

Hausarbeit

im Rahmen des berufsbegleitenden Masterstudienganges „Schul- und Bildungsmanagement“

an der Universität Potsdam und am W.i.B e.V.

im Modul SM 3.1

zum Thema

Modellkonzeption für die Gründung einer Schülerfirma am Humboldt-Gymnasium Cottbus zur Stärkung finanzieller Gestaltungsspielräume

vorgelegt von

Matthias Guttke

Siedlung 3

03096 Werben

0178/1369043

matthias.guttke@gmail.com

Matrikel-Nr.: 709386

und betreut durch

Prof. Dr. Frank Witte

Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin

FB 1 Wirtschaftswissenschaften

Professur für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Public Management

mail@frank-witte.de

Werben, den 06.08.2022

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	2
Abkürzungsverzeichnis	3
1. Einleitung	4
2. Begriffsexplikation	6
3. Strukturelle Rahmenbedingungen	7
4. Idee und Angebot	8
5. Marketing und Kundensegmente	9
6. Aktivitäten und Partner	10
7. Rechtsform und steuerrechtliche Fragen	12
8. Ausgewählte Aspekte des Rechnungswesens	13
9. Fazit: Grenzen und Möglichkeiten finanzieller Gestaltungsspielräume	15
Quellenangaben	18

Abkürzungsverzeichnis

HCCP	Hazard Analysis Critical Control Point, standardisiertes Eigenkontrollsystem für Hygiene
USP	Unique Selling Proposition, dt. Alleinstellungsmerkmal
4-P-Modell	Modell des Marketing-Mix aus Price, Product, Place und Promotion, dt. Preis-, Produkt-, Distributions- und Kommunikationspolitik

1. Einleitung

Die Gründung von Schülerfirmen gilt innerhalb der ökonomischen Bildung, die im Land Brandenburg in den Lehrplänen der Fächer Wirtschaft-Arbeit-Technik (WAT), Wirtschaftswissenschaft und z.T. Politische Bildung in den Sekundarstufen I und II an allen Schulformen im Rahmen des Wahl- und Pflichtbereichs verankert ist, seit Jahrzehnten als innovative und neuartige Unterrichtsmethode.¹ Schließlich birgt die Gründung von Schülerfirmen als Lernarrangement ein ausgesprochen tiefgreifendes pädagogisches Potential, das den Handlungsmaximen modernen Unterrichts, Handlungsorientierung, Selbstwirksamkeitserfahrungen, Lebensweltbezug, Berufsorientierung, Übernahme von Verantwortung etc., entspricht.² Unbestritten sind die vielfältigen didaktischen Zielsetzungen, die mit der Gründung einer Schülerfirma einhergehen: Förderung ökonomischer Bildung und persönlicher Selbstständigkeit sowie Eigenverantwortung, Interesse an unternehmerischem Handeln wecken, Wirtschaft praxisnah am und zugleich im Modell vermitteln etc.³ Vor diesem Hintergrund ist das zunehmende Interesse von schulischen und außerschulischen Akteuren in Brandenburg zu sehen, die Gründung von Schülerfirmen zu fördern: Das Ministerium für Jugend, Bildung und Sport (MBS) gibt auf seiner Homepage an, dass derzeit rund 130 Schülerfirmen bzw. 1.600 Schüler/innen im Land Brandenburg aktiv am Markt agieren.⁴ Zahlreiche staatlich (Bund und Land) wie privatwirtschaftlich geförderte Projekt-Initiativen, u.a. die Service-Stelle Schülerfirmen, begleiten mit Hilfe von Know-how-Transfer (u.a. in Form von Unterrichtsmaterialien, Vor-Ort-Beratung etc.) die Gründung von Schülerfirmen. Penning konstatiert, dass bereits jede vierte Sekundarschule in Deutschland eine Schülerfirma betreibe.⁵

Bei der Durchsicht der einschlägigen Literatur zum Thema der Schülerfirmen fällt insbesondere auf, dass vor allem pädagogische und didaktische Fragestellungen im Rahmen der Kompetenzentwicklung durch das Lernarrangement der Gründung von Schülerfirmen im Zentrum des Interesses stehen. Der Aspekt, dass Schüler/innen durch die Gründung von Schülerfirmen, die

¹ Vgl. Penning, I. (2018): Schülerfirmen aus Sicht von Lehrenden. Eine qualitative Studie zu einem Lernarrangement der ökonomischen Bildung, Wiesbaden: Springer VS., S. 2.

² Vgl. Haag, L. (2011): Problemorientierung, Handlungsorientierung, Erfahrungsorientierung. In: Kiel, E. et al. (Hrsg.): Unterrichtsgestaltung als Gegenstand der Praxis. Baltmannsweiler: Schneider-Verlag Hohengehren, S. 35.

³ Vgl. Weber, B. (2011): Schülerfirmen als Gegenstand und Methode ökonomischer Bildung. In: Retzmann, Th. (Hrsg.): Methodentraining für den Ökonomieunterricht. 2. Aufl. Schwalbach/Ts: Wochenschau-Verlag, S. 185.

⁴ Vgl. <https://mbjs.brandenburg.de/bildung/uebergang-schule-beruf/berufs-und-studienorientierung/schuelerfirmen.html>, Zugriff am 27.07.2022.

