, das drei Bereiche umfasst:

- CORE ENTREPRENEURIAL EDUCATION** – Förderung von unternehmerischer Qualifikation im engeren Sinn: eigene innovative Ideen entwickeln und diese kreativ und strukturiert umsetzen.
- ENTREPRENEURIAL CULTURE** – Persönlichkeitsentwicklung: eigeninitiativ sein, an sich glauben, empathisch und teamfähig agieren sowie sich und anderen Mut machen.
- ENTREPRENEURIAL CIVIC EDUCATION** – Stärkung der Sozialkompetenz als Staatsbürger\*in: Verantwortung für sich, andere und die Umwelt übernehmen.

„Jugend stärken“ fördert Eigeninitiative und Unternehmensegeist in der Sekundarstufe I.

Das gesamte Lernprogramm findet man auf [www.jugendstaerken.at](http://www.jugendstaerken.at) auf Deutsch. Auf [www.youthstart.eu](http://www.youthstart.eu) gibt es Übersetzungen in Englisch, Französisch und weitere Sprachen sowie in der Rubrik „Körper & Geist“ Kurzvideos mit Körperübungen zur Aktivierung & Konzentration und das You<sup>th</sup> Start Achtsamkeitsprogramm.



## Jugend stärken ...

... ist Titel, Ziel und Inhalt eines praxisorientierten, ganzheitlichen Lernprogramms, das für die **Sekundarstufe I** entwickelt wurde. Kernstück sind größere und kleinere Herausforderungen („**Challenges**“). Darunter verstehen wir Lernimpulse aus drei Kernbereichen, die für die Stärkung von Kindern und Jugendlichen relevant sind:

- **unternehmerisches Denken und Handeln**,
- **Persönlichkeitsentwicklung** sowie
- **soziales Engagement**.

Zur besseren Unterscheidung sind die Bereiche farbig markiert.  
Das gesamte Programm ist auf der vorigen Seite abgebildet.

**Jugend stärken** ist Teil des „**You<sup>th</sup> Start Entrepreneurial Challenges**“-Programms, mit dem Eigeninitiative und Unternehmergeist junger Menschen gefördert werden. Es wurde in Österreich für Kinder und Jugendliche von der Volksschule bis zur Oberstufe entwickelt und in sechs Sprachen übersetzt.



**Ein Verkaufserlebnis mit der Klasse** ist Ziel der **A2 Lemonade Stand Challenge**. Die Jugendlichen sollen gemeinsam etwas verkaufen. Warum? An wen? Was? Gemeinsam planen sie Schritt für Schritt: von der Entwicklung der Verkaufsidee über die Festlegung eines fairen Preises und die Vorbereitung des Verkaufstandes bis zum Verkauf. Sie lernen Verantwortung zu übernehmen und ihre Stärken dort einzusetzen, wo sie gebraucht werden.

**Durch das „You<sup>th</sup> Start Entrepreneurial Challenges“-Programm werden junge Menschen bei der Entfaltung ihrer Potenziale unterstützt.**

Das belegt ein wissenschaftlicher Feldversuch, der von 2015 bis 2018 in Österreich, Slowenien, Portugal und Luxemburg mit ca. 30.000 Kindern und Jugendlichen durchgeführt wurde.

Die Forschungsergebnisse zeigen, dass die Arbeit mit dem Programm in der Sekundarstufe I das Selbstwertgefühl der Jugendlichen und den Glauben an ihre eigene Wirksamkeit stärkt sowie Teamarbeit, Kreativität und vernetztes und kritisches Denken fördert. Die Jugendlichen lernen empathische Kommunikation und achtsamen Umgang mit sich selbst und anderen und erwerben für das zukünftige Arbeitsleben wichtige wirtschaftliche Basisqualifikationen.

Wir wünschen allen, die mit dieser Challenge arbeiten, viele anregende Lernmomente!

**Eva Jambor und Johannes Lindner, Herausgeber\*innen**

[www.jugendstaerken.at](http://www.jugendstaerken.at) | [www.ifte.at](http://www.ifte.at) | [www.youthstart.eu](http://www.youthstart.eu)



# A2 Lemonade Stand Challenge

## Ein Verkaufserlebnis mit der Klasse

In der **A2 Lemonade Stand Challenge** planen die Schüler\*innen gemeinsam Schritt für Schritt **ein Verkaufserlebnis für die Klasse** – von der Festlegung ihrer Ziele bis zum Verkaufstag: Warum wollen sie etwas verkaufen? Welchen Herzenswunsch will sich die Klasse mit dem Gewinn erfüllen – oder soll der Gewinn andere glücklich machen? Wo dürfen Schüler\*innen einen Verkaufsstand aufstellen und welche potenziellen Kund\*innen können sie an diesem Ort erreichen? Mithilfe der *Design Thinking*-Methode fühlen sich die Jugendlichen in ihre möglichen Kund\*innen ein und entwickeln ein Produkt oder eine Dienstleistung, die zu ihren Kund\*innen passen. Bei der Vorbereitung und beim Verkauf setzen sie ihre Stärken dort ein, wo sie gebraucht werden und übernehmen Verantwortung für ihre Aufgaben.

### Kernkompetenz der Challenge:

**Ich kann etwas verkaufen.**

Erklärvideo zur Challenge:

[www.youthstartchallenges.eu/A2LemonadeStand](http://www.youthstartchallenges.eu/A2LemonadeStand)



### Inhalt:

<b>Kompetenzen</b> .....	<b>Seite 5</b>
<b>In 7 Schritten zum Ziel:</b>	
Schritt 1 - Ziele bestimmen .....	<b>Seite 7</b>
Schritt 2 - Verkaufsideen finden .....	<b>Seite 7</b>
Schritt 3 - Prototyp erstellen und präsentieren .....	<b>Seite 9</b>
Schritt 4 - Verkauf planen .....	<b>Seite 10</b>
Schritt 5 - Verkaufspreis berechnen .....	<b>Seite 11</b>
Schritt 6 - Erfolgreich einkaufen .....	<b>Seite 12</b>
Schritt 7 - Nachdenken .....	<b>Seite 14</b>
<b>Methodenblatt</b> .....	<b>Seite 15</b>
<b>Kopiervorlagen:</b>	
Empathiekarte .....	<b>Seite 16</b>
Klassen-Arbeitsplan .....	<b>Seite 17</b>
Finanzplan für den Verkauf eines Produkts oder einer Dienstleistung .....	<b>Seite 18</b>



### Worum es geht – die Idee dahinter

Verkaufen ist gar nicht so einfach, wie man meinen könnte. Wie bringt man Kund\*innen zu seinem Verkaufsstand und wie motiviert man sie zu einem Kauf? In einem ersten Schritt entscheiden die Schüler\*innen, wo sie ihr Produkt oder ihre Dienstleistung anbieten werden und definieren ausgehend von dem Verkaufsort mithilfe der *Design Thinking*-Methode Bedürfnisse potenzieller Kund\*innen, die diesen Ort frequentieren. Orientiert an dem, was die Kund\*innen brauchen könnten und wie viel sie bereit sein könnten, dafür auszugeben, entwickeln sie ein Produkt oder eine Dienstleistung und legen den Preis dafür fest. Sie lernen, Einkaufslisten zu erstellen, Kosten zu ermitteln, Verkaufspreise zu fixieren und am Ende ihren – hoffentlich – Gewinn zu berechnen. Sie planen ihr Verkaufserlebnis in kleinen Schritten, treffen Entscheidungen in der Gruppe und übernehmen Verantwortung. Am Verkaufstag treten sie in Kontakt mit den Kund\*innen und führen Verkaufsgespräche.

