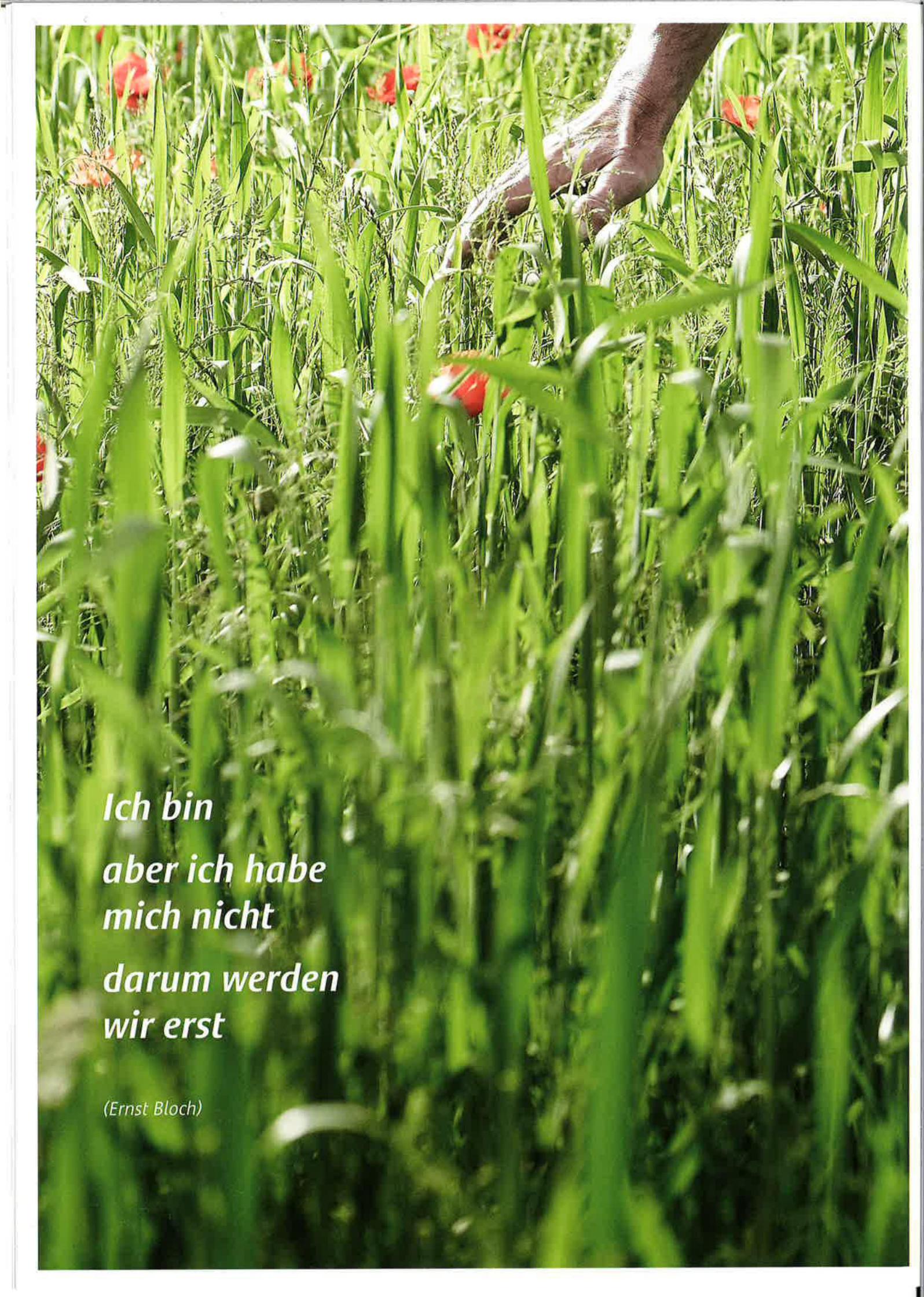




*unsere idee*

› GESAMTKONZEPT DER KAISER BIOBÄCKEREI

A close-up photograph of a hand reaching into a field of tall, vibrant green grass. Several bright red flowers are scattered throughout the grass, some in focus and some blurred. The lighting is bright, suggesting a sunny day. The overall mood is serene and natural.

