

# KAFFEEPAUSE

Was uns interessiert  
in Sport und Business.

Fragen von



André

und



Torsten

Antworten von  
**Ralf Weber**

Ralf ist Geschäftsführer der Mantos Int. Food GmbH, einem führenden Hersteller für Geflügel-Convenience-Produkte in Eisenach.

Unter seiner Leitung hat sich das Unternehmen als zuverlässiger Private-Label-Partner positioniert und engagiert sich sichtbar im regionalen Sport-Sponsoring. Er kombiniert operative Management-Expertise mit einem klaren Fokus auf Markenpräsenz, Regionalität und partnerschaftliche Zusammenarbeit.



**KAFFEEPAUSE ist ein flexibles Format.  
Deshalb diesmal mit einer kurzen Einleitung:**



Torsten

Frage in mein Netzwerk: "Ich suche einen Unternehmer für ein Interview, der die SPIEL INTELLIGENT!-Philosophie verkörpert."

Rückmeldung aus dem Sportmarketing  
Moin Torsten, das ist dein Mann in der Kategorie „Herzblut-Sponsor“. Der ist Hauptsponsor beim Handball in Eisenach und beim Volleyball in Suhl. Und der geht darin sowas von auf, fiebert und feiert da Vollgas mit! Ich kenne ihn nicht und hab auch leider keine direkte Verbindung für ein Intro, aber du kannst ihn ja einfach mal anfunkeln 

**Das Ergebnis ist das folgende Kaffeepausen-Interview.**



Torsten

## Vom Produkt zur Marke

Du führst ein Produktionsunternehmen mit Fokus auf Handelsmarken. Welche Schritte waren für euch entscheidend, um aus einem Produktionsbetrieb eine erkennbare Marke zu machen - und wie misst ihr den Erfolg dieser Transformation?

Für uns war wichtig zu zeigen, dass ein Handelsmarken-Produzent trotzdem ein klares Profil haben kann. Entscheidend waren drei Schritte:

1. Markenkern schärfen: Wofür stehen wir? Qualität, Regionalität, Verlässlichkeit.
2. Transparenz zeigen: Einblicke in Produktion, Prozesse und unsere Herkunft.
3. Region aktiv leben: Durch Sport-Sponsoring und Partnerschaften in Thüringen sichtbar werden.

Den Erfolg messen wir an neuen Kunden, stabilen Partnerschaften, unserer regionalen Bekanntheit und daran, dass wir als Arbeitgeber attraktiver werden.

Kurz: Weniger reden, mehr zeigen – so wird aus Produktion Marke.



## Sichtbarkeit durch Partnerschaften

Das Sondertrikot mit Produktabbildungen hat Aufmerksamkeit erzeugt. Wie beurteilst du den Spagat zwischen kreativer Markenpräsenz und Authentizität. Und welche Learnings gibst du anderen Entscheidern mit?



