



ZEIT FÜR DIE SCHULE

WAS ZOLL DAS? WIR UND DER WELTHANDEL

ANALYSE DER AUSWIRKUNG EINES AKTUELLEN
WELTHANDELSKONFLIKTES AUF UNTERNEHMEN,
VERBRAUCHERINNEN UND VERBRAUCHER MIT
ANSCHLIESSENDER KOLLABORATIVE ENTWICKLUNG
NACHHALTIGER LÖSUNGEN

Von Janosch Schierke

2025

Mit Unterstützung der:



Flossbach von Storch
STIFTUNG

www.flossbachvonstorch-stiftung.de

Was ZOLL das? Wir und der Welthandel

Analyse der Auswirkung eines aktuellen Welthandelskonfliktes auf Unternehmen, Verbraucherinnen und Verbraucher mit anschließender kollaborative Entwicklung nachhaltiger Lösungen

Einleitung	3
Didaktisch-methodischer Kommentar	4
Aufbau der Unterrichtseinheit	5
Stundenverlaufsraaster	6
M 1: Eine E-Mail der Geschäftsführung	7
M 2: Informationen zur Grünradel GmbH	9
M 3: Welthandelskonflikte verstehen	13
M 4: Eine E-Mail der Geschäftsführung	16
M 5: Kostenstruktur eines E-Bikes von Grünradel mit der Produktion in Europa	17
M 6: Kostenstruktur eines E-Bikes von Grünradel mit der Produktion in den USA	19
M 7: Wer uns wichtig ist	21
M 8: Eine E-Mail der Geschäftsführung	22
M 9: Was ist ein Pitch?	23
M 10: Checkliste für eine überzeugende Präsentation und Körpersprache	24
M 11: Impulse zur Gestaltung eines Pitches	25
M 12: Eine E-Mail der Geschäftsführung	26
M 13: Bewertungsbogen Pitch	27
M 14: Ergänzender oder alternativer Bewertungsbogen für die Lehrkraft	28
M 15: Differenzierungshilfen: Eine E-Mail der Geschäftsführung / Impressum	29

WAS ZOLL DAS?

Die wiederholte Androhung von Zöllen und Handelsrestriktionen durch die US-Regierung wirkt weit über bilaterale Handelskonflikte hinaus: Sie destabilisiert Lieferketten, verunsichert Märkte und betrifft letztlich uns alle – sei es als Konsumentinnen und Konsumenten oder als Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in Deutschland. Die Produktion und der Verkauf vieler Alltagsgüter wie Smartphones, Kleidung oder Lebensmittel sind international verflochten. Handelskonflikte machen deutlich, dass die internationale Arbeitsteilung und Spezialisierung Grundlage unseres Wohlstands ist, deren Störung spürbare Folgen für Unternehmen, Beschäftigte sowie Verbraucherinnen und Verbraucher hat. Im Mittelpunkt dieser Unterrichtseinheit steht das Unternehmen Grünradel als Fallbeispiel, um diese Zusammenhänge für Schülerinnen und Schüler der Sekundarstufe I alltagsnah erfahrbar zu machen. Strafzölle auf Aluminium, Solarmodule und E-Bikes bedrohen das Geschäftsmodell des Unternehmens und stellen die Lernenden vor die Aufgabe, tragfähige und nachhaltige Strategien unter den Bedingungen einer protektionistischen Handelspolitik zu entwickeln.

Internationale Handelskonflikte wie die aktuellen Zollstreitigkeiten machen deutlich, wie sehr unser Wohlstand von der Globalisierung abhängt. Unternehmen handeln international, weil sie Rohstoffe günstiger einkaufen, Produkte kostengünstiger herstellen und ihre Waren auf globalen Märkten verkaufen können. Davon profitieren wir alle, denn so stehen uns vielfältige Produkte zu vergleichsweise niedrigen Preisen zur Verfügung. Werden durch Zölle oder andere Handelsbarrieren diese Abläufe gestört, steigen die Kosten entlang der gesamten Lieferkette. Das führt zu teureren Endprodukten, eingeschränkter Auswahl und in manchen Fällen sogar zu Versorgungsengpässen. Das bedeutet: Dinge des täglichen Lebens – etwa Lebensmittel, Kleidung oder Smartphones – werden spürbar teurer oder schwerer zugänglich. Besonders hart trifft es Haushalte mit geringem Einkommen, da sie Preissteigerungen kaum ausgleichen können und sich das auf ihren Konsum auswirkt. Das wiederum hat Folgen für Unternehmen, die durch den schwächeren Konsum Absatzmärkte verlieren, Produktionskosten nicht mehr decken können und deswegen Standorte ins Ausland verlagern. Damit gehen Arbeitsplätze verloren, das Wirtschaftswachstum sinkt, und soziale Ungleichheiten nehmen zu. Wenn Teile der Gesellschaft stärker belastet werden als andere, kann dies langfristig den gesellschaftlichen Zusammenhalt gefährden. So zeigt sich: Ein offener Welthandel ist nicht nur eine ökonomische Frage, sondern die Grundlage für unseren Alltag und für die Stabilität unserer Gesellschaft. Alles, was ihn behindert, erschwert das Leben, verteuert den Konsum und schwächt das gemeinsame Wohlstandsniveau.

Didaktisch-methodischer Kommentar

Die Unterrichtseinheit nutzt als Fallbeispiel das Unternehmen Grünradel, um Schülerinnen und Schüler praxisnah und handlungsorientiert an die Folgen globaler Handelskonflikte heranzuführen. Die Methode des Fallbeispiels fördert gezielt die Handlungs- und Problemorientierung, da die Lernenden in die Rolle eines Krisenteams schlüpfen, das unter realitätsnahen Bedingungen Entscheidungen treffen muss. Sie analysieren die Auswirkungen von Zöllen auf Unternehmen und Verbraucherinnen und Verbraucher, entwickeln gemeinsam tragfähige Lösungsstrategien und präsentieren ihre Ergebnisse in einem dreiminütigen Pitch, der auch als alternative Prüfungsform genutzt werden kann. Lehrkräfte erhalten hierfür einen Bewertungsbogen, der alle wesentlichen Kompetenzen und Anforderungsbereiche abdeckt. So werden klassische wirtschaftliche Kompetenzen wie Fachwissen, Analysefähigkeit, Entscheidungs- und Urteilsvermögen mit den Zukunftskompetenzen nach KMK 2021 – Problemlösefähigkeit, Kreativität, Teamarbeit, kritisches Denken sowie Kommunikations- und Methodenkompetenz – verknüpft. Gleichzeitig erfolgt ein Theorie-Praxis-Transfer, auch der Motivations- und Spaßfaktor durch kooperatives Arbeiten wird erhöht.

Die Fallstudie ist flexibel einsetzbar. In dieser Unterrichtseinheit wird die dynamische Variante umgesetzt, bei der neue Aufgaben oder Hinweise von der »Geschäftsführung« des fiktiven Unternehmens Grünradel per E-Mail in den Lernprozess eingebracht werden. Die Lernenden arbeiten mit den Informationen, passen ihre Strategie an und treffen Entscheidungen auf Basis aktueller Daten. Die Informationen können entweder vollständig bereitgestellt oder bedarfsgerecht verteilt werden, sobald die Teams die entscheidenden Fragen formuliert und gegebenenfalls mit der Lehrkraft geklärt haben. Alternativ sind zwei weitere Varianten möglich: In der problemlösenden Variante erhalten die Lernenden eine vollständige Informationsbasis und entwickeln eigenständig Lösungen, während in der informationsbeschaffenden Variante gezielt Informationslücken eingebaut werden, die durch Fragen, Recherche und Austausch geschlossen werden müssen. Auf diese Weise werden Fachwissen, klassische ökonomische Kompetenzen und alle wesentlichen Zukunftskompetenzen nach KMK 2021 systematisch verbunden. Die Einheit zeigt damit exemplarisch, wie ein moderner Wirtschaftsunterricht praxisnah, motivierend, wissenschaftlich fundiert und zugleich prüfungsorientiert gestaltet werden kann.

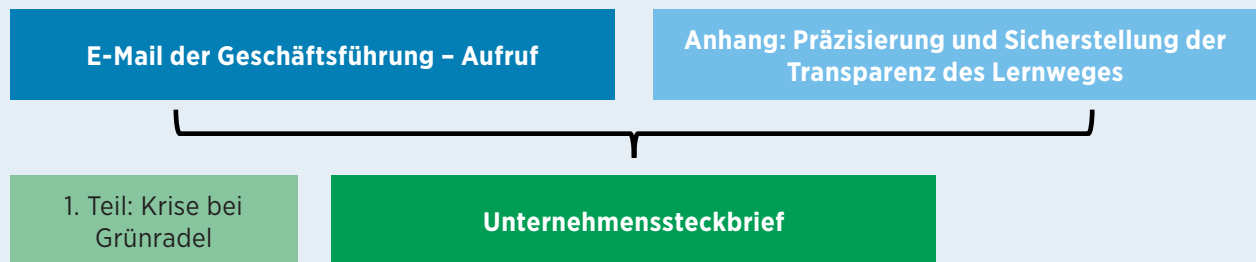
Angestrebte Lernziele dieser Unterrichtseinheit:

Die Schülerinnen und Schüler ...

