**Vorhabenbezogene Konkretisierung zu UV 5:**

**„Werden Sie smart am Phone und machen den Smartphone-Führerschein“ – Unsere Schule gründet ein Sozialunternehmen zur Durchführung von Smartphone-Kursen für interessierte Seniorinnen und Senioren**

**Inhaltsfelder:**

* IF1 Grundprinzipien, Funktionen und Versagen von Märkten
* IF 2 Wirtschaftliches Handeln in Unternehmen
* IF 5 Nachhaltiges wirtschaftliches Handeln in der Region

**Inhaltliche Schwerpunkte:**

* Unternehmertum: Zielsetzung, Grundsatzentscheidungen: Geschäftsidee, Produktion-, Personal und Marketingentscheidungen, Rechtsformen (IF2)
* Businessplan als Grundlage erfolgreicher Geschäftstätigkeit (IF2)
* Unternehmensarten: Familienunternehmen, Franchising (IF2)
* Mittelstand und Handwerk
* Social Entrepreneurship (IF2)
* Nachhaltiges Handeln in Unternehmen (IF2)
* Regionale Wirtschaftsförderung: Regionale Betriebe, Produkte und Direktvermarktung, Sharing-Economy (IF5)
* Alternative Wirtschaftsmodelle (IF1)

**Bezüge zu den Querschnittsaufgaben:**

* Medienkompetenzrahmen (MKR):
	+ 1.1 Medienausstattung,
* 1.4 Datenschutz und Informationssicherheit,
* 2.1 Informationsrecherche,
* 3.3 Kommunikation und Kooperation in der Gesellschaft,
* 5.2 Meinungsbildung
* Rahmenvorgabe Verbraucherbildung in Schule (VB):
* Z1 individuelle Bedürfnisse und Bedarf;
* Z2 gesellschaftliche Einflüsse auf Konsumentscheidungen;
* Z6 individuelle, kollektive und politische Gestaltungsoptionen des Konsums
* Leitlinie Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE):
* 3 Gesundheit und Wohlergehen;
* 4 Hochwertige Bildung;
* 5 Geschlechtliche Gleichheit;
* 10 Weniger Ungleichheiten;
* 16 Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen;
* 17 Partnerschaft zur Erreichung der Ziele
* Berufliche Orientierung:
* Potenziale entdecken und den eigenen Standort bestimmen
* Praxis der Arbeitswelt kennenlernen und erproben

**Zeitbedarf:**

Das nachfolgend skizzierte Unterrichtsvorhaben ist modular angelegt. Die einzelnen Phasen können entsprechend der schulischen Rahmenbedingungen sowie der Ausgangslage der Lerngruppe adaptiv angepasst werden. Schwerpunktsetzungen sowie Fokussierungen innerhalb der jeweiligen Sequenzen sind vom Grundsatz her möglich und sinnvoll.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Themen** | **Fachdidaktische Ideen / Inhalte des Lern- und Arbeitsprozesses** | **Kompetenzerwartungen** | **Materialvorschläge** |
| **Sequenz 1:** *Wir gründen ein Unternehmen – mit Risiken und Nebenwirkungen?* |
| Ein eigenes Unternehmen gründen: Das kann doch jeder – oder?Selbst und ständig – wäre ich wohl eine gute Unternehmerin bzw. ein guter Unternehmer? | * Bekannte Unternehmerinnen und Unternehmer (z.B. aus der medialen Darstellung oder dem sozialen Nahraum) werden anhand von Steckbriefen vorgestellt; die Steckbriefe ergeben Anknüpfungspunkte zur unternehmensbiografischen Herleitung von Besonderheiten.
* Persönlichkeitscheck: „Wärst du eine gute Unternehmerin bzw. ein guter Unternehmer?“
 | Konkretisierte Kompetenzen* stellen Zielsetzungen, Chancen sowie Risiken unternehmerischen Handelns dar (SK/IF2),

