

WIE KOMMT DER VERKAUFSPREIS ZUSTANDE?

DIESE KALKULATION IST DER VERSUCH, DIE ÜBER 300 EINZELPOSTEN UNSERES RECHNUNGSWESENS ANSCHAUICH DARZUSTELLEN

WIR ZAHLEN (PRO 1 KG) BIOTEE...



Im Einkauf
16,09 €



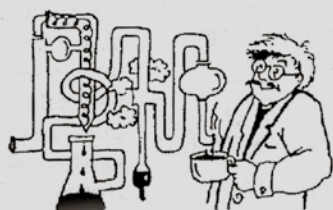
...darin enthaltene
Seefracht

0,22 €



...Versicherungen, Ertragssteuern

1,26 €



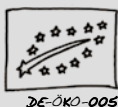
...für Qualitätssicherung
und Rückstandskontrollen

0,63 €



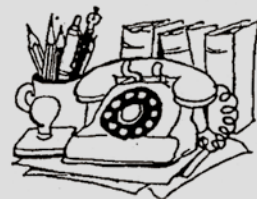
...Abfüllung, Tüte, Etiketten

1,27 €



...für Biokontrollen
und Zertifizierungen

0,48 €



...Büro, EDV

1,16 €



...Informationsmaterial,
Öffentlichkeitsarbeit

1,04 €



...Lohnkosten Büro und
Kommissionierung

3,04 €



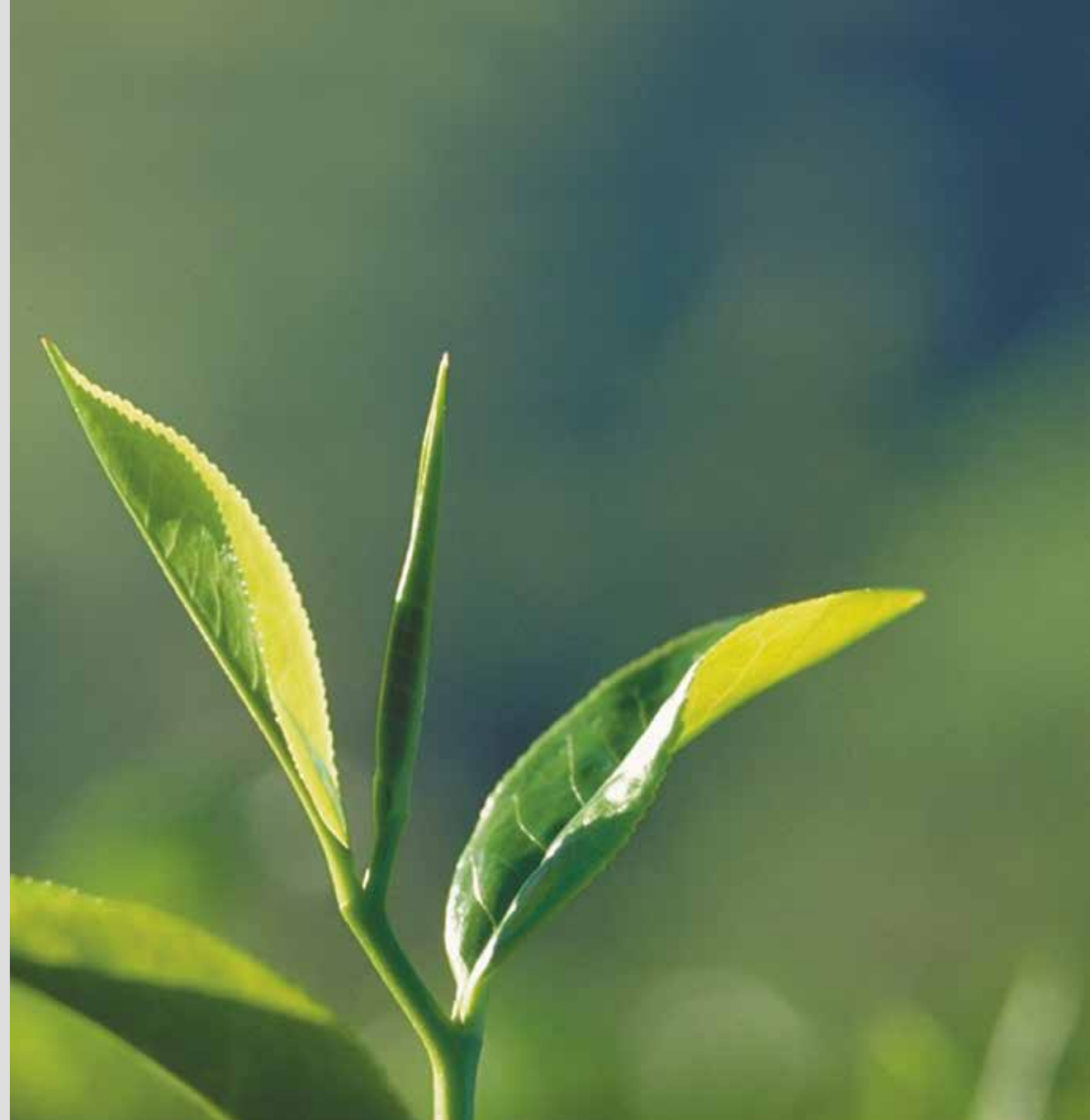
...Risikoabsicherung,
Überschüsse,
Rücklagen

