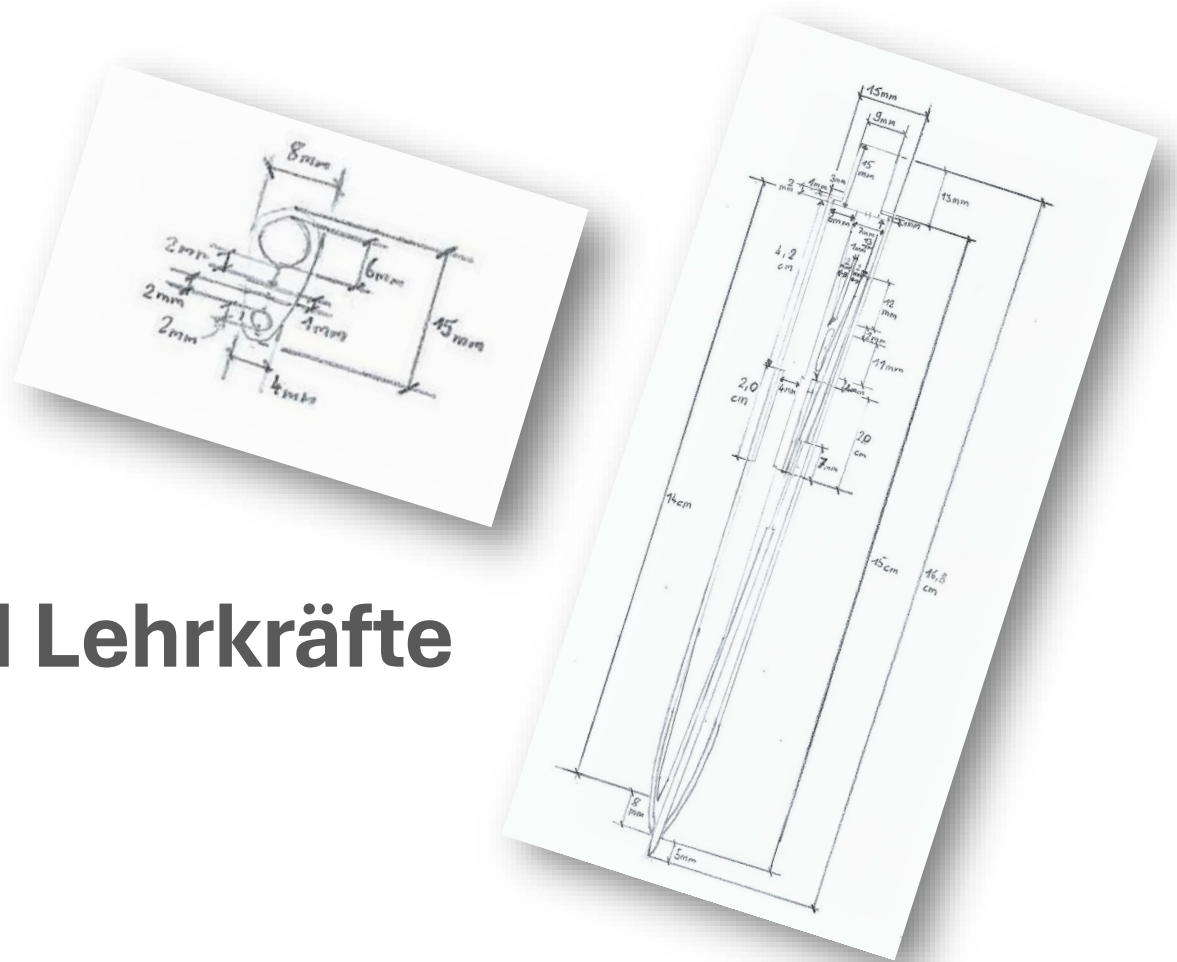




Wir gründen Unternehmen!

