

## UNTERNEHMEN DEUTSCH 2025-2026

Ein Projekt des Goethe-Instituts

zur Kompetenzförderung und schulischen Berufsorientierung

(Percorsi per le Competenze Trasversali e per l'Orientamento - PCTO)

**Format:** Ideenwettbewerb für Schulen und deren Partnerunternehmen

**Aufgabe der Schüler\*innen:** Entwicklung einer Geschäftsidee mit zugehöriger Werbeaktion (Simulation)

**Laufzeit des Projekts:** Oktober 2025 – Mai 2026

**Zielgruppe/n:** Schüler der Sekundarstufe II mit Deutschkenntnissen ab Niveaustufe A2; Deutschlehrkräfte; Wirtschaftslehrer mit Interesse an Zusammenarbeit mit der Deutschlehrkraft; deutsche Unternehmen mit Sitz in Italien und italienische Unternehmen mit bestehenden oder gewünschten Geschäftsbeziehungen nach Deutschland

**Gewinn:** 1. Preis: € 300 – 2. Preis: € 200 – 3. Preis: € 100

Eventuelle Sonderpreise werden mit einer Prämie von € 100 honoriert.

**Schülerpraktika:** Neben den Geldpreisen erhalten die Gewinner die Möglichkeit zu Schülerpraktika. Das Goethe-Institut Rom stellt der ersten Gewinnerklasse zwei einwöchige Praktikumsplätze zur Verfügung. Das Angebot kann im Schuljahr 2026-27 in Anspruch genommen werden. Die Möglichkeit zu einem Praktikum gilt nicht für Schüler\*innen der Abiturklassen (5. Klasse).

**Anerkennung PCTO:** Das Goethe-Institut empfiehlt die Anerkennung von 40 Stunden PCTO.

### Inhalt

*Unternehmen Deutsch* verknüpft den Fremdsprachenunterricht Deutsch mit dem Thema Wirtschaft. Es ist konzipiert für Schulen, die eine Brücke zur Arbeitswelt schlagen wollen oder ihre Kontakte zu Firmen des Territoriums ausbauen möchten. Das Projekt kombiniert schulbegleitende Berufsorientierung und die Förderung von Soft-Skill-Kompetenzen (PCTO) mit einem motivierenden Ideenwettbewerb, der die Kreativität und den Erfindergeist der Jugendlichen anspricht. Vehikel ist die deutsche Sprache.

Zentrale Aufgabe der Schüler\*innen ist es, für ein selbst gewähltes Unternehmen in der lokalen Umgebung ein innovatives Produkt oder eine innovative Dienstleistung zu entwickeln. Das neue Produkt/die neue Dienstleistung soll eine sinnvolle Erweiterung des Unternehmensangebots darstellen und marktauglich sein. Mit Blick auf potentielle deutschsprachige Kunden kreieren die Schüler für ihre Geschäftsidee eine Werbung (z.B. Videospot) und einen Werbeslogan auf Deutsch. Wesentlicher Bestandteil des Projekts ist der Besuch bei dem ausgewählten Partnerunternehmen. Dieser ermöglicht den Schülern einen realitätsnahen Einblick in die Arbeitswelt und liefert nützliche Informationen für das zu erstellende Firmenportrait wie auch hilfreiche Inputs für die Erfindung des neuen Produkts bzw. der neuen Dienstleistung. Die überzeugendsten Vorschläge werden von einer Expertenjury prämiert.

Das Projekt geht im Schuljahr 2025-26 zum 14. Mal in Folge an den Start. Die vorangegangenen Projekteditionen haben ein sehr positives Echo erhalten und führten landesweit zu 270 Lernpartnerschaften zwischen Schulen und Unternehmen. Unter den Firmen befinden sich u.a. Bosch, Illycaffè, Osram, SAP, Tod's, Faber-Castell, Pietro Coricelli, Poltrona Frau, Lavazza und Volkswagen. *Unternehmen Deutsch* wird von einer bedeutenden Medienresonanz begleitet und verleiht Schulen wie Unternehmen eine erhöhte Sichtbarkeit in der heimischen Region.



