

## Zertifikatslehrgang

# Bäuerliche Direktvermarktung

Leitfaden

genehmigt vom BMLFUW am 9. Oktober 2002

mit GZ. 22.510/24-II2/02

aktualisiert: im November 2011

genehmigt vom BMLFUW am 17. Jänner 2012

mit GZ. BMLFUW-LE.1.1.7/0195-II/2/2011

genehmigt vom BMNT am 23.02.2018

mit GZ. BMNT-LE.1.2.1/0013-II/9a/2018

**Inhalt**

<b>1. Organisation</b>	<b>3</b>
<b>2. Einleitung</b>	<b>4</b>
<b>3. Ziel des Lehrganges</b>	<b>4</b>
3.1 Inhaltliche Ziele	4
3.2 Nutzen für die Teilnehmer	5
<b>4. Zielgruppe und Teilnahmebedingungen</b>	<b>5</b>
<b>5. Gestaltung der Ausbildung</b>	<b>6</b>
5.1 Methodik und Didaktik	6
<b>6. Ausbildungsplan</b>	<b>6</b>
6.1 Lehrplan im Überblick	6
6.2 Ausführliche Beschreibung des Ausbildungsplans	7
6.3 Detaillierter Ausbildungsplan – Inhaltliches Konzept	7
<b>7. Kursunterlagen</b>	<b>9</b>
<b>8. Anwesenheit der Teilnehmer</b>	<b>9</b>
<b>9. Kurskritik</b>	<b>9</b>
9.1 Feedback	9
9.2 Evaluierung	9
<b>10. Abschlussarbeit</b>	<b>9</b>
10.1 Anforderung und Präsentation	10
10.2 Beurteilung der Abschlussarbeit und deren Präsentation	10
10.3 Prüfungskommission	11
10.4 Kriterien der Bewertung	11
<b>11. Allgemeine organisatorische Grundsätze</b>	<b>11</b>
11.1 Kursbetreuung – Kursleitung	11
11.2 Abrechnung	11
11.3 Zertifikatsgestaltung	11

## 1. Organisation

### Antragsteller

Organisation: Bundes LFI  
DI Herbert Bauer  
Schauflegasse 6, 1015 Wien  
Tel: +43 (0)1/53441-8565  
E-Mail: h.bauer@lk-oe.at

### Ansprechpersonen für die bundesweite Koordination

Organisation: LK Österreich  
Dr. Martina Ortner  
Schauflegasse 6, 1015 Wien  
Tel: +43 (0)1/53441-8558  
E-Mail: m.ortner@lk-oe.at

### Mitglieder der Arbeitsgruppe, die den ZL ausgearbeitet haben (Projektteam)

FL Emma Bielenberg, LK Steiermark  
Dr. Martina Ortner, LK NÖ  
Gerda Bergmair, LK OÖ  
Die Inhalte wurden mit den Ansprechpartnern DI Josef Forstinger ( LK Kärnten), Ing. Maria Thek (LK Burgenland), FL Katharina Hutter (LK Salzburg) und DI Michael Stahl (LK Tirol) akkordiert.

#### 1. Überarbeitung und Aktualisierung:

Dr. Martina Ortner  
Bildungsprojekt: Qualitätsoffensive Direktvermarktung  
LK Österreich  
Barbara Auer  
LK Niederösterreich  
Mag. Karoline Riegler-Nurscher  
LK Oberösterreich

#### 1. Überarbeitung und Aktualisierung:

Dr. Martina Ortner  
Bildungsprojekt Direktvermarktung  
LK Österreich  
Bernadette Gruber  
LK Niederösterreich  
Ing. Gabriela Stein  
LK Oberösterreich  
Barbara Viehhauser  
LFI Salzburg  
Andrea Maurer  
LK Steiermark  
Mag. Martina Dörflinger  
LFI Steiermark

#### Akkordiert mit allen LFI Geschäftsführern:

DI Johann Pötzt, LFI Burgenland  
Ing. Karl Heinz Huber, LFI Kärnten  
DI Johann Schlögelhofer, LFI Niederösterreich  
Ing. Manuela Jachs-Wagner, LFI Oberösterreich  
Manuela Spießberger, LFI Salzburg

DI Dieter Frei, LFI Steiermark  
DI Evelyn Darmann, LFI Tirol  
Christina Rusch, LFI Vorarlberg  
DI Doris Preßmayr, LFI Wien

## 2. Einleitung

Seit dem Jahr 2000 liegen den LFI- Zertifikatslehrgängen gemeinsame Richtlinien zugrunde. Zur Erreichung von bundesweiten Qualitätsstandards im LFI- Bildungsangebot wird für jeden LFI- Zertifikatslehrgang ein sogenannter Leitfaden erstellt. Dieser soll den Zertifikatslehrgang genau beschreiben, damit keine Widersprüche entstehen und die Trainer eine Grundlage für ihre Tätigkeit haben.

