

Unternehmenskonzept Gemeinschaftsbäckerei 2008



INHALTSVERZEICHNIS

1 Management Summary

2 Unternehmen

3 Produkte und Herstellung

3.1 Geschäftsidee

3.2 Istsituation im Bäckerhandwerk

3.3 Kundennutzen

3.4 Leistungserstellung in 4 Schritten

4 Markt und Wettbewerb

4.1 Wirtschaftliche Entwicklung

4.2 Wettbewerb

4.3 Umsatzerwartung

4.4 Zielgruppen

5 Marketing und Vertrieb

5.1 Preisgestaltung

5.2 Werbung

5.3 Vertrieb

6 Management

7 Personalentwicklung

8 Chancen und Risiken

9 Liquiditätsplan

10 Investitionsplan

11 Finanzierungsplan

12 Eröffnungsbilanz 2008

Pader - Bäckerei der ganz Kleinen Brüder Jesu.
Kasseler Straße 29 • D - 33098 Paderborn
Tel • 05251 256 72 • Fax •05251 253 73 • Mobil **0171 54 19584**

<http://www.missionszentrale.org> bruderhubertus@christus-web.de

1. Management Summary

Marketingkonzept mit einer neuen innovativen Lösung

Die Missionszentrale...der ganz Kleinen Brüder Jesu mit ihrer Arbeit im Weinberg Gottes aus Paderborn, Hersteller von innovativen Sozialprozesslösungen stellt in einem kleinen Ausschnitt ein Projekt mit der Pader - Bäckerei vor, um eine gesellschaftliche und volkswirtschaftliche Entwicklung anzustoßen. Mit der Erfahrung mit Innovationen von prozessorientierten betriebswirtschaftlichen Lösungen, zeigen wir die Planung und Umsetzung kommunikativer Sozialprozeßsysteme, sowie Strategiekonzepte und Ablaufszenarien auf. Die technischen Fortschritte der letzten Zeit, im Bereich mobiler Informationsaufnahmen und Kommunikation, sowie die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten von Integration Management, ermöglichen auch Lösungen in vielfältigen gesellschaftlichen Anforderungsprofilen und Branchen, die noch nicht ausgeschöpft wurden.

Sie eröffnen in der modernen Informationserfassung neue Einsatzbereiche. Unsere Strategien und Lösungen, sind individuell einsetzbar und dienen insbesondere, zur **Optimierung von Geschäftsprozessen und Betriebsabläufen im stationären und freien Umfeld von Behinderten Mitbürgern.**

Der Versuch Gesellschaftsprozesse zu optimieren ist neu und stellt ein Versuch dar. Aber unser Motto: Wer nicht wagt der nicht gewinnt, steht im Mittelpunkt unseres Denkens.

Dazu stellt sich folgende Frage:

Wie können Gemeinschaftsverbindende Integrationskräfte, sowie wirtschaftliche Notwendigkeiten für ein altes Handwerk, durch das Erstellen von Backwaren, so gebündelt werden, damit sie gesellschaftlich wirken können? !!!

Pader - Bäckerei der ganz Kleinen Brüder Jesu.
Kasseler Straße 29 • D - 33098 Paderborn
Tel • 05251 256 72 • Fax •05251 253 73 • **Mobil 0171 54 19584**

<http://www.missionszentrale.org> bruderhubertus@christus-web.de

2. UNTERNEHMEN

Firmenprofil

Einführung von Lebensmittelsicherheitsystemen

Name des Unternehmens	Pader-Bäckerei der ganz Kleinen Brüder Jesus
Rechtsform Gründungsjahr	Gesellschaft mit beschränkter Haftung 2008 2008
Ansprechpartner	Bruder Hubertus Groppe Bevollmächtigter RA. Frisch
Adresse	Kasseler Straße 29 33098 Paderborn
Telefon	05251 25672
Telefax	05251 25672
E-Mail	bruderhubertus@christus-web.de
Homepage	http://www.missionszentrale.org
Name des Gründers / Gründerteams Gründungsjahr sonstige Gesellschafter	
Anteile	100%
Besonderheiten der Geschäftsidee / Produkte	Neuentwicklung, Marktumsetzung und Einführung von Backwaren für soziale und interkulturelle Zielgruppen. Behindertenintegration in den Arbeitsprozess
Alleinstellungsmerkmale	Umsetzung und Gesellschaftstransfer zu einer bundesweiten Modelllösung
Produktstatus	Besonders nachgefragtes Backwarensortiment
Kooperationspartner	Brot verbindet e.V., evtl. Caritasverband e.V., ev. Kirchenamt
Markt	Zivilgesellschaft, soz. Einrichtungen, Krankenhäuser etc.
Kunden/ Kundenstatus	Studentenwerk , syr. orth. Gemeinde, Brüderkrankenhaus, karitative Sozialeinrichtungen von Paderborn, Märkte
Wettbewerb	nur bedingter Wettbewerb da neues Vermarktungskonzept
Chancen	Marktdurchdringung mit großen Sozialarrangement Behinderte

Pader - Bäckerei der ganz Kleinen Brüder Jesu.
Kasseler Straße 29 • D - 33098 Paderborn
Tel • 05251 256 72 • Fax •05251 253 73 • Mobil 0171 54 19584

<http://www.missionszentrale.org> bruderhubertus@christus-web.de

Risiken

siehe Anlage Umsatz und Ertragsvorausschau

3. PRODUKTE UND HERSTELLUNG

3.1 Geschäftsidee

Das Projekt zeichnet sich dadurch aus, dass der Versuch gewagt werden soll, gemeinschaftsverbindende Integrationskräfte sowie wirtschaftliche Notwendigkeiten für ein altes Handwerk durch das Erstellen von Backwaren zu bündeln.

Alle reden von gesellschaftlicher Integration aller Kulturen, aber in Wirklichkeit entfernen wir uns immer weiter von einer nachhaltigen gesellschaftlichen Einheit.

Die gegenwärtige Situation:

Die politische, gesellschaftliche und technologische Umwelt aller Unternehmen und gesellschaftlichen Einrichtungen unterliegen heute Veränderungsprozessen, die nicht unberücksichtigt bleiben können, wollen sie eine erfolgreiche Strategie entwickeln.

So hat zum Beispiel der Wandel vom Verkäufer- zum Käufermarkt zu erheblichen Veränderungen im Wirtschaftsleben geführt. Heute beurteilen und bewerten die Nachfrager die Produkte und Leistungen der Unternehmen und gesellschaftlichen Einrichtungen wesentlich kritischer als früher. Erfüllt ein Produkt oder eine Leistung nicht die Erwartungen, reagiert der Kunde direkt darauf: Entweder er bezieht ein anderes Produkt oder Leistung, das seine Ansprüche besser erfüllt, das heißt er wandert ab, oder er protestiert, was im weitesten Sinne bedeutet, das er mit dem Anbieter darüber kommuniziert, wie das Produkt oder die Leistung seinen Wünschen entsprechend verändert werden sollte.

