



CREATOR

Experimental Approach to Teaching Entrepreneurship through Workplace Training

[2017-1-DE02-KA202-004253]

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



Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Diese Veröffentlichung spiegelt nur die Ansichten des Autors wider, und die Kommission kann nicht für die Verwendung der darin enthaltenen Informationen verantwortlich gemacht werden.

Kompendium von Prototypen, die von Studenten von berufsbildenden Schulen erstellt wurden, die an den unternehmerischen Workshops von CREATOR teilnehmen

Entwickelt von den Projektpartnern:





Teaching Entrepreneurship

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



Einführung

Entrepreneurship als Kompetenz ist definiert als die Fähigkeit, auf Chancen und Ideen zu reagieren, um Wert für andere zu schaffen. Die Wertschöpfung kann sozial, kulturell oder finanziell sein.

Die EntreComp-Definition von Entrepreneurship passt perfekt zum Verhältnis unseres Projekts CREATOR: Experiential Approach to Teaching Entrepreneurship through Workplace Learning (Erasmus + Programm - KA2 Strategic partnerships for the development of innovation - Project number 2017-1-DE02-KA202-004253). Bei diesem anspruchsvollen Projekt hatten alle Partner die Möglichkeit, innovative Ansätze und praktische Werkzeuge zu erleben. Erster Intellectual Output (IO) des Projekts: die Leitlinien für die erfahrungsorientierte Vermittlung von Entrepreneurship, ein Dokument zur Umsetzung der erfahrungsorientierten Vermittlung von Entrepreneurship auf der Grundlage einer engen Zusammenarbeit mit der lokalen Wirtschaft. Der zweite IO waren Lehrmaterialien für Lehrer und Lernarbeitshefte für Schüler: Handbücher zur Unterstützung des arbeitsbasierten Lernens von Unternehmertum. Die folgende Veröffentlichung ist der dritte Output: Ein Kompendium von Prototypen, die von Studenten von Berufsschulen erstellt wurden, die an der Erprobung der oben genannten Ansätze und Werkzeuge beteiligt sind. Mit Unterstützung von Berufsbildungslehrern, Ausbildungsanbietern und lokalen Unternehmern, die echte Fallstudien anboten, entwarfen und implementierten die Schüler unternehmerische Ideen mit verwandten Geschäftsmodellen und Prototypen (physische Objekte) und machten so eine inspirierende und praktische Erfahrung über die gesamte Bedeutung von Unternehmertum.

Zu diesem Zweck wurde in allen beteiligten Schulen ein komplexer Arbeitsprozess mit mehreren Schritten durchgeführt: Erstellung von Lernmaterial für Schüler, Lehrerfortbildungen zur Vorbereitung der Lehrer auf den erlebnisorientierten Unterricht im Bereich des Unternehmertums und 30 Stunden Pilotkurse im Bereich des erlebnisorientierten Unternehmertums auf der Grundlage des arbeitsplatzbezogenen



Teaching Entrepreneurship

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



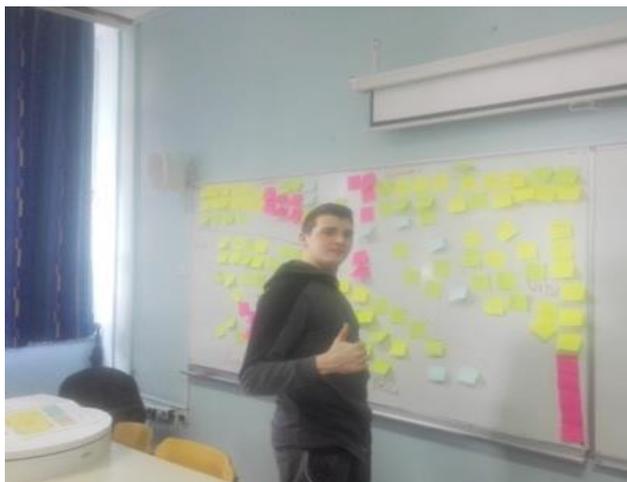
Lernens unter der Leitung von Berufsschullehrern in Zusammenarbeit mit lokalen Unternehmen.

Die Endergebnisse, die Sie lesen und durch dieses Kompendium sehen werden, stellen die konkreten Ergebnisse dieses gesamten Prozesses dar. Für jede Gruppe von beteiligten Studenten wird eine Hauptbeschreibung der Geschäftsidee zusammen mit dem Geschäftsmodell und einigen Bildern berichtet.

*Matteo Paradisi
Project Manger
Ilmiofuturo di ilmiolavoro srl*

Studenten-Prototypen - Slowenien

Den Studenten von GEPŠ Piran ist es gelungen, fünf sehr innovative Produkte für Restaurants, Pubs und Bars herzustellen. Da es sich um eine Fachschule handelt, waren sie sehr aktiv im Prototypenbau des Projekts und alle Teams konnten einen funktionierenden Prototyp herstellen. Während der Entrepreneurship-Workshops erwarben sie mehr Selbstwertgefühl und die meisten von ihnen konnten ihren Mangel an Soft Skills und die Angst vor öffentlichen Präsentationen überwinden. Deshalb haben alle von ihnen eine richtige Einstellung für ihre Produkte/Ideen vorgenommen. Sie lernten die Bedeutung von Empathie, Storytelling und Ästhetik des Produkts kennen - zu Beginn des Projekts konzentrierten sie sich mehr auf die technischen Aspekte des Produkt.





| VAKANT | |
|--|--|
| Name, Alter | Z. Tubić, A. Erjavec, M. Reberšek, T. Čadež, Ž. Črneka AGE: 17/18 |
| Schule und Klasse | GEPŠ – 3.EE |
| Mentor, Beruf/Job, Schule/Firma | Dejan Vodopija, Lehrer für Elektro- und Automatisierungstechnik |
| Statement | <p>Viele Male und ich bin sicher, dass es dir auch passiert ist, dass du, wenn du das Restaurant betrittst, zuerst eine ganze Weile warten musst oder sogar nach einer Kellnerin oder einem anderen Mitarbeiter des Restaurants suchen musst, der dir helfen könnte, zu wissen, ob es genug Platz im Restaurant gibt, um dich hinzusetzen oder nicht. Dies ist besonders ärgerlich, wenn man als Gruppe von Freunden in ein Restaurant geht, was bedeutet, dass man nebeneinander, am selben Tisch sitzen möchte.</p> <p>Wenn viele Leute in der Bar/Restaurant/Pub sind, wird es auch für das Personal schwierig sein zu wissen, wie viele freie Plätze verfügbar sind, und Anfragen sind meist zeitaufwendig und erschweren somit die Arbeit der Kellner und die Qualität des Service für bereits sitzende Gäste sinkt ebenfalls.</p> <p>Deshalb haben wir uns die Zeit genommen, darüber nachzudenken, wie dieser Prozess sowohl aus Sicht der Kunden als auch aus Sicht der Mitarbeiter erleichtert und beschleunigt werden kann.</p> <p>Wir hatten die Idee, dass es vor dem Betreten eines Restaurants einen Bildschirm geben würde, auf dem die Kunden den Grundriss des Restaurants/Pubs mit allen verfügbaren Tischen und der Anzahl der Plätze pro Tisch sehen könnten. Jeder Tisch auf dem Plan würde eine Leuchtanzeige haben.</p> <p>Die Grundrissanzeige wäre drahtlos mit dem Hauptrechner verbunden, wo alle Aufträge eingegeben werden, so dass der Bildschirm am Eingang mit einem einzigen Knopfdruck aktualisiert wird.</p> <p>Auf diese Weise werden potenzielle Kunden über den Standort und die Anzahl der freien Plätze für einen bestimmten Tisch informiert. Die Kunden könnten dann den Standort und die Größe der Tabelle wählen, die am besten zu ihnen passt. Wenn die Kontrollleuchte eines Tisches ausgeschaltet ist, kann sie frei genommen werden, andernfalls, wenn die rote Lampe aufleuchtet, wissen wir, dass der Tisch besetzt oder reserviert ist.</p> |

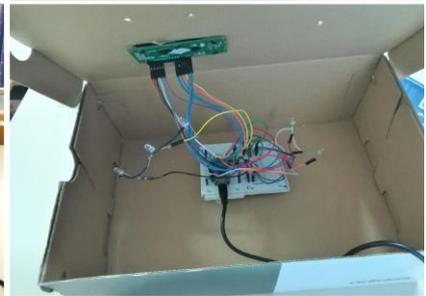
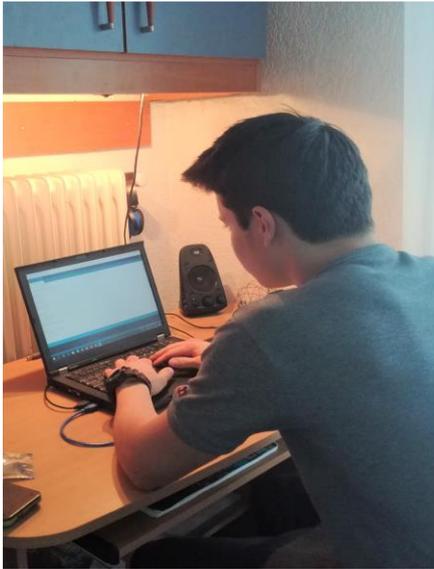
| | |
|--|---|
| | <p>Auch wenn der Prozess einfach erscheint, ist er in ganz Slowenien und vielen anderen Ländern praktisch ungenutzt, aber wir sind überzeugt, dass sich das ändern kann.</p> <p>In unseren Interviews und vielen Gesprächen erfuhren wir, dass von den 6 Restaurants, in denen wir unsere Idee präsentierten, 5 großes Interesse am ersten Prototyp zeigten.</p> <p>Wenn diese Präsentation für Sie attraktiv war und es in Ihrem Interesse liegt, den Service für Ihre neuen potenziellen Kunden zu verbessern, können Sie mehr über unser Produkt auf unserer Webseite oder in einer unserer 6 zukünftigen Filialen in ganz Slowenien erfahren.</p> <p>Danke für Ihre Aufmerksamkeit.</p> |
| Kurzbeschreibung | Ein anpassbares Display, bei dem die Kunden wissen, ob genügend Platz für sie vorhanden ist, bevor sie ein Restaurant oder eine Bar betreten. |
| Zielgruppe/Nutzer | Restaurants, Fast-Food-Ketten, Bars, Kneipen, Pubs etc. |
| Entwicklungsprozess | <ul style="list-style-type: none"> 🌀 Umgebungsbeobachtung (Restaurants) 🌀 Extrapolieren Sie ein Problem und verwandeln Sie es in eine Chance. 🌀 Eine praktische Lösung für das Problem finden 🌀 Entwicklung der Idee 🌀 Prototyping 🌀 Überdenken, neu gestalten, Komplexität erhöhen 🌀 Logo, Name des Produkts 🌀 Denken Sie über Marketing, Kosten, Geschäftsmodell nach. 🌀 Schnelle Marktforschung, Feedback von potenziellen Anwendern 🌀 Präsentation und Vortrag |
| Hauptprobleme, Themen & Herausforderungen | Erlernen einer neuen Programmierumgebung, fehlende Teammitglieder (aufgrund eines wochenlangen Schüleraustauschs), Probleme mit den Stromkreisen |
| Wichtigste Ergebnisse & wichtigste Lernpunkte | Wir haben die Bedeutung von Empathie gelernt, wenn es darum geht, ein Produkt zu entwerfen; wir haben gesehen, dass wir die ersten sein könnten, die ein Produkt wie dieses verkaufen. |
| Nächste Schritte, mögliche Änderungen & Anpassungen | Erstellen eines interaktiven 3D-Modell des Restaurants, so dass der Kunde im Voraus auswählen und sehen kann, wo er sich hinsetzen kann und was er von dort aus sehen wird - (sehr anpassbar durch 3D-Scannen). Verwenden Sie ein ähnliches Produkt für Parkplätze (lassen Sie die Fahrer wissen, ob und wo es einige freie Plätze gibt) |
| Feedback | Das Feedback war meist gut, 5 von 6 Restaurants gaben uns positives Feedback über die Idee |
| Persönliches Motto | Bildung ist der Schlüssel. |



| | |
|--|---|
| Mein Idol/Rollenmodell aus der Geschäftswelt: | Ben Mallah |
| Ich denke, es ist wichtig, Unternehmertum zu lernen, denn ... | Es kann zu vielen neuen Möglichkeiten führen und uns sowohl auf beruflicher als auch auf persönlicher Ebene wachsen lassen. |

VACANT – Business model canvas

| VACANT | | | | |
|---|--|---|--|--|
| <u>Schlüsselartner</u> | <u>Schlüsselaktivitäten</u> | <u>Leistungsversprechen</u> | <u>Kundenbeziehung (en)</u> | <u>Kunden-segmente</u> |
| Unternehmen, die kundenspezifische LCD-Displays herstellen Unternehmen, die Leiterplatten herstellen | Fertigung Entwicklung Installation Reparatur und Wartung Marketing | Einzigartiges Produkt, es gibt keine Firmen, die ein solches Produkt anbieten. Erleichtert die Unterbringung der Kunden und erhöht die Lust am Betreten des Restaurants. Einfacheres Management des Restaurants | Monatliches Abonnement für stressfreien Service nach Ablauf der Garantiezeit Wartung Aktualisierungen Reparaturen | Restaurants Pubs Fast Foods (Parkplätze, Einkaufszentren) |
| | <u>Schlüssel-ressourcen</u> | | <u>Vertriebskanäle</u> | |
| | Programmierer Außendienstmitarbeiter Lieferwagen Designer | | Website Shop (Ausstellungsräume) Soziale Netzwerke | |
| <u>Kosten und Kostenstruktur</u> | | | <u>Einnahmequellen</u> | |
| Kosten des Lieferanten Kosten für die Pflege der Website Kosten für die Büros und Ausstellungsräume Gehälter der Mitarbeiter | | | Verkäufe des Produkts Zusatzeinkommen mit stressfreier Option Installation | |



RESTAURANTBELEUCHTUNG

| | |
|--|--|
| Name, Alter | <p>D. Eškič, M. Šavron, T. Gregorič, V. Cibic, A. Zudič, J. Horvat</p> <p>AGE: between 17 and 19</p> |
| Schule und Klasse | <p>GEPŠ – 3.EE</p> |
| Mentor, Beruf/Job, Schule/Firma | <p>Dejan Vodopija, Lehrer für Elektro- und Automatisierungstechnik</p> |
| Statement | <p>Nach dem Besuch verschiedener Restaurants, als Gruppe von Elektrotechnikern, beobachteten wir den Mangel an Licht und Farbe im Raum. Meistens bietet die Beleuchtung des Raumes nur Sichtbarkeit, aber was sie tun sollte, ist, dass man sich manchmal wie zu Hause fühlt und sich vielleicht manchmal weit weg fühlt, je nach Stimmung.</p> <p>Wir haben festgestellt, dass die meisten Restaurants (Elite, Standard, klein....) nicht genügend Aufwand betreiben, um die Umgebung, in der die Gäste essen, ansprechender zu gestalten, zumindest nicht mit den Lichtern. Es gibt viele Arten von Beleuchtung auf dem Markt, aber jede hat zumindest einige Nachteile. Oftmals ist das Licht zu hell für Ihren Geschmack, oder vielleicht gefällt Ihnen die Farbe des Lichts nicht. Schöne Lichter können auch sehr teuer sein und bieten dem Kunden dennoch kein individuelles Erlebnis.</p> <p>Deshalb haben wir uns entschieden, ein Produkt zu entwickeln, das eine einstellbare Lichtintensität und -farbe bietet, einfach zu installieren, interaktiv, hochgradig anpassbar und gleichzeitig erschwinglich ist.</p> <p>Der Aufbau des Produkts ist einfach. Der LED-Streifen ist in das Licht integriert, wodurch das Licht in jede beliebige Form gebracht werden</p> |

| | |
|--|---|
| | <p>kann, da wir die Außenhülle des Lichts mit 3D-Druck herstellen würden. Es wird ferngesteuert, per Bluetooth-Technologie, über einen Touchscreen auf dem Restauranttisch, so dass der Kunde die Intensität und Farbe des Lichts wählen kann, das er in diesem Moment am liebsten hat.</p> <p>Dies wird dazu führen, dass sich der Kunde mehr zu Hause fühlt und gleichzeitig ist es eine nette Art zu spielen, während er auf die Bestellungen wartet, oder vielleicht einen Hinweis auf seine aktuellen Emotionen für die Person zu geben, mit der du isst.</p> <p>Da die Leuchten drahtlos gesteuert werden, ergibt sich der Vorteil einer einfachen Installation.</p> <p>Wenn Sie also ein einzigartiges Licht wollen, das kein anderes Restaurant der Welt haben wird, das dem Stil Ihres Restaurants ähnelt und zu einem erschwinglichen Preis, müssen Sie sich für Restaurant Lights entscheiden.</p> |
| Kurzbeschreibung | Hochgradig anpassbare, interaktive und ferngesteuerte Restaurantbeleuchtung |
| Zielgruppe/Nutzer | Restaurants, Fast-Food-Ketten, Bars, Pubs etc. (In Zukunft Wohnungen, Spas, Geschäfte, Geschäfte....) |
| Entwicklungsprozess | <ul style="list-style-type: none"> 🌀 Umgebungsbeobachtung (Restaurant) 🌀 Extrapolieren Sie ein Problem und verwandeln Sie es in eine Chance. 🌀 Eine praktische Lösung für das Problem finden 🌀 Entwicklung der Idee 🌀 Prototyping 🌀 Überdenken, neu gestalten, Komplexität erhöhen 🌀 Logo, Name des Produkts 🌀 Denken Sie über Marketing, Kosten, Geschäftsmodell nach. 🌀 Schnelle Marktforschung, Feedback von potenziellen Anwendern 🌀 Präsentation und Vortrag |
| Hauptprobleme, Themen & Herausforderungen | Vorbereitung der Präsentationen, Vorbereitung des Vortrags, Probleme mit den Stromkreisen, Vorschlag der Idee für Restaurants |
| Wichtigste Ergebnisse & wichtigste Lernpunkte | Eine Chance in einem Problem finden, verschiedene Wege, um eine Idee zu finden. |
| Nächste Schritte, mögliche Änderungen & Anpassungen | Zusätzliche Märkte (Geschäfte, Läden) finden, bestimmten Farben mehr Bedeutung verleihen, die Lichter nutzen, um Quiznächte zu beantworten. |
| Feedback | 4 von 5 Restaurants waren interessiert und dachten, dass es eine gute Idee sein könnte. |
| Persönliches Motto | Licht auf das Einkommen. |
| Mein Idol/Rollenmodell aus | Đenio Zadković (from “regular” photographer to mayor) |

| | |
|--|--|
| der Geschäftswelt: | |
| Ich denke, es ist wichtig, Unternehmertum zu lernen, denn ... | Es ist wichtig, dass wir, wenn wir in Zukunft ein Unternehmen haben, besser wissen, wie man es managt, damit es nicht scheitert. |



RESTAURANT LIGHTS – Business model canvas

| RESTAURANTLICHT | | | | |
|---|------------------------------------|---|---|--|
| <u>Schlüsselpartner</u> | <u>Schlüsselaktivitäten</u> | <u>Leistungsver-sprechen</u> | <u>Kundenbeziehung</u> | <u>Kunden-segmente</u> |
| Hersteller von elektronischen Komponenten | Fertigung | Einzigartiges Produkt, das das Restaurant noch spezieller und interaktiver macht. | Wir bieten eine Garantie an. Technische Unterstützung | Restaurants Stäbe Pubs Geschäfte Geschäfte |
| Marketingagenturen | Entwicklung | | | |
| Lichtfachgeschäfte | Installation | Es gibt mehr die | Rabatt bei zukünftigen Chargenkäufen Wartung Upgrades | |
| | Marketing | | | |



| | | | | |
|---|--|--|---|--|
| | <p>Schlüsselressourcen</p> <p>Programmer</p> <p>Manager / Buchhalter</p> <p>Kundendienstmitarbeiter</p> <p>Feldinstallation</p> | <p>Wahl des Kunden und gleichzeitig das Gefühl, zu Hause zu sein..</p> | <p>Vertriebskanäle</p> <p>Von Tür zu Tür</p> <p>Flyer versenden</p> <p>Soziale Netzwerke</p> | |
| <p>Kosten und Kostenstruktur</p> <p>Kosten für die Produktion</p> <p>Kosten der Büros</p> <p>Kosten der Mitarbeiter</p> <p>Marketingkosten</p> | | <p>Einnahmequellen</p> <p>Verkauf des Produkts</p> <p>Installation</p> <p>Schulungen</p> <p>Reparaturen nach der Garantie</p> | | |