Dem BMNT wird hiermit ein aktualisierter Leitfaden zur Anerkennung des bereits bestehenden LFI- Zertifikatslehrganges vorgelegt. Der Leitfaden hat bundesweite Gültigkeit, wodurch länderspezifische Abänderungen, wie beispielsweise der Ziele, des Inhaltes, der Dauer nicht zulässig sind.

## 3. Ziel des Lehrganges

Der Lehrgang baut auf betriebliche und persönliche Erfahrungen im Bereich Direktvermarktung auf und vermittelt den Teilnehmern Kompetenz in persönlichen, betriebswirtschaftlichen, marketingmäßigen und produktspezifischen Themen.

### 3.1 Inhaltliche Ziele

#### Ziele im persönlichen Bereich

- Kennenlernen der persönlichen Erfolgsfaktoren und diese mit Freude und Motivation am eigenen Betrieb umsetzen
- Eigene Fähigkeiten und Stärken erkennen und nutzen
- Vision, Leitbild, Strategie erstellen
- Betriebs- und Erfolgsziele definieren
- Techniken zur Konfliktlösung, Gesprächs- und Fragemethoden erlernen
- Analyse, Beurteilung und Verbesserung der eigenen Arbeitssituation
- Zeit- und Arbeitsmanagement für den eigenen Betrieb optimieren

#### Ziele im betriebswirtschaftlichen und marketingmäßigen Bereich

- Betriebsanalyse für den eigenen Betrieb erstellen
- Betriebswirtschaftliche Erkenntnisse für die Direktvermarktung erwerben und anwenden können
- Erfolgsmaßstäbe formulieren
- Strategien der Unternehmensführung umsetzen
- Betriebskonzept für den eigenen Betrieb erstellen und präsentieren können
- Preise für eigene Produkte kalkulieren und festlegen
- Grundlagen des Marketings kennen lernen und für die eigene Direktvermarktung anwenden
- Trends erkennen und nutzen
- Markt- / und Umfeldanalysen durchführen können
- Chancen von Kooperationen erkennen und nutzen
- Marketingkonzept für den eigenen Betrieb erstellen und präsentieren können
- Umgang mit Medien kennen lernen

#### Ziele im produktspezifischen Bereich

- Rechtliche Rahmenbedingungen kennenlernen und am eigenen Betrieb etablieren können
- Erkennen von Qualität, insbesondere der Qualität der selbst hergestellten Produkte und diese ausdrücken und darstellen können
- Umgang mit unterschiedlichen Technologien kennenlernen
- Qualitätssicherungsmaßnahmen kennen lernen und am Betrieb etablieren
- Verkaufsfördernde Argumente einsetzen

### 3.2 Nutzen für die Teilnehmer

- Erhalt einer kompakten und umfassenden Ausbildung für den Betriebszweig Direktvermarktung
- Kennenlernen der persönlichen Erfolgsfaktoren
- Steigerung der Motivation und Stärkung der Kompetenz für Problemlösungen am Betrieb, Steigerung der Lebensqualität
- Gelegenheit und Anleitung zur betriebswirtschaftlichen Analyse und Durchleuchtung des eigenen Betriebes ;
- Überprüfen der Produktivität und Wirtschaftlichkeit des Betriebszweiges Direktvermarktung
- Anwendung unternehmerischen Denkens;
- Entwicklung von Marketingaktionen für den eigenen Betrieb,
- Entwickeln und Ausprobieren von neuen Ideen oder Produkten
- Diskussionen und Erfahrungsaustausch mit anderen Direktvermarktern
- Stärkung des „Wir-Gefühls“ der Direktvermarkter und Direktvermarkterinnen und damit eine Stärkung der wirtschaftlichen Bedeutung der Direktvermarktung
- Verbesserte Umsetzung der Österreichweit ausgearbeiteten Strategie für die Direktvermarktung bis 2020 zur Professionalisierung und Steigerung des wirtschaftlichen Erfolges der Direktvermarktung
- Gelegenheit zum Aufbau von Kooperationen
- Umsetzung gemeinsamer Projekte
- Die Ausbildung ermöglicht die Anpassung der Berufsausbildung an die Bedürfnisse einer zukunfts- und marktorientierten Landwirtschaft
- Ausbildung zur professionellen Führung des eigenen Direktvermarktungsbetriebes
- Umsetzen des Erlernten zur Sicherung der Weiterführung des Betriebes
- Durch das Erlangen eines Zertifikates erhält man nicht nur eine gute fachliche Qualifikation, auch das Image gegenüber anderen Direktvermarktern wird gehoben
- Zugang zu Expertenwissen und Beratungsmöglichkeiten
- Gelegenheit zur Einbindung in ein Netzwerk von Praktikern und Experten

