

WILDRAUSCH

WEITER

MIT

DER

NATUR



GELEBTE WERTE - REGIONALE VERMAKTUNG

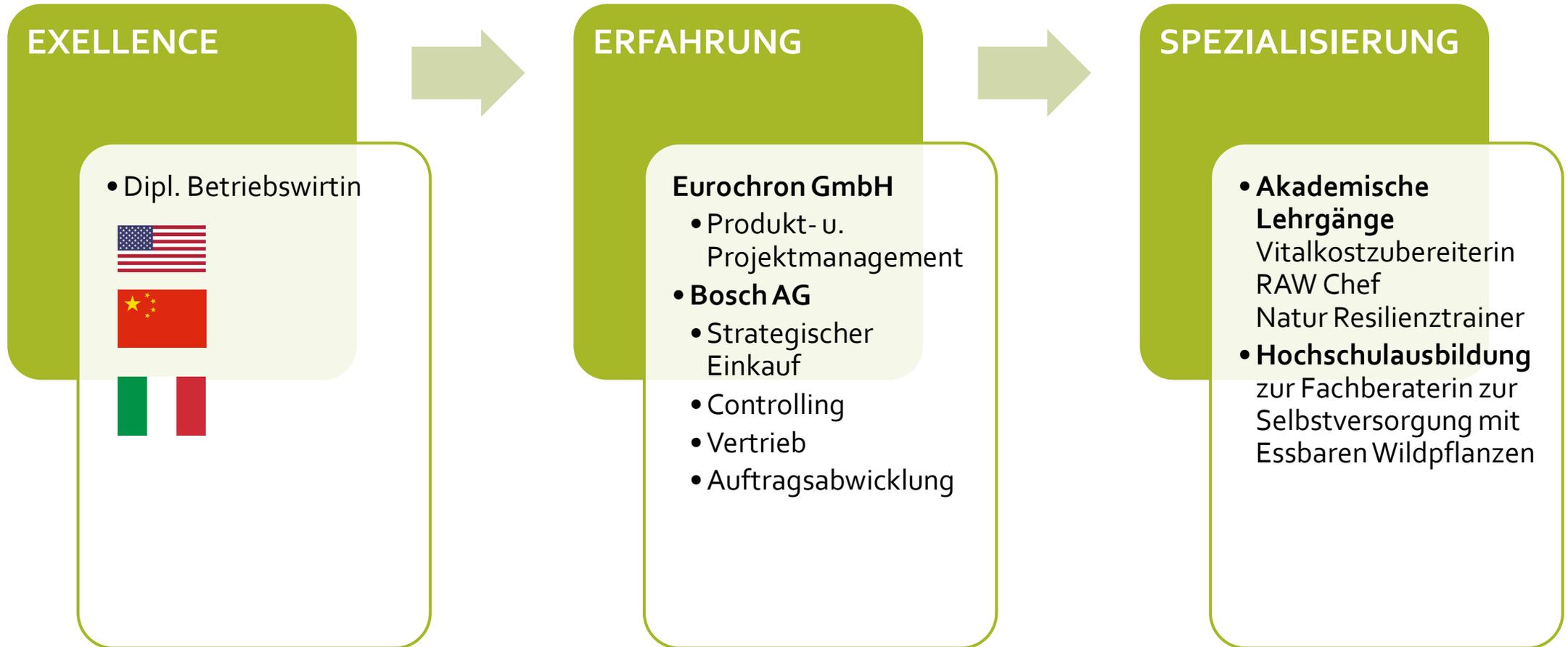


EURE
REFERENTIN

CHRISTINE
RAUCH



VOM SILIZIUM ZUR WILDPFLANZE



Nach 90 Minuten weißt Du...

- **WAS** wertebasiertes Wirtschaften am Beispiel des Thüringenregals bedeutet
- **WO** du weitere Beispiele dafür finden kannst
- **WIE** Du das Wissen anwenden und übertragen kannst auf Dein Unternehmen
- **WER** Dich beim Aufbau Deines wertebasierten Unternehmens unterstützt

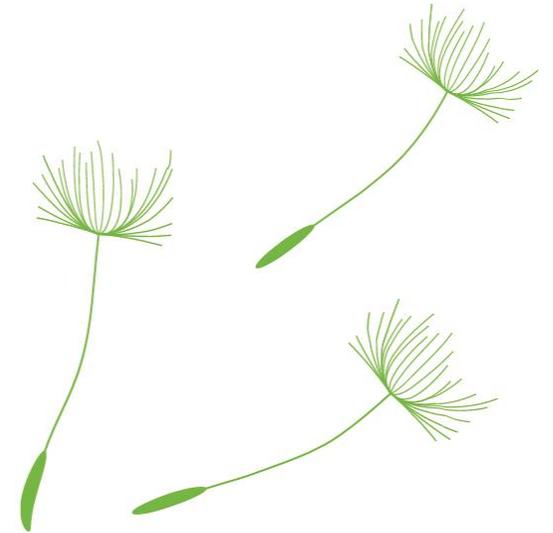
...und Du weißt bei **WEM** Du mehr über das wertebasierten Wirtschaften und Strategien darüber hinaus erfahren kannst.

VORSTELLUNGSRUNDE

- Wie heißt Du?
- WO hast Du Dein Business mit wie vielen Mitarbeitern?
- In welchem Bereich bist Du tätig?
- Was ist der beste Ratschlag, den Du jemals gehört hast?
- Worauf freust Du Dich am meisten bei diesem Treffen?