SCHNELLBEDIENUNGS-TISCHLEUCHTEN

| | |
|---|--|
| <p>Name, Alter</p> | <p>E. Drlink, G. Juriševič, G. Koterle, J. Novak, V. Palčič</p> <p>Age: 17/18</p> |
| <p>Schule und Klasse</p> | <p>GEPŠ – 3.EE</p> |
| <p>Mentor, Beruf/Job, Schule/Firma</p> | <p>Dejan Vodopija, Lehrer für Elektro- und Automatisierungstechnik</p> |
| <p>Statement</p> | <p>Stellen Sie sich Ihr Restaurant voller Menschen vor und es kommen noch mehr. Sie haben jede Art von Wünschen. Einige wollen Getränke und Essen bestellen, andere wollen einfach nur die Rechnung bezahlen und wieder andere haben Fragen zur Speisekarte.</p> <p>Überall sind die Hände erhoben, Kunden rufen von der einen Seite nach einem Kellner und von der anderen nach einem anderen. Die Situation steht kurz vor dem Chaos, Aufträge können schnell verloren gehen oder gemischt werden und einige Kunden werden dabei ignoriert. Infolgedessen sind die Gäste unzufrieden, ja sogar wütend; sie verstehen nicht, dass du doch nur ein Mensch bist. Befindest du dich oft in einer solchen Situation?</p> <p>Jede neue Idee, Innovation und Lösung beginnt mit einem Problem und setzt sich mit Menschen fort, die anders denken können. Wir haben ein großes Problem im Bereich der Gastronomie gesehen und</p> |

| | |
|-----------------------------------|---|
| | <p>beschlossen, es zu lösen. Wir stellen Ihnen ein Gerät vor, das eine ideale Lösung für das oben genannte Problem ist. Es ist die schnelle Servicetischleuchte. Unser Produkt bietet Ihnen mehr Transparenz über die Anforderungen Ihrer Kunden und eine bessere Arbeitsorganisation. Das spart Ihnen Zeit und Nerven. Es ist sehr einfach zu bedienen, da es aus nur drei kleinen Tasten besteht. Eine für die Signalisierung, dass der Kunde bereit ist, die Rechnung zu bezahlen, eine für die Bestellung von Lebensmitteln und eine für andere Fragen, die die Kunden haben könnten. Auf Knopfdruck erscheint eine Nachricht auf dem Telefon des Kellners, die ihm sagt, welcher Tisch etwas braucht und was er braucht. Gleichzeitig ändert das Licht seine Farbe, um zu wissen, dass ein bestimmter Tisch etwas will. Sobald der Kellner den Wunsch des Kunden erfüllt hat, kann er das Licht und die Anzeige des Gerätes auf dem Tisch ferngesteuert von seinem Telefon aus wiederherstellen und sich auf einen anderen möglichen Wunsch vorbereiten.</p> <p>Unser Gerät ist der Anfang von allem, was ein Restaurant jemals wollte. Es ermöglicht einen schnellen Service und damit zufriedene Gäste, die immer wieder zu Ihnen zurückkehren. Gleichzeitig wird Ihre Arbeitsgruppe damit effektiver und produktiver. Es ist das Ende von lästigen Händewinkeln und wiederkehrenden Anrufen, wenn Gäste dich auf allen Seiten gleichzeitig brauchen. Tun Sie sich einen Gefallen, vertrauen Sie unserem Urteil und aktualisieren Sie Ihr Servicesystem so schnell wie möglich. Erfolg und zufriedene Gäste sind garantiert!</p> |
| <p>Kurzbeschreibung</p> | <p>Eine Maschine, die die Art und Weise, wie Kunden im Restaurant Speisen und Getränke bestellen können, vereinfacht und die Geschwindigkeit und Qualität des Service verbessert.</p> |
| <p>Zielgruppe/Nutzer</p> | <p>Restaurants, Fast-Food-Ketten, Bars, Pubs.... (in Zukunft Geschäfte, Einkaufszentren ..)</p> |
| <p>Entwicklungsprozess</p> | <ul style="list-style-type: none"> 🔧 Umfeldbeobachtung (Restaurant) 🔧 Ein Problem extrapolieren und in eine Chance verwandeln. 🔧 Eine praktische Lösung für das Problem finden 🔧 Entwicklung der Idee 🔧 Prototyping 🔧 Überdenken, neu gestalten, Komplexität erhöhen 🔧 Logo, Name des Produkts 🔧 Nachdenken über Marketing, Kosten, Geschäftsmodell, etc. 🔧 Schnelle Marktforschung, Feedback von potenziellen Anwendern 🔧 Präsentation und Vortrag |

| | |
|--|---|
| Hauptprobleme, Themen & Herausforderungen | Probleme mit den Stromkreisen, der Logistik (Mitglieder aus verschiedenen Städten), einen guten Eindruck hinterlassen, Restaurants nach der Idee fragen. |
| Wichtigste Ergebnisse & wichtigste Lernpunkte | Neue Wege der Idealentwicklung, verbesserte Teamarbeit, die Bedeutung des Storytelling |
| Nächste Schritte, mögliche Änderungen & Anpassungen | Finden zusätzlicher Märkte (Geschäfte, Läden), Hinzufügen einer Zufriedenheitsabstimmung, anpassbare Designs mit dem Einsatz von 3D-Druck und Designtechnologie. |
| Feedback | Das Feedback von verschiedenen Personen (potenzielle Restaurantkunden) war sehr gut.. |
| Persönliches Motto | Die besten Entdeckungen sind das Ergebnis einfacher Beobachtungen. |
| Mein Idol/Rollenmodell aus der Geschäftswelt: | Steve Jobs, Bill Gates |
| Ich denke, es ist wichtig, Unternehmertum zu lernen, denn ... | Da wir eher technische Menschen sind, haben wir gelernt, dass der wirtschaftliche Aspekt der Idee oder des Produkts genauso wichtig sein kann wie der technische Teil.. |





SCHNELLBEDIENUNGS-TISCHLEUCHTEN

– Business model canvas

| FAST SERVICE TABLE LIGHTS | | | | |
|---|--|---|---|---|
| <u>Schlüsselpartner</u> | <u>Schlüssel-aktivitäten</u> | <u>Leistungs-versprechen</u> | <u>Kunden-beziehungen</u> | <u>Kunden-segmente</u> |
| <p>Hersteller von elektronischen Komponenten</p> <p>Marketingagenturen</p> | <p>Fertigung</p> <p>Entwicklung</p> <p>Installation</p> | <p>Einzigartiges Produkt, das die Bestellung von Speisen und Getränken in der Gastronomie erleichtert und beschleunigt.</p> <p>Anpassbares Design</p> | <p>3 Jahre Garantieoption</p> <p>Wartung</p> <p>Schulungen zur korrekten Anwendung</p> <p>Upgrades</p> | <p>Restaurants</p> <p>Stäbe</p> <p>Pubs</p> <p>Später: Geschäfte</p> <p>Wartung</p> |
| | <p><u>Schlüssel-ressourcen</u></p> <p>Programmierer</p> <p>Führungskräfte / Marketing</p> <p>Kundendienstmitarbeiter</p> | | <p><u>Vertriebskanäle</u></p> <p>Website</p> <p>Soziale Netzwerke</p> | |
| <p><u>Kosten und Kostenstruktur</u></p> <p>Kosten für die Produktion</p> <p>Kosten für die Website</p> <p>Kosten der Büros</p> <p>Kosten der Mitarbeiter</p> <p>Marketingkosten</p> | | | <p><u>Einnahmequellen</u></p> <p>Verkäufe des Produkts</p> <p>Zusatteinnahmen durch die Garantieverlängerung</p> <p>Monatliches Abonnement für den Pro-Kundendienst</p> <p>Installation</p> <p>Schulungen</p> | |



FADE (restaurant desktop lights)

| | |
|--|--|
| Name, Alter | <p>T. Bonin, P. Lovrečič, K. Kocjančič, N. Olivo, K. Kavrečič</p> <p>Age: 17</p> |
| Schule und Klasse | <p>GEPŠ – 3.EE</p> |
| Mentor, Beruf/Job, Schule/Firma | <p>Dejan Vodopija, Lehrer für Elektro- und Automatisierungstechnik</p> |
| Statement | <p>Stellen Sie sich ein Restaurant, eine Bar, ein Fast-Food vor... es gibt viele Kunden und viele von ihnen sind anspruchsvoll. Wir alle können feststellen, dass viele Gäste bei der Zubereitung ihrer Bestellungen ungeduldig sind, weil sie nicht wissen, wann ihr Essen fertig sein wird, und deshalb werden sie oft reizbar, nervös und behindern die Kellner bei der Arbeit, wenn sie fragen, wann ihre Bestellung vorbereitet wird, während der Kellner selbst versucht, gleichzeitig einen anderen Kunden zu bedienen.</p> <p>Noch öfter, wenn ein Kellner Essen oder Getränke mitbringt, ist der Tisch in der Regel voller Sachen und deshalb wird der Service unangenehm, weil der Kellner keinen Platz hat, wo er die bestellten Gerichte abstellen kann. Dieses Problem würde mit dem FADE-Licht auf einfache, aber elegante Weise gelöst.</p> <p>Es ist eine Designerleuchte, die die Gäste über den Status ihrer Bestellung sowie darüber informiert, wann die Speisen auf dem Tisch ankommen, damit sie alle unnötigen Dinge rechtzeitig entfernen können.</p> <p>Warum das Licht? Denn es schien uns, dass das erwähnte Problem in den Kneipen, Restaurants, Bars, einfach mit einem intuitiven und ästhetisch ansprechenden Gerät, einer attraktiven Tischleuchte, die sowohl für das Restaurantpersonal als auch für die Gäste von Vorteil sein würde, behoben werden könnte.</p> <p>Unser Produkt ist sehr einfach zu bedienen. Sie besteht aus einer Tischleuchte, die drahtlos mit dem Hauptdisplay</p> |

| | |
|-----------------------------------|--|
| | <p>verbunden ist, über das nur das Personal des Restaurants die Kontrolle hat. Wenn das Personal die Bestellung eines Gastes erhält, wird die entsprechende Schaltfläche auf dem Display angewählt, um den Zeitpunkt festzulegen, zu dem der Gast das Essen erhält. Wenn die Zeit eingestellt ist, leuchtet das Licht und die rote Farbe geht an. Mit der Zeit verblasst die rote Farbe in Gelb und dann in Grün. Nach Ablauf der Zeit blinkt das grüne Licht und dann, damit die Gäste wissen, dass ihr Gericht fertig ist und auf dem Weg zu ihrem Tisch ist, so dass sie Dinge vom Tisch nehmen können, was einen schöneren und ruhigeren Service ermöglicht. Unser Produkt ist nicht nur auf eine Weise nützlich, sondern kann auch dazu verwendet werden, den Gästen Informationen über die Kochzeit zu geben, auch für die Dekoration, denn die sich ändernde Farbe des Lichts belebt die Umgebung und macht das Hosting angenehmer.</p> <p>Als weitere Anwendung könnte eine andere Farbe verwendet werden, um zu signalisieren, dass der Tisch bereits reserviert ist und nicht mehr das typische Kartonschild.</p> <p>Wenn Sie das Aussehen, die Atmosphäre und die Zufriedenheit Ihrer Kunden verbessern möchten, ist unser Produkt die richtige Lösung für Sie. Eine elegante Art, die verbleibende Zeit bis zum Servieren darzustellen, wird zweifellos sowohl die Kunden als auch das Personal des Restaurants ansprechen. Ein zufriedener Kunde wird zweifellos seine Erfahrung teilen und mehr Kunden in Ihr Unternehmen bringen, was zu einer Steigerung Ihres Umsatzes führt.</p> |
| <p>Kurzbeschreibung</p> | <p>Eine ästhetisch ansprechende Tischleuchte, die das Aussehen des Restaurants verbessert und gleichzeitig den Kunden sagt, wie lange es dauert, bis sie ihre Bestellung erhalten.</p> |
| <p>Zielgruppe/Nutzer</p> | <p>Restaurants, Fast-Food-Ketten, Bars, Pubs etc. (In Zukunft werden Geschäfte, Geschäfte, Banken....überall dort, wo es eine Warteschlange gibt)</p> |
| <p>Entwicklungsprozess</p> | <ul style="list-style-type: none"> 🔧 Umgebungsbeobachtung (Restaurants) 🔧 Extrapolieren Sie ein Problem und verwandeln Sie es in eine Chance. 🔧 Eine praktische Lösung für das Problem finden 🔧 Entwicklung der Idee 🔧 Prototyping |

| | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> 🔧 Überdenken, neu gestalten, Komplexität erhöhen 🔧 Logo, Name des Produkts 🔧 Denken Sie über Marketing, Kosten, Geschäftsmodell nach. 🔧 Schnelle Marktforschung, Feedback von potenziellen Anwendern 🔧 Präsentation und Vortrag |
| Hauptprobleme, Themen & Herausforderungen | Probleme mit den elektrischen Schaltungen, die Suche nach den richtigen Materialien |
| Wichtigste Ergebnisse & wichtigste Lernpunkte | Neue Wege der Ideenentwicklung, die Bedeutung von Storytelling und Branding |
| Nächste Schritte, mögliche Änderungen & Anpassungen | Suche nach zusätzlichen Märkten (Geschäfte, Läden....), anpassbare Farben. |
| Feedback | Das Feedback von verschiedenen Personen (potenziellen Restaurantkunden) war sehr gut. |
| Persönliches Motto | Farbe ist eine gute Informationsquelle. |
| Mein Idol/Rollenmodell aus der Geschäftswelt: | Es ist wichtig, denn wenn Sie Ihr Produkt verkaufen wollen, ist ein Produkt, das funktioniert und tut, was es sagt, möglicherweise nicht immer genug, um gut zu verkaufen. |
| Ich denke, es ist wichtig, Unternehmertum zu lernen, denn ... | |

FADE – Business model canvas

| FADE (Tischleuchten im Restaurant) | | | | |
|---|--|---|--|--------------------------|
| <u>Schlüsselpartner</u> | <u>Schlüssel-aktivitäten</u> | <u>Leistungsversprechen</u> | <u>Kunden-beziehungen</u> | <u>Kunden-segmente</u> |
| Hersteller von elektronischen Komponenten | Fertigung Entwicklung | Einzigartiges Produkt, frisches und elegantes Design, das das | Wartung/Fehlerbehebung Schulungen zur korrekten Anwendung 1 Jahr Garantie | Restaurants |
| Schreiner | | Warten auf Speisen und Getränke entspannter macht. | <u>Vertriebskanäle</u> Web site Social networks Newspaper Adds (radio) | Stäbe |
| Plexiglashersteller | <u>Schlüssel-ressourcen</u> Programmierer Maschinenbauer Führungskräfte / Marketing | | | Pubs Fast-Food-Ketten |



| | | | | |
|---|-------------------------------------|----------------------|---|--|
| | Kundendienstmitarbeiter Webseite | Anpassbare Farben | Stores | |
| <u>Kosten und Kostenstrukturen</u> | | | <u>Einnahmequellen</u> | |
| Kosten des Lieferanten Kosten für die Pflege der Website Kosten der Büros Gehälter der Mitarbeiter | | | Verkäufe des Produkts Zusatzeinnahmen durch die Garantieverlängerung Schulungen | |



AYAD – Are you already drunk? BIST DU SCHON BETRUNKEN?

| | |
|--|--|
| Name, Alter | D. Belič, A. Kozlovič, T. Brdar, E. Primožič, A. Kerezovic, T. Kozlovič, Ž. Lenarčič, A. Zankolič, G. Gajšak Age: 17/18 |
| Schule und Klasse | GEPŠ – 3.EE |
| Mentor, Beruf/Job, Schule/Firma | Dejan Vodopija, Lehrer für Elektro- und Automatisierungstechnik |
| Statement | Hallo, mein Name ist David und heute präsentiere ich Ihnen ein Produkt, das das Leben eines jeden Restaurant-, Pub- oder Bar-Kunden verändern wird. Vor zwei Monaten ging ich mit meinen Freunden in meinen Lieblingskneipen. Wir haben eine große Party für uns selbst gemacht. Wir bestellen etwas Essen und viele Getränke, so |

dass einige meiner Freunde, wie es manchmal der Fall ist, ein Glas mehr getrunken haben, als nötig war. Aber als die Zeit kam, um zu gehen und nach Hause zurückzukehren, entstand ein Problem. Wir alle wussten, dass wir ein paar Drinks hatten und dass einige von uns jetzt ein wenig betrunken waren.

Aber keiner von uns wusste genau, wie betrunken wir sind, und auch niemand wusste, ob wir hinter unsere Räder gehen konnten, so dass letztlich jeder Mensch eine persönliche Einschätzung und Entscheidung traf.

Einige von uns mochten das Risiko nicht und wir fuhren mit einem Taxi nach Hause, und wir holten unsere Autos am nächsten Morgen ab. Aber es gab einige von uns, die mutig genug waren, immer noch hinter dem Steuer zu sitzen. Glücklicherweise ist niemandem etwas Tragisches passiert, aber einige Freunde sind auf einige Probleme gestoßen. Einer der Freunde wurde von der Polizei aufgehalten, und weil er zu viele Getränke oder zumindest mehr hatte, als es das Gesetz erlaubt, ließ er sein Auto von der Polizei beschlagnahmen, und in dieser Nacht schlief er auf der Polizeiwache. Außerdem musste er eine Geldstrafe von 600 Euro zahlen. Der andere Freund traf den Bordstein in der Kurve und sprengte den Reifen. Er musste das Abschleppen des Autos anrufen und danach gab es die Kosten für die Reparatur des Schadens am Auto, die glücklicherweise nicht sehr hoch waren, aber er musste trotzdem einige hundert Euro ausgeben.

So kam ich auf die Idee des Produkts, das ich Ihnen heute vorstellen werde. Ich präsentiere Ihnen ein Gerät, mit dem Sie wählen können, welche alkoholischen Getränke Sie getrunken haben und wie viele von ihnen Sie bereits getrunken haben, indem Sie einfach auf einige Tasten klicken.

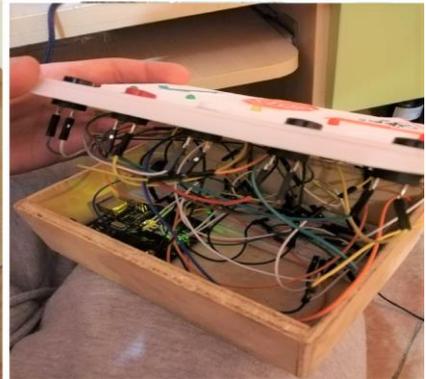
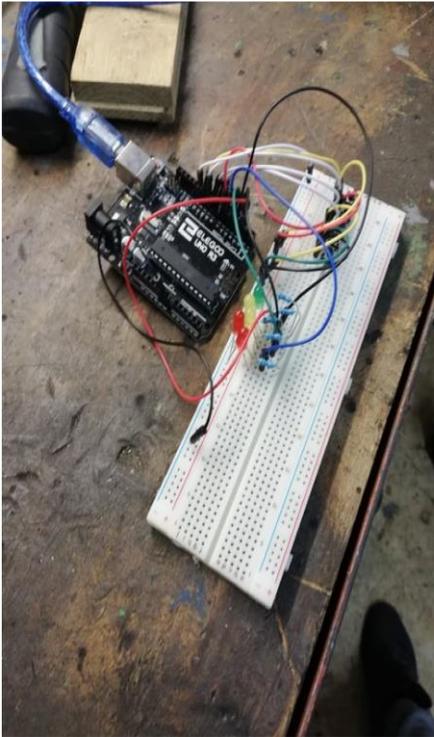
Das Gerät ist einfach zu bedienen. Sie haben 5 Tasten zur Auswahl. Jede Taste repräsentiert eines der meistverkauften alkoholischen Getränke. Du hast Tasten für: 0,5l Bier, 0,3l Wein, 0,03l Wodka, 0,03l Jagermeister und 0,03l Whiskey.

