



Social und Sustainable Entrepreneurship als Weg zu mehr Nachhaltigkeit?

Ausbeuterische, umweltschädliche Produktionsbedingungen, Plastikmüll im Meer, Klimawandel – soziale und ökologische Probleme sind allgegenwärtig. Doch statt zu resignieren können auch Schülerinnen und Schüler im Kleinen einen Beitrag zur Lösung dieser Probleme leisten. Sie können in diesem Modul in einem Social- und Sustainable-Entrepreneurship-Workshop handlungsorientiert wesentliche Phasen des Startup-Prozesses spielerisch erleben und dabei unternehmerisch denken und handeln einüben. Dabei soll klarwerden, dass der Kern einer guten Gründung die Lösung eines konkreten Problems darstellt, welches – ausgehend von eigenen Stärken und Interessen – durch innovative und kreative Herangehensweise gelöst wird. Im Fall von Social und Sustainable Entrepreneurship ist zudem eine soziale Leistung und / oder ein klarer Nachhaltigkeitsbeitrag erkennbar. Diese kreativen Problemlösungen werden dann mit einem „Pitch“ präsentiert und mit dem Einsatz der Planungsmethode Social Business Model Canvas vertieft. Abschließend kann an Beispielen der Beitrag verschiedener Gründungsideen zu mehr Nachhaltigkeit kritisch bewertet werden.

Überblick

Themenbereich	Die Unternehmung → Social und Sustainable Entrepreneurship → Unternehmerisch denken und handeln
Vorwissen	Nachhaltigkeit (ökonomisch, ökologisch, sozial)
Zeitbedarf	3 Unterrichtsstunden
Methoden	Elevator Pitch, Think-Pair-Share
Kompetenzen	Die Schülerinnen und Schüler ... <ul style="list-style-type: none">◆ entwickeln ausgehend von den SDGs handlungsorientiert Lösungsstrategien für konkrete ökologische und soziale Probleme vor Ort.◆ präsentieren ihre Ideen in einem „Pitch“ und verwenden das Social Business Model Canvas als Strukturierungsmatrix für unternehmerisches Denken und Handeln.◆ bewerten verschiedene Gründungsideen und deren Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit.
Schlagworte	Marktleistung, Nachhaltigkeit, Social Entrepreneurship, Sustainable Entrepreneurship, Unternehmensgründung, Nutzenversprechen
Autoren	Johannes Heuser
Redaktion	RAABE – Dr. Josef Raabe Verlags-GmbH
Produktion	Klett MINT GmbH (Oktober 2021)



Ziele und Zweck von Social und Sustainable Entrepreneurship

Die Grameen Bank in Bangladesch eröffnete Randgruppen neue wirtschaftliche Perspektiven, indem sie Menschen ohne Einkommenssicherung Mikrokredite gewährte. Gründer Mohammad Yunus wurde der Friedensnobelpreis verliehen und die Idee des „Social Business“ wurde bekannt. Aus dieser Idee ist im Zuge von mehr Nachhaltigkeit im Wirtschaften und Stakeholder-Orientierung ein weltweiter Trend geworden.

Zunächst muss eine Vielzahl schwer ab- und einzugrenzender Begrifflichkeiten geklärt werden:

Der Begriff **Startup** (engl. Start bzw. Gründung) bezeichnet ein vor kurzem gegründetes Unternehmen, wobei die Betonung auf innovativen Ideen oder Technologien liegt. In Sachen Entrepreneurship gibt es mit Günter Faltn (Ökonom, Gründer und Buchautor) nun kurz gesagt zwei Möglichkeiten: Zu fragen: „Wie kommt das Neue in die Welt?“ (Entrepreneurship) oder zu fragen: „Wie kommt das Gute in die Welt?“ (Social Entrepreneurship). „**Entrepreneurship**“ stammt ursprünglich aus dem Französischen (*entreprendre*: etwas unternehmen) und hat sich auch im Englischen etabliert. Im Deutschen wird es als Lehnwort verwendet oder mit Unternehmertum übersetzt, was bedeutungsinhaltlich nicht ganz zutreffend ist. Entrepreneurship meint die Gründung von Unternehmen basierend auf innovativen Geschäftsideen mit der Intention, die Zukunft neu zu denken und zu gestalten. Zentral ist somit die besondere Bedeutung von Innovationen. Meist steht beim klassischen Entrepreneurship hierbei die Gewinnmaximierung im Zentrum. Klassisches Entrepreneurship kann aber auch zur Nachhaltigkeit beitragen, diese ist jedoch nicht das primäre Ziel. Allerdings ist unternehmerischer Erfolg immer häufiger mit ökologisch und sozial nachhaltigen Geschäftsmodellen verknüpft, weil diese mittlerweile auch von Investorinnen und Investoren und den Kapitalmärkten honoriert werden.

