

**Bewerbung zum
Hamburg Innovation Award 2018
Ideenskizze für die Kategorie IDEE**

Greening Deserts Info-Container für Hamburg

Urheber: Oliver Gediminas Caplikas

Greening Deserts Businessplan (Auszug)

Inhaltsverzeichnis

- 1 Einleitung und Zusammenfassung**
- 2 Unternehmung**
 - 2.1 Unternehmensstrategie**
 - 2.2 Markt- und Unternehmensanalyse**
 - 2.2.1 Unternehmensführung**
 - 2.2.2 Marktanalyse und Marktumfeldanalyse**
 - 2.2.3 Marktforschung und fortgeschrittene Marktanalysen**
 - 2.2.4 Umfeldanalyse und Umweltanalyse**
- 3 Produkte und Dienstleistungen**
- 4 Produktion / Lieferung / Beschaffung**
- 5 Kunden und Markt**
- 6 Konkurrenz und Wettbewerb**
- 7 Marketing und Werbung**
- 8 Forschung und Entwicklung**
- 9 Administration und Standort**
 - 9.1 Ausbau- und Entwicklungsmöglichkeiten**
 - 9.2 Steuern und Steuerwesen**
- 10 Informations- und Kommunikations-Technologie (IKT)**
 - 10.1 IKT- Strategie**
 - 10.2 IKT-Investitionen**
 - 10.3 IT-Sicherheit**
- 12 Management / Führungsinstrumente / Organisation**
 - 12.1 Führungsgrundsätze**
 - 12.2 Führungsinstrumente**
 - 12.3 Führungs-Crew und Führungsebene**
 - 12.4 Lohnpolitik und Personalmarketing**
 - 12.5 Ausbildung und Weiterbildung**
- 13 Risikomanagement**
- 14 Finanzen**

1 Einleitung und Zusammenfassung

Als erfahrener Gesellschafter und selbständiger Unternehmer in vielen Wirtschafts- und Wissenschaftsbereichen konnte Oliver Caplikas viele erfolgreiche Projekte etablieren. Auch wenn kein großer finanzieller Reichtum angehäuft wurde, konnten wahre Werte (Erfahrungen) und Wissensschätze erworben werden. Dies repräsentiert auch den wahren Reichtum des Unternehmers und der aktuellen Projekte sowie zukünftigen Unternehmungen.

Leider haben viele der bildenden, kulturellen und sozialen Projekte nie eine angemessene Unterstützung erfahren, weder von der Gesellschaft noch von der Regierung oder seitens des Staates. Der Einsatz war jedoch nicht umsonst, da die Projekte nicht nur für Deutschland vom Nutzen sind, sondern für die Zukunft und gesamte Weltgemeinschaft. Die Erhaltung und Schaffung einer gesunden Natur und Umwelt für die nächsten Generationen ist einer der wichtigsten Grundsätze von Greening Deserts. Die Bekämpfung von Ignoranz, Korruption, Kriminalität und Ungerechtigkeiten sind weitere Themen.

Um eine bessere Übersicht zu den Greening Deserts Projekten zu schaffen, wird in dem Businessplan auf alles kurz und knapp eingegangen. Auf das nächstliegende und spezialisierte Projekt, dem Begrünungs- und Forschungscamp für Tagebaulandschaften wird genauer eingegangen. In der Gliederung, Zusammenfassung und dem Inhaltsverzeichnis (inklusive Anlagen) sind die wichtigsten Themen aufgeführt. Wenn unbeantwortete Fragen bzw. Themen auftauchen sollten, können diese gerne zusammengefasst übermittelt werden. Damit kann auch ein besserer Antworten- und Fragenkatalog (FAQ) erstellt bzw. erweitert werden. In dieser Hinsicht ist natürlich jedes konstruktive Feedback erwünscht. Im Folgenden wird kurz auf die wichtigsten Punkte, wie den Markt und Standort sowie die Entwicklung, Forschung, Unternehmensstrategie, Dienstleistungen und Produkte eingegangen.