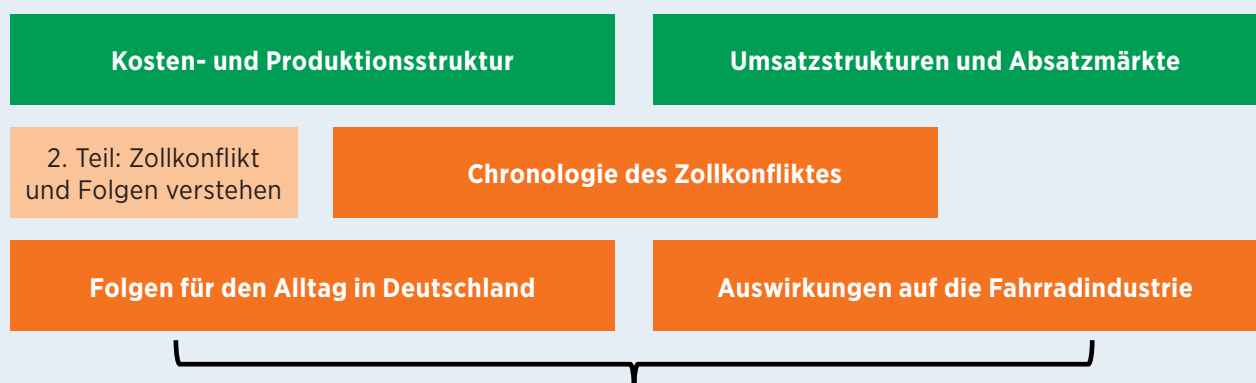
- ... können die Entstehung internationaler Handelskonflikte wie Zollstreitigkeiten beschreiben und deren Auswirkungen auf Unternehmen, Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer sowie Verbraucherinnen und Verbraucher erläutern.
- ... können die komplexen Zusammenhänge zwischen internationaler Arbeitsteilung, Zöllen, Lieferketten und Produktionskosten analysieren und deren gegenseitige Abhängigkeiten nachvollziehen.
- ... können kollaborativ tragfähige und nachhaltige Lösungsstrategien für ein Fallbeispiel entwickeln, indem sie die Rolle eines Krisenteams übernehmen.
- ... können die erarbeiteten Lösungsansätze kritisch bewerten, Vor- und Nachteile abwägen und fundierte Entscheidungen treffen.
- ... können ihre Ergebnisse überzeugend präsentieren und argumentieren, wie die vorgeschlagenen Maßnahmen das Unternehmen stärken sowie die Interessen von Beschäftigten und Verbraucherinnen und Verbrauchern berücksichtigen.

Aufbau der Unterrichtseinheit

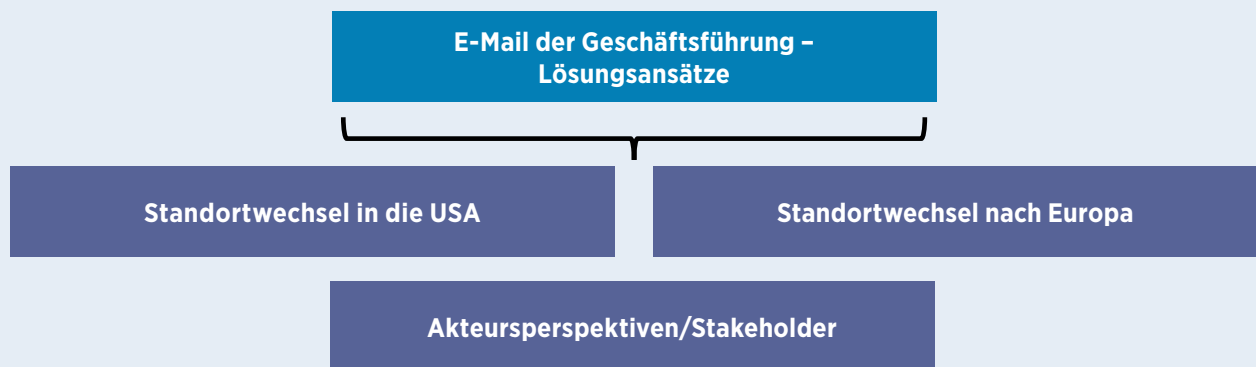
1. Unterrichtssequenz: Konfrontation mit dem Fall



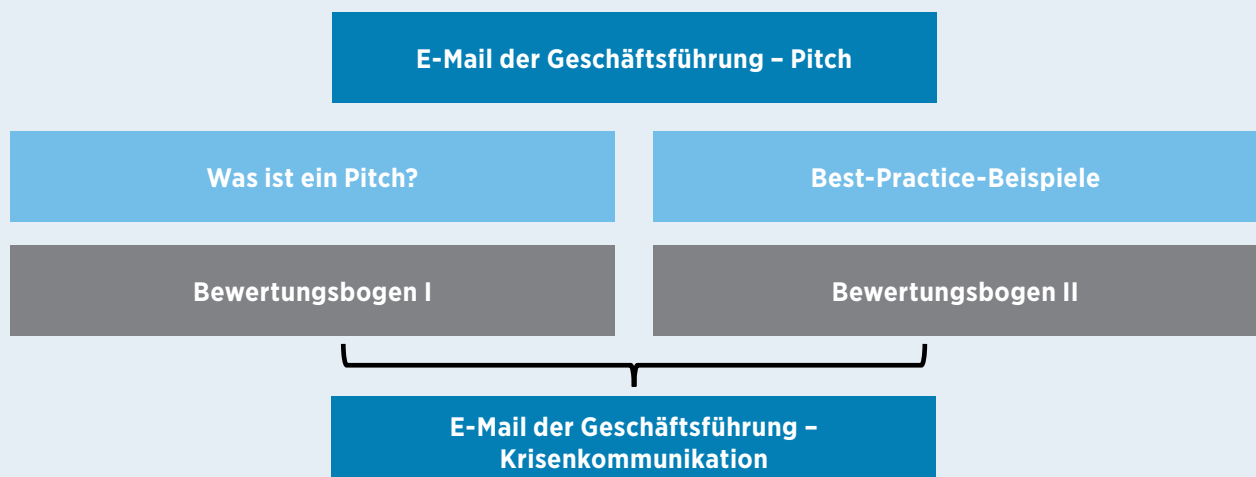
2. Unterrichtssequenz: Beschaffung und Auswertung von Informationen



3. Unterrichtssequenz: Lösungs- und Entscheidungsfindung



4. Unterrichtssequenz: Diskussion und Reflexion der Ergebnisse und Vergleich mit der Praxis



StundenverlaufsraSTER

Phase	Zeit (in Min.)	Aktion der Lehrkraft	Aktion der SuS	Sozialform/ Material
Einstieg / Konfrontation mit dem Fall	ca. 15	L liest eine »E-Mail der Geschäftsführung« vor, um in die Problemstellung einzuführen; stellt die SuS vor die Aufgabe, als »kreatives Team aus Nachwuchskräften« eine Lösung zu finden	SuS lesen die E-Mail aufmerksam und versetzen sich in die Rolle eines Krisenteams; stellen erste Verständnisfragen	• Plenum • M 1
Problem- und Informationsanalyse	ca. 3–5 Doppelstunden	L stellt je nach Variante ggf. die Fallunterlagen zur Verfügung (Unternehmenssteckbrief, Datencharts); L gibt Impulse und moderiert, indem sie die SuS anregt, die Zusammenhänge zu erkennen; weist auf die Kernfragen hin; L stellt die Qualität der Ergebnisse sicher	SuS analysieren die bereitgestellten Materialien (z. B. Umsatz-, Kosten- und Absatzstrukturen); erarbeiten in Gruppen, welche Auswirkungen der Zollkonflikt für das Unternehmen hat und wie er zustande kam.	• GA • M 2, M 3
Übergang	ca. 10	L stellt die zweite E-Mail der Geschäftsführung mit dem nächsten Arbeitsauftrag zur Verfügung; die Übung muss nicht im Plenum erfolgen, sondern je nach Fortschritt der Gruppen	SuS erhalten den neuen Arbeitsauftrag und organisieren ihre Lernprozesse selbstständig	• M 4
Erarbeitung II	ca. 2–3 Doppelstunden	L ermutigt die Gruppen, verschiedene Lösungsansätze zu entwickeln, z. B. Preisänderungen oder Verlagerung der Produktion; unterstützt bei der Strukturierung der Ideen	SuS entwickeln kollaborativ tragfähige Lösungsstrategien für das Unternehmen, wobei sie die Interessen verschiedener Akteurinnen und Akteure (Geschäftsführung, Mitarbeitende, Kundinnen und Kunden) berücksichtigen und Vor- und Nachteile der Ansätze abwägen	• GA • M 5–7
Übergang	ca. 10	L stellt die dritte E-Mail der Geschäftsführung vor, wonach die Ergebnisse in einem »Pitch« vorzustellen sind; L erklärt die Bewertungskriterien und begleitet die Lerngruppen individuell und bedarfsgerecht	SuS erhalten den neuen Arbeitsauftrag und organisieren ihre Lernprozesse selbstständig	• Plenum • Smartboard • M 8–11
Erarbeitung	-	M 1 Z kann, bei entsprechender Vorbildung der SuS, ggf. als vertiefende Aufgabe oder Hausaufgabe verteilt werden	SuS erarbeiten in EA oder PA den Entwurf einer Handelsordnung	• GA • Fallunterlagen
Präsentation und Diskussion	ca. eine Doppelstunde	L simuliert eine Sitzung der Geschäftsführung; SuS führen ihren Pitch durch; anschließend kritische Rückfragen; im Anschluss ein kurzes, konstruktives Feedback von Mitschülerinnen und Mitschülern sowie von L	SuS präsentieren ihre strategischen Lösungen in einem kurzen Pitch; begründen ihre Entscheidungen mit den zuvor analysierten Daten und Lösungsansätzen; beantworten kritisch-reflektiert die Fragen der L und der Mitschülerinnen und Mitschüler.	• Plenum • M 12–14
Abschluss und Reflexion	ca. 20–30min	L führt eine abschließende Diskussion über die Lösungsansätze und vergleicht diese mit realen Praxisbeispielen oder aktuellen Entwicklungen im Welthandel; fasst die wichtigsten Lernergebnisse der Einheit zusammen L moderiert abschließend die Reflexion des Lernprozesses und die Eignung des Fallbeispiels dafür und macht so das Lernen für die SuS sichtbar	SuS reflektieren die erarbeiteten Lösungen und bewerten diese kritisch; diskutieren, welche der Vorschläge am realistischsten und nachhaltigsten wären; erkennen die Komplexität internationaler Handelskonflikte SuS reflektieren den zurückliegenden Lernprozess	• Plenum
Optional	ca. 1–2 Doppelstunden	L regt die Einladung eines international vernetzten Unternehmens an, um das Gelernte am Beispiel zu überprüfen und in Anlehnung an den selbst entwickelten Ideen mögliche Lösungsstrategien zu diskutieren	SuS bereiten das Expertengespräch vor und wenden ihre neuen Kenntnisse im Gespräch an und überprüfen die Tragfähigkeit ihrer Lösungswege	• Plenum

L = Lehrkraft, AB = Arbeitsblatt, SuS = Schülerinnen und Schüler, EA = Einzelarbeit, PA = Partnerarbeit, GA = Gruppenarbeit, M = Material

Hinweis für die Lehrkraft: Die angegebenen Zeiten für die einzelnen Phasen können je nach Leistungsvermögen der Lerngruppe und der Schulform variieren. Sie sind daher als Orientierungswert zu verstehen.

