

Wir gründen eine Schülerfirma!

Carsten Holtel

Hrsg.: Institut für Ökonomische Bildung Oldenburg



Bibliotheks- und Informationssystem der Universität Oldenburg
2004

Kooperation: Schülerfirma Nomik in Miedzyrzecz; Polen
Deckblatt: Schülerfirma Nomik in Miedzyrzecz; Polen
Grafiken: Hendrik W. Lang; Institut für Ökonomische Bildung Oldenburg
Redaktion: Institut für Ökonomische Bildung Oldenburg

Copyright: Vervielfältigung oder Nachdruck, auch auszugsweise, zum Zwecke einer Veröffentlichung durch Dritte nur mit Zustimmung der Herausgeber.

Verlag/Druck/Vertrieb: Bibliotheks- und Informationssystem der
Carl von Ossietzky Universität Oldenburg
(BIS) – Verlag –
Postfach 25 41, 26015 Oldenburg
Tel.: 0441/798 2261, Telefax: 0441/798 4040
e-mail: verlag@bis.uni-oldenburg.de
Internet: www.bis.uni-oldenburg.de

ISBN 3-8142-0927-3

Vorwort

Der allgemein bildende Charakter ökonomischer Bildung hat sich mittlerweile in allen Bereichen des allgemein bildenden Schulwesens durchgesetzt, denn ohne grundlegende ökonomische Kenntnisse ist die Welt zu Beginn des 21. Jahrhunderts kaum zu verstehen. Im allgemein bildenden Schulwesen, wo Grundlagen zu legen sind, findet diese Einsicht ihren Niederschlag z. B. in der Einrichtung neuer Schulfächer in den Gymnasien, der steigenden Nachfrage nach Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten für Lehrkräfte im wirtschaftlichen Bereich und dem gesteigerten Einsatz handlungsorientierter Lernarrangements. Schülerfirmen als handlungsorientierte Lernarrangements stellen eine attraktive Möglichkeit dar, um praxisorientiert ökonomische Bildung vermitteln zu können. Wirtschaftliche und ökologische Kenntnisse werden gefördert, entscheidende Schlüsselqualifikationen wie z. B. Kommunikations- und Teamfähigkeit sowie Zuverlässigkeit und Verantwortungsbereitschaft werden eingeübt. Darüber hinaus fördert die Arbeit in Schülerfirmen fächerübergreifendes, selbstorganisiertes und an der Praxis orientiertes Lernen.

Die vorliegende Handreichung kann im Vorfeld und während der Schülerfirmengründung sowohl von Schülerinnen und Schülern zur Gründung genutzt werden, als auch von der betreuenden Lehrkraft, um die Lernenden zu begleiten und zu unterstützen.

Auf verständliche und anschauliche Art und Weise wird anhand eines Beispiels aufgezeigt, wie innerhalb von Schülerfirmen ökonomische, ökologische und soziale Aspekte von Unternehmenstätigkeit und Unternehmertum umgesetzt werden können.

Die Entstehung der Handreichung ist eng mit der „Initiative Nachhaltige Schülerfirmen Weser Ems“ verknüpft; einer Initiative der Oldenburgischen Landesbank AG, **promotion** Weser-Ems, dem Institut für Ökonomische Bildung an der C. v. O. Universität Oldenburg und dem Regionalen Umweltbildungszentrum Hollen e. V. Für die Region Weser-Ems hat es sich die Initiative zur Aufgabe gemacht, ein Projekt zu initiieren, in dem Unternehmensgründungen gefördert werden. Gleichzeitig erfolgt

eine Beratung bei der Gründung und Durchführung der Schülerfirmen und eine Qualifizierung der Lehrkräfte.

Ein erster Baustein im Projekt „Nachhaltige Schülerfirmen Weser-Ems“ ist die vorliegende Schülerhandreichung. Darüber hinaus wird ab dem Frühjahr 2005 ein Qualifizierungsangebot für Lehrerinnen und Lehrer angeboten. Die Qualifizierung wird internetgestützt in der Form einer Kombination von Online- und Präsenzphasen angeboten. Die Maßnahme dauert sechs Monate.

Danken möchte ich an dieser Stelle der Schülerfirma Nomik (<http://www.nomik.org/>) aus Miedzyrzecz, Polen, für die tatkräftige Mithilfe bei der Erstellung der Handreichung.

Oldenburg, im August 2004

Manfred Hübner

Inhaltsverzeichnis

VORWORT	3
EINLEITUNG	9
1. WAS IST EINE (NACHHALTIGE) SCHÜLERFIRMA?.....	11
2. WIE FANGEN WIR AN? (EINE GESCHÄFTSIDE E ENTWICKELN)	15
3. DAS BEISPIEL ECO-TEEHANDEL UND –STUBE (EINE PRODUKTUMFRAGE BEI DEN KONSUMENTEN)	19
4. INFORMATIONEN SAMMELN UND ENTSCHEIDUNGEN TREFFEN (ANALYSE BEI DEN LIEFERANTEN).....	21
5. WIE MÜSSEN WIR DIE TÄTIGKEITEN IN DER SCHÜLERFIRMA ORGANISIEREN? (DIE ABLAUFORGANISATION).....	23
6. WER ARBEITET WO? (DIE AUFBAUORGANISATION)	25
6.1 GESCHÄFTSFÜHRUNG	29
6.2 BESCHAFFUNG/EINKAUF/LAGER.....	32
6.3 PRODUKTION	35
6.4 VERKAUF/ABSATZ/MARKETINGABTEILUNG.....	37
6.5 BUCHHALTUNG.....	41
6.6 VERWALTUNG	43
7. MIT WELCHEN RECHTSFRAGEN MÜSSEN WIR UNS BESCHÄFTIGEN?	47
7.1 WIR VEREINBAREN EINE RECHTSFORM – DIE SATZUNG	47
7.2 WIR SCHAFFEN VERBINDLICHKEITEN – DER KLASSENVERTRAG	48
7.3 MUSTERVERTRAG.....	49
7.4 WEITERE PUNKTE.....	51
8. WAS HABEN WIR, WAS BRAUCHEN WIR? (DIE LAGERKARTE).....	53
9. WIE BEHALTEN WIR DEN ÜBERBLICK? (DIE VERKAUFSLISTE).....	55
10. GEWINN UND VERLUST ERMITTELN.....	57
10.1 DIE BUCHFÜHRUNG.....	57
10.2 KONTENÜBERSICHT.....	57
10.3 UMSATZ UND GEWINN.....	58
11. WER ARBEITET WIE LANGE? (ARBEITSZEIT ERFASSEN).....	59
12. GEMEINSAM PROBLEME LÖSEN (DIE FIRMENVERSAMMLUNG)	61

13. WAS MÜSSEN WIR KÖNNEN?	65
13.1 ERFAHRUNGEN	65
13.2 BEISPIELE FÜR DIE ANFORDERUNGEN.....	67
14. SIND DIE KUNDEN ZUFRIEDEN? (DIE KUNDENBEFRAGUNG).....	69
15. BEISPIELE FÜR GESCHÄFTSIDEEN VON SCHÜLERFIRMEN	71
15.1 „425“-SCHÜLER-AG.....	71
15.2 „SINN UND ZWECK“.....	73
15.3 „PLOP! DIE SPAßGESELLSCHAFT“.....	74
15.4 „TRUST-IT“.....	76
15.5 „AXXI.DE“.....	77
16. SCHLAGWORTVERZEICHNIS	79
17. ZUSATZMATERIALIEN.....	81
17.1 DER EXEMPLARISCHE BUSINESSPLAN DER FIRMA MULT[II]DEAS.....	82
17.2 MUSTERVERTRAG DER SCHÜLERFIRMA „PLOP! DIE SPAßGESELLSCHAFT“.....	109
17.3 DER ARBEITSVERTRAG.....	113

Anmerkung

Um die Arbeit mit der Handreichung für euch möglichst einfach und effizient zu gestalten, wurden wichtige Textpassagen mit folgenden Icons und Hinweisen versehen:



Hier gibt es einen Hinweis, wie ihr bestimmte Probleme lösen könnt.



Hier besteht die Möglichkeit, mit Hilfe des Internets gezielt Informationen zu recherchieren oder mit Hilfe einer bestimmten Software Aufgaben innerhalb der Schülerfirma zu bearbeiten.



Auf besonders wichtige Dinge bei der Realisierung einer Schülerfirma werdet ihr mit diesem Zeichen hingewiesen.

Einleitung

Stellt Euch vor es gäbe keine Unternehmen. Jeder müsste das, was er oder sie zum Leben benötigt, entweder selbst herstellen oder umständlich tauschen. Das wäre eine mühsame Welt, in der höchstwahrscheinlich auch Armut herrschen würde. In unserer arbeitsteilig organisierten Wirtschaft gibt es Unternehmen, die sich auf bestimmte Sachgüter oder Dienstleistungen spezialisiert haben und dadurch viel effizienter und damit letztlich auch preisgünstiger arbeiten. Unternehmen sind aber auch der Ort, an dem Einkommen erzielt werden kann: Löhne und Gehälter für die Arbeitnehmer, Gewinne für die Unternehmer. Wie dieses Einkommen verwendet wird, entscheidet jeder selbst. Das Geld wiederum ist ein universelles Tauschmittel. Wenn es keine Unternehmen geben würde, dann müsste man sie erfinden. Zum Glück haben wir aber unterschiedliche Unternehmen (ca. 3 Millionen in Deutschland), die unsere Bedürfnisse befriedigen. Aber Unternehmen gibt es nicht ohne Unternehmerinnen und Unternehmer.

Ihr wollt eine Schülerfirma gründen und betreiben und müsst dafür unternehmerisch denken und planen, beispielsweise bei der Finanzierung, der Organisation eures Unternehmens, der Entscheidung über Produkte oder beim Einsatz von Personal oder Marketinginstrumenten.

Diese Handreichung soll euch im Vorfeld und während der Gründung einer (nachhaltigen) Schülerfirma unterstützen.

Ihr findet in der Handreichung:

- Checklisten die bei der täglichen Arbeit innerhalb der Schülerfirmen helfen
- Hinweise, welche Probleme bei der Schülerfirmenarbeit auftauchen können
- Verknüpfungen der Schülerfirimmentätigkeit mit dem Internet und
- Informationen über besondere rechtliche Aspekte von Schülerfirmen

1. Was ist eine (nachhaltige) Schülerfirma?

Eine Schülerfirma ist eine sehr gute Möglichkeit, den „Ernstfall“ Arbeiten im Betrieb kennen zu lernen. Man lernt buchstäblich spielerisch alle Tätigkeiten, die mit der Arbeit in einem Unternehmen verbunden sind.

Fragen wie:

- Welche Aufgaben hat ein Unternehmen?
- Welche Ziele werden angestrebt?
- Wie wird ein Unternehmen organisiert?
- Wie wirbt man für seine Produkte/seine Dienstleistungen?
- Wie analysiert man den Markt?

werden im Verlauf der Schülerfirimmentätigkeit realistisch beantwortet.

Eine Schülerfirma ist also ein sehr gutes Trainingsfeld, um ökonomische Erkenntnisse zu erwerben, sein Wissen anzuwenden und sich somit auf die spätere Berufstätigkeit vorbereiten zu können.

Aber was ist eine „nachhaltige“ Schülerfirma?

Beim Begriff der Nachhaltigkeit geht es darum, sowohl die Lebenschancen und Lebensqualitäten aller auf der Erde existierenden Menschen (globale Dimension) als auch diejenigen der künftigen Generationen (Zukunftsdimension) zu sichern; also um gleiche Rechte an Ressourcen und intakter Umwelt. In einer nachhaltigen Schülerfirma lernt man, wie man aktiv und verantwortungsvoll im eigenen Lebensumfeld einen Beitrag zu einer gerechten und umweltverträglichen Weltentwicklung leisten kann.

Eine nachhaltige Entwicklung bedeutet für den Menschen:

1. Gleiche Lebensansprüche für alle heute lebenden Menschen
2. Gleiche Lebensansprüche für künftige Generationen
3. Freie Gestaltung innerhalb des Umweltraums

Eine nachhaltige Entwicklung bedeutet für die Natur:

1. Die Nutzung einer Ressource darf nicht größer sein als die Regenerationsrate. Das heißt z. B.: Es darf pro Jahr nicht mehr Holz gefällt werden, als im selben Zeitraum nachwachsen kann.
2. Es dürfen nicht mehr Schadstoffe in die Umwelt eingeleitet werden, als diese wieder abbauen kann.
3. Nicht erneuerbare Ressourcen sollen nur in dem Maße genutzt werden, wie auf der Ebene der erneuerbaren Ressourcen solche nachwachsen, die anstelle der nicht erneuerbaren in Zukunft genutzt werden können.

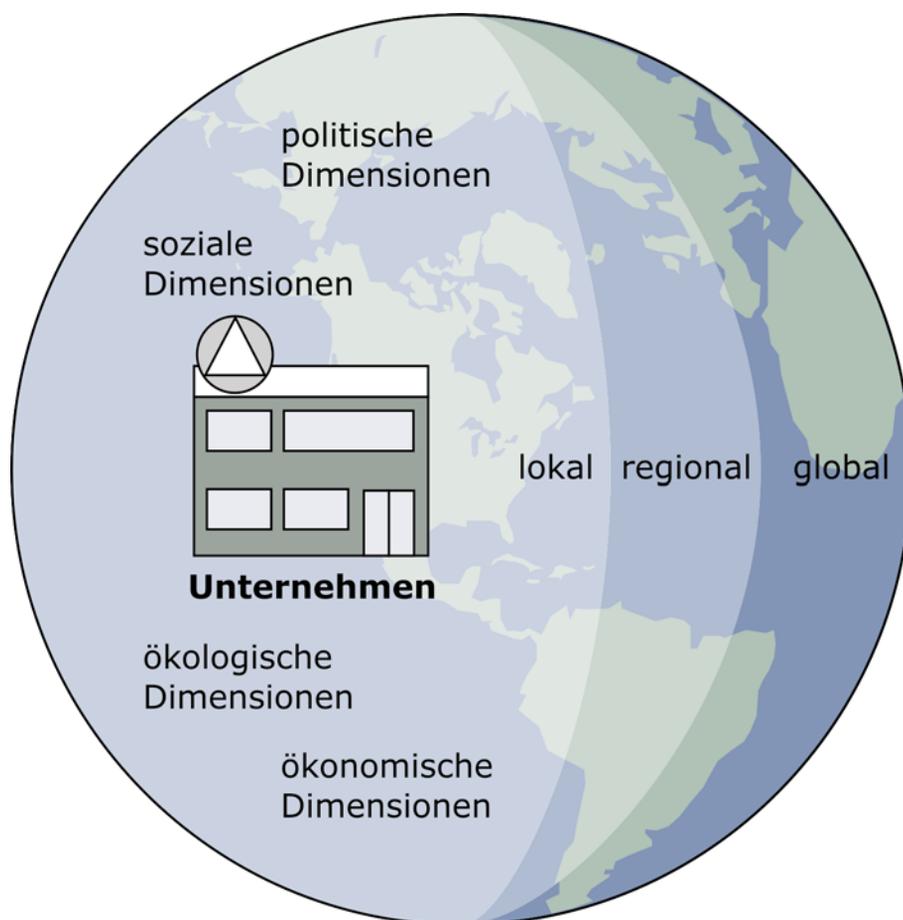


Abbildung 1: Die verschiedenen Dimensionen des Begriffs Nachhaltigkeit

Eine nachhaltige Schülerfirma sollte sich also so entwickeln, dass auch alle zukünftigen Generationen von Menschen ihre Bedürfnisse befriedigen können. So ist die Grafik „Die verschiedenen Dimensionen des Begriffs Nachhaltigkeit“ immer unter dem Faktor Zeit zu verstehen.



Weitere Informationen zum Thema Nachhaltigkeit findet ihr auf folgenden Internetseiten:

- o <http://www.blk21.de> und
- o <http://www.nasch21.de>

Dieses Arbeitsheft soll euch helfen, eine Schülerfirma zu gründen, eine Geschäftsidee zu entwickeln und das Produkt, das eure Firma vertreiben will, zu erstellen oder eine Dienstleistung anzubieten.

Im Heft wird am Beispiel der „ECO-Teehandlung/-stube“ gezeigt, wie eine Schülerfirma aufgebaut werden könnte.

2. Wie fangen wir an? (Eine Geschäftsidee entwickeln)

Schülerbetriebe sind keine realen Unternehmen, sondern Schulprojekte, in denen gelernt werden kann, wie in einem Betrieb gearbeitet wird.

Schülerbetriebe planen, produzieren und verkaufen Produkte und/oder bieten Dienstleistungen an.

