



NICHT NUR KLEINE BRÖTCHEN BACKEN – UNTERNEHMEN MIT KREATIVPOTENTIAL

Etwas mit den Händen gestalten. Traditionelle Rezepturen mit modernster Technik kombinieren. In einem motivierten Team immer wieder andere Produktideen entwickeln. Stolz sein auf das, was man geschaffen hat – Tag für Tag. Dies sind nur einige der Gründe, warum viele Menschen nirgendwo lieber arbeiten als im Bäckerhandwerk. Dieser uralte Beruf ist sich bis heute treu geblieben, entwickelt sich dank Fortschritt und technischer Neuerungen aber immer weiter: Mühselige körperliche Arbeiten etwa, die in früheren Zeiten den Alltag in einer Bäckerei erschwerten, übernehmen heutzutage Maschinen. Ein wesentlicher Grund, warum auch immer mehr junge Frauen mit einem Beruf in der Backstube liebäugeln.

Zusätzlich zur eigenen Wertschöpfung tragen die Bäcker/-innen auch durch ihre Investitionen zum Wirtschaftsstandort Deutschland bei: Jedes Jahr investieren die Betriebe rund 500 Mio. Euro in Maschinen, Fuhrpark und Einrichtung. Sie sehen:

Die Bäckerbranche boomt!

Mit dieser Unterrichtseinheit erhalten die Schüler/-innen einen differenzierten Einstieg in die Themenkomplexe: Handwerk, Selbstständigkeit und Unternehmensführung. Eine literarische Auseinandersetzung macht zunächst die Bedeutung des Brotes als eines unserer wichtigsten Nahrungsmittel deutlich. Der Stellenwert des deutschen Bäckerhandwerks erschließt sich den Schüler/-innen im Rahmen der Analyse von verschiedenen Sachtexten, für deren unterschiedliche Formen sie ebenfalls sensibilisiert werden. Die Gründung eines Handwerksbetriebes bedarf eines ausgeklügelten, haltbaren Konzeptes. Die praktische Erstellung eines solchen Konzeptes, welches die Schüler/-innen hier erlernen, schärft das Verständnis für wirtschaftliche und finanzielle Zusammenhänge, betriebswirtschaftliches Rechnen sowie die Marktanalyse und fügt sich somit ideal in einen handlungsorientierten Unterricht ein.

INHALTLICHE SCHWERPUNKTE DER UNTERRICHTSEINHEIT

- Lyrik und Brot
- Brot in der Religion
- Die Bedeutung des deutschen Bäckerhandwerks
- Existenzgründung und Selbstständigkeit

LERNZIELE, METHODEN UND SOZIALFORMEN DER UNTERRICHTSEINHEIT

- Aktivieren von Vorwissen
- Lesen, Erschließen und Interpretieren literarischer Texte
- einen Text unter bestimmten Fragestellungen lesen
- Brainstorming
- Datenanalyse und kritische Betrachtung
- Konzepterstellung
- Förderung der kommunikativen Fähigkeiten
- Betriebswirtschaftliches Rechnen
- Einzel- und Gruppenarbeit, Austausch in der Klasse

BENÖTIGTE MEDIEN UND MATERIALIEN

- Arbeitsblatt 2: Karten des Ortes bzw. der Region

HINWEISE ZUM EINSATZ DER ARBEITSMATERIALIEN**EINSTIMMUNG**

- **Arbeitsblatt 1: Das Brot aus der Feder großer Dichter**

Die Einführung in das Thema des Bäckerhandwerks erfolgt durch die Auseinandersetzung mit zwei Gedichten, in denen das Brot im Vordergrund steht. Brot gehört ganz selbstverständlich zu unserem Alltag. Warum also sollte man ihm Aufmerksamkeit schenken? In der Form des Gedichtes wird das Brot, wird das Elementare zum Symbol. Und das entscheidende Merkmal von Symbolen ist deren Hinweischarakter. Symbole verweisen auf das Unsagbare und vergegenwärtigen das schwer (Be)greifbare. Da sie nie eindeutig, sondern immer ambivalent sind, laden sie zum Reflektieren und Diskutieren ein. So beschäftigen sich die Schüler/-innen im Rahmen dieses Arbeitsblattes mit den Grundfragen: Was macht wirklich satt? Was braucht der Mensch? Was fehlt ihm? Sie nähern sich diesen Fragen ganz individuell, gleichzeitig aber auch immer vor unserem gesellschaftlichen Hintergrund, eingeflochten in unser kulturhistorisches Traditionen- und Werteverständnis.

In Aufgabe 1 steht die Bedeutung des Brotes aus christlich-religiöser Sicht im Vordergrund. Ausgehend von den vier Bibelziten erschließen die Schüler/-innen gemeinsam, dass Brot für all das steht, was lebenserhaltend und lebensstiftend ist. Brot ist Nahrung für den Leib, es ist der Lohn für die mühsame Arbeit des Menschen auf Erden und Ausdruck seines harten Loses. Brot ist aber auch Nahrung für die Seele, Gottes Wort als Antwort auf spirituelle Nöte und seelisches Leiden. Hier können die Schüler/-innen überlegen, wie sie sich die „Seelenspeise“ vorstellen und wünschen. Das symbolische Brotbrechen letztendlich verweist auf die Gemeinschaft. Durch das Teilen wird das Leben an Gaben nicht ärmer, sondern reicher.

Die Aufgabe 2 besteht aus zwei Teilaufgaben. Die Schüler/-innen können aussuchen, welche sie bearbeiten möchten. In Teilaufgabe a) finden die sie die religiösen Bedeutungsebenen des Brotes in dem Gedicht „Du bist das Brot, das Seelen speist“ von Waldpfarrer Karl Ernst Knodt wieder. Es ist symmetrisch aufgebaut, besteht aus vier Strophen à vier Zeilen, die im Kreuzreim geschrieben sind. Direkt im ersten Vers wird der Vergleich zwischen dem Brot als Leibesspeise und Gott als Seelenspeise an- und in den folgenden Strophen näher ausgeführt. In der letzten Strophe ist zudem der Aspekt der Gemeinschaft wiederzufinden, wenn das lyrische Ich den Schöpfer bittet, am ewigen Leben teilzuhaben. Seine Intensität bezieht das Gedicht aus seinem symmetrischen Aufbau und durch die Häufung der Anredepronomen (Du und Dich), die den Angesprochenen (Gott) in den Vordergrund heben und die Eindringlichkeit des Bittenden unterstreichen.

Teilaufgabe b) fragt nach einer klassischen Gedichtinterpretation zu Kurt Tucholskys „Unser täglich Brot“. Das Gedicht nähert sich der Frage, was der Mensch zum Leben braucht, aus sozialkritischer Sicht. Tucholsky war politisch sehr engagiert, verstand sich selbst als Gesellschaftskritiker und Sozialist. In seinem Gedicht kritisiert er kapitalistische Mechanismen, nach denen sich „der kleine Mann“ abrackert und sich Menschen in gehobenen Positionen (Adel, Handel und Industrie) auf dessen Kosten bereichern. Das Gedicht besteht aus fünf Strophen unterschiedlicher Länge.

