**Lehr- und Lernmaterial**

Planspiel Obstsalat: Von der Idee zum Startup

**Kurzbeschreibung**

Bei diesem Material sammeln die Schüler:innen neben theoretischen Inhalten auch erste praktische Erfahrungen. Bevor im Rahmen des Fach WINs ein eigenes Projekt durchgeführt wird, können mit dem Planspiel Obstsalat Abläufe von Produktentwicklung bis Preisbildung geübt werden.

Ziel des Planspiels ist es, als Team zu agieren und gemeinsam verschiedene Aufgabenstellungen zu lösen. Thematisch geht es dabei um erste Vorüberlegungen zu einem Produkt (Inhaltsstoffe, Kostenkalkulation etc.), um die Erstellung eines Slogans und um das Finden eines Firmennamens sowie um die Durchführung einer Produktpräsentation (Pitch) inkl. Feedback. Wenn möglich, soll anschließend an die theoretischen Inhalte die praktische Umsetzung (d. h. Verkauf und Abrechnung) erfolgen. Insgesamt bietet das Unterrichtskonzept Material für 6 bis 8 Unterrichtsstunden.

Dieses Unterrichtsszenario wurde in einer Kooperation mit dem Bundesministerium für Bildung erarbeitet. Das Unterrichtsmaterial [Marktwoche](https://wirtschaft-erleben.at/material/marktwoche/) von IFTE bot Inspiration und wurde weiterentwickelt.

***Wenn du Anregungen oder Fragen zum Material hast, freuen wir uns sehr über deine Rückmeldung an: [office@wirtschaft-erleben.at](mailto:office@wirtschaft-erleben.at). Weitere Lehr- und Lernmaterialien, die***

***wirtschaftliche Themen aus verschiedenen Perspektiven beleuchten, findest du auf wirtschaft-erleben.at.***

Inhalt

[Überblick 2](#_Toc190788188)

[Hintergrundinformationen 3](#_Toc190788189)

[Unterrichtsszenario & Material 5](#_Toc190788190)

[Lösungen 20](#_Toc190788191)

[Anhang 23](#_Toc190788192)

# Überblick

|  |  |
| --- | --- |
| Themenbereich | Entrepreneurship & Intrapreneurship Education |
| Dauer | 6-8 Unterrichtseinheiten (à 50 Minuten) |
| Keywords | Planspiel; Praxis; Slogan; Pitch; Kostenberechnung |
| Schulstufe | 7. oder 8. Schulstufe |
| Fach | Wirtschaft, Innovation und Nachhaltigkeit (WIN) |
| Fächervernetzung | Digitale Grundbildung; Technik und Design; Geographie und wirtschaftliche Bildung; Deutsch |
| Lernziele laut [Lehrplanentwurf](https://wirtschaft-erleben.at/wp-content/uploads/2025/08/WIN_LP_27052024_Versand.pdf) | *Kompetenzbereich*Ideen mit Wert entwickeln  Die Schüler:innen können …   * Risiken abschätzen und Umsätze und Kosten kalkulieren. * Methoden zur systematischen Entwicklung von Ideen für eine nachhaltige Zukunft anwenden, diese Ideen visualisieren und überprüfen.   *Kompetenzbereich*Die Person stärken  Die Schüler:innen können …   * Teams bilden und demokratisch Ziele und Arbeitsschritte zur Umsetzung eines gemeinsamen Projekts festlegen. * gemeinsam arbeitsteilig an einem Ziel arbeiten und sich gegenseitig in einem Team motivieren. |
| Weitere Lernziele | Die Schüler:innen können …   * wirtschaftliche Grundbegriffe richtig zuordnen. * Slogans und Firmennamen entwickeln. |
| Autor | Benjamin Skolik |
| Redaktion | [Philipp Ringswirth](https://www.linkedin.com/in/philipp-ringswirth-277b4a231/); [Anna Steinbauer-Holzer](https://www.linkedin.com/in/anna-steinbauer-holzer-81153725b/) |
| Kooperation | Bundesministerium für Bildung |
| Jahr | 2025 |

# Hintergrundinformationen

*In den Hintergrundinformationen wird das Thema kompakt vorgestellt, sodass sich Lehrer:innen einen inhaltlichen Überblick verschaffen können. Der Text ist nicht für den Einsatz im Unterricht konzipiert*.

**Kosten**

Beim vorliegenden Material werden abstrakte Zusammenhänge etwas vereinfacht dargestellt. Dies kann z. B. daran festgemacht werden, dass Personalkosten zwar besprochen, aber nicht beim Verkaufspreis berücksichtigt werden. In vielen österreichischen Unternehmen liegen die Personalkosten zwischen 20 % und 40 % der Gesamtkosten, können aber in personalintensiven Branchen (z. B. Dienstleistungen, Gastronomie) auch deutlich höher ausfallen. Weiters werden die Personalkosten durch die sogenannten Lohnnebenkosten (Pensionsversicherung, Krankenversicherung, Kommunalsteuer, Arbeitslosenversicherung etc.) weiter erhöht. Weitere wichtige Kostenstellen sind z. B. Miet- und Raumkosten, Werbung und Marketing, Material- und Warenkosten, Abschreibungen (Wertminderung von Anlagegütern) etc. Nach Berücksichtigung bzw. Ermittlung aller Kosten muss das Unternehmen im Anschluss daran einen passenden Verkaufspreis für Güter bzw. Dienstleistungen mit Hilfe einer Kostenkalkulation festlegen.[[1]](#footnote-2)

**Kostenkalkulation**

Unternehmen kalkulieren ihre Preise mit Hilfe unterschiedlicher Methoden. Wichtig ist dabei, eigene Kosten zu decken, aber auch wettbewerbsfähig und attraktiv für potenzielle Kund:innen zu bleiben. Zumeist bildet die eigene Kostenstruktur (Selbstkosten) die Grundlage für weitere Kalkulationen. Dazu kommt im Regelfall ein sogenannter Gewinnaufschlag (Marge), um den langfristigen Fortbestand des Unternehmens zu sichern. Diese Herangehensweise wird in der Literatur als „kostenorientierte Preisbildung“ bezeichnet und soll auch im Rahmen des Planspiels die Grundlage der Überlegungen sein. Selbstverständlich werden in diesem Zusammenhang in der Praxis auch Kund:innen befragt oder der Mehrwert des Produkts in Bezug zur Konkurrenz analysiert. Eine andere Möglichkeit besteht darin, die Konkurrenz zu beobachten und je nach Preisstrategie einen passenden Preis zu wählen. Hier kommt es vor allem auf die gewählte Marketingstrategie an. Natürlich werden Preise auch an die jeweilig vorherrschende Situation angepasst (z. B. Nachfragesituation, Region, Zeitpunkt, gesetzliche Vorgaben etc.). Meist handelt es sich bei der finalen Preiskalkulation um einen vielfältigen Mix, der zuvor beschriebenen Herangehensweisen.[[2]](#footnote-3)