Übergeordnete Kompetenzen* beschreiben fachbezogen ökonomische und gesellschaftliche Sachverhalte mithilfe eines Ordnungs- und Deutungswissens (SK 1),
* analysieren ökonomische und gesellschaftliche Prozesse, Probleme und Konflikte hinsichtlich Einflussfaktoren, Verlauf, Ergebnissen sowie handelnder Akteure mit ihren Interessen und Zielsetzungen (SK 3),
* präsentieren Ergebnisse unter Verwendung von Fachsprache adressatengerecht und strukturiert (MK 7),
* beurteilen die Möglichkeiten ökonomischer und gesellschaftlicher Teilhabe (UK 1).
 | [Video: Unternehmensformen](https://www.youtube.com/watch?v=Rr7uzPvBxEY)[Materialien zum Themenkomplex „Die Unternehmung“](https://www.teachecono-my.de/unterrichtsmaterial/die-unternehmung)  |

|  |
| --- |
| **Sequenz 2***: Fastfood-Unternehmen, Eine-Welt-Laden, Bäckerei XY – welche Unternehmen in unserer Region kennen wir und was unterscheidet sie?“* |
| Vom Kaufmann bis zur AG – warum sind Unternehmen eigentlich ganz unterschiedlich?Unser Gründungsspiel: Welche Unternehmensform würden wir für ein Beispielunternehmen wählen?Erfolgsmodell „Mittelstand“? Warum die kleinen und mittleren Unternehmen als Rückgrat der Wirtschaft gelten | * Schülerinnen und Schüler setzen sich mit unterschiedlichen Unternehmen in ihrer Region auseinander: Unternehmensarten und deren Merkmale werden benannt, v.a. für Familien- und Franchisingunternehmen. Weiterführend erfolgt eine Bewertung von Rechtsformen hinsichtlich der Möglichkeiten für eine Unternehmensgründung in der Schule.
* Die Untersuchung des Mittelstands erfolgt mittels einer Schaubildanalyse. Dabei wird die Bedeutung des Handwerks als Teil des Mittelstands entsprechend eingebracht. Es wird eine zielorientierte Schrittfolge nahegelegt, die mit Blick auf die Lerngruppe abgewandelt werden kann:
	1. Analyse des Themas / Titels
	2. Zusammenfassung der wesentlichen Inhalte / Überblick
	3. Beschreibung von relevanten Strukturelementen
	4. Detaillierte Datenanalyse
	5. Deutung der Informationsabsicht
* Vor dem Hintergrund aktueller Herausforderungen nehmen die Schülerinnen und Schüler abschließend Stellung zu der Frage: „Der deutsche Mittelstand – Auslaufmodell oder Zukunftsmotor?“
 | Konkretisierte Kompetenzen:* benennen wesentliche Merkmale von Familien- und Franchisingunternehmen (SK/IF2),
* vergleichen die Möglichkeiten unternehmerischen Handelns in unterschiedlichen Unternehmensarten und Rechtsformen (UK/IF2),
* beurteilen die Bedeutung des Mittelstands und des Handwerks für die Wirtschaft (UK/IF2)

Übergeordnete Kompetenzen:* wenden geeignete quantitative wie qualitative Fachmethoden zur Informationsgewinnung selbstständig an und werten diese aus (MK 2),
* ermitteln unterschiedliche Positionen und Argumentationsstrukturen aus kontinuierlichen und diskontinuierlichen Texten (MK 3),
* präsentieren Ergebnisse unter Verwendung von Fachsprache adressatengerecht und strukturiert (MK 7),
* beurteilen die Möglichkeiten ökonomischer und gesellschaftlicher Teilhabe (UK 1),
* beurteilen kriterienorientiert verschiedene wirtschaftliche und gesellschaftliche Interessen hinsichtlich der zugrundeliegenden Wertmaßstäbe und ihrer Verallgemeinerbarkeit (UK 2),
* begründen ein eigenes Urteil (UK 4),
* vertreten die eigene Position auch in der Auseinandersetzung mit kontroversen Sichtweisen (HK 1),
* stellen – auch simulativ – Positionen dar, die mit ihrer eigenen oder einer angenommenen Position konkurrieren (HK 4).
 | [Unterrichtsmaterialien](https://www.wirtschaftundschule.de/unterrichtsmaterialien/unternehmen-und-markt/unterrichtsentwuerfe/die-unternehmensformen/) zu Unternehmensformen[Schaubild](https://bdi.eu/artikel/news/der-deutsche-mittelstand-ein-wirtschaftliches-erfolgsmodell1/): Mittelstand[Schrittfolge](https://www.schulentwicklung.nrw.de/e/upload/lernstand8/aufgaben/deutsch/Umgang_mit_Schaubildern_Lehrer.pdf) einer Schaubildanalyse |

