



ZUKUNFTSUNTERNEHMER
Preisverleihung
07.09.2023

www.futurepreneur.de



UNSERE VISION

Eine Gesellschaft voller Tatkraft und Gründergeist

Wir müssen neue Antworten auf die großen sozialen und ökologischen Fragen finden.

Wir brauchen Menschen, die Fähigkeiten kreativ, selbst- und verantwortungsbewusst, also im besten Sinne gewinnbringend, einsetzen – egal ob privat oder beruflich

Die ihre Ideen leben.





ZUKUNFTSUNTERNEHMER



UNSERE MISSION

- Futurepreneur weckt die Begeisterung dafür, etwas Eigenes auf die Beine zu stellen und aktiviert so die Keimzellen einer Gesellschaft voller Tatkraft und Gründergeist.
- Futurepreneur stiftet an, eigene Ideen zu entwickeln und sich mit individuellen Eigenschaften und Kompetenzen dafür einzusetzen.
- Jugendliche werden wertgeschätzt, sie lernen, unternehmend und unternehmerisch im Wortsinn zu handeln.
- Sie sind danach offen für neue Chancen und voller Zuversicht in das eigene Potenzial, Lösungen für sich, die Gesellschaft und die Herausforderungen ihrer Zeit mitzugestalten.





PROGRAMM



5-tägige Schulprojektwoche

Kreativität Inspiration

Kreativitäts-
übungen
1. Challenge

Kompetenzen Persönlichkeit

Ressourcen
Gründer-Talk

Ideen- entwicklung

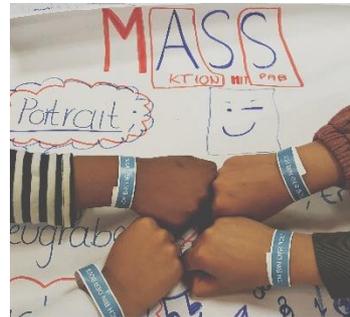
25 eigene Ideen
1 Business Plan

Vorbereitung Ideen

Produktion der
Geschäftsideen

Umsetzung der Ideen

Verkaufsaktion
Diplome
AHA Momente





ERFAHRUNGSBASIERTES LERNEN

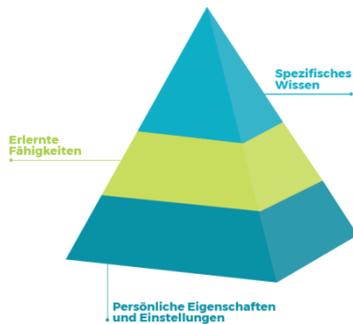
STIMULIERUNG UNTERNEHMERISCHER EIGENINITIATIVE UND HANDLUNGSFÄHIGKEIT

Pyramide

Wege

Schritte

Handlung



**JUST
DOIT!**

ZUKUNFTSUNTERNEHMER WETTBEWERB 2022/23



306



TEILNEH-
MENDE



14



PROJEKTE



76



MINI-
STARTUPS

17



PARTNER-
SCHULEN

6.700



GESCHÄFTS-
IDEEN

19



GRÜNDER-
TALKS



WIRKUNG



EVALUATION SEIT 2017



- ✓ 98 % verbessern sich im Hinblick auf die Kernziele
- ✓ 25 % Futurepreneure gehen die „Extrameile“



KRITERIEN UND VERGLEICHBARKEIT



BEWERTUNGS-KRITERIEN

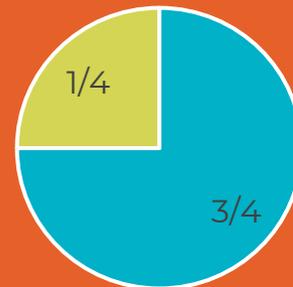
Inhaltliche Bewertung in 8 Kategorien

- Innovation / Kreativität
- Vorbereitung
- Umsetzung
- Umgang mit Herausforderungen
- Hartnäckigkeit
- Selbstständigkeit
- Teamwork
- Nachhaltigkeit

Bewertung der Rahmenbedingungen

- Durchschnittliches Alter der Schüler: innen
- KESS-Faktor der Schule
- Schulform

Gewichtung



■ inhaltliche Bewertung

■ Rahmenbedingungen



UNSERE TOP 12



VERTICAL GARDENING



VERTICAL GARDENING



Von Amelie, Sammi & Cara



PROJEKTWOCHE

Unser Highlight:

