

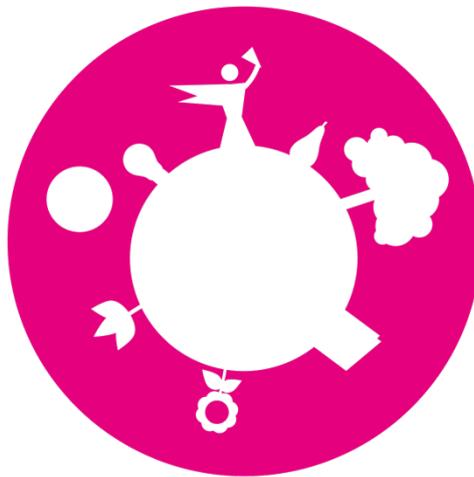
YouthStart

ENTREPRENEURIAL CHALLENGES

Perspectives Challenge B2

Ich kann mich als Teil meines Umfelds begreifen.

Entrepreneurial Culture



Vernetztes Denken

Unternehmen müssen sich Herausforderungen auf vielen Ebenen stellen. Die Jugendlichen erarbeiten unterschiedliche Ziele, stellen Zusammenhänge her und führen eine Umfeldanalyse durch. Zudem beurteilen sie die Auswirkungen von Ereignissen und entwickeln verschiedene Szenarien.

Materialien für Schüler/innen

Youth Start Entrepreneurial Challenges Programm

basierend auf dem TRIO-Modell für Entrepreneurship – www.youthstart.eu

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

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

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

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

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

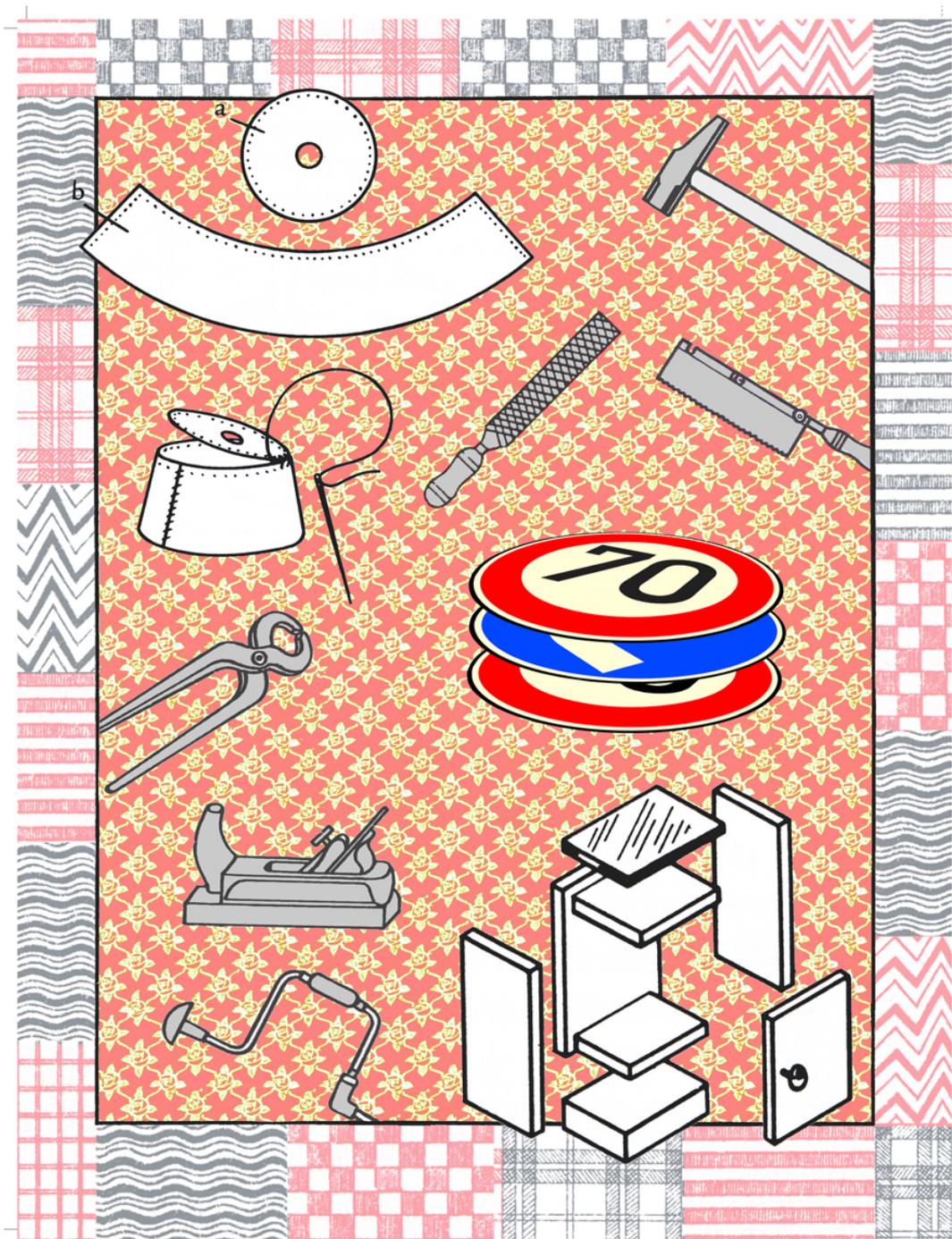
Jede Challenge gehört zu einer **Challenge-Familie**, die durch ein eigenes Piktogramm charakterisiert wird und farblich einem der TRIO-Bereiche zugeordnet ist. Eine Challenge-Familie umfasst mehrere Challenges auf verschiedenen Kompetenzniveaus. Die in den Unterrichtsmaterialien verwendeten Bezeichnungen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