Einführung für Coaches und Lehrkräfte
Schuljahr 2025/26



Status

13 Gymnasien

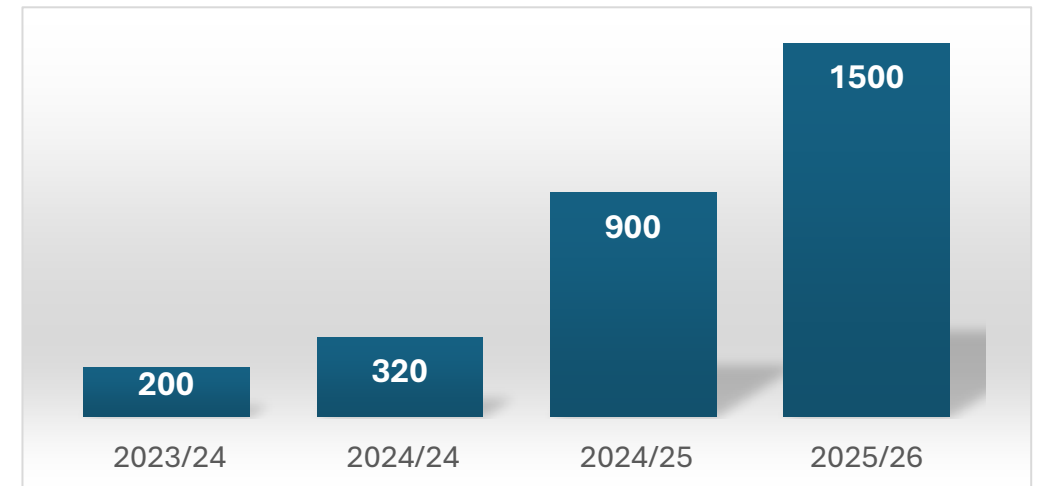
- Carl-Spitzweg-Gymnasium, Germering
- Dominikus-Zimmermann-Gymnasium, Landsberg *neu*
- Feodor-Lynen-Gymnasium, Planegg *neu*
- Graf-Rasso-Gymnasium, Fürstenfeldbruck *neu*
- Gymnasium Freiham
- Gymnasium Gröbenzell
- Gymnasium Olching
- Gymnasium Penzberg *neu*
- Gymnasium Weilheim *neu*
- Max-Born-Gymnasium, Germering
- Rainer-Maria-Rilke-Gymnasium, Icking *neu*
- Rhabanus-Maurus-Gymnasium, St. Ottilien
- Viscardi-Gymnasium, Fürstenfeldbruck

2 Pilot-Teilnehmer *neu*

- Berufliche Schulen Landsberg am Lech – FOS
- Gymnasium Wertingen - Begabtenkurs Startup Insider

62 Klassen – 62 Coaches

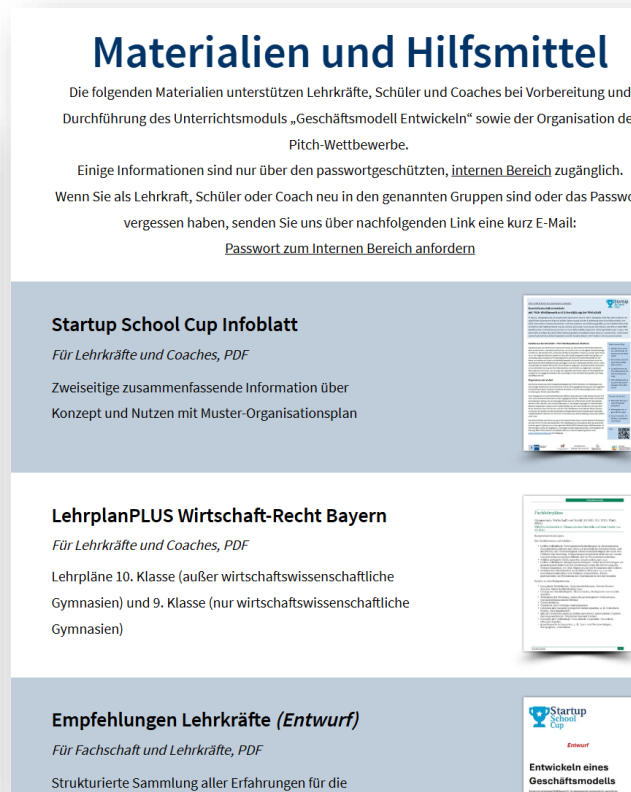
Ca. 1500 Schülerinnen und Schüler



Informationsquellen im Internet

Website → Material → Interner Bereich

www.startupschoolcup.de



Inhaltliche Vorgaben

LehrplanPLUS Gymnasium Bayern

10. Klasse (allgemeine Gymnasien)

- Lernbereich 1: Ökonomisches Handeln auf dem Markt (18 Stunden)
- Lernbereich 2: Recht als Handlungsraum (18 Stunden)
- **Lernbereich 3: Entwicklung eines Geschäftsmodells (20 Stunden)**

9. Klasse (Wirtschaftswissenschaftliches Gymnasium, WWG)

- Lernbereich 1: Recht als Handlungsraum (14 Stunden)
- Lernbereich 2: Unternehmerisch denken und entscheiden (42 Stunden)
- **Lernbereich 2.1: Entwicklung eines Geschäftsmodells (18 Stunden)**
- Lernbereich 2.2: Der Jahresabschluss als Abbild des unternehmerischen Erfolges (24 Stunden)

Lehrplanauszüge

10. Jahrgangsstufe (9. Jahrgangsstufe WWG ab Seite 4)

Fachlehrpläne

Gymnasium: Wirtschaft und Recht 10 (HG, SG, NTG, MuG, SWG)
WR10 Lernbereich 1: Ökonomisches Handeln auf dem Markt (ca. 18 Std.)