### Entrepreneurship-Kompetenzen laut Referenzrahmen

[www.youthstartchallenges.eu/Referenzrahmen](http://www.youthstartchallenges.eu/Referenzrahmen)

- Ich kann mich und meine Umgebung achtsam wahrnehmen und mein Handeln nach den wahrgenommenen Bedürfnissen ausrichten.
- Ich kann ein Thema aus verschiedenen Perspektiven betrachten und mich in die Lage anderer versetzen.
- Ich kann Ideen in Skizzen und Entwürfen festhalten.
- Ich kann mir Ziele setzen und Schritte zu ihrer Erreichung planen.
- Ich kann meine Ziele konsequent Schritt für Schritt verfolgen, auch wenn es schwierig wird.
- Ich kann Verantwortung für das Erreichen eines gemeinsamen Zieles übernehmen.
- Ich kann bei Teamarbeit Verantwortung für meine Aufgaben übernehmen und mich an vereinbarte Regeln halten.
- Ich kann meine eigenen Ideen und Geschichten mündlich oder schriftlich präsentieren.
- Ich kann erklären, wie Angebot und Nachfrage den Preis einer Ware bestimmen.
- Ich kann den Preis eines selbst hergestellten Produkts errechnen.
- Ich kann ein Verkaufsgespräch führen.

### Kompetenzcheck

Das Arbeitsheft der Schüler\*innen dient mit den zahlreichen Nachdenkimpulsen als Kompetenzcheck für ihren eigenen Lernprozess in Richtung Verkaufskompetenz.

Wie in jeder Challenge werden die Schüler\*innen im letzten Schritt („Nachdenken“) mithilfe von Fragebögen zur Selbsteinschätzung der erworbenen Kompetenzen und zur Reflexion über die eigene Arbeit angeregt.



### Vorbereitung für alle Arbeitsschritte:

Alle Schüler\*innen erhalten das Arbeitsheft mit den Übungen zu den einzelnen Schritten.

Die Titel der Übungen sind mit einem „Ü“ markiert.



### Schritt 1 - Ziele bestimmen

#### Ü 1.1: Was habt ihr vor?

Diese Übung dient der Zielbestimmung und dem Abstecken des Rahmens:

1. Warum soll etwas verkauft werden? Welchen Wunsch wollen sich die Schüler\*innen erfüllen, für den sie Geld brauchen?
2. Wo bieten sich Verkaufsgelegenheiten? Verkaufsstände an der Schule sind rechtlich unbedenklich, doch wie sieht es mit andere möglichen Verkaufsorten aus? Gibt es öffentliche Märkte in der Schulumgebung, wo ein Verkaufsstand der Schulklasse möglich wäre?
3. Abhängig vom Verkaufsort wird überlegt, wer als Kund\*innen in Frage kommt.



In und um die Illustration eines Verkaufsstandes notieren die Schüler\*innen die Antworten: „Unser Ziel“ (1.), „Verkaufsort und -tag“ (2.) und „Unsere Kund\*innen“ (3.). Der Stand zieht sich als Motiv durch die gesamte Challenge. Bei Schritt 6 gegen Ende der Challenge wird er um den Standnamen ergänzt und mit Produkten bzw. Hinweisen zur verkauften Dienstleistung ergänzt.



Mit der *Design Thinking*-Methode können die Jugendlichen eine passende Verkaufsidee entwickeln, denn sie hilft beim Entdecken von Möglichkeiten und in Folge auch dabei, sich in potenzielle Kund\*innen hineinzuversetzen und herauszufinden, was sie brauchen. Sie wird in der **A2 Idea Challenge** Schritt für Schritt erklärt und ist Teil von „Jugend stärken“, Band 3 (freier Download und Bestellung unter [www.jugendstaerken.at](http://www.jugendstaerken.at)).



Zur A2 Idea Challenge gibt es ein ergänzendes E-Learning-Tool (Online-Version + App):

→ [www.flipchallenge.at](http://www.flipchallenge.at) (Entrepreneurship Challenge)

Dieses Video daraus hilft beim Erkennen von Herausforderungen, die zu einer Verkaufsidee führen können:

→ Video „Herausforderungen erkennen“: [youtu.be/VONVm0q8pul](https://youtu.be/VONVm0q8pul)

### Schritt 2 - Verkaufsideen finden

#### Ü 2.1: Auf der Suche nach Verkaufsideen ...

Die fiktive Geschichte von Liane und Leon aus der 4A, die sich im Park vor der Schule zu Verkaufsideen inspirieren lassen, soll den Schüler\*innen Hinweise zum Entdecken eigener Verkaufsideen in ihrer Umgebung geben. Für die Ideenfindung wird – wie in der *Design Thinking*-Methode – ein Brainstorming durchgeführt. Dabei zählt jede Idee, auch die verrückteste.

Wichtig ist, dass die Jugendlichen beim Suchen der Ideen eigene Stärken mitberücksichtigen – wenn sie dabei an ihre Hobbies denken, fällt es leichter, sich die eigenen Stärken bewusst zu machen.

#### Lösungsvorschläge für Verkaufsideen der 4A:

Schülerzeitung verkaufen, Tanz-Aufführung im Park (z.B. für und mit einsamen alten Menschen), Hunde Gassi führen, Fahrräder reparieren, Fotoausstellung („Impressionen aus dem Grätzl“)  
Stärken von Leon werden für Schülerzeitung und Fotoausstellung genutzt, Lianes Stärken für die Fahrradreparatur, Stärken der Mitschüler\*innen, die im Park proben, für die Tanzaufführung; Mitschüler\*innen mit Hunde-Erfahrung sind fürs Gassi-Führen geeignet; kontaktfreudige fürs Verkaufen der Zeitung; solche mit kommunikativen Stärken können im Gespräch mit den alten Menschen basierend auf deren Bedürfnissen weitere Verkaufsideen entwickeln.

