

## 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 Lehrer/innen




In den Unterlagen ist die Durchführung der Challenge detailliert in einzelnen Schritten beschrieben, um eine direkte Umsetzung im Klassenzimmer zu ermöglichen. Die Materialien für Lehrer/innen werden gemeinsam mit den Materialien für Schüler/innen (=Arbeitsblätter) eingesetzt.

Das ➔ -Zeichen kennzeichnet Arbeitsaufgaben, die fakultativ zur Vertiefung durchgeführt werden können.

Alle Unterlagen stehen auf der Website [www.youthstart.eu](http://www.youthstart.eu) zur Verfügung.

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

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

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

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

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

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

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

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

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



# Methodenblatt

<b>Thema</b>	Vernetztes Denken
<b>Niveau</b>	B2
<b>Challenge Familie</b>	<p>Perspectives Challenge – alles eine Frage der Perspektiven!</p> <p>Lineares Denken bringt einen selten weiter. Nur wer verschiedene Perspektiven mitbeachtet, kann Zusammenhänge wirklich verstehen. Daher verfolgen die Kinder der Primarstufe die Spur eines 20-Euro-Scheins. Die Schüler/innen der Sekundarstufe 1 erkennen anhand eines Problems (z. B. „Warum gibt es keine Fische mehr in einem See?“) Ursachen und deren Auswirkungen. In der Sekundarstufe 2 lernen die Jugendlichen, dass man auch die Beziehung zwischen einzelnen Einflussfaktoren genau kennen muss, um gezielt eingreifen zu können.</p>
<b>Dauer</b>	4 Einheiten (inkl. ➔ 5–6 Einheiten)
<b>Worum es geht – die Idee dahinter</b>	<p>Die Jugendlichen sollen, ausgehend von einem konkreten Fallbeispiel („Herausfordernde Unternehmenssituation“),</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ökonomische, ökologische und soziale Ziele formulieren,</li> <li>• Einflussfaktoren aus dem Umfeld identifizieren und beschreiben,</li> <li>• Auswirkungen von Ereignissen auf das gesamte System (positive und negative Abhängigkeiten) analysieren und</li> <li>• ein Szenario (optimistisch, pessimistisch, realistisch) entwickeln.</li> </ul> <p>Dadurch werden sowohl das vernetzte Denken als auch die Selbstwahrnehmung gestärkt.</p>
<b>Entrepreneurship-Kompetenzen laut Referenzrahmen</b>	<p>Ich kann meine Stärken und Schwächen identifizieren und verfolge beharrlich meine Ziele. Dabei kann ich mögliche Schwierigkeiten überwinden und übernehme die Verantwortung.</p> <p>Ich kann unternehmerische Risiken anhand von Fallbeispielen evaluieren und Entscheidungen treffen.</p> <p>Ich kann in der Debatte mit anderen strukturiert Argumente für meine Idee finden.</p> <p>Ich kann Ziele planen.</p> <p>Ich kann mich mit anderen vernetzen und Kooperationen überlegen.</p>
<b>Sprachkompetenzen</b>	<p>Ich kann Ziele klar formulieren.</p> <p>Ich kann Auswirkungen verständlich argumentieren.</p> <p>Ich kann die Ergebnisse von Gruppenarbeiten präsentieren.</p>



<b>Wortschatz (auf Lernplakaten)</b>	Stakeholder, Oberziele, Unterziele, Nachhaltigkeit, Umfeldanalyse, Szenario
<b>Kompetenzcheck</b>	Transfer auf ein anderes Beispiel (schriftlich in der Kleingruppe)
<b>Eingangs- voraussetzungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Schüler/innen können die Grundlagen eines „nachhaltigen Geschäftsmodells“ anwenden.</li> <li>• Die Schüler/innen kennen den Begriff „Stakeholder“.</li> <li>• Die Schüler/innen verstehen grundlegende wirtschaftliche Zusammenhänge (z. B. Angebot und Nachfrage), den Wirtschaftskreislauf, die grundlegende Rolle des Staates und grundlegende Wechselwirkungen in der Wirtschaft.</li> </ul>
<b>Körper &amp; Geist</b>	Unter folgendem Link finden Sie kurze, einfache Übungen zur Aktivierung und Konzentration sowie zur Steigerung der Achtsamkeit (inkl. Kurzvideos). Wählen Sie je nach Situation eine oder mehrere Übungen aus dem Angebot: <a href="http://www.youthstart.eu">www.youthstart.eu</a>
<b>Vorbereitung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unterlagen zu den Unternehmensbeispielen downloaden und kopieren (Arbeitsblatt 1 bis 5)</li> <li>• ➡ Beamer, um das Video abzuspielen</li> <li>• ➡ Video „IFTE_Entrepreneurial Design“ downloaden</li> <li>• Flipcharts</li> <li>• ➡ Post-its für die Analyse des Geschäftsmodells</li> <li>• Arbeitsblatt 1 (AB 1) „Vernetztes Denken: <i>gabarage</i>“</li> <li>• Arbeitsblatt 2 (AB 2) „Vernetztes Denken: <i>Göttin des Glücks</i>“ (Kompetenzcheck)</li> <li>• Arbeitsblatt 3 bis 5 (➡ Selbsteinschätzung in Kleingruppen, Selbsteinschätzung am Ende der Lektion, ➡ Zusammenfassung der Selbstreflexion)</li> </ul>
<b>Durchführung</b>	
Arbeitsschritt 1	<p>Mit dem konkreten Unternehmensbeispiel vertraut machen (AB 1: <i>gabarage</i> upcycling design)</p> <p>Die Schüler/innen erhalten eine Unternehmensbeschreibung (siehe Beilage) und machen sich mit dem Unternehmensbeispiel vertraut.</p> <p>Hinweis: Lösungsvorschläge zu den Arbeitsblättern 1 und 2 finden Sie ab Seite 7.</p>
➡ Arbeitsschritt 2	<p>Geschäftsmodell von <i>gabarage</i> upcycling design analysieren (AB 1: <i>gabarage</i> upcycling design/Arbeitsaufgabe 1)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Die Systematik des „nachhaltigen Geschäftsmodells“ wird noch einmal im Plenum wiederholt (z. B. mit Hilfe des Videos „IFTE_Entrepreneurial Design“)</li> <li>b) Die Schüler/innen analysieren in Kleingruppen das Geschäftsmodell und stellen es in der Systematik des</li> </ol>



