



NACHHALTIGE KLEIDUNG
FAIR - TRANSPARENT - NACHHALTIG

2018

#changemaker
Schülerfirma des FvAG

Business Report

Jahresbericht der Schülerfirma #changemaker eSG

Projektbetreuung:

Annekatri Wirth (Dipl. Pädagogin)
MTO Psychologische Forschung und Beratung GmbH

00

Gliederung

REPORT



Gespräch mit dem BM Timo Frey, Bad Friedrichshall

01

Vorstellung

02

Geschäftsbericht

03

Visionen

04

Stimmen zum Projekt

„Handle stets so, dass die Handlungsmöglichkeiten für alle – für dich und deine Mitwelt – größer und nicht kleiner werden.“

H. v. Foerstner
(kybernethischer Imperativ)



01 REPORT

Vorstellung



Team #changemaker Oktober 2017

15 Mitarbeiterinnen u. Mitarbeiter

3 Mitarbeiterinnen u. Mitarbeiter
verließen die Firma



DAS TEAM



Team #changemaker Juni 2018

15 Mitarbeiterinnen u. Mitarbeiter

3 Mitarbeiterinnen u. Mitarbeiter
kamen neu dazu

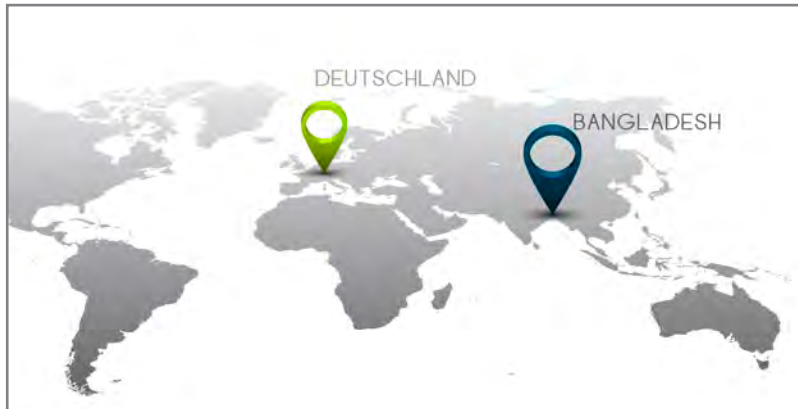
01 REPORT

Vorstellung

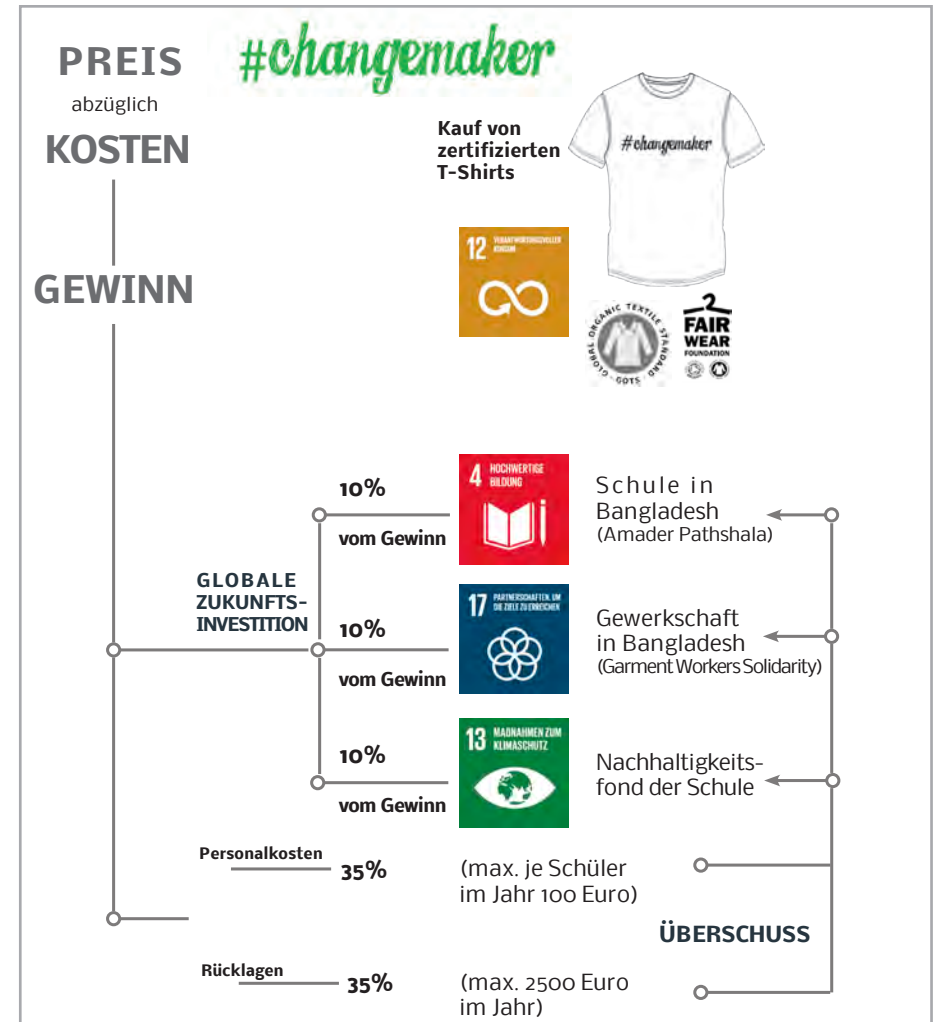
SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDG) 2030



