

ARBEITSBLATT 1.1 EINZELHANDEL

Die ursprüngliche Aufgabe des Einzelhandels war die Deckung des Bedarfs der Bevölkerung an Lebensmitteln und Gebrauchsgütern. Die Händler mussten nur Waren vorhalten und verkaufen. Heute geht der Einzelhandel weit über diese Funktion hinaus und arbeitet stark mit Emotionen und Erlebnissen. Ein Status, der über Markenartikel transportiert wird spielt genauso eine Rolle wie die Bedienung von Nischen oder Spezialitäten.

Städte werden in Unter-, Mittel- und Oberzentren unterteilt. In den Städten unterscheidet man Lagen nach Innenstadt, grüner Wiese (Fachbegriff für Einzelhandelsansiedlungen außerhalb der Innenstadt), Einkaufszentren, Stadtteilzentren oder reinen Nah-

versorgungslagen. Innerhalb größerer Innenstädte unterscheidet man nach Haupt- (1-a) und Nebenlagen (1-b, 1-c, usw.). Nicht jede Betriebsform findet sich überall. So siedeln sich die meisten Spezialisten in den Nebenlagen von Oberzentren, die meisten Filialisten in den 1-a-Lagen der Oberzentren an. Fachmärkte findet man fast nur auf der grünen Wiese. Die Art der Zusammensetzung der Filialisten in einer Stadt gibt Aufschluss über die Attraktivität dieses Standorts für den Handel. Das liegt an den Kriterien, die einige Filialisten für eine Ansiedlung stellen. Dabei handelt es sich um Kriterien wie eine Mindestzahl an Passanten, die Größe des Einzugsgebiets, die Kaufkraft in der Region oder auch Parkplätze in der Nähe.

Art des Bedarfs	Betriebsform	Organisationsform	Sortimentsstruktur
kurzfristiger Bedarf <i>Bäckerei</i>	Onlinehandel <i>Zalando</i>	Einzelbetrieb (meist inhabergeführt) <i>Optiker Müller</i>	Supermarkt, SB-Warenhaus, Discounter <i>Edeka, Kaufland, Lidl, ...</i>
mittelfristiger Bedarf <i>Modegeschäft</i>	cross channel <i>Hornbach Baumarkt</i>	Franchisebetrieb <i>Benetton</i>	Kaufhaus <i>Galeria Kaufhof</i>
langfristiger Bedarf <i>Möbelkaufhaus</i>	stationärer Handel <i>Cult Et Co (Jeansladen) in Innenstadt</i>	Filialist <i>H+M</i>	mono Label <i>S.Oliver</i>
			Fachgeschäft, Fachmarkt <i>Wäscheladen, Media Markt</i>
			Spezialist <i>Antiquariat</i>

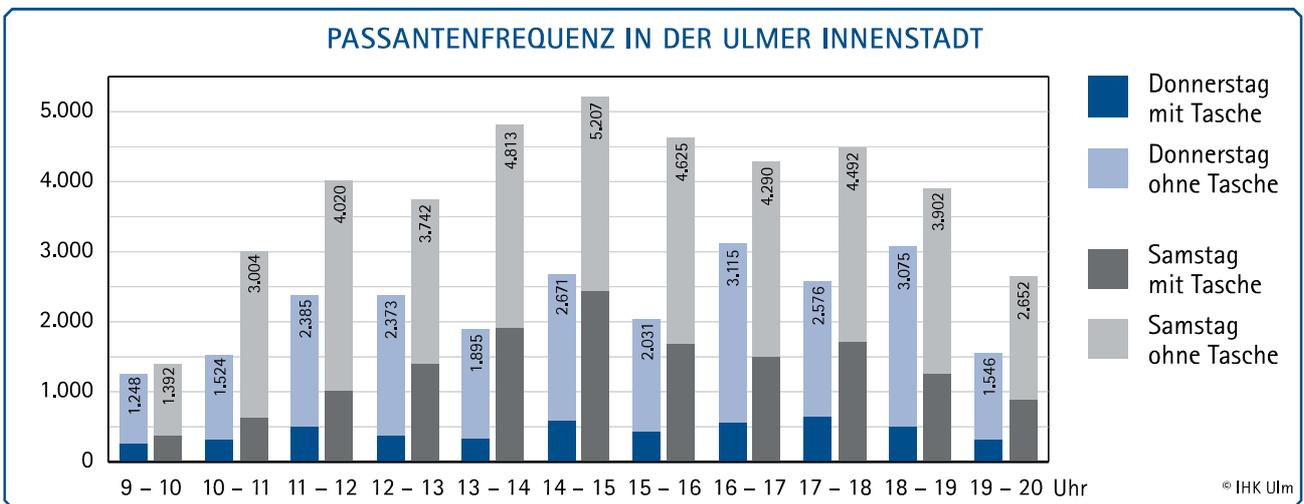
Mustertabelle: Unterscheidungskriterien im Einzelhandel (Beispiele in kursiv)