Das erste Begrünungscamp (Pilotprojekt) ist für das Tagebaugebiet in der Region Leipzig (Seenlandschaft) in Sachsen geplant. Das Projekt kann jedoch auch in anderen Tagebau-Regionen realisiert werden. Alternative Standorte sind auch außerhalb von Tagebaulandschaften zu finden. Bevorzugt werden dabei immer Gelände an Gewässern, wie Flüssen, Seen und Meeren. Dünen-, Küsten-, Feld- und Wüstenforschung sind primäre Felder. Ebenso wichtig ist die Erforschung und Entwicklung von nachhaltigen Begrünungsmethoden, das Gewächshausmanagement, die Forstwirtschaft, Landwirtschaft und Kulturwirtschaft in Verbindung mit den Wissenschaften. Das erste Begrünungs- und Forschungscamp mit Gewächshaus, Büro- und Labor-Container(n) oder Zelten soll eine zentrale Begegnungsstätte und Forschungsstation für alle genannten Themen bzw. Bereiche sein. Interessante Erkenntnisse und Entwicklungen werden mit Institutionen bzw. Partnern geteilt und bei Bedarf veröffentlicht. Mit interessierten und zuständigen Stellen oder Personen wird im Laufe des Projektes kommuniziert.

Kommunikation, Erfahrungs- und Wissensaustausch sowie ein gutes Innovations- und Wissensmanagement sind wichtige Bereiche für die Zukunft. Das Change-, Compliance, Entscheidungs-, Risiko- und Projektmanagement spielt ebenso eine wichtige Rolle (teilweise auch in der Anfangsphase). Die Führungsinstrumente sowie die Organisationsstruktur werden dementsprechend angepasst.

Für das Unternehmen ist es wichtig eine ausgeglichene Arbeitsumgebung und Arbeitsweise zu gestalten bzw. zu schaffen. Ein positives Arbeitsumfeld, eine angenehme Atmosphäre und lockerer Umgang miteinander sind dabei Grundprinzipien. Es wird nachhaltig bzw. vorausschauend geplant und gearbeitet. Diese Unternehmenskultur soll auch nach außen getragen werden. Die Unternehmung und Unternehmenspräsentation soll nicht nur ein starkes Sicherheitsgefühl und Vertrauen erwecken, sondern auch alle wichtigen Sicherheitsaspekte umsetzen (extern und intern). Dabei spielt die Barrierefreiheit und Transparenz eine wichtige Rolle, um unnötige Missverständnisse oder Konflikte zu vermeiden. Das Ziel ist, ein wirklich positives Image bezüglich der Kunden, Geschäftspartner und der gesamten Öffentlichkeit zu schaffen. Deshalb werden alle Projekte möglichst langfristig, nachhaltig und vielseitig umgesetzt.

Geschäftsideen zur Ideenskizze des Hamburg Innovation Awards:

Ein Greening Deserts Info Container am Hafen von Hamburg soll über die Greening Deserts Begrünungs- und Forschungsprojekte informieren. Im Vordergrund steht dabei der Natur- und Umweltschutz in der Region aber auch bundesweit und international. Themen wie Desertifikation, Globale Erwärmung, Klima- und Wetterforschung für die Entwicklung und Vermittlung von nachhaltigen und innovativen Lösungen der Probleme in diesem Bereich. Der Container soll Büro, Kreativstätte und Treffpunkt der Kulturen sein. Wenn etwas Platz am Container ist kann ein Freisitz und einfache mobile Beetkästen komplett aus Paletten eingerichtet werden. Paletten-Designs wurde schon von bekannten Sponsoren wie Heineken für Stand- bzw. Beachlounges verwendet. Dann wäre es ein Garten-Container-Cafe oder eine Container-Garten-Lounge.