Mit Deutsch  
in den Beruf

## Ziele

Das Projekt führt Jugendliche an die Berufswelt heran. Die Schüler\*innen aktivieren und erweitern ihre Soft-Skill-Kompetenzen und werden für den Mehrwert der deutschen Sprache bezüglich beruflicher Perspektiven sensibilisiert. Im Einzelnen will das Projekt:

- den Deutschunterricht konkret und realitätsnah machen und damit die Lernmotivation fördern → Verbesserung der Deutschkenntnisse
- den Mehrwert von Deutsch für die berufliche Laufbahn aufzeigen → Verbesserung der persönlichen Berufschancen und Zukunftsperspektiven (auch auf dem heimischen Arbeitsmarkt)
- beim Übergang von der Schule in weiterführende Bildungswege unterstützen → Orientierungshilfe
- persönliche, soziale, methodische und interkulturelle Kompetenzen fördern → Kompetenzerweiterung im Sinne der italienischen PCTO
- einen interdisziplinären und CLIL (*Content and Language Integrated Learning*) -orientierten Unterricht fördern, der Inhalte aus Betriebswirtschaft und Marketing in den Deutschunterricht integriert → mögliche Zusammenarbeit mit dem Wirtschaftslehrer
- Lernpartnerschaften zwischen Schulen und Unternehmen sowie den Aufbau von qualifiziertem Nachwuchs fördern → duales Lernen/duale Ausbildung
- das gesellschaftliche Image von Unternehmen fördern → *social responsibility*

## Hinweise und Empfehlungen zur Durchführung

Das Projekt wird von der Lehrkraft eigenständig durchgeführt. Das Goethe-Institut Rom steht der Lehrkraft beratend zur Verfügung. Für die Bearbeitung der Aufgaben stehen auf der Webseite des Goethe-Instituts Italien digitale Arbeitsmaterialien bereit. Die Arbeitsmaterialien können beim Goethe-Institut auch in gedruckter Form bestellt werden. Die Erledigung der Arbeitsaufträge ist nicht an feste Termine gebunden. Das Goethe-Institut gibt zur Orientierung dennoch zeitliche Empfehlungen, die sich in der Praxis bewährt haben. Der einzige feste Termin ist das finale Abgabedatum: **12. April 2026**. Zu diesem Zeitpunkt müssen alle Arbeiten beim Goethe-Institut Rom eingereicht werden. Genauere Hinweise dazu folgen im Frühjahr 2026.

Das Projekt beinhaltet drei obligatorische Arbeitsaufträge. Die Ergebnisse dieser Aufträge werden von einer Jury bewertet. Zur Erfüllung der Arbeitsaufträge verwenden die Schüler\*innen unterschiedliche mediale Formate (Text, PPT, Video, Radiospot, App, Flyer, Broschüre, Plakat). Verlinkungen auf externe Quellen sind nicht erwünscht. Materialien, die Urheberrechten unterliegen, dürfen nicht verwendet werden.

Die Lehrkräfte sollten mit ihrer Klasse im Schnitt mindestens **eine Unterrichtsstunde pro Woche** auf das Projekt verwenden. Einige Aufgaben (z.B. Rechercheaufgaben und Produktentwicklung) können von den Schüler\*innen zum Teil auch zu Hause erledigt werden.

Die Lehrkraft sollte die Schulleitung über die Initiative des Goethe-Instituts informieren. *Unternehmen Deutsch* wird von namhaften italienischen und deutschen Partnern unterstützt und bildet ein qualifiziertes Angebot im Rahmen der Kompetenzförderung und schulbegleitenden Berufsorientierung (PCTO). Außerdem empfehlen wir eine Zusammenarbeit mit dem Wirtschaftslehrer, sofern ein solcher an der Schule tätig ist. Die bisherige Erfahrung hat gezeigt, dass Wirtschaftslehrer die Initiative schätzen und sich engagiert in das Projekt einbringen.