⁵ Vgl. Penning 2018, (FN 1), S. 32.

nicht nur als Unterrichtsprojekt geplant und umgesetzt werden und damit dem Schulträger zugeordnet werden, sondern als eigenständige Rechtsform oder aber unter dem Schirm des Fördervereins der Schule dauerhaft über viele Schüler/innen-Generationen hinweg finanzielle Gestaltungsspielräume gewinnen können, findet in den Erwägungen (u.a. auch einschlägiger Lehrpläne und Fachbriefe) wenig Berücksichtigung. Die vorliegende Arbeit soll eine Modellkonzeption für die Gründung einer konkreten Schülerfirma, die auf dem Schulgelände Honig und weitere Imkererzeugnisse wie Bienenwachskerzen und Propolis produziert und vermarktet und die unter dem Schirm des Schulfördervereins betrieben wird, vorstellen. Vertieft werden sollen die Probleme der ordnungsgemäßen Buchführung sowie der Rechtsgrundlagen der Steuerpflicht.

Die Arbeit gliedert sich in aufeinander aufbauende Abschnitte. Ausgehend von der Explikation des Begriffs der Schülerfirma beschreibe ich nachfolgend die strukturellen Rahmenbedingungen vor Ort am Humboldt-Gymnasium Cottbus. Hierbei fokussiere ich insbesondere das Profulfach Wirtschaftswissenschaften sowie den bestehenden Förderverein der Schule. Im weiteren Schritt beschreibe ich das Vorhaben der Gründung der konkreten Schülerfirma im Bereich der Imkerei, indem ich in aller Kürze auf die Handlungsfelder a) Idee und Angebot, b) Marketing, c) Kundensegmente und d) Aktivitäten sowie e) Partner eingehe. Im Zentrum der Arbeit stehen sodann a) steuerrechtliche Fragen der Schülerfirma, die unter dem Schirm des Fördervereins der Schule betrieben wird und b) Aspekte der Bilanzanalyse, im Zuge derer ich beispielhaft finanzbuchhalterische Vorgänge vorstelle. Abschließend diskutiere ich die Grenzen und Möglichkeiten finanzieller Gestaltungsspielräume der Schule, die sich aus der auf Dauer, d.h. über mehrere Schülergenerationen hinweg betriebenen Schülerfirma ergeben. Damit ist die Frage verbunden, welche Mehrwerte sich für die Schule aus den erzielten Überschüssen bzw. Gewinnen der Schülerfirma erzielen ließen. So profitiert die Schule ideell u.a. im Bereich der Außenwirkung oder auch materiell im Innenverhältnis, indem der Zweck des Fördervereins der Schule (u.a. die Ausgabe von Büchergutscheinen für besondere Leistungen von Schüler/innen) gestärkt wird.

Die Arbeit verfolgt das Ziel, eine Modellkonzeption für das Betreiben einer konkreten Schülerfirma am Humboldt-Gymnasium Cottbus im Bereich der Imkerei auf dem eigenen Schulgelände zu entwickeln, die sowohl steuerrechtliche Fragen, die sich u.a. aus der Rechtsform ergeben – hier unter dem Schirm des Fördervereins der Schule – als auch wesentliche Kennzahlen der Bilanzanalyse hinsichtlich der Finanzierung, Rentabilität, Break-Even und Liquidität auseinandersetzt. Die Schülerfirma soll auf Dauer angelegt sein. Über Schülergenerationen hinweg

soll die Schülerfirma betrieben werden. Die sich aus dem Vorhaben ergebenden neuen finanziellen Gestaltungsspielräume für die Schule selbst werden abschließend zur Diskussion gestellt. Die Hausarbeit versteht sich als begründete Handlungsempfehlung für die konkrete Umsetzung des vorgestellten Projektvorhabens.

2. Begriffsexplikation

Zunächst gilt es, den zentralen Begriff der Schülerfirma zu definieren, um dessen semantisches Spektrum für die weiteren Ausführungen in der vorliegenden Arbeit nachvollziehbar darzustellen. Schülerfirmen bzw. auch Schülerunternehmungen verfolgen im Sinne eines Lernarrangements im Rahmen des Fachunterrichts, u.a. der Wirtschaftswissenschaften, zwar pädagogische und didaktische Zielsetzungen, dennoch stellen sie ökonomisch gesehen durchaus annäherungsweise reale Firmen dar, die durchaus eine Gewinnerzielung beabsichtigen und einem realen wirtschaftlichen Risiko ausgesetzt sind: „Schülerfirmen sind von Schülerinnen und Schülern organisierte ökonomisch agierende Einrichtungen, die Produkte und Dienstleistungen für einen anonymen Markt anbieten und dabei mindestens Kostendeckung, in der Regel aber Gewinne anstreben und ein gewisses Risiko tragen“.⁶ Dass Weber das unternehmerische Handeln von Schüler*innen – Kunden akquirieren, Angebote kalkulieren, die Herstellung organisieren und umsetzen, den Vertrieb optimieren, die Buchführung übernehmen etc. – auf einen „anonymen Markt“ beschränkt, ist in meinen Augen zu kurz gegriffen.⁷ Selbstverständlich bilden Schülerfirmen reale Produkt- und Geldströme ab und gehen reale Außenkontakte ein.⁸ Insofern kann eine Schülerfirma in meinen Augen durchaus auch über den anonymen Markt hinausgehend im Kundenauftrag produzieren bzw. anbieten. Auch wenn Schülerfirmen, die unter dem Schirm eines Fördervereins agieren, der Zustimmung der Schulleitung bedürfen und keine realen Unternehmungen, sondern Schulprojekte darstellen, so bilden sie doch ganzheitlich relevante unternehmerische Handlungsfelder, wie sie u.a. im sog. Canvas-Modell⁹ zusammengefasst werden, ab.

⁶ Weber 2011, (FN 3), S. 191.

⁷ Weber 2011, (FN 3), S. 191.

⁸ Vgl. Penning 2018, (FN 1), S. 10.

