

# MeinMarkt

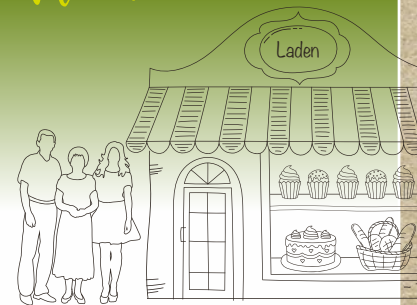


# MeinMarkt

„Mein Markt“ wurde im Rahmen des EFRE-Projekts RuC<sup>2</sup>OLA der SBB-Abteilung Innovation & Energie in Zusammenarbeit mit dem Meraner Start-up-Unternehmen Capacitas entwickelt. Inhalt des Lernkartenspiels ist die Produktentwicklung vom Konzept bis zur Markteinführung. Dabei müssen, neben dem Produkt selbst, auch die Preis-, Vertriebs- und Kommunikationsstrategie gut durchdacht sein. Und nicht zuletzt gilt es, die vielfältigen Kundenbedürfnisse zu berücksichtigen, denn – wo kein Kunde, da kein Markt.

Das RuC<sup>2</sup>OLA-Projektteam wünscht viel Spaß!

# MeinMarkt



## KUNDENKARTE



## KUNDE Single

3

Gesamtwert: 9 - 13

Kundenbedürfnisse:



min.  
2



## KUNDE Kleinfamilie

3

Gesamtwert: 8 - 12

Kundenbedürfnisse:



2



## KUNDE Großfamilie

2

Gesamtwert: 4 - 7

Kundenbedürfnisse:



max.  
2



## KUNDE Studentin

2

Gesamtwert: 5 - 8

Kundenbedürfnisse:



1



## KUNDE Pensionistin

3

Gesamtwert: 6 - 11

Kundenbedürfnisse:

2



## KUNDE Alleinerzieher

2

Gesamtwert: 4 - 9

Kundenbedürfnisse:

2



## KUNDE Hausfrau

3

Gesamtwert: 7 - 10

Kundenbedürfnisse:



## KUNDE Feriengast

3

Gesamtwert: 4 - 16

Kundenbedürfnisse:



## KUNDE Allergiker

4

Gesamtwert: 11 - 14

Kundenbedürfnisse:



## KUNDE Sportler

3

Gesamtwert: 6 - 12

Kundenbedürfnisse:



## KUNDE Hobbykoch

3

Gesamtwert: 9 - 13

Kundenbedürfnisse:



## KUNDE Haubenkoch

4

Gesamtwert: 13 - 16

Kundenbedürfnisse:



## KUNDE Feinschmecker

4

Gesamtwert: 11 - 14

Kundenbedürfnisse:



## KUNDE Hüttenwirt

3

Gesamtwert: 5 - 9

Kundenbedürfnisse:



## KUNDE Bäuerin

3

Gesamtwert: 7 - 12

Kundenbedürfnisse:



## KUNDE Handwerker

3

Gesamtwert: 6 - 11

Kundenbedürfnisse:



## KUNDE Umweltschützer

4

Gesamtwert: 11 - 13

Kundenbedürfnisse:



## KUNDE Ärztin

4

Gesamtwert: 10 - 15

Kundenbedürfnisse:



## KUNDE Professor

3

Gesamtwert: 9 - 13

Kundenbedürfnisse:



## KUNDE Spitzenverdiener

4

Gesamtwert: 12 - 16

Kundenbedürfnisse:



## EREIGNIS Förderung

!

**Dein Ansuchen um Förderung wurde genehmigt.**

Ziehe sofort bis zu fünf Karten nach.  
Beachte: Du darfst insgesamt nur zehn Handkarten behalten.



## EREIGNIS Weiterbildung

!

**Du bildest dich weiter und bleibst immer auf dem Laufenden.**

Du darfst die nächste Kommunikationskarte kostenlos ausspielen. Behalte diese Karte, bis du sie eingelöst hast.