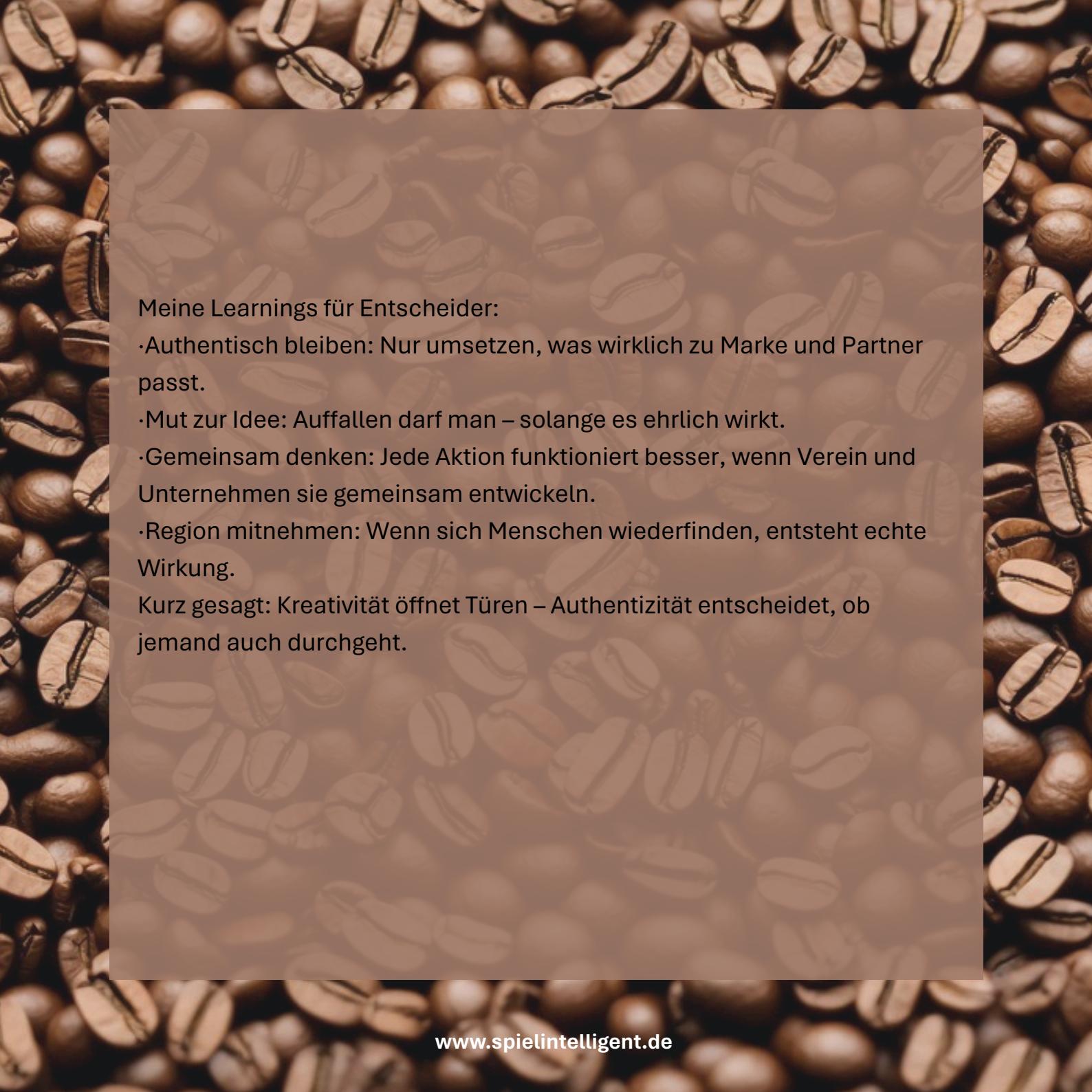
André

Das Sondertrikot hat gezeigt, wie stark kreative Partnerschaften wirken können – solange sie authentisch bleiben. Für uns war entscheidend, dass das Motiv nicht künstlich wirkt, sondern zur Region, zum Verein und zu unserem Produkt passt. Genau dann entsteht echte Aufmerksamkeit statt Werbung „um jeden Preis“.



Mein Fazit:

Kreativität ja – aber immer nah an der eigenen Identität und an dem, was Fans und Umfeld nachvollziehen können.



## Meine Learnings für Entscheider:

- Authentisch bleiben: Nur umsetzen, was wirklich zu Marke und Partner passt.
  - Mut zur Idee: Auffallen darf man – solange es ehrlich wirkt.
  - Gemeinsam denken: Jede Aktion funktioniert besser, wenn Verein und Unternehmen sie gemeinsam entwickeln.
  - Region mitnehmen: Wenn sich Menschen wiederfinden, entsteht echte Wirkung.
- Kurz gesagt: Kreativität öffnet Türen – Authentizität entscheidet, ob jemand auch durchgeht.

## Nachhaltigkeit & Produktionsethos

Inwiefern spielt Nachhaltigkeit in Beschaffung, Produktion und Verpackung eine Rolle? Wie stellt ihr Balance zwischen Kosten, Qualität und Verantwortung her - und welche Schritte sind noch geplant?