Unsere Nachhaltigkeitsziele



AUSRICHTUNG





02 REPORT

Geschäftsbericht




SINN-haftes Wirtschaften



TEXTILE KETTE

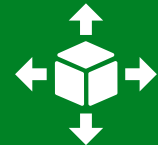
ÖKONOMIE



PRODUKTION



MARKT



VERTRIEB



FINANZEN

„In einer zerstörten Welt, kann man auch nicht erfolgreich wirtschaften.“

Dalai Lama, Interview mit Franz Alt 2004



02 REPORT

Geschäftsbericht



11. Oktober 2017

Unternehmensziele

SOLL-WERT

ÖKONOMIE

Umsatzziel:

- Verkauf von **1000 T-Shirts** (Minimum)
- Verbesserung der Lebensbedingungen von **mindestens 10 Menschen**

Authentizität:

Vermittlung der Sinnhaftigkeit von Qualität, Wert eines Produkts und Verantwortung bei den Akteuren der **Wertschöpfungskette**

Nachhaltigkeit:

- in der gesamten Wertschöpfungskette
- in den Firmenstrukturen



02 REPORT

Geschäftsbericht



PRODUKTION



stanley
stella

ÖKONOMIE

Partner:

- R. Bopp GmbH

T-Shirt Marke:

- Stanley Stella (Brüssel)

Produktionsort:

- Bangladesch



Siegel für nachhaltige Kleidung

Shirts und Hoodies kamen über zwei Zwischenhändler

(bis Ende Mai 2018)

02 REPORT

Geschäftsbericht



MARKT

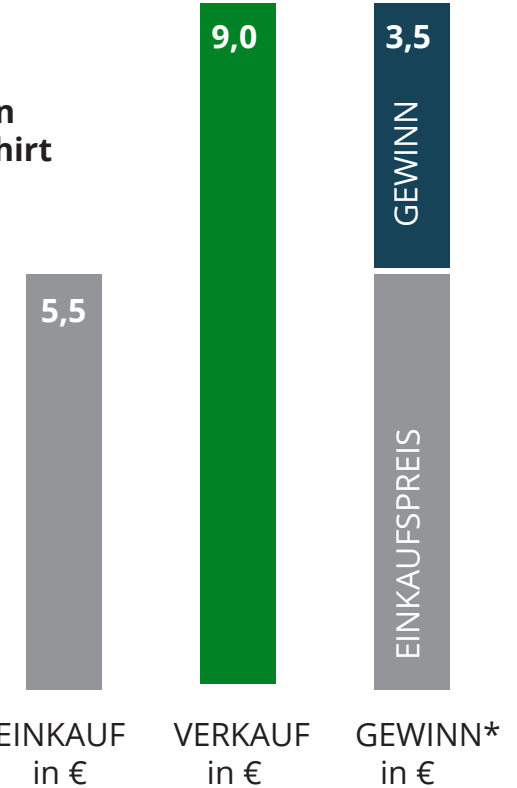
MARKTANALYSE

Wie viel kostet uns ein T-Shirt?