Im Prinzip soll das Potential eines Containers an praktischen Beispielen verdeutlicht werden, etwa Forschungs- und Gewächshauscontainer für den internationalen Einsatz. Dies kann im Laufe der Zeit praktisch am Greening Desert Container getestet werden. Auch klappbare Konstruktionen wie etwa Solarmodule auf oder am Container sind interessante Entwicklungen welche noch viel ergründet und weiter entwickelt werden können. Dies wäre dann auch ein praktisches Beispiel für professionelle Produkt- und Qualitätstest vor Ort, besonders da mit dem Hamburger Schiffsverkehr internationale Hersteller (Solar, Gewächshausequipment, etc.) bei Interesse gleich Testprodukte (Muster) zum testen mitschicken können. Die regionale Wirtschaft und Hersteller in den besagten Bereichen wird natürlich auch gut eingebunden. Weitere Aufgaben, Aktionen und Leistungen für den Urban Raum, z.B. Urban Greening und Dachbegrünung (Rooftop Greening) können damit auch einfacher umgesetzt werden.

Das Natur- und Umweltbewusstsein soll durch ein gewisses kulturelles und soziales Programm Stadtweit realisiert werden, etwa kleine Kunst und Musikveranstaltungen sowie Touren durch Parks, grüne und naturnahe Spots für interessierte Gruppen. Eine einfache und flexible Gestaltung des Programms sowie annehmbare Öffnungszeiten des Containers würden auch nur wenig Personal erfordern, im Prinzip reichen zwei Hilfs- oder Teilzeitkräfte - Praktikanten, Studenten oder Volunteers sind vielleicht auch interessiert.

Dazu wäre es ein perfekter Standort falls Greening Deserts Container mit Ware, Pflanzen, Equipment, Recycle und Upcycle Ware wie Secondhand Gartenprodukte. Seit Jahren denken wir an gebrauchte Gewächshäuser und Zelte welche an Dritte Welt oder Schwellenländer für die Selbstkosten verschickt werden könnten, zumindest müssen die Transportkosten von den Händlern bzw. Kooperativen in Übersee übernommen werden. Dies kann sehr interessant für Ausschussware und größere Restposten im Bereich Garten- und Pflanzenprodukte sein. Greening Deserts könnte somit die Vermittlung und Koordination auch gleich vor Ort übernehmen. Ich oder ein Kollege würden wenigstens einmal im Monat nach dem rechten schauen, ansonsten wird sich regelmäßig mit den Aushilfskräften vor Ort über alles Wichtige ausgetauscht.

Nach einem Aufruf in der Hamburger Szene oder grünen Gemeinschaft sollten sich einige Interessierte melden. Während den Vorbereitungen kann sich ausgetauscht werden und mit dem Start des Containers können sich alle besser kennenlernen und in Ruhe einarbeiten. Für den Anfang bzw. die Aufbauarbeiten würde ich 1-2 Wochen vor Ort sein, auch wegen Promotion und Infokampagnen in der Stadt. Infomaterial und Einladung und Einbindung der lokalen Gemeinschaft, vor allem der Grünen- bzw. Natur-Branche, sollte damit auch kein Problem sein. Weitere Ideen und Entwicklungen entstehen im Laufe der Zeit und es sollte vor der Gründung nicht zuviel werden. Lieber auf die vorgeschlagenen Innovationen und Schwerpunkte weiter eingehen, sich produktiv und konstruktiv austauschen.

2 Unternehmung und Geschäftsidee

Das aktuelle Projekt wurde noch nicht offiziell gegründet, befindet sich jedoch schon seit Mitte 2016 im Aufbau und in Entwicklung. Die ersten substanziellen Aufbauarbeiten und strukturellen Vorbereitungen sind seit über einem Jahr in Vorbereitung. Grundlagen und Materialien zu den Projektthemen sind ausreichend zusammengetragen. Weitere Vorbereitungen bis zur Gründung werden weitgehend allein getätigt, um schnellstmöglich und ohne Reibungs- bzw. Streuverluste voranzukommen. Das Unternehmen wird erst gegründet, wenn angemessene Förderungen bewilligt und ausreichend Startkapital vorhanden ist.