M1: Eine E-Mail der Geschäftsführung

To

Nachwuchskräfteverteiler

Subject

Grünradel in der Zollkrise – Eure Unterstützung ist gefragt

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

wir stehen momentan vor einer großen Herausforderung. Wegen eines Streits über Zölle hat Grünradel große finanzielle Schwierigkeiten. Die Zölle wurden stark erhöht. Dadurch sind die Materialkosten sehr gestiegen. Unsere Gewinne sind fast ganz verschwunden. Wir haben nur noch drei Wochen Zeit, um eine Lösung zu finden. Wenn wir jetzt nichts tun, könnte die Firma pleitegehen. Das würde schlimme Folgen haben: Mehr als 120 Mitarbeitende in Deutschland und im Ausland könnten ihre Arbeit verlieren. Auch viele Familien wären davon betroffen.

Jetzt ist eure Chance!

Wir setzen auf euch, unser kreatives Team aus Nachwuchskräften. Ihr habt die Aufgabe, eine strategische Idee zu entwickeln, mit der wir das Unternehmen aus der Krise führen können. Dabei geht es darum, Arbeitsplätze zu sichern und innovative E-Bikes zu fairen Preisen zu verkaufen.

Ziel:

Die besten Ideen fließen direkt in unsere Unternehmensstrategie ein. Ihr bekommt die Chance, Teil des Führungsteams zu werden! Stellt eure Lösung in einem kurzen Pitch oder einer kreativen Präsentation vor. Ein Pitch ist eine kurze, überzeugende Vorstellung eurer Idee, die zeigt, wie wir Grünradel wieder stark machen können. Wichtig ist, dass eure Ideen gut durchdacht und vor allem zukunftsorientiert sind.

Wir brauchen euch, um Grünradel erfolgreich in die Zukunft zu führen. Eure Ideen sind entscheidend – zeigt uns, wie wir aus dieser Krise herauskommen können! Wir freuen uns auf eure Vorschläge und hoffen, dass wir gemeinsam eine Lösung finden werden. Einen möglichen Leitfaden zum Vorgehen findet ihr im Anhang dieser E-Mail.

Mit besten Grüßen

Die Geschäftsführung von *Grünradel*



Aa

B

/

U

Cancel

Save

Send

Anhang der E-Mail: **Orientierungsfolie**

Willkommen bei Grünradel – eure Mission!

Ihr seid neue, kreative Nachwuchskräfte von Grünradel. Das Unternehmen steckt durch einen eskalierten Zollkonflikt (Zölle, die sich immer wieder erhöhen) in einer tiefen Krise. Über 120 Arbeitsplätze und die Zukunft des Unternehmens stehen auf dem Spiel.

Eure Aufgabe ist es, eine strategische Lösung zu entwickeln, die Grünradel rettet und wieder auf Erfolgskurs bringt. Ihr werdet dabei schrittweise vorgehen:



- 1. Die Lage verstehen:** Lernt das Unternehmen, die Kosten- und Vertriebsstrukturen von Grünradel sowie die Ursachen des Zollstreits kennen. Welchen Einfluss hat der Streit auf die Kosten, die Kundinnen und Kunden sowie auf die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter?
- 2. Ideen sammeln:** Entwickelt in einer kreativen Ideenwerkstatt einen Lösungsansatz, um die Krise zu bewältigen. Denkt dabei neu und um die Ecke.
- 3. Die Lösung präsentieren:** Stellt der Geschäftsführung eure strategische Lösung in einem überzeugenden Pitch vor. Ihr habt die Chance, das Unternehmen zu retten und Teil eines Krisenteams zu werden!
- 4. Entscheidungen treffen:** Bewertet eure gesammelten Ideen kritisch. Welche Vor- und Nachteile haben die einzelnen Lösungen? Wählt den besten Ansatz aus und begründet eure Entscheidung.

Präsentiert eure Idee so, dass sie jeden begeistert! Zeigt, dass ihr alles genau geplant habt und dass eure Lösung auch in der Zukunft noch nützlich ist. Dabei geht es nicht nur um eure Idee, sondern auch um euch: Zeigt, was ihr könnt und warum ihr euch perfekt für das Krisenteam eignet.

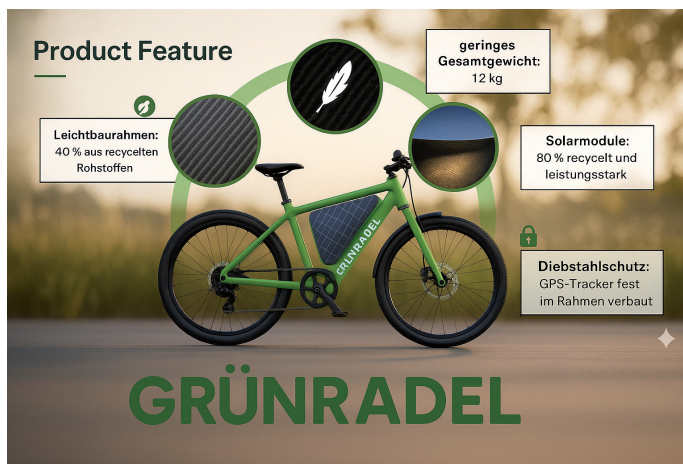
M 2: Informationen zur Grünradel GmbH

Unternehmenssteckbrief

Die Grünradel GmbH gibt es seit 2014. Der Deutsche Fabian Mensch und die US-Amerikanerin Hillary Ventura haben in Köln ein Unternehmen für hochklassige E-Bikes mit integriertem Solarmodul gegründet. Sie machen umweltfreundliche E-Bikes: Die Fahrradrahmen bestehen zu 50 Prozent aus altem, wiederverwertetem Aluminium. Der Akku ist fest im Rahmen eingebaut und kann nicht so leicht gestohlen werden. Außerdem gibt es einen GPS-Schutz, damit man das Fahrrad finden kann, falls es doch gestohlen wird. Ganz besonders sind die Solarmodule im Rahmen. Diese kleinen Solarpanels sind auch aus alten Materialien gemacht und können die Batterie mit Sonnenlicht schon bei der Fahrt wieder aufladen. So verbindet Grünradel Umweltfreundlichkeit mit moderner Technik.

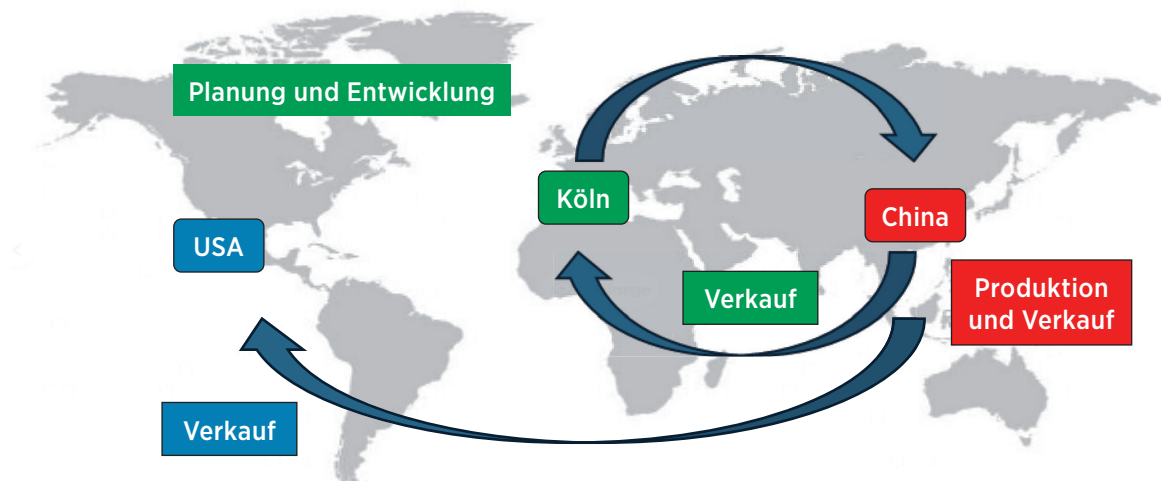


Produkt-Features



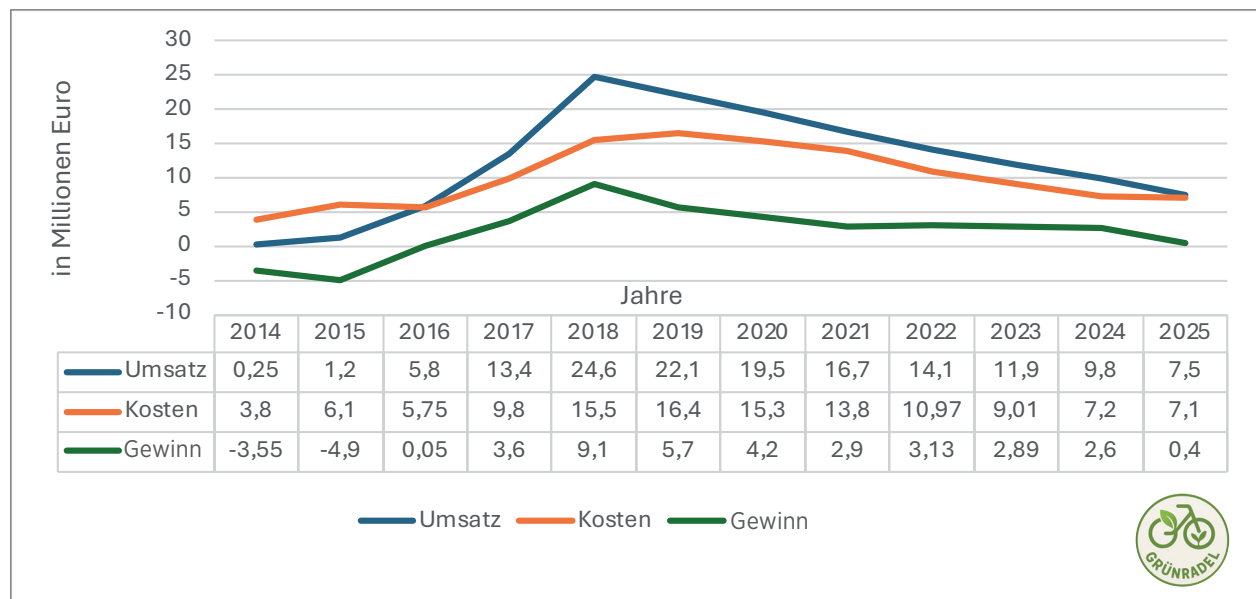
Von Deutschland in die Welt – das Geschäftsmodell von Grünradel