## 4. Zielgruppe und Teilnahmebedingungen

### Allgemeine Eingangsvoraussetzungen für die Teilnahme:

Interesse an einer umfassenden Ausbildung, betriebliche- und persönliche Voraussetzungen für die Direktvermarktung und Umsetzung des Gelernten am eigenen Betrieb.

### spezielle Eingangsvoraussetzungen für die Teilnahme (Mindestqualifikation):

Praktizierende Direktvermarkter oder an der Direktvermarktung interessierte Neueinsteiger.

**TeilnehmerInnenanzahl:** mindestens 10, maximal 20 TeilnehmerInnen

### Bedarfsschätzung: Anzahl der geplanten Lehrgänge

2 bis 3 Lehrgänge pro Jahr.

Insgesamt haben bis zur Bildungssaison 2016/17 932 Direktvermarkterinnen und Direktvermarkter einen Zertifikatslehrgang absolviert.

Einige Seminare werden auch als Einzelseminare angeboten, ersetzen jedoch nicht die umfassende und kompakte Ausbildung im Zertifikatslehrgang, sowie die positiven Effekte aufgrund der Gruppendynamik, dem Erfahrungsaustausch, der Stärkung der Gemeinschaft der Direktvermarkter und der gegenseitige Unterstützung.

## 5. Gestaltung der Ausbildung

### 5.1 Methodik und Didaktik

Die Ausbildung erfolgt in 4 Teilmodulen

#### Beschreibung der angewandten Methodik und Didaktik:

Der Einsatz von teilnehmerorientierten Lernmethoden wird mit den Referenten abgesprochen. Die Inhalte werden in Form von Workshops, Gruppenarbeiten, Aufgabenstellungen, Hausarbeiten, Erfahrungsaustausch, Fallbeispielen und Exkursionen erarbeitet. Es sollen Diskussions- und Gesprächsmöglichkeiten geschaffen werden. Auch der Einsatz von verschiedenen Medien) ist eingeplant.

## 6. Ausbildungsplan

### 6.1 Lehrplan im Überblick

Modul	Inhalte und Methodik	Anzahl der Übungseinheiten
<b>Modul 1</b>	Persönlichkeitsbildung, Zeit- und Arbeitsmanagement	32
<b>Modul 2</b>	Unternehmensführung und Marketing	64
<b>Modul 3</b>	Produktspezifischer Teil, Exkursion Präsentation des Betriebs- und Marketingkonzeptes für den eigenen Betrieb	40
<b>Summe der UE</b>		<b>136</b>

## 6.2 Ausführliche Beschreibung des Ausbildungsplans

Der Lehrgang dauert 136 Stunden und ist in 3 Module gegliedert.

## 6.3 Detaillierter Ausbildungsplan – Inhaltliches Konzept

### Modul I – Persönlichkeitsbildung 32 Stunden

#### Persönlichkeitsbildung, Zeit- und Arbeitsmanagement

Ich – ein Unternehmer	Erfolgsfaktoren für Unternehmer Erfolgsziele definieren Visionen, Leitbild Hindernisse in der Erreichung von Zielen Persönliche Stärken (Stärken – Schwächenanalyse) Selbstbild – Fremdbild Problemlösungsverhalten und Kreativität
Unternehmerisches Denken	Betriebsziel Anforderungen und Voraussetzungen an/für die Familie, den Betrieb, das Umfeld Positives – negatives Denken Unternehmerleitbild und Unternehmerphilosophie - Funktion
Zeit- und Arbeitsmanagement	Arbeitssituation beurteilen und Verbesserungen entwickeln Analyse der eigenen Arbeitssituation Aufgabenverteilung Arbeitsorganisation