„**Social Entrepreneurship**“ ist dagegen eine unternehmerische Tätigkeit mit dem klaren Ziel, soziale Probleme zu lösen oder einen positiven gesellschaftlichen Wandel im Sinne des Gemeinwohls zu erreichen. Social Entrepreneurship hat somit das Ziel, mit oder infolge der Marktleistung als zentralem Nutzenversprechen zur Problemlösung auch eine soziale Leistung (Social Impact) oder eine ökologische Leistung in Form eines Beitrags zur ökologischen Nachhaltigkeit (z. B. zu einzelnen der 17 UN-Nachhaltigkeitszielen (SDGs)) zu erbringen.

Alternativ wird auch der Oberbegriff **Sustainable Entrepreneurship** (engl. *sustainable*: nachhaltig) verwendet, der den Fokus auf alle drei Aspekte der Nachhaltigkeit (ökonomisch, ökologisch, sozial) richtet. Dabei soll ein Beitrag zur Lösung sozialer und umweltbezogener Herausforderungen durch eine auch ökonomisch erfolgreiche Gründung geleistet werden. Zwar gibt es social und sustainable Entrepreneurship Gründungen, die not-for-profit gründen, und dann von Spenden oder anderen Zuwendungen abhängig sind, aber im Prinzip muss jedes Unternehmen – auch wenn Gewinnerorientierung nicht das oberste Ziel darstellt – versuchen, wirtschaftliche Tragfähigkeit (Kostendeckung) zu erlangen. Sonst kann ein Unternehmen nicht längerfristig am Markt bestehen und auch keine Gewinne im Sinne der anvisierten sozialen oder ökologischen Leistung reinvestieren.

Auch **Entrepreneurship Education** wird in der deutschsprachigen Fachliteratur mit sehr verschiedenen Begriffen umschrieben, die von „unternehmerisches Denken“ (Retzmann, Hausmann 2012) über „Unternehmergeist“ (BMW 2012) bis hin zu „Gründungserziehung“ (Mittelstädt, Wiepcke 2013) reichen. Für unseren schulischen Kontext kann Entrepreneurship Education allgemein als Bildung zur gezielten Sensibilisierung und Förderung von unternehmerischem, d. h. handlungsorientiertem und problemlösendem Denken und Handeln definiert werden.

Im Kontext disruptiver Veränderungen im Zuge der Digitalisierung ist die zentrale Bedeutung von Entrepreneurship Education für die Innovationskraft der Unternehmen und den Standort Deutschland offensichtlich. Dennoch fehlt Entrepreneurship Education noch explizit in vielen Bildungsplänen und Curricula der Bundesländer. Es gibt aber eine Vielzahl an externen Anbietern, die Lehrkräfte bei der Durchführung von Modulen zur Entrepreneurship und Social Entrepreneurship Education oder bei Schülerunternehmen mit kostenlosen Angeboten unterstützen. Insbesondere Social und Sustainable Entrepreneurship kann hier wertvolle Beiträge zu einer Bildung für nachhaltige Entwicklung leisten, indem Lernende erfahren, wie sie ihre Stärken und Fähigkeiten bei Zukunftsthemen zielgerichtet und bedeutsam einbringen können. Studien (u.a. Frese et al (Science 2017) haben zudem klar gezeigt, dass handlungsorientiertes *Personal Initiative Training* wirksamer als *Traditional Business Training* (Vermittlung von klassischem BWL- oder Marketing-Wissen) ist. Somit ist es

wichtiger, die problemlösende Handlung in den Mittelpunkt zu stellen und die Eigeninitiative der Gründenden zu stärken, als über Charaktereigenschaften oder BWL-Spezifika zu reden.