**Einnahmen-Ausgaben-Rechnung**

Die Einnahmen-Ausgaben-Rechnung (kurz E/A-Rechnung) ist ein vereinfachtes System der Gewinnermittlung für Unternehmen und Selbstständige. Hierbei werden ausschließlich die tatsächlich im Kalenderjahr zugeflossenen Betriebseinnahmen und abgeflossenen Betriebsausgaben erfasst. Am Jahresende ergibt sich der Gewinn oder Verlust als Differenz zwischen allen Betriebseinnahmen und -ausgaben. Der Vorteil der E/A-Rechnung ist vor allem die einfache Handhabung und logische Nachvollziehbarkeit. Dieses System darf jedoch nicht von allen Unternehmen angewendet werden; es kommt z. B. auf die Höhe des Umsatzes an.[[3]](#footnote-4)

Der Ablauf in der Praxis gestaltet sich wie folgt:

* Erfassung: Es werden alle tatsächlichen Einnahmen und Ausgaben chronologisch aufgezeichnet, meist in einem Einnahmen-Ausgaben-Buch.
* Belege: Jeder Buchung muss ein Beleg zugeordnet werden. Die Belege sind aufzubewahren.
* Gewinnermittlung: Am Jahresende werden die Ausgaben von den Einnahmen abgezogen. Das Ergebnis ist der steuerpflichtige Gewinn oder Verlust.[[4]](#footnote-5)

Weitere Informationen zur individuellen Vertiefung finden sich in der Broschüre „[Abgaben und Steuern](https://www.wko.at/oe/steuern/einnahmen-ausgabenrechnung-broschuere.pdf)“[[5]](#footnote-6) von der WKÖ.

**Werbeslogans**

Die Sprache der Werbung ist bildhaft und kann, unter Verwendung bestimmter Begriffe, direkt oder indirekt auf das beworbene Produkt hinweisen. Dazu macht sich die Werbung die Wirkung der Stilmittel (Metapher, rhetorische Frage, Antithese, Superlative, Alliteration, Reim und Co.) zunutze, um beim Publikum verstärkt positive Gefühle zu wecken. Viele Werbeslogans werden deswegen so formuliert, dass sie leicht im Alltag wiedererkannt werden. Ein guter Slogan trägt demnach dazu bei, dass die Marke im Gedächtnis bleibt.[[6]](#footnote-7)

Folgende Stilmittel werden u.a. dabei im Rahmen des Planspiels analysiert:

* Metapher: Ein Ausdruck wird in einen neuen Kontext gestellt, um diesen eine zusätzliche Bedeutung zu geben.
* Antithese: Gegensätzliche Begriffe oder Aussagen werden gegenübergestellt, um Kontraste zu betonen und die Aufmerksamkeit zu steigern.
* Superlative: Die herausragenden Eigenschaften eines Produkts werden angesprochen.
* Alliteration: Es werden gleiche Anfangsbuchstaben bei aufeinanderfolgenden Wörtern verwendet, um einen harmonischen Klang zu erzeugen, der im Gedächtnis bleibt.[[7]](#footnote-8)

Es gibt natürlich eine Vielzahl anderer Stilmittel, die immer wieder eingesetzt werden, doch alle verfolgen das gleiche Ziel: Eine Verbindung zwischen Marke und Konsument:in aufbauen.