*Ich bin  
aber ich habe  
mich nicht  
darum werden  
wir erst*

*(Ernst Bloch)*

# *unser inhalt*

2

3

> 1. Unser Leitbild	4/5
> 2. Unsere Vision	6/7
> 3. Unser Markenbild	8/9
> 4. Unsere Unternehmensziele	10/11
> 5. Unsere Führungsgrundsätze	11/12
> 6. Unsere Sortiments- und Vertriebsmodule	12/13

# *unser leitbild*

4

5



## › **Unternehmensidee**

Wir begreifen unser Unternehmen als lebendigen Organismus, in dem qualitative, soziale und spirituelle Prozesse stattfinden. Sie finden Ihren konkreten Ausdruck in Arbeit und Ökonomie. Zentrale Unternehmensidee ist die Würdigung dieser Prozesse.

IM MITTELPUNKT UNSERER UNTERNEHMENSTÄTIGKEIT STEHT DIE  
SINNHAFTE WERTSCHÖPFUNG, DAS PRODUKT UND DER MENSCH.

### › **Produkt**

Im Fokus unserer Arbeit steht die Qualität unserer Produkte. Die Bio-Landwirtschaft, die Art der Herstellung sowie die Wahl der Rohstoffqualität sind hierfür wesentlich.

Wir entwickeln Spitzenqualität in allen Arbeitsbereichen, von der Herkunft der Rohstoffe bis zur Beziehung zu unseren Kunden. Deshalb stellen wir uns die Fragen nach Qualität immer wieder neu.

### › **Mensch**

Transparenz, Gesundheit, Vielfalt, Abwechslung und ein ausgeprägtes Serviceverständnis sind handlungsleitend für unsere Kundenausrichtung.

Die Auseinandersetzung mit unserer Arbeit und unseren zwischenmenschlichen Beziehungen stellen wesentliche Grundlagen für eigene Reifungsprozesse dar. In diesem Sinne versteht sich Kaiser als Schule und Lebensschule.

### › **Gemeinschaft**

Vertrauen und Glaubwürdigkeit sind wesentliche Werte im Umgang miteinander, mit unseren Partnern und Kunden.

Wir achten alles Lebendige, auch in seiner Unterschiedlichkeit, in und um unser Unternehmen und ringen jeweils um den konkreten Ausdruck seiner Würdigung.

In Würdigung der aktuellen gesellschaftlichen Fragen verpflichten wir uns sinnstiftende und menschenwürdige Arbeits- und Ausbildungsplätze zu erhalten und neue zu schaffen.

### › **Streben**

Wir glauben, dass Leben immer Veränderungsprozesse meint und würdigen dies durch unsere Offenheit für Innovationen.

Wir bewahren uns ein Gespür für das Besondere der jeweiligen Zeit, beobachten die Entwicklungen der Menschen, die uns umgeben und der Märkte, die uns bedingen und können darauf reagieren.

# unsere vision

6

7

## › **Ökologische Verantwortung**

Wir produzieren, entwickeln und vertreiben Bio-Backwaren und schaffen Bewusstsein für die Bedeutung ökologischer Wertschöpfungsprozesse und gesunder Ernährung.

