

Geschäftsplan

(schriftliches Konzept)

Anmerkung: Das hier aufgeführte Beispiel basiert auf einem tatsächlich eingereichten Konzept.

1. Geschäftsidee

1. Die Mustermann-Gesamtschule ist seit 2002 „Schule der Zukunft“, d.h. der Idee der Nachhaltigkeit in unterschiedlichen schulischen Tätigkeitsfeldern verpflichtet. 2012 erhielt sie zum zweiten Male 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 Schultags ist notwendig.

Am Ende des Schuljahres 2011/12 kauften zunehmend Schülerinnen und Schüler morgens vor Schulbeginn oder nach dem (unerlaubten) Verlassen des Schulgeländes in der Mittagspause beim Bäcker einen schnellen Imbiss. Das Kiosk-Angebot in der Schule war – nach dem Auslaufen eines gesponserten „Bunten Rohkostellers“ - minimal.

Die Unzufriedenheit der Schülerinnen und Schüler mit dieser Situation brachte die damalige 9e auf die Idee eines von Schülern geführten „Bistros“ nach dem Vorbild der Schülerfirma McBlei (Verkauf von umweltfreundlichen Schulmaterialien).

2. Ziel der Initiative „Bistro“ war - versuchsweise in der Mittagspause - ein für Schüler von Schülern erstellten Imbiss anzubieten, der für Schülerinnen und Schüler attraktiv sei und nicht im Widerspruch zu einer gesunden Ernährung stehe. Im letzten Quartal des Schuljahres 2011/12 bot die „Bistro-Gruppe“ in den drei Mittagspausen der Schulwoche belegte Brötchen an: Die Nachfrage war da, die Kunden wünschten das Angebot auch in der großen Pause.
3. Da bei der Initiative „Bistro“ nicht die Gewinnmaximierung, sondern die Förderung der Handlungskompetenz der Schülerinnen und Schüler im Vordergrund stand, entschieden die Schülerinnen und Schülern am Ende des Schuljahres 2011/12 zur Umsetzung ihrer Geschäftsidee eine Genossenschaft zu gründen. Name und Logo waren schnell gefunden.
4. „McSnack“ will allen Schülerinnen und Schülern, Lehrerinnen und Lehrern ein gesundes Imbiss-Angebot zu einem günstigen Preis machen. Dabei soll das Angebot zwischen „herkömmlichen“ und/oder kulturell geprägten Ernährungsgewohnheiten und vollwertiger Verpflegung „ausgewogen“ vermitteln, d.h. im Angebot sind z.B. biologische Rohkost, Geflügel- statt Schweinefleisch, keine Industriebrötchen ...

Durch eine gesunde Pausenverpflegung werden gesundheitsfördernde Essgewohnheiten ausgebildet, deshalb soll langfristig aus der Verkaufsstelle *McSnack* ein Schülerbistro werden:

Schülerinnen und Schüler unterhalten und entspannen sich beim Essen in ruhiger, stressfreier Atmosphäre. Die Produktpalette wird schrittweise erweitert, z.B. durch jahreszeitlich und regional geprägte Produkte (z.B. Feld- statt Eisbergsalat, hiesiges Obst, heißer Kakao).

Schülerinnen und Schülern gestalten den Raum des geplanten Bistros, so dass er ihren Bedürfnissen und ihrem Lebensgefühl nahekommt und sie sich dort zunehmend aufhalten. Die Identifikation der Schülerinnen und Schüler mit der Schule steigt durch „ihre“ Genossenschaft: Mitglieder, Aktive und Kunden stehen im täglichen Austausch. Das Müllaufkommen soll möglichst gering gehalten werden.