Das Bedienfeld zeigt an, welche Taste zu welcher Art von Getränk gehört, und jeder Klick repräsentiert die Menge und Art des zuvor genannten Getränks. Das Programm berechnet die reinen Gramm Alkohol pro Getränk und summiert alles zusammen mit jedem Klick.

| | |
|-----------------------------------|---|
| | <p>Vielleicht fragst du dich immer noch, woher du wissen wirst, wann du zu viel getrunken hast und wann du nicht mehr hinter das Steuer setzen kannst. Die Antwort ist einfach! Es gibt 5 farbige Lichter über den Tasten, mit intuitiven Zeichen darüber. Die ersten beiden sind grün, die mittlere ist gelb, und die letzten beiden sind rot. Wenn das erste oder die ersten beiden Lichter zusammen leuchten, bedeutet das, dass du noch nicht zu viel getrunken hast und dass du immer noch in der Lage bist, ohne Geldstrafe nach Hause zu fahren. Wenn es gelb wird, musst du aufhören zu trinken, wenn du selbst fahren willst. Wenn jedoch das erste rote Licht aufleuchtet, dürfen Sie kein Auto fahren und das gleiche gilt für das zweite rote Licht, so dass es für Sie nichts anderes mehr gibt, als ein Taxi zu rufen oder jemanden anzurufen, der Sie abholt. Der Sitz hinter dem Lenkrad kann trotz eines rot leuchtenden Lichts lebensbedrohlich sein, da dies Ihr Leben und das Leben anderer Menschen auf der Straße gefährdet, also Tue es NICHT!</p> <p>Das Gerät ist sowohl für Bar- und Restaurantbesitzer als auch für Personen gedacht, die die Geräte selbst kaufen und mitbringen oder zu Hause, bei Freunden, Verwandten usw. verwenden können.</p> <p>Unser Produkt ist innovativ, und ich denke, dass wir damit viele Verkehrsunfälle verhindern können, die tragisch enden könnten, und gleichzeitig können wir auch viele Geldstrafen und Stapel von gedrehten Blechen vermeiden.</p> |
| <p>Kurzbeschreibung</p> | <p>Eine intuitiv gestaltete Box mit fünf Knöpfen für fünf verschiedene Getränkearten, die es Ihnen ermöglicht zu wissen, ob Sie noch in der Lage sind, ein Auto/Motorrad zu fahren, ohne eine Geldstrafe oder Schlimmeres zu bekommen.</p> |
| <p>Zielgruppe/Nutzer</p> | <p>Restaurants, Fast-Food-Ketten, Bars, Pubs, Hausfeiern etc.</p> |
| <p>Entwicklungsprozess</p> | <ul style="list-style-type: none"> 🌀 Umgebungsbeobachtung (Restaurants) 🌀 Ein Problem extrapolieren und in eine Chance verwandeln. 🌀 Eine praktische Lösung für das Problem finden 🌀 Entwicklung der Idee 🌀 Prototyping 🌀 Überdenken, neu gestalten, Komplexität erhöhen 🌀 Logo, Name des Produkts 🌀 Denken Sie über Marketing, Kosten, Geschäftsmodell nach. 🌀 Schnelle Marktforschung, Feedback von potenziellen Anwendern |



| | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> 🔧 Präsentation und Vortrag 🔧 Die Freude an der Herstellung eines Produkts, das gut aussieht und funktioniert. |
| Hauptprobleme, Themen & Herausforderungen | Die Schaltung, Teamarbeitsprobleme, schwer zu motivieren jedes Mitglied zu machen. |
| Wichtigste Ergebnisse & wichtigste Lernpunkte | Das Erlernen einer neuen Programmierumgebung (Arduino), erfuhr von den Möglichkeiten, die sich durch die 3D-Konstruktion und den Druck eröffnen, und machte den Prototyp mit unseren Händen. |
| Nächste Schritte, mögliche Änderungen & Anpassungen | Hinzufügen einer Schaltfläche zur Auswahl des Geschlechts, Hinzufügen einer Anzeige und eines Sensors zur Alkoholerkennung, Berechnen und Anzeigen der möglichen Feinheiten. |
| Feedback | Für die meisten Menschen sah die Idee gut aus, da sie möglicherweise viele Leben retten könnte. |
| Persönliches Motto | Arduino Regeln! |
| Mein Idol/Rollenmodell aus der Geschäftswelt: | Marc Cuban, Robert Herjavec, Elon Musk, Elon Musk. |
| Ich denke, es ist wichtig, Unternehmertum zu lernen, denn ... | Es gibt immer mehr erfolgreiche Start-ups auf der Welt, so dass es den Anschein hat, dass sich Unternehmertum vielfach auszahlen und neue Möglichkeiten eröffnen kann. |





AYAD – Business model canvas

| AYAD – Are you already drunk? Bist Du schon betrunken? | | | | |
|--|---|---|---|---|
| <p><u>Schlüsselpartner</u></p> <p>Schreiner Poststelle/ Zustelldienst</p> <p>Marketinggesellschaft</p> <p>Unternehmen, die Leiterplatten herstellen</p> | <p><u>Schlüssel-aktivitäten</u></p> <p>Fertigung Entwicklung Reparatur und Wartung Verkaufen</p> | <p><u>Leistungs-versprechen</u></p> <p>Es ist ein Produkt, das von Bar-/Pub- Kunden genossen werden kann und vielleicht als unterhaltsames Spiel gesehen wird.</p> <p>Gleichzeitig könnte es Menschenleben retten oder ihnen zumindest den Stress einer Geldstrafe oder die Kosten einer Autoreparatur ersparen.</p> | <p><u>Kunden-beziehungen</u></p> <p>Kundenbetreuung Reparaturen</p> <p><u>Vertriebskanäle</u></p> <p>Website Von Tür zu Tür Fügt auf der Straße hinzu Soziale Netzwerke</p> | <p><u>Kunden-segmente</u></p> <p>Restaurants Pubs Stäbe</p> <p>Hausfeiern Hochzeiten</p> <p>Andere Veranstaltungen</p> |
| <p><u>Kosten und Kostenstrukturen</u></p> <p>Kosten des Lieferanten Kosten für die Pflege der Website Gehälter der MitarbeiterInnen</p> | | | <p><u>Einnahmequellen</u></p> <p>Verkäufe des Produkts Finanzierung durch das Gesundheitsministerium, das Infrastrukturministerium und das Innenministerium</p> | |

Feedback von Studenten:

"Mir hat das Projekt gefallen, weil es uns gezeigt hat, dass es möglich ist, wenn man eine Idee hat, sie in ein Produkt zu verwandeln und vielleicht sogar etwas damit zu verdienen."



"Es war nicht immer einfach, wir haben gelernt, dass selten alles wie geplant läuft, aber mit Ausdauer und guter Teamarbeit ist es möglich, am Ende ein schönes Produkt herzustellen."

Studenten-Prototypen - Italien

CREATOR ist ein Projekt, das sich an neugierige und talentierte Menschen richtet. Indem sie sich für das Projekt Erasmus + KA2 CREATOR engagieren, haben die Schülerinnen und Schüler von 5 Klassen unter der Leitung von 13 Lehrern des IIS "Di Poppa - Rozzi" Teramo alle Dimensionen der Intelligenz entwickelt: kognitiv, praktisch-operativ, emotional und sozial.

Ein Projekt auf der Grundlage der Entrepreneurship-Ausbildung, das in diesem Schuljahr 2018/2019 eines der Flaggschiffe unseres Instituts war. Das Projekt war eine Gelegenheit für Lehrer, Schüler und Unternehmen der lokalen Umwelt, den Unterricht für Fertigkeiten mit intensiven, motivierenden und beratenden Methoden durchzuführen. Wie jedes Projekt wie dieses ist es der perfekte Ausbildungsort für Lehrer, um sich über innovative Lehrmethoden und -strategien auf dem Laufenden zu halten, sowie für Schüler, um Cross-Kompetenzen und Soft Skills zu erwerben, die den Bedürfnissen und Bedürfnissen des Arbeitsmarktes entsprechen.

Glücklich und stolz, Teil des Projekts zu sein!

IL DOLCE ABRUZZO – SÜß ABRUZZEN

| | |
|--|--|
| Name, Alter | Age: 18 – 19 |
| Schule und Klasse | Vocational School For Hotel And Catering Services "IIS Di Poppa-Rozzi", class 5°G Pastry Sector |
| Mentor, Beruf/Job, Schule/Firma | Frau Paola Matriciani (Englischlehrerin), Frau Gabriella Colangeli (Wirtschaftslehrerin), Herr Luigi Giordano (Lehrer für Lebensmittelwissenschaften), Mirko Di Gregorio (Lehrer für Koch- und Konditoreibedarf), Herr Simone Renzi, Herr Gianmaria De Paulis, Herr Matteo Paradisi, Interessengruppen, Unternehmer und Partner. |
| Statement | "Süß zwischen Tradition und Innovation". |
| Kurzbeschreibung | Cupcake hergestellt aus den besten lokalen Produkten der Abruzzen: Safran von Navelli, Lakritze von Atri, Montepulciano von den Abruzzen, "chitarra"(Art von Nudeln aus Teramo) mit "Pallottin" (normalerweise süße kleine Fleischbällchen zum Würzen der Tomatensauce für Nudeln). |



| | |
|--|---|
| | Stattdessen realisierten wir die süße "Chitarra con Pallottin" in Zuckerpaste und den handgemalten Teller von Castelli. Diese Elemente sind wichtig, weil sie den Berg und das Meer verbinden. |
| Zielgruppe/Nutzer | Jugendliche, Hausfrauen, Touristen, Hotels und Restaurants |
| Entwicklungsprozess | Marketingstudie, Untersuchung von Trend- und Megatrends, Interview mit dem Unternehmer, Unternehmensbesuch, Desk und Field Research und SWOT-Analyse |
| Hauptprobleme, Themen & Herausforderungen | Für die Schokoladenbecher war es nicht möglich, Süßholzlikör zu verwenden, da die Schokoladenbecher nicht mit Süßholzlikör kompatibel sind. |
| Wichtigste Ergebnisse & wichtigste Lernpunkte | Lange Zeit bis zur Realisierung des Produkts. |
| Nächste Schritte, mögliche Änderungen & Anpassungen | Die Herausforderung besteht darin, eine Schokoladenschale mit kleinen Lakritzstücken zu realisieren. |
| Feedback | Umweltfreundliches Produkt (alle Teile sind essbar), hergestellt mit lokalen Produkten. |
| Persönliches Motto | Jedes Element des Cupcake kann einzeln oder in Gruppen von drei/Sieben oder in einzelnen Teilen davon verkauft werden, um in anderen Zubereitungen verwendet zu werden. Um unseren Muffin bekannt zu machen, können wir auf dem lokalen Markt kleine Kostproben machen. |
| Mein Idol/Rollenmodell aus der Geschäftswelt: | "IL DOLCE ABRUZZO" war sehr beliebt und die Kombination der Aromen war erfolgreich. Es wurde vorgeschlagen, die Größe des Cupcake zu reduzieren. |
| Ich denke, es ist wichtig, Unternehmertum zu lernen, denn ... | Umweltfreundlicher und weniger Verschwendung |





IL DOLCE ABRUZZO – Business model canvas

| Il Dolce Abruzzo – Süße Abruzzen | | | | |
|---|--|--|---|---|
| <u>Schlüsselpartner</u> | <u>Schlüsselaktivitäten</u> | <u>Leistungsversprechen</u> | <u>Kundenbeziehungen</u> | <u>Kunden-segmente</u> |
| <ul style="list-style-type: none"> - Konditorei - Restaurant - Hotels - Produzenten | <ul style="list-style-type: none"> - Herstellung von Cupcakes -Produktion nur von Einzelteilen davon Verpackung - Verpackung -Werbung -Verkauf | <ul style="list-style-type: none"> - Qualität von "DOLCE ABRUZZO". - Vertretung der Abruzzen mit ihren typischen Produkten - Umweltfreundlich, weil Sie alles essen. Nachhaltig, weil es 0 km-Produkte (örtlich) gibt. | <ul style="list-style-type: none"> - Gadget - Promotion - Treuekarte - Werkstätten - Austausch von Rezepten | <ul style="list-style-type: none"> - Junge Menschen - Hausfrauen - Touristen - Hotels und Restaurants |
| | <u>Schlüsselressourcen</u> | | <u>Vertriebskanäle</u> | |
| | <ul style="list-style-type: none"> - "LA NUOVA CHITARRA". - Castelli-Keramik - Süßholz aus Atri - Safran von Navelli - Montepulciano von Abruzzenwein | | <ul style="list-style-type: none"> - Supermarkt - Promoter - Medien und Radio - Shop - Internet - Verkaufspunkt auf dem lokalen Markt | |



| | | | | |
|---|--|--|---|--|
| | | | | |
| <p><u>Kosten und Kostenstrukturen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - - Produktion - - Lieferanten - - Inhaltsstoffe - - Personal - - Verpackung | | | <p><u>Einnahmequellen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Preis des Produkts | |

D.ONE - Chalet am Strand mit Infopunkt und Fahrrad-Sharing-Service.

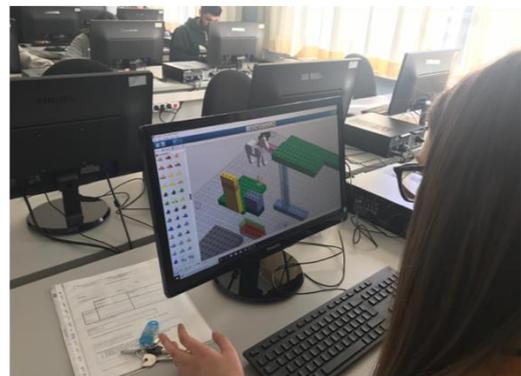
| | |
|--|--|
| Name, Alter | Age: 18 – 19 |
| Schule und Klasse | Hotel management school Di Poppa Rozzi (TERAMO); class of tourism 5B |
| Mentor, Beruf/Job, Schule/Firma | <p>Lehrer: Frau Paola Matriciani (Englischlehrerin) und Frau Gabriella Colangeli (Wirtschaftslehrerin) Herr Luigi Giordano (Lehrerin für Lebensmittelwissenschaften) Frau Simonetta Chelli (Lehrerin für italienische Literatur)</p> <p>Berufsschule für Hotel- und Gaststättengewerbe, Di Poppa Rozzi (TERAMO)</p> |
| Statement | <p>Machen Sie Ihren Urlaub zu einem visionären Erfolg. Entdecken und genießen Sie das Leben zwischen Natur und Meer. Entdecken Sie die Schönheiten und die typischen Produkte der Gegend, Kultur, Essen und Wein und viel verantwortungsbewussten Tourismus: Glauben Sie an das D.One Chalet.</p> <p>Kein einfaches Chalet am Strand, sondern ein Leitfaden für den guten Geschmack.</p> |
| Kurzbeschreibung | <p>Nach dem Besuch des berühmten Sternenrestaurants und Hotels D_One, das sich auf dem Hügel des historischen Dorfes Montepagano befindet, beschlossen wir, die Dienstleistungen zu erweitern und eine Verbindung zum nahegelegenen Seebad herzustellen. Da es dem Resort von Roseto degli Abruzzen an nichts mangelt, haben wir ein Strandbad mit einem Info-Point und einem Fahrrad-Sharing-Point eingerichtet, der unsere Routen entlang von Radwegen mit unterstützten Tretfahrrädern, die von</p> |

| | |
|-----------------------------------|---|
| | <p>unserer App und unserem Fahrrad-Sharing gemietet werden, anbietet.</p> <p>Dies, um Dienstleistungen und Aktivitäten für jede Altersgruppe zugänglich zu machen, um Routenkarten zu organisieren, um das Gebiet und seine Ressourcen zu entdecken.</p> <p>Wir haben auch zwei mögliche Reiserouten geplant und ihre Prototypen entworfen, eine von Lego construction (eine App) und eine andere als Modell im Maßstab mit eigenen Händen.</p> <p>Dies wird den Gästen helfen, nachhaltige Fahrradrouten zu entdecken, den Ort bekannt zu machen und die Gegend in Zusammenarbeit mit den verschiedenen angeschlossenen Unternehmen zu bewerben.</p> <p>Wir werden auch verschiedene Dienstleistungen im Chalet wie Restaurant, Bar und Unterhaltung anbieten.</p> |
| <p>Zielgruppe/Nutzer</p> | <p>Nach der Untersuchung des makroökonomischen Umfelds und der verschiedenen Trends haben wir ein breites Spektrum von Kunden als Zielgruppen ausgewählt, zu denen sowohl junge als auch ältere Menschen gehören, die alle ihre Bedürfnisse und Anforderungen erfüllen: Sporttouristen, Radfahrer, umweltfreundliche Touristen, fahrradfreundliche Touristen, mit dem begleiteten Fahrrad können Sie alle Altersgruppen und auch Familien einbeziehen.</p> |
| <p>Entwicklungsprozess</p> | <p>Zuerst haben meine Klasse und ich den Markt untersucht und einige Megatrends identifiziert. Wir nahmen an Treffen und Interviews mit verschiedenen Geschäftsleuten (Giammaria de Paulis, Simone Renzi, Matteo Paradisi) und einer Geschäftsfrau (Nuccia de Angelis) teil, wo sie verschiedene Informationen über ihren Alltag erklärten und uns verschiedene Tipps zu ihren unternehmerischen Fähigkeiten gaben.</p> <p>Wir erhielten Informationen über das unternehmerische Leben, unser Territorium und seine Ressourcen, und so experimentierten wir mit diesen Interviews mit einem Teil der Feldforschung.</p> <p>Danach gingen wir zu D.One (Spread Restaurant und Hotel) im Dorf Montepagano, in der Nähe von Roseto und sprachen mit einem der D.One Besitzer. Wir lernten die Struktur, ihre Eigenschaften und das Gebiet von Montepagano besser kennen.</p> <p>Ein Teil unserer Aufgabe war es, eine Empathiekarte zu erstellen, um uns in die Lage des Kunden zu versetzen, seine Bedürfnisse und Wünsche herauszufinden. Als Zielgruppen haben wir ein breites Kundenspektrum gewählt.</p> <p>Als nächstes hatten wir die Geschäftsidee mit dem Marketing-Mix und haben uns als Kooperation verstanden. Wir dachten darüber</p> |

| | |
|---|--|
| | <p>nach, ein D-ONE Markenchalet am Strand für die Kunden des D.One Hotels zu errichten, aber auch offen für andere Menschen.</p> <p>Wir haben auch einen Infopunkt eingerichtet, um Informationen über das Gebiet anzubieten.</p> <p>In der Hütte haben wir auch pedalunterstützte Fahrräder eingeführt, um Routenkarten zu organisieren, um das Gebiet und seine natürlichen, kulturellen, historischen und Wein- und Nahrungsressourcen zu entdecken. Wir haben auch einige Radrouten angelegt, die alle unsere Schlüsselpartner und einige der wichtigsten Sehenswürdigkeiten und Naturschutzgebiete unserer Region umfassen.</p> <p>Wir haben 2 Prototypen entworfen, einen auf Lego-Basis (eine App, die die Lego-Bauform simuliert, mit der wir den Prototyp unseres Chalets gebaut haben) und einen anderen mit eigenen Händen.</p> <p>Wir haben schließlich die Marketingstrategie Storytelling mit dem Ziel gemeistert, den Wert unserer Idee zu vermitteln und die Zielgruppe davon zu überzeugen, unser Produkt zu kaufen oder in diesem Fall zu testen, und mit der Herausforderung, einen ungewöhnlichen Kunden an einen Stammkunden zu binden.</p> |
| <p>Hauptprobleme, Themen & Herausforderungen</p> | <p>Sensibilisierung der Touristen für diese neue Art des Tourismus durch die Förderung einer großen Anzahl von Unternehmen, aber auch des Personals und der lokalen Bevölkerung, durch den Versuch, mehr Unternehmen zur Zusammenarbeit zu bewegen, durch den Einsatz für den integrierten Tourismus, durch organisatorische Schwierigkeiten, bürokratische Probleme bei der Erlangung der Lizenz für Chalets und mögliche Kosten, durch die Entwicklung von Ideen und deren Zusammenstellung, durch den Versuch, verschiedenen Interessen gerecht zu werden, durch die ständige Aktualisierung der Website und der App.</p> |
| <p>Wichtigste Ergebnisse & wichtigste Lernpunkte</p> | <ul style="list-style-type: none"> 🌀 Wir haben versucht, im Team zu arbeiten und Geschäftsideen abzulehnen, und wir konnten verschiedene Probleme entwickeln und bearbeiten. 🌀 Wir wussten, wie wichtig es ist, eine unternehmerische Idee zu entwerfen und zu entwickeln und dabei auch die kritischen Punkte anzusprechen. 🌀 Wir haben gelernt, dass es mit ein wenig Kreativität möglich ist, einen wenig genutzten Touristenort zu bereichern. 🌀 Wir haben eine unternehmerische Idee entwickelt. 🌀 Wir hatten Probleme. |

| | |
|---|---|
| <p>Nächste Schritte, mögliche Änderungen & Anpassungen</p> | <ul style="list-style-type: none"> 🌀 In Zukunft werden wir mehr wissen, wie wir uns bewegen sollen, wir könnten uns verbessern und die Bedürfnisse der Kunden immer besser erfüllen. 🌀 Wir könnten besser organisiert sein. 🌀 Wir werden weniger Probleme haben, weil wir bereits wissen, was zu tun ist. 🌀 Nach der Gründung unseres Unternehmens sind wir in der Lage, es an die Bedürfnisse der Kunden anzupassen. 🌀 Ausgehend von den Schwierigkeiten, die wir hatten, konnten wir in Zukunft besser organisieren und das Schwierige vermeiden. 🌀 Wenn wir die Meinung verschiedener Experten auf diesem Gebiet hören, werden wir die Qualität der Dienstleistungen verbessern. 🌀 Wir wissen, dass wir uns in Zukunft besser orientieren können; wir werden wissen, wie wir uns bewegen können, um die Struktur zu verbessern, indem wir auf die Bedürfnisse und die Beratung des Kunden eingehen. 🌀 Wir hoffen, unser Geschäft zu verbessern, indem wir ständig mit neuen Markttrends Schritt halten und Kundenwünschen folgen. Wir werden versuchen, keine weiteren Probleme zu verursachen, da wir mehr Erfahrung in dieser Hinsicht haben werden. |
| <p>Feedback</p> | <p>“Taste, Ride, Enjoy” Spaß zwischen Strand und Fahrrad!</p> |
| <p>Persönliches Motto</p> | <p>All 5°B: Simone Renzi, Giammaria De Paulis, Nuccia De Angelis</p> |
| <p>Mein Idol/Rollenmodell aus der Geschäftswelt:</p> | <ul style="list-style-type: none"> 🌀 Inzwischen ist Unternehmertum grundlegend geworden, wenn wir mit der Neuzeit Schritt halten wollen, es ist wichtig zu wissen, wie man sich in diesem Bereich gut bewegen kann, um die Bedürfnisse aller unserer Kunden zu befriedigen, deshalb sind gute Kenntnisse in diesem Bereich erforderlich. 🌀 Dieses Projekt war nützlich, um mehr darüber zu erfahren, wie man sich in der Arbeitswelt bewegen kann und dass aus einer kleinen Idee eine große Sache realisiert werden kann. 🌀 Diese Erfahrung trainiert unseren Geist für Kreativität, um Initiativen zu schaffen. Du verstehst, dass deine Zukunft in deinen Händen liegt und in deiner Fähigkeit, dich den Herausforderungen zu stellen, die diese sich ständig verändernde Welt mit sich bringen kann. 🌀 Dieses Projekt hat es mir ermöglicht, mit den Fachleuten der Branche zusammenzuarbeiten, die über viel Erfahrung verfügen und mich professionell weiterentwickeln. |

| | |
|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> ✚ Ich habe diese Initiative sehr geschätzt, weil sie es geschafft hat, meine mentale Einstellung in mir zu ändern. ✚ Ich denke, dass Unternehmertum uns hilft, eine Vision für unsere Zukunft zu haben, und deshalb halte ich es für wichtig, darüber in der Schule zu sprechen, da es sich als eine Welt herausstellt, die jungen Menschen unbekannt ist, und die die Möglichkeit bietet, unbekannte Arbeitsrealitäten zu erlernen. ✚ Große Unternehmer, wie der berühmte Steve Jobs, aber in diesem Fall möchte ich auch die professionellen Persönlichkeiten erwähnen, die sich mit dem Projekt getroffen haben: Simone Renzi, Giammaria de Paulis und insbesondere Nuccia de Angelis (eine Unternehmerin, die sie in mir viel Motivation und Führungsstärke vermitteln konnte), riskieren und sind KOSTENLOS, die Welt und sich selbst zu verändern. ✚ Es ist wichtig, mit den Innovationen Schritt zu halten, die sich Tag für Tag weiterentwickeln, und da die Verbraucher immer anspruchsvoller werden, sollten wir dem Kunden immer einen Schritt voraus sein und seine Bedürfnisse berücksichtigen, bevor er sie ausdrücklich anfordert. ✚ Persönlich war dieses Projekt für mich nützlich, um zu verstehen, wie man als Team mit meinen Kollegen arbeitet, aber ich habe auch verstanden, dass es für diese Art von Arbeit Engagement, Engagement und Geduld braucht; wir müssen auch wissen, wie wir uns organisieren und mit jeder Art von Problem umgehen können. ✚ Ich verstand die Bedeutung von Entrepreneurship, von Engagement, indem ich auch verrückte Ideen entwickelte. |
| <p>Ich denke, es ist wichtig, Unternehmertum zu lernen, denn ...</p> | <p>✚</p> |





