

up bottle

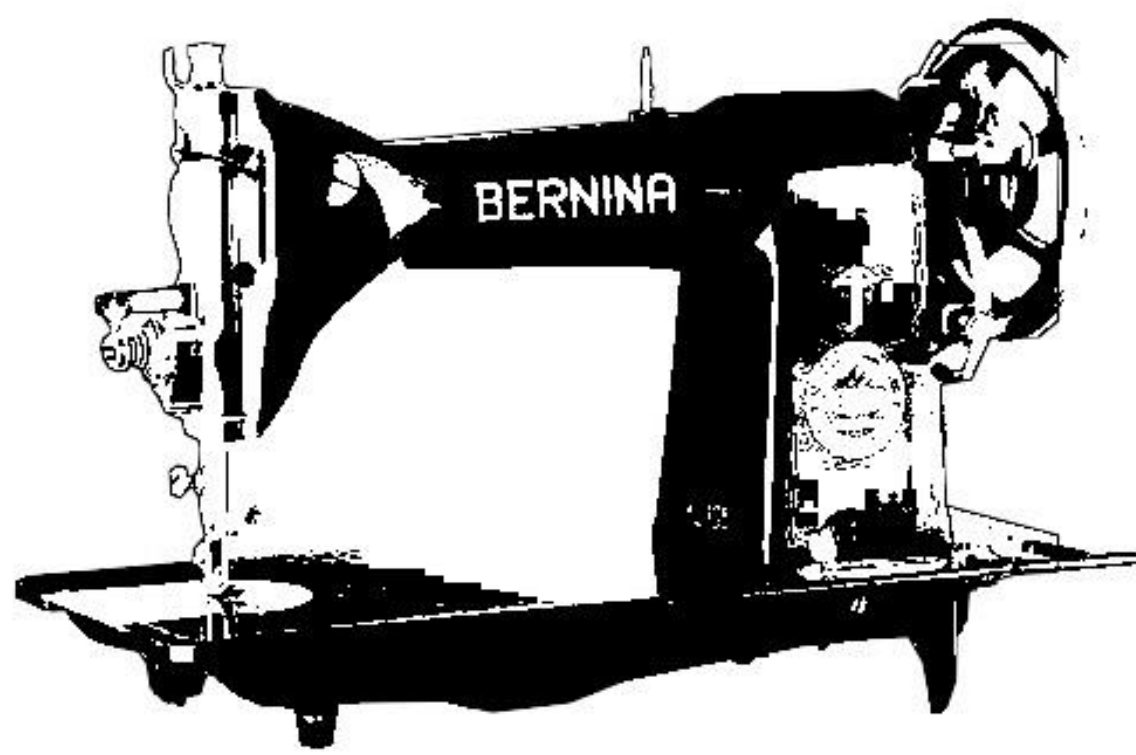


Aufgabenstellung:

Teilnahme am Wettbewerb des W2-Kollegs

Entwicklung eines Prototypen anhand eines Innovationsprozesses mit Potenzial zur Vermarktung

Thema: Upcycling



Vorstellung und Erklärung der Idee:

