

Christoph Pfemeter; Biomasseverband
Geschäftsführung, Chefredakteur Ökoenergie, Vorstand UWD, Vizepräsident Aebiom
 „Marketing und Innovation brauche ich in der Verbandsarbeit im Spannungsfeld zwischen Wald-, Holz- und Energiewirtschaft täglich, daher war die Diplomarbeit am Institut eine sehr gute Wahl!“



„Durch das Studium wurde mir bewusst, welche Hebelwirkung der Aufbau regionaler Marken in einer globalisierten Welt für heimische Märkte haben kann.“
Internationale Programme & Projekte Trainee
Rekha Buchegger; Austrian Development Agency



Jürgen Sieber; Massey Ferguson
Director Sales Europe & Middle East
 „Die BOKU und hier vor allem das Agrarmarketing Institut bietet eine der umfassendsten Allgemeinbildungen mit Fokus auf Marketing, Marktforschung und deren Umsetzung in die Praxis. Als Seminarleiter der Agrarmarketing Seminare habe ich Präsentationstechniken erlernt die heute immer noch nachwirken!“

„Meine Thesis mit einem Praktikum zu kombinieren war der erste wichtige Karriereschritt. Die Unterstützung durch meinen Betreuer war dabei unerlässlich.“
Product Marketing, Product Intelligence & Projects
Christof Feuerhake; Case ICH & Stery



Bernadette Laister; Landwirtschaftskammer NÖ
Strategische Kommunikation, Kampagnenmanagement
 „An der BOKU entdeckte ich meine Leidenschaft für Agrarkommunikation. Ein guter Dialog mit der Gesellschaft schafft Vertrauen, Wertschätzung und Wertschöpfung. Aufmerksamkeit ist begrenzt, (nur) Kommunikation wirkt!“

„Ich konnte mit diesem Studium mein Denken in natürlichen Lebenskreisläufen mit Wirtschaft verbinden. Das war mein Grundstein für Managementkybernetik und Selbstorganisation für Unternehmen.“
Geschäftsführung
Walter Wagner; Konflux



Helmut Moosbrugger; Winkelbauer GesmbH
Einkaufsleitung
 „Mein Studium hat mich gelehrt, dass der LEH ein Berufsfeld ist, in dem ich sowohl meine Innovationsfreude und Leidenschaft für die Produktentwicklung sowie mein Verantwortungsbewusstsein für die LW voll einbringen kann.“

„Das Studium am Institut hat mein Interesse am LEH geweckt und meinen Wunsch gefestigt, an der Entwicklung von Lebensmitteln mitzuwirken.“
Produktmanagement Eigenmarken
Christoph Manhartseder; REWE Group



Christian Huber; Ganglbauergut zu Brandstatt
Bauer, Geschäftsführer, Eigentümer
 „Das Studium war augenöffnend, über die eigenen Betriebsgrenzen hinauszudenken und hat mir wichtige Aspekte der LW wie Vermarktung von Produkten, Erforschen von Kundenwünschen und Einblicke in globale und europäische Agrarpolitik bzw. das Verhalten agrarischer Warenströme ermöglicht.“

„Durch meine Arbeit am Institut habe ich gelernt, wie wichtig es ist, die Beweggründe von Kunden zu kennen, um Produkte erfolgreich zu vermarkten.“
Naturraummanagement Forstbetrieb Wienerwald
Alexandra Wieshaider; Ö. Bundesforste AG



Tobias Stern; UNI Graz, Institut für Systemwissenschaften
Innovations- & Nachhaltigkeitsforschung
 „Während meiner Zeit am Institut habe ich gelernt die Interaktionen zwischen Markt, Innovation und Marketing zu analysieren und zu verstehen.“

Dominik Wiedenhofer; BOKU, Institut für Soziale Ökologie
Senior Scientist
 „Durch das Studium wurde ich hervorragend für die Komplexität der globalen Umwelt- und Nachhaltigkeitskrisen sensibilisiert und zur Forschung an der notwendigen gesellschaftlichen Transformation motiviert.“



