



ZUNFT[WERK]

**MITWIRKUNGSANGEBOT FÜR MANUFAKTUREN, WERTIGE PRODUZENTEN UND
GESCHMACKSHANDWERKER IM
MANUFAKTUREN-KAUFHAUS
IN DER ZUNFT[HALLE] ARMINIUSMARKTHALLE IN BERLIN-MOABIT**

INITIATOR

IN KOOPERATION MIT



Unser Angebot an Sie

Wir bieten in unserem Manufakturen-Kaufhaus, das wir mit unserem Kooperationsansatz Zunft[werk] betreiben, rund 150 ausgewählten Manufakturen, wertigen Produzenten, Weingütern und Genusshandwerkern, deren Waren wir auf Flächen zwischen 5 bis 40 qm in Zusammenarbeit mit anderen wertigen Produkten sowohl in der Zunft[halle] in Moabit als auch im Internet anbieten werden, ein Schaufenster in Berlin. Sie bezahlen für diese Leistung einen monatlichen Betrag, der sich an Ihrem Flächenbedarf orientiert, und erhalten im Gegenzug die Möglichkeit, Ihre Waren in einem Show-Room und einer permanenten Messe in Berlin zu präsentieren und zu vermarkten. Die Fakten in der Übersicht:

| | |
|------------------|--|
| Kosten pro 5 qm: | € 100.- netto/Monat |
| Flächen: | 5 bis 40 qm |
| Einkaufspreis: | individuelle Verhandlung |
| Bindungsfrist: | 2 Jahre – jeweils 1 jährige Verlängerung |
| Zahlung: | Jeweils 3 Monate im Voraus / Lastschrift |
| Fakturierung: | Erstausstattung durch die Partner, Nachbestellungen werden monatlich bezahlt |

Zusätzlich zu dem monatlichen Gebühren entstehen Ihnen keine weiteren Kosten



Ihre Vorteile / Unsere Leistungen im Überblick:

- Bereitstellung Personal
- Sämtliche Nebenkosten im Bereich der Hallennutzung
- Begrenzte Lagerhaltung
- Firmen- und Produktinfo auf der Basis-Präsentationsfläche (Info-Display, Auslage Flyer) inkl. der Herstellung handelsüblicher Standard-Präsentationsmittel
- Regelmäßige Nennung in den Publikationen des Manufakturen-Kaufhauses (Newsletter, Flyer, redaktionelle Berichte) insbesondere im Rahmen gemeinsamer Aktionen
- Weiterleitung Kundenrückmeldungen
- Warenpräsentation
- Präsentation/Handel der Produkte auf einer eCommerce-Plattform
- Präsentation auf den Plattformen der Die Zunft AG unter Mitwirkung der Handelspartner (ZunftTV.org, Zunftwissen.org, Zunftmagazin.org, ...).

Jeweils aktuelle Informationen zum Ort und zum Projekt finden sich hier:

http://zunftorte.zunftnetz.org/?page_id=7

Weitere Detailinformation zu dem Angebot

Voraussichtlich ab Oktober 2010 (Stand der Planungen Mai 2010) wird die „Die Zunft AG“ mit der Zunft[werk] GmbH in der Zunft[halle] Arminiusmarkthalle in Berlin-Moabit ihr erstes Manufakturen-Kaufhaus auf rund 1.000 qm Handelsfläche eröffnen. Weitere Standorte werden in den Ballungsgebieten flächendeckend folgen. Der Zunft[werk]-Ansatz bündelt hierbei die Produkte von wertigen Herstellern in einem werteorientierten und relevanten Umfeld. Dieser Ansatz macht es auch kleinen und nicht in Berlin verorteten Unternehmen möglich, ihre Waren permanent auf einer spannenden Handels- und Eventfläche anzubieten.

Flächenangebote

Die vorhandenen Flächen pro Zunft[werk]-Partner betragen 5-40 qm, stückelbar je 5 qm, die sich inkl. der genutzten Gänge und Bewegungsflächen – also brutto – verstehen. Je nach Warenangebot handelt es sich um eine zusammenhängende Fläche oder aber um eine Basis-Präsentationsfläche plus mehrere Warenauslagen in einem relevanten Umfeld. Am Beispiel Seife würde die Basis-Präsentationsfläche rund 1-2 qm betragen, ferner würden die Seifen auch im Kontext mit Badmöbeln, Keramik sowie beispielsweise im Bereich saisonaler Aktionen platziert werden. Die Einteilung der Flächen obliegt dem Zunft[werk]-Personal, die Basis-Präsentationsfläche kann in Kooperation mit dem Zunft[werk]-Personal durch den Handelspartner gestaltet und bestückt werden.



