Foto: agrarfoto.com

Heike Sauer

Ideen zur Gemüse-vermarktung

„Gemüse und Kunden – wie treffen sie aufeinander?" Die Kurzzeitklassen an der LVG Heidelberg präsentierten ihre Projektergebnisse bei der Gemüse-Tagung.

An der Staatlichen Lehr- und Versuchsanstalt Heidelberg (LVG) ist die Vortragstagung „Gemüse" seit Langem fest etabliert. Jedes Jahr im November erhalten hier 80 bis 100 Besucher Einblicke und neue Impulse zu unterschiedlichen Themen der Branche, unter ihnen zahlreiche Mitarbeiter von Gemüsebaubetrieben und Berater im Gemüsebau, aber auch Berufsschüler. Seit fünf Jahren erarbeitet die Kurzzeitklasse „Gemüsebau" im Vorfeld dieser Veranstaltung ein Schul-Projekt, das inhaltlich an das jeweilige Thema der Vortragstagung gekoppelt ist. Im vergangenen Jahr befasste sich die Vortragstagung mit „Ideen und Konzepten zur Gemüsevermarktung". Dazu passend wurde ein Schul-Projekt zur Frage „Gemüse und Kunden – wie treffen sie aufeinander?" initiiert.

Enger Zeitrahmen

Im November befinden sich die Kurzzeitklassen am Anfang ihrer insgesamt viermonatigen Präsenzphase an der LVG Heidelberg (siehe Schulporträt auf Seite 31) und haben lediglich zwei Wochen Vorbereitungszeit. Es gilt, das Projekt in nur zwölf bis 16 Unterrichtsstunden zu erarbeiten. Angesichts dieses eng gesetzten Zeitrahmens versteht es sich von selbst, dass die Ergebnisse nicht allzu sehr in die Tiefe gehen können. Das Projekt zielt weniger darauf, detaillierte Erkenntnisse zu gewinnen, sondern vielmehr darauf, grobe Tendenzen aufzuzeigen.

So auch bei dem letztjährigen Projekt. Zunächst standen im Unterricht allgemeine Überlegungen im Mittelpunkt, wie zum Beispiel die Frage, welche Faktoren bei der Vermarktung von Gemüse von Bedeutung sind (Manpower, finanzielle Mittel, geeignete Absatzmärkte). Auch sollten die Schüler schätzen, wie groß auf die Gesamtheit gesehen der Anteil der verschiedenen infrage kommenden Vermarktungsmöglichkeiten ist. Eines der aufschlussreichsten Ergebnisse: Der Anteil der Direktvermarktung wurde auf 30 Prozent geschätzt – ein auffallend hoher Prozentsatz, der sich vermutlich damit erklären lässt, dass viele der Schülerinnen und Schüler aus dem ökologischen Gemüseanbau mit Direktvermarktung kommen.

Tatsachen-Check

In einem nächsten Schritt galt es, die theoretischen Überlegungen und Einschätzungen einem Tatsachen-Check zu unterziehen. Wie ist der aktuelle Stand der Dinge in puncto Gemüsevermarktung und in welche Richtung geht die künftige Entwicklung? Als Recherchebasis erhielten die Schüler verschiedene Quellen und Datengrundlagen. Zusätzlich haben sie selbstständig im Internet recherchiert und sich die Informationen beispielsweise aus entsprechenden Internet-Portalen zusammengesucht. Dass sie dazu Tablets nutzten, ist natürlich kein Zufall, denn dem Lernen mit neuen Medien kommt an der LVG Heidelberg ein hoher Stellenwert zu.

Für ihre Recherchen haben sich die insgesamt zehn Schüler in drei themenbezogene Gruppen aufgeteilt. Gruppe 1 beschäftigte sich mit der Direktvermarktung, Gruppe 2 mit genossenschaftlichen Erzeugergemeinschaften und Gruppe 3 mit sonstigen Absatzmärkten wie zum Beispiel Solidarischen Landwirtschaften oder dem Modell der Gemüse-Selbsternte. Erst nach einer kurzen Anlaufphase erfuhren die Teilnehmer, dass sie das, was sie gerade erarbeiteten, bei der Tagung vortragen würden. Dies war zwar mit einem gewissen Überraschungseffekt verbunden, hat die Schüler aber auch zusätzlich motiviert. Denn es machte ihnen deutlich, dass ihre Arbeit nicht dem puren Selbstzweck dient.

Bisher haben sich die Projektteilnehmer immer engagiert ans Werk gemacht – so auch dieses Mal. Um einen Überblick zu gewinnen, sammelten die Schüler an einer Pinwand mögliche Absatzwege. In einem nächsten Schritt erstellte jede Gruppe aus ihren Rechercheergebnissen eine Powerpoint-Präsentation, die jeweils ein Gruppenmitglied anschließend im Plenum vorstellte und erläuterte. Aus den Einzelergebnissen wurde eine Gesamtschau erarbeitet, die in eine gemeinschaftliche Powerpoint- und Pinwand-Präsentation mündete. Dabei konnten die Schüler frei wählen, in welcher Form sie die Resultate ihrer Arbeit visualisieren wollten.

Präsentation

Bei der November-Tagung 2016 war es so weit: In einem 15- bis 20-minütigen Vortrag präsentierte die Kurzzeitklasse ihr Projekt „Gemüse und Kunden – wie treffen

sie aufeinander?“ Wichtig war dabei, dass sich alle Schüler an der Präsentation beteiligten. Zwar lag die Moderation in den Händen eines Einzelnen. Aber auch alle anderen Schüler äußerten sich zu den Inhalten und Ergebnissen, die sie erarbeitet hatten. Wie schon in den Jahren zuvor, ist die Projektvorstellung auch dieses Mal bei den Zuhörern sehr gut angekommen.