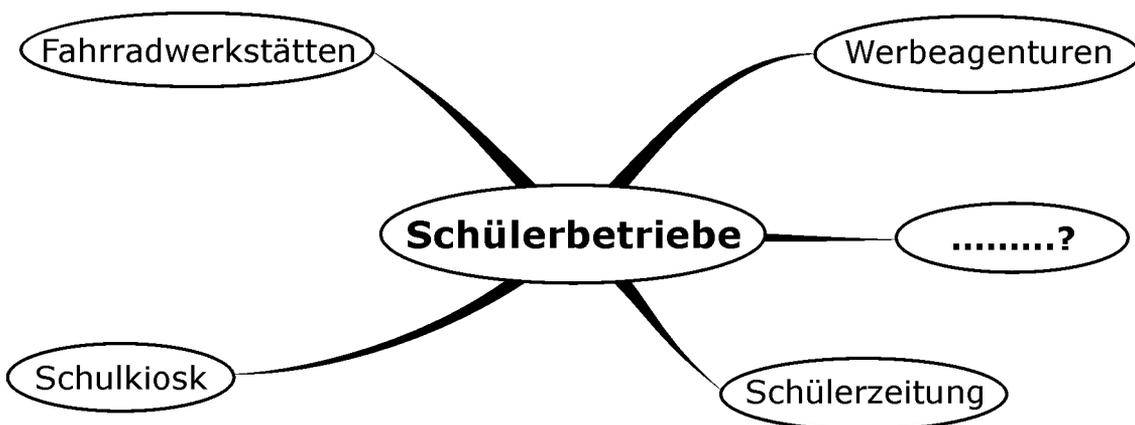


Abbildung 2: Beispiele für Ideen, die mit Hilfe einer Schülerfirma realisiert werden könnten

Eurer Fantasie sind keine Grenzen gesetzt. Folgende Überlegungen solltet ihr anstellen:

Welche Geschäftsidee wird bevorzugt?

Überlegt, welches die zentralen Aufgaben eures Schülerbetriebes sein sollen. Soll es z. B. mehr um eine Produktion gehen oder um das Anbieten einer Dienstleistung? Stellt eine Ideenliste zusammen und entscheidet euch!

Wer macht mit?

Stellt eine Gruppe zusammen und entscheidet, ob eure Firma innerhalb einer Klasse (oder eines Klassenverbandes) oder im Rahmen einer Arbeitsgemeinschaft betrieben werden soll.

Ist die Geschäftsidee innerhalb eurer Klasse/Schule umsetzbar? Wo könnte es Probleme geben?

Sprecht dazu mit der Schulleitung, mit Lehrerinnen und Lehrern, dem Hausmeister u. a. über:



- Räume,
- Verantwortlichkeiten,
- Aufsichten,
- Versicherung,
- technische Ausstattung (PC, Scanner, Werkzeuge, ...)
- benötigte Software usw.

Ihr habt noch nicht die komplette Software für die Schülerfirma zusammen? Dann seht euch doch einmal auf den Seiten der Computerzeitungen:



- o <http://www.chip.de> (Rubrik Downloads) oder
- o <http://www.heise.de/ct> (Rubrik Freeware & Shareware) um. Eine kostenlose Software, die alle Funktionen bereitstellt, die man in einem Büro benötigt, findet ihr auf der folgenden Internetseite:
- o <http://download.openoffice.org/1.1.1/index.html> (auf dieser Seite könnt ihr euch die Software auch in deutscher Sprache und für verschiedene Betriebssysteme (Windows, Linux) downloaden.



Wenn ihr einen oder mehrere PCs in eurer Schülerfirma nutzt, solltet ihr eure betreuende Lehrerin/euren betreuenden Lehrer fragen, ob ihr Software auf den PCs installieren dürft.

Welcher Patenbetrieb kann helfen?

Ein Patenbetrieb/Wirtschaftspate kann euch helfen, eure Schülerfirma aufzubauen. Ihr könnt ihn erkunden oder evtl. Auszubildende einladen, die euch Tipps geben können. Zwischen vielen Schülerbetrieben und ihren Patenbetrieben gibt es sogar Kooperationen.



Abbildung 3: Hilfe aus der Wirtschaft; der Wirtschaftspate.

Wie soll die Firma heißen?

Überlegt, welchen Namen eure Firma haben soll.



Der Name eurer Schülerfirma sollte immer Aufschluss darüber geben, dass es sich um eine Schülerfirma handelt und nicht um eine echte Firma. Weiterhin sollte der Name der Schülerfirma nicht von einem realen Unternehmen genutzt werden.

Ob der Name, den ihr euch ausgedacht habt, schon von einem realen Unternehmen genutzt wird, könnt ihr mit Hilfe des Internets herausbekommen. Ihr könnt dafür z. B. folgende Suchmaschinen nutzen:

- o <http://www.google.de/>
- o <http://www.webcrawler.de/>
- o <http://de.yahoo.com/>



Unterschiedliche Suchmaschinen liefern unterschiedliche Suchergebnisse!

Orientiert euch bei der Namensgebung an den folgenden Hinweisen:

- der Name sollte kurz und unkompliziert sein,
- der Bezug des Firmennamens zur Geschäftsidee sollte deutlich werden,

- es sollte ein zum Namen passendes Logo gefunden werden, das aber nicht mit bereits existierenden Logos anderer Firmen verwechselt werden kann

Zusammenfassend eine Übersicht über Fragen, die bei der Gründung einer Schülerfirma zu beachten sind:



Abbildung 4: Wichtige Fragen bei der Schülerfirmengründung

3. Das Beispiel ECO-Teehandel und -stube (Eine Produktumfrage bei den Konsumenten)

Ihr habt vor, als Anbieter einer Dienstleistung oder von Waren auf den „Markt“ zu gehen. Ihr solltet prüfen, ob ihr mit eurer Geschäftsidee einen Gewinn erwirtschaften könnt. Dafür ist eine Marktanalyse vorzunehmen.

1. Gibt es für das geplante Angebot überhaupt eine Nachfrage?
2. Seid ihr auch konkurrenzfähig?
3. Eine Produktumfrage bei den Konsumenten gibt euch Einblick über eure Verkaufsmöglichkeiten.

Welche Produkte könnte eine Schülerfirma anbieten? Was würden die Mitschülerinnen und -schüler z. B. in einem Teehandel kaufen oder in einer Teestube konsumieren? Um dies herausfinden und leicht auswerten zu können, arbeitet man am besten mit einer Checkliste, in die mögliche Verkaufsartikel eingetragen werden können.

Kaufen oder selber machen? Sollte die Firma sich eher auf den Handel mit eingekauften Produkten wie Tee, Kandis, besonderes Teegeschirr beschränken oder sollte sie auch selbst etwas herstellen, wie selbst getöpferte Tassen oder Kannen? Die Auswertung ergibt ein erstes Bild darüber, wie ein mögliches Angebot angenommen würde.



Abbildung 5: Fragen, die in Bezug auf die Dienstleistung/das Produkt zu klären sind

B

Beispiel ECO-Teehandlung/-stube:

„Wir, die Schülerinnen und Schüler der Klasse ... wollen euch in der „ECO-Teehandlung/-stube“ ein Angebot machen und möchten gerne wissen, was ihr dort kaufen/trinken würdet. Tragt bitte eure Wünsche in die Liste ein:“

Klasse:	Weitere Produktvorschläge (Das würden wir gern kaufen; z. B. Teekandis, Teesieb, ...):
Angebot:	
verschiedene Teesorten:	
Speisen:	
Süßigkeiten:	
Obst:	

4. Informationen sammeln und Entscheidungen treffen (Analyse bei den Lieferanten)

Nachdem ihr aus eurer Befragung der Mitschülerinnen und Mitschüler eine gewisse Übersicht erhalten habt, was diese eventuell kaufen bzw. konsumieren würden, müsste jetzt geprüft werden, nach welchen Kriterien ihr Erkundungen durchführen wollt. Wo können wir was einkaufen?

Hinweis: Denkt daran, dass kurze Wege auch bedeuten, Zeit und Kosten einzusparen. Arbeitet am besten mit einer Tabelle.

Ihr wollt nun wissen:

Welche Produkte sollten ins Angebot aufgenommen werden? Dabei bezieht ihr sicher neben der Produktumfrage bei den Konsumenten auch Überlegungen mit ein, wie z. B. ökologische Aspekte bei Anbau, Verpackung und Versand der Produkte, fairer Handel mit den Lieferanten vor Ort, Pfandsysteme bei Getränken usw.



Informationen zum Thema „Fairer Handel“ findet ihr unter:

- o <http://www.fairtrade.de/> und
- o <http://www.oeko-fair.de/>

Für welche Lieferanten sollte man sich entscheiden? Hier geht es um die Zusammenfassung der Analyse bei den Lieferanten (gibt es einen Zwischenhändler für den Import von Tee, können wir Zusatzprodukte wie Tassen, Kannen, ... (Töpferwaren) bei lokalen Anbietern beziehen, woher bekommen wir Lebensmittel für die Teestube?).

B

Beispiel ECO-Teehandlung/-stube:

Erkundung bei:(Geschäfte)		Entfernung von der Schule ca.km
Artikel / Zutaten	Preis der Packung, Stückpreis oder Preis pro Kilo	Anlieferung möglich? Ja/Nein



Um die Entfernung des Zulieferers von der Schule zu bestimmen, könnt ihr den Service des Anbieters Map24 nutzen:

- o <http://www.map24.de/> (auf den Internetseiten gibt es eine interaktive Karte mit der Möglichkeit, Entfernungen bestimmen zu lassen)

5. Wie müssen wir die Tätigkeiten in der Schülerfirma organisieren? (Die Ablauforganisation)

Die vielfältigen betrieblichen Aufgaben können nur dann zufriedenstellend erledigt werden, wenn eine gut durchdachte Ablauforganisation die Tätigkeiten in einem Betrieb regelt und aufeinander abstimmt. So entwickelt ihr eure Ablauforganisation:

Welche Arbeiten sind nötig, damit ihr eure Geschäftsidee verwirklichen könnt?

Welche Arbeitsschritte lassen sich zu sinnvollen Arbeitseinheiten gruppieren?

Erstellt ein Ablaufdiagramm, indem ihr die Arbeitseinheiten in einem Kästchen darstellt, die Kästchen in eine Reihenfolge bringt und ihre Zusammenhänge in einem Ablaufschema darstellt.



Am besten arbeitet ihr mit Kärtchen, die ihr hin- und herschieben und mit Pfeilen verbinden könnt.

B

Beispiel ECO-Teehandlung/-stube:

Die Schülerinnen und Schüler der „ECO-Teehandel/-stube“ haben sich auf eine Ablauforganisation für einen Verkaufstag verständigt (siehe Kapitel 6). Erarbeitet eine eigene Ablauforganisation und bedenkt dabei, dass in eurer Schule evtl. die Pausen zeitlich anders liegen.



Karten zum Ausschneiden und erarbeiten des Ablaufdiagramms!

Endbestand und
Tageseinnahmen
in die Verkaufs-
liste eintragen,
Kassenprüfung
vornehmen und
Verkaufsliste an
die Verwaltung
weiterreichen.

Einkaufsbelege
und Restgeld aus
dem Einkauf
verbuchen.

Eingekaufte
Waren in
Empfang nehmen
und verbuchen.

Neue Einkaufs-
aufträge
bearbeiten und
neuen Einkauf
planen. Geld aus
der Verwaltung
holen.

Geld für neuen
Einkauf bereitstellen
und verbuchen,
Tageseinnahmen
verbuchen.

Aufräumen/Reinigen:
Ab 9.50/11.35 Uhr
bei Bedarf kurze
Zwischenreinigungen

Verkaufsprodukte
aus dem Lager in
Empfang nehmen
und Anfangs-
bestand in der
Verkaufsliste
verbuchen.

Nach Produktion:
Lagerbestände
prüfen und
Lagerkarten
führen, neuen
Einkauf ordern.

Einsortieren der
eingekauften
Waren ins Lager.
Verkaufsprodukte
bereitstellen und
Ausgänge
verbuchen.

Einkaufsbeleg
und Restgeld an
Gruppe "Betrieb
verwalten".

Produkte
verkaufen:
Bis 9.35/11.30 Uhr
Verkaufsraum
vorbereiten
Ab 9.50/11.35 Uhr
Verkauf
organisieren

Geschirr einsammeln
und abwaschen,
aufräumen, Müll
beseitigen, reinigen
der Räumlichkeiten

6. Wer arbeitet wo? (Die Aufbauorganisation)

Eine gute Ablauforganisation benötigt eine gute Aufbauorganisation. Aufbau- und Ablauforganisation sind die zwei Seiten einer Medaille. Die Aufbauorganisation in den Betrieben regelt, wer wo und mit welchen Mitteln etwas tun soll. Aufgabenbereiche werden abgegrenzt und mit Mitarbeitern besetzt. So wird festgelegt, wer für bestimmte Aufgaben die Verantwortung trägt oder Weisungen erteilen darf.

Überlegt, welche möglichen Abteilungen sich aus eurer Ablauforganisation ergeben und bezeichnet diese Abteilungen entsprechend.

Ordnet eure Mitschülerinnen und Mitschüler den einzelnen Abteilungen zu. Wer kann was am besten tun? Wer soll für was verantwortlich sein?

Zeichnet eine Betriebsstruktur als Organigramm. Tragt die Namen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein und hängt die Aufbauorganisation an geeigneter Stelle zur Einsicht aus.

Legt eure Aufbauorganisation einem Experten aus einem Unternehmen vor und lasst euch von ihm beraten.

Klärt: Sollen die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen ständig in einer Abteilung arbeiten oder sollen sie rotieren?

B

Beispiel ECO-Teehandlung/-stube:

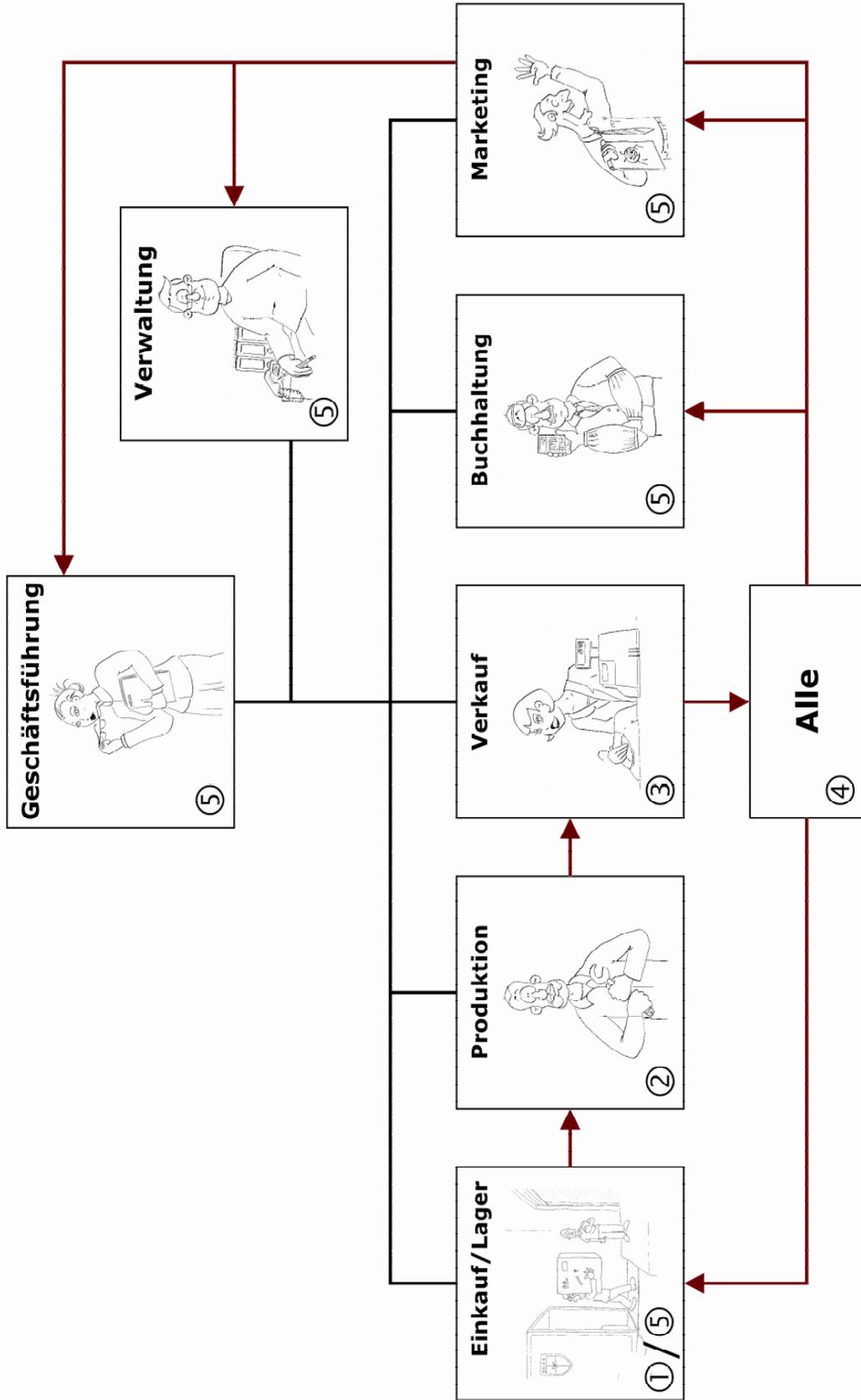
Die Schülerinnen und Schüler der „ECO-Teehandlung/-stube“ haben die folgende Aufbauorganisation entwickelt. Denkbar sind andere Bezeichnungen, aber auch ganz andere Abteilungen, wie beispielsweise eine Abteilung Kommunikation/Werbung.

