

Wie gut sind Unternehmen in Südwestfalen für die Zukunft aufgestellt? – Eine Unternehmensanalyse von Hidden Champions im Hinblick auf Megatrends und Standortfaktoren der Region Südwestfalen

Lea Buchwald

FACH Wirtschaft-Politik bzw. Wirtschaft

SCHULTYP Sekundarstufe I an allgemeinbildenden Schulen

KERNLEHRPLÄNE UND Sozialwissenschaften und Sozialwissenschaften/Wirtschaft, Gymnasium/Gesamtschule NRW von 2014

KOMPETENZBEREICHE **Wirtschaft-Politik, Gymnasium/Gesamtschule Sek. I, NRW von 2019**
Inhaltsfeld 6: Unternehmen und Gewerkschaften in der Sozialen Marktwirtschaft.
Die Schülerinnen und Schüler ... beurteilen den Einfluss der Digitalisierung auf den Arbeitsmarkt, ... beurteilen die Bedeutung des Mittelstands für die Wirtschaft.

Wirtschaft, Realschule Sek. I, NRW von 2020
Inhaltsfeld 3: Unternehmen, Arbeitgeber- und Arbeitnehmervertretungen in der Sozialen Marktwirtschaft
... erläutern den Aufbau von Unternehmen.
Die Schülerinnen und Schüler ... erläutern unterschiedliche Ziele von Unternehmen, ... beurteilen die Bedeutung, technologischer Innovationen in Unternehmen.

Sowie Praxisphase (berufliche Orientierung) ab Jahrgangsstufe 9 aller Schulformen

ZEITBEDARF in etwa acht bis zehn Doppelstunden

DIE REGION SÜDWESTFALEN

Fakten zur Region:

5 Kreise

Der Kreis Soest, der Hochsauerlandkreis, der Märkische Kreis, der Kreis Olpe und der Kreis Siegen-Wittgenstein bilden die Region Südwestfalen. Sie umfassen zusammen 59 Städte und Gemeinden.

1,4 Millionen Menschen leben in der Region

Die meisten Einwohner zwischen Siegerland und der Soester Börde hat der Märkische Kreis. Die größte Stadt ist die Universitätsstadt Siegen mit 100.000 Bürgerinnen und Bürgern.

6.195 km²

beträgt die Fläche Südwestfalens. Das macht etwa ein Fünftel von Nordrhein-Westfalen aus.

10 Studienstandorte

sind über Südwestfalen verteilt und lassen bei der Hochschulbildung keine Wünsche offen.

Industrieregion Nr.1 in NRW

und Nummer 3 in Deutschland – so darf sich Südwestfalen mit Fug und Recht nennen.

Über 150 Weltmarktführer

haben in Südwestfalen ihren Sitz: Unternehmen, die weltweit in ihrem Marktsegment führend sind.

Die größte Naturparkregion

Deutschlands hat hier ihr Zuhause, denn die Naturparke Sauerland Rothaargebirge, Arnsberger Wald und Diemelsee erstrecken sich nahezu über die gesamte Fläche Südwestfalens.

Lehrerhandreichung



Thematische Einordnung in den südwestfälischen Kontext



Die Kreise der Region Südwestfalen unterscheiden sich hinsichtlich verschiedener Strukturmerkmale wie zum Beispiel der Einwohnerzahl, der Wirtschaftskraft und der Infrastruktur. So weist beispielsweise in 2017, dem letzten Berichtsjahr (Quelle: landesdatenbank.nrw.de), der Märkische Kreis mit Abstand das höchste Bruttoinlandsprodukt auf (15,407 Mrd. Euro), während die Abstände beim BIP pro Erwerbstätigen weit weniger groß sind. Dies ist vor allem auf das produzierende Gewerbe im Märkischen Kreis zurückzuführen. Gleichzeitig weist der Märkische Kreis mit 6,2% (2019) auch die höchste Arbeitslosenquote der südwestfälischen Kreise auf. Ein landwirtschaftlicher geprägter Kreis wie der Hochsauerlandkreis dagegen schneidet in Sachen Bruttoinlands-

Lehrerhandreichung



produkt und infrastrukturelle Anbindung vergleichsweise schlecht ab, weist jedoch beispielsweise relative wenige Erwerbslose und einen geringen Anteil an Beziehern von Arbeitslosengeld II auf. Zudem beherbergt der Hochsauerlandkreis einen großen Anteil an intakten Naturräumen. Gleichzeitig stehen die in der Region Südwestfalen verwurzelten Unternehmen – darunter zahlreiche so genannte Hidden Champions – im weltweiten Wettbewerb. Außerdem sind sie aktuell und in den nächsten Jahren weitreichenden Herausforderungen ausgesetzt: Digitalisierung der Kommunikation, künstliche Intelligenz und der demografische Wandel sind nur drei sogenannte Megatrends, die Unternehmen weltweit vor große Herausforderungen stellen.