	<p>„nachhaltigen Geschäftsmodells“ (Nutzen, Architektur der Umsetzung, Ertragsmodell, soziale und ökologische Verantwortung) auf Flipcharts dar.</p> <p>c) Im Plenum wird das Geschäftsmodell kurz besprochen und es werden eventuelle Auffassungsunterschiede diskutiert.</p>
Arbeitsschritt 3	<p>Ziele formulieren (AB 1: <i>gabarage</i> upcycling design/Arbeitsaufgabe 2)</p> <p>a) Im Plenum wird jeweils ein Oberziel (Hauptziel) zu den Bereichen Ökonomie, Ökologie und Soziales formuliert. Jedes dieser drei Oberziele wird auf einem eigenen Flipchart festgehalten.</p> <p>b) Die Schüler/innen formulieren anschließend in Kleingruppen auf Post-its Teilziele (Subziele) zu den einzelnen Oberzielen und ordnen diese den jeweiligen Flipcharts zu. Die Ziele werden auch auf dem Arbeitsblatt festgehalten.</p>
Arbeitsschritt 4	<p>Eine Umfeldanalyse durchführen (AB 1: <i>gabarage</i> upcycling design/Arbeitsaufgabe 3)</p> <p>a) Im Plenum werden Stakeholder auf Post-its gesammelt und anschließend auf einem Flipchart in eine hierarchische Ordnung gebracht (z. B. nichtmarktliche Stakeholder: Staat, Natur bzw. Umwelt, Öffentlichkeit). Damit soll dargestellt werden, dass es unterschiedliche Systemebenen gibt (zu betrachtende, übergeordnete, untergeordnete).</p> <p>b) Es werden Kleingruppen gebildet und jede Gruppe formuliert Erwartungen und Ziele für einen Stakeholder. Handelt es sich um sehr große Gruppen, können Stakeholder auch doppelt vergeben werden.</p> <p>c) Die Erwartungen und Ziele werden von den einzelnen Gruppen präsentiert und bei den jeweiligen Stakeholdern ergänzt.</p>
Arbeitsschritt 5	<p>Auswirkungen von Ereignissen beurteilen (AB 1: <i>gabarage</i> upcycling design/Arbeitsaufgabe 4)</p> <p>Anhand von bestimmten Ereignissen (z. B. Auftreten neuer Konkurrent/innen am Markt, Änderung von gesetzlichen Bestimmungen) sollen die Schüler/innen zunächst in Einzelarbeit beurteilen, welche Auswirkungen für das Beispielunternehmen entstehen. Die Auswirkungen sollen kategorisiert (☺, ☹, ☹) und kurz beschrieben werden.</p> <p>Die Schüler/innen sollen dadurch auch ein Gefühl dafür bekommen, welche Ereignisse grundsätzlich eintreten und welche Konsequenzen damit verbunden sein können. Anschließend werden die Auswirkungen im Plenum verglichen.</p>
Arbeitsschritt 6	<p>Ein Szenario erstellen (AB 1: <i>gabarage</i> upcycling design/Arbeitsaufgabe 5)</p>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Die Schüler/innen erhalten anhand eines Beispiels (z. B. „Mein Leben in 20 Jahren“) eine kurze Erklärung zur grundlegenden Systematik eines Szenarios.</li> <li>b) Die Schüler/innen erstellen in Kleingruppen ein Szenario für das konkrete Unternehmensbeispiel. Dabei erstellt die Hälfte der Gruppen ein optimistisches Szenario, die andere Hälfte ein pessimistisches.</li> <li>c) Die Szenarien werden präsentiert und Punkte zu optimistischen und pessimistischen Szenarien werden auf jeweils einem Flipchart gesammelt.</li> <li>d) Ausgehend von den beiden Extremen wird ein gemeinsames realistisches Szenario diskutiert.</li> </ul>
Arbeitsschritt 7	<p>Sichern mit AB 2 „Vernetztes Denken: Göttin des Glücks“</p> <p>Die Schüler/innen erhalten eine Unternehmensbeschreibung, formulieren Ziele, führen eine Umfeldanalyse durch und beurteilen die Auswirkung von verschiedenen Ereignissen. Zum Abschluss wird ein Szenario entwickelt (optimistisch, pessimistisch, realistisch). Die Bearbeitung der Aufgabenstellungen erfolgt in Kleingruppen. Im Anschluss werden die Ergebnisse im Plenum vorgestellt und diskutiert.</p> <p>Hinweis: Ein Video zur Produktion von <i>Göttin des Glücks</i> finden Sie unter <a href="https://www.youtube.com/watch?v=Oef12cC9_Rs">https://www.youtube.com/watch?v=Oef12cC9_Rs</a> (Suchbegriff: Göttin des Glücks Fairtrade Production). Das Video beinhaltet englischsprachige Informationen.</p>
➡ Arbeitsschritt 8	<p>Selbsteinschätzung in Kleingruppen (Arbeitsblatt 3)</p> <p>Nachdem die Schüler/innen ihre Ergebnisse vor der Klasse präsentiert haben, beurteilen sie die Leistung ihrer eigenen Kleingruppe unter Verwendung von Arbeitsblatt 3.</p>
Arbeitsschritt 9	<p>Selbsteinschätzung am Ende der Lektion (Arbeitsblatt 4)</p> <p>(Einzelaufgabe:) Nun beurteilen sich die Schüler/innen selbst. Lesen Sie jede der aufgelisteten Fähigkeiten langsam vor. Geben Sie den Schülerinnen und Schülern Zeit, um nachzudenken und sich selbst zu beurteilen, indem sie jeweils das passende Smiley einkreisen.</p> <p>Möglicherweise müssen Sie die einzelnen Punkte näher erklären, indem Sie Beispiele geben (z. B. <i>Ich kann meine Stärken und Schwächen identifizieren.</i> – Nennen Sie je ein Beispiel.). Danach können Sie die Fragebögen entweder einsammeln oder sie als Ausgangspunkt für eine Diskussion in der Klasse verwenden.</p>
➡ Arbeitsschritt 10	<p>Zusammenfassung der Selbstreflexion (Arbeitsblatt 5)</p> <p>(Einzeln oder zu zweit:) Lesen Sie jede Frage laut vor und geben Sie den Schülerinnen und Schülern Zeit, ihre Antworten zu notieren. Verwenden Sie dieses Arbeitsblatt für eine abschließende Diskussion!</p>