# Unterrichtsszenario & Material

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. Unterrichtseinheit: Vorüberlegungen und Vorbereitungen für das Planspiel | | | | |
| Zeit | **Thema** | **Ablauf** | **Material** | **Hinweise** |
| – | **Optional: Blick auf die Roadmap** | **Wo stehen wir?**  L[[8]](#footnote-9) und SuS nehmen die Roadmap zur Hand und machen sich bewusst, wo sie gerade stehen. | [Roadmap](https://wirtschaft-erleben.at/wp-content/uploads/2025/06/Roadmap-mit-Lernzielen_WIN.pdf) | **Leitfragen:**   * Wo stehen wir gerade? * Was haben wir bereits gelernt? * Welche Lernziele erwarten uns beim nächsten Thema? |
| 15-20 | **Einstieg & Problemstellung** | **Fallgeschichte bearbeiten**  L liest eine kurze Fallgeschichte vor. Danach lösen SuS die Fragen zum Text und vergleichen ihre Ergebnisse. Im Anschluss daran werden die Fragen im Plenum besprochen. | M1 – Das Schulbuffet | Um sich besser in Viviens Geschichte hineinversetzen zu können, dürfen SuS gerne auch ihre Augen schließen und eine angenehme Sitzposition einnehmen. |
| 10-15 | **Einführung Planspiel & Gruppeneinteilung** | **Analyse der Marktsituation**  SuS sehen das Angebot eines fiktiven Schulbuffets und reflektieren, ob die angebotenen Produkte gesund, preiswert, nachhaltig, schmackhaft, saisonal etc. sind. Sie überlegen zuerst für sich selbst und notieren ihre Ideen auf M2. Danach besprechen sie gemeinsam im Plenum ihre Notizen und diskutieren die Leitfragen. Sie bewerten das derzeitige Angebot beim Schulbuffet und erklären, welche Problemstellungen es in diesem Zusammenhang gibt. | [PPT](https://wirtschaft-erleben.at/wp-content/uploads/2025/09/WIN_7-8_02_Planspiel-Obstsalat.pptx) (Folie 3)  M2 – Vom Problem zur Idee | Hier soll die direkte Lebenswelt der SuS miteinbezogen werden und deren Problembewusstsein angesprochen werden. In die PPT kann auch das Buffetangebot der Schule kopiert werden.  **Leitfragen:**   * Warum ist das Schulbuffet oft teurer als die selbstgemachte Jause? * Warum werden nicht nur gesunde / saisonale / regionale Produkte verkauft? * Gibt es eine Kennzeichnung der Produkte (z. B. Herkunft, bio, saisonal)? Warum könnte die Kennzeichnung fehlen? * Wie kann das derzeitige Angebot beim Schulbuffet bewertet werden? |
| 5-10 | **Vorbereitungen für das Planspiel** | **Einleitung und Gruppeneinteilung**  L stellt mit Hilfe der Folie 4 kurz die Problemstellung vor. Anschließend werden Gruppen gebildet, da ab diesem Zeitpunkt alle Aufgaben im Team erledigt werden sollen. | PPT (Folie 4) | Die Gruppeneinteilung kann zufällig oder z. B. mit Hilfe von Kärtchen erfolgen (z. B. alle Apfelkärtchen bilden eine Gruppe etc.). Eine Gruppe sollte aus 4-5 Personen bestehen. |
| 20-25 | **Vorüberlegungen zum Planspiel** | **Zutatenliste überlegen**  SuS überlegen sich anhand der vorgegebenen Obstsorten auf M2 in Gruppen, wie ihr Obstsalat zusammengestellt sein soll (Fruchtsorten, Mengen). SuS haben ein gewisses Budget zur Verfügung, das sie möglichst sinnvoll einsetzen müssen, um die Fachjury zu überzeugen (z. B. Produktauswahl, Werbemaßnahmen etc.). Infos zu Preisen, Herkunft etc. erhalten sie über Links in M2. | M2 – Vom Problem zur Idee  PPT (Folie 5) | Im Sinne der Nachhaltigkeit kann im L-SuS Gespräch auch auf die Preisunterschiede zwischen den verschiedenen Obstsorten eingegangen werden bzw. die Schlagworte Saisonalität, Regionalität und Qualität besprochen werden.  Um sich über Angebot und Preis zu informieren, kann   1. ein Lehrausgang in den Supermarkt unternommen oder   2) die angegebenen Links (M2) verwendet werden. |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 2. Unterrichtseinheit: Kostenkalkulation | | | | |
| Zeit | **Thema** | **Ablauf** | **Material** | **Hinweise** |
| 5-10 | **Einstieg** | **Rekapitulation** Mit Hilfe einer wordcloud werden die verwendeten Obstsorten der Gruppen festgehalten. | PPT (Folie 6) | Mit Hilfe dieses Einstiegs soll ein Anknüpfungspunkt an die vorherige Einheit hergestellt werden. Dabei sehen die Lernenden, wie die Konkurrenz agiert und können ggf. noch Änderungen bei den Zutaten vornehmen.  Die Wordcloud kann z. B. über [mentimeter](https://www.mentimeter.com/de-DE/features/word-cloud) erstellt werden. |
| 35-40 | **Erarbeitung: Kostenkalkulation** | **Was darf der Obstsalat kosten?** Mit Hilfe der PPT wird durch L eine exemplarische Kostenkalkulation besprochen. Im Anschluss daran dienen den Teams Leitfragen dazu, sich Gedanken über Kosten, Portionsgröße, Preis, Gewinn etc. zu machen. | M3 – Machen wir Gewinn?  PPT (Folie 8-10) | Bei leistungsstarken Gruppen kann auch eine Änderung der Rahmenbedingungen spannend sein, z. B. Ernteausfall durch Hochwasser, daher ändert sich der Preis für die Erdbeeren  (+1 €). Diese Änderung kann während der Erarbeitung des Obstsalats kommuniziert werden. |
| 10-15 | **Abschluss-besprechung** | **L-SuS Gespräch**  Die Gruppen geben im Plenum einen kurzen Überblick über ihre Kostensituation bzw. ihre maximale Gewinnerwartung. | M3 – Machen wir Gewinn? (ausgefüllt) |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 3. Unterrichtseinheit: Präsentation nach außen | | | | |
| Zeit | **Thema** | **Ablauf** | **Material** | **Hinweise** |
| 15-25 | **Einstieg: Firmenname** | **Firmennamen benennen**  SuS finden in ihren Gruppen einen einprägsamen Firmennamen. Dabei kann auch die KI genutzt werden. | M4 – Auf  der Suche nach  dem passenden  Namen | Der Einsatz des KI-Tools kann dabei kritisch hinterfragt werden. Auch eine Zusammenarbeit mit dem Unterrichtsfach Digitale Grundbildung bietet sich an. |
| – | **Optional: Überleitung: Bekannte Werbeslogans** | **Werbeslogans benennen** SuS überlegen sich innerhalb der Gruppe, welche Werbeslogans sie kennen. Anschließend werden einige Werbeslogans an der Tafel festgehalten. |  | SuS haben kurz Zeit, sich innerhalb der Gruppe zu beraten. Dabei sollen pro Gruppe mind. 2-3 Werbeslogans notiert werden. Die Gruppe mit den meisten Beiträgen bekommt im Rahmen der Präsentation bei der Fachjury bei einer Kategorie ihrer Wahl einen Bonuspunkt. |
| 20-30 | **Erarbeitung: Analyse und Erstellung von Slogans** | **Slogans analysieren und erstellen**  In einem L-SuS Gespräch werden die 5 Slogan-Gebote erarbeitet.  Anschließend werden Best-Practice-Beispiele von Marken und Slogans aus Österreich gezeigt und exemplarisch Stilmittel erarbeitet (Folie 15-20).  Abschließend analysieren SuS, ob bei bekannten Slogans alle Gebote eingehalten wurden bzw. welches Stilmittel verwendet wurde (M5). | PPT (Folie 11-20)  M5 – Werbeslogans (Aufgabe 1) | **Leitfragen:**   * Wie soll ein Slogan aufgebaut sein? * Auf welche Faktoren sollte man achten?   L kann in diesem Zusammenhang auf weitere Stilmittel verweisen. Hier könnte fächervernetzend mit Deutsch gearbeitet werden. |
| 15-25 | **Kreativphase: Erstellung Werbeslogan** | **Werbeslogan generieren**  Nach dem Input generieren SuS eigene Werbeslogans und wählen innerhalb der Gruppe einen aus. | M5 – Werbeslogans (Aufgabe 2) | Hier kann eine Zusammenarbeit bzw. weitere Vertiefung in den Fächern Digitale Grundbildung bzw. Technik und Design angestrebt werden. |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 4.+5. Unterrichtseinheit: Pitch | | | | |
| Zeit | **Thema** | **Ablauf** | **Material** | **Hinweise** |
| 5-10 | **Einstieg: Bewertungskriterien** | **Bewertungskriterien besprechen** L bespricht mit SuS die  Bewertungskriterien für den Pitch. | PPT (Folie 22) |  |
| 15-20 | **Erarbeitung: Input** | **How to Pitch**  SuS lesen den Beitrag von Lisa-Marie Fassl und erarbeiten mithilfe dessen Kriterien für ihren Pitch. Im Plenum werden die wichtigsten Punkte zusammengefasst. | PPT (Folie 23)  [Beitrag von Lisa-Marie Fassl](https://www.redbull.com/at-de/theredbulletin/erfolgreich-einen-pitch-gewinnen) | Es bietet sich an, 1-2 Pitchs aus TV-Formaten anzusehen und in einem L-SuS Gespräch nachzubesprechen.  **Leitfragen:**   * Was muss bei einem Pitch beachtet werden? * Wie kann ich mein Publikum überzeugen? * Was muss unbedingt gesagt werden? |
| 30-40 | **Kreativphase: Vorbereitung des Pitchs** | **Pitch**  SuS schreiben ihre Sprechtexte, üben den Ablauf und bereiten ggf. einfache Plakate vor (falls sie in Werbung investiert haben, siehe M2). L steht beratend zur Seite. |  | Teams treten im Anschluss an die Vorbereitungsphase gegeneinander an, um die „Kund:innen“ zu überzeugen und um den Obstsalat-Auftrag zu ergattern. Beim Üben können auch gerne Stoppuhren (z. B. aus Bewegung und Sport) zur Verfügung gestellt werden. |
| 10-15 | **Überleitung** | **Kriterien und evtl. neuer Raum** SuS werden nochmals auf die Bewertungskriterien hingewiesen, letzte offene Fragen werden geklärt. Zudem wird die Startreihenfolge der Gruppen von L bekannt gegeben.  Findet die Präsentation vor einer Jury statt, so wird diese vorgestellt. | PPT (Folie 22) | Eine Einteilung kann hier z. B. mit dem Ziehen der Obstsortenkärtchen erfolgen (siehe 1. Einheit).  Die Pitches können entweder nur vor der Klasse oder vor einer kleinen Jury (3-5 Personen) durchgeführt werden. Dafür bietet es sich an, z. B. weitere Lehrer:innen, Schulsprecher:in, Schulleitung und die Betreiberin bzw. den Betreiber des Schulbuffets zu fragen. Es bietet sich an, für die Pitches den Raum zu wechseln, z. B. Bibliothek, Aula. |
| 20-30 | **Pitch: „2 Minuten voller Vitamine“** | **Pitch durchführen**  Jede Gruppe pitcht den eigenen Obstsalat vor der Klasse. |  | Auf Zeichen von L startet die jeweils nächste Gruppe. |
| 10-15 | **Beratungsphase bzw. Selbsteinschätzung** | **Jury- und Selbsteinschätzung**  SuS machen sich Gedanken zu ihrer eigenen Präsentation und versuchen mit Hilfe der Leitfragen zu einem Ergebnis zu kommen. L bzw. die Jury berät sich zeitgleich. | PPT (Folie 24) | **Mögliche Leitfragen**:   * Was ist besonders gut gelungen? * Wo gibt es Verbesserungspotential? * Was hebt meine Gruppe von den anderen ab? * Was ist unser Beitrag zum Thema Nachhaltigkeit? * Welche Ideen können wir von anderen übernehmen? |
| 10-15 | **Abschluss** | **Gruppenfeedback**  SuS starten mit der Beantwortung der Leitfragen in einem L-SuS Gespräch. Danach gibt die Jury ihr Ergebnis bekannt und prämiert die Siegergruppe. |  | Mit dem Siegersalat wird ein Verkaufstag durchgeführt. Optional kann das Siegerteam auch eine kleine Aufmerksamkeit erhalten (z. B. Buffetgutschein, Büchergutschein, HÜ-Gutschein etc.). |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 6. Unterrichtseinheit: Tag der Abrechnung | | | | |
| Zeit | **Thema** | **Ablauf** | **Material** | **Hinweise** |
| 10-15 | **Einstieg: Berechnung am Beispiel eines Schulfestes** | **Kosten berechnen**  SuS ordnen die Kosten den passenden Kategorien zu und erstellen in Teamarbeit eine Kostenberechnung. Danach wird das Ergebnis im Plenum besprochen. | M6 – Am Schulfest  PPT (Folie 26) | L muss dabei unterstützend einwirken und ggf. Grundbegriffe erklären. |
| 20-25 | **Erarbeitung: Kostenberechnung** | **Eigene Kosten berechnen**  SuS notieren Kosten und Erträge vom Verkaufstag und fertigen eine Kostenberechnung an. Zudem reflektieren sie die Fragen bei Aufgabe 2. Abschließend werden die Ergebnisse im Plenum besprochen. | M7 – Tag der Abrechnung | Hier könnte auch mit eigenen Originalrechungen aus dem Supermarkt bzw. Onlineshop gearbeitet werden.  Wird mit dem Siegersalat kein Verkaufstag durchgeführt, so kann M7 stattdessen nur für die Reflexionsfragen herangezogen werden. |
| 10-15 | **Was passiert mit dem Gewinn?** | **Verwendung des Gewinns?**  SuS überlegen sich, wofür ihr Gewinn verwendet werden soll. L erklärt anhand von Folie 20 die Grundsätze einer freien Wahl. | PPT (Folie 27) | An dieser Stelle muss auch erwähnt werden, dass eine Unternehmung nicht immer Gewinn abwirft und mit gewissen Risiken verbunden ist. |
| 10-15 | **Projektabschluss** | **Fingerfeedback**  SuS zeichnen ihre Hand auf ein weißes Blatt und geben ein Feedback zum Planspiel ab. | PPT (Folie 29) |  |