Wie viel ist der Kunde bereit zu zahlen?

ÖKONOMIE

Kalkulation für ein unbedrucktes T-Shirt



PREISKALKULATION	Einkauf (€)	plus MWST	Verkauf (€)	% Marge
Shirts	4,40-4,90	ca. 5,50	9,00	39%
Shirts (mit Aufdruck)	7,99	9,51	13,00	27 %
Hoodies (mit Aufdruck)	19,75	23,50	25,00-26,00	6 %

GEWINN* ohne weitere Kosten

02 REPORT

Geschäftsbericht



MARKT
(ERSCHLIEßUNG)

CRM
Cause-Related Marketing

ÖKONOMIE MARKETINGSTRATEGIE

“ Gutes Design, gutes Marketing und die Gestaltung von Erlebnissen... ”

Dr. Reinhold Rapp,
Erfolgsstrategien in der Post-Growth Economy



Marketing Kanäle
Fashion Magazin, Flyer, Roll-up,
Social Media, usw.



Influencer Marketing
Mitarbeiter der UN mit
#changemaker Shirts



Authentizität
eigenes Label
#changemaker Shirts



02 REPORT

Geschäftsbericht



MARKT
(VERKAUF)

Einzelverkauf

48 Stück

Werbegeschenk

74 Stück

ÖKONOMIE

VERKAUFZAHLEN

VERKAUF



3 Schulen
898 Stück



1 NGO
42 Stück



1 Firma
50 Stück

OFFEN



2 Schulen
250 Stück



1 NGO
100 Stück



2 Firmen
100 Stück

ABSAGE



1 Schule
200 Stück



-



2 Firmen
280 Stück

SCHULEN

NGOs

FIRMEN



02 REPORT

Geschäftsbericht



MARKT
(VERKAUF)

Konkrete Probleme

- Lagerraum fehlte
- Logistik / Inventur

ÖKONOMIE

VERKAUFSAZAHLEN

1154 Shirts/Hoodies gekauft

1047 Shirts/Hoodies verkauft

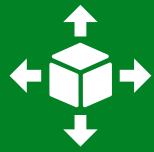
107 Shirts Lagerware
(Umlaufvermögen)

Stand: 15. Juni 2018



02 REPORT

Geschäftsbericht



VERTRIEB



Vertrieblerschulung bei den Profis



Vertriebler vor Ort

Gespräch mit dem Geschäftsführer der BAG Bad Friedrichshall



Einzelverkauf

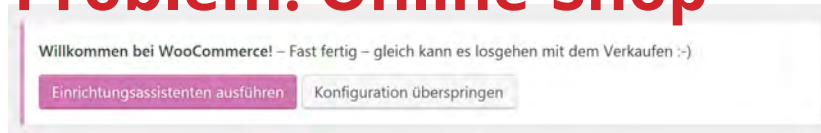
Modefashionsshows oder auf Messen (Fair Handels Messe Stuttgart, April 2018)



Anfragen

Mail, Telefon oder persönlich (Nachhaltigkeitsinsel Heilbronn 15.6.2018)

Problem: Online-Shop

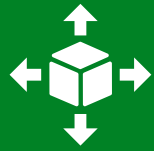


noch nicht freigeschaltet!