Bindung / Kündigung

Die Bindungsfrist beträgt mindestens 2 Jahre. Die Kündigungsfrist beträgt beiderseitig drei Monate zum Ende der Laufzeit. Bei einer vorzeitigen Kündigung aus betrieblichen Gründen werden 75% der ausstehenden Mietkosten bis zum Ende der Laufzeit sofort fällig. Die Kündigung aus wichtigem Grund (Nicht-Belieferung mit Ware, Verletzung des Wertekodex) seitens der Zunft[werk] GmbH ist ebenfalls möglich. Auch in einem solchen Fall werden 75% der ausstehenden Mietkosten bis zum Ende der Laufzeit sofort zur Zahlung fällig.

Belieferung / Verkaufserlöse

- Die Belieferung mit Ware erfolgt seitens des Handelspartners einmal im Monat bzw. nach Absprache. Der Lieferumfang wird gemeinsam abgestimmt.
- Die Abrechnung der Verkaufserlöse in der Zunft[halle] erfolgt jeweils zum Monatsende auf Rechnungsbasis, die Zahlung spätestens 14 Tage nach Rechnungsstellung. Dazu übermittelt die Zunft[werk] GmbH die Abverkaufszahlen der Partnerprodukte bis zum 3. Werktag des Folgemonats. Die abgesetzten Produkte werden entsprechend durch den Partner in Rechnung gestellt.

- Die Abrechnung der Verkäufe erfolgt auf Basis der jeweils im Kalenderjahr gültigen Händlereinkaufliste des Handelspartners. Dieser ist berechtigt diese Preise alle 12 Monate bzw. jeweils für ein Kalenderjahr anzupassen.
- Die Zunft[werk] GmbH zahlt über den reinen Händlereinkaufspreis hinaus einen Bonus von bis zu 10% des Händlereinkaufspreises auf die umgesetzten Waren eines Kalendermonats.
- Eine Verrechnung von Verkaufserlösen und Mietkosten erfolgt nicht.

Dokumentation / Produktinfos

Wir streben in der Zunft[halle] eine optimale Lieferanten- und Produktkenntnis der Mitarbeiter bzw. Verkaufsmitarbeiter an. Um das zu gewährleisten, sind einige wichtige Grundlagen notwendig:

- Dokumentation aller Produkte mit deren Herstellung und Inhaltsstoffen
- Beschreibung der Besonderheit der Produkte gegenüber anderen/herkömmlichen Produkten
- Regelmäßige Schulung der Mitarbeiter (Ziel: Einmal pro Jahr)
- Produktion kleiner Podcasts mit Aufnahmen u. a. des Herstellprozesses
- Bereitstellung von Produktproben, insbesondere



neuer Produkte, für die Mitarbeiter

Edutainment / Events

Das Konzept der Zunft[halle] Arminiusmarkthalle sieht auch vor, dass die Hersteller im Rahmen von bestimmten Aktionen – so fern möglich – auch 1-2 Events pro Jahr begleiten und u. U. die Herstellung ihrer Produkte vor Ort in der Halle zeigen bzw. anhand von Fotoausstellungen dokumentieren bzw. die Produkte selbst als Hersteller präsentieren.

Sonstiges

- Die Verkaufspreise der einzelnen Waren werden durch den Handelspartner vorgegeben und gelten jeweils für die Zunft[halle] und die eCommerce-Plattform. Insbesondere soll durch dieses Vorgehen eine Preisharmonisierung auf allen Angebotsplattformen sichergestellt werden.
- Aktionspreise beispielweise im Rahmen besonderer Aktionen oder eines MHD-Abverkaufes werden gemeinsam festgelegt.
- Die Zusammenstellung der Handelspartner in der Zunft[halle] obliegt dem Zunft[werk]-Management. Sämtliche Handelspartner werden jedoch den Bestandmietern jeweils rechtzeitig bekannt gegeben, so dass Bedenken bezüglich unvereinbarer Wettbewerbssituationen frühzeitig besprochen werden können. Die letzte Entscheidung für oder gegen einen Handelspartner obliegt dem Zunft[werk]-Management.

Wertekodex

Die Grundlage einer gegenseitigen Geschäftsbeziehung und damit auch des Kooperationsverhältnisses bildet ein Wertekodex, der für den Handelspartner der Zunft[werk] GmbH verbindlich ist. Verstöße oder Abweichungen von diesem Kodex sind dem Zunft[werk]-Management unverzüglich anzuzeigen und gemeinsam ein Vorgehen zur Behebung dieser Abweichung zu definieren. Bleiben Diskrepanzen zum Wertekodex über einen Zeitraum von 4 Monaten hinaus bestehen, hat die Zunft[werk] GmbH das Recht zur Kündigung aus wichtigem Grund.