André

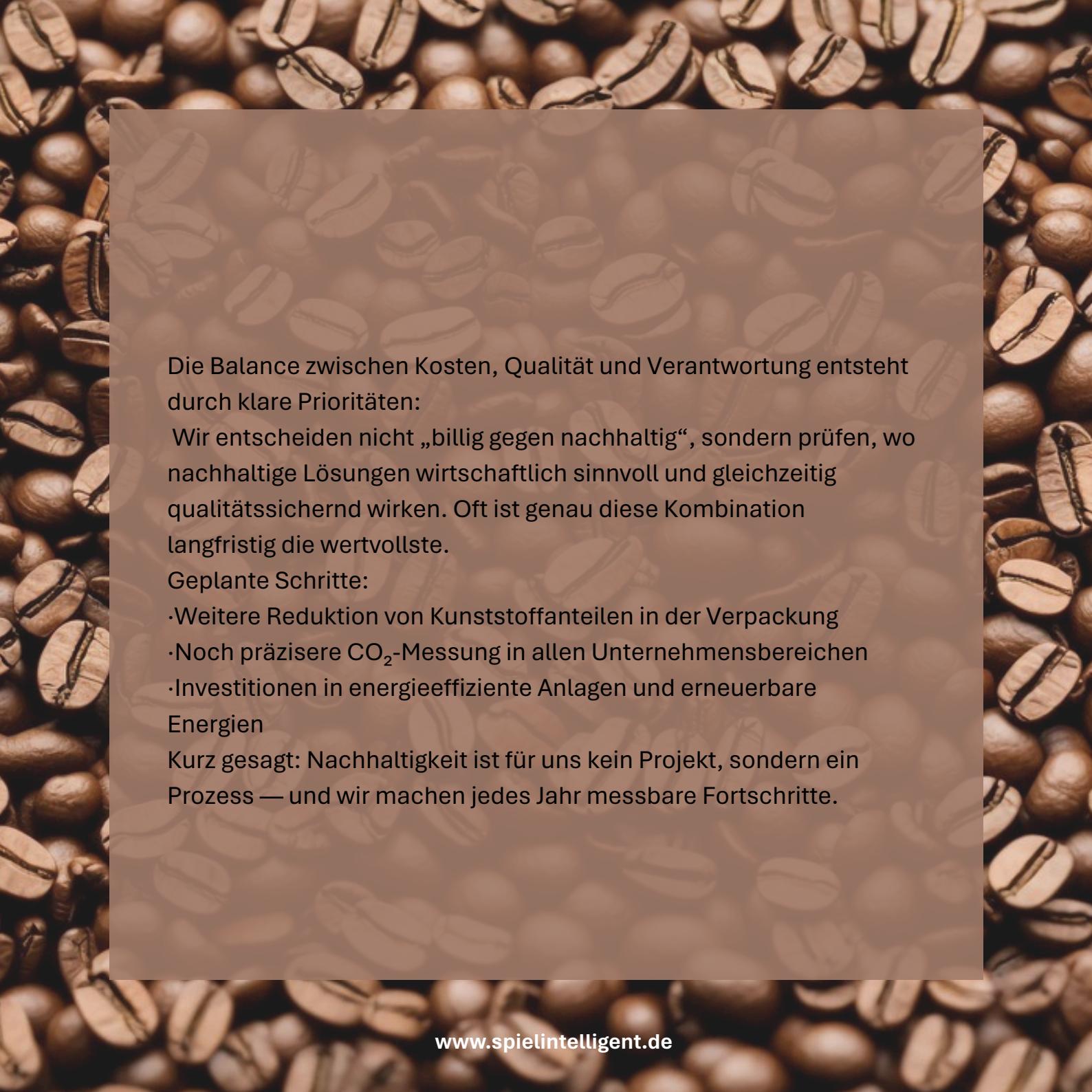
Nachhaltigkeit ist für uns längst kein Zusatzthema mehr, sondern Teil unserer täglichen Entscheidungen – in der Beschaffung, in der Produktion und in der Verpackung. Das zeigen wir auch transparent in unserem ESG-Report.