<b>Kontext innerhalb des Challenges-Programms</b>	Diese Challenge baut auf die „Perspectives Challenges“ der Niveaus A1 und A2 auf.
<b>Linkliste</b>	Über das Projekt You <sup>th</sup> Start Entrepreneurial Challenges: <a href="http://www.youthstartproject.eu">www.youthstartproject.eu</a>  Weitere Unterrichtsmaterialien (inklusive Filme): <a href="http://www.youthstart.eu">www.youthstart.eu</a>
<b>Quellen</b>	Frederic Vester (1999): Die Kunst vernetzt zu denken: Ideen und Werkzeuge für einen neuen Umgang mit Komplexität, Stuttgart  Monique Dorsch (2009): Verkehrswirtschaft – 40 Fallstudien mit Lösungen, München
<b>Nutzungsbedingungen</b>	Alle Materialien für Lehrer/innen und Schüler/innen, die im Rahmen der Youth Start Entrepreneurial Challenge entwickelt wurden, 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. Die genauen Details der Lizenzierung finden Sie unter <a href="http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.de">http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.de</a>  Das Youth Start Team freut sich, wenn Sie mit uns in Kontakt treten: einerseits zur Vernetzung mit den nationalen Partnern und ihren Angeboten, andererseits zur Unterstützung für die Implementierung. E-Mail-Adresse: <a href="mailto:office@ifte.at">office@ifte.at</a>
<b>Autor/innen Herausgeber/innen</b>	Monique Dorsch (Autorin), Gerald Fröhlich (Autor), Johannes Lindner (Autor und Hrsg.), Chadwick V.R. Williams (Autor Kompetenzcheck), Eva Jambor (Hrsg.)
<b>Graphische Gestaltung</b>	Valentin Mayerhofer (Layout), Peter Stromberger (Piktogramme)
<b>Übersetzung Redaktion</b>	Teresa Krainer (Übersetzung), Werner Holzheu (Redaktion), Martin Obermayr (Redaktion)



