



Ruanda-Gilde Louisenlund eSG

Gemeinnützige Schülergenossenschaft

Geschäftsplan

Kontaktdaten	Louisenlund 9, 24357 Güby Tel.: +49 (0)4354/999-653 • info@louisenlunder.de www.louisenlunder.de
Schule	Internatsgymnasium Stiftung Louisenlund Louisenlund 9, 24357 Güby, Tel.: +49 (0)4354/999-0
Verfasser	Julia Schlüter, Shasho Unrau, Hauke Nagel
Geschäftsidee	Import von Rohkaffee aus Ruanda, Röstung in der Internatsrösterei, Verkauf zugunsten einer Volksschule in Ntarama/Ruanda
Organisationsstruktur	Die eSG verfügt über einen Vorstand (4), einen Aufsichtsrat (4) und eine Mitgliederversammlung
Partnerunternehmen	Alt-Louisenlunder Bund e.V., Matthias Möhl, Louisenlund 9, 24357 Güby



1. Geschäftsidee/Nachhaltigkeit

Das von der Ruanda-Gilde eSG angebotene Produkt ist direktimportierter, von Schülerinnen und Schülern handwerklich gerösteter Kaffee, verkauft als „Louisenlunder Röstung“. Produziert werden Filterkaffee-Röstungen und Espresso-Röstungen, entweder gemahlen oder in ganzer Bohne, in 250- oder in 500-Gramm-Packungen.

Die „Louisenlunder Röstung“ bedient das steigende Bedürfnis der Kunden nach transparent und handwerklich produziertem, sozial und ökologisch weltverträglichem Kaffee. Die Rückverfolgbarkeit des gesamten Produktionsweges bis hin zur Anbau-plantage in Ruanda ist ein Alleinstellungsmerkmal des Kaffees.

Derzeit importieren wir maximal 1200 kg Rohkaffee aus Ruanda – womit das selbst-gesetzte Importlimit pro Geschäftsjahr erreicht ist. Eine Weiterentwicklung der Geschäftsidee zielt bewusst nicht auf die Steigerung der Produktionsmenge ab, sondern darauf, die Angebotsvielfalt zu erhöhen. Denkbar ist die Erweiterung des Angebots durch Kaffeevarietäten wie z. B. durch Perlbohnen-Kaffee oder entkoffeinierten Kaffee oder durch die Herstellung verschiedener Sorten- oder Röst-Mischungen. Eine weitere Option stellt die Verarbeitung von Kaffeesäcken dar: das Nähen von Tragetaschen oder von Sitzmöbel-Polstern etc.

Die Produktions- und Kapazitätsplanung obliegt zunächst dem vierköpfigen SG-Vorstand. Dieser unterbreitet der Mitgliederversammlung entsprechende Vorschläge z. B. zu den Möglichkeiten der Produktentwicklung oder -erweiterung. Jedes Mitglied kann sich außerdem mit Ideen oder Vorschlägen an den Vorstand wenden. Die Mitgliederversammlung ist beratend tätig.

Die Produktionskosten für das Kilogramm „Louisenlunder Röstung“ belaufen sich auf 11,50 Euro (Rohkaffee-Einkauf, Direktimport, Röstung, Kaffeesteuer, Verpackung, Etikettierung). Der Verkaufspreis liegt bei 30,00 Euro brutto. Vom Umsatz werden alle Ausgaben für den Geschäftsbetrieb bestritten (Werbematerial, Webseite, Anschaffung von Maschinen etc.).

Die Nachhaltigkeit der Geschäftsidee ist mehrfach begründet: Sie besteht in der Anbauweise des Kaffees durch den Einsatz von Naturdünger und den minimalen Einsatz von Pestiziden, in der fairen Bezahlung aller auf der Plantage arbeitenden Menschen und in der karitativen Verwendung des Gewinns, mit dem eine Volksschule für Kinder aus mittellosen Familien dauerhaft unterstützt wird.



