# Bio-Marketing

Master

Wirtschaft

www.amu.at

fhwn we do.

FH Wiener Neustadt

Fachhochschule Wiener Neustadt

Wirtschaft . Technik . Gesundheit . Sicherheit . Sport

# Marketing-Campus

## Studieren am österreichischen Marketing Gateway

Campus Wieselburg

Produkttest, Sensoriklabor

Consumer Science Center

### //. Campus Wieselburg - Marketing studieren

Der Campus Wieselburg wurde 1999 gegründet und ist einer von vier Standorten der Fachhochschule Wiener Neustadt. Hier sind die Schwerpunkte Marketing, Innovation und Consumer Science angesiedelt.

### //. Team & Tools

Das interdisziplinär geprägte Team (Marketing, Innovation, Psychologie, Sensorik, Produktentwicklung, Kommunikation, Betriebswirtschaft, etc.) steht für anwendungsorientiertes Fachwissen bei Problemstellungen aus der Unternehmenspraxis. Zahlreiche Tools, die im Studium vermittelt werden, wurden am Campus Wieselburg entwickelt und haben in vielfältigen Projekten unter wirtschaftlichen Realbedingungen ihr Potential und ihre Machbarkeit unter Beweis gestellt.

### //. Ein Ort des Zusammenarbeitens

Der Marketing-Campus ist ein Ort des Zusammenarbeitens von Studierenden, Lehrenden, Marktexperten und Auftraggebern aus der Wirtschaft. In rund einem Dutzend Projekt-Büros, Teamarbeitszonen, einem Besprechungsraum, einer Recreation-Area und auf weiteren Freiflächen leben die Studierenden eine offene Kultur des Zusammenarbeitens, die sowohl intellektuell als auch emotional anregend sein soll. Genutzt wird auch das Ideenstudio, um die Ideen zu entwickeln, festzuhalten und zu screenen oder die große Bühne, um Arbeitsergebnisse zu präsentieren.

### //. Ausstattung

Der Campus Wieselburg verfügt über ein hoch modernes, bestens ausgestattetes Consumer Science Center, das nicht nur die gängigen Facilities der Marktforschung abdeckt (Fokusgruppenraum, Beobachtungsraum, Telefonstudio), sondern darüber hinaus die Möglichkeit bietet, im neuen Sensoriklabor Produkte auf internationalem Top-Standard zu testen oder im Innovationsstudio den kreativen Prozess zu begleiten.

**STUDIEREN IN WIESELBURG**

Wieselburg ist eine kleine, aufstrebende Stadt mit zahlreichen namhaften Unternehmen und Forschungsinstitutionen in der Umgebung.

Mit der Gründung des Campus in Wieselburg hat sich hier ein überschaubares aber aktives Studentenleben etabliert.

> Studentenwohnheim am Campus
> Event AG (Parties, Veranstaltungen)
> Sport AG (Laufen, Fitness, Fußball,..)
> Kino nebenan vom Campus
> Studentenlokale
> Skigebiete in der Nähe (30 Min.)
> Mountainbiken und Wandern

**UNTERNEHMENS-PARTNER** (AUSWAHL)

Bene, Pago, NÖM, Sonnentor, Austrian Energy Agency, Berglandmilch, bmvit, Ökostrom AG, VOEST, Frisch & Frost, OMV, Manner, Esarom, Austrian Bioenergy Center, Landfrisch, AMA, Erste Bank, WKO, Landwirtschaftskammer, Teekanne, Gourmet, Brau Union, Austria Bio Garantie, Fresenius, GrAT, Mondi, Eckes Granini, Agrar Plus, Haubenberger, Waldland, Umdasch, W&H, Europäische Union, Alchemia Nova, Tonis Freilandeier, Wolford, Stock Austria, Agrana, Demeter Austria, Landhof, Senna, Loidl, Karnerta, Efko, Tyrolia, pfi, Waldverband, McDonald's, Umdasch, Sony, KWB.

# Lernen Sie Ihr Studium kennen!

Dr. Andrea Grimm
Studiengangleitung Bio-Marketing
Fachbereichsleitung Innovationsmanagement

„Dieses in Österriech einzigartige Studium vermittelt passgenau die Kompetenzen, um biologische und ökologische Produkte zu entwickeln, produzieren und vermarkten zu können."