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



Arbeitsblatt 1

gabrage upcycling design





„Wir schenken Menschen und Dingen eine zweite Chance.“

Gabriele Gottwald-Nathaniel

Der Weg zurück

Der Weg aus einer (Drogen-)Abhängigkeit ist steinig und schwer. Menschen auf diesem Weg zu unterstützen und ihnen neue Perspektiven aufzuzeigen, ist das Ziel von Gabriele Gottwald-Nathaniel. Sie ist Verwaltungsdirektorin am Anton-Proksch-Institut, der größten Suchtklinik Europas, und Leiterin des sozialökonomischen bzw. sozialintegrativen Betriebs „*gabarage upcycling design*“.

2002 wurde „*gabarage upcycling design*“ aus der Taufe gehoben. Dabei entwerfen ehemalige Suchtkranke gemeinsam mit ausgewählten Designerinnen und Designern Produkte, die ausschließlich aus Abfall- bzw. Restmaterialien bestehen. Produktion und Verkauf werden ebenfalls von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern von *gabarage* übernommen.

Gabriele Gottwald-Nathaniel und ihrem Team ist es gelungen, die Bereiche Upcycling Design und soziale (Re-)Integration von Personen mit Suchtproblematik in einem sozialökonomischen Betrieb zusammenzuführen.

Die betreuten Personen wollen ein neues Leben führen, das sie selbst bestimmen – und nicht die Sucht. Sie durchlaufen dabei eine einjährige Allroundqualifizierung in verschiedenen branchenüblichen Tätigkeiten, u. a. Tischlerei, Näherei, Verwaltung und Verkauf. Ziel ist es, am Regelarbeitsmarkt wieder Fuß fassen zu können. Mittlerweile verfügt *gabarage* über zwei Werkstätten und hat viele Personen beim Wiedereinstieg in den Regelarbeitsmarkt unterstützt. 60 % der bei *gabarage* ausgebildeten Personen können am ersten Arbeitsmarkt wieder eine Anstellung finden, nach drei Jahren sind 30 % noch immer in einem Arbeitsverhältnis. Auf diese Zahlen können die Verantwortlichen stolz sein, wenn man die oft schwierigen Voraussetzungen betrachtet.

Die entstehenden Kosten für den Betrieb werden aus Mitteln des Anton-Proksch-Instituts sowie der Sucht- und Drogenkoordination Wien GmbH und (hoffentlich stetig steigenden) Eigenerlösen gedeckt. Die Personalkosten für die Transitmitarbeiter/innen¹, werden anteilmäßig durch das Arbeitsmarktservice Wien getragen.

„Wir tragen mit unserer Arbeitsweise dazu bei, Produktzyklen zu verlängern und Abfall zu vermeiden.“

Gabriele Gottwald-Nathaniel

An der Schulter statt auf der Müllhalde

Bei *gabarage* kommt nichts weg. Im Sinne von Nachhaltigkeit werden alle Produkte aus nicht mehr benötigten bzw. teilweise auch schon entsorgten Materialien hergestellt. Upcycling zielt darauf ab, diese Materialien zu sanieren und neu bzw. anders zu nutzen. Die neu geschaffenen Objekte können sowohl einen künstlerischen Charakter aufweisen als auch eine Neuinterpretation vorhandener Dinge darstellen.

¹ Transitmitarbeiter/innen: Arbeitnehmer/innen, die in Maßnahmen des Arbeitsmarktservice (und anderer Träger/innen) mit dem Ziel der Integration am Arbeitsmarkt über einen bestimmten befristeten Zeitraum beschäftigt und betreut werden.

Perspectives Challenge B2

Youth Start Entrepreneurial Challenges



Mit Upcycling erbringt *gabarage* den Beweis dafür, dass Reststoffe nicht selbstverständlich auf der Mülldeponie oder in der Verbrennungsanlage landen müssen bzw. für die Rückverwandlung der Rohstoffe ein großer Energieaufwand notwendig ist. Somit werden bei *gabarage* Design, Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung erfolgreich zusammengeführt.

Aus LKW-Planen entstehen Umhängetaschen, alte Aktenordner werden zu Garderoben oder Liegen umfunktioniert. Alte Mülltonnen dienen als Hocker, entsorgte Materialien werden für den Bau von Lampen verwendet und strahlen so in einem neuen Licht. Es entstehen Unikate und limitierte Kleinserien, die sich durch Individualität und die Geschichte der Materialien auszeichnen.

gabarage gelingt es, materielle und immaterielle Werte zugleich zu schaffen. Neben dem Gebrauchswert weisen Designstücke von *gabarage* auch einen sozialen Mehrwert auf. Die Kreativität der ehemaligen Suchtkranken wird wachgerufen, deren Selbstwertgefühl wird gesteigert und zusätzlich kommt es zu einer Entstigmatisierung von Suchtkranken.

Im Showroom von *gabarage* in der Schleifmühlgasse im 4. Wiener Gemeindebezirk können sich Interessierte einen Überblick über die Designprodukte verschaffen und gleich einkaufen.