Das Greening Deserts Begrünungscamp ist nach dem Konzept eine Forschungsstation und Betriebsstätte für professionelle Begrünung, Garten-, Forst-, Agrar- bzw. Landwirtschaft. Zugleich ist es eine Bildungsstätte, Naturschutzstation, Informations- und Kommunikationsplattform. Das Forschungscamp dient außerdem als Treffpunkt, kulturelles und wissenschaftliches Zentrum für Tagebau- bzw. Bergbaufolgelandschaften.

Die Wüstenforschung, Erforschung und Entwicklung von nachhaltigen Begrünungsmethoden, das Gewächshausmanagement, die Forst-, Land- und Kulturwirtschaft sind primäre Forschungsfelder. Zu weiteren primären Aufgaben und Zielen gehört eine beständige Recherche und Nutzung von bereits vorhandenen Erfahrungsberichten, Studien und Forschungsergebnissen. Forschungen werden durch neue Entwicklungen und Ergebnisse des Begrünungs- und Forschungscamps ergänzt. Für alle Greening Deserts Projekte und die gesamte Unternehmung gibt es unzählige Erfolgsideen. Allein für das erste

Pilotprojekt, das Begrünungs- und Forschungscamp gibt es viele potentielle Erfolgs- und Geschäftsideen. Die meisten Ideen und Potentiale sind in der Übersicht Alleinstellungsmerkmale, im „Konzept und Studie über nachhaltige Begrünungsmethoden, Gewächshausmanagement, Forstwirtschaft, Landwirtschaft und Kulturwirtschaft für Tagebaue und Bergbaufolgelandschaften“, beschrieben.

Hier sind noch einmal die potentiellsten Ideen kurz zusammengefasst.

- Anbau, Kultivierung und Pflege von seltenen vom Aussterben bedrohten Arten, besonders Bäume der Roten Liste – dafür später extra Gewächshäuser und Gelände (Botanischer Garten, Park, Wald)
- Biomasse Forschung, Produktion und Recycling, Verarbeitung bzw. Verwertung von urbanen Bio-Abfällen für Energie- und Bodenproduktion im Tagebauegebiet (Biowaste Management)
- Gewächshausmanagement, Biosphären- und Habitat-Forschung
- Forschung und Entwicklung im Bezug auf Land-, Forstwirtschaft und erneuerbare Energien wie Solar- und Wasserenergie in oder mit extremen Umweltbedingungen
- Kultivierung von besonderen Nutz- und Medizinpflanzen wie Hanf
- Qualitative Produktion, Vertrieb und Vermittlung von hochwertigen Leistungen, sowie innovativen und profitablen Produkten
- Skalierbarkeit des Konzepts, auch für Urbane Räume und Stadtwüsten
- Testen von verschiedenen Bewässerungssystemen, Gewächshäusern oder Gewächshaussystemen, auch Foliengewächshäuser oder Tunnelsystemen auf Effizienz, Belastbarkeit bzw. Haltbarkeit
- Umfangreiche Belastungs- und Qualitätstests für Anbieter bzw. Produkte, bei Bedarf auch unter extremen Bedingungen (Wetter, Temperaturen,..)
- Verbesserung von Bildungs- bzw. Entwicklungsprozessen und Lernmethoden im Bezug auf Natur-, Umwelt- und Selbstbewusstsein sowie gemeinschaftliches Umweltbewusstsein (Kollektibewusstsein)
- Wüstenforschung in Bergbau-, Tagebaulandschaften bzw. Bergbaufolgelandschaften