- Der Bau unserer Produkte in dem wir als Team noch einmal so richtig zueinander gefunden haben

Überraschungen:

- Die generelle Begeisterung an unserem Produkt von Außenstehenden
- Die viele Zeit für die Ideenfindung

Was wir mitnehmen:

- Uns fällt es nun ein wenig leichter, fremde Leute anzusprechen



PROJEKTWOCHE

Was wir anders machen würden :

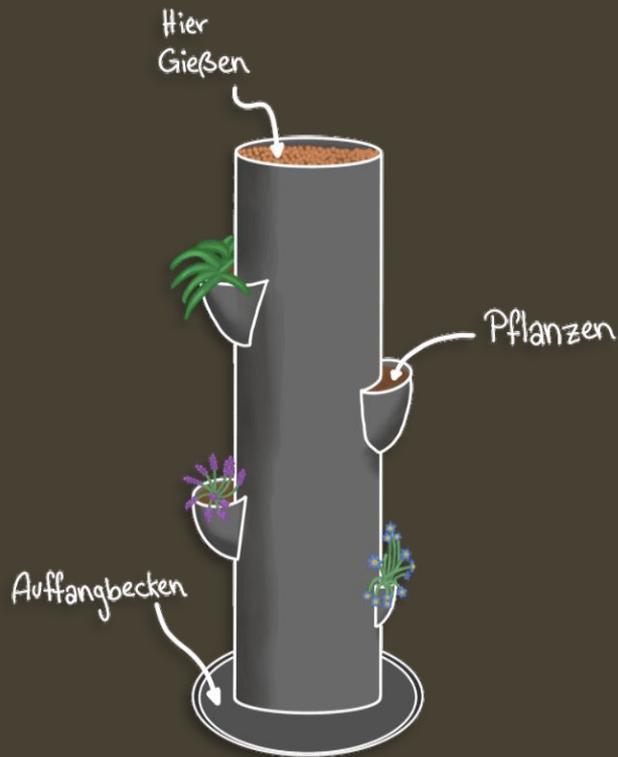
- Wir persönlich denken, dass wir die Zeit die wir zu Verfügung hatten gut und sinnvoll genutzt haben. Wir hätten uns jedoch eine andere Strukturierung von der Projektleitung gewünscht. Um die Bauzeit zu verlängern und nicht alles auf einen Tag zusetzen

Unser Rat :

- Wir würden empfehlen kleine Produkte herzustellen, welche einzigartig sind. Da diese leichter zu verkaufen sind. Wir haben uns auch im Vorfeld bereits Ideen überlegt, das hat mit dem Aufbau der Woche nicht zusammen gepasst, daher würden wir empfehlen sich erst in der Woche Gedanken über mögliche Produkte zu machen



UNSER PRODUKT



Unsere Idee:

- Vertikale Gärten, für die Wohnung oder den Balkon. Als platzsparende Dekoration oder für den Kräuteraanbau

Die Nachhaltigkeit:

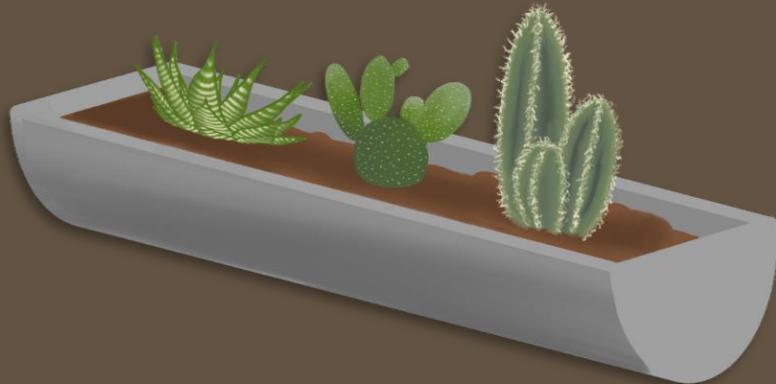
- Die Gärten unserer Idee bestehen aus wiederverwendeten Regenrohren
- Außerdem kommen die Pflanzen in unserem Projekt der Umwelt zugute

Unsere Schwierigkeiten:

- Der Bau (Mangelnde Erfahrung, Zeit)
- Der Verkauf: Falscher Ort für das Produkt (Online, im Blumenhandel oder Baumarkt wäre es vermutlich besser gelaufen)