Aus dem Klassenverbund der Klasse arbeiten

- Anna
- Alexandra
- Stefan
- Christian
- Michael
- Daniela
- Philippe
- Anja
- Maximilian
- Marie

aktiv am Teehandlung/-stube mit.

Wie soll eure Aufbauorganisation aussehen?

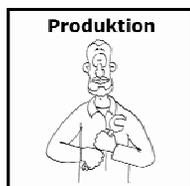


7:30 – 7:55



Eingekaufte Waren anliefern und verbuchen, einsortieren ins Lager
Verkaufsprodukte bereitstellen und Ausgänge verbuchen
Verkaufsraum vorbereiten

Unterricht von 8:00 – 8:45 Uhr (Stunde 1)
8:45 – 8:50 (5 Minuten Pause)



Verkaufsprodukte aus dem Lager in Empfang nehmen und Anfangsbestand in der Verkaufsliste verbuchen

Unterricht von 8:50 – 9:35 Uhr (Stunde 2)
9:35 – 9:45 (10 Minuten Pause)



Produkte verkaufen

Unterricht von 9:45 – 11:15 Uhr (Stunde 3 + 4)
11:15 – 11:35 (20 Minuten Pause)



Produkte verkaufen

Unterricht von 11:35 – 12:20 Uhr (Stunde 5)

12:20 – 12:25 (5 Minuten Pause)

Endbestand und Tageseinnahmen eintragen
Kassenprüfung vornehmen und Verkaufsliste an Buchhaltung weitergeben

Unterricht von 12:25 – 13:10 Uhr (Stunde 6)

Ab 13:10



Lagerbestände prüfen
Lagerkarten führen
neuen Einkauf planen
Geld aus der Buchhaltung holen



Einkaufsbelege und Restgeld aus letztem Einkauf verbuchen
Geld für neuen Einkauf bereitstellen und verbuchen
Tageseinnahmen verbuchen



Führen des Arbeitszeitkontos



Überprüfung der publikumswirksamen Aufstellung der Verkaufswaren
Werbeideen



Kontrolle und Auswertung der Tagesergebnisse



Aufräumen/Reinigen/Abwaschen

Im folgenden werden die Abteilungen vorgestellt, die in der Aufbauorganisation der „ECO-Teehandel/-stube“ genannt wurden.

Nach jeder vorgestellten Abteilung befindet sich eine Checkliste, die euch bei eurer Arbeit im Schülerbetrieb helfen kann.

6.1 Geschäftsführung

In einem Unternehmen gibt es eine Vielzahl von Steuerungs- und Abstimmungsprozessen, damit das Unternehmen erfolgreich tätig sein kann. Steuerung und Koordination bilden den Kern der Aufgaben der Geschäftsleitung in einem Unternehmen.



Abbildung 6: Geschäftsführung

Als Management werden alle Aufgabenbereiche im Unternehmen bezeichnet, die der Steuerung und Lenkung von Unternehmen oder von anderen Organisationen dienen.

Diese Aufgaben lassen sich in zwei große Aufgabenbereiche gliedern:

- die nach außen, auf das Umfeld des Unternehmens gerichteten Aufgaben und
- die internen Managementaufgaben.

Bezogen auf eine Schülerfirma hat die Geschäftsleitung u. a. folgende Fragen abzu-
arbeiten:

- Welches sind die Ziele (Zielgruppe, Angebotspalette, Absatzmenge) unserer Schülerfirma?
- Wie organisiere ich die Struktur und die Arbeitsabläufe des Unternehmens?
- Welche Instrumente können bei der Organisation der Arbeitsabläufe hilfreich sein (Unternehmensprofil, Zeitpläne, Organigramme, regelmäßige Treffen aller Abteilungen etc.)?
- Welches sind die richtigen Mitarbeiter für die verschiedenen Aufgaben in den Abteilungen?
- Wie motiviere ich meine Mitarbeiter, wenn es mal nicht so rund läuft?
- Wie wird die Kommunikation innerhalb (Abteilungen, Mitarbeiter) und außerhalb (kontinuierliche Information des Kunden über Stand des Auftrages etc.) des Unternehmens organisiert?
- An welchen Manager/welche Unternehmensleitung kann ich mich wenden, wenn ich Fragen habe? Welcher Wirtschaftspate kann bei den genannten Aufgaben helfen?

Checkliste Geschäftsführung

- Struktur des Unternehmens bestimmt?
- Struktur des Unternehmens von allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern verstanden worden?
- Arbeitsabläufe organisiert?
- Organigramm des Unternehmens vorhanden?
- regelmäßige Treffen mit allen Abteilungen finden statt?
- Arbeitsplatzbeschreibungen für alle Abteilungen vorhanden?
- Zeitpläne für die Erstellung/die Bereitstellung von Produkten vorhanden?
- strategischer Geschäftsplan vorhanden?
- regelmäßige Treffen mit der Schulleitung finden statt?
- Wirtschaftspate vorhanden?
- regelmäßige Treffen mit dem Wirtschaftspaten finden statt?

Hier könnt ihr noch weitere Aufgabenstellungen notieren:

6.2 Beschaffung/Einkauf/Lager

Eine Unternehmung muss zur Produktion von Sachgütern und für die Bereitstellung von Dienstleistungen über Produktionsfaktoren (das sind Personen, Informationen, Material, Kapital) verfügen. Das ist die Hauptaufgabe der Beschaffung.

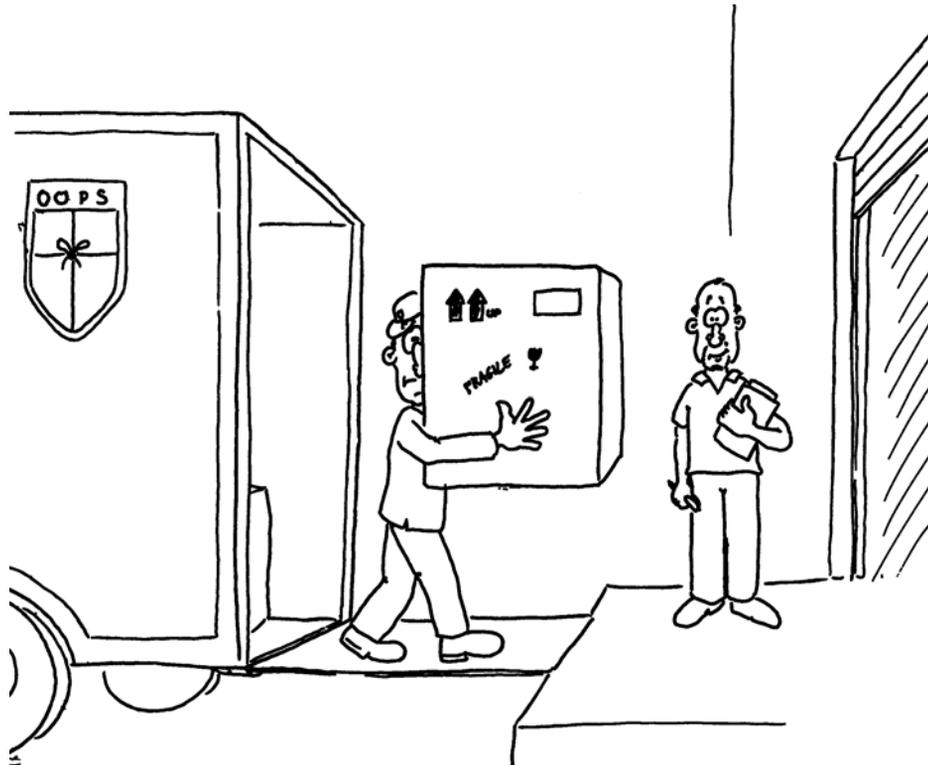


Abbildung 7: Beschaffung/Einkauf/Lager

Im Unterschied zur Beschaffung und zur Materialwirtschaft erstreckt sich die Logistik auf die Planung, Steuerung und Kontrolle des Warenflusses, sowohl der eingehenden Waren als auch der ausgehenden Erzeugnisse. Welche Mengen sollen zu welchen Terminen beschafft werden? Welche rechtlichen Bedingungen sind zu beachten, z. B. beim Abschluss eines Kaufvertrages?

Zusammengefasst sind es die folgenden Fragen, mit denen sich diese Organisationseinheit innerhalb der Schülerfirma auseinander zu setzen hat:

- Woher bekomme ich die günstigsten Produktionsfaktoren, um meine Ware bzw. Dienstleistung herzustellen bzw. anzubieten?
- Welche Konditionen kann ich dabei aushandeln? (Rabatte, Frei-Haus-Lieferung etc.)
- Wie wird mit den Lieferanten kommuniziert?
- Wie werden neue Lieferanten gewonnen?

- Werden Lagerkapazitäten benötigt und wenn ja, wo sind diese zu bekommen?
- Wie wird der reibungslose Ablauf zwischen der Beschaffung der benötigten Materialien und der termingerechten Erstellung der Produkte der Schülerfirma gewährleistet?
- Welcher Wirtschaftspate kann im Bereich der Beschaffung Hilfestellung leisten?

Checkliste Beschaffung/Einkauf/Lager

- günstige und verlässliche Lieferanten gefunden?
- Kommunikationswege mit den Lieferanten dokumentiert?
- Gespräche mit der Schulleitung bezüglich ggf. benötigter Lagerkapazität geführt?
- eventuelle Besonderheiten für gelagerte Waren berücksichtigt? (brennbare Stoffe, etc.)
- regelmäßige Treffen mit Produktion und Absatz finden statt?
- Dokumentation des Wareneinkaufs erfolgt (Menge, Art, Preis, etc.)?
- Wirtschaftspate vorhanden?
- regelmäßige Treffen mit Wirtschaftspaten?

Hier könnt ihr noch weitere Aufgabenstellungen notieren:

6.3 Produktion

Mit Produktion wird die Erstellung von Sachgütern und Dienstleistungen bezeichnet. Die Produktion hängt auch von solchen Faktoren ab wie z. B. der zeitliche Reihenfolge und der Menge der zu fertigenden Güter und der Beeinflussung der Produktion durch die Maschinen.



Abbildung 8: Produktion

Nehmen wir an, dass es sich bei der Schülerfirma um ein produzierendes Unternehmen handelt, dann fallen z. B. folgende zu klärende Fragen an:

- Wenn die Schülerfirma in den Räumlichkeiten der Schule untergebracht ist, stellt sich die Frage nach den rechtlichen Bestimmungen der Arbeitsplatzsicherheit. Welche Vorkehrungen müssen getroffen werden, um allen Vorschriften gerecht zu werden (Schutzkleidung, Fluchtwege etc.)?
- Welche Werkzeuge werden zur Erstellung/Reparatur/Instandsetzung benötigt?
- Gibt es kostengünstige Möglichkeiten, Teile der Produktion (beispielsweise bei komplizierten Verfahren) durch externe Auftragnehmer übernehmen zu lassen?
- Benötigen wir Hilfe von einem Wirtschaftspaten beim Umgang mit speziellen Werkzeugen?
- Kann ein Wirtschaftspate bestimmte Schulungen mit Mitarbeitern der Schülerfirma durchführen? (Schweißkurse, Workshops etc.)

Checkliste Produktion

- Produkte besitzen immer die gleiche Qualität?
- bei größeren Aufträgen können Teile der Produktion an einen Wirtschaftspaten ausgelagert werden?
- Abteilungen Verkauf und Beschaffung sind über den Stand des Fertigungsprozesses der Produkte informiert?
- genügend und der Tätigkeit entsprechende Schutzkleidung vorhanden?
- Fluchtwege bekannt?
- Feuerlöscher vorhanden?
- Notfall-Telefonnummer überall ausgehängt?
- Werkzeuge entsprechen den Sicherheitsvorschriften?
- Schulungen im Umgang mit den Werkzeugen finden statt?
- Absprachen mit Schulleitung getroffen, dass die Räumlichkeiten der Produktion außerhalb der Schulzeiten genutzt werden können?
- Müll wird korrekt entsorgt?
- Fertigungsendkontrolle findet statt?
- Wirtschaftspate vorhanden?
- regelmäßige Treffen mit Wirtschaftspaten finden statt?

Hier könnt ihr noch weitere Aufgabenstellungen notieren:

6.4 Verkauf/Absatz/Marketingabteilung

Wer Produkte erstellt, will sie auch verkaufen. Wie kommen aber unsere Produkte zu den Konsumenten?

Zum einen ist es z. B. notwendig, das Verhalten der Verbraucher zu analysieren, um sich mit seinen Angeboten auf dieses Verhalten einstellen zu können. Zum anderen geht es auch darum, das Abnehmerverhalten aktiv zu beeinflussen und zu steuern. Dieses Vorgehen wird häufig als Marketing bezeichnet. Es gibt vor allem vier Instrumente des Marketing. Es sind die Instrumente, die eingesetzt werden können, um ein Produkt dem Käufer bekannt zu machen und letztlich zu verkaufen. Man spricht von der Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Distributionspolitik. Der gemeinsame Einsatz dieser Instrumente wird auch als Marketing-Mix bezeichnet.



Abbildung 9: Verkauf/Absatz/Marketingabteilung

Produktpolitik

Produktqualität, Design, die Ausgestaltung des Kundenservices sowie die Bestimmung der Verkaufsmenge sind die wesentlichen Elemente dieses Instrumentariums. In Bezug auf das Konsumentenverhalten ist die Produktgestaltung, d. h. die Form- und Farbgebung sowie das Layout im Handel, von entscheidender Bedeutung.

Preispolitik

Gegenstand der Preispolitik ist die Festlegung von Verkaufspreisen, Preisunter- und -obergrenzen sowie die Bestimmung von Sonderangeboten und Preisnachlässen, wie z. B. Rabatte, Skonti und Boni. Ein Rabatt ist ein Preisnachlass für eine be-

stimmte Absatzmenge. Skonti sind Preisnachlässe für zeitliche Zahlungsvereinbarungen, während Boni für bestimmte Qualitäten - wie z. B. Treue - gewährt werden.

Kommunikationspolitik

Kommunikationspolitik bedeutet aktive Informationspolitik in Form von Werbemaßnahmen, verkaufsfördernden Instrumenten, Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations) sowie des persönlichen Verkaufs (Personal Selling). Mit Hilfe von Werbung in verschiedenen Medien (Tageszeitungen, Zeitschriften, Radio, Fernsehen, Plakate, Handzettel etc.) soll der Kunde direkt auf das Produkt und dessen Vorzüge hingewiesen und die Bekanntheit des Produktes gesteigert werden.

Distributionspolitik

Bei der Distributionspolitik handelt es sich um die Auswahl der Vertriebswege (Einzelhandel, Versand, Internet etc.).

Für die Marketingabteilung einer Schülerfirma ergeben sich daraus u. a. die folgenden zu klärenden Fragen:

- Wie stellt sich die Situation auf dem Markt dar, auf dem wir aktiv werden wollen (Konkurrenzsituation, Preisstruktur etc.)?
- Welche Zielgruppe sprechen wir mit unserem Angebot an?
- Wie muss unser Produkt gestaltet sein, damit die von uns anvisierte Zielgruppe erreicht werden kann?
- Über welche Kanäle soll unser Produkt angeboten werden (Schulgelände, Internet, Versand etc.)?
- Wie hoch sollte der Preis für unser Produkt bzw. unsere Dienstleistung sein?
- Wie soll für unser Produkt bzw. unsere Dienstleistung geworben werden (Zeitung, schwarzes Brett im Supermarkt, Radio, Internet etc.)?
- Wie können die verschiedenen Elemente des Marketing-Mixes aufeinander abgestimmt werden (Verschriftlichung des konkreten Marketing-Mixes, terminliche Abstimmung des Einsatzes der verschiedenen Elemente etc.)?
- Welcher Wirtschaftspate kann der Schülerfirma bei der Umsetzung der Absatzstrategien behilflich sein?



