

**RETHINK!  
REFRAME!  
REACT!**

Übergeordnetes System:

Konrad  
Knoblauch  
GmbH

Bedarf in der Gesellschaft:

- Notwendigkeit erkennen
- Aufklärung Zusammenhänge
- Zugänglichkeit
- Umsetzung
- Verankerung in Branding und Prozesse

Mission: extern:

- Verstehen wollen und verstanden werden
- Mit Leidenschaft gemeinsamen nachhaltigen Lösungen schaffen
- Informieren
- Schnittstellen herzustellen/ pflegen
- Austausch

intern:

- Achtung! Bewusster Umgang mit Ressourcen
- Informieren
- Austausch

Sinn & Zweck:

- Neuheit und geschlossenes System - verbunden mit einem klaren Zweck und einer klaren Verantwortung
- Begeisterung, Lust und Freude an Nachhaltigkeit
- Lebenswerte Zukunft
- Mit der Natur im Einklang leben

Vision:

- Ein inspirierendes, zukunftsfähiges und nachhaltiges Unternehmen, das die Welt zum Besseren verändert
- Fortschritt
- Probleme und Ideen, die die Zukunft positiv inspirieren, werden gelöst

Corporate Identity:

- Egozentrierte Zone
- Lösungsorientiert
- Wir sind progressiv
- Wir sind Lernende
- Wir sind spielerisch und trotzdem fokussiert
- Wir sind angebunden
- Wir teilen unser Wissen und Unwissen
- Wir haben einen hohen Anspruch an das, was wir tun

Werte:

- Offenheit
- Respekt
- Progressivität
- Optimismus
- Mitgefühl

Identity Days

Team Mitglied 01/05

Paul

Struktur & Kultur:

- Wöchentliche Jour fixe 2023 digital Zoom
- 2-wöchiger Jour fixe ab 2024 digital Zoom
- Agenda
- Bei Dringlichkeit: Anruf
- E-Mail
- miro
- Punktlichkeit
- Verlässlichkeit
- Neugierde
- Spaß
- Feedbackkultur
- Resilienz
- Klarheit

Kompetenzen:

- Teamkompetenz

Auftritt:

- Logo
- Anlehnung an Knoblauch Branding
- Extra Farbe, hellgrün
- Raumgestaltung
- Schwarze Kleidung, Latgerds
- Namensschilder
- Signaletik

Output:

- Event im April
- Workshopformat
- Keynotes
- Podiums-diskussion
- PoE, Ausstellung
- Raum für Dialoge
- Hand-Out
- Newsletter im Nachgang
- Foto- & Video Doku
- No-Waste-Give-Away

Kunden:

- KK KundInnen
- KK PartnerInnen
- KK LieferantInnen
- KundenbetreuerInnen
- Vertrieb
- Ausgewählte KK MA + GF

Erfolgsfaktoren:

- Impulse kommen an
- Workshop Bedarf
- Tiefer einsteigen wollen
- Für und mit Kunden im nachhaltigen Thema verknüpft sein
- Öffentliche Aufmerksamkeit
- Reposts, Zeitungen, etc.
- Neukunden, die das Thema Nachhaltigkeit mit uns einsteigen
- 5 Dinge ins Tun kommen, gemeinsam

Vertrieb

LieferantInnen

SpeakerInnen

GF

PR & Text

Vera

Kunden

Erika  
Team Mitglied 05/05

Phine  
Team Mitglied 03/05

Nina  
Team Mitglied 04/05

Moritz  
Team Mitglied 02/05