## M1: Das Schulbuffet

### Aufgabe: Textverständnis

**Lies** den nachfolgenden Text noch einmal durch und **beantworte** die Fragen dazu. Im Anschluss daran **vergleiche** die Ergebnisse mit der Person neben dir.



Ein Bild, das Hut, Kleidung, Menschliches Gesicht, Cartoon enthält.

KI-generierte Inhalte können fehlerhaft sein.Vivien, eine 14-jährige Schülerin, nimmt normalerweise eine gut gefüllte Jausenbox von zu Hause mit frischem Obst, einem belegten Brot mit Aufstrich und Gemüse sowie etwas Süßem mit. Einmal in der Woche kauft sie sich allerdings eine Jause beim Schulbuffet, da ihre Eltern freitags immer besonders früh zur Arbeit müssen und daher keine Zeit bleibt, eine Jause vorzubereiten.

Jeden Freitag stellt sich Vivien somit in der Warteschlange vor dem Schulbuffet an. Viele ihrer Mitschüler:innen kaufen ihre Jause dort, die Schlange ist fast jeden Tag sehr lange. Diesen Freitag beschließt Vivien, ein Schokocroissant mit Schokostreusel zu kaufen, das so schön angerichtet in der Vitrine liegt. Dazu kauft sie sich noch eine Vanillemilch und bezahlt insgesamt 4 Euro. Als sie ein paar Stunden später beim Sportunterricht plötzlich Bauchschmerzen bekommt, überlegt sie, ob ihre Jause nicht vielleicht zu süß und einseitig war. Immerhin hat sie weder Obst, noch Gemüse noch ungesüßtes Gebäck gegessen.