Abbildung 10: Der Marketing-Mix

Checkliste Verkauf/Absatz/Marketingabteilung

- Zielgruppe bestimmt?
- Absatzmenge definiert?
- Konkurrenzanalyse für Wirtschaftsraum durchgeführt?
- Preisstruktur festgelegt?
- Produkt/Dienstleistung beworben?
- Treffen mit Produktion und Beschaffung?
- Kundenkartei aufgebaut?
- Wirtschaftspate vorhanden?
- regelmäßige Treffen mit Wirtschaftspate?

Hier könnt ihr noch weitere Aufgabenstellungen notieren:

6.5 Buchhaltung

Mit der Tätigkeit in einer Schülerfirma sind auch finanzielle Vorgänge verbunden. Es müssen Produkte und Materialien gekauft werden. Eine sorgfältige Planung und eine Kontrolle dieser finanziellen Vorgänge ist für jedes Unternehmen lebenswichtig. Diese Aufgaben werden von der Finanzbuchhaltung erledigt.



Abbildung 11: Kasse/Lohnbuchhaltung/Finanzbuchhaltung

Der Finanzbuchhaltung fallen aber auch Aufgaben zu wie

- das Erstellen von Geschäftsberichten und
- die Gewinn- und Verlust-Rechnung sowie
- die Organisation des Beleg- und des Kassenwesens.

Die Fragen, mit denen sich die Finanzbuchhaltung innerhalb der Schülerfirma u. a. zu beschäftigen hat, lauten:

- Wie werden Ausgaben und Einnahmen, Gewinn und Verlust der Schülerfirma erfasst und welche Instrumente stehen für diese Aufgabe zur Verfügung?
- Wie wird das Belegwesen organisiert (Quittierung von Bargeldentnahme, Erfassung getätigter Einkäufe etc.)?
- Wie wird in Zusammenarbeit mit anderen Abteilungen über Neuanschaffungen u. ä. entschieden?
- Welcher Wirtschaftspate kann im Bereich der Finanzverwaltung Hilfestellung leisten?

Checkliste Buchhaltung

- Belegwesen organisiert?
- Informationsaustausch mit Management/Geschäftsleitung bezüglich im Unternehmen befindlicher liquider Mittel findet statt?
- Informationsaustausch mit Beschaffung und Management bezüglich Neuanschaffungen findet statt?
- Ausgaben-, Einnahmen-Buch wird geführt?
- Buchhaltung organisiert?
- Gewinn- und Verlustrechnung vorbereitet?
- Wirtschaftspate vorhanden?
- regelmäßige Treffen mit Wirtschaftspaten?

Hier könnt ihr noch weitere Aufgabenstellungen notieren:

6.6 Verwaltung

In einem Unternehmen lassen sich die Hauptaufgaben der Verwaltung in die Bereiche

- Personalverwaltung,
 - Sachverwaltung und
 - Kommunikation
- unterteilen.



Abbildung 12: Verwaltung

Zu den Aufgaben der Personalverwaltung zählen:

1. Bearbeitung der Personalunterlagen; dazu gehören
 - die Personalakte
 - der Personalbogen und
 - die Personaldatei
2. Führen der Lohn- und Gehaltskonten
3. Erstellen von Personalstatistiken
4. Personalbeschaffung
5. Aus- und Fortbildung der Mitarbeiter
6. Abwicklung der Personaleinstellung

Zu den Aufgaben der Sachverwaltung zählen:

- die Beschaffung aller neben den Produktionsfaktoren im Unternehmen genutzten Verbrauchsgüter und

- die Verwaltung aller Immobilien.

Die wesentliche Kommunikationsaufgabe der Verwaltung liegt in der Annahme von Telefongesprächen, Emails etc. und deren Weiterleitung.

Diese Aufgaben fallen natürlich für eine Schülerfirma nicht in gleicher Weise an.

Bezogen auf die Aufgaben innerhalb einer Schülerfirma umfasst der Aufgabenbereich der Verwaltung folgende Tätigkeiten:

- Wie wird die ggf. notwendige Einstellung weiteren Personals organisiert?
- Wie werden Schulungen der Mitarbeiter (bezogen auf das Kommunikationsverhalten, auf die Einhaltung von Sicherheitsstandards etc.) und Maßnahmen der Fortbildung (z. B. im Falle der Veränderung von Produktionsprozessen) organisiert?
- Wie wird die Bereitstellung einer ausreichenden Menge von Verbrauchsgütern (Papier, Stifte, Computer etc.) innerhalb der Schülerfirma sichergestellt?
- Welche Leitlinien gibt es für die Kommunikation nach außen (Corporate Identity, einheitliche Ansprache am Telefon, Briefpapier etc.)?
- Welcher Wirtschaftspate ist geeignet, die Arbeit in dieser Organisationseinheit zu unterstützen?

Checkliste Verwaltung

- Verbrauchsgüter werden erfasst?
- Personalakten der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vorhanden?
- Geschäftsbriefpapier vorhanden?
- Zeitkonten vorhanden?
- Datenstruktur innerhalb des Unternehmens organisiert?
- einheitliche Kommunikation nach außen gewährleistet?
- Wirtschaftspate vorhanden?
- regelmäßige Treffen mit Wirtschaftspaten?

Hier könnt ihr noch weitere Aufgabenstellungen notieren:

Service

Die Aufgaben des Service sollten von allen Schülerinnen und Schülern übernommen werden.

7. Mit welchen Rechtsfragen müssen wir uns beschäftigen?

Wo Menschen zusammenarbeiten, sind Konflikte nicht auszuschließen, aber sie sind zu lösen. Unser Miteinander in der Gesellschaft wird durch Gesetze und Verträge geregelt. Feste Absprachen zwischen Partnern, z. B. in Form von Verträgen, schaffen Klarheit in den Beziehungen.

Achtet vor allem auf die folgenden drei Situationen, die ihr am besten durch Verträge regelt:

- Weil ihr in eurer Schülerfirma wie in einer richtigen Firma etwas produziert, mit Waren handelt oder eine Dienstleistung anbietet, müsst ihr wissen, dass es unterschiedliche Rechtsformen von Unternehmen gibt, die das Miteinander klar regeln.
- Eure Schülerfirma handelt als Arbeitsgemeinschaft/Projektgruppe in der Schule. Dazu ist es wichtig, das Verhältnis zwischen der Schule und der Schülerfirma zu bestimmen, damit die Nutzung von Räumen, Aufsicht u. a. klar sind.



Bezieht bei euren Planungen immer die Schulleitung mit ein.

- In einer Schülerfirma arbeitet ihr mit euren Mitschülerinnen und Mitschülern gemeinsam unter einer Zielsetzung. Sorgt dafür, dass sich alle verbindlich an die gemeinsamen Vereinbarungen halten!

7.1 Wir vereinbaren eine Rechtsform – die Satzung

Es gibt verschiedene Rechtsformen von Unternehmen, z. B. die GmbH (Gesellschaft mit beschränkter Haftung) oder die AG (Aktiengesellschaft). Sie unterscheiden sich durch die Höhe der Einlagen von Gesellschaftern, die Gewinnverteilung, die Haftung oder die gesamte Aufbauorganisation.



Informationen zum Thema Rechtsform von Unternehmen findet ihr auf der folgenden Seite:

- o <http://www.chancenfueralle.de/> (gebt den Begriff „Rechtsformen der Unternehmen“ in die Suche-Funktion ein)

Entscheidet euch für eine Organisationsform und legt folgende Punkte in der Satzung eurer Schülerfirma fest:

- Anliegen und Leistung der Schülerfirma
- Name der Schülerfirma
- Mitglieder, Gesellschafter
- Leitung und Aufbau der Firma
- Mitgestaltung und Mitbestimmung, Weisungs- und Kontrollrechte
- Entlohnung und Gewinnverteilung
- Geschäftsjahr

7.2 Wir schaffen Verbindlichkeiten – der Klassenvertrag

In manchen Fällen kommt es vor, dass sich in der Schülerfirma einige sehr engagieren und bemühen, während andere sich zurückhalten. Konflikte gibt es dann, wenn diejenigen, die sich „zurückhalten“, ihre Pflichten in der Firma nicht erfüllen. Verständigt euch deshalb bereits bei der Gründung eurer Firma auf Verbindlichkeiten und legt diese in einem Vertrag fest.

B

Beispiel ECO-Teehandlung/-stube:

Eine Klasse hat sich z. B. in ihrem Schülerbetrieb „ECO-Teehandel/-stube“ auf die folgende Satzung verständigt. Jede Schülerin und jeder Schüler hat diesen Vertrag unterschrieben.

7.3 Mustervertrag

§ 1 Anliegen und Leistungen der Schülerfirma

1. Die Schülerinnen und Schüler der Klasse XYZ gründen die Schülerfirma ECO-Teehandel/-stube. Die Geschäftsidee ist, fairen Handel mit den Kooperationspartnern zu führen und verschiedene Teesorten (+Zusatzangebote) innerhalb der Schule und an Dritte weiterzuverkaufen. Weiterhin sollen in einer Schultee-stube die eingekauften Waren angeboten und Informationen zum Ursprungsland ausgelegt werden.
2. Ziel des Schulprojektes ist es, in realitätsnahen Zusammenhängen ökonomisches Wissen und Können zu erwerben.
3. Ökonomisches Ziel ist, Geld für ein Projekt im Kooperationsland zu spenden. Eine Entlohnung für geleistete Arbeit in der Firma gibt es nicht; der Lohn wird dem bereits genannten Projekt gespendet.
4. Die Beziehungen zwischen Schülerfirma und Schule sind in einer besonderen Vereinbarung vertraglich geregelt.

§ 2 Stammkapital

1. Ein Anteil an der Schülerfirma beträgt 10,- €.
2. Jedes Mitglied zahlt binnen einer Woche seinen Anteil ein. Bei Aufnahme weiterer Mitglieder ist jeweils der gleiche Betrag zu entrichten, das Stammkapital erhöht sich entsprechend.

§ 3 Geschäftsjahr

Das Geschäftsjahr ist das Schuljahr. Der Vertrag beginnt am _____ und endet am _____.

§ 4 Aufbau der Schülerfirma

1. Die Firma hat XYZ Geschäftsführerinnen oder Geschäftsführer. Sie leiten das Unternehmen und vertreten es nach außen. Alle die Schülerfirma betreffenden Schriftstücke, die an Personen außerhalb der Firma gerichtet sind, müssen von mindestens einem der Geschäftsführerinnen oder Geschäftsführer in Absprache mit der projektbegleitenden Lehrkraft unterzeichnet werden.

2. Die Firma gliedert sich in Abteilungen (vgl. Anhang: Aufbauorganisation). Die Abteilungen haben jeweils eine(n) Abteilungsleiter(in). Über die konkrete Aufgabenverteilung entscheiden die Abteilungen selbstständig. Verantwortlich ist die/der gewählte Abteilungsleiter(in).

§ 5 Firmenversammlung

Die Firmenversammlung wird regelmäßig einberufen, um die laufenden Geschäfte zu organisieren und Marketingstrategien abzustimmen, Konflikte zu lösen, personelle Veränderungen durchzuführen u. a.

§ 6 Verpflichtung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verpflichten sich auf die folgenden Aussagen:

1. Ich werde mich bemühen, mir das notwendige Wissen und Können anzueignen um die Geschäfte der ECO-Teehandel/-stube sachgerecht ausführen zu können.
2. Ich verpflichte mich, immer pünktlich zu erscheinen und die Arbeitszeiten einzuhalten.
3. Ich werde immer zuverlässig mitarbeiten, dabei ehrlich, hilfsbereit und rücksichtsvoll sein.
4. Ich will selbstständig arbeiten und auch eigenständig aufräumen.
5. Ich werde mich an die verabredete Arbeitseinteilung halten und die Arbeiten ordnungsgemäß ausführen.
6. Ich werde dazu beitragen, auf der Firmenversammlung mögliche Konflikte schnell zu lösen.
7. Ich versichere allen meinen Mitschülerinnen und Mitschülern, dass ich die Rechte und Pflichten des Vertrags einhalten werde.

Ort, den _____

(Unterschrift)

7.4 Weitere Punkte

Informiert euch zu den folgenden Punkten. Stellt euch aber auch darauf ein, dass Schülerbetriebe noch nicht jedem bekannt sind und ihr nicht immer eindeutige Antworten erhaltet.

Aufsicht: Es ist dringend erforderlich, dass eine Lehrkraft die Verantwortung für das Projekt übernimmt und die Aufsicht führt. Trefft dazu eine Vereinbarung zwischen Schulleitung und Schülerfirma.

Geschäftsfähigkeit: Informiert euch, ob ihr nach dem Gesetz „geschäftsfähig“ seid! Klärt mit Hilfe des Bürgerlichen Gesetzbuches (BGB), welche Rechtsgeschäfte ihr tätigen dürft. Was dürft ihr tun, wenn ihr „beschränkt geschäftsfähig“ seid? Welche Konsequenzen hat dies für eure Schülerfirma?



Informationen zum Thema „Geschäftsfähigkeit“ findet ihr unter:

- o <http://dejure.org/>

Geschäftskonto: Zur Abwicklung eurer Geldangelegenheiten benötigt ihr ein eigenes Konto, das am besten auf den Namen eurer Schülerfirma eingerichtet ist. Beachtet aber: Ein Kontoinhaber muss „geschäftsfähig“ sein. Verhandelt gemeinsam mit eurer Lehrerin bzw. eurem Lehrer mit Banken und Sparkassen über mögliche Lösungen!

8. Was haben wir, was brauchen wir? (Die Lagerkarte)

Unternehmen haben eine eigene Materialbeschaffung. Zur Materialbeschaffung gehören der Einkauf und das Führen eines Lagers. Aufgabe des Lagers ist es, die Materialien sachgerecht zu lagern (schwere Lasten müssen z. B. in besonderen Regalen gelagert werden; für Chemikalien gibt es besondere Vorschriften, ...). Außerdem müssen z. B. Haltbarkeit und Verfallsdatum beachtet werden, um zu vermeiden, dass etwas verdirbt. Das Lager stellt immer die erforderlichen Materialien bereit und sorgt dafür, dass jeder Zugang und Abgang in einer Lagerkarte protokolliert wird.

Aufgrund dieser Rahmenvorgaben ist es natürlich besonders wichtig, dass die Mitarbeiter des Lagers in engem Kontakt mit dem Einkauf stehen. Da es in den meisten Fällen innerhalb einer Schülerfirma nicht genug Personen gibt, um alle Abteilungen zu besetzen, könnten die Mitglieder des Einkaufs die Funktionen des Lagers übernehmen. Einmal im Jahr muss eine „Inventur“ gemacht werden, d. h. geprüft werden, ob alle Bestände mit der Buchführung übereinstimmen.

Überlegt für eure Schülerfirma, wie ihr den Überblick über Lagerbestände behaltet!

B

Beispiel ECO-Teehandlung/-stube:

Die Abteilung, die das Lager verwaltet, hat mit Hilfe der „Lagerkarten“, die für jeden Artikel eingerichtet werden, einen Überblick über den Warenbestand und kann so jederzeit neue Aufträge an die Einkäufer geben. Mit Hilfe einer Softwarelösung (z. B. Excel oder Access) kann die Lagerkarte natürlich auch technisch umgesetzt werden. Ein erstes Einrichten einer solchen Funktion erfordert mehr Arbeit. Aber die Auswertung der Lagerbestände wird dadurch einfacher.

Lagerkarte

Artikel:

Datum	Eingang	Ausgang	Bestand

Mit Hilfe einer Softwarelösung könnte die Lagerverwaltung wie folgt aussehen:

12	Eingang	Ausgang	Bestand	Bestellung?
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				

◀ ▶ Artikel 1 Tee aus Cylon / Artikel 2 Tee aus China / **Artikel 3 Tee aus Darjeeling** / Artikel xyz /

Elektronisch Lagerführung mit Hilfe von Excel

9. Wie behalten wir den Überblick? (Die Verkaufsliste)

Wichtig ist, den Überblick über den Kassenbestand zu behalten. Prüft das folgende Beispiel und entwickelt für euch eine eigene mögliche Lösung!

B

Beispiel ECO-Teehandlung/-stube:

Die Abteilungen Einkauf und Verkauf arbeiten mit der „Verkaufsliste“. Die Abteilung Einkauf erhält aus dem Lager den täglichen Bedarf und verbucht den Anfangsbestand in der Verkaufsliste. Nach der Vorbereitung der täglichen Pausenversorgung ist ihre Arbeit erledigt; das Pausenangebot sowie die Liste werden an diejenigen Schülerinnen und Schüler weitergegeben, die für den Verkauf zuständig sind. Nach dem Verkauf stellen diese den Endbestand fest, errechnen die Gesamteinnahmen und prüfen den Kassenbestand. Da es manchmal leider auch Diebstähle gibt, hat das Arbeiten mit dieser Liste den positiven Effekt, dass hier eine gegenseitige Kontrolle von Anfangs- und Endbestand sowie des Kassenbestandes stattfindet.