FÜR DIE ZUKUNFT



Weitere Idee:

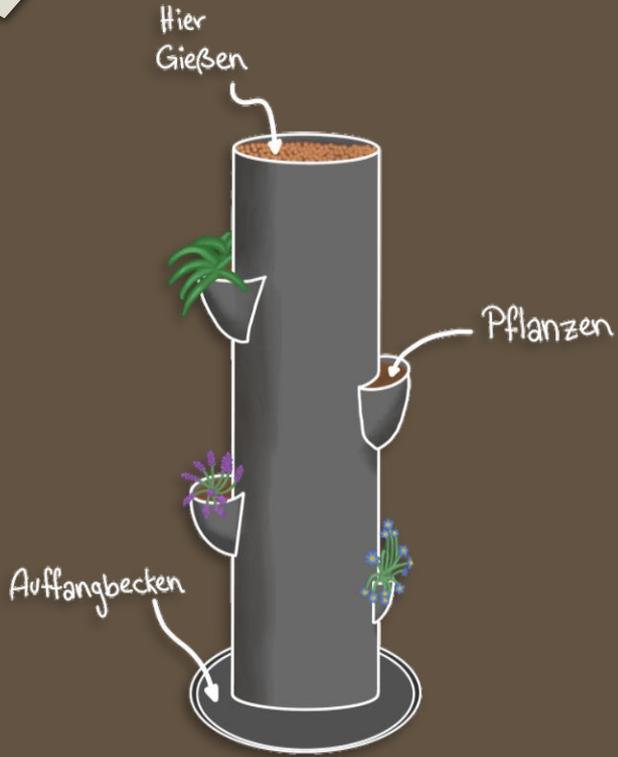
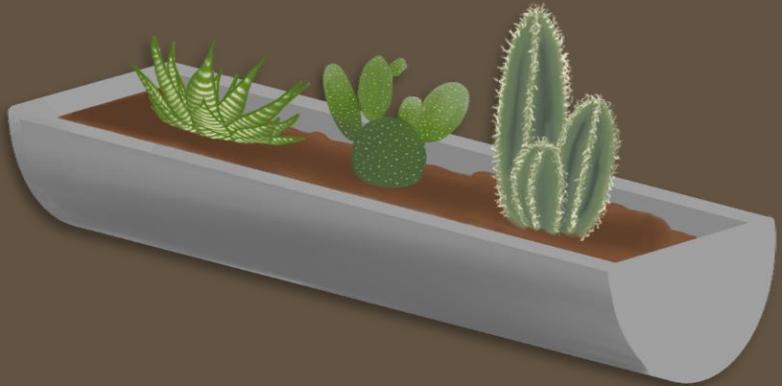
- Horizontal Gardening

Wieso?

- Damit alles von den Regenrohren recycelt wird



The Tower with the Plant Power





ANEXIE

Anexie

ANASTASIA, ALEX, MIEKE

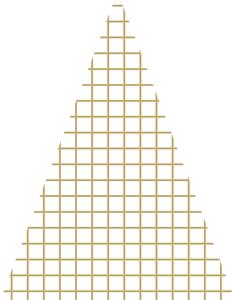




Wer sind wir?

- Anastasia, 15
- Alex, 15
- Mieke, 15

Geschwister-Scholl-
Stadtteilschule, Osdorf



Unser Produkt

- Rezeptbuch
- Filme und Serien
- Große Auswahl für jedes Alter
- Upcyceltes Material
- Postkarten selbstfotografiert
- Armbänder als Give-Away für die Kinder





Herstellung und Heraus- forderung

Herstellung

- Materialien aus der Schule
- 15 Bücher
- Handarbeit
- Viel Support

Herausforderung / Probleme

- Besonderes Format
- Zeit war knapp
- Kunden ansprechen



KRIMI DINNER



Krimidinner

WER SIND WIR?

- Anika (17 J.), Hannah (17J.), Fatimah (18J.) & Sophie (17J.)
- Harburg (Goethe Schule Harburg)
- Idee → Krimidinner

UNSER PRODUKT

28

- Krimidinner Online und Offline
- Eigener Verlag → HanSoFun Verlag
- Instagram- Seite: @hansofun_verlag



NACHHALTIGKEIT

29

- Ressourcenschonend
- Auch online erhältlich



HERAUSFORDERUNGEN & TEAMPROZESS



HIGHLIGHTS & LERNASPEKTE

31

- Ideenentwicklung
- Verkauf
- Herstellung
- Danach



WAS RATEN WIR ZUKÜNFTIGEN ZUKUNFTSUNTERNEHMER:INNEN?