Vivien ärgert sich über ihre Entscheidung und beschließt, dass es eine Alternative zum Schulbuffet braucht. Die angebotenen Speisen und Getränke, wie Salamibrot, Schokocroissant und Vanillemilch, sind zu süß oder fettig. Es verwundert Vivien auch, dass der Preis recht hoch ist, wenn man bedenkt, dass die Jause keine Vitamine und nur wenig Nährwerte beinhaltet. Sie möchte deshalb ein neues Konzept entwickeln: Es soll ein Angebot geben, das gesund und leistbar ist, mit Lebensmitteln aus der Region. Das soll die Schüler:innen unterstützen, sich gesund zu ernähren.

1. Wann und warum besucht Vivien das Schulbuffet?

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Was ist Viviens Problem? Welche Punkte sind ihr in Bezug auf angebotene Speisen wichtig?

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Was denkst du: Warum bildet sich jeden Tag eine lange Schlange beim Schulbuffet?

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. **Überlege**: Wie könnte Viviens neues Konzept umgesetzt werden?

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

## M2: Vom Problem zur Idee

### Aufgabe 1: Problemstellung erkennen

**Sieh** dir das Angebot dieses Schulbuffets **an** und **überlege** anhand der Analysekriterien, wie die Produkte zu bewerten sind. **Notiere** deine Überlegungen im Textfeld.



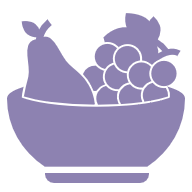
|  |
| --- |
| Ein Bild, das Symbol, Waage, Design enthält.  KI-generierte Inhalte können fehlerhaft sein. |

v

### Aufgabe 2: Produktplanung

**Stellt** euren individuellen Obstsalat **zusammen**, um damit die Fachjury zu überzeugen. **Achtet** dabei nicht nur auf den Preis, sondern auch auf die Nachhaltigkeit und die Variation der Obstsorten.





Ihr seid euch einig: Beim Schulbuffet muss sich etwas ändern! Daher habt ihr von der Direktion den Spezial-Auftrag erhalten, eine gesunde Alternative zum aktuellen Schulbuffet zu entwickeln. Euer Team soll einen gesunden und preiswerten Obstsalat kreieren, der später von einer Fachjury bewertet wird.

Insgesamt habt ihr für euer Projekt ein Budget von **20 Euro** zur Verfügung. Aber aufgepasst: Auch Werbemaßnahmen sollen damit abgedeckt werden. Im ersten Schritt müsst ihr festlegen,

* welche Obstsorten verwendet werden,
* welche Mengen benötigt werden und
* wie hoch die Kosten dafür sind.

Aktuelle Preise können entweder im Supermarkt oder im Online-Shop recherchiert werden (z. B. <https://shop.billa.at/>, <https://www.roksh.at/hofer/angebot>, <https://www.interspar.at/shop/lebensmittel/>).

**Bonus**: Falls die gewählte Obstsorte gerade Saison hat, dürft ihr beim Preis je 1 € pro Obstsorte beim Preis abziehen. Falls das Obst in diesem Monat als Lagerware aus heimischem Anbau verfügbar ist, werden 0,5 € abgezogen. **Seht** euch dazu den Saisonkalender **an**.

**Berechnung (nach Bearbeitung der Preisliste auf S. 2):**

**Werbematerialien**

**A4-Papier 1 € bzw. A3-Papier (bunt) 2 €**

**Schere + Klebstoff 1 €**

**Stift-Set 2 €**

Die Gesamtkosten für den Obstsalat betragen \_\_\_\_\_\_ €.

Ein Bild, das Cartoon, Clipart enthält.

KI-generierte Inhalte können fehlerhaft sein.Das verbleibende Budget beträgt \_\_\_\_\_\_ €. Dieses kann für Werbemaßnahmen genutzt werden. Folgende Kosten fallen dabei für die Präsentationsmaterialien an: \_\_\_\_\_\_ €.

Ein Bild, das Frucht, Apfel, Naturkost, Produkt enthält.

KI-generierte Inhalte können fehlerhaft sein.**Folgende Preise sind zu beachten:**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Obstsorte** | **Bio?** | **Gewicht in Gramm** | **Preis** | **Abzug** | **Kosten nach Abzug** |
| Apfel |  |  |  |  |  |
| Kiwi |  |  |  |  |  |
| Pfirsich |  |  |  |  |  |
| Zitrone (Saft) |  |  |  |  |  |
| Banane |  |  |  |  |  |
| Trauben |  |  |  |  |  |
| Erdbeere |  |  |  |  |  |
| Birne |  |  |  |  |  |
| Marille |  |  |  |  |  |
| Zwetschke |  |  |  |  |  |
| Himbeeren |  |  |  |  |  |
| Wassermelone |  |  |  |  |  |
| **GESAMT:** |  |  |  |  |  |

*Hinweis: Um mit dem Slogan „****Bio-Obstsalat****“ werben zu dürfen, müssen mind. zwei   
Obstsorten aus biologischem Anbau stammen. Achtung: „Bio“ kostet meist etwas mehr!*

### Saisonkalender[[9]](#footnote-10)

Beim Obst bietet gibt es besonders im Sommer und Herbst eine große Sortenvielfalt. Im Winter sieht es bei uns dagegen auf den ersten Blick eher wenig abwechslungsreich aus. Genauere Infos dazu könnt ihr aus dem Saisonkalender entnehmen.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Saisonkalender | | | | | | | | | | | | |
| Obstsorte | **Jan.** | **Feb.** | **Mär.** | **Apr.** | **Mai.** | **Jun.** | **Jul.** | **Aug.** | **Sep.** | **Okt.** | **Nov.** | **Dez.** |
| Apfel |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Kiwi | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Pfirsich | - | - | - | - |  |  |  |  |  | - | - | - |
| Zitrone (Saft) | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Banane | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Trauben | - | - | - | - | - | - | - |  |  |  |  | - |
| Erdbeere | - | - | - | - |  |  |  | - | - | - | - | - |
| Birne |  | - | - | - | - | - | - |  |  |  |  |  |
| Marille | - | - | - | - | - | - |  |  | - | - | - | - |
| Zwetschke | - | - | - | - | - | - |  |  |  |  | - | - |
| Himbeeren | - | - | - | - | - |  |  |  | - | - | - | - |
| Wassermelone | - | - | - | - | - | - | - |  |  | - | - | - |

Legende:

|  |  |
| --- | --- |
| - | Das Obst ist in diesem Monat nicht regional-saisonal verfügbar. |
|  | Das Obst ist in diesem Monat frisch aus heimischem Anbau verfügbar. |
|  | Das Obst ist in diesem Monat als Lagerware aus heimischem Anbau verfügbar. |

## M3: Machen wir Gewinn?

Ein Bild, das Cartoon, Darstellung, Clipart enthält.