Die Schülerinnen und Schüler sollen innerhalb dieser Unterrichtseinheit Unternehmen der Region erkunden. Durch die Analyse der Unternehmen lernen die Schülerinnen und Schüler die Region Südwestfalen aus einem anderen Blickwinkel kennen und erfahren nicht nur, wie ein Unternehmen aufgebaut und strukturiert ist, sondern auch, warum es sich in der Region Südwestfalen befindet und wieso dies ein Vorteil für das jeweilige Unternehmen sein kann. Die Schülerinnen und Schüler sollen sich im Rahmen dieser Unterrichtsreihe mit Unternehmen aus der Region Südwestfalen befassen, indem sie eine Analyse des Unternehmens anhand von unterschiedlichen Leitfragen durchführen. Die Lernenden sollen selbst die Rolle eines Wissenschaftlers/einer Wissenschaftlerin einnehmen und das Unternehmen anhand einer Forschungsfrage untersuchen. Schwerpunkte liegen hierbei auf den Megatrends, die das Unternehmen beeinflussen, dem Wirtschaftsstandort Südwestfalen beziehungsweise Standortfaktoren und die Nachfrage. Auch im Hinblick auf die spätere Berufsorientierung ist es von Vorteil, wenn die Schülerinnen und Schüler bereits einige Unternehmen der Region kennen.

Lehrerhandreichung



Didaktische Hinweise

Didaktische Vorbemerkung: Im Rahmen der Unterrichtsreihe sollen die Schülerinnen und Schüler dazu befähigt werden, selbständig ein Unternehmen unter einer selbst gewählten Fragestellung zu analysieren. Das Material dazu ist als Rahmen und Hilfestellung zu verstehen, denn das konkret zu untersuchende Unternehmen kann die Lehrkraft oder die Schülerinnen und Schüler im Unterricht auswählen. Dies gilt auch für die konkrete Fragestellung, denn nicht jede Fragestellung eignet sich für die Analyse jedes Unternehmens. So sind Unternehmen unterschiedlich vom demografischen Wandel oder von der Digitalisierung betroffen. Daher verlangt der Einsatz des Materials von der Lehrkraft ein gewisses Maß an Flexibilität und von den Schülerinnen und Schülern ein hohes Maß an Selbständigkeit.

Lernvoraussetzungen: Die Schülerinnen und Schüler sollen anhand von einer Unternehmensanalyse erforschen, inwieweit das Unternehmen von bestimmten Megatrends betroffen ist, welche Auswirkungen diese Megatrends auf das Unternehmen haben und wie das Unternehmen diese Herausforderungen meistern kann. Vor dem Hintergrund, dass sich die gewählten Unternehmen in der Region Südwestfalen befinden, werden auch die Standortfaktoren der Unternehmen betrachtet. Dies ist allerdings ohne profunde Sachkenntnis – hier darüber, was Megatrends sind und welche Standortfaktoren die Region Südwestfalen attraktiv machen – nicht möglich. Zum Abschluss der Analyse präsentieren die Gruppen anhand ihrer Forschungsfrage und einer virtuellen oder Vor-Ort-Erkundung die Ergebnisse und ermöglichen so das Kennenlernen unterschiedlicher Unternehmen und Megatrends, anhand von Beispielen und einer strukturierten Präsentation. Dies soll auch zu der beruflichen Orientierung der Schülerinnen und Schüler beitragen und kann als Grundlage für ihre Anschlussplanung hilfreich sein.

Durch die Erkundung sollen Schülerinnen und Schüler anhand von Leitfragen selbstständig einen Betrieb entdecken. Sie sollen zu einer selbst entwickelten Problemstellung in Kleingruppen forschen und diese Forschung anschließend präsentieren.

Wenn dieses Unterrichtselement als Begleitung zu einem Praktikum durchgeführt wird, so bietet dies eine Vertiefung für die Schülerinnen und Schüler. Durch ihre Tätigkeit in einem Unternehmen beziehungsweise in einem Betrieb sind sie bereits mit realen Problemen konfrontiert. Sie können ihre Ansprechpersonen direkt befragen und verfügen somit über Expert*innenwissen und Expert*innenunterstützung. Dies kann besonders bei der Entwicklung der Forschungsfrage hilfreich sein. Im Rahmen der Nachbereitung können dann die Präsentationen in der Klasse vorgestellt werden.

Ziel ist, dass die Schülerinnen und Schüler ein Grundverständnis über betriebliche Prozesse erhalten.

Inhaltliche Hinweise: Das Ziel der Unterrichtsreihe ist, dass die Schülerinnen und Schüler durch eine Forschungsfrage (einzelne) Aspekte eines Unternehmens analysieren. Dies soll anhand von Megatrends geschehen, die im kommenden Jahrzehnt stark auf die Unternehmen einwirken

Lehrerhandreichung



werden. Die unterschiedlichen Bereiche, in denen Unternehmen vertreten sind, werden von unterschiedlichen Megatrends beeinflusst. Jedoch werden die Unternehmen nicht nur in Hinblick auf die Megatrends analysiert, sondern auch hinsichtlich des Standortes. Es wird sich die Frage gestellt, welche Vorteile der Standort Südwestfalen hat. Die Schülerinnen und Schüler können anhand dieser Fragen sowohl die Geschichte der Region Südwestfalen kennen lernen als auch neuere Faktoren, die ausschlaggebend dafür sind, dass der Wirtschaftsstandort Südwestfalen für Unternehmen sehr attraktiv ist.