- Durchhalten
- Spaß haben
- Nicht den Mut verlieren
- Gute Planung ist wichtig



PAMM



WER WIR SIND

PAMM

Paulin Anna Maira Marie

DIE GESCHÄFTS- IDEE

- Upcycling > aus Alt mach Neu!
- SDGs 11, 12, 13
- möglichst viele kreative Produkte
- Geschenke zum Valentinstag





DIE UMSETZUNG

Kreative Power

- Armbänder
- Haargummis
- Herz- und Bubblekerzen
- Bilderrahmen
- Obstschalen
- Love-Boxen
- Happy-Box
- Dark-Secret-Box

UNSER FAZIT



Unsere Highlights:

- der Kontakt mit den Kunden
- professionelles Business-Gefühl



Überraschungen im Projekt

- Die Höhe unserer Einnahmen
- die Größe dieses ZU-Projekts



Das nehmen wir mit:

- Wir haben als Team super funktioniert
- wirtschaftliches Verständnis
- Wir können uns vorstellen, selbst mal zu gründen

UNSER FAZIT



Das würden anders machen:

- Zeitmanagement
- Bessere Vorbereitung auf den Verkaufstag (wärmere Kleidung im Januar)



Das würden wir raten:

- Geht offen und selbstbewusst ins Projekt
- Traut euch, vor der Gruppe zu präsentieren und Menschen anzusprechen





GREEN DIY



GREEN *DIY*

OUR TEAM

Lara-Sophie

18 Jahre alt

07.09.2023 Wettbewerb
ZUKUNFTSUNTERNEHMER -
Futurepreneur

CEO

Ceren

19 Jahre alt

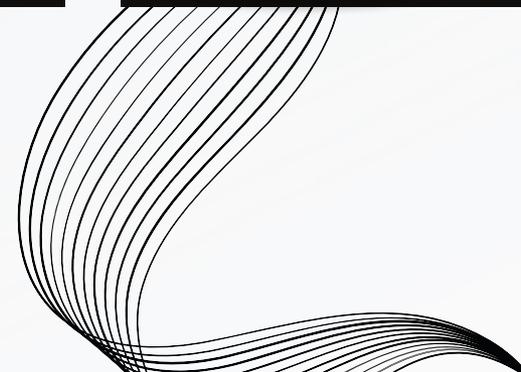
40

CEO

Gamalat

19 Jahre alt

CEO



UNSERE IDEE

Ringe
Armbänder
Ohringe
Ketten
Schlüsselanhänger
Glitzergläser
Anti-
Valentinstagskarten

PRODUKTE

Vorhandene
Materialien nutzen

Aufklärungsarbeit
um vorhandenes
Material zu nutzen

NACHHALTIGKEIT

1. Standort
Zielgruppe
Menge
Zeitraumen

SCHWIERIGKEITEN

41

STRATEGIEN

ÜBERRASCHEND

Menschen haben sich stark für uns und unsere Idee interessiert

MITNEHMEN

Hartnäckig bleiben Ideen umsetzen nicht nur überlegen

ÄNDERN

Durch das gesehene Klientel die Ideen anpassen und das Sortiment erweitern



Unsere Tipps

Nicht aufgeben
neuer Versuch und sich darauf einlassen
etwas finden, hinter dem man steht
Backup Plan für alles







SAMENBOMBEN

SAMENBOMBEN



Nicole, Angelina und Lukas

UNSER TEAM STELLT SICH VOR

Nicole
17
Wilstorf

Angelina
17
Eißendorf

Lukas
17
Heimfeld

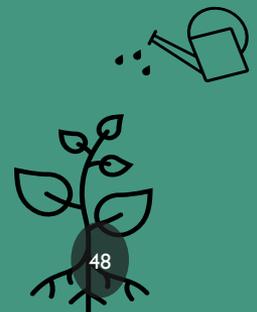
„Samenbomben“

Ein kleiner Wurf, ein großer Schritt für die Natur !