ARBEITSBLATT 1.2

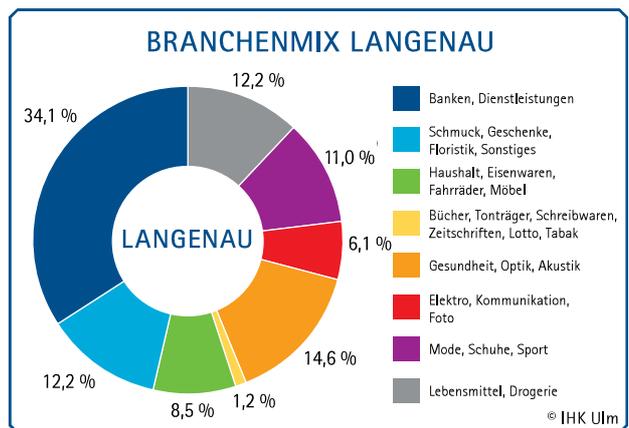
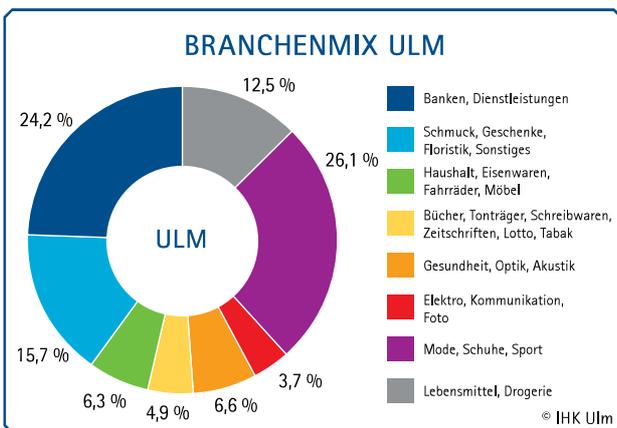
EINZELHANDEL

Am Beispiel der Passanten-Frequenzen in der Ulmer Innenstadt sieht man, dass am Samstag (grau) im Vergleich zum Donnerstag (blau) wesentlich mehr Besucher in die Innenstadt kommen. Die höchsten Frequenzen sind nach 13 Uhr, wenn die Geschäfte in den benachbarten Unter- und Mittelzentren schließen. Das ist ein klarer Hinweis für die Bedeutung Ulms als Einkaufsstandort für das Umland.

Vergleicht man die Branchenzusammensetzung der Innenstädte eines Oberzentrums mit der eines Unterzentrums, fallen deutliche Unterschiede auf (in unserem Beispiel Ulm und Langenau).