Die Missionszentrale der ganz kleinen Brüder suchte zudem mit ihrem Ziel der Missionsarbeit, die Integration von Behinderten in den Berufsprozess auf der einen Seite und die Eingliederung der nicht mehr in der Kirche Anwesenden, sowie der geprägten Bevölkerungsgruppe auf der anderen Seite, **das Vorhaben in einer wirtschaftlich orientierten Gemeinschaftsbäckerei zu verwirklichen.**

Ein Vorhaben, das zu scheitern schien.

Ich der Vorsitzende der Gemeinschaft sah sich zum ersten Mal mit der Situation konfrontiert,

Pader - Bäckerei der ganz Kleinen Brüder Jesu.
Kasseler Straße 29 • D - 33098 Paderborn
Tel • 05251 256 72 • Fax • 05251 253 73 • Mobil 0171 54 19584

<http://www.missionszentrale.org> bruderhubertus@christus-web.de

daß die unternehmensinternen und gesellschaftlichen Integrationskräfte nicht vorhanden waren. Zunehmend gingen Individualität und Egoismus vor Solidarität und gesellschaftlicher und unternehmensinterner Verantwortung.

Da durfte es dann niemanden mehr wundern, daß die unterschiedlichen gesellschaftlichen, kulturellen und beruflichen Gruppen sich ausschließlich ihrem Gruppeninteressen verschrieben und unternehmerisch- verbindliche und nachhaltige Ziele und Werte, weitgehend außer Acht gelassen wurden.

Das ist ein entscheidender Punkt, wo die gesellschafts- und unternehmensinterne Diskussion, über Werte und Entwicklung einer Zivilgesellschaft differenzierter und entschlossener geführt werden sollten, als es im allgemeinen der Fall ist.

Der für die Zukunft der Gesellschaft und Unternehmen mit Ihrem Ausgleich, zwischen Menschen gleich welcher Behinderung immer wichtiger werdende Begriff Nachhaltigkeit wird sonst z.B. leicht zum Zankapfel.

So versuchen Einzelne, Familien, Unternehmen, Gemeinschaften das nachhaltige Handeln Ihren Interessen und Bedürfnissen entsprechend anzupassen und umzudefinieren.

Ein Merkmal machte aber Hoffnung.

Bei der Befragung aller o, a. Gesellschaftsgruppen, stellte sich immer wieder heraus, daß es augenscheinlich eine große Bereitschaft gibt, die Integration von Menschen unter dem gemeinsam zu essenden Brot zu verwirklichen.

Das setzte zwingend die Trennung von den Zielen der Missionszentrale der ganz kleinen Brüder und den wirtschaftlichen notwendigen Anforderungen an ein Unternehmen voraus.

Auch Familien, Gesellschaften, Sozialeinrichtungen, Abteilungen und Mitarbeiter arbeiten oftmals isoliert voneinander und es ist meistens nicht klar, **wer und wie die verschiedenen Zielvorgaben gebündelt werden sollen.**

Es stellt sich hierbei die Frage wie die vielen involvierten Personen und deren Interessen miteinander sinnvoll in Verbindung gebracht werden können.

Unter einem Förderverein mit dem Namen **Brot verbindet e.V.**

wurde dazu ein notwendiges Bindeglied geschaffen, um die unterschiedlichen Ziele der Pader - Bäckerei und der Missionszentrale so zu bündeln, damit wertneutral die verschiedenen jeweiligen Aufgaben sowie eine geeignete Öffentlichkeitsarbeit inhaltlich und praktisch vollzogen werden kann. Damit soll erreicht werden, daß vollkommen wertfrei Menschen in der entstandenen Zivilgesellschaft, den Grundgedanken der gemeinsamen Brotmahlzeit fördern können, ohne sich mit ihnen fremd erscheinenden Zielen auseinandersetzen zu müssen, die sie möglicherweise ablehnen.

Dazu ist mehr Wirtschaftlichkeit durch prozessgerechte Unternehmensentwicklung in der Pader - Bäckerei notwendig.

Pader - Bäckerei der ganz Kleinen Brüder Jesu.
Kasseler Straße 29 • D - 33098 Paderborn
Tel • 05251 256 72 • Fax • 05251 253 73 • Mobil **0171 54 19584**

<http://www.missionszentrale.org> bruderhubertus@christus-web.de

Analyse der Grundbedürfnisse der Gesellschaft

Die beschriebene Einsicht hat Folgen für die gesellschaftliche, soziale und berufliche Zusammenarbeit, aber ebenso für die Wirtschaftlichkeit, und die Unternehmensentwicklung.

Das heißt: neue Ziele, Märkte und Geschäftsfelder sind nicht einfach Zusatzmärkte, auf denen noch einmal geworben und verkauft werden kann, was für die gesicherte Situation des eigenen Unternehmens erdacht und produziert wird.

Sie verlangen eine Bedarfsanalyse, die mit den ökologischen auch den sozialen Grundbedürfnissen der Menschen in der Gesellschaft deren soziale Entwicklung und Befriedigung mit einschließt.

Menschen in der Zivilgesellschaft und den Einrichtungen und Gemeinschaften können darum in zukünftigen Zielen nicht nur die Eigeninteressen sehen, sondern es muß daß Gesamtwohl aller betrachtet werden.

Mehr und mehr beeinflusst die Gesellschaft der „**mobilen Singles**“ die allgemeine Realität, sowie das allgemeine Konsumverhalten, vor allem in Ballungsgebieten. Immer häufiger wird außer Haus gegessen.

Nach einer repräsentativen Studie der „Centralen Marketing Gesellschaft“ der deutschen Agrarwirtschaft (CMA) stiegen die Ausgaben im zurückliegenden Jahr pro Woche und Person

um **acht Mark auf rund 42 Mark**, wovon auch die Bäcker profitierten.

Viele Bäcker haben ihr Angebot an Snacks und kleinen Mahlzeiten stark vergrößert. Dabei liegen nicht nur belegte Brötchen, sondern vor allem internationale Brotspezialitäten

wie Baguettes, Wraps oder Ciabatti, Fladenbrot, Simit, Dönerbrote Lahmacun im Trend.

Und: Natürlich sollen neue Ziele Gewinn einbringen, aber im Falle der Unternehmenssicherung dem Bedürfnis des Gesamtunternehmens und seiner Mitarbeiter gesicherter lebensplanender Gewinn.