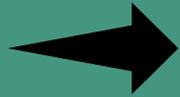


SAMENBOMBEN

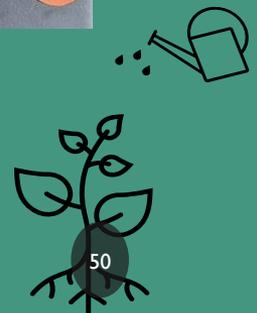
- Ziel 2 „Kein Hunger“
- Ziel 3 „Gesundheit und Wohlbefinden“
- Ziel 11 „Nachhaltige Städte und Gemeinden“
- Ziel 12 „Nachhaltiger Konsum und Produktion“
- Ziel 13 „Maßnahmen zum Klima“
- Ziel 15 „Leben an Land“



PROJEKTVORSTELLUNG: SAMENBOMBEN



UNSERE ERFAHRUNGEN BEI ZUKUNFTSUNTERNEHMER



FÜNF MINUTEN AUFLOCKERUNGSPAUSE





KEEP THE MOMENT



Keep the Moment

Polly (16) Henry (15), Charly (15)

STS Kirchwerder in Hamburg, Bergedorf

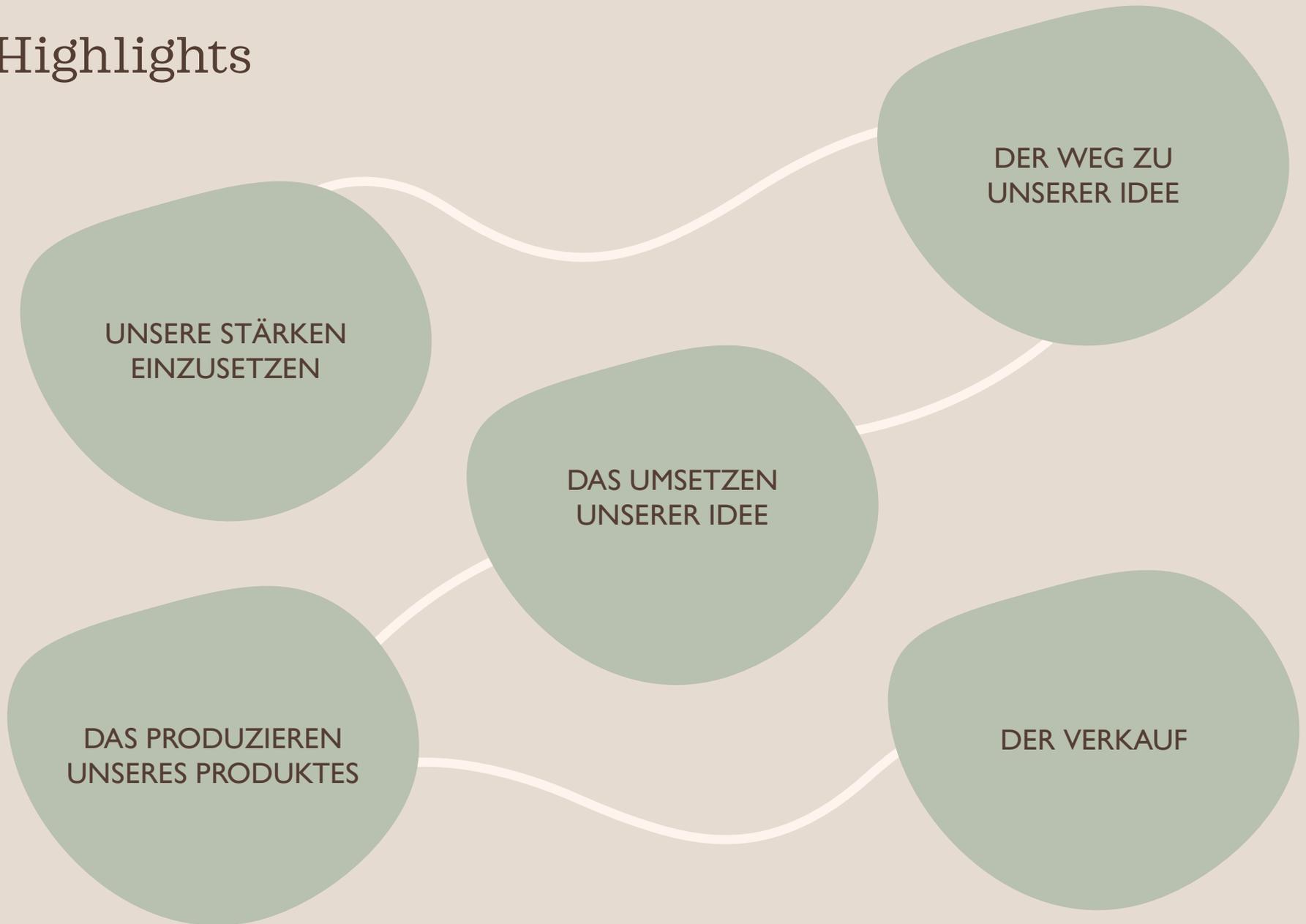
Die Idee

„LESEN ist wie TRÄUMEN...

...mit offenen Augen.“



Highlights



Herausforderungen

- Probleme bei der Standortwahl
- Respekt vor der Kommunikation mit Menschen
- Zeitplanung bei der Produktentwicklung

Überraschungen

- Einnahmen
- Produktverkäufe
- Freundlichkeit/Interesse der Kunden



Was wir gelernt haben

- Produktivere Ideen Entwicklung
- Kommunikation mit Fremden Menschen
- Auf Menschen zuzugehen/anzusprechen

Was wir ändern würden

- Bessere Zeiteinteilung

Unser Rat

- Nicht Stressen
- Mutig sein
- Offen sein





HOLZHAUS

HOLZHAUS

WER BIN ICH?

- Sabri Shekho
- Aus Syrien
- 16 Jahre alt
- Traumberuf:
Bauingenieur





MEINE GESCHÄFTSIDEE

- Holzhäuser als Deko oder Briefbeschwerer