„Um den Ansprüchen der neuen Konsumenten gerecht zu werden, bedarf es eines umfassenden Konzeptes, das ökologische und ökonomische Werte vereint, und es bedarf einer Möglichkeit, diese Werte zu transportieren und transparent zu machen – Green Marketing eben."

Biologische und ökologische Produkte haben inzwischen die kleinen Reformhäuser verlassen und mit ihren Werten „biologisch", „ökologisch", „nachhaltig" und „fair" mehr und mehr die gesellschaftliche Mitte und die urbanen Szene-Viertel erobert.

Getragen wird diese rasante Entwicklung von Menschen, die ihren Konsum an konkreten Qualitäten wie Gesundheit, Nachhaltigkeit, Genuss oder Selbstverwirklichung ausrichten. Dieser neue „Green Lifestyle" treibt diese Entwicklungen maßgeblich voran, und bringt zahlreiche biologische und ökologische Produkte in unseren Alltag. Und hiermit hat sich in der Wirtschaft ein Bedarf an Marketingexperten mit einer Expertise in der Vermarktung von biologischen und ökologischen Produkten etabliert.

Als Green Marketers können unsere AsolventInnen ökologsiche und biologische Produkte positionieren, innovative „Grüne Produkte" entwickeln, mit Technikern und Rechtsexperten zusammenarbeiten und vor allem erfolgreich die Kunden- und Umweltbedürfnisse mit nachhaltigen Strategien erfüllen. Green Marketers sind insbesonders in der Lage, ihre Teams dahin zu leiten, kreativ zu denken und strategische Unternehmensziele zu erreichen, indem sie Konsumentenbedürfnisse auf eine nachhaltige Weise erfüllen.

Das 4-semestrige Master-Studium vermittelt zudem die Kompetenzen, biologische und ökologische Produkte entlang der Wertschöpfungskette zu gestalten, für diese effiziente Ideen und Werbekampagnen zu gestalten.

**SHORT.FACTS**

**Studiengang**
Organic Business & Marketing

**Dauer**
4 Semester

**Organisationsform**
Berufsbegleitend (Fr und Sa + Intensivwoche)

**Akademischer Abschluss**
Master of Arts in Business (M.A.)

**Voraussetzungen**
Facheinschlägige Bachelor- sowie gleich- oder höherwertige post-sekundäre Bildungsabschlüsse im Umfang von mind. 180 ECTS.

Facheinschlägig: Studiengänge mit mind. 30 ECTS in wirtschaftswissenschaftlichen Fächern und 6 ECTS in Englisch beinhalten.

**Aufnahmeverfahren**
Aufnahmegespräch, schriftlicher Test.

**Sprachen**
Deutsch & teilweise Englisch

**ECTS**
120

**Beginn**
Wintersemester (Mitte September)

**Studiengangsleitung**
Dr. Andrea Grimm

**Ort**
Campus Wieselburg

# Organic Side Up.

Die vier „P's" des Bio-Marketings studieren & erfolgreich anwenden.

//. Product
Grüne Produkte müssen höchsten Standards in Sachen umweltfreundlicher Produktion und Verpackung entsprechen. Oft dienen dem Konsumenten zur Orientierung Gütesiegel, Öko-Labels und ein ökologische Produktdesign.

//. Price
Grüne Produkte werden häufig zu höheren Preisen angeboten, die auf höhere Kosten wegen Investitionen im Umweltschutz und der Entwicklung von neuen umweltfreundlichen Produkten zurückzuführen sind. Aber die Konsumenten sind bereits, für eine höhere Produktqualität auch einen höheren Preis zu bezahlen - wenn die Marke vertrauenswürdig ist.

**BRANCHEN.**

> Lebensmittel
> Textilien
> Naturkosmetik
> Wasch- und Putzmittel
> Naturmaterialien für div. Branchen

## Marketing-Know-how für biologische und ökologische Produkte & nachhaltige Unternehmen.

//. Place
Der Hauptunterschied im Vertrieb ist die neue Richtung im Produktfluss, der nicht mehr nur einen Einwegfluss beschreibt – oft handelt es sich mittlerweile um Mehrwegsysteme.