D.ONE – Business model canvas

| D.ONE | | | | |
|--|--|--|---|--|
| ein Chalet/Info-Punkt/Bike-Sharing-Punkt am Strand | | | | |
| <u>Schlüssel-partner</u> | <u>Schlüsselaktivitäten</u> | <u>Leistungs-versprechen</u> | <u>Kundenbeziehungen</u> | <u>Kunden-segmente</u> |
| <ul style="list-style-type: none"> - D_One Restaurant - Lokale Behörden (Rathaus, Provinz- und Regionalvorstände) - Lokale Unternehmen, die an den Reiserouten beteiligt sind - Museen | <ul style="list-style-type: none"> - Infopunkt (in der Lage, verschiedene Informationen zu geben) - Gebietsförderung - Essen und Wein Reiserouten - Pedalunterstützte Fahrräder | <p>Unser Chalet bietet Dienstleistungen an, die auf die Förderung des Territoriums und seiner typischen Merkmale durch eine attraktive Politik in Bezug auf die Prinzipien der Nachhaltigkeit und des Ökotourismus abzielen. Um ein großes und spezifisches Elite-Ziel zu erreichen.</p> | <ul style="list-style-type: none"> Treuekarte (Akkumulationspunkte für Rabatte) - Direkte Nachrichten - Soziales Netzwerk - Facebook - Instagram - Whatsapp | <ul style="list-style-type: none"> - Erwachsene - Touristen - Naturverbundene Menschen - Radfahrer - Familien |
| | <p><u>Schlüssel-ressourcen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Cerrano's Turm - Radwege - Borsacchio's Reservat - Der Weinkeller von Mazzarosa - Villa Maisé - Nudelfabrik "La nuovachitarra". - Giulianova-Kathedrale | | <p><u>Vertriebskanäle</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Online (Website, Blog, Social) - Offline (Zeitschriften für Radfahrer, QR-Code, Broschüre) | |



| | | | | |
|--|--|--------------------------------------|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> - Belvedere von Giulianova - Tavern: "Dallatjella alla brace" | | | |
| <p><u>Kosten und Kostenstrukturen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Chalet-Infopunkt - Fahrräder mit unterstütztem Pedal - Wartung - Reiseführer - Werbung - Personal | | <p><u>Einnahmequellen</u></p> | | |

| <h1>APP</h1> | |
|---|--|
| <p>Name, Alter</p> | <p>Anastasia, Elena, Denise, Micaela</p> <p>Age: 18/20</p> |
| <p>Schule und Klasse</p> | <p>IIS DI POPPA-ROZZI, class 5°A</p> |
| <p>Mentor, Beruf/Job, Schule/Firma</p> | <p>Simona De Fabiis, Englischlehrerin der Berufsschule</p> |
| <p>Statement</p> | <p>App " Neue Gitarre"</p> |
| <p>Kurzbeschreibung</p> | <p>Möglichkeit der Bestellung von Nudeln für einen besonderen Anlass oder für den täglichen Gebrauch mit neuartigen Gewürzen oder Saucen.</p> |
| <p>Zielgruppe/Nutzer</p> | <p>Menschen, die nicht fahren oder weit weg von der Firma wohnen, die nicht kochen, die keine Zeit haben.</p> |
| <p>Entwicklungsprozess</p> | <ul style="list-style-type: none"> 🔗 Wir haben die Website "Nuova Chitarra" durchsucht, gesucht und die Website erkundet. 🔗 Wir haben einen App-Prototypen entwickelt, um seine Überlebenden zu implementieren.. |
| <p>Hauptprobleme, Themen & Herausforderungen</p> | <p>Hohe Kosten für das Auto, um unsere Produkte zu liefern, Nutzung der App, Erstellung der App.</p> |
| <p>Wichtigste Ergebnisse & wichtigste Lernpunkte</p> | <p>Organisation im Team, Arbeit im Team, Schaffung einer gemeinsamen Idee und Umsetzung, Diskussionsfähigkeit.</p> |
| <p>Nächste Schritte, mögliche Änderungen & Anpassungen</p> | <p>Für das nächste Mal werden wir die Liefermethode ändern, indem wir die Maschine für weitere Bestellungen weit weg betreten.</p> |
| <p>Feedback</p> | <p>Steigerung, Download, Zusammenarbeit mit der lokalen Community, Werbung.</p> |
| <p>Persönliches Motto</p> | <p>"Die Innovation ist unsere Inspiration."</p> |



Teaching Entrepreneurship

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



| | |
|--|--|
| Mein Idol/Rollenmodell aus der Geschäftswelt: | Das Vorbild ist Simone Renzi, weil er sein Geschäft verbessern und seinen Namen allein mit Entschlossenheit aufbauen konnte. Das Geheimnis eines guten Unternehmers. |
| Ich denke, es ist wichtig, Unternehmertum zu lernen, denn ... | Ich denke, es ist wichtig, weil es viele Türen öffnet, es ist ein Job, der dich beschäftigt und dich vor allem mit so viel Zufriedenheit zurückzahlt. |

APP – Business model canvas

| APP | | | | |
|--|--|---|---|---|
| <u>Schlüsselpartner</u> - Werbeagenturen - "La nuova chitarra" Kompanie - Fahrradverleih-Shop - Grafischer Ersteller für die App | <u>Schlüssel-aktivitäten</u> - Kundenzufriedenheit - Web-Implementierung - Geschäftserweiterung bis zum Export | <u>Leistungs-versprechen</u> - Parkplatzprobleme - Transport - Zeit - Ethnische, gesunde, vegane Küche | <u>Kunden-beziehungen</u> - Alle Arten von Kunden - Kundenbindung - Angebote - Mindestumsatz | <u>Kunden-segmente</u> - Singles - Familien - Menschen mit unterschiedlichen Lebensstilen, Allergien, Krankheiten..... - Menschen mit unterschiedlichen Ethnien - Veganer oder Vegetarier |
| | <u>Schlüssel-ressourcen</u> - ständige Aktualisierung - Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen | | <u>Vertriebskanäle</u> - Soziale Netzwerke - Websites - Hotels - TV- und Radiokanäle | |
| <u>Kosten und Kostenstrukturen</u> Erstellung von Apps; Mietmittel oder Fahrradkauf; zu liefernde Lieferungen | | <u>Einnahmequellen</u> Nachnahme, Kreditkartenzahlung, Nachnahme, Nachnahme | | |



| SPA | |
|--|--|
| Name, Alter | Age: 18/20 |
| Schule und Klasse | Hotel management school Di Poppa-Rozzi (TERAMO); class of gastronomy 5C. |
| Mentor, Beruf/Job, Schule/Firma | Lehrer: Frau Wanda Ardizzi (Wirtschaftslehrerin); Francesca Di Pietro (Gastronomielehrerin); Simona De Fabiis (Englischlehrerin). |
| Statement | Bereiten Sie sich auf ein totales Eintauchen in eine entspannte und natürliche Atmosphäre vor, ein erstaunliches Erlebnis für Ihre Sinne und Ruhe erwartet Sie und Ihre Kinder. Gesunde Unterhaltung für alle Altersgruppen in Zusammenarbeit mit dem D.one. |
| Kurzbeschreibung | Lassen Sie Ihre Kinder die Natur und ihre Früchte schätzen lernen. |
| Zielgruppe/Nutzer | Wir schaffen es, ein breites Spektrum an Zielgruppen zu haben, aber vor allem: Ältere und junge Paare, Familien, Neuvermählte. |
| Entwicklungsprozess | Zuerst haben wir den Markt untersucht und einige Megatrends identifiziert. Wir nahmen diesen Teil an Treffen und Interviews mit verschiedenen Geschäftsleuten teil, darunter Giammaria de Paulis, Simone Renzi, Matteo Paradisi. Sie erklärten uns verschiedene Informationen über ihr tägliches Leben und gaben uns verschiedene Tipps zu ihren unternehmerischen Fähigkeiten. Wir gingen zu D.One, dem ersten verteilten Restaurant mit einem Michellin-Stern im Dorf Montepagano, und wir sprachen mit dem Besitzer von D.One. Wir kannten die Struktur, ihre Eigenschaften und das Gebiet des Montepagano besser. Wir haben uns gedacht, dass dieses historische Dorf erneuert werden muss. Unser Hauptziel ist es, ein Wellnessdorf auf der Basis von Naturprodukten, BIO-Rohstoffen, die größtenteils dort angebaut werden und alle nachhaltig sind, zu schaffen. Wir wären ein Unternehmen ohne Auswirkungen und hätten eine umweltfreundliche Politik mit einer Kinderzone, einem neuen Bereich für Paare und ältere Menschen, Unterhaltung und Realisierung von Schönheitsfarmen. Wir planen einen kulinarischen Kurs für Menschen jeden Alters, einen Ausflug in das historische Dorf mit einem Reiseleiter und einem professionellen Fotografen, der uns beibringt, wie man die perfekte Aufnahme der schönen Aussicht, die wir auf der Rückseite des D_One finden, macht. Wir wären bereit, unsere Gäste auf die perfekte Weise mit einem herzlichen und freundlichen Personal zu empfangen, das immer |

| | |
|--|---|
| | bereit ist, die Bedürfnisse der Kunden zu erfüllen. |
| Hauptprobleme, Themen & Herausforderungen | Das Hauptproblem ist, einen guten Touristenstrom in diesem weiten, kleinen und historischen Dorf zu haben, denn nur wenige Menschen kennen die Schönheit und die erstaunliche und atemlose Aussicht, die wir haben. Einige Themen könnten der Transport sein, aber wir planen, einen maßgeschneiderten Service nur für unseren Schönheitsservice zu schaffen. |
| Wichtigste Ergebnisse & wichtigste Lernpunkte | Wir genießen unsere Teambeziehung und unsere Teamarbeit, weil wir gemeinsam ein voll funktionsfähiges Wellnesscenter geplant haben, das alle Altersgruppen ohne strikte Reichweite umfasst und mit allen Arten von Unterhaltung ausgestattet ist. |
| Nächste Schritte, mögliche Änderungen & Anpassungen | Wir hoffen, dass unser Unternehmen einzigartig sein wird, denn wir planen, alle Arten von Unterhaltung zu bieten, die den Geschmack einer großen Gemeinschaft berührt, unser Wellnesszentrum wird das ganze Alter einbeziehen, denn unser hochqualifiziertes Animationsteam kümmert sich um die Jüngsten, stattdessen kümmert sich unsere hochqualifizierte Küchenbrigade um die Mahlzeiten und unser Therapeut, Masseur, Kosmetiker wird sich um Ihr Wohlbefinden kümmern. |
| Feedback | Als wir es den Unternehmern vorstellten, waren sie fasziniert. |
| Persönliches Motto | "Befreie deinen Geist und lass ihn mit uns entspannen." |
| Mein Idol/Rollenmodell aus der Geschäftswelt: | Simone Renzi, Giammaria De Paulis, Nuccia De Angelis |
| Ich denke, es ist wichtig, Unternehmertum zu lernen, denn ... | <ul style="list-style-type: none"> 👤 Unternehmertum ist von grundlegender Bedeutung, wenn wir mit der Entwicklung der Zeit Schritt halten wollen. Wir müssen alle Neuigkeiten, alle Versionen und alle Upgrades kennen, die die Gastronomie- und Wellnessbranche mit hochqualifizierten Mitarbeitern haben muss, die unsere Kunden bestmöglich begeistern werden. 👤 Wir müssen lernen, wie wichtig es ist, die Führung zu übernehmen und unsere Idee ohne Angst, ohne Zögern zu verwirklichen. 👤 Wir müssen immer auf die Zukunft vorbereitet sein, denn wir werden die Zukunft sein, wir haben den Schlüssel, um das Wort zu kreieren, das wir für uns und das neue Merchandising, das wir kaufen wollen. |



SPA – Business model canvas

| SPA | | | | |
|---|---|--|--|---|
| <p><u>Schlüsselpartner</u> Anbieter von Schönheitsschlamm, Badesalz und Schönheitsprodukten</p> <p>Animator-Team Hochqualifizierte Küchenkolonne</p> | <p><u>Schlüssel-aktivitäten</u> Wellness-Kurs</p> <p>Sensorisch Erfahrungen</p> <p>Unterhaltung für Kinder</p> | <p><u>Leistungs-versprechen</u> Wir möchten dem Kunden ein unvergessliches Erlebnis für totale Entspannung inmitten der Natur bieten.</p> | <p><u>Kunden-beziehungen</u> Unsere Kunden werden von den Mitarbeitern begrüßt, die eine herzliche und freundliche Beziehung pflegen, die immer auf die Bedürfnisse des Kunden eingeht.</p> | <p><u>Kunden-segmente</u> Familie Älteres und junges Paar Neuvermählte</p> |
| | <p><u>Schlüssel-ressourcen</u> Natur Historisches Dorf In der Nähe des Strandes Fahrradrouten</p> | | <p><u>Vertriebskanäle</u> Online-Werbung Aufbau einer Website Soziale Medien Fernsehwerbung Papierwerbung</p> | |
| <p><u>Kosten und Kostenstrukturen</u> Restrukturierungskosten Einkauf von Rohstoffen Fixkosten</p> | | | <p><u>Einnahmequellen</u> Online-Zahlung und Check-in Werbung für Naturprodukte Restaurant und Schönheitsfarm Regionale Fonds</p> | |

Prototypen von Studenten - Rumänien

Im Zeitraum von März bis April 2019 fanden an der Electromures High School unternehmerische Workshops statt, an denen die Schüler am Projekt ERASMUS+ CREATOR teilnahmen. Die Schulungen wurden von den folgenden Lehrern geleitet: Frâncu Monica-Cecilia, Osváth Ildikó Ágnes und Pál Ibolya Edit. An den Workshops nahmen 32 Schüler der 9., 10. und 12. Klasse teil.

Sie arbeiteten an sechs verschiedenen Geschäftsideen, die im Folgenden aufgeführt sind:

- Black Diamond - es bietet erschwingliche und qualitativ hochwertige Lackierarbeiten. Ihr Slogan lautet: "Wir malen, wir schlafen nicht!"
- - Cloud Parking - es handelt sich um ein bezahltes, mehrstöckiges Parkhaus in der Nähe des Stadtzentrums.
- - Honey Café - Es ist ein modernes Café mit Computern und einer Bibliothek, in der Bücher gekauft und ausgestellt werden können.
- - E-Coffee - es ist ein Café, das seinen Kunden eine schöne Atmosphäre bietet, in der sie Kaffee genießen und sich mit der modernen Welt verbinden können.
- - Hot Dogers - das Team reist mit einem Wohnwagen zu Veranstaltungen und Messen, um den Kunden Fastfood anzubieten.
- - Reiseleiter - es ist ein Reiseleiterunternehmen von Tîrgu Mureş, das die Sehenswürdigkeiten, die Schönheiten der Welt in unserer Stadt, dem Landkreis und sogar Europa präsentiert.

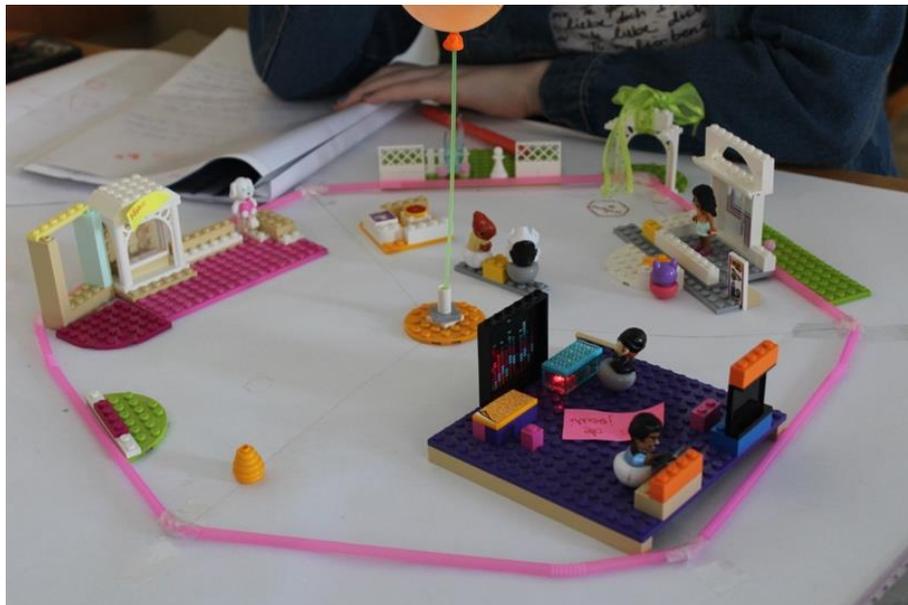




HONIG-KAFFEE

| | |
|--|---|
| Name, Alter | Ghiurcușor Diana, Sînmărtean Andreea, Varga Adrienne Stoica Bianca, Vlad Daria Age: 15 – 16 |
| Schule und Klasse | TECHNOLOGICAL HIGH SCHOOL "ELECTROMUREȘ" Clase: a X-a D, a IX-a C |
| Mentor, Beruf/Job, Schule/Firma | Frâncu Monica Cecilia, Lehrerin OsváthIldikó Ágnes, Lehrerin Pál Ibolya Edit, Lehrer |
| <div data-bbox="165 1444 624 1612" data-label="Image">  <p>HONEY CAFFE TIME IS HONEY!</p> </div> <p data-bbox="316 1771 459 1805">Statement</p> | <p>Honey Caffé, anders als andere Cafés, wird einen einzigartigen Weg für die Entwicklung von Kommunikation und Unterhaltung über das Internet bieten. Wir stellen Ihnen einen Entspannungsraum für Ihre Kunden zur Verfügung, wo sie Zugang zum Internet und zu ihren Lieblingsbüchern haben, während Sie einen Kaffee genießen können und sich außerdem mit Gebäck aus den besten Labors der Stadt verwöhnen lassen können. Darüber hinaus haben wir einen Spielraum, der so positioniert ist, dass er die Kunden, die sich in der Bibliothek befinden, nicht stört. Computer sind neu und modern, so dass wir auf die Wünsche der Kunden eingehen können, und um keine Konflikte zu haben, hat jeder Kunde eine Zeit am Computer, 2 Stunden. Am Ende des Tages werden die Produkte, die von unseren Kunden nicht gekauft werden, denjenigen, die am Ende des Tages eine Mahlzeit benötigen, kostenlos zur Verfügung gestellt. Wenn wir Ihre Neugierde geweckt haben, warten wir täglich von 8:00 bis 21:00 Uhr auf Sie, auf der Straße Gheorghe Doja, Nummer 128. Für treue Kunden haben wir mehrere Vorteile, wie z.B. eine Kundenkarte, Angebote für Kaffee und vieles mehr. Wir hoffen, dass Sie uns besuchen werden!</p> |

| | |
|---|---|
| Kurzbeschreibung | Ein Café, in dem sich jede Art von Kundschaft entspannen kann, ein modernes Café mit Computern und einer Bibliothek, in der Bücher gekauft und ausgestellt werden können. |
| Zielgruppen/Nutzer | Studenten, Familien, Erwachsene |
| Entwicklungsprozess | <ul style="list-style-type: none"> ☛ Angenehmes Ambiente. ☛ Ich führe das Geschäft. ☛ Die Investition, die für die Eröffnung eines Cafés notwendig ist. ☛ Vermietung der Flächen. ☛ Professionelle Ausrüstung für Bars. ☛ Einholung der rechtlichen Genehmigung zur Ausübung der Geschäftstätigkeit. ☛ Einnahmen und Ausgaben, die Sie aus dem Geschäft generieren können. ☛ Beschaffung von nicht rückerstattungsfähigen Geldern für ein Café. |
| Hauptprobleme, Themen & Herausforderungen | Kommunikationsprobleme und technische Probleme. |
| Wichtigste Ergebnisse & wichtigste Lernpunkte | Aus dieser Erfahrung haben wir Informationen gesammelt, die für die Entwicklung der allgemeinen Kultur nützlich sind, und wir haben gelernt, wie man ein Produkt verbessert und fördert. |
| Nächste Schritte, mögliche Änderungen & Anpassungen | Finden Sie einen Sponsor. |
| Feedback | Das Feedback, das wir von vielen Menschen, von unseren Lehrern und einigen Leitern von Cafés erhalten haben. |
| Persönliches Motto | Das Leben ist etwas, das man tut, wenn man nicht schlafen kann. |
| Mein Idol/ Vorbild aus der Geschäftswelt: | Er ist ein optimistischer und guter Geschäftsmann. |
| Ich denke, es ist wichtig, Unternehmertum zu lernen, denn..... | Es hilft Ihnen bei der Entwicklung eines Unternehmens, von Wissen und Kommunikation. |



