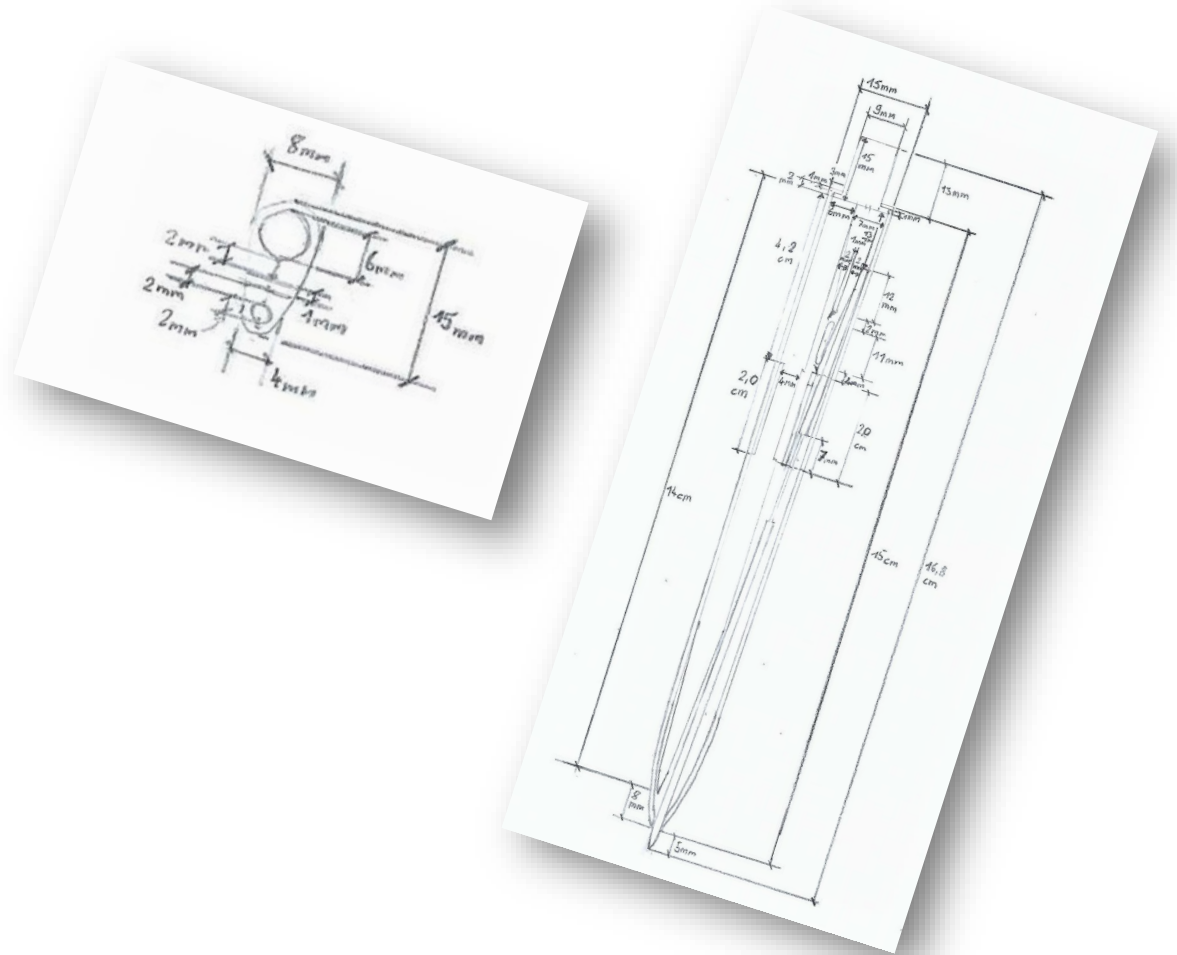




**Wir gründen
Unternehmen!**



Startup-Teams

- **Jeweils 5 Gründer***
bilden ein Team
- **5 Bereiche*** im
Unternehmen
- **Jeder Gründer arbeitet**
in 2 Bereichen mit

*geringe Abweichungen möglich

Unternehmensbereiche (Beispiel)	Inhalte
Produkt	Entwicklung, Design, Beschaffung, Produktion
Marketing	Marktanalyse, Werbung, Design
Vertrieb	Vertriebskanal, Verkaufstrichter
Finanzen	Kostenrechnung, Plankalkulation
Administration	Finanzierung, Standort, Rechtsform, Compliance/Nachhaltigkeit