Die erste Strophe umfasst nur zwei Verse, bleibt ohne Reim und dient dem gesamten Gedicht als Einstieg. „An deinem Brot für fünfzehn Mark und achtzig / hängt, wenn du hinsiehst, allerlei –“. Gleich wird deutlich, wen das lyrische Ich anspricht: Den deutschen Arbeiter, der für teures Geld sein Brot kauft und dies mit harter Arbeit erst möglich macht. In den folgenden Strophen wird dann herausgestellt, wer sich auf welche Weise am Arbeiter bereichert. Die Strophen zwei, drei und vier bestehen je aus sechs Versen im Paarreim, die fünfte und letzte Strophe aus zehn Versen im Paarreim. Dieses Reimschema verleiht dem Gedicht etwas Kurzatmiges, Getriebenes und unterstreicht den Aufzählungscharakter der Ungerechtigkeiten. Der Landmann, ein Angehöriger des Adels, leistet sich auf Kosten seiner Arbeiter Ställe, Schmuck für die Frau und allerlei Annehmlichkeiten. Unternehmer und Banken bereichern sich durch Zinsen und Dividenden, der Bäcker setzt die Preise nach seinem Gutdünken fest und steigert seinen Gewinn. Wer unten liegt, ist „der kleine Mann“.

Am Ende jeder Strophe wird der Aufzählung der Reichtümer der Vers „von deinem Brot“ gegenübergestellt, um den Kontrast hervorzuheben. Das Brot symbolisiert hier die harte Arbeit und die einfache Nahrung im Gegensatz zu Luxus und Überfluss. Im Titel des Gedichtes „Unser täglich Brot“ und im letzten Vers „Das, Deutscher, ist dein Brot“ steht das Brot für die tägliche Ungerechtigkeit und das harte Schicksal des kleinen Mannes, das schon Normalität geworden ist. Nicht zuletzt spielt der Titel auf die religiöse Bedeutung des Brotes an, ironisiert die vermeintliche Nächstenliebe in einer Gesellschaft, in der sich jeder selbst der Nächste ist. Und wenn es in Zeile neun heißt „Die Mühlen mahlen“ sind nicht nur die tatsächlichen Getreidemühlen gemeint. Vielmehr wird hier auf das gut funktionierende kapitalistische System verwiesen, in dem der Arbeiter nur ein kleines Rädchen im Getriebe ist. Dennoch drängt sich hier auch die Verbindung zum Sprichwort „Gottes Mühlen mahlen langsam, aber stetig“ auf, nach dem die Hoffnung besteht, dass Übeltäter, die zunächst ungestraft davonkommen, doch irgendwann für ihre Taten büßen müssen.

Mit Aufgabe 3 erarbeiten die Schüler/-innen schließlich, was sie aktuell mit dem Thema Brot verbinden. Sie haben bereits Anregungen gesammelt und können nun überlegen, was für ihr eigenes Leben besonders wichtig ist und/oder auf welche Missstände sie aufmerksam machen wollen. Hier können sie ihren Gedanken kreativ Ausdruck verleihen und ihnen ihre individuelle Form geben.

ANWENDUNG

• Arbeitsblatt 2: Deutsches Bäckerhandwerk fußt auf goldenem Boden

Eine Sensibilisierung für das deutsche Handwerk wird mit Arbeitsblatt 2 gegeben.

Die Schüler/-innen setzen sich anhand von Fragen nach Inhalt und Form mit zwei Textbeispielen auseinander, in denen die Bedeutung des deutschen Handwerks auf verschiedene Art und Weise deutlich gemacht wird (Aufgabe 1). Anschließend analysieren sie in Aufgabe 2 das Bäckerhandwerk in ihrer Region. Hierfür werden Möglichkeiten des Kaufes von handwerklich hergestellten Broten und Backwaren in ihrer Umgebung (je nach Möglichkeit in ihrer Stadt, ihrer Straße, der Umgebung der Schule etc.) geprüft. Die Erkundung kann als Hausaufgabe selbstständig erfolgen oder als Exkursion während der Unterrichtszeit in Gruppen. Stellen Sie ausreichend Kartenmaterial zur Verfügung, so dass die Schüler/-innen die Bäckereien entsprechend der Aufgabe eintragen können. Analysieren Sie anschließend in Aufgabe 3 Gründe für entsprechende Standorte unter wirtschaftlichen Aspekten in der Klasse. Reflektieren Sie hier ggf. auch Vor- und Nachteile von handwerklich vs. industriell hergestellten Lebensmitteln.

FESTIGUNG

• Arbeitsblatt 3: Keine brotlose Kunst

Das Arbeitsblatt 3 dient der Festigung des Stoffes rund ums Bäckerhandwerk. Hier werden die Schüler/-innen selbst aktiv und planen auf der Grundlage ihres bereits erworbenen Wissens einen eigenen Bäckereibetrieb. Der Text „Keine brotlose Kunst – Der Weg in die Selbstständigkeit“ schildert die wichtigsten Punkte der Existenzgründung.

In der Aufgabe 1 überprüfen die Schüler/-innen gemeinsam, ob sie die einzelnen Aspekte des Textes richtig verstanden haben, und veranschaulichen sich die Begriffe durch Anführen von Beispielen aus ihrem Alltagswissen (z. B. Ebay, Facebook als innovative Geschäftsideen).

In Aufgabe 2 setzen sie ihr Wissen dann gemeinsam in Kleingruppen kreativ und strukturiert um. Sie planen ihren eigenen Bäckereibetrieb, führen die Geschäftsidee aus, analysieren die Rahmenbedingungen und entwerfen Marketingstrategien. Ein Formular mit Leitfragen zu den einzelnen Punkten hilft den Schülern und Schülerinnen ihre Gedanken zu formulieren. Durch die Aufgabe schulen sie ihre Kreativität sowie ihr Organisationsvermögen und erwerben anschaulich und praxisnah Fachwissen zum Thema Existenzgründung. Sie sollten dabei durchaus ermutigt werden, visuelle Entwürfe wie Logos, Werbeslogans, Verpackungsdesigns usw. zu integrieren. Anschließend präsentieren sie ihre Ergebnisse in eigens ausgewählter Form vor der Klasse. Ziel dieser Aufgabe ist es, kommunikative Strategien zu üben, die beim Zuhörer Interesse wecken und überzeugen. Die ebenfalls auf dem Arbeitsblatt befindliche Aufgabe 3 umfasst drei betriebswirtschaftliche Sachrechnungen:

1. Berechnung – Rechenweg und Lösung:

Materialkosten für das gesamte Rezept: **9,61 €**

MK = 9,61 € → 100 %

+ BK = 89,18 € → 928 %

= SK = 98,79 € → 100 %

+ RUG = 34,58 € → 35 %

= NVP = 133,37 € → 100 %

+ MwSt. = 9,34 € → 7 %

= **BVP = 142,71 € → 107 %**

BVP je Brötchen = 142,71 € / 510 St. = 0,2798 €

≈ 0,28 € = **28 Cent**

(= Brutto-Verkaufspreis für ein Weizenbrötchen)