⁹ Beim Canvas-Modell handelt es sich um eine visuelle Methode der Unternehmensentwicklung, -gründung oder Change-Managements, die insgesamt neun unternehmerische Handlungsfelder konsistent aufeinander bezieht (nach Osterwalder et al. 2011).

3. Strukturelle Rahmenbedingungen

Zunächst einmal stellt die Berufs- und Studienorientierung an Schulen des Landes Brandenburg ein zentrales Element pädagogischen Handelns dar. Die entsprechende Verwaltungsvorschrift zur Berufs- und Studienorientierung an Schulen des Landes Brandenburg (VV BStO) erwähnt als Kann-Bestimmung im § 13 explizit Schülerfirmen: „Schulen können Schülerfirmen gründen. Sie können im Unterricht oder im Wahlpflichtunterricht des Unterrichtsfaches W-A-T integriert oder als eigenständiges Schulprojekt durchgeführt werden.“¹⁰ Auch der Rahmenlehrplan für das Unterrichtsfach Wirtschaft-Arbeit-Technik im Land Brandenburg regt für die Aneignung ökonomischer Kompetenzen die Gründung von Schülerfirmen explizit an: „Wesentliche Kriterien einer Schülerfirma sind, dass reale Geschäftsbeziehungen zu gruppen-externen Kundinnen und Kunden aufgebaut, die Produkte gegen ein Zahlungsmittel verkauft und die Geschäftsergebnisse bilanziert werden. Da eine Schülerfirma in hohem Maße integrativ ist, können ökonomische und technische Aspekte aus einzelnen Lernmodulen integriert werden.“¹¹ Das Fach Wirtschaftswissenschaften stellt am Humboldt Gymnasium Cottbus im Rahmen der Profilbildung seit 1991 eine wesentliche Säule dar. Innerhalb der Sek. I ist das Unterrichtsfach Wirtschaftswissenschaften ein bei Schüler*innen beliebtes Wahlpflichtfach. In der Sek. II vertiefen Lernende ihre ökonomischen Kompetenzen im Grund- oder Leistungskurs. Nicht selten legen einzelne Schüler*innen ihr Abitur in diesem Fach ab.

Eine weitere strukturelle Gegebenheit stellt der 1993 gegründete aktive Förderverein des Humboldt-Gymnasiums Cottbus e.V. dar. Gemäß der Satzung ist der Zweck des eingetragenen Vereins die „Förderung der Erziehung“, die u.a. durch die „Unterstützung der Schule in ideeller und materieller Weise“¹² verwirklicht werden soll. Eine Schülerfirma, die unter dem Schirm des Fördervereins betrieben wird, ergänzt die Mittel zur Erfüllung der Aufgaben des Vereins. Bisherige Mittelzuflüsse an den Verein setzen sich aus Mitgliedsbeiträgen (20 € Jahresbeitrag x 120 Mitglieder), Spenden und sonstigen Zuwendungen von öffentlicher und privater Seite zusammen. Pro Wirtschaftsjahr, das dem Kalenderjahr entspricht, fließen dem Verein derzeit

¹⁰ VV BStO unter https://bravors.brandenburg.de/verwaltungsvorschriften/vv_bsto#13, Zugriff am 07.08.2022.

¹¹ Rahmenlehrplan Teil C, Wirtschaft-Arbeit-Technik der JGS 5-10, S. 50 (https://bildungs-server.berlin-brandenburg.de/fileadmin/bbb/unterricht/rahmenlehrplaene/Rahmenlehrplanprojekt/amtliche_Fassung/Teil_C_WAT_2015_11_10_WEB.pdf, Zugriff am 07.08.2022.

¹² Satzung des Fördervereins des Humboldt-Gymnasiums Cottbus e.V. <https://humboldt-gymnasium.eu/downloads/Satzung%20Foerderverein.pdf>, Zugriff am 07.08.2022.

ca. 5.000,00 € zu. Mögliche Gewinne, die sich aus den Aktivitäten einer Schülerfirma ergeben, diversifizieren und ergänzen die Einnahmesituation des Vereins.

4. Idee und Angebot

Das Schulgelände des Humboldt-Gymnasiums Cottbus ist durch dessen Stadtrandlage im Grünen auf ca. 12.000 Quadratmetern für die Produktion von Bienenhonig prädestiniert. Bienen finden hier in unmittelbarer Nähe Futter. Die Honig- und Pollenerträge der Pflanzen ergeben sich aus einem großen Bestand an Linden, Akazien und Wildblumen, der im Umkreis von 2 Kilometern für Bienen gut erreichbar ist. Diese äußeren Bedingungen versprechen eine effektive und profitable Honigproduktion.

Allgemein genießen Honigbienen in der Gesellschaft eine äußerst hohe Wertschätzung, sind sie doch für das Bestäuben von über 80% aller Pflanzen verantwortlich.¹³ Honig kann ab Mai bis Oktober mehrmals jährlich geerntet werden. Um 100 Kilogramm Honig pro Jahr zu produzieren, bedarf es 4 Bienenvölker: „Im Durchschnitt wird jedoch davon ausgegangen, dass Bienen circa 25 kg Honig in jedem Bienenhaus sammeln können. Es sei daran erinnert, dass diese Menge leicht auf 40-45 kg bei Wanderimkereien ansteigen kann. Bei schlimmeren Wetterbedingungen kann der Produktionsertrag zu 10 oder maximal 15 kg sinken.“¹⁴

Zulassungsrechtlich sind für den Betrieb einer Imkerei keine besonderen Qualifikationserfordernisse darzulegen. Lediglich ein Gesundheitspass, dessen Ausstellung das Gesundheitsamt vornimmt, sowie die Abnahme der Produktionsräumlichkeit durch das zuständige Veterinäramt sind beizubringen.