|  |
| --- |
| **Sequenz 3:***Gesellschaftliche Herausforderungen bewältigen – durch eine Unternehmensgründung? Das Sozialunternehmertum unter der Lupe!* |
| „Mal kurz die Welt retten?“ – Anhand der UN-*Sustainable Development Goals* verschiedene Wirkbereiche von sozialem Unternehmertum kennenlernenGewinn und *Wirkung*: Zwei Seiten der gleichen Medaille in unserem Sozialunternehmen*Fakultativ*gGmbH, e.V. & NPO! Stichwort: Gemeinnützigkeit – Ist das für eine Schule wichtig? | * Der Song „Nur noch kurz die Welt retten“ von Tim Bendzko wird den Schülerinnen und Schülern vorgestellt. Problemorientiert wird die Frage aufgeworfen, welche Herausforderungen im globalen Maßstab von der Menschheit vor allem zu bewältigen sind. Das Vorwissen der Klasse wird schließlich anhand der *UN Sustainable Development Goals* kritisch eingeordnet, strukturiert und ergänzt. Mithilfe einer Internetrecherche und eines Videoimpulses werden die Entwicklungsziele sowie das Konzept der nachhaltigen Entwicklung erschlossen.
* Ergänzend zur zweiten Sequenz wird geprüft, ob und inwiefern die dort besprochenen Unternehmen einen Beitrag zu den Herausforderungen der *UN-SDGs* leisten. Anschließend wird als zusätzliche Unternehmensform das **Sozialunternehmen** beispielhaft eingeführt. Mithilfe einer Grafik werden Motivationen zur Gründung von Sozialunternehmen analysiert.
* Zwei bestehende Sozialunternehmen werden exemplarisch daraufhin eigenständig und arbeitsteilig in einem Partnerpuzzle mithilfe einheitlicher Leitfragen näher untersucht und in den *UN-SDGs* verortet.
* Neben der typischen unternehmerischen Absicht der Gewinnerzielung wird nun die **Wirkungstreppe** bzw. der Begriff der „Wirkung“ (engl: *impact*) eingeführt. Die Wirkungstreppe beschreibt und visualisiert die verschiedenen Stufen innerhalb sozialunternehmerischer Aktivitäten, die erreicht werden können, um eine entsprechende Wirkung im Sinne eines erfolgreichen Sozialunternehmens, z.B. auch vor dem Hintergrund der Erreichung der *UN-SDGs*, zu erzielen. Dabei besteht die Wirkungsanalyse in der Definition eines Wirkungsziels (z.B. „Jugendliche an gesunde Ernährung heranzuführen“) sowie der Darlegung einer schrittweisen Abfolge von entsprechenden Stufen auf dem Weg der Zielerreichung.
 | Konkretisierte Kompetenzen* erläutern Merkmale von Sozialunternehmertum (SK/IF2),
* beurteilen unternehmerische Entscheidungen, Zielsetzungen und Handlungsspielräume unter ökonomischen, sozialen und ökologischen Gesichtspunkten (UK/IF2),