Denn trotz Digitalisierung und KI wird in innovativen Prozessen auch zukünftig der Faktor Mensch in der Wirtschaft eine zentrale Rolle einnehmen. Die Forschung hat dabei verschiedene **Persönlichkeitsmerkmale und überfachliche Fähigkeiten** identifiziert, die zentral **für innovatives Verhalten** sind: Diese Fähigkeiten sind u. a. Kreativität, Offenheit für Neues, Selbstwirksamkeitsüberzeugung (Vertrauen in eigene Fähigkeiten und Fertigkeiten), die Fähigkeit selbständig zu arbeiten sowie Durchhaltevermögen und Teamfähigkeit. Diese Eigenschaften und Persönlichkeitsmerkmale sind essenziell, um die komplexen und unsicheren Situationen im Rahmen einer Unternehmensgründung zu bewältigen und können somit als Schlüsselqualifikationen gelten. Diese Schlüsselqualifikationen helfen unseren Schülerinnen und Schülern zentral bei der beruflichen Orientierung und Entscheidungsfindung und späteren Karriere.

Literaturhinweise:

Campos, Francisco / Frese, Michael et al (2017): Teaching personal initiative beats traditional training in boosting small business in West Africa, in: Science Vol 357 Issue 6357 pp. 1287-1290.

Faltin, Günter (2011): Kopf schlägt Kapital. Die ganz andere Art, ein Unternehmen zu gründen. Von der Lust, ein Entrepreneur zu sein. München.

Kirchner, Vera / Loerwald, Dirk (2016): Unternehmerisch Denken und Handeln. Ordner mit Unterrichtsmodulen. Hamburg.

RKW Kompetenzzentrum (2018): Entrepreneurship Education. Ansätze aus Wissenschaft und Praxis. Eschborn.

Schaltegger, Stefan / Wagner, Marcus (2011): Sustainable entrepreneurship and sustainability innovation: categories and interactions, in: Business strategy and the environment, 20(4), 222-237.

Medienhinweise:

www.gruenderwoche.de

Aktionswoche unter Federführung des BMWi, um den Blick für unternehmerische Selbständigkeit als mögliche berufliche Perspektive zu wecken

www.rkw.link/unternehmergeisterleben

Angebote an Schulen für Veranstaltungen zum Thema Entrepreneurship

<https://seed.schule>

Bildungsangebote (Workshops, Trainings, Lehrmaterial) im Bereich Social Entrepreneurship Education

www.unternehmergeist-macht-schule.de

Portal des BMWi für Lehrkräfte zur Unterstützung der Arbeit im Bereich der ökonomischen Bildung. Überblickscharakter und viele Praxisbeispiele für „Unternehmergeist“ im Sinne einer Förderung von Kreativität, verantwortlichem Handeln und sozialer Kompetenz.

