



MACH-BAR-TOUR: TRENDGETRÄNKE - WAS IST DRIN, WAS IST DRAN?

Trendgetränke wie Energydrinks, Sport- und Isogetränke haben sich in den letzten Jahren auf dem Markt etabliert, denn sie versprechen mehr als ein herkömmlicher Durstlöscher: Sie sollen uns Flügel verleihen, uns morgens von Natur aus wach machen oder Power beim Sport liefern. Kurzum alles, was Jugendliche angeblich benötigen, um "in" zu sein. Doch was ist dran an den viel versprechenden Werbeaussagen?

Das interaktive Angebot „Mach-Bar-Tour: Trendgetränke – was ist drin, was ist dran?“ knüpft an die Erlebniswelt der Jugendlichen an. Im Stationsbetrieb setzen sich die Schüler mit verschiedenen thematischen Aspekten rund um die Spaß und Fitness versprechenden Getränke auseinander. Ziel ist die Vermittlung von kritischer Kompetenz im Umgang mit modernen Lebensmitteln. Die Aufgaben an den verschiedenen Stationen der Ausstellung sind vielfältig: Die Zutaten moderner Getränke lernen die Schüler ebenso kennen wie deren Stellenwert in der Ernährung. Sie setzen sich mit Werbestrategien auseinander, reflektieren ihr eigenes Konsumverhalten und kreieren selbst ein Trendgetränk.



Format:	Workshop
Zielgruppe:	Lehrkräfte, Schüler ab 7. Klasse, Berufsschüler
Zeitbedarf:	Etwa 3 Unterrichtsstunden
Teilnehmerzahl:	Maximal 20
Kosten:	Nach Rücksprache
Kontakt:	lebensmittel@vzsa.de

Folgende Stationen können zum Einsatz kommen. Durch den flexiblen Einsatz der einzelnen Stationen mit unterschiedlichen Aufgabenstellungen kann das Niveau und der Umfang des Workshops den individuellen Bedürfnissen angepasst werden.



Station: "Kost-Bar"

Hier findet zunächst eine Verkostung von zwei Trendgetränken und zwei vorab zubereiteten, gesunden Mixgetränken statt. Anschließend sollen die Schüler ihr eigenes Mixgetränk mit den zur Verfügung gestellten Zutaten entwickeln. Zuletzt erfolgt ein Preisvergleich zwischen gekauften Trendgetränken und selbst gemixten Drinks.

Station: "Denk-Bar"

Kernelement dieser Bar ist der Vergleich und die Bewertung der Inhaltsstoffe von Trendgetränken und selbst gemixten Getränken mit Hilfe eines „Stoff-O-Meters“. Für jede gute Zutat wird ein grüner Punkt vergeben und für jede schlechte ein roter. Die Bilanz veranschaulicht anschließend, ob es sich bei den überprüften Getränken um geeignete Durstlöscher handelt.



Station: "Wunder-Bar"

Trendgetränke im Kontext von Werbung und Marketing sind der Schwerpunkt an dieser Bar. Die Teilnehmer entwerfen ein eigenes Werbekonzept für ein gesundes Mixgetränk, indem sie Namen, Slogan und eine Plakat- oder Werbeanzeige für eine Jugendzeitschrift entwickeln. Zu diesem Zweck werden verschiedenste Gestaltungsmaterialien zur Verfügung gestellt.



Station: "Vorzeig-Bar"

An der Vorzeig-Bar wird abschließend gemeinschaftlich diskutiert und eine moderierte Ergebnissicherung durchgeführt. Zudem wird die Verkostung der Kost-Bar ausgewertet und die Gruppenarbeiten aus den anderen Bars, insbesondere die selbst gemixten Getränke und das Werbekonzept, präsentiert.