Übersicht der Unterrichtseinheiten

Nr.	Thema	Inhalte	Kompetenzerwartung
1	Wie gut sind Unternehmen in Südwestfalen für die Zukunft aufgestellt?	Mittelständisches Unternehmen, Zeitungsartikel, Herausforderungen durch große Trends	... erläutern die Herausforderungen vor denen ein mittelständisches Unternehmen aufgrund von Megatrends steht ... beschreiben Megatrends und Herausforderungen, vor denen mittelständische Unternehmen stehen können
2	Wie verändert sich die Welt? – Hidden Champions und Megatrends.	Hidden Champions, Megatrends	... wählen begründet Variablen für den Entwurf eines alternativen Wohlstandsindikators aus
3	Wie funktioniert das Unternehmen? – Analyse von ausgewählten Unternehmen.	Analyse von Unternehmen, Geschäftsmodelle	... beschreiben beispielhaft ausgewählte Geschäftsmodelle ... analysieren das Unternehmen anhand von unterschiedlichen Leitfragen
4	Welche Herausforderungen ergeben sich für ein ausgewähltes Unternehmen aus einem Megatrend?	Megatrends, ausgewähltes Unternehmen	... analysieren anhand von einem Fallbeispiel (Unternehmen der Region Südwestfalen) ökonomische Aspekte
5	Inwiefern wirkt sich der Megatrend auf das Unternehmen aus? Was sind möglich Lösungen für Probleme und Herausforderungen, die auftreten könnten?	Erstellung einer Präsentation mit den Ergebnissen der Unternehmensanalyse und Lösungsvorschläge für die Herausforderungen	... bereiten eine adressatengerechte Präsentation mit dem analysierten Sachverhalt vor
6	Wie können die Unternehmen der Region auf die Megatrends reagieren?	Präsentation der Analyse	... können mit bewusstem Einsatz der Sprache komplexe Zusammenhänge ausdrücken und darstellen

Übersicht der Unterrichtseinheiten



Didaktische Kommentare zu den einzelnen Einheiten

Vorbemerkung: Die Unterrichtseinheiten können in manchen Schulen in einen 45-Minuten-Takt passen, müssen es aber nicht. Daher wird hier darauf verzichtet, die Reihe auf einzelne Stunden herunterzubrechen. Stattdessen sind die einzelnen Einheiten der Reihe als thematisch abgeschlossene Einheiten gedacht, die sich zum Teil über mehrere 45-minütige Unterrichtsstunden erstrecken können. Hinsichtlich der Sozialform bietet es sich an, die Schülerinnen und Schüler schon zu Beginn oder am Ende der ersten Einheit, spätestens aber ab der zweiten Einheit in Kleingruppen einzuteilen, in denen projektartig bis ans Ende der Reihe gearbeitet wird. Eine individuelle Anpassung an die Lerngruppe ist möglich, indem die Liste der Megatrends gekürzt wird oder einzelne, gegebenenfalls an der Lebenswelt der Schülerinnen und Schüler ausgerichtete Trends bereits vorher von der Lehrperson ausgewählt werden. Eine weitere Anpassung kann vorgenommen werden, indem die Unternehmen, die den Schülerinnen und Schülern zur Auswahl stehen zuvor von der Lehrperson ausgewählt werden. Damit ist die Recherche der Schülerinnen und Schüler auf wenige Unternehmen beschränkt, von denen sie sich dann eines für die weitere Analyse auswählen können.

Einheit 1: In dieser Einheit sollen die Schülerinnen und Schüler in das Thema eingeführt werden. Sie sollen anhand des Beispiels der Firma Mennekes aus Kirchhundem unterschiedliche Herausforderungen im Zusammenhang mit Megatrends für die mittelständischen Unternehmen benennen. Als Grundlage dafür dient ein gekürzter Zeitungsartikel aus der Süddeutschen Zeitung. Anhand von diesem Beispiel sollen sie analysieren, vor welchen Herausforderungen mittelständische Unternehmen generell aufgrund von aktuellen Trends stehen können. Das Ziel der Unterrichtseinheit ist, dass die Schülerinnen und Schüler erkennen, dass auf den Mittelstand große Herausforderungen aufgrund von Megatrends zukommen werden und dies zu Problemen führen könnte. Genau diese Herausforderungen werden dann in den folgenden Einheiten anhand von anderen (mittelständischen) Unternehmen erkundet.

Einheit 2: In der zweiten Einheit sollen die Schülerinnen und Schüler kennen lernen, was sich hinter den Bezeichnungen „Hidden Champion“ und „Megatrend“ verbirgt. Dazu werden sie zunächst von der Lehrperson in Gruppen aufgeteilt. Dabei kann es sinnvoll sein, recht große Gruppen zu bilden und diese wiederum in Teams von 2-3 Personen zu unterteilen. Diese Gruppen sollen die gesamte Einheit zusammen arbeiten. Dann wird den Schülerinnen und Schülern, je nach Leistungsstand, entweder die Möglichkeit zu einer eigenen Recherche gegeben (Welche Hidden Champions gibt es in Südwestfalen?) oder es werden ihnen einige Unternehmen beziehungsweise Hidden Champions vorgeschlagen, aus denen sie auswählen sollen. Wenn die Kleingruppen jeweils ein Unternehmen ausgewählt haben, sollen sie sich nun die Megatrends anschauen und überlegen, welche Megatrends für das Unternehmen von Bedeutung sind beziehungsweise von welchen drei Megatrends das Unternehmen betroffen ist. Für die Recherche erhalten sie ein Dokument auf dem bereits Links zu den einzelnen Megatrends gesammelt wurden, um die Suche nach verlässlichen Quellen zu vereinfachen. Die Lehrperson kann diese Liste entsprechend erweitern oder kürzen und

Übersicht der Unterrichtseinheiten



somit an die Lerngruppe anpassen. Ziel ist es, dass die einzelnen Gruppen die Bezeichnung („Hidden Champions“ und „Megatrends“) und deren Bedeutung kennen und verbinden können, um somit in der darauf folgenden Einheit eine Forschungsfrage zu entwickeln. Die Dauer dieser Einheit ist stark abhängig von der Schülergruppe und der didaktischen Reduktion, die die Lehrperson vornimmt. Empfehlenswert ist es jedoch, hierfür mindestens eine Doppelstunde einzuplanen.