Kostenoptimierte Prozesse und psychologische Parameter

Aus zahllosen Beobachtungen in letzter Zeit, lässt sich immer wieder eine Quintessenz ableiten: Der tatsächlich bilanzierbare Nutzen von betriebswirtschaftlichen Konzepten, die vorgegeben werden, fallen in vielen Fällen doch eher bescheiden aus.

Es kommen viele kostenverursachende Begleiterscheinungen, die in den neuen Kostenaufstellungen und Kalkulationen meistens nicht berücksichtigt sind. Diese, fast ausschließlich nur kostenorientierten Lösungen und Konzepte, können aber monetäre Ursachen wie z.B.

psychologische Problemquellen in der Gesellschaft gar nicht erreichen oder erfassen.

Rein betriebswirtschaftlich ausgerichtete Vorgehensweisen übergehen somit häufig psychologische und soziale Multiplikatoren, die durch die erwarteten „**optimierenden**“ Umstrukturierungen hervorgerufen werden.

Die aus der ungenügenden Kommunikation resultierenden Ablaufdynamik, die mit der wachsenden Vernetzung, Bündelung und Beschleunigung von betrieblichen

Pader - Bäckerei der ganz Kleinen Brüder Jesu.
Kasseler Straße 29 • D - 33098 Paderborn
Tel • 05251 256 72 • Fax • 05251 253 73 • Mobil **0171 54 19584**

<http://www.missionszentrale.org> bruderhubertus@christus-web.de

und gesellschaftlichen Informationsprozessen noch verstärkt werden, hat in der Regel immer ganz charakteristische Auswirkungen auf die psychologischen Bedingungen auch in den verschiedenen Gesellschaftsbereichen und prägen somit die Konsumbereitschaft der Menschen, der Mitarbeiter in den sozialen Prozessen, **sowie damit das allgemeine soziale Klima in bedeutsamer Weise.**

Strukturelle Änderungen in der Gesellschaft zielen nur in der Regel auf eine Verbesserung der Kapitalsituation in einzelnen Integrationsabläufen und Teilabläufen ab. Diese Analyseansätze missachten damit aber wichtige psychologische Parameter (z.B. Erfolgsbestätigungen und -beteiligungen, sowie Zugehörigkeiten für die Menschen, die für den reibungslosen und fehlerfreien Verlauf der Lebensprozessen von ebenso großer Bedeutung sein können, wie z.B. organisations- und gesellschaftsoptimierende Maßnahmen.

Wenn überhaupt, sind integrative Maßnahmen und Eingriffe wie z.B. die Zusammenlegung von Aufgaben und Funktionen somit weniger oder gar nicht geeignet, sinkender Leistungsbereitschaft aufgrund von sozialen Spannungen, Frustrationen und belastenden Streßsituationen, nachlassendes Konsumverhalten, abzubauen, wo die eigentlichen Ursachen vorwiegend in einer unflexiblen und unzeitgemäßen Kommunikation, Arbeits- und Aufgabenorganisation zu suchen sind. Die Gründe für negative Entwicklungen und gesellschaftlichen Missstände sind sehr vielfältig und lassen sich nur bedingt verallgemeinern.

Man kann sie vergleichen mit Stromschnellen - wahrscheinlich veranschaulicht dieses Bild die Dynamik unserer modernen Gesellschaft am treffendsten. Jede menschliche Generation erlebt Wandlungen in ihrem sozialen und kulturellen Gefüge. In unserer Zeit jedoch vollziehen sich die Umwälzungen in einem bislang unbekanntem Tempo. Die sich umformende Welt zwingt zu einem Denken und Handeln, zu einem Leben in beweglichen und schnell anpassbaren Bezügen und Verhaltensweisen.

Der suchende Mensch erfährt möglicherweise in seiner Glaubensgemeinschaft einen Lebensraum mit eigenen Denk- und Handelsnormen, die eine Zeit und Welt heute mit unerhört neuen Anforderungen konfrontieren. Diese Gemeinschaften sind ja kein stiller Garten in einer aufgewühlten Menschheit, sondern eher ein Schiff und damit abhängig von den Strömen, auf denen es fährt. Was aber geschieht mit einem Schiff, das unversehens in eine Stromschnelle gerät? Wahrscheinlich geht es unter. So kommt es, daß man gegenwärtig gar manchen **Suchenden begegnet, dessen Klagen das Thema variieren: » Herr, hilf uns, wir versinken!**

3.2 Istsituation im Bäckerhandwerk:

Pader - Bäckerei der ganz Kleinen Brüder Jesu.
Kasseler Straße 29 • D - 33098 Paderborn
Tel • 05251 256 72 • Fax • 05251 253 73 • Mobil **0171 54 19584**

<http://www.missionszentrale.org> bruderhubertus@christus-web.de

1. Aus der alten Tradition ist das Bäckerhandwerk nicht immer eine Branche gewesen,
mit einem breiten Produktsortiment. Man nimmt noch oft an, daß steigende Diversifizierung die Nachfrage nach Backwaren steigern würde. Folge ist, steigende und verschiedene Brot- und Brötchenarten sowie Kuchen und Gebäckarten müssen aufgrund der geringen Losgrößen sehr durch handgefertigte Produktion mit wenig Personaleinsatz umgesetzt werden. Hinzu kommt, dass bis Anfang des Jahres 2000 durch das Nachtbackverbot eine ganztägige Produktion nicht erlaubt war, aber der Kunde täglich frische Ware erwartet.
Das setzte das Bäckerhandwerk sehr unter Zeit -und Anpassungsdruck, so dass steigende Produktivität nicht umgesetzt wurde.
Weiter führte es dazu, dass das Bäckerhandwerk weitgehend von einer Produktion der eigenen Rezeptur der Zutaten zu einer Massenrezeptur überging, **die vom Großhandel des Bäckereihandwerks geliefert wird.**

Ergebnis ist, alle Backbetriebe backen weitgehend die gleichen Brot Und Brötchensorten und es führte zu einem Massenprodukt ohne typische Geschmacksvorteile.