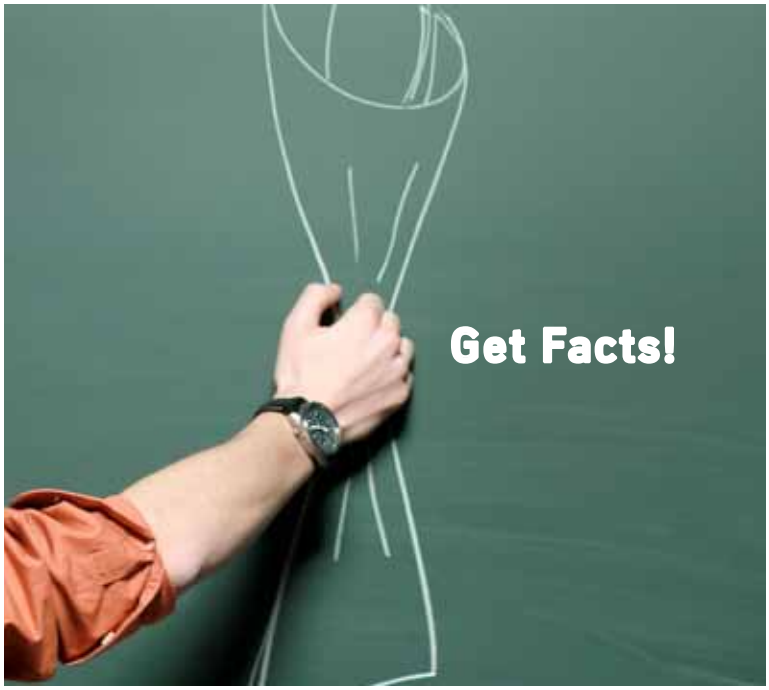
//. Promotion
Das schwierigste „P". In der Kommunikation ist inzwischen Vorsicht geboten, um „Greenwashing" zu vermeiden. Tatsächlich sind Konzepte für die Werbung, PR oder die Verpackung zu entwickeln, um den Mehrwert biologischer Produkte zu fördern und zu kommunizieren.

//. Green Entrepreneurship am Center für Unternehmensgründung
Das Center für Unternehmensgründung coacht Studierende am Campus, die mit ihren Ideen ein eigenes Unternehmen gründen möchten. Tatsächlich haben „grüne Gründungsideen" einen Vorteil im Erreichen ihrer Konsumenten. „Denn grüne Gründer sind häufig deshalb erfolgreich, weil sie ihre Produktleidenschaft in einen authentischen Spirit umsetzen und von den Konsumenten als glaubhaft wahrgenommen werden", meint Mag. Josef Farthofer, Leiter des Centers für Unternehmensgründung.

**BERUFSFELDER.**

In der Bio- & Eco-Branche, bei Institutionen oder in Unternehmen mit einem biologischen oder ökologischen Produktproduktportfolio.

> Marketing-Management
> Produkt-Management
> Qualitäts-Management
> Innovations-Management
> Unternehmensberatung
> Geschäftsführung
> Unternehmensgründung



# Praxis-Kompetenz-Konzept
# Ausbildung am Puls der Zeit.

Auftraggeber: Bio.k.
Produktvariationen, Sensorik, Konsumententest

Auftraggeber: Waldverband Österreich
Kommunikation „Waldbewirtschaftung"
Visualisierung Kommunikations-Route

Auftraggeber: Dr. med Gschnitzer
Logo, Verpackung, Marketingkonzept
Studenten-Konzept „Naturkosmetik"

//. Innovativ!

Mit dem Praxis-Kompetenz-Konzept geht der Marketing-Campus in Wieselburg seit seiner Gründung im Jahr 1999 innovative Wege in Österreich. Daher ist dieses Master-Studium ebenfalls konsequent auf den Erwerb von Praxis-Kompetenz ausgerichtet.

Die Studierenden lernen an realen Unternehmens-Projekten ihr Vorlesungswissen in Praxiserfahrung umzusetzen. Sie lernen dabei die Branche, deren Produkte und Zielgruppen kennen; gleichzeitig können sie ihr Praxiswissen auf mehreren Ebenen integriert trainieren und reflektieren: Marketing, Produktentwicklung, Marktkommunikation, Managementkompetenzen sowie die Marktstrukturen der Bio-Branche. Kurz: Es werden Ideen kreiert, technische Machbarkeiten geprüft, Wirtschaftsanalysen durchgeführt, Produkte positioniert und entwickelt, Produkt- und Verpackungsdesigns konzipiert, rechtliche Aspekte geklärt und Vermarktungskonzepte erstellt.

Für die Abwicklung stehen den Studierenden am Marketing-Campus eine eigene Projekt-Werkstatt zur Verfügung und FH-Experten zur Seite.