# Lösungsvorschläge zu Arbeitsblatt 1

## (*gabara*ge upcycling design)

### ➤ Lösungsvorschlag zur Arbeitsaufgabe 1 (AB 1)

<p><b>Nutzen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unterstützung von Menschen mit einer (Drogen-)Abhängigkeit → neue Möglichkeiten werden geboten</li> <li>• Abfall- bzw. Restmaterialien werden verwertet → weniger Müll</li> <li>• Wert wird aus scheinbar wertlosen Sachen geschaffen</li> <li>• Mitarbeiter/innen erhalten eine Ausbildung</li> <li>• Steigerung des Selbstwertgefühls der Mitarbeiter/innen</li> </ul>	<p><b>Architektur der Umsetzung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unternehmen, die Abfall- bzw. Restmaterialien zur Verfügung stellen</li> <li>• Designer/innen, mit denen kooperiert wird</li> <li>• Produktion in eigenen Werkstätten</li> <li>• Vertrieb in eigenen Geschäften</li> <li>• Kooperation mit Unternehmen, die Produkte von <i>gabara</i>ge kaufen</li> </ul>
<p><b>Ertragsmodell</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Förderungen von öffentlichen Stellen</li> <li>• Verkauf von Produkten</li> </ul>	<p><b>Soziale und ökologische Verantwortung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unterstützung von Personen, die sich in einer schwierigen Lebenssituation befinden</li> <li>• Reduzierung von Müll</li> <li>• Steigerung des Selbstwertgefühls der Mitarbeiter/innen</li> </ul>





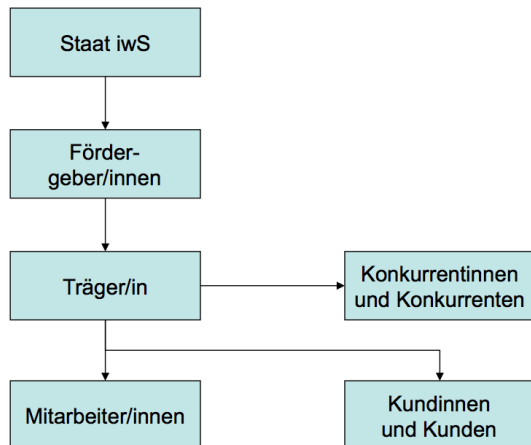
## Lösungsvorschlag zur Arbeitsaufgabe 2 (AB 1)

Soziale Ziele	Ökologische Ziele	Ökonomische Ziele
<p>Oberziel (Hauptziel):</p> <p>Heranführung und nachhaltige Vermittlung von ehemaligen Suchtkranken an und in den Regelarbeitsmarkt</p>	<p>Oberziel (Hauptziel):</p> <p>Upcycling von Materialien, die nicht mehr benötigt werden</p>	<p>Oberziel (Hauptziel):</p> <p>Akquirierung von ausreichenden Mitteln zur Sicherung des langfristigen Bestands der Einrichtung <i>gabarage</i></p>
<p>Teilziele:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gewöhnung an einen strukturierten und regelmäßigen Arbeitstag</li> <li>• Qualifizierung in unterschiedlichen Bereichen</li> <li>• Erhöhung der sozialen Kompetenz</li> <li>• Erhöhung des Selbsthilfepotenzials</li> <li>• Erweiterung praktischer Berufserfahrung</li> <li>• Steigerung operativer Fähigkeiten</li> <li>• Herstellung der Arbeitsfähigkeit</li> <li>• Beseitigung von Vermittlungshemmnissen</li> <li>• Aktive Bekämpfung von fortgesetzter Ausgrenzung</li> </ul>	<p>Teilziele:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reduzierung von Müll</li> <li>• Verlängerung von Produktlebenszyklen</li> <li>• Schaffung eines Problembewusstseins im Zusammenhang mit dem schonenden Umgang mit Ressourcen</li> <li>• Wiederverwendung von nicht mehr benötigten Materialien in Unternehmen</li> </ul>	<p>Teilziele:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erzielen von Eigenerlösen</li> <li>• Aufbau einer effektiven Vertriebsorganisation</li> <li>• Möglichkeit zur Schaffung von zusätzlichen Arbeitsplätzen, die mit Hilfe von Eigenerlösen finanziert werden können</li> <li>• Erhöhung des Bekanntheitsgrads am Markt</li> </ul>



## Lösungsvorschlag zur Arbeitsaufgabe 3 (AB 1)

a)



b) + c)