In der Beschaffung setzen wir auf geprüfte

Lieferanten, kurze Wege, verlässliche Tierwohl-Standards und konsequente Qualitätskontrollen.

In der Produktion optimieren wir kontinuierlich unsere Energieeffizienz, reduzieren Ausschuss und investieren in moderne Technologien, die Ressourcen sparen.

Bei der Verpackung arbeiten wir verstärkt mit recyclingfähigen und materialreduzierten Lösungen, ohne Kompromisse bei Produktsicherheit oder Haltbarkeit.

The background of the slide is a dense, dark brown image of coffee beans, creating a warm and organic feel.

Die Balance zwischen Kosten, Qualität und Verantwortung entsteht durch klare Prioritäten:

Wir entscheiden nicht „billig gegen nachhaltig“, sondern prüfen, wo nachhaltige Lösungen wirtschaftlich sinnvoll und gleichzeitig qualitätssichernd wirken. Oft ist genau diese Kombination langfristig die wertvollste.

Geplante Schritte:

- Weitere Reduktion von Kunststoffanteilen in der Verpackung
- Noch präzisere CO<sub>2</sub>-Messung in allen Unternehmensbereichen
- Investitionen in energieeffiziente Anlagen und erneuerbare Energien

Kurz gesagt: Nachhaltigkeit ist für uns kein Projekt, sondern ein Prozess — und wir machen jedes Jahr messbare Fortschritte.



Torsten

## Partnerschaften skalieren

Wie entscheidet ihr, ob ein Verein oder eine Veranstaltung Partner würdig ist? Welche Kriterien nutzt ihr, um die Wirkung einer Partnerschaft zu bewerten?

Für uns steht am Anfang immer die Frage:

Passt der Partner zu unseren Werten,  
unserer Region und unserem Selbstverständnis?

Wir unterstützen nur Vereine und Veranstaltungen,  
die authentisch zu unserer Marke, unserer Herkunft  
und zu unseren ESG-Prinzipien passen.

Unsere wichtigsten Entscheidungskriterien:

- Regionale Verbundenheit: Engagement in Thüringen hat Priorität.
- Werte & Auftreten: Der Verein muss Fairness, Teamgeist und Verantwortung leben.
- Zielgruppen-Passung: Die Partnerschaft soll unsere Marke sinnvoll sichtbar machen.



- Seriosität & Professionalität: Struktur, Organisation und Auftreten müssen stimmig sein.
- Gemeinsame Story: Es muss eine echte Verbindung geben – nicht nur ein Logo auf einer Bande.

Wie wir die Wirkung bewerten:

- Reichweite & Sichtbarkeit: Social Media, Medienpräsenz, Fan-Interaktion.
- Markenwahrnehmung: Wie stark vermittelt die Partnerschaft unsere Werte?
- Regionale Resonanz: Feedback aus Umfeld, Wirtschaft und lokaler Community.
- Aktivierungsmöglichkeiten: Nutzen wir die Partnerschaft wirklich gemeinsam?

Langfristiger Mehrwert:

- Aufbau von Vertrauen, Beziehungen und Arbeitgebermarke.

Kurz gesagt:

Eine Partnerschaft ist dann würdig, wenn sie nicht nur sichtbar ist, sondern etwas verbindet — uns, die Region und die Menschen.

## Teamführung und Unternehmenskultur

Welche konkreten Maßnahmen sieht ihr im Alltag, um Teamgeist, Engagement und Verantwortungsübernahme im Betrieb zu fördern? Gibt es Best Practices, die sich besonders bewährt haben?



André

Teamgeist entsteht bei uns durch klare Kommunikation, echte Beteiligung und tägliche Wertschätzung.

