



# PROJEKT REKUK

Berufliche Weiterbildung für KüchenleiterInnen und KöchInnen von Großküchen im nachhaltigen Lebensmittel- und Küchenmanagement

## Modul Kommunikation und Marketing

### Übungsmappe



Haftungsausschluss:

"Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung trägt allein der Verfasser; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben."

Vers. 2.0



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



**ReKUK**  
Ressourcen Management Agentur





## Urheberschaft und geistiges Eigentum von:

### Projektleitung:

#### **Ressourcen Management Agentur (RMA)**

Argentinerstr. 48 / 2. OG, 1040 Wien, Österreich, [www.rma.at](http://www.rma.at)

Hans Daxbeck, Nathalia Kisliakova, Alexandra Weintraud, Irene Popp, Nadine Müller, Stefan Neumayer, Mara Gotschim

### Projektpartner (in alphabetischer Reihenfolge):

#### **Associazione Italiana per l'Agricoltura Biologica (AIAB Liguria)**

Via Caffaro1/16 - 16124 Genua, Italien, [www.aiabliguria.it/](http://www.aiabliguria.it/)

Alessandro Triantafyllidis, Giorgio Scavino, Francesca Coppola

#### **Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích**

Branišovská 1645/31A, České Budějovice 2, 370 05 Budweis, Tschechische Republik,

[www.jcu.cz/?set\\_language=cs](http://www.jcu.cz/?set_language=cs)

Prof. Jan Moudry, Dr. Jan Moudry

#### **Thüringer Ökoherz (TÖH)**

Schlachthofstraße 8-10, 99423 Weimar, Deutschland, [www.oekoherz.de](http://www.oekoherz.de)

Sara Flügel, Franziska Galander



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



R R R R R M M M M M A A A A A  
Ressourcen Management Agentur



AIAB LIGURIA  
ASSOCIAZIONE ITALIANA  
PER L'AGRICOLTURA BIOLOGICA



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



R R R R R M M M M M A A A A A  
Ressourcen Management Agentur



## ÜBUNG 1: Akteure im Lebensmittelsystem

Nennen Sie entlang der Ernährungskette (landwirtschaftliche Produktion, Lebensmittelverarbeitung, Großhandel, Einzelhandel, Verbraucher, ...) wichtige Interessensgruppen!



## ÜBUNG 2: Kommunikationsplan

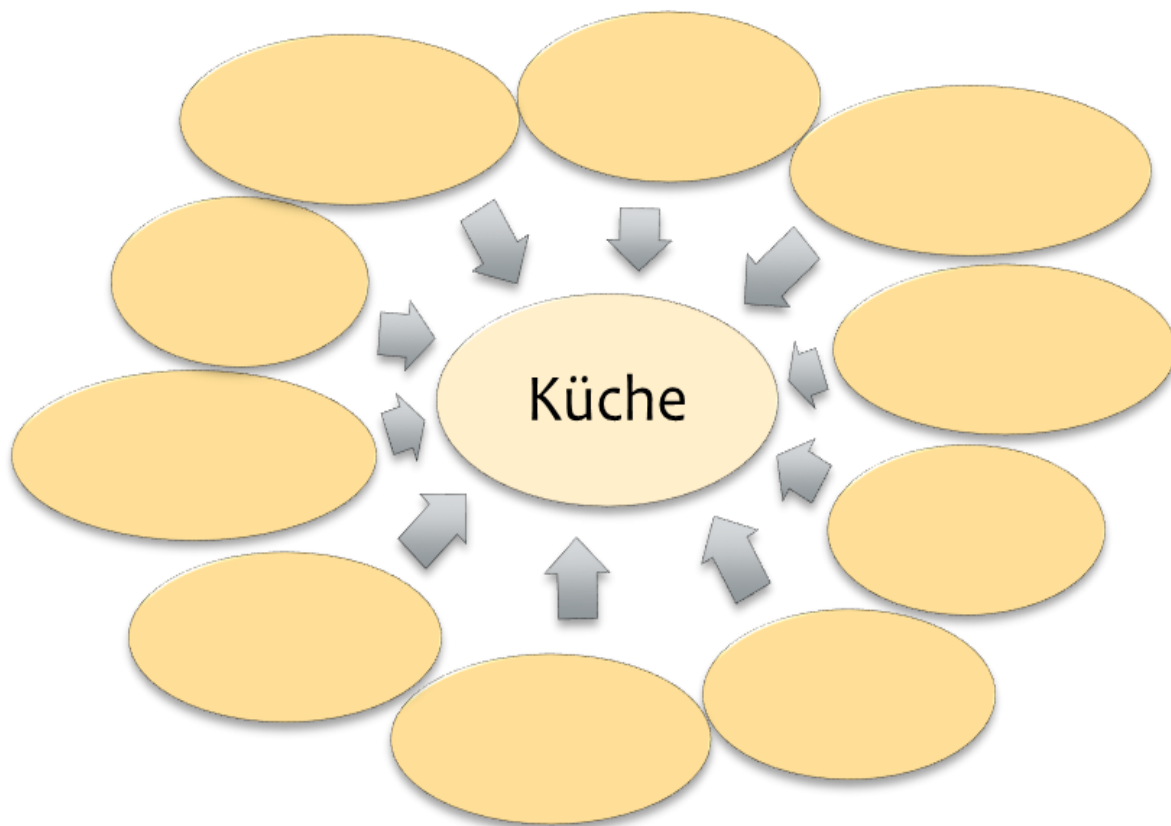
Füllen Sie die Tabelle aus und erstellen Sie einen Kommunikationsplan für Ihre Küche!