Aufgestellt werden die 4 Bienenstöcke im geschützten Bereich der Schule am Waldesrand in Zaun-Nähe, um Störungen sowie Verletzungen durch Annäherung zu vermeiden.

Die zu gründende Schülerfirma bietet den geernteten Honig in einer Menge von 100 Kilogramm pro Jahr an. Dieser Honig zeichnet sich durch folgende Eigenschaften aus: naturbelassen, regional, frei von Zusätzen, kalt geschleudert, nachhaltig durch einmaliges Schleudern pro Jahr und handverarbeitet. Abgefüllt wird der Honig in 250 und 500 Gramm Gläschen mit entsprechendem Etikett.

¹³ Vgl. Mojka, A. (2021): Wie viel Honig lässt sich aus einem Bienenstock gewinnen? Honigproduktion – süße Geschäftsidee (<https://www.expondo.de/inspirationen/honigertrag-provolk/>, Zugriff am 07.08.2022), S. 1.

¹⁴ Vgl. Mojka, A. (2021): Wie viel Honig lässt sich aus einem Bienenstock gewinnen? Honigproduktion – süße Geschäftsidee (<https://www.expondo.de/inspirationen/honigertrag-provolk/>, Zugriff am 07.08.2022), S. 1.

Zusätzlich soll als Produkt der Schülerfirma ca. 1 Kilogramm Propolis pro Jahr gewonnen werden (pro Bienenvolk zwischen 50 und 500 Gramm Propolis pro Jahr). Dieses Gesundheitsprodukt ist in der Naturmedizin sehr nachgefragt. Propolis gilt als antibakteriell, antiviral, antimykotisch, antiallergisch, wundheilend etc., dient der inneren wie äußeren Anwendung und wird als feste kleine Kügelchen unterschiedlicher Größe in Dosen von 25 und 50 Gramm angeboten.¹⁵

Darüber hinaus werden aus Bienenwachs naturbelassene Wachskerzen in der Schülerfirma mit eigenen Motiven hergestellt: Gemäß einer Studie des Deutschen Imkerbundes produziert ein Bienenvolk durchschnittlich 900 Gramm reines Bienenwachs. Aus insgesamt 3,6 Kilogramm reinen Bienenwachs (4 Völker) ließen sich 72 Kerzen á 50 Gramm herstellen.¹⁶

Zusammenfassend sollen zu Beginn des neuen Schuljahres 2023/2024 (ab September) drei Produktlinien aus der schuleigenen Imkerei über die zu gründende Schülerfirma vertrieben werden: 100 Kilogramm Honig, 1 Kilogramm Propolis und 72 Bienenwachskerzen. Den oben hergeleiteten durchschnittlichen Produktionsertrag erbringen 4 Bienenvölker, die von Schüler*innen der Schülerfirma bewirtschaftet werden.

5. Marketing und Kundensegmente

Der Marketingbegriff schillert und setzt im Laufe der Zeit stets neue Akzente.¹⁷ Ein moderner Marketingbegriff beschreibt eine an den Wünschen und Bedürfnissen der definierten Kundengruppen ausgerichtete strategische Unternehmensführung gemäß dem Motto „Der Kunde will nicht Ein-Zoll-Bohrer, sondern Ein-Zoll-Löcher“.¹⁸ Folglich geht es beim Marketing um die Kommunikation des wahrnehmbaren Wertes, der Leistungs- bzw. Wettbewerbsvorteile des Produktes aus Sicht der Kundengruppen und ihren Bedürfnissen/Wünschen. Im Falle der schuleigenen Honigprodukte handelt es sich um werthaltige Produkte, auch Lebensmittel, die sich durch spezifische Eigenschaften, auch Alleinstellungsmerkmale (USP) genannt, auszeichnen (hand-made, regional, naturbelassen, kalt geschleudert, bienenfreundlich), die wahrnehmbar

¹⁵ Vgl. Haselier, Ch. (2022): Propolis. Ein Wundermittel? Eine Biologin klärt auf (<https://bienen.info/propolis-ein-wundermittel-eine-biologin-klaert-auf/>). Zugriff am 07.08.2022).

¹⁶ Vgl. Fischer, J. et al. (2017): Wachs. Ein unterschätztes Bienenprodukt (https://deutscherimkerbund.de/userfiles/downloads/satzung_richtlinien/Wachsbroschuere_aktuell.pdf, Zugriff am 07.08.2022), S. 9.

¹⁷ Vgl. Tomczak, T. (2014): Marketingplanung. Einführung in die marktorientierte Unternehmens- und Geschäftsplanung, 7. Aufl., Wiesbaden: Springer-Gabler., S. 11-21.

¹⁸ Vgl. Tomczak, T. (2014): Marketingplanung. Einführung in die marktorientierte Unternehmens- und Geschäftsplanung, 7. Aufl., Wiesbaden: Springer-Gabler, S. 17.

über Kommunikation (online wie offline), Produktdesign (Etikette), den Preis und die Distribution am Markt platziert werden (4-P-Modell). Die beschriebenen Alleinstellungsmerkmale klassifizieren z.B. den schuleigenen Honig als Qualitätsprodukt, das einen überdurchschnittlichen Preis nahe des Premiumsegments zeitigt (hier: 4 € für ein 250-Gramm- und 6 € für ein 500-Gramm-Gläschen). Diese Qualitätsstufe mit dem entsprechenden Preisniveau muss sich in einem hochwertigen Produktdesign, sprich einer professionell gestalteten Etikette, widerspiegeln. Zudem müssen sämtliche Kommunikationsformate in einer Linie hohen Ansprüchen Genüge tun. Im Offline-Bereich empfehlen sich Visitenkarten und Broschüren sowie Aufsteller und Anzeigenwerbung in der Schülerzeitung. Im Online-Bereich sollte Kundenbindung über einen Social-Media-Unternehmensaccount wie z.B. Instagram erfolgen. Neben einem eigenen Webshop für den Produktvertrieb ist eine Budgetierung via Werbesystem von Google-Ads vorgesehen von 10 € pro Monat.