1,20 €

ZUSAMMENGEFASST

16,09	61,48%
1,26	4,82%
0,63	2,41%
1,27	4,85%
0,48	1,83%
1,16	4,43%
1,04	3,97%
3,04	11,62%
1,20	4,59%
26,17	100%
1,83	7% Umsatzsteuer

28,00 €/pro Kilo zzgl. Versand



TEEKAMPAGNE

IN DER EINFACHHEIT LIEGT
DIE HÖCHSTE VOLLENDUNG

EINFACHHEIT, REINHEIT, KLARHEIT

Eine ungewöhnliche Idee eröffnet Ihnen erstaunliche ökonomische Vorteile

Nur eine einzige Sorte Tee, dafür aber eine der besten: Darjeeling.

Und die nur in Großpackungen.

Kein Zwischenhandel.

So sparen wir unnötige Wege, Lagerkosten und Verpackungsmaterial.

Die Teekampagne liefert feinen Tee zu einem

Preis-Leistungs-Verhältnis, das seinesgleichen sucht.

KAMPAGNE

Ist ein intelligentes Wirtschaftsprinzip. Kampagne ermöglicht Großeinkauf in Indien zu günstigen Bedingungen. Der Käufer selbst soll Vorrat halten und muss so die Lagerhaltung des Händlers nicht teuer bezahlen. Durch seine Lagerfähigkeit eignet sich Tee gut zur Vorratshaltung. Kaufen Sie Ihren Jahresvorrat!

DARJEELING – GENIESSEN SIE DEN BESTEN TEE DER WELT

Der Bergdistrikt Darjeeling an den Südhängen des Himalaja gilt als das Anbaugebiet, das die besten Teequalitäten der Welt produziert. Extreme Höhenlagen, steile Hänge, intensive Sonneneinstrahlung und kühle Temperaturen erzeugen ein einzigartiges Aroma. Darjeeling gilt als der „Champagner“ unter den Tees. Die natürlichen Erntemengen sind begrenzt und werden immer etwas Besonderes sein.

Durch die Beschränkung auf nur eine Teeregion können wir mit äußerster Sorgfalt prüfen und auswählen. Ein mehrstufiges Kontrollsystem garantiert die hohe Qualität unseres Tees. Jede Teepartie wird von unseren Teeprüfern mehrfach blind verkostet und im Labor auf chemische Rückstände untersucht.

AKZEPTIEREN SIE NUR DAS ORIGINAL!