Verkaufsliste				Datum _____	
Ware	Anfangs- bestand	End- bestand -	Verkaufte Anzahl =	Preis x	Gesamteinnahme =
Tee					
...					
Summe der Einnahmen:					

Kassenprüfung		Datum _____	
Geld in der Kasse	Wechselgeld -	Summe der Ein- nahmen -	Differenz =



Natürlich könnt ihr auch die Verkaufsliste und die Kassenprüfung mit Hilfe des Computers erstellen bzw. erledigen.

10. Gewinn und Verlust ermitteln

10.1 Die Buchführung

Bei einer einfachen Buchführung werden Einnahmen und Ausgaben der Kasse auf dem Girokonto verbucht. Durch Vergleich der Einnahmen und Ausgaben könnt ihr den Gewinn oder den Verlust ermitteln. Eine bequeme Buchhaltung lässt sich mit dem Computer und einem Tabellenkalkulationsprogramm durchführen.

B

Beispiel ECO-Teehandlung/-stube:

Die Schülerinnen und Schüler arbeiten mit der folgenden Tabelle, aus der sie ständig die aktuellen Daten abrufen können. Überlegt, wie eure Tabelle aussehen könnte.

10.2 Kontenübersicht

4. Quartal 2003	Kasse		Girokonto		Gesamt-saldo
	Einnah-men	Ausgaben	Gutschrif-ten	Belastun-gen	
Anfangsbestand/ Salden					
Nr./Datum/ Buchungstext	104,00 €		1050,00 €		1154,00 €
...					
2./02.10./ 10 kg Tee		-58,00 €			
3./02.10./ Zucker		-7,50 €			
4./02.10./ Äpfel		-11,96 €			
5./02.10./ Kuchen		-30,04 €			
...					
8./02.10./ Teeverkauf	347,00 €				
9./Einzahlung auf Konto		-200,00 €	200,00 €		
...					
13./03.10./Ü Miete f. September				-120,00 €	
Zwischensalden	451,00 €	-307,50 €	1250,00 €	-120,00 €	
Endbestand/ Salden	143,50 €		1130,00 €		1273,50 €

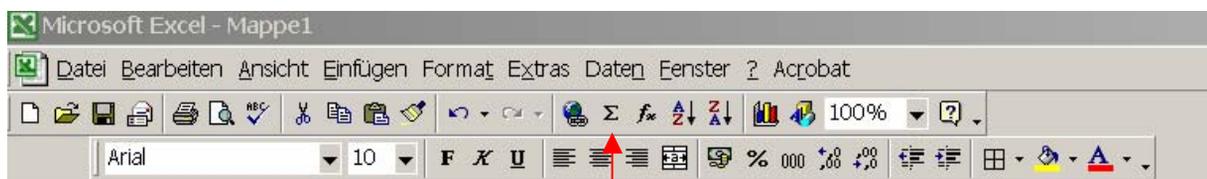
10.3 Umsatz und Gewinn

4. Quartal 2003

Gesamteinnahmen/ Umsatz	347,00 €				
Gesamtausgaben		-107,50 €			
Gewinn/ Verlust					119,50 €



Wenn ihr die Buchführung mit Hilfe eines Tabellenkalkulationsprogramms organisiert, müssen die einzelnen Posten nicht mehr mit Hilfe eines Taschenrechners zusammengerechnet werden; das erledigt das Programm (bei Excel mit Hilfe der Funktion Summe) für euch.



Summe

11. Wer arbeitet wie lange? (Arbeitszeit erfassen)

Die Arbeitszeiten sind oft Gegenstand von Konflikten, weil einige viel, andere wenig arbeiten. Deshalb ist es sinnvoll, diese zu erfassen, damit alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sich gerecht behandelt fühlen. Entwickelt Lösungen: Wie könnt ihr die Arbeitszeit erfassen?



Arbeitszeit kann man einfach in einem Punktesystem ausdrücken.



Überlegt euch auch, ob es evtl. unterschiedlich schwere Arbeiten gibt oder ob einige ihre Arbeit besonders gut gemacht haben und ihr Prämien vergeben wollt.

B

Beispiel ECO-Teehandlung/-stube:

Die Schülerinnen und Schüler des „ECO-Teehandel/-stube“ haben sich auf die folgende Tabelle verständigt. Aus dieser ist die Arbeitszeit ablesbar. Für die Erfassung ist eine Teilgruppe in der Abteilung „Verwaltung/Lohnbuchhaltung/Personalabteilung“ zuständig.

Arbeitszeit-Erfassungstabelle

Arbeitszeit in Punkten (P): je 5 Minuten 1 Punkt (1 Std. = 12 Punkte)

Name:	Woche:	Woche:	Woche:	Woche:
1.				
2.				
3.				
4.				
...				
Zeitpunkte:				
Datum:				
Unterschrift der Lohnbuchhaltung				



Ihr könnt die Punkteaufteilung pro Zeiteinheit beliebig verteilen. Ihr könnt natürlich auch pro halbe Stunde oder pro Viertelstunde einen Punkt geben. Ihr solltet einfach genau eure Arbeitsabläufe beobachten. Im Beispiel ECO-Teehandel/-stube ist es sicherlich ratsam, die Punkte pro 5 oder 10 Minuten zu „zahlen“, da dort hauptsächlich in den Pausen gearbeitet wird. Arbeitet ihr aber z. B. in einer Werbeagentur, ist diese Einteilung nicht sinnvoll, da ihr dort längere Arbeitsphasen haben werdet.

12. Gemeinsam Probleme lösen (Die Firmenversammlung)

Ihr solltet alle wichtigen Unternehmensentscheidungen gemeinsam treffen, auch wenn ihr in eurer Aufbauorganisation eine spezifische Hierarchie vereinbart habt. Dabei solltet ihr euch auf einige Grundsätze verständigen, z. B.:

- Die Firmenversammlung ist das Plenum der Arbeitsgemeinschaft „Schülerfirma“. Alle beteiligten Schülerinnen und Schüler sind verpflichtet teilzunehmen.
- Zur Beschlussfassung stimmen alle ab. Die Lehrerin/der Lehrer hat ein Vetorecht.
- Für jede Firmenversammlung gibt es eine Leitungsgruppe (mindestens: Diskussionsleiter und Protokollführer).
- Sämtliche Protokolle werden im Unternehmensordner aufbewahrt.

B

Beispiel ECO-Teehandlung/-stube:

Die Firmenversammlung der „ECO-Teehandel/-stube“ hat sich auf die folgenden Regeln verständigt:

Die Geschäftsführer arbeiten in der Regel nach dem folgenden Ablaufplan:

1. Begrüßung
2. Protokoll der letzten Sitzung, Ziel dieser Sitzung.
3. Vereinbarung über die Tagesordnung und über die Dauer der Sitzung.
4. Diskussion der Tagesordnungspunkte sowie jeweils Zusammenfassung/Ergebnis.
5. Ausblick auf die kommende Sitzung.

Die Geschäftsführer achten darauf, dass folgende Gesprächsregeln eingehalten werden:

1. Nicht zu lange sprechen!
2. Zum Thema sprechen!
3. „Seitengespräche“ in die Diskussionsrunde einbeziehen!
4. Einwände äußern!



Zu eurer ersten Versammlung solltet ihr die Schulleitung und interessierte Eltern, Lehrerinnen und Lehrer und Mitschülerinnen und Mitschüler einladen. In vielen Fällen ist eine Schülerfirma eine „neue Sache“ an einer Schule. Deshalb ist es gut, so viele Personen wie möglich über euer Tun zu informieren.

Protokoll	Zeit von: bis:	Ort
Leitung		
Protokollant		
Teilnehmer(innen)		
Protokoll		



Das Protokoll sollte in einem speziellen Ordner abgelegt (archiviert) werden und für alle zugänglich sein, denn oft stehen in einem Protokoll wichtige Informationen, die noch einmal nachgelesen werden müssen (z. B. wer ist für welchen Bereich verantwortlich?, wer muss welche Aufgabe bis wann erledigen?, ...)

13. Was müssen wir können?

13.1 Erfahrungen

Die Arbeit in der Schülerfirma erfordert

- Wissen (Wie schreibe ich einen Geschäftsbrief?, Wie organisiere ich meine Buchführung?, ...)
- Erfahrungen und
- Einstellungen (z. B. Teamfähigkeit), wie sie auch in Wirtschaftsunternehmen gefordert sind.

Da vieles davon bisher nicht im Unterricht vermittelt wurde, werdet ihr immer wieder auf neue Herausforderungen stoßen, die Unterstützung durch Lehrkräfte und außerschulische Partner erfordern.

- Überprüft, welche Anforderungen in eurer Abteilung und in eurer Firma an euch gestellt werden.
- Fragt Mitarbeiter von Unternehmen, Ausbilder oder Auszubildende, welche Fähigkeiten besonders wichtig sind.
- Stellt eine Übersicht über die Anforderungen in einer Tabelle zusammen (im folgenden Beispiel mit vier Spalten). Gliedert in verschiedene Bereiche.
- Kopiert die Tabelle zur Bearbeitung für jede Mitarbeiterin und jeden Mitarbeiter der Firma.

Hinweise zur Arbeit mit der Tabelle:

1. Führt in der ersten Spalte die erforderlichen Anforderungen auf.
2. Kennzeichnet in der zweiten Spalte, welche Fähigkeiten ihr bereits sicher beherrscht.
3. Markiert in der dritten Spalte Anforderungen, die ihr im Verlauf der Schülerfirma erlernen wollt und kennzeichnet die Anforderungen: Was ist mir besonders wichtig (+)? Was nehme ich mir für einen späteren Zeitpunkt vor (-)?
4. In der letzten Spalte könnt ihr dann zum Ende der Schülerunternehmensarbeit feststellen, was ihr tatsächlich dazu gelernt habt. Markiert auch hier: Dies beherrsche ich sicher (+); Diese Anforderung beherrsche ich noch nicht ohne Hilfe (0); Dies bewältige ich nur unsicher oder gar nicht (-).

Gemeinsame Lernplanung

1. Stellt gemeinsam mit eurer Lehrerin oder eurem Lehrer einen Lernplan auf. Wann nehmt ihr euch was vor? Manches kann im Unterricht, anderes während einer Betriebserkundung, im Praktikum oder durch ein Interview mit einem Auszubildenden bearbeitet werden (Wenn die Schülerfirma aus verschiedenen Klassenverbänden besteht, sollte die Planung mit dem Betreuer der Schülerfirma besprochen werden).
2. Wenn jeder für sich seinen Bogen ausgefüllt hat, stellt ihr fest, wer bestimmte Anforderungen bereits besser oder noch nicht so gut kann. Durch gemeinsame Beratung lassen sich Lerngruppen bilden und Spezialisten können anderen gezielt helfen.



Wenn ihr bisher keine Lernplanung gemacht habt, achtet darauf, dass ihr euch nicht zuviel vornehmt. Lieber wenige Aspekte fest vornehmen und erfolgreich abschließen!

Anforderungen in der Schülerfirma	Das kann ich zu Beginn der Schülerunternehmensarbeit	Das will ich lernen: in dieser Firma (+) später (-)	Das kann ich zum Ende der Schülerunternehmensarbeit

13.2 Beispiele für die Anforderungen

Sachwissen und Sachkenntnisse

- sparsam mit Geld umgehen
- verschiedene Angebote in einer Tabelle eintragen, vergleichen und das günstigste auswählen
- einen Preis kalkulieren und dabei sicher die Prozentrechnung anwenden
- eine Barkasse führen und abrechnen
- ein Kassenbuch mit der Tagesabrechnung führen
- Buchführung mit Einnahmen und Ausgaben und vollständigen Belegen
- ein Girokonto führen
- Gewinn und Verlust ausrechnen

Information und Kommunikation

- eine Mitgliederversammlung moderieren
- ein Protokoll zu einer Mitgliederversammlung verfassen
- in einem Telefongespräch einen Preis erfragen
- in einem Versandkatalog Artikel finden und Preise vergleichen
- in einem Teleshop im Internet Preise finden
- einen Auftrag per Fax versenden
- mit dem Computer eine Rechnung erstellen

Methoden kennen und anwenden

- die richtigen Werkzeuge benennen und sachgerecht nutzen
- Arbeitsabläufe gliedern und zeitsparend ordnen
- Fehler entdecken und Verbesserungsvorschläge machen

Konfliktbewältigung

- bei Konflikten zwischen Mitarbeitern die unterschiedlichen Sichtweisen erkennen
- bei Konflikten vermitteln und einen Vorschlag zur Streitschlichtung machen

14. Sind die Kunden zufrieden? (Die Kundenbefragung)

Nur eine gut organisierte Firma, die auf die Kundenwünsche eingeht, wird längerfristig erfolgreich sein. Deshalb nutzen viele Betriebe regelmäßig unterschiedliche Möglichkeiten, um zu prüfen, was zu verbessern ist. Entwickelt einen einfachen, überschaubaren und leicht auszuwertenden Fragebogen!

B

Beispiel ECO-Teehandlung/-stube:

Die Schülerinnen und Schüler des ECO-Teehandel/-stube haben sich durch einen sehr umfangreichen Fragebogen einen Überblick über die Qualität ihrer Arbeit verschafft. Sie haben den Fragebogen so gestaltet, dass die Mitschüler(innen), Eltern, Lehrerinnen und Lehrer einfach nur ankreuzen. So war die Umfrage schnell auszuwerten. Hier einige Beispiele zu den Fragen:

Kundenbefragung

Kaufst du im ECO-Teehandel/-stube ein?		ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/>
Wie oft kaufst du dort ein?	täglich <input type="checkbox"/> mehrmals pro Woche <input type="checkbox"/> eher selten <input type="checkbox"/>	
Gibt es die Waren, die du täglich im Sortiment vorfinden möchtest?		ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/>
Gibt es etwas, das du in unserem Warenangebot vermisst?		ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/>
Sind deiner Meinung nach die Preise angemessen?		ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/>
Bist du mit der Qualität der Waren zufrieden?		ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/>
Öffnet der Verkaufsstand immer pünktlich?		ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/>
Musst du lange warten, bis du bedient wirst?		ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/>
Sind die Verkäuferinnen und Verkäufer freundlich zu dir?		ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/>
Stimmt dein Wechselgeld immer?		ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/>
Ist das ausgegebene Geschirr sauber?		ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/>
Sind die Räumlichkeiten des ECO-Teehandel/-stube sauber?		ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/>
Werden die Mülleimer regelmäßig geleert?		ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/>
Was sollten wir deiner Meinung nach verbessern?		

15. Beispiele für Geschäftsideen von Schülerfirmen

15.1 „425“-Schüler-AG



<http://www.425-schueler.de/>

Bei der "425"-Schüler-AG handelt es sich um ein Schulprojekt des Hennebergischen Gymnasiums "Georg Ernst" in Schleusingen. Die Schüler AG verkauft eine Gedenkmünze zum 425jährigen Bestehen der Schule, das Sortiment wird jährlich um Abiturgedenkmünzen erweitert.

Am 27. Oktober 2000 wurde die Schülerfirma 425-Schüler-AG gegründet, an der sich als Aktionäre Schüler, Lehrer und Eltern sowie der Förderverein der Schule beteiligen konnten und können.

Der Ausgabepreis der Aktie der "425"-Schüler-AG liegt bei 2,50 € und wird sowohl an Schülerinnen und Schüler des Jahrgangs 9 aufwärts und andere Personen ausgegeben.

Zunächst wurden für die Abiturienten des Schuljahres 2000/2001 Medaillen zur Erinnerung an das Abitur geprägt und gegen verbindliche Vorbestellung verkauft. Eine Übergabe der Münzen fand zur Zeugnisausgabe am 23. Juni 2001 statt. Die Erlöse aus dem Verkauf der Münzen verblieben zunächst im Unternehmen.

Außerdem wurde aus den Erlösen die Beschaffung einer Sonderprägung aus Anlass des 425-jährigen Bestehens des Hennebergischen Gymnasiums "Georg Ernst" im Jahre 2002 vorfinanziert. Alle Aktionäre erhalten ein Vorzugsrecht bei der Vergabe der Sondermünzen. Nach Ablauf des Jahres 2002 hat die AG dann zum ersten Mal eine Dividende an alle Aktionäre gemäß ihres eingebrachten Kapitals ausgezahlt.

Der Hauptaktionär der Aktiengesellschaft ist der Förderverein der Schule. Gewinne fließen in Form von Unterstützungen an die Schule zurück.