Das Design, die Planung und der Einkauf der Materialien finden in Köln statt. Nach langer Überlegung wurde entschieden, die Produktion und den Zusammenbau der E-Bikes nach China zu verlegen. So konnten die Herstellungskosten im Vergleich zu Europa oder den USA um etwa 20 Prozent gesenkt werden. Dadurch bleiben auch die Preise für die Kundinnen und Kunden niedrig. Das ist wichtig, weil es auf dem E-Bike-Markt viel Konkurrenz gibt. Der Verkauf findet zu 75 Prozent über den Onlineshop statt. In den USA werden am meisten E Bikes von Grünradel verkauft, dicht gefolgt von Europa und etwas abgeschlagen von China.



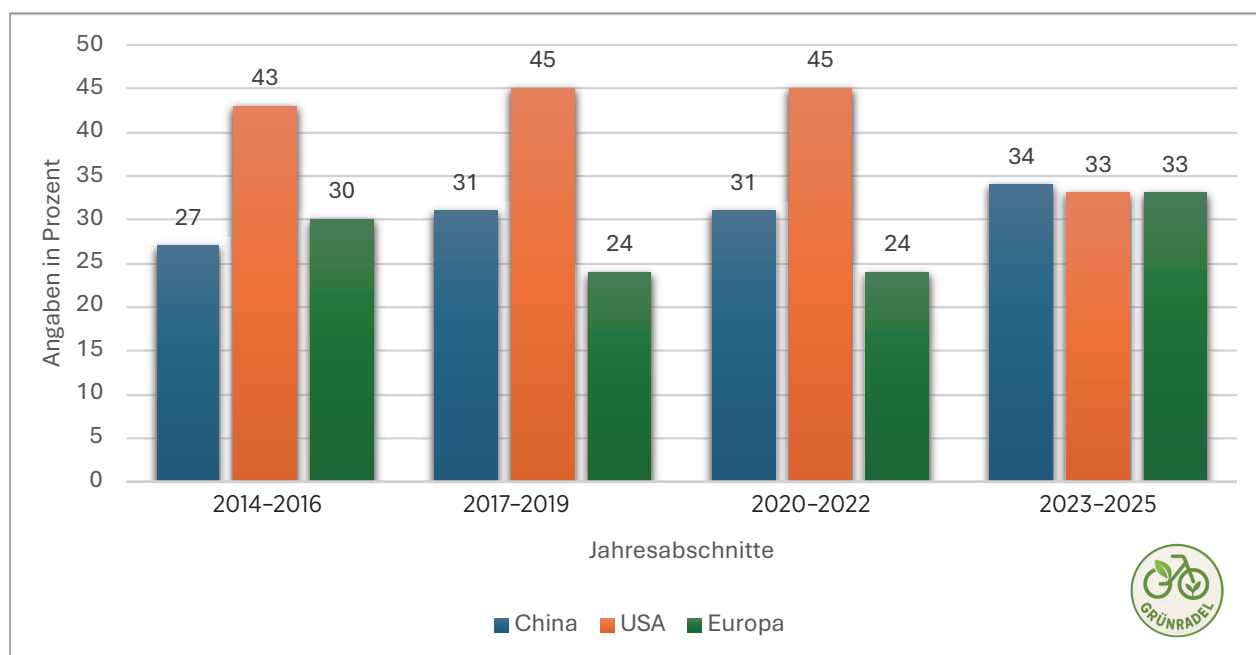
Umsatz- und Absatzstruktur von Grünradel

Chart 1: So viel verdient Grünradel mit seinen E-Bikes



Lesehilfe: Am Anfang (2014 bis 2015) hat Grünradel viel Geld für die Entwicklung der E-Bikes und den Aufbau der Produktionshallen ausgegeben, deshalb machte das Unternehmen Verluste. Zwischen 2016 und 2018 stiegen die Verkäufe stark, weil die E-Bikes beliebt wurden und mehr Kundinnen und Kunden sie kauften. So wurde das Unternehmen profitabel. Ab 2019 gingen die Gewinne zurück, weil der Markt voller und der Wettbewerb größer wurde. Außerdem wurden Teile aus Stahl und Aluminium oder Solarmodule aus China durch höhere Zölle der USA und der Europäischen Union (EU) teurer, sodass Grünradel nicht mehr so günstig produzieren konnte und deshalb weniger konkurrenzfähig war.

Chart 2: In diese Länder verkauft Grünradel seine E-Bikes



Lesehilfe: E-Bikes von Grünradel werden bisher nur in Europa, China und den USA verkauft. Das liegt daran, dass dort viele Menschen Interesse an E-Bikes haben und die Nachfrage stark wächst. Außerdem ist der Versand in diese Länder einfacher und schneller, die Regeln für den Verkauf sind dort klar und gut, und der Kundenservice funktioniert zuverlässig. So kann das Unternehmen sicherstellen, dass die Kundinnen und Kunden zufrieden sind und alles gut läuft. Deshalb konzentriert sich Grünradel auf diese Regionen.

Kosten- und Produktionsstruktur von Grünradel

Chart 3: Kostenstruktur eines E-Bikes von Grünradel

1. Verwaltungs- und Betriebskosten in Deutschland

Kostenart	Kosten je E-Bike	Anmerkung
Planung und Entwicklung	100 €	Fachleute überlegen, wie das E-Bike gebaut wird (z. B. Design, Antrieb etc.).
Forschung und Entwicklung	35 €	Neue Ideen werden ausprobiert, damit das E-Bike besser wird.
Vertrieb und Marketing	42 €	Werbung sorgt dafür, dass Leute vom E-Bike erfahren und es kaufen.
Personal- und Verwaltungskosten	152 €	Menschen in der Verwaltung von Grünradel kümmern sich um Löhne, Rechnungen und Organisation.
E-Commerce (Onlineverkauf)	21 €	Das sind die Kosten für den Verkauf im Internet, z. B. für die Website und den Versand.
Gesamtkosten (Betrieb)	350 €	Das sind Kosten, die durch das Betreiben der Firma entstehen.

2. Material- und Produktionskosten in China

Kostenart	Kosten je E-Bike	Anmerkung
Materialkosten	449,90 €	alle Materialien, aus denen das E-Bike gebaut wird
+ Aluminium	15,60 €	leichtes Metall für den Rahmen des E-Bikes
+ Solarmodule	45 €	Teil am Rahmen, das Sonnenlicht in Strom umwandelt
Materialkosten gesamt	510,50 €	alle Bauteile zusammen – z. B. Akku, Reifen etc.
+ Produktionskosten	85 €	die Kosten fürs Zusammenbauen des E-Bikes in der Fabrik
+ Qualitätskontrolle	15 €	Prüfung am Ende, ob alles richtig funktioniert
Gesamtkosten (Produktion)	610,50 €	alles zusammen: Teile + Bau + Kontrolle

Gesamtkosten und Verkaufspreis

Gesamtkosten (Betrieb)	350 €	s. o.
Gesamtkosten (Produktion)	610,50 €	s. o.
Summe aller Kosten	960,50 €	Betrieb + Produktion zusammen
+ Gewinnmarge (30 %)	318,15 €	das, was die Firma am E-Bike verdienen möchte
Verkaufspreis ohne Steuern	1.278,65 €	Preis, bevor Steuern des Landes hinzukommen

Zusätzliche Kosten für den Verkaufsmarkt China

+ Steuern (19 %)	522,40 €	alle Steuern, die das Land bekommt
+ Transport	8 €	Kosten, um das E-Bike zur Kundin oder zum Kunden zu bringen
Verkaufspreis nach Steuern	1.809,05 €	der Endpreis, den Kundinnen und Kunden zahlen

Zusätzliche Kosten für den Verkaufsmarkt USA

Zollgebühren USA (50 %)	620,39 €	Eintrittsgeld für Produkte aus dem Ausland
+ Steuern (29 %)	599,71 €	alle Steuern, die das Land bekommt
+ Transport	17 €	Kosten, um das E-Bike zur Kundin oder zum Kunden zu bringen
Verkaufspreis nach Steuern	2.515,75 €	der Endpreis, den Kundinnen und Kunden zahlen

Zusätzliche Kosten für den Verkaufsmarkt Europa

Zollgebühren EU (13 %)	179,22 €	Eintrittsgeld für Produkte aus dem Ausland
+ Steuern (36 %)	560,84 €	alle Steuern, die das Land bekommt
+ Transport	19 €	Kosten, um das E-Bike zur Kundin oder zum Kunden zu bringen
Verkaufspreis nach Steuern	2.037,71 €	der Endpreis, den Kundinnen und Kunden zahlen

M 3: Welthandelskonflikte verstehen

Gedankenexperiment: Chronologie eines Zollkonfliktes

Stell dir vor, es gäbe nur zwei Länder auf der Welt: Land A und Land B.