2. Marktanalyse

Der Louisenlunder Kaffee ist für verschiedene Zielgruppen ein attraktives Produkt:

- die Louisenlunder Schülereltern
- die in der Region wohnenden Menschen
- die Stiftung Louisenlund und ihre Mitarbeiter
- die Kunden von nachhaltigen Food-Märkten überall in Deutschland (Green Market etc.)

Für den regelmäßigen Absatz des Kaffees sind die Louisenlunder Schülereltern besonders interessant, da sie über hohe Kaufkraft verfügen und den Kaffee sowohl für den privaten Konsum als auch für den Ausschank in ihren Unternehmen einsetzen.

Die Stiftung Louisenlund ist Abnehmer größerer Mengen Kaffee bei besonderen Anlässen oder Festivitäten (Stiftungsfeiern, Tag der offenen Tür, Bewirtung von VIP-Gästen etc.). Die Mitarbeiter der Stiftung kaufen den Kaffee für den privaten Konsum, allerdings aufgrund des recht hohen Preises eher sporadisch.

Die Bevölkerung Fleckeby und aus der Region kauft den Louisenlunder Kaffee hauptsächlich auf unserem Weihnachtsmarkt Anfang Dezember. In der Vorweihnachtszeit sind auch Kunden mit durchschnittlicher Kaufkraft bereit, ein so hochpreisiges Produkt zu kaufen, meist gedacht als Weihnachtsgeschenk. Auch der Spendenanteil in Höhe von etwa 30 Prozent ist für diese Käuferschicht ausschlaggebend. Die Anzahl der potenziellen Kunden kann wie folgt geschätzt werden:

- 20 Großkunden/Unternehmen durch Kontakte in die Elternschaft
- Eltern oder Elternteile von 300 Schülerinnen und Schülern
- etwa 1000 Einwohner in Fleckeby und Umgebung
- 90 Mitarbeiter der Stiftung Louisenlund

Die Erwartungen der Kundschaft an den Louisenlunder Kaffee bestehen im Aspekt der Nachhaltigkeit, der Bildungsförderung und des humanitären Zwecks. Kaffees von hoher Qualität in Herkunft und Röstung gibt es mittlerweile in jeder Kleinstadt zu kaufen. Die Käufer des Louisenlunder Kaffees treffen ihre Kaufentscheidung einerseits aufgrund der hohen Produktqualität, aber zusätzlich noch aufgrund der Tatsache, dass die gesamte Produktionskette in Schülerverantwortung liegt und dass der Gewinn aus dem Kaffee-Verkauf gemeinnützig verwendet wird.

Mitbewerber in der unmittelbaren Umgebung gibt es nicht. In der nächstgelegenen Stadt, in Eckernförde, gibt es eine kleine Kaffeerösterei und ein Feinkostgeschäft. Beide haben handwerklich gerösteten Kaffee im Angebot. Der Kaufpreis dieses Kaffees ist etwas geringer als der für den Louisenlunder Kaffee, im Durchschnitt etwa 24,00 Euro pro Kilogramm, allerdings auch ohne karitativen Erlös.



3. Rechtsform, Unternehmensziele, Förderzweck

Die „Ruanda-Gilde eSG“ ist ein selbstständiges Steuersubjekt mit eigener Steuernummer, Umsatzsteuerpflicht und eigenem Jahresabschluss. Nach vorläufigem Bescheid des Finanzamts Flensburg vom 28.4.2019 fördert die Ruanda-Gilde eSG gemeinnützige Zwecke. Damit ist sie berechtigt, Zuwendungsbestätigungen für satzungsgemäße Spenden auszustellen.