Darjeeling-Tee vermehrt sich auf geheimnisvolle Weise. Der Tea Board of India, die offizielle indische Teebehörde, schätzt, dass weltweit etwa 40.000 Tonnen Tee als „Darjeeling“ verkauft werden, obwohl die Region selbst nur etwa 10.000 Tonnen jährlich produziert. Deshalb hat der Tea Board ein Gütesiegel für Darjeeling eingeführt und vergibt Lizenzen, um gegen die Vermischung mit Tee minderer Anbaugebiete vorzugehen. Bei der Teekampagne finden Sie Gütesiegel und Lizenznummer auf jeder Packung.



DAS TEA-BOARD OF INDIA HAT UNS 1988 ALS ERSTER ADRESSE IN DEUTSCHLAND DIESES GÜTESIEGEL UND SCHUTZZEICHEN ZUERKANNT.

VERANTWORTUNGSBEWUSSTSEIN – DENKEN SIE LANGFRISTIG!

Dauerhafte Qualität ist nur auf Basis einer nachhaltigen Entwicklung möglich. Dringend notwendig ist insbesondere ein Baumbestand, der die zunehmende Bodenerosion an den steilen Berghängen Darjeelings verhindert. Aus unternehmerischer Verantwortung heraus investieren wir in das Wiederaufforstungsprojekt „Save the Environment & Regenerate Vital Employment“ in Darjeeling, das wir 1992 initiiert haben und seitdem mit umfangreichen Mitteln finanzieren. Es wird vor Ort vom WWF – World Wide Fund for Nature – durchgeführt.

SUSTAINABLE TRADE NOT AID

Die Teekampagne will einen für die Verbraucher und die Produzenten vorteilhafteren Handel ermöglichen – auf marktwirtschaftlicher Grundlage. Wenn es um überlebensfähige Ökonomie gehen soll, schaden Spenden und Subventionen meist mehr als sie nützen. Die Produktion besonders hoher Qualitäten ist auch deswegen wichtig, weil in der billigen Massenproduktion weltweit ein preisdrückendes Überangebot an Tee besteht.

EINE IDEE MIT GESCHICHTE

Die Idee der Teekampagne kommt aus einer Tradition, die in Gottlieb Duttweiler, dem Gründer der Schweizer „Migros“, ein Vorbild hat. Duttweiler setzte auf ein günstiges Preis-Leistungs-Verhältnis und Produktwahrheit. Er wurde von Sozialisten und Unternehmern gleichermaßen angegriffen – den einen verdarb er das Konzept, den anderen die Preise.

VORSICHT: IMITATE!

Verständlich, dass wir wegen unserer niedrigen Preise von Teehändlern heftig attackiert werden. Gleichzeitig versuchen sie immer häufiger, uns nachzuahmen – oft zum Verwechseln ähnlich. Sehen Sie bitte genau hin: um Preis und Qualität der Teekampagne zu erreichen, müssten unsere Prinzipien übernommen werden, nicht nur das äußere Erscheinungsbild.

THEORIE UND PRAXIS VERBINDEN UNIVERSITÄT UND ENTREPRENEURSHIP

Das Unternehmen, die Projektwerkstatt GmbH, wurde 1985 aus der Universität heraus gegründet und mit eigenen Mitteln der Gesellschafter finanziert.

Prof. Faltins Vision war es, durch eine radikale Vereinfachung Material und Wege intelligent einzusparen und so hochwertigen Tee viel preisgünstiger anbieten zu können.

Heute ist die Teekampagne das größte Teeversandhaus in Deutschland und der weltweit führende Importeur von Darjeeling Tee.

Die Teekampagne ist ein Beispiel dafür, wie Universität als Labor für Gründungsideen verstanden werden kann.

PROJEKTWERKSTATT

Gesellschaft für kreative Ökonomie mbH

Postfach 41 10 20 · 12120 Berlin

Telefon 0331-74 74 74 · Telefax 0331-74 74 717

www.teekampagne.de