Unterrichtsverlauf

Zeit	Phase	Inhalte	Materialien	Tipps / Hinweise
1. Unterrichtsstunde: Social und Sustainable Entrepreneurship: Unternehmerisch denken und handeln als Weg zur mehr Nachhaltigkeit?				
10'	Einstieg	Die SuS klären den Begriff „Entrepreneurship“ und mögliche Varianten.	M1 Unternehmerisch denken und handeln Erklärfilm: Social und Sustainable Entrepreneurs Zusammenfassendes Tafelbild (3 Begriffe)	Partner- oder Gruppenarbeit zur kognitiven Aktivierung und Sammlung von Vorwissen zum Thema
15'	Erarbeitung I	Die SuS lernen die SDGs kennen und erkennen die Möglichkeit, durch Entrepreneurship einen Beitrag zu Nachhaltigkeitszielen zu leisten.	M2 Die 17 SDGs	Unterrichtsgespräch, Partnerarbeit
20'	Sicherung I	Die SuS reflektieren eigene Fähigkeiten, Eigenschaften und Interessen und suchen untereinander Gleichgesinnte.	M3 Social und Sustainable Entrepreneurship: Eine eigene, nachhaltige Geschäftsidee entwickeln (Schritte 1 – 2)	Methode: Think-Pair-Share Einzelarbeit Kärtchen für die Interessengebiete (Schritt 2) Digital / Fernunterricht / Tablet-Klassen: Separate Kärtchenabfrage (z. B. mit oncoo.de) und Breakout-Räumen für die Interessengebiete.
2. und 3. Unterrichtsstunde: Ideenentwicklung, Präsentation und Analyse und Problematisierung der Ideen				
20'	Erarbeitung II	Die SuS gelangen nun von eigenen Stärken und Interessen und einem konkreten Problem zu einer Gründungsidee als Problemlösung mit sozialer und/ oder ökologischer Leistung.	M3 Social und Sustainable Entrepreneurship: Eine eigene, nachhaltige Geschäftsidee entwickeln (Schritt 3)	Methode: Think-Pair-Share Gruppenarbeit (Aufgabe 4) Kärtchen für die Interessengebiete (Schritt 2) Interessengebiete.
40'	Sicherung II und Erarbeitung III	Die SuS präsentieren ihre Ideen („Pitch“). Sie füllen für einen der „Pitches“ das Social Business Model Canvas aus, um die Gründungsidee einer anderen Gruppe nachzuvollziehen und stellen Rückfragen. Sie erkennen im Canvas eine Strukturierungsmatrix für unternehmerisches Denken und Handeln.	M3 Social und Sustainable Entrepreneurship: Eine eigene, nachhaltige Geschäftsidee entwickeln (Präsentation von Schritt 4) M4 Social Business Model Canvas (1. Kopie)	Methode: Elevator Pitch (Kurzvortrag) Die verbleibende Zeit sollte den Gruppen mit einem sichtbaren Timer angezeigt werden. Digital / Fernunterricht / Tablet-Klassen: Pitch z. B. in Form eines Handy-Videos

Zeit	Phase	Inhalte	Materialien	Tipps / Hinweise
15'	Vertiefung I	Die SuS bewerten verschiedene Gründungsideen und deren Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit.	<p>M5 Elon Musk und seine Gründungen im Nachhaltigkeits-Check: Egomane oder Problemlösung?</p> <p>Digitale Umfrage: Entscheidungsmatrix</p>	<p>Kritisches Hinterfragen der selbst entwickelten Ideen oder von Elon Musks Gründungen unter dem Motto: Für ein großes Ego und viel Geld oder für mehr Nachhaltigkeit und Problemlösungen für die Herausforderungen der Zukunft?</p> <p>Möglichkeit zu einer begründeten Positionierung</p>
15'	Vertiefung II	Die SuS analysieren nun auch die eigenen Ideen mit der Strukturierungsmatrix und vertiefen und festigen die Methode zur Ordnung kreativer Ideen.	<p>M4 Social Business Model Canvas (2. Kopie)</p>	<p>Option 1: Vertiefung durch Ausfüllen des Canvas für die eigene Idee</p> <p>Option 2: Möglichkeit zur Selbstreflexion des Prozesses durch den Schreibauftrag (Aufgabe 6) und dessen Bereitstellung in einem Klassen-Blog zum Workshop.</p> <p>Auch als Hausaufgabe geeignet.</p>

M1

Unternehmerisch denken und handeln



© Britta Pedersen-Pool/Getty Images

Unternehmerisch denken und handeln:

Für ein großes Ego

oder

für mehr Nachhaltigkeit und Problemlösungen für die Herausforderungen der Zukunft?



Erklärfilm: Social und Sustainable Entrepreneurs

Soziale und ökologische Probleme rücken immer stärker in den Fokus von Gründerinnen und Gründern. Doch was bedeutet es, Social und Sustainable Entrepreneurin oder Entrepreneur zu sein? Und vor welchen Herausforderungen stehen die Gründerinnen und Gründer auf dem Weg, ihre Branche umzukrempeln? Der Erklärfilm gibt über diese und weitere Fragen Aufschluss.