HONEY CAFFE – Business model canvas

HONIG-KAFFE

| <u>Schlüsselpartner</u> | <u>Key activities</u> | <u>Leistungsversprechen</u> | <u>Kundenbeziehungen</u> | <u>Kundensegmente</u> |
|--|---|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - "Hulala" - "Jacobs" - "Nescafe" - "Dounts" - "Nesquick" - "Terezia" - "Biene" - "Coronița" - "Brassero" - "Dona" - "Fornetti" - - | <ul style="list-style-type: none"> - Kaffeeproduktion - Ausstattung des Cafés mit Internet-Netzwerken - Versorgung des Cafés - Produktmarketing | <ul style="list-style-type: none"> - Ein Ort zum Genießen des Kaffees, wo sie Internet und Bibliothek haben können. - Kaffee zu einem niedrigeren Preis und besserer Qualität - Die Plätze können einige Stunden vor der Ankunft gebucht werden, um einen Platz mit besserem Wi-Fi-Signal und einem ruhigeren Ort zu finden. - | <ul style="list-style-type: none"> - Langfristige Beziehungen in Partnerschaft mit einer Firma / Agentur - Wettbewerbe in sozialen Netzwerken - Treuekarte - Angebote - Bonuspunkte - Schlüsselanhänger | <ul style="list-style-type: none"> - Junge Menschen - Studenten - Familien - Menschen mit mittlerem Einkommen - Arbeiter - Menschen im Urlaub |
| | <p><u>Schlüsselressourcen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Kaffeebasierte Produkte - Bäckerei- und Konditoreiprodukte - Erfrischungen - Raum - Die Personalabteilung | | <p><u>Vertriebskanäle</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Internet - Standort - Menschen - Poster - Massenmedien - - | |
| <p><u>Kosten und Kostenstrukturen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Raummiete - Tassen - Zucker - Kaffeemaschine - Vorhänge - Teller - Wasser - Kühlvitrine - Schränke - Geschirr - Geschmacksrichtungen - Eismaschine - Personalgehälter-Dekorationen - Router - Schlagsahne - Glashalter - Stab Uniform-Tische - Strohhalme - Kühlschrank - Telefonabonnement-Stühle - Kaffee - Bücher - Stromkosten -Brille - Milch - Computer | | | <p><u>Einnahmequellen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Produkte verkaufen - Patenschaften - Erträge aus der Förderung anderer Unternehmen | |

E-COFFEE

| | |
|---|--|
| Name, Alter | Menyhárt Szabina Blanka, Madaras Dániel, Covercă Sergiu, Ungur Denis, Bányai Roland Csaba, Székely Csaba, Györffy Loránd Age: 17 – 18 years |
| Schule und Klasse | ELECTROMURESTECHNOLOGICAL HIGH SCHOOL |
| Mentor, Beruf/Job, Schule/Firma | Ec. Frâncu Monica, Ec. Pállbolya Edit, Ec. OsváthIldikóÁgnes, Lehrer |
| <div data-bbox="220 947 523 1249" data-label="Image">  </div> <p data-bbox="153 1330 293 1361">Statement</p> | <p>Stellen Sie sich ein Internet-Café vor, voller Menschen, die entweder mit ihren Freunden einen Kaffee genießen kommen, und andere, die einen ruhigen Ort brauchen, an dem sie sich entspannen oder an ihren Projekten arbeiten können, und auch andere, die nur ihrem Alltag entfliehen wollen.</p> <p>Derzeit sind das Internet und die sozialen Medien zu einem Schlüsselement sowohl im privaten als auch im beruflichen Bereich geworden. Schon ein Tag ohne Internet kann viele Informationen und viel Geld kosten.</p> <p>Der Alltag der Menschen wird immer unruhiger. Wir leben im schnellsten Jahrhundert, das der Mensch kennt, und weil wir keine Maschinen sind, müssen wir manchmal eine Pause einlegen, um uns zu entspannen, und wo sonst könnte man das außer einem Internet-Café tun.</p> <p>In unserem Café E-Coffee möchten wir unseren Kunden die Möglichkeit bieten, eine Pause einzulegen, die Stille zu genießen und sich zu entspannen an einem Ort, an dem sie mit der modernen Welt verbunden bleiben können und an dem sie auch arbeiten können, wenn sie es wünschen. Wir begrüßen Sie in der Tîrgu-Mureş, Livezeni Straße, Nr.5.</p> |
| Target groups/users | Schüler und Studenten, Geschäftsleute, andere |
| Development process | <ul style="list-style-type: none"> ☛ Brainstorming ☛ Geschäftsidee ☛ Einen guten Namen für das Unternehmen finden ☛ Konzeption eines guten Logos ☛ Suche nach dem perfekten Standort ☛ Auswahl des Menüs ☛ Festlegung der Preise ☛ Marktforschung ☛ Umsetzung des Businessplans |

| | |
|--|---|
| Main problems, issues & challenges | Konkurrenz viele größere Cafés. |
| Main achievements & key learning points | Erstellung der Geschäftsmodell-Leinwand, Untersuchung des Marktes unserer Kunden und ihrer Bedürfnisse, Teamarbeit. |
| Next steps, possible changes & adaptations | Der nächste Schritt sollte sein, mehr Cafés zu eröffnen. |
| Feedback | Feedback von Kunden und Marktforschern erhalten. |
| Personal motto | Von gestern lernen, für heute leben, für morgen hoffen. Das Wichtigste ist, nicht mit dem Fragen aufzuhören. (Albert Einstein) |
| My idol/role model from the world of business: | Gordon Bowker, Zev Siegl |
| I think it is important to learn entrepreneurship because ... | Mit diesem Wissen werden wir uns in Zukunft auf den Arbeitsmarkt ausrichten, und so wird die Entwicklung oder Gründung eines neuen Unternehmens einfacher sein. |





E-COFFEE – Business model canvas

| E-Coffee | | | | |
|--|---|---|---|---|
| <p><u>Schlüsselpartner</u></p> <p>S.C. ELDI S.R.L. S.C. EGRETA S.R.L. S.C. FAREL S.R.L. R.A. AQUASERV S.A. ELECTICA S.A. E-ON S.C. ELECTRO ORIZONT S.R.L. S.C. REEA S.R.L. S.C. NAVIGATOR SOFTWARE S.R.L. MEDIA GALAXY ALTEX SELGROS FAREL</p> | <p><u>Schlüssel-aktivitäten</u></p> <p>Verkauf: Kaffee, alkoholische und nichtalkoholische Getränke, Gebäck, Snack-Bar Dienstleistungen/ öffentliche Ernährung Internet-Dienste Laptop und Gadget Werbung für Unternehmen, die IT-Produkte verkaufen</p> | <p><u>Leistungs-versprechen</u></p> <p>Es gibt kein solches Café in der Stadt. Werbung für Unternehmen, die IT-Produkte verkaufen. Wir bieten unseren Gästen einen Ort, an dem sie sich beim Spaß oder bei der Arbeit entspannen können, einen stressfreien Ort.</p> | <p><u>Kunden-beziehungen</u></p> <p>Das professionelle Verhalten der Mitarbeiter führt zum Aufbau dauerhafter und positiver Kundenbeziehungen.</p> | <p><u>Kunden-segmente</u></p> <p>Jugendliche / Studenten / Studenten / Studenten. Junge Leute. Familien mit Kindern. Geschäftsleute. Personal. Rentner, die eine Anleitung zur Verwendung von Gadgets benötigen..</p> |
| <p><u>Schlüssel-ressourcen</u></p> <p>Kaffee Lebensmittel Alkoholische und nichtalkoholische Getränke Energie, Gas, Wasser Internet IT / SMART-Produkte</p> | | <p><u>Vertriebskanäle</u></p> <p>Soziale Medien Massenmedien Marketing Werbematerialien</p> | | |
| <p><u>Kosten und Kostenstrukturen</u></p> <p>Energie, Wasser, Gas, Raummiete; Rohstoffe: Kaffee, Getränke, Lebensmittel und Gebäck Ausstattung: Espresso, Stehtisch, Kühlschränke; Verbrauchsmaterial: Gläser, Dekorationen, Lagerartikel: Personaluniform, Anlagevermögen: Tische, Stühle, Laptops, Mobiltelefone,</p> | | | <p><u>Einnahmequellen</u></p> <p>Einkommen aus der Grundbeschäftigung: Kaffee servieren, Getränke und Gerichte servieren Einnahmen aus der Vermietung oder Nutzung von IT-Geräten Einnahmen aus Werbung und Promotion von IT-Unternehmen</p> | |



Teaching Entrepreneurship

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



| | |
|---|--|
| Internetverbindun Gehälter der Mitarbeiter Werbe- und Werbematerialien Sonstige Aufwendungen | |
|---|--|

| CLOUDPARKING | |
|--|---|
| Name, Alter | Nagy Mónika, Bartha Dezső Dániel, Riccardi Marco, Csiki Bernadette Tamara Age: 16 – 17 |
| Schule und Klasse | Electromureş Technological Highschool; X.D, X.G |
| Mentor, Beruf/Job, Schule/Firma | Ec. Frâncu Monica, Ec. Pállbolya Edit, Ec. OsváthIldikóÁgnes |
| Statement | Heutzutage besitzen immer mehr Menschen Autos, aber nur wenige von ihnen können einen geeigneten Parkplatz in der Stadt finden. Cloud Parking löst nicht nur dieses Problem, sondern erleichtert auch das Leben unserer Kunden. Unser Parkplatz ist mit einer mobilen App verbunden, die den Kunden hilft, ihren Parkplatz zu finden. Als Bonus können eilige Kunden gegen eine Gebühr von einem Parkhaus profitieren. |
| Kurzbeschreibung | Bezahlter, mehrstöckiger Parkplatz, nahe dem Stadtzentrum |
| Zielgruppe/Nutzer | Erwachsene, Studenten, ältere Menschen |
| Entwicklungsprozess | <ul style="list-style-type: none"> ✚ Wir haben eine kleine Studie durchgeführt, um festzustellen, wo Parkplätze am meisten benötigt werden, und wir haben festgestellt, dass der zentrale Teil der Stadt in dringendem Bedarf ist. ✚ Wir haben die Stadt analysiert, um festzustellen, welches Gebiet für unseren Parkplatz besser geeignet ist. ✚ Wir haben eine Umfrage durchgeführt, um festzustellen, ob die Bürger dem Parkplatz hinter dem Nationaltheater zustimmen würden. ✚ Wir haben unsere Verhandlungen mit dem Stadtrat begonnen, um das notwendige Land zu kaufen. ✚ Nachdem wir die Genehmigung des Stadtrates erhalten hatten, schlossen wir einen Vertrag mit einem Bauunternehmen von Mureş, der uns beim Bau des Parkplatzes helfen wird. |
| Hauptprobleme, Themen & Herausforderungen | Suche nach einem zentralen Platz für den Bau des Parkplatzes |

| | |
|---|--|
| <p>Wichtigste Ergebnisse & wichtigste Lernpunkte</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✿ Wir haben gelernt, wie wir unser Unternehmen führen, um möglichst viele Kunden zufrieden zu stellen. ✿ Wir haben gelernt, wie man ein besserer Unternehmer wird. ✿ Wir haben gelernt, wie wir mehr Kunden gewinnen können. |
| <p>Nächste Schritte, mögliche Änderungen & Anpassungen</p> | <p>Verbreiterung der Parkplätze, Hinzufügen eines geräumigeren Aufzugs</p> |
| <p>Feedback</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✿ Einen Monat nach der Einrichtung des Parkplatzes haben wir ein Formular an unsere Kunden verteilt, in dem sie nach ihrer Meinung gefragt werden. ✿ Wir haben positive Rückmeldungen erhalten, weil es sich um den modernsten Parkplatz im Landkreis Mures handelt und er sehr nützlich ist, da er sich in der Nähe des Zentrums befindet. |
| <p>Persönliches Motto</p> | <p>"Stell dir vor, wo du nächstes Jahr um diese Zeit sein könntest. Jetzt mach die Arbeit.</p> |
| <p>Mein Idol/Rollenmodell aus der Geschäftswelt:</p> | <p>Elon Musk</p> |
| <p>Ich denke, es ist wichtig, Unternehmertum zu lernen, denn ...</p> | <p>.... es hilft uns, wenn wir ein Unternehmen eröffnen wollen, aber es entwickelt auch unser Denken und hilft uns, aus einer anderen Perspektive zu denken.</p> |





CLOUDPARKING – Business model canvas

| CLOUDPARKING | | | | |
|--|--|--|--|--|
| <p><u>Schlüsselpartner</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Hotels - Universitäten - Schulen - Supermärkte - Digi-Internet - Unternehmen - | <p><u>Schlüssel-aktivitäten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Wir stellen unseren Kunden Parkplätze zur Verfügung. - Wir bieten gegen Gebühr ein Parkhaus an. - Wir bieten unseren Kunden Kaffee an. - | <p><u>Leistungs-versprechen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Mobile App, die bei der Buchung eines Parkplatzes hilft. - Der Parkhaus-komplex verfügt über Kaffee-maschinen. - Es gibt ein Panel, das die Lage der Parkplätze anzeigt. - Parkraumbeauftr agte, die die Autos der Kunden parkt und zurückbringt. - | <p><u>Kunden-beziehungen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Die langfristige Beziehung wird durch Abonnements verbessert und Partnerhotelkun den profitieren von einem Rabatt von 5%. | <p><u>Kunden-segmente</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - -tudenten - Erwachsene - Ältere - Pendler - Personen, die in der Region arbeiten - Unternehmer - - |
| | <p><u>Schlüssel-ressourcen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Parkhaus - Verkaufsauto maten - Elektrizität | | <p><u>Vertriebskanäle</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Internet-Anzeigen - Zusammenarbeit mit einem Hotel - Poster in der ganzen Stadt - Flyer - Kampagnen | |
| <p><u>Kosten und Kostenstrukturen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Mitarbeitergehalt - Kampagnenkosten - Ausgaben für Strom - Steuern und Gebühren - Allgemeine Wartungskosten | | | <p><u>Einnahmequellen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Bei der Reservierung von Parkplätzen - Benutzung eines Parkhauses | |

| TOUR GUIDE | |
|--|--|
| Name, Alter | Budnar Alexandra, Faluvégi Roland, Molnár Beatrix, Moga Andrea, Pop David, Tecaru Sahra Krisztina Age: 16 – 17 |
| Schule und Klasse | Liceul Tehnologic Electromures, IX.C, X.D and X.G classes |
| Mentor, Beruf/Job, Schule/Firma | Francu Monica Cecilia; OsváthIldikó Ágnes, Pállbolya Edit Wirtschaftslehrer |
| Statement  | <p>Tour Guide ist ein Reiseleiterunternehmen von TarguMures, und unser Team beschäftigt sich mit der Präsentation der Schönheit der Welt. Wir bieten unseren Kunden den Transport und eine warme Mahlzeit an. Der Reiseleiter wendet sich an die breite Öffentlichkeit und ist bereit für ein neues, unvergessliches Erlebnis. Unsere Gruppe ist bestrebt, eine gute Beziehung zu unseren Kunden aufzubauen. Jeder Besucher erhält nach einer Führung ein Geschenk, einen Kaffee oder eine Limo und eine Treuekarte, mit der er Mitglied der Reiseleiterfamilie werden kann.</p> <p>Wir bieten unseren Kunden die vollständigsten und genauesten Informationen über die besuchten Sehenswürdigkeiten. Wir haben einen großen kulturellen Hintergrund und eine große Erfahrung. Wenn Sie möchten, dass Ihr Reiseerlebnis unvergesslich wird und die Freundschaften, die Sie hier gefunden haben, für immer bestehen bleiben, dann finden Sie uns auf unserer Website: www.tourguidefamily.com</p> |
| Kurzbeschreibung | Tour Guide ist ein Reiseleiterunternehmen aus Targu Mures, das die Sehenswürdigkeiten, die Schönheiten der Welt in unserer Stadt, im Landkreis, auf dem Land und sogar in Europa präsentiert. |
| Zielgruppe/Nutzer | Touristen |
| Entwicklungsprozess | <ul style="list-style-type: none">  Brainstorming auf Teamebene  Wir verwandeln unsere Leidenschaft in eine Geschäftsidee.  Wahl des Markennamens und des Logos  Aktivitätsorganisation  Etablierung des Zielmarktes  Personalauswahl  Schulung der erforderlichen Mitarbeiter  Marktstudie  Unternehmensförderung  Erstellung des Businessplans |

| | |
|--|--|
| Hauptprobleme, Themen & Herausforderungen | Die Wünsche der Touristen in vollem Umfang zu erfüllen. |
| Wichtigste Ergebnisse & wichtigste Lernpunkte | Entwicklung eines Businessplans mit dem CANVAS -Geschäftsmodell |
| Nächste Schritte, mögliche Änderungen & Anpassungen | Der Erwerb einer Zentrale, in der wir unser Geschäft ausbauen können, mit dem Ziel, es in Europa zu verbreiten. |
| Feedback | Wir haben Feedback von Touristen, Familie und Freunden erhalten. |
| Persönliches Motto | "Erfolg ist eine Reise, kein Ziel." |
| Mein Idol/Rollenmodell aus der Geschäftswelt: | Donald Trump |
| Ich denke, es ist wichtig, Unternehmertum zu lernen, denn ... | Wir entwickeln kreatives Denken, verbessern unsere Sozialisationstechniken und lernen, alles effizienter zu gestalten. |



TOUR GUIDE – Business model canvas

| TOUR GUIDE (Travel company that offers services with its own guides) | | | | |
|--|--|--|--|--|
| <u>Schlüssel-partner</u> | <u>Schlüsseaktivitäten</u> | <u>Leistungsversprechen</u> | <u>Kundenbeziehungen</u> | <u>Kunden-segmente</u> |
| <ul style="list-style-type: none"> - Thomas Hux - Siletina - Unterkünfteinheiten - CFR TRAVEL - Lebensmittel einheiten | <ul style="list-style-type: none"> - Präsentation von touristischen Attraktionen - (in verschiedenen Sprachen, z.B. : Rumänisch, Englisch, Ungarisch und Französisch) - Organisation des Programms nach Zeitaufwand - Reservierung von Transportmitteln und Catering-Einheiten | <ul style="list-style-type: none"> - Reiseleiterdienste von herausragendem kulturellem Wert - Sicherstellung idealer Sozialisationsbedingungen für Touristen - Am Ende der Tour gibt es eine kleine Party. - Der Zutritt mit Tieren ist erlaubt und es wird ihnen auch eigenes Futter angeboten. - Der Transport ist im Preis inbegriffen. - Eine warme Mahlzeit ist ebenfalls im Preis inbegriffen. | <ul style="list-style-type: none"> - Treuekarte - - Regelmäßige Werbeaktionen - Eine transaktionale Beziehung für die Gruppen, die spontan gebildet werden. | <ul style="list-style-type: none"> - Der TOUR GUIDE richtet sich sowohl an Jugendliche als auch an ältere Menschen, die bereit sind für ein neues Abenteuer. - Gruppen von Studenten |
| | <u>Schlüssel-ressourcen</u> Tourist Guides Protocol room | | <u>Vertriebskanäle</u> <ul style="list-style-type: none"> - Von Mund zu Mund - Von einer Website - Aus der Presse und den Medien - Werbeaktionen | |
| <u>Kosten und Kostenstrukturen</u> <ul style="list-style-type: none"> - Kraftstoff für unsere Busse (200-500 RON) - Bereitstellung warmer Speisen (Tagesmenü: 13-16 ROZ) - Der Führer bezahlt den Lohn (1600 RON) - Fahrerlohn (1400 RON) - Miete (200 Euro) - Personaluniformen (230 ROZ / Person) - Geschenk-Schals für Kunden (25 ROZ) - Electricity bill | | | <u>Einnahmequellen</u> <ul style="list-style-type: none"> - Einnahmen aus Reiseführern - Erlöse aus dem Verkauf von Souvenirs - Erträge aus Partnerschaften - - | |