Einheit 3: In dieser Einheit geht es darum, dass sich die Schülerinnen und Schüler genauer mit dem ausgewählten Unternehmen und den Megatrends auseinandersetzen. Sie sollen anhand der Ergebnisse der Recherche der ersten beiden Einheiten damit beginnen, das ausgewählte Unternehmen genauer zu betrachten. Dies geschieht indem die Schülerinnen und Schüler recherchieren, von welchen Megatrends das Unternehmen betroffen ist und was dies genau für das Unternehmen bzw. den Betrieb bedeutet. Hierbei sollen sich die Schülerinnen und Schüler auf die drei für das Unternehmen wichtigsten Megatrends fokussieren. Anhand dessen soll dann die Forschungsfrage formuliert werden, die als Leitfaden für die Analyse des Unternehmens beziehungsweise Betriebs dient. Diese soll nach einem einheitlichen Schema formuliert werden, beispielsweise: Inwieweit beeinflusst [Megatrend X] das Unternehmen? Die Lehrperson sollte dabei Hilfestellungen geben.

Einheit 4: In dieser Einheit sollen nun in den Gruppen die einzelnen Unternehmen analysiert werden. In den einzelnen Gruppen können kleine Expertengruppen gebildet werden, die sich auf einen Aspekt der Unternehmensanalyse fokussieren. So bieten sich Expertengruppen beispielsweise für das Geschäftsmodell, die Leistungserstellung, Absatzmärkte und Beschaffungsmärkte an. Die Schülerinnen und Schüler sollen eigenständige Recherchen durchführen und können sich an einem Leitfaden orientieren und sich dadurch auch zu weiteren Fragestellungen inspirieren lassen. Die Rolle der Lehrperson besteht darin, für Rückfragen der Schülerinnen und Schüler zur Verfügung zu stehen und auch bei eventuellen Schwierigkeiten Hilfestellungen zu leisten. Die Schülerinnen und Schüler sollen sich bei der Recherche auf die Megatrends fokussieren und die Herausforderungen, die dadurch für die Unternehmen entstehen. Zudem sollen sie recherchieren, wieso der Wirtschaftsstandort Südwestfalen gewählt wurde und was die Vorteile sind. Ebenso sollen sie erforschen und recherchieren, woher die Nachfrage kommt und wie diese sich verändern kann oder ob eine Abhängigkeit von einem bestimmten Land oder Unternehmen besteht. Dieser Teil der Unterrichtsreihe erfordert die meiste Zeit. Hier ist mit mindestens drei bis vier Doppelstunden zu planen. Der Zeitaufwand muss individuell auf die Gruppe der Lerner angepasst werden. Die Lehrperson kann dies auch im Laufe der Einheit noch anpassen, wenn sie merkt, dass mehr oder weniger Zeit benötigt wird.

Einheit 5: In der fünften Einheit geht es darum, die Ergebnisse zu verschriftlichen. Ziel der Einheit ist, dass die Schülerinnen und Schüler eine PowerPoint-Präsentation erstellen, mit der sie in der darauffolgenden Einheit ihre Ergebnisse in der Klasse präsentieren können. Als Hilfestellung dienen dazu bereits vorgefertigte PowerPoint-Präsentationen, in die die Schülerinnen und Schüler

Übersicht der Unterrichtseinheiten



die Ergebnisse ihrer Analyse einpflegen können. Außerdem haben sie die Möglichkeit auf weiteren Folien ergänzende Informationen hinzuzufügen oder umfangreicher zu antworten. Die Präsentationen werden je nach Art des Unternehmens unterschiedlich ausfallen. Ziel ist es, dass auch mögliche Lösungsvorschläge für die Herausforderungen der Unternehmen gefunden werden.

Einheit 6: Die sechste Einheit stellt den Reihenabschluss dar, bei dem die Ergebnisse und Lösungsvorschläge anhand einer PowerPoint Präsentation präsentiert werden. Dabei ist darauf zu achten, dass die Schülerinnen und Schüler die Forschungsfrage verfolgen und beantworten; daran sollte sich auch die Bewertung und damit das Feedback an die Schülerinnen und Schüler orientieren. Die Präsentationen sollten jeweils zwischen 5-10 Minuten lang sein. Aus jeder Gruppe sollten unmittelbar vor der Präsentation zwei Personen ausgelost werden, die die Ergebnisse der Gruppe vorstellen.

Einheit 1:

Wie gut sind Unternehmen in Südwestfalen für die Zukunft aufgestellt?



Einstieg 1: Problemaufriss: Zeitungsartikel Mennekes

Süddeutsche Zeitung

7. Juni 2018, 19:00 Uhr

Unternehmensnachfolge: „Der Hof ist wichtiger als der Bauer“

Bei der Firmenübergabe drohen viele Gefahren. Der Elektrotechnik-Hersteller Mennekes zeigt, wie man ihnen entgegen kann.

