

## Stakeholder-Analyse

Stakeholder	Beschreibung	Erwartungen	vom Projekt	an das Projekt	Macht und Einfluss	Faktor (1-10)	Bemerkung	Erwartbare Konflikte	Faktor (1-10)	Bemerkung	Nähe zum Projekt	Faktor (1-10)	Bemerkung	Stärken/ Schwächen-Profil	Klassifizierung	Priorisierung
Einkaufender	Der Einkaufende ist eine Person, die tatsächlich den Einkauf tätigt.		Informationen bezüglich Gründen, warum so viel eingekauft wird	Hilfestellungen, Change-Vorschläge, unterstützen bei Behaviour-Change		7	Können Markt durch Konsumverhalten steuern, sind aber auch manipulierbar.		7	Gewohnheitsumstellung		10	Direkte Interaktion zu Projekt (Zielgruppe)	Hauptanwender/ Zielgruppe		sehr hoch (10)
Kochender	Der Kochende ist eine Person, die das Eingekaufte verwertet		Informationen bezüglich Gründen der Lebensmittelverschwendung	Hilfestellungen, Change-Vorschläge, unterstützen bei Behaviour-Change		8	Entscheiden, welche Lebensmittel verwendet werden sollen und (oftmals auch) welche Lebensmittel weggeschmissen werden		7	Gewohnheitsumstellung		10	Direkte Interaktion zu Projekt (Zielgruppe)	Hauptanwender/ Zielgruppe		sehr hoch (10)
Kinder/ Jugendliche	Personen, die noch zu jung sind, um über ihren eigenen Haushalt zu verfügen		bereits in jungen Jahren Bewusstsein für Verschwendung schaffen	Hilfestellungen, Change-Vorschläge, unterstützen bei Behaviour-Change		7	Essen oftmals nicht so oft, bzw. so viel, wie von Vormund vermutet und lassen somit Reste übrig		4	Gewohnheitsumstellung, Rebellion		9	Gehört indirekt (über Vormund) zu Zielgruppe	Nebenanwender		mittel (5)
Hilfswerke	Hilfswerke sind z.B. Suppenküchen für Obdachlose, etc.		Unterstützung und Zusammenarbeit	Möglichkeit der Lebensmittelweitergabe		5	Verwenden oftmals Lebensmittel, die normalerweise weggeschmissen werden sollten		0	-		5	kann unterstützend wirken, hat aber am Schluss wenig mit dem System zu tun	Unterstützer		hoch (7)
Restaurants	Restaurants sind Verbraucher, die Lebensmittel einkaufen, um diese zu verarbeiten und weiter zu verkaufen. Dazu gehören auch Take-Away-Restaurants, aber keine Fast-Food-Ketten.		Ratschläge zur korrekten, rechtzeitigen Verwertung von Lebensmitteln	möchte mehr Kunden haben		3	Sind nicht direkt für privaten Food-Waste beteiligt, aber sind Teil des Mindsets von Personen und deren Verhalten.		6	Verringerte Kundenanzahl		2		Verkäufer (Gegner/ Unterstützer (ist individuell abhängig))		hoch (6)
Fast-Food-Ketten	Fast-Food-Ketten sind Verbraucher, die Lebensmittel in sehr großen Mengen einkaufen und die meist selber verarbeiten, um sie dann schnell zu verkaufen		Aufmerksamkeit auf Verschwendung richten	möchte mehr Kunden haben		5	Haben noch größeren Einfluss, als Restaurants, weil sie meist als billige, schnelle Variante genutzt werden.		7	Verringerte Kundenanzahl		2		Verkäufer (Gegner)		mittel (4)
Supermarkt-Ketten	Supermarkt-Ketten sind Verkäufer von Lebensmitteln, die diese weiterverkaufen		Rezeptideen, Möglichkeit schaffen, um Lebensmittelverschwendung durch zu großen Einkauf verringern (Marketingstil)	möchte mehr verkaufen		7	Können Personen stark manipulieren und so dazu beitragen, dass Personen mehr kaufen, als sie benötigen		7	Verringerte Verkaufszahlen		3		Verkäufer (Gegner/ Unterstützer (ist individuell abhängig))		mittel (4)
Märkte und Läden	Märkte und Läden sind Verkäufer von Lebensmitteln, die Lebensmittel meist selber produzieren und diese in kleinen Mengen weiterverkaufen		Rezeptideen, Möglichkeit schaffen, um Lebensmittelverschwendung durch zu großen Einkauf verringern (eins zu eins Gespräche)	möchte mehr verkaufen		2	Sind meist weniger manipulativ und haben daher weniger Einfluss		4	Verringerte Verkaufszahlen		3		Verkäufer (Gegner/ Unterstützer (ist individuell abhängig))		gering (3)
Verarbeitungs-Firmen	Verarbeitungs-Firmen sind Firmen, die Lebensmittel verarbeiten und diese dann weiterverkaufen		Volle Verarbeitung, auch von Abfallprodukten und auf Waste aufmerksam machen (z.B. durch Aufdruck)	finanzieller Vorteil		5	Können durch Aufschriften und Haltbarkeitsdaten dazu beitragen, dass Lebensmittel schneller weggeschmissen werden		5	Verringerte Verkaufszahlen		1		Herstellung (indirekter Gegner)		gering (2)
Produktions-Firmen	Produktions-Firmen sind Firmen, die Lebensmittel in großen Mengen produzieren.		Versuch Produkte voll zu verwenden und Reste zu vermeiden	finanzieller Vorteil		4	Können Qualität des Produktes bestimmen und wie es wahrgenommen wird (beispielsweise durch Konservierungsstoffe, etc.)		5	Verringerte Verkaufszahlen		1		Herstellung (indirekter Gegner)		gering (2)
Landwirtschaft	Die Landwirtschaft stellt Lebensmittel mit großen Investitionen in den Bereichen Wasser, Futter und Landwirtschaftsfläche her		Versuch Produkte voll zu verwenden und Reste zu vermeiden	finanzieller Vorteil, Kampf für Ziel		2	Können Qualität des Produktes bestimmen, sind dabei allerdings an biologische Grenzen gebunden		4	Verringerte Verkaufszahlen		1		Herstellung (indirekter Gegner)		gering (2)
Lieferanten	Lieferanten transportieren Güter aller Form und Größe von Verkäufer zu Käufer oder von		-	-		1	Haben Interesse, dass Produkte verkauft werden, da sie direkt von häufigeren, größeren Lieferungen profitieren würden		1	Verringerte Lieferungen		1		Logistik (sehr geringer Gegner)		sehr gering (1)
Politiker	Politiker sind alle Personen, die einen Einfluss auf die Legislative des jeweiligen Landes haben		Waste-Bewusstsein schaffen und konkrete Lösungsansätze schaffen	politischer Vorteil, Wählerstimmen, etwas gutes bewirken		8	Können Manipulation einschränken, Regularien und Gesetze in Kraft setzen und haben selber großen Einfluss auf Personen		3	Wollen Wirtschaft nicht verärgern		4	kann unterstützend wirken, hat aber am Schluss wenig mit dem System zu tun	potentiell starker Unterstützer		hoch (6)
Aktivisten	Aktivisten sind Personen oder Gruppen von Personen, die sich für einen Wandel bezüglich des Themas "Food Waste" einsetzen		Unterstützung und Zusammenarbeit	etwas gutes bewirken		5	Können auf Manipulation aufmerksam machen und so zu Behaviour-Change beitragen		0	-		6	hohe Unterstützung	potentiell starker Unterstützer		hoch (7)