Die Ruanda-Gilde hat sich für die Unternehmensform Genossenschaft entschieden, weil diese mit der karitativen Idee des Kaffee-Projekts korrespondiert – das Fazit eines Vortrags von Genossenschaftsverbandler Joachim Burgemeister im Vorfeld der Gründung. Auf Solidarität und demokratischen Prinzipien beruhend, lehrt das Genossenschaftswesen unternehmerische Besonnenheit und nachhaltiges Wirtschaften im Dienste unseres Satzungszwecks. Hier der Satzungspassus im Auszug, der die finanzamtlich anerkannte Gemeinnützigkeit begründet: Der Zweck der Schülergenossenschaft besteht in der

Förderung der Bildung durch die Ausbildung und Betreuung ihrer Mitglieder bei der Ausübung eines karitativen Geschäftsbetriebs. Dieser Satzungszweck wird verwirklicht insbesondere durch das Betreiben einer Schülerfirma, die sich mit der Kaffeeproduktion und dem Handel mit Kaffeeprodukten beschäftigt. Die Mitglieder der Schülergenossenschaft erproben und erlernen den Betrieb eines Wirtschaftsunternehmens, Grundsätze des internationalen Handels und die Zusammenarbeit mit Zulieferern und Spendenempfängern aus einem anderen Kulturkreis.

Gegenstand des Geschäftsbetriebs sind: Import und Röstung von Rohkaffee aus aller Welt, insbesondere aus Ruanda, Verkauf des Röstkaffees zugunsten von Schulentwicklungs- und Sozialprojekten in Ruanda und in anderen sog. „Entwicklungsländern“ sowie die Förderung der globalen Handelsfairness.

Der Ertrag des Verkaufs von Kaffeeprodukten kommt insbesondere dem Aufbau und Erhalt der Volksschule „Les Génies“ in Ntarama/Ruanda zugute, deren Schülerinnen und Schülern der Schulbesuch nur mit dieser finanziellen Unterstützung möglich ist; darüber hinaus werden Sozialprojekte zugunsten von im Kaffeeanbau Beschäftigten und deren Familien gefördert sowie weitere Schulprojekte in Ruanda und in den sog. „Entwicklungsländern“.

Darüber hinaus korrespondiert die Unternehmensform Genossenschaft auch mit unserem Geschäftspartner in Ruanda: einem Zusammenschluss von mehreren Kaffeebäuerinnen und -bauern zu einer Kooperative, der Gitesi-Kooperative, die ebenfalls nach den Prinzipien der Solidarität und Demokratie organisiert ist.



4. Mitglieder und Organe der Schülergenossenschaft

Am 12. März 2019 haben folgende Personen an der Versammlung zu Gründung der Schülergenossenschaft „Ruanda-Gilde Louisenlund“ teilgenommen:

Liebholz, Alina	Buchenaus, Franz	Jobst, Vanessa
Puck, Saskia	Rösner, Dr. Peter	Kayser, Geraldine
Martin, Justus	Kroschel, Pito	Andresson, Adea
Unrau, Shasho	Shilkina, Elena	Händle, Clara
Unrau, Dr. Dirk	Harnier, Philippa von	Montag, Maxi
Möhl, Matthias	Martens, Emilia	Chan, Junsum
Dobrovolschi, Emilia	Lurina, Xenia	Quast, Jan-Philip
Stolz, Antonia	Schlüter, Julia-Helen	Beckmann, Max
Wiemann, Frida Elise	Schlüter, Hans-Wilhelm	Trautmann, Franziska
Dietrich, Valerie	Paulsen-Schlüter, Christina	
Jobst, Klaus-Peter	Nagel, Hauke	

Die durchgestrichenen Gründungsmitglieder sind Schüler, die ihre Mitgliedschaft mit dem Ablegen des Abiturs im laufenden 1. Geschäftsjahr beendet haben.

Weitere noch im laufenden Geschäftsjahr 2019 beitrittswillige Mitglieder sind die folgenden:

Neunast, Sarah	Friedel, Moritz	Bismarck, Luise von
Gottschling, Janell	Deyhle, Ronja	Ndayisaba, Musab

Die Organe der Schülergenossenschaft „Ruanda-Gilde Louisenlund“ nach § 9 Genossenschaftsgesetz sind Vorstand, Aufsichtsrat und Generalversammlung, deren Aufgaben durch die Satzung festgelegt sind:

Vorstand (4): Leitung der Schülergenossenschaft, Vertretung nach außen, Verantwortung für den Geschäftsbetrieb

Aufsichtsrat (4): Kontrolle der Arbeit und der Pflichterfüllung des Vorstands im Auftrag der Mitglieder

