

„Superfood – Mehrwert oder nur cleveres Marketing

Der Workshop startete nach einer Begrüßung mit einer Abfrage der Teilnehmer-Erwartungen und ihrem Vorwissen bezüglich Superfood. Beides wurde auf Plakaten festgehalten, bevor die beiden Studierenden den Begriff Superfood sowie zu den Themen Werbeaussagen, Health Claims, Inhaltsstoffe von Superfoods und deren Bedeutung für den menschlichen Körper informierten. Danach hatten die Teilnehmer die Möglichkeit, sich weiter zum Thema in der von den Studierenden gestalteten Poster-Ausstellung zu informieren. Die Ausstellung zeigte verschiedene Superfoods anhand von Steckbriefen, eine Auswahl

an Superfood-Produkten wurde präsentiert und 6 zubereitete Superfoods konnten von den Teilnehmern verkostet werden. Im Anschluss wurden die Vor- und Nachteile heimischer und exotischer Superfoods diskutiert.

Projektgruppe: Anna Wiemker,
Torben Wilhelm

Projektbetreuerin: Gabi Börries

Projektzeitraum: März 2018 bis Februar 2019