Dieser Erfolg dürfte nicht zuletzt der authentischen Herangehens- und Betrachtungsweise der Schüler zu verdanken sein. Sie lassen Erfahrungen aus der eigenen Betriebspraxis in ihren Vortrag einfließen. In der anschließenden Feedbackrunde werden stets Fragen aus dem Publikum gestellt, was die Schüler aber noch nie im Sinne eines „Kreuzverhörs“ als negativ empfunden haben. Im Gegenteil: Dass sie diese Situation gemeistert haben und dass sie es generell geschafft haben, gemeinsam ein Projekt auf die Beine zu stellen, stärkt ihr Selbstbewusstsein. Die Projektteilnehmer wachsen mit ihrer Aufgabe.

Ergebnisse

Eigentlich hatten die Schüler erwartet, dass beim Gemüse der Anteil des Ab-Hof-Verkaufs, sprich der Direktvermarktung steigt. Doch diese Annahme entpuppte sich als falsch. Der Anteil der Direktvermarktung bewegt sich konstant bei etwa zehn Prozent, tendenziell ist er sogar eher rückläufig. Diejenigen, die vom Trend zur regionalen Vermarktung profitieren, sind dagegen die Discounter mit 41 Prozent und die Vollsortimenter mit 28 Prozent (siehe Foto). Die restlichen circa 20 Prozent sind den Recherchen der Schüler zufolge durch Großverbraucher wie Großküchen und Restaurants belegt.

Die Gründe für die gegenläufige Entwicklung bei der Direktvermarktung auf der einen und den Discountern sowie Vollsortimentern auf der anderen Seite zu erörtern, war ebenfalls Gegenstand des Projektes. Die Schüler diskutierten darüber, dass eine der Ursachen – insbesondere im Fall von Discountern – zweifellos der niedrigere Preis sei. Auch die Zeitersparnis, die daraus resultiert, dass man alle oder zumindest einen großen Teil der benötigten Lebensmittel an derselben Verkaufsstätte findet, spielt sicherlich eine Rolle. In einem nächsten Schritt machten sich die Schüler Gedanken darüber, wie man den Anteil der Direktvermarktung steigern könnte. Hier kamen Vorschläge wie zum Beispiel: „sich von Discountern abheben, indem man eine besondere Ware anbietet“ oder „andere Gemüsesorten ins Sortiment nehmen“.

Foto: LVG Heidelberg

Discounter und Vollsortimenter profitieren vom Trend zur regionalen Vermarktung.

Lernziele

Das Schul-Projekt bietet eine gute Übung für die weitere Ausbildung. So brauchen die Schüler die Präsentationsfähigkeiten, die hier geschult werden, auch für Referate und die mündliche Prüfung, in der sie die von ihnen verfasste Hausarbeit präsentieren. Absatzmärkte eruieren und beurteilen, Infoportale im Internet kennenlernen und online Literaturrecherchen durchführen, Gelesenes zusammenfassen und interpretieren, in Gruppen etwas erarbeiten und die Ergebnisse mündlich vortragen – all das sind Lernziele, denen die Schüler mithilfe des Projekts näherkommen.

Was allerdings zu kurz kommt, ist eine Erfolgskontrolle. Auch die mit zwei Wochen sehr knapp bemessene Zeit ist sicherlich nicht ganz unproblematisch. Dies ist zum einen durch die komprimierte Form der Kurzzeitklasse und zum anderen dadurch bedingt, dass die Vortragstagung „Gemüse“ vom zeitlichen Rahmen der Präsenzphase her gesehen sehr früh liegt. Anderseits sind die Schüler im späteren Verlauf zunehmend mit Hausarbeiten und Prüfungen beschäftigt, sodass der frühe Zeitpunkt wiederum Vorteile birgt.

Heterogene Klassen

Eine pädagogische Herausforderung stellt die Heterogenität der Klasse dar. Die Studierenden der Kurzzeitklasse haben meist sehr unterschiedliche Bildungsabschlüsse und das Herangehen an Aufgaben muss geübt werden. Wie geschult ist der Betreffende im Interpretieren von Schaubildern und Grafiken? Dies kann von Schüler zu Schüler stark voneinander abweichen. Während der eine im Umgang mit dem Tablet bereits erfahren ist, tut sich der andere damit noch schwer. Während manche Schüler von Natur aus eloquent und redegewandt sind, trauen sich andere kaum, vor Publikum zu sprechen. Lehrkräfte stehen dabei vor der Frage, wie viel man den Schülern vorgeben soll und ob es sinnvoll ist, weniger Material einzusetzen, um die Schwächeren nicht zu überfordern.

Als sehr hilfreich hat es sich erwiesen, die einzelnen Schüler an ihrem jeweiligen Erfahrungshorizont abzuholen. Auf diese Weise können sie einen motivationsfördernden persönlichen Bezug zu den Projektinhalten herstellen. Eine ausgesprochen erfreuliche Beobachtung: Die Projektschüler versuchen sich gegenseitig zu unterstützen. Das erzeugt positive Gruppeneffekte und eine gute Arbeitsstimmung. ■

Die Autorin

Heike Sauer
Agraringenieurin und Fachlehrerin für Gemüsebau an der Staatlichen Lehr- und Versuchsanstalt Heidelberg
heike.sauer@lvg.bwl.de