5. Nachhaltigkeit:

Die Praxis erlaubt Schülerinnen und Schülern das Erproben der erworbenen Kompetenzen: Teamfähigkeit, soziale Verantwortung, Kommunikations-, Organisationsfähigkeit, Fachkenntnis (insbes. Wirtschaft, Mathematik, Hauswirtschaftslehre); das gemeinsame Handeln und die Anerkennung durch die Mitschülerinnen und Mitschüler machen für die Schülerinnen und Schüler die Erfahrungen in der Genossenschaft „nachhaltig“.

2. Markteinschätzung

- **Kunden:**

Vorrangig sind die Kunden Schülerinnen und Schüler der Sekundarstufe I, die kein Frühstück von zu Hause mitnehmen oder morgens einkaufen bzw. nicht in der Mittagspause in der Mensa essen. **Schätzungsweise könnte McSnack täglich 200 potentielle Kunden haben.**

Mehrheitlich kommen die Kunden aus den unteren Jahrgängen. Einige bekommen ein „Brötchengeld“ von zu Hause mit, die meisten verfügen über ein Taschengeld. Am Anfang eines Monats hat McSnack eine größere Nachfrage als am Ende, anfangs sind mehr Scheine, am Ende eines Monats mehr Münzen in der Kasse.

Zurzeit verkauft McSnack **an Ganztagen bis zu 100 Brötchen, in den großen Pausen täglich ca. 50**; z.T. lassen Schülerinnen und Schüler die Brötchen halbieren, um sie miteinander zu teilen. Aufgrund dieser Erfahrungen **soll der Preis der Angebote 2 €/Artikel nicht übersteigen**. Der **Einkaufspreis beläuft sich im Durchschnitt auf 1,50 €/Artikel**. Dies entspricht somit einer **Handelsspanne** (Differenz von Verkaufs- und Einkaufspreis) **von ca. 25 %**. Auch bei besonderen Schulveranstaltungen ist McSnack gern bereit, das Catering zu übernehmen.

Darüber hinaus soll auch ein **Getränkeautomat** unterhalten werden. Wir gehen auch hier von einem durchschnittlichen Verkaufspreis v. 0,50 Euro/Stück aus und einem Einkaufspreis von 0,25 Euro/Stück. Insgesamt erwarten wir einen **Umsatz im ersten Jahr iHv. 3.400,00 Euro** (40 Einheiten/Tag x 0,50 Euro/Stück x 20 Verkaufstage pro Monat x 8,5 Monate).

- **Konkurrenz/Wettbewerb:**

Das Angebot ist konkurrenzlos. Die vier umliegenden Geschäfte (Karlchens Backstube, Edeka, Akbas, Muckefuck) bieten z.B. belegte Brötchen zu einem deutlich höheren Preis und ohne biologisch erzeugte Rohkost an. Für die Schülerinnen und Schüler wird das unerlaubte Verlassen des Schulgeländes durch McSnack überflüssig, wenn sie das Warenangebot von McSnack annehmen. Der Schulkiosk ist keine Konkurrenz, da er nur „Fertigprodukte“ im Angebot hat. Frisch zubereitete Snacks schmecken immer am besten.

3. Rechtsform

In der Rechtsform Schülergenossenschaft werden folgende Möglichkeiten gesehen:

- Den Schülerinnen und Schülern wird - auf dem Hintergrund der Erfahrungen aus dem Schuljahr 2011/12 - in ihrer Selbstständigkeit auf hohem Niveau ein „praxisorientiertes Handeln“ ermöglicht.
- Dadurch werden sie in ihrer Ausbildungsreife gefördert, erwerben zusätzliche Qualifikationen und schärfen so ihr individuelles Profil.
- Sie werden durch ihre Tätigkeit bei McSnack gezielt auf Berufsfelder im kaufmännischen Bereich vorbereitet bzw. auf den Bereich Mikroökonomie im Fach Sozialwissenschaften in der gymnasialen Oberstufe.
- Entscheidungssituationen in der persönlichen Zukunft werden probierend vorweggenommen: Ernährung, Haushalt (Kosten-Nutzen-Rechnung), wirtschaftliches Handeln (Ökonomie vs. Ökologie).
- Durch Anerkennung ihres ehrenamtlichen Engagements werden sie in ihrem Selbstwertgefühl gestärkt.
- Ehrenamtliches Engagement wird ihnen als Element der Bürgergesellschaft der Zukunft erfahrbar.

