

Businessplan

Tante-EMA-Laden esG
(Ernst-Moritz-Arndt-Gymnasium)



INHALTSVERZEICHNIS

1. Geschäftsidee.....	S. 03
2. Markteinschätzung.....	S. 03
3. Rechtsform.....	S. 04
4. Standort.....	S. 04
5. Marketing / Werbe- und Verkaufsmaßnahmen.....	S. 05
6. Organisationsstruktur des Unternehmens.....	S. 05
7. Planung.....	S. 07

1. GESCHÄFTSIDEEN

Das Ernst-Moritz-Arndt-Gymnasium Remscheid erhielt die Auszeichnung „Gute gesunde Schule“. Die Möglichkeit für Schülerinnen und Schüler, im Laufe des Ganztags einen „gesunden“ Pausensnack zu erwerben, sollte selbstverständlich sein. Nicht alle Schülerinnen und Schüler frühstücken zu Hause und ein „Energienachschub“ im Laufe eines Schultages ist notwendig. Aus diesem Grund kam uns die Idee, eine Schülerfirma „Tante-EMA-Laden“ zu gründen, um nachhaltig zu wirtschaften. In unserem Schulkiosk bieten wir ein abwechslungsreiches Angebot von Lebensmitteln an, wobei wir uns unter anderem auf Fair-Trade-Produkte konzentrieren. Wir unterscheiden uns insofern von unserem einzigen Konkurrenten, dem Schülerkaffee (Mensa), dass wir Fair-Trade-Produkte anbieten und den Ruf „Gesunde Schule“ des Ernst-Moritz-Arndt-Gymnasiums stärken. Zudem wissen wir als Schüler besser, was gefragt ist und was nicht, wodurch wir unser Angebot jederzeit optimieren können. Um unser Geschäft nachhaltig zu gestalten, verwenden wir unter anderem recyclebares Papier. Des Weiteren greifen wir vor allem auf regionale Produkte und solche aus fairer Herstellung zurück, was ebenfalls zum Nachhaltigen wirtschaften beiträgt.

2. MARKTEINSCHÄTZUNG

Kunden:

Wir möchten sowohl den Schülerinnen und Schülern als auch den Lehrerinnen und Lehrern attraktive und nachhaltige Produkte für kleines Budget anbieten, denn die Schüler müssen ihr Essen meist vom Taschengeld bezahlen. Dabei erwarten unsere Kunden von uns einen rundum freundlichen Service und ein abwechslungsreiches Angebot. Zudem sollte der Snack gesund sein und den Hunger stillen. Das vor allem vor der Schule, damit die Schüler, die zu Hause nicht gefrühstückt haben, auch gestärkt in den Tag starten können. Da wir unsere Produkte ausschließlich in der Schule verkaufen können, gibt es vergleichsweise wenige potenzielle Kunden, weshalb wir versuchen müssen diese zufriedenzustellen, damit sie weiterhin bei uns einkaufen.

Mitbewerber/Konkurrenz:

Die Schulmensa bietet mit Süßigkeiten und belegten Broten ähnliche Produkte wie der Tante-EMA-Laden an, allerdings wollen wir das Angebot durch weitere gesunde, nachhaltige und vor allem attraktive Snacks erweitern und diese in unser Sortiment aufnehmen.

Die zahlreichen Geschäfte, Imbisse oder Cafés im umliegenden Stadtzentrum sind während der Schulzeit nur von den Oberstufenschülern zu erreichen (ab der 10. Jahrgangsstufe). Deshalb gelten diese nur teilweise als Konkurrenz, gegenüber welcher wir den Vorteil haben, dass wir für alle Schüler schneller zu erreichen sind. Großartige Neuentwicklungen in unserer Branche sind in unserem Umfeld nicht zu erwarten.

3. RECHTSFORM

In der Rechtsform Schülergenossenschaft werden folgende Möglichkeiten gesehen:

Das Unternehmen soll in Form einer eingetragenen Schülergenossenschaft (eSG) gegründet werden. Den Schülerinnen und Schülern wird in ihrer Selbstständigkeit auf hohem Niveau ein „Praxisorientiertes Handeln“ ermöglicht.

Dadurch, dass die Schülerinnen und Schüler eigenständig und realitätsnah in der Schule ein Unternehmen leiten, entwickeln sie eine Vielzahl an Fertigkeiten: Fachkompetenzen (ökonomisches Wissen; fächerübergreifend/ganzheitlich), Sozialkompetenz (u.a.: kooperieren und führen; kommunizieren und Schwierigkeiten überwinden; Erfolge als Team feiern), Berufs- und Studienwahlreife (u.a.: probieren Berufsfelder aus; erstellen Bewerbungen, organisieren Vorstellungsgespräche) und Finanzkompetenz (u.a.: Satzung und Aufbau einer Genossenschaft; Buchführung).

