



REGEF

# Produktentwicklung regional und fair

**THEMENBEREICH** | BASISDIENSTLEISTUNGEN, LEADER, GEMEINDEN | KULINARIK  
**UNTERGLIEDERUNG** | LEBENSMITTELVERARBEITUNG | JUGEND | LEADER | BILDUNG & LEBENSLANGES LERNEN  
**PROJEKTREGION** | OBERÖSTERREICH  
**LE-PERIODE** | LE 14-20  
**PROJEKTLAUFZEIT** | 22.11.2018-30.09.2019  
**PROJEKTKOSTEN GESAMT** | 4.100,00  
**FÖRDERSUMME AUS LE 14-20** | 3.280,00  
**MASSNAHME** | FÖRDERUNG ZUR LOKALEN ENTWICKLUNG (CLLD)  
**TEILMASSNAHME** | 19.2. FÖRDERUNG FÜR DIE DURCHFÜHRUNG DER VORHABEN IM RAHMEN DER VON DER ÖRTLICHEN BEVÖLKERUNG BETRIEBENEN STRATEGIE FÜR LOKALE ENTWICKLUNG  
**VORHABENSART** | 19.2.1. UMSETZUNG DER LOKALEN ENTWICKLUNGSSTRATEGIE  
**PROJEKTRÄGER** | CAMPUS EFERDING

## KURZBESCHREIBUNG

Der Campus Eferding hat sich zum Ziel gesetzt, Jugendliche in Schulprojekten und außerhalb des Unterrichts in die Entwicklung der Region einzubinden. Vernetzung mit Wirtschaft, Wertschätzung der Region mit all ihren Ressourcen und das Übernehmen von Verantwortung für

die Entwicklung der Region sind dabei Schwerpunkte.

Im Projekt "Big Picture - Jugend denkt und gestaltet Zukunft" vom Jahr 2016 erarbeiteten Jugendliche anhand von globalen Trends ihre Vorstellung einer Zukunft in der Region Eferding. Ein Thema wurde in einem Projekt vom Campus Eferding nun wieder aufgegriffen: Produkte, die regional und fair produziert werden.

Der Campus Eferding kooperierte dabei mit SchülerInnen des Gymnasiums Dachsberg - ein regionales Produkt sollte kreiert werden - von der Idee bis zur Markteinführung lernten die Jugendlichen somit das Thema Produktentwicklung kennen.

## AUSGANGSSITUATION

Im Rahmen des Projektes „Big Picture – Jugend denkt und gestaltet Zukunft“ wurde im Jahr 2016 von Schüler/innen des Gymnasiums Dachsberg der Wunsch geäußert, „fair trade-Produkte“ in der Region Eferding sichtbar zu machen bzw. anzubieten. Die Kreation eines eigenen Produktes wurde überlegt.

Der Wahlpflichtgegenstand „theoprax“ bietet SchülerInnen der AHS die Möglichkeit, im Zuge des Schulunterrichts Theorie und Praxis anhand von konkreten Aufgabenstellungen aus der Wirtschaft zu verbinden. Der Campus Eferding hat auf Basis der Ergebnisse von Big Picture ein Folgeprojekt beauftragt, in dem sich SchülerInnen mit regionalen und „fairen“ Produkten befassen sollten.

Der Auftrag des Campus an die theoprax-Gruppe lautete:

- Analyse der derzeitigen Angebote/Aktivitäten zu diesem Thema in der Region
- Suche von Partnern (Firmen, Vereine, Kaufmannschaft, ...), die Aktivitäten zu diesem Thema in Zukunft unterstützen würden
- Ideen für eines neuen Produkt/für neue Produkte/für Aktivitäten, die in der Region in Abstimmung mit den Partnern neu platziert werden könnten (z.B. Eferdinger Land-Stofftaschen, give aways für die Landesausstellung, usw.)
- Verkaufsmöglichkeiten/Vertrieb dieser Produkte/dieses Produktes bzw. Marketingmöglichkeiten für neue Aktivitäten

## ZIELE UND ZIELGRUPPEN

Jugendliche sollten an und mit den Themen der Region lernen. Obst und Gemüse geben uns regionale Identität. Die SchülerInnen konnten im Projekt den Weg eines Produktes von der Idee bis zur Markteinführung selbst erleben.

Die SchülerInnen hatten im Rahmen des Projektes die Möglichkeit, eine Produktentwicklung zu einem regional relevanten Thema (Obst und Gemüse) durchzuführen. Dabei lernten sie:

- wie ein neues Produkt kreiert wird (welche Lebensmittel passen zueinander, wie wirken sich die Inhaltsstoffe auf den Preis aus, welche Zutaten sind wie und wann verfügbar, usw.),
- wie genau man mit Rezepturen umgehen muss,
- welche Produktionsschritte erforderlich sind
- welche Vorschriften es hinsichtlich Produkt-Kennzeichnung gibt,
- wie Marketing für ein Lebensmittel umzusetzen ist
- wie der Vertrieb (Zielgruppendefinition, Vertriebskanäle) geplant werden muss.

Jugendliche lernten auf diesem Weg den Wert von Lebensmitteln zu schätzen.

Ein Projekt, das die Wichtigkeit von Regionalität und Saisonalität und die Produkte der heimischen Produzenten in den Vordergrund stellt.

### PROJEKTUMSETZUNG UND MASSNAHMEN

Mit der efko konnte ein Partner zur Entwicklung eines neuen Fruchtquetschbeutels = „Quetschis“ gefunden werden. Folgende Schritte wurden durchgeführt:

- Erarbeitung einer neuen Rezeptur für einen „Quetschi“ in der Entwicklungsabteilung der Firma efko in Naarn
- Grafische Gestaltung eines Etiketts, das den Vorschriften der Lebensmittelkennzeichnungsverordnung entspricht
- Abfüllung und Etikettierung von 500 Stück „Quetschis“
- Marktforschung für eine mögliche Markteinführung inkl. Auswertung, Überlegungen hinsichtlich Zielgruppe und Vertriebsmöglichkeiten

Die Schülerinnen wurden angehalten, in der Produktentwicklung ökologische Aspekte im Hinblick auf Verfügbarkeit von Zutaten, Ökologie (z.B. Verpackung) mitzudenken.



REGEF



REGEF



REGEF



REGEF