WILDRAUSCH

Christine Rauch

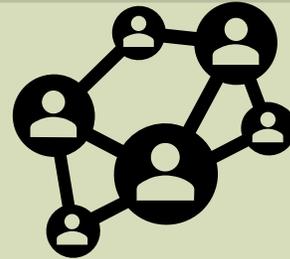


RESSOURCEN NUTZEN GESUND VERSORGEN



BERATUNG

Sensibilisieren | Ressourcen schaffen | Bedarf entwickeln



- Beratung und Koordination im Aufbau von „EssbarenWildpflanzenParks“ (EWILPAS)
- Beratung | Coaching im Bereich Gourmetrohkost mit essbaren Wildpflanzen im gehobenen Gastronomie- und Hotellerie-Bereich

RESSOURCEN NUTZEN GESUND VERSORGEN



BILDUNG

Konzepte | Wissenstransfer für Gastronomie, Firmen & Bildungsträger (B2B)
Endverbraucher (B2C)



- Wildtausch: Workshops, Seminare, Führungen
- Offline-Schulung als Dozentin an Hochschulen
- Online-Weiterbildung

RESSOURCEN NUTZEN GESUND VERSORGEN



PRODUKTE



01. Dezember 2021



VISION

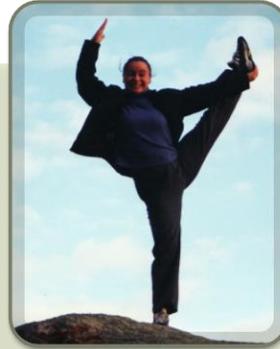
- Essbare Wildpflanzen Produkte für alle verfügbar machen

DAS AKTUELLE PRODUKTSORTIMENT



- Gierschkräcker
- Gierschsalz
- Brunnenkresse- Gierschsalz
- Brunnenkressekräcker
- Brunnenkressepesto
- Brunnenkressecreme
- Brunnenkresseschnecken

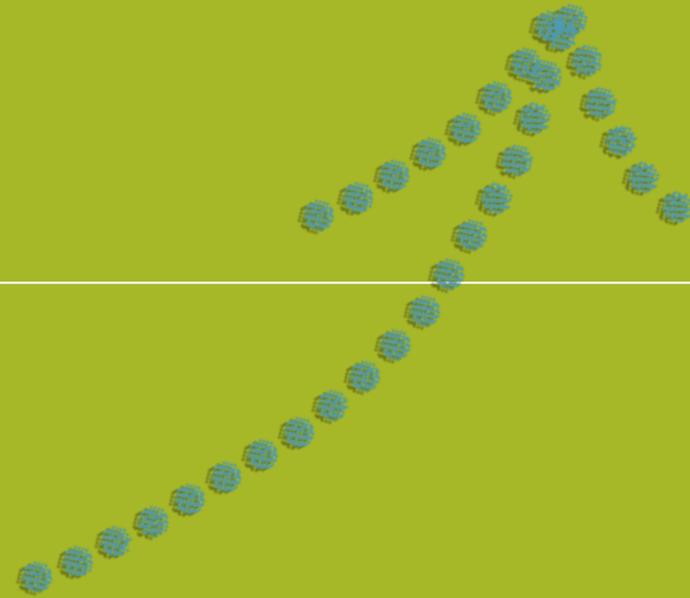
ALLEINSTELLUNGSMERKMALE



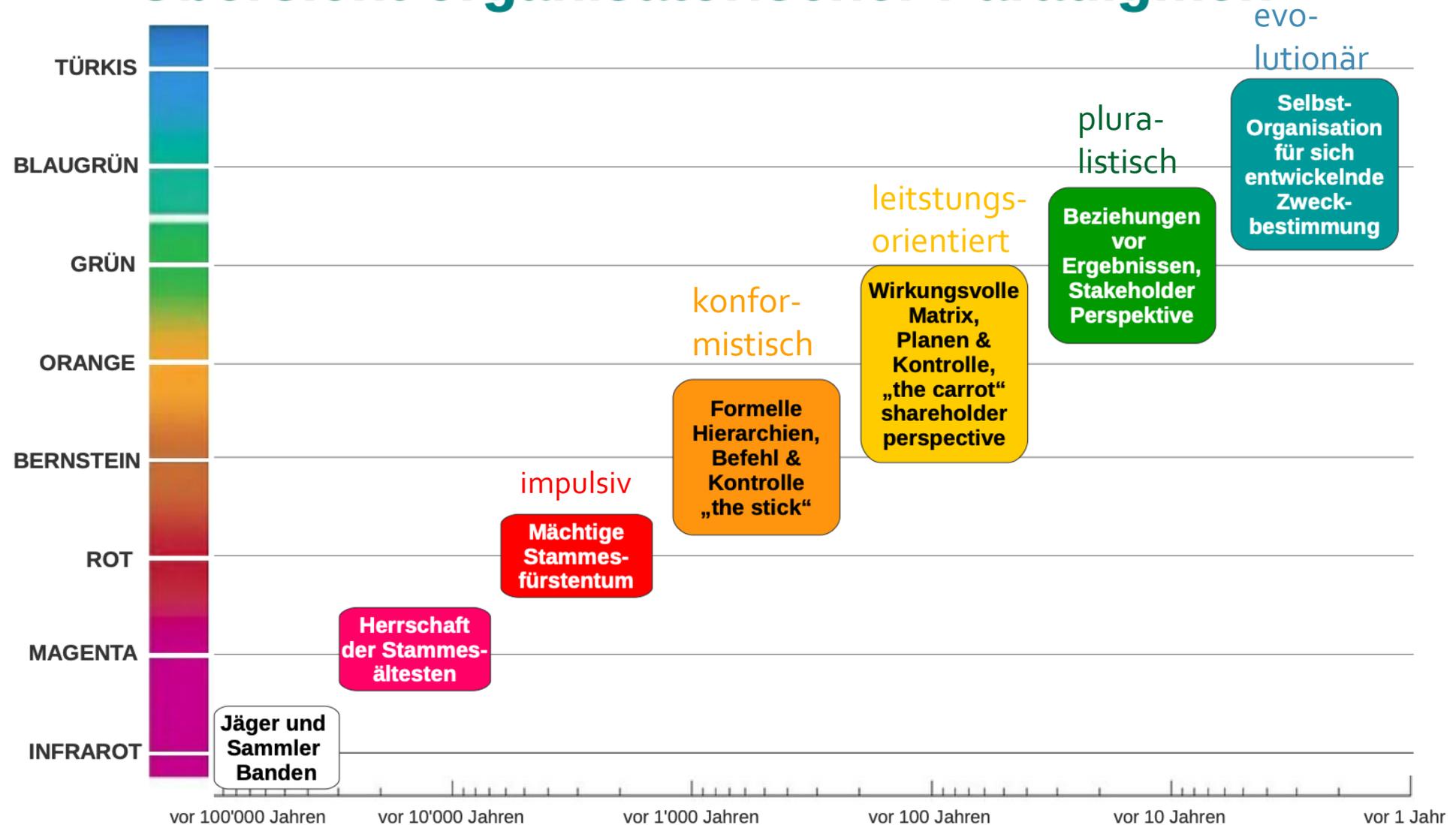
- Einzigartige Rohkostprodukte mit essbaren Wildpflanzen
- Innovative Gourmetrohkost-Coachings & Workshops mit essbaren Wildpflanzen
- Beratung für EWILPAs exklusiv für Thüringen