Wie viele Gründungsmitglieder hat Ihre Genossenschaft?

34 Mitglieder

Wie hoch ist der Geschäftsanteil pro Mitglied?

10,00 Euro

4. Standort

1. Die Schule verfügt über eine gekühlte Kiosk-Theke vor der Mensa mit dahinter liegendem Lagerraum. Die Verkaufsstelle liegt im Durchgangsbereich zur Mensa, ist also unabgeschlossen, kühl und hat eine hallige Akustik.
2. Der Ort ist zentral für alle Schülerinnen und Schüler erreichbar, muss bewusst „angelaufen“ werden, ermöglicht aber auch einen unverbindlichen Zugang als Durchgang zur Mensa bzw. Bücherei.
3. Der Verkaufsraum hat eine Fläche von ca. 9 qm, der Aufenthaltsbereich von ca. 14 qm. Das Lager ist 9 qm groß. Seit Neuestem steht ein noch uneingerichteter Büroraum von ca. 9 qm zur Verfügung.
4. Die Ausstattung des Verkaufs-, Produktions- und Lagerraums stellt die Schule bzw. der Schulträger gegen eine geringe **Miete von 250,00 Euro/Jahr** zur Verfügung. Die **Energiekosten betragen im ersten Jahr rd. 150,00 Euro**. In den **Folgejahren wurden steigende Energiekosten in der Planung berücksichtigt**.

5. Um das Angebot erweitern zu können, wurde eine Mikrowelle aus den bisherigen Einnahmen finanziert. Die Kosten für die Anschaffung eines Backofens wurden von der Schule übernommen. Die Ausstattung des neuen Büroraums wird z.T. gesponsert von der Partnergenossenschaft.
6. Dringend anzuschaffen ist eine Kasse, um eine lückenlose Buchführung zu gewährleisten, ebenso eine weitere Mikrowelle.
7. Die Umgestaltung des Verkaufsraums zu einem Bistro erfordert eine detaillierte Gestaltungsplanung, Absprachen mit der Schulleitung und einen mittelfristigen Investitionsplan. Das ist ein Vorhaben für das 2. Halbjahr dieses Schuljahres.

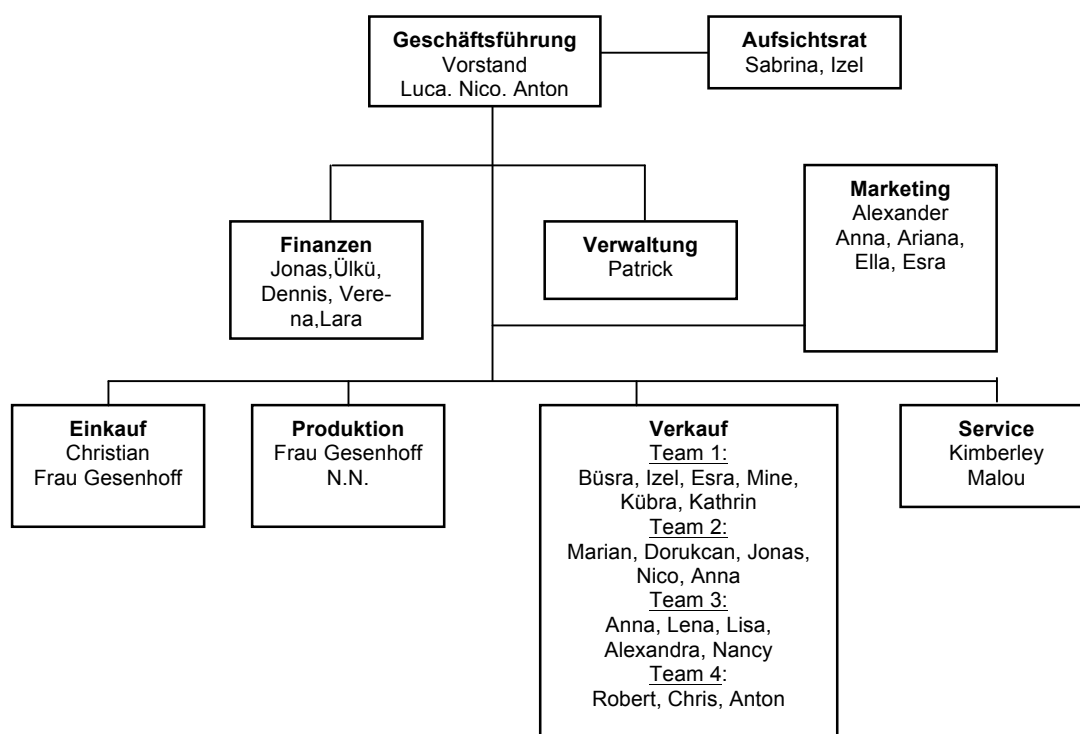
5. Marketing / Werbe- und Verkaufsmaßnahmen