#### Ü 2.2: Welche Ideen sind vielversprechend?

Alle Ideen, die im Brainstorming gefunden wurden, werden im Arbeitsheft notiert – dort finden die Jugendlichen auch einige Vorschläge, die sie zu eigenen inspirieren können.





Wenn die Schüler\*innen Lebensmittel verkaufen wollen, müssen davor die Hygienebestimmungen recherchiert werden!

Aus allen Verkaufsideen werden gemeinsam die „Top 3“-Ideen ausgewählt. Diese Methode hilft, schnell in der Gruppe eine Entscheidung zu treffen:

- Jede\*r kennzeichnet im Arbeitsheft für sich spontan 3 Lieblingsideen.
- Alle Ideen, die gekennzeichnet wurden, werden auf die Tafel oder ein Plakat geschrieben.
- Alle erhalten 3 Klebepunkte und überlegen sich, wie sie sie auf die Ideen aufteilen wollen: Man kann 3 Ideen je einen Punkt geben, die Punkte auf 2 Ideen verteilen oder 1 Idee mit drei Punkten auszeichnen.
- Die Punkte werden zu den entsprechenden Ideen geklebt, alternativ können sie gezeichnet werden.
- Die 3 Ideen mit den meisten Punkten werden ausgewählt und in **Ü 2.3** einem Check unterzogen.

## Ü 2.3: Welche Idee hält der Überprüfung stand?

Passt die Idee zu unseren Kund\*innen? Diese Frage stellen sich die Schüler\*innen zu jeder der 3 Ideen.

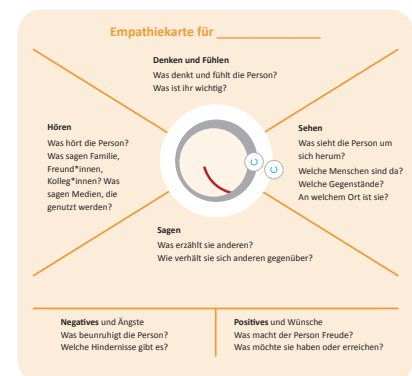
**Der Verkaufsort lässt Rückschlüsse auf die potenziellen Käufer\*innen zu.**

- Wird in der Schule z. B. am Tag der offenen Tür verkauft, sind Eltern, Großeltern, jüngere Kinder, Mitschüler\*innen und Lehrer\*innen die Zielgruppe.
- Findet der Verkauf in einem Altersheim statt, sind es deren Bewohner\*innen und Pflegekräfte.
- Wird auf einem öffentlichen Markt verkauft, muss recherchiert werden, wer normalerweise dort einkauft.

Mithilfe der Empathiekarte aus der *Design Thinking*-Methode lernen die Schüler\*innen, sich in ihre potenziellen Kund\*innen einzufühlen.

Teilen Sie die Klasse in kleine Teams und lassen Sie jedes Team für eine potenzielle Kund\*innen-Gruppe eine Empathiekarte ausfüllen. Eine Vorlage gibt es in den Kopiervorlagen.

Mit den Fragen der Empathiekarte kann auch ein Interview mit den potenziellen Kund\*innen gespielt werden. Dabei können noch weitere Fragen gestellt werden. Die Antworten bilden die Basis dafür, herauszufinden, was die Kund\*innen brauchen. Mithilfe der *Design Thinking*-Methode kann für die Kund\*innen ein Bedürfnis-Statement erstellt werden.



Wenn genügend Zeit ist, sollte dieser Prozess mithilfe von Schritt 3 (Verstehen) aus der **A2 Idea Challenge: Lösungen finden mit der Design Thinking-Methode** durchgeführt werden.



In der App zur A2 Idea Challenge lernt man, Bedürfnisse zu definieren. Für die Benutzung der App ist eine einmalige kostenlose Registrierung erforderlich.

Zwei kurze Quizfragen zu Bedürfnissen (Was sind Bedürfnisse und was nicht?):

→ [designthinking.app.ovosplay.com/#/deck/25](https://designthinking.app.ovosplay.com/#/deck/25)

Beispiele für Bedürfnisse inkl. kurzer Definitionen sowie ausformulierte Bedürfnis-Statements:

→ [designthinking.app.ovosplay.com/#/library/topic/4](https://designthinking.app.ovosplay.com/#/library/topic/4)

Eine Checkliste hilft den Schüler\*innen aus ihren „Top 3“-Ideen jene Verkaufsidee auszuwählen, die sie gemeinsam umsetzen. Wird eine der Fragen im Arbeitsheft mit NEIN beantwortet, muss die Idee gestrichen oder entsprechend verändert werden. Die Ideen werden nach diesen Kriterien geprüft:

- **Kund\*innen:** Sind die Kund\*innen bereit, für die Verkaufsidee Geld ausgeben? Ist das Produkt oder die Dienstleistung für sie leistbar? *(Diese Frage ist wichtig, da es keinen Sinn macht, sich Verkaufsideen zu überlegen, deren Preis für die potenzielle Zielgruppe sicher zu hoch wäre.)*





- **Geld:** Zuerst wird geschätzt, wie viel Geld vorab in die Herstellung/Vorbereitung investiert werden muss. Reicht das Geld der Klasse für die Umsetzung ihrer Verkaufsidea? Wenn nicht, gibt es kostengünstige oder kostenlose Alternativen? Kann Geld geliehen werden? *(Wenn ja, von wem? – Das ist nur dann eine Option, wenn man ganz sicher ist, dass man das Geld zurückzahlen kann.)*
- **Material:** Zuerst wird überlegt, welche Materialien für Produkt oder Dienstleistung benötigt werden. Kann man sie kaufen oder kostenlos besorgen? Sind alle notwendigen Werkzeuge/Maschinen verfügbar? *(Wenn nein, wo kann man sie leihen? Welche Kosten entstehen dabei?)*
- **Zeit:** Zuerst festlegen, wann der Verkaufstag sein soll. Wenn der Verkaufstag mit einem bestimmten Ereignis verknüpft ist, das viele Kund\*innen verspricht, z. B. Tag der offenen Tür an der Schule oder Ehrenamtswoche mit Aktionstag im Altersheim, dann steht das Datum fest und kann nicht von der Klasse fixiert werden. Gibt es genügend Zeit bis zum Verkaufstag, um alle notwendigen Arbeiten zu erledigen?
- **Wissen (Know-How):** Haben die Jugendlichen das notwendige Wissen, um das Produkt herzustellen oder die Dienstleistung durchführen zu können? *(Wenn nein: Wer könnte unterstützen? Eltern? Freund\*innen? Bekannte Unternehmen?)*
- **Erfolg:** Hier werden 2 Arten von Erfolg unterschieden: 1. der Nutzen für die Klasse und/oder die Gemeinschaft *(das kann Zusammenhalt, gemeinsame Teamerfahrung, das erfüllende Erlebnis in einem sozialen Projekt aktiv zu sein oder der konkrete Nutzen sein, den der Verkauf für jemanden stiftet);* 2. der finanzielle Gewinn, der erzielt wird, und der es ermöglicht, das gesteckte Klassenziel umzusetzen. Kann mit dem Verkauf ein ideeller und/oder finanzieller Erfolg erzielt werden?
- **Nachhaltigkeit:** Wird die Umwelt bei der Umsetzung der Verkaufsidea geschont? *(Wenn nicht: Wie könnte man die Idee verändern, damit man nachhaltig handelt? Z. B. mit recycelten Materialien arbeiten, Plastikmüll vermeiden oder sogar eine Idee umsetzen, die einen positiven Beitrag für die Umwelt leistet.)*

Nach diesem Check legen die Jugendlichen gemeinsam ihre Verkaufsidea fest.