Mit Deutsch  
in den Beruf

## Kontakt

Klaus Dorwarth | Goethe-Institut Rom | [Klaus.Dorwarth@goethe.de](mailto:Klaus.Dorwarth@goethe.de) | Tel.: +39 06 8440051

## Projektablauf

### **12. Oktober 2025: Anmeldeschluss**

Interessierte Lehrerkräfte können sich bis zum 12. Oktober 2025 zum Wettbewerb anmelden (s. Anmeldeformular).

### **Arbeitsauftrag 1: UNSER WIRTSCHAFTSRAUM (MODUL 1)**

#### **November 2025: Präsentation des Territoriums als Wirtschaftsraum**

Die Aufgabe besteht darin, das eigene Territorium als Wirtschaftsraum zu präsentieren. Die Schüler\*innen untersuchen dazu ihr lokales Umfeld (Provinz und/oder Region) auf wirtschaftliche Merkmale hin und dokumentieren ihre Ergebnisse in einer wirtschaftsgeographischen Präsentation. Es wird erwartet:

- Text: 250-350 Wörter (Format: doc/pdf oder ppt)
- Abbildungen (Fotos, Grafiken, Zeichnungen, Collagen, Poster)

In einem weiteren Schritt recherchieren die Schüler die Präsenz von deutschen Firmen und italienischen Firmen mit bestehenden oder gewünschten Geschäftsbeziehungen nach Deutschland. Diese Recherche dient dazu, das Partnerunternehmen für die Projektpartnerschaft zu identifizieren und die Unternehmensakquirierung vorzubereiten.

### **Dezember 2025: Akquirierung des Partnerunternehmens**

Die Klasse entscheidet, für welches der identifizierten Partnerunternehmen sie ein innovatives Produkt oder eine innovative Dienstleistung entwickeln möchte. Eine Übereinstimmung von Unternehmensprofil und Schultyp ist sinnvoll, aber nicht zwingend (Beispiel: ein *Istituto Tecnico per il Turismo* wählt idealerweise eine Einrichtung oder eine Firma, die in der Tourismusbranche tätig ist). Die Lehrkraft kontaktiert das Unternehmen mit dem Ziel, dieses für die Projektpartnerschaft zu gewinnen. Die Projektpartnerschaft besteht für das Unternehmen primär in der Bereitschaft, die Schülergruppe zu einem ca. 3-stündigen Informationsbesuch zu empfangen. Während des Besuchs soll das Unternehmen auf vorbereitete Fragen der Schüler antworten und möglichst in einem Rundgang durch den Betrieb die internen Berufsprofile und Arbeitsprozesse illustrieren. Aus der persönlichen Begegnung heraus kann die Bereitschaft des Unternehmens entstehen, die Schulklasse bei der Entwicklung ihrer neuen Geschäftsidee durch das eigene Fachpersonal zu unterstützen (Abteilung für Entwicklung und Forschung, Büro/Agentur für Marketing und Werbung). Im Falle einer Ablehnung durch das erstkontaktierte Unternehmen kontaktiert die Lehrkraft weitere Unternehmen, die zuvor als Alternative identifiziert worden sind.

Um der Lehrkraft die Akquirierung zu erleichtern, stellt das Goethe-Institut ein institutionelles Empfehlungsschreiben zur Verfügung, das dem Unternehmen vorgelegt werden kann. Es wird empfohlen, mit dem zuständigen Ansprechpartner die Modalitäten für den Firmenbesuch vorher genau abzusprechen (Datum, Dauer, Schülerzahl, Interviewpartner, Interviewfragen, Führung durch den Betrieb, Möglichkeit von Foto-/Videoaufnahmen mit schriftlicher Autorisierung).



Mit Deutsch  
in den Beruf

### Dezember 2025: Sprachtraining Berufsorientierung (TRAININGSMODUL)

Während der Zeitspanne, in der die Lehrkraft ein Partnerunternehmen akquiriert, absolvieren die Schüler\*innen das Trainingsmodul zur Berufsorientierung. Die Schüler beschäftigen sich mit dem Aufbau eines Unternehmens und seinen Arbeitsbereichen und Berufsbildern. Außerdem lernen sie, ein Bewerbungsschreiben auf Deutsch zu verfassen. Auch Rechercheaufgaben im Internet sind denkbar. In dieser Phase erwerben die Schüler den erforderlichen Wortschatz für die nächste Projektpause (Unternehmensbesuch), gleichzeitig bereiten sie sich auf künftige Realsituationen vor (z.B. Bewerbung um eine Praktikumsstelle in einem deutschen Betrieb).