2. Wie in allen Branchen gibt es auch im Bäckerhandwerk Umsatzrückgänge. Sie dürfen aber nicht auf einen rückläufigen Backwarenkonsum zurückzuführen sein. Der aus dem Mehlabatz der Mühlenwirtschaft von der Vereinigung Getreide-, Markt und Ernährungsforschung (GMF), Bonn berechnete Pro-Kopf-Verbrauch von Brot und Kleingebäck stieg im Getreidewirtschaftsjahr (Juli 2003/Juni 2004) um 0,4 kg auf 86,3 kg an.
Hierbei ist zu berücksichtigen, dass diese Zahl nur den theoretischen Verbrauch angibt. Die tatsächlich verzehrten Brot- und Kleingebäckmengen dürften niedriger liegen, da es auf dem lange Weg von der Mühle bis zum Endverbraucher Verluste gibt, die nicht berücksichtigt werden. Hierzu zählen beispielsweise die Retouren der Bäckereien, d. h. die anderweitige Verwendung von nicht verkauften Backwaren außerhalb der menschlichen Ernährung.
Da das Berechnungsschema des Brotverbrauchs im Zeitablauf aber unverändert blieb, kann aus dem Ergebnis für das Getreidewirtschaftsjahr 2003/2004 relativ zuverlässig geschlossen werden, daß der Konsum von Backwaren nicht rückläufig war. Es hat sich aber in mehreren Untersuchungen der letzten Jahre gezeigt, daß der mengenmäßige Marktanteil des in Bäckereien gekauften Brotes für den Innerhaus-Verzehr um 1,8 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr zurückgegangen ist. Gegenüber dem Jahr 1997 beläuft sich der Rückgang sogar auf 5 Prozentpunkte.

Pader - Bäckerei der ganz Kleinen Brüder Jesu.
Kasseler Straße 29 • D - 33098 Paderborn
Tel • 05251 256 72 • Fax • 05251 253 73 • Mobil 0171 54 19584

<http://www.missionszentrale.org> bruderhubertus@christus-web.de

Die Gewinner im Brotmarkt waren einmal mehr die Discounter, allen voran Aldi, der seinen Marktanteil in um 1,4 Prozentpunkte auf ca.12,5 % steigern konnte. Alle Discounter zusammen verfügen inzwischen über einen Marktanteil von 25,3 %. Leichte Gewinne konnten auch die Verbrauchermärkte verbuchen, während der traditionelle Lebensmitteleinzelhandel ebenso wie die Bäckereien zu den Verlierern auf dem Brotmarkt zählte.

Unter Berücksichtigung der Marktanteile von Wochenmarktständen und Verkaufswagen, die zu einem großen Teil den Bäckereien zuzurechnen sind, dürfte das Bäckerhandwerk seine Marktführerschaft aber mit einem Marktanteil von etwa über 50 % an den verkauften Brotmengen gegenüber dem Handel so gerade noch behauptet haben. Da die Brotpreise in den handwerklichen Bäckereien über den Preisen des übrigen Handels liegen, ist das Bäckerhandwerk im wertmäßigen Vergleich der Marktanteile nach wie vor unangefochten führend. Doch kann dies nicht darüber hinwegtäuschen,

daß die Marktanteilsverluste der letzten Jahre eine Abwärtsentwicklung signalisieren, wenn weiter veraltete Vermarktungsstrukturen bevorzugt werden.

Brot gehört immer noch zum unverzichtbaren Kernsortiment der handwerklichen Bäckereien.

Zukunftschancen im Bereich Backwaren:

So gibt es weiterhin von den Endkonsumenten eine große soziale Nachfrage nach natürlich belassenen Qualitätsprodukten mit besonderen Geschmacksvorteilen im Bereich des Grundsortiments der Backwaren.

Die Zielgruppen die im Bereich Backwaren beworben werden sollen, sind in verschiedene Groß- und Mittelbetriebe mit eigener Kantine aufzuteilen. Da gibt es die Hochschulen, Krankenhäuser, Alteneinrichtungen, Tagesstätten, Hotels und Gastronomiebetriebe, die alle in großen Mengen die gleichen Backwaren wie die verschiedenen Brötchen und Brotsorten benötigen.

Zwar ist es auch dort so, dass durch den steigenden verschiedenen Geschmack ein breites Sortiment der Backwaren vom Konsumenten gefordert werden, aber keines der kleineren Abnahmekunden kann eine Vorhersage machen, in welcher Stückzahl das einzelne Backwarenprodukt gefertigt werden soll. Das ist schlecht für die Fertigung in großen Stückzahlen und der Kalkulation. Das führte zu der Überlegung, dass mit einem schlanken Produktsortiment aus Brötchen- und Brotwaren eine Produktion in großen Stückzahlen, daß wirtschaftliche Wachstum gewährleisten werden soll.

Weiter sieht das Konzept vor, nicht nur mit dem Betrieb der Pader - Bäckerei die vorgesehenen Zielgruppe anzusprechen, sondern gezielt die Endkonsumenten einer Zivilgesellschaft mit einem Sozialpaket

aus Backwaren als Produkt und der sozialen Aufgabe wie Integration von

Pader - Bäckerei der ganz Kleinen Brüder Jesu.
Kasseler Straße 29 • D - 33098 Paderborn
Tel • 05251 256 72 • Fax •05251 253 73 • Mobil 0171 54 19584

<http://www.missionszentrale.org> bruderhubertus@christus-web.de

benachteiligten Menschen über einen eingerichteten Förderverein zu bewerben und zu beliefern.

Der Grundgedanke dabei ist, die Wertigkeit des Brotes zu nutzen, dabei ist davon auszugehen, daß Brot seine Wertigkeit nicht verloren hat.

Brot ist auf vielfältige Weise in der Erinnerung der Konsumenten und das länderübergreifend

und in allen Kulturen und Glaubensrichtungen.

Es wird u.a. gesehen als das letzte Stück Brot, was hergegeben wird, bis zu gemeinsamer Brotmahlzeit oder Brot im Überfluss etc.

Brot hat dabei den sozialen Charakter als Grundnahrungsmittel in allen Schichten Kulturen anerkannt zu sein und besitzt darüber hinaus das Integrationselement, da es eine verbindende Wirkung erzielt, wenn es um eine gemeinsame Mahlzeit geht. Das soll in der Öffentlichkeitsarbeit verstärkt herausgestellt und transportiert werden.

Brot nimmt dazu die Stellung des kleinsten gemeinsamen Nenners ein.

3.3 Kundennutzen

Der Kundennutzen wird verstärkt dargestellt und stellt sich wie folgt dar:

1. Als wirtschaftlich arbeitendes Unternehmen wird die Pader - Bäckerei ein schmales Produktsortiment für die Bürger von Paderborn mit hohen Stückzahlen produzieren,
was zu einer enormen Stückkostendegression führt,
die in der Kalkulation des VK Preises an die Zielgruppen weitergegeben wird.
2. Als Gemeinschafts-Bäckerei, da hierbei mit speziellen Brot und Backwaren die verschieden Glaubensvereinigungen angesprochen werden,
um über Sammelbestellungen ebenfalls große Stückzahlen abzusetzen,
was ebenso zu einer Stückkostendegression führt,
die an diese Zielgruppen weitergegeben wird.
3. Als Förderverein Brot verbindet e.V. werden gezielt Menschen angesprochen, die Notwendigkeit eines integrativen Ansatzes in einer Zivilgesellschaft erkannt haben
und durch Ihre Mitgliedschaft sowie Ihrem Förderbeitrag,
Backleistungen in Anspruch nehmen dürfen.
4. Der Spendenbeitrag bietet den Nutzen der steuerlichen Absetzungsfähigkeit,
sowie die Bindung als Konsument und der Chance zur Kommunikation
als neues Vermarktungskonzept

3.4 Leistungserstellung in 4 Schritten

- a) Den einzelnen Einrichtungen wird durch Direktmarketing, ein besonderes kostengünstiges Leistungsangebot für eine hohe Stückzahl unterbreitet, was in ihre Kostensituation besser integrierbar ist.
- b) Den verschiedenen Glaubensgemeinschaften wird die Möglichkeit gegeben über eine Sammelbestellung ihren Brot- und Backwarenbedarf günstiger als sonst einzukaufen.
- c) Den Vereinsmitgliedern den Zugang zu ermöglichen, den Brot- und Backwarenbedarf direkt zu decken.
- d) Den Backbetrieb so zu organisieren, daß in großen Stückzahlen produziert werden kann, um die Preise entsprechend der Kalkulation angepasst werden kann.

4. MARKT UND WETTBEWERB

4.1 Wirtschaftliche Entwicklung

Der Markt der Anbieter von Backwaren in der Region ist gekennzeichnet von üblichen aus dem Bäckerhandwerk entstandene Kleinbetrieben z. T. mit Verkaufsfilialen aber auch mittlere Großbetriebe die über ein eigenes größeres Vertriebsnetz mit angeschlossenen Verkaufsstellen verfügen.

Beiden ist gemeinsam, daß Sie ein breites Produktprogramm herstellen, mit allen Nachteilen die diesem Betriebstyp innewohnen.

Weiter gibt es Brotfabriken, die regionale Brotsorten mit entsprechenden Personalbestand herstellen.

Entwicklung der Backwarenpreise in Bäckerfachgeschäften

Produkt Einheit Durchschnittlicher Preis Veränderung im Bundesgebiet in Euro

Einheit	Preisveränderung in € II. Quartal 2004	Preisveränderung in € II. Quartal 2005	Preisveränderung in %

Pader - Bäckerei der ganz Kleinen Brüder Jesu.
Kasseler Straße 29 • D - 33098 Paderborn
Tel • 05251 256 72 • Fax • 05251 253 73 • Mobil 0171 54 19584

<http://www.missionszentrale.org> bruderhubertus@christus-web.de

Roggenmischbrot	1kg	2,21	2,21	0,00
Weizenmischbrot	750g	2,00	2,01	0,50
Vollkornbrot	750g	2,24	2,26	0,89
Weizenbrot	500g	1,61	1,58	-1,86
Stangenweißbrot	500g	1,64	1,62	-1,22
Weizenkleingebäck	1 Stück	0,23	0,23	0,00
mit Käse belegtes (ganzes) Brötchen	1 Stück	1,42	1,44	1,39

Die Preissteigerungen bei den erfassten Broten lagen zwischen 0,50 % und 0,89 %. Allerdings zeigt das vorliegende Datenmaterial, daß die Backwarenpreise im Bäckerhandwerk deutlich stärker anstiegen als die Preise der meisten anderen Nahrungsmittel.

Vor dem Hintergrund der allgemeinen Konsumzurückhaltung, mag dies dazu beigetragen haben, daß die Verbraucher ihren Bedarf an Backwaren, verstärkt bei Niedrigpreisanbietern gedeckt haben. Insofern passt das Aufkommen einer völlig neuen Vertriebschiene von Backwaren ins Bild.

Im zurückliegenden Jahr wurden besonders in den Ballungsräumen des Bundesgebietes immer mehr spezielle Geschäfte eingerichtet, in denen Backwaren zu Discountpreisen angeboten wurden. Die Betreiber dieser neuen Vertriebschiene sind zum Teil branchenfremd.

Das Konzept besteht fast überall in sehr stark durchrationalisierten Läden, in denen ein enges Sortiment von Teiglingen fortlaufend frisch abgebacken wird. Die Geschäfte verfügen über eine minimale Personalbesetzung, da der Verkauf in Selbstbedienung erfolgt. Die Backwarenpreise liegen teilweise um 50 %

unter den üblichen Preisen in Handwerksbäckereien.

Eine hohe Rentabilität wird durch geringe Wareneinstandskosten, geringe Verkaufskosten

und einen hohen Warenumsatz erreicht.

Die niedrigen Wareneinstandskosten werden zum Teil durch den Import von Teiglingen aus Niedriglohnländern erzielt.

Der hohe Warenumsatz beruht auf einer hohen Kundenfrequenz, die vor allem durch die Positionierung der Geschäfte in Laufwegen der Innenstädte gewährleistet ist.

Nach den ersten Erfolgen dieser neuen Vertriebschiene haben auch immer mehr Unternehmer des Bäckerhandwerks ein entsprechendes Discountkonzept entwickelt.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, daß der Wettbewerb in der Backwarenbranche auf allen Ebenen intensiviert hat. Dies dürfte ein wesentlicher Grund dafür sein, dass die schon seit Jahrzehnten erfolgende Abnahme der Betriebe im Bäckerhandwerk einen neuen Höchststand erreicht hat, was auch als Chance zu sehen ist.

Pader - Bäckerei der ganz Kleinen Brüder Jesu.
Kasseler Straße 29 • D - 33098 Paderborn
Tel • 05251 256 72 • Fax • 05251 253 73 • **Mobil 0171 54 19584**

<http://www.missionszentrale.org> bruderhubertus@christus-web.de

4.2 Wettbewerb

Der Markt der Anbieter von Backwaren in der Region ist gekennzeichnet von üblichen aus dem Bäckerhandwerk entstandene Kleinbetrieben z. T. mit Verkaufsfilialen, aber auch mittlere Großbetriebe die über ein eigenes größeres Vertriebsnetz mit angeschlossenen Verkaufsstellen verfügen.

Beiden ist gemein, das sie ein breites Produktprogramm herstellen, ,mit allen Nachteilen

die diesem Betriebstyp innewohnen. Weiter gibt es Brotfabriken die regionale Brotsorten

mit entsprechenden Personalbestand herstellen. Aber auch, wie oben erwähnt, spezielle Geschäfte, in denen Backwaren zu Discountpreisen angeboten wurden.

Anders sieht das bei mehr industriell geführten Betrieben aus, die im Gegensatz zum Umsatzrückgang in den Bäckereien die Hersteller von Tiefkühlbackwaren sind. Diese sind zum größten Teil zu den industriellen Wettbewerbern des Bäckerhandwerks zu zählen und haben erhebliche Absatzsteigerungen zu verzeichnen.

Nach der vom Deutschen Tiefkühlinstitut e. V., Köln veröffentlichten Absatzstatistik konnten in der Produktgruppe Teige, Teiglinge und Brötchen im Jahr 2003/2004 329.3171 abgesetzt werden, was gegenüber dem Vorjahr einer Steigerung um rund 21.300 t (+6,9%) entsprach.

Von diesem Zuwachs entfielen knapp 14.0001 (+5,7 %) auf Großverbraucher-Packungen,

von denen in 2003/2004 insgesamt 259.6801 hergestellt wurden.

Die Menge der Haushaltspackungen stieg um rund 7.4001 (+11,8 %) auf 69.6371 an.

Bei diesen Zahlen ist zu berücksichtigen,

daß sie auf freiwilligen Meldungen der Mitglieder des Tiefkühlinstituts beruhen.

Daher ist darin nicht der gesamte Markt erfasst,

da nicht bei allen Herstellern von Tiefkühl-backwaren die Produktionsmengen bekannt sind. Sowohl die Zunahme der Haushaltspackungen als auch die Steigerung bei den Großverbraucherpackungen sind analytisch zu betrachten und sind Teil der eigenen Unternehmensüberlegungen.

Die Haushaltspackungen werden ganz überwiegend industriell mit all ihren Vorteilen hergestellt und führen bei nahezu konstantem Backwarenverbrauch natürlich zu einer Steigerung

der eigenen wirtschaftlichen Tätigkeiten.

Im Großverbraucherbereich ist zu unterscheiden zwischen Gastronomie, Kantinen etc. einerseits und dem Verbrauch von Teiglingen in den Bäckereien andererseits.

Die Belieferung der Gastronomie mit Teiglingen industrieller Hersteller,

führt natürlich zu einem Ausfall von Lieferungen durch die handwerklichen Bäckereien.

Pader - Bäckerei der ganz Kleinen Brüder Jesu.
Kasseler Straße 29 • D - 33098 Paderborn
Tel • 05251 256 72 • Fax • 05251 253 73 • Mobil 0171 54 19584

<http://www.missionszentrale.org> bruderhubertus@christus-web.de

Der Eigenverbrauch von industriell hergestellten Teiglingen durch die Bäckereien kann zwar die rationelle Herstellung von Randsortimenten erleichtern, führt aber auch zu einem Verlust von Wertschöpfungsanteilen.

Pader - Bäckerei der ganz Kleinen Brüder Jesu.
Kasseler Straße 29 • D - 33098 Paderborn
Tel • 05251 256 72 • Fax • 05251 253 73 • **Mobil 0171 54 19584**

<http://www.missionszentrale.org> bruderhubertus@christus-web.de

4.3 Umsatzerwartung

Umsatz- / Ergebnisplanung	2006/07	2007/08	2008/09	2009
Umsatz in € Pos.1	159.000	174.800		
Personalkosten Pos. 2	54.000	54.000		
Gemeinkosten € Pos. 3	54.100	54.100		
Fixkosten € Pos. 4	28.400	28.400		
Ergebnis vor Steuern in €	22.450	38.250		
Startkapital in €	50.000			
Kapitalverwendung	Betriebsmitt el			

4.4 Zielgruppen

Grundsätzlich gehören alle Haushaltungen der Zivilgesellschaften in der Paderborner Region zu der Zielgruppe für Backwaren insbesondere Brot und Brötchen

mit all Ihren Sonderformen.

Weiter gehören alle mittleren Betriebstypen mit eigener Kantine oder Verpflegungsangebot

zum bevorzugten Klientel, da ausreichende Stückzahlen zu erwarten sind.

- 100.000 Bürger des Bistums Paderborn
- 100 verschiedene soziale Einrichtungen, Kantinen, Tagestätten, Krankenhäuser
100 verschieden Glaubenvereinigungen mit speziellen Brot und Backwaren
- Alle mittelständischen Betriebe mit eigener Kantine

5. MARKETING UND VERTRIEB

Qualität, und Konzentration auf ein schmales Produktsortiment mit einer hohen Produktivität,

sollen einen steigenden Absatz generieren. Vielfalt und vor allem Individualität - Schlagworte,

die die handwerkliche Herstellung von Backwaren geprägt haben und nicht zu einer angemessenen Rendite führen, sollen vermieden werden.

„Unser tägliches Brot“

zu kostengünstigsten Preisen soll verstärkt in der Öffentlichkeit bekannt gemacht werden.

Weiter soll mit dem sozialen Ansatz „Brot verbindet“ in vielerlei Hinsicht

Pader - Bäckerei der ganz Kleinen Brüder Jesu.
Kasseler Straße 29 • D - 33098 Paderborn
Tel • 05251 256 72 • Fax •05251 253 73 • Mobil **0171 54 19584**

<http://www.missionszentrale.org> bruderhubertus@christus-web.de

Aufmerksamkeit

und Absatz erreicht werden.

Das Image der deutschen Handwerksbäcker als „Tütenbäcker“ die ihre Produkte nur zu überhöhten Preisen verkaufen können, sollen durch kostengünstigste Angebote das Gegenteil bewirken und gleichzeitig Produktvorteile geboten werden.

Produktion mit hohen Stückzahlen bei gleichzeitiger Einhaltung der Qualität zu günstigsten Preisen soll keines falls dazu führen, Individualität, Kernkompetenzen aufzugeben,

die das deutsche Bäckerhandwerk geprägt haben.

Ebenso verstärkt die Werbebotschaft das Grundkonzept der sozialen Integration von benachteiligten Menschen unter dem Slogan einer gemeinsamen Brotmahlzeit.

Es sollen dem einzelnen Konsumenten der Anstoß gegeben werden, ein natürlich hergestelltes Grundsortiment zum günstigsten Preis zu kaufen und dabei gleichzeitig ein dringendes gesellschaftliches Problem, nämlich die kulturelle Migration zu verbessern.

Durch weitere, regional angelegte Werbemaßnahmen, z.B. Rundfunk und Presse sollen diese Kernbotschaften

allen Konsumenten in der Region Paderborn bekannt gemacht werden.

Diese zielgerichteten Maßnahmen vermitteln dem Verbraucher ebenfalls eindeutige Vorteile der handwerklichen Backwarenherstellung.

Das durchzuführende Marketingkonzept wird verstärkt durch die Kooperationen, die mit den genannten Glaubensgemeinschaften,

sozialen Einrichtungen wie Krankenhäuser, Altenheime etc.,

aber auch dem Gastronomie und Hotelgewerbe vereinbart wurden.

Verstärkt wird der Absatz durch Menschen,

die den Förderverein in seinen Zielen unterstützen wollen.

Neben den eigenen Aktivitäten der Vermarktung, haben alle:

a) Glaubenseinrichtungen zugesagt, das Projekt zu unterstützen. Entsprechende Gespräche fanden aufgrund der Anzahl noch nicht vollständig statt. Geplant ist z.B. eine Sammelbestellung der Fladenbrote zu einem günstigen Preis, da aus traditionellen Gründen ein großer Bedarf vorhanden ist.

b) Krankenhäuser, Alteneinrichtungen, Tageseinrichtungen mit ähnlich gelagerten sozialen Aufgaben die Kantinen- und Verpflegungsangebote anbieten, wollen eine Unterstützung aufgrund der Behindertenarbeit zuteil werden lassen und haben weiter die Gelegenheit, aufgrund von Sammelbestellungen kostengünstig einzukaufen.

c) Betriebe mit Kantinen und Verpflegungsangeboten wollen einen Sozialbeitrag leisten und haben ebenfalls die Möglichkeit

Pader - Bäckerei der ganz Kleinen Brüder Jesu.
Kasseler Straße 29 • D - 33098 Paderborn
Tel • 05251 256 72 • Fax • 05251 253 73 • Mobil 0171 54 19584

<http://www.missionszentrale.org> bruderhubertus@christus-web.de

über Sammelbestellungen kostengünstig einzukaufen

d) Mitglieder im Förderverein erhalten durch ihren Förderbeitrag das Leistungsangebot ihren Brotbedarf kostengünstig zu decken.

Pader - Bäckerei der ganz Kleinen Brüder Jesu.
Kasseler Straße 29 • D - 33098 Paderborn
Tel • 05251 256 72 • Fax • 05251 253 73 • **Mobil 0171 54 19584**

<http://www.missionszentrale.org> bruderhubertus@christus-web.de

5.1 Preisgestaltung

Der voraussichtliche Preise für eine hohe Stückzahl o. MwSt. für:

Produkte	Tara	Marktpreis €	EK Preis in €
Roggenmischbrot	1 kg	2,1525	1,50
Weizenmischbrot	750g	1,9429	0,80
Vollkornbrot	750g	2,1832	
Weizenbrot	500g	28.400	
Stangenweißbrot	500g	38.250	
Weizenkleingebäck	1	0,2147	
Spitzbrötchen	1	0,35	
Körnerbrötchen	11	0,60	
Sonderbrötchen Käse	1	1,33	
Fladenbrot rund	1	0,60	0,45
Döner	1		
Sesamring	1	0,35	0,25

Exemplarisch soll anhand einer einfachen Zuschlagskalkulation für ein normales Spitzbrötchen aufgezeigt werden, wie der Rohgewinn sich bei den vorhandenen Maschinen für einen Produktionsgang) von 700 Brötchen mit zwei Mitarbeiter in **ca. 20 Minuten** entwickelt. Zu diesen 700 Brötchen werden die Zutaten, Wasser, Salz, Mehl, Backmittel Fett/ Margarine Hefe zu einem Preis insgesamt von ca. 6,83 ? benötigt. Für die Energiekosten des Backofens wurden mit anteiligen Aufwärmkosten und den reinen Heizkosten des Backkosten ca. 1,58 € veranschlagt. Unter Zugrundelegung eines Stundenverrechnungssatz von 20 € und je nach Produktivität fallen 6,66 € Personalkosten für die Fertigung der 700 Brötchen an.

Die Gesamtkosten belaufen sich somit auf 21,92 /20 Minuten für 700 Brötchen, was zu einem Einzelpreis von ca. 0,031 € führt.

Bei einem Verkaufspreis von ca. 0.09 € fällt nach dem vorgestelltem Berechnungsschema ein Rohgewinn von ca. 0,06 Cent an.

Bei einer Stückzahl von 700 Brötchen in 20 Minuten somit 42,00 €.

Das Studentenwerk benötigt jeden Tag 4000 Brötchen, dazu müssen dann in der Woche 28.000 Brötchen gebacken werden. Der Anteil des normalen Spitzbrötchens beträgt dabei 2000 Stück.

Der tägliche Rohgewinn beläuft sich bei einer Tagesleistung von 2000 Spitzbrötchen auf 120 € täglich, in der Woche 840 € und im Monat

Pader - Bäckerei der ganz Kleinen Brüder Jesu.
Kasseler Straße 29 • D - 33098 Paderborn
Tel • 05251 256 72 • Fax •05251 253 73 • Mobil 0171 54 19584

<http://www.missionszentrale.org> bruderhubertus@christus-web.de

ca.3600 €.

Durch Intensivierung des Absatzes mit verstärkter Kundenansprache, sollen dabei nun weiter wachsende Stückzahlen abgesetzt werden.

Pader - Bäckerei der ganz Kleinen Brüder Jesu.
Kasseler Straße 29 • D - 33098 Paderborn
Tel • 05251 256 72 • Fax •05251 253 73 • **Mobil 0171 54 19584**

<http://www.missionszentrale.org> bruderhubertus@christus-web.de

5.2 Werbung

Die Werbung wird über Direktmarketing, den Internetauftritt und den redaktionellen Beiträgen im regionalen Rundfunk mit dem Radio Hochstift durchgeführt, um Streuverluste gering und die Kosten zu minimieren.

Weiter sind redaktionelle Beiträge

in den örtlichen Presseorganen neben einer **Anzeigenwerbung** geplant; bevorzugt auf **den Seiten der Tagespresse**.

Redaktionelle Beiträge zum Thema der Zivilgesellschaft

und eine Verbesserung der Migration von verschiedenen Glaubensrichtungen unter der Kernbotschaft „**Brot verbindet**“ sollen möglichst flankierend zu aktuellen Tagesereignissen geschaltet werden.

Potentielle Werbeseiten sind die Rubriken der regionalen Presse.

Ebenso werden kostenlose E-Mail Dienste in Anspruch genommen.

Inhalte der Werbung könnten sein:

- **Brot verbindet mit dem kleinsten gemeinsamen Nenner**
- **Kostenvorteile für Großabnehmer**

Zusätzlich lancieren wir die Leistungen in Internetsuchmaschinen.

5.3 Vertrieb

Im Kern wird nach folgendem Muster ein proaktiver Vertrieb durchgeführt

- Fokussierung auf den Vertrieb und Anwendung von unterschiedlichen Kundenansprachen zur Marktbearbeitung je nach Bedarf und Potential der einzelnen Kundensegment
- Stärkung des proaktiven Vertriebs vom „**Bringgeschäft zum 'Holgeschäft'**“,
- Anwendung von Direktansprachen zur **Kundenbindung mit**

Betreuungscharakter

- Praktizierung der eigenständigen Vertriebsphilosophie je nach Feedback der Kunden

und ausgerichtet auf die Zielgruppen des Marktes, mit dem Ziel deren Bedarf und Konsumpotential zu erkunden. Mit spezifischem Marktauftritt und dem System der Marktbearbeitung wird einen dauerhafter Überblick zur Marktsituation geschaffen.

Pader - Bäckerei der ganz Kleinen Brüder Jesu.
Kasseler Straße 29 • D - 33098 Paderborn
Tel • 05251 256 72 • Fax • 05251 253 73 • Mobil **0171 54 19584**

<http://www.missionszentrale.org> bruderhubertus@christus-web.de

Im Rahmen der Projektumsetzung zählen wir unter anderem die Überprüfung und der Aufbau eines Filialnetzes als ein wichtiges Kriterium, um eine bessere Marktdurchdringung zu erreichen. Über den wachsenden Förderverein sollen dauerhafte Multiplikatoren geschaffen und gleichzeitig die Verbesserung der Vertriebsleistung und der Ertragslage geschaffen werden. Die exponierte Stellung von Paderborn mit Ihren sozialen Einrichtungen, sorgt für ein hohes Maß an Bekanntheit um mit Erfolg weiteren Absatz zu erzielen.

Die Ziele der Weiterentwicklung und Optimierung der Kundengewinnung mit den Ergebnissen der nachhaltigen wirtschaftlichen Entwicklungen, soll eine dauerhafte Verbesserung der Profitabilität in den verschiedenen Produktsortimenten der Pader- Bäckerei erreicht werden.



**Unser Kleine Brüder Brote
Apfelbrot**



Unser König David

Pader - Bäckerei der ganz Kleinen Brüder Jesu.
Kasseler Straße 29 • D - 33098 Paderborn
Tel • 05251 256 72 • Fax • 05251 253 73 • Mobil **0171 54 19584**

<http://www.missionszentrale.org> bruderhubertus@christus-web.de



Unser Papst Benedikt Brot

6. Management



Daten

Vor- und Zuname Die Missionszentrale der ganz kleinen Brüder Jesu

Anschrift Andreasstr. 19

Ort 33098 Paderborn

Vereinsregister

Amtsgericht Paderborn		Vereinsregister			VR 2142
1	2	3	4	5	
a) Name b) Sitz	a) Allgemeine Vertretungsorgane b) Vertretungsbefugnisse und besondere Vertretungsbestimmungen	a) Satzung b) Sonstige Rechtsverhältnisse	a) Tag der Eintragung b) Bemerkungen		
1 a) Missionszentrale für Glaubensbrüder der kleinen Brüder Jesu b) Paderborn	2 a) Der Vorstand im Sinne des § 26 BGB besteht aus dem 1. Vorsitzenden, dem stellvertretenden Vorstandsen und dem Kassierer. Jeder ist gleichberechtigt. b) Hubertus Crogge, geb. 23.06.1952, Paderborn Dankward Beckwith, geb. 02.10.1957, Hirschelock- Cheritz Norbert Csanus, geb. 07.09.1954, Paderborn	3 Eingetragenes Vereins Die Satzung ist am 23.05.2002 errichtet und durch Beschlüsse der Mitgliederversammlung vom 31.05.2002 in § 7 (Vorstand) geändert.	4 a) 23.05.2002 b) Satzung Blatt 4 d. Sonderband		

Pader - Bäckerei der ganz Kleinen Brüder Jesu.
Kasseler Straße 29 • D - 33098 Paderborn
Tel • 05251 256 72 • Fax • 05251 253 73 • Mobil 0171 54 19584

<http://www.missionszentrale.org> bruderhubertus@christus-web.de

Vorsitzender Bäckermeister Hubertus Groppe

Schatzmeister

Gründungsdatum 2000

Mitglieder 20

Vereinszweck Laienbewegung um Begegnungsstätte von Christen
in Glaubensnöten zu sein

7. PERSONALENTWICKLUNG

Der Personalbestand soll nur begrenzt wachsen,
und in der ersten Phase mit Aushilfen durchgeführt werden.
Ebenso soll verstärkt eine Behindertenintegration erfolgen,
da eine ganze Reihe von einfachen Tätigkeiten benötigt werden.

Benötigt werden qualifizierte Bäckermeister,
sowie Hilfskräfte für die Backvorbereitung
und Mitarbeiter für den Außendienst und der Logistik.
Ein Sachbearbeiter für den Innendienst
sowie ein weiterer

Sachbearbeiter ergänzen den Personalbestand bei weiteren positivem Aufwärtstrend.
Darüber hinaus soll zukünftig ein Mitarbeiter für das Direktmarketing
und die Neukundengewinnung eingesetzt werden.

8. CHANCEN UND RISIKEN

Die wirtschaftliche Entwicklung der Pader - Bäckerei ist hauptsächlich
von der Marktentwicklung und insgesamt von der Akzeptanz durch die Zielgruppen
abhängig.

Da die Missionszentrale eine direkte Nähe zu kirchlichen Einrichtungen hat
und die Idee bei allen Verantwortlichen auf eine breite Zustimmung gestoßen ist,
wird angenommen, dass in kurzer Zeit die Produktionszahlen an Backwaren steigen
wird.

Reaktionen der Wettbewerber auf unseren Markteintritt sind aufgrund der

Pader - Bäckerei der ganz Kleinen Brüder Jesu.
Kasseler Straße 29 • D - 33098 Paderborn
Tel • 05251 256 72 • Fax • 05251 253 73 • Mobil **0171 54 19584**

<http://www.missionszentrale.org> bruderhubertus@christus-web.de

Alleinstellungsmerkmale des Konzeptes
und Bekanntheitsgrades des Projektes nicht zu erwarten.
In welchem Umfang und in welcher Form diese ab 2008/2009 stattfinden werden,
kann zum derzeitigen Zeitpunkt nicht realistisch abgeschätzt werden.

Pader - Bäckerei der ganz Kleinen Brüder Jesu.
Kasseler Straße 29 • D - 33098 Paderborn
Tel • 05251 256 72 • Fax • 05251 253 73 • **Mobil 0171 54 19584**

<http://www.missionszentrale.org> bruderhubertus@christus-web.de