Generalversammlung: Demokratisches Forum der Genossenschaft für alle Mitglieder



5. Standort und Einrichtung

Die Schülergenossenschaft kann für ihre Arbeit im Wesentlichen zwei Räume nutzen, die ihr von der Stiftung Louisenlund zur Verfügung gestellt werden:

1. einen **Klassenraum**, in dem Versammlungen, Workshops, Fortbildungen, Informationsveranstaltungen, Besprechungen des Vorstands bzw. Aufsichtsrats, Mitgliederversammlungen etc. stattfinden;
2. die **schuleigene Rösterei**, in der bei Gründung der eSG folgendes Mobiliar und folgende Ausstattung vorhanden waren:

Mobiliar	Ausstattung
7 Arbeitstische	1 gasbetriebene Röstmaschine
8 Stühle	1 Industrie-Kaffeemühle
1 Verkaufstresen	1 Einbau-Spüle
1 Hängeschrank	2 Industriewaagen
1 Side-Bord	1 Heißsiegelgerät
1 Klapp-Tritt	1 Staubsauger

Mit der Stiftung Louisenlund als Schulträger wurde vereinbart, dass die eSG die Räumlichkeiten und die vorhandene Ausstattung für den Geschäftsbetrieb unentgeltlich nutzen darf; ebenso werden alle anfallenden Nebenkosten wie Strom, Wasser und Gas von der Stiftung getragen.

Da der Geschäftsbetrieb der Ruanda-Gilde vor Gründung der Schülergenossenschaft bereits seit 2016 unter einer anderen Schülerfirma gelaufen ist, war bereits vor der Genossenschaftsgründung ausreichend Kapital vorhanden, um Anschaffungen zur Weiterentwicklung und Optimierung der Geschäftsabläufe zu tätigen. Diese aus den Kaffee-Einnahmen voll finanzierten Anschaffungen aus 2017/18 sind in der folgenden Aufstellung unterstrichen:

Mobiliar	Ausstattung
1 Wandregal*	1 <u>Registrierkasse</u>
	1 <u>Industrie-Kaffeemühle</u>
	1 Heißsiegelgerät**
	1 geeichte Industrie-Waage**
	1 Laptop*
	1 <u>Industrie-Kaffeemaschine</u>
	1 Staubsauger*

* kostenlos bezogen als gebrauchtes Schul-Inventar

** kostenlos bezogen als Sachspende von Unternehmen

Da die Rösterei mit den aufgeführten Einrichtungsgegenständen und Maschinen funktional ausgerüstet ist, besteht auf absehbare Zeit kein Anlass für weitere Investitionen. Als Fernziel wäre die **Anschaffung eines automatischen Entsteiners** für die Optimierung des Produktionsbetriebs in Erwägung zu ziehen.



6. Marketing und Vertrieb

Seit der Gründung der SG wurden folgende Werbe- und PR-Maßnahmen durch den Vorstand realisiert und evaluiert:

Print-Werbung/-PR	
Art	Zielgruppe
1000 Faltblätter „Ein Kaffee, der Schule macht.“ mit Informationen zur Kaffeequalität, zur Beteiligung der Schüler an der Kaffee-Ernte und zur karitativen Verwendung des Gewinns.	Alle Kunden, die Kaffee kaufen oder konkretes Interesse daran haben. Informierende Funktion.
DIN A 1 Plakate mit Informationen zur Kaffeequalität.	Marktkunden. Animierende Funktion.
DIN A 8 Kärtchen mit Angaben zur Webseite der Genossenschaft und zum Online-Shop	Weitergabe an alle Kunden bzw. potenzielle Kunden. Informierend; eröffnet einen direkten Absatzkanal: den Online-Shop.
Werbung/PR in digitalen Medien	
Homepage der Genossenschaft www.louisenlunder.de mit Online-Shop	Kaffee-Interessenten regional und deutschlandweit
Diverse Social Media Maßnahmen des Vorstands (Facebook, Instagram etc.)	Schüler Louisenlunds, Jugendliche, junge Erwachsene
Sonstige Werbe-/PR-Maßnahmen	
Vorträge, Präsentationen und Charity Dinners	Service-Clubs (Rotary, Lions, Round Table etc.)