### Arbeitsauftrag 2: UNSER PARTNERUNTERNEHMEN (MODUL 2)

#### Januar - Februar 2026: Besuch des Partnerunternehmens und dessen Präsentation

Die Aufgabe besteht darin, das Partnerunternehmen und den Besuch im Unternehmen zu präsentieren. Bevor die Klasse das Unternehmen besucht, recherchieren die Schüler Informationen über ihr Unternehmen (Internet, Bekannte, etc.) und bereiten eine Liste mit Fragen vor, die sie ihren Gesprächspartnern während des Besuchs stellen (idealerweise auf Deutsch, sonst auf Italienisch). Alle gesammelten Informationen dienen der Klasse dazu, im Anschluss an den Besuch ein Portrait ihres Unternehmens zu erstellen. Es wird erwartet:

- Text: 400-500 Wörter (Format: doc/pdf oder ppt)
- Abbildungen (Fotos, Grafiken, Zeichnungen); fakultativ: Video (Länge max. 3 Minuten, Format: mp4)

### Arbeitsauftrag 3: UNSERE GESCHÄFTSIDEE (MODUL 3)

#### März - April 2026: Entwicklung einer Geschäftsidee

Die Schüler\*innen entfalten in dieser Projektphase ihr kreatives Potential. Ihre Aufgabe ist eine doppelte: Sie erfinden ein Produkt oder eine Dienstleistung, das/die innovativen Charakter hat und das Angebot des Unternehmens sinnvoll ergänzt. Das neue Produkt/die neue Dienstleistung soll realistisch und markttauglich sein, d.h. für das Partnerunternehmen umsetzbar und für dessen potentielle deutschsprachige Kunden interessant. Anschließend widmen sich die Schüler der Vermarktung ihrer Geschäftsidee (Marketing). Sie finden einen aussagekräftigen **Namen** für das Produkt/die Dienstleistung und simulieren die Lancierung ihrer Geschäftsidee mit Hilfe eines selbstgewählten **Werbeformats** und eines passenden **Werbekatalogs** in deutscher Sprache. Wo möglich, kann die Schule eine angebotene Zusammenarbeit mit der Marketingabteilung oder der Marketingagentur ihres Partnerunternehmens nutzen. Es wird erwartet:

- Text: 150-250 Wörter. Der Text erklärt die Geschäftsidee; fakultativ: Abbildungen (Fotos, Grafiken, Zeichnungen)
- Name für das Produkt/die Dienstleistung
- Werbeslogan
- Werbeformat: Videospot (max. Länge ca. 1 Minute, Format: mp4) oder Radiospot (max. Länge ca. 30 Sekunden, Format: mp3) oder App oder Flyer oder Werbeplakat. Auch eine Kombination ist möglich, wird aber nicht erwartet (z.B. Videospot + Flyer).

### Mai 2026: Bekanntgabe der Gewinner

Eine Jury, bestehend aus Vertretern von Unternehmerwelt und Bildungsinstitutionen, wählt die überzeugendsten Schülerarbeiten aus. Die drei Gewinnerklassen erhalten Geldpreise. Die erste Gewinnerklasse erhält außerdem ein präsentisches Praktikumsangebot für zwei Schüler\*innen. Neben den drei Hauptpreisen werden zusätzlich Sonderpreise vergeben, sofern Schülerarbeiten in einzelnen Bewertungskategorien besonders überzeugen. Die Schüler\*innen und Lehrkräfte aller teilnehmenden Schulen erhalten bei Projektende auf Anfrage eine Teilnahmebestätigung. Für Abiturklassen entfallen die Praktikumsangebote, da die Praktika erst im Schuljahr 2026-2027 genutzt werden können.