Stakeholder	Ziele
Träger/in (Anton-Proksch-Institut)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Betreuung von ehemaligen Suchtkranken</li> <li>Qualifizierung von ehemaligen Suchtkranken</li> <li>(Re-)Integration von ehemaligen Suchtkranken auf dem Arbeitsmarkt</li> </ul>
Fördergeber/in	<ul style="list-style-type: none"> <li>Unterstützung des Trägers bei der Betreuung, Qualifizierung und (Re-)Integration von ehemaligen Suchtkranken auf dem Arbeitsmarkt</li> </ul>
Staat (öffentliche Einrichtungen)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Finanzielle Unterstützung, um die (Re-)Integration auf dem Arbeitsmarkt zu unterstützen</li> <li>Nachhaltige Entlastung des Budgets des AMS, wenn die (Re-)Integration auf dem Arbeitsmarkt gelingt</li> </ul>
Mitarbeiter/innen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Clean zu sein</li> <li>Qualifizierung in unterschiedlichen Bereichen</li> <li>(Re-)Integration auf dem 1. Arbeitsmarkt</li> </ul>
Kundinnen und Kunden	<ul style="list-style-type: none"> <li>Individuelles Design</li> <li>Beitrag zur Vermeidung von Abfall</li> <li>Unterstützung eines sozialökonomischen Unternehmens</li> </ul>
Konkurrentinnen und Konkurrenten	<ul style="list-style-type: none"> <li>Stärkung der eigenen Position am Markt</li> <li>Sicherung des Bestehens des eigenen Unternehmens</li> </ul>
Umwelt	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reduzierung von Müll</li> <li>Verlängerung des Produktlebenszyklus</li> </ul>



## Lösungsvorschlag zur Arbeitsaufgabe 4 (AB 1)

Ereignis	😊	😐	☹️	Beschreibung der Auswirkung auf <i>gabarage</i>
Die Fördermittel für Maßnahmen zur Integration am Arbeitsmarkt werden vom Staat gekürzt.			x	Es können weniger Personen bei <i>gabarage</i> arbeiten und für den Arbeitsmarkt vorbereitet werden.
Aufgrund der angespannten wirtschaftlichen Lage sinken generell die Reallöhne.			x	Es steht weniger Geld für Einkäufe zur Verfügung. Das könnte dazu führen, dass <i>gabarage</i> weniger Produkte verkaufen kann und somit weniger Eigenerlöse erzielt.
Spenden an gemeinnützige Institutionen, Vereine und sozioökonomische Betriebe werden steuerlich begünstigt.	x			<i>gabarage</i> kann mit mehr Unterstützerinnen und Unterstützern rechnen.
Die Arbeitslosigkeit steigt vor allem im Produktionsbereich deutlich an.			x	Es wird für Personen, die bei <i>gabarage</i> ausgebildet werden, schwieriger, einen neuen Job zu finden.
Upcycling wird zu einem richtigen Modetrend und es tummeln sich viele Anbieter/innen am Markt.	x		x	Dadurch werden einerseits die Produkte für eine größere Personengruppe interessant, andererseits steigt auch der Konkurrenzkampf zwischen den einzelnen Anbieterinnen und Anbietern.
Das Umweltbewusstsein in der Bevölkerung steigt.	x			Dadurch kann <i>gabarage</i> mit mehr Kundinnen und Kunden rechnen.
Der Wechselkurs des EUR gegenüber dem USD steigt um 15 % an.		x		Wenn die Produkte hauptsächlich im Euro-Raum verkauft werden, gibt es keine Auswirkung.
Die Umsatzsteuer wird generell um 2 % erhöht.		x	x	Der kleine Preisanstieg wird vermutlich zu keinem Rückgang bei den Verkaufszahlen führen, weil die Produkte von <i>gabarage</i> nicht sehr preissensibel sind. Ein leichter Rückgang der Verkaufszahlen ist aber durchaus möglich.



## Lösungsvorschlag zur Arbeitsaufgabe 5 (AB 1)

O = optimistisch, P = pessimistisch, W = wahrscheinlich (realistisch)