Der Wertekodex wird jeweils angepasst, dem Handelspartner rechtzeitig zur Kenntnis gebracht und enthält zur Zeit folgende Punkte:

Nachhaltigkeit

- Keine Kinderarbeit
- Faire Löhne für die Angestellten
- Natur-/Umweltverträglich, am besten auf ökologischer Basis

Regionalität

- Regionale Rohstoffe bevorzugt
- Möglichst niedrige Emissionen bei Herstellung und Transport



Wertigkeit

- Kundenservice
- Keine „me too“ Produkte
- Qualitäts- und nicht Preisorientierung

Authentizität

- Keine beliebigen Handelsprodukte im Angebot
- Wissen um die Hintergründe von Rohstoffen oder Dienstleistungen

Traditionalität

- Erhalt von Verfahrenswissen
- Weitergabe der Herstellverfahren

Weiteres

- Langlebigkeit (sofern möglich)
- Ggf. reparierbar

- Ästhetik
- Ehrlichkeit

- Offene und ehrliche Kommunikation
- Offener Umgang mit kritischen Parametern
- Der Ansatz geht weiterhin davon aus, dass eine gemeinsame Ansprache aller Kunden – auch die des Partners - im Raum Berlin erfolgt

Mitwirken – so sichern Sie sich Ihren Platz ...

Soweit die Beschreibung der zugrundeliegenden Angebotsdetails. Am Ende des Dokumentes finden Sie ein **Auftragsformular**, mit dem Sie sich Ihren Platz sichern können. Auf den kommenden Seiten folgen weitere Beschreibungen zu diesem Projekt:

Zunft[werk] – Genusshalle, Design- und Manufakturen-Kaufhaus

Aufgabe des Zunft[werks] ist die Vermarktung der Erzeugnisse ausgesuchter Produzenten aus den Bereichen Manufakturen, Designprodukte und Genusshandwerk an virtuellen und realen Orten sowie über eine E-Commerce-orientierte Versandhandelsplattform. Als Manufakturenkaufhaus konzipiert, ist das Zunft[werk] eine internetgestützte Vermarktungshilfe für wertige, regionale und manufaktuelle Produkte mit ansprechendem Design. Diese wird von der Die Zunft AG ihren Produktionspartnern zur Verfügung gestellt.

Vertrauen schaffen ist hierbei der Anspruch der Zunft[werk]-Kooperation. Die Aktivitäten werden mit dispositiven Leistungen von der Die Zunft AG begleitet. Die Produktbereiche, die das Programm umfassen wird, stammen aus den Bereichen des täglichen Bedarfs.



Der Concept Store

Der Zunft[werk] Concept Store, ein Manufakturen-Kaufhaus, wird Inspirationen, neue Impulse und überraschendes ... für die Küche, ... für die Einrichtung (Home Interior, Möbel, Vasen, Schalen, Düfte, Seifen, ...), ... für Rezepte, ... durch Storytelling bieten. Die Kunden können im Concept Store gerne verweilen und verschiedene Blickbezüge auf die Warenpräsentation einnehmen (Sitzecken, Ruhezonen).



Es wird besonders darum gehen Kernkompetenzen präsentiert zu bekommen, die ganzheitlich und nachhaltig (Produkte, Personal, weitere Infos) besetzt sind.

Themenwechsel werden durch saisonale Sortimentsanpassungen sowie neue Waren erlebbar und machen jeden Besuch spannend, die Kunden können Neues entdecken, ohne dass die Beständigkeit des Sortiments leidet. Die Preisgestaltung wird - so weit wie dies möglichst ist - transparent und vor allem nachvollziehbar sein.

Serviceelemente

- Info-Terminals für weiteres Produktwissen > Zunft[wissen].org / Wikipedia.org mit Druckmöglichkeit
- Info-Terminals für die Vermittlung weiterer Hintergründe über Produkte und Produzenten im Zunft[TV].
- Abgestimmtes Warenspektrum mit Verfügbarkeitsübersicht der Produkte im Store
- Bestellmöglichkeit für ein erweitertes Produktspektrum auf im Store nicht vorhandene Produkte
- Dialog-Angebot
- Gezielte Frage nach gewünschten Produkten oder Diensten
- Gezielte Frage nach Verbesserungsmöglichkeiten
- Veranstaltungen / Konzeptinhalte
- Koch-Events: Bekannte Köche der Region oder des Landes in der Schauküche in Aktion
- Edutainment – insbesondere parallel zu Produktevents - mit einem Veranstaltungskalender für jeweils 6-8 Wochen
- Themenmärkte in den Freibereichen (Weinmarkt, Biermarkt, Kräutermarkt, Genussmarkt, Saatgut-Markt, Gartentag, Erntemarkt, Jahreszeiten-, Eventmärkte ...) -



auch in Kooperation mit anderen „best-practice“-, CSR-Aktivitäten und Institutionen