Von Peter Fahrenholz

[...]

Seit 1975 führt er [Walter Mennekes] das Familienunternehmen, mit 28 Jahren musste er die Verantwortung übernehmen, nachdem sein Vater Aloys plötzlich gestorben war. Seither ist die Firma beständig gewachsen, aus einem Handwerksbetrieb ist einer jener mittelständischen Champions geworden, die in ihrem Segment Weltgeltung haben. Mennekes produziert Stecker und Steckverbindungen für die Industrie, weltweit beschäftigt das Unternehmen etwa 1000 Mitarbeiter, gut 650 davon am Stammsitz in Kirchhundem. Industriestecker sind nach wie vor die Hauptsäule, sie machen etwa 75 Prozent des Geschäfts aus. Aber sie sind nicht mehr die einzige Säule. Seit einigen Jahren ist man auch Zulieferer für die Autoindustrie. Denn als das Thema Elektromobilität aufkam, hat der „kleine Steckerfabrikant aus dem Sauerland“, wie Walter Mennekes sich nicht ohne eine Portion Koketterie gerne nennt, als einer der ersten erkannt, dass ein Elektroauto aufgeladen werden muss. Und man dafür wohl einen Stecker braucht. Während andere noch über Plänen brüteten, ließ Mennekes seine Leute einen Prototyp bauen, und mit einer Mischung aus Pffiffigkeit, Chuzpe und geschickter Netzwerkerei ist es ihm gelungen, dass sein Modell, der sogenannte „Typ 2“, inzwischen europaweiter Standard ist. [...]

Noch immer haben die Elektroautos den endgültigen Durchbruch nicht geschafft, aber längst ist klar, dass es ohne sie nicht gehen wird, wenn man den Klimawandel aufhalten will. „Das Thema kommt voran“, sagt Christopher Mennekes, „das ist kein Nischenmarkt mehr.“ Es ist ein Geschäftsfeld, das jetzt der Junge weiterentwickeln muss, nicht mehr der Alte. Und das die Firma verändern wird.

Auch das ist eine Hürde, die man bei Mennekes gemeistert hat. Nicht nur am Erfolg von gestern kleben, sondern rechtzeitig Marktchancen erkennen, aus denen die nächste Generation dann etwas machen muss. Aber bei Unternehmensübergängen lauern noch viele weitere Gefahren. Da

Einheit 1:

Wie gut sind Unternehmen in Südwestfalen für die Zukunft aufgestellt?



ist der störrische Patriarch, der nicht loslassen kann. Da können sich die Erben als unfähig erweisen - oder vom Vater zu Unrecht für unfähig gehalten werden. Da kann es verfeindete Familienmitglieder geben, die sich nicht auf eine gemeinsame Linie einigen können.

[...]

Wegen der neuen Geschäftsfelder rund um das Thema Elektromobilität hat dem Sohn der Slogan des Unternehmens, den sich der Vater mal ausgedacht hatte, nicht mehr gefallen: „Plugs for the World“, Stecker für die Welt. „Ich fand das Alte gut“, sagt Walter Mennekes. „Nein“, erwidert sein Sohn, „wir sind mehr als Stecker.“ Hardware allein reiche nicht mehr aus, es komme Software und elektronisches Know-how dazu. „Ich will zum Ausdruck bringen, dass Mennekes ein Lösungsanbieter ist und nicht nur ein Hardwareproduzent.“ Also hat er den Slogan in „My Power Connection“ verändert. Power steht im Englischen sowohl für Stärke und Macht als auch für Strom. [...]

Quelle: <https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/mennekes> [letzter Aufruf: 02.06.2021] (gekürzter Text)

Arbeitsaufträge:

- Was war die Herausforderung, vor der Mennekes stand?
- Beschreibt, was das Unternehmen Mennekes unternommen hat, um der Herausforderung zu begegnen. Wie ist das Unternehmen mit dieser Herausforderung umgegangen?
- Aufgabe zum Weiterdenken: Benennt andere Herausforderungen und große Trends, vor denen (mittelständische) Unternehmen heute stehen könnten. Was könnte schwierig für die Unternehmen sein? Kennt ihr Beispiele dafür, wo ein Unternehmen die Herausforderungen gut gemeistert hat oder vielleicht auch nicht meistern konnte?

Einheit 2a:

Forschungs- / Erkundungsauftrag:



Forschungs- / Erkundungsauftrag:

Forschungsfrage sollte enthalten:

- Was ist das Ziel der Forschung?
- Was ist zu untersuchen? Welche Aspekte?
- Forschung wenn notwendig eingrenzen

Hilfreich kann es sein, sich die W-Fragen zu stellen: Wer, Wie, Wo, Was, Warum, Wann, Wieso...

Mögliche Leitfragen:

Berufsorientierende Aspekte

- Wie werden Bewerber für einen Arbeitsplatz gewählt?
- Welche Art von Eignungsprüfung führt der Betrieb mit Bewerbern durch?
- Welche Qualifikationsanforderungen stellt der Betrieb an seine Mitarbeitenden?
- Auf welche Schulfächer wird besonders Wert gelegt?
- Für welche Berufe im Betrieb ist ein Hochschulstudium oder duales Studium Voraussetzung bzw. von Vorteil? Welche Studienfächer passen zu welchem Beruf?
- Welche anderen berufsspezifischen Anforderungen gibt es?
- Wie lange dauert die Ausbildung?
- Wie viele Auszubildende werden durchschnittlich pro Jahr aufgenommen? Wie viele von den Auszubildenden werden im Anschluss an die Ausbildung übernommen?