Übergeordnete Kompetenzen* analysieren ökonomische und gesellschaftliche Prozesse, Probleme und Konflikte hinsichtlich Einflussfaktoren, Verlauf, Ergebnissen sowie handelnder Akteure mit ihren Interessen und Zielsetzungen (SK 3),
* bewerten Strukturen und Handlungsoptionen innerhalb ökonomischer Entscheidungsprozesse, auch unter Einbeziehung von Nachhaltigkeitskriterien (UK 3).
 |  [Unterrichtsmaterialien](https://www.startupteens.de/fileadmin/Dokumente/Online-courses_Lehrmaterial/16-01-21_sut_ot11_sozialunternehmen.pdf) Sozialunternehmen[Hintergrundinformationen](https://www.fuer-gruender.de/wissen/geschaeftsidee-finden/how-to-startup/social-entrepreneurship/) I Sozialunternehmen[Hintergrundinformationen](https://gruenderplattform.de/blog/wirkung-von-sozialunternehmen) II Sozialunternehmen[Hintergrundinformationen](https://www.nfte.de/wp-content/uploads/2021/04/NFTE-Themenheft_Eine-eigene-soziale-Geschaeftsidee-entwickeln_S.-27-33.pdf) III Sozialunternehmen[Internetrecherche](https://worldslargestlesson.globalgoals.org/goal/no-poverty/) Global Goals[Film](https://worldslargestlesson.globalgoals.org/resource/nachhaltigkeit-all-goals-image/) UN-Konzept der nachhaltigen Entwicklung[Grafik](https://cdn.kettufy.io/gp.kettufy.io/images/gruenderplattform.de/wirkungsozialunternehmen_abb-1.jpeg) zu Beweggründen von SozialunternehmernGrafik zur [Wirkungstreppe](https://cdn.kettufy.io/gp.kettufy.io/images/gruenderplattform.de/wirkungsozialunternehmen_abb-3.jpeg) |

|  |
| --- |
| **Sequenz 4:** *„Wir wirken – aber hier bei uns!“ Wie Unternehmen durch regionale Initiativen die Lebensqualität in der eigenen Stadt aufwerten und besonders stark wirken können*  |
| „Warum in die Ferne schweifen, wenn das Gute doch so nah ist?“ Arten regionaler GeschäftsfelderKleine Initiative – große Wirkung: Wirkungen regionaler Geschäftsfelder | * Sozialunternehmen sind Teil einer Gesamtstrategie, Städte zu revitalisieren und diese dadurch lebenswerter und ökonomisch stabiler machen. Dabei trägt die (soziale) Wirkung eines Unternehmens dazu bei, im Sinne einer gemeinwohlorientierten, nachhaltigeren Lebensweise wirtschaften zu können. Dies findet eine besondere Entfaltung, insofern es in den sozialen Nahraum strahlt, da die Aufwertung der Kommune durch regional vernetzte und engagierte (Sozial-) Unternehmerinnen und Unternehmer eine besonders hohe und unmittelbare Wirksamkeit ermöglicht.
* Neben den Sozialunternehmen gibt es noch vier weitere Bereiche, die die Initiativen der sog. „Wirtschaftsförderung 4.0“ einschließen und Städte unmittelbar aufwerten, sog. regionale Geschäftsfelder:
	+ Finanzwirtschaft, z.B. regionales Crowdfunding und lokales Gutscheinsystem;
	+ Sozialunternehmen, z.B. Freiwilligendienste und Nahversorgung;
	+ Sharing-Economy, z.B. Tauschbörsen und Car-Sharing;
	+ Produktion, z.B. regionale Produkte und Direktvermarktung;
	+ Local Business, z.B. kommunale Betriebe und inhabergeführter Einzelhandel.
* In einem World Café wird die übergeordnete Fragestellung
	+ „Wie und warum können Sozialunternehmen in ihrer eigenen Stadt eine besonders große Wirkung erzielen?“