### Modul II – Unternehmensführung und Marketing 64 Stunden

Rechtliche Rahmenbedingungen	Steuer-, Gewerbe- und Sozialrecht, allgemeine bauliche Voraussetzungen
Grundlagen der Unternehmensführung	Betriebsanalysen erstellen können Erfolgsmaßstäbe für den eigenen Betrieb formulieren können Ist – Situationserhebung (Kennzahlen) Erfolgsfaktoren in der Unternehmensführung Bausteine für ein Betriebskonzept
Betriebskonzept	Betriebskonzept für den eigenen Betrieb erstellen können Erstellen des eigenen Betriebskonzeptes und Marketingkonzeptes unter Einbeziehung aller erworbenen Kenntnisse als Voraussetzung für die Zertifizierung
Betriebswirtschaft	Betriebswirtschaftliche Kenntnisse für die DV erwerben und anwenden Kostenrechnung und Kalkulationen

Marketing, Produkt-, Vertriebspolitik	Grundlagen des Marketings kennen lernen Marketinganalyse, Marketinginstrumente, Marketingmix Mitbewerberanalyse, Marktmechanismen Zielgruppen, Trends, Kundenwünsche Faktoren der Produktpolitik kennen und an praktischen Beispielen umsetzen können Produktgestaltung, -design Sortiment, Nutzen, Zusatznutzen Standgestaltung, Verkaufsraumgestaltung
Werbung	Werbemittel kennen lernen verkaufsfördernde Maßnahmen (Tag der offenen Tür, Messen, Präsentationen)
Verkauf	Verkaufstraining, Verkaufsgespräch Argumentationshilfen
Öffentlichkeitsarbeit	Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Marketingkonzept	Marketingkonzept für den eigenen Betrieb erstellen können

<b>Modul III – Produktspezifischer Teil 40 Stunden</b>
--

Rechtliche Rahmenbedingungen/ Verantwortung als Lebensmittelunternehmer Qualitätsmanagement	Lebensmittelkennzeichnung, betriebspezifische bauliche
Vorschriften	Hygieneschulung, Erstellung eines Eigenkontrollsystems, Qualitätssicherung Sensorik Produktbeschreibung, -philosophie, -sprache Argumente für meine Produkte
<b>Exkursion</b>	



## 7. Kursunterlagen

- Als Grundlage für die Auswahl der Themen dient das „Betriebs- und Marketingkonzept in der Direktvermarktung“.

## 8. Anwesenheit der Teilnehmer

Zur Erlangung des Zertifikates ist eine **80%ige Anwesenheit** erforderlich.

## 9. Kurskritik

### 9.1 Feedback

Nach Abschluss jedes einzelnen Seminars/ReferentInnen des Zertifikatslehrganges wird ein Feedback (Rückmeldebögen) zur TeilnehmerInnenzufriedenheit eingeholt. Damit sollen Organisation, Betreuung, ReferentInnen und Unterlagen evaluiert werden. Die Rückmeldungen sollen Aufschluss geben über die Erreichung der Lehrgangsziele.

#### Muss-Kriterien – Beurteilung

- der allgemeinen Zufriedenheit mit der Veranstaltung
- der Leistung der Vortragenden (Trainer, Referenten)
- bezüglich der Dauer der Veranstaltung
- von Raum und Ort der Veranstaltung (inkl. Ausstattung)
- der Anwendbarkeit der Inhalte für den eigenen Betrieb
- der Brauchbarkeit der Unterlagen
- Beschwerden
- Verbesserungsmöglichkeiten

#### Kann-Kriterien

- Kursatmosphäre
- Umfeld (Verpflegungsmöglichkeiten, Infrastruktur, usw.)
- sonstige Auffälligkeiten und Kritikpunkte
- Was hat besonders gut gefallen?

### 9.2 Evaluierung

Die Evaluierung des Lehrganges erfolgt aufgrund der Auswertungen der Rückmeldebögen der Teilnehmer und der Referenten.

#### Als Grundlage dienen:

- Ergebnisse der Feedback-Bögen (Rückmeldebögen)
- Ergebnisse des Referentengesprächs
- Ergebnisse von Kundenreklamation und Beschwerden (bei Beschwerden ist sofort zu reagieren und innerhalb einer Woche zu entscheiden, ob und welche Korrekturmaßnahmen einzuleiten sind). Vereinbarungen zu Verbesserungen werden von der Kursleitung bzw. gemeinsam mit den Vortragenden getroffen

## 10. Abschlussarbeit

Die Ausarbeitung eines Betriebs- und Marketingkonzeptes für den eigenen Betrieb stellt die Abschlussarbeit dar und ist Voraussetzung zur Erlangung eines Zertifikates. Eine entsprechende Unterlage wird den TeilnehmerInnen zur Verfügung gestellt.

Das Betriebs- und Marketingkonzept wird von der Lehrgangsleitung oder einem damit beauftragten Referenten kontrolliert.