2. Berechnung – Rechenweg und Lösung: $66,00 \text{ €} / 60 \text{ Min} = 1,10 \text{ €}$
 $1,10 \text{ €} \times 32 \text{ Min} = 35,20 \text{ €} \times 2 = 70,40 \text{ €}$ (Betriebskosten)
48 Brote: $48 \times 25,60 \text{ €} / 80 = 15,36 \text{ €} + 70,40 \text{ €} = \underline{\underline{85,76 \text{ €}}}$ (Selbstkosten)

3. Berechnung – Rechenweg und Lösung: $8 \text{ Öfen} \times 14 \text{ h} = 8400 \text{ Brote}$
 $1 \text{ Ofen} \times 1 \text{ h} = \frac{8400}{8 \times 14}$
 $15 \text{ Öfen} \times 10 \text{ h} = 8400 \text{ Brote} \times 15 \text{ Öfen} \times 10 \text{ h} = \underline{\underline{11250 \text{ Brote}}}$

- **Arbeitsblatt 4: Multiple-Choice-Test**
 - Multiple-Choice-Fragen zur gesamten Unterrichtseinheit
Lösung: 1 B, 2 D, 3 A, 4 C, 5 B
- **Arbeitsblatt 5: Schon gewusst?**
 - Weiterführende Informationen, Wissenswertes und Anekdoten rund um das Bäckerhandwerk

FACHBEZOGENE ASPEKTE

- Deutsch: Analyse und Interpretation von Gedichten
- Religion: Symbolik des Brotes
- Wirtschaft und Recht: Strukturen und Bedeutung von Handwerk, Gründung eines Unternehmens, Standortanalyse, Selbstständigkeit, betriebswirtschaftliches Rechnen

WEITERFÜHRENDE HINWEISE UND ANREGUNGEN FÜR DEN UNTERRICHT

- In Zusammenhang mit dem Arbeitsblatt 2 kann eine Blindverkostung von handwerklich und industriell hergestellten Broten und Backwaren durchgeführt werden. Dies schärft das Verständnis für die Vielfalt der Brotsorten, schult das Beschreiben von Eigenschaften und Sinneseindrücken und sensibilisiert für unterschiedliche Herstellungsverfahren. Eine Vorlage dafür finden Sie in Unterrichtseinheit 4 und 5.
- In Zusammenhang mit dem Thema Selbstständigkeit lassen sich die Erfahrungen der Lernenden mit Schülerfirmen reflektieren bzw. lässt sich ein solches Projekt initiieren.

INTERNET-TIPPS

- www.baeckerhandwerk.de
- www.brot-test.de
- www.brotregister.de

DAS BROT AUS DER FEDER GROSSER DICHTER



1. BIBELZITATE



Besprechen Sie im Plenum die verschiedenen Bibelzitate zum Thema „Brot“ und klären Sie, welche symbolische Bedeutung das Brot im Rahmen der christlichen Religion hat.

1. „Im Schweiße deines Angesichts sollst du dein Brot essen, bis du wieder zur Erde werdest, davon du genommen bist.“ (1. MOSE 3, 18–19)
2. „Jesus sprach: Es steht geschrieben: Der Mensch lebt nicht vom Brot allein, sondern von einem jeden Wort, das aus dem Mund Gottes geht.“ (MAT 4, 4; MOSE 8, 3; LUK 4, 4)
3. „Und als es Abend geworden, traten seine Jünger zu ihm und sprachen: Der Ort ist öde, und die Stunde ist schon vorgeschritten; entlass das Volk, damit sie in die Dörfer gehen und sich Speise kaufen! Jesus aber sprach zu ihnen: Sie haben nicht nötig hinzugehen; gebt ihr ihnen zu essen! Sie sprachen zu ihm: Wir haben nichts hier als fünf Brote und zwei Fische. Er sprach: Bringt sie mir hierher! Und er befahl dem Volk, sich in das Gras zu lagern, nahm die fünf Brote und die zwei Fische, sah zum Himmel auf, dankte, brach und gab den Jüngern die Brote, die Jünger aber gaben sie dem Volk. Und sie aßen alle und wurden satt; und sie hoben auf, was übrig blieb an Brocken, zwölf Körbe voll. Die aber gegessen hatten, waren etwa fünftausend Männer, ohne Frauen und Kinder.“ (MAT 14, 15–21)
4. „Jesus, der Herr, nahm in der Nacht, in der er ausgeliefert wurde, Brot, sprach das Dankgebet, brach das Brot und sagte: Das ist mein Leib für euch. Tut dies zu meinem Gedächtnis!“ (1. KOR 11, 23–24)

2. GEDICHTE I



Gedicht 1: Analysieren Sie im Gedicht „Du bist das Brot, das Seelen speist“ von Karl Ernst Knodt die Bedeutung des Brotes unter Berücksichtigung der Bibelzitate.

Gedicht 2: Interpretieren Sie das Gedicht „Unser täglich Brot“ von Kurt Tucholsky nach Form und Inhalt und unter Berücksichtigung des historischen Kontextes. Gehen Sie dabei besonders auf die Bedeutung des Brotmotivs ein.

GEDICHT 1:

DU BIST DAS BROT, DAS SEELEN SPEIST

Dich brauch ich, Gott, wie ich das Brot
gebrauch an jedem neuen Tag,
wenn mir aufgeht das Morgenrot,
– das mir dann täglich schenken mag

Dein' Vaterhand, Du Schöpfer treu!
So braucht Dich auch, Herrgott, mein Geist
und braucht Dich jeden Morgen neu:
Du bist das Brot, das Seelen speist!

Drum wenn ich mit den Meinen bitt':
„Gib, Herr, uns heut das täglich Brot!“,
so spricht die Seele heimlich mit:
„Mich hungert, Herr; auch ich hab Not,

daß Du mir täglich Nahrung gibst!“
... So gib Dich gänzlich, Herr, mein Heil:
dann weiß das Herz, daß Du es liebst,
und hat am ew'gen Leben Teil.

Karl Ernst Knodt (1856–1917)
Aus der Sammlung Sterne

GEDICHT 2:**UNSER TÄGLICH BROT**

An deinem Brot für fünfzehn Mark und achtzig
hängt, wenn du hinsiehst, allerlei –:

Der Landmann läßt sich neue Ställe bauen,
behängt mit Pelz und Perlen seine Frauen;
er zählt das Geld nicht mehr – er muß es wiegen –
wo soll er nur den Krempel unterkriegen?
Im Flusse treibt ein neues Segelboot –
von deinem Brot.

Die Mühlen mahlen. Unternehmer grinsen.
Die Werke tragen unerhörte Zinsen.
Kein Käufer streikt. Er kann und muß es tragen.
In den Garagen summen neue Wagen,
weil man die besten Dividenden bot
von deinem Brot.