Mit der Premiummarke *ideen.reich* erschließt *gabarage* auch neue Geschäftsfelder im Bereich Bekleidung, Interieur, Accessoires und Schmuck.

Unternehmen mit Verantwortung

Neben Privatpersonen spricht *gabarage* auch Unternehmen an, die im Rahmen von Corporate Social Responsibility (CSR) gesellschaftliche Verantwortung übernehmen wollen. *gabarage* verwendet im Sinne einer nachhaltigen Unternehmensphilosophie Abfallprodukte von Unternehmen, upcyclet diese, schafft Designstücke und macht somit alte Materialien wieder für das Unternehmen verwendbar.

So profitieren z. B. Siemens und die Akademie der bildenden Künste bereits von Leistungen von *gabarage* und nutzen Taschen aus alten Industriepapanen oder alten Transparenten.

„Die Arbeit und vor allem die Ideen von gabarage entsprechen unserer Unternehmenskultur: Sie sind nachhaltig, beziehen ökologische, soziale und kulturelle Faktoren mit ein und stellen den Menschen in den Mittelpunkt.“

Peter Baumgartner, Siemens

„Wenn ich ehemalige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von gabarage treffe und sie sagen mir, dass sie jetzt schon seit ein paar Jahren arbeiten und so froh sind, dass sie bei gabarage waren, dann weiß ich, dass ich das Richtige mache und ich würde keinen anderen Job machen wollen.“

Gabriele Gottwald-Nathaniel

Weitere Informationen: www.gabarage.at

Quelle: Lindner, Johannes/Fröhlich, Gerald: Sustainability meets Entrepreneurship, Wien 2009 (aktualisiert 2015)
Illustration: Helmut Pokornig

Perspectives Challenge B2

Youth Start Entrepreneurial Challenges



➔ Arbeitsaufgabe 1: Das nachhaltige Geschäftsmodell analysieren

Schauen Sie sich das Video „IFTE_Entrepreneurial Design“ an und analysieren Sie im Anschluss das Geschäftsmodell von *gabarage*. Bilden Sie Kleingruppen und stellen Sie das „nachhaltige Geschäftsmodell“ auf Flipcharts dar. Orientieren Sie sich dabei an der abgebildeten Vorlage.

 Nutzenversprechung

K... Kunden

Architektur der Umsetzung 

Schlüsselaktivitäten die selbst gemacht werden und Komponenten die ausgelagert werden.

 Ertragsmodell

Soziale und ökologische Verantwortung 

Perspectives Challenge B2

Youth Start Entrepreneurial Challenges



Arbeitsaufgabe 2: Ziele formulieren

Formulieren Sie für *gabara* soziale, ökologische und ökonomische Ziele. Definieren Sie dabei für jeden Bereich ein allgemeines Oberziel (Hauptziel) und leiten Sie davon detailliertere Teilziele (Subziele) ab.

Soziale Ziele	Ökologische Ziele	Ökonomische Ziele
Oberziel (Hauptziel):	Oberziel (Hauptziel):	Oberziel (Hauptziel):
Teilziele:	Teilziele:	Teilziele:

Perspectives Challenge B2

Youth Start Entrepreneurial Challenges



Arbeitsaufgabe 3: Eine Umfeldanalyse durchführen (Akteure und Akteurinnen – Betroffene)

- Definieren Sie aus dem Umfeld von *gabara* die wichtigsten Stakeholder. Halten Sie diese auf Post-its fest und bringen Sie sie in eine hierarchische Ordnung. Berücksichtigen Sie dabei, dass es auch Stakeholder gibt, die nicht auf dem Markt auftreten (z. B. Staat, Umwelt, Öffentlichkeit).
- Bilden Sie Kleingruppen und formulieren Sie Erwartungen und Ziele für die einzelnen Stakeholder.
- Sammeln Sie die Erwartungen und Ziele auf Ihrem Arbeitsblatt.

Stakeholder	Ziele

Perspectives Challenge B2

Youth Start Entrepreneurial Challenges



Arbeitsaufgabe 4: Auswirkungen von Ereignissen beurteilen

Wir leben in einer vernetzten Welt und müssen uns deshalb auch den Herausforderungen stellen, die diese vernetzte Welt mit sich bringt.

Beurteilen Sie die Auswirkungen der folgenden Ereignisse in Bezug auf *gabarage*. Geben Sie an, ob sich dieses Ereignis positiv, gar nicht oder negativ (☺, ☹, ☹) auf *gabarage* auswirkt (Mehrfachlösungen sind möglich). Begründen Sie Ihre Entscheidung.

Ereignis	☺	☹	☹	Beschreibung der Auswirkung auf <i>gabarage</i>
Die Fördermittel für Maßnahmen zur Integration am Arbeitsmarkt werden vom Staat gekürzt.				
Aufgrund der angespannten wirtschaftlichen Lage sinken generell die Reallöhne.				
Spenden an gemeinnützige Institutionen, Vereine und sozioökonomische Betriebe werden steuerlich begünstigt.				
Die Arbeitslosigkeit steigt vor allem im Produktionsbereich deutlich an.				
Upcycling wird zu einem richtigen Modetrend und es tummeln sich viele Anbieter/innen am Markt.				
Das Umweltbewusstsein in der Bevölkerung steigt.				
Der Wechselkurs des EUR gegenüber dem USD steigt um 15 % an.				
Die Umsatzsteuer wird generell um 2 % erhöht.				