**Abbildung 13: Ansicht der Gedenkmünze des Hennebergischen Gymnasiums
"Georg Ernst" in Schleusingen**

15.2 „Sinn und Zweck“



<http://www.sinnundzweck.de>

Das Ausbildungsprojekt „Sinn und Zweck“ existiert seit dem Jahre 1993 und wurde von drei Gießener Berufsschulen initiiert. Schülerinnen und Schüler der Max-Weber-Schule (<http://www.maxweberschule.de/>), (Industriekaufleute Klasse IK 10 A) übernehmen den Vertrieb von Produkten, die Schülerinnen und Schüler der Theodor-Litt-Schule (BVJ/Berufsvorbereitungsjahr (http://www.region-online.de/bildung/tls_gi/tlsgi_ro.htm) bzw. Schülerinnen und Schüler der Produktionsschule Giessen im Werkunterricht herstellen. Die Aufgabe der Lagerhaltung und des Versandes obliegt Schülerinnen und Schülern der Friedrich-Feld-Schule (BGJ/Berufsbildungsjahr (<http://www.ffi-giessen.de/>)). Die gesamte übrige kaufmännische Verwaltung wird von den Schülerinnen und Schülern der Max-Weber-Schule abgewickelt.



Abbildung 14: Produkt der Schülerfirma „Sinn und Zweck“; ein Moderatorenkoffer

15.3 „PLOP! Die Spaßgesellschaft“



<http://www.plop-ol.de>

Die Schülerfirma „PLOP! Die Spaßgesellschaft“ bietet Unterhaltungsangebote für Jugendliche ab 16 Jahren an.

Hier eine kurze Selbstdarstellung:

„Unser Unternehmenskonzept basiert auf der Idee, Veranstaltungen zu planen und zu einem gewinnbringenden Abschluss zu bringen. Aufgrund unseres Alters sind wir in der einzigartigen Lage, dass wir ein Teil unserer Zielgruppe sind. Wir verfügen über eine Vielzahl von Kontakten zu Gleichaltrigen, was uns zum einen die Möglichkeit gibt, schnell und effizient deren Wünsche und ggf. Verbesserungsvorschläge in unsere Planung einzubeziehen, zum anderen aber auch zielgruppengerechte Werbemaßnahmen durchzuführen. Eine schulübergreifende Umfrage unserer Marketingabteilung auf die Frage: „Was gehört für dich zu einer guten Party unbedingt dazu?“ ergab:

- gute und abwechslungsreiche Musik
- angenehme und gewaltfreie Atmosphäre
- günstige Preise

Unser Bemühen ist es, diese Schlüsselfaktoren erfolgreich umzusetzen. Dieses gelingt uns durch die von uns gesetzten Rahmenbedingungen:

Auf unseren Veranstaltungen sind unsere Musicscouts für unsere Gäste stets ansprechbar. Ihre Aufgabe ist es, den Musikgeschmack des Publikums herauszufinden und an unsere DJ 's weiterzugeben.

Durch kreative und passende Dekoration schaffen wir auf unseren Partys ein angenehmes Ambiente. Durch die von uns engagierte Security Agentur wird der gewaltfreie Ablauf sicher gestellt.

Da wir die Räumlichkeiten mieten und zum größten Teil auch selber bewirtschaften, versetzen wir uns in die Lage, niedrige Schülerpreise zu garantieren.“

(Quelle: <http://www.plop-ol.de/>)

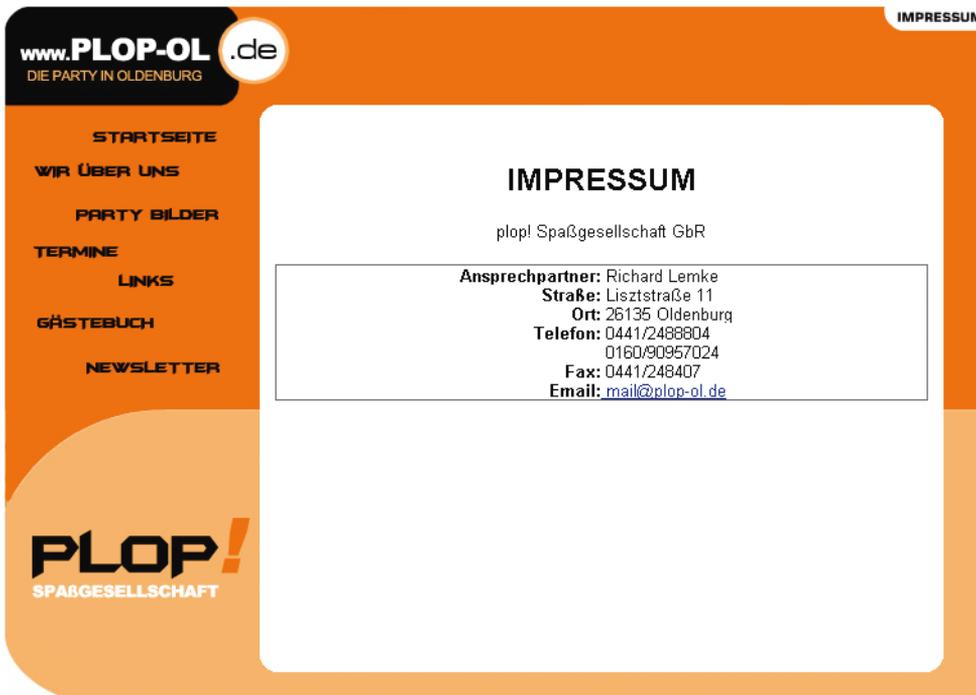


Abbildung 15: Homepage von PLOP! Die Spaßgesellschaft

15.4 „Trust-It“



<http://www.lernfirma.de>

Die 1999 gegründete Lernfirma Trust-It an der GHS Monschau-Roetgen führt in ihrem Angebots-Portfolio sowohl Produkte (alles für den schulischen Alltag) als auch Dienstleistungen (Einkaufshilfe, Gartenhilfe, Schneeschaufeln, sonstige Botendienste).



Abbildung 16: Homepage der Lernfirma Trust-It

15.5 „axxi.de“



<http://www.axxi.de>

„Die SchülerInnenfirma wurde im Februar 2000 als Arbeitsgemeinschaft gegründet und hat z. Zt. 6 Mitarbeiterinnen und 8 Mitarbeiter aus den Jahrgängen 8 bis 12. Sie gestalten für externe Kunden sowohl Printmedien (z. B. Flyer, Prospekte, Festschriften) als auch Auftritte im Internet (Websites für Vereine, öffentliche Einrichtungen und kommerzielle Firmen). Aktuell arbeitet axxi.de im Auftrag des Delmenhorster Umweltamts an einer multimedialen CD-ROM, die als Werbeträger des alljährlichen Umweltpreis-Wettbewerbs der Stadt Delmenhorst dient.

Das Gymnasium an der Willmsstraße verfügt als offene Ganztagschule über ein Nachmittagsangebot mit zahlreichen Arbeitsgemeinschaften. So besteht für die Mitarbeiter/innen der Schülerfirma die Möglichkeit, sich durch die Teilnahme an speziellen Arbeitsgemeinschaften (z. B. Programmierung) zusätzlich zu qualifizieren. Insofern ist die Einbindung der Schülerfirma relativ gut, jedoch konkurriert axxi.de bei der Auswahl der geeignetsten Schüler/innen mit vielen anderen interessanten Arbeitsgemeinschaften. Als eine von bundesweit 13 Apple-Modellschulen verfügt die Schule über eine großzügige und multimediafähige Computer-Ausstattung. Die technischen Arbeitsbedingungen sind dadurch geradezu ideal, sie bewirkten allerdings, dass sich im zurückliegenden Schulhalbjahr weitgehend an Technik interessierte Schüler um die Aufnahme bei axxi.de bewarben. Durch eine genaue Stellenplanung und eine offensive Werbekampagne - speziell für den Kreativ-Bereich - konnten inzwischen wieder sechs Schülerinnen hinzugewonnen werden.

axxi.de kooperiert mit der örtlichen Werbeagentur public emotions. Dabei nimmt die Schülerfirma nicht nur technische Beratung in Anspruch, sondern pflegt einen regen Austausch gestalterischer Erfahrungen und Fragen.“ (Quelle: <http://www.axxi.de/profil/profil00.html>; 2004-03-29)

Willkommen auf der Website von axxi.de

Zugegeben, wir sind nicht gerade ausgesprochene Umweltexperten. Uns interessiert und begeistert aber in besonderer Weise das Wattenmeer, das wir im letzten Sommer beim Besuch der ostfriesischen Insel Baltrum näher kennen gelernt haben. Anlass ist der Auftrag des Nationalparkhauses auf Baltrum, einen Internet-Auftritt für diese Umweltbildungseinrichtung zu gestalten.

Die Recherchen und Naturerlebnisse im Watt waren für die MitarbeiterInnen der Schülerfirma derart beeindruckend, dass sie den Vorschlag machten das Internet-Projekt in eine langfristige Kooperation umzuwandeln.

Situiertes und erlebnisorientiertes Lernen

Die SchülerInnen verpflichten sich zu einer Internet-Dokumentation über die Arbeit des Nationalparkhauses – im Gegenzug erhält jährlich ein Team der Schülerfirma die Gelegenheit zu einem zweitägigen Baltrum-Aufenthalt, der zu weiteren Umwelt- und Naturrecherchen dienen soll.

Lernen mit Multimedia und Internet

Damit diese bevorrechtigte Lernumgebung nicht ausschließlich den teilnehmenden SchülerInnen dient, sondern im Sinne einer nachhaltigen Bildung auch Eingang in den Schulalltag finden kann, entstand die Idee des multimedialen Projekts "e-learn-watt", das am Freitag, den 20. Juni 2003 erstmalig stattfindet. Mit dabei ist ein Kamera-Team des TV-Magazins ZDF.umwelt sowie ein Mitarbeiter der EWE TEL, die für die technische Bereitstellung und Unterstützung der Internet-Kommunikation sorgt, sowie zwei Lehrer aus dem Gymnasium an der Willmsstraße.

Ressourcenschonendes, natur- und sozialverträgliches Lernen

SchülerInnen aus den Jahrgängen 7 und 11 werden in gemischten Teams in der Schule per Video-Übertragung aus dem Internet an den Beobachtungen und Untersuchungen im Watt live beteiligt und werden aufgefordert, eine Reihe von Fragen und Aufgaben zu lösen. Im Verlauf von vier Unterrichtsstunden werden folgende vier Themenbereiche anhand bearbeitet:

1. Lage, Karten & Daten
2. Ökosystem Wattenmeer
3. Tier- und Pflanzenwelt
4. Bedrohung und Schutz



Mit Bollerwagen und Antennenbaum geht es ins Watt. Die Elektronik vor Ort wird mit Strom aus einer LKW-Autobatterie versorgt.

Abbildung 17: Homepage von "axxi.de"

16. Schlagwortverzeichnis

A

Ablauforganisation	23
Abteilungen.....	29
Arbeitszeiten	59
Aufbauorganisation	25

B

Betriebssysteme	16
Buchführung	57

D

Dienstleistung	13
----------------------	----

F

Freeware	16
----------------	----

G

Geschäftsidee.....	13, 15
--------------------	--------

K

Kassenbestand	55
Konto.....	51

L

Linux.....	16
------------	----

Logo.....	17
-----------	----

M

Marktanalyse	19
Materialwirtschaft.....	32, 53

P

Patentbetrieb	16
Produkt.....	13
Produktion	35

R

Rechtsgeschäfte.....	51
----------------------	----

S

Schulprojekte	15
Shareware.....	16
Suchmaschinen.....	17

U

Unternehmensentscheidungen	61
----------------------------------	----

W

Windows	16
Wirtschaftspate.....	16

17. Zusatzmaterialien

17.1 Der exemplarische Businessplan der Firma Mult[ii]deas

Der Businessplan der Firma Mult[ii]deas soll euch verdeutlichen, wie detailliert ein solcher Antrag ausgearbeitet sein sollte/müsste, wenn sich eine Existenzgründerin/ein Existenzgründer an eine Bank und/oder für einen Existenzgründungswettbewerb bewirbt.

Zur Gründung eines Schülerbetriebs ist es sicherlich nicht nötig, einen solch detaillierten Businessplan zu erarbeiten. Falls im Rahmen der Gründung eines Schülerbetriebs jedoch eine Durchsicht der Geschäftsidee durch eine Bank, einen Unternehmensberater, ... erfolgen soll, kann der folgende Businessplan als Vorlage genutzt werden.



Der folgende Businessplan der Firma Mult[ii]deas basiert auf dem Gründungskonzept einer erfolgreich durchgeführten Gründung und wurde zum Zweck der Veranschaulichung zur Verfügung gestellt. Die in diesem Beispiel benannten Kunden sind fiktiv, eventuelle Ähnlichkeiten sind rein zufällig und nicht beabsichtigt.

Business-Plan

Mult[ii]deas

Inhaber:

Max van Musterman

Examplestreet 1

12345 Exampletown

Tel. (5555) – 55555 – 555

Fax (5555) – 55555 – 5555

E-Mail: max.van.mustermann@12345Exampletown.de

Einleitung

Das folgende Beispiel wurde für die fiktive Firma Mult[ii]deas erstellt und beinhaltet alle wesentlichen Teile eines Businessplans.

Am Anfang eines jeden Businessplans sollte in einer kurzen Zusammenfassung das erläutert werden, was in den folgenden Teilen des Plans ausführlicher beschrieben wird.

- Gründerperson(en)
- Gründungsvorhaben
- Marktchancen
- Konkurrenz
- Standort
- Rentabilitätsvorschau
- Finanzplanung
- Zukunftsaussichten

Zusammenfassung

Das Unternehmen wurde am 07.08.1994 in 12345 Exemptown gegründet. Max van Musterman Mult[ii]deas (im Folgenden als Mult[ii]deas bezeichnet) richtet sich ausschließlich an Firmenkunden.

Es trägt den Namen des Firmengründers, Max van Musterman, sowie den für den Tätigkeitsbereich kennzeichnenden Anhang Mult[ii]deas.

Kurzform: Mult[ii]deas.

Das Unternehmen ist auf Multimediaprodukte spezialisiert. Der Schwerpunkt liegt vor allem im Bereich 3D-Darstellung und Animation. Wir bieten den Kunden Produkt-, Projekt-, Ablauf- und Szenenvisualisierung von besonderer Qualität.

Hierbei sind wir in der Lage die verschiedensten Kundenwünsche zu berücksichtigen. Auf Grund unserer Produktpalette bietet sich uns ein breites Kundenspektrum und ein sehr lukrativer regionaler und überregionaler Markt.

Darüber hinaus bestehen bereits Kooperationen zu Unternehmen mit Nachfrage nach 3D-Grafiken aus den Bereichen Werbung, Marketing, Wirtschaft etc.

Im Servicerahmen ist für unsere Kunden unter anderem auch die Erstellung von herkömmlichen Printmedien und digitalen Medien enthalten (siehe Gliederungspunkt: Produkte/Dienstleistung).

Die Nachfrage nach „All in One“-Lösungen wird auf dem Markt immer größer. Geschäftskunden können es sich nicht erlauben, sich unnötig mit verschiedenen Produzenten und Anbietern für Medienprodukte auseinandersetzen. Denn dadurch verlieren sie zu viel kostbare Zeit und somit auch Geld. Noch schlimmer ist, dass durch durchschnittlich gestaltete Medien eine Abhebung von der Masse nicht gelingt und somit die Wirkung der Medien verloren geht. Daraus kann resultieren, dass potenzielle Kunden zur Konkurrenz abwandern.

Die Überzeugungskraft eines Unternehmens hängt entscheidend von den Präsentationsmöglichkeiten ab. Genau hier setzen wir mit unserem besonderen Dienstleistungs- und Produktspektrum an.

Die Besonderheit dieses Unternehmens liegt darin, dass wir ein umfangreiches Angebot anbieten und dem Kunden über dies hinaus einen für ihn verantwortlichen Ansprechpartner mit Entscheidungs- und Fachkompetenz zuweisen.

Hierdurch werden Ablaufprozesse optimiert, die Effizienz gesteigert und dem Kunden wird durch die greifbare Organisation unseres Unternehmens ein Gefühl von Sicherheit gegeben.

Geschäftsidee

Die Nachhaltigkeit der Produkte im Medienbereich ist durch den relativ schnellen Wandel in diesem Markt eher gering. Die stetigen Veränderungen am Markt haben den Effekt, dass Kunden immer wieder neue Medienprodukte benötigen, um bestehen zu können.

Mult[ii]deas ist ein Unternehmen, das in diesem Marktbereich tätig wird und eine Vielzahl von verschiedenen Produkten produziert. Das Unternehmen richtet sich an Kunden, die sich durch ihre Mediengestaltung von der Konkurrenz abheben möchten. Dieser Anspruch wird durch die folgenden Eigenschaften von Mult[ii]deas realisiert. Mult[ii]deas bietet den Kunden durch die Verknüpfung von traditionellen Medien wie Printmedien, Foto, Grafik, sowie spezielleren Medien wie Web, 3D-Darstellung ein sehr umfangreiches Produktspektrum.