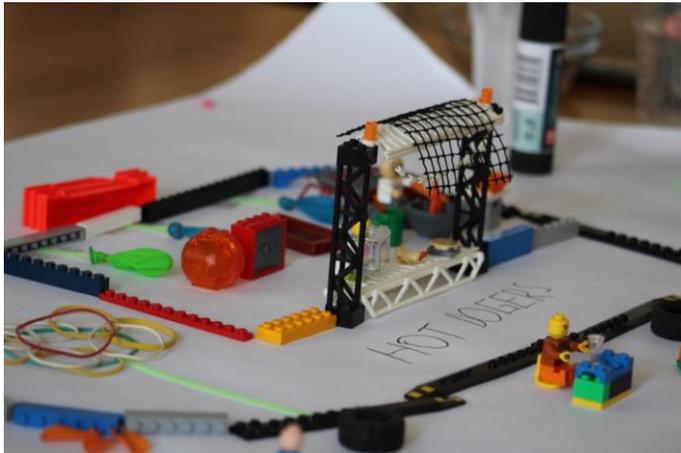
| HOT DOGERS | |
|--|---|
| Name, Alter | Iacob Paul, Ioniță Adrian, Reghian Andrei, Simo Renáta, Toth Edina Yvett Age: 16 – 19 |
| Schule und Klasse | Liceul Tehnologic Electromureș ; classes : X.D and XII.H |
| Mentor, Beruf/Job, Schule/Firma | Ec. Frâncu Monica, Ec. Pál Ibolya Edit, Ec. Osváth Ildikó Ágnes |
| Statement  | <p>Wir sind ein Fast-Food-Unternehmen und um näher an unseren Kunden zu sein, reisen wir mit Wohnwagen zu verschiedenen Messen und Veranstaltungen. Wir fördern gesundes Fast Food aus 100% rumänischen Zutaten. Die Atmosphäre um unsere Karawane herum ist optimistisch und fröhlich. Wenn Sie gut essen, sich wohlfühlen und neue soziale Kontakte knüpfen wollen, zögern Sie nicht, uns zu besuchen. Der Beginn Ihrer Woche wird viel besser sein, wenn Sie einen frischen Kaffee voller Liebe bekommen.... kostenlos.</p> <p>Hast du Kinder? Keine Sorge, wir haben sie auch nicht vergessen. Wir haben speziell für Kinder zusammengestellte Menüs. Ihre ganze Familie und alle Ihre Freunde werden sich in unserem Wohnwagen großartig fühlen. Wir warten auf Sie!</p> |
| Kurzbeschreibung | Unser Team reist mit einem Wohnwagen zu Veranstaltungen und Messen, um die Kunden mit Fastfood zu versorgen. |
| Zielgruppe/Nutzer | Studenten, Jugendliche und Erwachsene, die an solchen Messen und Veranstaltungen teilnehmen. |
| Entwicklungsprozess | <ul style="list-style-type: none">  Identifizierung der Geschäftsidee  Ermittlung des Firmennamens  Auswahl des Logos und des Slogans  Einstellen des Menüs  Erstellung des Businessplans |
| Hauptprobleme, Themen & Herausforderungen | Wettbewerb, weil wir am Anfang unseres Geschäfts stehen und nicht viel Erfahrung haben. |
| Wichtigste Ergebnisse & wichtigste Lernpunkte | Wir haben unsere Erfahrungen mit anderen Fast-Food-Unternehmen ausgetauscht. |
| Nächste Schritte, mögliche Änderungen & Anpassungen | Erweiterung des Geschäfts, Diversifizierung der Produktpalette und Kauf von zwei weiteren Wohnwagen mit mehr Verkaufsstellen. |
| Feedback | Die Kunden, die unser Essen probiert haben, waren sehr zufrieden und hatten eine ausgezeichnete Meinung dazu. |



| | |
|--|--|
| Persönliches Motto | Der Ort, an dem der Mensch den Tag schreibt. |
| Mein Idol/Rollenmodell aus der Geschäftswelt: | Mario Batal ; Jamil Oliver; Gordon Ramsay |
| Ich denke, es ist wichtig, Unternehmertum zu lernen, denn ... | Es gibt immer mehr neue Unternehmen, die erfolgreich sind, das bedeutet, dass Unternehmertum viele Möglichkeiten eröffnet. |

TOUR GUIDE – Business model canvas

| HOT DOGERS | | | | |
|---|--|---|--|--|
| <u>Schlüsse- partnerhips</u> | <u>Schlüssel- aktivitäten</u> | <u>Leistungs- versprechen</u> | <u>Customer relations</u> | <u>Kundensegmente</u> |
| Auchan Petrom Kaufland Ikea Selgros | Verkauf von Hotdogs, Wasser, Limonade und Soda | gesunde Fastfood Verkauf von Eiscreme wir bieten unseren Kunden kostenloses WiFi rund um den Wohnwagen an. Kindermenüs | Treuekarten mit einem Rabatt von 50 %. ein Geschäft von 1+1 gratis Rabatt auf 3 Menüs und das 4. ist kostenlos. kostenloses WLAN | Studenten Menschen mit (kleinem, mittlerem, großem) Einkommen ältere Menschen Sportler |
| | <u>Schlüssel- ressourcen</u> | | <u>Vertriebskanäle</u> | |
| | raw materials the caravan our staff | Spiele für Kinder kostenloser Kaffee am Montagmorgen | Kundenempfehlung WEB-Seite Plakate, die durch die Stadt geklebt werden. | |
| <u>Kosten und Kostenstrukturen</u> | | | <u>Einnahmequellen</u> | |
| Rohstoffe: Brötchen, Pita, Fleisch, Hülsenfrüchte, Saucen (Ketchup, Senf, Mayonnaise), Kartoffeln, Öl; Rohstoffe: Säfte, Speiseeis, Eiscreme Zubehör: Servietten, Plastiktüten, Tischwäsche, Geschirr Maschinenpark: Fritteuse Fixkosten: Internetabonnement; Strom Variable Kosten: Promotion und Werbung, Personalkosten; Mietaufwendungen | | | Umsatzerlöse aus dem Verkauf von Fertigprodukten und -waren: Säfte, Hotdogs, verschiedene Kartoffelsorten, Kaffee, Tee, Limonade, Mojito, Shaorma, Latte Machiato, Cappuccino, Desserts, Eiscreme, verschiedene Salatsorten. | |



BLACK DIAMOND

| | |
|--|--|
| Name, Alter | <p>Farcaş Alexandru, Frunză Roland, Miklos Norbert, Togănel Paul, Velcherean Marian</p> <p>Age: 16 – 17</p> |
| Schule und Klasse | <p>LICEUL TEHNOLOGIC “ELECTROMUREŞ”; Class X-D and X-G</p> |
| Mentor, Beruf/Job, Schule/Firma | <p>Ec. Frâncu Monica, Ec. Pállbolya Edit, Ec. OsváthIldikó Ágnes</p> |
| Statement | <p>Wir sind S.C. Black Diamond S.R.L. und bieten Lackierarbeiten zu günstigen Preisen in kurzer Zeit und mit hoher Qualität an. Wir haben Facharbeiter, die eine Leidenschaft für das, was sie tun, haben.</p> <p>Indikative Wohnungspreise einschließlich Materialien:</p> <ul style="list-style-type: none"> Einzelzimmer: ca. 35 qm, Preis 1500 Lei; 2-Zimmer-Wohnung: ca. 50 qm Preis 2500 Lei; Appartement mit 3 Zimmern: ca. 70 qm Preis 3000 Lei; <p>Malbereich: Der schnelle Lackierservice ist nur im Gebiet von Târgu-Mureş und in den umliegenden Gebieten verfügbar. Wir übernehmen die Vorbereitung des Lackierraums (Verschieben der Möbel und Abdecken mit Folie) und die Sauberkeit am Ende der Arbeiten. Unsere Firma bietet die Garantie auf die Arbeit bis zu 2 Jahre. Wir beschäftigen uns auch mit dem Verkauf von Produkten und Ausrüstungen für die Malerei.</p> |
| Kurzbeschreibung | <p>Wir malen, wir schlafen nicht!</p> <p>Unsere Firma S.C. Black Diamond S.R.L. bietet erschwingliche und hochwertige Lackierarbeiten an.</p> |
| Zielgruppe/Nutzer | <p>Jugendliche, Erwachsene, ältere Menschen: Wohnungen, Häuser, Einzelzimmer, etc</p> |



| | |
|--|---|
| Entwicklungsprozess | <ul style="list-style-type: none"> Identifizierung des Bedarfs Etablierung eines Firmennamens, Mottos und Slogans Marktforschung Erstellung des Businessplans |
| Hauptprobleme, Themen & Herausforderungen | Probleme mit dem Platz, mit den Materialien. |
| Wichtigste Ergebnisse & wichtigste Lernpunkte | Entwicklung der Fähigkeit, im Team zu arbeiten. |
| Nächste Schritte, mögliche Änderungen & Anpassungen | <ul style="list-style-type: none"> Ausweitung auf andere Städte Vergrößerung des Hauptsitzes Langfristige Partnerschaften |
| Feedback | Wir erhalten von jedem Kunden ein positives Feedback. |
| Persönliches Motto | "Wach immer mit einem Lächeln auf, weil du weißt, dass du heute Spaß haben wirst, das zu tun, wovor andere zu viel Angst haben." |
| Mein Idol/Rollenmodell aus der Geschäftswelt: | Remus Aurel Bența ist Eigentümer von dawbentaronania, einem international bekannten Unternehmen. Sein Unternehmen erbringt Dienstleistungen im Bereich Bau und Malerei. Er ist einer der reichsten Menschen auf TârguMureș. |
| Ich denke, es ist wichtig, Unternehmertum zu lernen, denn ... | Wir sammeln Erfahrungen und in Zukunft wird es für uns einfacher sein, ein eigenes Unternehmen zu gründen. |



BLACK DIAMOND – Business model canvas

| Black Diamond | | | | |
|---|--|--|--|--|
| <u>Schlüsselpartner</u> | <u>Schlüssel-aktivitäten</u> | <u>Leistungs-versprechen</u> | <u>Kunden-beziehungen</u> | <u>Kunden-segmente</u> |
| Şurtec Dedeman Practiker Leroy Merlin Brick Depot | Malerin Holen Sie sich die alte Farbe runter. Stellen Sie sicher, dass die | Renovierung in kurzer Zeit: Einzelzimmer 2 Tage Appartement 3 | Professionelle, freundliche und transaktionale Beziehungen. Wir bieten die Servicegarantie für 2 Jahre. Bei einer Arbeit von mehr als 50 Quadratmetern | Junge Menschen im Alter von 18 bis 25 Jahren |

| | | | | |
|---|--|--|---|-----------------------------------|
| | Reinigung nach Abschluss des Auftrags erfolgt. Reparieren von Wänden | Tage Günstigere Dienstleistungen als die Konkurrenz Qualität Materialien Qualität Dienstleistungen erfahrene Mitarbeiter | erhält der Kunde 15% Rabatt. | Erwachsene Ältere Menschen |
| | <u>Schlüsselressourcen</u> The human resource Raw materials | | <u>Vertriebskanäle</u> Local press The website of the company Posters Recommendation of other people | |
| <u>Kosten und Kostenstrukturen</u> Materialien: Farben, Müll, Pinsel, Spachtel, Farbmesser, Färbemaschine Transport: Treibstoff, Versicherung, Steuern Lebensversicherung und Mitarbeitergehälter Uniform, Overall, Mietfirmensitz, Strom, Wasser, Gas, Internet und Telefonrechnungen | | | <u>Einnahmequellen</u> Von der Erbringung von Lackierarbeiten. Aus dem Verkauf von Farben und Lackmaterialien. | |

Rückmeldungen von Lehrern über das Projekt

Am 29. Mai 2019 organisierten wir im Festsaal unserer High School eine Informationsveranstaltung, bei der unsere Schüler den Unternehmern ihre endgültigen Geschäftsideen und Berufserfahrungen im Projekt CREATOR vorstellten. Die teilnehmenden Unternehmer waren:

-  Balázs Endre – Navigator Software
-  Siklodi Huba – Grand Hotel
-  George Stefan – Happy Recruiter

Die Rückmeldungen der Lehrer, Schüler und Unternehmer waren großartig. Unsere Lehrer sagen:

 **Ec. Frâncu Monica – Cecilia**

“Ein rumänisches Sprichwort sagt das: "Zum Unterrichten gibt es niemanden, der zu jung oder zu alt ist".

Im Rahmen dieses Projekts "CREATOR" standen die Lehrer vor einer neuen Herausforderung, sich für eine Gruppe von neuen, erfahrenen Lehrern zu bewerben, die Unternehmertum lehren. Unsere Zufriedenheit waren sowohl erfolgreiche Schüler als auch ihre offene, kreative Einstellung zu intensiver Arbeit und guter Zusammenarbeit innerhalb der Gruppe. Ich denke, dass das Projekt "CREATOR", einen Mehrwert für unsere Schule, High School ELECTROMUREȘ - Târgu Mureș, România, gebracht hat.

„

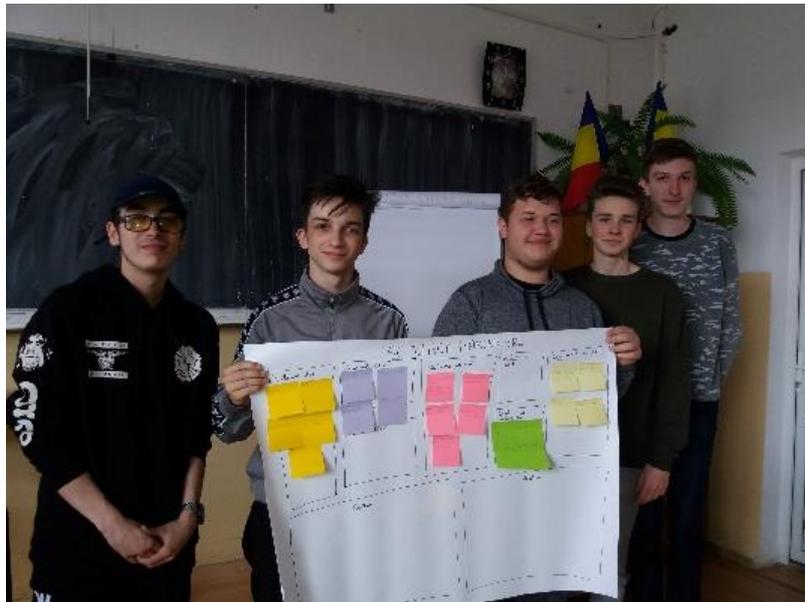
 **Ec. Osváth Ildikó Ágnes:**

"Für mich war es eine besondere Erfahrung, Teil dieses Projektteams zu sein, ich habe sehr viel daraus gelernt. Ich konnte mit den Studenten außergewöhnlich zusammenarbeiten, sie waren sehr interessiert und sie haben bei jedem Meeting eine gute Teamarbeit geleistet. Wir fanden es toll, dass der Schwerpunkt auf dem praktischen Teil mit sehr wenig Theorie lag. Abschließend kann ich sagen, dass ich froh bin, dass ich die Möglichkeit hatte, Teil dieses Teams im Projekt zu sein. Ich danke dir vielmals!"

 **Ec. Pál Ibolya Edit:**

"Das Training war interessant, flexibel und für mich sehr nützlich.... Während des CREATOR-Projekts haben wir die Möglichkeit, viele Ideen und praktische Aktivitäten zur Vermittlung von Entrepreneurship zu organisieren und umzusetzen. Ich habe viele Ideen für Aktivitäten erhalten, die ich im Klassenzimmer einsetzen kann. Die Studenten waren kreativ und zufrieden, denn die Workshop-Aktivitäten hatten nur einen praktischen Teil ohne viel Theorie, so dass das Arbeitsklima eine gute Basis für das Spiel war.

Das CREATOR-Team ist großartig. Ich fühle mich sehr geehrt, Teil der Erfahrung des SCHÖPFERS gewesen zu sein, und ich hoffe, dass unsere Zusammenarbeit mit den Partnern auch in Zukunft fortgesetzt wird."





Teaching Entrepreneurship

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



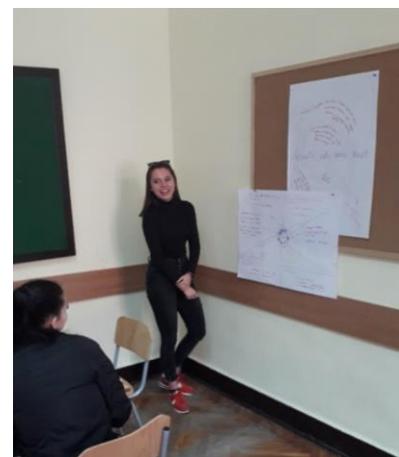
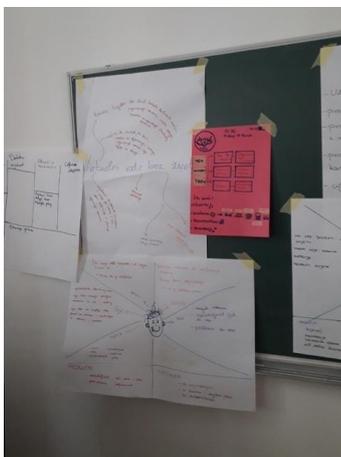
Studenten-Prototypen - Kroatien

Zuerst wurde die Ausbildung für den Lehrer von Dejan Goljevački und Mirela Abramović durchgeführt, danach arbeiteten die Lehrer mit den Schülern. Alle Prototypen wurden von den Studenten ohne die Hilfe der Lehrer direkt selbst hergestellt. Die Lehrer gaben nur Anleitung, und der kreative Teil lag bei den Schülern. Die Prototypen wurden von Studenten der "School of Economics and Administration Osijek" und der "The First Economic School in Zagreb" erstellt.

Durch den Einsatz verschiedener Methoden konnten die Studierenden auf einfache und interessante Weise lernen, wie man eine neue unternehmerische Idee gestaltet. Der Bau eines Prototyps war die interessanteste und effizienteste Methode, um mit eigenen Händen etwas zu schaffen, worüber sie zuvor gerade gesprochen oder auf Papier geschrieben hatten.

Feedback von Lehrern:

- 🌀 "Die Schüler haben gelernt, andere Meinungen zu akzeptieren."
- 🌀 "Die Schüler sind mit dieser Art von Arbeit zufrieden."
- 🌀 "Dynamisch und interessant."
- 🌀 "Workshops und Methoden eignen sich hervorragend, um unternehmerische Fähigkeiten und unternehmerisches Denken zu entwickeln."





BIOLOGISCHER ANBAU VON OBST UND GEMÜSE

| | |
|--|--|
| Name, Alter | Marsel Gemi, Lorena Šabanagić, Matej Šabanović, Leonardo Bijelić Age: 15 – 17 |
| Schule und Klasse | School of Economics and Administration Osijek, 3.d, 2.e, 1.f and 1.b |
| Mentor, Beruf/Job, Schule/Firma | Dunja Novak, Marija Mesić Škorić, Sanja Arambašić, Antonija Čalić, Luka Rupčić, Hrvoje Kovač and Maja Akšamović-Andrić |
| Statement | Es ist kein Traum, Wohlbefinden ist Realität! |
| Kurzbeschreibung | Biologischer Anbau von Obst und Gemüse, Herstellung von Bioprodukten |
| Zielgruppe/Nutzer | Hotels und Gaststätten |
| Entwicklungsprozess | Brainstorming, Teamarbeit, Kreativität, SCAMPER, CANVAS |
| Hauptprobleme, Themen & Herausforderungen | Konzentrationsschwäche |
| Wichtigste Ergebnisse & wichtigste Lernpunkte | Wir haben Kreativität, Kommunikationsfähigkeit, Teamfähigkeit und Teamfähigkeit entwickelt. |
| Nächste Schritte, mögliche Änderungen & Anpassungen | Größere Zielgruppe |
| Feedback | Dass unsere Ideen sehr gut entwickelt / konzeptionell umgesetzt sind. |
| Persönliches Motto | Wunsch, sich an einer guten Universität zu bewerben, eine gute Zukunft zu haben, ein eigenes Unternehmen zu gründen..... |
| Mein Idol/Rollenmodell aus der Geschäftswelt: | Ein Manager |
| Ich denke, es ist wichtig, Unternehmertum zu lernen, denn ... | Es entwickelt Kreativität, fördert neue Ideen, vermittelt Wissen über Unternehmen. |



Teaching Entrepreneurship

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





ORGANIC FARMING – Business model canvas

| Organic farming of fruits and vegetables | | | | |
|---|--|---|--|---|
| <p>Schlüsselpartner</p> <ul style="list-style-type: none"> - Familienbetriebe - Hotels - Restaurants - Soziale Netzwerke (Kommunikation mit Kunden) | <p>Schlüssel-ressourcen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Früchte - Gemüse - Bioprodukte - Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen - Landwirtschaftliche Flächen | <p>Leistungsversprechen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gesünderer Lebensstil - Gesundere Ernährung - Weniger Verschmutzung - Bekämpfung ungesunder Essgewohnheiten - Eignung - Angenehme Kommunikation | <p>Kundenbeziehungen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Direkte Kommunikation - Kundeninformation - Kommunikation über TV, Radio, Flyer, etc. - Soziale Netzwerke | <p>Kunden-segmente</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hotels - Restaurants |
| | <p>Schlüsselaktivitäten</p> <ul style="list-style-type: none"> - Landwirtschaft - Verkaufen - Fertigung - Vertrieb | | <p>Vertriebskanäle</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sales channel - Direct sales - Own transportation vehicles | |
| <p>Cost structure</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zerlegung - Gewichtsverlust Wert - Ausfluss, Verschüttung, Bruch und Defekt - Wartung von Land- und Transportfahrzeugen | | | <p>Einnahmequellen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Verkauf von Obst und Gemüse - Exportieren - Beratung | |

Feedback Schülern:

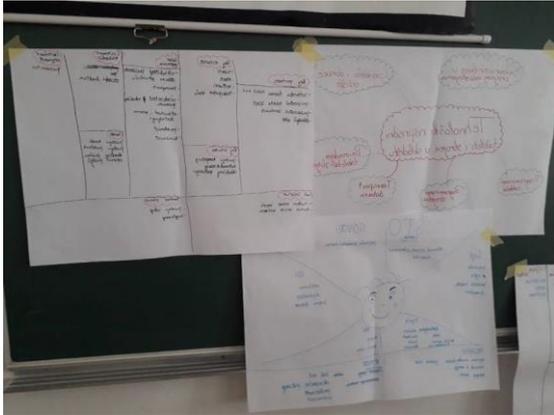
- 👤 "Mir gefiel diese Art des Lernens, weil wir alle zur endgültigen Lösung beigetragen haben."
- 👤 "Das Interessanteste war SCAMPER und CANVAS."
- 👤 "Der Workshop ist sehr nützlich, weil er auf kreative und unterhaltsame Weise zu Schlussfolgerungen kommt."
- 👤 "Diese Art von Arbeit gefiel mir, weil wir durch den Spaß gelernt haben. Wir haben unsere Kreativität und unser Wissen eingesetzt."