- Land A ist extrem gut darin, Holzstühle zu bauen. Sie sind superpreiswert.
- Land B ist extrem gut darin, Äpfel anzubauen. Sie sind superlecker und günstig.

Beide Länder tauschen ihre Waren frei untereinander. Die Menschen in Land A bekommen so die leckeren Äpfel und die Menschen in Land B die billigen, stabilen Stühle. Alle sind glücklich und profitieren vom Handel. Das ist freier Handel. Dann sagt irgendwann die Regierung von Land A: »Wir wollen unsere eigenen Apfelbäuerinnen und Apfelbauern schützen, die nicht so gut und günstig produzieren wie die aus Land B.« Deshalb führt Land A einen Zoll ein. Das ist eine zusätzliche Steuer auf alle Äpfel, die aus Land B importiert werden. Dadurch werden die Äpfel aus Land B teurer. Jetzt kaufen die Leute in Land A die eigenen teureren und vielleicht nicht so guten Äpfel. Die Reaktion: Land B schlägt zurück: Es ist darüber sauer und beschließt, einen Gegenzoll zu erheben – und zwar auf die Holzstühle aus Land A. Jetzt werden die Stühle, die Land A nach Land B exportiert, ebenfalls teurer. Am Ende sind beide Länder schlechter dran. Die Menschen in Land A müssen teurere und schlechtere Äpfel kaufen. Die Menschen in Land B müssen teurere Stühle kaufen. Der freie Handel ist fast zusammengebrochen. Dieses Experiment zeigt: Wenn Länder sich gegenseitig mit Zöllen bestrafen, verlieren am Ende alle. Die Produkte werden teurer und der allgemeine Wohlstand sinkt.

Was sind eigentlich Zölle?



Begriff	Erklärung
Import	Das Einführen von Waren in ein Land: Wenn Deutschland Handys aus Südkorea kauft, ist das ein Import.
Export	Das Ausführen von Waren aus einem Land: Wenn Deutschland Autos nach China verkauft, ist das ein Export.
Zoll	Eine Steuer, die ein Land auf Produkte erhebt, die aus einem anderen Land importiert werden. Stell dir vor, du kaufst ein Spielzeug aus China. Der Zoll macht es für dich teurer.
Handelskonflikt	Wenn Länder sich gegenseitig mit Zöllen bestrafen, wird das als Handelskonflikt bezeichnet. Er ist wie eine Kettenreaktion, bei der am Ende alle verlieren.

Chronologie des Zollkonfliktes zwischen den USA und der EU im Jahr 2025

Der aktuelle Zollkonflikt besteht schon seit mehreren Jahren. Er eskalierte jedoch im Jahr 2025, als US-Präsident Donald Trump wieder an die Macht kam.

Die USA erhöhen die Zölle auf **Stahl** (China: + 30 %, EU: + 25 %), **Aluminium** (China: + 15 %, EU: + 10 %) und **Solarprodukte** (China: + 40 %, EU: 0 %) aus China und der EU, um ihre eigene Wirtschaft und Arbeitsplätze vor der Konkurrenz aus dem Ausland zu schützen.

Die USA kritisieren, dass der chinesische Staat seine Unternehmen finanziell unterstützt, wodurch chinesische Produkte viel günstiger verkauft werden können. Und die EU exportiert mehr in die USA, als die USA in die EU exportieren, was die USA ebenfalls als unfair empfinden.

Reaktion von China: China erhebt höhere Zölle auf US-Produkte wie Landwirtschaft, Autos und Technik, um den US-Markt zu treffen und die USA zu zwingen, ihre Zollpolitik zu überdenken.

Reaktion der EU: Die EU reagiert mit Kritik und Forderungen nach Verhandlungen. Sie sagt, dass die US-Zollerhöhungen den freien Handel schädigen würden.

Stand der Verhandlungen im September 2025: Im Handelskonflikt haben sich die USA und die EU auf eine neue Zollregelung geeinigt, die einen maximalen Zollsatz von 15 Prozent auf fast alle EU-Produkte festlegt, die von der EU in die USA verschickt werden. Die EU verspricht dafür, mehr US-amerikanische Energie und Agrarprodukte zu kaufen. Zwischen den USA und China gibt es keine Einigung bezüglich der Zölle auf Stahl, Aluminium und Solarmodule.

Auswirkungen des Zollkonfliktes auf die Fahrradindustrie

Neue US-Strafzölle treffen nun auch E-Bikes

21.08.2025: Seit Wochenbeginn gelten 50 % Aufschlag auch für E-Bikes. Klassische Fahrräder bleiben vorerst ausgenommen – doch Hersteller und Exporteure blicken mit Sorge auf die Folgen.

Quelle: sazbike.de/markt-politik/zoll/neue-us-stahlzoelle-treffen-nun-e-bikes-2969995.html (21.08.2025)

Fahrradbranche gefährdet durch Trumps Wirtschaftspolitik

11.04.2025: Branchenvertreter in den USA befürchten als Folge höherer Importzölle steigende Kosten, Arbeitsplatzverluste und Störungen in den globalen Lieferketten.

Quelle: bike-magazin.de/magazin/hintergruende/us-zolle-fahrradbranche-gefaehrdet-durch-trumps-wirtschaftspolitik (11.04.2025)

Was bedeuten die US-Zölle für die E-Bikes von Grünradel?

Die USA verlangen besonders viel Geld (Zoll) auf Aluminium, das aus anderen Ländern kommt. Jetzt gilt das auch für E-Bikes, die einen Stahl- oder Aluminiumrahmen haben – so wie die von Grünradel. Der Zollsatz bezieht sich dabei auf das gesamte E-Bike und nicht nur auf die Aluminiumteile.

- Grünradel muss mehr Geld bezahlen, wenn es seine E-Bikes in die USA exportieren will.
- Dadurch werden die Fahrräder teurer für die Kundinnen und Kunden in den USA.
- Weil die Regeln noch nicht ganz klar sind und diese auch immer wieder verändert werden, weiß Grünradel nicht genau, wie viel Extrageld es zahlen muss. Das macht es schwer, richtig zu planen.
- Wenn Grünradel weniger Stahl verwenden will, muss das Unternehmen vielleicht andere Teile benutzen oder etwas an den Fahrrädern verändern. Das kostet Zeit und Geld.
- Auch wenn normale Fahrräder ohne Motor im Moment noch keine Zölle zahlen müssen, kann sich das schnell ändern.



Kurz gesagt: Die Zölle sorgen dafür, dass Grünradel mehr Geld ausgeben muss und nicht genau weiß, wie es weitergeht. Das ist schwierig, weil die USA für Grünradel sehr wichtig sind.

Was kostet es, ein E-Bike aus China in die USA zu bringen?

Ein E-Bike, das in China gebaut wurde und einen Aluminiumrahmen und ein Solarpanel eingebaut hat, muss beim Import in die USA hohe Zusatzkosten zahlen.

Komponente/ Aspekt	zusätzliche Kosten (Zoll)	Warum?
E-Bikes (fertig montiert aus China)	45 %	Die USA wollen ihre eigene E-Bike-Produktion vor der günstigen Konkurrenz schützen.
Solarzellen/-module	50 %	Chinesische Firmen verkaufen mit finanzieller Unterstützung des Staates Solartechnik extra billig, damit alle bei ihnen kaufen.
Aluminiumprodukte bzw. -teile.	25 %	Die USA wollen die eigene Produktion und Arbeitsplätze vor ausländischer Konkurrenz schützen.

Was bedeuten Trumps Zölle für unseren Alltag in Deutschland?

Folgen für die deutsche Wirtschaft

Viele Fachleute in Deutschland sagen: Die neuen Zölle machen den Handel mit den USA schwieriger. Ein wichtiger Wirtschaftsexperte von der Commerzbank meint: Deutsche Firmen werden in den nächsten Jahren viel weniger Sachen in die USA verkaufen. Er denkt, dass der Verkauf um 20 bis 25 Prozent zurückgeht. Das heißt: Bis zu ein Viertel weniger wird verkauft. Eine andere Expertin von einem

Wirtschaftsforschungsinstitut sagt: Vielleicht können deutsche Firmen dann an andere Länder verkaufen. Aber sie glaubt nicht, dass das den Verlust in den USA ganz ausgleicht. Schon in den letzten Monaten haben deutsche Firmen weniger Waren in die USA verkauft.

Quelle: www1.wdr.de/nachrichten/usa-zoelle-auswirkungen-verbraucher-100.html (Zugriff: 12.08.2025)



Folgen für Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer

Die deutsche Auto-, Pharma- (Firmen, die mit Chemikalien oder Medikamenten arbeiten) und Maschinenbauindustrie (Firmen, die Maschinen herstellen) ist stark vom Handel mit den USA abhängig. 2024 wurden rund 750.000 Autos mit einem Wert von 38,5 Milliarden Euro aus der EU in die USA verkauft. Wenn dieser Handel weniger wird, könnten bis zu 70.000 Arbeitsplätze in der Autoindustrie verloren gehen. Auch in der Chemiebranche sinken die Exporte und die Aufträge, was zu Arbeitsplatzverlusten führen könnte. Viele mittelständische Maschinenbauunternehmen haben Probleme, ihre Produkte in andere Länder zu verkaufen, und könnten auch betroffen sein.

Quelle: www1.wdr.de/nachrichten/usa-zoelle-auswirkungen-verbraucher-100.html (Zugriff: 12.08.2025)

Folgen für die Verbraucherinnen und Verbraucher

Die Folgen der US-Zölle für Käuferinnen und Käufer in Deutschland sind noch unklar. Viele Produkte werden wohl nicht teurer. Manche könnten sogar günstiger werden, weil die EU auf viele US-Produkte keine Zölle mehr nimmt. Große Preisnachlässe sind aber unwahrscheinlich, da die Zölle früher schon niedrig waren. Autokäufer könnten aber möglicherweise spürbar profitieren, wenn zum Beispiel SUV's deutscher Hersteller wie Mercedes oder BMW, die beide auch in den USA produzieren, nach Deutschland exportiert werden. Auch Autos von Tesla könnten billiger werden. Zölle können auch indirekt wirken: Verkaufen chinesische Firmen weniger in den USA, schicken sie mehr Waren nach Europa. Dadurch könnte es mehr Produkte geben, und die Preise sinken.