KI-generierte Inhalte können fehlerhaft sein.

### Aufgabe: Berechnung der Kosten

**Analysiert** in euren Gruppen mit Hilfe der einzelnen Aufgabenstellungen, ob euer Obstsalat gewinnbringend ist, und **legt** gemeinsam den Verkaufspreis **fest**.



Eine Portion Obstsalat soll ca. 200 Gramm haben. Wie viele Portionen können mit dem gekauften Obst hergestellt werden? **Nehmt** eure Notizen von M2 zur Hand und **befüllt** die folgende Tabelle. **Achtet** auf den exakten Endpreis je Obstsorte und **rechnet** auf zwei Kommastellen genau.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Gewicht des gesamten Obstsalats | Gesamtanzahl Portionen | Gesamtkosten  (nach Abzug) | Kosten pro Portion |
|  |  |  |  |

Anhand der Tabelle zeigt sich, dass euch das Obst insgesamt \_\_\_\_\_\_ € kostet. Welche weiteren Kosten sind zu bedenken? **Befüllt** dazu die nächste Tabelle.

|  |  |
| --- | --- |
| Berechnung |  |
| Herstellungskosten (= Obst) | \_\_\_\_\_\_\_\_ € |
| Gemeinkosten (z. B. Werbemaßnahmen, Lagerkosten) | \_\_\_\_\_\_\_\_ € |
| Selbstkosten (= Herstellungskosten + Gemeinkosten) | \_\_\_\_\_\_\_\_ € |
| Selbstkosten pro Portion | **\_\_\_\_\_\_\_\_ €** |

Wie hoch soll euer Verkaufspreis pro Portion sein? Um welches Geld könnt bzw. wollt ihr den Obstsalat verkaufen? **Legt** einen Preis **fest**. Wichtig: Die Selbstkosten pro Portion sind die Preisuntergrenze. Wenn ihr weniger verlangt, macht ihr bestimmt Verlust.

|  |  |
| --- | --- |
| Verkaufspreis |  |
| Selbstkosten pro Portion | \_\_\_\_\_\_\_\_ € |
| Ausgewählter Verkaufspreis | **\_\_\_\_\_\_\_\_ €** |
| Gewinn pro Portion | \_\_\_\_\_\_\_\_ € |
| Gewinn, wenn alle Portionen verkauft werden | \_\_\_\_\_\_\_\_ € x \_\_\_\_\_ Portionen = **\_\_\_\_\_\_\_\_** **€** |

**Zusatzfrage**: Was soll mit nicht verkauften Portionen bzw. übrig gebliebenem Obst passieren?

## M4: Auf der Suche nach dem passenden Namen

### Aufgabe: Findet euren Firmennamen

**Notiert** in eurer Gruppepassende Schlagwörter, die zu eurem Produkt passen, und **findet** im Anschluss euren Firmennamen. Dazu könnt ihr euch auch von der KI helfen lassen. **Einigt** euch zunächst auf die Top 3 Ergebnisse und im Anschluss daran auf euren neuen Firmennamen.

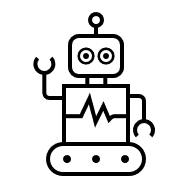


|  |  |
| --- | --- |
| Schlagwörter | |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

Verwende mich!

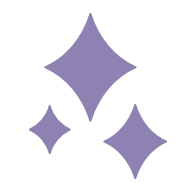
KI-Firmennamen-Generator

<https://encr.pw/wAYrF>



|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Top 3 Firmennamen | | |
|  |  |  |

**Unser neuer Firmenname lautet:**

****

## M5: Werbeslogans

### Aufgabe 1: Slogans zuordnen

**Ordnet** in eurer Gruppeden verschiedenen Werbeslogans das jeweils richtige Stilmittel **zu** und **überprüft** ob alle Gebote eingehalten wurden, indem ihr die Kästchen ankreuzt bzw. befüllt.



|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Slogan** | **Gebote** | | | | | **Stilmittel** |
|  | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** |  |
| Willst du viel, spül mit Priel. |  |  |  |  |  |  |
| Actimel aktiviert Abwehrkräfte. |  |  |  |  |  |  |
| Gut. Besser. Gösser. |  |  |  |  |  |  |
| Für kleine Hunde mit großen Ansprüchen. |  |  |  |  |  |  |
| Wohnst du noch oder lebst du schon? |  |  |  |  |  |  |
| Red Bull verleiht Flüüügel. |  |  |  |  |  |  |

**Stilmittel:** Metapher, rhetorische Frage, Antithese, Superlative (steigerndes Triple), Alliteration, Reim

### Aufgabe 2: Unser eigener Slogan

1. **(Er-)Findet** eigene Werbeslogans mit unterschiedlichen Stilmitteln.
2. **Wählt** aufdemokratische Art und Weise euren Lieblingsslogan innerhalb der Gruppe **aus**.
3. **Überprüft**, ob dieser allen Geboten entspricht. Welches Stilmittel könnte dem Slogan zugeordnet werden?



Werbeslogan

Werbeslogan

Werbeslogan

**Unser gewählter Werbeslogan lautet:**

## M6: Am Schulfest

### Aufgabe: Ermittelt den Gewinn

Im Rahmen des Schulfestes müssen alle Aufwendungen (= Ausgaben) bezahlt werden. Es werden aber auch Erträge (= Einnahmen) generiert. **Ordnet** die Ausgaben der passenden Zeile **zu** und **ermittelt**, ob das Schulfest ein finanzieller Erfolg war.



|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Aufwendungen | Betrag in € | Erträge | Betrag in € |
| Wareneinsatz (z. B. Fleisch) |  | Umsatz |  |
| Werbekosten |  |  |  |
| Personalkosten |  |  |  |
| Miete Kühlgeräte |  |  |  |
| Gewinn |  | Verlust |  |
| Summe |  | **Summe** |  |

***Begründet, warum das Schulfest aus eurer Sicht ein finanzieller Erfolg war:***

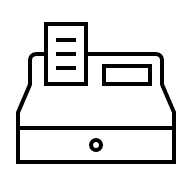
Ein Bild, das Text, Screenshot, Quittung, Muster enthält.

KI-generierte Inhalte können fehlerhaft sein.Ein Bild, das Text, Screenshot, Schrift, Dokument enthält.

Automatisch generierte BeschreibungEin Bild, das Text, Software, Multimedia, Betriebssystem enthält.

Automatisch generierte BeschreibungEin Bild, das Text, Screenshot, mobiles Gerät, Kommunikationsgerät enthält.