SOFT- UND HARDWARELÖSUNG FÜR DIE LAGERVERWALTUNG

| | |
|--|---|
| Name, Alter | Dunja Fundak, Marina Fruk, Valerija Fabin, Marko Babić, Lugi Ljekaj Age: 15 – 18 |
| Schule und Klasse | School of Economics and Administration Osijek, 1.f, 1.g, 2.e, 3.d and 3.h |
| Mentor, Beruf/Job, Schule/Firma | Dunja Novak, Marija Mesić Škorić, Sanja Arambašić, Antonija Čalić, Luka Rupčić, Hrvoje Kovač and Maja Akšamović-Andrić |
| Statement | Wir können Ihr Lager zu einem moderneren, effizienteren und qualitativ hochwertigeren Ort machen! |
| Kurzbeschreibung | Fortschrittliches technologisches Werkzeug (Tablette), das bei der Produktsuche im Massenlager mit automatisierten Maschinen hilft. |
| Zielgruppe/Nutzer | Große Unternehmen mit der Haupttätigkeit Produktverteilung und -lagerung |
| Entwicklungsprozess | Ideenfindung, SCAMPER, CANVAS |
| Hauptprobleme, Themen & Herausforderungen | Zeitlimit |
| Wichtigste Ergebnisse & wichtigste Lernpunkte | Wir haben gelernt, wie man im Team arbeitet, unsere größte Leistung ist unser ausgezeichnetes Produkt/Dienstleistung, wir sind stolz auf die Entwicklung unserer Kreativität. |
| Nächste Schritte, mögliche Änderungen & Anpassungen | Wir würden erneuerbare Energiequellen für die Funktion unserer Produkte nutzen. |
| Feedback | Das Feedback von unserer Klasse, den Lehrern und Eltern war sehr positiv. |
| Persönliches Motto | Strahlende Zukunft, Bewerbungsfähigkeit an der gewünschten Universität, Führung des eigenen Unternehmens an einem Tag |
| Mein Idol/Rollenmodell aus der Geschäftswelt: | Teamleiter, Manager, Direktor, Direktor |
| Ich denke, es ist wichtig, Unternehmertum zu lernen, denn ... | Verbesserung des Wissens, Möglichkeit des persönlichen Wachstums und des weiteren Fortschritts, Selbstrealisierung. Gewinne erzielen, die Wirtschaft verbessern. |



WAREHOUSE MANAGEMENT – Business model canvas

Software and hardware solution for warehouse management

| <u>Schlüsselpartner</u> | <u>Schlüssel-ressourcen</u> | <u>Leistungs-versprechen</u> | <u>Kunden-beziehungen</u> | <u>Kunden-segmente</u> |
|--|--|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - Softwareunternehmen MONO - Tablettenhersteller SONY - Tablettenhersteller SAMSUNG - Lieferanten - - | <ul style="list-style-type: none"> - Tabletten - Roboter - Software - Transportfahrzeuge | <ul style="list-style-type: none"> - Lagerung von Konsumgütern - Transport - Effizienz der Produktlagerung - Effizienz und Schnelligkeit der Lieferung - Zuverlässigkeit - Dienstprogramm - Verkürzung der Zeit zwischen Bestellung und Lieferung | <ul style="list-style-type: none"> - Direkte Kommunikation - Feedback zu sozialen Netzwerken - E-Mail - Telefon - Telefax - - | <ul style="list-style-type: none"> - Partnerschaft - Großhändler, die über große Lagerbestände verfügen. - z.B. eBay, Amazon oder Asos |
| | <p><u>Schlüsselaktivitäten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Verkauf von vollständig automatisierten Lagergeschäften - Markt- | | <p><u>Vertriebskanäle</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Vertriebskanäle - Vertriebsmitarbeiter - Online-Verkauf | |



| | | | | |
|---|-----------|---|--|--|
| | forschung | | | |
| <u>Kostenstruktur</u> <ul style="list-style-type: none"> - Kosten der Inputs - Kosten der Softwarebeschaffung - Software-Wartung - - | | <u>Einnahmequellen</u> <ul style="list-style-type: none"> - Verkauf von Dienstleistungen - Beratung - Verkaufslizenz | | |

Feedback von Schülern:

- 👤 "Es war für mich interessant, mit anderen Studenten zusammenzuarbeiten."
- 👤 "Meine Teamarbeit war für mich am nützlichsten. Ich habe gelernt, zusammenzuarbeiten und Ideen zu entwickeln, indem ich die Meinungen anderer Leute berücksichtige."
- 👤 "Diese Art des Lernens ist viel interessanter als der übliche Unterricht, da sie die Kreativität beim Lernen fördert und unabhängige Entscheidungen trifft."
- 👤 "Ich mochte diese Art der Arbeit und diese Art der Arbeit wirklich. Canvas- und SCAMPER-Methoden waren sehr interessant."



VIRTUELLER LEITFADEN INS LEBEN

| | |
|--|---|
| Name, Alter | Vanesa Fićok, Anamarija Kukavica, Dina Jakšetić, Chiara Horvat Age: 15 – 17 |
| Schule und Klasse | School of Economics and Administration Osijek 3.d, 1.g, 2.d |
| Mentor, Beruf/Job, Schule/Firma | Dunja Novak, Marija Mesić Škorić, Sanja Arambašić, Antonija Čalić, Luka Rupčić, Hrvoje Kovač and Maja Akšamović-Andrić |
| Statement | Haben Sie das Gefühl, dass Sie nicht genug Zeit haben? Wir helfen Ihnen, Ihre Zeit zu organisieren! |
| Kurzbeschreibung | Virtueller Leitfaden zur Organisation von Zeit und Aktivitäten |
| Zielgruppe/Nutzer | Jugendliche, Männer und Frauen mittleren Alters |
| Entwicklungsprozess | Definition von Zielgruppen, Definition der wichtigsten Servicepunkte, Verständnis der Kundenbedürfnisse |
| Hauptprobleme, Themen & Herausforderungen | Marktnische definieren, Geschäftsmodell definieren |
| Wichtigste Ergebnisse & wichtigste Lernpunkte | Wir haben gelernt, wie man im Team arbeitet, unser größter Erfolg war unsere gute Idee, wir sind stolz auf unsere harte Arbeit und unseren Teamgeist. |
| Nächste Schritte, mögliche Änderungen & Anpassungen | Vielleicht würden wir die Umsetzung von Idee, Design und App-Layout verbessern. |
| Feedback | Professoren lobten unsere Ideen. |
| Persönliches Motto | Lerne für dich selbst, nicht für andere. |
| Mein Idol/Rollenmodell aus der Geschäftswelt: | Ein Manager |
| Ich denke, es ist wichtig, Unternehmertum zu lernen, denn ... | Wirtschaftswachstum |

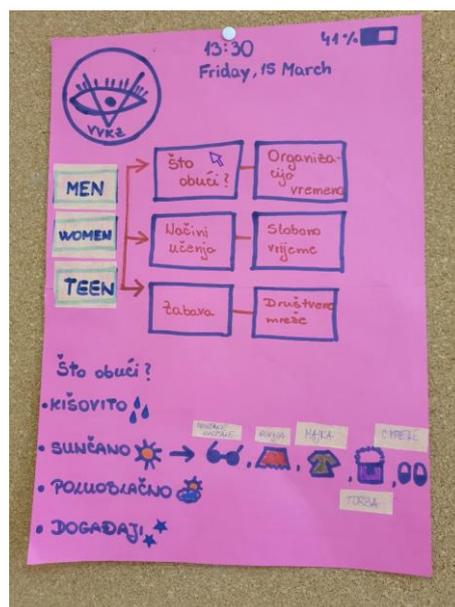


VIRTUELLER LEITFADEN DURCH DAS LEBEN – Business model canvas

| Virtueller Leitfaden durch das Leben | | | | |
|---|--|--|---|---|
| <p><u>Schlüsselpartner</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Softwareunternehmen MONO - Instagram - Jugendbündnis - Fernsehen für Werbezwecke | <p><u>Schlüsselressourcen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - App (Softwarelösung) - Unternehmensorganisation - Management - Schutz der Rechte | <p><u>Leistungsversprechen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - 0-24 Service - Kostengünstig - Hohe Qualität - Zugänglich - Benutzerfreundlich - Zeitmanagement - Arbeits- und Freizeitgestaltung - Einfach zu bedienen - Vereinfacht die Kommunikation mit anderen Benutzern. | <p><u>Kundenbeziehungen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - App-Reviews im App Store - Direkte Kommunikation - <p><u>Vertriebskanäle</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - App store - Google play | <p><u>Kunden-segmente</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Frauen (35-50 Jahre) - Männer (Alter 35-50 Jahre) - Teenager |
| <p><u>Cost structure</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - App-Entwicklung - App-Pflege - Vertrieb - Marketing - Marktforschung | | | <p><u>Einnahmequellen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Kostenlose Testversion, Vollversion mit Bezahlung - Profitieren Sie von Werbung - Verkaufslizenz - Beratung | |

Feedback from students:

- 
 “The workshop is creative and interesting. The methods used should be used more frequently in the teaching process.”
- 
 “It was very instructive and fun. It was interesting to socialize and work with other students.”
- 
 “Canvas and SCAMPER methods are interesting and they should be used more frequently in the teaching process.”





| "TREŠKO" – ABFALLSORTIERBEHÄLTER | |
|--|--|
| Name, Alter | Andrea Vrhovac, Matea Čivrag Age: 17 |
| Schule und Klasse | 3.b, Prva ekonomska škola; Zagreb |
| Mentor, Beruf/Job, Schule/Firma | Romana Rusek, Marina Mehkek, Ivana Šupuković |
| Statement | Die Rettung unserer Umwelt beginnt bei uns zu Hause, wir brauchen keine großen Organisationen dafür. |
| Kurzbeschreibung | Der Abfallsortierbehälter "Treško" bringt neue Technologien ins Spiel. Er sortiert den Abfall automatisch mit Hilfe von eingebauten Spänen. |
| Zielgruppe/Nutzer | Für alle! |
| Entwicklungsprozess | Die Umwelt zu schonen - es ist ein Ziel, das die Menschen erreichen wollen, aber eines der größten Probleme der Welt ist wahrscheinlich die Verschwendung durch den menschlichen Konsum. In dem Wissen, dass wir unsere Idee entwickelt haben. Wir wollen, dass sich die Leute des Problems bewusst sind, also haben wir beschlossen, nur wenige über unsere Idee zu befragen. Nach der Feldarbeit begannen wir mit der Arbeit an unserem Prototyp des Produkts. |
| Hauptprobleme, Themen & Herausforderungen | Die Menschen sind sich dieses bereits erwähnten Problems nicht bewusst. Deshalb sind sie wahrscheinlich nicht bereit, diese Art von Behältern in ihre Häuser zu stellen. Das Hauptproblem könnte die Größe des Papierkorbs sein - das ist auch unsere Herausforderung. Auch unser Behälter hat eingebaute Chips, so dass die Frage ist, wie viel es kosten könnte? Vielleicht sind die Menschen nicht bereit, dieses Geld für sie zu bezahlen. |
| Wichtigste Ergebnisse & wichtigste Lernpunkte | Es ist nicht schwer, eine Idee zu erwähnen, aber es ist viel schwieriger, sie zu verwirklichen. |
| Nächste Schritte, mögliche Änderungen & Anpassungen | Wie bereits erwähnt, können eingebaute Chips zu einem höheren Preis führen, so dass vielleicht einige Anpassungen notwendig wären. Aber wenn unser Produkt gut ist, könnten wir uns einige neue Produkte vorstellen und sie mit unserem Gewinn herstellen. |
| Feedback | Feedback ist das Entscheidende, wenn Sie am Markt erfolgreich sein wollen. Auf unser Produkt haben wir sehr positive Reaktionen |



| | |
|--|--|
| | erhalten. |
| Persönliches Motto | Dein Müll, unsere Blumen! |
| Mein Idol/Rollenmodell aus der Geschäftswelt: | Bill Gates |
| Ich denke, es ist wichtig, Unternehmertum zu lernen, denn ... | Menschen mit guten Ideen können lernen, wie man sie umsetzt. |

TREŠKO – Business model canvas

| "TREŠKO" – TRASH WASTE SORTING BIN | | | | |
|---|---|---|--|--|
| <u>Schlüsselpartner</u> | <u>Schlüssel-aktivitäten</u> | <u>Leistungs-versprechen</u> | <u>Kunden-beziehungen</u> | <u>Kunden-segmente</u> |
| Öko-Organisationen, Distributoren | Produktion unseres Produkts, Verkauf, Promotion durch die Website usw., Vertrieb unseres Produkts in der ganzen Welt. | Der Wert, den wir bringen, ist von entscheidender Bedeutung, denn wir wollen eine weitere Verschmutzung der Erde verhindern. Wir bieten unsere Mülltonnen für den Haushalt, aber auch für Parks an. | We want to establish a solid relationship with our customers. They must rely on us and we are open for new ideas and changes all the time. | Unsere Kunden sind Haushalte und Organisationen. Durch Vertriebskanäle integrieren wir unsere Kunden in dieses Modell, aber auch, indem wir ihnen einen echten Wert hinterlassen. Wir erfüllen die Anforderungen an Hygiene und Umweltbewusstsein. |
| | <u>Schlüssel-ressourcen</u> | | <u>Vertriebskanäle</u> | |
| | Produktionsmittel und -material, Menschen und ihr Wissen, Standort für unsere Produktion, Internet für Promotionen | | Internet, TV, Radio. Wir kontaktieren unsere Kunden über Website und Social Media. | |



Teaching Entrepreneurship

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



| | | | | |
|---|--|---|--|--|
| | | | | |
| <u>Kosten und Kostenstrukturen</u> Ressourcen und Material für Produktion, Standort, Verkauf, Export unseres Produkts. | | <u>Einnahmequellen</u> Aus dem Produktverkauf - und wir könnten es für weitere Forschung und Entwicklung nutzen. | | |



| AUTOTEL | |
|--|--|
| Name, Alter | Tea, Ivana, Lorena, Ana Age: 16 |
| Schule und Klasse | Prva ekonomska škola, Zagreb, 2.j, 2.f, 2.h |
| Mentor, Beruf/Job, Schule/Firma | Ljubek Marina; Ištvanić Željka, Picukarić Ivana |
| Statement | Wir sind die Lösung für Staus in Zagreb! |
| Kurzbeschreibung | Anwendung, die Menschen hilft, Staus oder Autounfälle zu vermeiden, sie kann uns auch sagen, wo sich unser Auto befindet, sie hat eine Navigation. |
| Zielgruppe/Nutzer | Fahrer Mann und Frau, alle Altersgruppen |
| Entwicklungsprozess | We are familiar with traffic jams in Zagreb, so our idea is simple – to avoid them. Application is simple to use so anybody can use it (even older people), but it also has other possibilities (GPS, navigation..). We went out to question our idea and after field work we were able to determine if our idea is payable or not. We made a few changes to perfect our idea. |
| Hauptprobleme, Themen & Herausforderungen | ältere Benutzer, die nicht wissen, wie man die App benutzt, andere ähnliche Apps auf dem Markt, die die Kundenbedürfnisse erfüllen. |
| Wichtigste Ergebnisse & wichtigste Lernpunkte | Es ist nicht einfach, Unternehmer zu sein, aber es ist einfacher, wenn man im Team arbeitet. Entrepreneurship ermöglicht es Ihnen, verschiedene Fähigkeiten zu entwickeln. |
| Nächste Schritte, mögliche Änderungen & Anpassungen | Unsere App kann um einige weitere Möglichkeiten erweitert werden. |
| Feedback | Die Leute haben unsere Idee interessant gefunden, aber einige haben erwähnt, dass wir bereits den Wettbewerb haben. |
| Persönliches Motto | Wir wollen, dass unsere Kunden zufrieden sind! |
| Mein Idol/Rollenmodell aus der Geschäftswelt: | Bill Gates |
| Ich denke, es ist wichtig, Unternehmertum zu lernen, denn ... | Sicher, weil wir unsere Fähigkeiten entwickeln, lernen wir, kreativ zu sein und es ermutigt uns zu denken und zu arbeiten. |



AUTOTEL – Business model canvas

| AUTOTEL | | | | |
|---|--|---|---|--|
| <u>Schlüsselpartner</u> | <u>Schlüssel-aktivitäten</u> | <u>Leistungs-versprechen</u> | <u>Kunden-beziehungen</u> | <u>Kunden-segmente</u> |
| <p>Autohäuser, App Store, Play Store.</p> <p>Wir arbeiten auf jeden Fall mit unseren lokalen Behörden im Fahrbereich zusammen: HUP, HAK....</p> | <p>Unsere Arbeit erfordert Teamarbeit und tägliches Lernen. Auch könnten wir andere Experten auf diesem Gebiet um Hilfe oder neue Ideen bitten. Kunden können Bewertungen in der App lesen, sie können jederzeit an unsere E-Mail-Adresse schreiben oder uns über unsere Webseite kontaktieren, wenn sie irgendwelche Bedenken, Vorschläge, Probleme haben ...</p> | <p>Unsere Mitarbeiter müssen IT-Experten sein, um eine gute App zu erstellen. Wir verbessern unsere App von Zeit zu Zeit und hören immer auf die Bedürfnisse unserer Kunden. Wir arbeiten im Team</p> | <p>Unser Plan ist es, starke und effektive, aber freundliche Beziehungen zu unseren Kunden aufzubauen. Unsere Kunden können uns gerne Anregungen oder Kritik geben, um unsere Idee (App) zu verbessern.</p> | <p>Fahrer Menschen, die beim Fahren moderne Technologien einsetzen. es erleichtert das Fahren.</p> |
| | <u>Schlüssel-ressourcen</u> | | <u>Vertriebskanäle</u> | |
| | <p>Software-Experten. Hardware. Es kann einfach kopiert werden.</p> | | <p>Instagram und website:</p> | |
| <u>Kosten und Kostenstrukturen</u> | | <u>Einnahmequellen</u> | | |
| <p>Schulung unserer Mitarbeiter Kosten für die Erstellung einer App und Verbesserungen, Aktualisierung und</p> | | <p>hauptsächlich von der App selbst.... es könnte 40,00kn durch Play oder App Store kosten.</p> | | |



Teaching Entrepreneurship

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



| | |
|--|--|
| <p>Aktualisierung der Apps Umsatz für unsere Mitarbeiter das Schwierigste ist die Gründung eines Unternehmens (Anfängerkosten)</p> | |
|--|--|



| SiT | |
|--|--|
| Name, Alter | Amalija, Stipe, Stella i Ana Age: 16 years |
| Schule und Klasse | Prva ekonomska škola, Zagreb; 2.J, 2.F |
| Mentor, Beruf/Job, Schule/Firma | Ljubek Marina, Picukarić Ivana, Ištvančić Željka |
| Statement | Unsere Pille löst den Hunger in der Welt, macht Sie aber auch fit. |
| Kurzbeschreibung | Unsere Pille ist sehr nahrhaft, so dass Sie für ein paar Tage nichts essen müssen. |
| Zielgruppe/Nutzer | Es kann von jedem genutzt werden. Zuerst würden wir unser Produkt auf dem lokalen Markt einführen und später in andere Länder expandieren. |
| Entwicklungsprozess | <ol style="list-style-type: none"> 1. Wir haben ein Problem festgestellt - immer mehr hungrige Menschen, die sich kein Essen leisten können. 2. Unsere Idee war klar - eine Pille, die den Hunger lindert. 3. Wir haben unsere Recherchen mit nach draußen genommen und Feedback erhalten. 4. Wir konnten einige mögliche Probleme mit unserem Produkt feststellen. 5. Wir brauchen Experten für die Beratung |
| Hauptprobleme, Themen & Herausforderungen | Die Produktionskosten könnten hoch sein... entsprechend könnten auch die Kosten für die Pille hoch sein. Die Hauptfrage ist, wie man unsere Pille gesund, aber für jedermann zugänglich macht. |
| Wichtigste Ergebnisse & wichtigste Lernpunkte | Sie sollten immer auf die Bedürfnisse Ihrer Kunden eingehen. Darüber hinaus ist es keine leichte Aufgabe, ein Unternehmer zu sein. |
| Nächste Schritte, mögliche Änderungen & Anpassungen | Wie wir bereits gesagt haben, ist die größte Herausforderung die billige Produktion = billige Pille, aber um den gesunden und nahrhaften Teil der Pille zu erhalten. Einige Anpassungen sind zwingend erforderlich. |
| Feedback | Das Feedback war sowohl positiv als auch negativ. |
| Persönliches Motto | Gib niemals auf! |
| Mein Idol/Rollenmodell aus der Geschäftswelt: | Elon Musk |
| Ich denke, es ist wichtig, Unternehmertum zu lernen, denn | Unternehmertum ist überall um uns herum, also ist es eine |



Teaching Entrepreneurship

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



...

wichtige Sache für jede Art von Unternehmen.