## Schritt 3 - Prototyp erstellen und präsentieren

### Ü 3.1: Die Verkaufsidea nimmt Formen an – erste Prototypen

Wie in einem *Design Thinking*-Prozess üblich, erstellen die Schüler\*innen in kleinen Teams erste Prototypen ihrer Verkaufsidea. Was ist ein Prototyp?

Ein Prototyp ist eine schnelle und einfache Darstellung einer Idee:

- z. B. Probestück des Verkaufsprodukts – als Zeichnung oder gebaut
- möglichst bildhafte Beschreibung der geplanten Dienstleistung, z. B. als Rollenspiel, Video oder Skizze

Gewählt wird, was zum Team passt. Wichtig ist, dass die Idee dadurch für andere verständlich wird.

Die einzelnen Arbeitsschritte bei der Herstellung werden in Notizen und mit Fotos dokumentiert. Das erleichtert später die Erstellung einer Materialliste und die zeitliche Planung für die Herstellung größerer Mengen:

Arbeitsschritt - Beschreibung	benötigte Materialien	benötigte Zeit

### Ü 3.2: Welcher Prototyp kommt gut an?

Von derselben Verkaufsidea existiert am Ende von jedem Team ein eigener Prototyp. Jedes Team präsentiert seinen Prototyp und beantwortet dabei die im Arbeitsheft vorgegebenen Fragen. Besprechen Sie die Fragen vorab mit der Klasse.

Was macht den Prototyp besonders? Warum sollte man dafür Geld ausgeben? Welche Materialien werden zur Herstellung benötigt? Wie wird bei der Herstellung die Umwelt geschont? Wie lange dauert die Vorbereitung?



Wer nicht präsentiert, hört bei den Präsentationen achtsam zu und **gibt wertschätzendes Feedback, das dabei helfen soll, den Prototyp weiterzuentwickeln** (was gefällt besonders gut, was sollte wie verändert werden).

Als Ziel steht am Ende eine Version, die beim Verkauf Erfolg verspricht! Dafür können auch mehrere Prototypen miteinander kombiniert werden.

### Schritt 4 - Verkauf planen

#### Ü 4.1: Die Planung beginnt ...

Was muss bis zum Verkaufstag alles erledigt werden?

Gestartet wird mit einer Skizze, die jede\*r Schüler\*in allein anfertigt. Dazu wird die Verkaufs-idee in den Verkaufsstand geschrieben, rundherum werden alle benötigten Materialien und Werkzeuge notiert. Stärken, Wissen und notwendige Unterstützung werden in die Lupe geschrieben.

Die Notizen werden verglichen. Daraus entsteht gemeinsam eine vollständige Liste mit allem, was zur Umsetzung benötigt wird. Was noch besorgt werden muss, wird auf der Liste markiert.



Sollte der Verkauf außerhalb der Schule stattfinden, wird möglicherweise eine Genehmigung benötigt.

#### Ü 4.2: Schritt für Schritt zum „Verkaufs-Hit“

In fünf Schritten wird der Weg zum „Verkaufs-Hit“ beschrieben:

- Materialien besorgen
- Produkt herstellen bzw. Dienstleistung vorbereiten
- Verkaufsstand vorbereiten
- Verkaufen
- Aufräumen



Die Beschreibung der Schritte im Arbeitsheft enthalten alle Aufgaben, die für die Planung des gemeinsamen Verkaufserlebnisses notwendig sind. Erstellen Sie gemeinsam einen **übersichtlichen und vollständigen Klassen-Arbeitsplan**. Als Hilfestellung gibt es einen in den Kopiervorlagen.

Sobald die Aufgaben aufgelistet sind, wird gemeinsam entschieden, wer welche Aufgabe übernimmt. Wenn möglich, wählen die Schüler\*innen Aufgaben, die ihren Stärken entsprechen. Wenn nicht, bietet das Verkaufsprojekt die Möglichkeit, sich neuen Herausforderungen zu stellen. Thematisieren Sie das in der Klasse!

Jede\*r notiert, für welche Aufgaben er/sie Verantwortung übernimmt. Nur wenn alle Verantwortung übernehmen und sich alle aufeinander verlassen können, kann das Projekt ein Erfolg werden.

Anhand des Arbeitsplans, auf dem erledigte Aufgaben abgehakt werden, wird der planmäßige Projektverlauf regelmäßig kontrolliert. **Wenn es Probleme gibt, soll rechtzeitig Unterstützung geholt werden (von Mitschüler\*innen oder Erwachsenen).**



In der **A2 Start Your Project Challenge** können sich Jugendliche, inspiriert von einem Planspiel, detailliert mit der Planung von Projekten beschäftigen; z. B. lernen sie, Projekte mit einem Projekt-Strukturplan im Team zu planen. Die Challenge ist Teil von „Jugend stärken“, Band 4 (zum freien Download auf [www.jugendstaerken.at](http://www.jugendstaerken.at)).



## Schritt 5 - Verkaufspreis berechnen

In den Kopiervorlagen gibt es einen übersichtlichen Finanzplan, anhand dessen Ausgaben, Verkaufspreis, Einnahmen und Gewinn errechnet werden können. Das Arbeitsheft für die Schüler\*innen enthält in **Ü 6.3: War euer Verkauf erfolgreich?** eine Übersichtstabelle, mit der der Gewinn errechnet werden kann.

### Ü 5.1: Angebot und Nachfrage bestimmen den Preis!

Um den Verkaufspreis festlegen zu können, werden Nachfrage und Angebot bestimmt.

**Nachfrage:** Wie viele Personen werden am Verkaufstag anwesend sein?  
Wie viele davon kommen als Kund\*innen in Frage?

Von der erwarteten Nachfrage wird das **Angebot** abgeleitet. Das Angebot ist auch davon abhängig, wie viel Stück bis zum Verkaufstag vom Produkt hergestellt werden können bzw. wie oft die Dienstleistung (aus Zeit- und Materialgründen) angeboten werden kann.