Arbeitsaufgabe 5: Ein Szenario für *gabarage* erstellen

Bei einem Szenario handelt es sich um eine Methode der Zukunftsforschung. Man entwirft dabei Bilder von der Zukunft und versucht so, mögliche Entwicklungen zu identifizieren, um bereits heute darauf reagieren und mögliche Lösungsansätze erarbeiten zu können.

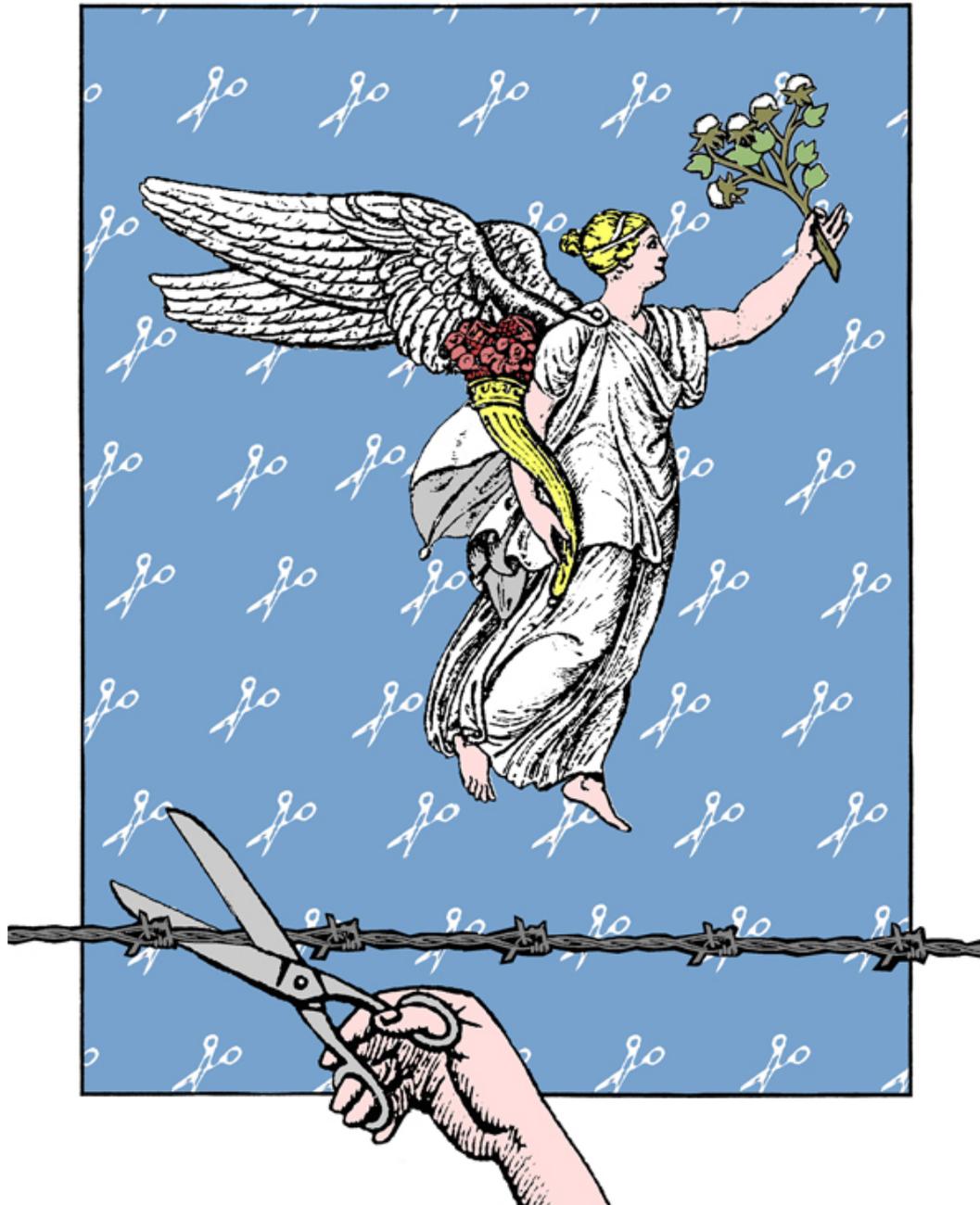
Ausgangssituation für ein Szenario ist immer die Gegenwart. Bei einem Szenario kann zwischen einem optimistischen, einem pessimistischen und einem realistischen Szenario unterschieden werden. Ein Szenario kann auch für den Privatbereich (z. B. „Mein Leben in 20 Jahren“) erstellt werden.

- a) Bilden Sie Kleingruppen. Eine Hälfte der Gruppen erstellt ein optimistisches und die andere Hälfte ein pessimistisches Szenario für *gabarage*.
- b) Präsentieren Sie kurz die von Ihnen erstellten Szenarien und halten Sie jeweils ein gemeinsames optimistisches und pessimistisches Szenario auf einem Flipchart fest.
- c) Diskutieren Sie – ausgehend von den beiden Extrem-Szenarien – ein realistisches Szenario.



