

# Vermarktungsprojekt in der Bioschule Schlägl

## Direktvermarktung ist ein wichtiges Standbein im Biolandbau.

Der Kontakt zwischen Produzent und Konsument schafft Vertrauen und Verständnis. In der Bioschule Schlägl können dies die Schüler in einem realen Vermarktungsprojekt erleben.



Freude an der Arbeit

Im 3. Jahrgang ist Vermarktung ein Schwerpunkt im Lehrplan. Unter dem Motto „Learning by doing“ wird aber nicht theoretisch gepaukt, was Produktfindung, Absatzmöglichkeiten und Werbung bedeutet, sondern die Schüler probieren es selber aus. Die Klasse wird in Abteilungen – wie in einer Firma – aufgeteilt und die Schüler arbeiten selbstständig als Direktvermarkter.

Um jedoch den Lerneffekt doch noch etwas lenken zu können werden einige Vorgaben gemacht, die einzuhalten sind. So müssen die Produkte selbst in der Praxis herstellbar sein und letztendlich auch hergestellt werden. Es darf keine Handelsware verwendet werden.

Bei der Lebensmittelproduktion an der Bioschule Schlägl müssen natürlich alle Produkte biologisch erzeugt werden und auch die Biokontrolle muss durchgeführt werden.

Alle anderen Entscheidungen – was produziert wird, welche Mengen, wie die Produkte verpackt werden, in welcher Form beworben wird... – treffen die Schüler selber auch unter Anwen-

dung vielfältiger Entscheidungsprozesse.

Die betreuenden Lehrer des Projekts, Frau Prof. DI. Eder und FI Etzlstorfer, begleiten die Schülerinnen und Schüler und geben Hilfestellungen. Sie schalten sich aber nur dann in die Entscheidungs-

prozesse ein, wenn es zu größeren Schwierigkeiten kommen würde. Dass dies bisher noch nie notwendig war, lässt die betreuenden Lehrer fast ein wenig stolz auf ihre Schüler und deren erbrachte Leistungen sein.

Im Rahmen des Projekts müssen die Schüler Lösungen auf folgende Fragestellungen aus dem Bereich Marketing finden:

- Welche Produkte eignen sich für die Vermarktung in Hinblick auf die Zielgruppe und den Zeitpunkt des Verkaufs am Tag der offenen Tür?
- Was muss bei der Produktion und Verpackung beachtet werden?
- Welcher Preis ist möglich bzw. nötig, um kostenneutral zu wirtschaften?
- Welche Werbemöglichkeiten sind sinnvoll, wirtschaftlich und für das konkrete Projekt leistbar?
- Was muss bei der Verpackung und bei der Erstellung der Etiketten beachtet werden?
- Wie können die Produkte erfolgreich vermarktet werden?

Nach einigen Jahren, in denen wir das Projekt bereits umsetzen, hat

sich schon eine bunte Palette an Produkten angesammelt:

Verschiedene Fleisch- und Wurstprodukte, Milchprodukte, Teigwaren und verschiedene Holzarbeiten, sogar Reisigbesen haben die Schüler schon selbst gebunden!!

Zusätzlich erfolgt das Vermarktungsprojekt fächerübergreifend:

Die Bewerbung, welche die Schüler schreiben, um sich in eine Abteilung des Projekts zu bewerben, zählt zum Deutsch-Unterricht, diverse Präsentationen im Zusammenhang mit dem Projekt fließen ebenfalls in die Deutschnote ein. Die Kostenrechnungen für die Produkte erfolgt in BWL, die Erzeugung in Zusammenarbeit mit den diversen Praxislehrern wird für die Praxisnotengebung herangezogen. (Fleischverarbeitung, Milchverarbeitung, Holzbearbeitung).

Insgesamt arbeiten letztendlich meist fünf bis sieben Lehrer am Projekt mit.

Durch die Aufteilung der Klasse in Abteilungen (Produktentwicklung, Einkauf, Werbung, Verpackung, Verkauf, Finanzen,...) lernen die Schüler auch, wie wichtig es ist, sich auf andere verlassen zu können, da sonst das ganze Projekt scheitern kann.

Schwierigkeiten gibt es meist – wie auch bei vielen Direktvermarktern – bei der eigenständigen Entwicklung eines eigenen Logos bzw. bei der Gestaltung diverser Etiketten und Verpackungen.

Ein anderes Problem, das manchmal bei Direktvermarktern auftaucht, wird hier ganz einfach gelöst:

Was macht man mit (essbaren) Produkten, die beim Verkauf übrig bleiben? - Eine Gruppe von 30 Personen „verwertet“ diese in Null komma nix !!

FI. Gerhard Etzlstorfer, DI Brigitte Eder (beide Bioschule Schlägl), [www.bioschule.at](http://www.bioschule.at)