Umfeldsegmente	Schlüsselfaktoren	Entwicklung – Trendaussagen
Fördergeber/innen	Finanzielle Unterstützung	O) nimmt zu P) wird reduziert W) bleibt gleich
	Lobbying	O) wird intensiviert P) wird eingestellt W) wird ein wenig verstärkt
	Identifikation mit dem Projekt	O) nimmt zu P) geht verloren W) bleibt gleich
Staat	Budgetäre Mittel	O) werden erhöht P) werden gestrichen W) bleiben gleich
	Identifikation mit dem Projekt	O) nimmt zu P) geht verloren W) nimmt leicht zu
Mitarbeiter/innen	Bereitschaft zum Erlernen von Qualifikationen	O) nimmt zu P) nimmt ab W) bleibt gleich
	Bereitschaft, sich wieder auf dem Arbeitsmarkt zu bewerben	O) nimmt zu P) nimmt ab W) bleibt gleich
	Bereitschaft, wieder einer („normalen“) Arbeit auf dem 1. Arbeitsmarkt nachzugehen	O) nimmt zu P) nimmt ab W) bleibt gleich
	Herstellung von Produkten, die auf dem Markt angenommen werden	O) nimmt zu P) nimmt ab W) nimmt leicht zu
Kundinnen und Kunden	Bereitschaft, für Designprodukte einen entsprechenden Preis zu bezahlen	O) nimmt stark zu P) nimmt ab W) nimmt leicht zu
	Bereitschaft, Produkte zu kaufen, die aus Upcycling stammen	O) nimmt stark zu P) nimmt ab W) nimmt leicht zu
Konkurrentinnen und Konkurrenten	Konkurrentinnen und Konkurrenten bieten vergleichbare Produkte an	O) nimmt zu P) nimmt ab W) nimmt leicht zu
	Konkurrentinnen und Konkurrenten bieten zu niedrigeren Preisen an	O) nimmt ab P) nimmt stark zu W) nimmt leicht zu
	Anzahl der Konkurrentinnen und Konkurrenten	O) nimmt ab P) nimmt stark zu W) nimmt leicht zu



# Lösungsvorschläge zu Arbeitsblatt 2

## Göttin des Glücks (GDG)

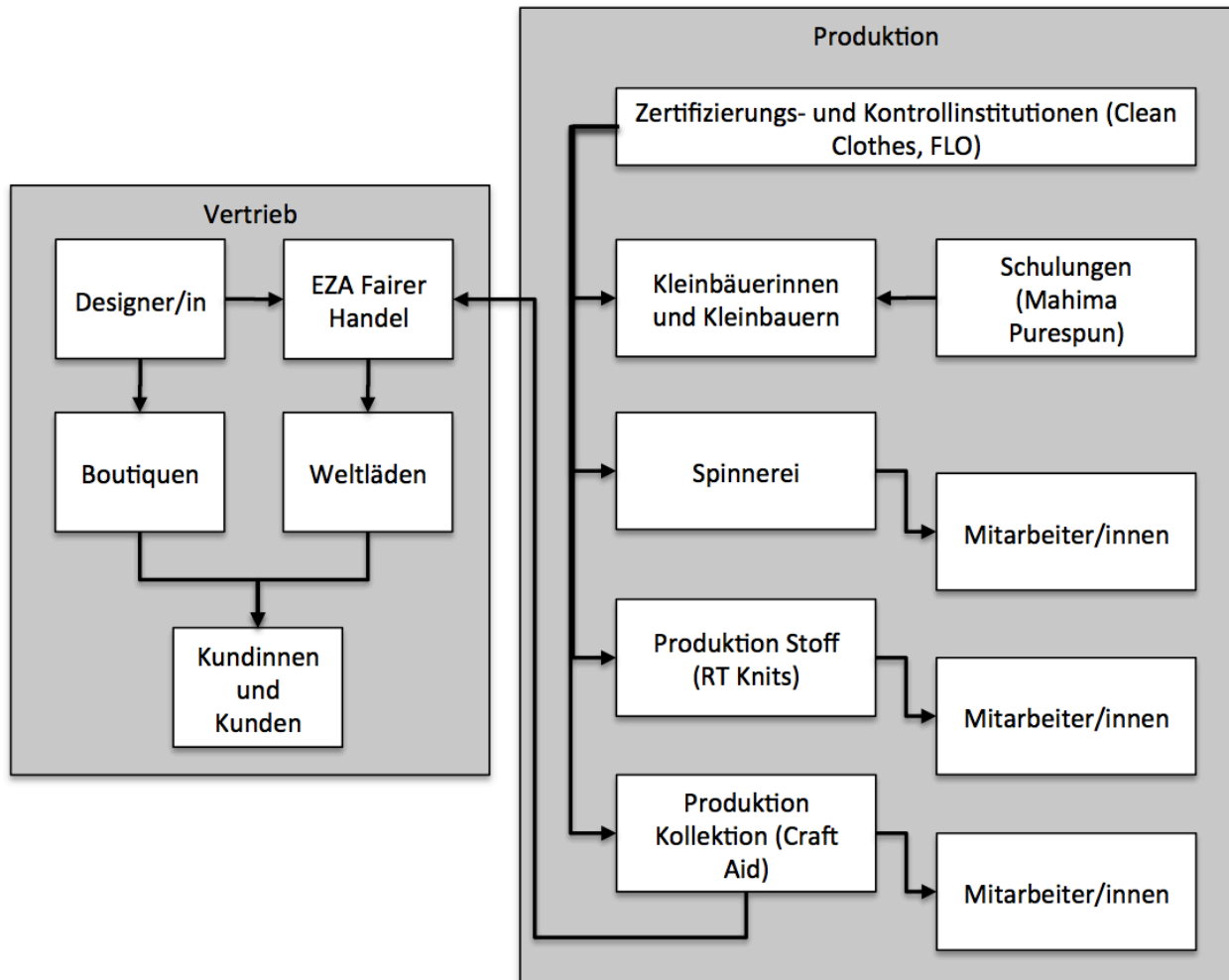
### Lösungsvorschlag zur Arbeitsaufgabe 1 (AB 2)