- Konstant nutzbare Flächen für regionale Handwerker (Maßschuhe, Maßanzüge, Modedesign, Keramik, Glas, Schmuck, Designer) und temporäre "Märkte des Wissens"
- Hervorhebung regionaler Handwerker und wertiger Designproduzenten und Manufakturen über besondere Shop-Betonung und regelmäßiges Edutainment ggf. auch in Verbindung mit Besichtigungsoptionen bzw. „Tag der offenen Tür“-Aktionen bei den Partnern in der Region
- Regelmäßige (auch „nach 20 Uhr“) Veranstaltungen aus den Bereichen Edutainment und Verkostung bzw. Weinseminare, Themen-Kochen, Design-Vorträge, nachhaltige Entwicklung etc.
- Im Sinne der Nachhaltigkeit auch Präsentation von wertigen "CSR-" und "Dritte-Welt-Produkten" (Voodoo Food) aus dem Bio- bzw. Fair-Trade-Bereich
- Sortiment auch mit „wertigen Kleinigkeiten“, die in einem Preisbereich bis € 10-30.- liegen und entsprechend auch prominent präsentiert werden („Endlich ein gutes Küchenmesser“, ein schönes Porzellan | „Gute Gewürze“ | „Tolles Landbrot“ | „Klasse-Glas / -Becher“). Hier auch explizite Berücksichtigung von wertigen, nachhaltigen Mitbringseeln bzw. Geschenken aus der Region / von den Manufakturen. Insbesondere auch Essbares wie Brot, Schinken, Öl oder Trinkbares wie natürlich Wein oder

besondere, feine Spirituosen aus manufakturereller Herstellung.

- Begleitliteratur zur (nachhaltigen) Vertiefung des persönlichen Wissens (Buch-Ecke).
- Durchgängige und konsequente kombinierte Produkt- und Anwendungspräsentation (Porzellankanne und Kaffee/Tee, Brot und Brotmesser, Schneebesen und Schüssel, Wein und Weinglas).
- Innovationen in den Bereichen "cradle to cradle", "mass customization", Prosumenten-Dialog etc.



- Schauküche, Küchenkompetenz
- Herrenbekleidung (Anzüge, Hemden, Krawatten, Strickwaren, rahmengenähte Schuhe)
- Maßschneider (temporär), Maßschuhe (temporär)
- Junges, wertiges Modedesign aus Berlin und anderen Designzentren, Hüte, Schuhdesign
- Manufakturerelle, klassische Düfte, Seifen, Rasurdüfte, Rasurgeräte, Körperpflege

Themen- / Kompetenzbereiche

- Mischung aus Manufaktur, Atelier, Showrooms, Verkauf, Edutainment, E-Commerce
- Gedeckter Tisch (Porzellan, Keramik, Kristallglas, Silber, Bestecke, Messer, Stoffe, Holz)
- Küchenartikel, „es gibt noch das, was Großmutter schon kannte“, Kochtöpfe, Bräter, Pfannen aus Eisen, handgeschmiedet, aus Aluminium, Küchenhilfen, Quirle, Rührer, Schaber, Kochbücher, Messer, Mühlen, Kaffeemaschinen, Backformen, Holzschüsseln, Holzgerätschaften
- Manufakturerelle Bäder, Baddesign, Bäderzubehör, Badtextilien, Badaccessoires
- Lederwaren, Taschen, manufakturerelle Kleinlederwaren
- Home Interior, Accessoires, Licht, Lampenmanufaktur
- Kleinmöbel, Möbeldesigner, Inneneinrichtung
- Schreibgeräte, Bürogerätemanufakturen
- Top Design-Produkte aus der Region
- Weinbar, Weinversand, Genusshandwerksmanufakturen, Delicum, Spirituosen, haltbare Feinkost aus Deutschland, Frankreich, Italien, Spanien, Österreich, Skandinavien und der Region
- Kräuter, Gewürze, Natursalz

- Kaffeerösterei, Tee, Schokolade, Pralinen
- E-Commerce-Plattform
- Contentsystem, Dialogplattform für die Kunden, Kundenbindungsplattform
- "Do it yourself Kaufhaus"
- IPTV-Formate, Home- und Event-TV
- Weinproben, Slow-Food-Veranstaltungen, Gemeinschaftskochen für Kunden
- Kunst, Kultur, Lesungen



Zunft[restaurant] – Speisehalle - Soziales Restaurant

Das sozial-nachhaltige Restaurant

Eine offene Gastronomie wird in das Gesamtkonzept eingebunden. Diese ist nicht nur der Transparenz der Zubereitungsprozesse für Kunden und Gäste förderlich. Sie öffnet zusätzlich auch den Weg für eine offensivere Zusammenarbeit der Anbieter von Lebensmitteln mit Firmen aus den Bereichen der designorientierten Kreativwirtschaft (Glas, Keramik, Metall, Holz, Porzellan, Textil etc.).