Arbeitsblatt 2

Göttin des Glücks





Saubere Kleidung in jeder Hinsicht – *Göttin des Glücks*

Ausgangssituation

Zur Minimierung der Kosten haben viele große Konzerne – darunter bekannte Markenfirmen – aufgehört, selbst zu produzieren, sondern lassen von Unternehmen in sogenannten Billiglohnländern fertigen. In Ländern wie etwa Indonesien, China, Vietnam, Thailand, Bangladesch, Mexiko oder auf den Philippinen wurden sogenannte Exportproduktionszonen geschaffen, in denen bei Steuerbegünstigungen zu Niedrigstkonditionen produziert wird. Damit sollte – so die Erwartung vieler – neben den offensichtlichen Vorteilen für die dort tätigen Unternehmen auch die Entwicklung der Volkswirtschaften der betreffenden Länder gefördert und deren Eintritt in den globalen Markt ermöglicht werden.

Neben dem Wegfall von Arbeitsplätzen in den Stammländern wurden auch die Arbeitsbedingungen in den sogenannten *Sweatshops* immer wieder kritisiert: Hauptbetroffene davon sind Frauen, denn sie stellen 80 bis 90 % der mehr als 20 Millionen Beschäftigten in der globalen Textilindustrie. Ihre Arbeits- und Menschenrechte werden systematisch verletzt. Die Vorgaben sind derart hoch, dass sie in der normalen Arbeitszeit fast nicht zu bewältigen sind. Arbeitszeiten von bis zu 14 Stunden und mehr sind deshalb keine Seltenheit. Wird die geforderte Norm dennoch häufig erreicht, wird sie von den Verantwortlichen erhöht. Überstunden werden nicht entsprechend abgegolten. Die Arbeitsstätten ähneln oft Gefängnissen: hohe Mauern, Stacheldraht, Sicherheitskräfte. Was die Sicherheit der Arbeiter/innen betrifft, so fehlen oft die grundlegendsten Vorkehrungen. Die Löhne sind verschwindend gering und reichen nicht, um eine Familie zu ernähren. Eine Woche Urlaub pro Jahr ist Luxus, den nur die „besseren“ Produktionsstätten gewähren. Gewerkschaftliche Organisation ist unerwünscht und wird zum Teil durch Einschüchterungsmaßnahmen unterbunden.

Eine der zahlreichen Kampagnen, die sich für die Beseitigung der vorhandenen Missstände engagiert und aktive Aufklärungsarbeit betreibt, ist die Clean-Clothes-Kampagne, die sich speziell an die Textil- und Bekleidungsindustrie richtet.

Die Ziele sind klar umrissen: Wenn die Verbraucher/innen kritischer werden und bewusster kaufen, können sie mehr Druck auf die Markenfirmen ausüben. Dies hat sich in der Zwischenzeit herumgesprochen. Die Nachfrage nach Bekleidung aus menschenwürdiger Produktion steigt. Deshalb erstellen immer mehr Firmen auf freiwilliger Basis Verhaltenskodizes (*Codes of Conduct*): Das bedeutet eine Selbstverpflichtung, für die Verbesserung der sozialen Bedingungen einzutreten sowie soziale Mindeststandards zu gewährleisten – und dies auch von den Zulieferbetrieben zu verlangen. Die Clean-Clothes-Kampagne fordert in diesem Zusammenhang eine unabhängige Kontrolle der Einhaltung dieser Kodizes, in der auch die Interessen der Arbeitnehmer/innen berücksichtigt werden.

Göttin des Glücks ist ökofair

2005 wurde in Wien das Modelabel *Göttin des Glücks* (GDG) ins Leben gerufen, das sich in diesem Sinne engagiert und seine Wohlfühlkollektionen unter dem Motto „Danke mir geht's gut“ kreiert. Hinter dem Label stand zunächst ein aus vier Personen bestehendes internationales Designerkollektiv. „Humor, Kreativität und Vielfalt machen unsere Gruppe so innovativ“, erklärt Designerin Lisa Muhr, die bis heute die Geschicke von GDG mitlenkt.



Perspectives Challenge B2

Youth Start Entrepreneurial Challenges



Das Modelabel *Göttin des Glücks* verbindet fairen Handel mit ökologischem Anbau. Die Kombination aus beidem, welche die Designer als „ökofair“ bezeichnen, wird in einer vollständigen Modelinie umgesetzt (von Unterwäsche bis zu Oberbekleidung für Männer und Frauen).

„Eine Wohlfühlkollektion, die Menschen ausbeutet und der Umwelt schadet, das geht einfach nicht.“ So begründet Lisa Muhr die damalige Entscheidung, ein Jahr nach der Gründung von herkömmlichen Produzenten abzulassen und an der Implementierung von Ökologie und Fairness in der gesamten Produktionskette zu arbeiten.