Die Kundensegmente lassen sich folgendermaßen definieren:

1. Die Eltern der Schüler (460 Schüler \times 2 = 920 Personen) sind potentielle Nachfrager, weil sie ihre Kinder unterstützen und mit dem Kauf des Produktes die Aufgaben des Fördervereins der Schule promovieren.
2. Die Lehrerschaft (32 Lehrkräfte) stellt eine Kundengruppe dar, weil sie sich mit der Schule und den Aktivitäten der Schüler identifizieren.
3. Die Kooperationspartner der Schule (3 Partnerschulen im Ausland, Staatliches Schulamt, Schulträger, Ministerium), potentiell weit über 1.000 Personen, interessieren sich dafür, ein Schülerprodukt zu erwerben, mit dessen Produzenten sie in Verbindung stehen.
4. Der anonyme Markt im gesamten deutschsprachigen Raum, der via Online-Shop Honigprodukte aus der schuleigenen Imkerei aufgrund von positiven Rezensionen über Google, Testimonial-Aussagen, Werbebanner etc. bestellt, kommt als Kundensegment ebenfalls in Frage.

Grundsätzlich handelt es sich um eine Business-to-Customer-Beziehung. Es werden Privatkunden angesprochen.

6. Aktivitäten und Partner

Die geplante Schülerfirma sollte aus meinen Augen aus mind. 6, aber auch nicht mehr als 12 Personen bestehen, die das Wahlpflichtfach Wirtschaftswissenschaften am Humboldt-Gymnasium Cottbus belegen. Meines Erachtens nach ist ein optimaler Beginn für die Aufnahme der

unternehmerischen Schülertätigkeiten in der Jahrgangsstufe (JGS) 10 gegeben, da Schüler*innen erste marktwirtschaftliche Grundlagenkompetenzen in der JGS 9 u.a. zum freien Markt, zur Angebots- und Nachfragefunktion, Preisbildung, Kostenfunktionen etc. kennengelernt haben. Schüler*innen hätten ab der JGS 10 die Möglichkeit, sich über drei Jahre bis zum Abitur in der Schülerfirma zu engagieren. Die aus der Schülerfirma zum Ende der JGS 12 ausscheidenden Schüler*innen können turnusgemäß durch Neuzugänge aus der JGS 10 aufgefüllt werden, so dass unternehmerisches Know-how im Sinne des Konzeptes Schüler*innen lehren Schüler*innen von der „älteren“ an die „jüngere“ Schüler*innengeneration weitergegeben werden kann.

Im Zusammenhang mit dem Betrieben einer schuleigenen Imkerei bewältigen die in der Schülerfirma engagierten Schüler*innen eine Vielzahl an eng miteinander verzahnten Aufgaben:

- regelmäßiges Monitoring der 4 Bienenstöcke hinsichtlich der Bienengesundheit, der Populationsentwicklung, der Reinigung, der Kontrolle etc. auf dem Schulgelände
- Bestellungen bei Lieferanten (Dochte für die Kerzenproduktion, Gläser, Etiketten etc.)
- Ernten des Bienenhonigs, des Bienenwachses und des Propolis (1 x jährlich im Sommer über ca. eine Woche, evtl. im Rahmen der Projektwoche)
- Herstellung der Kerzen sowie des Propolis sowie Honigabfüllung aus der Schleuder in Gläser
- Lagerung der Waren, Pflege des Warenwirtschaftssystems, Inventur
- Betreuen des Online-Shops, Produktbeschreibungen, Produktphotographien etc.
- Kundenkommunikation, Beschwerdemanagement
- Rechnungslegung, Controlling, Bezahlssysteme betreuen, Mahnwesen
- Marketingaktivitäten begleiten (online wie offline), Öffentlichkeitsarbeit
- Dokumentation, ordnungsgemäße Buchführung, Belegaufbewahrung

Diese nicht abgeschlossene Liste der wesentlichen Aktivitäten der Schülerfirma wird durch eine Reihe ausgewählter Partner unterstützt. Die Schulleitung sowie der Förderverein der Schule sind unabdingbare Partner sowie rechtliche Voraussetzung. Darüber hinaus ist die temporäre Nutzung der schuleigenen Küche für die Honigproduktion essentiell, denn eine Zulassungsvoraussetzung für die Aufnahme der unternehmerischen Tätigkeit der Imkerei ist eine Räumlichkeit, die vom kommunalen Veterinäramt hinsichtlich des Hygienekonzeptes (HCCP-Konzept) abgenommen worden ist. Des Weiteren sollte eine Steuerberatung den Jahresabschluss erstellen. Ein eigenes Konto für die Schülerfirma bei einer ausgewählten Bank erleichtert das Einhalten der Maßgaben der ordnungsgemäßen Buchführung. Ausgewählte Lieferantenbeziehungen stärken