Reinventing Organizations

Nach Frederic Laloux



Übersicht organisatorischer Paradigmen



Merkmale

- MACHT
- ANGST UND SCHRECKEN
- CHAOS



Beispiele

- Mafia
- Street gangs

Durchbrüche / Neuerungen

- BEFEHLSAUTORITÄT
- ARBEITSTEILUNG

Grenzen

- Kurzzeitperspektive
- Langzeiterfolg kann nicht erreicht werden

IMPULSIV

Merkmale

- FORMALE HIERARCHIE
- STABILITÄT
- KONTROLLE



Beispiele

- Regierungsorganisationen
- Öffentliche Schulen
- Traditionelle Kirchen

Durchbrüche / Neuerungen

- LANGZEITPERSPEKTIVE
- ROBUSTE PROZESSE
- FORMALE ROLLEN

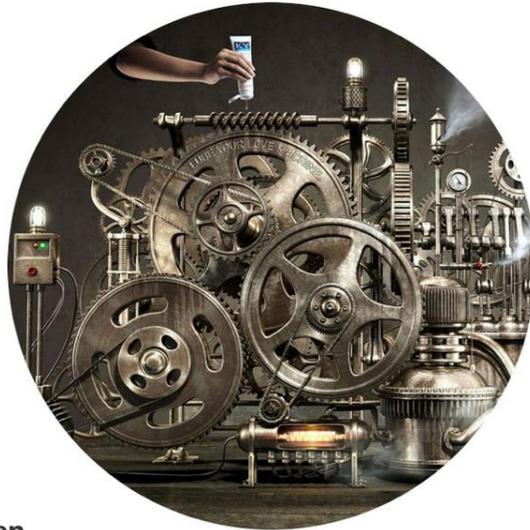
Grenzen

- wenn sich die Bedingungen ändern, unterstützen rigide Strukturen nur schwer neuen Vorgehensweisen

KONFOR- MISTISCH

Merkmale

- WETTBEWERB
- PROFIT UND WACHSTUM
- ZIELVORGABEN



Beispiele

- Große Unternehmungen
- Öffentliche Organisationen

Durchbrüche / Neuerungen

- INNOVATION
- RECHENSCHAFTSPFLICHT
- LEISTUNGSGESELLSCHAFT

Grenzen

- Profit als Motivation ist nicht erfüllend genug.
- Die Menschen werden desinteressiert und demotiviert.

LEISTUNGS- ORIENTIERT

Merkmale

- KUNDEN ZUFRIEDEN STELLEN
- GEMEINSAME WERTE
- HOHES ENGAGEMENT



Beispiele

- viele Organisationen die nach Agile und Lean Prinzipien funktionieren
- Charter Schools
- Ausgeprägte Firmenkultur (Southwest Airlines)

Durchbrüche / Neuerungen

- AUSGEWOGENES INTERESSEN-
GLEICHGEWICHT DER
STAKEHOLDER
- KULTUR WICHTIGER ALS
STRATEGIE
- EMPOWERMENT

Grenzen

- wenn die Bildung von Konsens den Entscheidungsprozess zu sehr verlangsamt
- wenn hierarchische Strukturen mit dem Wunsch nach größerer Autonomie der Menschen in Konflikt geraten

PLURA- LISTISCH

Regeln statt Hierarchie garantieren die Beweglichkeit und Sicherheit des Schwarms

Merkmale

- ORGANISATIONEN ALS LEBENDE WESENHEITEN
- HÖHERE BESTIMMUNG
- VERTEILTE ENTSCHEIDUNGSFINDUNG



Beispiele

- Patagonia
- MorningStar
- Buurtzorg
- Afca.ch

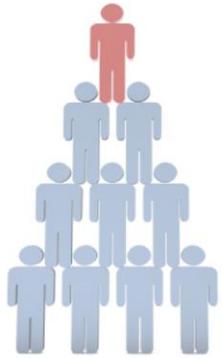
Durchbrüche / Neuerungen

- GANZHEIT
- SELBST-ORGANISATION
- BESTIMMUNG (evolutionary purpose)

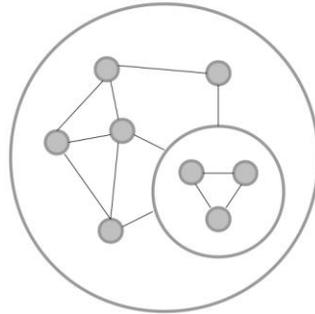
Grenzen

- Kann das überhaupt funktionieren?