Für die Festlegung des Verkaufspreises werden folgende Faktoren berücksichtigt:

- Wie viel kosten ähnliche Produkte / Dienstleistungen?  
(kann in Geschäften oder im Internet recherchiert werden)
- Wie viel sind mögliche Kund\*innen bereit, dafür zu bezahlen?  
(dafür können Menschen aus dem Umfeld befragt werden)
- Wie hoch sind die eigenen Ausgaben?  
(sie werden vorläufig geschätzt und erst in der nächsten Übung genau berechnet)
- Wie hoch muss der Preis sein, damit die eigene Arbeitszeit auch bezahlt wird?  
(z.B. indem der Verkaufspreis doppelt so hoch wie der Preis für die Herstellung ist)

**Ein vorläufiger Verkaufspreis wird festgelegt. Er soll sowohl für Kund\*innen als auch für Verkäufer\*innen fair sein.** Überlegen Sie gemeinsam, wie das Startkapital für die Finanzierung der Herstellungskosten aufgebracht werden kann.

### Ü 5.2: Wie viel Geld müssen wir ausgeben?

Um die Ausgaben exakt berechnen zu können, wird eine Einkaufsliste mit allen benötigten Materialien erstellt. Für die Gesamtausgaben müssen auch Leihgebühren oder eine mögliche Standmiete berücksichtigt werden.

→ Auf [www.youthstartchallenges.eu/Einkaufsliste](http://www.youthstartchallenges.eu/Einkaufsliste) gibt es dafür eine Vorlage auf Excel.

Einkaufsliste	Preis	Menge	gesamt (Preis × Menge)
.....	... €	...	... €
<b>Ausgaben für Einkäufe</b>			<b>240,10 €</b>
andere Ausgaben, z.B. Leihgebühr	... €	...	... €
<b>Ausgaben gesamt</b>			<b>... €</b>

Mit dem Öko-Check wird überprüft, ob die Jugendlichen bei der Herstellung ihres Verkaufsprodukts bzw. bei der Vorbereitung ihrer Dienstleistung achtsam mit den Ressourcen der Erde umgehen:

- biologische und faire Produktion?
- kurze Transportwege?
- Verpackungsmüll und Plastik vermeidbar?
- gebraucht kaufen oder ausleihen möglich?





Sind die Ausgaben bekannt, berechnet man die Ausgaben für die Herstellung eines Stücks:

Gesamtausgaben dividiert durch Anzahl der hergestellten Stücke (bzw. die Anzahl, wie oft die Dienstleistung angeboten wird) ergibt die Ausgaben pro Stück (bzw. Einheit).

**$260,10 : 50 = 5,20$  (Die Herstellungskosten umgerechnet auf eine Tragetasche betragen € 5,20.)**

Ausgehend von den Ausgaben pro Stück wird ein fairer Verkaufspreis festgelegt:

Fairer Verkaufspreis = Ausgaben pro Stück multipliziert mit z. B. 2 (um die eigene Arbeitszeit zu berücksichtigen)

**$5,20 \times 2 = \text{ca. } 10$  (Der Verkaufspreis sollte ca. € 10,- pro Tragetasche betragen.)**

**Ist dieser Preis fair für die Kund\*innen? Sind sie bereit ihn zu bezahlen?**

Ebenso muss vorab fixiert werden, wie viel Stück mindestens verkauft werden müssen, damit die Ausgaben gedeckt sind und kein Verlust entsteht:

Mindeststückzahl an verkauften Produkten = Ausgaben dividiert durch Verkaufspreis pro Stück

**$260,10 : 10 = 26$  (Es müssen mindestens 27 Tragetaschen à € 10,- verkauft werden – sonst Verlust !)**

Wenn alle Stücke verkauft werden, kann der maximal mögliche Gewinn erwirtschaftet werden.

Der Gewinn ist die Summe aller Einnahmen minus die Ausgaben.

**$50 \times 10 = 500$  (Es können maximal 50 Stück verkauft werden. Damit wird bei einem Verkaufspreis von € 10,- ein Umsatz von € 500 erzielt.)**

**$500 - 260,10 = 239,90$  (maximal möglicher Gewinn € 239,90)**

## Schritt 6 - Erfolgreich verkaufen

### Ü 6.1: Verkaufen will gelernt sein ...

Wer am Verkaufsstand das Produkt oder die Dienstleistung verkaufen möchte, muss gut über sein Angebot informiert sein, eine Geschichte dazu erzählen können („Storytelling“) und sollte den Kund\*innen auch berichten können, welches Ziel mit dem Verkauf verfolgt wird.

Wie das in einem Verkaufsgespräch genau ablaufen könnte, trainieren die Schüler\*innen bei einem Test-Verkauf ihres Angebots. Dazu bilden sie Paare, beide schlüpfen einmal in die Verkäufer\*innen-Rolle. Im Rollenspiel berücksichtigen sie die Verkaufsgesprächs-Tipps aus ihrem Arbeitsheft:

- lächeln, freundlich grüßen und sich vorstellen
- Blickkontakt halten (nicht mit dem Handy spielen!)
- interessiert zuhören und Fragen stellen, um herauszufinden, was die Person brauchen könnte
- laut und deutlich sprechen

Wer will, kann das Rollenspiel vor der Klasse spielen und/oder sich dabei filmen lassen. Gemeinsam werden die Gespräche analysiert, indem folgende Fragen beantwortet werden:

- Welche der Verkaufstipps wurden bei eurem Rollenspiel angewendet? Welche haben gefehlt?
- Wie habt ihr euch als Kund\*innen gefühlt? Habt ihr das Produkt gekauft? Wenn ja – warum?
- Wer konnte als Verkäufer\*in besonders überzeugen? Womit?

Jede\*r Schüler\*in zieht ein persönliches Fazit aus dem Rollenspiel und notiert sich die Sätze, die bei ihm/ihr als Kundin oder Kunde angenehme Gefühle geweckt haben im Arbeitsheft. Gemeinsam werden auch freundliche Begrüßungssätze gesammelt – sie können in mehreren Sprachen im Heft notiert werden.

**Die Notizen dienen als Vorbereitung auf das echte Verkaufsgespräch.**



### Ü 6.2: Ein einladender Verkaufsstand ...

Diskutieren Sie mit den Jugendlichen darüber, was sie dazu einlädt, bei einer Auslage oder einem Verkaufsstand auf einem Markt stehenzubleiben. Was macht sie neugierig?

Was könnte potenzielle Kund\*innen neugierig auf den Verkaufsstand der Schüler\*innen machen?

Gemeinsam überlegen sich die Jugendlichen einen passenden Standnamen und Dekoration für den Stand, die zum Stehenbleiben & Einkaufen anregt.