Das Angebot der Speisen nimmt besonderen Bezug auf die BIOProdukte Berlins und der umliegenden Regionen. Die Marktsituation lässt den Blick auf die Produkte zu, die häufig direkt von BIOHöfen der Region geliefert werden. Qualität und Herkunft der Produkte werden so in den Vordergrund gestellt. Das Konzept verschreibt sich einer ehrlichen und gesunden Küche mit fairen und realen Preisen. Weinladen, Genusshandwerksprodukte und Restaurant kooperieren oder werden zusammen geführt. Der Genussraum kann gleichzeitig Geschirr-/Porzellan- und/oder Blumenladen sein. Die Küche ist Mittelpunkt eines „Marktplatzes der guten Dinge“ aus der Region und eröffnet den Dialog auch zu anderen Regionen - ähnlich wie eine Küche in vielen Wohnungen und Familien der Mittelpunkt des Hauses ist. Gleichzeitig lernen die Besucher etwas über Produkte und beispielsweise „best practice-Aktivitäten“.

Wie bei der „Slowfood-Bewegung“ können sie sich dabei auch mit wertigen Design-produkten des Landes und gemeinwohl-orientierten CSR-Aktivitäten befassen. Unterschiedliche Funktionen mit ähnlichen qualitativen Grundlagen und Überzeugungen kommen „unter ein Dach“, sie können miteinander arbeiten und voneinander profitieren. Ohne Grenzen. Kellner in den Hemden und Hosen vom Textildesigner nebenan, Feinkost vom Teller in die Einkaufstasche. Die Blumendekoration kann man gleich kaufen und mitnehmen. Der Weinhändler ist der persönliche Sommelier. „Das Dressing hat sehr gut geschmeckt - kein Problem, hier ist der Laden!“ „Die Designerteller sind sehr schön - Sie sitzen zufällig im Geschäft!“ Region und Land erhalten so einen Leuchtturm der Kreativität

und des guten Geschmacks – einzigartig - weit über die Grenzen Deutschlands hinaus.

Partner dieses Bereiches ist die European Catering Company:

<http://www.moabitwest.de/Moabits-neue-Gastronomie-Adresse.3439.0.html>

Einer der wichtigsten Bestandteile des Restaurants werden die partnerschaftlichen Beziehungen zu den Lieferanten sein. Biobauern und Genussswinzer erhalten die Möglichkeit, ihre Erzeugnisse über das Restaurant zu präsentieren. Jedes Lebensmittel/Gericht und sein Erzeuger hat eine Ursprungregion und seine eigene Geschichte. Diese Geschichten werden durch das ausgebildete und geschulte Personal an die Gäste vermittelt (anhand der Speisekarte und dem persönlichen Verkaufsgespräch). Der Gast weiß woher und von wem die Ware stammt. Dies schafft wiederum ein Netzwerk persönlicher Beziehungen und des Vertrauens.

Produkte, Dienstleistung, Marktleistung

- hochwertige ökologische Ware mit Charakter, die durch das Fachpersonal veredelt wird
- der Gast kann den Weg der Ware zurückverfolgen
- der Gast erhält Wissen über den Erzeuger/Ware und tritt somit in eine vertraute, persönliche



Beziehung bzw. eine Verbindung zu ihm ein (so wird der Gast in Zukunft vermehrt zu den ihm bekannten Produkten - auch im Zunft[werk] - zurückgreifen)

- dadurch entsteht eine Vertrauensbasis von Kunden/Gästen und den Erzeugern
- Erschaffung eines urbanen Kommunikationsraumes, dadurch gemeinsames Handeln
- Aufwertung der Umgebung durch Kulturveranstaltungen, eine direkte Einflussnahme der Gäste auf das Warenangebot, Dienstleistungen, Veranstaltungen und Aktionen wird möglich
- Nachhaltige, moderne Wirtschaftsweise des Restaurants
- Vielfältiges Warenangebot, die Qualität garantiert den Genuss, Verwendung regionaler Rezepturen, dadurch Vermittlung der Geschichte der Speisen/Getränke und Erschaffung einer neuen nachhaltigen Esskultur
- Zusammenarbeit mit Anbietern der Halle und weiteren regionalen Anbietern, dadurch Küche der kurzen Wege
- Restaurant mit ~100 Sitzplätzen
- Teilung zwischen Restaurant und Bar/Lounge
- Separate Räume für diverse Veranstaltungen und Aktionen im Weinkeller
- Offene Küchenfront

- Vermeidung von Lagerhaltung, da Zugriff auf die Foodhall-Partner
- qualitativ hochwertiges Weinangebot; auch im offenen Ausschank zu fairen Preisen wie auch in den Weinregionen

Weitere Aktivitäten

- Familiensonntage
- Jazzfrühstück
- Themen- und Wochen der Regionen
- Vorstellung der Lieferanten durch Aktionen, Selbstdarstellung etc., etc.