Ökonomische Aspekte:

Geschichte

- Wann, wo und durch wen wurde das Unternehmen gegründet?
- Wie hat sich das Unternehmen entwickelt?
- Was stellt der Betrieb her bzw. welche Dienstleistungen bietet er an?
- Welche Abteilungen haben welche Aufgaben? Wie wirken sie zusammen? (z.B. Organisationsmatrix, Organigramm)
- Welche Rechtsform hat der Betrieb? Wie viele Mitarbeitende arbeiten in dem Betrieb?

Kunden, Marketing und Wettbewerber

- Wie können die Kundinnen und Kunden sinnvoll segmentiert (=eingeteilt) werden? (Altersgruppen, Nationalitäten, Einkommensklassen, Stammkundschaft oder Laufkundschaft)
- Haben die einzelnen Kundengruppen spezifische Produktpräferenzen (-vorlieben)?
- Was ist besonders an den Produkten/Dienstleistungen, die das Unternehmen anbietet?

Einheit 2a:

Forschungs- / Erkundungsauftrag:



- Besteht eine starke Abhängigkeit von einer spezifischen Kundengruppe?
Wenn ja, begründen Sie!
- Welche Garantieleistungen werden dem Kunden bzw. der Kundin angeboten?
- Wie geht man mit Reklamation & Beschwerden um? Können Artikel umgetauscht werden?
Unter welchen Bedingungen / Umständen können Produkte umgetauscht werden?
- Wie versucht der Betrieb eine möglichst hohe Kundenzufriedenheit zu erreichen?
- Wie entwickelt sich die Branche insgesamt? Gibt es Daten zur Marktentwicklung bzw.
können diese recherchiert werden?
- Wie gelingt es dem Betrieb sich auf die aktuellen Trends bzw. Bedürfnisse einzustellen?
- Welche Unternehmen bieten identische oder ähnliche Produkte an? (Konkurrenz)
- Welche Werbestrategien werden eingesetzt, um auf die Produkte aufmerksam zu machen?

Soziale Aspekte

- Wie lässt sich die Führungsstruktur sinnvoll charakterisieren (familiär, hierarchisch,
kollegial)?
- Herrscht eine angenehme Arbeitsatmosphäre? Inwiefern bzw. inwiefern nicht? Was macht
diese aus?
- Gibt es einen Betriebsrat? Welche Aufgaben hat dieser?
- Welche sozialen Leistungen bietet der Betrieb?
- Sind die Arbeitsplätze angenehm gestaltet? Inwiefern bzw. inwiefern nicht?
- Wie ist die Arbeitszeit im Betrieb geregelt? Gibt es Schichtbetrieb? Wie hoch ist die
wöchentliche Arbeitszeit?
- Gibt es die Möglichkeit im Homeoffice zu arbeiten?
- Wie sind die Urlaubsregelungen?
- Welche arbeitsrechtlichen Vorschriften sind im Betrieb von Bedeutung?
- Welche Form der Entlohnung gibt es in Ihrem Betrieb (Gehalt, Stundenlohn, Akkord...)?
- Welche Tarifsysteme gibt es in Ihrem Betrieb (z.B. BAT, TvÖD, KR, MTL) und für welchen
Personenkreis werden sie angewendet? Welche außertariflichen Regelungen gibt es?
(Wie hoch ist die Fluktuation? Liegt diese im Branchendurchschnitt?)
- Welche Mitarbeiterbindungsmöglichkeiten nutzt der Betrieb (z.B. Elternzeitregelung,
Kindertagesstätte, Unterstützung pflegender Angehörige)?
- Welche Weiterbildungsmöglichkeiten bietet der Betrieb seinen Mitarbeitern an?

Technologische und ökologische Aspekte

technologische Aspekte

- Welche Werkstoffe und Betriebsmittel werden vorrangig benötigt?
- Welche Maschinen und Technologien werden in der Produktion eingesetzt?

Einheit 2a:

Forschungs- / Erkundungsauftrag:



- Durch welche Produktionsschritte entstehen die Produkte? Wie sehen die Fertigungsabläufe aus?
- Wie hoch ist der Automatisierungsgrad? Wie sieht das Verhältnis zwischen maschineller und manueller Arbeit aus?
- Welche Rolle spielen Computer in der Produktion?
- Wie ist die Qualitätskontrolle geregelt? Welchen Zweck hat sie?

ökologische Aspekte

- Wird in dem Unternehmen auf Umweltschutz geachtet? Wenn ja, in welcher Form?
- Wie hoch ist der Energiebedarf des Unternehmens?
- Wie stark ist die Umweltbelastung durch das Unternehmen?
- Wie umweltfreundlich sind die Produkte / Dienstleistungen?
- Werden umweltschonende Produktionsverfahren eingesetzt?
- Welche Entsorgungsverfahren (z.B. Recycling) werden angewendet?
- Wie hoch sind die Kosten für Umweltschutzmaßnahmen?

nach Art des Betriebes

Dienstleistungsunternehmen

- Was bietet das Unternehmen an?
- Wie ist das Unternehmen aufgebaut?
- Wie ist die hierarchische Struktur in dem Unternehmen?
- Gibt es direkten Kontakt mit dem Kunden oder Kundin? Ist diese*r in die Leistung involviert?
- Wie ist das Unternehmen aufgebaut?
- Was wird benötigt, um in dem Unternehmen zu arbeiten?
- Bedarf es bestimmter Materialien zur Erbringung der Dienstleistung?
- Wo findet die Dienstleistung statt?
- Wie sieht der Arbeitsplatz aus?
- Wie wird die Arbeit ausgeführt? Im Team oder einzeln?
- Wer sind die Kunden und Kundinnen des Unternehmens?