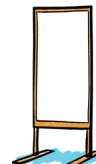
#### Name:

- Er „erzählt“ etwas zum Ziel der Klasse (z. B. „Ein Rollstuhl für Julia“, wenn das Geld an Julia für den Kauf eines Rollstuhls gespendet werden soll)
- Er macht neugierig auf das Produkt (z.B. „Glück im Glas“ für selbstgemachte Marmelade) oder die Dienstleistung (z. B. „Fipsis Fotostand“, wenn der Fotograf Fipsi heißt)



#### Ziel:

- Kurze, interessante Informationen zum Ziel der Klasse (kurze Texte, Fotos, Zeichnungen, ...) – wenn Kund\*innen erfahren, was die Jugendlichen mit dem Geld vorhaben, könnte das ein Kaufanreiz sein.



Im Arbeitsheft können die Schüler\*innen die Dekoration skizzieren und Standname und Plakat formulieren. Dabei überlegen sie sich auch zusätzliche „Eye-Catcher“, wie ein passendes Outfit für die Verkäufer\*innen.

Besprechen Sie auch, wo der Preis von Produkt oder Dienstleistung gut sichtbar angebracht wird.

Auf einem Plakat? Direkt bei der Ware?

Wenn kleine Produkte verkauft werden, eignen sich kleine Körbe oder Schachteln für die Präsentation am Verkaufsstand. Die Jugendlichen müssen sich auch vorab entscheiden, wie sie ihr Produkt überreichen. Falls verpackt, muss ausreichend umweltschonendes Verpackungsmaterial bereitgestellt sein.

### Ü 6.3: War euer Verkauf erfolgreich?

Nach dem Verkaufstag soll es ausreichend Zeit für eine Reflexion geben, bei der auch über den Erfolg des Verkaufstages nachgedacht wird.

Diskutieren Sie als Einstieg mit den Jugendlichen darüber, was für sie Erfolg bedeutet und was es speziell in diesem Kontext für sie heißt.

- Konnten sie ihr Ziel erreichen?
- Haben sie einen Gewinn erzielt?
- Haben sie als Team gut zusammengearbeitet, indem jede\*r im Team Verantwortung für seinen/ihren Teil übernommen hat?
- Konnten sie schöne Erfahrungen sammeln und Neues lernen?

Mithilfe der Übersichtstabelle aus dem Arbeitsheft wird der Gewinn für die Klasse berechnet:

Ausgaben	_____ €
Verkaufspreis	_____ € pro Stück / Einheit
Einnahmen	= Verkaufspreis mal verkaufte Stück / Einheiten _____ € = _____ € × _____
Gewinn	= Einnahmen minus Ausgaben _____ € = _____ € - _____ €



Das Heft enthält auch eine Formel zur Berechnung des maximal erzielbaren Gewinns bei Verkauf aller hergestellten Produkte bzw. wenn die Dienstleistung so oft wie möglich verkauft wurde:

Berechne eure **maximalen Einnahmen**:

**Verkaufspreis** *mal* **hergestellte Stück** / **maximale Anzahl an verkauften Einheiten**

Wie hoch wäre euer **Gewinn** gewesen, wenn ihr alles verkauft hättet?

**maximal möglicher Gewinn** = **maximale Einnahmen** *minus* **Ausgaben**

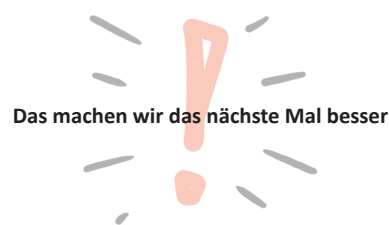
\_\_\_\_\_ € = \_\_\_\_\_ € - \_\_\_\_\_ €

Ein übersichtlicher Überblick zur Erstellung eines Finanzplans ist in den Kopiervorlagen enthalten.

Wenn am Ende Produkte übrigbleiben, kann im Rahmen eines neuen Projekts versucht werden, diese über die Schulwebsite zu verkaufen.

Reicht der Gewinn, um das Klassenziel umsetzen zu können? Wenn nicht, was könnte der Grund dafür sein, dass das Ziel nicht erreicht wurde? Was könnte man das nächste Mal anders, besser machen?

Abschließend formuliert jede\*r Schüler\*in für sich persönliche Highlights aus dem Projekt und was gelernt wurde:



## Schritt 7 - Nachdenken

### Ü 7.1: Fragebogen zur Lemonade Stand Challenge

Wie immer am Ende einer Challenge werden die Schüler\*innen in einem Fragebogen mit offenen Fragen zu einer Selbstreflexion über das Gelernte aufgefordert. Die Antworten fassen die persönlichen Erkenntnisse der Jugendlichen aus der Challenge zusammen.

Geben Sie den Schüler\*innen die Möglichkeit, in Paaren oder in der Klasse über die Antworten zu reden.

### Ü 7.2: Wie gut gelingt dir das schon?

Mit diesem Fragebogen werden wesentliche Kompetenzen wiederholt, die während der Challenge trainiert wurden. Die Schüler\*innen schätzen selbst ein, was ihnen schon wie gut gelingt. Besprechen Sie davor die Bedeutung der Smileys.



### TRIO-Modell für Entrepreneurship

Nach der ganzheitlichen Definition für Entrepreneurship, dem TRIO-Modell, ist die Lemonade Stand Challenge dem Bereich „**Core Entrepreneurial Education**“ zugeordnet. Dabei geht es um die Förderung von unternehmerischer Qualifikation im engeren Sinn: eigene innovative Ideen entwickeln und diese kreativ und strukturiert umsetzen.

### Dauer der Challenge

ca. 6–8 Unterrichtseinheiten, vorzugsweise als Doppelstunden  
(ohne Herstellung der Produkte und ohne tatsächlichen Verkauf)

Die Challenge eignet sich besonders zur fächerübergreifenden Umsetzung im Rahmen von Projekttagen oder als Vorbereitung schulspezifischer Veranstaltungen (z.B. Umsetzung sozialer Projekte oder von Gesundheitsprojekten, Adventbazar, Elternsprechtag, Tage der offenen Tür, ...). Diese Fächer sollten involviert werden: Geografie und Wirtschaftskunde, Mathematik, EDV, Werken, Bildnerische Erziehung und Sprachen (Deutsch, Englisch) auch Religion (wenn Adventbazar oder andere Sozialprojekte).

### Eingangsvoraussetzungen

keine; es ist hilfreich, wenn die *Design Thinking*-Methode davor schon bekannt ist („A2 Idea Challenge – Lösungen finden mit der *Design Thinking*-Methode“).

### Kontext innerhalb des Youth<sup>th</sup> Start Entrepreneurial Challenges-Programms

Alle Challenges: [www.youthstart.eu](http://www.youthstart.eu)

Die „A2 Lemonade Stand Challenge – Ein Verkaufserlebnis mit der Klasse“ baut auf der „A1 Lemonade Stand Challenge – Verkaufen macht Spaß“ auf. Zugleich dient sie als Einstieg für die „B1 Lemonade Stand Challenge“. Sie ist eng verknüpft mit der „A2 Idea Challenge – Lösungen finden mit der *Design Thinking*-Methode“ und der „A2 Start Your Project Challenge – Wie startet man ein Projekt?“.

