

Jetzt neu!

Eine kreative Produktentwicklung zur Wachstumslogik im Lebensmittelregal

Kurzbeschreibung

In Kleingruppen entwickeln die Teilnehmenden in einem kreativen Prozess ein eigenes neues Produkt. Dies präsentieren sie den anderen Teilnehmenden in Form eines Werbespots. Im Anschluss daran reflektieren sie darüber, auf welchen Grundannahmen ihre Produktentwicklung basiert und welche Konsequenzen die Wachstumslogik für die Produktion unserer Lebensmittel hat. Im Anschluss kann eine Präsentation zu Zusatzstoffen in Lebensmitteln gezeigt werden.



9 - 20



50 - 70 Minuten



Scheren, Kleber, Marker, Buntstifte, Papier
Arbeitsmaterialien auf der CD: Zutatenliste, Arbeitsaufträge, Präsentation

Ablauf

Vorbereitung

Die Zutatenlisten und Arbeitsaufträge müssen in der Anzahl der Kleingruppen ausgedruckt werden. Es sollten Papier, Flipchart, Stifte und Buntstifte bereitgestellt werden, um den TN einen kreativen Prozess für die Produkt- und Werbespotentwicklung zu ermöglichen.

Durchführung

1. Produktentwicklung (20 Minuten)

Die TN bilden Kleingruppen á 3 bis 4 Personen. Alle Kleingruppen erhalten eine Zutatenliste und den folgenden Arbeitsauftrag:

Stellt euch vor, ihr seid ein Unternehmen, das Lebensmittel herstellt. Ihr möchtet ein neues Produkt auf den Markt bringen.

1. Schafft ein neues Produkt aus verschiedenen Zutaten der Liste. Ihr dürft auch neue Zutaten hinzufügen, die nicht in eurer Liste enthalten sind. Einzige Voraussetzung: Das Produkt muss sich für eure Firma lohnen.

2. Bestimmt einen Preis für euer Produkt und gestaltet ein Werbeplakat. Entwickelt einen zwei- bis dreiminütigen Werbespot für euer Produkt, in dem ihr den anderen Gruppen folgende Punkte präsentiert:

- Name des Produkts
- Eigenschaften
- Gründe, das Produkt zu kaufen
- Preis des Produkts

2. Ergebnispräsentation der Kleingruppen (15-25 Minuten)

Im Anschluss daran kommen die Teilnehmenden wieder zusammen. Die Kleingruppen stellen nun ihre Werbespots vor den anderen Gruppen vor. Dazu bietet es sich an, eine kleine Bühne einzurichten, auf der die Gruppen ihre Produkte präsentieren. Nach jeder Präsentation haben die anderen Gruppen die Möglichkeit, kurz Rückfragen zu dem vorgestellten Produkt zu stellen. Als Letztes bittet der/die Teamende jeweils die Gruppe, die ihr Produkt präsentiert hat, die Zutaten zu nennen, die ihr Produkt beinhaltet (falls nicht bereits geschehen).

Auswertung (15-30 Minuten)

Nachdem alle Kleingruppen ihre Produkte vorgestellt haben, erfolgt die Auswertung. Dazu können folgende Fragen gestellt werden:

Auswertung der Präsentationen

- Welchen Eindruck habt ihr von den entwickelten Produkten?
- Nach welchen Prinzipien und Annahmen habt ihr eure Produkte hergestellt? Was war euch wichtig?
- Warum glaubt ihr, hat das von euch entwickelte Produkt Erfolg auf dem Markt?

Dynamiken und Folgen der Wachstumslogik im Lebensmittelsektor

- Wie entstehen im derzeitigen Wirtschaftssystem die Preise für Produkte? Was fließt mit ein, was nicht? (Hier evtl. auf externe Kosten wie bspw. Umwelt- und Gesundheitsfolgen eingehen)
- Wie kann sich die Profitorientierung/Wachstumslogik eines Unternehmens auf die Zutaten von Lebensmitteln auswirken?
- Welche Strategien haben Unternehmen, um neue Produkte erfolgreich auf dem Markt zu platzieren? (Hier kann näher auf Werbung und Produktversprechen eingegangen werden.)
Wie bewertet ihr diese?
- Wie schätzt ihr in diesem Zusammenhang alternative Produkte, wie bspw. bio, faire, vegane Produkte ein? (Hier kann vertieft werden, dass alternative zwar evtl. geringere externe Kosten haben, jedoch meist derselben Wachstums- und Wettbewerbslogik unterworfen sind wie konventionelle Produkte.)
- Achtet ihr selbst auf die Zutaten eines Produktes, wenn ihr einkaufen geht?

Alternative Firmenstrategien jenseits von Wachstum

- Wie habt ihr die Voraussetzung „Das Produkt muss sich für die Firma lohnen.“ verstanden? Wie könnte dieser Grundsatz noch interpretiert werden?
- Kennt ihr Unternehmen/Beispiele, die nach anderen Grundsätzen als der Profitorientierung wirtschaften? Wie schätzt ihr diese ein?

Zur Unterstützung der Auswertung oder im Anschluss kann die Präsentation (siehe Material-CD) genutzt werden.

Varianten	Die Präsentation kann, wenn nur wenig Zeit zur Verfügung steht, auch für sich alleine stehen und zur Diskussion rund um das Thema Zusatzstoffe und Produktversprechen anregen.
Tipps für Teamer*innen	Es ist wichtig, den Kleingruppen für die Produktentwicklung nicht zu viel Zeit zu geben, damit sie schnell in einen kreativen Prozess einsteigen. Der/Die Teamende sollte daher während der Kleingruppenarbeit die Einhaltung der Zeit im Auge behalten und die Kleingruppen über die verbleibende Zeit informieren.
Möglichkeiten zur Weiterarbeit	Im Anschluss kann mit den Methoden „Alle Macht den Käufer*innen!“ oder „Wo ist das Problem?“ vertieft werden, welche Akteur*innen im Lebensmittelsektor Einfluss auf Produktvielfalt, -gestaltung und -angebot nehmen können.