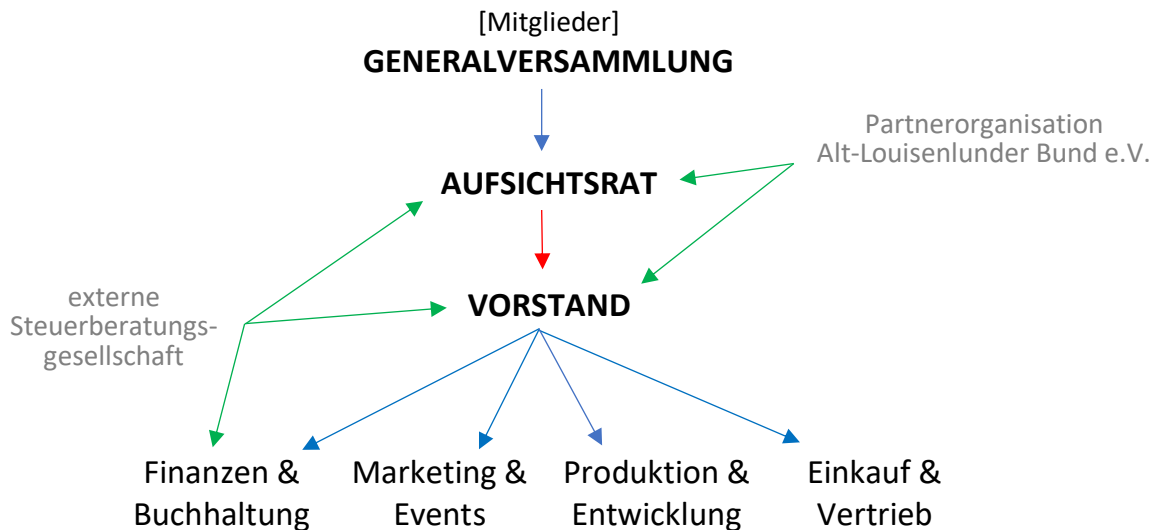
Der **Verkaufspreis** des Louisenlunder Kaffees wurde dem handelsüblichen Verkaufspreis für handwerklich gerösteten Kaffee angepasst. Dafür gab es drei Referenzwerte aus der Region: zwei Kaffeeröstereien und ein Feinkostgeschäft. Mit 15,00 Euro inkl. MwSt. pro Pfund ist der Louisenlunder Kaffee um etwa 10 % teurer als der teuerste in der Region erhältliche Kaffee. Dieser hohe Preis legitimiert sich durch die karitative Verwendung des Gewinns.

Die **Vertriebswege**, die die SG bedient, sind: Online-Handel über die Webseite der SG, Marktverkauf in der Region, täglicher Verkauf in der Stiftungsbibliothek (an Stiftungsmitarbeiter, Schülereltern, Besucher etc.).

Es wurde ein **SG-Logo** für das Briefpapier gestaltet (siehe oben in der Kopfzeile), das durch das Zusammenspiel von Kaffeebohne und Füllfeder eine Korrespondenz herstellt zwischen dem Kaffeeprojekt und der Schulförderung. Die einfachen von Hand bestempelten Kaffeetüten aus Kraftpapier korrespondieren mit dem Kaffee als nachhaltigem Naturprodukt. Auf der Kaffeetüte findet sich außerdem die Armillarsphäre („Sonnenuhr“), das Logo der Stiftung Louisenlund, mit hohem Wiedererkennungswert.



7. Organisation und Personal



Die Tätigkeiten des Vorstands im laufenden Geschäftsbetrieb sind vier Abteilungen zugeordnet, deren Aufgaben und Themen miteinander verschränkt sind. Für die Arbeit in jeder Abteilung ist jeweils ein Vorstandsmitglied verantwortlich, das die Abteilungsthemen in wechselnden – auch aus einfachen Mitgliedern bestehenden – Arbeitsgruppen leitet. So ist gewährleistet, dass dem Geschäftsbetrieb und der Geschäftsentwicklung die Kompetenz aller Genossenschaftsmitglieder zugutekommen kann.