02 REPORT

Geschäftsbericht



VERTRIEB



Schulung bei der Firma R. Bopp GmbH

ÖKONOMIE

AUFTRAGSVERARBEITUNG

ANFRAGE (Telefon, Mail, Gespräch)

PREISKALKULATION

ANGEBOT AN DEN KUNDEN

AUFTRAGSEINGANG

AUFTRAG AN R. BOPP GmbH

AUFTRAGSBESTÄTIGUNG

WARENEINGANG (an #changemaker)

WARENAUSGANG (Versand von #changemaker)

RECHNUNG





02 REPORT

Geschäftsbericht



FINANZEN

erreichte Unternehmensziele

15. Juni 2018

IST-WERT

ÖKONOMIE

1154

Shirts und Hoodies

Stückzahlen

21045

Euro

Umsatz

2973

Euro

Gewinn*

15

%

Marge



02 REPORT

Geschäftsbericht

ÖKONOMIE



FINANZEN



Investition

1000 **4000**

Shirts

Euro

Entscheidung Mitte März 2018

Finanzierungslücke

ca. 1930 Euro

Unternehmerische Entscheidung

- Kosteneinsparung pro Shirt von **ca. 25%** (jetzt ca. 4 €)
- Zusagenabnahme von **ca. 100 Stück** (450 € Gewinn)

02 REPORT

Geschäftsbericht

NACHHALTIGKEIT



Die Frage nach der „next economy“

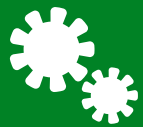




02 REPORT

Geschäftsbericht

NACHHALTIGKEIT



STRUKTUR

Transparenz


Transparente Zivilgesellschaft

SRS

Social Reporting Standard



Gemeinwohlökonomie
Schülergenossenschaft eSG

Beispiel:  GLS Bank
das macht Sinn

**NACHHALTIGE
BANK**



Zusammenarbeit mit
anderen Unternehmen

Beispiel:  GREENALITY
ORGANIC CLOTHING

**BERATUNG
ONLINE-VERKAUF**

02 REPORT

Geschäftsbericht



IDEEN

Sinnstiftung als Aufgabe

NACHHALTIGKEIT

ÖKONOMIE & KULTUR

INSPIRATION FÜR UNS

INSPIRATION FÜR DIE SCHULE



Ausstellung von Taslima Akhtar



Fair Lesson (Modul von #changemaker)



supported by #changemaker „Fashion Pressure“



02 REPORT

Geschäftsbericht



INFORMATION

Erläuterung der Nachhaltigkeit in der „Textilen Kette“

NACHHALTIGKEIT

Siegelklarheit



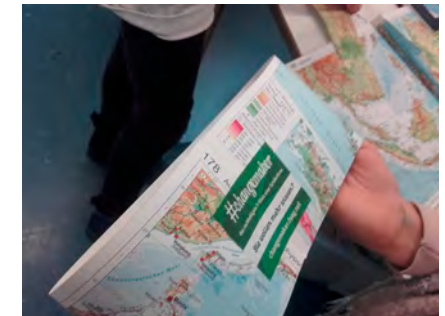
Nachhaltigkeit als Konzept



Schülergenossenschaften nachhaltig wirtschaften – solidarisch handeln



Infoveranstaltung in der Mediathek in Neckarsulm



Verarbeitung von alten Atlanten als Banderole



02 REPORT

Geschäftsbericht



STOLPERSTEINE

**„Geht nicht, gibt `s nicht.
Es geht so nicht, das gibt `s.“**

Artur Fischer,
deutscher Unternehmer und Erfinder

STOLPERSTEINE



Mitarbeiter



Ausrichtung



Fokussierung



Social Media



Komplexität



Rechtsfragen



Kunden



Nachhaltigkeit



03 REPORT

Visionen



Björn Moschinski Fernsehkoch für veganes Essen im FvAG mit #changemaker-Shirt

WIR übernehmen

AUSRICHTUNG

Zielsetzung unserer Unternehmensführung:

- a) Menschen vor Sachen,
- b) Gewinn vor Umsatz,
- c) Liquidität vor Rentabilität,
- d) Bestandssicherung vor Expansion.

(Quelle: NN)

Neue Verortung und Umstrukturierung ab Juli 2018

Verantwortung der „Einen-Welt“ im Sinne des ökologischen Imperativs von Hans Jonas.