EVO- LUTIONÄR

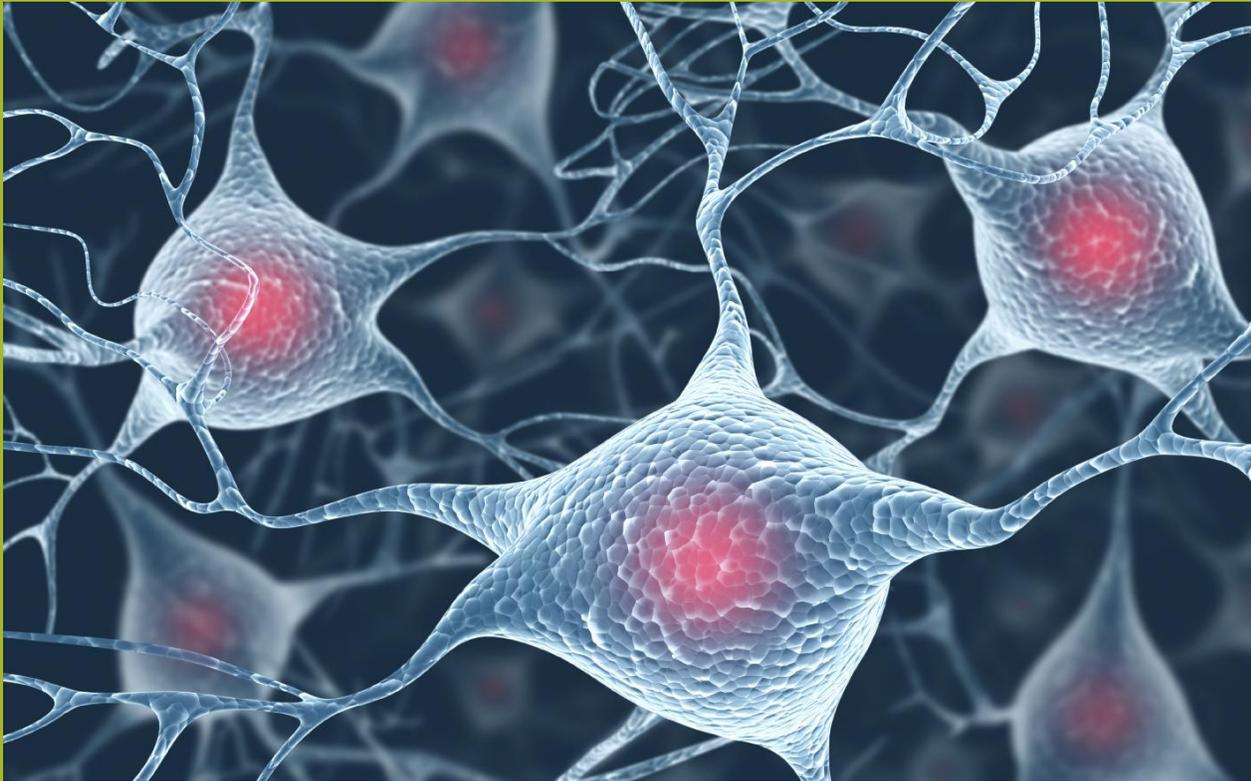


- Fokus auf die Organisation von **Funktionen und Menschen**.
- **Stabilität**, niedrigere Geschwindigkeit der Anpassung
- Gut geeignet für **niedrigere Komplexität***.



- Fokus auf die Organisation von **Arbeit**.
- **Flexibilität**, dynamische Steuerung
- Wirksam mit zunehmend **höherer Komplexität** umgehen.

SELBSTORGANISATION IN VERNETZTEN STRUKTUREN



HOHE KOMPLEXITÄT



NIEDRIGE KOMPLEXITÄT



SCHLUSSFOLGERUNGEN

- Alle Organisationsformen existieren parallel
- Eine Farbe ist nicht unbedingt besser als die andere
- Jede Perspektive hat wertvolle Ideen
- Die neueren Perspektiven haben es leichter effektiv mit zunehmend höherer Komplexität und Vernetzung umzugehen
- Erfolg wird von jeder Perspektive aus anders definiert und beurteilt

Bist Du der Meinung das es möglich sein sollte Organisationen zutiefst:

- wirkungsvoller
- seelenvoller und
- sinnvoller zu führen?

WAS BEDEUTET FÜR DICH WERTORIENTIERT?

WAS BEDEUTET WERTORIENTIERT

- Integrität, Respekt und Offenheit





Regal für Thüringer Qualitätsprodukte

Das THÜR

Welche Punkte werden umgesetzt

- Regionallogistik Erzeuger/Handel und für Gastronomen
- Streckenlieferungen vs. Zentrallogistik
- Wahrnehmung von Regionalität
- Kulinarisches Erbe Thüringens
- Verringerung von Transportwegen
- Vernetzung und Vermarktung unter Kleinst- und Kleinerzeugern
- ethisches Wirtschaften, soziale Teilhabe, nachhaltiges Handeln