Konkrete Maßnahmen:

- offene, kurze Team-Updates
- Mitarbeitende aktiv in Verbesserungen einbinden
- Verantwortung statt Kontrolle
- schnelle Anerkennung guter Leistungen
- kleine gemeinsame Rituale im Alltag

Bewährte Best Practices:

- Ideenrunden direkt am Production Floor
- Mentoring für neue Kolleginnen und Kollegen
- transparente Abläufe, damit jeder seine Rolle versteht



Kurz: Wenn Menschen mitreden, mitgestalten und gesehen werden, wächst Teamgeist automatisch.



Torsten

## Vom Sport lernen

Welche drei Prinzipien aus dem Sport lassen sich direkt auf eure Produktions- und Vertriebsarbeit übertragen?  
Gibt es ein Beispiel, in dem eine sportliche Denkweise eine betriebliche Herausforderung löste?



Drei Prinzipien aus dem Sport, die wir direkt übernehmen:

- Team vor Ego: Erfolg entsteht nur, wenn alle Positionen zusammenspielen – von Produktion bis Vertrieb.
- Konsequente Vorbereitung: Gute Planung, saubere Prozesse und Training machen den Unterschied im Tagesgeschäft.
- Schnelles Reagieren: Wie im Spiel zählt Flexibilität, wenn Kund\*innen kurzfristig neue Anforderungen haben.

Ein Beispiel:

Als ein Großkunde sehr kurzfristig eine Sortimentsumstellung brauchte, haben wir wie ein Sportteam agiert: schnelle Rollenverteilung, klare Kommunikation, Fokus auf das gemeinsame Ziel.

Ergebnis: Produktion, Logistik und Vertrieb haben die Umstellung in Rekordzeit umgesetzt – ohne Qualitätsverlust.

Kurz gesagt: Sportliche Denkweise sorgt bei uns für Tempo, Klarheit und echtes Miteinander.



Torsten

Darüber hinaus

Gibt es ein Thema, ein Projekt oder eine Erfahrung, die Dir persönlich wichtig ist und die Du hier noch teilen möchtest?



Ja, ein Thema liegt mir besonders am Herzen: die Weiterentwicklung unserer Region durch starke, verlässliche Partnerschaften. Ob in Produktion, Sport oder sozialen Projekten – es entsteht enorm viel, wenn alle Beteiligten gemeinsam handeln. Besonders wichtig ist mir aktuell ein Punkt: Der Entscheidungsbaum im Sponsoring-Umfeld vieler Vereine muss dringend modernisiert werden. Klare Strukturen, transparente Prozesse und eine professionelle Organisation sind entscheidend, damit Partnerschaften nachhaltig funktionieren. Dazu gehört auch, dass eine starke Persönlichkeit den Verein führt – jemand, der Verantwortung



übernimmt, Entscheidungen erklärt und langfristig denkt. Nur so entsteht Vertrauen, sowohl bei Sponsoren als auch bei Fans und Mitgliedern. Gerade deshalb ist mir unser Engagement im regionalen Nachwuchssport so wichtig: Dort erlebt man, wie Leadership, Teamgeist und Verantwortungsgefühl wachsen können – Werte, die wir auch im Unternehmen leben.

Vielen Dank, Ralf, für deine klaren und inspirierenden Einblicke in Verantwortung und Markenführung. Wir wünschen dir weiterhin viel Erfolg bei deinen Projekten. Und persönlich Freude, Gesundheit und Menschen an deiner Seite, die deine Ideen stärken und dir neue Energie geben.



# UNSERE PARTNER



Gesund reisen



Wenn auch du Lust hast, deine  
Erfahrungen zu teilen und Teil  
unserer  KAFFEEPAUSE zu  
werden – schreib uns einfach!

**Torsten Schäfer**

 +49 162 6030358

 [torsten@spielintelligent.de](mailto:torsten@spielintelligent.de)

Windacher Str. 6 | 86922 Eresing

**André Fuhr**

 +49 170 4737328

 [andre@spielintelligent.de](mailto:andre@spielintelligent.de)

Reineburgstr. 21 | 32312 Lübbecke

 [www.spielintelligent.de](http://www.spielintelligent.de)