Aufgaben

- 1 Tauschen Sie sich zu Ihrem Vorwissen zum Thema Unternehmensgründungen aus. Wie stehen Sie zu der Idee, mit unternehmerischem Handeln Lösungsansätze bzw. eine Problemlösung für ökologische und soziale Herausforderungen zu finden?
- 2 Schauen Sie den Erklärfilm und erläutern Sie die Ziele und Besonderheiten von Social und Sustainable Entrepreneurship.

M2

Die 17 SDGs

Bei den Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen (UN) handelt es sich um globale Ziele für nachhaltige Entwicklung. Sie beinhalten die **drei Dimensionen der Nachhaltigkeit**: Ökonomie (Wirtschaft), Ökologie (Umwelt) und Soziales. Die Ziele wurden 2015 auf der Generalversammlung der UN von allen 193 UN-Mitgliedsstaaten beschlossen.



© Quelle: Vereinte Nationen, Bundesregierung

Aufgabe

- 3** Beschreiben Sie Beispiele, wie Unternehmen mit innovativen Problemlösungen zur Verwirklichung der SDGs Ziele beitragen können.

M3

Social und Sustainable Entrepreneurship: Eine eigene, nachhaltige Geschäftsidee entwickeln

Sie werden sehen, Elon Musk und andere Gründerinnen und Gründer haben auch mal so angefangen und es ist gar nicht schwer. Mit dieser kreativen Übung können Sie in nur vier Schritten von Ihren persönlichen Stärken zur Geschäftsidee als Problemlösung mit sozialer Leistung und/oder Nachhaltigkeitsbeitrag kommen. Nutzen Sie die SDGs aus M2 für Ihre eigenen Ideen.

Schritt 1: Die eigene Persönlichkeit reflektieren: Ihre individuellen Stärken (5 min):

Welche Tätigkeiten fallen Ihnen leicht? Was können Sie gut? Schreiben Sie eine Liste mit Ihren Stärken, Fähigkeiten und Hobbys auf.

Schritt 2: Eigene Interessen herausfinden und gleichgesinnte Verbündete finden (15 min):

Was interessiert Sie? Sport, Musik, Medien, Nachhaltigkeit, Lifestyle? Werden Sie sich über Ihre Interessen klar. Schreiben Sie Ihre Interessengebiete auf. Im Anschluss notieren Sie die zwei wichtigsten auf Kärtchen. Schauen Sie sich die Interessengebiete in Ihrer Lerngruppe an und ordnen Sie sich anhand der Ergebnisse von Schritt 1 und 2 einer zu Ihren Stärken und Interessen passenden Gruppe zu.

Schritt 3: Gemeinsam eine unternehmerische Idee für mehr Nachhaltigkeit entwickeln (20 min):

Sie benötigen dazu drei Teilschritte:

- a) Tauschen Sie sich nun in Ihrer Gruppe über Ihr gemeinsames Interessensgebiet aus und identifizieren Sie eine gesellschaftliche Herausforderung oder ein drängendes soziales oder ökologisches Problem: Was stört sie? Was sollte anders werden?

Problem: _____

- b) Wie kann das identifizierte Problem im Rahmen einer unternehmerischen Geschäftsidee von Ihnen gelöst werden? Formulieren Sie Ihre Geschäftsidee (Wertsprechen als Kundennutzen oder Problemlösung) und die spürbare Veränderung im sozialen (Social Impact) oder ökologischen Bereich (Nachhaltigkeitsbeitrag) gemeinsam aus.

Unsere Problemlösung (Nutzenversprechen): _____

Unsere soziale Leistung, unser Nachhaltigkeitsbeitrag (SDGs M2): _____

- c) Identifizieren Sie nun Ihre Kundinnen und Kunden. Fertigen Sie dazu zunächst eine „künstlerische“ Skizze einer/s typischen Kundin/Kunden Ihrer Marktleistung an. Denken Sie etwa an Alter, Geschlecht, finanzielle Situation und weitere typische Merkmale. Sie können auch typische Aussagen für Ihre Kundschaft hinzufügen. Ergänzen Sie nun – falls die Kundinnen und Kunden Ihrer Marktleistung nicht dieselben sind wie die Ihrer sozialen und ökologischen Leistung – diese Gruppen bzw. Kundinnen und Kunden.