Vom Baumwollanbau über die Spinnerei bis zur Näherei

Die Produktion für die Marke *Göttin des Glücks* ist vom Baumwollfeld bis zum fertigen Kleidungsstück durchgängig transparent. Ihr Weg beginnt im zentralindischen Bundesstaat Madhya Pradesh. Dort kultivieren Kleinbäuerinnen und Kleinbauern, die sich für biologischen Landbau entschieden haben, auf ihren Baumwollfeldern die wertvolle Naturfaser. Das erhält langfristig nicht nur die Bodenfruchtbarkeit, sondern auch die Gesundheit der Personen, die das Land bewirtschaften. Die bewirtschafteten Flächen sind klein; Baumwolle, Grundnahrungsmittel und weitere Agrarprodukte werden in Mischkultur darauf angebaut. Die Arbeiten auf dem Feld werden von Hand oder mit Zugtieren verrichtet. Dank dieser Maßnahmen des Bio-Landbaus haben sich zahlreiche Bauernhöfe zu fruchtbaren Oasen entwickelt. Unterstützt werden sie dabei vom indischen Textilbetrieb Mahima Purespun, der den Bauernfamilien nicht nur ihre Ernte abnimmt, sondern sie auch mit Schulungsprogrammen unterstützt. Für ihren FAIRTRADE-zertifizierten Rohstoff erhalten sie einen garantierten Mindestpreis sowie eine Sozialprämie, über deren Verwendung die Pflanze/innen gemeinsam entscheiden. Der garantierte Preis gibt den Bäuerinnen und Bauern die Sicherheit, dass sie auch bei niedrigen Marktpreisen kostendeckend produzieren können. Steigt der Marktpreis über den Mindestpreis, erhalten sie den höheren Preis und zusätzlich die Sozialprämie. Für biologische Qualität ist die Bezahlung nochmal höher. Der Aufwand lohnt sich also. Das Entkernen und Verspinnen des FAIRTRADE- und bio-zertifizierten Rohstoffs übernimmt Mahima Purespun: „Hier entsteht aus der Rohbaumwolle Garn.“



Mit dem Schiff wird das Garn anschließend nach Mauritius transportiert, genauer zu RT Knits, einer Textilfabrik, in der die Stoffe gefertigt und gefärbt werden. RT Knits hat seine neue Produktionsanlage nach ökologischen Gesichtspunkten ausgerichtet und nützt u. a. Wind- und Sonnenenergie. Gemäß den FAIRTRADE-Kriterien für Baumwolle verpflichten sich sowohl Mahima Purespun als auch RT Knits als Verarbeiter auf die Einhaltung sozialer Mindeststandards. Diese orientieren sich u. a. an einigen zentralen Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO). Dazu zählen etwa keine Ausbeutung von Kindern, keine Zwangsarbeit, geregelte Arbeitszeiten, Recht auf Vereinigungsfreiheit, Organisationsfreiheit, Recht auf Kollektivverhandlungen etc. Die Einhaltung der Mindeststandards wird überprüft und muss von den Betrieben gegenüber der internationalen Zertifizierungsorganisation FLO Certification dokumentiert werden.

Perspectives Challenge B2

Youth Start Entrepreneurial Challenges



Das Zuschneiden, Nähen, Bedrucken und Verpacken auf Mauritius übernimmt Craft Aid, seit 2005 direkter Handelspartner von *GDG* und Kooperationspartnerin der österreichischen Fair Trade Importorganisation *EZA Fairer Handel*. Der sozial engagierte Betrieb mit 240 Beschäftigten ist wie die *EZA* ebenfalls Mitglied der *World Fair Trade Organisation* (www.wfto.org) und bekennt sich in seiner gesamten Ausrichtung zu den Kriterien des Fairen Handels.

Auch *Craft Aid* muss seine Arbeitsweise gegenüber *FLO Certification* dokumentieren. Das Engagement des Betriebs geht jedoch deutlich über die Einhaltung sozialer Mindeststandards hinaus. Menschenwürdige Arbeitsbedingungen und ein sicheres Arbeitsumfeld, höhere Einkommen für die Beschäftigten – die Löhne liegen etwa 40 Prozent über dem gesetzlich vorgeschriebenen Mindestlohn –, eine Gewinnbeteiligung und zahlreiche freiwillige soziale Zusatzleistungen sowie die Integration von Menschen mit Behinderungen (ca. 40 % aller Mitarbeiter/innen) sind bei *Craft Aid* gelebte Unternehmenspraxis.



Schließlich wird die Ware mit dem Schiff nach Europa verschickt und landet bei der Kooperationspartnerin *EZA* nahe Salzburg. *EZA Fairer Handel* ist eine dauerhafte Kooperations- und Produktionspartnerin von *Göttin des Glücks*. Die Kollektionen werden von *GDG* designt und bei *EZA* in Auftrag gegeben, die bei *Craft Aid* produzieren lässt. Der Vertrieb erfolgt europaweit größtenteils über zwei Kanäle: Die *GDG* beliefert Modeboutiquen und ihre eigenen Geschäfte, die *EZA* wiederum Weltläden.

Weltläden sind Fachgeschäfte für Fairen Handel. Sie bieten das breiteste Sortiment an Waren aus Fairem Handel. Über die Verkaufstätigkeit hinaus informieren sie Kundinnen und Kunden über Herkunft und Herstellungsbedingungen der Produkte. Sie beteiligen sich an Kampagnen, die auf mehr Gerechtigkeit im Welthandel abzielen. Die Waren von *GDG* sind mittlerweile in über 80 Weltläden in ganz Österreich erhältlich. Mit einem eigenen Webshop werden weitere Kundinnen und Kunden erreicht.



Für ein Unternehmen, das ökofaire Mode vertreibt, ist es selbstverständlich, dass auch der Umgang mit den etwas mehr als 20 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern von Fairness und Vertrauen geprägt ist. Mitarbeiter/innengespräche, Feedback-Runden, freie Arbeitszeitgestaltung (im Rahmen der vorgegebenen Öffnungszeiten der Shops), die Berücksichtigung von (sich ändernden) Bedürfnissen bzw. Wünschen im Jobprofil, die Einbindung der betroffenen Mitarbeiter/innen in die Jahresplanung, flache Hierarchien, die Gleichbehandlung von Männern und Frauen sowie ein respektvoller Umgang miteinander sind selbstverständlich und gelebter Alltag.