Ablauf

- **Geschäftsidee finden**
- **Geschäftsmodell ausarbeiten**
- **Präsentation erstellen**
- **Pitch-Wettbewerbe**



Betreuung durch Coach

- **Unternehmerin, Unternehmer oder Führungskraft mit Budgetverantwortung ...**
- **... aus der regionalen Wirtschaft.**
- **Ein Coach für jede Klasse ...**
- **... stellt sein eigenes Unternehmen vor ...**
- **... und hilft den Teams bei der Ausarbeitung der Geschäftsmodelle.**



Pitch-Wettbewerbe „Höhle der Löwen“

- **Klassenwettbewerb**
interne Jury
- **Schulwettbewerb der Klassensieger**
externe Jury
- **Regionalwettbewerb der Schulsieger**
Experten-Jury
- **Präsentation**
 - Gesamtes Team präsentiert
 - 15 Minuten Pitch
10 Minuten Fragen der Jury
 - Tischvorlage mit Präsentation und Anhang



Worauf kommt es an?

- Spaß beim Entwickeln eures Startups
- Gute Projektarbeit im Team
- Jury von eurem Startup überzeugen:
- Pitch-Bewertung anhand von 23 Kategorien

➔ Merkblatt Pitch-Bewertung

Geschäftsmodell

Vorstellung Produkt / Dienstleistung (Management Summary)

Innovation, Originalität?

Angebot existiert bereits und/oder kann vom Wettbewerb im Zielmarkt einfach kopiert werden

In welchem Maß ist das Produkt / die Dienstleistung neuartig?

1 - 2 - 3 - 4 - 5 Angebot ist völlig innovativ und verspricht einen dauerhaften Wettbewerbsvorsprung im Zielmarkt

Benefit nachvollziehbar?

Nutzen ist nicht nachvollziehbar.

Welches Problem löst das Produkt / die Dienstleistung? Problem und Lösung herausgearbeitet?

1 - 2 - 3 - 4 - 5 Nutzen ist sauber herausgearbeitet, für den Kunden offensichtlich und kann führt schneller Kaufentscheidung führen.

Machbarkeit untersucht?

Leistungserbringung basiert auf Annahmen, die lückenhaft und nicht plausibel sind.

Technische / organisatorische Machbarkeit gegeben? Compliance?

1 - 2 - 3 - 4 - 5 Leistungserbringung ist durchgängig schlüssig, wo nötig bereits voruntersucht und lässt einen realistischen Kostenrahmen erwarten

Markt- und Wettbewerbsanalyse

Marktpotenzial herausgearbeitet?

Markt- und Wettbewerbsdaten nicht erarbeitet oder nur geschätzt

Wettbewerb, Quellenanalyse, Bedarf

1 - 2 - 3 - 4 - 5 Marktgröße und Wettbewerbssituation vollständig erarbeitet und mit verlässlichen Quellen belegt

Qualität der Marktforschung?

Marktforschung im eigenen Zielmarkt nicht oder nicht glaubwürdig durchgeführt.

Wurden Umfragen / Marktdorschung - Preis / Interesse durchgeführt?

1 - 2 - 3 - 4 - 5 Repräsentative Marktuntersuchung im eigenen Zielmarkt oder valide Datenanalyse durchgeführt, Mengenerwartungen und Preisakzeptanz präzise ermittelt.

Konkurrenzfähigkeit/USP herausgearbeitet?

Es wurden keine direkten oder ähnliche Wettbewerbsangebote gezeigt und mit dem eigenen Angebot verglichen.

Ist das Produkt konkurrenzfähig? Hat es ein Alleinstellungsmerkmal (USP)? Wenn ja welches?

1 - 2 - 3 - 4 - 5 Alle wichtigen Wettbewerbsangebote sind benannt, USPs in den relevanten Bereichen nachvollziehbar herausgearbeitet und übersichtlich dargestellt.

Wertschöpfungskette

Vermarktungskonzept plausibel (Marketing)?

Marketingtools oder -kanäle nur benannt und nicht ausgearbeitet.

Wie bewerbe ich mein Produkt?

1 - 2 - 3 - 4 - 5 Mehrere Marketingtools sind mit Text und Grafik ausgearbeitet. Website textlich, grafisch und mit Benutzerführung konzipiert. Designkonzept incl. Logo schlüssig, Unterstützung des Vertriebsweges ist klar erkennbar.