Kompetenzerwartungen

Die Schülerinnen und Schüler ...

- treffen reflektierte Verbraucherentscheidungen in ökonomischen Knappheitssituationen mit Blick auf persönliche Anreizsysteme und das Prinzip der Nachhaltigkeit. Dabei berücksichtigen sie auch den Einfluss von Werbung, verkaufpsychologischen Maßnahmen sowie verhaltensökonomischer Effekte auf ihr Verbraucherverhalten.
- wählen geeignete Zahlungsarten situationsbezogen aus.
- treffen reflektierte Anlageentscheidungen. Dabei berücksichtigen sie grundlegende Kriterien der Geldanlage sowie die Bedeutung der Geldwertstabilität vor dem Hintergrund der Funktionen des Geldes.
- wenden das Marktmodell auf konkrete Beispiele an, um die Koordinationsfunktion von Märkten darzustellen. Dabei kontrastieren sie Prämissen des Marktmodells mit der Realität.

Inhalte zu den Kompetenzen:

- Knappheit, Bedürfnisse, Opportunitätskosten, Kosten-Nutzen-Analyse, Wirtschaftlichkeitsprinzip
- Prinzip der Nachhaltigkeit: ökonomische, ökologische und soziale Aspekte
- Techniken der Werbung, verkaufpsychologische Maßnahmen, verhaltensökonomische Effekte
- Überschuldung
- Überblick über wichtige Zahlungsarten
- Kriterien der Auswahl geeigneter Zahlungsarten, z. B. Sicherheit, Kosten, Zweckmäßigkeit
- aktuelle Entwicklungen im Zahlungsverkehr, insbesondere digitale Zahlungsverfahren: Möglichkeiten und Risiken
- Kriterien der Geldanlage: Rentabilität, Liquidität, Sicherheit, ethische Aspekte
- grundlegende Anlagearten, z. B. Spar- und Termineinlagen, Wertpapiere, Immobilien
- Geldwertstabilität, Geldfunktionen
- Marktmodell: Angebot, Nachfrage, Gleichgewichtspreis, Prämissen
- Koordinationsfunktion von Märkten

WR10 Lernbereich 2: Recht als Handlungsrahmen (ca. 18 Std.)

Kompetenzerwartungen

Die Schülerinnen und Schüler ...

1

27.08.2025

Organisation

Stoffverteilung

- Durch Lehrkraft / Fachschaft
- Definiert zeitliche Abfolge
- Vorschlag 2 Modelle: früher und später Start
- Zusammenarbeit mit Coach startet zwischen Oktober und Januar

Stoffverteilung 25/26 Frühes Modell		Stoffverteilung 25/26 Spätes Modell	
KW	Zeitraum	KW	Zeitraum
38	15.09.2025 – 21.09.2025 Sommerferien	38	15.09.2025 – 21.09.2025 Sommerferien
1	22.09.2025 – 28.09.2025	39	22.09.2025 – 28.09.2025
5	Wirtschaft und Recht - meine neues Unterrichtsfach	5	Wirtschaft und Recht - meine neues Unterrichtsfach
6	Geschäftsmodell entwickeln (Phase 1): Einführung	6	Geschäftsmodell entwickeln (Phase 1): Einführung
7	- Die 4 Phasen des Lernbereichs	7	- Die 4 Phasen des Lernbereichs
8	- Termine Klassen / Schul-/Regionalwettbewerb	8	- Termine Klassen / Schul-/Regionalwettbewerb
9	- Aufforderung Teams definieren bis in zwei Wochen	9	- Aufforderung Teambildung bis nach Herbstferien
10	- Aufforderung Rollen in Teams festlegen		
11	- Aufforderung Geschäftsidee finden bis zu Herbstferien		
40	29.09.2025 – 05.10.2025	40	29.09.2025 – 05.10.2025
8	Ökonomisches Handeln auf dem Markt	8	Ökonomisches Handeln auf dem Markt
10	06.10.2025 – 12.10.2025	10	06.10.2025 – 12.10.2025
41	Geschäftsmodell entwickeln (11): Teambildung	41	Geschäftsmodell entwickeln (11): Teambildung
11	- Teams und Rollen festlegen	11	- Teams und Rollen festlegen
12	- Erinnern Geschäftsideen bis zu Ferien	12	- Erinnern Geschäftsideen bis zu Ferien
13	13.10.2025 – 19.10.2025	13	13.10.2025 – 19.10.2025
14		14	