Mit Deutsch  
in den Beruf



### **Unternehmen Deutsch in Italien und in Frankreich**

*Unternehmen Deutsch* ist ein Gemeinschaftsprojekt des Goethe-Instituts Italien und Frankreich mit länderspezifischer Genese und Konzeption.

**Das Modell Italien** richtet den Fokus auf den heimischen Wirtschaftsraum und kooperiert mit deutschen Unternehmen in Italien und italienischen Unternehmen, die Geschäftsbeziehungen nach Deutschland unterhalten oder anstreben. Wesentliche Elemente sind der Besuch des Partnerunternehmens im lokalen Umfeld und der nationale Wettbewerbscharakter des Projekts. Die Gewinnerschulen erhalten präsentische Kurzpraktika an einem der Goethe-Institute in Italien und digitale Praktikumsangebote von BOSCH Mailand. Unsere Partner:

- Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF)
- Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB)
- German Office for International Cooperation in Vocational Education and Training (GOVET)
- Italienisches Bildungsministerium Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca (MIUR)
- Deutsch-Italienische Handelskammer - AHK Italien



Das Projekt steht unter der Schirmherrschaft der Botschaft der Bundesrepublik Deutschland in Rom.

Idee und Konzeption: Klaus Dorwarth (Goethe-Institut Rom), Adrian Lewerken (Goethe-Institut Mailand), Ulrike Tietze (Goethe-Institut Rom)

**Das Modell Frankreich** richtet den Fokus auf den Wirtschaftsstandort Deutschland und kooperiert mit ausgesuchten deutschen Partnerunternehmen in Deutschland. Die engagiertesten Schülerinnen und Schülern erhalten die Möglichkeit zu einem Kurzpraktikum bei einem dieser Unternehmen. Partner:

- Deutsch-Französische Industrie- und Handelskammer
- Bayer Pharma AG
- Bertelsmann SE & Co. KGaA
- Airbus Group Deutschland
- Miele & Cie. KG
- Volkswagen AG
- Robert Bosch GmbH
- Faber-Castell AG
- Ernst Klett AG
- Haribo GmbH & Co. KG

Idee und Konzeption: Eva Korb, Catharina Clemens

**Beide Modelle sind „klassisch“ oder in kombinierter Form durchführbar.**

Firmen und Einrichtungen in Italien, die sich in den vergangenen dreizehn Editionen des Ideenwettbewerbs an *Unternehmen Deutsch* beteiligt haben:







Guido Castagna



Celso Sport



dott. solari  
COSMETICS®

Mewa

forte\_forte



adriatic  
forever fun



il Cavallino  
AZIENDA AGRICOLA

Masseria Torremossa

Toscana  
Aeroporti

DAYLIGHT Tour

NATURA  
SICILIANA

VECHIA TORRE  
LAVAZZA  
TORINO, ITALIA, 1895

PLASTICA ALFA  
INNOVATION & WATER TECHNOLOGIES

TENUTA DEL DUCA



AGRICELATERIA  
GUADO.

COSMOSOL

parsifal  
BIRRIFICIO ARTIGIANALE



BOSCH

aqua

Viaggi e Natura Tour Operator

CMC Packaging Automation



FRANTOIO MONTECCHIA®

T.A.C.S.  
artigiani del pane caravallino

intercos  
GROUP

Avenia Viaggi  
ACENZA & TOUR OPERATOR



MONACELLI  
ITALY

ALOIS  
showroom

Wally  
caja fondata nel 1925



Azienda Agricola  
ME NA VIRA

FINALE|OUTDOOR|REGION  
FOR  
CONSORTIUM

CONSORZIO PER  
LA PROMOZIONE TURISTICA  
E LA TUTELA DEL  
TERRITORIO FINALESE

VASOS

LA NUOVA  
FREGATA  
Pizzo & Cava

sogedim®  
power of logistics

Clementoni.

AQUILA SEGNALETICA MULTISERVIZI

OBERLANDER  
GUIDA TURISTICA

Pasticceria  
Denaro  
Spica

PEF

RE  
LEGNO

SANNIOPLASTIC  
PARTNERSHIP IN SUPPLY CHAIN