Konzentrieren Sie sich auf Folgendes	Fragestellungen	Notizen
Kommunikationsziele	Was erhoffen Sie sich von Ihrer Projektkommunikation?	
Zielgruppen und Zusammensetzung der Zielgruppen	Mit wem möchten Sie kommunizieren?	
Zweck der Kommunikation	Warum kommunizieren Sie? <i>Denken Sie darüber nach, was Ihre Kunden wissen möchten</i>	
Wichtige Kommunikationseinhalte	Was wollen Sie sagen?	
Informationsquellen	Wo finden Sie die Informationen, die Sie für Ihre Kommunikation sammeln müssen?	
Häufigkeit der Kommunikation	Wie oft möchten Sie kommunizieren? <i>Jeden Tag, Wöchentlich, monatlich, am Ende einer Veranstaltung usw.</i>	
Format und Sendemechanismus der Kommunikation	Wie empfängt die Zielgruppe diese Informationen bevorzugt? Haben Sie vor, weitere Arten von Kommunikation anzubieten? Bericht, Telefon, Website, Besprechung, formelle Präsentation usw.	
Der Messenger	Wer ist der verantwortliche Kommunikator? Wer verbreitet die Informationen?	
Erfolgsmessungen	Woher wissen Sie, ob die Kommunikation funktioniert?	

### ÜBUNG 3: Interessensgruppen

Beantworten Sie folgende Fragestellungen und identifizieren Sie Ihre Interessensgruppen!

- Welche Interessensgruppen sind für Ihre Küche relevant?



- In welcher Beziehung stehen Sie mit diesen Interessensgruppen?

- Welche Stakeholder sind besonders wichtig für Ihre Küche?

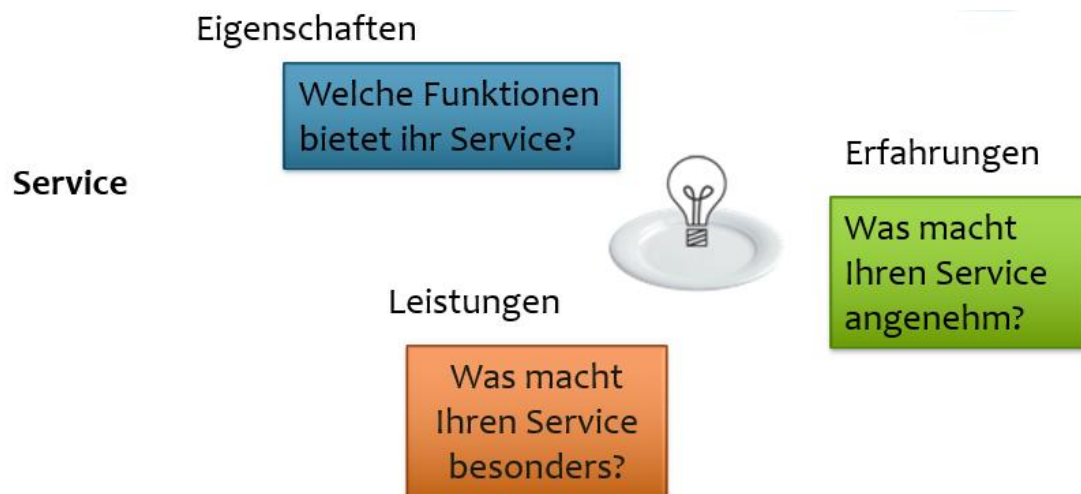






## ÜBUNG 5: Nutzenversprechen bezogen auf den Service

Beantworten Sie die drei Fragestellungen zu Ihrem Service!