Rahmenorganisation

- Fokus auf selbständigem Erarbeiten durch Schüler
- Koordination Zusammenarbeit mit Coaches
- Organisation der Klassen- und Schulwettbewerbe
- Übersicht auf Infoblatt

Wirtschaft & Recht am Gymnasium in Bayern

Geschäftsmodell entwickeln mit Pitch-Wettbewerb und Unterstützung der Wirtschaft

In der 10. Jahrgangsstufe der bayerischen Gymnasien (und in der 9. Jahrgangsstufe der wirtschaftswissenschaftlichen Gymnasien) liegt ein großer Schwerpunkt auf der Erarbeitung eines Geschäftsmodells. Seit 2022 unterstützen Unternehmerinnen und Unternehmer sowie Führungskräfte aus der lokalen Wirtschaft im Rahmen des Startup School Cup als Coaches praxisnah. Gemeinsam mit Schülern und WK werden Pitch-Wettbewerbe zur Präzisierung der besten Geschäftsmodelle organisiert. Bisherige Erfahrungen zeigen: Die Lehrkräfte erleben fast ohne Mehraufwand großen Lernerfolg in ihren Klassen, Schülerinnen und Schüler waren hochmotiviert, Eltern begeistert und die Coaches haben viel Freude an der Zusammenarbeit.

Coaches aus der Wirtschaft – Pitch-Wettbewerb zum Abschluss

Jede Klasse wird von einer Coachin oder einem Coach aus der örtlichen Wirtschaft unterstützt. Beim ersten Termin in der Klasse stellt er bzw. sie zunächst sich und die eigene Unternehmensgeschichte vor. Die Schülerinnen und Schüler der Klasse erarbeiten in Teams zu vier bis sechs Personen in den folgenden Wochen jeweils ein Geschäftsmodell, weitgehend selbstständig aber mit Unterstützung des Coaches. Am Ende präsentieren die Teams ihr Geschäftsmodell vor der Klasse und werden von Coach und Lehrkraft bewertet. Das beste Team einer Klasse nimmt am abschließenden Pitch-Wettbewerb der jeweiligen Schule teil. Interessierte Schüler, Lehrer, Eltern und Vertreter der lokalen Wirtschaft sind als Publikum eingeladen. Neutrale Coaches beschreiben Schulen bilden die Jury des Pitch-Wettbewerbs und ermitteln das Siegerteam. Die besten Teams werden mit Preisen und Ehrungen der regionalen Wirtschaft sowie mit Preisverleihungen für ihr Engagement belohnt. Der Schulsieger nimmt schließlich beim großen Interdisziplinären...

Mehr Lehrkraft:

- Schüler-Teams arbeiten selbstständig mit Coaches aus der Wirtschaft.
- Wirtschaftsunterricht wird mit Geschäftsmodell verknüpft.
- Zusätzlicher Kontakt mit Unternehmen fördert Berufswahlentscheidungen.

Empfehlungen Lehrkräfte

- „Kompendium“ bisheriger Erfahrungen
- Detaillierte organisatorische Hinweise und Empfehlungen



Entwurf

Entwickeln eines Geschäftsmodells

Entsprechend LehrplanPLUS Bayern für 10. Jahrgangsstufe humanistische, sprachliche, naturwissenschaftlich-technologische, musische und sozialwissenschaftliche Gymnasien sowie 9. Jahrgangsstufe Wirtschaftswissenschaftliche Gymnasien; Schuljahr 2025/26

Hinweise und Empfehlungen für Lehrkräfte

Die Empfehlungen in diesem Dokument wurden auf Basis des Lehrplans und der Erfahrung aus Unterricht und Geschäftsmodell-Wettbewerben der letzten Jahre zusammengestellt. Sie sind als Anregung zu verstehen, Fachschaften und Lehrkräfte bedienen sich nach eigenem Ermessen daraus.