### Weitere Materialien

- Erklärvideo zur Challenge: [www.youthstartchallenges.eu/A2LemonadeStand](http://www.youthstartchallenges.eu/A2LemonadeStand)
- E-Learning Tool zur *Design Thinking*-Methode: [www.flipchallenge.at](http://www.flipchallenge.at) (Entrepreneurship-Challenge)
- Video „Herausforderungen erkennen“: [youtu.be/VONVm0q8pul](https://youtu.be/VONVm0q8pul)
- Video „Wie weckst du Eigeninitiative“: [youtu.be/iw4iGvqXBpk](https://youtu.be/iw4iGvqXBpk)



# Empathiekarte für \_\_\_\_\_

## Denken und Fühlen

Was denkt und fühlt die Person?  
Was ist ihr wichtig?

## Hören

Was hört die Person?  
Was sagen Familie,  
Freund\*innen,  
Kolleg\*innen? Was  
sagen Medien, die  
genutzt werden?

## Sehen

Was sieht die Person um  
sich herum?  
Welche Menschen sind da?  
Welche Gegenstände?  
An welchem Ort ist sie?

## Sagen

Was erzählt sie anderen?  
Wie verhält sie sich anderen gegenüber?

## Negatives und Ängste

Was beunruhigt die Person?  
Welche Hindernisse gibt es?

## Positives und Wünsche

Was macht der Person Freude?  
Was möchte sie haben oder erreichen?





Was?	Bis wann?	Wer?	✓
Festlegen, wie viel Stück des Produkts hergestellt werden sollen bzw. wie oft die Dienstleistung angeboten werden soll ( <i>Erläuterungen in Schritt 5 - Verkaufspreis berechnen</i> )			
Liste mit allen notwendigen Materialien erstellen			
Klären, was man ausborgen kann			
Darauf basierend Einkaufsliste erstellen ( <i>dabei nicht auf die Dekoration für den Stand und eventuell notwendige Verpackungsmaterialien für eure Produkte vergessen!</i> )			
Preise für Einkaufsliste recherchieren; ausrechnen, wie viel die Einkäufe kosten			
Geld für die Einkäufe organisieren			
Einkaufen			
Überblick über alle Ausgaben erstellen (tatsächliche Kosten der Einkäufe + andere Ausgaben, wie z.B. Kosten für Standmiete) – <i>siehe Schritt 5 - Verkaufspreis berechnen</i>			
Mithilfe der tatsächlichen Ausgaben Verkaufspreis für Produkt oder Dienstleistung berechnen – <i>siehe Schritt 5 - Verkaufspreis berechnen</i>			
Produktionsort und Ort für Lagerung der fertigen Produkte festlegen			
Alle Einkäufe und andere, schon vorhandenen notwendigen Werkzeuge und Hilfsmittel an den Produktionsort bringen			
Arbeitsschritt-Beschreibung (die bei der Herstellung des Prototyps verwendet wurde) bereitlegen bzw. neu schreiben, wenn Kombination mehrerer Prototypen gewählt wurde			
Klasse in kleine Gruppen teilen und festlegen, welche Gruppe für welchen Teil der Herstellung des Produkts bzw. Vorbereitung der Dienstleistung verantwortlich ist			
In kleinen Gruppen Produkt herstellen bzw. Dienstleistung vorbereiten sowie die notwendigen Verpackungen vorbereiten			
Fertige Produkte bzw. Teile für die Dienstleistung an den Lagerort bringen			
Stabilen Tisch, mind. 2 Sessel und (wenn möglich) Pinnwand bzw. Plakatstand für den Verkaufsstand organisieren			
Dekoration für den Verkaufsstand zeichnen und basteln			
Plakat mit Verkaufsangebot und Preis für den Verkaufsstand gestalten			
Plakat mit kurzer „Story“ über die Entstehungsgeschichte von Produkt oder Dienstleistung und Verkaufsziel gestalten (z.B. mit Fotos!)			
Kassa und ausreichend Wechselgeld organisieren; notieren, wie viel Geld in der Kassa ist; Quittungen vorbereiten			
Werbetext für Plakate oder Informationen für Social Media bzw. Schulwebsite vorbereiten			
Werbeschilder bzw. -plakate und Flugblätter gestalten (inkl. Ort, Datum, Uhrzeit)			
Werbetexte für Social Media an Eltern weitergeben, Flugblätter verteilen, Werbeschilder und -plakate in der Schule und anderen Orten anbringen			
Dienstplan für den Verkaufsstand erstellen (nie mehr als 3–4 Schüler*innen am Stand)			
Vor Verkauf überlegen, welche Informationen ihr den Kund*innen über Produkt, Dienstleistung und Verkaufsziel mitteilen wollt – <i>siehe Schritt 6 - Erfolgreich verkaufen</i>			
Festlegen, wer nach jedem Verkauf notiert, wie viel verkauft wurde und wie viel Geld ihr erhalten habt			
Produkte, Zubehör für Dienstleistung, Deko und Ausstattungsgegenstände für den Stand zum Verkaufsort transportieren ( <i>Kassa, Wechselgeld, Quittungen, Stifte, Papier, Schere, Klebstoff</i> )			
Nach Verkauf: Geld zählen, Einnahmen berechnen, Geld an sicheren Ort bringen			
Stand abbauen, Abfall umweltgerecht entsorgen			
Restliche Produkte + Ausstattungsgegenstände von Verkaufsort abtransportieren			