Die Wein-Schatzkammer

Zudem stehen auf rund 600 qm Fläche in den Gewölben der fast 120 Jahre alten Markthalle über 50 verschieden große Weinkeller (von 3 qm bis 70 qm) zur Anmietung zur Verfügung. Diese Keller werden betreut vermietet, um dort neben Weingüterdepots auch private „Weinschätze“ aufzubewahren. In der an die „Wein-Schatzkammer“ angeschlossene Weinbar und Weinlounge in der Halle selber können die eigenen Weine mit Freunden und Bekannten verkostet werden. In der „Genusswirtschaft“ in der Arminiusmarkthalle werden auch



verschiedene regionale „Spezereien“ zum Essen angeboten. Eine professionelle Betreuung ist durch den hauseigenen Weinsommelier, der die Wein- und Genusshalle innerhalb der Zunft[halle] Arminiusmarkthalle verantwortet, gesichert. Dieser steht mit seinen Mitarbeitern auch bei der Auswahl geeigneter Sammlerstücke kompetent mit Rat und Tat zur Seite.

Events . Messe der Manufakturen

Events und Veranstaltungen, variable Flächen für Veranstaltungen (Design, Genusshandwerk, Nachhaltigkeit, Living, Kunst und Kultur, Slow-Food-Messen, Weinmessen, Messen der Regionen, Produktmessen, Innovationsmessen (bspw. mit Automobilunternehmen, Banken, Telekommunikationsanbietern, Werbeagenturen etc.)), Theater, kleine Konzerte etc. in enger Kooperation mit der „Die Zunft AG“. Entstehen soll ein Standort mit „Leuchtturmwirkung“ mit zahlreichen Veranstaltungen der „wertigen Lebensart“.

Format Messe der Manufakturen

Hier werden temporär Produkte und Dienste angeboten, die den häuslichen Konsum aufwerten. Die Halle kann so auch ein temporäres Ausstellungszentrum für manufaktuelle Produkte unterschiedlicher europäischer und außer-europäischer Regionen werden, wobei Manufakturen der Themen Holz, Textil, Design, Metall, Schmuck, Leder, Porzellan, Glas und für andere Bereiche der Atelierproduktion wertiger handwerklicher Erzeugnisse Impulse auch für

regionale Weiterentwicklungen geben können. Alle Anbieter erhalten Vertriebsunterstützung durch die Manufakturenkooperation Zunft[werk] und das Manufakturenkaufhaus, in dem in einem überregional vermarktenden Ansatz zukünftig Manufakturen und Anbieter werthaltiger Produkte zusammenarbeiten. Diese Bündelung mit renommierten und weltweit vertretenen Manufakturen eröffnet auch regionalen Designentwicklern einen direkten Zugang zu für sie relevanten Kooperationspartnern im Bereich der seriellen Fertigung. Die Fläche ist daher auch eine permanente Messe der Manufakturen mit Einflüssen auch auf die Designentwicklung und Designumsetzung und eine permanente Messe der Nachhaltigkeit.

Kunstraum . Art District

Kunst, Geschmackshandwerk und Wein. Zeitgenössische Kunst, Kreativität und Genuss. Junge Kreative und etablierte Künstler aus dem Kiez und der Welt, renommierte Galeristen und "junge Wilde" aus spannenden Weinanbaugebieten und aus dem Kreis regionaler und europäischer "Geschmackshandwerker".

Auf ca. 1.000 qm Kellerflächen entstehen drei miteinander korrespondierende Kunsträume: Ein (Berliner) Künstler- & Kunstraum mit ca. 200 qm, Galeriespaces auf etwa 700 qm und Videospaces mit einer Fläche von ca. 100 qm. Hier

werden gute Gespräche und kompetente Dienstleistungen möglich. Lassen Sie sich überraschen. Die künstlerischen Aktivitäten in der Halle sehen sich übrigens auch in der Tradition des Großonkels der Gründer der "Die Zunft AG", Albert Schulze Vellinghausen, ehemals Mitglied des



„documenta Rates“ der 4. documenta von 1968 in Kassel und bedeutender Kunstsammler und -kritiker.

Begleitende Internetplattformen

Die Die Zunft AG verfügt schon heute über mehrere exzellent positionierte elektronische Plattformen mit unterschiedlichen Schwerpunkten. Besonders hervor zu heben ist die Online-Enzyklopädie

„Zunft[wissen] – die Enzyklopädie der guten Dinge“

auf Basis einer Mediawiki. Diese ist seit nunmehr gut 3 Jahren das „Zugpferd“ weiterer Plattformen wie

„Zunft[magazin] – Geschichten über Menschen und gute Dinge

und für die Visualisierung von wertigen Produkten, künstlerisch-kreativen Erzeugnissen und Orten

„Zunft[TV] - Der Kanal der guten Dingen“,

diese ausgeführt als IPTV-Plattform.

Die Zunft-Medien gewährleisten schon heute

- über 10 Millionen Seitenaufrufe mit über 60 Millionen Visits,
- tausende Begriffe wertiger Konsumgüter die über Zunft[wissen] auf den vordersten Plätzen bei Google & Co auffindbar sind.