## › **Wirtschaftliche & gesellschaftliche Verantwortung**

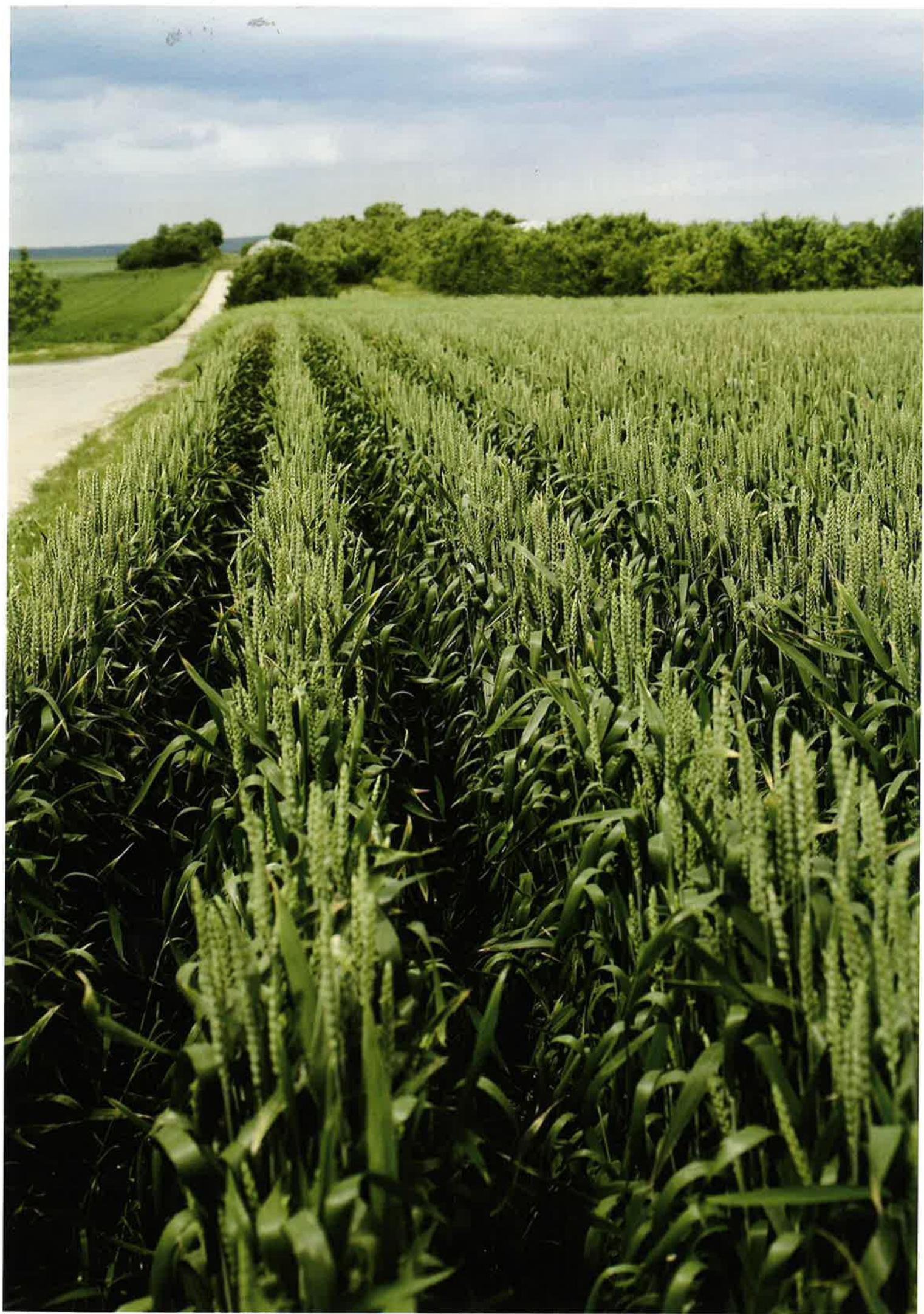
Wir greifen Herausforderungen auf und versuchen die Fragen der Zeit auf bestem wirtschaftlichen und ethischen Niveau zu beantworten.

In der Art und Weise, wie wir das tun, ermutigen wir mittelständische Unternehmen gleichermaßen, auf ethisch-fundierter Grundlage wirtschaftliche Erfolge zu erzielen.

In der Region und für die Region sind wir als mittelständisches Unternehmen vorbildlich.

## › **Zielsetzung**

Mit allen Unternehmensteilen sind wir die führende Bio-Bäckerei in der Region Rhein-Main.