2.2 Markteinschätzung und Kundennutzen

In den wichtigsten Bereichen wird eine mehrgleisige Strategie gefahren. Vor allem im Bezug auf den Markteintritt, die Marktstrategie, Organisation und Produktion, sowie im Management, Marketing und Vertrieb. Alle wichtigen internen bzw. externen Entwicklungen und Unternehmensprozesse (auch Outsourcing) werden regelmäßig analysiert, überprüft und angepasst. Marktentwicklungen (Trends) und Zielkundengruppen werden ebenso umfangreich wie sorgfältig behandelt. Es gibt zwar den Spruch „Der Kunde ist König“, bei Greening Deserts werden alle Geschäftspartner und Kunden gleich gut umsorgt. Ansonsten wird jeder gleich gut und vor allem menschlich behandelt. Egal welche Religion, Geschlecht (Gender Equality) und Stand oder Herkunft jemand hat ändert nichts an dieser Grundeinstellung. Dies entspricht der Firmenphilosophie und den Kodexen wie auf den offiziellen Seiten beschrieben ist. Ausnahmen gibt es natürlich unter besonderen Bedingungen und Situationen - z.B. Betrug, Korruption (SCAM), Kriminalität (FRAUD). Negative Geschäftspartner, Kunden- oder Zielgruppen werden gemieden

und positive wie Bürger, Floristen, Gärtner, Schüler, Studenten, Unternehmer, Wissenschaftler,... Der Nutzen sollte für alle Seiten gut sein – finanziell, praktisch und gesellschaftlich.

Produkte und Dienstleistungen werden kundennah bzw. kundenfreundlich gestaltet und angeboten. Das Unternehmen wird mit einer marktgerechten Planung effektiv im Markt oder in Märkten positioniert. Mit einem ausgereiften Marketing und erweiterten Management können Marktchancen rechtzeitig erkannt und integriert werden.

Dazu gibt es einen ausführlichen **Marketingplan**, welcher hier kurz in einigen Punkten zusammengefasst wird.

- Abgegrenzte bzw. klar eingegrenzte Zielgruppen, besonders nach ersten Verkäufen und Feedbacks
- Analyse des Gesamtmarktes und der Teilmärkte (Branchen)
- Bei Saisongeschäften werden rechtzeitig die Prioritäten (Produktion, Verkauf, Vertrieb, etc.) geändert bzw. angepasst, besonders im Hochsommer und Winter
- Besondere Produkte werden besonders behandelt und präsentiert
- Budgetierte Verkaufsmengen und Marktanteile werden durch ein ausgereiftes Marketing gestützt
- Design, Produkte, Verpackungen und Zusatzleistungen werden nach Kundenwünschen angepasst bzw. gestaltet
- Distributions- und weitere Vertriebskanäle werden beständig ergründet und erschlossen
- Extra Kundenbedürfnisse werden durch geeignete Produkte oder Dienstleistungen befriedigt, dazu werden regelmäßig Umfragen und Studien durchgeführt
- Kooperationen oder Partnerschaften im Bereich Verkauf und Vertrieb werden regelmäßig erweitert
- Kundenfeedbacks (Foren, Feedback-, Kommentierungs-Systeme) werden durch entsprechende Aktionen bzw. Kampagnen angeregt und in die Produktentwicklung eingearbeitet
- Leistungen (B2B und B2C) werden kundenfreundlich und professionell gestaltet
- Umkämpfte Märkte und Produkte werden soweit möglich immer besser und günstiger angeboten bzw. vermarktet
- Zielmärkte werden je nach Absatz bzw. Nachfrage eingeordnet und mehr oder weniger bedient, das Marketing (Budget) wird drauf zugeschnitten

Die Wertschöpfungskette (Organisation, Produktion, Vertrieb) wird weitgehendst transparent gestaltet, damit Kunden und Geschäftspartner sich von der Qualität und Sauberkeit der Produkte selbst überzeugen können. Dies gehört zu einer guten Marketingstrategie und einem ausgewogenen Marketingmix.