Die Die Zunft AG entwickelt darauf aufbauend einen flächendeckenden Ansatz für die Vermarktung regionaler und manufakturrell hergestellter Produkte sowie künstlerisch-kreativer Erzeugnisse, der auch von den regionalen Partnern genutzt werden kann. Zudem werden den teilnehmenden Unternehmen strategische Beratung und die Nutzung fertiger Internet-basierter Lösungen im Bereich Vertrieb, Vermarktung, Community, CRM, Warenwirtschaft und Kommunikation zu fairen und planbaren Kosten angeboten. Ziel ist dabei die Entwicklung eines mit starken Alleinstellungsmerkmalen tätigen Unternehmens, das in seinen strategischen Ansätzen von den folgenden Geschäftsbereichen getragen wird:

- Schaffung einer Internet-basierten Vermarktungs-, Handels- und Kommunikationsplattform für die Creative Industries, Manufakturen und wertigen Dienstleistern sowie die Unterstützung von deren Marketing-, IT-, PR- und Vertriebsaktivitäten
- Koppelung von virtuellem Markt und realem Markt, der in den Zunft[orten] stattfindet. Dies eröffnet kleinen manufakturrellen Produktionsunternehmen sowie den „Creative Industries“ Vermarktungschancen, die diese nicht alleine realisieren können und generiert Ertragspotentiale durch die Bereitstellung von Vermarktungsleistungen auf einer partnerschaftlichen Basis, die kleinteilig operierende oder regionale Marktteilnehmer nicht erreichen können ohne hierbei erheblich Kapital zu binden.



Marketing

Das Marketingkonzept für den Bereich Internet setzt dabei in erster Linie auf einen Kommunikationsmix aus Mund-zu-Mund-Propaganda, intensiver Arbeit auf den genannten Online-Plattformen (teils indirektes SEM (SearchEngineMarketing)) und gezielter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie auf die Bündelung der Adressen von Kooperationspartnern. Auch hier werden die presserelevanten Themen aus der Marktplatzentwicklung und der Entwicklung der Zunft[orte] für eine stringente Story genutzt. Auf Grund der vorhandenen Kontakte und der interessanten, innovativen Botschaft kann hier mit einer guten Resonanz gerechnet werden – das zeigen die Erfahrungen der letzten Jahre. Zudem werden gezielt Marketingaufwendungen für Impulsanzeigen in relevanten Medien (FAZ, Die Zeit, Brand eins, Welt, Slow Food, Lebensartmagazinen, etc.) über einen längeren Zeitpunkt hinaus eingesetzt werden.

Grundorientierung sind ein manufakturreller Produktions- oder Dienstleistungsansatz sowie die Erzeugnisse der „Creative Industries“. Hieraus ergibt sich eine zwar in der Fachorientierung uneinheitliche, bei der Unternehmensphilosophie und den Unternehmenswerten jedoch homogene Kundenstruktur. Durch diese gemeinsame Orientierung auf politisch korrekte Erzeugnisse und Dienstleistungen, die zudem ökologisch und in ihrer Wirkung auf die Arbeitsplatzstrukturen verantwortlich hergestellt sein müssen, ergeben sich zahlreiche Synergieeffekte, nicht zuletzt auch bei der Vermarktung der eigenen Angebote und Dienstleistungen.

Die Marketingstrategie basiert vorrangig auf einer gezielten Informationspolitik, die durch Kleinanzeigen in

relevanten Medien der Endverbraucherzielgruppe und der möglichen gewerblichen Partner unterstützt und über einen längeren Zeitpunkt hinaus gezielt eingesetzt wird. Auf kostenintensive großflächige Print- oder visuelle Werbung wird verzichtet. Der aufgeklärte Kunde weiß, dass der Vorteil der Angebote der Die Zunft AG in der Atmosphäre der Zunft[orte] und in den dort und im virtuellen Markt angebotenen Produkten und nicht in den in der Werbung versprochenen Attributen.

Folgende Unternehmen haben Ihr Interesse schon geäußert, respektive schon Flächen angemietet – tagesaktueller Stand:

<http://www.zunftwissen.org/de/index.php/Arminiusmarkthalle>

Pressefeedback:

