



SKIVRE Trainingsmodul 3:

KLOSTERPRODUKTE

Übungen

Autor*innen:

Sabrina Rota

Matthias Wagner

Karin Drda-Kühn

Einrichtungen:

**Kloster Bronnbach,
Deutschland**

**media k GmbH,
Deutschland**



Kofinanziert durch das
Programm Erasmus+
der Europäischen Union

Die Unterstützung der Europäischen Kommission für die Erstellung dieser Veröffentlichung stellt keine Zustimmung zu den Inhalten dar, die nur die Ansichten der Autoren widerspiegeln. Die Europäische Kommission kann nicht für die Verwendung der darin enthaltenen Informationen verantwortlich gemacht werden. Projektnummer: 2018-1-DE02-KA202-005023

Erklärung zum Urheberrecht diese Trainingmoduls:



Dieses Werk steht unter einer Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Es steht Ihnen frei:

- zu teilen - kopieren und verteilen Sie das Material in jedem Medium oder Format
- anzupassen - remixen, transformieren und bauen Sie auf dem Material auf

unter den folgenden Bedingungen:

- Namensnennung - Sie müssen eine entsprechende Angabe machen, einen Link zur Lizenz angeben und vermerken, ob Änderungen vorgenommen wurden. Sie können dies in jeder angemessenen Weise tun, aber nicht in einer Weise, die darauf hindeutet, dass der Lizenzgeber Sie oder Ihre Nutzung unterstützt.
- Nicht kommerziell - Sie dürfen das Material nicht für kommerzielle Zwecke verwenden.
- ShareAlike - Wenn Sie das Material remixen, transformieren oder darauf aufbauen, müssen Sie Ihre Beiträge unter der gleichen Lizenz wie das Original verteilen.

Die vollständigen Lizenzbedingungen finden Anwendung und sind hier zugänglich: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/legalcode.de>

Überprüfen Sie Ihr Wissen

Übungen

Übung 3.1 - Original Klosterprodukte

Beantworten Sie die Frage: Welche Eigenschaften gelten für ein ORIGINAL Klosterprodukt?

ANTWORTEN:

authentisch, natürlich, gesund, aus biologischen Zutaten hergestellt, von hoher Qualität.

Einzigartigkeit, das Besondere, kann nicht überall gekauft werden, stark verbunden mit dem Ort oder der Region.

Übung 3.2 - Klassifizierung der monastischen Produkte

Welche der definierten Klassifizierungen sollte unbedingt eingehalten werden, um noch als Klosterprodukt betrachtet zu werden?

ANTWORTEN:

richtig: *Original und authentisch; erworbenes Original und authentisch; extern nur für das Kloster produziert*

falsch: *Souvenirs und andere Gegenstände*

Übung 3.4 - Entwicklung neuer Klosterprodukte

Entwickeln Sie Ideen für neue Klosterprodukte und folgen Sie der Methode der "Acht Stufen im neuen Produktentwicklungsprozess" (2.1). Wenden Sie sie gemäß den Richtlinien Ihres Klosters an und adaptieren Sie sie entsprechend für Ihren Klosterladen.

8 Stufen der Entwicklung von Klosterprodukten	Entwicklung von neuen Klosterprodukten
Schritt 1: Idee oder Ideengenerierung	
Schritt 2: Ideenscreening und Bewertung	
Schritt 3: Konzeptentwicklung und Testlauf	
Schritt 4: Entwicklung der Marketingstrategie	
Schritt 5: Unternehmensanalyse	
Schritt 6: Produktentwicklung	
Schritt 7: Markttest	
Schritt 8: Kommerzialisierung	

Übung 3.5 - Identifizieren Sie Ihre Zielgruppe

Es wird empfohlen, diese Übung mit der Übung 6.2 in Modul 6 zu beginnen. Diese Übung hilft, eine Umfrage zu erstellen, um mehr über Ihre Besucher*innen und deren Erwartungen zu erfahren. Sie werden es erleben: Aus den Antworten können Sie viele nützliche Informationen über Ihre Zielgruppen ableiten. Bitte füllen Sie die untenstehende Tabelle entsprechend aus:

Besucherguppe gemäß Lerneinheit 3.3	Erwartungen dieser Gruppe an Ihre klösterlichen Produkte (gemäß einer Umfrage oder nach Erfahrung des Personals)	Welches Ihrer Produkte entspricht diesen Erwartungen?
Einheimische		
Einheimische aus der Region		
Einheimische, die ihre Besucher*innen mitbringen		
Sonstige		
Touristen*innen		
Nationale Besucher*innen		
Internationale Besucher*innen		
Bustourist*innen		
Wanderer*innen		
Radfahrer*innen		
Paare im Alter von 20 - 30 Jahren		
Paare im Alter von 30 - 60 Jahren		
Paare 60+		

Familien mit Kleinkindern		
Familien mit Teenagern		
Sonstige		
Spirituelle Tourist*innen / Gläubige		
Pilger*innen		
Menschen, die hauptsächlich aus Glaubensgründen kommen		
Sonstige		
Bildungsmotivierte Klostergäste		
Interessierte an Baugeschichte, Kunstgeschichte, Klostergarten, etc.		
Schulklassen		
Teilnehmer*innen an Seminaren oder Workshops in Ihrem Kloster		
Sonstige		

Nach den Ergebnissen dieser Übung:

Bewerten Sie Ihre Produktpalette bitte neu: Können Sie mit Ihrem Angebot allen Zielgruppen entgegenkommen oder fehlt offensichtlich etwas?

Übung 3.6 – Der Klosterladen

Können Sie noch andere Produkte finden und in Tabelle 3 ergänzen: typisches klösterliches Produktportfolio?

Klosterhandwerk	<ul style="list-style-type: none">▪ Keramik▪ Kleidung▪ Schuhe▪ Schmiedehandwerk▪ Holzhandwerk▪ Näharbeiten▪ Kloster- Heilmittel
Körperpflege	<ul style="list-style-type: none">▪ Haarpflege▪ Hautpflege▪ Parfüms
Lebensmittel	<ul style="list-style-type: none">▪ Fleisch & Wurstwaren▪ Obst & Gemüse▪ Gebäck & Süßigkeiten▪ Marmeladen▪ Teesorten▪ Gewürze▪ Öl▪ Senf▪ Essig▪ Honig▪ Säfte

Wein & Spirituosen	<ul style="list-style-type: none"> ■ Wein ■ Bier ■ Liköre ■ Brandy
Medien	<ul style="list-style-type: none"> ■ Bücher ■ Musik ■ Filme
Spirituell	<ul style="list-style-type: none"> ■ Devotionalien: Rosenkränze, Kreuze, Statuen ■ Kerzen und Weihrauch
Souvenirs	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ansichtskarten ■ Bleistifte ■ Bierkrüge ■ Weingläser

Übung 3.7 - Überprüfen Sie Ihre eigenen Klosterprodukte

Ausgehend von der Tabelle 3 (typisches klösterliches Produktportfolio): Überprüfen Sie bitte die Produkte in Ihrem eigenen Laden nach ihrer Herkunft. Identifizieren Sie nun die verschiedenen Kategorien der Produkte prozentual. So haben Sie einen guten Überblick über Ihr Sortiment. Ist es ein ausgewogenes Angebot oder nicht?

	Produkt	geschätzter prozentualer Anteil an Ihrem Sortiment
Klosterhandwerk		
Körperpflege		
Lebensmittel		