Passantenfrequenz in der Ulmer Innenstadt



Arbeitsaufträge

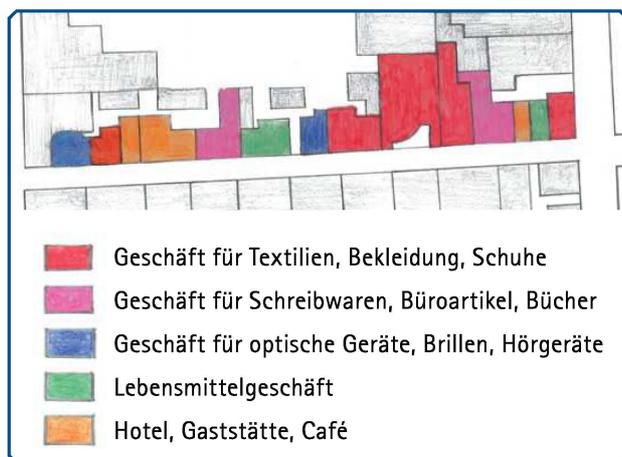
1. Bestimme den Filialisierungsgrad einer Geschäftsstraße in eurem Ort (nach Anzahl der Betriebe).
2. Erstelle eine Tabelle (1.1) für die Betriebe der Straße. Unterscheide die Mischung nach Sortimentsstruktur und Branchen (kurz-, mittel- und langfristiger Bedarf und Dienstleistungen). Beschreibe zwei unterschiedliche Betriebe sowie deren Alleinstellungsmerkmale. Wie sieht ihr typischer Kunde aus?
3. Vergleiche den Branchenmix zwischen den Städten Ulm und Langenau.

ARBEITSBLATT 2

STANDORTANALYSE FÜR DEN EINZELHANDEL

Gruppe 1: Nutzungskartierung einer Geschäftsstraße

Am Beispiel einer belebten Geschäftsstraße werdet ihr die Gebäudenutzung kartieren. Dazu solltet ihr euch zunächst einen einfachen Lageplan der Straße besorgen, der die Gebäudegrundrisse wiedergibt. Anschließend kartiert ihr bei einem Rundgang durch die Straße die Nutzung der Gebäude. Berücksichtigt dabei nur das Erdgeschoss. Die unterschiedlichen Nutzungen werden in der Kartenlegende farblich zu Gruppen zusammengefasst. Zusätzlich könnt ihr auch die jeweiligen Gebäude fotografieren. Damit kann die Kartierung als Fotostrecke gestaltet werden.



Nutzungskartierung

Gruppe 2: Einzugsgebiet der Kunden

Erfasst und analysiert den Einzugsbereich der Kunden. Das könnt ihr sehr einfach tun, indem ihr die Autokennzeichen auf einem Parkplatz in der Nähe der Straße erfasst. In Ulm bieten sich hierzu die Parkhäuser rund um die Innenstadt an.

Gruppe 3: Frequenzerfassung

Dazu bildet man an einer stark frequentierten Stelle eine gedachte Linie. Gezählt werden alle Personen (inkl. Kinderwagen, Kleinkinder etc.), die diese Linie queren – egal in welche Richtungen – nicht gezählt werden fahrende Radfahrer. Das Zählergebnis fasst man stundenweise zusammen (auch kürzere Intervalle sind möglich). Wetter, Temperatur und Sonder-situationen wie Demonstrationen sollten auf dem Erfassungsbogen notiert werden. Gute Zähl-tage sind Dienstag oder Donnerstag, da diese nahe an der Wo-chendurchschnittsfrequenz liegen und der Samstag. Als Jahreszeit empfehlen sich später Frühling oder früher Herbst (nicht in den Ferien), da diese Zeiten nahe an den Jahresdurchschnittsfrequenzen liegen.



Beispiele der Nutzung



Beispiele der Nutzung

Arbeitsaufträge

1. Teilt euch in drei Gruppen auf. Führt die oben beschriebenen Aufgaben durch und tauscht euch hinterher über eure Ergebnisse aus.
2. Erörtert anhand eurer Ergebnisse, inwiefern sich die Straße in Ulm als Standort für den Einzelhandel eignet.