# *unser markenbild*

8

9



› **Wertschaffung & Markenbildung**

Wir streben mit allen Geschäftsbereichen eine nachhaltige Steigerung des Unternehmenswertes an. Kaiser wird sich regional zu einer starken, nachhaltigen Marke entwickeln, mit der die folgenden Attribute (MARKENBILD) assoziiert werden:

**VISION:**

anregend • innovativ • zukunftsweisend

**WERTE:**

authentisch • achtsam • nachhaltig

**AUSDRUCK:**

liebevoll • individuell  
originell • einzigartig



**PRODUKT:**

gesund • lecker • natürlich  
frisch • vielfältig

**BASIS:**

biologisch • glaubwürdig  
verantwortungsbewusst • regional



## *unsere unternehmensziele*

### TOP OF MIND BEI BIO-BACKWAREN

#### › **Kunde, Markt & Kooperation**

Kaiser ist im Rhein-Main-Gebiet als die Bio-Bäckerei bekannt und wird von ihren Kunden, im Hinblick auf Qualität, Sortiment und Beratung als beste Biobäckerei in der Region wahrgenommen.

Wir erhöhen diese Marktstellung von Kaiser durch eine kontinuierliche Entwicklung der Filialen sowie eine hohe Präsenz im Bereich des Biohandels. Wir entwickeln unser Filialsystem qualitativ hochwertig und ergänzen es durch weitere attraktive Standorte.

Wir bauen unsere hervorgehobene Marktposition kontinuierlich weiter aus: Kaiser zeichnet sich durch hohe Qualität und ein hohes Maß an regionaler Marktdurchdringung aus und entwickelt diese beiden Aspekte kontinuierlich weiter.

Wir werden von unseren Handelspartnern und Kunden als vorbildliches Unternehmen wahrgenommen.

Dieses Anerkennung zeichnet sowohl Kaiser, als auch alle kooperierenden Partner aus. (Imagetransfer)



## PIONIER- UND VORBILDFUNKTION

### › ***Innovation & Nachhaltigkeit***

Wir setzen und entwickeln Trends in den Bereichen „biologisches Backen“, „bewusste biologische Ernährung“ (Bio-Snacks) und Mitarbeiterentwicklung. Wir überraschen mit innovativen Produktkreationen und erschließen den Markt auch auf ungewöhnlichen Vertriebswegen.

Wir richten unser Handeln an ökonomischen, ökologischen und sozialen Kriterien aus und bringen uns in gesellschaftliche Prozesse aktiv ein.

Wir schaffen sinnstiftende Arbeits- und Ausbildungsplätze in unserer Region, entwickeln uns gemeinsam mit unseren Mitarbeiter/innen und unterstützen sie in ihren Wachstumsprozessen.

Wir werden mit unseren menschengemäßen Wertschöpfungsprozessen überregional und branchenübergreifend als vorbildlich wahrgenommen und dienen so als mögliches Modell für mittelständische Unternehmensentwicklung.



12

13

*unsere führungsgrundsätze*

## DIE KAISER FÜHRUNGSRUNDSÄTZE STEHEN IM EINKLANG MIT VISION, LEITBILD UND UNTERNEHMENSZIELEN.

Unsere Führungsgrundsätze sind Anspruch und Verpflichtung für den Umgang mit uns selbst, unseren Mitarbeitern, Kunden und Partnern. Sie geben Orientierung nach innen und außen und machen deutlich, wofür wir stehen.

### › **Wirtschaftlich**

In unserem Denken und Handeln sind wir leistungs- und ergebnisorientiert. Unter Abwägung aller Interessen streben wir an, das jeweils beste Ergebnis zu erzielen.

Wir gehen verantwortungsbewusst mit dem Vermögen des Unternehmens um. Wir vermeiden wirtschaftliche Schäden und leisten entsprechende Vorsorge.