Sie werden durch ihre Tätigkeit im Tante-EMA-Laden gezielt auf Berufsfelder im kaufmännischen Bereich vorbereitet.

Entscheidungssituationen in der persönlichen Zukunft werden probierend vorweggenommen: Ernährung, Haus (Kosten-Nutzung-Rechnung), wirtschaftliches Handeln (Ökonomie vs. Ökologie).

Wichtig ist bei unserer Rechtsform, dass alle Mitglieder dasselbe Stimmrecht haben, egal wie viele Anteile sie gekauft haben.

Der Gewinn der Schülergenossenschaft steht nicht an erster Stelle, sondern die Kompetenzförderung der Schülerinnen und Schüler.

4. STANDORT

Die Schule verfügt über eine Kiosk-Theke mit dahinter liegenden Regalen. Die Verkaufsstelle befindet sich in der Pausenhalle im Erdgeschoss. Dabei befindet sich der Kiosk zusätzlich am Eingang und Ausgang des Ernst-Moritz-Arndt-Gymnasiums.

Der Ort ist zentral für die Schulgemeinde erreichbar, sodass jeder am Kiosk vorbeigeht, wenn er die Schule betritt. Der Verkaufsraum hat eine Fläche von ca. 11,7 qm. Die Ausstattung des Verkaufs-, Produktions- und Lagerraums stellt die Schule zur Verfügung.

5. MARKETING UND VERKAUFSSMAßNAHMEN

Das Unternehmen wird unter der Firmierung „*Tante-EMA-Laden eSG*“ geführt. Für Marketingmaßnahmen wird auf die Nennung der Rechtsform verzichtet.

Die Angebote kosten zwischen 0,10 - 1,50€ und wir bieten für jede Preisklasse Produkte an.

Flyer als auch eigene Werbefilme sind bereits entstanden. Neben dem Logo und der Rechnungsvorlage ist ein Werbeslogan entstanden: *„Nachhaltig wirtschaften, solidarisch handeln.“*

Wir achten besonders darauf, dass wir möglichst gesunde und fair gehandelte Produkte anbieten.

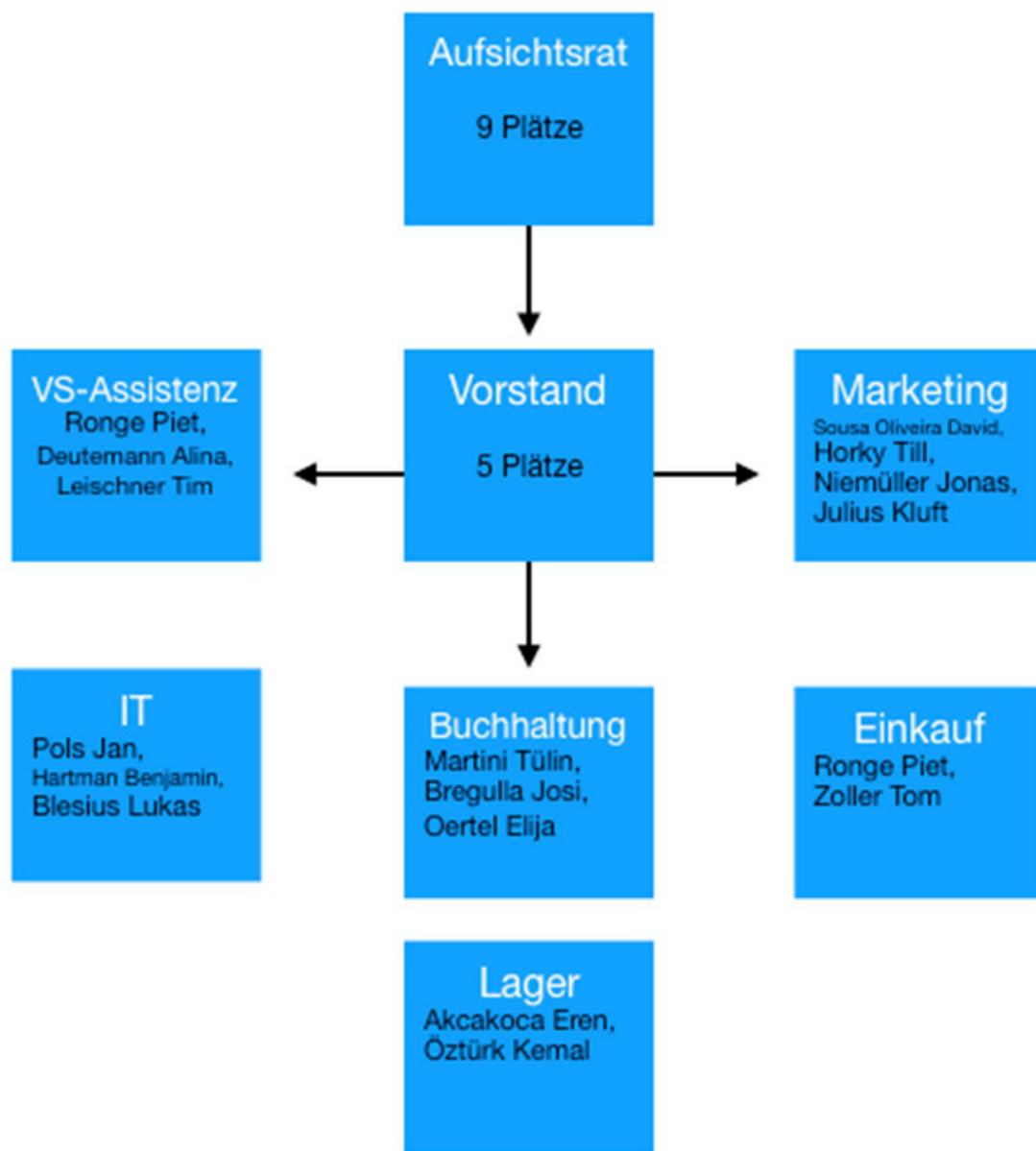
6. ORGANISATIONSSTRUKTUR DES UNTERNEHMENS