Soziale Ziele	Ökologische Ziele	Ökonomische Ziele
<p>Oberziel (Hauptziel):</p> <p>Produktion von Mode unter fairen Bedingungen</p>	<p>Oberziel (Hauptziel):</p> <p>Herstellung von ökologisch einwandfreier Mode</p>	<p>Oberziel (Hauptziel):</p> <p>Aufbau eines Unternehmens, das langfristig mit ökofairer Mode am Markt bestehen kann</p>
<p>Teilziele:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einhaltung sozialer Mindeststandards in der Produktion</li> <li>• Transparenz bei den Arbeitsbedingungen</li> <li>• Respektvoller Umgang mit allen Stakeholdern</li> </ul>	<p>Teilziele:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verringerung der Umweltbelastung beim Anbau von Baumwolle</li> <li>• Verringerung der Belastung mit Chemikalien bei der Verarbeitung von Baumwolle</li> <li>• Transparenz beim Anbau und der Verarbeitung von Baumwolle</li> </ul>	<p>Teilziele:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erzielen von Erlösen, die es ermöglichen, alle Kosten (inkl. Unternehmer/innenlohn) zu decken</li> <li>• Aufbau einer effektiven Vertriebsorganisation</li> <li>• Schaffung von Arbeitsplätzen</li> <li>• Aufbau einer starken Marke</li> <li>• Weitgehende Unabhängigkeit von Fremdkapitalgeberinnen und -gebern</li> <li>• Möglichkeit der Beteiligung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern</li> </ul>



## Lösungsvorschlag zur Arbeitsaufgabe 2 (AB 2)

a)



b)

Stakeholder	Ziele
GDG-Designer	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verbindung von fairem Handel und ökologischem Anbau von Baumwolle</li> <li>• Schaffung einer transparenten Produktionskette vom Anbau der Rohstoffe bis zum Vertrieb</li> <li>• Gestaltung attraktiver „ökofairer“ Produkte, die bei einem breiten Kundinnen- und Kundenkreis auf Interesse stoßen</li> <li>• Bewusstseinsbildung bei Kundinnen und Kunden, Verbesserung der Werte einer Gesellschaft, Änderung des Konsumverhaltens</li> </ul>



Stakeholder	Ziele
EZA Fairer Handel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sicherstellen von fairem Handel</li> <li>• Transparenz in den Handels- und Produktionsbedingungen</li> <li>• Höhere Erlöse für Produzentinnen und Produzenten</li> <li>• Menschenwürdige Arbeitsbedingungen</li> <li>• Etablierung direkter Handelspartnerschaften ®, um Zwischenhandel möglichst auszuschalten</li> <li>• Informations-, Bewusstseins- und Öffentlichkeitsarbeit gemeinsam mit ähnlich gesinnten Akteurinnen und Akteuren</li> </ul>
Weltläden, Concept Stores, Modeboutiquen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verkauf fair gehandelter Produkte</li> <li>• Leisten eines Beitrags zum fairen Handel</li> <li>• Sensibilisierung der Konsumentinnen und Konsumenten</li> </ul>
Käufer/innen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einkauf mit gutem Gewissen</li> <li>• Einkauf von guter Qualität mit Herkunftsnachweis zu fairen Preisen</li> <li>• „Gesunde“ Mode am Körper, die schadstofffrei ist</li> <li>• Erwartung der Käufer/innen, Kleidung zu bekommen, die ohne Ausbeutung von Mensch und Natur hergestellt wurde</li> <li>• Teilnahme an Kampagnen, die sich für eine Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Textilindustrie einsetzen</li> </ul>
Zertifizierungs- und Kontrollinstitutionen (Clean Clothes, FLO)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beseitigung der Missstände in der Textil- und Bekleidungsindustrie</li> <li>• Verbesserung der Arbeits- und Lebensbedingungen der Arbeiter/innen in diesen Branchen</li> <li>• Freiwillige Selbstverpflichtungen der Unternehmen</li> <li>• Druck auf Unternehmen, sich unabhängig kontrollieren zu lassen</li> <li>• Bewusstseinsbildung bei Konsumentinnen und Konsumenten</li> </ul>
Produzentinnen und Produzenten (Spinnerei, Produktion Stoff, Produktion Kollektion)	<p>Schaffung fairer Arbeitsbedingungen, d. h. u. a.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Angemessene Entlohnung</li> <li>• Keine ausbeuterischen Arbeitsverhältnisse</li> <li>• Kein Einsatz gefährlicher Chemikalien</li> <li>• Keine Kinderarbeit</li> <li>• Gewerkschaftliche Organisation möglich</li> </ul>
Unternehmen, das Schulungen für die Kleinbäuerinnen und Kleinbauern durchführt	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unterstützung und Beratung der Kleinbäuerinnen und Kleinbauern im westindischen Bundesstaat Gujarat</li> <li>• Forcierung des biologischen Anbaus</li> <li>• Zahlung von besseren Preisen, die über dem Marktpreis liegen</li> </ul>
Baumwollproduzentinnen und -produzenten, Kleinbäuerinnen/Kleinbauern	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Langfristige Verbesserung der Arbeits- und Lebensbedingungen</li> <li>• Stärkung der Gemeinschaft, gesellschaftliche und gesundheitliche Veränderungen</li> <li>• Erhaltung der Bodenfruchtbarkeit durch Mischkultur</li> </ul>