anhand der fünf Felder der Wirtschaftsförderung diskutiert. Dazu werden konkrete Ideen der Schülerinnen und Schüler zu den einzelnen Bereichen gesammelt, auf Umsetzbarkeit geprüft und hinsichtlich der erworbenen Kompetenzen zur Wirkungsanalyse in Ansätzen eingeordnet.* Den zweiten Schritt markiert die Entwicklung eines Kreislaufdiagramms zum nachhaltigen, regionalen Wirtschaften sowie der Rolle von Sozialunternehmen. Dieses stellt eine ursächliche Abfolge bzw. einen Sachzusammenhang dar, welcher kausale Verknüpfungen aufweist. Nach der korrekten Einordnung sollte anhand der Verwendungen von zentralen inhaltlichen und strukturgebenden Begriffen (weil, da, denn, deshalb, darum, aufgrund von, wegen...) sowie weiteren Mitteln der Sprachbildung die Art der Verknüpfung in einem Fließtext entsprechend verdeutlicht werden. Weitere Stichworte können durch die Schülerinnen und Schüler eingebracht werden.
* Titel: „*Wirkung regionaler Geschäftsfelder*“
 | Konkretisierte Kompetenzen* stellen individuelle, unternehmerische und politische Maßnahmen zur Stärkung einer nachhaltigen Wertschöpfung in der Region dar (SK/IF5),
* erläutern Bestandteile und die Bedeutung eines Businessplans bei der Unternehmensgründung (SK/IF2),
* beurteilen individuelle Möglichkeiten bei der nachhaltigen Gestaltung einer Region (UK/IF5),
* erörtern politische und unternehmerische Handlungs- und Gestaltungsmöglichkeiten in der Region unter ökonomischen und ökologischen Gesichtspunkten (UK/IF5),
* diskutieren Chancen und Herausforderungen regionaler Wirtschaftsformen im Hinblick auf Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit (UK/IF5)

Übergeordnete Kompetenzen* erläutern ökonomische und gesellschaftliche Strukturen sowie ihre Elemente, Funktionen und Wirkungen (SK 2),
* analysieren ökonomische und gesellschaftliche Prozesse, Probleme und Konflikte hinsichtlich Einflussfaktoren, Verlauf, Ergebnissen sowie handelnder Akteure mit ihren Interessen und Zielsetzungen (SK 3),
* präsentieren Ergebnisse unter Verwendung von Fachsprache adressatengerecht und strukturiert (MK 7),
* bewerten Strukturen und Handlungsoptionen innerhalb ökonomischer Entscheidungsprozesse, auch unter Einbeziehung von Nachhaltigkeitskriterien (UK 3),
* begründen ein eigenes Urteil (UK 4),
* vertreten die eigene Position auch in der Auseinandersetzung mit kontroversen Sichtweisen (HK 1),
* setzen selbstständig entwickelte Unterrichtsprodukte zu fachbezogenen Sachverhalten und Problemlagen intentional ein (HK 2),
* erstellen Zukunftsentwürfe vor dem Hintergrund einer nachhaltigen Entwicklung (HK 5).
 | [Hintergrundinformationen](https://www.wirtschaftsfoerderungviernull.de/) I regionale Wirtschaftsförderung[Hintergrundinformationen](https://wupperinst.org/a/wi/a/s/ad/7277) II regionale Wirtschaftsförderung[Methode](https://www.methodenkartei.uni-oldenburg.de/methode/world-cafe/) World Café |