Mit diesem Konzept garantiert der Marketing-Campus seinen engagierten Studierenden und deren zukünftigen Arbeitgebern, dass die notwendigen Kompetenzen für die Praxis erstklassig gelernt und trainiert wurden.

Auftraggeber: Dr. med Gschnitzer
CI, Verpackung, Marketingkonzept
Studenten-Konzept „Naturkosmetik"

Auftraggeber: Sonnentor
Produktkonzept, Produktoptimierung, Sensorik

# PraxisInsight.

Das Team der Lehrenden und Vortragenden setzt sich aus Experten und Praktikern ihres jeweiligen Fachgebietes zusammen: Biovisionäre, Rechtsexperten, Produktentwickler, Sensoriker, Marketingspezialisten, Geschäftsführer, Konsumentenforscher, etc. vermitteln das Know-how um das Thema biologische und ökologische Produkte.

„Mit dem Campus Wieselburg haben wir Partner gefunden, die es sich so wie wir zum Ziel gesetzt haben, nachhaltig Freude wachsen zu lassen. Die wissenschaftliche Herangehensweise an die Themen Bio-Produkte und Konsumenten-Forschung bringt für uns in den gemeinsamen Projekten wertvolle neue Impulse und ist ein wichtiger Faktor für die Weiterentwicklung von SONNENTOR."

Johannes Gutmann
CEO Sonnentor, Lektor

„Der Campus Wieselburg ist der ideale Ort für Gründer und Innovatoren, die sich mit Grünen Ideen selbstständig machen und ein Unternehmen aufbauen wollen. Denn hier finden sie ein professionelles Umfeld, ein umfangreiches Beratungsangebot und ein prosperierendes Netzwerk für ein nachhaltiges Wachstum der eigenen Business-Idee."

Mag. Josef Farthofer
Leiter Unternehmensgründung, Bio-Unternehmer

„Die Lebensmittelbranche ist laufend gefordert, sich an aktuelle Anforderungen (Markt, Recht, Kunden, Trends) anzupassen und neue Produkte auf den Markt zu bringen. So wird auch der wachsenden Nachfrage nach Bio-Produkten Rechnung getragen, indem neue biologische Produkte entwickelt werden."

Dr. DI Gernot Zweytick
Produktentwickler

„Geschmacksunterschiede zwischen ökologischen und konventionellen Lebensmitteln können durch Rohstoffe, Zutaten, Rezepturen, den Verzicht auf Zusatzstoffe und Aromen sowie durch andere Herstellungsverfahren entstehen. Bio-Lebensmittel stellen in der Entwicklung insofern eine Herausforderung dar, weil entweder bewußt der konventionelle Geschmack nachgebaut werden muss, oder der natürliche Geschmack bewahrt werden soll."

Dipl. oec. troph. (FH) Sabrina Norckauer
Sensorik-Expertin

## AUFNAHMEVERFAHREN

Von November - Juli.

**SCHRITT 1.**
Anmeldeformular von der Homepage herunterladen (www.amu.at).

**SCHRITT 2.**
Anmeldeformular ausgefüllt mit allen notwendigen Dokumenten (in Kopie) an den Campus Wieselburg senden: Per Post an Zeiselgraben 4, 3250 Wieselburg. Per Mail an studieninfo@amu.at.

**SCHRITT 3.**
Sie erhalten die Termine für die nächsten Aufnahmeprüfungen. Sie melden sich für einen Termin unter studieninfo@amu.at an.

**SCHRITT 4.**
Teilnahme an der Aufnahmeprüfung:
- schriftliche Aufgabenstellung und
- Bewerbungsgespräch.

**SCHRITT 5.**
Sie erhalten eine schriftliche Information über die Ergebnisse der Aufnahmeprüfung. Bei positivem Ergebnis erhalten Sie eine Studienantrittserklärung, die Sie unterschrieben an den Campus zurück schicken. Damit haben Sie einen reservierten Studienplatz.

**SCHRITT 6.**
Überweisung der Studiengebühr und des ÖH-Beitrages.

**SCHRITT 7.**
Inskription.

**„FÜR SIE DA"**
**Studienberatung**
**& Termine für einen Probe-Studien-Tag.**

Jasmin Kopf M.A.
+43(0)7416 / 53000-333
studieninfo@amu.at

# Studienplan.

## STUDIENMODULE

**ORGANIC BUSINESS & MARKETING**
Sie können den gesamten Produktentwicklungsprozess von biologischen und ökologischen Produkten entlang der Wertschöpfungskette vom Rohstoff, über die Verarbeitung bis hin zum fertig entwickelten und positionierten Endprofukt managen.