Einzelhandel

NGOs

Beratung

Land- & Forstwirtschaft



Günther Jauk; Holzkurier
Stellvertretender Chefredakteur
 „Die Vorlesungen am Institut für Marketing und Innovation waren die ideale Ergänzung zum sonst eher technischen Studium Holztechnologie und Management. Auf das dort erlangte Wissen greife ich immer wieder gerne zurück.“

ALUMNI
Institut für Marketing & Innovation

Forschung

Agrarjournalismus

Großhandel

Regierungsorganisationen

Einzelunternehmen

Agrar- & Forsthandel

Bianca Blasl
Journalistin, Bloggerin
 „Menschen mit Essen und Landwirtschaft zu begeistern, das hat mich unser Institut gelehrt. Let's make Landwirtschaft leiwand again!“ #leiwandlandwirtschaft @melange.in.gummistiefeln
 Zu finden in



Lukas Haunold; AGRANA Fruit
Regional Category Buyer
 „Internationale Projekte & das Behandeln zahlreicher globaler Agrar- und Ernährungsthemen am Institut haben in mir das Interesse geweckt auch beruflich in einem internationalen Umfeld zu arbeiten.“

„Bei meinem Studium am Institut habe ich gelernt, wie man Nachhaltigkeit von einem Schlagwort in messbare und wirtschaftlich umsetzbare Instrumente überträgt und wie gute Innovationsförderung Wirtschaft und Gesellschaft beim Wandel zu mehr Nachhaltigkeit unterstützen kann.“
Deputy Director, Forestry Division
Ewald Rametsteiner; FAO



Verarbeitungsindustrie



Julia Petritsch; AGRANA
Global Sales and Marketing Manager Bentine
 „Durch die Kurse am Institut habe ich meine Interessen entdeckt.“ „Man kann einen Menschen nichts lehren, man kann ihm nur helfen, es in sich selbst zu entdecken.“ (Galileo Galilei)“

„Das Studium Agrarökonomie lieferte die Grundlage von meinem beruflichen Werdegang und vermittelte alles Wissen, um im Management erfolgreich sein zu können.“
Landesgeschäftsführer Maschinenring NÖ-Wien
Gernot Ertl; Maschinering



Karin Doppelbauer; NR-Abgeordnete
Sprecherin für Budget, Finanzen & Landwirtschaft
 „Neben der fachlichen Ausbildung auf hohem internationalem Niveau habe ich vor allem team- und lösungsorientiertes Arbeiten und einen hohen Grad an Eigenorganisation für meine späteren Aufgaben mitgenommen.“

„Vieles im Leben ist Marketing. Auch in der Interessenvertretung geht's um klare Positionen (Product), den Wert dahinter (Price), Netzwerke (Place) und Kommunikation (Promotion).“
EU und Internationale Beziehungen
Andreas Thurner; LK Österreich



Christine Denk; Spitz Fruchtsäfte
Senior Brand Management
 „Erfolgreiches, nachhaltiges Lebensmittelmarketing, ohne den Bezug zur landwirtschaftlichen Basis zu verlieren - ein sinnstiftender Beruf, für den man am Institut das beste Handwerkszeug mitbekommt.“

„Unser Studium hat auf einzigartige Weise Naturwissenschaften, Technik und Wirtschaft kombiniert – und all diese Dinge braucht man auch im Marketing für Lebensmittel.“
Internationales Marketing
Erich Teufel; Rauch Fruchtsäfte



Josef Penzinger; AGRARCONSULTING
EPU Beratung & Kommunikation für LW & LT
 „Die Komplexität der LW macht es notwendig, sich sehr viel mit „dem Inneren“ von Betrieben zu beschäftigen, also mit Produktion & BW. Am Institut habe ich gelernt den Blick „nach außen“ zu richten, mich mit Märkten, Kunden, Kundennutzen & Wertschöpfung zu beschäftigen.“

„An der BOKU wurden wir dazu motiviert einen Businessplan zu schreiben. Die anfänglich fiktive Idee von einem natürlichen Kaugummi aus dem Wald überzeugte uns jedoch so sehr, dass wir eine Firma gründeten und nun Alpengummi „den ersten natürlichen Kaugummi der Alpen“ verkaufen.“
Claudia Bergero, Sandra Falkner; Alpengummi