Kernwerte der Markenfamilie Thüringenregal

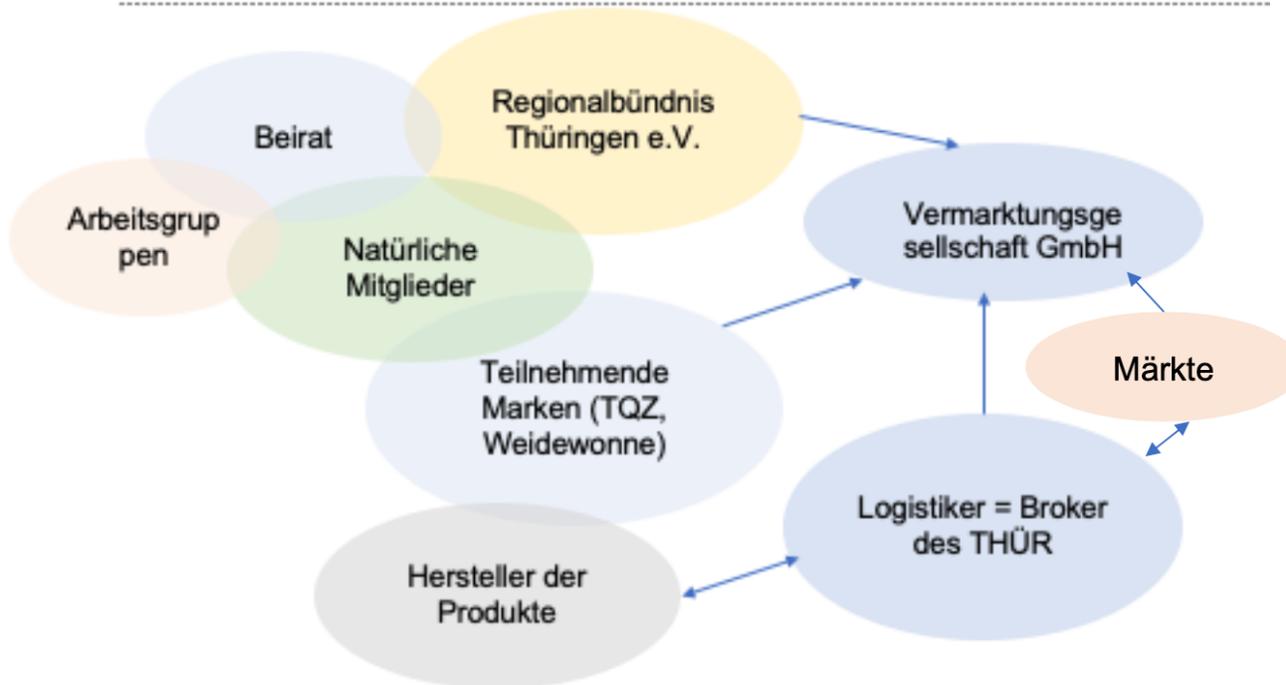
- authentisch
- regional
- handwerklich
- verantwortungsbewusst
- gemeinschaftlich



Kernwerte

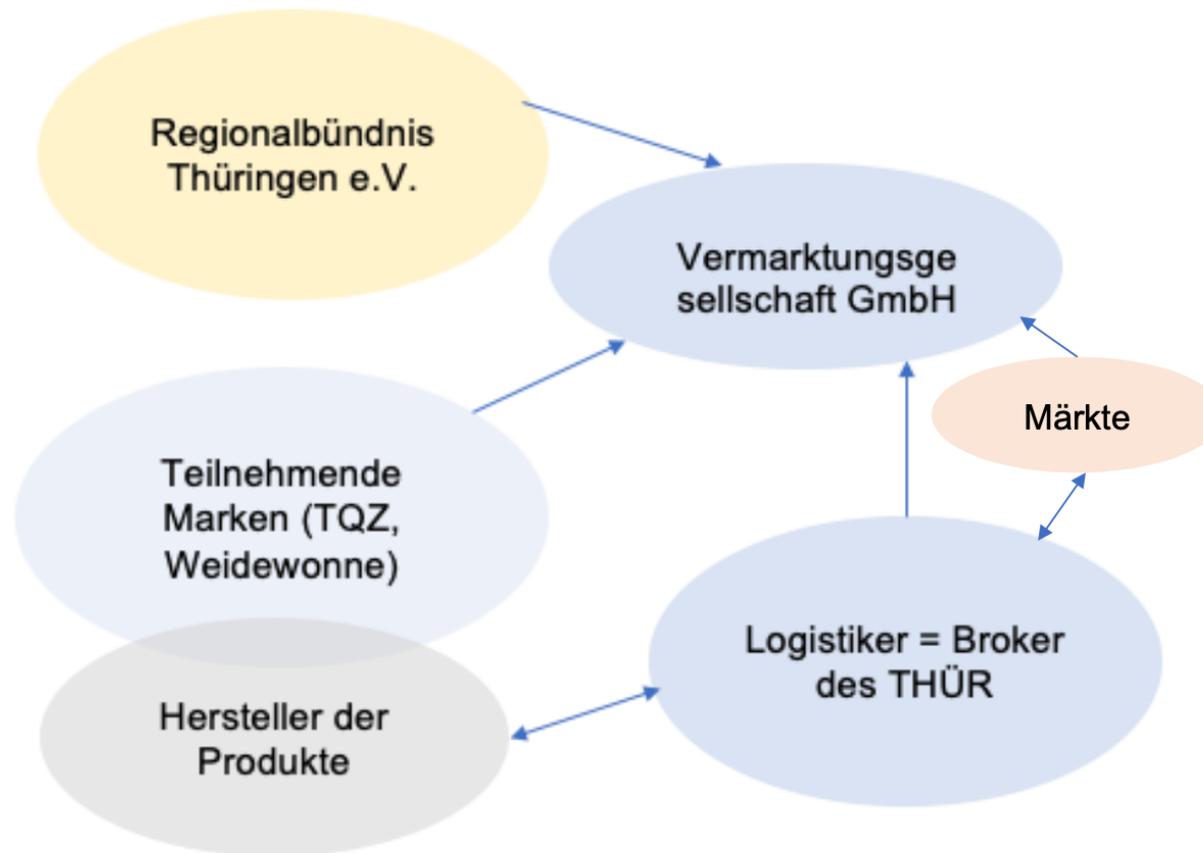
- legen den Grundstein für die Richtlinien/Qualitäten der Produkte im Thüringenregal
- stehen sinnbildlich wie Werte einer Familie
- bestimmen die Markenrichtlinien der teilnehmenden Regionalmarken (z.Bsp. TQZ, Weidewonne)
- wirken imageprägend für die gemeinsame Vermarktung und die Präsentation der Produkte und ihrer Hersteller in der Öffentlichkeit
- betonen den geplanten Wertschöpfungsprozess und die damit verbundene Nachhaltigkeit
- schaffen Transparenz und Orientierung sowohl für den Konsumenten, als auch für Marktleitung und Mitarbeiter*innen