## Lösungsvorschlag zur Arbeitsaufgabe 3 (AB 2)

Ereignis	😊	😐	😞	Beschreibung der Auswirkung auf <i>Göttin des Glücks</i>
Immer mehr Textil-Labels setzen freiwillig auf eine transparente Produktionskette.	x		x	Ökofaire Mode bekommt einen größeren Bekanntheitsgrad und die Verkaufszahlen steigen. Durch die stärkere Konkurrenz sinken die Verkaufszahlen.
Ein neuer Schädling tritt auf, der die Ernte von Bio-Baumwolle in Indien zerstört.			x	Eine geringere Ernte führt zu höheren Preisen und verteuert die Produkte für <i>GDG</i> .
In Europa werden die erlaubten Grenzwerte für die Belastung von Textilien mit Pestiziden herabgesetzt.	x			<i>GDG</i> erfüllt diese Kriterien bereits und kann daher vermutlich mehr verkaufen.
Große Konzerne wie H&M oder GAP setzen verstärkt auf Produkte mit Bio-Baumwolle.			x	Stärkere Konkurrenz führt zu sinkendem Marktanteil.
Der Wechselkurs des EUR gegenüber dem USD fällt um 10 %.		x	x	Keine Auswirkung, wenn in EUR verrechnet wird; schlecht, wenn in USD verrechnet wird, weil dadurch die Ware teurer wird.
Es werden neue Kunstfasern entwickelt, die Baumwolle Schritt für Schritt ersetzen.		x		Kurzfristig wird es vermutlich keine Auswirkungen geben – mittel- bzw. langfristig sollte man sich einen Umstieg auf andere Fasern überlegen.





## Lösungsvorschlag zur Arbeitsaufgabe 4 (AB 2)

O = optimistisch, P = pessimistisch, W = wahrscheinlich (realistisch)

Umfeldsegmente	Schlüsselfaktoren	Entwicklung – Trendaussagen
EZA Fairer Handel	Kooperation mit <i>GDG</i>	O) nimmt zu P) wird reduziert W) bleibt gleich
Boutiquen, Weltläden	Anzahl der Outlets	O) steigt P) sinkt W) bleibt gleich
Kundinnen und Kunden	Bereitschaft, für Design einen entsprechenden Preis zu bezahlen	O) nimmt zu P) nimmt ab W) bleibt gleich
	Bereitschaft, für ökofair produzierte Mode einen entsprechenden Preis zu bezahlen	O) nimmt zu P) nimmt ab W) bleibt gleich
	Anzahl der Kundinnen und Kunden	O) nimmt zu P) nimmt ab W) bleibt gleich
Kleinbäuerinnen und Kleinbauern	Zahl der Kleinbauern/Kleinbäuerinnen, die biologisch produzieren	O) nimmt zu P) nimmt ab W) nimmt leicht zu
Produzentinnen und Produzenten	Bereitschaft, faire Arbeitsbedingungen zu bieten	O) nimmt zu P) nimmt ab W) nimmt leicht zu
	Bereitschaft, sich extern kontrollieren zu lassen	O) nimmt zu P) nimmt ab W) bleibt gleich
	Bereitschaft, dass sich Arbeitnehmer/innen gewerkschaftlich organisieren können	O) nimmt zu P) bleibt gleich W) nimmt leicht zu
Zertifizierungs- und Kontrollinstitutionen	Anzahl der Mittel, die zur Verfügung stehen	O) nimmt zu P) nimmt ab W) bleibt gleich
	Bereitschaft der Unternehmen, mit den Institutionen zu kooperieren	O) nimmt zu P) nimmt ab W) bleibt gleich
Mitarbeiter/innen	Entlohnung entlang der Produktionskette	O) nimmt zu P) nimmt ab W) nimmt leicht zu
	Arbeitsbedingungen	O) verbessern sich P) verschlechtern sich W) verbessern sich leicht
	Zufriedenheit der Mitarbeiter/innen bei <i>GDG</i>	O) nimmt zu P) nimmt ab W) bleibt gleich