Einführung im Unterricht

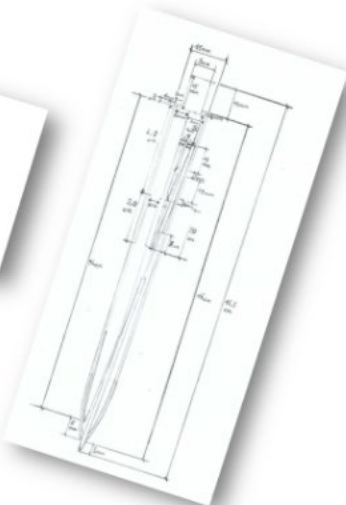
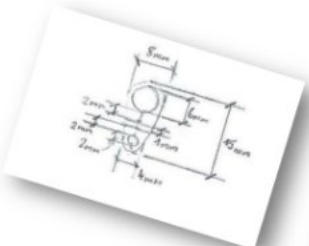
**PowerPoint-Vorlage
für Vorstellung des
Startup-School-Cups zu
Schuljahresbeginn im
Unterricht**

(Die folgenden, grün
umrandeten Folien sind der
PowerPoint-Vorlage
entnommen)



**Wir gründen
Unternehmen!**

PowerPoint



Ablauf

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



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

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





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.



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

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)

The screenshot shows the 'Materialien und Hilfsmittel' (Materials and Tools) section of the Startup School Cup website. The page has a blue header with the logo and navigation links: Konzept, Wettbewerbe, Material, Mitmachen, Über uns. The main content area is white and contains the following information:

- 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.

Hinweise für die Ausarbeitung: Kalkulationsvorlage Excel

Ziel:

- Grundlegende Kalkulation sicherstellen
- Komplexität beherrschbar halten

Inhalte (Blätter):

- Erläuterungen
- Gründungsjahr (Monatskalkulation)
- Jahr 2 (Monatskalkulation)
- Jahr 3-5 (Jahreskalkulation)
- Präsentation (Hinweise)

Formeln sind einfach gehalten

Anpassung durch Schüler
ist erwünscht

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
1	Einnahmen - Ausgaben													
2	Gründungsjahr:													
3	Umsatzerlöse	Jan	Feb	März	April	Mai	Juni	Juli	Aug	Sept	Okt	Nov	Dez	Gründungsjahr
4	Verkaufte Stücke													0
5	Umsatz pro Stück (durchschn.)													0,00
6	Summe Umsatz	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
7														
8	Herstellkosten													
9	Anzahl eigenes Personal													
10	Lohnkosten/Mitarb./Monat (durchschn.)													
11	Eigene Personalausgaben	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
12	Wareneinsatz													0 €
13	Roh-/Hilfs-/Betriebsstoffe													0 €
14	Maschinen, KFZ													0 €
15	Bezogene Fremdleistungen													0 €
16	Verpackung & Transport													0 €
17	Sonstige Herstellkosten													0 €
18	Summe Herstellkosten	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
19														
20	Bruttoergebnis	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
21														
22	Gemeinkosten													
23														
24	Forschung & Entwicklung													
25	Anzahl eigenes Personal													
26	Lohnkosten/Mitarb./Monat (durchschn.)													
27	Eigene Personalausgaben	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
28	Bezogene Fremdleistungen													0 €
29	Sonstige F&E-Ausgaben													0 €
30	Summe Forschung & Entwicklung	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
31														
32	Vertrieb & Marketing													
33	Anzahl eigenes Personal													
34	Lohnkosten/Mitarb./Monat (durchschn.)													
35	Eigene Personalausgaben	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
36	Bezogene Fremdleistungen													0 €
37	Reisekosten													0 €
38	Werbekosten													0 €
39	Sonst. Vertr.- u. Market.-ausgaben													0 €
40	Summe Vertrieb & Marketing	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
41														
42	Allgemeine Verwaltung													
43	Anzahl eigenes Personal													
44	Lohnkosten/Mitarb./Monat (durchschn.)													
45	Eigene Personalausgaben	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
46	Büro- und Geschäftsausstattung													0 €
47	Telekommunikation													0 €
48	Mieten													0 €
49	Rechts- und Steuerberatung													0 €
50	Reisekosten													0 €
51	Sonstige Verwaltungsausgaben													0 €
52	Summe Allgemeine Verwaltung	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
53														
54	Summe Gemeinkosten	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
55														
56	Betriebsergebnis	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
57														
58	Kapitalzufluss													
59	Eigenmittel													0 €
60	Darlehen													0 €
61														
62	Liquidität	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
63														

< >

Erläuterungen

Gründungsjahr

Jahr 2

Jahr 3-5

Präsentation

+

:

Hinweise für die Ausarbeitung:

Begriffe Marketing- und Vertriebsplanung

AIDA:

- Phasen der Nachfrageentwicklung beim Kunden:
 - ↓ Aufmerksamkeit (**A**ttention) erzeugen
 - ↓ Interesse (**I**nterest) entwickeln
 - ↓ Kaufwunsch (**D**esire) erwirken
 - ↓ Handlung (**A**ction) veranlassen
- Marketing-Maßnahmen werden entlang der Phasen geplant: **A** → **I** → **D** → **A**
- Je Phase können mehrere Maßnahmen parallel geplant werden
- Eine Maßnahme kann mehrere Phasen beim Kunden auslösen