### › **Ganzheitlich**

Bei Planungen und Entscheidungen berücksichtigen wir die Interessen aller Beteiligten. Ökologische, wirtschaftliche und soziale Kriterien beziehen wir in unser Handeln mit ein.

Wir fordern und fördern unsere Mitarbeiter und verstehen Arbeitssituationen auch als Lern- und Wachstumschancen.

### › **Achtsam**

Wir denken und handeln ressourcenorientiert. Wir pflegen einen vertrauens- und respektvollen Umgang. Wir lassen die Meinung und die Art von anderen gelten und bemühen uns um den Ausgleich von Interessen.

### › **Veränderungsfähig**

Wir sind beweglich im Denken und im Handeln und treiben Veränderungen und Innovationen konsequent voran. Wir gehen auch unkonventionelle Wege.

Wir stellen uns dem Wettbewerb und nehmen Herausforderungen aktiv an.

### › **Verbindlich**

Wir informieren und kommunizieren rechtzeitig über die Ziele, Entwicklungen und Ergebnisse unserer Arbeit.

Wir geben und fordern Feedback und halten uns an getroffene Vereinbarungen. Wir machen Betroffene zu Beteiligten.



14

15

## *unsere sortimentsmodule*

**1. Bio Backwaren**

› Brot & Brötchen

**2. Bio Kaffee & Getränke**

› Wasser, Säfte &  
Biolimonaden  
› Kaffee- und Teespezialitäten

**3. Bio Konditorei &  
Bio Feinbäckerei**

› Kuchen und Gebäck  
› saisonale Spezialitäten

**4. Bio Snacks**

› Veredelte Backwaren  
› Convenience

# *unsere vertriebsmodule*

KAISER WIRD IN DEN KOMMENDEN JAHREN FOLGENDE VERTRIEBS-  
SCHIENEN WEITERENTWICKELN UND AUFBAUEN:

## **a) Erweiterung der eigenen Verkaufsstellen**

- › 10–15 Filialen im Rhein-Main-Gebiet mit unterschiedlicher Gewichtung der vier verschiedenen Sortimentsmodule (je nach Standort).
- › Die Verkaufsstellen sind die Basis und dienen als regionale Erlebnisstätte der Marke. Sie transportieren die Unternehmensphilosophie, prägen und veranschaulichen das Markenbild.

## **b) Stärkung als Lieferant und Partner des Biofachmarkts**

- › Klassischer Wiederverkaufsmarkt: insbesondere ein Ausbau von Fach-Bio-Supermärkten, regionalen Bio-Supermärkten sowie regionalen Naturkostmärkten und Reformhäusern.
- › Dieser Vertriebsweg ermöglicht Kaiser auch außerhalb der eigenen Filialen eine hohe und konstante Präsenz im Bio-Markt.

## **c) Ausbau des Snackbereiches**

- › Ausbau von speziellen, festen Standorten sowie im mobilen Bereich, deren Schwerpunkt auf Bio-Snacks, Bio-Kaffeespezialitäten und Bio-Getränken liegt.
- › Bietet die Möglichkeit die Zielgruppe der Convenience- und Functional-Food Käufer zu erschließen und erweitert die Kaiser Kundschaft um Gelegenheitskäufer, für die der ökologische Aspekt ggf. (nur) als Zusatznutzen fungiert.

## **d) Entwicklung und Ausbau eines speziellen Produktmanagements**

- › Innovative Produktkreationen sowie Kooperationsprojekte, die sich einen eigenen Vertriebsweg suchen und so neue Zielgruppen erschließen können.
- › In den Regionen außerhalb unseres direkten Wirkungskreises streben wir die Entwicklung und den Ausbau eines Kompetenz-Transfers an.



**Kaiser** Die Vollkornbäckerei GmbH | Fritz-Ullmann-Str. 5 | 55252 Mainz-Kastel  
Telefon 06134 / 1815 - 0 | Fax 06134 / 1815 - 15 | [www.ihre-bio-baeckerei.de](http://www.ihre-bio-baeckerei.de)