## EREIGNIS Vertriebsstrategie

!

**Du hast neue berufliche Kontakte geknüpft und kannst einen neuen Vertriebskanal erschließen.**

Du darfst die nächste Entwicklungskarte kostenlos ausspielen. Leg diese Karte anschließend unter den Stapel.



## MeinMarkt



## EREIGNISKARTE



efre-fesr  
Südtirol - Alto Adige  
Südtiroler Entwicklungsförderung



## EREIGNIS Zusammenarbeit



**Dein Nachbar (links) und du teilt miteinander Wissen und Ressourcen. Davon profitiert ihr beide.**  
Ihr erhaltet beide 5 Siegpunkte.



## EREIGNIS Werbung



**Du machst auf dich und dein Produkt aufmerksam.**  
Ziehe einen neuen Kunden. Du entscheidest, ob du ihn zu den anderen Kunden im Markt dazulegst, austauschst oder zurücklegst.



## EREIGNIS Betriebsphilosophie



**Deine Kunden schätzen deine besondere Betriebsphilosophie.**  
Du darfst einen Kunden bedienen, ohne die Kundenbedürfnisse erfüllen zu müssen. Der Gesamtwert darf jedoch nicht unter- oder überschritten werden.



## EREIGNIS Wettbewerbsvorteil



**Das Auge kauft mit und deine Verpackung sticht hervor.**  
Du darfst die obersten drei Kundenkarten anschauen und nach Belieben ordnen.



## EREIGNIS Marktnische



**Du bietest ein Nischenprodukt an und kannst es erfolgreich verkaufen.**  
Du darfst den Gesamtwert einer deiner Preiskarten um 1 erhöhen. Behalte diese Karte bis zum Ende des Trimesters.



## EREIGNIS Kundenbeziehung



**Du pflegst eine gute Beziehung zu deinen Kunden. Sie bleiben dir treu.**  
Du gewinnst einen Kunden, auch wenn du den geforderten Gesamtwert unter- oder überschreitest. Die Kundenbedürfnisse müssen jedoch erfüllt werden.



## EREIGNIS Gesetzesänderung



**Ein neues Gesetz zwingt dich umzudenken.**  
Wirf eine deiner ausliegenden Produktkarten ab. Ersetze diese, bevor du eine neue Karte legst.



## EREIGNIS Ernteausfall



**Du kannst deine Kunden nicht ausreichend beliefern.**  
Der Wert deiner soeben gespielten Vertriebskarte sinkt auf 1. Behalte diese Karte bis zum Ende des Trimesters.



## EREIGNIS Kredit



**Du musst eine Rate abzahlen.**  
Wirf sofort zwei Handkarten ab. Falls du zu wenig Karten besitzt, wirf deine nächste(n) Karte(n) ab. Behalte diese Karte, bis du deine Schulden beglichen hast.



## EREIGNIS Arbeitsunfall



### Du fällst in deinem Betrieb leider unfallbedingt aus.

Dein Zug ist sofort beendet und du setzt die nächste Runde aus. Leg diese Karte anschließend unter den Stapel.



## EREIGNIS Sachschaden



### Du musst ein Arbeitsgerät ersetzen.

Wirf sofort eine Preiskarte aus der Hand ab. Falls du keine besitzt, wirf deine nächste Karte ab. Leg diese Karte anschließend unter den Stapel.



## EREIGNIS Konkurrenz



### Du wurdest von der Konkurrenz überholt.

Dein Mitstreiter (rechts) darf deine Kartenhand einsehen und zwei deiner Karten für sich beanspruchen.



## EREIGNIS Steuern



### Du musst Steuern zahlen.

Für die nächste Entwicklungskarte, die du spielst, musst du eine zusätzliche Handkarte abwerfen.