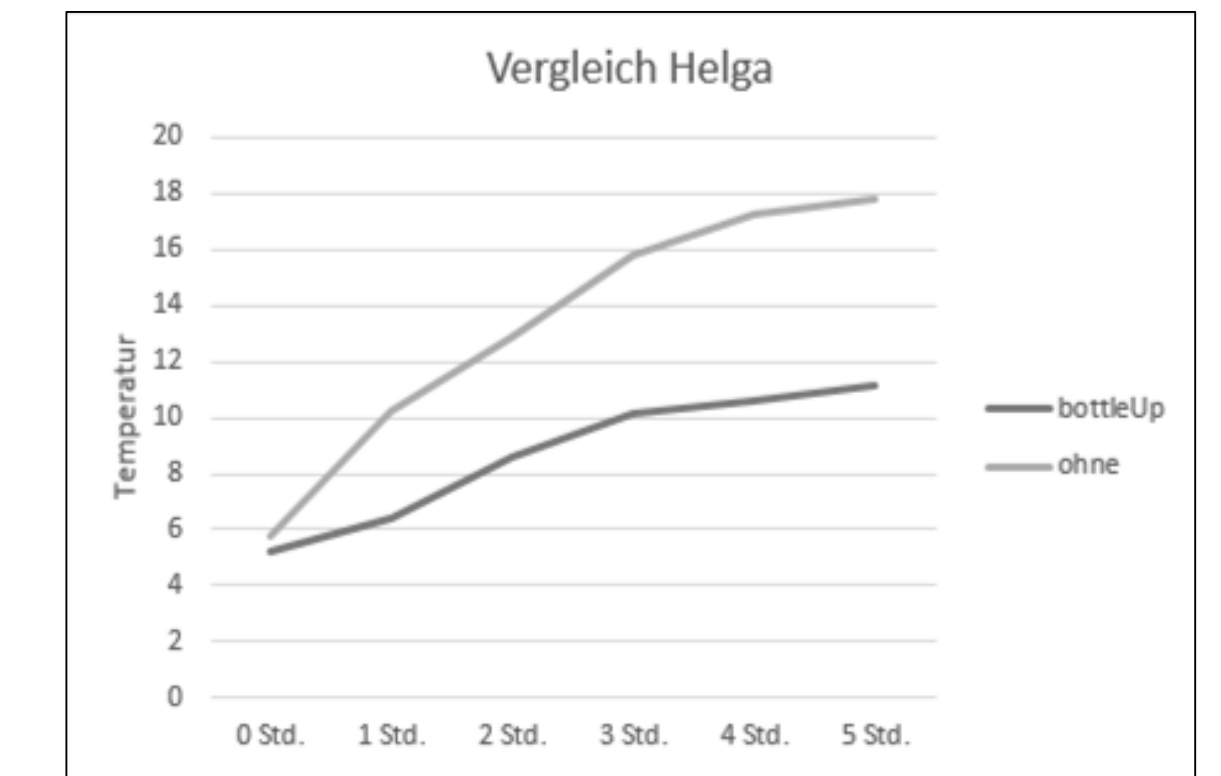
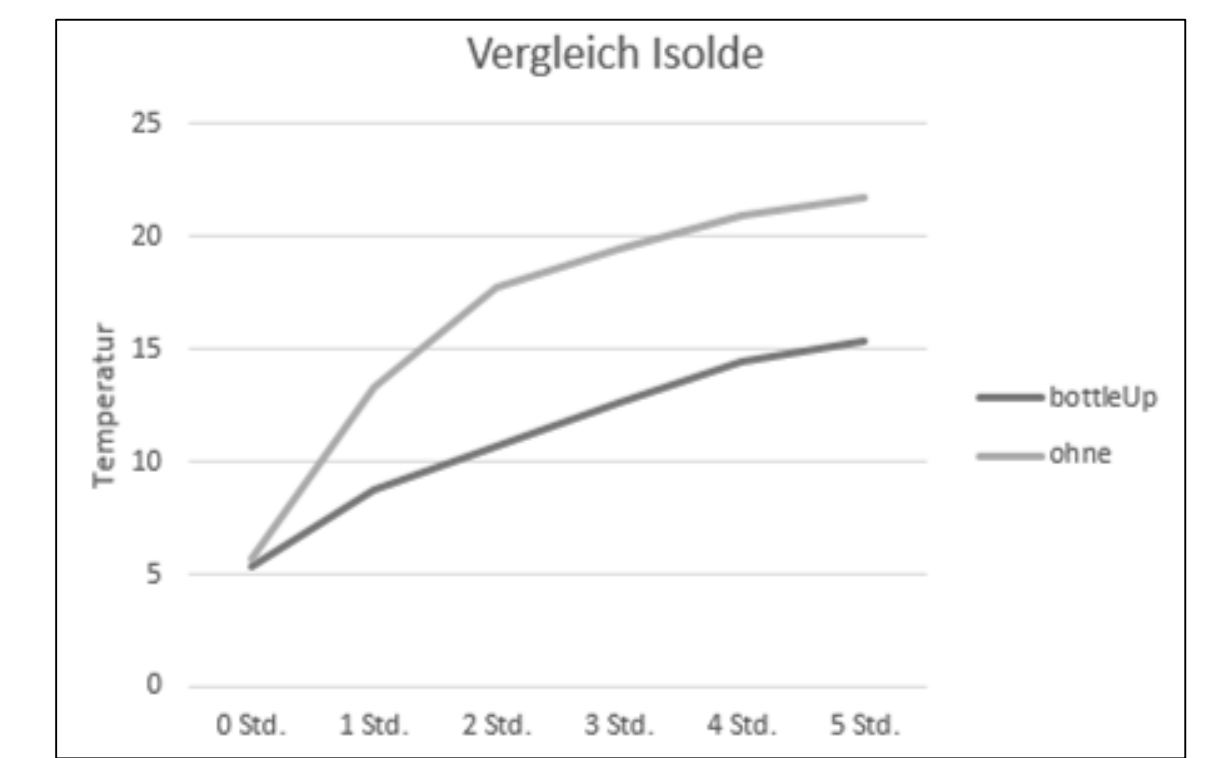
Unser Produkt ist eine isolierende Tasche, welche Flaschen kühl oder warm hält. Hauptsächlich ist bottleUP dazu gedacht, seine Trinkflasche an warmen Tagen, insbesondere auf Festivals, kalt zu halten. Hierbei haben wir soweit drei verschiedene Produkttypen entwickelt.