Unsere typischen Kundinnen und Kunden (Zielgruppe / Kundschaft der Marktleistung sowie Kundinnen und Kunden der sozialen und ökologischen Leistung):

Schritt 4: Die eigene Geschäftsidee vorstellen (7 min Vorbereitung, 1:30 „Elevator Pitch“):

Stellen Sie nun mithilfe Ihrer Skizze Ihre nachhaltige Geschäftsidee (Problem, Lösung, Kundenprofil) den anderen Gruppen vor. Zeitvorgabe: Maximal 1 Minute und 30 Sekunden!

In der Gründersprache heißt der Schritt 4 „Pitch“: eine sehr kurze Präsentation einer Geschäftsidee vor möglichen Investorinnen und Investoren. Auf YouTube finden sich viele Beispiele für „Pitches“. Für unseren „Elevator Pitch“ stellen wir uns vor, wir müssten unser Gegenüber auf einer kurzen Aufzugfahrt von unserer Idee überzeugen, die die Welt besser machen wird.

Sprechen Sie sich kurz ab, wer welchen Teil übernimmt, schauen Sie sich die Tipps an und dann kann es losgehen.

! Einige Tipps zum Pitch

- ◆ Halten Sie den Pitch kurz (max. 1:30 Minuten) und einfach (KISS = keep it short and simple).
- ◆ Präsentieren Sie das Problem und Ihre Lösung für das Problem Ihrer Zielgruppe anhand der typischen Kundin / des typischen Kunden und Ihrem Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit.
- ◆ Es geht nicht um Sie, es geht v. a. darum, das Publikum vom Nutzen Ihrer Idee zu überzeugen und die soziale und ökologische Nachhaltigkeit aufzuzeigen.
- ◆ Bauen Sie gängige Einwände („Das klappt doch nie!“) ein und widerlegen Sie diese.
- ◆ Strahlen Sie Begeisterung aus, sprechen Sie die Emotionen Ihres Publikums an und erschlagen Sie diese nicht mit Zahlen.
- ◆ Das hochmotivierte Team ist wichtig: Stellen Sie heraus, warum Sie als Team das Problem am besten lösen können.

Aufgaben

- 4** Social und Sustainable Entrepreneurship als Lösung konkreter Probleme und Weg zur mehr sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit? Entwickeln Sie ausgehend von Ihren eigenen Stärken im Workshop und einem konkreten Problem Geschäftsideen für eine Unternehmensgründung als Lösung, indem Sie die Schritte 1–3 in Ihrer Lerngruppe durchführen.
- 5** Teilen Sie vor den Präsentationen („Pitches“) in Schritt 4 die Ideen auf: Jede Gruppe hält die Idee jeweils einer anderen Gruppe in der Strukturierungsmatrix „Social Business Model Canvas“ in M4 fest. Führen Sie die Pitches durch und ergänzen Sie ggf. Ihre Notizen in M4.
Im Anschluss darf das Plenum (insbesondere die Gruppe, die das jeweilige Canvas ausgefüllt hat) genau 2 Minuten Rückfragen stellen.
- 6** Unternehmerisch denken und handeln:
 - ◆ Wie leicht oder schwer ist Ihnen diese kreative Aufgabe gefallen?
 - ◆ Was nehmen Sie aus Ihren eigenen Ideen im Workshop mit?
 - ◆ Hat Ihre Gruppe kreative Problemlösefähigkeiten bewiesen?
 - ◆ Haben Sie gar den Grundstein für eine mögliche Selbständigkeit oder Unternehmensgründung gelegt?Schreiben Sie einen Blog-Eintrag, in welchem Sie Ihre eigenen Erfahrungen und Erkenntnisse aus dem Workshop reflektieren.