Der Bäcker backt. Die Löhne steigen munter,
doch vom Gewinne geht kein Pfennig runter.
Die Menschen leben vom Gehalte in den Mund.
Der Bäcker backt. Und macht sich sehr gesund.
Er ist der Preisekönig, der Despot –
von deinem Brot.

So geht der Kreis: kein Landbetrieb geniert sich.
Die Industrie hingegen revanchiert sich.
Wer hat, der hat. Nun seht ihr andern zu.
Sie teilen sichs. Wer unten liegt, bist du.
Sie klopfen auf die Waren ihres Baus.
Das ist noch drin. Und das muß noch heraus!
Sie wollen alle leben, fett und reich:
in Villen, Autos, teppichwarm und weich ...
Goldtaschen, Zobel und der Frauen Lippenrot –:
Das, Deutscher, ist dein Brot.

Kurt Tucholsky (1890 – 1935)

2. GEDICHTE II

Besprechen Sie gemeinsam in einem Brainstorming, was Sie aktuell mit dem Thema „Brot“ verbinden.

Schreiben Sie anschließend Ihr eigenes Gedicht zum Thema Brot. Achten Sie darauf, dass Form und Inhalt aufeinander Bezug nehmen.



DEUTSCHES BÄCKERHANDWERK FUSST AUF GOLDENEM BODEN

Vielfalt, Leistungsbereitschaft, überzeugende Qualität, Engagement und Modernität – das sind die Stichworte, die Bundeswirtschaftsminister Dr. Philipp Rösler mit dem deutschen Handwerk verbindet. Am 15. September 2012 würdigte der Bundesminister die Leistung der 5 Millionen Handwerkerinnen und Handwerker. „Das Handwerk ist ein Eckpfeiler unserer Wirtschaft“, erklärte Rösler. „Individuelle Lösungen und Produkte sind die Stärke des Handwerks, mit der es sich neue Märkte erobert und ‚Handmade in Germany‘ weltweit zu einem Begriff gemacht hat“, so der Minister. Die Zukunftsrelevanz des Handwerks steht für ihn außer Frage – auch im Bereich der Fachkräftesicherung, wird die duale Ausbildung in Deutschland doch zu fast 30 Prozent vom Handwerk getragen. Rösler wünscht sich daher, dass sich noch mehr junge Menschen für das Handwerk begeistern können, und begrüßt den Tag des Handwerks, der die Vielfalt und Modernität deutschlandweit erlebbar macht. Die Rede des Bundeswirtschaftsministers macht deutlich, welchen Stellenwert das deutsche Handwerk auch im internationalen Vergleich genießt.

1. SACHTEXTE ANALYSIEREN



Analysieren und vergleichen Sie die beiden Texte in Hinblick auf ihre Form und die Informationen, die Sie enthalten. Beantworten Sie dafür folgende Fragen:

1. Welche Bedeutung hat das deutsche Handwerk national und international?
2. Welche Chancen bieten sich für deutsche Handwerker im Ausland?
3. Mit welchen Risiken und Schwierigkeiten können deutsche Handwerker im Ausland rechnen?
4. Warum ist deutsche Backkunst in der ganzen Welt angesehen?
5. Worin unterscheiden sich politisch motivierte Texte von journalistischen Texten?
6. Können Sie sich vorstellen, eine Karriere im Handwerk zu machen?

TEXT 1:

DEUTSCHES HANDWERK: ZUVERLÄSSIGKEIT ALS INTERNATIONALES MARKENZEICHEN

Vielfalt und Tradition – deutsche Handwerkskunst vereint beides und ist außerdem international begehrt. „Deutsche Installateure renovieren Heizungen in englischen Landhäusern, in der Umgebung von Moskau montieren deutsche Dachdecker Solaranlagen – und in Oman fertigt eine Berliner Sattlerin Maßzaumzeuge für Zucht- und Rennpferde“, sagte Außenminister Guido Westerwelle bei einem Treffen mit Spitzenvertretern des Deutschen Handwerks im Auswärtigen Amt.

Bei dieser großen handwerklichen Bandbreite stehe das Markenzeichen „Made in Germany“ vor allem für bleibende Werte, so der Außenminister: Zuverlässigkeit, Qualitätsarbeit und die sprichwörtliche deutsche Pünktlichkeit.

Gemeinsam mit rund 60 Präsidenten und Hauptgeschäftsführern der deutschen Handwerkskammern diskutierte Westerwelle, wie deutsche Handwerksbetriebe internationale Märkte noch besser erschließen können. Zwar denke man bei „Handwerk“ nicht unbedingt zuerst an internationale Dimensionen, so der Außenminister. Bereits jetzt seien jedoch rund 50.000 deutsche Handwerksbetriebe im Ausland aktiv.

Eine Zahl, die noch Raum nach oben lässt: Rund eine Million Handwerksbetriebe gibt es nach Angaben des Zentralverbands des Deutschen Handwerks (ZDH) in Deutschland; zusammen beschäftigen sie etwa 4,7 Millionen Menschen.

„Handwerk ist die Wirtschaftsmacht von nebenan“, erklärte ZDH-Präsident Otto Kentzler. Um auch international erfolgreich zu sein, komme es vor allem auf eine gute Vernetzung und die richtigen Kontakte an, so die Handwerksvertreter.

(Quelle: auswaertiges-amt.de; Stand 17.01.2011)
www.auswaertiges-amt.de/DE/Aussenpolitik/Aussenwirtschaftsfoerderung/Aktuelles/110117-HandwerkskammernInternational.html?nn=382590



TEXT 2:

DEUTSCHER BÄCKER IN KOLUMBIEN – BROTTÜTEN MIT SCHWARZ-ROT-GOLD

Die Brote von Hans Schmidt, 63, kennt in Bogotá fast jeder. Sie haben eine deutsche Fahne auf der Verpackung, werden in Bäckereien und Supermärkten verkauft. Doch der Weg zum Großbäcker mit 80 Angestellten war schwierig – seinen ersten Job in Kolumbien war Schmidt schon nach drei Tagen wieder los.

„Bäckermeister sucht Arbeit in Bogotá.“ Diese Zeilen schickte Hans Schmidt vor mehr als 30 Jahren an die Deutsche Botschaft in der kolumbianischen Hauptstadt. Der Brief war mehrere Wochen unterwegs. Und er wurde beantwortet: mit einem Jobangebot von einem deutschen Bäcker.

Hans Schmidt gehört zur Generation der Auswanderer, für die der Sprung auf einen anderen Kontinent noch ein richtiges Abenteuer ohne E-Mail, Smartphone und Netzwerke war. Das Fernweh hatte den Bäcker schon Ende der sechziger Jahre gepackt, nach seiner Lehre und Gesellenzeit in Köln. Er fuhr zur See, lernte Südamerika kennen, paukte Spanisch, „weil mir die Sprache auf Anhieb gefiel“. Zurück in Köln machte Schmidt seinen Bäckermeister, er bekam eine Stelle auf Teneriffa angeboten, wanderte aus. Irgendwann wurde ihm die Insel zu

klein – und er schrieb den Brief an die Deutsche Botschaft in Bogotá.