|  |
| --- |
| **Sequenz 5:** *Unser Weg zum Erfolg: Marktanalyse, Marketingstrategie & Kapitalbeschaffung – Einen hilfreichen Businessplan erstellen und ein Netzwerk aufbauen* |
| Wie und wozu erstelle ich einen Businessplan? | * Der Businessplan fasst die Geschäftsmöglichkeiten sowie die entsprechenden Chancen und Risiken zusammen. Er dient als Grundlage der geplanten unternehmerischen Tätigkeit und wird von den Schülerinnen und Schülern arbeitsteilig erstellt. Es ist ratsam, dem Businessplan eine Verbindlichkeit zu attestieren, indem dieser z.B. der Schulleitung zur Prüfung vorgelegt werden muss. Folgende Bestandteile charakterisieren den Aufbau:
1. Zusammenfassung der Unternehmensidee (Nutzen ***und*** Wirkung): Insbesondere unter Bezugnahme auf die dritte und vierte Sequenz erfahren hier Grundgedanken des Sozialunternehmertums eine praktische Performanz, indem die Relevanz des Smartphones auch in höheren Altersgruppen als Element u.a. sozialer und kultureller Teilhabe thematisiert wird. Es wird ein Wirkungsziel definiert sowie operationalisiert.
2. Markt und Wettbewerb: Es bietet sich an, eine vorgeschaltete Umfrage unter Bewohnerinnen und Bewohnern der Kommune durchzuführen, so dass der Bedarf und die zielführende Adressierung von Interessentinnen und Interessenten fokussiert werden können.
3. Marketing: Die Klärung der Werbewege ist notwendig, um eine möglichst große Reichweite zu erzielen. Mutmaßlich ist das Auslegen von Flyern sowie der Kontakt mit entsprechenden Institutionen (Wohneinrichtungen für ältere Menschen, Pflegestellen etc.) erfolgversprechend. Auch ein Werbespot in einem Lokalradio oder der Lokalzeitung erscheint denkbar.
4. Finanzplanung: Zur Finanzierung von etwaigen Auslagen müssen Partner gefunden werden, welche über Spenden das Projekt unterstützen. Ein Kontakt zu einem schulischen Förderverein sollte hergestellt werden.
 | Konkretisierte Kompetenzen* stellen Zielsetzungen, Chancen sowie Risiken unternehmerischen Handelns dar (SK/IF2),
* erläutern Bestandteile und die Bedeutung eines Businessplans bei der Unternehmensgründung (SK/IF2),
* beurteilen unternehmerische Entscheidungen, Zielsetzungen und Handlungsspielräume unter ökonomischen, sozialen und ökologischen Gesichtspunkten (UK/IF2),

Übergeordnete Kompetenzen * erläutern ökonomische und gesellschaftliche Strukturen sowie ihre Elemente, Funktionen und Wirkungen (SK 2),
* begründen ein eigenes Urteil (UK 4).
* vertreten die eigene Position auch in der Auseinandersetzung mit kontroversen Sichtweisen (HK 1),
 | [Hintergrundinformationen](https://www.jugend-gruendet.de/business-academy/businessplan-hilfetexte/businessplan-hilfetexte) Businessplan |

|  |
| --- |
| **Sequenz 6:** *„Ready, steady, go!“ – Das Projekt „Smartphone-Führerschein“ an unserer Schule beginnt* |
| Welche Bausteine beinhaltet der Smartphon-Führerschein? | * Zu Beginn der praktischen Durchführung werden auf Basis des Businessplans die Rahmenbedingungen der gemeinsamen unternehmerischen Arbeit festgesetzt und rechtliche wie organisatorische Fragen geklärt. Eine eindeutige Aufgabenverteilung zwischen den Schülerinnen und Schülern bewirkt eine individuelle Verantwortungsübernahme sowie eine positive gegenseitige Abhängigkeit.
* Ein konkretes Leistungsangebot durch Schülerinnen und Schüler im Zuge des Smartphone-Führerscheins wird festgeschrieben und inhaltlich ausgearbeitet:
	+ Zertifizierung: „Smartphone-Führerschein“, z.B. bei Besuch einer bestimmten Anzahl von Bausteinen und absolvierten Übungen.
	+ Wiederkehrende Gruppenangebote / Bausteine könnten lauten:
		- Kaufberatung: „Mein erstes Smartphone“
		- Grundlagenschulung: „Telefonieren – und sonst? Was (m)ein Smartphone kann!“
		- Apps: „Registrierung – Installation – Deinstallation“
		- Kommunikation: „Über WhatsApp & Co. in Kontakt bleiben“
		- Fotos & Videos: „Alles in einem Gerät – und das auf Filmniveau!“
		- Apps II: „NINA & Co – Welche Apps benötige ich?“
		- Musik: „CDs, Schallplatten & Radio – von Vorgestern!“
* Individuelle Beratungsleistungen nach Wunsch und Anmeldung werden jederzeit parallel angeboten, ggf. auch außerhalb der Unterrichtszeiten.
 | Übergeordnete Kompetenzen* gestalten Medienprodukte unter fachspezifischer Berücksichtigung ihrer Qualität, Wirkung und Aussageabsicht (MK 8).
* setzen selbstständig entwickelte Unterrichtsprodukte zu fachbezogenen Sachverhalten und Problemlagen intentional ein (HK 2),
* realisieren ein eigenes fachbezogenes Projekt (HK 6).
 | [Unterrichtsmaterialien](https://medienkompetenzrahmen.nrw/unterrichtsmaterialien/detail/der-smartphone-fuehrerschein-kennenlernen-von-sicherheitseinstellungen-und-anderen-funktionen-des-ha/) Smartphone-Führerschein[Best-Practice-Beispiel](https://www.verbraucherbildung.de/meldung/neuntklassler-entwickeln-einen-handyfuhrerschein-fur-senioren) Smartphone-Führerschein |