Quelle: www1.wdr.de/nachrichten/usa-zoelle-auswirkungen-verbraucher-100.html (Zugriff: 12.08.2025)

Folgen für den Staat

Wenn deutsche Unternehmen weniger in die USA verkaufen, bekommt der Staat weniger Geld durch Steuern. Der Staat verdient viel Geld durch Exporte, also durch Produkte, die Unternehmen aus Deutschland in andere Länder verkaufen. Wenn diese Verkäufe weniger werden, kommen auch weniger Steuern ins Land. Außerdem könnten viele Menschen ihren Arbeitsplatz verlieren. Wenn jemand arbeitslos wird, muss der Staat ihn oft finanziell unterstützen, damit er genug zum Leben hat. Das kostet den Staat viel Geld. Da der Staat nun weniger Geld bekommt, könnte er neue Steuern einführen. Oder er könnte die Steuern für andere Dinge erhöhen, um das fehlende Geld auszugleichen.

Quelle: Autorentext

M 4: Eine E-Mail der Geschäftsführung

To

Nachwuchskräfteverteiler

Subject

Danke für eure Arbeit – jetzt brauchen wir Lösungsansätze

Liebe Nachwuchskräfte,

im Namen der Geschäftsführung danke ich euch für eure Einschätzung zur aktuellen Lage. Die Probleme mit den Zöllen machen uns große Schwierigkeiten. Jetzt müssen wir auf Aluminium, Solarmodule und auch auf unsere E-Bikes in Europa und den USA viel mehr bezahlen. Besonders schwer ist das für uns, weil die USA unser wichtigster Absatzmarkt sind.

Nun müssen wir überlegen, wie wir weitermachen. Drei wichtige Fragen stehen im Raum:

- 1. Können wir die Preise erhöhen, ohne Kundinnen und Kunden zu verlieren?**
- 2. Sollten wir die Produktion verlagern, zum Beispiel in die USA oder nach Europa?**

Es ist wichtig, dass wir eine Lösung finden, die für alle fair ist – für die Geschäftsführung, die Verbraucherinnen und Verbraucher (Kundinnen und Kunden) und unsere Mitarbeitenden. Nur so können wir Grünradel wieder stark und zukunftsfähig machen.

Schaut euch noch einmal Chart 3 an und vergleicht dazu unsere aktuellen Kosten mit anderen Produktionsstandorten. Berücksichtigt aber auch die Entwicklungen bei den Absatzmärkten (siehe Chart 2).

Wir wollen eine gute Lösung für die Geschäftsführung, euch Mitarbeitenden und unsere Kundinnen und Kunden.

Wir freuen uns auf eure Ideen und Lösungen!

Mit besten Grüßen

Die Geschäftsführung von Grünradel



Aa ▾
≡ ≡ ≡
B / U 

Cancel

Save

Send

M 5: Kostenstruktur eines E-Bikes von Grünradel mit der Produktion in Europa

1. Verwaltungs- und Betriebskosten in Deutschland

Kostenart	Kosten je E-Bike	Anmerkung
Planung und Entwicklung	100 €	Fachleute überlegen, wie das E-Bike gebaut wird (z. B. Design, Antrieb etc.).
Forschung und Entwicklung	35 €	Neue Ideen werden ausprobiert, damit das E-Bike besser wird.
Vertrieb und Marketing	42 €	Werbung sorgt dafür, dass Leute vom E-Bike erfahren und es kaufen.
Personal- und Verwaltungskosten	152 €	Menschen in der Verwaltung von Grünradel kümmern sich um Löhne, Rechnungen und Organisation.
E-Commerce (Onlineverkauf)	21 €	Das sind die Kosten für den Verkauf im Internet, z. B. für die Website und den Versand.
Gesamtkosten (Betrieb)	350 €	Das sind Kosten, die durch das Betreiben der Firma entstehen.

2. Material- und Produktionskosten in der EU

Kostenart	Kosten je E-Bike	Anmerkung
Materialkosten	460 €	alle Materialien, aus denen das E-Bike gebaut wird
+ Aluminium	31 €	leichtes Metall für den Rahmen des E-Bikes
+ Solarmodule	65 €	Teil am Rahmen, das Sonnenlicht in Strom umwandelt
Materialkosten gesamt	556 €	alle Bauteile zusammen – z. B. Akku, Reifen etc.
+ Produktionskosten	170 €	das Geld fürs Zusammenbauen des E-Bikes in der Fabrik
+ Qualitätskontrolle	23 €	Prüfung am Ende, ob alles richtig funktioniert
Gesamtkosten (Produktion)	749 €	alles zusammen: Teile + Bau + Kontrolle

Gesamtkosten und Verkaufspreis

Gesamtkosten (Betrieb)	350 €	s. o.
Gesamtkosten (Produktion)	610,50 €	s. o.
Summe aller Kosten	960,50 €	Betrieb + Produktion zusammen
+ Gewinnmarge (30 %)	318,15 €	das, was die Firma am E-Bike verdienen möchte
Verkaufspreis ohne Steuern	1.278,65 €	Preis, bevor Steuern des Landes hinzukommen

Zusätzliche Kosten für den Verkaufsmarkt China

Zollgebühren China (0 %)	233,81 € *	Eintrittsgeld für Produkte aus dem Ausland
+ Steuern (19 %)	269,15 €	alle Steuern, die das Land bekommt
+ Transport	18 €	Kosten, um das E-Bike zur Kundin oder zum Kunden zu bringen
Verkaufspreis nach Steuern	1.979,66 €	der Endpreis, den Kundinnen und Kunden zahlen

*Stand 25.09.2025

Zusätzliche Kosten für den Verkaufsmarkt USA

Zollgebühren USA (15 %)	233,81 €	Eintrittsgeld für Produkte aus dem Ausland
+ Steuern (29 %)	644 €	alle Steuern, die das Land bekommt
+ Transport	17 €	Kosten, um das E-Bike zur Kundin oder zum Kunden zu bringen
Verkaufspreis nach Steuern	2.353,51 €	der Endpreis, den Kundinnen und Kunden zahlen

Zusätzliche Kosten für den Verkaufsmarkt Europa

+ Steuern (36 %)	560,84 €	alle Steuern, die das Land bekommt
+ Transport	9 €	Kosten, um das E-Bike zur Kundin oder zum Kunden zu bringen
Verkaufspreis nach Steuern	2.028,54 €	der Endpreis, den Kundinnen und Kunden zahlen

M 6: Kostenstruktur eines E-Bikes von Grünradel mit der Produktion in den USA

1. Verwaltungs- und Betriebskosten in Deutschland

Kostenart	Kosten je E-Bike	Anmerkung
Planung und Entwicklung	100 €	Fachleute überlegen, wie das E-Bike gebaut wird (z. B. Design, Antrieb etc.).
Forschung und Entwicklung	35 €	Neue Ideen werden ausprobiert, damit das E-Bike besser wird.
Vertrieb und Marketing	42 €	Werbung sorgt dafür, dass Leute vom E-Bike erfahren und es kaufen.
Personal- und Verwaltungskosten	152 €	Menschen in der Verwaltung von Grünradel kümmern sich um Löhne, Rechnungen und Organisation.
E-Commerce (Onlineverkauf)	21 €	Das sind die Kosten für den Verkauf im Internet, z. B. für die Website und den Versand.
Gesamtkosten (Betrieb)	350 €	Das sind Kosten, die durch das Betreiben der Firma entstehen.

2. Material- und Produktionskosten in den USA

Kostenart	Kosten je E-Bike	Anmerkung
Materialkosten	485 €	alle Materialien, aus denen das E-Bike gebaut wird
+ Aluminium	44 €	leichtes Metall für den Rahmen des E-Bikes
+ Solarmodule	70 €	Teil am Rahmen, das Sonnenlicht in Strom umwandelt
Materialkosten gesamt	599 €	alle Bauteile zusammen – z. B. Akku, Reifen etc.
+ Produktionskosten	180 €	das Geld fürs Zusammenbauen des E-Bikes in der Fabrik
+ Qualitätskontrolle	23 €	Prüfung am Ende, ob alles richtig funktioniert
Gesamtkosten (Produktion)	802 €	alles zusammen: Teile + Bau + Kontrolle

Gesamtkosten und Verkaufspreis

Gesamtkosten (Betrieb)	350 €	s. o.
Gesamtkosten (Produktion)	802 €	s. o.
Summe aller Kosten	1.152 €	Betrieb + Produktion zusammen
+ Gewinnmarge (30 %)	375,60 €	das, was die Firma am E-Bike verdienen möchte
Verkaufspreis ohne Steuern	1.527,60 €	Preis, bevor Steuern des Landes hinzukommen

Zusätzliche Kosten für den Verkaufsmarkt China

Zollgebühren China (10 %)	162,76 €	Eintrittsgeld für Produkte aus dem Ausland
+ Steuern (19 %)	340,17 €	alle Steuern, die das Land bekommt
+ Transport	17 €	Kosten, um das E-Bike zur Kundin oder zum Kunden zu bringen
Verkaufspreis nach Steuern	2.047,53 €	der Endpreis, den Kundinnen und Kunden zahlen

Zusätzliche Kosten für den Verkaufsmarkt USA

+ Steuern (29 %)	472 €	alle Steuern, die das Land bekommt
+ Transport	10 €	Kosten, um das E-Bike zur Kundin oder zum Kunden zu bringen
Verkaufspreis nach Steuern	2.009,60 €	der Endpreis, den Kundinnen und Kunden zahlen

Zusätzliche Kosten für den Verkaufsmarkt Europa

Zollgebühren USA (15 %)	233,81 €	Eintrittsgeld für Produkte aus dem Ausland
+ Steuern (36 %)	560,84 €	alle Steuern, die das Land bekommt
+ Transport	9 €	Kosten, um das E-Bike zur Kundin oder zum Kunden zu bringen
Verkaufspreis nach Steuern	2.331,25 €	der Endpreis, den Kundinnen und Kunden zahlen

M 7: Wer uns wichtig ist

Die Zielgruppe der Verbraucherinnen und Verbraucher

Die potenziellen Kundinnen und Kunden, die sich für E-Bikes interessieren, sind immer noch eher älter (35 Jahre aufwärts). Sie suchen gute Qualität, faire Preise und möchten umweltfreundlich unterwegs sein. Viele von ihnen sind preisbewusst und vergleichen Produkte, bevor sie kaufen. Sie wollen ein technisch gutes E-Bike, das lange hält. Durch günstigere Modelle aus anderen Ländern wird die Konkurrenz größer, was die Verbraucherinnen und Verbraucher dazu bringt, noch mehr auf den Preis zu achten. Grünradel muss also mit fairen Preisen und guter Qualität punkten, um die Käuferinnen und Käufer zu halten.