## ÜBUNG 6: Marke

Füllen Sie die Tabelle aus, beantworten Sie die unterhalb angeführten Fragen und stellen Sie Ihre Marke vor!

Ihre lokale Marke ist eine Sammlung vieler Aspekte Ihrer Arbeit und Ihres Unternehmens:

Aspekte	Notizen
Vision und Unternehmensphilosophie	
Mission und Ziele	
Corporate Identity und Geschichte	
Management und Personal	
Eigenschaften und Produktqualität (Wert)	
Stil- und Pflegedienstorganisation	
Preisgestaltung	
Art der Verarbeitung und Beschaffung	
Verkaufstechniken und Vertrieb	
Kundendienst	
Kundenbetreuung und Promotion-Techniken	
Interne und externe Kommunikationsstrategie	
Relevante Produktmärkte	

- Wodurch sticht Ihre Küche hervor?
- Wodurch unterscheiden sich Ihre Speisen von anderen Küchen?
  
- Was ist Ihre Unternehmensphilosophie? Wie möchten Sie sich präsentieren?







## ÜBUNG 9: Nicht-Konsumenten

Beantworten Sie die folgenden Fragen und finden Sie mehr über Ihre Nicht-Konsumenten heraus!

- Wie viele Fragen würden Sie ihren Nicht-Konsumenten stellen? Welche Inhalte sollen die Fragestellungen abdecken?
- Würden Sie offene Fragen und/oder Multiple Choice Fragen stellen?
- Über welche Kommunikationskanäle würden Sie ihre Nicht-Konsumenten befragen?



### ÜBUNG 10: Selbstbewertung des Kommunikationsprozesses

Denken Sie über die verschiedenen Kommunikationsprozesse an Ihrem Arbeitsplatz nach, an denen Sie selbst beteiligt sind, und füllen Sie die folgende Tabelle, bezogen auf die verschiedenen Kommunikationsarten, aus.

An welcher Art von Kommunikation sind Sie an Ihrem Arbeitsplatz beteiligt?	Welche Probleme treten bei dieser Art von Kommunikation an Ihrem Arbeitsplatz auf?	Warum denken Sie, dass Probleme auftreten?	Welche Vorschläge haben Sie, die die Probleme verhindern oder reduzieren könnten?
Können Sie Vorschläge machen, wie Sie in Ihrer Organisation besser miteinander kommunizieren können?			
Können Sie Vorschläge zur Verbesserung der externen Kommunikation Ihrer Organisation machen?			



## ÜBUNG 11: Nachhaltige Veranstaltung

Welche Überlegungen sind bei der Planung einer Veranstaltung zu berücksichtigen?

Makro-Thema	Was muss berücksichtigt werden?
Veranstaltungsort	
Unterlagen für die Veranstaltung	
Verpflegung	
Unterkunft	
anderes	



## ÜBUNG 12: Informations- und Kommunikationsinstrumente

Wählen Sie geeignete Instrumente für eine bessere Information und Kommunikation innerhalb Ihres Arbeitskontextes. Begründen Sie kurz Ihre Wahl.

### Intern

- Intranet/Social Intranet
- Interne Blogs, Videos and Audiodateien
- Seminare
- Schwarzes Brett
- Diskussionsforum
- Betriebsausflüge
- Anderes: \_\_\_\_\_

### Extern

- Pressemitteilungen und Jahresberichte
- E-Mail-Nachrichten, Newsletter
- Factsheets
- Magazine, Broschüren
- Tischkarten
- Poster
- Telefonate
- Veranstaltungen
- Webbasierte Kommunikation
- Videos
- Homepage
- Social-Media
- Online Chat Tools
- Anderes: \_\_\_\_\_