Verkaufstrichter („Sales Funnel“):

- Planung der **aufeinanderfolgenden** Marketing- und Vertriebsmaßnahmen bis zum Kaufabschluss
- Einzelne Maßnahme wird mit messbaren Zahlen hinterlegt:
 - Erwartete **Anzahl der Kontakte** zu potenziellen Interessenten
 - Vom Interessenten **erwarteten Reaktion**, die zum nächsten Schritt der Nachfrageentwicklung führt (Call-to-Action)
 - Erwartete **Anzahl der Reaktionen** in % der erwarteten Kontakte
 - Kosten der Maßnahme
- Gesamte **Kosten** der Marketingmaßnahmen werden den aus den kalkulierten Kaufabschlüssen resultierenden **Umsätzen** gegenübergestellt.

Klassen- und Schulwettbewerbe

Klassenwettbewerbe

- Während der Unterrichtszeit
- 3-4 Schulstunden
- Lehrkraft und Coach sind Jury
- Bewertung mit Bewertungs-App
- Lehrkraft benotet Einzelleistungen



Schulwettbewerb - Organisation

- In Schul-Aula (o.Ä.)
- Schulfamilie wird eingeladen
- Coaches von anderen Schulen bilden die Jury
- Begrüßung durch Schulleitung, Moderation durch Fachschaftsleitung
- Wirtschaft stiftet Snacks und Siegerpreise

Schulwettbewerb - Ablauf

- Präsentationen hintereinander, max. 15 Min. + 10 Minuten Fragen der Jury
- 5 Min. Pause zwischen den Präsentationen für Umbau und Bewertung durch Juroren in Bewertungs-App
- Anschließend Besprechung der Jury mit Fachschaftsleitung über Kurzfeedback an jedes Team
- Abschließend Siegerehrung mit Feedback und Preisverleihung

→ **Merkblatt Schulwettbewerb**

Merkblatt

Startup School Cup-Schulwettbewerb

Dieses Merkblatt enthält Empfehlungen für die Organisation des Schulwettbewerbs im Rahmen des Startup School Cup.

Die Empfehlungen basieren auf Erfahrungen der vergangenen Schuljahre, jede Schule kann nach eigenem Ermessen und entsprechend der örtlichen Gegebenheiten davon abweichen.

Erforderlich für die anschließende Teilnahme am Regionalwettbewerb sind im Sinne einer fairen Ermittlung der Schulieger der Einsatz einer externen Jury, die präzise Anwendung der Bewertungskriterien wie im Merkblatt Pitch-Bewertungen dargestellt und die Nutzung des darauf basierenden Startup School Cup Bewertungs-App.

Soweit nachfolgend das „Koordinationsteam“ unter Zuständig aufgeführt ist, sind damit verantwortliche Personen aus der Startup School Cup – Gesamtorganisation gemeint, die über info@startupschoolcup.de erreicht werden können.