NACH DREI TAGEN ARBEITSLOS

Doch die Euphorie über den Wunscharbeitsplatz in Kolumbien war in Rekordzeit verflogen: „Ich habe es ganze drei Tage bei ihm ausgehalten.“ Die Chemie stimmte einfach nicht.

Schmidt stand auf der Straße und suchte Arbeit. Er fand sie über einen gemeinsamen Bekannten im renommierten Hotel Tequendama im Finanzzentrum der Millionenmetropole. Fünf Jahre lang arbeitete Schmidt dort – und wurde zu einer kleinen Berühmtheit. Sobald wieder irgendein Staatspräsident im Tequendama abstieg, berichteten lokale Zeitungen über seine Bäcker- und Konditorkunst.

Das lenkte die Aufmerksamkeit einer Gruppe von Investoren auf den Rheinländer. Sie fragten ihn, ob er nicht eine eigene Bäckerei gründen wolle, und boten ihm an, in diese zu investieren. „Ich habe manchmal nachts nicht schlafen können, weil ich Sorge hatte, ob das alles klappt“, erinnert sich Schmidt an die Gründungsjahre der Firma Pan Maxli vor beinahe 25 Jahren.

SIEGESZUG IM SUPERMARKT

Heute kennt fast jeder Einwohner Bogotás Schmidts Produkte mit der deutschen Fahne auf der Verpackung. Große kolumbianische Supermarktketten haben sein Brot in ihrem Sortiment, in zahlreichen Einzelbäckereien gibt es die gesamte Palette deutscher Backkunst Marke Pan Maxli, von der Brezel bis zum Schwarzbrot. „Die Anfangszeit war sehr, sehr hart“, sagt Schmidt. Die Kolumbianer waren das etwas schwerere und teurere deutsche Brot nicht gewohnt, jeder Tag war ein Überlebenskampf. „Wir haben einfach nicht aufgegeben. Wir haben überlebt, weil wir hartnäckig waren.“ Und weil Schmidt als Produktionschef auf deutsches Roggenmehl setzte.

Auch heute stapeln sich die Säcke des wertvollen Grundstoffes in der Bäckerei. Schmidt lässt das Roggenmehl nach Südamerika liefern, „weil wir nur damit die deutsche Qualität garantieren können“.

KUNDEN AUS DER MITTELSCHICHT

Schmidts Bäckereien liegen in den „Estratos 4 bis 6“, das sind die Stadtviertel, in der die Mittel- und Oberschicht der Acht-Millionen-Metropole lebt. Die wachsende Mittelschicht in Kolumbien ist ein Plus für das Unternehmen: „Der moderne Kolumbianer legt auch Wert auf eine gesündere Ernährung.“ Wer in den „Estratos 1 bis 3“ lebt, muss zwar deutlich weniger für Strom und Wasser zahlen, hat aber in der Regel kein Geld für deutsche Dreikorn-Brote.

Mittlerweile arbeiten 80 Menschen für das Unternehmen, außer Hans Schmidt allesamt Kolumbianer. Der Bäcker ist stolz, dass ihm der Coup gelungen ist. So

manchen Landsmann hat er schon scheitern sehen: „Es gibt im Ausland keine Garantie für den Erfolg.“ Den Kontakt zur Familie in Köln hält er mit Besuchen in Deutschland. Seine Verwandten haben Flugangst – oder Sorge vor der Sicherheitssituation in Bogotá. Seinen Sprung nach Kolumbien hat Schmidt dennoch nie bereut: „Ich bin glücklich hier. Ich habe die richtige Entscheidung getroffen.“

Für potentielle Nachfolger hält er eine Warnung bereit: „Es ist nicht so, als ob die Südamerikaner auf die Deutschen warten. Wer hier erfolgreich sein will, braucht eine fundierte Ausbildung, ein gutes Produkt und viel, viel Ausdauer. Wer das nicht hat, sollte es besser nicht versuchen.“

(Quelle: spiegel online; 16.03.2012)

2. ERKUNDUNG



Erkunden Sie in Ihrem Wohnort Möglichkeiten zum Kauf von handwerklich hergestelltem Brot und Backwaren. Füllen Sie die Tabelle aus. Fragen Sie gegebenenfalls vor Ort nach.

Zeichnen Sie die Bäckereien auf einer Karte (Stadt- oder Regionsplan) ein.

Analysieren Sie anschließend Ihre Daten anhand der Vorgaben aus Aufgabe 3 im Plenum.

Name der Bäckerei	Straße/Platz	Anzahl der Mitarbeitenden (Bäcker/-in und Verkäufer/-in)	Angebot/Produkte	Einzugsgebiet (Anzahl potentieller Kundinnen und Kunden, geschätzt)

3. AUSWERTUNG



Analysieren Sie die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der Bäckerei-Standorte. Differenzieren Sie nach folgenden Parametern:

1. Absatzmarkt
 2. Konkurrenz
 3. Verkehrsanbindung
 4. Lohnniveau
 5. Arbeitskräfte (Anzahl)
 6. Grundstücks-/Mietpreise
- Welche Faktoren sprechen für diese Standorte?
 - Welche Faktoren sprechen gegen diese Standorte?
 - Welche Alternativen gibt es?



KEINE BROTLOSE KUNST

Handel ist Wandel – das deutsche Bäckerhandwerk ist zusehends Veränderungen unterworfen. Die Konkurrenz schläft nicht. Deshalb ist es wichtiger denn je, am Puls der Zeit zu sein, um seinen Betrieb erfolgreich am Markt zu positionieren und krisenfest in die Zukunft zu führen.

1. INFORMATIONEN



Klären Sie in der Klasse anhand des Textes die wichtigsten Schritte auf dem Weg zur Selbstständigkeit. Finden Sie zu den einzelnen Punkten Beispiele aus Ihrem Alltagswissen.

KEINE BROTLOSE KUNST – DER WEG IN DIE SELBSTSTÄNDIGKEIT

Ein höheres Gehalt, sein eigener Chef sein, ein Hobby zum Beruf machen oder die eigenen Grenzen austesten – die Gründe für den Weg in die Selbstständigkeit sind vielfältig. Doch dieser Weg ist lang und nicht immer einfach. Er will gut überlegt und sorgfältig geplant sein, um möglichen Stolperfallen zu entgehen.

Wer seine eigenen Brötchen backen möchte, sollte zunächst gewisse Eigenschaften mitbringen. Dazu gehören u. a. Durchsetzungsvermögen, Belastbarkeit, Kreativität, Verantwortungsbewusstsein und Risikobereitschaft. Zudem sollte man seine Stärken und Schwächen realistisch einschätzen können und sich weitere Personen ins Team holen, die sich in ihrem Knowhow ergänzen.