1. Unser Firmenname lautet: **McSnack – Das Schülerbistro eSG**
2. Die Imbiss-Angebote kosten zwischen 0,50 und 2,00 €. Diese Preislage soll auch bei weiteren Angeboten beibehalten werden.
3. Neben dem Logo und der Rechnungsvorlage ist noch kein „zündender“ Werbeslogan entstanden. Zurzeit arbeitet die Marketingabteilung an der Erstellung von Hinweisschildern für die Jahrgangsflore, an Plakaten für den Verkaufsraum und an Preislisten.
4. Die Gründungsversammlung ist die nächste große Werbeaktion. Dazu werden die Schulpflegschaft und die SV sowie die Kooperationspartner der Schule und die Presse geladen.
5. Flyer und Artikel für die Schülerzeitung und die Website der Schule konnten noch nicht erstellt werden. Wir planen Werbeaktivitäten zur Mitgliederwerbung und zur Steigerung des Bekanntheitsgrades. Die Kosten hierfür wurden im Geschäftsplan berücksichtigt.
6. Die Nachfrage ist schwierig zu kalkulieren. Außerschulische Veranstaltungen und Unterrichtsausfall schlagen sich sofort im Rückgang der Nachfrage nieder.

6. Organisationsstruktur des Unternehmens

1. Nachdem die Schülerinnen und Schüler die Abteilungen in einem Unternehmen und die jeweiligen Erwartungen an die Mitarbeiter kennengelernt hatten, nahmen sie eine Selbsteinschätzung bzgl. ihre Fähigkeiten und Interessen vor. Nach einem Partnerfeedback ordneten sich die Schülerinnen und Schüler jeweils einer Abteilung von McSnack zu.

Organisationsstruktur des Unternehmens



2. Die Verkaufsteams, die Mitarbeiter im Marketing und in der Buchhaltung wünschen eine aufgabenbezogene Schulung durch unsere Partnergenossenschaft, sobald das Büro eingerichtet, die Unterlagen zugänglich und die Gründungsversammlung durchgeführt worden ist.
3. Haben die Abteilungen mehr als drei Mitarbeiter, soll ein/eine Abteilungsleiter/in gewählt werden als Ansprechpartner/in für den Vorstand.
4. Das Büro soll in der Mittagspause Treffpunkt für alle McSnack-Mitarbeiter sein und auch äußerlich wahrnehmbar und attraktiv gestaltet werden.
5. Ideen und Kritik sollen an einer Pinnwand aufgeschrieben werden, für die Kunden soll es eine Wunsch- und Ideenwand beim Verkauf geben.
7. Der Einkauf ist zurzeit noch nicht optimal geregelt, die Vielzahl der Produkte wird - nach Preisvergleich mit dem Großhandel - bei Discountern beschafft. Hiermit müssen Liefervereinbarungen getroffen werden.
8. Zuverlässigkeit/Engagement/Interesse, Vorwissen/Eignung, Alter (Mindestalter: 14 Jahre); wir schreiben Stellen aus, erwarten Bewerbungen nach den gängigen Standards (zumindest ab Klasse 9, dann müssten sie allen Schülerinnen und Schülern bekannt sein) und führen Einstellungsgespräche, wenn die Zahl der Bewerber/innen zu groß oder ihre Qualifikation uns zweifelhaft erscheint. Nach einer Probephase erhält der Bewerber/die Bewerberin dann einen festen Vertrag.