ARBEITSBLATT 3

DER WEG ZUM EIGENEN UNTERNEHMEN

Viele Erwerbstätige in Deutschland sichern ihre Existenz durch eine selbstständige Tätigkeit. Dazu gehören Handwerksmeister und Einzelhändler, aber auch Ärzte, Steuerberater, Künstler, Gastronomen und Landwirte ... Die Gründungsintensität in der Region Ulm stagniert zwar seit 2011, die Zahl der Betriebe steigt allerdings trotz abnehmender Gewerbeanmeldungen weiter an. Dies liegt daran, dass weniger Gewerbeanmeldungen als -anmeldungen erfolgen. Die Beständigkeit folgt einem positiven Trend. Dabei stellt der Handel die größte Gruppe. Rund jeder vierte Betrieb wird im Einzel-, Groß- oder Kfz-Handel gegründet. Die dominierende Teilbranche ist der Einzelhandel.

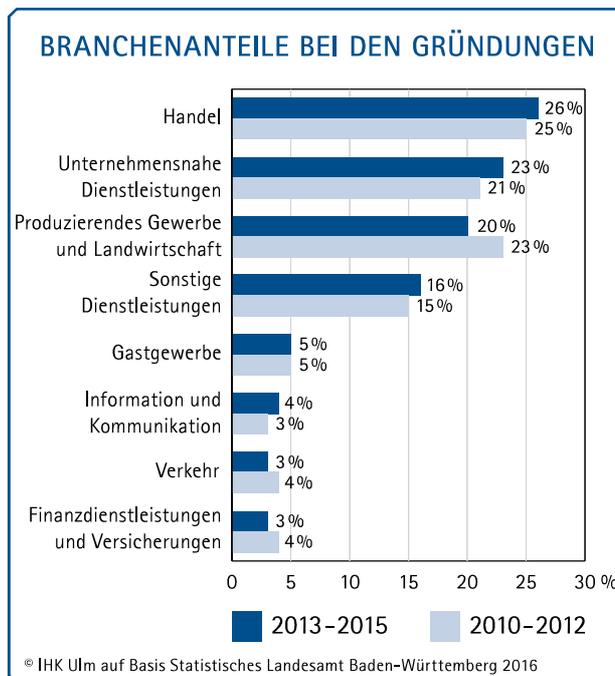
Selbstständige müssen über das notwendige Wissen verfügen, das sie für die Ausführung ihrer Tätigkeit benötigen. Dazu gehören zumeist fundierte kaufmännische Grundkenntnisse. Denn sie erzeugen Güter oder erbringen Dienstleistungen und bieten sie auf dem regionalen, nationalen oder auch globalen Markt an. Die Unternehmer tragen dabei die Verantwortung für sich und für ihre Familien, aber auch für ihre Mitarbeiter.

Die IHK unterstützt und berät Personen, die den Schritt in die Selbstständigkeit wagen wollen. Im Rahmen einer Befragung der IHK Ulm wurde ermittelt, wie hilfreich die Beratungs- und Informationsangebote des StarterCenters IHK Ulm in der Gründungsphase sind. 87,7 Prozent der Befragten bewerteten das Angebot mit „sehr hilfreich“ bzw. „hilfreich“. Dies zeigt, dass sich das StarterCenter der IHK Ulm für alle Gründungsfragen in der Region bewährt hat.

Das StarterCenter unterstützt auch Schüler bei Projekten wie der Businessplanerstellung, bei Schülerseminaren und dem Unternehmensführerschein.

Arbeitsaufträge

1. Hast du eine Geschäftsidee? Diskutiert die unterschiedlichen Ideen in der Klasse. Welche Berufswahl bietet sich an, damit du deine Idee umsetzen kannst?
2. Erörtere Chancen und Risiken der Verwirklichung einer Geschäftsidee.