Das Büro soll in der Mittagspause Treffpunkt für alle Tante-EMA-Laden Mitarbeiter sein und auch äußerlich wahrnehmbar und attraktiv gestaltet werden.

Ideen und Kritik sollen an einer Pinnwand aufgeschrieben werden. Für die Kunden soll es eine Wunsch- und Ideenwand beim Verkauf geben.

Zukünftig sollen auch passive Mitglieder die Einkäufe tätigen können.

Zuverlässigkeit, Engagement, Interesse sowie Vorwissen und Eignung stellen wichtige Punkte dar, die wir von allen Mitwirkenden in unserer Schülergenossenschaft erwarten und voraussetzen. Grundsätzlich können alle Schülerinnen und Schüler mitwirken. Für das aktive Mitarbeiten in den einzelnen Abteilungen können sich die Schülerinnen und Schüler ab der 8. Jahrgangsstufe bewerben. Hierfür schreiben wir Stellen aus, erwarten Bewerbungen nach den gängigen Standards und führen Einstellungsgespräche durch. Nach einer Probephase erhält der Bewerber/ die Bewerberin eine Rückmeldung für die geleistete Arbeit und es werden gemeinsam Zukunftsaufgaben besprochen.



8. PLANUNG

Geplante Öffnungszeiten:

	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Gesamt
St./Tag	35min.	35min.	35min.	35min.	35min.	2h 55min.

Potenzielle Kunden:	960 Personen
Kundenanzahl erwartet:	100 Personen
Verkaufte Produkte pro Tag:	120 Stk.
Umsatz pro Monat:	1.650,00 EUR
Umsatz pro Jahr:	20.000,00 EUR
Durchschnittlicher Preiszuschlag auf EK Preise:	rd. 155 %
Durchschnittlicher Produktpreis:	0,67 EUR
Gewinnspanne in Prozent:	28,2 %

Umsatzsteigerung im zweiten Jahr (durch Erweiterung des Produktkataloges): 20 %

Gewinn im 1. Jahr:	5.640,00 EUR
Gewinn im 2. Jahr:	13.709,00 EUR
Gewinn im 3. Jahr:	13.990,18 EUR
Gewinn im 4. Jahr:	14.275,66 EUR

Kosten werden nur im Rahmen der Materialbestellung anfallen. Außer den Prüfungsgebühren ergeben sich somit keine Fixkosten. Raum, Heizung, Strom etc. werden von der Schule gestellt.

Produktkatalog mit EK und VK Preisen (incl. geplantem Absatz):

Produkt	Einkaufspreis	Verkaufspreis	Geplanter Verkauf in Stücken pro Monat
Kit Kat	0,30 €	0,70 €	60
Fizzers	0,02 €	0,10 €	150
Schokobons	0,04 €	0,10 €	200
Candy Lipstick	0,12 €	0,30 €	125
Doblito	1,30 €	1,50 €	12
Schoko mini Tafel (fairtrade)	0,06 €	0,10 €	50
Capri sun	0,25 €	0,60 €	60
Orangensaft (fairtrade)	0,40 €	0,60 €	25
Snickers	0,28 €	0,70 €	60
Twix	0,28 €	0,79 €	60
Mars	0,28 €	0,70 €	60
Lion	0,31 €	0,70 €	70
Katjes	0,49 €	1,20 €	13
Schokoriegel	1,00 €	1,20 €	12
M&M	0,43 €	0,80 €	80
Pick up	0,35 €	0,80 €	60
Mentos	0,32 €	0,70 €	120
Milch	0,37 €	0,50 €	80