### 10.1 Anforderung und Präsentation

- vollständiges Betriebs- und Marketingkonzept
- Wirtschaftlichkeitsrechnung oder Produktkalkulation für mindestens ein Produkt.
- Präsentation des Betriebs- und Marketingkonzeptes vor einer Fachjury.

### 10.2 Beurteilung der Abschlussarbeit und deren Präsentation

- „mit ausgezeichnetem Erfolg“,
- „mit gutem Erfolg“ oder
- „mit Erfolg“ teilgenommen.

#### Die Lehrgangsführung und die Prüfungskommission haben die Leistungen wie folgt zu bewerten:

- **„mit ausgezeichnetem Erfolg“**, wenn die gestellten Aufgaben in weit über das Wesentliche hinausgehendem Ausmaß erfüllt werden und deutliche Eigenständigkeit bzw. die Fähigkeit zur selbständigen Anwendung der erworbenen Kenntnisse erkennbar sind;
- **„mit gutem Erfolg“**, wenn die gestellten Aufgaben in über das Wesentliche hinausgehendem Ausmaß erfüllt werden und merkliche Ansätze zur Eigenständigkeit bzw. bei entsprechender Anleitung die Fähigkeit zur Anwendung der erworbenen Kenntnisse erkennbar sind;
- **„mit Erfolg“**, wenn die gestellten Aufgaben in der Erfassung und in der Anwendung der erworbenen Kenntnisse, sowie in der Durchführung der Aufgaben in den wesentlichen Bereichen überwiegend erfüllt sind;
- **nicht bestanden**, wenn die Aufgaben nicht einmal die Erfordernisse für "mit Erfolg" erfüllen.

Es gibt nur für positive Abschlüsse Zertifikate. Bei negativem Abschluss kann lediglich eine Teilnahmebestätigung vom jeweiligen Landes LFI ausgestellt werden.

### **10.3 Prüfungskommission**

Mindestens 3 Experten bilden die Fachjury bzw. Prüfungskommission (z.B. Mitglieder des Landesverbandes, Fachschullehrer, Trainer, Ländliches Fortbildungsinstitut)

### **10.4 Kriterien der Bewertung**

Die Fachjury erhält eine „Checkliste“ zur Beurteilung der Präsentation und des Betriebs- und Marketingkonzeptes, nach folgenden Kriterien:

- Anwesenheit beim Lehrgang unter Berücksichtigung anrechenbarer nachweisbarer Qualifikationen,
- Vollständigkeit und Inhalt des Betriebs- und Marketingkonzeptes,
- Präsentation

## **11. Allgemeine organisatorische Grundsätze**

### **11.1 Kursbetreuung – Kursleitung**

Der Lehrgang kann betreut werden durch:

- das Ländliche Fortbildungsinstitut
- einen Betreuer
- eine/n Fachberater/in

### **11.2 Abrechnung**

Die Kalkulation und Abrechnung wird vom Ländlichen Fortbildungsinstitut des jeweiligen Bundeslandes durchgeführt.

### **11.3 Zertifikatsgestaltung**

## LFI-ZERTIFIKATSLEHRGANG „BÄUERLICHE DIREKTVERMARKTUNG“

Inhalt und Umfang des Lehrganges:

Modul	Bereiche	Stunden
Persönlichkeitsbildung	Ich – ein Unternehmer Vision, Leitbild, Strategie und Ziele Unternehmerisches Denken Zeit- und Arbeitsmanagement	32
Unternehmensführung und Marketing	Rechtliche Rahmenbedingungen Grundlagen der Unternehmensführung Zeit- und Arbeitsmanagement Betriebswirtschaft Marketing, Produkt- und Vertriebspolitik Kommunikationspolitik Werbung Verkauf Öffentlichkeitsarbeit Betriebskonzept- und Marketingkonzept	64
Produktspezifischer Teil	Verantwortung als Lebensmittelunternehmen Etablierung eines Eigenkontrollsystems Qualitätssicherung Sensorik Produktansprache und Produktbeschreibung Argumente für meine Produkte Exkursion Präsentation des Betriebs- und Marketingkonzeptes für den eigenen Betrieb	40
Abschluss		
<b>Gesamtstunden</b>		<b>136</b>

MIT UNTERSTÜTZUNG VON BUND, LÄNDERN UND EUROPÄISCHER UNION

BUNDESMINISTERIUM  
FÜR NACHHALTIGKEIT  
UND TOURISMUS



Europäischer  
Landwirtschaftsfonds für  
die Entwicklung des  
ländlichen Raums:  
Hier investiert Europa in  
die ländlichen Gebiete