Der Aspekt der 3D-Darstellung spielt in der heutigen Zeit eine immer größere Rolle. Im Bereich Architektur / Automobil- und Schiffsbau und einigen anderen Bereichen gibt es diese Darstellungsform seit geraumer Zeit. Dennoch gibt es hier entscheidende Unterschiede.

Mit Mult[ii]deas findet der Geschäftskunde einen kompetenten Ansprechpartner, der alle diese Produkte aus einer Hand herstellen kann. Der Kunde erspart sich durch unser Geschäftsmodell kostenintensive und zeitraubende Absprachen mit verschiedenen Produzenten.

Unternehmensziele

Innerhalb eines Jahres ist die Ausweitung des Betriebes durch eine Erweiterung der Leistungsfähigkeit im Bereich 3D-Darstellung durch weitere Anschaffung von technischem Equipment sowie die Einstellung von Arbeitskräften im Bereich 3D-Grafik geplant.

Innerhalb von 3 Jahren ist die Anmietung von weiteren Büroräumen sowie die weitere Einstellung von Personal geplant, um die erreichte Marktposition auszubauen.

Ergänzend soll der Ausbau auch für die verschiedenen Bereiche (Foto, Web, Grafik) geschehen.

Innerhalb von 5 Jahren soll sich das Unternehmen als eine feste Größe im Markt überregional etablieren. Über die bereits genannten Produkte und Ziele hinaus soll eine Erweiterung um Werbungsproduktion werden.

Die finanziellen Zielsetzungen können Sie dem Finanzteil im Anhang entnehmen.

Produkt/Dienstleistung

Die Produkte von Mult[ii]deas werden am Bedarf der Kunden ausgerichtet. Dazu werden zuvor durch eine ausführliche Bedarfsanalyse die Spezifikationen für das zu produzierende Produkt ermittelt.

Produkte:

- 3D-Darstellungen

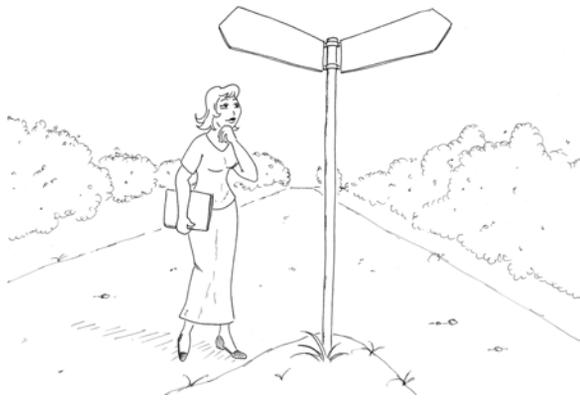
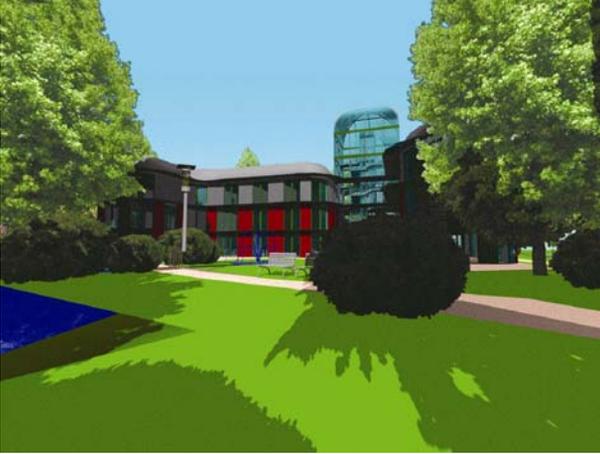
ergänzende Produkte:

- Printmedien (Präsentationsvorlagen, Logo-Design, Grafik-Design, Broschüren, Flyer, Poster, Plakate)
- digitale Medien (digitale Fotografie, Web-Grafiken)
- interaktive Medien (Websites, Präsentationen)

ergänzendes Dienstleistungsangebot für Kunden:

- Beratung zu Software- und Hardwareprodukten
- Aufbau spezieller Hardware am individuellen Bedarf des Kunden orientiert
- Digitale Fotografie, -montage, -restauration

Einige Beispiele für 3D-Visualisierung:

Der derzeitige Standard	3D-Visualisierung von Mult[ii]deas (auch als animiertes Video)
	
	

Marktübersicht

Kunden

Medien sind ein dominanter Bestandteil unserer heutigen Geschäftswelt. Bei einfachen Printmedien angefangen,

- Visitenkarten,
 - Flyern, Broschüren,
- bis hin zu komplexeren Medien wie

- Websites,
- Produktwerbungen,
- Präsentationen.

Ein stetig wachsender Anspruch an die Qualität und Funktionalität der Medien ist in der Geschäftswelt offensichtlich. Daher wächst auch der Wunsch der Unternehmer nach einer besseren Repräsentation. Die Repräsentation hängt ohne Zweifel auch von der Qualität der gezeigten Medien ab. An dieser Stelle setzt Mult[ii]deas mit seinen vielfältigen, gestalterisch aufwendigen und innovativen Produkten ein.

Kunden aus verschiedenen Branchen haben Bedarf an visuell aufwendig gestalteten Medien. Vor allem der Bereich 3D-Darstellung erfreut sich einer stetig steigenden Nachfrage.

Potenzielle Kunden sind nicht nur regional sondern natürlich auch überregional zu finden. Mult[ii]deas zielt in seinem Verständnis verstärkt auf Branchen ab, die durch medialen Einsatz deutlich gestützt werden können. Zur Zielgruppe der besonders interessanten Kunden zählen für Mult[ii]deas Firmen, die in besonderem Maße von aufwendigen Gestaltungen profitieren.

Einige Beispiele

Architekten sind Kunden im Bereich der 3D-Visualisierung und 3D-Animation.

Verlage sind auf Grund des Bedarfs von professionell gestalteten Grafiken und Coverdesigns potenziell interessant.

Firmen, die im Bereich der Präsentation einen großen Schwerpunkt haben, können massiv von unserem Gestaltungspotenzial profitieren.

Im Bereich Web-Design wiederum kommen Firmen in Frage, die eine besonders grafisch aufwendige und repräsentative Website benötigen oder ein vollständiges Corporate Design in den Bereichen Print, Website und Präsentation wünschen.

Mult[i]deas konzentriert sich auf gezielte Ansprache von Kunden und auf die Neukundengewinnung durch systematische Weiterempfehlungen durch bereits vorhandene Kunden.

Potenziell interessante Kunden werden über die für sie relevanten Produkte zielgerichtet informiert, in dem Ihnen nach Absprache Produktmuster oder Broschüren zugesandt werden.

Ergänzend werden in den entsprechenden Fach-Zeitschriften und Zeitungen Anzeigen geschaltet und die entsprechenden Fachmessen aufgesucht.

Kooperationspartner / Kundenübersicht

Institut für Ökonomische Bildung und Technische Bildung an der Carl von Ossietzky Universität 12345 Exometown
Dr. Haacke 12345 Exometown
Marketingberatung Mamfred Heppner
Architektur- und Designbüro Henry Hagen - 12345 Exometown
Buch- und Zeitschriftenhandlung Alfred Ahrens 12345 Exometown
Rechtsanwalt (Michael Jurist)
Verlag Reden 12345 Exometown
Landesbank Exometown 12345 Exometown
Bürobedarf GmbH 12345 Exometown
Landschaftsplanungsbüro Kienzle und Hauseer 12345 Exometown

Konkurrenz

In Zeiten der wirtschaftlichen Flaute sind viele Unternehmen speziell am „Neuen Markt“ gescheitert.

Dieses war vielfältig durch eine zu hohe Risikofreude, Finanzierungsmängel oder ein zu enggefasstes Angebot von Produkten und der damit verbundenen Abhängigkeit von bestimmten Kunden bedingt.

Konkurrenz ist in den verschiedenen Bereichen der Multimediabranche in unterschiedlichem Ausmaß vorhanden. Insbesondere der Web-Bereich ist stark frequentiert. In diesem Segment kann nur durch alternative Produkte ein entsprechender Marktanteil gesichert und gehalten werden. Die Möglichkeiten im Rahmen der Grafik- sowie Web- und Multimediaproduktionen ermöglicht Mult[ii]deas, sich hier von der Masse der Konkurrenz abzuheben.

In unserem Schwerpunkt, dem Bereich der 3D-Darstellung, steigen derzeit verstärkt neue Firmengründer ein. Da dieser Markt zur Zeit noch ein Wachstumsmarkt ist, sind hier starke Konkurrenzkämpfe vorerst nicht zu befürchten. Dennoch ist es sehr wichtig, sich durch ein gutes Konzept langfristig von den Konkurrenten abzuheben um Marktanteile für sich zu verbuchen und zu sichern. Die zugrunde liegende Strategie zur Abhebung von der Konkurrenz liegt bei Mult[ii]deas in der Art der 3D-Darstellung sowie der Qualität der Abbildung.

Die Konkurrenz arbeitet im Bereich Darstellung häufig mit Produkten, die angeblich speziell auf sie angepasst wurden. Das klingt plausibel, die Software (AutoCad, Archi-Cad, Data Becker...) ist aber häufig in Bezug auf die gestalterischen Möglichkeiten sehr stark eingeschränkt. Vor allem in der Qualität der visuellen Ausgabe sind die Unterschiede sehr deutlich (*vergleichen Sie die Abbildungen unter dem Punkt Produkte*).

Die Stärke einiger Konkurrenten ist gleichzeitig auch ihre Schwäche. Viele Unternehmen spezialisieren sich ausschließlich in einem einzigen Bereich auf einen stark eingeschränkten Kundenkreis. Dadurch erreichen sie den Vorteil einer enormen Effizienz auf diesem speziellen Gebiet. Im Gegenzug sind sie weniger flexibel in ihren Möglichkeiten und sie sind durch die fehlende Möglichkeit der Kombination

von Medien aus den verschiedenen Teilbereichen zugleich anfälliger für branchenspezifische Flauten.

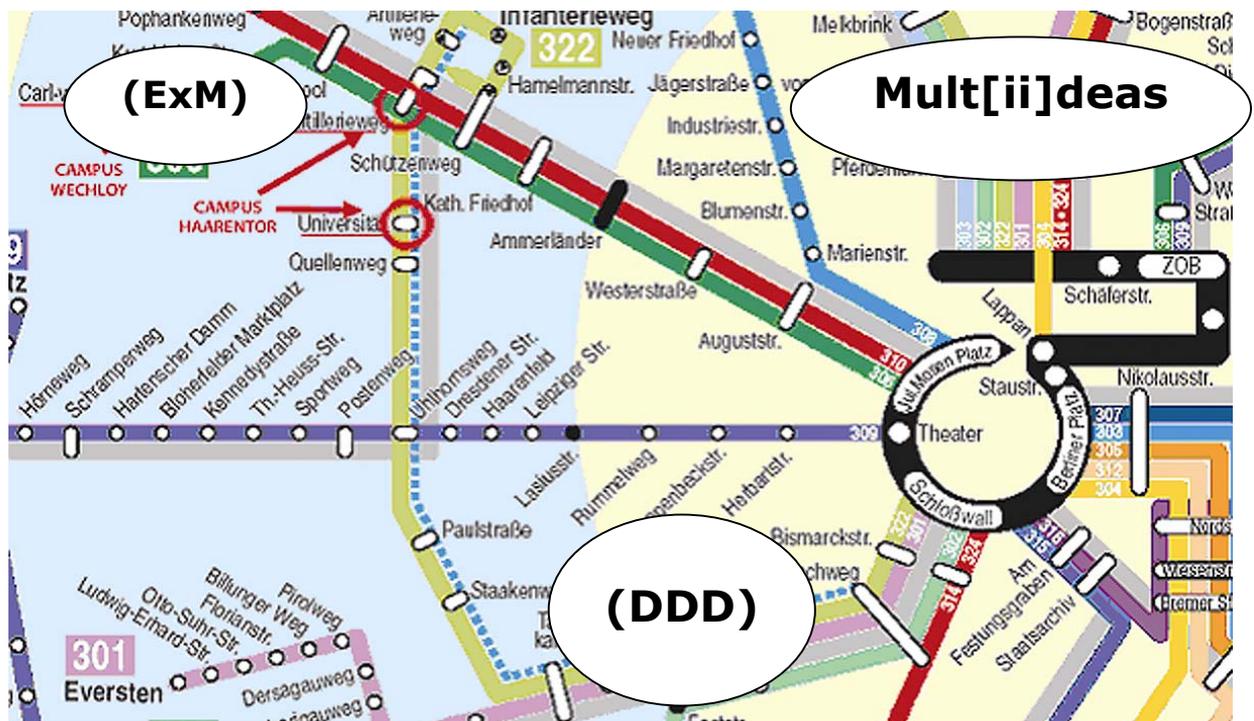


Abbildung 18: Auszug aus dem Oldenburger Busfahrplan

Konkurrenten

DDD – Werbeagentur (DDD)

Schwerpunkt: Werbung

Das DDD ist eine Werbeagentur im amerikanischen Stil, die vielfältige Dienstleistungen und Produkte aus einer Hand bieten. Obwohl auch das DDD im Bereich Visualisierung tätig ist, stellt DDD für Mult[ii]deas keine Bedrohung dar. Auf Grund völlig verschiedener Ansätze und Zielkunden ist dieses eher ein gesundes Nebeneinander.

Exmpletown Medias (ExM)

Schwerpunkt: Video und Präsentationsservice

Exmpletown Medias (kurz ExM) ist spezialisiert auf den Vertrieb, aber auch auf die Aufzeichnung und zur Verfügungstellung von Videoprodukten.

Da sich ExM in seinem Bereich nur an Kunden mit High-End-Ansprüchen im obersten Preissegment richtet, ist auch hier ein idealer Freiraum für Mult[*ii*]ideas, um Geschäftskunden mit gehobenem Anspruch zu bedienen.

Standort

Der Standort 12345 Exometown bietet sich für die Produkte des Unternehmens an. Durch bereits vorhandene und potenzielle neue Geschäftskunden ist der Standort für Mult[ii]deas besonders interessant.

Die Geschäftsräume mit ihrer guten Verkehrsanbindung (Autobahnanschluss) sowie der entsprechenden technischen Ausstattung und Infrastruktur mit repräsentativen Büroräumen ermöglichen uns, die zukünftigen Expansionsbestrebungen zu realisieren. Zudem ist das Bürogebäude eine Anlaufadresse für viele Unternehmen aus der Region und vereinfacht somit zusätzliche Kontaktaufnahmen.

Die Nähe zur Universität 12345 Exometown ist insofern ein interessanter Pluspunkt, da hier zusätzliche Aufträge im Rahmen von Projekten oder Auftragsarbeiten möglich sind. Darüber hinaus wird die Findung von fähigen Mitarbeitern aus dem Informatik-Sektor durch den vorhandenen Fachbereich der Universität stark erleichtert. Dieses sind entscheidende Vorteile gegenüber anderen Standorten.

Besonders erschwerende Standortfaktoren sind mir in Bezug auf das Unternehmen und auf die Branche nicht bekannt.

Marketing

Zielmarkt

Der Zielmarkt von Mult[ii]deas ist in der Anfangsphase vorerst regional ausgelegt. Er kann jedoch in seiner Ausrichtung auf Grund der Produkte und ihrer möglichen Produktdistributionswege jederzeit problemlos überregional und national ausgeweitet werden.

Als Kunden kommen Unternehmen in Frage, die Bedarf an visuellen Medien haben. Diese finden bei Mult[ii]deas ein sehr umfangreiches Angebot von professionellen Produkten.

Vor allem für Kunden, die Produkte wie Visualisierungen von aussergewöhnlicher Qualität oder Authentizität benötigen, bieten wir durch unsere fotorealistisch gerenderten Grafiken und Animationen besonders interessante Produkte.

Auch Kunden die Interesse an ergänzenden Produkten, Corporate Design, Broschüren, Plakaten, Web-Design, Grafiken oder Videoaufzeichnungen haben, können von unserem Dienstleistungs- und Produktspektrum profitieren.

Der Vorteil liegt dabei darin, dass bei Mult[ii]deas die Kunden einen konkreten, für sie verantwortlichen Ansprechpartner im Unternehmen haben, der über Entscheidungs- und Fachkompetenz verfügt und alle Dienstleistungen und Produkte unter einem Dach vereint.

Die Werbung ist bei Mult[ii]deas in verschiedenen Formen durch Printmedien, geschaltete Anzeigen, Besuch von Messen, Website, Gelbe Seiten etc. in ausgeprägter Form angelegt.

