

# MARKETING - REFERATE

---

## Vorbereitung der Referate

---

**Vorbereitungszeit:** mindestens 4 Wochen

**Zusammenstellung eines Referates aus:**

- vorbereiteten Unterlagen (Lehrerhandout) und
- eigenen Informationen
- Überlegungen für den eigenen Betrieb (Betrieb der Hofbeschreibung)

**Vorbesprechungen (verpflichtend – Erscheinen und Ergebnisse werden beurteilt)**

- 1. Vorbesprechung:
  - mind. 3 Wochen vor dem Referatstermin
  - Thema: Inhalt (Referat muss inhaltlich bis dahin fertig sein!)
- 2. Vorbesprechung:
  - mind. 2 Wochen vor dem Referatstermin
  - Thema: Umsetzung (PowerPoint-Präsentation muss bis dahin ebenfalls bereits fertig sein)

## Aufbereitung der Referate

---

**Umsetzung** des Referates mit Hilfe des Programms „PowerPoint“

**Referieren**

- Referatszeit: ca. 10 Minuten pro Schüler
- **Freie Rede**
- Stichwortzettel

### **Einbeziehen der Mitschüler:**

- Arbeitsanweisungen (auch als Vorbereitung auf das Thema möglich)  
Thema „Marke“: z.B. Sammeln von Markenzeichen, Thema: „Werbung“: z.B. Sammeln von Werbematerialien für landwirtschaftliche Erzeugnisse usw.
- Kreuzworträtsel zum Thema
- Fragen & Antwortspiel
- Quiz mit Belohnungen
- Brainstorming
- Antwortkärtchen zuordnen oder reihen  
usw.

### **Handout**

## **Beurteilung**

---

### **Vorbesprechungen**

- Inhalt (Richtigkeit, Vollständigkeit, ...)
- Umsetzung in Powerpoint

**Referat:** nach standardisiertem Bewertungsbogen (Lehrer und Schüler)

Kriterien:

- Freie Rede
- Redezeit
- Einbindung der Mitschüler  
usw.

## Referatsthemen

---

1. Sekundärmarktforschung: „Ernährungstrends (Lebensmittelbericht)“
2. Produktpolitik: „Zielgruppenorientierung und Marktsegmentierung“
3. Produktpolitik: „Produktgestaltung – Was ist ein Produkt, Nutzen von Produkten, Produktpolitik und Produktlebenszyklus (ohne Verpackung)“
4. Produktpolitik: „Lebensmittelrecht“
5. Produktpolitik: „Marke, Qualität und Image von Lebensmitteln“
6. Produktpolitik: „Verpackung und Lebensmittelkennzeichnung“
7. Produktpolitik: „Organisation, Durchführung und Auswertung einer Blindverkostung (von z.B. Äpfeln aus verschiedenem Anbau, Eier aus verschiedenen Haltungsförmern, ...)“
8. Distributionspolitik: „Voraussetzungen für die Direktvermarktung“
9. Distributionspolitik: „Rechtliche Aspekte der Direktvermarktung“
10. Distributionspolitik: „Absatzweg, Standort, Formen bzw. Möglichkeiten der Direktvermarktung“
11. Distributionspolitik: „Verkaufsgespräch“
12. Distributionspolitik: „Kundenstruktur und Kundentypen“
13. Distributionspolitik: „Gestaltung des Verkaufsraumes“
14. Preispolitik: „Formen und Möglichkeiten der Preisgestaltung sowie Preisauszeichnungspflicht“
15. Kommunikationspolitik: „Grundlagen und Möglichkeiten der Werbung“
16. Kommunikationspolitik: „Gestaltung von Werbematerialien“
17. Kommunikationspolitik: „Möglichkeiten und Maßnahmen der Verkaufsförderung und der Öffentlichkeitsarbeit“
18. Fallbeispiel 1: Gemeinschaftsmarketing am Beispiel „AMA“
19. Fallbeispiel 2: Gemeinschaftsmarketing am Beispiel „Agrar-Marketing-Tirol“
20. Fallbeispiel 3: Gemeinschaftsmarketing am Beispiel „Ernte für das Leben“
21. Fallbeispiel 4: Gemeinschaftsmarketing am Beispiel „Genussregion Tirol“