

# PÅ BESØGET HOS ARLA

På virksomhedsbesøget hos Arlas Innovations Centre får eleverne indblik i Arla som arbejdsplads. Eleverne får ny viden om bl.a. innovationsprocesser, smagspaneler og udvikling af klimavenlig emballage. Sidst, men ikke mindst arbejder eleverne selv med at udvikle en yoghurt, som unge på deres egen alder kan lide, ligesom de arbejder med reklame som genre.

## RUNDTVISNING

Klassen besøger pilotmejeriet, hvor mejerister udvikler nye mejeriprodukter. Her snakker vi om Arla som virksomhed, hvad innovation er, og hvad der foregår på Arla Innovation Centre, inden eleverne selv skal i gang med at designe en yoghurt.

## DESIGN EGEN YOGHURT

Eleverne udvikler en yoghurt ved at tilføje forskellige smags- og konsistensgivere til yoghurt naturel. Vi snakker om de fem grundsmage, og eleverne har mulighed for at prøve sig frem mod en god balanceret yoghurtsmag. Vi inddrager klassens hot/not- liste med øje for, hvad målgruppen kan lide. Eleverne navngiver deres yoghurt og laver en varedeklaration.

## SMAGSTEST

Eleverne laver en brugerundersøgelse, hvor de smager på hinandens yoghurter og svarer på spørgsmål ud fra nogle af de samme spørgsmål, som Arlas smagstestere besvarer. Eleverne får viden om de smagspaneler, som foregår i et Smags Lab, og hvordan Arla anvender brugerundersøgelser som en aktiv del af deres produktudvikling.

## DESIGN EMBALLAGE

Eleverne designer emballage til deres yoghurter, hvor de skal indtænke, hvordan emballagen kan blive mere klimavenlig og appellere til unge på deres egen alder. Emballagen laves på rigtige Arla yoghurtbægere, så deres yoghurt kommer til at ligne dem, de ser i butikkerne.

Eleverne bliver præsenteret for nye innovative og klimavenlige emballageløsninger.

## LAV EN REKLAME

Eleverne arbejder med at lave en reklame gennem appen "Arla FoodDesigner". De tager billede af deres yoghurtbæger i fotostudiet og arbejder med fængende overskrifter og grafiske elementer for at fange målgruppens øje. Til sidst tager eleverne stilling til, hvilket medie deres reklame skal udgives på for at nå ud til målgruppen.

## LANCERING

Afslutningsvis arbejder eleverne med en pitch af deres produkt. Eleverne præsenterer deres yoghurter og kommer med gode råd til Arla om, hvordan de sammen kan bekæmpe madspild. Elevernes gode råd overleveres til Arlas medarbejdere.