## EREIGNIS Brand



### Du musst den Schaden ersetzen.

Wirf drei Handkarten ab. Falls du zu wenig Karten besitzt, wirf deine nächste(n) Karte(n) ab. Behalte diese Karte, bis du den Schaden behoben hast.



## WeinMarkt



## PRODUKT Bärlauchpesto

1



1



### Schon gewusst?

Bei der Herstellung von Pesto muss besonders auf die Haltbarkeit geachtet werden.

## PRODUKT Ziegenfrischkäse

1



1



### Schon gewusst?

Ziegenmilch ist besonders gut verdaulich.

## PRODUKT Regionales Bier

1



1



### Schon gewusst?

Landwirtschaftliches Bier besteht min. zu 51 % aus hofeigenen Rohstoffen.

## PRODUKT Kräutertee

1



1



### Schon gewusst?

Hochalpine Kräuter sollten ab ca. 1500 m Meereshöhe angebaut werden, damit die wertvollen Inhaltsstoffe gebildet werden können.

## PRODUKT Tomaten-Chutney

1



1



### Schon gewusst?

Chutneys sind würzige, fruchtige, süß-saure oder scharfe Soßen. Sie bestehen u.a. aus Obst, Gemüse, Gewürzen, Zucker und Essig.

## PRODUKT Buchweizen-Nudeln

1



1



### Schon gewusst?

Buchweizen enthält kein Gluten und eignet sich daher besonders für Menschen, die an Zöliakie leiden.

## PRODUKT Cider

2



2



### Schon gewusst?

Bei Cider handelt es sich um Apfelschaumwein.

## PRODUKT Müsliriegel

2



2



### Schon gewusst?

Hochwertige Müsliriegel bestehen hauptsächlich aus Getreide, Nüssen und Trockenfrüchten und sind wahre Energielieferanten.

## PRODUKT Kastaniencreme

2



2



### Schon gewusst?

Die Edelkastanie ist eine wärmeliebende Pflanze. Über eine kurze Zeit hält sie aber auch Temperaturen bis zu -20 °C aus.

## PRODUKT Met

2



2



### Schon gewusst?

Bei Met handelt es sich um Honigwein.

## PRODUKT Edelpilze

2



2



### Schon gewusst?

Shiitake-Pilze, Austern-Pilze und Champignons können unter kontrollierten Bedingungen gezüchtet werden.

## PRODUKT Suppenhuhn

2



2



### Schon gewusst?

Legehennen können gut als Suppenhühner verwertet werden.

## PRODUKT Safran

3



3



### Schon gewusst?

Safran ist das teuerste Gewürz der Welt.

## PRODUKT Fermentiertes Gemüse

3



3



### Schon gewusst?

Fermentiertem Gemüse wird eine gesundheitsfördernde Wirkung zugeschrieben.

## PRODUKT Hanföl

3



3



### Schon gewusst?

Aus Nutzhanf können Fasern, Samen und Öle gewonnen und zu zahlreichen Produkten verarbeitet werden.

## PRODUKT Räuchersaibling

3



3



### Schon gewusst?

Wer in Südtirol Forellen oder Saiblinge züchten möchte, braucht ausreichend kühles, sauerstoffreiches Wasser.

## PRODUKT Haselnusseis

3



3



### Schon gewusst?

Eine Haselnussanlage liefert erst ab dem 10. Jahr Vollertrag, kann aber insgesamt 40 Jahre abgeerntet werden.

## PRODUKT Wagyū-Fleisch

3



3



### Schon gewusst?

Das Fleisch von Wagyū-Rindern ist extrem fein marmoriert. Dadurch ist es besonders zart, schmackhaft und erzielt Spitzenpreise.

## VERTRIEB Bauernmarkt

1



1



### Schon gewusst?

Bauernmärkte sind eine gute Gelegenheit, mit Konsumenten in direkten Kontakt zu treten und Stammkunden zu gewinnen.