Handwerk

- Was sind die Leistungen, die der Betrieb anbietet?
- Wie ist der Betrieb aufgebaut?
- Wie ist das Unternehmen strukturiert?
- Was wird für die Arbeit benötigt (z.B. Materialien, Werkzeug, Maschinen...)?

Einheit 2a:

Forschungs- / Erkundungsauftrag:



- Wo wird die Arbeit ausgeführt (z.B. in einer Fabrik, bei dem Auftraggeber...)?
- Wer erbringt die Leistung? Wie wird die Arbeit ausgeführt (alleine, zu zweit, in Teams...)?
- Wer sind die Kunden (Unternehmen, Institutionen, Privatpersonen...)?
- Welche Qualifikationen werden benötigt?
- Welche Fähigkeiten sind von Vorteil?

Industrie

- Was produziert das Unternehmen?
- Wie ist das Unternehmen aufgebaut?
- Wie ist Unternehmen strukturiert?
- Was wird für das Ausüben der Arbeit benötigt (z.B. Material, Werkzeug, Maschinen...)?
- Wo wird die Arbeit ausgeführt? Wie sieht die Arbeit bzw. Produktion aus?
- Wer sind die Kunden und Kundinnen (z.B. Privatpersonen oder andere Unternehmen)?
- Welche Qualifikationen werden benötigt? Welche Fähigkeiten sind von Vorteil?

Verwaltung/Sozialeinrichtung/Versicherungen/Sparkassen und Banken

- Welche Aufgaben hat die Abteilung? Welche Aufgaben hat die Verwaltung?
- Was sind die Ziele der Arbeit?
- Wie sieht es bezüglich des Weisungsrechts aus (öffentliche Verwaltung/private Abteilung)?
- Wie ist das Aufsichtswesen strukturiert?
- Wie sehen die Arbeitsvorgänge aus? Wie sind die Arbeitsplätze gestaltet? Wie sehen die Arbeitsabläufe aus? Wie ist das Betriebsklima?
- Gibt es Kunden-/Publikumsverkehr (mit den Abnehmern der Dienstleistungen)? Wie wird damit umgegangen?
- Wie haben sich Arbeitsvorgänge verändert (z.B. durch Rationalisierung)?
- Gibt es eine Interessensvertretung/Betriebsrat? Gibt es Möglichkeiten der Mitbestimmung im Betrieb?

Künstlerischer Bereich/Design/Grafik

- Was sind die Aufgaben des Betriebs?
- Welche Ziele verfolgt der Betrieb?
- Wie ist der Betrieb entstanden?
- Wie ist das Produkt entstanden? Wie sieht der Entstehungsprozess eines neuen Produktes aus?
- Wie ist der Betrieb aufgebaut? Welche technische Ausstattung hat der Betrieb?
- Wie sehen Entscheidungsstrukturen aus? Wer hat das Weisungsrecht? Wie ist der Betrieb gegliedert?

Einheit 2a:

Forschungs- / Erkundungsauftrag:



- Wie wird das Produkt vermarktet? Wie gestaltet sich der Preis des Produktes? Woraus setzt sich dieser zusammen? Wie wird für das Produkt geworben?
- Wer sind die Kunden und Kundinnen des Betriebs? Wie setzt sich die Kundschaft zusammen?

Institut

- Wie ist das Institut in die Wirtschaftsstruktur/Forschungsanstalt einzuordnen?
- Wer finanziert die Arbeit des Instituts?
- Welche Aufgaben verfolgt das Institut? Welche Zielperspektiven hat das Institut?
- Wie werden Forschungsvorhaben durchgeführt (Antragsstellung/Finanzierung/ Weitergabe des Ergebnisses an den Auftraggeber)?
- Wie ist das Institut aufgebaut?
- Wie ist das Institut ausgestattet?
- Wie viele Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen hat das Institut? Welche Tätigkeitsbereiche gibt es? Welche Qualifikationen sind erforderlich? Welche Ausbildungen haben die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen? Welche Form der Entlohnung gibt es?
- Wie sehen einzelne Arbeitsvorgänge/Forschungsmethoden aus? Stellen Sie einzelne dar!
- Wie ist die Hierarchie im Institut? Wer hat das Weisungsrecht?
- Gibt es einen Betriebsrat/ eine Interessenvertretung? Wie sehen die Möglichkeiten zur Mitbestimmung aus?

Der Arbeitsplatz: Analysieren Sie einen Arbeitsplatz in dem Betrieb anhand der folgenden Leitfragen. Es muss nicht Ihr Arbeitsplatz sein, wenn sich dieser nicht anbietet (alternativ z.B. den Arbeitsplatz des Ansprechpartners im Unternehmen).

