

Wenn der Hunger kommt

Verträgliches Essen kaufen und verzehren können und das wenn möglich schnell und überall. Für Viele eine Selbstverständlichkeit die nicht weiter hinterfragt werden muss. Essen gibt es schließlich in ausreichenden Mengen an jeder Ecke in Deutschland zu finden. Was aber tun, wenn Bauchschmerzen und Unwohlsein, kronische Appetitlosigkeit und Abgeschlagenheit, bis hin zu Essensverweigerung und Depression das tägliche Leben bestimmt? Immer mehr Menschen entwickeln Lebensmittelunverträglichkeiten. Die Auslöser sind unbekannt, die Symptome werden zu spät mit Intolleranzen in Verbindung gebracht, die entstandenen Schäden im Körper unzureichend geheilt und das tägliche Leben kann wie bestritten werden?



Patrick Thomas
Wintersemester 2014
Burg Giebichenstein
Kunsthochschule
Halle



Basisidee

X freies Essen soll klar erkennbar, leicht verfügbar und lecker sein. Die lange Suche im Supermarkt und Unterwegs nach X-freien Lebensmitteln soll entfallen. Das Image der Produkte soll aus der Sonderling bis Okoschiene herausgeholt werden.

Grunddesign

Grunddesign und Inhalte für Blog/Website/Produktidee und Information über die X Unverträglichkeiten erarbeiten.

Produktentwicklung

Verzehrferige Leckereien oder andere Snacks entwickeln, die online oder im Supermarkt etc. vertrieben werden können. Oder bestehende Produkte verbessern. Die Verpackungsgestaltung soll attraktiv sein und die Besonderheiten des Produkts selbst hervorheben sowie von den anderen Produkten absetzen. Diese Produkte könnten z.B. an Universitäten, Firmen oder in Automaten verfügbar gemacht werden.



X Free

Glutenfrei, Laktosefrei, Histaminfrei, es gibt X Unverträglichkeiten und X Lösungen. X Free steht für eine wiedererlangte freie und unbeschwertere Lebensweise.

Analyse

Worin zeichnen sich Unverträglichkeiten aus, woher kommen sie, worin unterscheiden sie sich von einander? Wer informiert über sie und wo sind die Infos verfügbar? Wie kann den einzelnen Unverträglichkeiten entgegengewirkt werden? Welche Angebote gibt es? Was sind Marktlücken?

Experimentierphase

Fluffiges X freies Brot und Brötchen backen. Backmischungen ausprobieren und Snackvarianten kreieren. Nieder- und hochkomplexe Lebensmittel und Speisen auf ihre Nutzbarkeit überprüfen.

Corporate Identity

Markendesign, Corporate Identity, Branding entwickeln und Konzeptionierung eines Mini-Onlineshops oder Produktes.

November	KW 45 03.11. – 07.11.14 SW 04	
	KW 46 10.11. – 14.11.14 SW 05	
	KW 47 17.11. – 21.11.14 SW 06	KOMPAKTWOCHE
	KW 48 24.11. – 28.11.14 SW 07	
z		
Dezember	KW 49 01.12. – 05.12.14 SW 08	
	KW 50 08.12. – 12.12.14 SW 09	KOMPAKTWOCHE
	KW 51 05.12. – 19.12.14 SW 10	
	KW 52 22.12. – 26.12.14 SW --	FREI
Januar	KW 01 29.12. – 02.01.15 SW --	FREI
	KW 02 05.01. – 09.01.15 SW – 11	
	KW 03 12.01. – 16.01.15 SW 12	KOMPAKTWOCHE
	KW 04 19.01. – 23.01.15 SW 13	
	KW 05 26.01. – 30.01.15 SW 14	
Februar	KW 06 02.02. – 03.02.15 SW 15	ABGABE

Projekt:
Start up Start now
Das MakerLab der
unerhörten Wünsche

Prof. Guido English
Dipl. Des. David
Oelschlägel