MEINE HIGHLIGHTS

- Das Produzieren und Werkeln
- Das Verkaufen (mutig sein)

MEINE HERAUSFORDERUNGEN

- Bedingung bei der Produktion
- Zeitmangel





WAS HAT MICH ÜBERRASCHT?

- Ausverkauft
- Die Freundlichkeit der Menschen
- Spenden für mich als Unternehmer

DAS NACHHALTIGE AN MEINER IDEE

- Holz von alten Paletten
- Upcycling

WAS WÜRDEN SIE NÄCHSTES MAL ANDERS MACHEN?

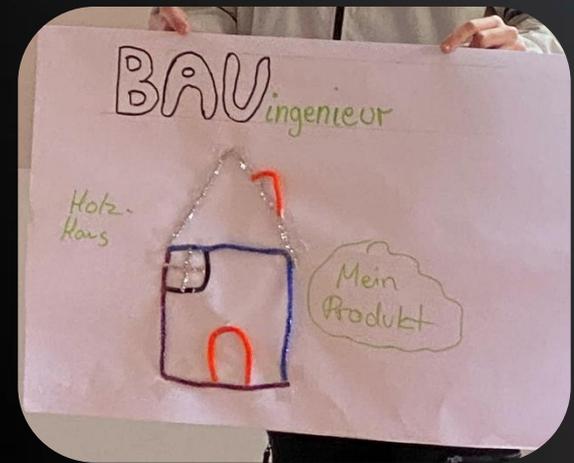
- Mehr Häuser bauen
- Anderen Haustypen (Hochhäuser, Wohnungen etc.)

WAS NEHME ICH AUS DER PROJEKTWOCHE FÜR MICH MIT?

- Der Spaß im Projekt
- Stolz, dass ich es allein geschafft habe

MEINE TIPPS FÜR ZUKÜNFTIGE TEILNEHMER:INNEN?

- Verkaufsort vorher checken
- Alleine arbeiten ist viel Arbeit
- An seine Träume glauben





FAIR PREPARE



FAIR PREPARE

Gründer*innen:

Siri Gleinig und Nico Reinsberg



KÜCHEN-BRETT

Der Prozess



Schritt 1:

- recyceltes Holz
- Sägen, Schleifen



Schritt 2:

- Schutzbehandlung: Ölen
- Bearbeitung:
Logo (Brennpeter)



Finalisierung:

- Preis: ca. 9€
- Umsatz: ca. 55€



SAISONALES KOCHBUCH

Die zweite Idee



Verkauf

- Preis: ca. 5€
- Umsatz: ca. 40€

Produkt

- 24 Rezepte
- an die Ernten der Saison angepasst
- vegetarische und vegane Gerichte für mehr Tierwohl
- selbst gebunden mit Logo