7. Planung

a) Umsatzplanung (geschätzt)

Wie oft bzw. wie viele Stunden haben Sie in der Woche geöffnet?

	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Gesamt
St./Tag	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	3,75

- | | |
|---|----------------------------|
| (1) Wie hoch ist der durchschnittliche Produktpreis, den Ihr Kunde zahlen muss? | <u>1,17 €</u> |
| ...für Käsebrötchen | <u>1,00 €</u> |
| ...für Hot dogs | <u>1,00 €</u> |
| ...Schnitzelbrötchen | <u>1,50 €</u> |
| (2) Wie viele Kunden pro Tag erwarten Sie durchschnittlich? | <u>76 Kunden</u> |
| (3) Wie viele Einheiten können Sie pro Tag verkaufen? | <u>76 Einheiten</u> |
| (4) Einnahmen pro Tag | <u>90 €</u> |
| (5) Einnahmen pro Monat (ca. 20 Tage) | <u>1.800 €</u> |
| (6) Einnahmen pro Jahr (ca. 8,5 Monate) | <u>15.300 €</u> |
| (7) Einnahmensteigerung pro Jahr | <u>3 %</u> |

Diese Planungsrechnung wird für die ersten drei Jahre erstellt, um schon in der Planungsphase zu sehen, ob das Unternehmen genug Geld / Gewinn erwirtschaftet.

Das Unternehmen benötigt stets ausreichende finanzielle Mittel, um seinen Zahlungsverpflichtungen termingerecht nachkommen zu können. Als Grundlage hierzu dient der Liquiditätsplan.

b) Kostenplanung

Die Kostenplanung wurde im Geschäftsplan-Tool (siehe Anlage) erstellt. Hier sollen nur die wesentlichen Kosten kurz erläutert werden.

Wareneinkauf

Ein wesentlicher Bestandteil sind die Kosten unserer Vorlieferanten. Hier wurden mit einem örtlichen Bäcker besondere Einkaufskonditionen vereinbart, sodass wir pro durchschnittlich, verkauften Brötchen (inkl. Belag) iHv. 1,17 Euro/Stück, ein Einkaufspreis von 0,88 Euro ermittelt haben. Hieraus resultiert ein Gewinn von Durchschnittlich 0,29 Euro/Stück (= 25 %).

Miete

Wurde erläutert.

Beiträge, Versicherungen

Mit dem Schulträger wurde geprüft, ob die Risiken aus dem Geschäftsvorhaben über eine Produkthaftpflichtversicherung abgedeckt sind. Dies war nicht der Fall. Eine solche Versicherung wird über die R+V abgeschlossen und kostet rd. 280,00 Euro im ersten Jahr.

Instandhaltung, Reparaturen

Für kleinere Instandhaltung an der Kühltheke wurde ein entsprechender Betrag berücksichtigt.

Schulungskosten

Unser Bistro erfordert für alle Mitarbeiter eine Hygieneschulung. Die hierfür anfallenden Kosten wurden in der Planungsrechnung berücksichtigt.

Anlage: Geschäftsplan Excel-Tool