Reste von Isoliermaterial bieten die Grundlage für den Upcyclingprozess. Aus Stoffresten wird eine Hülle genäht, die mit einem turnbeutelartigen Rucksacksystem versehen wird.

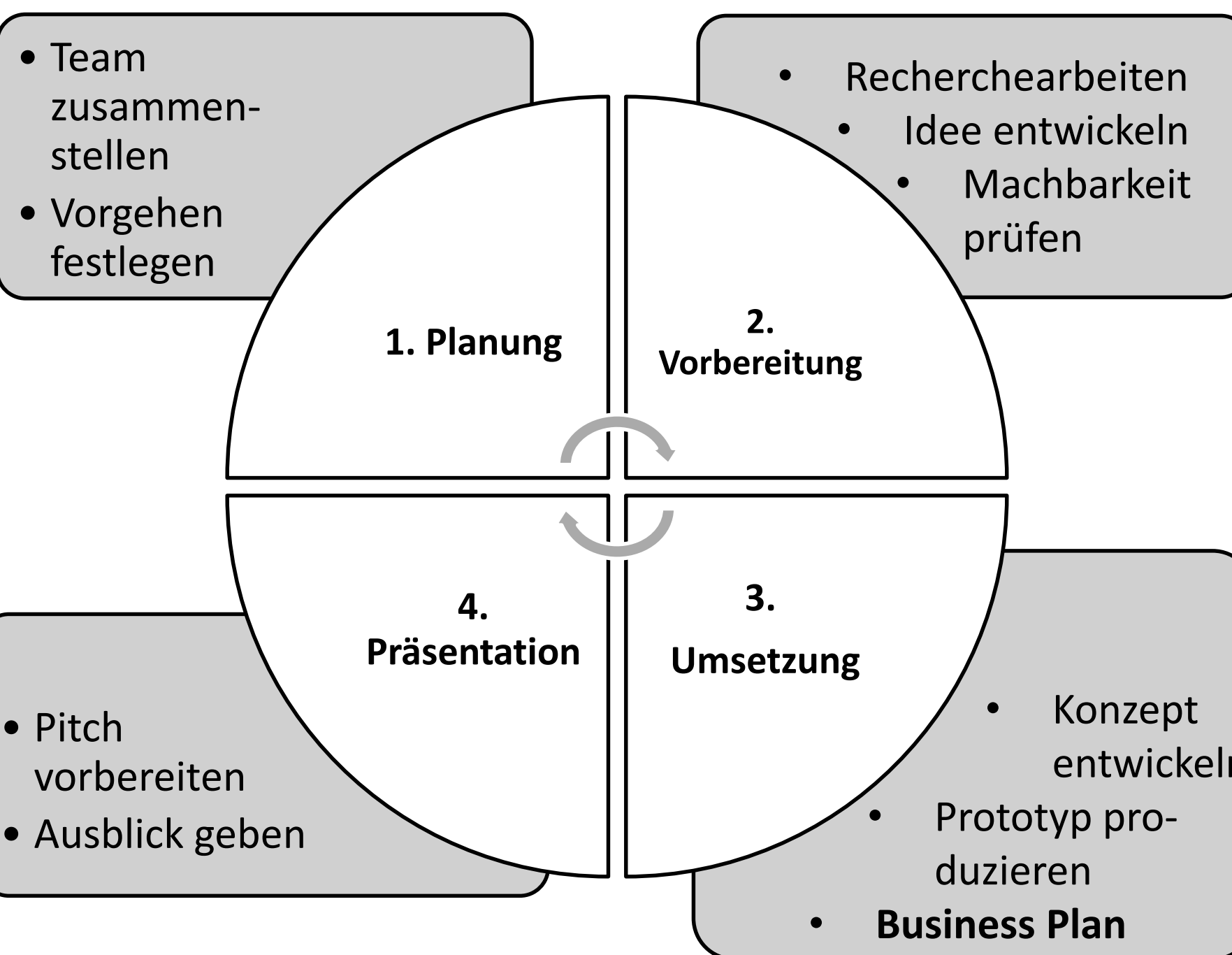
bottleUP wird auf zwei verschiedenen Wegen verkauft:

- Als DIY-Kit zum Selbermachen
- Als fertiges Produkt

Testergebnisse:



Methodik:



SWOT-Analyse:

