

Ideenpitch

Projektergebnisse der Gründerwerkstatt

PGW gA

S2 Geoprofil

Frau Petersen

1. Juli 2015

Mach dich clean!

Idee: Kontrollierter Hanfverkauf durch Automaten

Problem: unkontrollierter Hanfkonsum bei Jugendlichen
(6,7% der 12- bis 18-Jährigen, 39,2% der 18- bis 25-Jährigen)

Lösung des Problems: Gründung des Sozialunternehmens „Mach dich clean!“
Aufklärung, Suchtprävention und -hilfe für Jugendliche
Finanzierung zunächst durch Einnahmen mit Automaten
Angebot nur nach rechtlichen Normen

Umsetzung:

Um Jugendliche vor den Gefahren einer Cannabissucht bzw. eines Missbrauchs zu schützen, bieten wir an Schulen und in unserm eigenen Suchthilfecenter Kurse zur Suchtprävention an. Es geht dabei nicht um einen generellen Verzicht, welcher von Jugendlichen gerne abgelehnt wird, sondern um einen geregelten Konsum. Eine Zusammenarbeit mit externen Fachleuten und Pädagogen ist deshalb essentiell. Um unser Sozialunternehmen zu finanzieren, verkaufen wir auf Rechtsbasis Cannabis über hauseigene Automaten. Interessierte können ihren Bedarf an diesen decken, jedoch nur mit einem Personalausweis, welcher gewährleistet, dass der Käufer mindestens 18 Jahre alt ist, womit wir für maximale Sicherheit garantieren. Je nach Wunsch des Kunden, kann dieser im Sortiment zwischen verschiedenen Sorten und Größen auswählen. Die gesetzliche Höchstgrenze von 5 Gramm pro Woche wird in jedem Falle eingehalten. Durch ein Registrierungssystem ist es niemandem möglich, diese Höchstgrenze zu überschreiten.

Werbung: Flyerverteilung
Mund-zu-Mund Propaganda
Websites „mach-dich-clean.de“ und „mit-hanf-mehr-dampf.de“
Aufdruck auf Automaten

Unser Motto: *Mit Hanf, mehr Dampf!*

Team 1

- *VINCENT*, Marketing, An- und Verkauf, Produktmanager
- *TIM*, Automatenbeauftragter, Sicherheit
- *MALTE*, Sozialunternehmen, Suchthilfebeauftragter
- *HENNING*, Technik, Registrierung, Zusammenarbeit mit Behörden, Werbung

Greenlight Smoothie

Das Unternehmen „Greenlight Smoothie“ geht gegen den verschwenderischen Umgang mit Lebensmitteln in der heutigen Konsumgesellschaft vor. Statistiken zeigen, dass gerade im Bereich der Großhändler und Supermärkte jährlich hunderte Tonnen an Obst und Gemüse entsorgt werden. Ein großer Teil davon ist jedoch nicht ungenießbar: Er ist übrig geblieben oder kann aufgrund ästhetischer Richtlinien nicht verkauft werden.

Wir von „Greenlight Smoothie“ kaufen dieses Obst und Gemüse beim Händler auf und verarbeiten es zu Smoothies um. Die zu verarbeitenden Lebensmittel werden nach unseren Qualitätsmerkmalen und den Standards des Gesundheitsamtes sortiert und ggf. entsorgt. Durch eine transparente Bedienung der Kunden, die selbst ihren Smoothie aus vor ihnen zubereiteten Obst- und Gemüsesorten zusammenstellen können, schaffen wir das mögliche Vorurteil von „verdorbenen Lebensmitteln“ aus der Welt. Zudem besteht unser Konzept hauptsächlich aus grünen Smoothies, womit wir uns von anderen „Saftketten“ abheben. Das Konzept soll jede Altersgruppe ansprechen und so aufmerksam auf den Verbrauch von Lebensmitteln machen.

Team 2

- ZAGHAR, Konzepte & Rezepte
- SASKIA, Standort & Design
- FRIEKE, Partnerunternehmen & Kooperation
- ALINA, Finanzierung & Zielgruppe

FairPlayed

Es gibt sehr viele humanitäre Probleme in Entwicklungsländern, deshalb wollen wir spielerisch darauf aufmerksam machen.

Wir werden eine App entwickeln, die für jedermann zu Beginn kostenlos ist. Der Spieler steigt als Bürgermeister einer kleinen Stadt in Somalia ein und muss sich den täglichen Problemen, wie Naturkatastrophen oder Aufständen stellen. Im Verlauf des Spiels kann er spenden, indem er „Credits“ erwirbt, um sich im Spiel schneller weiterzuentwickeln. Diese Einnahmen gehen unverzüglich an ein bestimmtes Projekt in diesem Land. Dadurch wollen wir je nach Bedarf zum Beispiel Schulen und/oder Spielplätze bauen und finanzieren.

Schätzungsweise sind weltweit 1,9 Milliarden Smartphones in Benutzung - ein riesiger Markt, den wir mit einem nachhaltigen Aspekt erobern wollen. Wir haben auch schon Pläne für eine mögliche Expansion auf andere Spieleplattformen, weshalb wir ein Siegel auf Markt etablieren wollen.

Das Siegel nennt sich dann „FairPlayed“, denn pro verkauftem Spiel werden dann ca. 2% für ein soziales Projekt gespendet. Wenn wir Zugriff auf diesem Markt bekommen würden, dann könnten wir „Smartphone-User und Videogame-Spieler“ endlich auch etwas Soziales tun und spielerisch anderen Kindern das Spielen ermöglichen.