Struktur der Teilhabe am Thüringenregal



- Regionalbündnis stellt als Verein seinen Mitgliedern eine ideelle Struktur und überwacht Kernwerte
- Regionalmarken sind Mitglieder des Vereins
- Produkthersteller sind Lizenznehmer einer Regionalmarke
- Vermarktungsgesellschaft stellt den Produkten des THÜR eine wirtschaftliche Struktur
- Regionalmarken und Märkte entrichten eine Lizenzgebühr an die Vermarktungsgesellschaft
- Regionalbündnis sichert als Hauptanteileseigner der Vermarktungsgesellschaft die ideelle Basis des wirtschaftlichen Handelns

Struktur der wirtschaftlichen Teilhabe im THÜR



Vermarktungsgesellschaft beauftragt den Broker mit Listungs- und Vertriebsprozessen, dafür entrichtet der Brocker 3-5% aus dem Umsatz mit THÜR Produkten an die Gesellschaft

die wichtigsten Aufgaben der Vermarktungs- gesellschaft:

- Gemeinschaftsmarketing für die THÜR Produkte
- Organisation für Kampagnen
- Sortimentsbildung und Sortimentsüberwachung
- Moderation und Begleitung bei Listungsprozessen
- Ausschreibeverfahren bei jedem neuen THÜR Standort
- Aquse von Neukunden
- Gemeinsames Qualitätsmanagement mit Broker und Verein
- Wirtschaftliche Umsetzung von Aufträgen/ Vorgaben aus dem Regionalbündnis

die wichtigsten Aufgaben des Brokers:

- Handelsbeziehung zu den Märkten und den Lieferanten für das THÜR
- Sammeln, Lagern und Kommissionieren der THÜR Produkte
- Überwachung der wirtschaftlichen Rentabilität
- Gemeinsames Qualitätsmanagement mit der Vermarktungsgesellschaft
- Vor Ort Kontrolle des THÜRs
- Umsetzen der ideellen Kernwerte im eigenen Betrieb

Geplante Schritte im Vertriebsaufbau:

1. *Februar 2021*: Start mit GLOBUS Linderbach und Filialen der Bäckerei Bergmann Frömmstedt
2. *Mai 2021*: GLOBUS Mittelstedt, Isserstedt und Hofläden aus dem Raum Ost- und Mittelthüringen sind gefolgt, erste kühlpflichtige Produkte
3. *Oktober 2021*: alle 5 GLOBUS Häuser werden beliefert, 2-3 Kunden aus dem AHV Markt (Küche, Kantine, Bistro) im Raum Mittel- und Ostthüringen
4. *Dezember 2021*: erster REWE Markt
5. *2022*: Ausbau der REWE Filialbelieferung nach Nordthüringen und damit Erweiterung der THÜR Logistik auf ganz Thüringen
6. *2. Halbjahr 2021- Ende 2022*: Aufbau der Streckenlogistik für Feingemüse und Obst in die Märkte
7. *Anfang 2023*: Gründung der Vermarktungsgesellschaft, bis dahin zuständig LFE Projekt CLETT II Bio in enger Kooperation mit dem Regionalbündnis Thüringen e.V.