Vorbereitung

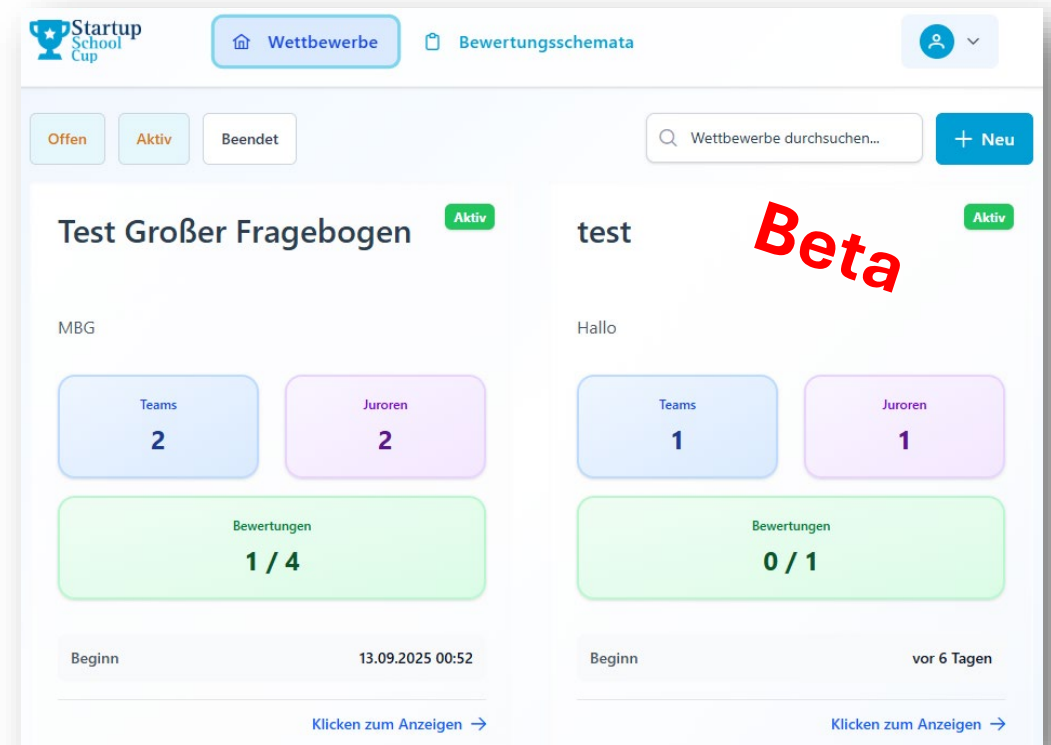
Was	Wann	Zuständig	erledigt
Termin festlegen Mit Ort und Uhrzeit, Termin des Schulwettbewerbs muss spätestens zwei Wochen vor dem Regionalwettbewerb stattfinden.	Beginn des Schuljahres	Fachschaftsleitung	
Termin kommunizieren an Lehrkräfte, Schüler, Coaches und Koordinationsteam!	Beginn des Schuljahres	Fachschaftsleitung	
Jury zusammenstellen und an Schule kommunizieren	November bis Februar	Koordinations-team	
Sponsoring klären Klären, wer die Kosten für das Catering des Schulwettbewerbs und für die Siegerpreise trägt. Sie betragen je nach Anzahl der Teams insgesamt zwischen 500 und 700 €. Normalerweise tritt hier der lokale Partner der Schule ein (Gewerbeverein, IHK-Unterorganisation, lokale Lions- oder Rotary-Clubs, Förderverein, Elternbeirat der Schule oder einzelne beteiligte Unternehmen). Als Dank dürfen Sponsoren Rollup-Banner aufstellen und steuern ein Grußwort bei.	Januar bis Februar	Fachschaftsleitung mit Unterstützung des Koordinations-teams	
Catering klären In der Pause und nach der Siegerehrung werden z.B. Erfrischungsgetränke und Fingerfood gereicht, typischerweise von der Schulinensa geliefert. Kosten liegen erfahrungsgemäß zwischen 200 bis 400 € (in e.g. Gesamtsumme enthalten).	Januar bis Februar	Fachschaftsleitung	
Siegerpreise klären In Abstimmung mit den Sponsoren werden die sinnvollerweise von lokalen Betrieben gelieferten Siegerpreise festgelegt. Beispiel mit Gesamtbudget von ca. 300 bis 400 €: - Siegerteam erhält Gutscheine für gemeinsamen Gaststättenbesuch über 150 €, - alle weiteren Schulwettbewerbs-Teams für Besuch einer Eisdielen über je 40 €.	Januar bis Februar	Fachschaftsleitung, bei Bedarf mit Unterstützung des Koordinations-teams	
Einladung Schulfamilie - Schulleitung - Kollegium - Mitschülerinnen und -schüler - Coaches - Mitglieder des betreuenden Partners (Gewerbeverein etc.)	Ca. 3 Wochen vor Termin	Fachschaftsleitung	

Bewertung Wettbewerbe

Kriterien nach Merkblatt Pitch-Bewertung

Startup School Cup Bewertungs-App

- Für Klassen-, Schul- und Regionalwettbewerbe
- Einfache Anlage von Wettbewerben mit Teams und Jury durch Lehrkraft
- Erfassung der Bewertungen durch Jury mit Smartphone oder Tablet
- Ausgabe des Ergebnisses
- Verfügbar ab Oktober 2025



Regionalwettbewerbe

- **Fürstenfeldbruck:** Dienstag, 7. Juli 2026, Veranstaltungsforum Fürstenfeld
- **Landsberg:** KW26 oder 27, vorr. Stadttheater Landsberg
- **Festlicher Rahmen** mit Bewirtung durch IHK
- **7-8 Schulsieger** treten gegeneinander an

Siegerpreise

- Ausflug mit allen Teilnehmern der Regionalwettbewerbe (vorletzte oder letzte Schulwoche).
- Pokale / Medaillen nach Rangfolge

The logo of the IHK (Industrie- und Handelskammer) is displayed, consisting of the letters 'IHK' in white on a blue background.