	Produkt	Dienstleistung
<b>AUSGABEN</b>	<p>Wie viel kosten die Materialien?</p> <p>= Ausgaben</p> <p>€ € €</p> <p>Schätze, wie viel Stück ihr herstellen könnt.</p> <p>Schätzung: _____ Stück</p> <p>Ausgaben : Stückzahl = Ausgaben pro Stück</p> <p>_____ € : _____ = _____ €</p>	<p>Wie viel kosten die Materialien?</p> <p>= Ausgaben</p> <p>€ € €</p> <p>Gibt es weitere Ausgaben?</p>
<b>VERKAUFSPREIS</b>	<p>Damit auch deine Arbeit bezahlt ist und am Ende Geld übrig bleibt, muss der Verkaufspreis höher sein als die Ausgaben – z. B. doppelt so hoch.</p> <p>Ausgaben pro Stück × (z. B.) 2 = Verkaufspreis pro Stück</p> <p>_____ € × _____ = _____ €</p> <p>Wie viel Stück müsst ihr verkaufen, damit Geld übrig bleibt?</p> <p>Ausgaben : Verkaufspreis pro Stück = Mindest-Stückzahl an verkauften Produkten (sonst Verlust)</p> <p>_____ € : _____ € = _____ Stück</p> <p>Ist das fair für alle?</p>	<p>Wie viel ist deine Arbeitszeit wert? (z. B. 5 €/Stunde)</p> <p>Berechne einen Verkaufspreis, der für dich fair ist. Ist dieser Preis auch fair für deine Kund*innen?</p> <p>fairer Verkaufspreis pro Dienstleistung (DL)</p> <p>_____ €</p>
<b>EINNAHMEN</b>	<p>Verkaufspreis pro Stück × verkaufte Stück = Einnahmen</p> <p>_____ € × _____ Stück = _____ €</p> <p>maximale Stückzahl</p> <p>maximale Einnahmen</p>	<p>Schätze, wie oft du die Dienstleistung verkaufen kannst.</p> <p>Schätzung: _____</p> <p>Verkaufspreis pro DL × verkaufte DL = Einnahmen</p> <p>_____ € × _____ = _____ €</p>
<b>GEWINN</b>	<p>_____ € – _____ € _____ €</p> <p>Einnahmen – Ausgaben Gewinn</p>	<p>_____ € – _____ € _____ €</p>

## Weiterführende Materialien und Videos:

- E-Learning Tool zur *Design Thinking*-Methode: [www.flipchallenge.at](http://www.flipchallenge.at) (Entrepreneurship-Challenge)
- Video „Herausforderungen erkennen“: [youtu.be/VONVm0q8pul](https://youtu.be/VONVm0q8pul)
- Video „Wie weckst du Eigeninitiative“: [youtu.be/iw4iGvqXBPk](https://youtu.be/iw4iGvqXBPk)

## Zusatzaktivität:

- Markttag für Kinder und Jugendliche: [www.ifte.at/markttag](http://www.ifte.at/markttag)

## Unterrichtsmaterialien aus der Reihe ENTREPRENEUR:

- Jedes Kind stärken, Band 1–4 (Primarstufe)
- Lesehefte (Primarstufe): Ideen ins Rollen bringen, Meine Gefühle, deine Gefühle, 20 Euro auf der Spur, Gemeinsam Probleme lösen, Wir schaffen Wert, Verkaufen macht Spaß
- Jugend stärken, Band 1–4 (Sekundarstufe I)
- Less risk – more fun (Brettspiel)
- Ganzheitlich Lernen lernen. Ein Trainingsprogramm für das 21. Jahrhundert
- Warum Achtsamkeit? Ein Trainingsprogramm für Schule, Alltag und Beruf
- Starte Dein Projekt
- Misch dich ein – der Debattierclub
- Changemaker (Kartenspiel)

Bestellung: [www.ifte.at/entrepreneur](http://www.ifte.at/entrepreneur)

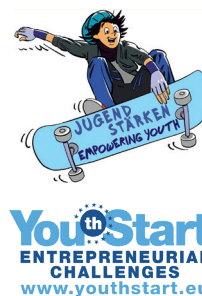


**Jugend stärken** ist ein ganzheitliches Lernprogramm für die Sekundarstufe I.

Es ist Teil des „You<sup>th</sup> Start Entrepreneurial Challenges“-Programms, das für Kinder und Jugendliche von der Volksschule bis zur Oberstufe entwickelt wurde.

Alle **Kompetenzniveaus (von A1 = Primarstufe bis B2 = Sekundarstufe II)** stehen auf [www.youthstart.eu](http://www.youthstart.eu) auf **Deutsch, Englisch** und zum Teil in fünf weiteren Sprachen zum freien Download bereit.

Unter der Rubrik „**Körper & Geist**“ findet man das *You<sup>th</sup> Start Achtsamkeitsprogramm* und kurze Videos mit Körperübungen zur Aktivierung & Konzentration.



Für das Programm **Jugend stärken** gibt es auch eine eigene Website: [www.jugendstaerken.at](http://www.jugendstaerken.at). Dort sind alle Lernmaterialien inklusive Erklärvideos digital frei verfügbar und können gedruckt bestellt werden.

## Nutzungsbedingungen:

Alle Materialien für Lehrer- und Schüler\*innen aus dem „You<sup>th</sup> Start Entrepreneurial Challenges“-Programm stehen unter der Creative-Commons-Lizenz. Sie dürfen die Unterlagen in jedwedem Format oder Medium vervielfältigen und weiterverbreiten. Voraussetzung ist die korrekte Namensnennung. Sie dürfen die Materialien nicht kommerziell nutzen. Sie dürfen die Unterlagen bearbeiten, aber nur unter derselben Lizenz wie das Original verbreiten.

Details siehe: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.de>

## Haftungsausschluss:

Die Unterstützung der Europäischen Kommission für die Erstellung dieser Veröffentlichung stellt keine Billigung des Inhalts dar, welcher nur die Ansichten der Verfasser\*innen wiedergibt, und die Kommission kann nicht für eine etwaige Verwendung der darin enthaltenen Informationen haftbar gemacht werden.

## Impressum:

Herausgeber*innen:	Eva Jambor, Johannes Lindner
Autorinnen:	Eva Jambor, Gerda Reißner, Marietta Steindl
Mitarbeit:	Gerald Fröhlich, Susanne Spangl
Redaktion:	Eva Jambor
Lektorat:	Julia Spengler
Gestaltung:	Stefan Torreiter (Illustrationen, Smileys, Piktogramme), Claudia Marschall – Grafik Design (Konzept und Layout, <a href="http://www.claudiamarschall.at">www.claudiamarschall.at</a> ), Peter Stromberger (Layout, Piktogramme You <sup>th</sup> Start), Florian Wagner (Layout)

**Diese didaktischen Begleitmaterialien sind gedruckt in Band 3 von Jugend stärken, Handbuch für Lehrer\*innen erschienen.**

Titel:	Jugend stärken. Handbuch für Lehrer*innen, Band 3
1. Auflage:	Wien 2021
ISBN:	978-3-7063-0856-4
Bestellung:	<a href="http://www.jugendstaerken.at">www.jugendstaerken.at</a> (Wiener Schulen kostenfrei)



© 2021 Initiative for Teaching Entrepreneurship  
Konzept & Entwicklung – [www.ifte.at](http://www.ifte.at)



**Kirchliche Pädagogische Hochschule Wien/Krems**  
Entwicklung & Fortbildung für Lehrer\*innen in Wien und Niederösterreich – [www.kphvie.ac.at/fortbildung](http://www.kphvie.ac.at/fortbildung)



**Arbeiterkammer Wien**  
Zusammenarbeit innerhalb des Programms „Arbeitswelt & Schule“ – [www.wien.arbeiterkammer.at/aws](http://www.wien.arbeiterkammer.at/aws)