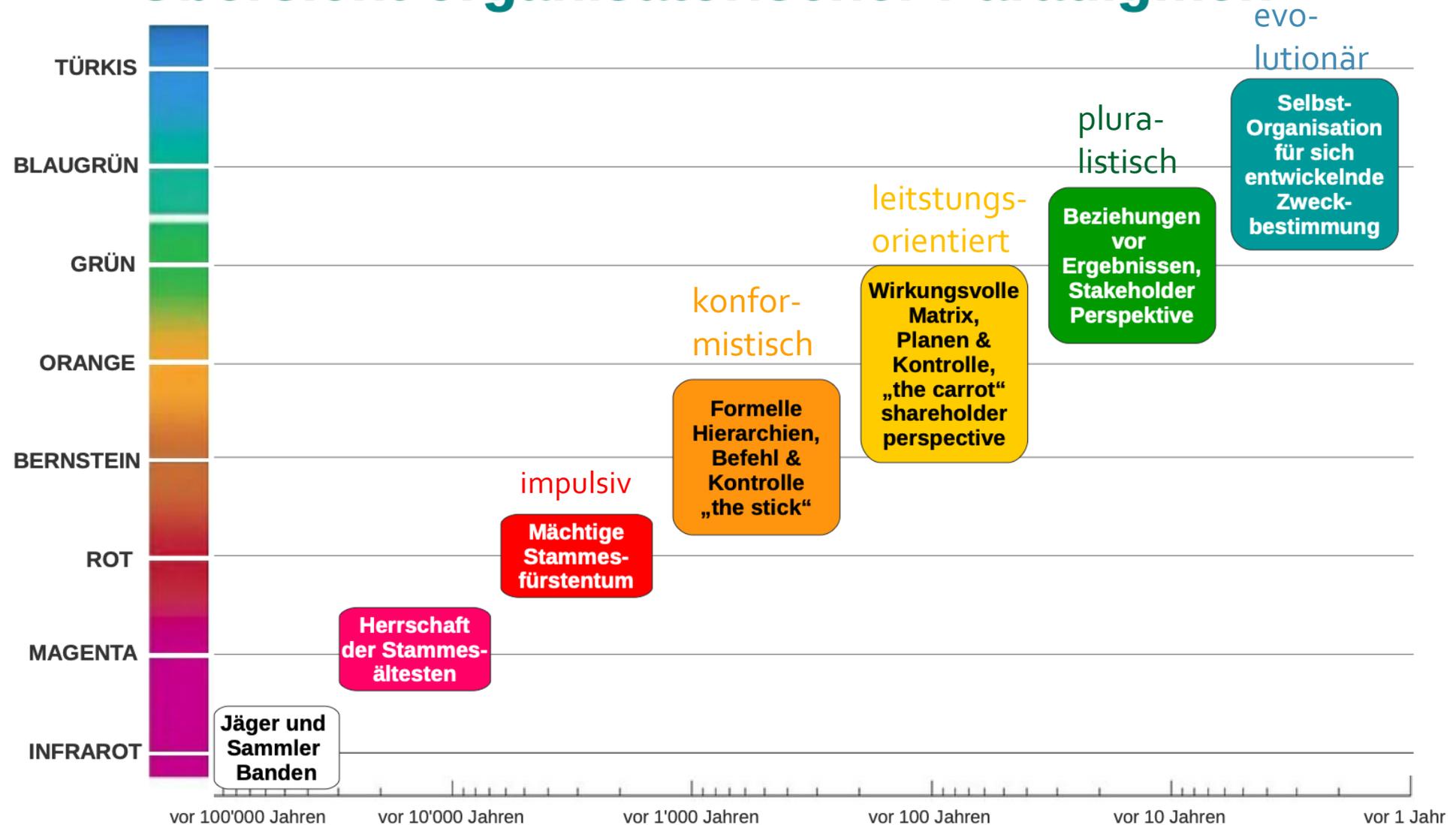
FRAGE

- Wo siehst Du das Thüringenregal in der Farbmatrix von Laloux?

BREAK OUT SESSION

- In welchem der von Laloux konzipierten Farbordnung steht Dein Unternehmen?
- Was ist Dein Ziel – welche Farbordnung kannst Du Dir in Zukunft für Dein Unternehmen vorstellen?
- Welche 1. Schritte kannst Du Dir für Dein Unternehmen vorstellen um das Arbeiten mit maximaler Selbst-Verantwortung der Mitarbeitenden zu ermöglichen?

Übersicht organisatorischer Paradigmen



MACHT-

KEINE HIERARCHIE =

viele

NATÜRLICHE HIERARCHIEN

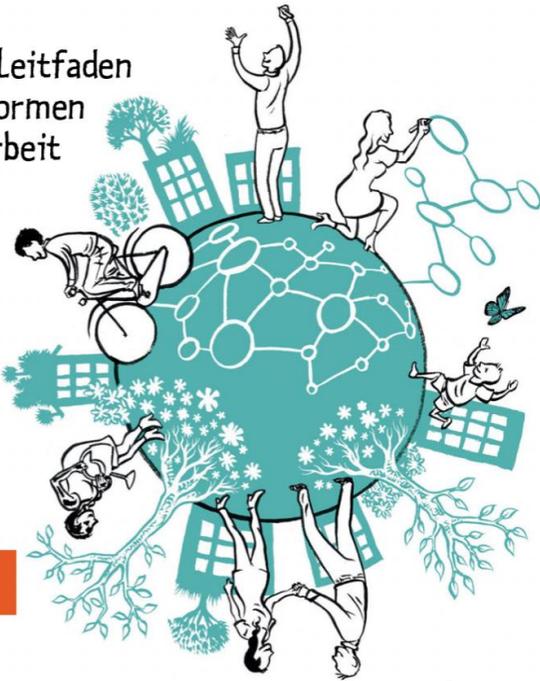
FREDERIC LALOUX

illustriert von Etienne Appert

Reinventing Organizations

VISUELL

Ein illustrierter Leitfaden
sinnstiftender Formen
der Zusammenarbeit



VAHLEN

ISBN: 978-3-8006-5285-3

01. Dezember 2021

BUCHIPP

WILDRAUSCH - CHRISTINE RAUCH - Gelebte Werte_Regionale
Vermarktung



Reinventing Organizations Wiki

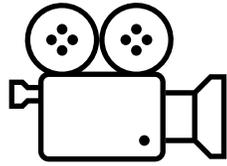
WIKI

<https://de.reinventingorganizationswiki.com/cases/happy/>



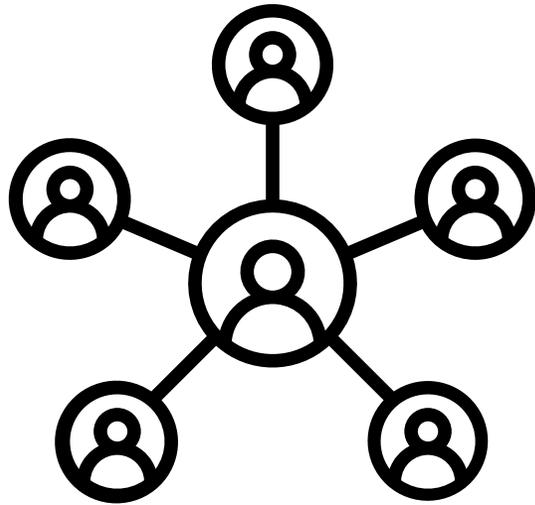
WEBPAGE TIPP

<https://www.reinventingorganizations.com>



<https://thejourney.reinventingorganizations.com/videos.html>

VIDEO SERIE



BEGLEITUNG & AUSBILDUNG

<https://coachingberlinmitte.de/new-work-beratung>

SMOOTHIE STATT KAFFEE

Vitalisierung und Leistungssteigerung durch pflanzliche Energiequellen



Mhh, schmeckt nach
Kiwi



01. Dezember 2021

WILDRAUSCH

Ihr habt vertieftes Interesse an einem Austausch?