Entscheidungsprozesse sind grundsätzlich demokratisch organisiert, wobei dem Vorstand die Verantwortung für die inhaltliche und konzeptionelle Arbeit in den einzelnen Abteilungen zukommt. Das bedeutet, dass aus dem vierköpfigen Vorstand Anregungen, Themen, Impulse oder Maßgaben für die einzelnen Abteilungen formuliert werden, die dann in den Arbeitsgruppen diskutiert, ausgearbeitet, modifiziert und umgesetzt werden.

Prinzipiell arbeiten Vorstand und Aufsichtsrat im Sinne der Satzung eng zusammen, insbesondere wenn es um finanzielle Aufwendungen von bedeutendem Volumen geht. Solche Entscheidungen werden in den Gremien getrennt beraten und dann in gemeinsamer Sitzung beschlossen – oder ggf. modifiziert.

Die Qualifikation oder Weiterbildung des Personals/des Vorstands erfolgt in regelmäßig stattfindenden Workshops zu Themen, die jedes Mitglied vorschlagen kann. Denkbar sind Fortbildungen z.B. zu Buchhaltung, Steuerrecht, Marketing, Rösts Schulungen etc. Diese Workshops werden prinzipiell von den Einnahmen der Genossenschaft finanziert.

Regelmäßig werden Vorstand und Aufsichtsrat externe Berater hinzuziehen, wenn es um Aspekte des Geschäftsbetriebs geht, für die den Schülerinnen und Schülern naturgemäß die Erfahrungen oder Kompetenzen fehlen. Dies ist insbesondere in Fragen der Buchhaltung und in allen rechtlichen Fragen der Fall: Als unterstützende Ansprechpartner stehen hier die Steuerberatungsgesellschaft Dr. Bönnte & Böhlke sowie der Alt-Louisenlunder Bund e.V. zur Verfügung.



8. Kapitalbedarf und Finanzplanung

Da die „Ruanda-Gilde eSG“ durch ihre Gründung aus einem bereits seit 2016 laufenden Geschäftsbetrieb einer anderen Schülerfirma ausgegliedert wurde, stand von Beginn an ausreichend Kapital zur Verfügung, um im laufenden Geschäftsjahr alle erforderlichen Investitionen aus Eigenmitteln zu tragen.

In der folgenden Finanzplanung für das Geschäftsjahr 2019 werden die schon vorhandenen und die noch zu erwartenden Einnahmen sowie die schon getätigten und noch zu erwartenden Ausgaben einander gegenübergestellt. Diese Auflistung ist prinzipiell auch auf das kommende Geschäftsjahr 2020 übertragbar, da eine signifikante Steigerung der Produktionsmenge nicht anvisiert ist :

Einnahmen seit Gründung aus Geschäftsbetrieb				Ausgaben seit Gründung für					
	GA	Spenden		Rohkaffee	Werbung	Verpackung	Büro	KaffeeSt.	
Kaffeeverkauf	15.125	310	4.472	bis 25.09.	3.752	185	595	165	835
	+ 5.500	+ 60	+ 1.000	bis 31.12.	+ 5.000	+ 300	0	+ 50	+ 655
	20.625	370	5.472	2019	8.725	485	595	215	1.490
Einnahmen 26.467 €					Ausgaben 11.510 €				
				+ 14.957 €					

Diese Einnahmen-Ausgaben-Prognose bezieht sich auf eine durchschnittliche Jahresproduktion von 900 kg Röstkaffee (= 1080 kg Rohkaffee). Bei Steigerung der Jahresproduktion auf das durch die Generalversammlung festgelegte Maximum von 1.200 kg Röstkaffee (1.350 kg Rohkaffee) ist davon auszugehen, dass das Verhältnis von Einnahmen zu Ausgaben im Wesentlichen stabil bleibt – bei einer Steigerung des Umsatzes von etwa 30 %.