*Branchenanteile Gründungen.
Vergleich 2013-2015 und 2010-2012*

Es entwickelt Leitfäden und bietet Beratungen für Lehrer und Schüler an, um diese bei der Verwirklichung von Ideen sowie bei der Klärung von rechtlichen, steuerlichen und wirtschaftlichen Fragen zu unterstützen.

Das StarterCenter hilft bei der Gründung einer Schülerfirma: einer „Virtuellen Schülerfirma“ (Konzepterstellung, Planung, Vernetzung mit anderen virtuellen Firmen) oder einer „Realen Schülerfirma“ (Finanzierung, Rechtsformen, Haftung, Versicherung).

LINKTIPP

StarterCenter der IHK Ulm:
[www.ulm.ihk24.de/
Existenzgruendung](http://www.ulm.ihk24.de/Existenzgruendung)



ARBEITSBLATT 4

ABLAUF EINER UNTERNEHMENSGRÜNDUNG

Wer sich selbstständig machen möchte, geht ein unternehmerisches Risiko ein, kann aber auch viel gewinnen. Am Anfang steht immer eine Geschäftsidee. Das allein reicht jedoch nicht, denn das Produkt muss sich auch verkaufen lassen. Zunächst sollte man die Geschäftsidee theoretisch ausarbeiten und prüfen, bevor man ins reale Risiko geht. Dafür wird ein Businessplan erstellt. Dort plant man den Kapitalbedarf für das Unternehmen, welche Perspektiven das Produkt am Markt zu erwarten hat und wie hoch Umsatz und Gewinn unter den getroffenen Annahmen wären. Mit dieser Planung fällt es leichter, die Entscheidung einer Gründung zu treffen. Wer für sein Projekt einen Bankkredit oder Zuschüsse aus staatlichen Förderprogrammen beantragen möchte, benötigt dafür auch den Businessplan.

Marketing nimmt einen wichtigen Stellenwert in der Planung ein. Bevor ein Produkt am Markt eingeführt werden kann, muss ermittelt werden, ob Wettbewerber vergleichbare Produkte anbieten. Eine Marktanalyse ermittelt, ob die Idee für viele Menschen einen Nutzen hat und ob sie dazu bereit sind, für diesen Nutzen auch zu bezahlen – und welchen Preis. Bei der Finanzplanung ist zu prüfen, wie viel Kapital benötigt wird, um das Produkt anbieten zu können. Dabei muss geklärt werden, wie weit eigene Ersparnisse reichen und wie viel Geld zusätzlich benötigt wird und gegebenenfalls über Kredite aufgenommen werden muss. Häufig sind auch Betriebsräume nötig und Maschinen und/oder Werkzeuge.

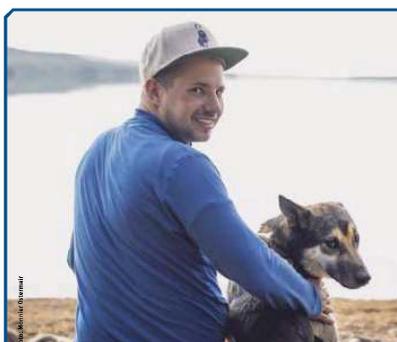
Der Gründungsvorgang ist abgeschlossen, wenn das Gewerbe beim zuständigen Gewerbeamt angemeldet wird, oder wenn Freiberufler, wie Ärzte oder Architekten, ihre Tätigkeit beim Finanzamt angezeigt haben.



LINKTIPP

Jährlicher Schülerwettbewerb der IHK zum Thema Selbstständigkeit/Entwurf eines eigenen Businessplans:

www.bit.ly/2QL3syj



Serie: Neu am Markt

Wir stellen Gründer oder Jungunternehmer in den ersten Jahren ihrer Selbstständigkeit vor – diesmal AntsInPants Tours aus Ulm.