Nächste Schritte

- Zuteilung Coaches zu Klassen
- Kontaktaufnahme mit Coaches, Abstimmung erster Besuch in Klasse
- Festlegung des Termins für den Schulwettbewerb

Info per Mail und im Internen Bereich:

Schulen

GM Schulen - Schulinfo

< Suche ändern

Verknüpfte Dokumente

Typ	Schulname	Hauptkontakt	Hauptkontakt E-Mail	Koordination Coaches	Koordination Coaches E-Mail	Coaches erforderlich	Coaches zugewiesen
	Berufliche Schulen Lan...	Roman Willig	r.willig@bs-landsberg.de			2	2
	Carl-Spitzweg-Gymnasi...	Kerstin Schweiger	Kerstin.schweiger@csg-germering.de	Jürgen Biffar	juergen.biffar@dpi-edu.org	4	4
	Dominikus-Zimmerman...	Julia Hepp	Julia.Hepp@schule.bayern.de	Andreas Korn	korn@muanchen.ihk.de	4	3
	Feodor-Lynen-Gymnasi...	Verena Lorne	verena.lorne@fig-online.de	Giuliano Grandis	g@grandis.de	5	5
	Graf-Rasso-Gymnasium	Jan Wolthuis	0089.grg-sl@schule.bayern.de	Bastian Kubitz	b.kubitz@kiddicar.de	4	4
	Gymnasium Freiham	Nicole Galdia	n.galdia@gmx.de	Wolfgang Nelhiebel	wolfgang.nelhiebel@nelhiebel.de	5	5
	Gymnasium Gröbenzell	Claudia Regler	claudia.regler@icloud.com	Wolfgang Netschert	netschert@womix.de	6	6
	Gymnasium Olching	Laura Tomschi	Tom@gymolching.de	Rainer Saalfeld	info@gewerbeverband-olching.de	6	6

<< 1 >> 100

1-15 von 15

Coaches

GM Coaches - Coaches-online

< Suche ändern

Typ	Vorname-Name	Schule	Klasse aktuell	E-Mail	Firma	Branche	URL	Telefon
	Martin Scheuermann	Berufliche Schulen Lan...		m.scheuermann@kema...	Kemapack GmbH	Transportverpackung	https://www.kemapack...	+49 172 8394945
	Christoph Schaller	Berufliche Schulen Lan...		c.schaller@autohaus-sc...	Autohaus Schaller GmbH	Automobilhandel, Kfz-T...	www.autohaus-schaller...	0160/99800723
	Tatjana Eierle	Carl-Spitzweg-Gymnasi...		tatjana.eierle@prometa...	PROmetall GmbH	Großhandel	derzeit im Aufbau	089/8404004
	Maik Horbas	Carl-Spitzweg-Gymnasi...		maik.horbas@cewe.de	CEWE Stiftung & Co. K...	Dienstleistungen	www.cewe.de	015256775479
	Katrin Schmidt	Carl-Spitzweg-Gymnasi...		katrin@lesezeichen.biz	Buchhandlung LeseZeic...	Buchhandel	www.lesezeichen.biz	+49 171 8316824
	Benedict Padberg	Carl-Spitzweg-Gymnasi...		benedict.padberg@inte...	Interlink Space GmbH	Coworking Space	https://interlinkspace.c...	+498921548110
	Salome Fruhmman	Christoph-Probst-Gymn...		salome.fruhmman@allia...	Allianz Fruhmman	Versicherungen und Fin...	https://vertretung.allia...	01733839972
	Markus Wasserle	Dominikus-Zimmerman...		markus@wasserle.de	Wasserle GmbH	Gebäudereinigung	www.wasserle.de	+49 8191 640 4711
	Heidrun Hausen	Dominikus-Zimmerman...		heidrun.hausen@delo.de	DELO Industrie Klebsto...	Industrie	www.delo.de	+491517309405

<< 1 >> 100

1-62 von 62

Klassen - Lehrkräfte - Coaches

GM Klassen - Online

Zurücksetzen

Suche

Jahr 2026

Schule

Klasse

Fachlehrkraft

Coach

Jury Schulwettbewerbe

GM Teams - Jury

Durch Ihr Engagement als Lehrkraft oder Coach werden in diesem Schuljahr

- **300 innovative Geschäftsmodelle** entwickelt,
- **1500 Schülerinnen und Schüler** ein tiefes Verständnis ...
- ... für **Zusammenhänge im Unternehmen** und für **Startup-Gründung** erlangen ...
- ... sowie **Projektarbeit im Team** trainieren.

Sie leisten einen wertvollen Beitrag zur Entwicklung unseres Landes.

Vielen Dank!