## VERTRIEB Genossenschaft

1



1



### Schon gewusst?

Für eine Genossenschaft steht nicht die Gewinnmaximierung, sondern vielmehr die gegenseitige Unterstützung und Förderung der Mitglieder im Mittelpunkt.

## VERTRIEB Versteigerung

1



1



### Schon gewusst?

Auszahlungspreise hängen von der Nachfrage und der Qualität der jeweiligen Produkte ab und können starken Schwankungen unterliegen.

## VERTRIEB Selbstabholung

1



1



### Schon gewusst?

Wer auf ein Vorbestellsystem mit Selbstabholung setzt, kann auf einen zeit- und kostenintensiven Lieferservice verzichten.

## VERTRIEB Buschenschank

1



1



### Schon gewusst?

In einem Buschenschank müssen insgesamt min. 80 % der verarbeiteten Produkte von landwirtschaftlichen Betrieben aus Südtirol stammen und min. 30 % aus eigener Produktion.

## VERTRIEB Großhändler

1



1



### Schon gewusst?

Über Großhändler können große Mengen regelmäßig abgesetzt werden. Man kann mit den Endkunden aber nicht in direkten Kontakt treten.

## VERTRIEB Gastronomie

2



2



### Schon gewusst?

Kooperationen zwischen Landwirtschaft und Gastronomie bieten einen Mehrwert für beide Seiten – und auch der Konsument profitiert.

## VERTRIEB Supermarkt

2



2



### Schon gewusst?

Bäuerliche Produkte sind immer häufiger auch in Supermärkten anzutreffen. Hierbei ist es besonders wichtig, dass die Herkunft der Produkte deutlich hervorgehoben wird.

## VERTRIEB Messestand

2



2



### Schon gewusst?

Auf einer Messe kann man seine Produkte vorstellen, mit vielen Interessenten in Kontakt treten und neue Kunden gewinnen. Messestände sind jedoch häufig sehr teuer.

## VERTRIEB Hauslieferung

2



2



### Schon gewusst?

Wer dem Wunsch nach Hauslieferungen nachkommt, bietet einen besonderen Kundenservice. Hauslieferungen sind aber auch zeit- und kostenintensiv.

## VERTRIEB Mensen

2



2



### Schon gewusst?

Öffentliche Einrichtungen wie Mensen oder Kindergärten können Abnehmer regionaler Lebensmittel sein.

## VERTRIEB Kooperativen

2



2



### Schon gewusst?

Konsumenten bilden Einkaufsgemeinschaften, um Lebensmittel in größeren Mengen zu fairen Preisen zu kaufen.



## VERTRIEB SoLaWi

3



3



### Schon gewusst?

Bei solidarischer Landwirtschaft (SoLaWi) garantieren Verbraucher die Abnahme und erhalten Einfluss auf die Produktion.

## VERTRIEB Produktpaket

3



3



### Schon gewusst?

Individuell zusammengestellte Produktpakete eignen sich hervorragend als Geschenkidee.

## VERTRIEB Verkaufsautomat

3



3



### Schon gewusst?

Wer einen Verkaufsautomaten einsetzt, kann seine Kunden auch außerhalb regulärer Öffnungszeiten mit frischen Waren versorgen.

## VERTRIEB Spezialitätengeschäft

3



3



### Schon gewusst?

Wer sein Produkt im Spezialitätengeschäft platzieren möchte, sollte neben hoher Qualität auch auf ein ansprechendes Verpackungsdesign setzen.

## VERTRIEB Hofladen

3



3



### Schon gewusst?

Durch einen Hofladen kann man sehr gute Kontakte zu seinen Kunden aufbauen. Ein Hofladen bringt aber auch einen hohen Arbeitsaufwand mit sich.

## VERTRIEB Online-Handel

3



3



### Schon gewusst?

Der Online-Lebensmittelhandel wächst. Auch immer mehr Bauernhöfe und kleine Unternehmen führen einen Online-Shop oder nehmen Bestellungen via E-Mail entgegen.