ERFRISCHEND ANDERS – DIE GESCHÄFTSIDEE

Alles beginnt mit einer guten Idee. Und die meisten Ideen entspringen aus Beobachtungen unseres Alltags: Ich habe mich über den Service in einer Bäckerei geärgert, morgens zu lange an der Theke warten müssen, ein bestimmtes Produkt nicht gefunden oder im Gespräch mit Freunden meiner kulinarischen Fantasie freien Lauf gelassen. Alle Gedanken, die mit „man müsste mal“ beginnen, könnten uns der zündenden Idee ein wenig näher bringen, und nicht wenige sind es Wert, weiterverfolgt zu werden. Entscheidend ist letztendlich das Alleinstellungsmerkmal einer Idee. Sie muss etwas Neues enthalten, etwas, das es so noch nicht gegeben hat; kurz: Sie muss innovativ sein.

3, 2, 1, MEINS – DIE GRÜNDUNGSFORM

Es gibt verschiedene Formen, sich selbstständig zu machen, und alle haben Vor- und Nachteile. Für welche Form man sich schließlich entscheidet, hängt in erster Linie von der Geschäftsidee und der eigenen Risikobereitschaft ab. Die meisten Bäckereien sind gewerbliche oder freiberufliche Einzelunternehmen und mit dem Zusatz e. K. (eingetragener Kaufmann) im Handelsregister eingeschrieben. Besondere Vorteile dieser Rechtsform bestehen darin, dass kein Mindestkapital erforderlich ist und die Gründung ohne Formalitäten, relativ kostengünstig und einfach vonstattengeht. Zudem ergibt sich daraus komplette Entscheidungsfreiheit, man kann sein Personal selbst auswählen und die eigene Geschäftsidee von Beginn an so umsetzen, wie man es möchte. Allerdings ist diese Gründungsform auch mit dem höchsten Risiko verbunden. Der Inhaber haftet mit Geschäfts- und Privatvermögen. Neben dem Einzelunternehmen gibt es darüber hinaus die GmbH und die GbR. Die GmbH ist eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung und ist vergleichbar mit einem Verein. Diese Gründungsform setzt 25.000 Euro Mindestkapital voraus und ist mit einem relativ hohen bürokratischen Aufwand verbunden. Die GbR (Gesellschaft bürgerlichen Rechts) schließlich steht mit ihrem Konzept zwischen Einzelunternehmen und GmbH. Hier verteilt sich die Verantwortung auf mehrere Gründer. Wie beim Einzelunternehmen fallen Mindestkapital und Bürokratie weg. Nachteil ist aber auch bei der GbR, dass die Gründer mit Privat- und Geschäftsvermögen haften. Bei der Wahl der richtigen Rechtsform empfiehlt es sich, einen Experten beratend hinzuzuziehen.

Neben der Gründungsform ist auch der Standort eines Unternehmens sorgfältig zu wählen. Dieser hat Auswirkungen auf die Mitarbeiter- und Kundenzufriedenheit. Zudem bestimmt er den Mietpreis, der monatlich zu entrichten ist, und hat Einfluss auf das Image des Unternehmens. Zuletzt ist eine gute Personalpolitik entscheidend für das Gelingen eines Vorhabens. Die Mitarbeiter sind das wichtigste Kapital in einem Unternehmen. Die Anzahl der Mitarbeiter richtet sich nach dem Umfang der Arbeit und muss sorgfältig kalkuliert sein. Ein Unternehmer muss auf

deren Qualifikationen achten und die Gehälter so festlegen, dass beide Seiten zufrieden sind.

ICH BIN DOCH NICHT BLÖD! – DIE MARKTANALYSE

Eine gute Idee ist nur etwas Wert, wenn sie sich auch umsetzen lässt. Deswegen ist zunächst eine genaue Analyse des Marktes, den die Geschäftsidee betrifft, von Nöten. Dazu muss man folgende Faktoren kennen: die Zielgruppe, die Zielmärkte, die Wettbewerber, den Standort und bestimmte äußere Faktoren.

Eine Zielgruppe ist eine Menge von Personen, die man durch sein Produkt ansprechen will. Ich muss mir bewusst sein, dass potentiellen Kunden mein Produkt nur kaufen, wenn sie einen Nutzen daraus ziehen. Dieser Nutzen ist gegeben, wenn das Produkt ein Problem des Kunden löst oder einen angenehmen Mehrwert für ihn darstellt. Dies bewerkstelligen die Faktoren Zeitersparnis, Qualität, Kostenersparnis, Komfort und Spaß. Der Brotversand einiger Bäckereien und flexible Öffnungszeiten bedienen beispielsweise die Dimensionen „Zeit“ und „Komfort“, während die Verwendung hochwertiger und nachhaltiger Rohstoffe die „Qualität“ eines Produktes garantiert. Um mit einer Idee einen solchen Kundennutzen zu generieren, muss man zuvor die Wünsche, Ziele, Bedürfnisse und Vorlieben der Zielgruppe analysieren. Dies geschieht durch sorgfältige Recherche und eigene Erhebungen wie z. B. Umfragen.

Die Konkurrenz schläft nicht! Deswegen sollte man sich den Zielmarkt und die Wettbewerber genau ansehen: „Wird meine Geschäftsidee einen neuen Markt eröffnen oder tritt das Angebot in einen bereits bestehenden Markt ein?“ Die meisten Gründer treten in einen bestehenden Markt ein, und da ist es wichtig zu wissen, wer auf diesem Markt agiert.

Entscheidend ist, die Stärken und Schwächen der Konkurrenz und deren Produkte den Stärken und Schwächen des eigenen Unternehmens gegenüberzustellen. Dabei spielen Aspekte wie Umsätze, Verkaufsstückzahlen, Preisgestaltung, Marktanteil, Standort, Vertriebsweg, Service und Image eine Rolle. Diese vergleichende Analyse ermöglicht es, eventuelle Schwächen meines Konzeptes auszubessern

und gleichzeitig die eigenen Vorteile gegenüber der Konkurrenz hervorzuheben und weiter auszubauen.

Schließlich muss eine detaillierte Marktanalyse noch verschiedene äußere Einflussfaktoren berücksichtigen. Äußere Faktoren sind zum Beispiel Entwicklungen in der Wirtschaft (hohe Arbeitslosigkeit oder Anstieg des Getreidepreises), in der Bevölkerung (die Anzahl der Rentner steigt, Anteil der berufstätigen Mütter steigt), technologische Fortschritte oder auch Änderungen der politisch-rechtlichen Rahmenbedingungen (Erhöhung der Mehrwertsteuer). Hier ist zu überlegen, welche Auswirkungen diese Faktoren auf das Unternehmen haben können und mögliche Chancen oder Risiken bergen.

MARKETING MACHT'S MÖGLICH – DIE 4 P'S

Marketing ist die Kunst, ein Produkt „an den Mann zu bringen“. Dazu wird das Produkt aus vier Blickwinkeln betrachtet, den sogenannten vier P's: Product, Price, Place und Promotion (Produkt, Preis, Vertriebspolitik und Kommunikation).