VERKAUF

POSITIV

- Überzeugung der Kundschaft
- faire Preise

WAS WIR ANDERS MACHEN WÜRDEN

- Anderen Verkaufsort wählen
- Auf Kundenwünsche und besser eingehen



NACH- HALTIGKEIT

SDGs

- gesunde Rezepte
- Gemüse aktueller Saison
- fördert nachhaltiges und verantwortungsbewusstes Konsumverhalten
- recyceltes Holz



WAS WIR MITGENOMMEN HABEN



- Das Potenzial in jeder Idee sehen
- Chancen muss man ergreifen
- Man kann alles Verkaufen
- F,F,F – aus dem Gründertalk





CANDLES & PLANTS

Candles & Plants

Mathilda, Esmeralda & Mia



Wer sind wir?

- Name: Mia, Mathilda, *Jasmin* & Esmeralda
- Alter: 14
- Stadtteil: Harburg
- Unternehmen: Candles & Plants

Unsere nachhaltige Geschäftsidee

- Die Ideen:

Selbst eingefärbte Kerzen und selbst
gezogene Pflanzen

- Das Nachhaltige:

Schon vorhandene Materialien
wurden recycelt, umweltfreundliche
Materialien wurden verwendet



Die Projektwoche

- Herausforderungen
 - die Ideenfindung
 - Beschaffung eines Verkaufstisches
- Highlight:
 - der Verkauf
 - Unternehmer:innen zu sprechen
- Überraschend:
 - Die Freundlichkeit der Kunden
 - Was wir als Team alles schaffen können





Die Projektwoche

- Was wir mitnehmen:
 - Mit fremden Menschen frei reden
- Was würden wir anders machen:
 - Nicht so viel nachdenken
- Unser Rat an andere:
 - Nicht zu sehr stressen
 - Vorher schon über eine Idee nachdenken
 - Am Verkaufstag frei mit den Menschen reden
 - Den Unternehmer:innen so viele Fragen wie möglich stellen



BRIGHT MOMENTS

Bright Moments



Wenjun

15 Jahre

Geschwister Scholl Schule



Leonie

15 Jahre

Geschwister Scholl Schule

Bright Moments



Unsere Geschäftsidee

Unsere Idee waren Kerzen
(mit/ohne Duft und Botschaften)

Für die Kerzen wurden Kerzenreste
geschmolzen und neu geformt und mit
einer Botschaft versehen.



Nachhaltigkeit

- Es wurden alte Kerzenreste verwendet
- Alte Behälter zu neuen Kerzen gemacht
- Duftstoff und Perlen waren bereits vorhanden

Bright Moments



Unsere Herausforderungen

- Das Verkaufen, da wir beide ein Problem damit haben, Fremde anzusprechen
- Der Ort, an dem wir verkauft haben

Unser Highlight

War das Herstellen der Kerzen!

Uns hat überrascht,

dass der Verkauf trotz des Platzes einigermaßen gut funktioniert hat



Bright Moments



Nächstes Mal...

- planen wir (noch) besser
- haben/suchen wir einen besseren Verkaufsort
- suchen wir Teammitglieder, auf die man sich mehr verlassen kann

Unsere Tipps für die nächsten Teams

- Die Verkaufsidee gut durchplanen
- Aufpassen, wen man sich ins Team holt





FLICK DICH



FLICK DICH

KAYA, LASSE, HEDY

WAS IST FLICK DICH

- Der Weg zur Idee
- Flicken
- Kreativ und umweltschonend
- Verschönerung
- Statement



WARUM FLICK DICH NACHHALTIG IST

- Alter Stoff wird wiederverwendet
- Folge: Viel Material für Flickern wird gespart
- Werben für mehr Akzeptanz



UNSERE HERAUSFORDERUNGEN

- Die richtige Zielgruppe finden
- Spießer*
- Produktion
- Menschen ansprechen
- (Preis)



* Musterbeispiel

FAZIT

- Als Erinnerung bleibt uns viel Spaß
- Wir haben gelernt, dass man mit einer simplen Idee und der richtigen Vermarktung viel Geld machen kann
- Die Woche hat uns motiviert Dinge zu tun, die man sonst nicht gemacht hätte





VIELEN DANK!

www.futurepreneur.de