Automatisch generierte Beschreibung***Hinweise:*** *Ordnet zuerst alle Ausgaben einer Kategorie zu und schreibt im Anschluss daran den passenden Betrag in die jeweilige Zeile. Achtung: Auf der linken und der rechten Seite muss am Ende der gleiche Betrag in der Summenzeile stehen. Der Kassastand vor dem Fest betrug 0,00€. Außerdem wurden vom Elternverein insgesamt rund 80 Stunden freiwillige Arbeit geleistet.*



Kassastand nach dem Fest: **4.539,00€**

## M7: Tag der Abrechnung



### Aufgabe 1: Erfolgsgeschichte oder Pleitegeier?

Im Rahmen der Obstsalatherstellung müssen alle Aufwendungen (=Ausgaben) bezahlt werden. Es werden aber auch Erträge (Einnahmen) generiert. **Ordnet** die Ausgaben und Einnahmen der passenden Zeile **zu** und **ermittelt**, ob die Obstsalatproduktion ein finanzieller Erfolg war.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Aufwendungen | Betrag in € | Erträge | Betrag in € |
| Wareneinsatz |  | Umsatz |  |
| Werbekosten |  |  |  |
| Personalkosten |  |  |  |
| weitere Ausgaben |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| Gewinn |  | Verlust |  |
| Summe |  | **Summe** |  |

***Hinweise:*** *Ordnet zuerst alle Ausgaben einer Kategorie zu und schreibt im Anschluss daran den passenden Betrag in die jeweilige Zeile. Achtung: Auf der linken und der rechten Seite muss am Ende der gleiche Betrag in der Summenzeile stehen. Eventuelles Wechselgeld sollte zur Vereinfachung vorher der Lehrperson zurückgegeben werden. In den leeren Zeilen könnt ihr weitere Ergänzungen vornehmen.*



### Aufgabe 2: Reflexion in der Gruppe

1. **Begründet**, warum eure Obstsalatmanufaktur als finanzieller Erfolg/Misserfolg bezeichnet werden kann.
2. **Erörtert**, in welchen Bereichen Veränderungen vorgenommen werden könnten: Was hat gut funktioniert? Wo gibt es Verbesserungsmöglichkeiten?
3. **Reflektiert**, welche Kosten im realen Wirtschaftsleben noch angefallen wären.

**Erfolg/Misserfolg:**

**Verbesserungsmöglichkeiten:**

Ein Bild, das Zeichnung, Cartoon, Darstellung, Entwurf enthält.

KI-generierte Inhalte können fehlerhaft sein.

**Weitere Kosten im realen Wirtschaftsleben:**

# Lösungen

## M1: Das Schulbuffet

individuelle Lösung; Beispiellösungen:

1. **Wann und warum besucht Vivien das Schulbuffet?**

Vivien besucht das Schulbuffet immer am Freitag, da an diesem Tag zu Hause zu wenig Zeit bleibt, um die Jause vorzubereiten.

1. **Was ist Viviens Problem? Welche Punkte sind ihr in Bezug auf angebotene Speisen wichtig?**

Vivien ist es wichtig, dass die angebotenen Speisen gesund und leistbar sind. Sie sollten zudem aus der Region kommen und ausreichend Vitamine und Nährwerte enthalten.

1. **Was denkst du: Warum bildet sich jeden Tag eine lange Schlange beim Schulbuffet?**

Es ist nicht selbstverständlich, dass Familien gemeinsam eine gesunde und frische Jause für den nächsten Arbeitstag zubereiten. In vielen Fällen fehlt dazu z. B. die nötige Zeit.

1. **Überlege: Wie könnte Viviens neues Konzept umgesetzt werden?**

Das Speisenangebot könnte überarbeitet werden und alle Schüler:innen können dabei eingebunden werden. Es könnte z. B. eine Umfrage in der Schule geben oder einen Wettbewerb, bei dem verschiedene Ideen vorgestellt werden.

## PPT (Folie 3): Marktanalyse Nachbesprechung

individuelle Lösung; Beispiellösungen:

* **Warum ist das Schulbuffet oft teurer als die selbstgemachte Jause?**

Die Buffetbetreiber:innen müssen all ihre Kosten abdecken und wollen natürlich auch etwas verdienen. Folgende Punkte können dabei mit den Lernenden besprochen werden: Lohnkosten, Miete, Energie, Wasser, Rohstoffe, Gewinn, Abfallentsorgung etc.

* **Warum werden nicht nur gesunde / saisonale / regionale Produkte verkauft?**

Die Buffetbetreiber:innen wollen möglichst allen Kund:innen gerecht werden und versuchen daher, alle Geschmäcker zu treffen. Natürlich kommen Produkte ins Sortiment, die sich gut verkaufen; die Nachfrage hat also direkten Einfluss auf das Angebot. Eine häufige Änderung des Sortiments wird von Kund:innen nicht immer positiv aufgenommen und ist zudem mit Kosten für die Betreiber:innen verbunden: Es braucht z. B. neue Preislisten und Kostenkalkulationen etc.. Auch der technische Fortschritt begünstigt das Verkaufen von nicht saisonalen Produkten (z. B. beheizte Glashäuser, längere Haltbarkeit).

* **Gibt es eine Kennzeichnung der Produkte (z. B. Herkunft, bio, saisonal)?**  **Warum könnte die Kennzeichnung fehlen?**

Oftmals werden Produkte im Großmarkt gekauft. Da die Betreiber:innen zumeist ihren Gewinn maximieren wollen, wird in erster Linie vor allem auf den Preis der Produkte geachtet. In letzter Zeit werden aber auch andere Themen wichtig und manche Anbieter:innen geben sehr wohl an, wo die Produkte gekauft werden bzw. ob es sich um Bio-Produkte handelt, obwohl dies mehr Zeit bei der Vorbereitung in Anspruch nimmt und daher Mehrkosten für die Anbieter:innen bedeutet.

## M2: Zutatenliste

individuelle Lösung; Beispiellösung:

**Berechnung (nach Bearbeitung der Preisliste auf S. 2):**

Die Gesamtkosten für den Obstsalat betragen **14,69 €.** Das verbleibende Budget beträgt **5,31 €.** Dieses kann für Werbemaßnahmen genutzt werden. Folgende Kosten fallen dabei für die Präsentationsmaterialien an: **5 €** (= A3-Papier, Schere + Klebstoff, Stifte).