7. Rechtsform und steuerrechtliche Fragen

Hinsichtlich der Rechtsform empfiehlt sich das Betreiben der Schülerfirma von einer Gemeinschaft von Schüler*innen (der JGS 10-12) unter dem Schirm des am Humboldt-Gymnasium Cottbus bestehenden Fördervereins. Voraussetzung ist ein Beschluss des Vereinsvorstandes über eine Satzungsänderung, nach der die Tätigkeit des Betriebens einer Schülerfirma in die Satzung aufgenommen wird. Dieser Förderverein ist gem. § 1, Abs. 1, Nr. 5 Körperschaftsteuergesetzes (KStG) Steuersubjekt.¹⁹ Ein nichtrechtsfähiger Verein ist mit den Einkünften aus gewerblicher Tätigkeit demgemäß unbeschränkt körperschaftsteuerpflichtig bis zu einem Freibetrag von 5.000,00 € Gewinn (§ 24 KStG). Erzielte Umsätze aus der Schülerfirma unter dem Schirm des Fördervereins unterliegen der Umsatzbesteuerung. Im Falle von Honig ist der reduzierte Steuersatz i.H.v. 7%, von Nebenprodukten der Imkerei (Wachskerzen, Propolis) der Regelsteuersatz i.H.v. 19% zu veranschlagen bzw. zu vereinnahmen. Gemäß § 19 UStG kann die sog. Kleinunternehmerregelung in Anspruch genommen werden, wenn die Umsätze im vorangegangenen Jahr die Grenze von 22.000 € bzw. im laufenden Kalenderjahr i.H.v. 50.000 € nicht überschreiten. Die Inanspruchnahme der Kleinunternehmerregelung gem. § 19, Abs. 1 UStG berechtigt nicht zum Vorsteuerabzug. Die Aufwendungen für die Buchführungen reduzieren sich allerdings erheblich, schließlich entfallen Umsatzsteuervoranmeldungen sowie die Umsatzsteuererklärungen, weshalb ich empfehle, auch mit Blick auf die zu erwarteten geringen Umsätze in der Anlaufphase der ersten 3 Jahre, die Kleinunternehmerregelung zunächst in Anspruch zu nehmen.

Möglich wäre es auch, dass sich der Verein „Schülerfirma“ eine Satzung gibt, die gem. §§ 51-68 der Abgabenordnung (AO) den gemeinnützigkeitsrechtlichen Ansprüchen genügt. Aufgrund der vom zuständigen Finanzamt zuerkannten Gemeinnützigkeit, die sich aus der Förderung von Bildung und Erziehung herleiten kann, kann die Schülerfirma gem. § 65 AO als steuerbefreiter Zweckbetrieb anerkannt werden.²⁰ Wenn die Bruttoeinnahmen in diesem Fall die Grenze von 35.000 € pro Jahr nicht überschreiten, entfällt die Körperschaftsteuerpflicht. Bei Überschreitung der Kleinunternehmergrenze unterliegen darüber hinaus nicht nur der Honig, sondern in

¹⁹ Vgl. Schorlemmer, H. (2014): Sponsoring & Fundraising. Köln: Carl-Link-Verlag, S. 85.

²⁰ Vgl. Rauhut, J.-U. et al. (2017): Fachbrief Nr. 8 WAT. Rechtsgrundlagen von Schülerfirmen (https://bildungsserver.berlin-brandenburg.de/fileadmin/bbb/unterricht/fachbriefe_berlin/arbeitslehre_wat/Fachbrief_WAT_08_Schuelerfirma_Digitale_Welten_Lernaufgaben.pdf, Zugriff am 10.08.2022), S. 3.

diesem Falle auch die Imkernebenprodukte dem reduzierten Umsatzsteuersatz i.H.v. 7%. Überschreiten die jährlichen Bruttoeinnahmen die Grenze von 35.000 € jedoch, so wird die Schülerfirma wiederum körperschaftssteuerpflichtig.²¹

8. Ausgewählte Aspekte des Rechnungswesens

Im Rahmen der Gründung der schuleigenen Imkerei unter dem Schirm des Schulfördervereins des Humboldt-Gymnasiums Cottbus investiert die Schülerfirma zunächst in notwendiges Anlage- und Umlaufvermögen, das für den Produktionsbetrieb von 4 Bienenstöcken auf dem schuleigenen Gelände unerlässlich ist. Die einzelnen Positionen, Preise und Menge orientieren sich an Kostenrechnungen, wie sie vom Landesbetrieb Bieneninstitut Kirchheim (Hessen) modellhaft erstellt worden sind.²² Das Kapital erhält die Schülerfirma in Form eines langfristigen zinslosen Darlehens mit Sondertilgungsrecht i.H.v. 2.750,00 € vom Förderverein. Folgendermaßen werde ich nun modellhaft vorgehen:

1. Erstellung der Eröffnungsbilanz (ausgehend vom Inventar der Schülerfirma nach Gründung zum Stichtag 01.01.2023)
2. Darstellung der Geschäftsfälle und Eröffnung der Konten
3. Bildung der Buchungssätze
4. Buchen der Geschäftsfälle und Abschluss der Konten
5. Erstellung der Schlussbilanz

Anfangsinventar der schuleigenen Imkerei am Humboldt-Gymnasium Cottbus

A. Vermögen

1. Anlagevermögen

Bienenvölker (4 Stück á 125,00 €)		500,00 €
1.1. Maschinen		
Schleuder Handbetrieb	450,00 €	
Entdeckungsgeschirr	100,00 €	
Abfüllkanne	<u>100,00 €</u>	650,00 €
1.2. Betriebs- und Geschäftsausstattung		

²¹ Vgl. Rauhut, J.-U. et al. (2017): Fachbrief Nr. 8 WAT. Rechtsgrundlagen von Schülerfirmen (https://bildungsserver.berlin-brandenburg.de/fileadmin/bbb/unterricht/fachbriefe_berlin/arbeitslehre_wat/Fachbrief_WAT_08_Schuelerfirma_Digitale_Welten_Lernaufgaben.pdf, Zugriff am 10.08.2022), S. 3.