|  |
| --- |
| **Sequenz 7:** *„Viel Arbeit und wenig Gewinn – oder etwa doch nicht?“ Den eigenen Unternehmenserfolg aus unterschiedlichen Perspektiven bewerten* |
| Kann ich als Unternehmerin oder Unternehmer glücklich sein, auch wenn ich kein Geld einnehme?Was hat mir mein Engagement im Unternehmen gebracht? | * In der Phase der Nachbetrachtung des Projektes lernen die Schülerinnen und Schüler zuerst eine klassische Gewinnermittlung am Beispiel der Einnahmen-Überschuss-Rechnung (EÜR) kennen. Der getätigte „Gewinn“ ließe sich auch in einen fiktiven Stundenlohn für die einzelnen Schülerinnen und Schüler umrechnen.
* In Anlehnung an die dritte und vierte Sequenz und im Sinne einer abschließenden Performanz – also einer zusammenführenden Anwendung und Einbeziehung aller erworbenen Kompetenzen – wird offen gefragt:
	+ „Was könnte noch ein Gewinn aus der Arbeit mit dem Smartphone-Führerschein sein?“
* Durch ein gelenktes Unterrichtsgespräch eröffnet sich die Möglichkeit der Verschiebung von Maßstäben, z.B. hinsichtlich des Glücks und der Zufriedenheit der Schulgemeinde bzw. Klasse, gesellschaftlich-caritativer Effekte, einer Erfahrung von Selbstwirksamkeit, einer gesteigerten sozialen Teilhabe bzw. einer verbesserten Lebenslage der Seniorinnen und Senioren etc. – individuelle Rückmeldungen werden eingefordert und zugelassen. Es besteht selbstverständlich auch die Möglichkeit, dass für viele Jugendliche monetärer Gewinn weiterhin zentraler Maßstab bleibt.
 | Konkretisierte Kompetenzen:* erläutern wesentliche Merkmale einer nachhaltigen Unternehmensführung (SK/IF2).
* beurteilen Chancen und Grenzen von Social Entrepreneurship in sozialer und wirtschaftlicher Hinsicht (UK/IF2).

Übergeordnete Kompetenzen* analysieren ökonomische und gesellschaftliche Prozesse, Probleme und Konflikte hinsichtlich Einflussfaktoren, Verlauf, Ergebnissen sowie handelnder Akteure mit ihren Interessen und Zielsetzungen (SK 3),
* ermitteln unterschiedliche Positionen und Argumentationsstrukturen aus kontinuierlichen und diskontinuierlichen Texten (MK 3),
 | [Hintergrundinformationen](https://www.fuer-gruender.de/wissen/unternehmen-gruenden/finanzen/buchfuehrung/euer/) Gewinnermittlung  |