Vertriebsstrategie überzeugend (Verkauf)?

Vertriebsweg nicht oder nur ohne weitere Ausdifferenzierung benannt. Abschlusszahlen fehlen oder sind unrealistisch.

Wie wird verkauft (Direkt, Online, Ladengeschäft, Handelsvertreter, Großhandel, ...)?

1 - 2 - 3 - 4 - 5 Effektiver Vertriebsweg zur Erreichung der Zielgruppe gewählt und mit erforderlichen Ressourcen nachvollziehbar dargestellt. Ableitung des Verkaufstrichters von Marketingkontakten bis zum Verkaufsabschluss plausibel mit Zahlen gezeigt.

Herstellung / Beschaffung verständlich?

Komponenten und Prozess der Leistungserbringung nicht oder nur oberflächlich dargestellt

Sind Einkauf und Herstellung / Produktion / Handel gut beschrieben?

1 - 2 - 3 - 4 - 5 Prototyp (Hardware / Software / Online-Service) oder detaillierter Innenarchitektur-Plan (Handel, Service) liegen vor, Kostenkomponenten (Investition und laufend) vollständig benannt und verlässliche Angebote eingeholt. Investitions- und Leistungserbringungsprozess mit Timeline dargestellt.

Nachhaltigkeit berücksichtigt?

Keine der Nachhaltigkeitskomponenten (ökologisch, ökonomisch, sozial) glaubhaft dargestellt.

Ressourcenschonende Prozesse?

1 - 2 - 3 - 4 - 5 Geschäftsmodell ist in allen Nachhaltigkeitskomponenten (ökologisch, ökonomisch und sozial) glaubhaft nachhaltig.

Geschäftsmodell-Beispiele

- Teilnehmer
Regionalwettbewerb 2025
in Fürstentfeldbruck
- Schulsieger
der 8 Gymnasien
- ...



Fairpackt

Carl-Spitzweg-Gymnasium Germering

Das Team „Fairpackt“ entwickelte ein Konzept für einen Unverpackt-Laden. Auf ökologisch orientiertes Bürgertum als Zielgruppe aus gerichtet, soll der Laden strategisch zwischen Stadtzentrum und landwirtschaftlichen Betrieben angesiedelt werden und so kurze, ökologisch sinnvolle Transportwege ermöglichen. Ein integriertes Café, praktische Pfandbehälter sowie ein Online Vertrieb runden das Konzept ab.



Ida Ertl, Rebekka Gohlisch, Emilie Streber

Lehrkraft: Kerstin Schweiger

Coach: Benedict Padberg



Amaya Schadrack, Aviva Sauer, Lara Lehner, Lisa Veit, Philine Weil, Sofia Papathanassiou
Lehrkraft: Elisabeth Linne
Coach: Frank Opi

Study buddy

Christoph Probst-Gymnasium



Das Team „study buddy“ entwickelte eine App zur schnellen und unkomplizierten Vermittlung von Online-Nachhilfe. Jurorin: Jill Klotz Schülerinnen und Schüler finden dort sofortige Unterstützung und können zugleich als Tutorinnen und Tutoren eigene Angebote einstellen. Lehrkräfte haben die Möglichkeit, eigens erstelltes Unterrichtsmaterial bereitzustellen. Die finanzielle Grundlage bildet ein kosten günstiges Jahresabonnement; die App überzeugt zudem durch ein professionelles Design.

So erreichten die Schülerinnen den zweiten Platz.

Piezo Power

Gymnasium Freiham

Das Team „Piezo Power“ (Gymnasium Freiham) zeigte eine innovative Handy hülle, die mithilfe von Piezo-Kristallen Bewegungsenergie in elektrische Energie umwandelt. Durch Druck auf die Hülle wird Strom erzeugt, in einem Kondensator gespeichert und bei Bedarf per Kippschalter zur Aufladung des Smartphones freigegeben. Eine praktische Lösung – insbesondere für Notfälle, etwa wenn bei einer Fahrkartenkontrolle der Akku leer ist. Als Zielgruppe definierte das Team technikaffine und umweltbewusste Smartphone-Nutzerinnen und -Nutzer.