²² Erzeugungskosten für Honig vgl. https://www.bienenzuchtverein-sulzbach-rosenberg.de/fileadmin/daten_40812/932_-_Erzeugungskosten_fuer_1_kg_Honig_100930_1_.pdf, Zugriff am 13.08.2022.

5 Zargen á 105,00 €	840,00 €	
8 Bienenfluchten	80,00 €	
8 Absperrgitter á 6 €	48,00 €	
2 Beutenlager	20,00 €	
4 Beuten für Ableger á 50,00 €	<u>200,00 €</u>	1.188,00 €

2. Umlaufvermögen

2.1. Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe

5 Weiselzellen á 5,00 €	25,00 €	
28 kg Bienenfutter pro Volk	220,00 €	
Wachsumarbeitung 12 kg	55,00 €	
Honiggläser	35,00 €	
Docht	10,00 €	
Dosen	<u>20,00 €</u>	365,00 €

2.2. Forderungen

800,00 €

2.2. Bankguthaben

50,00 €

2.3. Kassenbestand

25,00 €

Summe des Vermögens

3.578,00 €

B. Schulden

1. Langfristige Schulden

zinsloses Dahrlehen Förderverein der Schule 2.750,00 €

Summe der Schulden

2.750,00 €

C. Ermittlung des Reinvermögens

Summe des Vermögens 3.578,00 €

minus Summe der Schulden 2.750,00 €

Reinvermögen (Eigenkapital) 828,00 €

1. Eröffnungsbilanz

Aktiva		Passiva	
Bienenvölker	500,00	Eigenkapital	828,00 €
Maschinen	650,00		
BGA	1.188,00	Darlehen (0%)	2.750,00 €
Warenbestand	365,00 €		
Forderungen	800,00 €		
Bank	50,00 €		
Kasse	25,00 €		
	<u>3.578,00</u>		<u>3578,00</u>

2. Geschäftsfälle

1. Die Schülerfirma kauft eine Maschine für die Propolis-Produktion i.H.v. 150,00 € auf Ziel.
2. Die Schülerfirma begleicht eine Lieferrechnung i.H.v. 100,00 € durch Banküberweisung.
3. Ein regionaler Großabnehmer begleicht eine Rechnung über die Lieferung von 80 kg Honig durch Banküberweisung i.H.v. 500,00 €.

4. Die Schule (HGC) begleicht eine Rechnung für die Lieferung von Kerzen und Propolis als Geschenke für Kooperationspartner i.H.v. 300,00 €.

5. Die Schülerfirma leistet eine Darlehensrückzahlung i.H.v. 200,00 €.

3. Bilden der Buchungssätze

Soll	an	Haben	€
1. Maschinen		Verbindlichkeiten	150,00
2. Verbindlichkeiten		Bankguthaben	100,00
3. Bank		Forderungen	500,00
4. Bank		Forderungen	300,00
5. Darlehen		Bank	200,00

4. Buchen der Geschäftsfälle und Abschluss der Konten

Bienenvölker			
Soll			Haben
<u>AB</u>	<u>500,00</u>	<u>SB</u>	<u>500,00</u>

Maschinen			
Soll			Haben
AB	650,00		
1.	<u>150,00</u>	<u>SB</u>	<u>800,00</u>
	<u>800,00</u>		<u>800,00</u>

BGA			
Soll			Haben
<u>AB</u>	<u>1188,00</u>	<u>SB</u>	<u>1188,00</u>

Warenbestand			
Soll			Haben
<u>AB</u>	<u>365,00</u>	<u>SB</u>	<u>365,00</u>

Forderungen			
Soll			Haben
AB	800,00	3.	500,00
<u>SB</u>	<u>0,00</u>	4.	<u>300,00</u>
	<u>800,00</u>		<u>800,00</u>

Bank

Soll		Haben	
AB	50,00	5.	200,00
3.	500,00	2.	100,00
4.	<u>300,00</u>	SB	<u>550,00 €</u>
	<u>850,00</u>		<u>850,00</u>

Kasse

Soll		Haben	
AB	<u>25,00</u>	SB	<u>25,00</u>

Verbindlichkeiten

Soll		Haben	
2.	100,00	AB	0,00
SB	<u>50,00</u>	1.	<u>150,00</u>
	<u>150,00</u>		<u>150,00 €</u>

Darlehen

Soll		Haben	
5.	200,00	AB	2750,00
SB	<u>2550,00</u>		
	<u>2750,00</u>		<u>2750,00</u>

GuV

Soll		Haben	
		Ertrag	800,00
Saldo/GuV in EK-Konto	800,00		
	<u>800,00</u>		<u>800,00</u>

Eigenkapital

Soll		Haben	
		AB	28,00
SB	<u>828,00</u>	Zugänge/GuV	<u>800,00</u>
	<u>828,00</u>		<u>828,00</u>

5. Erstellung der Schlussbilanz

Aktiva		Passiva	
Bienenvölker	500,00	Eigenkapital	828,00
Maschinen	800,00	Darlehen (0%)	2550,00
BGA	1188,00	Verbindlichkeiten	50,00
Warenbestand	365,00		
Forderungen	0,00		
Bank	550,00		
Kasse	25,00		
	<u>3428,00</u>		<u>3428,00</u>