http://zunftorte.zunftnetz.org/?page_id=107

Plan bis Sommer 2010

150 Partner aus dem Bereich Manufakturen & Genusshandwerk

Ihre Ansprechpartner

Die Zunft AG

Dipl.-Kfm. Christoph Hinderfeld / c.hinderfeld@zunftnetz.org

Oliver Selaff / o.selaff@zunftnetz.org

Michael Schäfer / m.schaefer@zunftnetz.org

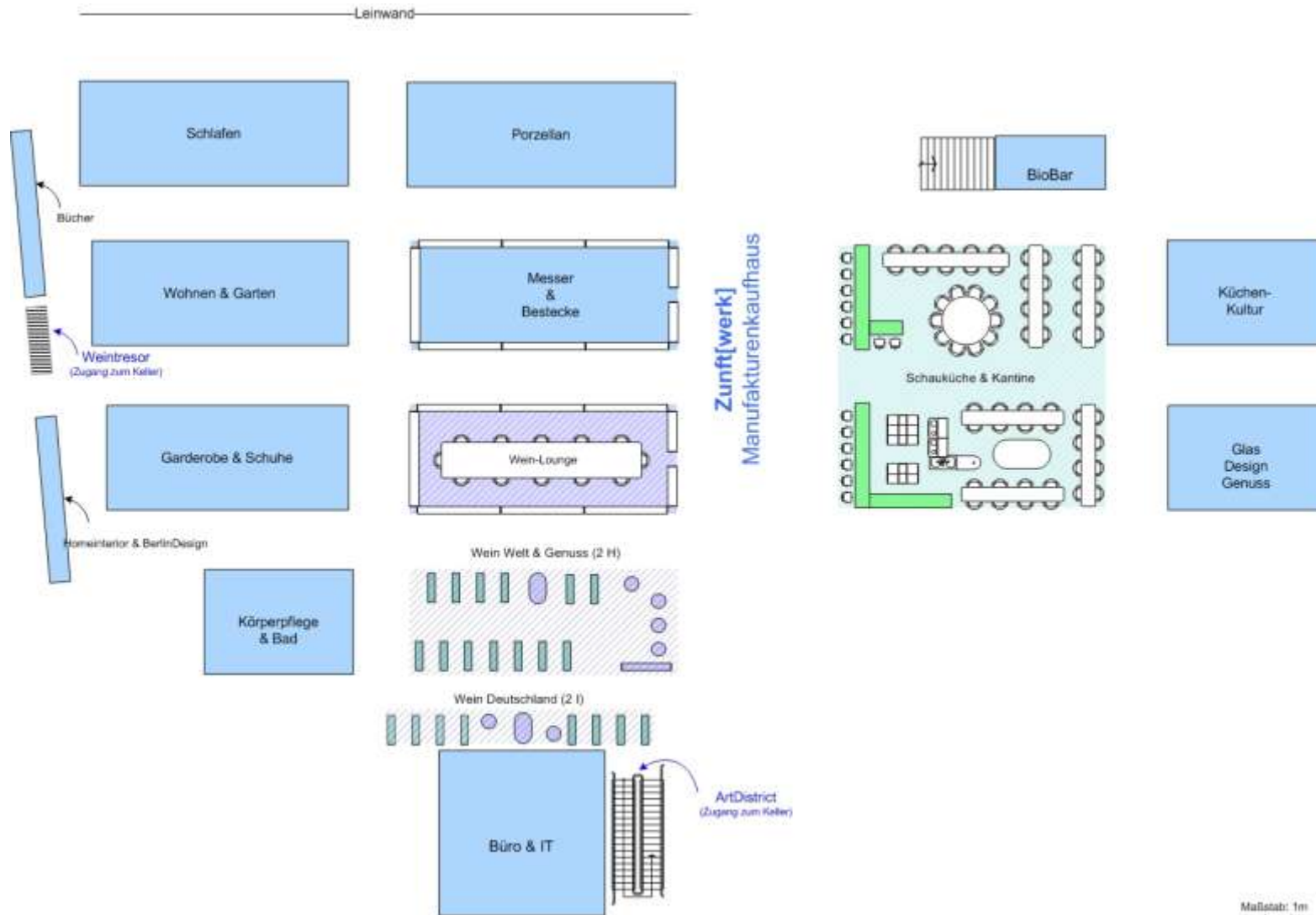
Villa Wolf . Weinstraße 1 . D – 67157 Wachenheim

Tel.: 06322/989794 . Tfx.: 06322/989796 . Mobil: 0151/15307908

www.die-zunft.de . www.zunftviertel.de



NUTZUNGSKONZEPT FUNKTIONALE ZUORDNUNG



Maßstab: 1m
Stand: Mai 2010
© Die Zunft AG

AUFTRAGSFORMULAR

Firma (alternativ Stempel):

Wir möchten eine Fläche in der Zunft[halle] Arminiusstraße in Berlin-Moabit für € 100.- netto je 5 qm anmieten:

5 qm 10 qm 15 qm 20 qm 25 qm 30 qm 35 qm 40qm

Produktbereich:

Straße / Nr:

Einzugsermächtigung für jeweils 3 Monate im Voraus:

PLZ / Ort:

Kontoinhaber:

Land:

BLZ:

Kto:

ASP (Ansprechpartner):

IBAN (außerhalb D):

Die Bedingungen sind auf den Seiten 2-6 dieses Dokumentes detailliert beschrieben. Zusammen mit der Auftragsbestätigung erhalten Sie diese nochmals schriftlich und können nach Erhalt der Auftragsbestätigung innerhalb von 14 Tagen von diesem Vertrag zurück treten. Ohne Lastschriftermächtigung berechnen wir eine Bearbeitungsgebühr von 8% pro Monat.

Telefon ASP:

Datum:

E-Mail ASP:

Name in Druckbuchstaben:

Unterschrift:

Bitte per Fax an: +49 (0) 6322.989796