Weitere detailreiche Informationen zu Kunden (B2C und B2B Zielgruppen) und Märkten befinden sich im Bereich Marktanalyse und Marktumfeldanalyse, Marktforschung und fortgeschrittene Markt- bzw. Zielgruppenanalysen, sowie im Konzept, Studie und weiteren Anlagen zu den Themen.

Unternehmerteam

Es gibt zur Zeit kein direktes Unternehmerteam. Ich arbeite öfter alleine und manchmal soviel wie zehn Leute auf einmal. Durch jahrelange Erfahrungen als Einzelunternehmer in verschiedenen Branchen konnte ich unglaublich viele Erfahrungen sammeln, auch wie man besser alleine und zusammen über diverse Netzwerke arbeitet, dem Outsourcing kommt dabei auch eine wichtige Rolle zu. Es gilt die Regel, so schnell und ohne Reibungsverluste alleine vorankommen und so weit bzw. langfristig mit einem starken Team. Dieses wird auch für jedes Projekt sorgfältig und zur richtigen Zeit zusammengestellt. Zu meiner Person können Sie genug Informationen im Internet finden, etwa wie auf meinen persönlichen oder geschäftlichen Profilen ([linkedin.com/in/caplikas](https://www.linkedin.com/in/caplikas)).

Durch jahrelange und intensive Erfahrungen, Erkenntnisse und Studien in und mit der Natur habe ich erweiterte, teils professionelle Fachkenntnisse im Bezug auf die Natur, Naturschutz, nachhaltiger Garten- und Landwirtschaft erlangt. Während der letzten Jahrzehnte habe ich tausende von Bäumen gepflanzt und vielfältige Wälder angelegt, damit habe ich auch in der Garten- und Landschafts-gestaltung gute Erfahrungen. Nach unzähligen Touren durch Städte und Länder in verschiedenen Nationen und Regionen der Erde kann ich wahrlich von einem Erfahrungs- und Wissensschatz sprechen oder schreiben. Weitere Details und umfangreiche Informationen befinden sich auf den offiziellen Seiten, in den Konzepten und in den Businessplänen.

Anmerkungen und weitere Notizen:

Das Blatt Ansprechpartner Team ist leer da es momentan keinen weiteren Ansprechpartner gibt. Im Laufe des Jahres wird es jedoch mehrere Teammitglieder geben, diese werden dann auf den offiziellen Seiten vorgestellt.

- Ausführliche und sensible Informationen (Betriebsgeheimnisse) zu Absatz-, Markt-, Produktions- und fortschrittliche Entwicklungs- sowie Unternehmensstrategien sind nur im internen Geschäftsplan und Generalkonzept vorhanden – diese werden nur geeigneten und absolut vertraulichen Partnern nach dem Abschluss einer Geheimhaltungs- und Kooperationsvereinbarung zugänglich gemacht
- Businessplan- und Projektentwicklung als Serviceleistung
- Blockchain-Systeme können mittlerweile in verschiedene Bereiche und Prozesse integriert und genutzt werden
- Intelligente Systeme wie KI (AI) und innovative Entwicklungen wie fortschrittliche Technologien (Automatisierung, Cleantech, Robotik, etc.) werden mit der Zeit in die Unternehmensprozesse integriert
- Qualitätsmanagement wird auch für Forschungsmethoden angewendet

HINWEIS | CONFIDENTIAL NOTICE

Daten, Texte und Bilder in diesem Dokument sind urheberrechtlich geschützt und dürfen ohne zusätzliche Einwilligung des Urhebers nicht verarbeitet bzw. verwertet werden. Ausnahme ist natürlich der Hamburg Innovation Award. Das Dokument enthält vertrauliche Informationen. Die Weitergabe an Dritte (Außerhalb des Awards) ohne Zustimmung ist zu unterlassen. Scripts, Data and Pictures are copywritten. Not for use without permission. This document is confidential. Unauthorised use, copying or disclosure of any information of this document without permission is strictly unlawful.