Team 3

- *HARIS*, Entwicklung der Software
- *SCHUHEIB*, Finanzierung
- *CAN*, Vermarktung
- *GAZI*, Zielvorstellungen

YOUghurt

Das Produkt unseres Sozialunternehmens:

Wir haben ein Milchshake entworfen, den der Konsument direkt vor Verzehr kühlt und entstehen. Dazu muss er nur einen Knopf drücken und den Becher (200ml) kräftig schütteln. Der Milchshake ist sofort zum Verzehr geeignet. In der Verpackung wird ein Kühl-Akku integriert sein, der mit einer chemischen Reaktion aktiviert wird.

Wir wollen ihn zunächst in 2 Varianten auf den Markt bringen (Vanille und Erdbeere).

Das soziale Problem, welches wir versuchen zu bekämpfen:

Mit unserem Unternehmen setzen wir uns stark für sozial schwache Kinder in Hamburg ein. Wir spenden zwei Cent pro verkauften YOUghurt an eine Organisation, die sich mit der Organisation von Ferien und Freizeit Programmen für sozialschwache Kinder befasst. Zusätzlich zu diesen Programmen der Organisation veranstalten wir selber Sommerfeste und organisieren Tage, an denen das Unternehmen „Spieltiger“ in Parks, in sozialschwachen Gegenden, kommt. All dies hat den Zweck, dass Kinder eine Ablenkung zu ihrem harten Alltag haben.



Team 4

- JONATHAN, Finanzen & Entwicklung
- JAKOB, Vermarktung & Entwicklung
- LARA, Organisation der Aktionen
- JANNIK, Organisation der Aktionen

MAKE it UP!

In den letzten 30 Jahren wurden insgesamt 600.000 km² tropischer Regenwälder vernichtet. Zum Vergleich Deutschland hat eine Fläche von 357 000 km², genau diesem Problem haben wir uns mit unserem Unternehmen angenommen.

Mit unseren Make-up Produkten, die zum einen die Umwelt schonen und zum anderen faire Arbeitsbedingungen bieten, zusätzlich verzichten wir auf gefährliche Inhaltsstoffe und Tierversuche.

Doch was unser Unternehmen wirklich einzigartig macht, ist, dass der Kunde selbst entscheiden kann, welche Farbe der von ihm bestellte Lippenstift haben soll. So kann jeder seine eigenen Farbvorlieben auswählen und muss nicht stundenlang bei verschiedenen Marken die perfekte Farbe suchen.

Bei uns gilt das Motto: *Weniger hilft mehr, weniger Schadstoffe und kein schlechtes Gewissen!*

Team 5

- *LILY*, Soziales Problem
- *MALIN*, Inhaltsstoffe
- *LENA*, Design & Online-Shop
- *DAYA*, Vermarktung & Strategie

Joni's

Die Grundidee unseres Konzeptes beinhaltet den Vertrieb von Mixgetränken aus Obst und Milchprodukten (Smoothie). Weltweit gibt es kein vergleichbares Konzept, dass sich mit Do-it-yourself Smoothies befasst.

Der Clou bei dem Ganzen ist, dass die Kunden nicht bedient werden, sondern sie sich an Abfüllstationen ihr Getränk selber zusammenmischen können. Im Vergleich zu maschinell abgefüllten Smoothies aus dem Supermarkt mit meist nur wenigen Fruchtarten, kann der Kunde bei uns alles mit allem mischen. Neue Kreationen entstehen so tag und täglich. Da wir ein sozial engagiertes Unternehmen sind setzen wir uns für die Bauern ein, die unsere frischen und leckeren Obst- und Milchprodukte zur Verfügung stellen. Wir unterstützen die Gründung neuer Obstplantagen in armen Teilen der Erde finanziell, damit sie für uns qualitativ hochwertige Früchte anbauen und sich selbst eine Lebensgrundlage schaffen können.



Team 6

- *NIKLAS*, Führungsperson spezialisiert auf Finanzen
- *JOHN*, Führungsperson spezialisiert auf Marketing
- *BEN*, Führungsperson spezialisiert auf Wareneinkauf

Coffee Paradise

Jeder vierte Mensch in Afrika südlich der Sahara hungert. Besonders leiden die Kinder. Chronischer Hunger ist eine Hauptursache für die hohe Kindersterblichkeit in der Subsahara-Region. Hier ist der Anteil der Hungernden weltweit am höchsten. Nicht nur, dass der Verdienst in jener Region mit unter 1,25\$ dementsprechend unterirdisch ist. Nein, auch das Vorkommen einiger Grundnahrungsmittel, wie Wasser, sind entweder im Vergleich mit dem Einkommen sehr niedrig oder, je tiefer man in die Wüstenregion kommt, kaum vorhanden.

Mit unserem Unternehmen möchten wir diese Probleme bekämpfen, indem wir einen Großteil der Einnahmen spenden und so die ärmere Schicht unterstützen und den Bau von Brunnen oder jeglichen anderen Mitteln, die - langfristig gesehen - Wasser schaffen, damit die enormen Sterberaten aus Hunger, besonders bei Kindern, zurückgehen.

Man kann unser Unternehmen an einigen Stellen mit „Viva con Agua“ und teils auch „Starbucks“ vergleichen. Jedoch steht bei uns nicht NUR das Spenden im Vordergrund, sondern eben auch unser einzigartiger Kaffee. Wir achten auf einen sehr guten Trinkgenuss mit unser Spezialität, dem Zimt Kaffee, kurz- Z-Kaffee. Wir versuchen, die Preise relativ gering zu halten, da bei uns keine weiteren Kosten für Werbung etc. dazu kommen. Dadurch möchten wir uns von Unternehmen, wie Starbucks, hervorheben und uns attraktiver machen.

Team 7

- *JANNIK*, Design & Online-Shop
- *MARKO*, Vermarktung
- *RAID*, Rezeptur & Inhaltsstoffe
- *LEONIE*, Finanzen