- Welche Tätigkeiten werden ausgeführt?
- Wie ist der Arbeitsplatz gestaltet (Werkzeug, Maschinen, Geräte...)?
- Wie sind die Arbeitsplatzbedingungen? (innen, außen, Homeoffice, vor Ort, leise, laut, sitzend, stehend, mit Tageslicht, ohne Tageslicht...)
- Welche körperlichen Anforderungen stellt der Arbeitsplatz? Werden bestimmte Körperteile besonders beansprucht?
- Welche Sinne werden stark beansprucht?
- Welche geistigen Fähigkeiten sind besonders gefordert (z.B. Abstraktionsfähigkeit, Konzentrationsfähigkeit...)?
- Handelt es sich um Partner-, Gruppen- bzw. Team- oder Einzelarbeit? Oder gibt es Mischformen?
- Welche sozialen Anforderungen stellt der Arbeitsplatz?
- Handelt es sich um selbstständige oder abhängige Arbeit? Inwiefern?
- Handelt es sich um Arbeit unter Zeitdruck oder um selbstbestimmte Arbeitszeit? Inwiefern?
- Wie wichtig ist Kreativität an diesem Arbeitsplatz? Begründen Sie!

Einheit 2a:

Forschungs- / Erkundungsauftrag:



- Ist die Tätigkeit eher monoton oder eher abwechslungsreich? Inwieweit?
- Welche Aufgaben/Anforderungen werden tatsächlich an Sie gestellt und können Sie diese erfüllen?
- Was ist nützlich bzw. was ist hinderlich im Umgang mit Kollegen und Kolleginnen bzw. Vorgesetzten oder Vorgesetzter?

Einheit 2b:

Megatrends des 21. Jahrhunderts



Recherchiere auf der Website des Unternehmens. Welche Megatrends werden genannt? Von welchen drei Megatrends ist das Unternehmen betroffen? Suche dir drei Megatrends aus und recherchiere dazu! Die nachfolgenden Links dienen als Hilfestellung! Beantworte anschließend die Frage: Was ist ein bedeutender Megatrend für das Unternehmen? Was sind bedeutende Megatrends für das Unternehmen?

- Urbanisierung
<https://www.urbanisierungslink1.de/>
<https://www.urbanisierungslink2.de/>
<https://www.urbanisierungslink3.de/>
- Konnektivität
<https://www.konnektivitätslink1.de/>
<https://www.konnektivitätslink2.de/>
<https://www.konnektivitätslink3.de/>
- Individualisierung
<https://www.individualisierungslink1.de/>
<https://www.individualisierungslink2.de/>
<https://www.individualisierungslink3.de/>
- Globalisierung
<https://www.globalisierungslink1.de/>
<https://www.globalisierungslink2.de/>
<https://www.globalisierungslink3.de/>
<https://www.globalisierungslink4.de/>
- Neo-Ökologie, Klima
<https://www.klimalink1.de/>
<https://www.klimalink2.de/>
<https://www.klimalink3.de/>
<https://www.klimalink4.de/>
<https://www.klimalink5.de/>
- Gesundheit
<https://www.gesundheitslink1.de/>
<https://www.gesundheitslink2.de/>

Einheit 2b: **Megatrends des 21. Jahrhunderts**



- Gender-Shift
<https://www.gender-shiftlink1.de/>
<https://www.gender-shiftlink2.de/>
<https://www.gender-shiftlink3.de/>
<https://www.gender-shiftlink4.de/>
- New Work
<https://www.new-worklink1.de/>
<https://www.new-worklink2.de/>
<https://www.new-worklink3.de/>
<https://www.new-worklink4.de/>
- Mobilität
<https://www.mobilitätslink1.de/>
<https://www.mobilitätslink2.de/>
<https://www.mobilitätslink3.de/>
- Silver Society, demografischer Wandel
<https://www.silversocietylink1.de/>
<https://www.silversocietylink2.de/>
<https://www.silversocietylink3.de/>
<https://www.silversocietylink4.de/>
- Sicherheit
<https://www.sicherheitlink1.de/>
<https://www.sicherheitlink2.de/>
<https://www.sicherheitlink3.de/>
- Digitalisierung
<http://www.digitalisierungslink1.de/>
<https://www.digitalisierungslink2.de/>
<https://www.digitalisierungslink3.de/>
<https://www.digitalisierungslink4.de/>
- künstliche Intelligenz
<https://www.künstlicheintelligenzlink1.de/>
<https://www.künstlicheintelligenzlink2.de/>
<https://www.künstlicheintelligenzlink3.de/>
<https://www.künstlicheintelligenzlink4.de/>

Einheit 2b:

Megatrends des 21. Jahrhunderts



- technischer Fortschritt, Technisierung
<https://www.technischerfortschrittlink1.de/>
<https://www.technischerfortschrittlink2.de/>
<https://www.technischerfortschrittlink3.de/>
<https://www.technischerfortschrittlink4.de/>
- Strukturwandel
<https://www.strukturwandellink1.de/>
<https://www.strukturwandellink2.de/>
<https://www.strukturwandellink3.de/>
- Nachhaltigkeit
<https://www.nachhaltigkeitslink1.de/>
- Ökonomie 4.0 (dazu gehört u.a. Digitalisierung, Konnektivität und Work-Life-Balance)
<https://www.ökonomie4.olink1.de/>
<https://www.ökonomie4.olink2.de/>
<https://www.ökonomie4.olink3.de/>