Hoch im Norden

- Gründer: Michael Ballas
- Ort: Ulm
- Start: Mai 2017
- Branche: Tourismus
- Idee: Aktivurlaub in Lappland
- Homepage: www.antsinpants-tours.de

AKTIVURLAUBSREISEN FÜR UNTERNEHMUNGSLUSTIGE

Gegen Ameisen in der Hose

Wer sind Sie und was machen Sie?

Mein Name ist Michael Ballas und ich bin der Gründer von AntsInPants Tours, dem Reiseunternehmen für all diejenigen, die auch „Ameisen in der Hose“ haben. Wir führen im Sommer in Schwedisch-Lappland einwöchige Abenteuer- bzw. Aktivurlaubsreisen durch, wobei die Planung, Organisation und Nachbereitung hier in Ulm, vom Laptop aus, erledigt wird.

Wie sind Sie auf Ihre Idee gestoßen?

Schon als kleiner Bub war mein Kryptonit die Konzentration. Ich war zwar sehr aktiv, konnte aber nie ruhig sitzen und war ständig hübselig. Irgendwann habe ich meinen Ausstieg in der Bewegung in der Natur gefunden. In meinem späteren Bürojob wurde mir das Kryptonit erneut zum Verhängnis. Also wollte ich in meiner kostbaren Freizeit Touren unternehmen, in denen ich mich aktiv erholen konnte. Leider habe ich keine für meine Ansprüche passenden Touren gefunden, da diese entweder zu extrem oder zu altbacken waren.

Was machen Sie anders als die anderen?

Mit uns erleben die Gäste innerhalb einer Woche in Lappland alles, was sie innerhalb einer Woche in Lappland erleben können: Wandern, Kanufahren, Biking, Huskytrekking sowie ein Ausflug zum Polarkreis. Und all das, ohne dabei auf ihren gewohnten Komfort verzichten zu müssen und zudem nicht alleine, sondern in Kleingruppen von maximal acht Personen.

Wo sehen Sie sich in fünf Jahren?

Oh Gott, das ist jetzt der Teil des klassischen Bewerbungsgesprächs, wo die Fragen beginnen (lacht)? Nein, im Ernst: In fünf Jahren bin ich 33 Jahre und habe noch weniger Haare auf dem Kopf, kann ich jetzt einfach noch nicht sagen. Schau mir mal!

Was raten Sie anderen Jungunternehmern?

Bildlich ausgedrückt, ist ein Unternehmen aufzubauen, wie Mario Kart spielen, wenn man als Donkey Kong fährt und ständig Bananenschalen vor die Füße geworfen bekommt. Aber trotz aller Schwerfälligkeit und Rückschläge sollten sich Jungunternehmer nicht unterkriegen lassen, kämpfen und nach geschickten Items suchen, mit denen sie weiter vorankommen. Ein Item, das genutzt werden kann, ist z. B. das Netzwerk Startup-Region Ulm, in dem sich Jungunternehmer austauschen können und Unterstützung in Form von Beratung bekommen.

© Vervollständigen Sie bitte folgenden Satz: Mein Glück wäre perfekt, wenn ...

... ich keine Miete zahlen müsste, nicht meine Wäsche waschen müsste und wenn spannende, nachhaltige und innovative Konzepte, die weder aus der Industrie kommen noch aus der Arbeitslosigkeit gegründet werden, Chancen auf staatliche Förderungen hätten.

Interview: Tovea Gröner

Start-up: AntsInPants Tours aus Ulm

Arbeitsaufträge

1. Beschreibe mithilfe der Geschäftsidee „AntsInPants Tours“ den Gründungsablauf. Nenne weitere Dinge, die zu erledigen sind.
2. Erläutere, welche Ursachen es haben könnte, wenn Jungunternehmer keinen Erfolg haben. Welche Maßnahmen helfen, um Misserfolge zu vermeiden?