**MARKETING-MANAGEMENT**
Sie wählen die Marketingstrategie für die bestehenden Märkte und stimmen alle relevanten Faktoren (Positionierung, Produktgestaltung, Kommunikation und Vertrieb) aufeinander ab.

**INNOVATIONS-MANAGEMENT**
Sie lernen die Vorgehensweise einer marktorientierten Initialisierung und Realisierung von biologischen und ökologischen Produktinnovationen.

**UNTERNEHMENSPLANUNG**
Sie erlernen die Führung, Steuerung und Weiterentwicklung eines Unternehmens.

**IDEATION**
Sie lernen, Ideen mittels Kreativitätsmethoden in strukturierten Ideenworkshops zu generieren, zu bewerten und zu selektieren.

**MANAGEMENT-KOMPETENZEN**
Sie können Mitarbeiter führen, Teams aufbauen, Veränderungsprozesse gestalten und mit Konflikten umgehen.

**WISSENSCHAFTLICHES ARBEITEN**
Sie lernen, empirische Untersuchungen zu planen, durchzuführen und auszuwerten.

| 1. SEMESTER | ECTS 30 |
|---|---|
| Einführung Organic Business | 3 |
| Nationale & internationale rechtliche Grundlagen für biologische Produkte | 3 |
| Lebensmitteltechnologie mit Bio-Bezug | 3 |
| Biologische Rohstoffmärkte | 3 |
| Grundlagen des Innovationsmanagements | 3 |
| Methoden des Innovationsmanagements | 3 |
| Marketing-Implementierung | 3 |
| Konsumentenforschung | 3 |
| Consumer Insight Organic Business | 1,5 |
| Marken-Management | 1,5 |
| Kreative Kompetenz & Ideenfindung I | 1,5 |
| Führungs- & Teamkompetenz I | 1,5 |

| 2. SEMESTER | 30 |
|---|---|
| Betriebliches Ideenmanagement | 1,5 |
| Ressourcenmanagement | 4,5 |
| Qualitätsmanagement & -sicherung | 3 |
| Angewandte biologische Produktion: | |
| - Lebensmittel | 3 |
| - Konsumgüter | 3 |
| Fachexkursion: Organic Business | 3 |
| Green Economy | 3 |
| Fallstudien zur ökologischen Produktvermarktung | 3 |
| Ecological Assessment | 1,5 |
| Ökologisches Produktdesign | 1,5 |
| Kreative Kompetenz & Ideenfindung II | 1,5 |
| Führungs- & Teamkompetenzen II | 1,5 |

| 3. SEMESTER | ECTS 30 |
|---|---|
| Consumer Driven Innovation | 1,5 |
| Patentrecht | 1,5 |
| Trendforschung | 3 |
| Organic Sales | 3 |
| Produktion ökologischer Produkte | 3 |
| Zertifizierung-Auditierung | 3 |
| Verpackung, Lagerung & Logistik | 3 |
| Organic Marketing: Food | 1 |
| Organic Marketing: Non Food | 1 |
| Kreative Kompetenz & Ideenfindung III | 1 |
| Führungs- & Teamkompetenzen III | 1 |
| Forschungsseminar | 4 |
| Diplomandenseminar I | 4 |

| 4. SEMESTER | 30 |
|---|---|
| Risiko- & Krisenmanagement | 3 |
| Methodenlehre | 3 |
| Diplomandenseminar II | 4 |
| Master-Thesis | 20 |

# Fachhochschule Wiener Neustadt

Wirtschaft . Technik . Gesundheit . Sicherheit . Sport

Campus Wieselburg . office@amu.at . +43-(0)7416-53000-0
www.amu.at . Zeiselgraben 4 . 3250 Wieselburg . Austria

FH Wiener Neustadt

**IMPRESSUM** Herausgeber: Fachhochschule Wiener Neustadt für Wirtschaft und Technik Ges.m.b.H.

Design: Dr. Andrea Grimm . Text: FHWN . Fotos: weinfranz.at, Felicitas Matern, Amri, iStock.
Stand: 02/2012 (001) . Änderungen und Druckfehler vorbehalten. Preisangaben ohne Gewähr.
Gefördert durch die Kultur- und Wissenschaftsabteilung des Amtes der NÖ Landesregierung.