Die Produktpolitik beschäftigt sich mit den Fragen, wie gut die Eigenschaften eines Produktes die Bedürfnisse der Kunden befriedigen, wo Vor- und Nachteile zu Konkurrenzprodukten liegen und wie man dem Kunden das Produkt schmackhaft machen kann. Kriterien für die Produktpolitik sind beispielsweise Qualität, Kundendienst, Menge, Design und Verpackung. Entscheidend ist die Frage, ob das Produkt sich in erster Linie durch eine möglichst hohe Qualität (Premiumstrategie) oder durch einen möglichst günstigen Preis (Kostenführerschaftsstrategie) auszeichnen soll.

Die Preispolitik beschäftigt sich mit der Frage, wie viel ein Produkt kosten soll. Zentral ist hierbei, dass das Produkt die Produktionskosten decken und ande-

rerseits konkurrenzfähig sein muss. Zudem gilt: je höher der Nutzen für den Kunden ist, desto höher kann der Preis angesetzt werden. Zuletzt sind Sonderpreise, Rabatte und Zahlungsfristen zu bedenken.

Aufgaben der Kommunikationspolitik sind aufmerksam zu machen, zu informieren und zu überzeugen. Dies geschieht zum einen durch klassische Werbung in den gängigen Medien wie Presse, Radio, TV, Kino und Internet. Des Weiteren gehören Mails an ausgewählte Kunden, Präsenz auf Messen und Ausstellungen sowie gezielte Marketing-Veranstaltungen zur Kommunikationspolitik. Die Werbestrategien müssen dabei auf die Zielgruppe abgestimmt sein.

Die Vertriebspolitik bestimmt den Weg, auf dem das Angebot den Kunden erreicht.

TECHNIK, DIE BEGEISTERT – DAS GRÜNDUNGSKONZEPT

Das Gründungskonzept ist ein Steuerungsinstrument für die Gründung eines Unternehmens. Dieses Papier enthält alle Ziele, Strategien, Voraussetzungen und Maßnahmen eines künftigen Vorhabens. Dabei geht es detailliert auf die oben genannten Punkte Gründungsteam, Geschäftsidee, Gründungsform, Marktanalyse, Standortwahl und Marketing ein. Das Papier soll dabei helfen, die eigenen Ideen zu strukturieren, das Vorhaben zu dokumentieren und so die Planung zu unterstützen, Schwachstellen in der Konzeption zu finden und Interesse bei potentiellen Geldgebern zu wecken. Es sollte einfach und klar formuliert sein und durch Knappheit, Prägnanz, Vollständigkeit und optisch ansprechende Gestaltung überzeugen. Ein Gründungskonzept „atmet“, das heißt, es muss ständig überarbeitet werden und wächst mit dem Fortschreiten des Projektes.

2. EIN GRÜNDUNGSKONZEPT ERSTELLEN



Erstellen Sie in Kleingruppen ein eigenes Konzept zur Gründung einer Bäckerei in Ihrer Umgebung. Nutzen Sie das dafür vorgesehene Formular. Die Leitfragen zu den einzelnen Punkten helfen Ihnen, Ihre Gedanken zu formulieren.

Präsentieren Sie Ihr Gründungskonzept vor der Klasse.

IHR KONZEPT

LEITFRAGEN ZUR KONZEPTERSTELLUNG

GESCHÄFTSIDEE

Geschäftsidee:

- > Was hat mir in letzter Zeit beim Einkauf in Bäckereien besonders gefallen?
- > Worüber habe ich mich geärgert?
- > Was habe ich vermisst?
- > Was ist das Besondere, das Alleinstellungsmerkmal meiner Idee?
- > Warum glaube ich an das Gelingen meiner Idee? Wo liegen die Vorteile gegenüber anderen Anbietern?
- > Warum glaube ich, dass meine Kunden das Produkt/den Service brauchen?

GRÜNDUNGSFORM

Gründungsform:

- > Welches Risiko bin ich bereit, einzugehen?
- > Welche Gründungsform ist für mein Vorhaben am besten geeignet und warum?
- > Wer gehört zum Gründungsteam? Welche Qualifikationen haben die Gründer? Welche Vorerfahrung haben sie?

Standort und Personalpolitik:

- > Wo wähle ich meinen Standort?
- > Welche Vorteile hat mein Standort? (Mitarbeiter- und Kundennähe, Verkehrsanbindung, Image des Stadtteils, Konkurrenzanalyse usw.)
- > Welche Nachteile hat mein Standort? Wie kann ich diese kompensieren?
- > Wie viel Personal benötige ich?
- > Welche Qualifikationen sollten die Mitarbeiter mitbringen?
- > Welche Eigenschaften halte ich bei meinen Mitarbeitern für wichtig?
- > Was habe ich meinen Mitarbeitern zu bieten, wie kann ich sie motivieren?

MARKTANALYSE

Zielgruppe:

- > Welche Zielgruppe möchte ich ansprechen?
- > Was ist das Besondere an meiner Zielgruppe?
- > Welche Interessen hat meine Zielgruppe?
- > Welchen Nutzen bringen meine Produkte der Zielgruppe?
- > Stehen Zeitersparnis, Qualität, Kostenersparnis, Komfort oder Spaß im Vordergrund?

Markt und Konkurrenz (Stärken- und Schwächenprofil):

- > Wie sieht der vorhandene Markt aus?
- > Wie viele Bäckereien gibt es in unserer Umgebung?
- > Was bieten diese an?
- > Was sind Vor- und Nachteile meiner Konkurrenz (Verkaufsstückzahlen, Produktsortiment, Preisgestaltung, Marktanteil, Standort, Vertriebsweg, Service und Image)?
- > Was sind Vor- und Nachteile meines Vorhabens?
- > Warum glaube ich, dass mein Vorhaben im Vergleich mit der Konkurrenz Bestand haben kann?
- > Wie könnte ich Schwächen in meinem Vorhaben ausbügeln?

Äußere Faktoren :

- > Ist der Getreidepreis angestiegen? Welche Konsequenzen kann das für mein Unternehmen haben?
- > Hat sich der Energiepreis erhöht? Welche Auswirkungen hat das auf meine laufenden Kosten und letztendlich auf meine Produktion?

MARKETING

Produktpolitik:

- > Wie müssen unsere Produkte beschaffen sein, damit wir für unsere Kunden der beste Anbieter sind?
- > Welche Produkte brauchen unsere Kunden und in welcher Frische?
- > Wie schmal oder breit muss das Sortiment sein?
- > Wie sollen Design und Verpackung aussehen?

Preispolitik:

- > Zu welchem Preis muss ich das Produkt anbieten, um für meine Kunden der beste Anbieter zu sein?
- > Welche Konditionen, wie Rabatte o. ä., soll ich für Großkunden gewähren?
- > Welche preislichen Sonderaktionen wären sinnvoll?
- > Inwiefern rechtfertigt die Qualität meines Produktes den Preis?
- > Wie kann ich das dem Kunden gegenüber vertreten?