## PREIS Kostendeckung

1



1



### Schon gewusst?

Um einen gewinnbringenden Preis festlegen zu können, muss zunächst die Höhe der Selbstkosten ermittelt werden.

## PREIS Rabattaktionen

1



1



### Schon gewusst?

Hin und wieder kann es von Vorteil sein, Rabatte zu gewähren. Rabattaktionen sollten aber immer sehr gut durchdacht und berechnet werden.

## PREIS Gebrochener Preis

1



1



### Schon gewusst?

Als gebrochene Preise bezeichnet man Preise, die knapp unter einem runden Betrag liegen, z.B. 9,90 Euro. Ihre psychologische Wirkung ist jedoch umstritten.

## PREIS Niedrigpreisstrategie

1



1



### Schon gewusst?

Wer die Niedrigpreisstrategie verfolgt, versucht mit niedrigen Preisen Kunden zu gewinnen.

## PREIS Preiskämpfer

1



1



### Schon gewusst?

Der Preiskämpfer verlangt den niedrigsten Preis, um die Mitbewerber zu schwächen und selbst höhere Marktanteile zu sichern.

## PREIS Tauschhandel

1



1



### Schon gewusst?

Ware gegen Ware oder Dienstleistung – diese ursprüngliche Form des Handels wird auch heutzutage noch betrieben.

## PREIS Abonnement

2



2



### Schon gewusst?

Abonnenten erhalten häufig einen vergünstigten Preis, Produzenten profitieren vom kontinuierlichen Absatz.

## PREIS Mengenrabatt

2



2



### Schon gewusst?

Beim Kauf größerer Mengen wird häufig ein Preisnachlass gewährt, da der Aufwand für Verpackung oder Versand verringert wird.

## PREIS Produktpositionierung

2



2



### Schon gewusst?

Indem man ein Preis-Leistungs-Verhältnis festlegt, positioniert man sein Produkt am Markt. Wer im Vorfeld eine Marktanalyse durchführt, kann mögliche Nischen erkennen und besetzen.

## PREIS Mittelpreisstrategie

2



2



### Schon gewusst?

Wer Standardqualität zu mittleren Preisen anbietet, verfolgt die Mittelpreisstrategie.

## PREIS Preisfolger

2



2



### Schon gewusst?

Der Preisfolger orientiert sich am Preisführer und legt seinen Preis etwas tiefer fest.

## PREIS Vorverkauf

2



2



### Schon gewusst?

Crowdfunding ermöglicht durch Vorverkauf die Umsetzung neuer Projekte und bietet zeitgleich einen Einblick in den zukünftigen Markt.

## PREIS Gewinnsteigerung

3

3



### Schon gewusst?

Wer seinen Gewinn steigern möchte, muss die Produktionskosten senken und/oder den Umsatz erhöhen.

## PREIS Preisdifferenzierung

3

3



### Schon gewusst?

Wenn dasselbe Produkt auf unterschiedlichen Märkten zu verschiedenen Preisen angeboten wird, handelt es sich um eine Form der Preisdifferenzierung.

## PREIS Premiumpreis

3

3



### Schon gewusst?

Kunden, die bereit sind, mehr Geld für ein Produkt auszugeben, erwarten nicht nur höchste Qualität, sondern auch einen hervorragenden Kundenservice.

## PREIS Hochpreisstrategie

3

3



### Schon gewusst?

Mit Premiumprodukten kann ein überdurchschnittlich hoher Preis erzielt werden.

## PREIS Preisführer

3

3



### Schon gewusst?

Der Preisführer besitzt einen hohen Marktanteil und bestimmt die Preisentwicklung. Andere Anbieter passen sich an seine Preispolitik an.

## PREIS Preisanstieg

3

3



### Schon gewusst?

Kundenfreundlichkeit lohnt sich! Studien belegen, zufriedene Kunden akzeptieren Preiserhöhungen deutlich besser als unzufriedene Kunden.