**Folgende Preise sind zu beachten[[10]](#footnote-11):**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Obstsorte** | **Bio?** | **Gewicht in Gramm** | **Preis** | **Abzug** | **Kosten nach Abzug** |
| Apfel |  | 1 050 g | 3,14 € | -1 € | 2,14 € |
| Pfirsich | Ja | 500 g | 2,99 € | -1 € | 1,99 € |
| Banane |  | 1 000 g | 1,79 € | - | 1,79 € |
| Birne |  | 1 000 g | 2,79 € | -1 € | 1,79 € |
| Himbeeren | Ja | 250 g | 6,98 € | - | 6,98 € |
| **GESAMT:** | 2 | 3 800 g |  |  | 14,69 € |

2 Obstsorten = Bio-Obstsalat

## M3: Machen wir Gewinn?

individuelle Lösung; Beispiellösung:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Gewicht des gesamten Obstsalats | Gesamtanzahl Portionen | Gesamtkosten  (nach Abzug) | Kosten pro Portion |
| 3 800 g | 19 | 14,69 | 0,77 € |

Anhand der Tabelle zeigt sich, dass euch das Obst insgesamt **14,69 €** kostet.

|  |  |
| --- | --- |
| Berechnung |  |
| Herstellungskosten (= Obst) | 14,69 € |
| Gemeinkosten (z. B. Werbemaßnahmen, Lagerkosten) | 5 € |
| Selbstkosten (= Herstellungskosten + Gemeinkosten) | 19,69 € |
| Selbstkosten pro Portion | **1,04 €** |

|  |  |
| --- | --- |
| Verkaufspreis |  |
| Selbstkosten pro Portion | 1,04 € |
| Ausgewählter Verkaufspreis | **2,10 €** |
| Gewinn pro Portion | 1,06 € |
| Gewinn, wenn alle Portionen verkauft werden | 1,06 € x 19 Portionen = **20,14** **€** |

## M4: Auf der Suche nach dem passenden Namen

individuelle Lösung

## M5: Werbeslogans

**Aufgabe 1:**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Slogan** | **Gebote** | | | | | **Stilmittel** |
|  | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** |  |
| Willst du viel, spül mit Priel. |  |  |  |  |  | Reim |
| Actimel aktiviert Abwehrkräfte |  |  |  |  |  | Alliteration |
| Gut. Besser. Gösser. |  |  |  |  |  | Superlative (steigerndes Triple) |
| Für kleine Hunde mit großen Ansprüchen |  |  |  |  |  | Antithese |
| Wohnst du noch oder lebst du schon? |  |  |  |  |  | rhetorische Frage |
| Red Bull verleiht Flüüügel |  |  |  |  |  | Metapher |

**Stilmittel:** ~~Metapher, rhetorische Frage, Antithese, Superlative (steigerndes Triple), Alliteration, Reim~~

**Aufgabe 2:**

individuelle Lösung

## M6: Am Schulfest

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Aufwendungen | Betrag in € | Erträge | Betrag in € |
| Wareneinsatz (z. B. Fleisch) | 515,00 | Umsatz | 4539,00 |
| Werbekosten | 249,00 |  |  |
| Personalkosten | 0,00 |  |  |
| Miete Kühlgeräte | 710,00 |  |  |
| Gewinn | 3065,00 | Verlust | - |
| Summe | **4539,00** | **Summe** | **4539,00** |

## M7: Tag der Abrechnung

**Aufgabe 1:** individuelle Lösung

**Aufgabe 2:** individuelle Lösung

Weitere Kosten im realen Wirtschaftsleben, z. B.: Mietkosten für Verkaufsstand, Verpackungsmaterial, Personalkosten (Gehälter), Energiekosten (Strom, Gas etc.), Müllentsorgung, Marketingkosten und Verwaltungskosten, Wasser, Werkzeug (z. B. Messer) etc.

# Anhang

## Bilder

Alle Bilder sowie andere Medien (z. B. Videos) sind aus der Lizenz ausgenommen. Wenn nicht anders

angegeben, handelt es sich um eigene Darstellungen.

18, Rechnungen, Bettina Fuhrmann, Refika Nur Akpinar, Tatjana Degasperi, Manuela Leite, Melek Zejnoski-Utku / Institut für Wirtschaftspädagogik

**Impressum**

**STIFTUNG FÜR**   
**WIRTSCHAFTSBILDUNG**

c/o Impact Hub Vienna  
Lindengasse 56/18-19  
1070 Wien

E-Mail: [office@wirtschaft-erleben.at](mailto:office@wirtschaft-erleben.at)

**CC BY NC SA**

**[Ein Bild, das Schrift, Symbol, Grafiken, Screenshot enthält.

Automatisch generierte Beschreibung](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.de)**

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.de>  
**Auf individuelle Anfrage (z. B. von Verlagen) können auch andere Lizenzbedingungen vereinbart werden.**

Bei einer Weiterverwendung sollen folgende Angaben gemacht werden:

Stiftung Wirtschaftsbildung (2025) [Planspiel Obstsalat: Von der Idee zum Startup](https://wirtschaft-erleben.at/material/planspiel-obstsalat-von-der-idee-zum-startup/). CC BY NC SA 4.0.

1. Hofmann I. (2022) Kostenrechnung. [↑](#footnote-ref-2)
2. Qualtrics.com (2025) Preisbildung – Definition und Methoden. <https://www.qualtrics.com/de/erlebnismanagement/marktforschung/preisbildung/> . Zugegriffen am 02.05.2025. [↑](#footnote-ref-3)
3. WKO.at (2025) Die Einnahmen-Ausgaben-Rechnung. <https://www.wko.at/steuern/einnahmen-ausgaben-rechnung>. Zugegriffen am 02.05.2025. [↑](#footnote-ref-4)
4. ebd. [↑](#footnote-ref-5)
5. WKO.at (2025) Abgaben und Steuern: Einnahmen-Ausgaben-Rechnung. <https://www.wko.at/oe/steuern/einnahmen-ausgabenrechnung-broschuere.pdf>. Zugegriffen am 30.07.2025. [↑](#footnote-ref-6)
6. Kathrinlandsdorfer.com (2025) <https://kathrinlandsdorfer.com/stilmittel-in-der-werbung-wirkung-verstehen/>. Zugegriffen am 02.05.2025. [↑](#footnote-ref-7)
7. ebd. [↑](#footnote-ref-8)
8. Verwendete Abkürzungen in der Planungsmatrix: M = Material; SuS = Schülerinnen und Schüler; L = Lehrperson; PPT = Powerpoint-Präsentation [↑](#footnote-ref-9)
9. Dirk Manthey (2025) Saisonkalender Obst & Nüsse. <https://eatsmarter.de/ernaehrung/gesunde-lebensmittel/saisonkalender>. Zugegriffen am 12.12.2024. (eigene Darstellung) [↑](#footnote-ref-10)
10. Die Preise wurden im September 2025 von der [Spar](https://www.interspar.at/shop/lebensmittel/)-Website entnommen. [↑](#footnote-ref-11)