M4

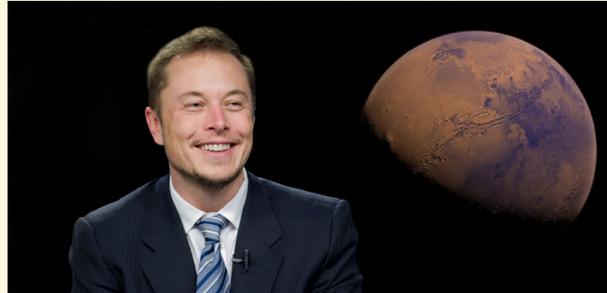
Social Business Model Canvas

<p>Schlüsselpartner / Förderer</p>	<p>Schlüsselaktivitäten / Soziale Innovation Wie erfüllen wir den Kundennutzen, wie generieren wir Einnahmen?</p>	<p>Gesellschaftliche Herausforderung, soziales oder ökologisches Problem</p> <p>Soziale (Social Impact) / ökologische Leistung (Nachhaltigkeitsbeitrag) Welche positiven Veränderungen, welcher Mehrwert entsteht für wen?</p>	<p>Kundenbeziehungen Welche Art der Beziehung erwarten unsere Kundinnen und Kunden?</p>	<p>Kundensegmente: Kundinnen und Kunden der sozialen oder ökologischen Leistung Für wen schaffen wir Werte? Wer profitiert von unserer sozialen oder ökologischen Leistung?</p>
<p>Schlüsselressourcen Welche Ressourcen, Fähigkeiten brauchen wir?</p>	<p>Marktleistung (Financial Impact) Welche Probleme lösen wir für unsere Kundschaft? Mit welchem Produkt oder welcher Dienstleistung? Unser Nutzenversprechen:</p>	<p>Vertriebskanäle Wie erreichen wir unsere Kundinnen und Kunden?</p>	<p>Kundinnen und Kunden der Marktleistung Für wen schaffen wir Werte? Wer profitiert von unserer Marktleistung? Wer ist unsere Zielgruppe?</p>	
<p>Kostenstruktur Wofür geben wir Geld aus?</p>		<p>Einnahmequellen / Einnahmestruktur Wodurch kommt Geld rein?</p>		

Quelle: Eigene Darstellung nach businessmodelgeneration.com

M5

Elon Musk und seine Gründungen im Nachhaltigkeits-Check: Egomane oder Problemlösung?



© Elon Musk: Zumisu/Pixabay



© istock.com/ Erikona

x.com/PayPal (1999)



© Blomst/Pixabay

Tesla (2003)



© istock.com/Sundry Photography

SpaceX (2002)

Problemlösung:	Problemlösung:	Problemlösung:
Nachhaltig?	Nachhaltig?	Nachhaltig?



Digitale Umfrage: Entscheidungsmatrix

Auf der Leinwand erscheint eine Frage, zu der Ihre Entscheidung gefragt ist. Über die waagerechte Achse in der Entscheidungsmatrix geben Sie an, wie sehr Sie der Fragestellung zustimmen bzw. diese ablehnen. Wie schwer oder leicht Ihnen diese Entscheidung gefallen ist, können Sie über die senkrechte Achse wiedergeben. Nutzen Sie Ihr mobiles Endgerät, um anhand dieser Kriterien Ihre persönliche Entscheidung in der Matrix zu platzieren und diese mit einer kurzen Erläuterung zu begründen. Das Klassenergebnis wird anschließend auf der Leinwand für alle sichtbar angezeigt.

Aufgaben

- 7 Alle drei u. a. von Elon Musk gegründeten Unternehmen bieten zwar Lösungsansätze bzw. eine Problemlösung für gesellschaftliche Herausforderungen. Aber sind sie wirklich nachhaltig? Machen Sie den Nachhaltigkeits-Check, indem Sie bewerten, inwiefern Musk durch seine Gründungen (M5) zu den einzelnen SDGs (M2) beiträgt, und wo die Grenzen liegen.
- 8 „Ist Social und Sustainable Entrepreneurship nur ein Vorwand, um reich zu werden oder kann es zu mehr Nachhaltigkeit beitragen?“ Positionieren Sie sich in der Entscheidungsmatrix und begründen Sie vor dem Hintergrund des erlernten Wissens Ihre Position.