Weitere Informationen/Videos unter www.goettindesgluecks.at.

Quellen:

Lindner, Johannes/Fröhlich, Gerald (Hrsg.): *Sustainability meets Entrepreneurship*, Wien 2009 (aktualisiert 2016)

Frederic Vester (1999): *Die Kunst vernetzt zu denken: Ideen und Werkzeuge für einen neuen Umgang mit Komplexität*, Stuttgart

Monique Dorsch (2013): *Alpentourismus – Eine Betrachtung mit Fallstudien*, Plauen

Website *Göttin des Glücks*; Fotos: © Patricia Weißkirchner, *GDG*, Birgit Pichler; Illustration: Helmut Pokornig

Perspectives Challenge B2

Youth Start Entrepreneurial Challenges



Arbeitsaufgabe 1: Ziele formulieren

Formulieren Sie für *Göttin des Glücks* soziale, ökologische und ökonomische Ziele. Definieren Sie dabei für jeden Bereich ein allgemeines Oberziel (Hauptziel) und leiten Sie davon jeweils mindestens drei detailliertere Teilziele (Subziele) ab.

Soziale Ziele	Ökologische Ziele	Ökonomische Ziele
Oberziel (Hauptziel):	Oberziel (Hauptziel):	Oberziel (Hauptziel):
Teilziele:	Teilziele:	Teilziele:

Perspectives Challenge B2

Youth Start Entrepreneurial Challenges



Arbeitsaufgabe 2: Eine Umfeldanalyse durchführen (Akteure - Betroffene)

- Definieren Sie aus dem Umfeld von *Göttin des Glücks* die wichtigsten Stakeholder und bringen Sie sie in eine hierarchische Ordnung. Trennen Sie dabei in die Bereiche „Design und Vertrieb“ bzw. „Produktion“.
- Formulieren Sie Erwartungen und Ziele für die einzelnen Stakeholder und sammeln Sie diese auf Ihrem Arbeitsblatt.

Stakeholder	Ziele

Perspectives Challenge B2

Youth Start Entrepreneurial Challenges



Arbeitsaufgabe 3: Auswirkungen von Ereignissen beurteilen

Wir leben in einer vernetzten Welt und müssen uns deshalb auch den Herausforderungen stellen, die diese vernetzte Welt mit sich bringt.

Beurteilen Sie die Auswirkungen der folgenden Ereignisse in Bezug auf *Göttin des Glücks*. Geben Sie an, ob sich dieses Ereignis positiv, gar nicht oder negativ (☺, ☹, ☹) auf *Göttin des Glücks* auswirkt (Mehrfachlösungen sind möglich). Begründen Sie Ihre Entscheidung.

Ereignis	☺	☹	☹	Beschreibung der Auswirkung auf <i>Göttin des Glücks</i>
Immer mehr Textil-Labels setzen freiwillig auf eine transparente Produktionskette.				
Ein neuer Schädling tritt auf, der die Ernte von Bio-Baumwolle in Indien zerstört.				
In Europa werden die erlaubten Grenzwerte für die Belastung von Textilien mit Pestiziden herabgesetzt.				
Große Konzerne wie H&M oder GAP setzen verstärkt auf Produkte mit Bio-Baumwolle.				
Der Wechselkurs des EUR gegenüber dem USD fällt um 10 %.				
Es werden neue Kunstfasern entwickelt, die Baumwolle Schritt für Schritt ersetzen.				

Arbeitsaufgabe 4: Ein Szenario für *Göttin des Glücks* erstellen

- Erstellen Sie jeweils ein optimistisches und ein pessimistisches Szenario für *Göttin des Glücks*.
- Diskutieren Sie ausgehend von den beiden Extrem-Szenarien ein realistisches Szenario.



➔ Arbeitsblatt 3

Selbsteinschätzung in Kleingruppen

Beurteilen Sie, wie gut Ihre Gruppe die Arbeitsaufgaben 1-5 zum Thema *Göttin des Glücks* gelöst hat. Sprechen Sie danach über Ihre Ergebnisse. Was hat Ihre Gruppe gut gemacht? Welche Aspekte könnten noch verbessert werden?

