

Nutzer- und Marktforschung im Bereich des nachhaltigen Lebensmitteleinkaufs

Analyse und Erforschung des Status quo des nachhaltigen Einkaufs von Lebensmitteln

Student



Patrick Looser

Ausgangslage: Es gibt sehr viele verschiedene Arten, wie Menschen versuchen nachhaltig einzukaufen. Einerseits gibt es Unverpackt-Läden, welche ihre Produkte mit möglichst wenig Verpackungsmaterial verkaufen wollen. Das Problem dabei ist, dass der Einkauf in diesen Läden oft mit mehr Zeitaufwand verbunden ist als in herkömmlichen Lebensmittelgeschäften. Zudem braucht man zum Abfüllen der Produkte leere Behälter, welche man bestenfalls von zu Hause mitnimmt. Weiter gibt es Anbieter Körben auf Abo-Basis, welche dem Kunden Produkte wie Gemüse und Früchte regelmässig direkt nach Hause liefern. Als eine Art Kombination von beidem gibt es Unternehmen, welche ihre Produkte selbst in wiederverwendbare Behälter füllen und so vom Kunden bestellt und nach Hause geliefert werden können. Alle diese Ansätze für die Ermöglichung eines Angebots von nachhaltigen und regionalen Lebensmitteln haben ihre Vor- und Nachteile. Das Ziel dieser Projektarbeit ist es, diese ausfindig zu machen und Chancen für die Wissenschaft und einer digitalen Lösung zu finden.

Vorgehen: Um meine Forschungsfragen zu beantworten, orientiere ich mich an den Methoden des Human-centred Design nach ISO 9241-210. Dazu suche ich potenzielle Nutzer, welche sich für ein Interview eignen. Mithilfe der Interviews versuche ich durch explorative Forschung die Bedürfnisse und Probleme (sog. "Painpoints") der Probanden herauszufinden. Ich werte die Daten aus den Interviews mithilfe eines Affinity Diagrams aus, um so die Nutzungsanforderungen besser darzulegen. Anschliessend versuche durch Gespräche mit diversen Stakeholdern aus den Branchen, der weiteren Erforschung von technischen Möglichkeiten und der Teilnahme an Workshops basierend auf meinen Erkenntnissen realisierbare Lösungen zu evaluieren.

Ergebnis: Aufgrund meiner Forschung und den Gesprächen mit Stakeholdern aus den verschiedenen Branchen konnte ich mir einen guten Überblick über die verschiedenen Kanäle und Methoden zur Umsetzung eines Angebots für nachhaltige und regionale Produkte verschaffen. Ich habe zwei Business-Cases identifiziert. Einen dieser Business-Cases habe ich weiterverfolgt und mithilfe des Lean Canvas die wichtigen Aspekte und Unklarheiten identifiziert, welche als potenzielle Grundlage für weitere Forschung dient. Die wichtigen Erkenntnisse zur Marktsituation, den technologischen Möglichkeiten und den Nutzeranforderungen unterstützen mich bei meinem weiteren Vorgehen zur Förderung eines nachhaltigen Einkaufserlebnisses.

Referent

Prof. Dr. Markus Stolze

Themengebiet

Computer Science,
Software and Systems,
Business Engineering