Perspektive der Geschäftsführung

Das wichtigste Ziel der Geschäftsführung von Grünradel ist es, wieder sicher Geld zu verdienen und das Unternehmen stark zu machen. Dafür muss eine Lösung gefunden werden, die auch bei Zollproblemen funktioniert. Eine Idee wäre, die Kosten zu senken, indem man andere Materialien nutzt, für die keine Zölle gezahlt werden müssen. Eine weitere Möglichkeit wäre, die Produktion in Länder wie die USA oder Deutschland zu verlegen. So könnte man Zölle umgehen und die Kundinnen und Kunden dort besser erreichen. Außerdem könnte man die Preise etwas ändern. Dabei muss man aber gut aufpassen: Werden die Preise zu hoch, kaufen die Leute weniger und der Gewinn sinkt. Am Ende geht es darum, eine stabile Firma zu haben, die auch in Zukunft erfolgreich bleibt.



Perspektive der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer

Das wichtigste Ziel der Mitarbeitenden von Grünradel ist es, ihren Job (Arbeitsplatz) zu behalten und das Unternehmen wieder erfolgreich zu machen. Sie möchten helfen, dass Grünradel die Probleme durch die Zölle übersteht und wieder wächst. Sie wollen wissen, wie es mit dem Unternehmen weitergeht, und hoffen, dass die Chefs (Geschäftsführung) mit ihnen offen sprechen und ihre Ideen berücksichtigt werden. Die Mitarbeitenden wünschen sich, dass faire Arbeitsbedingungen und gute Bezahlung weiterhin sicher sind. Außerdem möchten sie, dass Grünradel als innovatives (neues, kreatives) Unternehmen in der Zukunft erfolgreich bleibt.



M 8: Eine E-Mail der Geschäftsführung

To

Nachwuchskräfteverteiler

Subject

Danke für eure tollen Lösungsvorschläge – jetzt geht es um den Pitch!

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

Hallo zusammen,

vielen Dank für eure großartigen Ideen. Es ist super zu sehen, wie ihr euch Gedanken macht, um Grünradel aus der Krise zu holen. Jetzt geht es darum, eure Ideen vor der Geschäftsführung zu präsentieren.

Was ist ein Pitch?

Ein Pitch ist eine kurze Präsentation, in der ihr eure Lösung vorstellt. Ihr habt dafür **drei Minuten** Zeit. In diesen 180 Sekunden müsst ihr uns zeigen, warum eure Idee die beste Lösung für unser Unternehmen ist.

Die **beste Idee** wird von der Geschäftsführung unterstützt und könnte in die Zukunft von Grünradel einfließen. Ihr habt die Chance, mit eurem Pitch wirklich etwas zu verändern!

Weitere Tipps für euren Pitch findet ihr im Anhang dieser E-Mail.

Wir freuen uns schon auf eure Ideen!

Mit besten Grüßen

Die Geschäftsführung von *Grünradel*



Aa

B

/

Cancel

Save

Send

M 9: Was ist ein Pitch?

Zeigt, was in eurer Idee steckt – der perfekte Pitch

Die Lösungswege stehen. Jetzt geht es darum, eure Geschäftsführung für eure Idee zu gewinnen. Die Königsdisziplin dafür ist der sogenannte Pitch. **Was ist ein Pitch?** Ein Pitch ist eine kurze, überzeugende, präsentationsgestützte Vorstellung eines Produktes oder eines Projektes – oder wie in eurem Fall ein Lösungsweg aus einer Unternehmenskrise aufgrund von Welthandelskonflikten. Was ist das Ziel? Ihr wollt die Geschäftsführung (eure Mitschülerinnen und Mitschüler) von der Notwendigkeit und den Vorteilen eures Lösungsweges überzeugen.

Quelle: youtube.com/watch?v=IDmXhX5owo8



Doch was macht einen guten Pitch aus?

1. Pitchen mit Plan Ein optimaler Pitch beruht auf sorgfältiger Planung, gewissenhafter Vorbereitung und souveräner Durchführung.	2. Mut zum Experiment Legt Wert auf einen spannenden Einstieg, der die Aufmerksamkeit der Zuhörerinnen und Zuhörer gewinnt. Ihr könnt zum Beispiel mit einer rhetorischen Frage an das Publikum beginnen, ein kontroverses Statement abgeben oder beeindruckende Fakten präsentieren, mit Humor das Publikum zum Schmunzeln bringen etc.
3. Timing ist alles Ihr habt nicht ewig Zeit, sondern genau drei Minuten. Diese knappe Zeit müsst ihr dafür nutzen, die Jury (eure Mitschülerinnen und -schüler) von eurer Idee zu überzeugen. Konzentriert euch auf die wesentlichen Punkte!	4. Logik und Struktur Überlegt euch eine logisch aufgebaute Gliederung. Gerne kann diese zu Beginn eingeblendet werden. Das gibt den Zuhörerinnen und Zuhörern Orientierung und regt zum Mitdenken an.
5. Weniger ist mehr Versucht, die Folien so übersichtlich wie möglich zu gestalten. Idealerweise habt ihr nicht mehr als vier Worte pro Zeile und nicht mehr als sechs Zeilen pro Folie. Vermeidet es, mehr als zwei verschiedene Schrifttypen zu verwenden.	6. Bildsprache Bilder sagen mehr als tausend Worte. Diese Binsenweisheit solltet ihr euch zu Herzen nehmen. Zu viel Text auf der Folie lenkt von eurem Vortrag ab.
7. Für uns zählt Teamplay Klärt, wer welche Folien präsentieren wird. Klärt vorher, ob Fragen gemeinschaftlich beantwortet werden oder ihr Expertinnen und Experten für bestimmte Themen festlegt. Vermeidet hierbei zu viele Wechsel zwischen den Rednerinnen und Rednern – das könnte Unruhe schaffen.	



M 10: Checkliste für eine überzeugende Präsentation und Körpersprache

Tipp	Erläuterung	Beispiel
1. Erklärt die Idee einfach.	Eure Idee muss verständlich sein. Achtet darauf, dass alle Zuhörerinnen und Zuhörer folgen können.	»Wir könnten die Produktion von E-Bikes in Europa starten, um die hohen Zölle auf Stahl und Aluminium zu vermeiden.«
2. Zeigt wichtige Zahlen.	Zahlen helfen, eure Argumente zu stärken. Nutzt einfache und klare Zahlen, die eure Lösung unterstützen.	»Im letzten Jahr haben wir in den USA 30 Prozent unserer E-Bikes verkauft. Wenn wir die Zölle weiter zahlen, wird der Gewinn viel kleiner.«
3. Was bringt es für das Unternehmen?	Zeigt, wie eure Lösung dem Unternehmen hilft, sich zu verbessern.	»Wenn wir die Produktion nach Europa verlagern, können wir die Zölle sparen und gleichzeitig schneller liefern.«
4. Zeigt Beispiele.	Wenn möglich, nutzt Beispiele, um eure Idee zu erklären. Zeigt, wie andere es bereits gemacht haben.	»Wie andere Firmen auch können wir die Produktion in Europa aufbauen und so günstiger werden.«
5. Erklärt das Problem und die Lösung.	Beginnt mit dem Problem, dann erklärt die Lösung, die ihr vorschlagt.	»Die Zölle auf Stahl und Aluminium machen unsere E-Bikes teurer. Wir können das lösen, indem wir andere Materialien verwenden oder die Produktion verlegen.«
6. Baut euren Vortrag logisch auf.	Eure Argumente sollten eine klare Reihenfolge haben. Beginnt mit dem Problem, dann folgt die Lösung.	»Erst erklären wir das Problem mit den Zöllen, dann zeigen wir, wie wir das lösen können, indem wir unsere Produktion in Europa starten.«
7. Achtet auf eure Körpersprache.	Eure Körperhaltung zeigt, wie sicher ihr seid. Steht gerade, schaut die Zuhörerinnen und Zuhörer an und nutzt eure Hände.	Steht gerade, schaut eure Zuhörerinnen und Zuhörer an und zeigt mit den Händen auf die wichtigen Punkte, die ihr erklärt.
8. Seid selbstbewusst.	Zeigt, dass ihr an eure Idee glaubt. Wenn ihr sicher seid, werdet ihr die Zuhörerinnen und Zuhörer auch überzeugen.	»Wir sind sicher, dass diese Lösung Grünradel helfen wird, wieder erfolgreich zu werden.«
9. Seid positiv und motiviert.	Zeigt Zuversicht und motiviert die Zuhörerinnen und Zuhörer, damit sie ebenfalls an die Lösung glauben.	»Wir können die Herausforderung der Zölle meistern, wenn wir jetzt die richtige Entscheidung treffen.«
10. Bereitet euch auf Fragen vor.	Überlegt euch im Voraus, welche Fragen kommen könnten, und übt, wie ihr ruhig antwortet.	»Wenn jemand fragt, warum wir die Produktion nicht einfach in den USA lassen: Wir würden durch hohe Zölle viel verlieren. Wenn wir in Europa produzieren, können wir diese Zölle umgehen und gleichzeitig schneller liefern.«

M 11: Impulse zur Gestaltung eines Pitches



Quelle: <https://www.youtube.com/watch?v=74Mt5SWWtZk> (20.08.2025)



Quelle: https://www.youtube.com/watch?v=bj86-Xk_W-w (20.08.2025)



Quelle: <https://www.youtube.com/watch?v=AKGEaKbLxf8> (20.08.2025)



Quelle: <https://www.youtube.com/watch?v=tOQrFMnwO80> (20.08.2025)



Quelle: <https://www.youtube.com/watch?v=yar69TKotKE> (20.08.2025)

M 12: Eine E-Mail der Geschäftsführung

X

ToNachwuchskräfteverteiler

SubjectEntscheidung über die Zukunft von Grünradel gefallen

Liebe Nachwuchskräfte,
vielen Dank für eure tolle Mitarbeit in den letzten Wochen!