Die Primär-Strategie liegt dennoch auf Grund bisheriger sehr erfolgreicher Akquisition in der direkten Ansprache von Kunden und Weiterempfehlung durch bereits vorhandene Kunden.

Mult[ii]deas ist also bereits durch zahlreiche werbewirksame Mittel und Aktivitäten auf dem Markt zu finden.

Ein zusätzlicher Einsatz weiterer Werbemittel wird am Bedarf unter Berücksichtigung des Absatzes ausgerichtet.

Geschäftssystem

Mult[ii]deas stellt vor allem digitale Medien her.

Auch die Printmedien werden digital am PC erstellt. Die größeren Druckaufträge werden im Namen von Mult[ii]deas an eine Druckerei in 12345 Exometown weitergeleitet und die Endprodukte werden dann von Mult[ii]deas an den Kunden ausgeliefert oder versendet.

Vordrucke, Ansichtsmaterial, Broschüren von sehr geringer Auflage sowie Fotodrucke in DIN A3 können vor Ort erstellt werden. Die Produktion von Visualisierungen, Grafiken, Websites, digitaler Bild- und Videoerstellung sowie deren Bearbeitung erfolgen ebenfalls direkt in den Geschäftsräumen von Mult[ii]deas.

Eine Zusammenarbeit oder Kooperation mit anderen Unternehmen wird angestrebt, wenn diese absehbare Vorteile mit sich bringt.

Bereits vorhandene Kooperationen und werbetätige Kontaktpersonen:

Dr. Haacke 12345 Exometown
Marketingberatung Manfred Heppner
Architektur- und Designbüro Henry Hagen - 12345 Exometown
Buch- und Zeitschriftenhandlung Alfred Ahrens 12345 Exometown
Rechtsanwalt (Michael Jurist)
Verlag Reden 12345 Exometown

Unternehmensorganisation

Unternehmensführung/Gründerperson

Gründer: Max van Musterman, geb. 07.08.1973

Ich verfüge durch das Studium der ökonomischen und technischen Bildung sowie durch das langjährige Studium der Anglistik über sinnvolle, ergänzende Kenntnisse und Fähigkeiten für die Selbstständigkeit.

Eine mehrjährige Tätigkeit im Arbeitsbereich der Grafik- und Präsentationserstellung und der Entwicklung von Corporate Design, Teilnahme an Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen sowie die langjährigen Erfahrungen und Kenntnisse des Medienbereichs sind weitere Aspekte, die meine Unternehmerpersönlichkeit stärken.

Die von mir aufgebauten Kontakte zu Firmen und Personen aus den Branchen Wirtschaft, Banken, Beratung und Recht unterstützen mich bei wichtigen Fragen der Unternehmensführung.

Rechtsform

Innerhalb der nächsten 3 Monate wird ein Wechsel der Unternehmensform zur GmbH getätigt.

Hieraus ergeben sich bessere Haftungsbedingungen für das Unternehmen und eine mit der GmbH verbundene bessere Außenwahrnehmung des Unternehmens durch andere Unternehmen.

Die steuerlichen Vorteile und Abschreibungsmöglichkeiten sind weitere Aspekte, die einen Wechsel sinnvoll machen.

Organisation

Derzeit ist Mult[ii]deas noch ein Ein-Mann-Betrieb ohne fest eingestelltes Personal. Die Verantwortung und Zuständigkeit für das Unternehmen liegt in den Händen des Inhabers.

In besonderen finanziellen Fragen stehe ich in gutem Kontakt zu meiner Bank und meinem Steuerberater.

Durch die kompetenten Ansprechpartner in den relevanten Bereichen der Unternehmensführung werden eventuell fehlende Kenntnisse problemlos ausgeglichen.

Zu gegebener Zeit soll eine Aufteilung in Verantwortungsbereiche auf weitere spezialisierte Mitarbeiter in den verschiedenen ergänzenden Teilbereichen Foto und Web umgesetzt werden.

Chancen und Risiken

Mit Blick auf die gerade erst begonnene Selbständigkeit und dem bereits akquirierten Kundenstamm schätze ich derzeit meine Chancen am Markt als sehr gut ein.

Bei Umsatzeinbrüchen wird bei einigen Unternehmen leider fälschlicherweise bei der Werbung gespart, die daraus möglichen resultierenden Umsatzeinbrüche können durch die stabile finanzielle Grundlage von Mult[ii]deas und durch bereits bestehende Kooperationen ausreichend abgefangen werden.

Anhang

- Lebenslauf
- Einlagen und Investitionen
- Rentabilitätsvorschau
- Umsatz- und Rentabilitätsplanung
- Kostenübersicht
- Betriebliche Fixkosten
- Kapitalbedarfsübersicht
- Externe Bewertung
- Unterstützungserklärung

Lebenslauf und Ausbildungsgang

Persönliche Daten

Max van Musterman
Carl von Ossietzky Str. 1

12345 Exometown
Tel./Fax: (5555) – 55555 – 555

07.08.1969 in Exometown geboren
ledig

Student

Bildungsweg

1970-1974	Grundschule Exometown
1974-1978	Realschule Exometown
1978-1981	Realschule Exometown
1981-1984	Gymnasium Exometown - Abitur
1984-1986	Ökonomische und Technische Bildung an der Universität 12345 Exometown:

Berufstätigkeit

1988-1993	Tätigkeit in den Bereichen Grafik-, Präsentationserstellung, Entwicklung von Corporate Design und Softwareentwicklung im Institut für Ökonomische Bildung
-----------	---

Vorbereitung der Selbständigkeit

09/1994

08/1995 noch andauernd Selbständigkeit

12345 Exometown, August 1995

Einlagen und Investitionen

Eingebrachte Einlagen:

- Hardware (ca. 10.000 GE (= Geldeinheiten))
 - PC-Systeme
- Software (ca. 2.000 GE)
 - Grafiksoftware / Tools
- PKW (Restwert 5.000 GE)

Investitionen:

- Hardware (ca. 12.000 GE)
 - Fotoequipment
 - High-End Workstation-PC-Systeme
- Software (ca. 6.500 GE)
 - 3D Software
 - Productivity Software
 - Grafiksoftware
 - Websoftware
 - Office Software
 - ...
- Büroaustattung (ca. 4.500 GE)

Mult[ii]deas**Max van Musterman****Examplestreet 1****12345 Exampletown**

Rentabilitätsvorschau

Alle Beiträge ohne MwSt.	01.08.1994 31.12.1994	Jahr 1995	Jahr 1996
1. Einnahmen	16.500 GE	51.000 GE	71.000 GE
2. Rohertrag/Rohgewinn	16.500 GE	51.000 GE	71.000 GE
3. Aufwendungen			
Büromiete	3.600 GE	8.400 GE	8.400 GE
Werbung	2.000 GE	4.000 GE	3.000 GE
Kraftfahrzeugkosten			
Diesel	800 GE	1.800 GE	1.800 GE
Reparaturen	800 GE	1.800 GE	1.800 GE
Steuern	200 GE	500 GE	500 GE
Versicherungen	200 GE	500 GE	500 GE
Personalkosten	0 GE	12.000 GE	24.000 GE
Telefon, Internet, Fax, Portokosten	1.200 GE	3.200 GE	4.800 GE
Büromaterial	200 GE	400 GE	800 GE
Versicherungen	600 GE	1.600 GE	1.600 GE
Beiträge und Steuern	200 GE	200 GE	1.700 GE
Buchführungskosten und Beratung	1.000 GE	1.800 GE	2.400 GE
Sonstige Ausgaben	200 GE	200 GE	200 GE
Abschreibung, Entwicklung und Inventar	4.000 GE	5.600 GE	10.000 GE
Zinsen, Darlehen	500 GE	1.100 GE	1.000 GE
Summe Aufwendungen	15.500 GE	47.100 GE	64.500 GE
Jahresüberschuss	1.000 GE	3.900 GE	6.500 GE

17.2 Mustervertrag der Schülerfirma „Plop! Die Spaßgesellschaft“

Vertrag der BGB-Gesellschaft „Plop! Die Spaßgesellschaft“

§1

Die Damen und Herren (...) errichten eine Gesellschaft des Bürgerlichen Rechts zum Zweck des nachhaltigen Eventmanagements.

§2

Gegenstand der Gesellschaft ist die Durchführung von Abendveranstaltungen für Schülerinnen und Schüler.

§3

Die Gesellschaft führt die Geschäftsbezeichnung: „Plop Spaßgesellschaft“. Der Sitz der Gesellschaft ist Oldenburg (Oldb).

§4

Die Gesellschaft beginnt am 06.02.03 und wird zunächst auf ein halbes (1/2) Jahr geschlossen. Sie verlängert sich jeweils um ein weiteres 1/2 Jahr, wenn sie nicht spätestens einen Monat vor Beendigung gekündigt wird. Zur Kündigung ist jeder Gesellschafter befugt. Die Kündigung ist mittels eingeschriebenen Briefs jedem der Mitgesellschafter gegenüber zu erklären.

Eine Kündigung der Gesellschaft zu einem früheren Termin ist nur bei Vorliegen eines wichtigen Grundes zulässig.

Geschäftsjahr ist das Schuljahr des Landes Niedersachsen.

§5

Die ordentliche Gesellschafterversammlung ist mindestens einmal im halben Jahr, und zwar innerhalb von 1 Monat nach Ablauf des Geschäftsjahres durch die geschäftsführenden Gesellschafter einzuberufen.

§6

Die Gesellschafter leisten folgende Beiträge:

A: 5 € Einlagen

B:

C:

(Änderungen der Beiträge können handschriftlich eingefügt werden, wenn in der Gesellschafterversammlung eine 2/3 Mehrheit erreicht wurde. Änderungen müssen vom Geschäftsführer abgezeichnet werden.)

Die Erhöhung der Einlagen kann mit einer 2/3 Mehrheit in der Gesellschafterversammlung festgelegt werden.

§7

Die Geschäftsführung und Vertretung wird den Gesellschaftern Jana Rüger, Dennis Stroh, Ali Aslan Gümüşay und Richard Lemke allein übertragen. Jeder ist dazu berechtigt alle Handlungen, die gewöhnlich zur Erreichung des Gesellschaftszweckes erforderlich sind, mit Wirkung für die Gesellschaft vorzunehmen.

Die oben genannten Gesellschafter sind ferner ermächtigt, die Gesellschaft in vorstehendem Umfang Dritten gegenüber zu vertreten; sie dürfen die Gesellschafter jedoch lediglich mit dem Gesellschaftsvermögen haftbar machen. Jede weitergehende Verpflichtung bedarf zu ihrer Wirksamkeit der Zustimmung von 2/3 der Gesellschafter.

§8

Der Gesellschafter Benjamin Thelen ist zu einer nach handels- und steuerrechtlichen Vorschriften ordentlichen Buchführung verpflichtet. Er stellt nach Ablauf eines Geschäftshalbjahres einen Jahresabschluss auf, über den die Gesellschafterversammlung mit einfacher Mehrheit entscheidet.

§9

Am Gewinn und Verlust der Gesellschaft nehmen die Gesellschafter über ihre Kapitalanteile teil. Bei Verlusten, die das Gesellschaftsvermögen übertreffen, haftet jeder Gesellschafter in gleichen Teilen.

§ 10

Jedem Gesellschafter steht das Recht zu, sich persönlich jederzeit über die Angelegenheiten der Gesellschaft zu unterrichten, die Geschäftsbücher und die Papiere der Gesellschaft einzusehen und sich aus ihnen eine Übersicht über den Stand des Gesellschaftsvermögens anzufertigen.

§11

Kündigt ein Gesellschafter, so scheidet er aus der Gesellschaft aus, ohne dass die Gesellschaft aufgelöst wird. Die verbleibenden Gesellschafter sind berechtigt, die Gesellschaft fortzuführen. Die Kündigung bedarf der Schriftform und muss einen Monat vor Ende des Geschäftshalbjahres bei der Geschäftsführung eingereicht sein.

Das gleiche gilt, wenn in der Person eines Gesellschafters ein Umstand eintritt, der dem anderen Gesellschafter das Recht zur fristlosen Kündigung gibt, sowie beim Tod eines Gesellschafters.

Ein Gesellschafter, der das Gesellschaftsverhältnis gekündigt hat, hat kein Stimmrecht mehr.

§ 12

Ein Gesellschafter kann durch Gesellschafterbeschluss mit einer 2/3 Mehrheit aus der Gesellschaft ausgeschlossen werden.

§ 13

Zur Feststellung des Auseinandersetzungsguthabens sind Vermögen und Schulden der Gesellschaft mit ihren jeweiligen Verkehrswerten anzusetzen. Können sich die verbleibenden Gesellschafter und der ausscheidende Gesellschafter nicht über die anzusetzenden Werte einigen, so benennt jede Seite einen Sachverständigen. Können sich die benannten Sachverständigen nicht einigen, so wählen diese einen dritten Sachverständigen als Obmann. Können sich die drei Sachverständigen über den

Wert nicht einigen, so ist der Durchschnitt der zuletzt von jedem der drei Sachverständigen ermittelten Werte maßgebend. Dieser Betrag gilt dann als zwischen den Beteiligten vereinbart.

§ 14

Änderungen und Ergänzungen dieses Vertrags bedürfen der 2/3 Mehrheit der Gesellschafter und müssen schriftlich vorliegen, soweit nicht die notarielle Beurkundung vorgeschrieben ist. Ausnahme ist § 6.

§15

Sollten einzelne Bestimmungen des Vertrages nichtig oder unwirksam sein oder werden bzw. Formfehler oder Lücken enthalten, so wird die Gültigkeit des Vertrages im Übrigen hiervon nicht berührt. Die Gesellschafter verpflichten sich vielmehr, etwaige nichtige oder undurchführbare Vertragsbestimmungen oder vorhandene Lücken durch Bestimmungen zu ersetzen oder zu ergänzen, die dem wirtschaftlichen Willen der Beteiligten am nächsten kommen.

Gerichtsstand und Erfüllungsort ist Oldenburg.

Unterschrift der Geschäftsführung

Unterschrift des Gesellschafters

17.3 Der Arbeitsvertrag

Arbeitsvertrag

Zwischen

der Firma „xyz“

und

Frau/Herrn

wird folgender Arbeitsvertrag geschlossen:

I.

Das Arbeitsverhältnis beginnt am _____ .

Für die Dauer von zwei Monaten wird das Arbeitsverhältnis zur Probe abgeschlossen und endet mit Ablauf der Probezeit, sofern es nicht zuvor verlängert wird. Innerhalb der Probezeit kann das Arbeitsverhältnis unbeschadet des Rechtes zur fristlosen Kündigung gekündigt werden.

II.

Frau/Herr _____

wird als _____ eingestellt.

Frau/Herr _____ verpflichtet sich, alle ihr/ihm übertragenen Aufgaben sorgfältig auszuführen und auch andere als die vorgesehenen Aufgaben zu übernehmen; dies gegebenenfalls in anderen Abteilungen oder in einem zugehörigen Betrieb am gleichen Ort.

III.

Die Arbeitszeit beträgt _____ Stunden wöchentlich.

Beginn und Ende der täglichen Arbeitszeit und der Pausen richten sich nach der Betriebsüblichkeit.

IV.

Frau/Herr _____ erhält kein monatliches Bruttogehalt. Der Lohn des Arbeitnehmers richtet sich nach den Gewinnen. Soweit Zulagen oder Gratifikationen gewährt werden, erkennt die/der Arbeitnehmer(in) an, dass diese freiwillig gezahlt werden und auch hierauf nach wiederholter Zahlung kein Rechtsanspruch erwächst.

V.

Der/die Arbeitnehmer(in) ist verpflichtet, dem Arbeitgeber jede Dienstveränderung und die erforderliche voraussichtliche Dauer unverzüglich anzuzeigen. Auf Verlangen sind die Gründe mitzuteilen. Im Fall der Erkrankung ist sie/er verpflichtet, vor Ablauf des dritten Kalendertages nach Beginn der Arbeitsunfähigkeit eine ärztliche Bescheinigung über die Arbeitsunfähigkeit sowie deren voraussichtliche Dauer vorzulegen.

VI.

Im Fall der schuldhaften Nichtaufnahme oder vertragswidrigen Beendigung der Tätigkeit verpflichtet sich die/der Arbeitnehmer(in), der Firma eine Vertragsstrafe in Höhe eines Gesamtmonatbruttoeinkommens zu zahlen.

VII.

Hinsichtlich der Kündigung gelten die gesetzlichen Vorschriften.

VIII.

Alle Ansprüche, die sich aus dem Arbeitsverhältnis ergeben, sind von den Vertragsschließenden binnen einer Frist von zwei Monaten seit ihrer Fälligkeit schriftlich geltend zu machen. Ein Einklagen der Ansprüche wird allerdings ausgeschlossen.

Unterschrift der Geschäftsführer

Unterschrift des Arbeitnehmers