## KOMMUNIKATION Regional

1

1



### Schon gewusst?

Wer regionale Lebensmittel kauft, unterstützt lokale Produzenten und trägt zum Klimaschutz bei.

## KOMMUNIKATION Fair

1

1



### Schon gewusst?

Durch Fairtrade sollen bessere Preise für Kleinbauernfamilien erzielt und menschenwürdige Arbeitsbedingungen auf Plantagen geschaffen werden.

## KOMMUNIKATION Bio

1

1



### Schon gewusst?

Der Begriff Bio ist ein EU-weit geschützter Begriff. Bio-Produkte müssen höhere lebensmittelrechtliche Standards erfüllen als konventionelle Produkte.

## KOMMUNIKATION

### Gesund

1



1



#### Schon gewusst?

Gesundes Essen steigert die Lebensqualität.

## KOMMUNIKATION

### Kontrollierte Herkunft

1



1



#### Schon gewusst?

Anonym war gestern. Immer mehr Konsumenten wollen wissen, woher ein Produkt stammt und unter welchen Bedingungen es produziert wurde.

## KOMMUNIKATION

### o km

1



1



#### Schon gewusst?

Wer kurze Transportwege einhält, leistet einen aktiven Beitrag zum Umwelt- und Klimaschutz.

## KOMMUNIKATION

### Nachhaltig

2



2



#### Schon gewusst?

Unter Nachhaltigkeit versteht man den verantwortungsbewussten Umgang mit Ressourcen, sodass die Möglichkeiten zukünftiger Generationen nicht eingeschränkt werden.

## KOMMUNIKATION

### Natur pur

2



2



#### Schon gewusst?

Die Nachfrage nach naturbelassenen Produkten ohne künstliche Konservierungsmittel oder Zusatzstoffe steigt stetig.

## KOMMUNIKATION

### Allergenarm

2



2



#### Schon gewusst?

Menschen, die an Allergien oder Unverträglichkeiten leiden, achten beim Einkauf auf solche Eigenschaften.

## KOMMUNIKATION

### Kalorienarm

2



2



#### Schon gewusst?

Viele Konsumenten greifen zu gesunden und kalorienarmen Produkten.

## KOMMUNIKATION

### Ohne Gentechnik

2



2



#### Schon gewusst?

Gentechnikfreie Lebensmittel enthalten keine gentechnisch veränderten Organismen und wurden ebenso ohne deren Hilfe erzeugt.

## KOMMUNIKATION

### Fertigprodukt

2



2



#### Schon gewusst?

Teil- und verzehrfertige Lebensmittel werden auch als Convenience Food bezeichnet. Produzenten übernehmen Verarbeitungsschritte, um den Kunden die Zubereitung zu erleichtern.

## KOMMUNIKATION Trend-Lebensmittel

3



3



### Schon gewusst?

Ingwer, Goji-Beeren und Chiasamen zählen zu den sogenannten Superfoods und gelten als klassische Trend-Lebensmittel der letzten Jahre.

## KOMMUNIKATION Verpackungsfrei

3



3



### Schon gewusst?

Immer mehr Verbraucher fordern umweltfreundliche Verpackungen.

## KOMMUNIKATION Saisonal

3



3



### Schon gewusst?

Wer saisonale Lebensmittel aus der Region kauft, wird mit besonderer Frische und Geschmack belohnt.

## KOMMUNIKATION Qualitätsprodukt

3



3



### Schon gewusst?

Viele Konsumenten vertrauen auf Gütesiegel wie „Roter Hahn“ und „Qualität Südtirol“.

## KOMMUNIKATION Umweltschonend

3



3



### Schon gewusst?

Um gesunden Grund und Boden an die nächste Generation weitergeben zu können, muss nachhaltig und umweltschonend gearbeitet werden.

## KOMMUNIKATION Transparent

3



3



### Schon gewusst?

Laut einer deutschen Studie fordern Konsumenten vor allem bei tierischen Produkten Transparenz.