Sprecht mit:

Christine Rauch

christine.rauch@wildrauch.de

Tel.: 0176 622 96 395

Feedback Hand



FEEDBACK

WILDEN DANK FÜR EURE AUFMERKSAMKEIT

Quellennachweise

- Infos vom Thüringenregal
- Emrys Consulting, Kurt Specht
- Reinventing Organizations, visuell, Vahlen Verlag, ISBN 978-3-8006-5285-3

Anhang

Häufig gestellte Fragen (FAQs)

Welche Kosten entstehen für mich als Hersteller?

Als Produkthersteller für das THÜR entstehen Ihnen Lizenzgebühren für die Mitgliedschaft in einer teilhabenden Regionalmarke. Diese Gebühren können je nach Marke unterschiedlich sein. Zusätzliche Kosten entstehen durch die Dienstleistung des Brokers (Listungsverfahren, Sammeln, Kommissionieren und Ausliefern, Handel und Vertrieb). Dies sind meist 25 % des Warenwertes Ihres Produktes.

Woher weiß ich, in welchem Markt mein Produkt im THÜR steht?

Für jeden neu zu bestückenden Markt wird es eine Ausschreibung an alle Hersteller für THÜR Produkte geben. **Sie** entscheiden dann, ob und welches Produkt Sie in diesem Markt gelistet haben möchten. Derzeit sind Hofläden, GLOBUS und REWE Märkte potentielle Standorte für das THÜR.

Sind Mehrfachplatzierungen für mein Produkt in REWE und GLOBUS möglich?

Im Globus ja, REWE ist noch in Verhandlungen

Häufig gestellte Fragen (FAQs)

Wie kalkuliere ich die Kosten für mein Produkt?

Bitte prüfen Sie, für welchen Preis Ihr Produkt im Markt stehen soll/kann um wettbewerbsfähig zu sein. Der Marktleiter wird noch ca. 40 % Aufschlag brauchen, der Broker 25 % auf den Nettowert für nicht MHDs Ware. Dann prüfen Sie bitte, ob der verbleibende Wert Ihre Herstellungskosten aufwiegt.

Beispielrechnung für 1 Marmeladenglas:

2,46 € netto Erzeugerabgabepreis bei frei Haus Anlieferung zum Zentrallogistiker (hier sind Herstellungs- und Verpackungskosten, Lizenzgebühr der Marke und Logistikkosten für Anlieferung in das Zentrallager zur Verteilung in die Märkte zu rechnen) → **das Glas ist beim Zentrallogistiker**



25% für Leistungen des Brokers

3,08 € netto Preis für Markt (GLOBUS, Hofladen) → **das Glas ist im Markt angekommen**



40% für Verkaufsleistung Markt

4,30 € Brutto Preis für den Endkunden (so steht die Marmelade dann im Regal) → **das Glas steht auf dem Frühstückstisch**

Häufig gestellte Fragen (FAQs)

Welche Kosten entstehen für mich als Markt?

Um das THÜR in Ihrem Markt zu platzieren, entstehen Ihnen möglicherweise Kosten für das Mobiliar. Für Hofläden kann hierfür eine LEADER Förderung beantragt werden.

Wenn Sie die Produkte des THÜR in Ihre Verkaufsstelle listen, entstehen Ihnen dafür Lizenzkosten für „Wir sind Partner des Thüringenregals“. Diese richten sich nach der Größe und dem Umsatz Ihres Ladens (Staffelungen von 50€ bis 350 € pro Jahr)

Wer ist mein Handelspartner?

Sowohl für die Märkte, als auch für die Hersteller ist der von der Vermarktungsgesellschaft beauftragte Broker ihr Handelspartner. Für eine Moderation zwischen den Parteien ist die Vermarktungsgesellschaft zuständig.

Wer kontrolliert die Produktrichtlinien der Regionalmarken?

Grundsätzlich die Markeninhaber selbst. Der Regionalbündnis Thüringen e.V. moderiert und vernetzt die Regionalmarken im Sinne seiner Kernwerte. In Arbeitsgruppen und in der Arbeit des Vereins werden sämtliche Protagonisten befähigt, die Kernwerte besser einzuhalten, neue Erkenntnisse einzuarbeiten und bei der Umsetzung behilflich zu sein.

Für was braucht es Lizenzgebühren?

Die Arbeit einer Vollzeitstelle für die Aufgaben der Vermarktungsgesellschaft wird mit den Lizenzgebühren und den umsatzbezogenen Abgaben des Brokers finanziert (s. Folie: Aufgaben der Vermarktungsgesellschaft)

Kontakte

Für die Aufgaben der Vermarktungsgesellschaft:

(Im Rahmen des LFE Projektes „CLETT II Bio“):

Anne Hässelbarth , Kommunikation und Beratung

www.ah-beratungen.de, info@ah-beratungen.de

Mobil: 017680337034

Für die Aufgaben des Brokers:

(Ansprechpartner bei der Udo Teichmann Transporte e.K.)

Christian Teichmann, Nachhaltigkeits- und Qualitätsmanagement M.A.

teichmann.christian@web.de

Mobil: 017716 77 944