Stärken <ul style="list-style-type: none"> • bottleUP ist ein individuell gestaltbarer Alltagsgegenstand für eine breite Zielgruppe, der simpel und sinnvoll ist. Es ist anwendbar für verschiedene Flaschen, für warme und kalte Getränke. bottleUP wird aus upgecycltem Material handgefertigt. 	Schwächen <ul style="list-style-type: none"> • bottleUP hat kein einheitliches Aussehen, da verschiedene Stoffe verwendet werden. Es ist nicht wasserfest. Es kann einfach nachgemacht werden.
Chancen <ul style="list-style-type: none"> • Allgemeines Bewusstsein für Nachhaltigkeitsthemen steigt und Upcycling liegt im Trend. Menschen konsumieren immer bewusster und Vermeidung von Müll wird immer mehr zum Thema. 	Risiken <ul style="list-style-type: none"> • Es gibt keine Liefergarantien, da wir von unseren Lieferanten abhängig sind. Eventuell fehlt die Zahlungsbereitschaft einer heterogenen Zielgruppe.

Ausblick & Fazit:

- W2-Summit Live Pitch in Berlin
- Welcher gewonnen werden will
- Möglicher Gewinn wird anteilig an charity:water gespendet
- Eintragung der Schutzrechte
- Übergabe des Projekts an interessierte Schüler- oder Studentengruppen

Sustainable Business Canvas:

Vision:

Es ist kein Geheimnis, dass wir in einer Wegwerfgesellschaft leben und arbeiten. Mit unserem Geschäftsmodell zeigen wir, wie man sich als Unternehmen an der Vermeidung von Müll beteiligen, neue Lösungen finden und Wertstoffkreisläufe anders gestalten kann. Wir streben nicht nach Profitmaximierung. Viel mehr wollen wir mit unseren erwirtschafteten Gewinnen einen gesellschaftlichen Beitrag leisten und tragen dazu bei, dass Menschen weltweit Zugang zu sauberem und sicherem Trinkwasser haben.

Andere relevante Stakeholder:

- Nichtregierungsorganisationen (NGOs): Schlüsselpartner charity:water
- Gründerinnen und deren Familie und Angehörige
- Finanzielle Interessengruppen (Möglichkeiten: Grant Providers, Impact Asset Managers, Crowdfunding, Social Loan Providers, Friends & Family)
- Wissenschaftliche Einrichtungen: HNEE, W2-Kolleg
- Umwelt
- Kommune

Kostenstruktur

- Allgemeine Verwaltungsaufgaben
- Beschaffung
- Produktion
- Vertrieb und Marketing
- Rechnungswesen

Kunden:

- Nachhaltige und bewusste Festivalbesucher
- Andere Festivalbesucher
- Bewusst Konsumierende
- Kreative Bastler

Ertragsmodell:

- Unterstützer und Netzwerker
- Finanzierungsmöglichkeiten
- Preis pro bottleUP
- Provision an Vertriebspartner
- Jedes Produkt hat den gleichen Preis
- Mengenrabatt auf Festivals, Messen und am Campusfest

Nutzenversprechen

- Isolierfunktion
- Tragetasche
- Nachhaltigkeit beim Nutzen
- Verschiedene Flaschentypen
- Einsetzbar
- Sicheres Verstauen von Flaschen

Schlüsselressourcen

- Textilreste
- Isoliermaterial
- Produktionsmaterial
- Besondere Zielgruppe
- Wissen über Nachhaltigkeit und Wirtschaft
- Produktions-Know-How
- Exklusive Partnerschaften
- Kreislaufprinzip

Mission:

bottleUP bietet langlebige und sinnvolle Produkte zu fairen Preisen. Wir schaffen Alternativen zu Mainstream Produkten, indem wir passende Materialien finden, für die andere Betriebe keine Verwendung mehr haben und diese zu neuen, einzigartigen Produkten verarbeiten. Durch kreative Wiederverwertung sorgen wir dafür, dass die Stoffe aufgewertet und sinnvoll verarbeitet werden. Unsere Partnerbetriebe haben ihren Sitz in der näheren Umgebung zur Produktion. Damit vermeiden wir unnötige CO2-Emissionen durch lange Lieferwege, haben eine bessere Übersicht über unsere Wertschöpfungsketten und können transparente Wirtschaftsprozesse garantieren. Durch eine aktive Partnerschaft mit der non-profit Organisation charity:water kann unser Anstreben, Menschen weltweit Zugang zu sauberem und sicherem Trinkwasser zu verhelfen, erfüllt werden.

Wettbewerber:

- Emil
- Soul Bottles
- Dimono
- Nalgene
- 24 Bottles
- SIGG
- Campingaz

Schlüssel-partnerschaften:

- Lieferanten: Textil und Isoliermaterial
- Vertrieb
- Partner: charity:water

Schlüsselaktivitäten

- Beschaffung
- Produktion
- Vertrieb