SiT – Business model canvas

| SiT | | | | |
|---|---|---|--|---|
| <p><u>Schlüsselpartner</u> Pharmaunternehmen Pliva (in Kroatien) Apotheke - für den Verkauf und die Werbung für unser Produkt Einige andere Drogerien im Land zu verkaufen. Vertriebspartner</p> | <p><u>Schlüssel-aktivitäten</u> Produktion Vertrieb Promotion Kundenbeziehung</p> | <p><u>Leistungs-versprechen</u> Unser Ziel ist es, den Hunger in der Welt zu lösen und auch den Menschen zu helfen, gesünder zu leben.</p> | <p><u>Kunden-beziehungen</u> Wir wachsen und verändern mit unseren Kunden.</p> | <p><u>Kunden-segmente</u> Vor allem für arme Menschen, aber auch für Menschen, die Geld sparen wollen und es nicht für Essen ausgeben wollen; für Menschen, die gesund bleiben wollen, für Menschen, die mit ihren Essgewohnheiten nicht ganz zufrieden sind, für alle Geschlechter und Altersgruppen.</p> |
| | <p><u>Schlüssel-ressourcen</u> Produktionsmittel Verpackung Experten in Chemie und Promotion Kann kopiert werden</p> | <p>SiT Pille spart Geld und ist einfach zu verwenden.</p> | <p><u>Vertriebskanäle</u> TV-Werbung, Online-Marketing - Social Network, unsere Webseite, Banner.</p> | |
| <p><u>Kosten und Kostenstrukturen</u> Kosten für Ressourcen (Produktionskosten), Vertrieb, Promotion, Vertrieb, etc.</p> | | | <p><u>Einnahmequellen</u> Aus dem Produktverkauf</p> | |



| Möbel "KREATIVA" | |
|--|---|
| Name, Alter | Andrea Vrhovac, Matea Čivrag Age: 17 |
| Schule und Klasse | 3.b, Prva ekonomska škola; Zagreb |
| Mentor, Beruf/Job, Schule/Firma | Romana Rusek, Marina Mehkek, Ivana Šupuković |
| Statement | "Wir verbessern deinen Lebensunterhalt!" |
| Kurzbeschreibung | Unsere Idee sind verstellbare Möbel für kleine Räume. Es passt überall hin und mit ihm sieht der Raum größer aus. |
| Zielgruppe/Nutzer | Asien und Europa |
| Entwicklungsprozess | Viele Menschen haben wenig Platz zum Leben und ein großes Problem mit Möbeln. Wir haben als eine gute Gelegenheit für neue Geschäfte gefunden - verstellbare Möbel für kleine Räume. Der nächste Schritt war die Untersuchung unserer Idee auf dem Feld. Mit positiven Reaktionen waren wir uns sicher, dass dies eine gute Idee ist. |
| Hauptprobleme, Themen & Herausforderungen | Wie man kreativ und innovativ ist, um auf dem Markt durchzudringen. |
| Wichtigste Ergebnisse & wichtigste Lernpunkte | Die Feldarbeit ist hart und man muss sich gut vorbereiten. |
| Nächste Schritte, mögliche Änderungen & Anpassungen | Personalisierung von Möbeln |
| Feedback | Wir hatten ein wirklich positives Feedback. Die Leute mögen die Idee. |
| Persönliches Motto | "Wir machen dir das Leben leichter." |
| Mein Idol/Rollenmodell aus der Geschäftswelt: | Bill Gates |
| Ich denke, es ist wichtig, Unternehmertum zu lernen, denn ... | Es ist wichtig, damit sich Ihre Ideen verwirklichen. |



FURNITURE “KREATIVA” – Business model canvas

| FURNITURE “KREATIVA” | | | | |
|--|--|--|---|---|
| <p><u>Schlüsselpartner</u></p> <p>Lieferanten, Werbeagentur, Distributoren, Distributoren</p> | <p><u>Schlüssel-aktivitäten</u></p> <p>Produktion Vertrieb Verkauf Promotion Kunden- beziehung</p> | <p><u>Leistungs-versprechen</u></p> <p>Wir bieten Komfort im Wohnraum der Menschen, aber die Möbel sind auch praktisch und verstellbar. Auch könnte es personalisiert werden.</p> | <p><u>Kunden-beziehungen</u></p> <p>Die Beziehung ist professionell, aber auch schön. Unsere Kunden haben das Wort, wenn es darum geht, auszuwählen, was sie wollen.</p> | <p><u>Kunden-segmente</u></p> <p>Jüngere Menschen mit kleinem Lebensraum. Wir erfüllen die Bedürfnisse unserer Kunden, sich in ihrem eigenen Lebensraum wohl zu fühlen. Wir streben auch danach, dass unsere Möbel praktisch sind.</p> |
| | <p><u>Schlüssel-ressourcen</u></p> <p>Produktionsmittel und -material Technologie Ort Menschen</p> <p>Andere könnten versuchen, unsere Idee zu kopieren, aber die Möbel sind einzigartig.</p> | | <p><u>Vertriebskanäle</u></p> <p>Hauptsächlich über unsere Webseite und Social Networking, aber auch über Fernsehen, Zeitungen, Flyer..... Wir kommunizieren mit unseren Kunden über unsere Website sowie über Facebook und Instagram.</p> | |
| <p><u>Kosten und Kostenstrukturen</u></p> <p>Standort (für Produktion), Technologie und Ressourcen, Gehalt, Promotion, Vertrieb und Lieferanten</p> | | | <p><u>Einnahmequellen</u></p> <p>Aus dem Verkauf unseres Produktes Vielleicht verkaufen Sie Franchise</p> | |

Studenten-Prototypen - Deutschland

Der Workshop wurde mit Schülern der Business Class des Werkstatt-Berufskollegs (Berufsschule) Unna im Alter von 17 - 25 Jahren durchgeführt. Es wurden insgesamt 4 Gruppen mit je 34 Teilnehmern gebildet. Die Studierenden waren sehr beeindruckt von den im Workshop vorgestellten Methoden, die als Leitfaden für die Umsetzung der eigenen Geschäftsidee dienen sollen. Mit diesem Workshop lernten sie die Möglichkeiten kennen, eigene Geschäftsideen mit möglichst wenig Fehlern umzusetzen. Darüber hinaus war es eine Bereicherung für alle Beteiligten, frühzeitig Grundgedanken zu erhalten, um einen erfolgreichen Start auf dem Weg zur Unternehmensgründung zu haben. Der Workshop gab den Studenten die Möglichkeit, die Bandbreite der möglichen Berufs- und Lebenswege kennenzulernen, um in Zukunft die richtige Entscheidung zu treffen. Darüber hinaus wurden bestimmte Soft Skills wie Selbstvertrauen und die Fähigkeit zur Teamarbeit gefördert. Eng verbunden mit der Fähigkeit, im Team zu arbeiten, ist eine weitere Soft Skill, die die Fähigkeit zeigt, sich in die Gedanken und Gefühle anderer einzufühlen (Empathie). Außerdem haben die Studenten die Zeitmanagementfähigkeiten gestärkt und sind eigenverantwortlich, was wichtig ist, da Unternehmen heutzutage immer auf der Suche nach Mitarbeitern sind, die ihr Bestes geben und ihre Ideen ohne vorherige Einweisung aktiv in den Arbeitsalltag einbringen. Bei der Entwicklung des Prototyps stellten die Studenten fest, dass die verfügbare Zeit gut genutzt werden sollte, um effektiver und stressfreier zu arbeiten.

Bei der Entwicklung der Geschäftsidee wurden die folgenden Fragen formuliert:

- 🔗 Was ist unsere Geschäftsidee, unser Angebot und wie funktioniert es?
- 🔗 Welche Probleme löst unser Angebot?
- 🔗 Was sind die Vorteile und Nutzen für unsere Kunden?
- 🔗 Was macht unser Angebot einzigartig?

In diesem Zusammenhang wurden in den Workshops folgende Prototypen entwickelt, die im Team mit Hilfe der Business Model Canvas systematisch durchdacht wurden. Die Studierenden haben die Erfahrung gemacht, dass dieser Ansatz zur Planung der weiteren Schritte der Unternehmensgründung sehr hilfreich ist, um potenzielle Partner oder Investoren von der Idee zu überzeugen.





| USBSTICK | |
|--|---|
| Name, Alter | Marius, Steffen; Phillip Age: 19 – 21 |
| Schule und Klasse | WerkstattBerufskolleg VET School Unna , Economy & Administration and Management Class |
| Mentor, Beruf/Job, Schule/Firma | Gündüz Baris (Lehrer für Wirtschaft und Mathematik) und Westerhoff André (Wirtschaftslehrer) Werkstatt- Berufskolleg Unna |
| Statement | Multifunktionaler USB-Mehrwert |
| Kurzbeschreibung | Die Vorderseite ist mit Licht, Taschenmesser und Stift ausgestattet. Auf der Rückseite befindet sich ein USB-Anschluss für verschiedene Anschlussmöglichkeiten. Oben befindet sich eine digitale Anzeige mit Informationen wie dem Speicherzustand. |
| Zielgruppe/Nutzer | Jugendliche, junge Erwachsene, private Haushalte, Unternehmen |
| Entwicklungsprozess | <ul style="list-style-type: none"> ✎ Mit welchem Produkt konnten wir alle Kundengruppen ansprechen, um bessere Gewinnmöglichkeiten zu haben. ✎ Anwendung der Scampermethode mit Brainstorming in der Gruppe ✎ Prototyp im 3D-Format erstellt. ✎ Nach dem Prototyp haben wir Verbesserungen oder Optimierungen vorgenommen. ✎ Präsentation des Ergebnisses vor allen anderen Teilnehmern mit Feedback-Anfrage |
| Hauptprobleme, Themen & Herausforderungen | Die Akkulaufzeit und die Größe können ein Problem darstellen. |
| Wichtigste Ergebnisse & wichtigste Lernpunkte | Mit dieser Idee bieten wir den Nutzern ein Speichermedium, das zusätzliche Funktionen und mehrere Eigenschaften in einem bietet. |
| Nächste Schritte, mögliche Änderungen & Anpassungen | Verlängern Sie die Akkulaufzeit, fügen Sie weitere Funktionen hinzu und ändern Sie die Größe. |
| Feedback | Fragen Sie die Anwender und optimieren Sie das Produkt nach ihren Wünschen und Anliegen. |
| Persönliches Motto | Kombinieren Sie die Technik mit den herkömmlichen |



| | |
|--|---|
| | Merkmale. |
| Mein Idol/Rollenmodell aus der Geschäftswelt: | Bill Gates ,Steve Jobs, Jack Ma (Alibaba Group) |
| Ich denke, es ist wichtig, Unternehmertum zu lernen, denn ... | Die Möglichkeit, eigene Ideen mit möglichst wenigen falschen Strategien zu erleben, umzusetzen. |

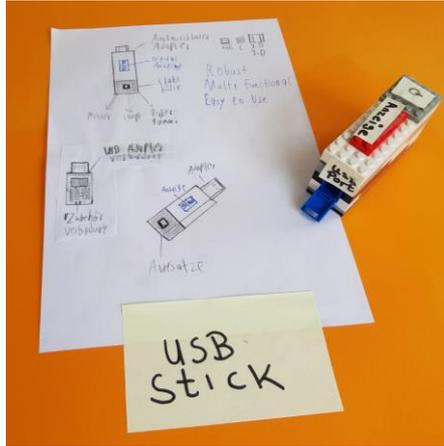
USBSTICK – Business model canvas

| USBStick | | | | |
|---|--|--|---|--|
| <u>Schlüsselpartner</u> | <u>Schlüssel-aktivitäten</u> | <u>Leistungs-versprechen</u> | <u>Kunden-beziehungen</u> | <u>Kunden-segmente</u> |
| <ul style="list-style-type: none"> - Online-Händler - Amazon, Alibaba, - Elektronik-fachhandel | <ul style="list-style-type: none"> - Elektronik-materialien | <ul style="list-style-type: none"> - Hohe Qualität - Neu und trendy - Datensicherheit | <ul style="list-style-type: none"> - Mehrwert | <ul style="list-style-type: none"> - Teenager - Junge Erwachsene - Private Haushalte - Unternehmen |
| | <u>Schlüssel-ressourcen</u> | | <u>Vertriebskanäle</u> | |
| | <ul style="list-style-type: none"> - Elektrotechniker - Ingenieure - Intelligente Technologie | | <ul style="list-style-type: none"> - Internet | |
| <u>Kosten und Kostenstrukturen</u> | | | <u>Einnahmequelle</u> | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Produktionskosten - Lagerkosten - Personalkosten - Vertriebskosten | | | <ul style="list-style-type: none"> - Verkauf und fremdes Kapital | |



Teaching Entrepreneurship

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



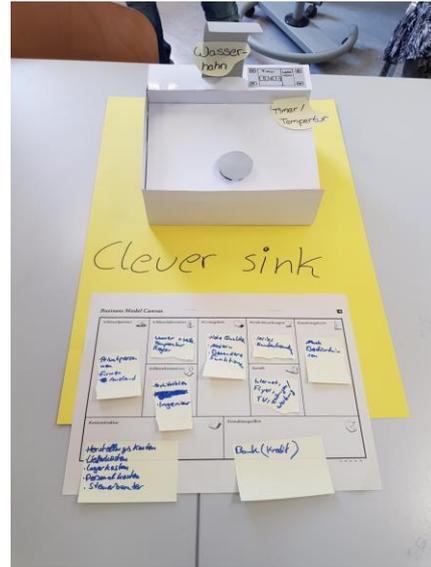


| CLEVER SINK | |
|--|---|
| Name, Alter | Adrian, Anna, Abolfaz, Farouk Age: 18 – 23 |
| Schule und Klasse | Werkstatt-Berufskolleg VET School Unna , Wirtschaft & Verwaltung und Management-Klasse |
| Mentor, Beruf/Job, Schule/Firma | Gündüz Baris (Lehrer für Wirtschaft und Mathematik) und Westerhoff André (Wirtschaftslehrer) Werkstatt-Berufskolleg Unna |
| Statement | Clever Sink einfach und zeitsparend |
| Kurzbeschreibung | Cleveres Waschbecken mit 2 Wasserhähnen, wobei einer der ersten mit Seife gleichzeitig herauskommt, und dann klares Wasser aus dem anderen Wasserhahn spülen. |
| Zielgruppe/Nutzer | Alle möglichen Kundengruppen: |
| Entwicklungsprozess | <ul style="list-style-type: none"> 🔧 Mit welchem Produkt konnten wir alle Kundengruppen ansprechen, um bessere Gewinnmöglichkeiten zu haben. 🔧 Anwendung der Scampermethode mit Brainstorming in der Gruppe 🔧 Prototyp im 3D-Format erstellt. 🔧 Nach dem Prototyp haben wir Verbesserungen oder Optimierungen vorgenommen. 🔧 Präsentation des Ergebnisses vor allen anderen Teilnehmern mit Feedback-Anfrage |
| Hauptprobleme, Themen & Herausforderungen | Das Material des Waschbeckens ist entscheidend und die Temperatur des Wassers muss noch separat eingestellt werden. |
| Wichtigste Ergebnisse & wichtigste Lernpunkte | Wir beschleunigen den Prozess des Händewaschens und sprechen alle Kundengruppen an. |
| Nächste Schritte, mögliche Änderungen & Anpassungen | Je nach Rückmeldung und auftretenden Problemen unserer Kunden können wir die Spüle weiterentwickeln, z.B. Seifenqualitäten oder die Verwendung des Smartphones für die Wassertemperatur. |
| Feedback | Fragen Sie die Benutzer. Fragen Sie nach Ingenieuren. Aus der Abteilung sind die Menschen auf der Suche nach Innovationen. |
| Persönliches Motto | Einfach und zeitsparend für alle Menschen auf der Welt. |
| Mein Idol/Rollenmodell aus der Geschäftswelt: | Elon Musk, Steve Jobs, Mark Zuckerberg |

| | |
|---|---|
| <p>Ich denke, es ist wichtig, Unternehmertum zu lernen, denn ...</p> | <p>Schon in jungen Jahren kann ein grundlegendes Denken gelernt werden, wenn ich eine Geschäftsidee habe und diese umsetzen möchte.</p> |
|---|---|

CLEVER SINK – Business model canvas

| Clever Sink | | | | |
|---|--|--|--|--|
| <p><u>Schlüsselpartner</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Badhersteller - Spülenhersteller - Küchenhersteller - Politiker - Wohnungsbaugesellschaft | <p><u>Schlüsselaktivitäten</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Wasser und Seife - Thermostat - Waschbecken und Wasserhahn aus verschiedenen Materialien | <p><u>Leistungsversprechen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - hohe Qualität - neu und trendy - besondere Merkmale - Verkürzung des Waschprozesses | <p><u>Kundenbeziehungen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - ernst - benutzerfreundlich - Bedürfnisse für alle - - | <p><u>Kundensegmente</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - private Haushalte - alle Unternehmen - Bauindustrie - öffentliche Einrichtungen |
| | <p><u>Schlüsselressourcen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Architekten - Ingenieure | | <p><u>Vertriebskanäle</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Internet - Marketing/Promotion - Fachzeitschriften - Werbung | |
| <p><u>Kosten und Kostenstrukturen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Produktionskosten - Lagerkosten - Personalkosten | | <p><u>Einnahmequellen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Verkauf | | |



| XGLASSES | |
|--|--|
| Name, Alter | Kubilay, Edward, Taranum, Nazar Age: 19 – 20 |
| Schule und Klasse | Werkstatt-Berufskolleg VET School Unna , Wirtschaft & Verwaltung und Management-Klasse |
| Mentor, Beruf/Job, Schule/Firma | Gündüz Baris (Lehrer für Wirtschaft und Mathematik) und Westerhoff Andrè (Wirtschaftslehrer) Werkstatt- Berufskolleg Unna |
| Statement | X-Brille: Verbindung und Steuerung mit dem Smartphone |
| Kurzbeschreibung | All dies ist möglich durch die Steuerung des Smartphones. |
| Zielgruppe/Nutzer | Ändern Sie das Sehvermögen |
| Entwicklungsprozess | <ul style="list-style-type: none"> 🦋 Mit welchem Produkt konnten wir alle Kundengruppen ansprechen, um bessere Gewinnmöglichkeiten zu haben. 🦋 Mit der Scamper-Methode mit Brainstorming in der Gruppe. 🦋 Prototyp im 3D-Format erstellt. 🦋 Nach dem Prototyp haben wir Verbesserungen oder Optimierungen vorgenommen. 🦋 Präsentation des Ergebnisses vor allen anderen Teilnehmern mit Feedback-Anfrage. |
| Hauptprobleme, Themen & Herausforderungen | Aufgrund der schlechten Sehkraft können bei der Anwendung und Gestaltung Probleme auftreten. |



| | |
|---|---|
| Wichtigste Ergebnisse & wichtigste Lernpunkte | Mit dieser Idee stellen wir sicher, dass Brillenträger mit Brille mehrere Funktionen erfüllen können. |
| Nächste Schritte, mögliche Änderungen & Anpassungen | Implementierung von Sprachsteuerung, Tragekomfort und Tragekomfort |
| Feedback | Fragen Sie die Anwender und optimieren Sie das Produkt nach ihren Wünschen und Anliegen. |
| Persönliches Motto | Die Technik trifft auf klassische Brillen. |
| Mein Idol/Rollenmodell aus der Geschäftswelt: | Steve Jobs, Sam Foster (RayBanGlasses) |
| Ich denke, es ist wichtig, Unternehmertum zu lernen, denn ... | So habe ich einen erfolgreichen Start auf dem Weg zur Unternehmensgründung. |



XGLASSES – Business model canvas

| XGlasses | | | | |
|---|--|--|--|--|
| <u>Schlüsselpartner</u> - Brillenhersteller - Optiker - Brillenfachgeschäfte | <u>Schlüsselaktivitäten</u> - Sonnenbrille - Augenlicht - Kopfhörer - App-Funktion | <u>Leistungsversprechen</u> - Mehrwert nutzen - neue Technologie | <u>Kundenbeziehungen</u> - added value - customer advisory | <u>Kundensegmente</u> - glasses wearers - interested persons |
| | <u>Schlüsselressourcen</u> - Techniker - Designer - intelligente Technologie | | <u>Vertriebskanäle</u> - Online-Marketing - TV-Spots - Brillen-journale | |
| <u>Kosten und Kostenstrukturen</u> - Produktionskosten - Personalkosten - Mietkosten | | | <u>Einnahmequellen</u> - Auslandskapital von der Bank - Eigenkapital | |