03

Visionen

REPORT

ZIELE FÜR 2018/2019



ZIELDIMENSIONEN

Konkretes Problem

Umsatzsteuer

Prüfung bei der Buchhaltung
der BAG und einem Steuerberater

Zusammenarbeit verstärken:

- Firmen - regional und global
(Bsp.: AMANN, BAG, R.Bopp, Greenality)



Nachhaltigkeit weiterdenken:

- Klare Zukunftsausrichtung
- Firmenkonto bei der GLS-Bank

Mitarbeitergewinnung:

- Bestand der Firma sichern

Geplante Verkaufszahlen:

- 2000 T-Shirts



03 REPORT

Visionen

Begegnung



Globale Zusammenarbeit

Face-to-Face Kommunikation

Besuch in Bangladesch
Anfang September 2018



Gewerkschaft der Näherinnen



Unsere Partnerschule



Unsere Produktionsfirma

04 REPORT

Stimmen zum Projekt



Schülerfirma #changemaker

Ich habe viel mehr Verständnis für wirtschaftliche Zusammenhänge bekommen.

Emily Hildebrandt
(Vorstand #changemaker)

Verschiedene Alterstufen mit unterschiedlichsten Wünschen und Erwartungen haben sich zu einem Team gefunden.

Axel Schütz
(Projektleiter #changemaker)

Mit Neugier, Offenheit und Engagement setzten die Schüler die Gründung und die Führung einer Firma hervorragend um.

Daniela Bopp
(Roland Bopp GmbH, Neckarsulm)

Gut war, dass ich einige Vorschläge umsetzen durfte und im Team alleine in den Grundschulen war.

Luana Hube
(Fair lesson #changemaker)

Die Schülerfirma #changemaker ist ein Teil unseres Profils und Curriculums der Schule geworden.

Oliver Klis
(Schulleiter
Friedrich-v. Alberti-Gymnasium)

Die Schülerinnen und Schüler haben mich durch ihr sicheres Auftreten und ihre Professionalität positiv überrascht.

Uwe Schöttle
(BAG, Bad Friedrichshall)

THANKS a lot for your heartiest help for me and our organization.

Taslina Akhter
(Garment workers solidarity,
Dhaka, Bangladesch)

It's a very interesting project and we are proud to be a part of it.

Zahid Kamal
(Produktionsfirma,
Dhaka, Bangladesch)

Es ist beeindruckend wie die Schülerinnen und Schüler mit derart viel Initiative und Herzblut für eine gerechtere und umweltfreundlichere Welt kämpfen.

Nadja Krautter
(Communication Manager
Amann group, Bönningheim)

04 REPORT

Stimmen zum Projekt



Projects such as the student company #changemaker, in which students produce sustainable T-shirts together with partners in Bangladesh, do not only actively contribute towards the achievement of the SDGs; they also inspire others to change their behaviors and mindsets in view of a more sustainable future.

Sincerely,



A handwritten signature in blue ink that reads "Nikhil Seth".

Nikhil Seth,
United Nations Assistant Secretary General,
Executive Director United Nations Institute
for Training and Research (UNITAR)



05



Präsentation „Veganer Markt“



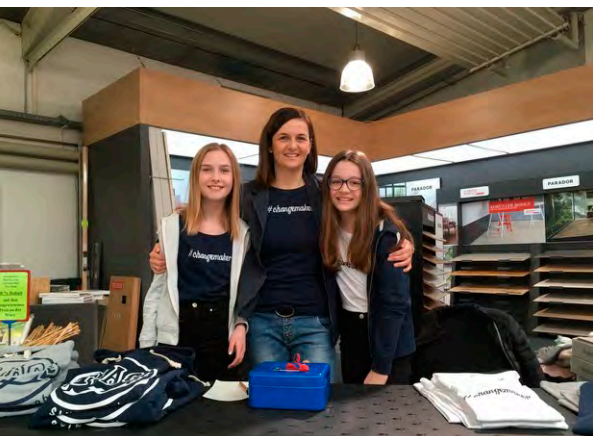
Schulung in Neckarsulm



Adventsmarkt



Photoshooting



Messe in Bad Friedrichshall



Messe in Stuttgart



Kick-off in Stuttgart



Gemeinderat