Kommunikationspolitik:

- > Wie erfährt der Kunde von meinem Produkt?
- > Welche Werbeinstrumente sind sinnvoll?
- > Wie gut passen diese zu meiner Zielgruppe?
- > Wie erzeuge ich die größte Aufmerksamkeit?

Vertriebspolitik:

- > Auf welchem Weg kommt das Produkt an den Kunden (gemeint ist hier der rein physische Übergang von Produkt zu Kunde)?
- > Reicht eine klassische Filiale?
- > Ergänze ich durch Marktstände, Brötchen-Lieferservice usw.?

3. BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHES RECHNEN



Richtig kalkuliert? Der Erfolg eines Betriebes zeigt sich am erwirtschafteten Ertrag. Dieser resultiert aus dem Umsatz nach Abzug der Kosten. Die Kalkulation ist eine wesentliche Voraussetzung, den wirtschaftlichen Erfolg eines Betriebes insgesamt und einzelner Artikel im Besonderen zu prüfen.

Progressive Kalkulation – von den Materialkosten zum Bruttoverkaufspreis

Materialkosten (MK)
+ Betriebskosten (BK)

= Selbstkosten (SK)
+ Risiko und Gewinn (RuG)

= Netto-Verkaufspreis (NVP)
+ Mehrwertsteuer (MwSt.)

= Brutto-Verkaufspreis (BVP)

1. Aus einem Weizenhefeteig werden Weizenbrötchen hergestellt. Ermitteln Sie den Brutto-Verkaufspreis für ein Brötchen, das nach folgendem Rezept hergestellt wurde. Die Betriebskosten betragen 928 % der Materialkosten, Risiko und Gewinn 35 % und die Mehrwertsteuer liegt bei 7 %.

HALTEN SIE DIE FOLGENDEN SCHRITTE BEI DER BERECHNUNG EIN:

A. BERECHNEN SIE DIE MATERIALKOSTEN FÜR DAS GESAMTE REZEPT.

Zutaten	Gesamtpreis Materialkosten
20 kg Weizenmehl Type 550	7,00 €
0,800 kg Hefe	1,20 €
0,300 kg Zucker	0,45 €
0,300 kg Salz	0,09 €
0,300 kg Backmargarine	0,87 €
Rezeptmenge für 17 Pressen = 510 Weizenbrötchen	<u> </u>

B. KALKULIEREN SIE DEN BRUTTO-VERKAUFSPREIS WIE FOLGT:

- Addieren Sie zu den Materialkosten die Betriebskosten. Sie erhalten die Selbstkosten.
- Addieren Sie zu den Selbstkosten Risiko und Gewinn. Sie erhalten den Nettoverkaufspreis.
- Addieren Sie zum Netto-Verkaufspreis die Mehrwertsteuer. Sie erhalten den Brutto-Verkaufspreis.

C. TEILEN SIE DEN BRUTTO-VERKAUFSPREIS DURCH DIE ANZAHL DER BRÖTCHEN.

2. In einer Bäckerei produzieren zwei Gesellen in 32 Minuten 48 Stück 1 kg-Brote. Der Stundenkostensatz für eine Person beträgt 66,00 €. Die Materialkosten für 80 Brote betragen 25,60 €. Berechnen Sie die Selbstkosten für 48 Brote.
3. Eine Großbäckerei plant ihre Produktion neu. Bisher standen acht Backöfen mit jeweils gleicher Backfläche für ihre Brote zur Verfügung. Bei 14-stündiger Produktionszeit wurden damit 8.400 Brote hergestellt. Die Zahl der Öfen werden nun auf 15 erhöht, die tägliche Produktionszeit auf zehn Stunden verkürzt. Die neuen Öfen haben die gleiche Backfläche wie die bisherigen. Berechnen Sie, wie viele Brote jetzt täglich produziert werden können.

MULTIPLE-CHOICE-TEST



Im folgenden Test können Sie überprüfen, ob Sie sich die Informationen aus den vorherigen Aufgaben richtig gemerkt haben:

1. Wie viel Prozent der deutschen Bäcker/-innen sind Mitglied in ihrer lokalen Bäckerinnung?
A ☐ 35 Prozent
B ☐ 70 Prozent
C ☐ 100 Prozent
D ☐ 12 Prozent
2. Wie nennt man einen wesentlichen Bereich der Betriebskostenrechnung?
A ☐ Rohstoffkunde
B ☐ Technische Mathematik
C ☐ Betriebsprüfung
D ☐ Progressive Kalkulation
3. Der Name der Firma, die der deutsche Bäcker Hans Schmidt vor fast 25 Jahren in Kolumbien gegründet hat, heißt
A ☐ Pan Maxli
B ☐ Pan Dorra
C ☐ Pane et Circenses
D ☐ Pan a Cotta
4. Was gehört nicht zu den so genannten „vier P’s“ im Unternehmens-Marketing?
A ☐ Vertriebspolitik
B ☐ Kommunikationspolitik
C ☐ Personalpolitik
D ☐ Preispolitik
5. Wie viele Menschen sind in deutschen Handwerksbetrieben beschäftigt?
A ☐ genau 2,8 Millionen
B ☐ 4,7 Millionen
C ☐ knapp 1 Million
D ☐ 850.000



SCHON GEWUSST?

Bereits 7.000 v. Chr. wurden in der Türkei und in Ägypten die ersten Backwaren hergestellt. Die Ägypter gaben sogar ihren Toten Brot mit. Für sie war ein Weiterleben im Jenseits ohne diese „Lebensspeise“ nicht vorstellbar.

Der 1948 gegründete Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks e. V. vertritt die Interessen der deutschen Handwerksbäcker auf lokaler, regionaler und auf Bundesebene sowie gegenüber den europäischen Institutionen. Ein Schwerpunkt der Aktivitäten liegt auf der Förderung und Bewahrung der Deutschen Brotkultur.

Mit mehr als 14.000 Meisterbetrieben und einem Gesamtumsatz von knapp 13,5 Mrd. Euro zählt das deutsche Bäckerhandwerk zu den wichtigsten Wirtschaftsfaktoren Deutschlands.

Bis heute ist die Brezel das Zunftzeichen der Bäcker. Einer Legende zufolge wurde sie zu Beginn des 14. Jahrhunderts von einem Bäcker aus Bad Urach in der Schwäbischen Alb erfunden, der durch ein schweres Vergehen zur Todesstrafe verurteilt werden sollte. Da der Bäcker jedoch vorher gute Dienste geleistet hatte, sollte ihm noch eine Chance gegeben werden. So wurde durch seinen Landesherren verkündet: „Back einen Kuchen lieber Freund, durch den die Sonne dreimal scheint, dann wirst du nicht gehenkt, dein Leben sei dir frei geschenkt.“ Der Bäcker ging ans Werk und erfand die Brezel. Dadurch rettete er sein Leben.