Mira Andreeva, Sarah Keil, Phillip Peine, Marlene Aulinger,
Sophia Gutekunst, Emma Gentner
Lehrkraft: Laura Schlenker
Coach: Michael Schwarting





Maya Lasic, Johannes Zenk, Simon
Schönfelder, David Garcia Neubert
Lehrkraft: Claudia Regler
Coach: Regina Mühlich



ETERNA GLASS

Gymnasium Gröbenzell

Das Team „EternaGlass“ präsentierte eine ebenso visionäre wie marktorientierte Idee: ein besonders bruchfestes Industrieglas für Laborgefäße. Ziel ist es, eine bewährte Technologie der Glashärtung auf einen großen und wachsenden Markt – derzeit rund 25.000 Labore in Europa – zu übertragen. Für die Herstellung wurden zwei Varianten vorgeschlagen: eine Kooperation mit einem Glashersteller oder der Aufbau einer eigenen Produktion.

Damit belegten sie den ersten Platz.

easyclick

Max-Born-Gymnasium Germeing

Das Team „easyclick“ stellte eine modular erweiterbare Mehrfachsteckdose vor, die sich flexibel an den tatsächlichen Bedarf anpassen lässt. So können genau die Steckplätze hinzugefügt werden, die aktuell benötigt werden – ohne auf sicherheitstechnisch verbotene Mehrfachverlängerungen zurückgreifen zu müssen. Ein zusätzliches Gerät lässt sich durch einfaches Andocken integrieren.

Mit der Präsentation Ihrer Idee wurde das Team dritter Platz.



Felix Donner, Anita Haimerl, Martha Ihle,
Meizhen Ji, Amelie Keller, Mia Regelja

Lehrkraft: Markus Borger

Coach: Alessandro Giorgi





Theodor Apelt, Selina Bullrich, Lena Glöckner,
Ronja Hömberg, Emma Zwolinski

Lehrkraft: Laura Tomschi

Coach: Kai Mesinovic



Brilliance Brush

Gymnasium Olching

Das Team „Brilliance Brush“ verbindet Haarpflege und Styling in einer innovativen Bürste. Das Modell aus recyceltem Kunststoff ist mit Kapseln befüllbar, die individuell wählbare Pflegemittel enthalten. Per Knopfdruck werden diese gleichmäßig in die Borsten abgegeben. Das Team präsentierte ein umfassendes Marketingkonzept mit Social-Media-Strategien, Influencer Kampagnen, Werbespots und einer Website inklusive Online-Shop.

pico pencil



Rhabanus Maurus-Gymnasium St. Ottilien

Das Team „pico pencil“ präsentierte einen multifunktionalen Schreibstift, der sowohl analog als auch induktiv-digital einsetzbar ist. Per Knopfdruck wechselt die ausgeklügelte Mechanik zwischen Schreibfunktion auf Papier und Tablet. Die Vermarktung soll vor allem über YouTube-Videos erfolgen, der Vertrieb über einen eigenen Online Shop, Amazon und Elektronik-Fachmärkte.



Albrecht Friedl, Johanna Klingl, Carlos Randak, Clemens Birle, Antonia Lehmbruck, Konstantin Paetow

Lehrkraft: Thilo Müller

Coach: Mercedes Armendariz



Magdalena Konrad, Audrey MacWilliams, Dana Raid,
Ronja Streicher, Sina Wieland, Carina Winklharer
Lehrkraft: Bernd Ostermeier
Coach: Christian Weiler



Rekudrive

Viscardi Gymnasium Fürstenfeldbruck

Das Team „Rekudrive“ stellte eine Lösung zur Rückgewinnung von Bremsenergie mittels eines Zusatzakkus für E-Bikes vor. Die Technologie, die bisher nur integriert in manchen E-Bike-Modellen angeboten wird, kann damit erstmals als nachrüstbare Erweiterung für bestehende Räder verfügbar werden. Zielgruppen wie Pendler und Mountainbiker sollen durch Anzeigen in Fachzeitschriften und Aufsteller im Handel angesprochen werden. Der Vertrieb ist über den Fachhandel vorgesehen.

