

Entwicklungsprojekt interaktive Systeme

Wintersemester 2016/2017

Dozenten

Prof. Dr. Gerhard Hartmann

Prof. Dr. Kristian Fischer

Betreuer

Franz-L. Jaspers

Exposé von Gruppe 22

Jessica Lee Schulz

Enrico Gette

Nutzungsproblem

In der heutigen Konsumgesellschaft sind sich die Meisten nicht bewusst, zu welchen Konzernen einzelne Marken mit deren Produkten gehören. Einige dieser großen Konzerne agieren nicht in Sinne der Verbraucher oder des Umweltschutzes sondern legen ihre Prioritäten lediglich auf die Gewinnmaximierung. Durch die Informationsflut der heutigen Zeit werden Skandale dieser Konzerne in der Gesellschaft zu schnell vergessen und das Marketing der Konzerne verschleiert diese zu deren Vorteil. Um bewusster und nachhaltiger als Konsument kaufen zu können, wären transparentere Informationen bezüglich der Firmenpolitik der Konzerne nötig, sowie eine Darstellung der Veränderung von Marktanteilen.

Zielsetzung

Im Rahmen des Projektes soll eine zentrale Plattform entwickelt werden, welche die Möglichkeiten bietet mehr Transparenz über die Skandale sowie die Firmenpolitik zu schaffen, einen schnellen und leichteren Zugang zu diesen Informationen zu ermöglichen und damit den Konsumenten zu motivieren bewusster zu handeln und zu kaufen. Desweiteren sollen den Benutzern nachhaltigere Alternativen zu den Produkten der Konzerne dargestellt werden.

Verteilte Anwendungslogik

Der Benutzer kann über die Plattform nach Produkten suchen oder diese einscannen und die Plattform zeigt ihm die dazugehörige Unternehmens- bzw. Konzernstruktur an. Dann wird dem Benutzer anschaulich dargestellt, welche Folgen der Kauf des Produktes und damit die Finanzierung des Konzerns hätten und welche umweltfreundlichere Alternativen es gäbe. Anschließend kann der Benutzer sich den Weg zu diesen Alternativen anzeigen lassen. Durch Eintragungen der Einkäufe von mehreren Benutzern lässt sich die Veränderung der Marktanteile vom System berechnen, welches die Motivation nachhaltiger zu konsumieren steigern könnte.

Wirtschaftliche und gesellschaftliche Relevanz

Durch mehr Transparenz bezüglich der Großkonzerne und deren Produkte hat der Konsument die Möglichkeit bewusster und nachhaltiger seinen Einkauf zu gestalten. Wenn immer mehr Menschen sich daran beteiligen, müssten die Konzerne reagieren und ihre Prioritäten ändern.