9. Fazit: Grenzen und Möglichkeiten finanzieller Gestaltungsspielräume

Auch wenn die vorgestellte Finanzbuchhaltung der schuleigenen Imkerei in ihren Grundzügen sehr abstrahiert dargestellt ist – insbesondere verzichte ich auf Aufwandspositionen in Ertragskonten, wie u.a. Abschreibungen, Wareneinsatz, Steuern etc. – so wird doch deutlich, dass ein Betrieb einer schuleigenen Imkerei am Humboldt-Gymnasium in Cottbus unter dem Schirm des Fördervereins finanzielle Gestaltungsspielräume eröffnet. Das Darlehen kann im obigen Modell im ersten Jahr bereits um 200 € reduziert werden, wohingegen das Eigenkapital um 800 € zunimmt. Schüler können nun über Mitspracherechte im Verein, insbesondere über die Mitgliederversammlung, Anträge über die satzungsgemäße Verwendung eines Teils des erzielten Überschusses beim Vereinsvorstand stellen, u.a. die Ausreichung von Büchergutscheinen für besonders leistungsstarke Schüler*innen, die Unterstützung eines Schulfestes oder etwa eines Abi-Balls. Neben den pädagogisch-didaktischen Kompetenzen befördert der Betrieb einer Schülerfirma insofern auch eine demokratische Schule. Schüler*innen leisten einen Beitrag, der sich monetär niederschlägt und dessen Verwendung zur Diskussion steht.

Zudem setzen sich Schüler*innen im Rahmen der Schülerfirma turnusgemäß handlungsorientiert mit Fragen der Finanzbuchhaltung auseinander. Tieferliegende Fragestellungen zur Rechnung der Erzeugungskosten von Produkten pro Einheit, der Finanzierungs-, Rentabilitäts-, Break-Even- und Liquiditätsanalyse können im Sinne eines Spiralcurriculums mit jedem weiteren Jahrgang vertieft werden.

Nicht außer Acht zu lassen, ist die mit der schuleigenen Imkerei einhergehenden Außenwirkung auf die Öffentlichkeit: Für Eltern kann die Schülerfirma womöglich in ihrer Anwahl-Entscheidung zugunsten des Humboldt-Gymnasiums Cottbus den ausschlaggebenden Punkt darstellen. Regionale Imker-Produkte sind zudem nachhaltig, regional, umweltfördernd etc., so dass diese Eigenschaften positiv auf die Schule abfärben.

Zudem fördert die Schülerfirma fächerübergreifenden Unterricht: Ökonomie und Biologie verzahnen sich auf eine für Schüler*innen erfahrbare Art und Weise.

Literaturverzeichnis

- Fischer, J. et al. (2017): Wachs. Ein unterschätztes Bienenprodukt (https://deutscherimkerbund.de/userfiles/downloads/satzung_richtlinien/Wachsbroschuere_aktuell.pdf, Zugriff am 07.08.2022).
- Haag, L. (2011): Problemorientierung, Handlungsorientierung, Erfahrungsorientierung. In: Kiel, E. et al. (Hrsg.): Unterrichtsgestaltung als Gegenstand der Praxis. Baltmannsweiler: Schneider-Verlag Hohengehren, S. 31–48.
- Haselier, Ch. (2022): Propolis. Ein Wundermittel? Eine Biologin klärt auf (<https://bienen.info/propolis-ein-wundermittel-eine-biologin-klaert-auf/>, Zugriff am 07.08.2022).
- Mojka, A. (2021): Wie viel Honig lässt sich aus einem Bienenstock gewinnen? Honigproduktion – süße Geschäftsidee (<https://www.expondo.de/inspirationen/honigertrag-pro-volk/>, Zugriff am 07.08.2022).
- Osterwalder, A. et al. (2011): Business Model Generation. Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, Frankfurt/New York: Campus Verlag.
- Penning, I. (2018): Schülerfirmen aus Sicht von Lehrenden. Eine qualitative Studie zu einem Lernarrangement der ökonomischen Bildung, Wiesbaden: Springer VS.
- Rahmenlehrplan der Länder Berlin und Brandenburg für die JGS 5-10, Wirtschaft-Arbeit-Technik (https://bildungsserver.berlin-brandenburg.de/fileadmin/bbb/unterricht/rahmenlehrpläne/Rahmenlehrplanprojekt/amtliche_Fassung/Teil_C_WAT_2015_11_10_WEB.pdf, Zugriff am 07.08.2022).
- Rauhut, J.-U. et al. (2017): Fachbrief Nr. 8 WAT. Rechtsgrundlagen von Schülerfirmen (https://bildungsserver.berlin-brandenburg.de/fileadmin/bbb/unterricht/fachbriefe_berlin/arbeitslehre_wat/Fachbrief_WAT_08_Schuelerfirma_Digitale_Welten_Lernaufgaben.pdf, Zugriff am 10.08.2022).
- Satzung des Fördervereins des Humboldt-Gymnasiums Cottbus e.V. (<https://humboldt-gymnasium.eu/downloads/Satzung%20Foerderverein.pdf>, Zugriff am 07.08.2022).
- Schorlemmer, H. (2014): Sponsoring & Fundraising. Köln: Carl-Link-Verlag.
- Tomczak, T. (2014): Marketingplanung. Einführung in die marktorientierte Unternehmens- und Geschäftsplanung, 7. Aufl., Wiesbaden: Springer-Gabler.
- Verwaltungsvorschrift zur Berufs- und Studienorientierung an Schulen des Landes Brandenburg (https://bravors.brandenburg.de/verwaltungsvorschriften/vv_bsto#13, Zugriff am 07.08.2022).
- Weber, B. (2011): Schülerfirmen als Gegenstand und Methode ökonomischer Bildung. In: Retzmann, Th. (Hrsg.): Methodentraining für den Ökonomieunterricht. 2. Aufl. Schwalbach/Ts: Wochenschau-Verlag, S. 185–204.