Level	Inhalt und Organisation
0 - 2	<ul style="list-style-type: none"> Wir konnten jeweils ein allgemeines Oberziel für die Bereiche Soziales, Ökologisches und Ökonomisches formulieren, jedoch ohne konkrete Beispiele für Teilziele zu geben. Wir konnten eine Umfeldanalyse durchführen, wobei wir mindestens drei Stakeholder definierten und möglicherweise auch individuelle Erwartungen und Ziele für die Stakeholder formulierten. Bei der Analyse der Ereignisse erschienen sowohl die von uns erwarteten Auswirkungen als auch unsere Szenarien ein wenig unrealistisch.
3 - 5	<ul style="list-style-type: none"> Wir konnten jeweils ein allgemeines Oberziel für die Bereiche Soziales, Ökologisches und Ökonomisches formulieren und dazu jeweils wenigstens ein konkretes Beispiel für Teilziele anführen. Wir konnten eine Umfeldanalyse durchführen, wobei wir mindestens vier Stakeholder definierten und für wenigstens ein paar dieser Stakeholder auch individuelle Erwartungen und Ziele formulierten. Es gelang uns einigermaßen, Ereignisse zu analysieren und deren Auswirkungen auf <i>Göttin des Glücks</i> korrekt einzuschätzen. Wir konnten Teile eines realistischen, optimistischen und pessimistischen Szenarios für <i>Göttin des Glücks</i> erstellen.
6 - 8	<ul style="list-style-type: none"> Wir konnten jeweils ein allgemeines Oberziel für die Bereiche Soziales, Ökologisches und Ökonomisches formulieren und dazu jeweils mindestens zwei konkrete Beispiele für Teilziele anführen. Wir konnten eine Umfeldanalyse durchführen, wobei wir mindestens fünf Stakeholder definierten und für einige dieser Stakeholder auch individuelle Erwartungen und Ziele formulierten. Es gelang uns relativ gut, Ereignisse zu analysieren und deren Auswirkungen auf <i>Göttin des Glücks</i> korrekt einzuschätzen. Wir konnten jeweils ein ausführliches realistisches, optimistisches und pessimistisches Szenario für <i>Göttin des Glücks</i> erstellen.
9 - 10	<ul style="list-style-type: none"> Wir konnten jeweils ein allgemeines Oberziel für die Bereiche Soziales, Ökologisches und Ökonomisches formulieren und zu jedem mindestens drei konkrete Beispiele für Teilziele anführen. Wir konnten eine Umfeldanalyse durchführen, wobei wir mindestens sechs Stakeholder definierten und für alle dieser Stakeholder auch individuelle Erwartungen und Ziele formulierten. Es gelang uns, Ereignisse zu analysieren und deren Auswirkungen auf <i>Göttin des Glücks</i> korrekt einzuschätzen. Wir konnten jeweils ein sehr ausführliches realistisches, optimistisches und pessimistisches Szenario für <i>Göttin des Glücks</i> erstellen.



Arbeitsblatt 4

Selbsteinschätzung am Ende der Lektion

Bewerten Sie sich selbst, indem Sie die passenden Smileys einkreisen!

Ich kann meine Stärken und Schwächen identifizieren und verfolge beharrlich meine Ziele.	<input type="checkbox"/> 😊	<input type="checkbox"/> 😊 😊	<input type="checkbox"/> 😊 😊 😊
Dabei kann ich mögliche Schwierigkeiten überwinden und übernehme die Verantwortung.	<input type="checkbox"/> 😊	<input type="checkbox"/> 😊 😊	<input type="checkbox"/> 😊 😊 😊
Ich kann unternehmerische Risiken anhand von Fallbeispielen evaluieren und Entscheidungen treffen.	<input type="checkbox"/> 😊	<input type="checkbox"/> 😊 😊	<input type="checkbox"/> 😊 😊 😊
Ich kann in der Debatte mit anderen strukturiert Argumente für meine Idee finden.	<input type="checkbox"/> 😊	<input type="checkbox"/> 😊 😊	<input type="checkbox"/> 😊 😊 😊
Ich kann Ziele planen.	<input type="checkbox"/> 😊	<input type="checkbox"/> 😊 😊	<input type="checkbox"/> 😊 😊 😊
Ich kann mich mit anderen vernetzen und Kooperationen überlegen.	<input type="checkbox"/> 😊	<input type="checkbox"/> 😊 😊	<input type="checkbox"/> 😊 😊 😊
Ich kann Ziele klar formulieren.	<input type="checkbox"/> 😊	<input type="checkbox"/> 😊 😊	<input type="checkbox"/> 😊 😊 😊
Ich kann im Rahmen einer Umfeldanalyse Akteure definieren und kann für sie Erwartungen und Ziele formulieren.	<input type="checkbox"/> 😊	<input type="checkbox"/> 😊 😊	<input type="checkbox"/> 😊 😊 😊
Ich kann die möglichen Auswirkungen bestimmter Situationen verständlich argumentieren.	<input type="checkbox"/> 😊	<input type="checkbox"/> 😊 😊	<input type="checkbox"/> 😊 😊 😊
Ich kann ein Szenario erstellen.	<input type="checkbox"/> 😊	<input type="checkbox"/> 😊 😊	<input type="checkbox"/> 😊 😊 😊
Ich kann die Arbeit meiner Kleingruppe vor dem Rest der Klasse präsentieren.	<input type="checkbox"/> 😊	<input type="checkbox"/> 😊 😊	<input type="checkbox"/> 😊 😊 😊



➔ Arbeitsblatt 5

Zusammenfassung der Selbstreflexion

1. Wir wollen *Göttin des Glücks* als Beispiel für ein erfolgreiches Geschäftsmodell betrachten. Was sind Ihrer Meinung nach die wichtigsten Dinge, die Sie davon lernen konnten?
2. Finden Sie, dass **alle** künftigen Geschäftsmodelle im Hinblick auf soziale, ökologische und ökonomische Ziele entwickelt werden sollten? Warum bzw. warum nicht? Geben Sie konkrete Beispiele.
3. Was sind die wichtigsten Dinge, die Sie durch diese Challenge gelernt haben?
4. Was können Sie aus dieser Challenge für Ihr tägliches Leben mitnehmen? Schreiben Sie eine Liste und erklären Sie, wie Sie die jeweiligen Grundsätze anwenden können.
5. Gibt es im Zusammenhang mit dieser Challenge noch etwas, was Ihnen unklar ist oder worüber Sie gerne mehr erfahren möchten? Schreiben Sie eine Liste und erklären Sie, welche spezifischen Aspekte Sie näher interessieren.