Nächste Schritte

1. Teams bilden
2. Unternehmensbereiche definieren und einteilen
3. Geschäftsidee finden

	A	B	C	D	E
1	Startup School Cup - Teameinteilung		Klasse 10x, Zimmer nnn	Klassenwettbewerb: xx.xx.xxxx	(Muster für 27
2			Coach: yyy yyy	E-Mail: zzz@zzzz.zzz	
3					
4	Team 1	Firmenname	Geschäftsidee	Leitung:	
5	Bereich	Mitarbeiter 1	E-Mail Mitarbeiter 1	Mitarbeiter 2	sonstiges
6	1				
7	2				
8	3				
9	4				
10	5				
11	6				
12					
13	Team 2	Firmenname	Geschäftsidee	Leitung:	
14	Bereich	Mitarbeiter 1	E-Mail Mitarbeiter 1	Mitarbeiter 2	sonstiges
15	1				
16	2				
17	3				
18	4				
19	5				
20	6				
21					
22	Team 3	Firmenname	Geschäftsidee	Leitung:	
23	Bereich	Mitarbeiter 1	E-Mail Mitarbeiter 1	Mitarbeiter 2	sonstiges
24	1				
25	2				
26	3				
27	4				
28	5				
29					
30					
31	Team 4	Firmenname	Geschäftsidee	Leitung:	
32	Bereich	Mitarbeiter 1	E-Mail Mitarbeiter 1	Mitarbeiter 2	sonstiges
33	1				
34	2				
35	3				
36	4				
37	5				
38					
39					
40	Team 5	Firmenname	Geschäftsidee	Leitung:	
41	Bereich	Mitarbeiter 1	E-Mail Mitarbeiter 1	Mitarbeiter 2	sonstiges
42	1				
43	2				
44	3				
45	4				
46	5				
47					

Hilfsmittel

Website www.startupschoolcup.de → Material

- Merkblatt Pitch-Bewertung
- Geschäftsmodell-Kalkulation (Excel-Vorlage)
- Präsentationen Regionalwettbewerbe (interner Bereich)

Konzept Wettbewerbe **Material** Mitmachen Über uns

Materialien und Hilfsmittel

Die folgenden Materialien unterstützen Lehrkräfte, Schüler und Coaches bei Vorbereitung und Durchführung des Unterrichtsmoduls „Geschäftsmodell Entwickeln“ sowie der Organisation der Pitch-Wettbewerbe.

Einige Informationen sind nur über den passwortgeschützten, internen Bereich zugänglich. Wenn Sie als Lehrkraft, Schüler oder Coach neu in den genannten Gruppen sind oder das Passwort vergessen haben, senden Sie uns über nachfolgenden Link eine kurz E-Mail: [Passwort zum Internen Bereich anfordern](#)

Startup School Cup Infoblatt
Für Lehrkräfte und Coaches, PDF
Zweiseitige zusammenfassende Information über Konzept und Nutzen mit Muster-Organisationsplan



LehrplanPLUS Wirtschaft-Recht Bayern
Für Lehrkräfte und Coaches, PDF
Lehrpläne 10. Klasse (außer wirtschaftswissenschaftliche Gymnasien) und 9. Klasse (nur wirtschaftswissenschaftliche Gymnasien)



Empfehlungen Lehrkräfte (Entwurf)
Für Fachschaft, Lehrkräfte, PDF
Strukturierte Sammlung aller Erfahrungen für die Organisation und Durchführung des Lernbereichs "Geschäftsmodell erarbeiten". Auch für Coaches hilfreich.



Stoffverteilungspläne 2025/26
Für Fachschaften, Lehrkräfte, XLSX
Vorschläge zur Stoffverteilung im Schuljahr 2025/26 für den frühen Start im ersten Halbjahr oder den späten Start nach dem Zwischenzeugnis. Excel-Datei zur Modifikation.



Merkblatt Pitch-Bewertung
Für Lehrkräfte, Schüler, Coaches und Wettbewerbs-Jury, PDF
Kriterien für die Bewertung der Pitches durch Wettbewerbs-Jury mit einleitenden Hinweisen. Wichtiger Leitfaden für Schüler-Teams.



Wichtige Daten & Termine

Unser Coach	Firma	E-Mail

Termine & Meilensteine	Datum	Uhrzeit
Erstvorstellung Teams und Geschäftsidee, gemeinsam mit Coach		Unterrichtsstunde
Fertigstellung Geschäftsmodell		Unterrichtsstunde
Fertigstellung Präsentation		Unterrichtsstunde
Klassenwettbewerb		
Schulwettbewerb		
Regionalwettbewerb		

Passwort interner Bereich Website www.startupschoolcup.de: