

Pilotprojekt

„Optimierung der Erfassung von
Gebrauchtmobiliar mit dem Ziel einer
Erhöhung der Wiederverwendungsquote“

Materialien zum Endbericht im Januar 2007

Gliederung

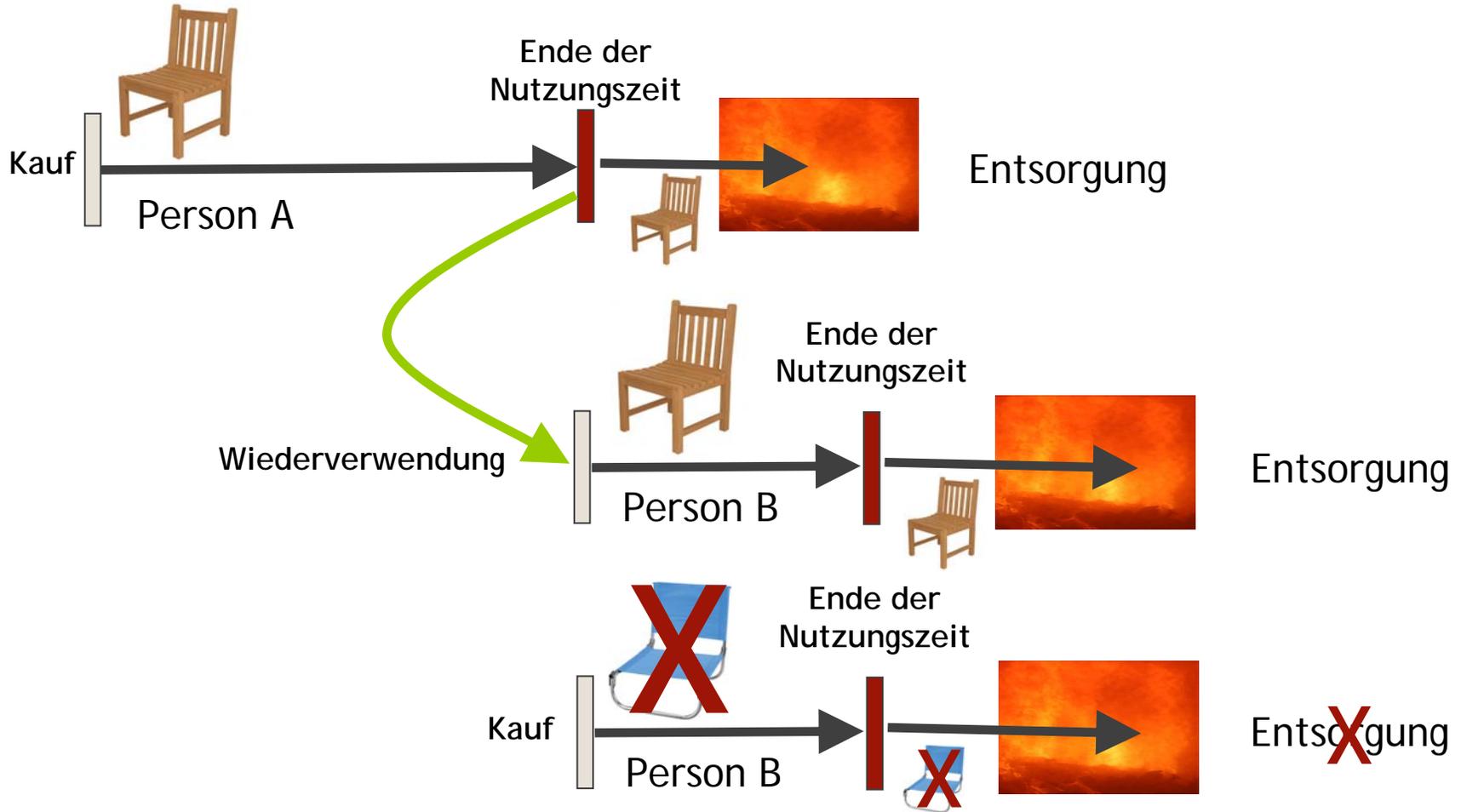
1. Projektbeschreibung
 - Nachhaltigkeit als Leitbild der Wiederverwendung
 - Wie funktioniert Müllvermeidung durch Wiederverwendung?
 - Wiederverwendung von Möbeln - Closed Loop Supply Chain
 - Makro- und Mikroebene der Wiederverwendung von Möbeln
 - Projektziele und Projektablauf
 - Projektbeteiligte
2. Ist-Analyse
3. Soll-Konzept und Potentialanalysen
4. Marketingkonzept
5. Implementierung des Marketingkonzeptes
6. Zusammenfassung und Ausblick

1. Nachhaltigkeit als Leitbild der Wiederverwendung



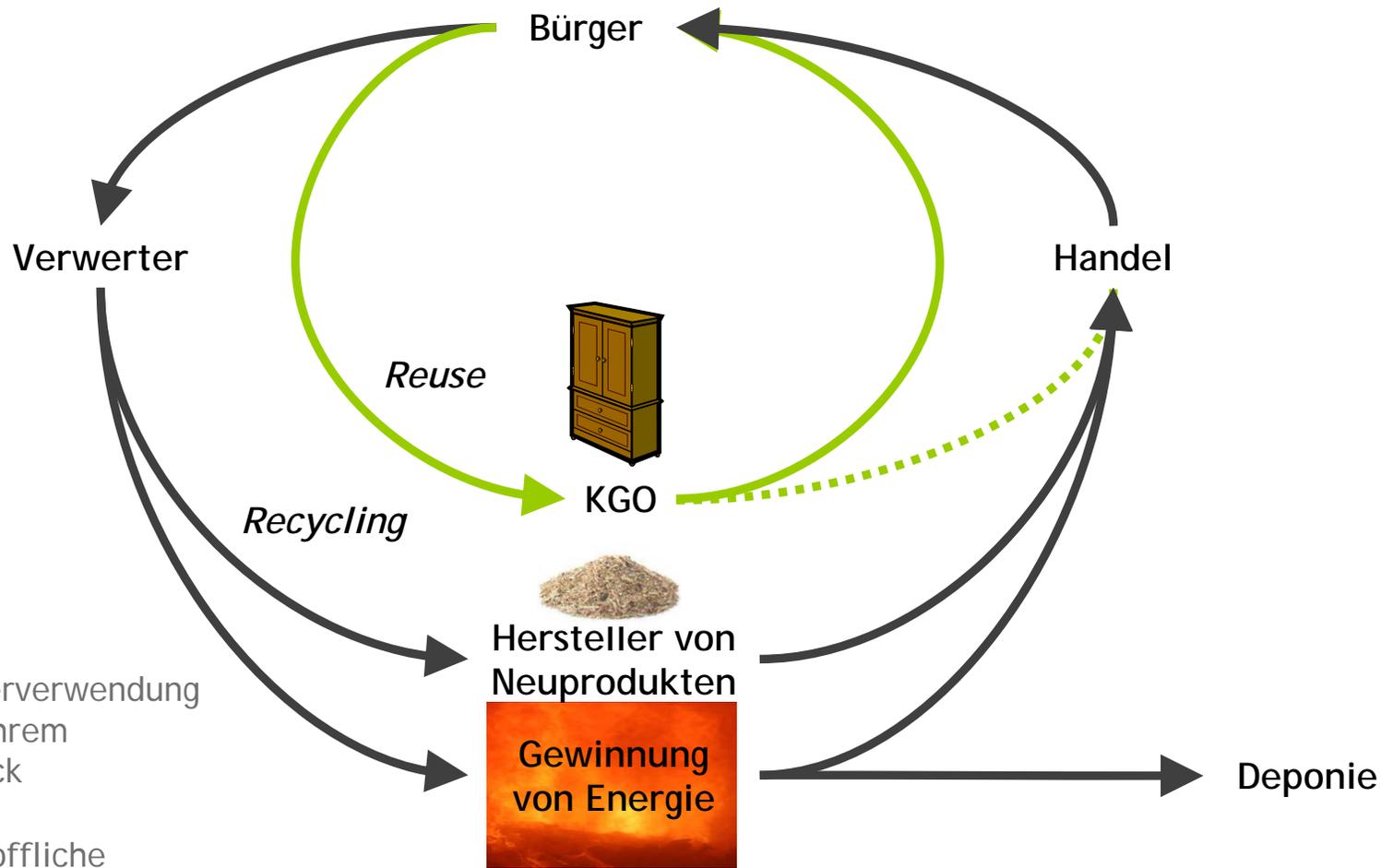
Die Wiederverwendung von Mobiliar ermöglicht neben dem offensichtlichen ökologischen Aspekt auch die sozialen Ziele der Versorgung und Beschäftigung zu verfolgen. Wenn dies mit einer wirtschaftlich effizienten Nutzung der Ressourcen einher geht, werden die Ideale der Nachhaltigkeit voll erfüllt.

1. Wie funktioniert Müllvermeidung durch Wiederverwendung?



Die Müllvermeidung findet durch die Weiterverwendung und die nicht notwendige Neubeschaffung eines vergleichbaren Gutes statt.

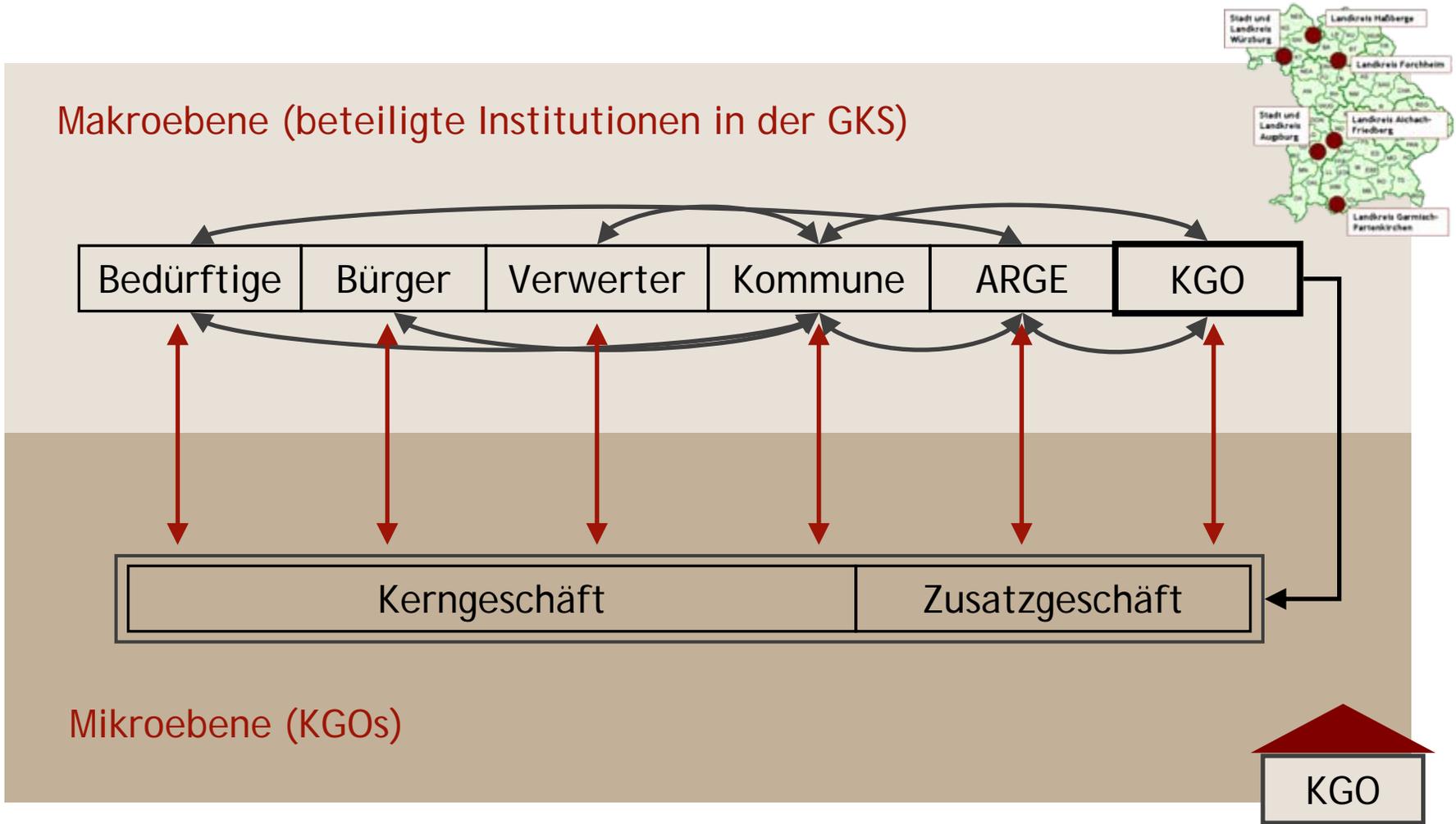
1. Wiederverwendung von Möbeln - Closed Loop Supply Chain



Reuse = Wiederverwendung der Möbel in ihrem Ursprungszweck

Recycling = stoffliche Wiederverwertung der Möbel

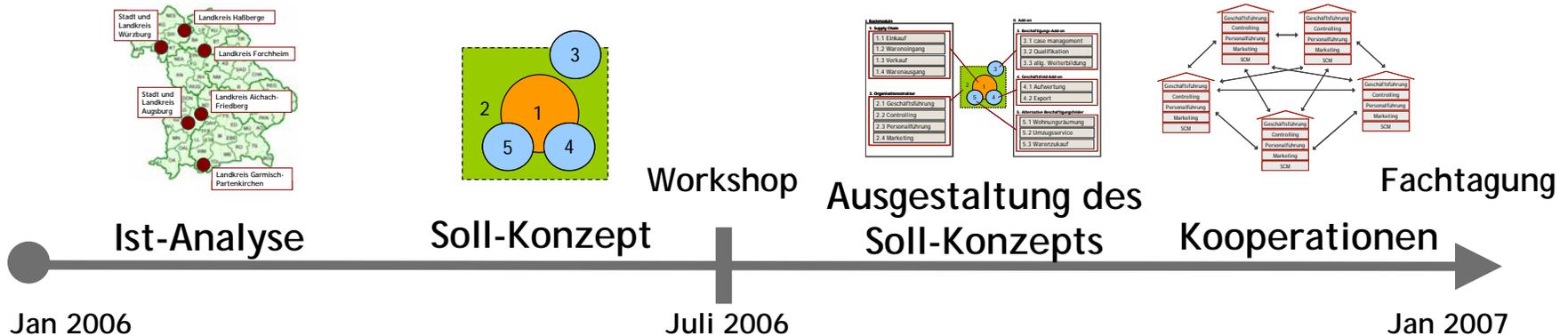
1. Makro- und Mikroebene der Wiederverwendung von Möbeln



1. Projektziele und Projektablauf

■ Projektziele

- Erfassung der Situation der Wiederverwendung in ausgewählten Gebietskörperschaften in Bayern (Best Practice)
- Ermittlung der Potentiale der Wiederverwendung in den betrachteten GKS
- Soll-Konzept zur Erhöhung der Wiederverwendungsquote von Gebrauchtmobilien
- Ausgestaltung und Operationalisierung des Soll-Konzepts
- Ableitung von Handlungsempfehlungen für die Region Augsburg



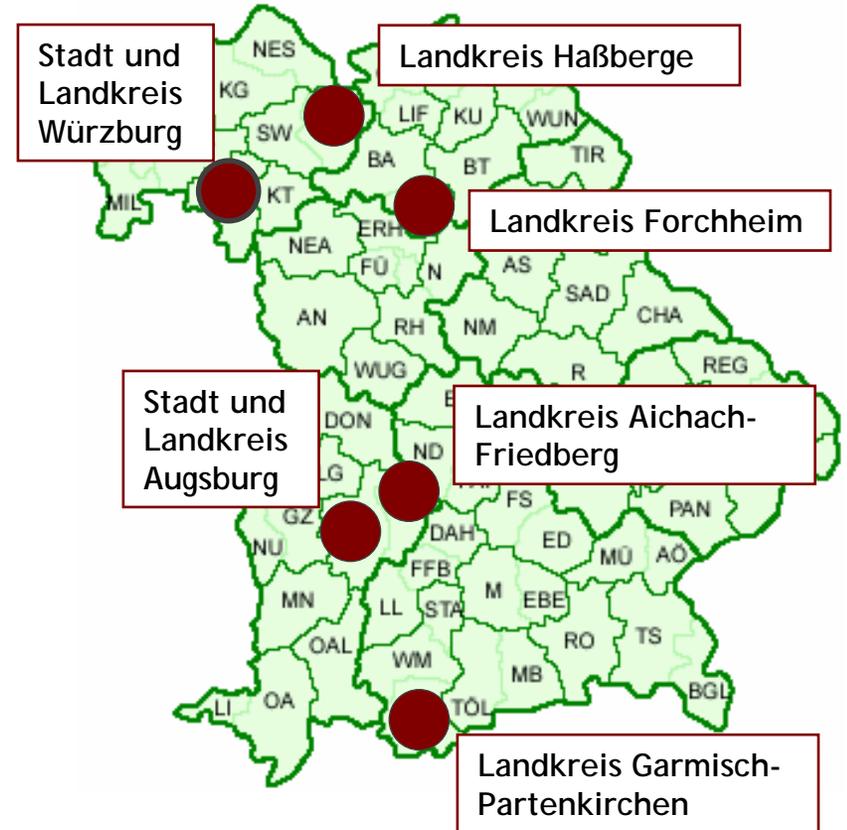
1. Projektbeteiligte

Untersuchte Gebietskörperschaften:

- Stadt und Landkreis Würzburg
- Landkreis Haßberge
- Landkreis Forchheim
- Landkreis Garmisch-Partenkirchen
- Landkreis Aichach-Friedberg
- Stadt und Landkreis Augsburg



Best Practice



Gliederung

1. Projektbeschreibung

2. Ist-Analyse

- Kategorienbildung - städtisch, stadtnah, ländlich
- Soziodemographische Faktoren - Bevölkerungsdichte, ALQ und ALG II-Empfänger, Einkommensstruktur
- Umrechnungsfaktor: Möbelstücke zu Tonnen
- Herkunftszweige von Gebrauchtmöbeln
- Mengenströme (to) in den untersuchten GKS
- Reaktionszeiten
- Abbildung der Entsorgungsprozesse in den einzelnen GKS
- Beispiele für Best Practice - städtisch und stadtnah
- Abbildung des Verwendungsprozesses
- Standard-Geschäftsprozess: Modullandkarte
- Ergebnisse

3. Soll-Konzept und Potentialanalysen

4. Marketingkonzept

5. Implementierung des Marketingkonzeptes

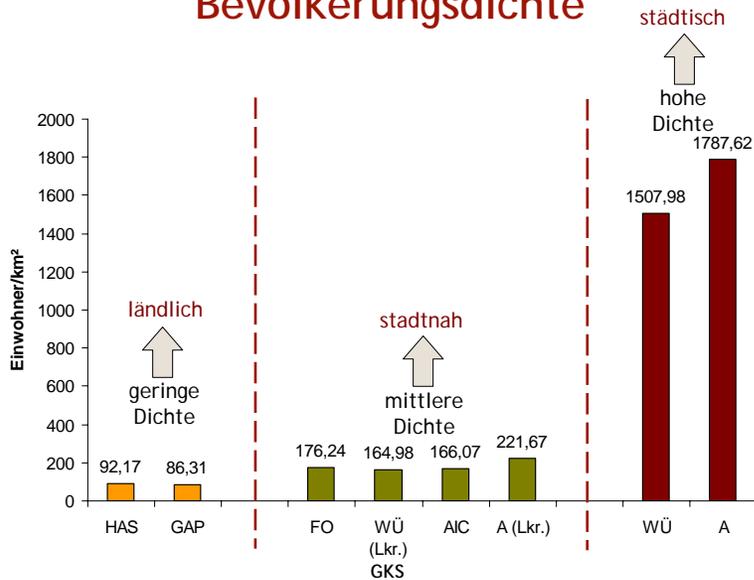
6. Zusammenfassung und Ausblick

2. Kategorienbildung - städtisch, stadtnah, ländlich

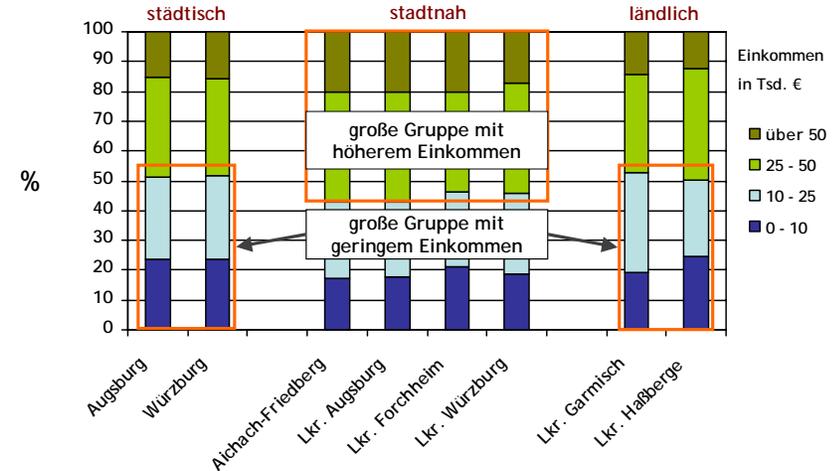
Die untersuchten Gebietskörperschaften wurden in drei Kategorien aufgeteilt:

- städtisch
- stadtnah
- ländlich

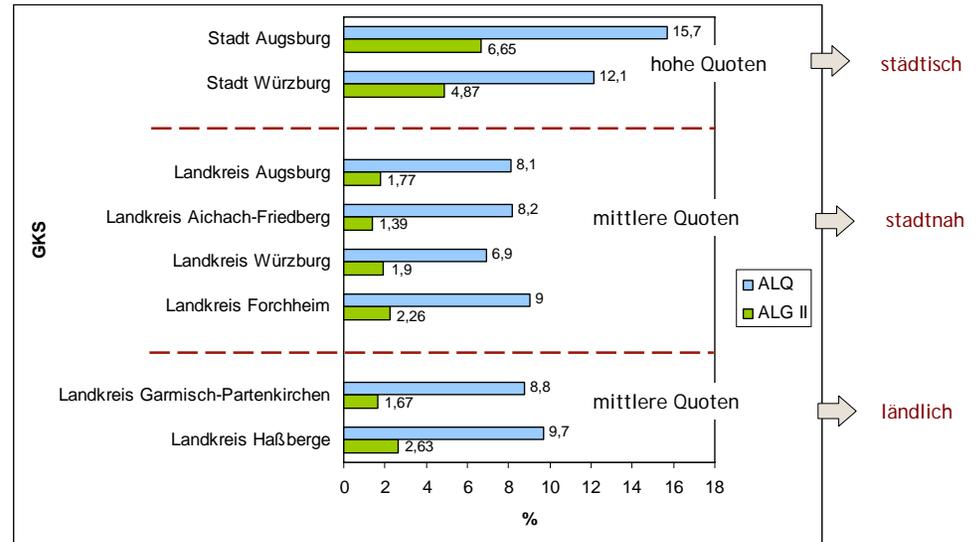
Bevölkerungsdichte



Einkommensstruktur



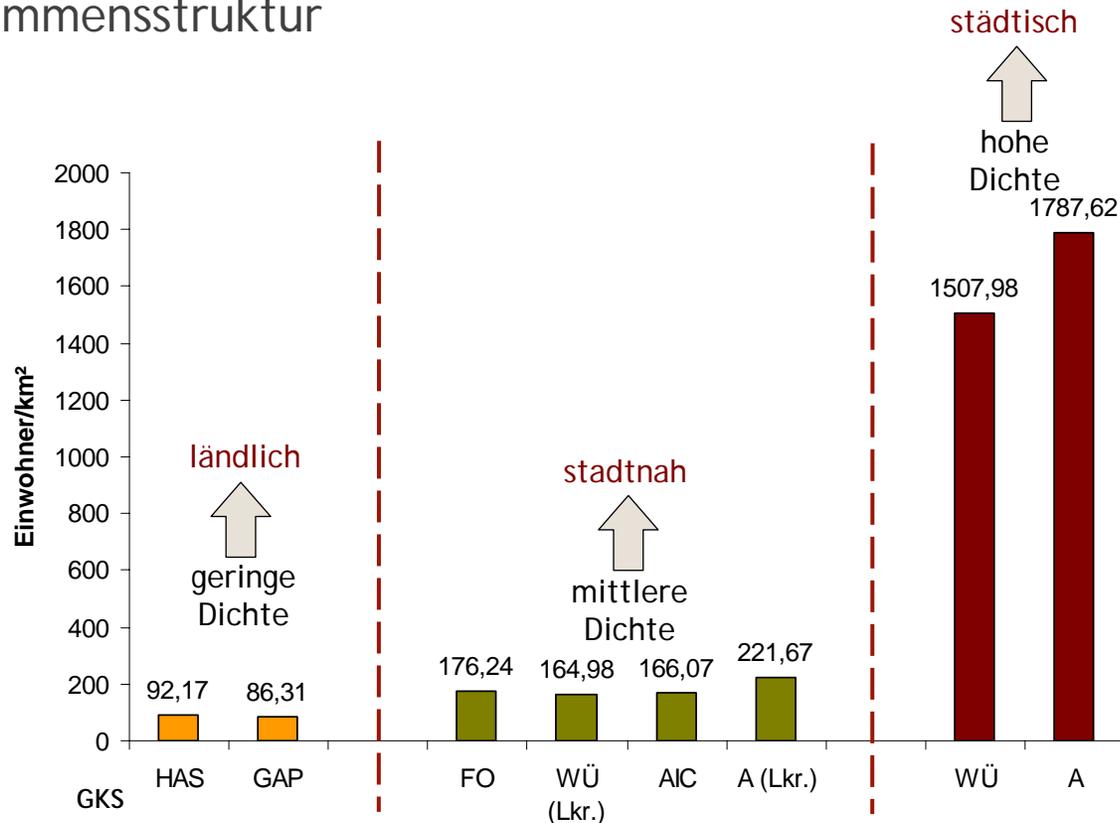
Arbeitslosenquote & ALG II Empfänger



2. Soziodemographische Faktoren - Bevölkerungsdichte

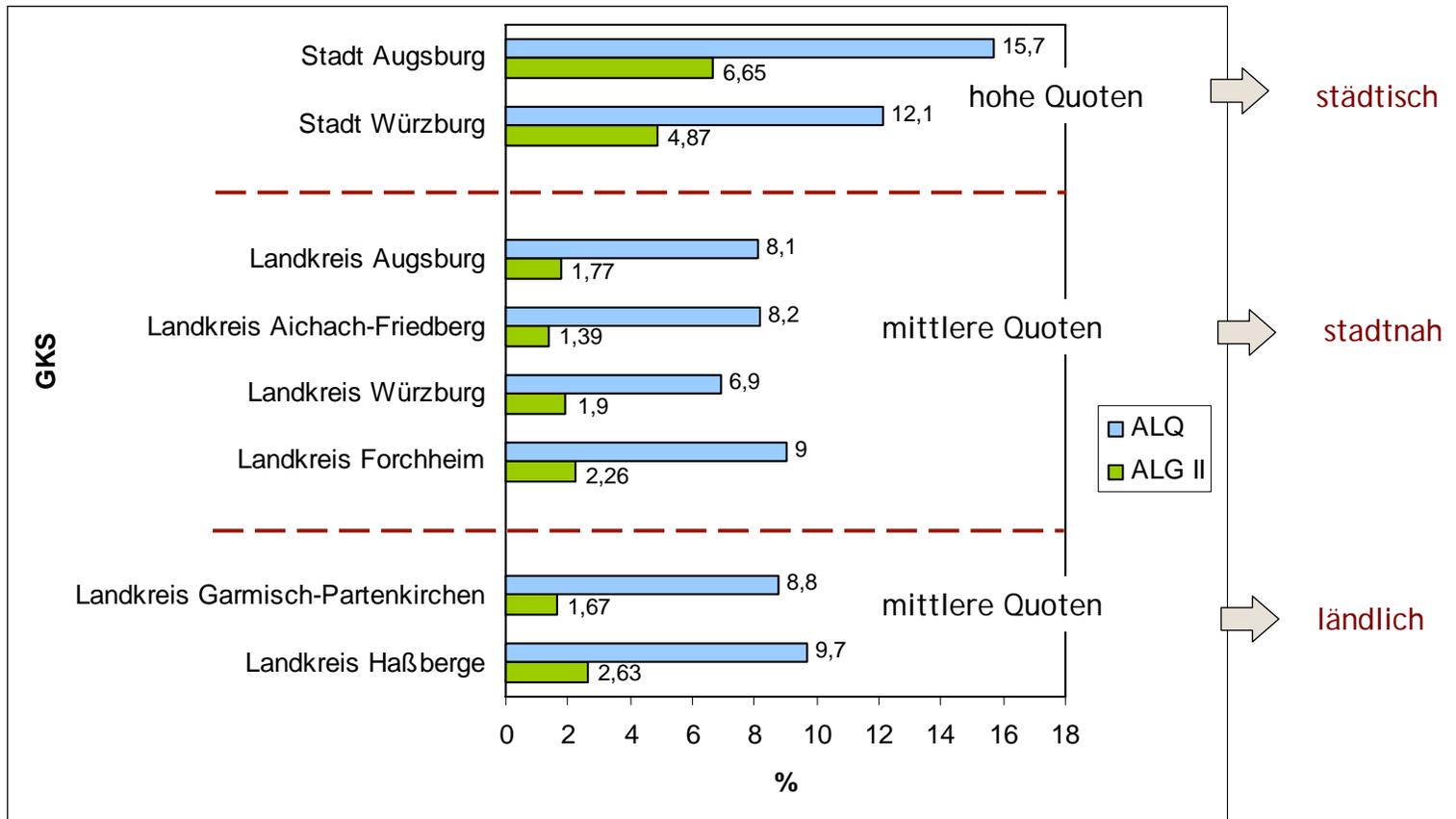
- Die Kategorien wurden aus folgenden soziodemographischen Faktoren abgeleitet:

- **Bevölkerungsdichte**
- Arbeitslosenquote (ALQ) & Arbeitslosengeld II-Empfänger (ALG II)
- Einkommensstruktur



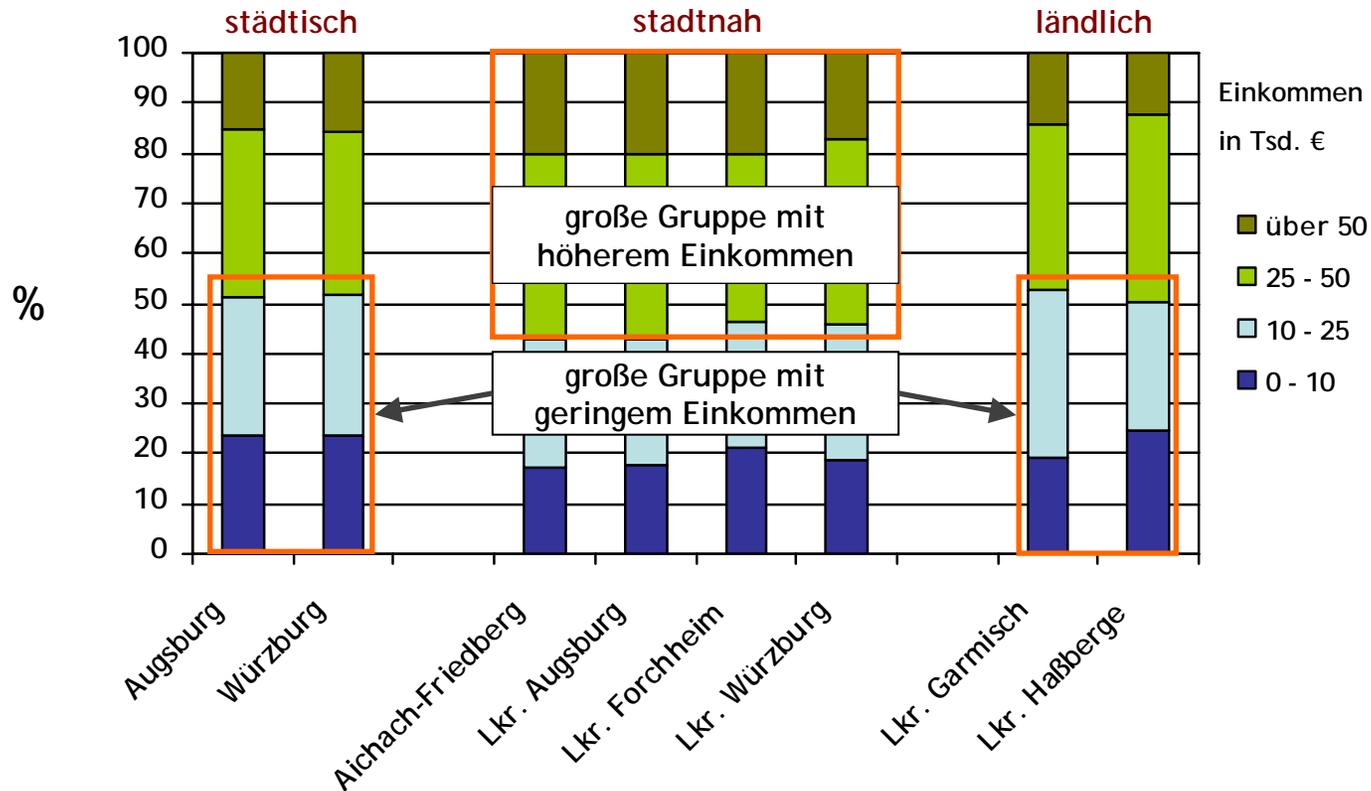
2. Soziodemographische Faktoren - ALQ und ALG II-Empfänger

- Bevölkerungsdichte
- **Arbeitslosenquote (ALQ) & Arbeitslosengeld II-Empfänger (ALG II)**
- Einkommensstruktur



2. Soziodemographische Faktoren - Einkommensstruktur

- Bevölkerungsdichte
- Arbeitslosenquote (ALQ) & Arbeitslosengeld II-Empfänger (ALG II)
- **Einkommensstruktur**



- In städtischen und stadtnahen Bereichen können alle Einkommensgruppen adressiert werden (Einzugsgebiet).
- In ländlichen Gebieten sollten eher die unteren Einkommensschichten adressiert werden.

2. Umrechnungsfaktor: Möbelstücke zu Tonnen

- **Problem:** GKS: Sperrmüllmenge in Tonnen \Leftrightarrow KGOs: Verkaufszahlen in Stück
 \rightarrow **keine direkte Vergleichbarkeit der Mengen**
- **Lösung:** Ermittlung eines Umrechnungsfaktors
- **Vorgehensweise:**
 - Bestimmung von Durchschnittsgewichten für Möbelstücke anhand der Angaben eines großen Möbelhauses
 - Listen der verkauften Stückzahlen von fünf KGOs
 - Bildung von drei Gewichtskategorien: leicht (<30kg), mittel (30-100kg) und schwer (>100kg)

$$\sum_{k=1}^3 \frac{G_k}{GA} = GM$$

G_k = Gesamtgewicht Kategorie

GA = Gesamtanzahl verkaufte Möbel

GM = Gewichtsmultiplikator

- Ergebnis der Stichproben:

KGO	Arbeitshilfe	Pack mer's	Kolpingwerk	Caritas AIC	Z.A.K.
kg	43,5	43,3	51,4	57,9	61,4

- Approximation der Durchschnittsgewichte für die anderen KGOs auf Grund der angegebenen Mengenströme

2. Herkunftszweige von Gebrauchtmöbeln

Verwertung

Verwendung

1. Sperrmüll
(Holz + Gemischt)



bessere Konzepte

~~3. Entsorgung KGO~~

Nicht relevant, da eine Wiederverwendung bereits gescheitert ist!

4. Private Entsorg.
(nur Augsburg)



KGOs als wirkliche Alternative
(Filterkonzept)

~~6. „wilde Entsorg.“~~

Nicht relevant, da es sich um eine inhärente Eigenschaft der Personen handelt.

2. Gebrauchtmöbel
(KGO)

Zusatzgeschäft über
Wohnungsräumungen

5. privater Verkauf



Die Mengen 1 - 6 entsprechen der Gesamtmenge an anfallendem Sperrmüll !

2. Mengenströme (to) in den untersuchten Gebietskörperschaften

Verwertung

Verwendung

1. Sperrmüll
(Holz + Gemischt)

2. Gebrauchtmöbel

Sperrmüll (to/Jahr)

A	WÜ	GAP	FO	HAS
18.420	9.831	903	2.545	3.600

Verkaufte Gebrauchtmöbel (to/Jahr)

A	WÜ	GAP	FO	HAS
247	415	41	128	200

4. Private Entsorg.
(nur Augsburg)

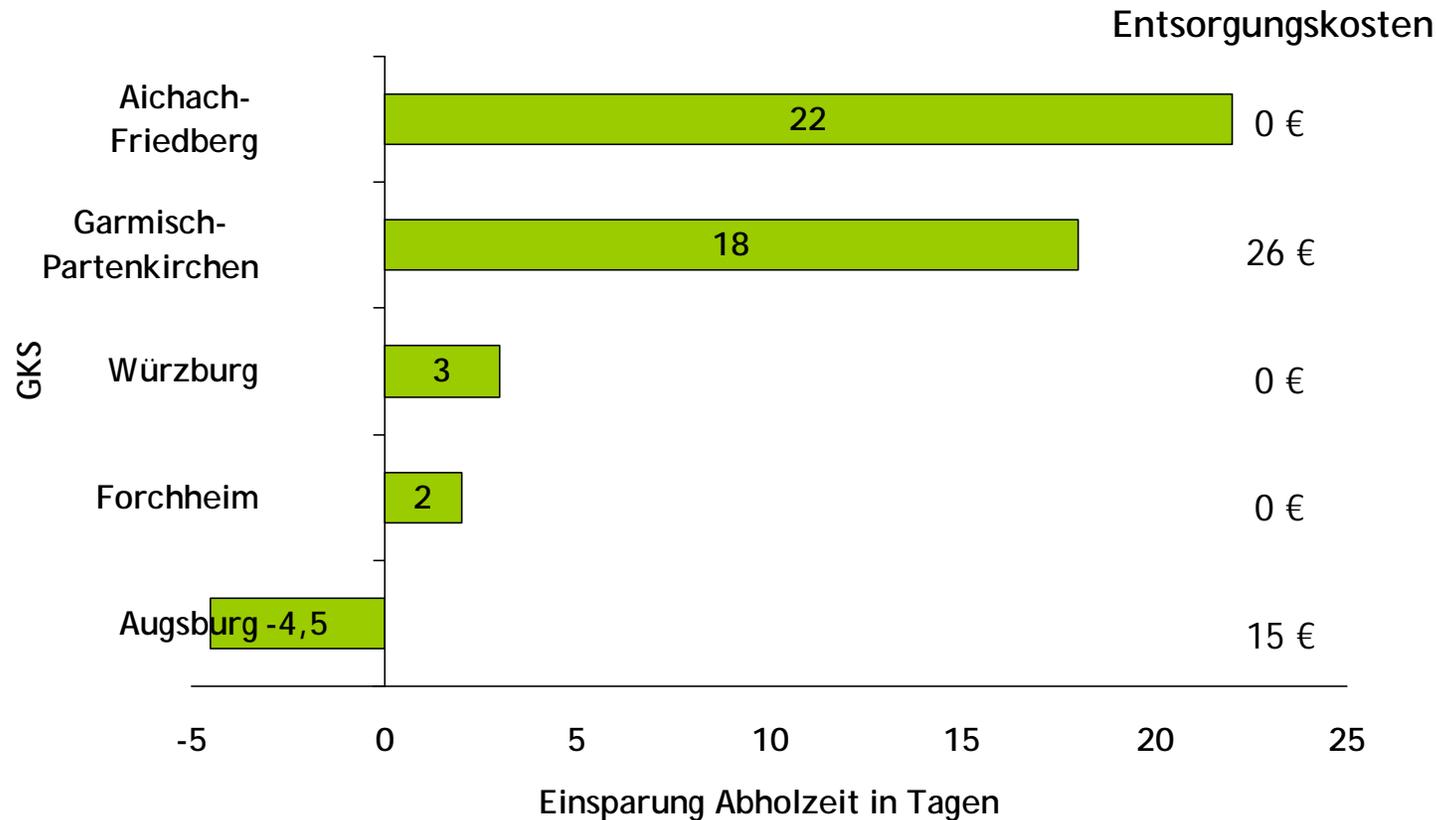
Sperrmüll (to/Jahr)

A
3.400

Kennzahlen Wiederverwendung

	A	WÜ	GAP	FO	HAS
Sperrmüll pro Kopf	35	35	11	24	43
WVQ pro Kopf (kg)	0,39	1,42	0,47	1,13	2,27
% von Gesamt	1,12 %	4,05 %	4,34 %	4,79 %	5,26 %

2. Reaktionszeiten



	Abholzeit/Tge.	
	KGOs	Komm.
AIC	10	32
GAP	14	32
WÜ	4	7
FO	12	14
A	11,5	7

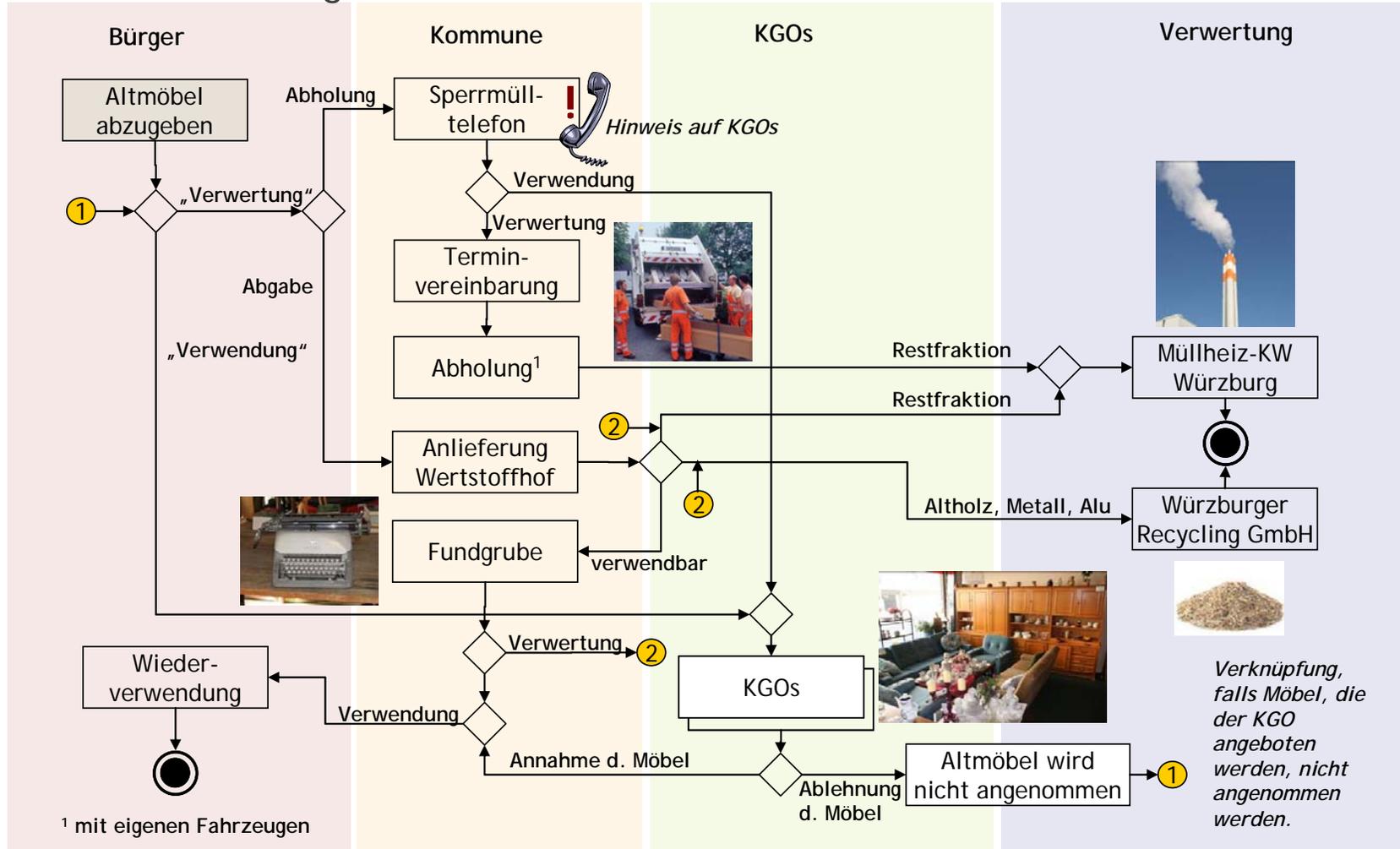
Hinweis:

Nicht vergleichbar waren in dieser Analyseform die Landkreise Augsburg, Würzburg und Haßberge.

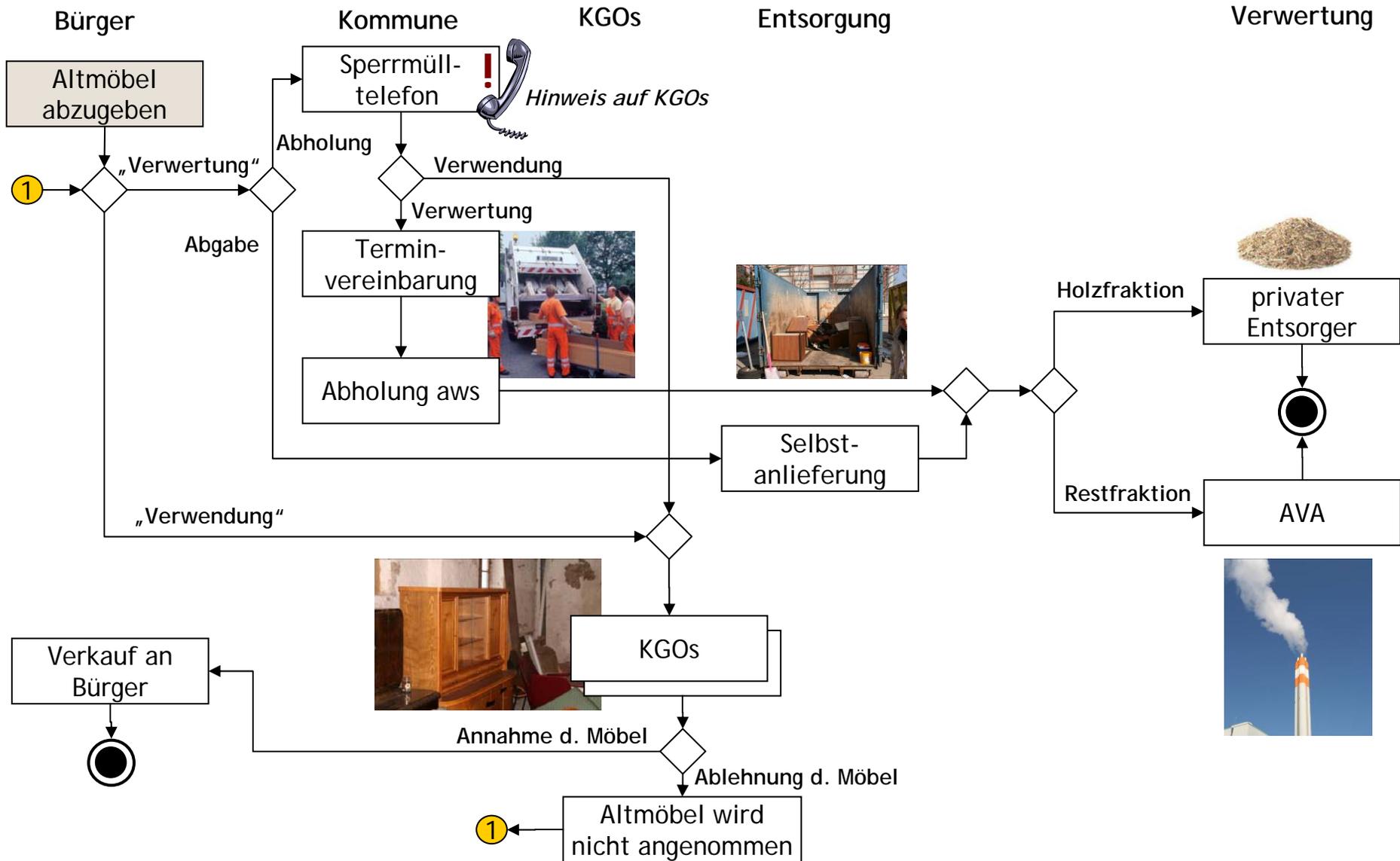
Annahme: Abgabemenge 2 m³, 1. Entsorgung/Jahr

2. Abbildung der Entsorgungsprozesse - Stadt Würzburg

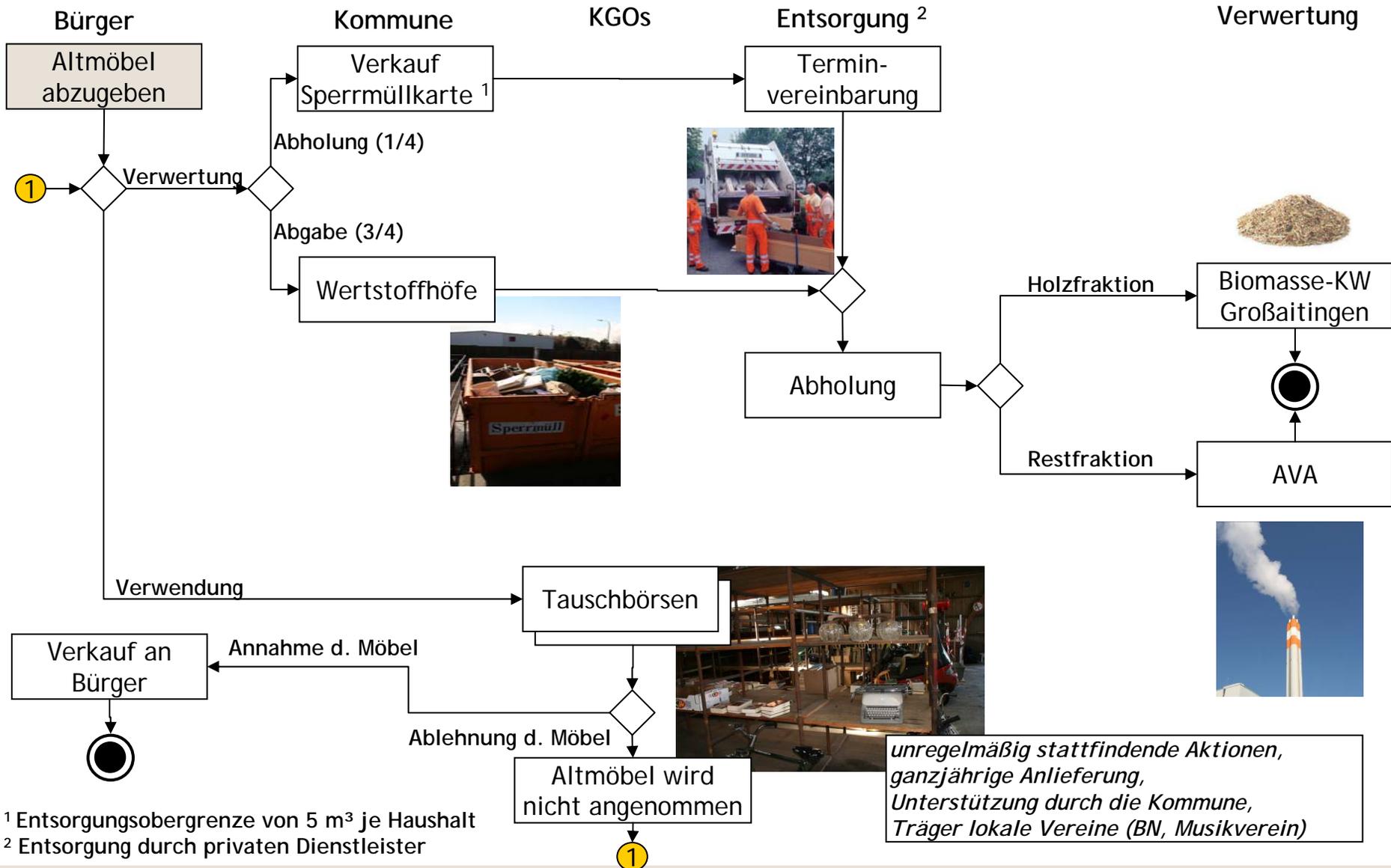
■ Systematische Abbildung der Prozesse und Prozessteilnehmer durch Aktivitätsdiagramme



2. Entsorgungsprozesse - Stadt Augsburg (aws)



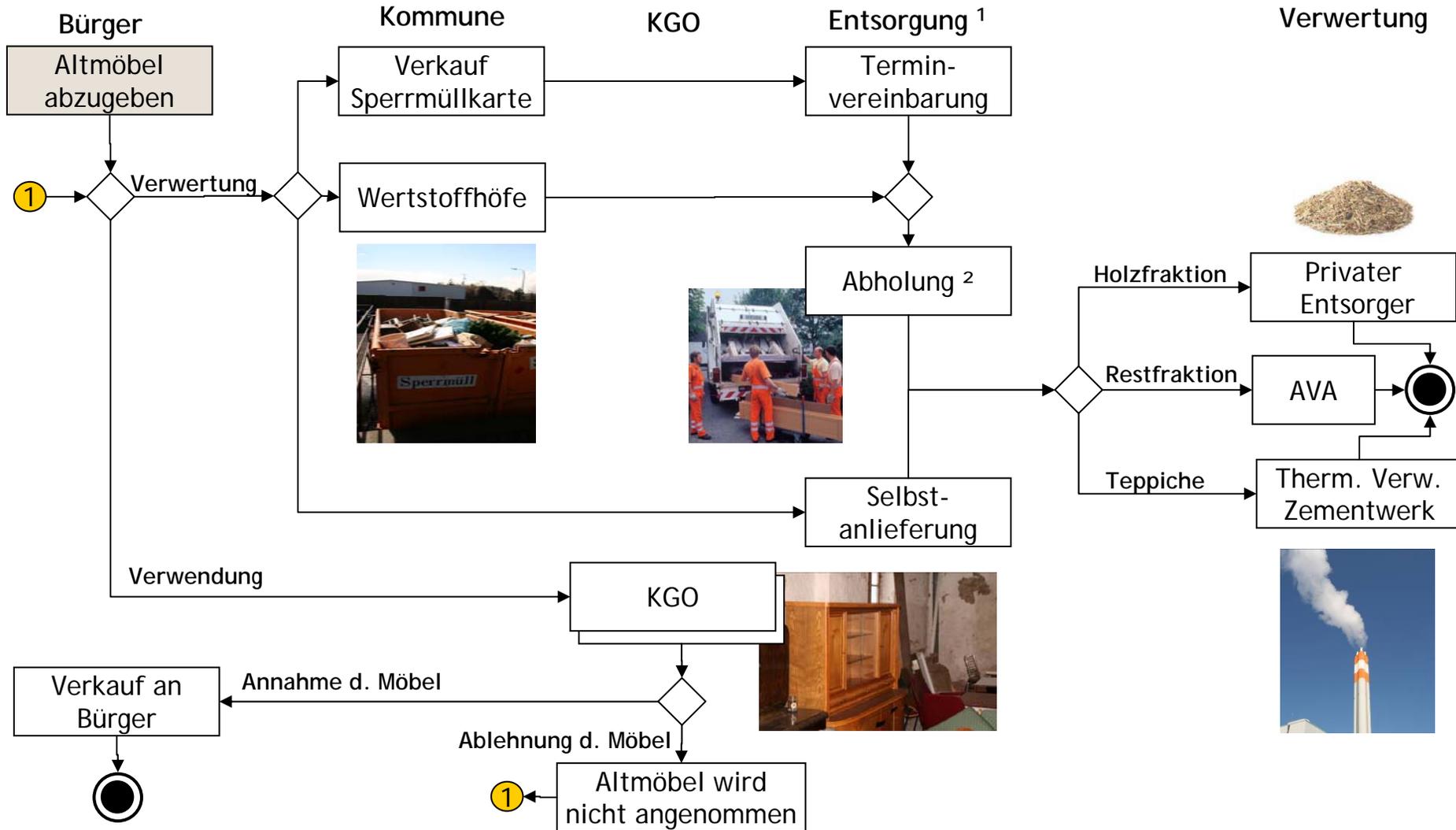
2. Entsorgungsprozesse - Abfallwirtschaftsbetrieb Landkreises Augsburg



¹ Entsorgungsobergrenze von 5 m³ je Haushalt

² Entsorgung durch privaten Dienstleister

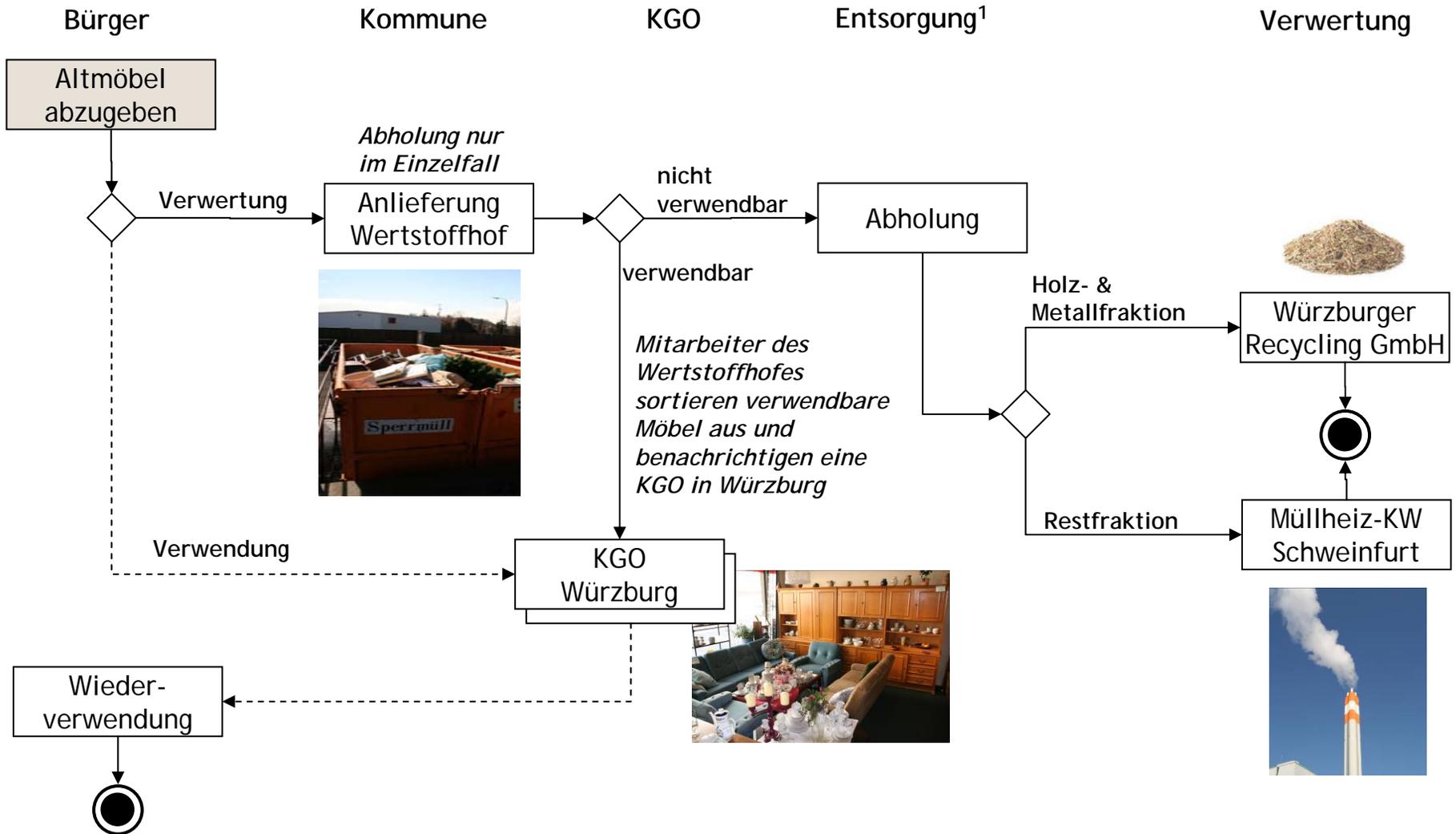
2. Entsorgungsprozesse - Landratsamt Aichach-Friedberg, Abfallwirtschaft



¹ Entsorgung durch privaten Dienstleister (max. 5 m³ pro Haushalt)

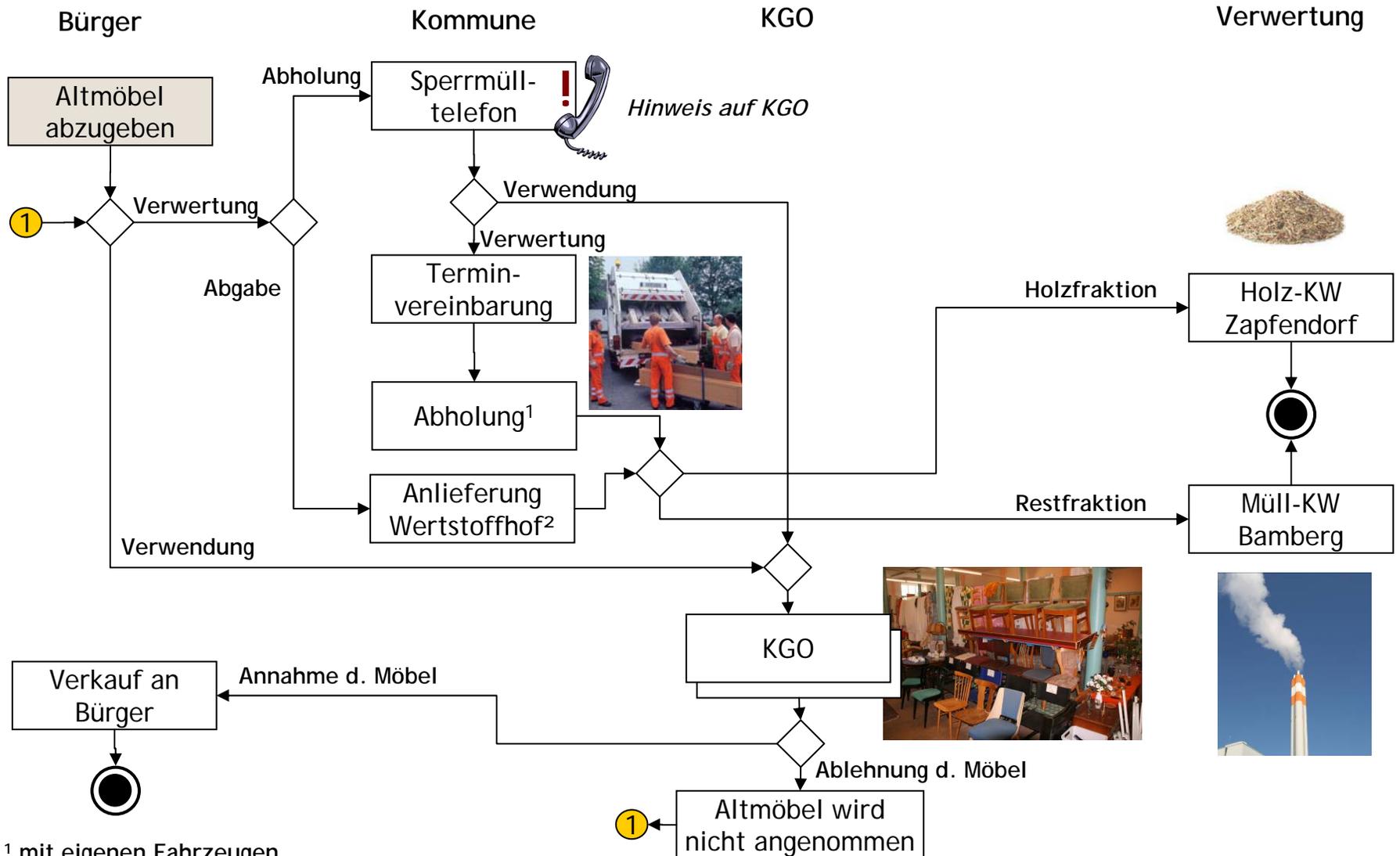
² Expressabholung gegen Aufpreis

2. Entsorgungsprozesse - Team Orange Landkreis Würzburg



¹ Abfuhr durch Entsorgungsdienstleister

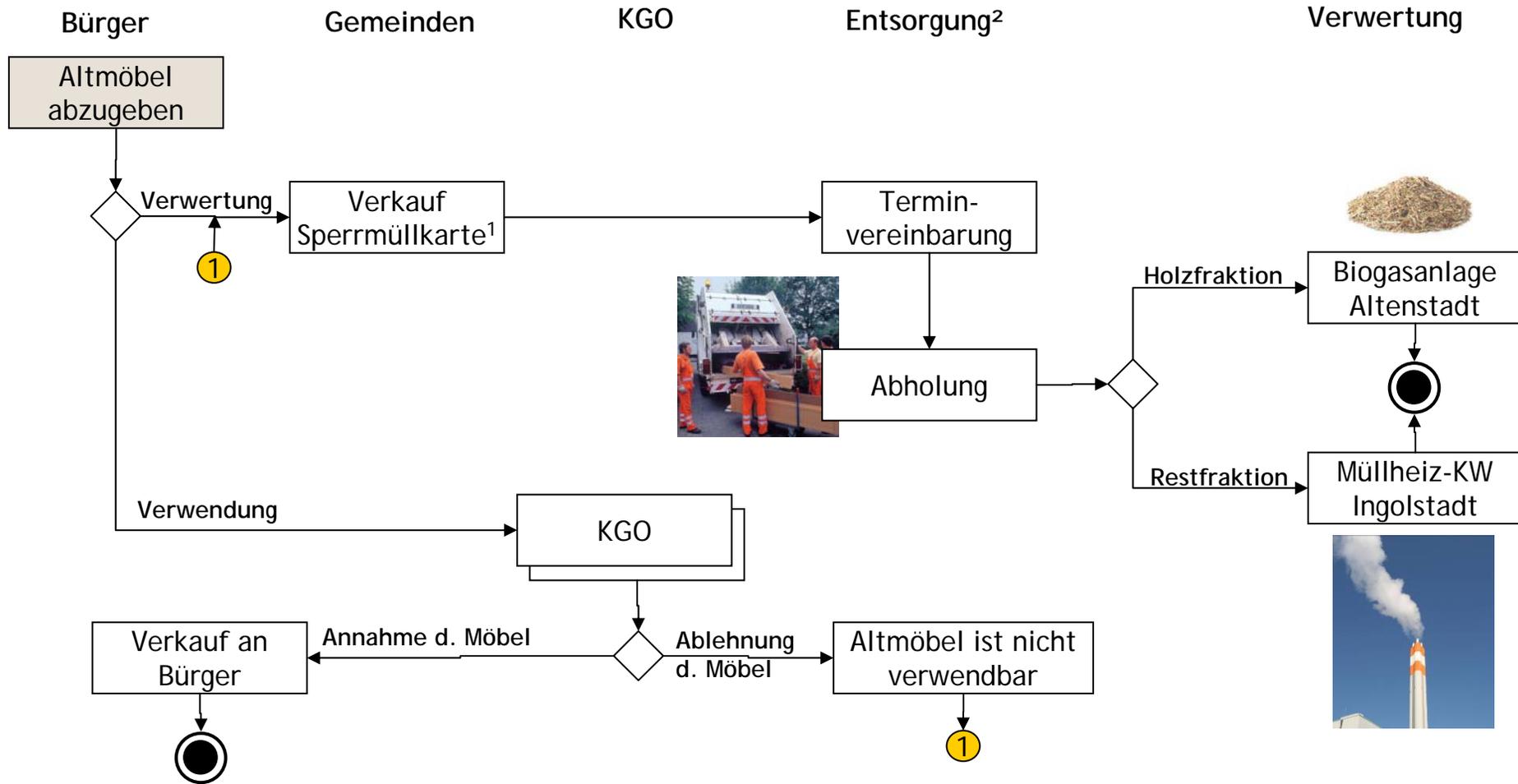
2. Entsorgungsprozesse - Landratsamt Forchheim



¹ mit eigenen Fahrzeugen

² Abgabe an der Deponie von 0,8 to / Jahr bzw. 4 m³ kostenlos

2. Entsorgungsprozesse - Landratsamt Garmisch-Partenkirchen



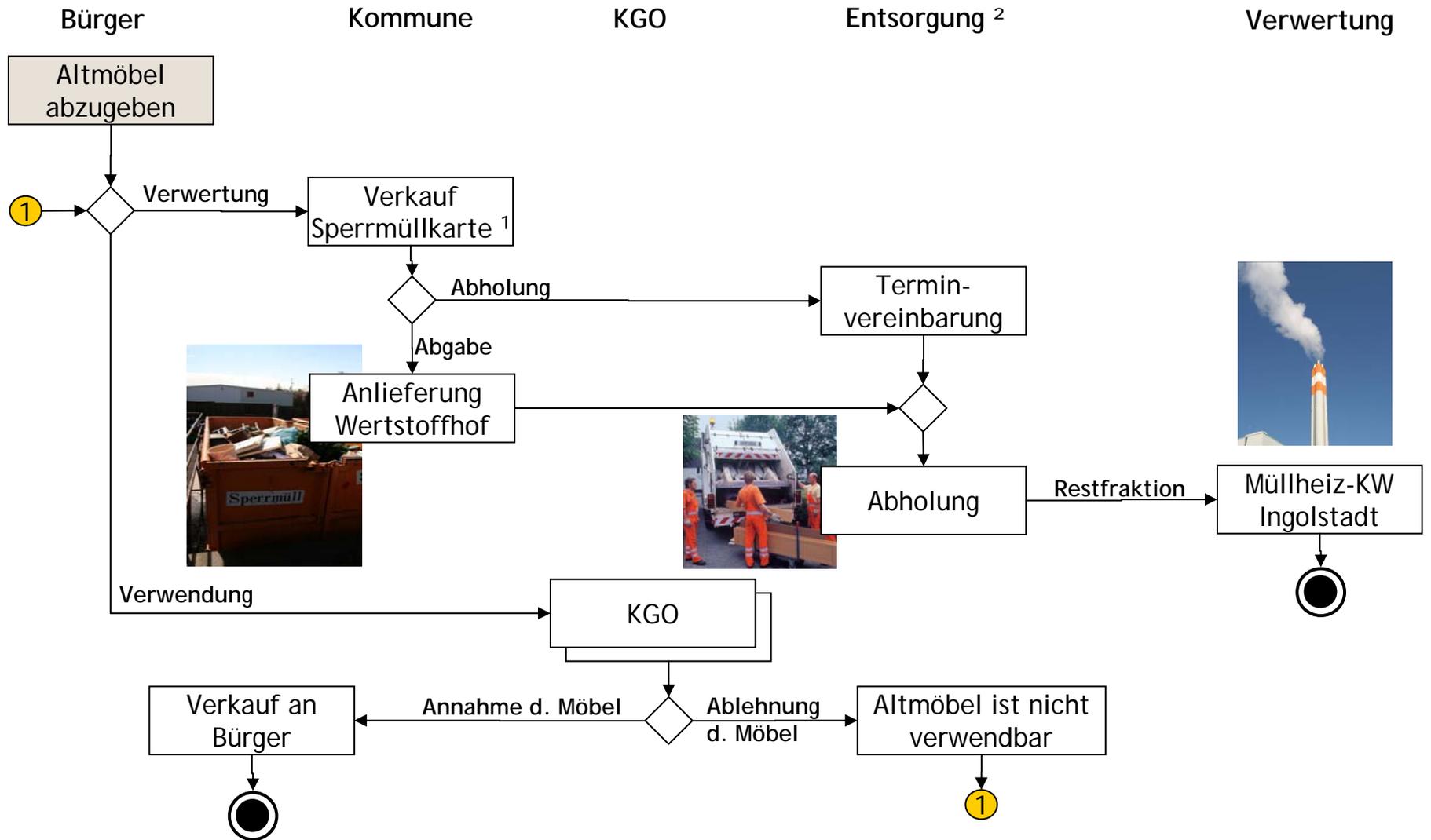
¹ max. 2 x jährlich 3 m³

² private Entsorger

Hinweis:

Wertstoffhöfe nehmen nur kleine Mengen Holz an.

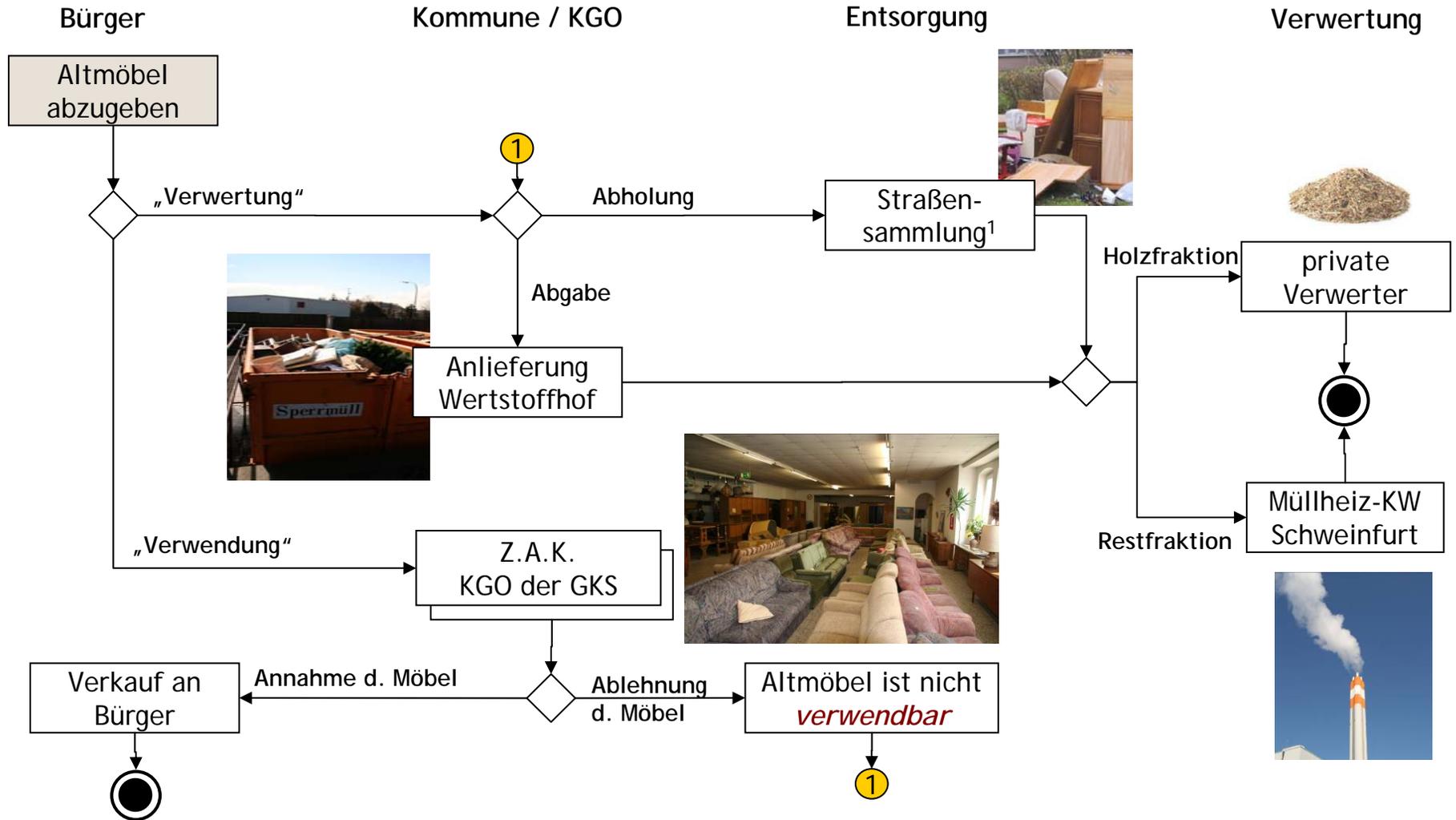
2. Entsorgungsprozesse - Gemeindewerke Garmisch-Partenkirchen



¹ 2 x jährlich 3 m³

² private Entsorgungsdienstleister

2. Entsorgungsprozesse - Abfallwirtschaftsbetrieb Landkreis Haßberge



¹ 1 x jährlich Abfuhr durch Entsorgungsdienstleister

2. Beispiele für Best Practice - Brauchbar Würzburg - städtisch

■ Best Practice

- Organisation des Geschäftsprozesses
- Warendarstellung
- Raumaufteilung
- Mitarbeiterführung und Betreuung
- Marketingkonzept (ansprechender Name, Logo, Erkennungsmerkmal, etc.)
- Preisdifferenzierung (Brauchbar-Limit)



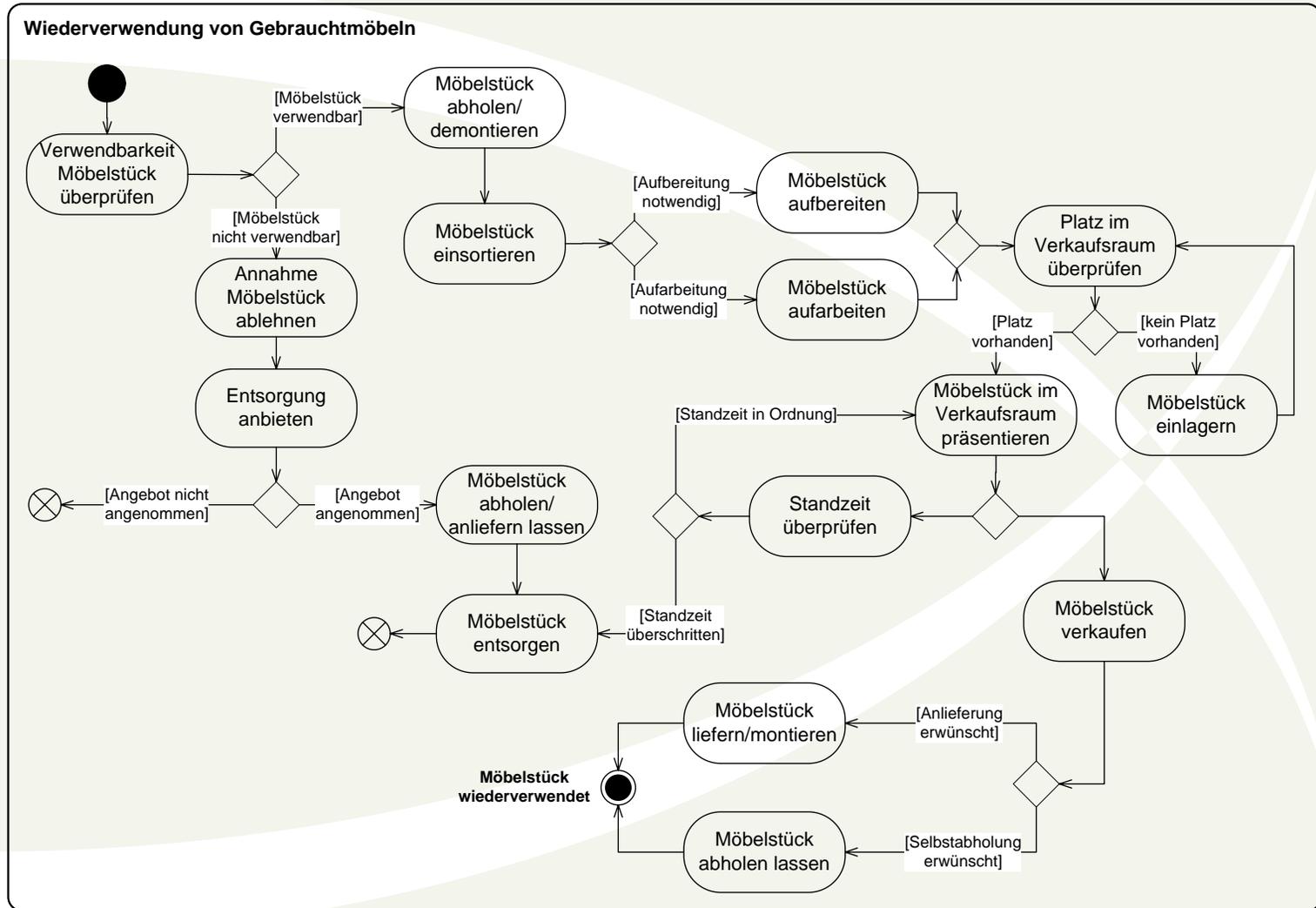
2. Beispiele für Best Practice - Pack mer's Forchheim - stadtnah

■ Best Practice

- Schulungskonzept
- Organisation des Geschäftsprozesses
- logistisches Konzept (Transportwagen etc.)
- Mitarbeitermanagement
- Einbindung der öffentlichen Hand



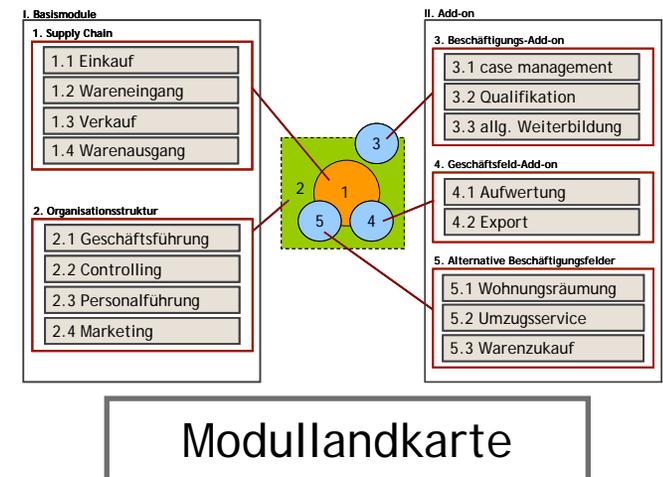
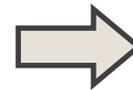
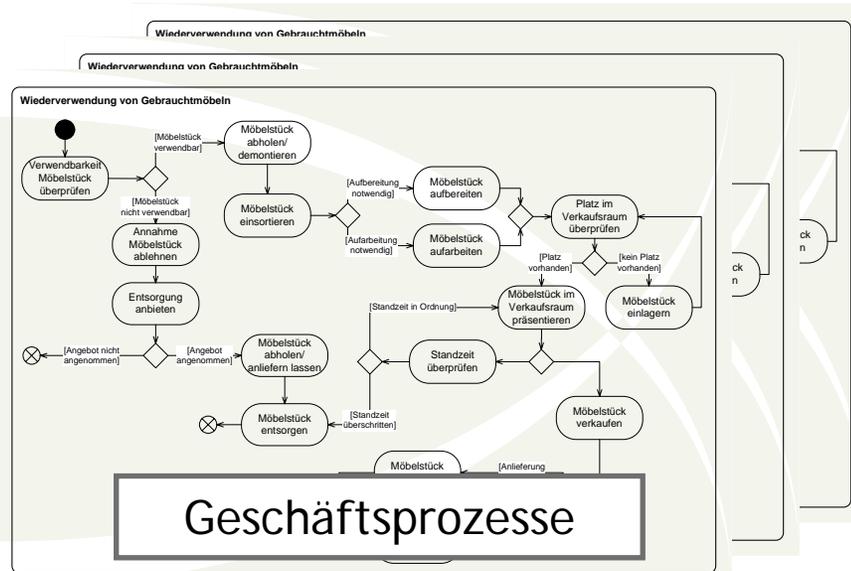
2. Abbildung des Verwendungsprozesses in den KGOs



2. Standard-Geschäftsprozess der KGOs - Modullandkarte

■ Mikroebene

- Etablierung eines Standard-Geschäftsprozesses
- Werkzeug zur Ermittlung des eigenen Grads der Potentialerreichung
- Aufzeigen von operativen Verbesserungsmöglichkeiten
- Prozessqualität



2. Modullandkarte

I. Basismodule

1. Supply Chain

1.1 Einkauf

1.2 Wareneingang

1.3 Verkauf

1.4 Warenausgang

2. Organisationsstruktur

2.1 Geschäftsführung

2.2 Controlling

2.3 Personalführung

2.4 Marketing

II. Add-on

3. Beschäftigungs-Add-on

3.1 case management

3.2 Qualifikation

3.3 allg. Weiterbildung

4. Geschäftsfeld-Add-on

4.1 Aufwertung

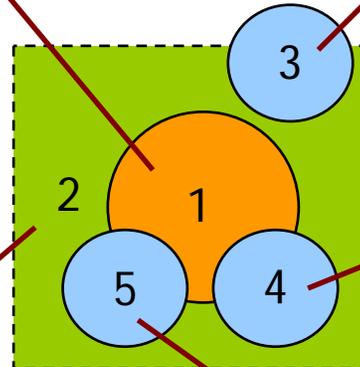
4.2 Export

5. Alternative Beschäftigungsfelder

5.1 Wohnungsräumung

5.2 Umzugsservice

5.3 Warenezukauf



2. Basismodule

I. Basismodule

1. Supply Chain

1.1 Einkauf

1.2 Wareneingang

1.3 Verkauf

1.4 Warenausgang

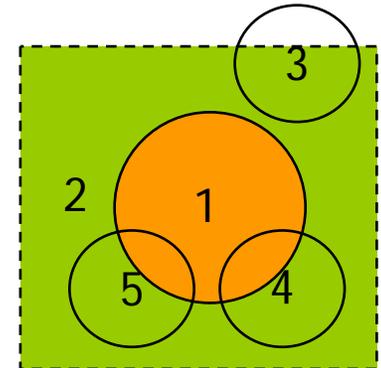
2. Organisationsstruktur

2.1 Geschäftsführung

2.2 Controlling

2.3 Personalführung

2.4 Marketing



- Die Basismodule bilden die Kernaktivitäten im Möbelgeschäft ab.
- Sie sind zum Erreichen der Geschäftsziele unbedingt notwendig.
- Sie bilden auch die Basis für weitere Geschäftsfelder (Add-ons).
- Zwei Bereiche:
 - Supply Chain (Standard-Geschäftsprozess)
 - Organisationsstruktur (Unterstützungsprozesse)

2. Überblick: Supply Chain

I. Basismodule

1. Supply Chain

1.1 Einkauf

1.2 Wareneingang

1.3 Verkauf

1.4 Warenausgang

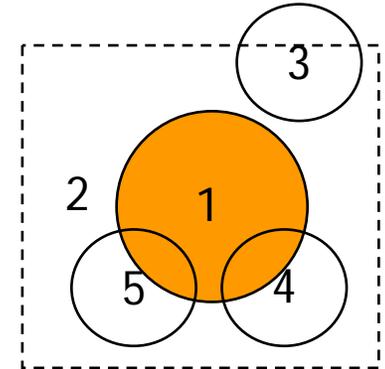
2. Organisationsstruktur

2.1 Geschäftsführung

2.2 Controlling

2.3 Personalführung

2.4 Marketing

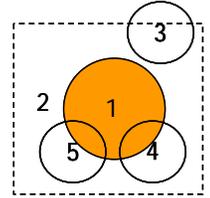


- Kernaktivitäten im Gebrauchtmöbelgeschäft
 - Einkauf: Begutachtung, Abholung, Logistik
 - Wareneingang: Annahme, Sortierung, Erfassung, Einlagerung
 - Verkauf: Präsentation, Beratung, Erfassung
 - Warenausgang: Bereitstellung, Auslieferung

2. Supply Chain: Einkauf

1.1 Einkauf

- Begutachtung (durch geschultes Personal)
 - Einschätzung von Verwendbarkeit und Verkaufsfähigkeit
 - Anbieten von alternativen Optionen, z.B. Sperrmüllentsorgung gegen Entgelt
 - *Best Practice:*
 - Direkte Vereinbarung eines Abholtermins
 - Kurze Reaktionszeit
- Abholung und Demontage (inkl. Wartezeit) 
 - Professionelles Auftreten und Pünktlichkeit
 - Fachgerechter Abbau (vollständig & unversehrt)
 - *Best Practice:*
 - Schulungen für Personal an den verbauten Möbelverbundsystemen
- Anlieferung
 - Geeignete Fahrzeuge und Transporthilfsmittel
 - *Best Practice:*
 - Zwei-Mann Sackkarren, Transportwagen für Möbel



2. Supply Chain: Wareneingang

1.2 Wareneingang

■ Annahme

- Test (Zustand, Funktionalität) 

■ Sortierung

- Verkauf (sauber)

- Lager

- Aufbereitung (Reinigung, kleinste Reparaturen) 
- Etikettierung (Lageretikett)

- **Best Practice:**

- Lageretiketten/-zettel

- Entsorgung

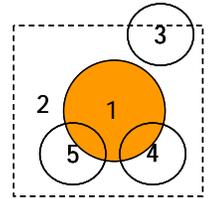
- Rahmenabkommen mit regionalen Verwertern

- **Neue Ideen:**

- KGOs als fixer Sperrmüllabholpunkt → Konzept zur Sperrmüllerrfassung

■ Erfassung als Eingang

■ Sachgemäße Einlagerung bzw. Bereitstellung für den Verkauf



Lagerbestandsliste 3, Stock

<input type="checkbox"/> Ankle	<input type="checkbox"/> Wohnzimmer	Ermessung mit Wert: Lager: 151 Abteilung: Raum: 210 Zell: 1000
<input type="checkbox"/> Esszimmer	<input type="checkbox"/> Schlafzimmer	
<input type="checkbox"/> Küche	<input type="checkbox"/> Kinderzimmer	
<input type="checkbox"/> Büro	<input type="checkbox"/> Sonstiges	Abholdatum: _____

Bett Couch
 Stuhl Schlafcouch
 Schrank Couchtisch
 Couchstuhl Einbaucouch
 Tisch Regal

Schlafzimmer komplett
ausgerüstet
Schrank, Couch, Tisch, Stuhl
Sonstiges: *Handtücher, Bettwäsche*

Zustand: *gut*

Malle: <i>Schrank</i>	Länge: _____	Breite: <i>900</i>	Tiefe: <i>650</i>	Höhe: <i>220</i>
Malle: <i>Tisch</i>	Länge: <i>2000</i>	Breite: <i>150</i>	Tiefe: _____	Höhe: _____
Malle: _____	Länge: _____	Breite: _____	Tiefe: _____	Höhe: _____
Malle: _____	Länge: _____	Breite: _____	Tiefe: _____	Höhe: _____

Farbe: *weiß*

Zustehin: _____

Sonstiges: *Bitte 1/2 Stunden
mit Sperrmüll*

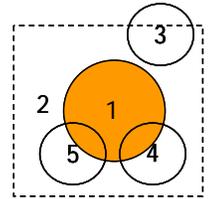
Übersicht und Angewiesen von: *Adrian* Datum: *10.01.06*

2. Supply Chain: Verkauf

1.3 Verkauf

■ Intern

- Lagerumschlag sichern 
 - Dokumentation und regelmäßige Überprüfung der Standzeit
 - Weiterleitung in den Verkaufsraum
- *Best Practice:*
 - Max. Lagerzeit: 12 Wochen
- Umschlag im Verkaufsraum sichern
 - Dokumentation der Standzeit und regelmäßige Überprüfung
 - Preisreduzierung bei zu langer Standzeit
 - Gegebenenfalls Entsorgung
- *Best Practice:*
 - Max. Standzeit im Verkaufsraum: 2 Wochen → Preisreduzierung
 - Max. Standzeit reduzierter Ware: 2 Wochen → Entsorgung



2. Supply Chain: Verkauf

1.3 Verkauf

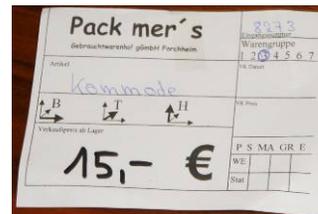
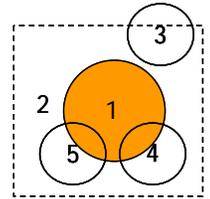
■ Extern (mit Außenwirkung)

■ Präsentation

- Gebäudemanagement (Zustand, Heizbarkeit, Bodenbelag, Geruchsneutralität)
- Dekoration (Simulation von Wohnsituationen, sauber halten, Abteilungen, wechselnde Warenpräsentation)
- Beleuchtung (ausreichend)
- Uniform (einheitliches Erscheinungsbild, Erkennbarkeit der Mitarbeiter)
- Logo
- Etiketten (einheitliche und vollständige Preisauszeichnung, Logo, Ident.-Nummern, Produktangaben)
- Abgrenzung sozialer Aufenthaltsbereich (Food Court)

■ *Best Practice:*

- Positive Beispiele für Dekoration
- Positive Beispiele für Etikettengestaltung



2. Supply Chain: Verkauf

1.3 Verkauf

■ Extern (mit Außenwirkung)

■ Beratung

- Verkaufsgespräche (Sprache, Auftreten, Fachwissen)
- Anleitung durch einen ausgebildeten Verkäufer
- Mind. 1-€-Beschäftigter mit entsprechender Eignung

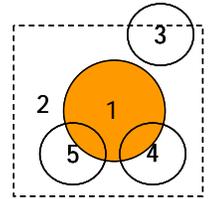


■ Verkauf

- Geeignete Kassen
- Buchhaltung und Warenwirtschaftssystem

■ *Best Practice:*

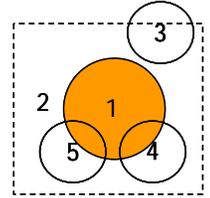
- Warenwirtschaftssystem für Gebrauchtmöbel
→ ECUS Softwaresystem für Secondhand-Möbelhäuser (Equal-Projekt)



Kontonr.	Kredit.	PLZ	Ort
K-2001	Idmex AG	6443	Morsbach
K-2002	Wimex Wohnbedarf		
K-2003	Inzer Link SA	67470	Seltz
K-2004	Merke Küchen	32549	Bad Deynhausen
K-2005	FMD Möbel GmbH	49201	Dissen
K-2006	Inzebel GmbH & CoKG	63303	Dreieich-Dreieichenhain
K-2007	GOAB	63075	Offenbach
K-2008	ASH	60216	Frankfurt am Main
K-2009	Manfred Kiesecker	69336	Frankfurt am Main
K-2010	ECE	63303	Dreieich-Sprendlingen
K-2011	Markthaus	68199	Mannheim
K-2012	ASH		
K-2013	Praxis GmbH		
K-2014	Spaz gmbH	55120	Mainz-Treizenheim

2. Supply Chain: Warenausgang

1.4 Warenausgang



■ Warenausgang

- geeignete Bereitstellung für den Transport zum Kunden bzw. zur Abholung
 - z.B. Zerlegung der Möbel, Verpackung, Kleinteilebeutel
- Auslieferung (Qualitätssicherung) 
 - Auslieferung
 - Registrierung (Erhalt bestätigen)
 - Ware beim Kunden aufbauen
- Abholung 
 - Registrierung (Erhalt bestätigen)
 - Bereich zur Bereitstellung von Abholware
 - Geeignete Bereitstellungsform zur sofortigen Verladung durch den Kunden



2. Überblick: Organisationsstruktur

I. Basismodule

1. Supply Chain

1.1 Einkauf

1.2 Wareneingang

1.3 Verkauf

1.4 Warenausgang

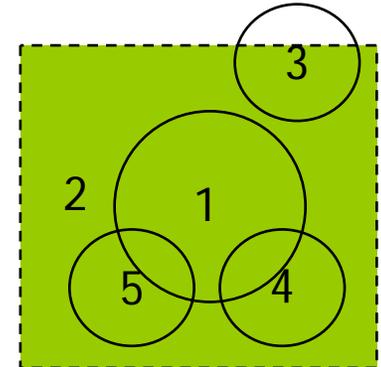
2. Organisationsstruktur

2.1 Geschäftsführung

2.2 Controlling

2.3 Personalführung

2.4 Marketing



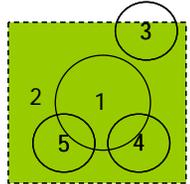
- Leitende und unterstützende Funktionen im Gebrauchtmöbelgeschäft
 - Geschäftsführung: Koordination, Delegation
 - Controlling: Reporting-System, Kostenkontrolle, Umsatzsteuerung
 - Personalführung: Arbeitsprozesse, Förderstruktur, Migrationsbewältigung
 - Marketing: Beschaffungsmarketing, Öffentlichkeitsarbeit, Vertrieb

2. Organisationsstruktur: Geschäftsführung

2.1 Geschäftsführung

■ Geschäftsführung

- Vorhandensein 
 - Klare Verantwortlichkeit und Präsenz
 - Repräsentation der Unternehmung nach außen
- Koordination 
 - Koordinieren aller Basis- und Zusatzaktivitäten
- Delegation der Aufgaben (ab einer bestimmten Betriebsgröße)
 - Aufbau eines fest beschäftigten und ständig verfügbaren Mitarbeiterstabes („Kümmerer“)

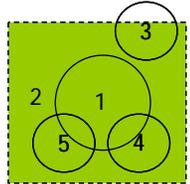


2. Organisationsstruktur: Controlling

2.2 Controlling

■ Controlling

- Reporting-System (Vorhandensein)
 - Die Situation in den einzelnen Geschäftsbereichen muss zeitnah bekannt sein
- Kostenkontrolle 
 - Deckungsbeitragsrechnung
 - Zeitnahe Daten erforderlich, da die Waren eine individuelle Wertigkeit haben und Preisniveaus innerhalb bestimmter Grenzen variabel sind
- Umsatzkontrolle → für die einzelnen Module
- Förderstruktur (finanziell) → Ausnutzen sämtlicher Fördermittel

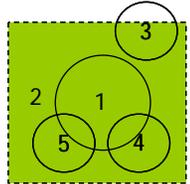


2. Organisationsstruktur: Personalführung

2.3 Personalführung

■ Personalführung

- Tätigkeiten zuweisen 
 - Geeignete Tätigkeiten für die unterschiedlichen Persönlichkeiten
 - Akquisition von geeignetem Personal soweit möglich
- Förderstruktur (personell)
 - Geeignete Zusammensetzung des Personals zur optimalen Nutzung von Förderangeboten (Finanzierungs-Mix) 
- Einarbeitung / Migration bewältigen
 - Menschen befähigen, die ihnen gestellten Aufgaben zu bewältigen
 - Weitergabe von Wissen sicherstellen
 - Ideal: Überschneidungszeiten in den einzelnen Funktionen



2. Organisationsstruktur: Marketing

2.4 Marketing

■ Marketing

■ Beschaffungsmarketing

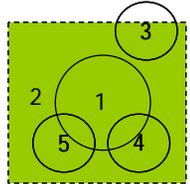
- Akquisition von Gebrauchtmöbeln
- Information der Bürger über regionale und überregionale Kanäle
→ Zusammenarbeit mit den Kommunen (z.B. Sperrmülltelefon)

■ Öffentlichkeitsarbeit

- Events, um für die eigene Sache zu werben

■ *Best Practice:*

- Imbisswagen auf dem Flohmarkt
- Infostände bei Veranstaltungen mit sozialem Fokus



2. Organisationsstruktur: Marketing

2.4 Marketing

■ Marketing

■ Vertrieb / Absatz

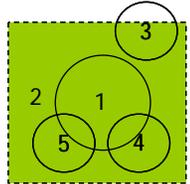
- Steigerung des Absatzes von Gebrauchtmöbeln
- Marktbeobachtung
- Problematik: Werbeverbot von Zweckbetrieben → Lösung: Bekanntmachungen!

■ *Best Practice:*

- Hinweise in Gemeindeblättern, Pfarrbriefen, Aushänge etc.
- Bücherangebot als Schlüsselaktivität (Laufkundschaft)
- Events, z.B. Vorleseevent, Auktionen für bestimmte Möbel bzw. Möbelgruppen
- Zusammenarbeit mit anderen gemeinnützigen Vereinen, z.B. Lions Club
- Gute Broschüre und Internetpräsenz

■ *Neue Ideen:*

- Radio - Gewinnspiel („Meine Bude mit 500 € einrichten“)
- Qualitätsorientierter Dachverband als zweite Säule des Marketings
- Patenschaften mit Firmen, Gemeinschaftswerbung für den Partner und die KGO



2. Add-ons

II. Add-on

3. Beschäftigungs-Add-on

3.1 case management

3.2 Qualifikation

3.3 allg. Weiterbildung

4. Geschäftsfeld-Add-on

4.1 Aufwertung

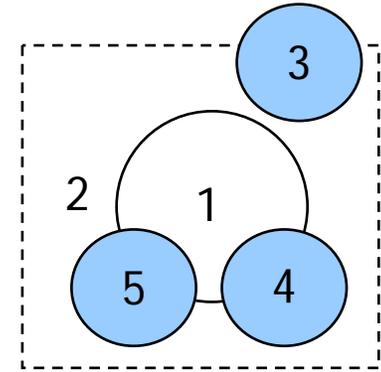
4.2 Export

5. Alternative Beschäftigungsfelder

5.1 Wohnungsräumung

5.2 Umzugsservice

5.3 Warenczukauf



- Erweiterungen des Kerngeschäfts
 - Differenzierungsmerkmale
 - Expansion auf alternativen Absatzmärkte
 - Verbesserung des Serviceangebots für Mitarbeiter und Kunden
 - Erschließung weiterer Finanzierungsquellen

2. Überblick: Beschäftigungs-Add-on

II. Add-on

3. Beschäftigungs-Add-on

3.1 case management

3.2 Qualifikation

3.3 allg. Weiterbildung

4. Geschäftsfeld-Add-on

4.1 Aufwertung

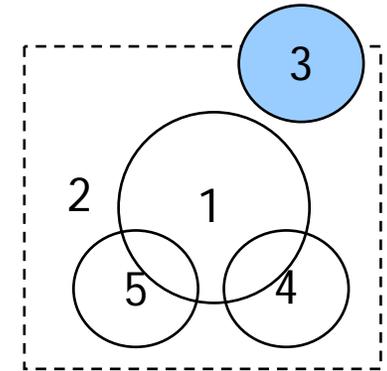
4.2 Export

5. Alternative Beschäftigungsfelder

5.1 Wohnungsräumung

5.2 Umzugsservice

5.3 Warenczukauf



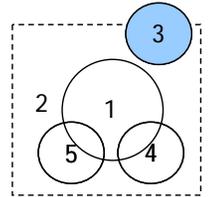
■ Angebot beschäftigungsbezogener Dienstleistungen

- Mitarbeiterförderung im Rahmen der Personalführung (Case Management)
- Befähigung der Mitarbeiter für ihre Arbeit im Unternehmen
- Weiterentwicklung der Mitarbeiter
- Motivation der Mitarbeiter

2. Beschäftigungs-Add-on: case management

3.1 case management

- „Ganzheitliche Förderung“ / Unterstützungsmanagement
- Beratung zur Bewältigung von privaten Problemsituationen
 - Scheidungsberatung
 - Entschuldung
 - Selbsthilfegruppen
- Zentrale Vermittlung von Hilfsangeboten
- Unterstützung bei Behördengängen und Anträgen
 - *Best Practice:*
 - Unterstützung der Mitarbeiter bei der Wiedereingliederung in den ersten Arbeitsmarkt durch entsprechendes Personal



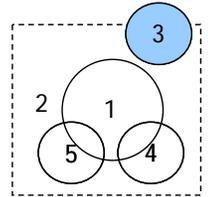
2. Beschäftigungs-Add-on: Qualifikation

3.2 Qualifikation

- Liefert ein direkt im Betrieb einsetzbares Resultat
- Handling mit Möbeln
- Handwerkliche Fertigkeiten
- Beratung und Verkauf
- Soft skills im Team

- *Best Practice:*

- Handwerkliche Schulung der Mitarbeiter in Möbelauf- bzw. -abbau (z.B. Pack mer`s)
- Schulung über Verhaltensregeln beim Kunden und im Betrieb



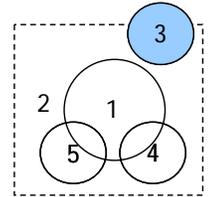
2. Beschäftigungs-Add-on: allg. Weiterbildung

3.3 allg. Weiterbildung

- Zusätzliche Bildungsangebote neben dem eigentlichen Unternehmenszweck
- Verbesserung der beruflichen Chancen der Teilnehmer einer Maßnahme
- Zusatzangebote erhöhen die Attraktivität der Einrichtung auch im Hinblick auf die Zuteilung von Fördergeldern

- *Best Practice:*

- PC-Kurse
- Bewerbungstraining
- Soft Skill-Training



2. Überblick: Geschäftsfeld-Add-on

II. Add-on

3. Beschäftigungs-Add-on

3.1 case management

3.2 Qualifikation

3.3 allg. Weiterbildung

4. Geschäftsfeld-Add-on

4.1 Aufwertung

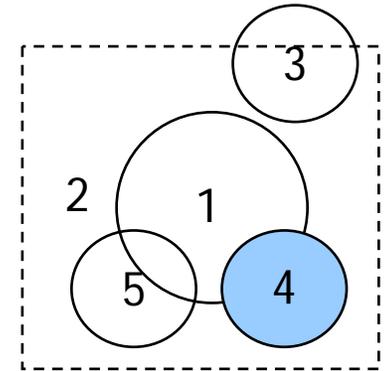
4.2 Export

5. Alternative Beschäftigungsfelder

5.1 Wohnungsräumung

5.2 Umzugsservice

5.3 Warencauf

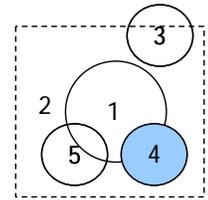


- Aufwertung der Gebrauchtmöbel durch
 - handwerkliche Aufarbeitung
 - künstlerische Umgestaltung
- Erschließung zusätzlicher Absatzmärkte
 - Partner im Ausland

2. Geschäftsfeld-Add-on: Aufwertung

4.1 Aufwertung

- Die Aktivitäten in diesem Modul führen zu einer Wert- bzw. Attraktivitätssteigerung der einzelnen Stücke
- Aufarbeitung (handwerklich)
 - Originalzustand des Möbels wieder herstellen
 - Gebrauchsspuren beseitigen bzw. kaschieren
- Umgestaltung
 - künstlerische Umgestaltung der Gebrauchtmöbel
 - *Best Practice:*
 - als Qualifikation im Bereich einer Malerausbildung
 - als kunsttherapeutisches Material (evtl. Zusammenarbeit mit anderen Organisationen)
 - *Neue Ideen:*
 - Projekte und Events mit der Kunstzweigen der FH bzw. FOS
 - Versteigerungen für einen „Guten Zweck“ → Unterstützung der KGOs

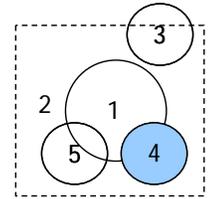


2. Geschäftsfeld-Add-on: Export

4.2 Export

■ Exportbeziehungen

- Aufnahme von Kontakten in potentielle Zielländer (z. B. Rumänien, Tschechien, Polen, Ungarn, Ukraine, etc.)
- Ausbau der bestehenden unregelmäßigen Geschäftsbeziehungen zu einer Partnerschaft
- Evtl. Berücksichtigung von Bedarfsstrukturen in den einzelnen Zielländern
- *Neue Ideen:*
 - Zusammenschluss mehrerer KGOs zu einem zentralen Sammelpunkt
 - Eröffnung einer Zweigstelle im Ausland



2. Überblick: Alternative Beschäftigungsfelder

II. Add-on

3. Beschäftigungs-Add-on

3.1 case management

3.2 Qualifikation

3.3 allg. Weiterbildung

4. Geschäftsfeld-Add-on

4.1 Aufwertung

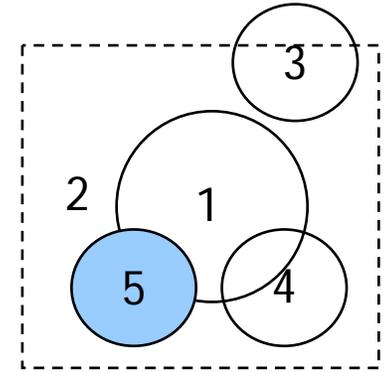
4.2 Export

5. Alternative Beschäftigungsfelder

5.1 Wohnungsräumung

5.2 Umzugsservice

5.3 Warenczukauf



- Stabilität durch weitere Geschäftsfelder
 - Erweiterung des Kerngeschäfts um verwandte Beschäftigungsfelder
 - Bessere Nutzung der vorhandenen Ressourcen
 - Glättung von Schwankungen im Kerngeschäft

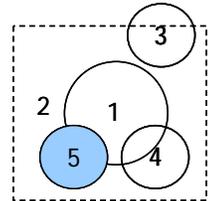
2. Alternative Beschäftigungsfelder: Wohnungsräumung

5.1 Wohnungsräumung

■ Klassische Wohnungsauflösung

- Möglichkeit zur Akquisition von Gebrauchtmöbeln
- *Best Practice:*
 - Image als Differenzierungsmerkmal
 - Gleiche Leistung wie konventionelle Anbieter + Zusatznutzen des sozialen Dienstes
- *Neue Ideen:*
 - Weiterverkauf von Büroeinrichtungen gegen Provision (inkl. Reinigung und Transport der vermittelten Büroeinrichtungen)

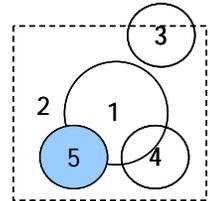
■ Beseitigung von einzelnen Möbeln



2. Alternative Beschäftigungsfelder: Umzugsservice

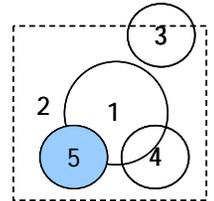
5.2 Umzugsservice

- Kombination aus den Modulen Wohnungsräumung, An- und Auslieferung
- Zielgruppen:
 - Umzüge von alten Menschen in Betreuungseinrichtungen
 - Umzüge für Bedürftige
- Differenzierungsmerkmal: Service aus einer Hand von einer „sozialen Einrichtung“ → Vorschussvertrauen
 - *Best Practice:*
 - Umzugsservice in Garmisch



2. Alternative Beschäftigungsfelder: Wareneinkauf

5.3 Wareneinkauf



■ Zukauf von Reklamationsware

- Rücklieferungen aus Möbelhäusern (z.B. Ware mit beschädigter Verpackung, Mängelstücke)
- Ausstellungsware
 - KGO baut die Ausstellung auf und demontiert sie wieder und erhält im Gegenzug kostenlos die demontierten Möbel
 - Zusatznutzen für das Möbelhaus: Imagegewinn durch soziales Engagement

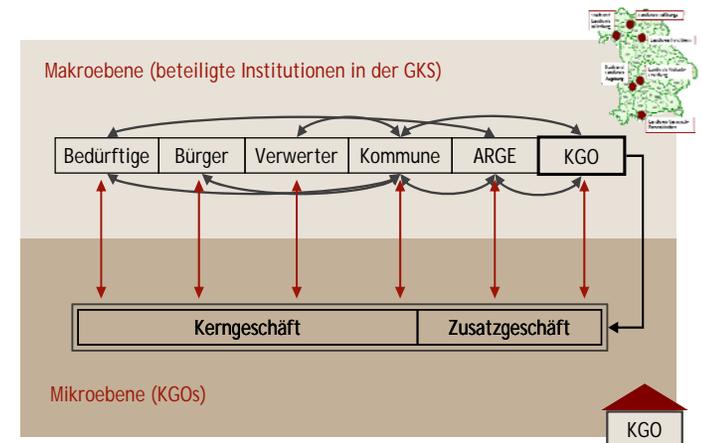
■ Zukauf von weißer Neuware

- Sortimentskomplementierung
 - Waschmaschinen, E-Herde, Kühlschränke, Spülmaschinen
 - Kostengünstige no name-Produkte
 - Eine Ausführung je Typ
 - Erhöhung der Verkaufszahlen



2. Hindernisse der Wiederverwendung - Grundlage für das Soll-Konzept

- In den Gebietskörperschaften (Makroebene)
 - fehlendes Bewusstsein der Möglichkeit Möbel wiederzuverwenden
 - lange Reaktionszeiten der KGOs
 - viele kleine Einrichtungen in einer Gebietskörperschaft
 - schwache Stellung der Wiederverwendungsbetriebe gegenüber den anderen Akteuren der Entsorgungswirtschaft
- In den Wiederverwendungsbetrieben (Mikroebene)
 - Schwachstellen im Geschäftsprozess
 - zu gering ausgeprägte Marketingstrukturen
 - „Konkurrenz“ der KGOs



2. Ergebnisse der Ist-Analyse

■ Verwertung

- heterogene und stark regional angepasste jedoch effiziente Entsorgungsprozesse
- unterschiedliches Maß der Unterstützung von Wiederverwendung
- Prozessanpassungen bieten weitere Potentiale
- Effizienz durch marktwirtschaftliche Mechanismen bei der Verwertung der Massenfraktionen

■ Verwendung

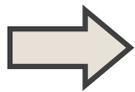
- weitgehend homogener regional angepasster Prozess
- unterschiedlicher Grad der Professionalisierung des Geschäftsprozesses
- Potential liegt in der Professionalisierung der Prozesse und der Nutzung von Best Practice-Anregungen.

Gliederung

1. Projektbeschreibung
2. Ist-Analyse
3. Soll-Konzept und Potentialanalysen
 - Ziele des Soll-Konzepts und der Potentialanalysen
 - Potentialermittlung in den KGOs
 - Potentiale in den einzelnen GKS
 - Augsburgs Modell
 - Mögliche Kooperationsmodelle
 - Handlungsempfehlungen
4. Marketingkonzept
5. Implementierung des Marketingkonzeptes
6. Zusammenfassung und Ausblick

3. Ziele des Soll-Konzepts und der Potentialanalysen

- Aufdeckung des maximal erreichbaren Wiederverwendungsgrades
- Ermittlung des Grades der Potentialabschöpfung in den beteiligten Gebietskörperschaften
- Erstellung eines Konzeptes zur Anpassung der Entsorgungsstruktur, welches die Wiederverwendung besser unterstützt
- Darstellung des Geschäftsprozesses der KGOs unter Einbeziehung der Best Practice-Beispiele



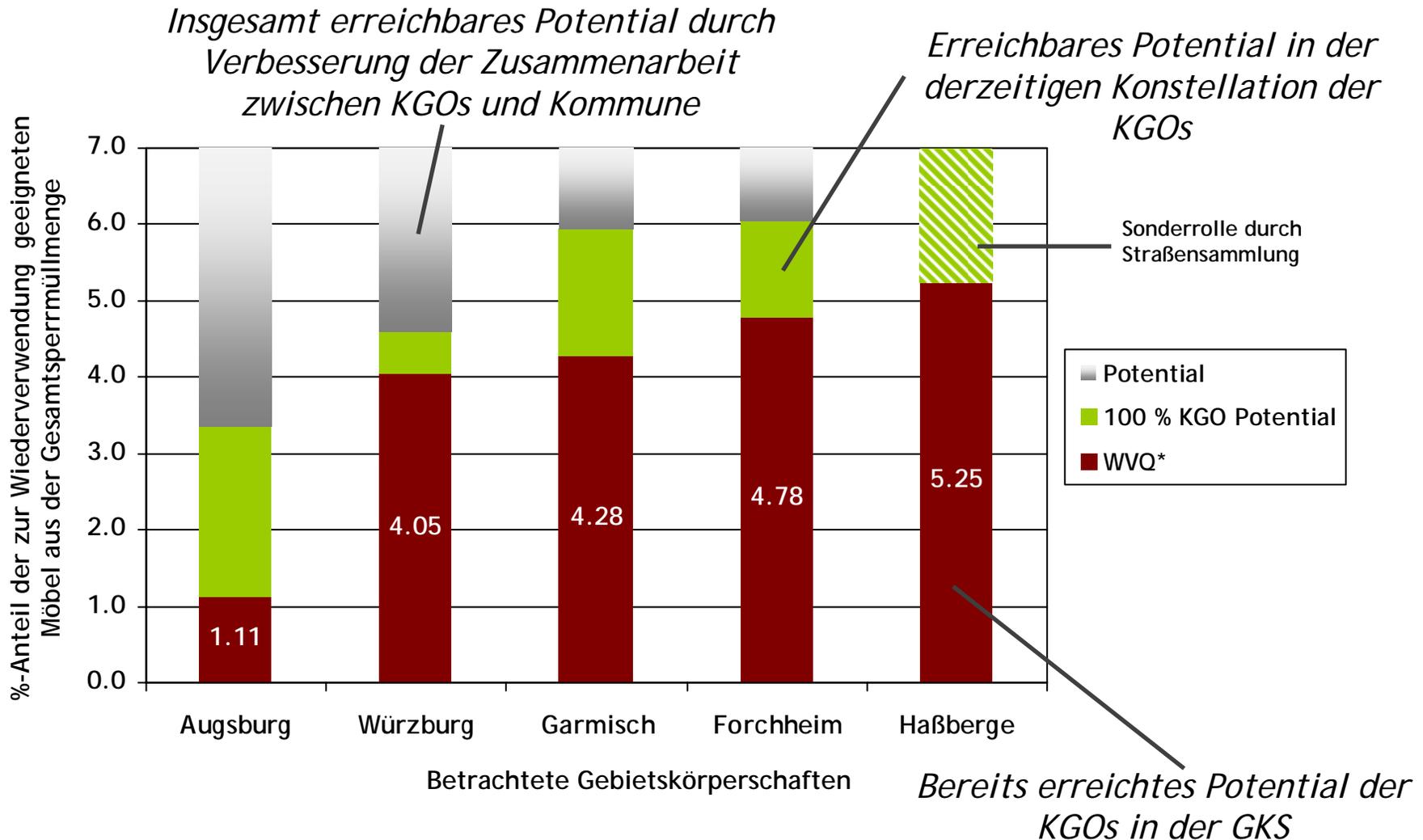
Detaillierte Ansatzpunkte für die Erhöhung der Wiederverwendungsquote für Gebrauchtmobiliar

3. Potentialermittlung in den KGOs

Ermittlung der Potentiale für alle KGOs aufgrund des gesammelten Datenmaterials mit Hilfe eines selbst entwickelten Excel Tools

A		B		C		D		E		F		G		H		I		J		K		L		M	
1	Modullandkarte			% Add on		Potentialeinschätzung der beteiligten KGO's																			
2				11,975%																					
3						Stadt Augsburg																			
4	Modul:	Tätigkeiten	beinhaltet:	k.o.K	Potential	KGO A		KGO B		KGO C		KGO D													
5	Supply Chain	Potentialanteil Supply Chain:		70%	100%	erreicht:	Summe:	erreicht:	Summe:	erreicht:	Summe:	erreicht:	Summe:												
6	Einkauf	Anteil am Gruppenpotential:		5%		5%		5%		5%		5%													
7		Begutachtung		nein	30%	50%	15%	50%	15%	25%	8%	25%	8%												
8		Abholung und Demontage	(inkl. Wartezeit)	ja	45%	75%	34%	50%	23%	50%	23%	100%	45%												
9		Anlieferung	(geeignete Fahrzeuge und Transportmittel)	nein	20%	75%	15%	75%	15%	75%	15%	50%	10%												
10		A: Reklamationsware		nein	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%												
11				ZS	100%	ZS	64%	ZS	53%	ZS	45%	ZS	63%												
12	Wareneingang	Anteil am Gruppenpotential:		20%		20%		20%		20%		20%													
13		Annahme	Test (Zustand, Funktionalität)	ja	25%	50%	13%	50%	13%	25%	6%	25%	6%												
14			Verkauf (sauber) oder Lager	ja	5%	50%	3%	50%	3%	25%	1%	25%	1%												
15		Sortierung	Aufbereitung (Reinigung, kleinste Reparaturen)	ja	30%	50%	15%	50%	15%	25%	8%	50%	15%												
16			Entsorgung	nein	5%	100%	5%	100%	5%	75%	4%	100%	5%												
17		sachgemäße Einlagerung		ja	25%	75%	19%	50%	13%	25%	6%	0%	0%												
18		G: Aufwertung	aufarbeiten (funktional)	nein	5%	0%	0%	0%	0%	50%	3%	0%	0%												
19			umgestalten (Kunst)	nein	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%												
20				ZS	100%	ZS	54%	ZS	48%	ZS	28%	ZS	0%												
21	Verkauf	Anteil am Gruppenpotential:		60%		60%		60%		60%		60%													
22	intern	Lager(-umschlag) sichern		ja	10%	25%	3%	50%	5%	25%	3%	25%	3%												
23		Verkaufsraum(-umschlag) sichern		nein	10%	0%	0%	25%	3%	0%	0%	0%	0%												
24	extern (mit Außenwirkung)		Gebäudemanagement	nein	5%	25%	1%	50%	3%	25%	1%	0%	0%												
25			Dekoration	nein	10%	25%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%												
26			Beleuchtung	nein	3%	75%	2%	75%	2%	50%	2%	0%	0%												
27			Uniform	nein	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%												
28			Logo	nein	3%	0%	0%	50%	2%	50%	2%	0%	0%												
29			Etiketten	nein	4%	25%	1%	25%	1%	25%	1%	25%	1%												
30			geeignete Integration des soz. Bereichs	nein	5%	0%	0%	100%	5%	25%	1%	100%	5%												
31			entspr. Qualifikation (Verkäufer)	nein	13%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%												
32			evtl. Arbeitssuchender mit entspr. Ausbildung	ja	5%	50%	3%	50%	3%	25%	1%	25%	1%												
33			geeignete Kassen	nein	5%	0%	0%	100%	5%	0%	0%	0%	0%												
		Verkauf	Buchhaltung und																						

3. Potentiale in den einzelnen Gebietskörperschaften

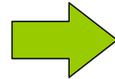


* WVK = Wiederverwendungsquote

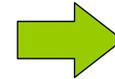
3. Erhöhung der Wiederverwendungsquote - klassischer Ansatz



Entsorgungswunsch des Bürgers



Demontage und Bereitstellung durch den Bürger



Klassischer Ansatzpunkt

Die Möbel sind der Witterung ausgesetzt und teilweise nicht sachgemäß demontiert



→ nicht zielführend!



Auch wiederverwendbare Möbel werden verwertet

3. Erhöhung der Wiederverwendungsquote - Augsburger Modell



3. Augsburger Modell – Idee des „frühen Zugriffs“

- Die **Prozesse der Entsorgungsbetriebe** sind in den einzelnen Kommunen **sehr unterschiedlich** geregelt.
- Grundsätzlich kann jedoch festgestellt werden, dass die Möbel im Idealfall bereits **vor der Demontage fachmännisch begutachtet und gegebenenfalls der Wiederverwendung zugeführt** werden sollen. Dies schützt vor Qualitätsverlusten durch nicht sachgemäßen Abbau.
- Stehen die Möbel erst zur Abholung durch die Entsorgungsbetriebe auf der Straße, sind sie nur noch in **Ausnahmefällen zur Wiederverwendung** geeignet. (Nichtfachmännischer Abbau, Witterungseinflüsse)
- Die Idee des „frühen Zugriffs“ muss in den (regional angepassten) **Entsorgungsprozess eingepasst werden**.
- Für diese Idee wurde ein beispielhaftes **Konzept für den Entsorgungsprozess der Stadt Augsburg** ausgearbeitet.



3. Augsburger Modell

■ Makroebene

- Anpassung des Entsorgungsprozesses
- Früheres Eingreifen in den Entsorgungsprozess notwendig
- Einbindung der KGO in den Entsorgungsprozess
- Anpassung des Grundmodells auf die regionalen Gegebenheiten

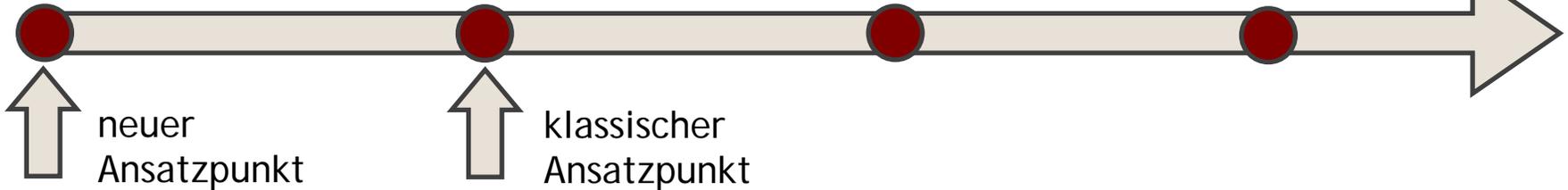


Entsorgungswunsch des Bürgers

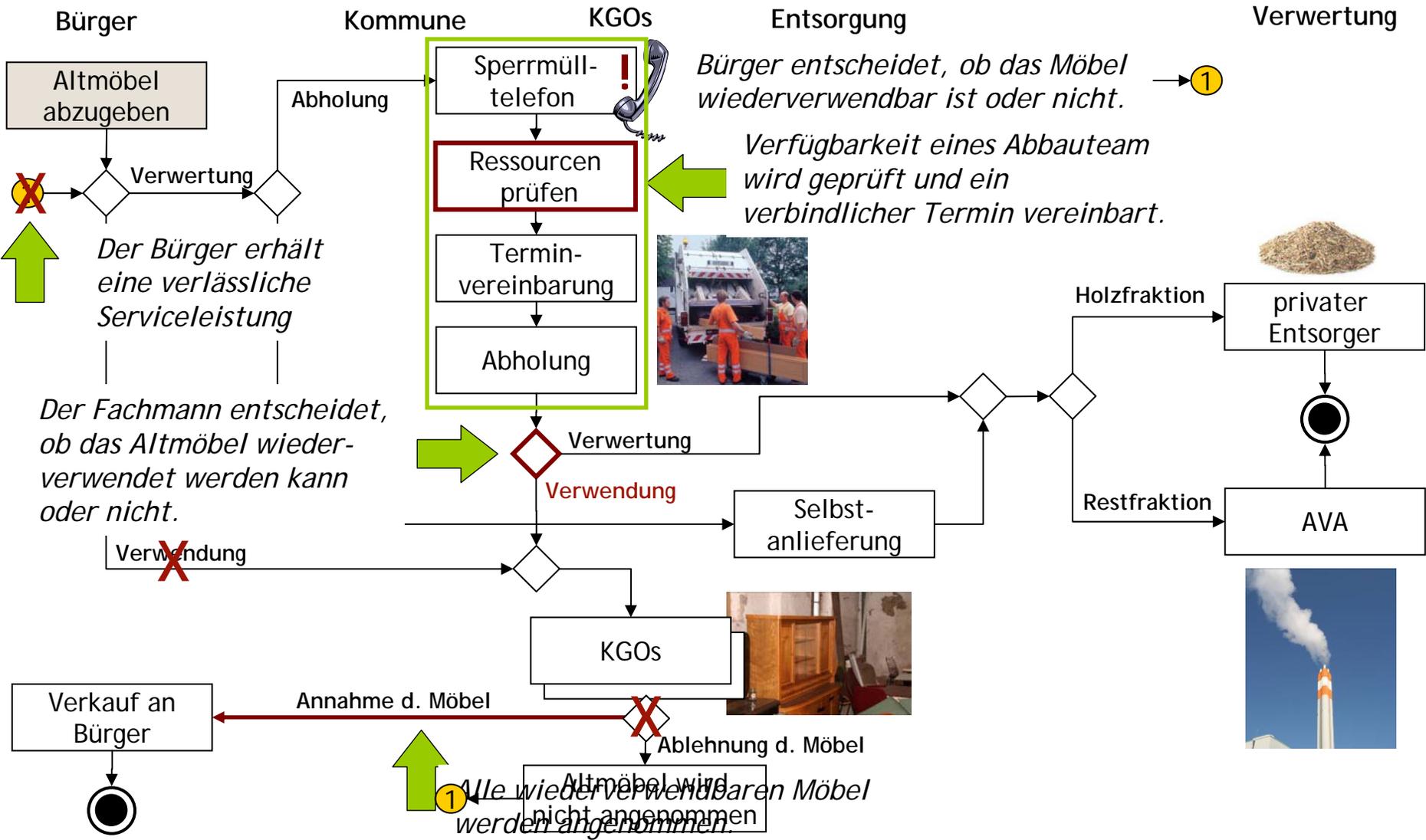
Abholung

Sortierung

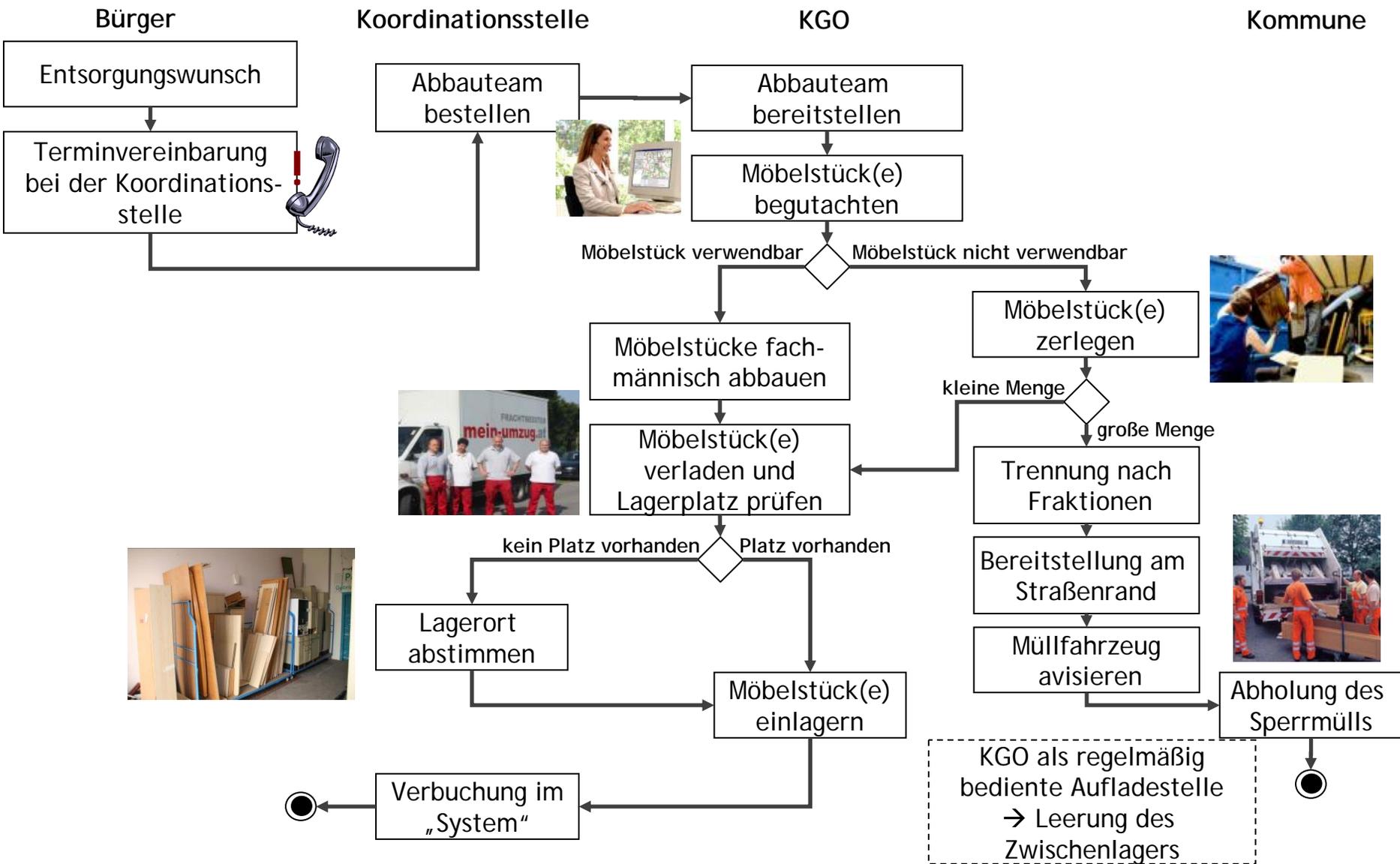
Verwertung



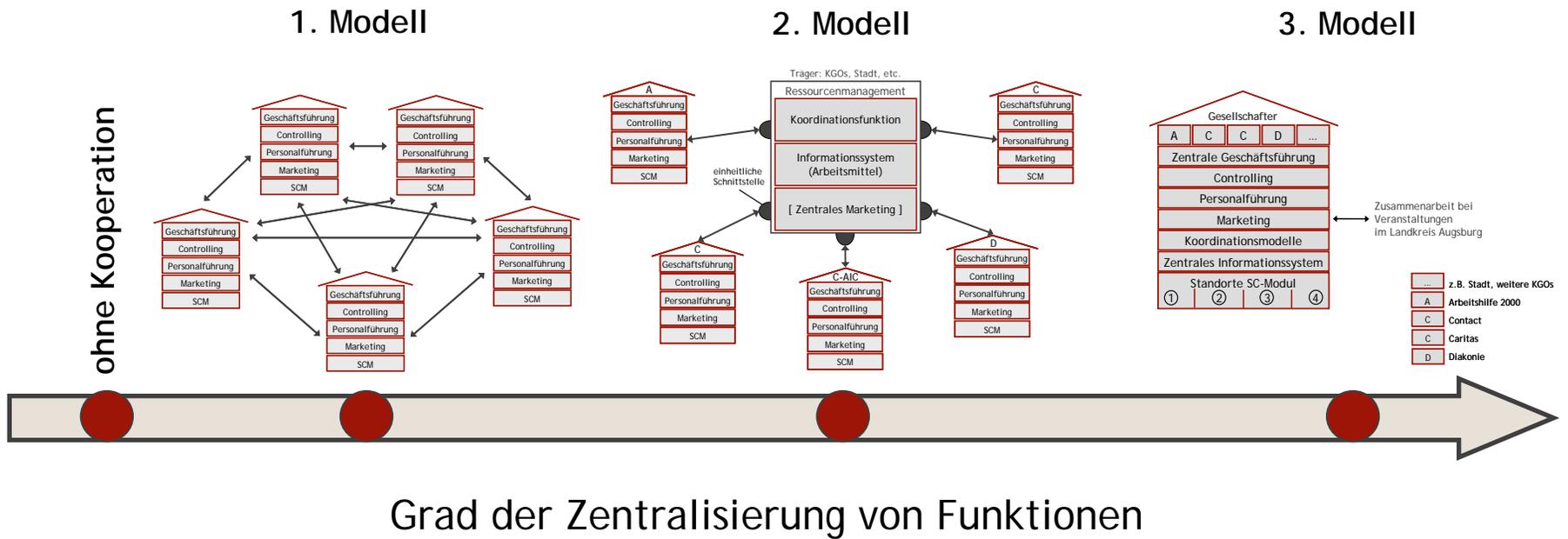
3. Augsburger Modell angewendet auf die Stadt Augsburg



3. Augsburger Modell - Detailprozess Stadt Augsburg

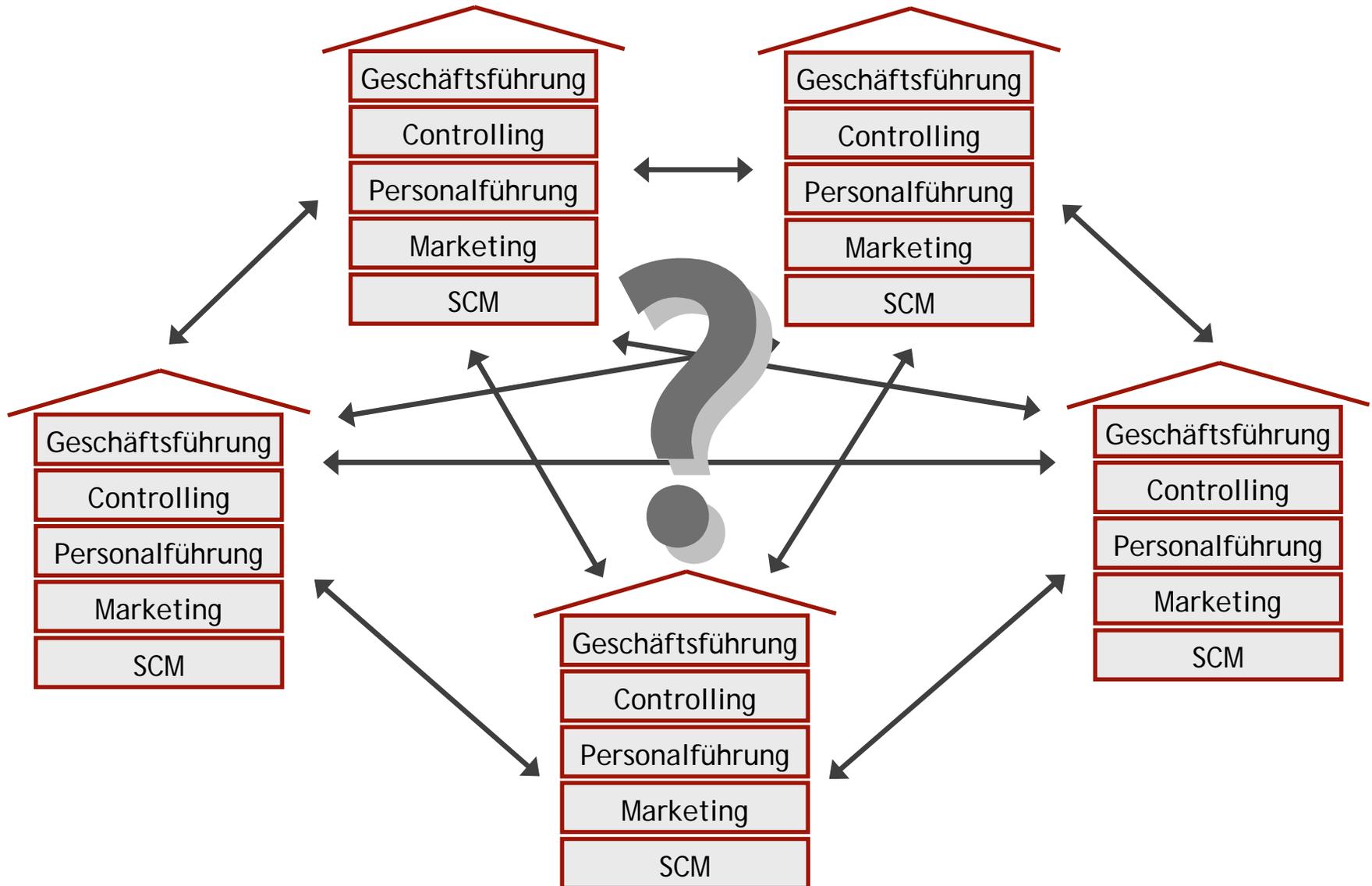


3. Mögliche Kooperationsmodelle

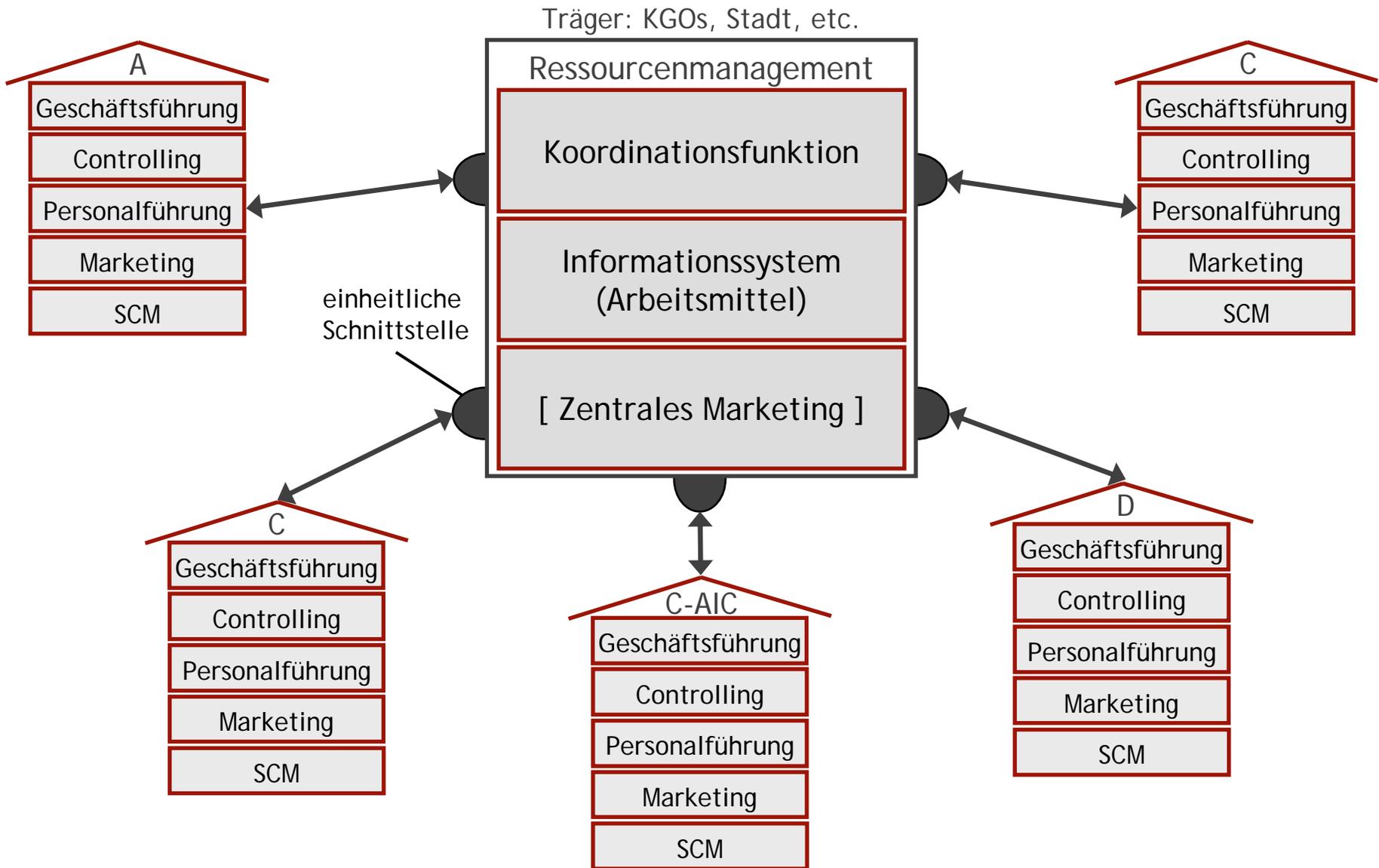


- Modell 1: Kooperation ohne Koordination
- Modell 2: Strategisches Netzwerk
- Modell 3: Gesellschaft

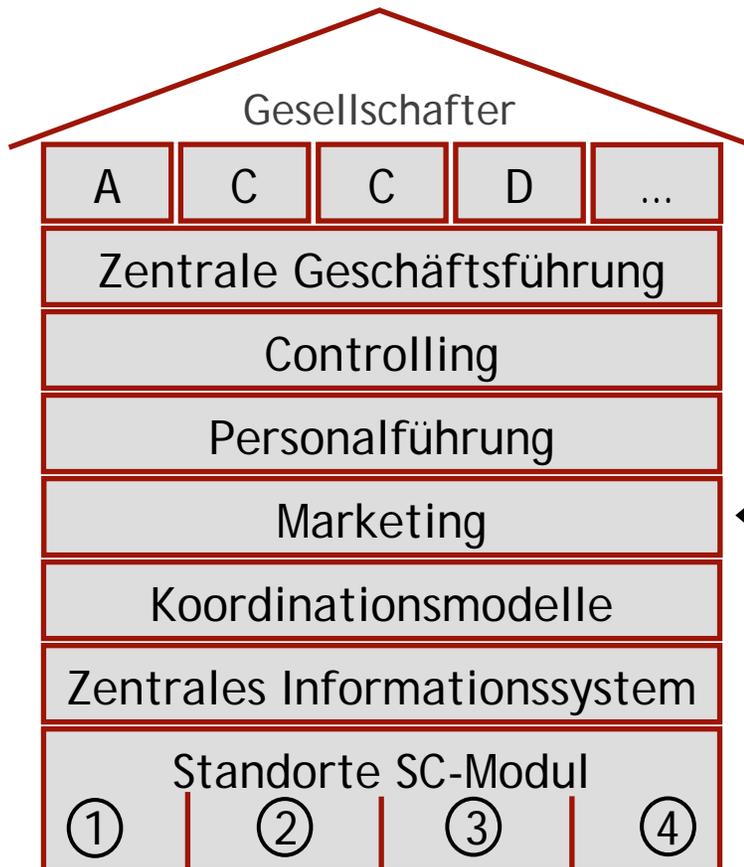
3. Modell 1: Kooperation ohne Koordination



3. Modell 2: Strategisches Netzwerk



3. Modell 3: Gesellschaft



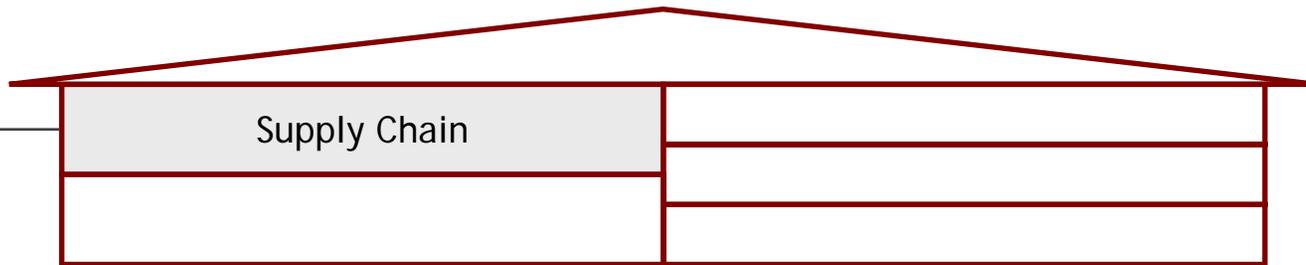
↔ Zusammenarbeit bei
Veranstaltungen
im Landkreis Augsburg

- ... z.B. Stadt, weitere KGOs
- A Arbeitshilfe 2000
- C Contact
- C Caritas
- D Diakonie

3. Kooperationsmöglichkeiten in den Modulen der Modullandkarte



3. Kooperationsvorschlag für die Augsburger KGOs



- Koordinierung des Fuhrpark
- Koordinierung der Lagerfläche
- Koordinierung der Verkaufsaktivitäten
- Austausch von Fachkräften
- Austausch von Informationen über den Warenbestand
- Erfahrungsaustausch
- ...



3. Handlungsempfehlungen Verwendung - Basismodule

I. Basismodule

1. Supply Chain

1.1 Einkauf

1.2 Wareneingang

1.3 Verkauf

1.4 Warenausgang

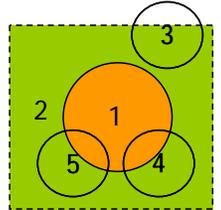
2. Organisationsstruktur

2.1 Geschäftsführung

2.2 Controlling

2.3 Personalführung

2.4 Marketing



■ Basismodule sind Pflicht

- Alle Basismodule sind zur Erreichung der Geschäftsziele zwingend notwendig.
- Erst bei einem gut funktionierenden Kerngeschäft vervollständigen die Add-ons die Tätigkeit optimal.
- Die Beherrschung des Basismoduls ermöglicht eine Potentialabschöpfung von etwa 85%.

3. Handlungsempfehlungen Verwendung - Add-ons

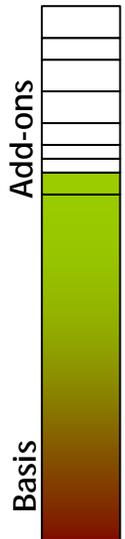
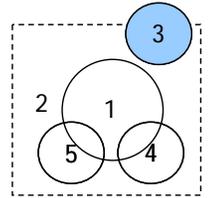
3.1 case management

■ Begünstigende Faktoren:

- ALQ ↑
- ALG II-Empfänger ↑
- Bevölkerungsdichte (kein Flächenlandkreis) ↑
- Betriebsgröße ↑
- Angebot an Hilfeeinrichtungen in der GKS ↑

■ Eignungsgrad:

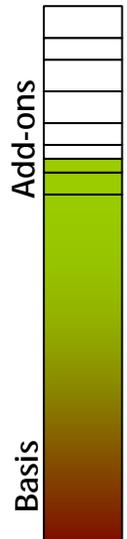
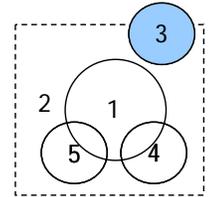
- städtisch: **hoch**
- stadtnah: **mittel**
- ländlich: **niedrig**



3. Handlungsempfehlungen Verwendung - Add-ons

3.2 Qualifikation

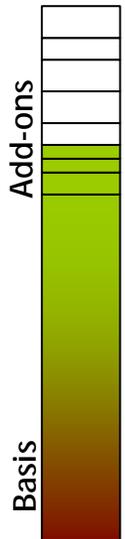
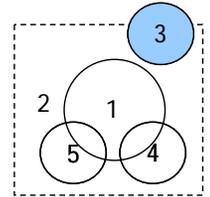
- **Begünstigende Faktoren:**
 - entsprechendes Anleitungspersonal vorhanden
 - Erfahrung in der Arbeit mit sozialen Problemgruppen (soft skills)
 - handwerkliche Fertigkeiten bei vorhandener Aufbereitung (Add-on!)
 - Betriebsgröße: mittel bis groß
→ funktionale Arbeitsteilung: Generalisten ↔ Spezialisten
- **Eignungsgrad:**
 - städtisch: **hoch**
 - stadtnah: **hoch**
 - ländlich: **mittel**



3. Handlungsempfehlungen Verwendung - Add-ons

3.3 allg. Weiterbildung

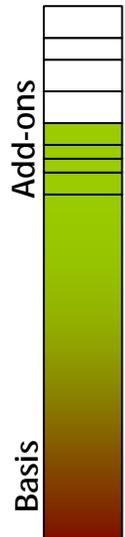
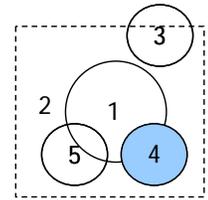
- **Begünstigende Faktoren:**
 - Bedarf der Fähigkeit in der GKS
 - Betriebsgröße: mittel bis groß
 - ALQ **↑**
 - Einkommensniveau in der GKS **↓**
 - Ausbildungspersonal beschaffbar
 - entsprechende Räumlichkeiten
- **Eignungsgrad:**
 - städtisch: **hoch**
 - stadtnah: **niedrig**
 - ländlich: **niedrig**



3. Handlungsempfehlungen Verwendung - Add-ons

4.1 Aufwertung

- Begünstigende Faktoren:
 - Markt für aufgewertete Möbel vorhanden
 - Durchschnittseinkommen: mittel bis hoch
 - studentische Szene
 - „kreative Köpfe“ beschaffbar (dauerhaft/Aktion)
 - entsprechende Räumlichkeiten
 - ausreichendes Kapital vorhanden
- Eignungsgrad:
 - städtisch: **hoch**
 - stadtnah: **niedrig**
 - ländlich: **mittel**



3. Handlungsempfehlungen Verwendung - Add-ons

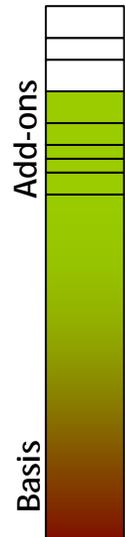
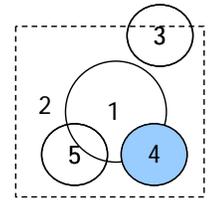
4.2 Export

■ Begünstigende Faktoren:

- topographische Nähe zur Absatzregion
- Lagerfläche zur Aufbewahrung
- Bereitschaft und Fähigkeit zum Aufbau einer internationalen Geschäftsbeziehung
- Kenntnisse des Zielmarktes

■ Eignungsgrad:

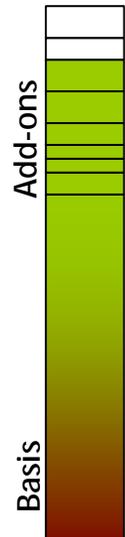
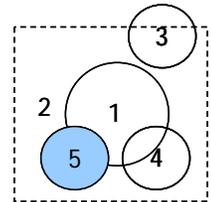
- städtisch: **hoch**
- stadtnah: **hoch**
- ländlich: **hoch**



3. Handlungsempfehlungen Verwendung - Add-ons

5.1 Wohnungsräumung

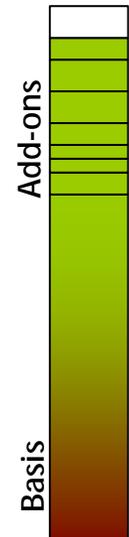
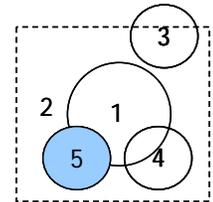
- **Begünstigende Faktoren:**
 - geeignete Fahrzeuge
 - geeignetes Personal
 - gute Beziehungen zu den Entsorgern
- **Eignungsgrad:**
 - städtisch: **hoch**
 - stadtnah: **hoch**
 - ländlich: **hoch**



3. Handlungsempfehlungen Verwendung - Add-ons

5.2 Umzugsservice

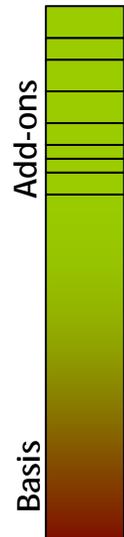
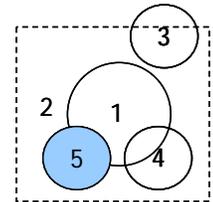
- **Begünstigende Faktoren:**
 - Durchschnittsalter in der Gebietskörperschaft ↑
 - ALQ ↑
 - ALG II-Empfänger ↑
 - geeignete Transportmittel
 - geeignete Personalanleitung
 - positives Image
- **Eignungsgrad:**
 - städtisch: **hoch**
 - stadtnah: **hoch**
 - ländlich: **hoch**



3. Handlungsempfehlungen Verwendung - Add-ons

5.3 Wareneinkauf

- **Begünstigende Faktoren:**
 - Bereitschaft und Fähigkeit zum Aufbau von Geschäftsbeziehungen zum Handel
 - Betriebsgröße: mittel bis groß (→ Kapitalbindung)
 - Lagerfläche
 - Absatzmarkt (z.B. Umsatz an Küchen)
 - entsprechende Kundengruppen
- **Eignungsgrad:**
 - städtisch: **hoch**
 - stadtnah: **mittel**
 - ländlich: **niedrig**



Gliederung

1. Projektbeschreibung
2. Ist-Analyse
3. Soll-Konzept und Potentialanalysen
4. Marketingkonzept
 - Kooperationsbereitschaft der Augsburger KGOs
 - Zuordnung der Vorschläge zur Modullandkarte
 - Potentielle Kooperationsfelder
 - Geeignete Kooperationsbasis: Dachverband
 - Idee: Qualitätsorientierter Dachverband
 - Kooperationskonzept der KGOs
 - Definition Dachverband
5. Implementierung des Marketingkonzeptes
6. Zusammenfassung und Ausblick

4. Kooperationsbereitschaft der Augsburger KGOs

Arbeitshilfe 2000 e.V.	Caritasverband für die Stadt Augsburg e.V.	Contact in Augsburg e.V.	WuDis gGmbH
Programm zur Qualifikation der 1€-Kräfte	Caritas-Homepage als zentraler Internetauftritt	Gründung eines Dachverbandes mit eigenem Logo, Qualitätsrichtlinien, und Öffentlichkeitsauftritt	Zentrale Darstellung Warenbestand
Gemeinsame Werbung/ Öffentlichkeitsarbeit	Caritas-Schulungen; Öffnung für andere Träger gegen Gebühr	Regelmäßige Zusammenkünfte zum Informationsaustausch	Zentrale Warenpräsentation
Absprache von Schwerpunkten im Verkauf und bei Dienstleistungen	Zusammenarbeit in der Partnerschaft mit ausländischen Gebraucht-möbelhändlern	Gemeinsamer Verkaufstag und Förderung der Partnerläden	Gemeinsamer Export
Austausch von Kapazitäten *	Austausch von Fachleuten gegen Entgelt (Elektriker)	Gemeinsame Anschaffung und Nutzung von Hilfsmitteln	Austausch von Transportkapazitäten *
		Austausch von Arbeitskräften	Regelmäßiger Erfahrungsaustausch
		1 x jährlich Workshop	
		Gemeinsame Schuldnerberatung	

* (Probleme bei Versicherungs-/Kosten- und Haftungsfragen)

4. Zuordnung der Vorschläge zur Modullandkarte

Vorschlag	Arbeits- hilfe	Caritas	Contact	Diakonie	Modul
Programm zur Qualifikation der 1€-Kräfte	x				3.2
Gemeinsame Werbung/ Öffentlichkeitsarbeit	x				2.4
Abprache von Schwerpunkten im Verkauf und bei Dienstleistungen	x				2.1
Austausch von Kapazitäten *	x				1.1-1.4
Caritas-Homepage als zentraler Internetauftritt		x			2.4
Caritas-Schulungen; Öffnung für andere Träger gegen Gebühr		x			3.2
Zusammenarbeit in der Partnerschaft mit ausländischen Gebrauchtmöbelhändlern		x			4.2
Austausch von Fachleuten gegen Entgelt (Elektriker)		x			4.1
Gründung eines Dachverbandes mit eigenem Logo, Qualitätsrichtlinien, und Öffentlichkeitsauftritt			x		1-2
Regelmäßige Zusammenkünfte zum Informationsaustausch			x		2.1
Gemeinsamer Verkaufstag und Förderung der Partnerläden			x		2.4
Gemeinsame Anschaffung und Nutzung von Hilfsmitteln			x		1.1-1.4
Austausch von Arbeitskräften			x		(1)
1 x jährlich Workshop			x		2.1
Gemeinsame Schuldnerberatung			x		3.1
Zentrale Darstellung Warenbestand				x	1.3
Zentrale Warenpräsentation				x	1.3
Gemeinsamer Export				x	4.2
Austausch von Transportkapazitäten *				x	1.1
Regelmäßiger Erfahrungsaustausch				x	2.1

4. Potentielle Kooperationsfelder

Modul der Modullandkarte	Arbeits- hilfe	Caritas	Contact	Diakonie
1. Supply Chain				
1.1 Einkauf	x		x	x
1.2 Wareneingang	x		x	
1.3 Verkauf	x		x	x
1.4 Warenausgang	x		x	
2. Organisationsstruktur				
2.1 Geschäftsführung	x		x	
2.2 Controlling			x	
2.3 Personalführung			x	
2.4 Marketing	x	x	x	x
3. Beschäftigungs-Add-on				
3.1 Case Management			x	
3.2 Qualifikation	x	x		
3.3 allg. Weiterbildung				
4. Geschäftsfeld-Add-on				
4.1 Aufwertung		x		
4.2 Export		x		x
5. Alternative Beschäftigungsfelder				
5.1 Wohnungsräumungen				
5.2 Umzugsservice				
5.3 Wareneinkauf				

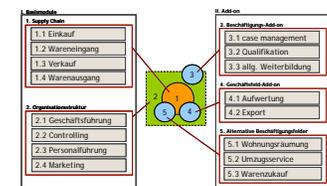
potentielles Kooperationsfeld

schwaches Kooperationsfeld

➔ Kooperationsbasis
Marketingkonzept



positive Auswirkungen
auf alle anderen Teile
der Modullandkarte



4. Geeignete Kooperationsbasis - Dachverband

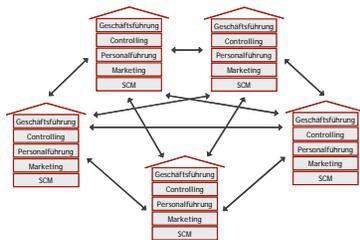
■ Kooperation

- Aufzeigen der möglichen Kooperationsformen
- Stärkung der KGOs gegenüber den anderen Akteuren der Makroebene
- Nutzung der Synergieeffekte durch Zusammenarbeit

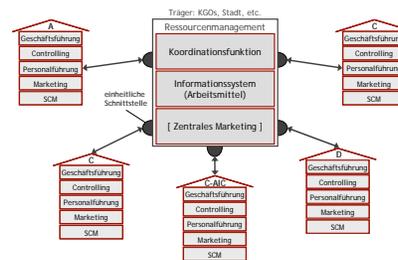


Kooperation ohne Koordination

z. B. KGOs in Augsburg

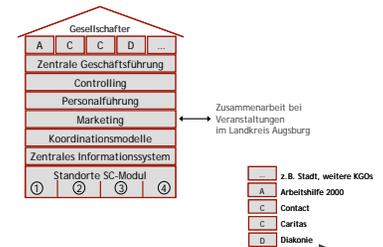


Strategisches Netzwerk



Gesellschaft

z. B. Pack mer's, Forchheim, Prozentmarkt Garmisch



ohne Kooperation

Grad der Zentralisierung von Funktionen

4. Idee: Qualitätsorientierter Dachverband

- Leitidee: Partnerschaft statt Konkurrenz
- Organisation thematisch und regional zusammengehöriger Unterorganisationen (KGOs)
 - Gemeinnützige Unternehmen, die sich u. a. mit Gebrauchsgütern beschäftigen.

■ Ziele:

- Außenwirkung: Etablierung eines Qualitätssignals
- Innenwirkung: Nutzung von Synergieeffekten



4. Kooperationskonzept der KGO



4. Definition Dachverband

- Ein **Dachverband** oder eine **Dachorganisation** ist eine Verwaltungsorganisation, die mehrere **thematisch oder regional zusammengehörige Unterorganisationen** (Vereine oder Verbände) bündelt.
- Dabei beschränkt sich die Dachorganisation in ihrer **Außenwirkung** (sofern sie überhaupt eine solche entfaltet) meist darauf, allgemeine Ziele der Unterorganisationen summarisch in der Öffentlichkeit zu vertreten. Sie dient der **besseren Verfolgung gemeinsamer Anliegen (→ Etablierung eines Qualitätssignals)**. Das können z. B. die internationale oder interdisziplinäre Kooperation mit anderen Organisationen sein, die bessere Ausbildung der Mitglieder, die Abhaltung von Kongressen usw.
- Nach **innen** besteht ihre Aufgabe normalerweise darin, die **spezifischen Interessen der Unterorganisationen möglichst gut zu harmonisieren (→ Nutzung von Synergieeffekten)**, um ein geschlossenes Bild und damit verstärkte Wirkung in der Öffentlichkeit zu erzielen.
- **Rechtsgrundlage: §§ 21 bis 79 BGB, Vereine**

Gliederung

1. Projektbeschreibung
2. Ist-Analyse
3. Soll-Konzept und Potentialanalysen
4. Marketingkonzept
5. Implementierung des Marketingkonzeptes
 - Qualitätsrichtlinien
 - Qualitätsrichtlinien und Qualitätssiegel
 - Dachverbandsstruktur
 - Kontrollstruktur Qualitätsrichtlinien
 - Mitgliedsbeiträge
 - Arbeitsmittel
6. Zusammenfassung und Ausblick

5. Dachverband - Qualitätsrichtlinien

I. Basismodule

1. Supply Chain

1.1 Einkauf

1.2 Wareneingang

1.3 Verkauf

1.4 Warenausgang

2. Organisationsstruktur

2.1 Geschäftsführung

2.2 Controlling

2.3 Personalführung

2.4 Marketing

- Qualitätsrichtlinien
→ Orientierung an den Basismodulen der Modullandkarte
- Supply Chain:
 - Gebäudemanagement
 - Verkaufsmanagement (intern)
 - Verkaufsaktivität (extern)
 - Zeitmanagement
- Organisationsstruktur:
 - Geschäftsführung
 - Controlling
 - Personalführung
 - Marketing
(Events und Bekanntmachungen)
- Unbedingt erforderlich für den Geschäftserfolg
→ Grundlage für Qualitätsrichtlinien

5. Qualitätsrichtlinien - Gebäudemanagement

■ Gebäudemanagement

0	1	2	3	4
Kein Gebäude- management vorhanden	Gebäude- management (Heizung, Beleuchtung, Aufräumen)	Gebäude- management (Heizung, Beleuchtung, Aufräumen) Wareneingangs- bereich	Gebäude- management (Heizung, Beleuchtung, Aufräumen) Wareneingangs- bereich Räumliche Trennung von Lager und Verkaufsraum	Gebäude- management (Heizung, Beleuchtung, Aufräumen) Wareneingangs- bereich Räumliche Trennung von Lager und Verkaufsraum Warenausgangs- bereich

5. Qualitätsrichtlinien - Verkaufsmanagement (intern)

■ Verkaufsmanagement (intern)

E: Eingang, V: Verkauf, A: Ausgang

0	1	2	3	4
Kein Verkaufsmanagement vorhanden	<p>E: Annahme & Prüfung</p> <p>V: Willkürliche Platzierung der Ware</p> <p>A: „Verkauft“-Schild & Bereitstellung</p>	<p>E: Annahme & Prüfung, Aufarbeitung</p> <p>V: Fachgerechter Aufbau, Preisauszeichnung</p> <p>A: Fachgerechter Abbau und Bereitstellung</p>	<p>E: Eingangsprüfung & Sortierung, Aufarbeitung und Einlagerung</p> <p>V: Fachgerechter Aufbau, Preisauszeichnung, Dekoration</p> <p>A: Fachgerechter (zeitnaher) Abbau, Bereitstellung, Auslieferdatenerfassung</p>	<p>E: Eingangsprüfung & Sortierung, Aufarbeitung und Einlagerung, Erfassung & Etikettierung</p> <p>V: Fachgerechter Aufbau, Preisauszeichnung, Dekoration, Wohnsituation nachstellen</p> <p>A: Fachgerechter (zeitnaher) Abbau, Bereitstellung, Auslieferdatenerfassung (Kassensystem), Ausgangsbereich</p>

5. Qualitätsrichtlinien - Verkaufsaktivität des Verkaufspersonals (extern)

■ Verkaufsaktivität des Verkaufspersonals (extern)

0	1	2	3	4
Keine Verkaufsaktivität vorhanden (Selbstbedienung)	Ansprechbarkeit & Erkennbarkeit (Uniform)	Ansprechbarkeit & Erkennbarkeit (Uniform) Fachwissen im Möbelbereich	Ansprechbarkeit & Erkennbarkeit (Uniform) Fachwissen im Möbelbereich Fachwissen im Verkauf	Ansprechbarkeit & Erkennbarkeit (Uniform) Fachwissen im Möbelbereich Fachwissen im Verkauf Definierte Handlungsspielräume und Zuständigkeiten

5. Qualitätsrichtlinien - Zeitmanagement

■ Zeitmanagement

0	1	2	3	4
Kein Zeitmanagement vorhanden	Erreichbarkeit zu den Geschäftszeiten	Erreichbarkeit zu den Geschäftszeiten Erfassung von Arbeitsbeginn und -ende	Erreichbarkeit zu den Geschäftszeiten Erfassung von Arbeitsbeginn und -ende Einhalten von Terminen	Erreichbarkeit zu den Geschäftszeiten Erfassung von Arbeitsbeginn und -ende Einhalten von Terminen Reaktionszeit < 1 Woche

5. Qualitätsrichtlinien - Geschäftsführung

■ Geschäftsführung

0	1	2	3	4
Keine feste Geschäftsführung vorhanden	„Einer für Alles“	Geschäftsführer und Vertreter machen alles	Geschäftsführer und Erfüllungsgehilfe	Geschäftsführer führt und delegiert Aufgaben

5. Dachverbandsgründung - Qualitätsrichtlinien

■ Controlling

0	1	2	3	4
Kein Controlling vorhanden	Kontrolle von Warenein- und -ausgang, Kassenbuch	Kontrolle von Warenein- und -ausgang, Kassenbuch Aufschlüsselung des Umsatzes nach Warengruppen	Kontrolle von Warenein- und -ausgang, Kassenbuch Aufschlüsselung des Umsatzes nach Warengruppen DB-Rechnung nach Warengruppen	Kontrolle von Warenein- und -ausgang, Kassenbuch Aufschlüsselung des Umsatzes nach Warengruppen DB-Rechnung nach Warengruppen Fördermittelplanung

5. Qualitätsrichtlinien - Personalführung

■ Personalführung

0	1	2	3	4
Keine Personalführung vorhanden	MA-Übersicht	MA-Übersicht Jahresübersicht (rechtzeitige Akquise und Einarbeitung)	MA-Übersicht Jahresübersicht (rechtzeitige Akquise und Einarbeitung) Dokumentation von Standardaktivitäten	MA-Übersicht Jahresübersicht (rechtzeitige Akquise und Einarbeitung) Dokumentation von Standardaktivitäten Konzept zur Maßnahmenakquisition (inkl. Übergangszeit, Einarbeitungsmanagement)

5. Qualitätsrichtlinien - Marketing - Events

■ Marketing - Events

0	1	2	3	4
Keine Durchführung von Marketingevents	Ein Fremdevent	Nur ein eigenes Event oder mehrere Fremdevents	Mindestens ein eigenes Event pro Jahr und mehrere Fremdevents	Eventplanung für das ganze Jahr (Eigen- und Fremdevents)

5. Qualitätsrichtlinien - Marketing - Bekanntmachungen

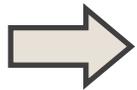
■ Marketing - Bekanntmachungen

0	1	2	3	4
Keine Bekanntmachungen jeglicher Art	Eigene Informationsmedien (z.B. Handzettel, selbst herausgegeben)	Eigene Informationsmedien und Bekanntmachungen (z.B. Pfarrbrief, selbst verfasst)	Eigene Informationsmedien und redaktionelle Bekanntmachungen (z.B. Zeitungsartikel, fremd verfasst und herausgegeben) oder Bekanntmachungen und redaktionelle Bekanntmachungen	Eigene Informationsmedien und Bekanntmachungen und redaktionelle Bekanntmachungen

5. Qualitätsrichtlinien und Qualitätssiegel

■ Qualitätsrichtlinien

- Qualitätskriterien sind der Garant für ein wirksames Qualitätssignal!
- Werden diese zu niedrig angesetzt verliert das Qualitätssignal stark an Wirkung!
- Wird das Qualitätssignal einmal beschädigt, so ist es unwiederbringlich verloren.



Die Qualitätsrichtlinien sind ein sehr wichtiger Pfeiler des Dachverbands!

■ Qualitätssiegel

- Extern sichtbares Qualitätsmerkmal: Mitglieds-“TÜV“-Plakette
- Einhaltung der Mindeststandards ist für jedermann erkennbar
- Anreizwirkung (Außen- und Innenwirkung) durch jährliche Vergabe
 - Mitarbeitermotivation
 - Kaufanreiz für Kunden



5. Dachverbandsstruktur

- Kontrolle der Qualitätskriterien
 - Bewertung der Qualität durch ein Punktesystem (Belohnung und Sanktion)
 - 1 x jährlich, unangekündigt
 - Durch Qualitätsbeauftragte, anhand Checkliste Qualitätskriterien

- Qualitätsbeauftragte (QA)
 - KGO-intern
 - Kontrolle der Qualitätsstandards innerhalb der KGO
 - Angesiedelt im Geschäftsbereich 2.2 Controlling
 - Entsprechende fachliche Eignung

 - Auf Dachverbandsebene
 - Zwei der Qualitätsbeauftragten der KGOs
 - Jährliche Neuwahl
 - Teammitglieder aus unterschiedlichen KGOs
 - Entsprechende fachliche Eignung

- Ziel: Fortentwicklung = ständige Verbesserung der Geschäftstätigkeit



5. Kontrollstruktur Qualitätsrichtlinien

■ Belohnung:

- Stimmrecht in der Dachverbandssitzung abhängig von der erreichten Punktzahl beim Qualitäts-Audit
- Qualitäts-Punktesystem: 25 Punkte = 25 Stimmen (Mindestanforderung) maximal 36 Punkte erreichbar

■ Sanktionen:

- 1. Unterschreitung der Mindeststandards → Verwarnung → 2. Überprüfung nach sechs Wochen
- 2. Unterschreitung in Folge → Verwarnung und Geldbuße + erneute Überprüfung nach sechs Wochen
- 3. Unterschreitung in Folge → Verbandsausschluss + Wiedereintrittssperre für ein Jahr
- 3. Unterschreitung insgesamt → Verwarnung und Geldbuße
- 6. Unterschreitung insgesamt → Verbandsausschluss + Wiedereintrittssperre für zwei Jahre

➔ Die Form der Verwarnungen, sowie die Höhe der Geldbußen bestimmt die Dachverbandssitzung

5. Mitgliedsbeiträge

Kosten (-)

Administrative Kosten

Kosten für gemeinsame Aktionen oder Anschaffungen

Kostenaufstellung & Prognose

Einnahmequellen (+)

Paritätische Mitgliedsbeiträge (Grundbeitrag)

Ggf. Sondereinzahlungen für Aktionen und Anschaffungen in gleicher Höhe von jedem Mitglied

Erlöse aus Sanktionen

Aufteilung der Restbeiträge am Jahresende

Gliederung

1. Projektbeschreibung
2. Ist-Analyse
3. Soll-Konzept und Potentialanalysen
4. Marketingkonzept
5. Implementierung des Marketingkonzeptes
 - Qualitätsrichtlinien
 - Qualitätsrichtlinien und Qualitätssiegel
 - Dachverbandsstruktur
 - Kontrollstruktur Qualitätsrichtlinien
 - Mitgliedsbeiträge
 - Arbeitsmittel
6. Zusammenfassung und Ausblick

- Geeignete Maßnahmen auf der Mikro- & Markoebene können die Wiederverwendung von Gebrauchtmöbeln erheblich steigern.

➡ Positive Entwicklung der Sperrmüllaufkommen pro Kopf

➡ Positive Effekte im sozialen Bereich

- Erschwingliche Möbel für einkommensschwache Bürger
- positive Beschäftigungseffekte

- Die Erreichung dieser Ziele erfordert einen wirtschaftliches Handeln aller beteiligten Akteure.
- Durch eine engere Kooperation zwischen Kommunen und KGOs entsteht eine WinWin-Situation.
- Zur Realisierung der ökologischen und ökonomischen Effekte auf Mikroebene empfiehlt sich die Gründung eines Dachverbands.

- Notwendiges Zusatzgeschäft
 - Künstlerische Aufwertung, Bildungsmaßnahmen, Produktmix

- Weitere Handlungsfelder
 - Add ons - Wohnungsräumung, Umzugsservice, Zukauf von Elektrogeräten und dem Export von Gebrauchsgütern
 - Ausweitung auf andere Bereiche wie bspw. Textilien oder Altgeräte (Weiße Ware)
 - internationale Verflechtungen der Altgüterströme
 - Auswirkungen gesetzlicher Neuregelungen (Hartz IV, TASI, etc.)