Ihr habt super Ideen eingebracht, um Grünradel durch eine schwierige Zeit zu helfen. Das zeigt, wie ihr mitdenkt – für unser Unternehmen, unsere Mitarbeitenden und unsere Kundinnen und Kunden.

Wie ihr wisst, haben uns die hohen Zölle auf Aluminium, Solarmodule und E-Bikes in den USA und Europa stark getroffen. Dadurch ist alles teurer geworden – und der Verkauf schwieriger.
Jetzt ist es wichtig, dass wir allen klar erklären, was los ist:

- unseren Mitarbeitenden
- unseren Kundinnen und Kunden
- unseren Partnern

Eure Aufgabe:

1. Überlegt euch, wie wir die Situation einfach, ehrlich und verständlich erklären können. Was sagen wir? Und wie (zum Beispiel per E-Mail, Video oder Social Media)?
2. Setzt eure Idee so um, dass andere sie sehen oder hören können – zum Beispiel als E-Mail, Plakat, Social-Media-Post oder kurzes Video.

Wir freuen uns schon auf eure Ideen und sind sehr gespannt auf eure Beiträge!

Mit besten Grüßen

Die Geschäftsführung von Grünradel



M 13: Bewertungsbogen Pitch

Namen der Schülerinnen und Schüler: _____

Name des Pitches: _____

Inhalt:

	Kriterium	Erläuterung	Bewertung	Bemerkung
1. Inhaltliche Fähigkeiten	Problemverständnis	Das Problem wird (Zölle, Absatzkrise, Ursachen) wird klar und korrekt erfasst.		
	Problemlösefähigkeiten / Lösungsidee	Die Lösung ist logisch, realistisch und passt zur Situation von Grünradel.		
	Einbezug relevanter Perspektiven	Geschäftsführung, Mitarbeitende und Verbraucher:innen werden angemessen berücksichtigt.		
	Fachlichkeit	Die Idee berücksichtigt alle fachlichen Hintergründe und entsprechende Fachsprache.		

Methode:

	Kriterium	Erläuterung	Bewertung	Bemerkung
2. Methodische Fähigkeiten	Struktur des Pitches	Klare Gliederung (Einleitung – Hauptteil – Schluss), gut nachvollziehbar.		
	Verständlichkeit	Klare Formulierungen – für alle verständlich, angemessenes Sprechtempo.		
	Eigenständigkeit & Kreativität	Originelle Idee oder Herangehensweise, selbstständig erarbeitet.		
	Zeitmanagement	Die Präsentation bleibt im Zeitrahmen (ca. 3 Minuten) und ist gut getaktet.		

Präsentation:

	Kriterium	Erläuterung	Bewertung	Bemerkung
3. Präsentative Fähigkeiten	Auftreten und Körpersprache	Das Problem (Zölle, Absatzkrise, Ursachen) wird klar und korrekt erfasst.		
	Stimme und Sprechweise	Die Lösung ist logisch, realistisch und passt zur Situation von Grünradel.		
	Visualisierung	Geschäftsführung, Mitarbeitende und Verbraucher:innen werden angemessen berücksichtigt.		
	Zusammenarbeit im Team	Die Idee berücksichtigt alle fachlichen Hintergründe und entsprechende Fachsprache.		

Feedback:

Gelungene Aspekte	Verbesserungshinweise

M 14: Ergänzender oder alternativer Bewertungsbogen für die Lehrkraft

Namen der Schülerinnen und Schüler: _____

Name des Pitches: _____

Inhaltliche Kriterien: WAS

	Aspekt	Bewertung	Bemerkung
1. Inhaltliche Fähigkeiten	Vollständigkeit: Die Lösung muss alle wichtigen Aspekte des Problems (Zölle, Kosten, Abhängigkeit von Märkten) abdecken.		
	Realitätsnähe: Die vorgeschlagenen Maßnahmen sollten umsetzbar sein und die wirtschaftlichen und die strategischen Gegebenheiten von Grünradel berücksichtigen.		
	Berücksichtigung der Unternehmenswerte: Die Lösung sollte die Werte von Grünradel wie Nachhaltigkeit und Innovation nicht ignorieren. Eine Verlagerung der Produktion sollte beispielsweise auch die Umweltstandards am neuen Standort berücksichtigen.		
	Finanzielle Überlegungen: Die Schülerinnen und Schüler sollten die Kosten der vorgeschlagenen Lösung schätzen und eine Einschätzung der potenziellen Auswirkungen auf die Gewinnmarge und den Umsatz vornehmen.		
Inhaltliche Bewertung			

Methodische Kriterien: WIE

	Aspekt	Bewertung	Bemerkung
2. Methodische Fähigkeiten	Problem- und Ursachenanalyse: Eine sehr gute Lösung beginnt mit einer tiefgehenden Analyse der Ursachen des Zollkonfliktes und seiner Auswirkungen auf Grünradel. Die Schülerinnen und Schüler sollten die im Dokument genannten Fakten nutzen, um ihre Schlussfolgerungen zu untermauern.		
	Strukturiertes Vorgehen: Der Lösungsweg sollte in logische Schritte unterteilt sein. Zum Beispiel: 1. Analyse des Problems, 2. Entwicklung von Lösungsoptionen, 3. Bewertung der Optionen und 4. Empfehlung der besten Strategie.		
	Argumentation und Begründung: Alle Vorschläge müssen klar und schlüssig begründet werden, basierend auf den vorliegenden Informationen und nachvollziehbaren Annahmen.		
Methodische Bewertung			

Präsentationskriterien: WIE ES GEZEIGT WIRD

	Aspekt	Bewertung	Bemerkung
3. Präsentative Fähigkeiten	Struktur und Übersichtlichkeit: Die Präsentation sollte klar gegliedert sein. Eine gute Gliederung mit Einleitung, Hauptteil und Fazit ist essenziell.		
	Verständlichkeit: Die komplexen Zusammenhänge des Welthandels und der Unternehmensstrategie sollten für das Publikum verständlich aufbereitet werden. Die Verwendung von einfachen, präzisen Formulierungen ist hier entscheidend.		
	Visualisierung: Die Verwendung von Grafiken, Diagrammen und Karten kann helfen, komplexe Daten und Zusammenhänge zu veranschaulichen und die Präsentation professioneller zu gestalten. Beispiele hierfür sind Grafiken zu den Produktionskosten oder den Auswirkungen der Zölle auf den Endpreis.		
	Überzeugungskraft: Die Präsentation sollte das Publikum von der vorgeschlagenen Lösung überzeugen. Dies erfordert eine selbstsichere, aber auch empathische Herangehensweise, die das Problem aus der Sicht des Unternehmens und seiner Mitarbeitenden beleuchtet.		
Bewertung der Präsentationskompetenz			
Gesamtbewertung			

M 15: Differenzierungshilfen: Eine E-Mail der Geschäftsführung

To

Nachwuchskräfteverteiler

Subject

Planung und erster Schritt – Klarheit schaffen

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

wenn ihr gerade nicht weiterwisst, keine Sorge! Der erste Schritt ist immer der schwierigste. Um eine gute Lösung zu finden, müssen wir erst mal genau verstehen, was Grünradel ausmacht. Hier sind ein paar Dinge, die ihr klären solltet:

1. **Was für ein Unternehmen ist Grünradel?** Denkt darüber nach, was uns von anderen Firmen unterscheidet. Was ist unsere Geschäftsidee? Warum gibt es uns?
2. **Was sind unsere Werte?** Überlegt, was uns wichtig ist – etwa Nachhaltigkeit, Innovation oder faire Preise. Diese Werte sind ein wichtiger Teil unserer Marke!
3. **Produktionsbedingungen und Absatz:** Wie und wo stellen wir unsere E-Bikes her? Welche Rohstoffe brauchen wir (z. B. Stahl oder Aluminium)? Wie kommt unser Produkt zu den Kunden? Denkt auch darüber nach, ob wir günstigere oder bessere Alternativen finden können.
4. **Vergleich der Produktionskosten und Umsatz:** Wie viel kostet die Produktion im Moment? Welche Kosten fallen durch die Zölle an? Überlegt, wie sich unsere Umsätze durch die aktuellen Herausforderungen verändern könnten.
5. **Macht euch schlau über den Zollkonflikt:** Wie kam es zu dem Zollkonflikt unter dem unser Unternehmen leidet? Nur wenn man diesen versteht, kann man später Lösungen entwickeln, die uns wirklich weiterhelfen!

Sobald ihr diese Fragen für euch geklärt habt, könnt ihr anfangen, nach Lösungen zu suchen. Die nächsten Schritte kommen dann von selbst! Viel Erfolg beim Überlegen und Planen! Wir sind gespannt auf eure Ideen.

Mit besten Grüßen

Die Geschäftsführung von Grünradel



Aa

B

/

Cancel

Save

Send

IMPRESSUM

Hinweis: Einige Materialtexte wurden mit Chat GPT sprachlich leichter verständlich gemacht. Redaktionelle Produktion: ZEIT für die Schule, Helmut-Schmidt-Haus, Buceriusstraße/ Eingang Speersort 1, 20095 Hamburg Projektleitung: Ea Warnck Redaktion, Texte und didaktische Umsetzung: Janosch Schierke Korrektorat: Katrin Weiden Grafik: Sonja Feldkamp