**Produktcharakter (kann noch ausführlich verbessert und ergänzt werden)**

Der Inspirationsfaktor steht im Vordergrund. Leidenschaft und Spaß soll durch das System geweckt werden. Durch individuelle Inspirationsvorschläge des Charakters durch Push-Nachrichten kann das System auf den Nutzer eingehen.

Unser Charakter verspricht Allwissenheit, da er einen Überblick über die verfügbaren Lebensmittel verfügt und auch Telepathie, da er ein Experte in Kombinationen ist und freundlich auf Bedürfnisse mit individuellen Vorschlägen eingeht.

**Logo**

Das Logo des Systems lehnt sich an den Produktcharakter.

Die Bedeutung des Namens „deligoo“:

„deli“ = declicious

„goo“ = go for your food.

Zusammengefasst:

„delicous - go for your food“

Unser System gibt Inspirationsvorschläge in Form von Rezepten. Es beinhaltet sozusagen einen Guru, der Vorschläge gibt, was für schmackhafte Gerichte aus den Vorräten kreiert werden können. Man muss nur einen kleinen Aufwand dafür betreiben. Sich austauschen oder Lebensmittel einsammeln. Vorteil: ein positiver Nebeneffekt entsteht.

Generell ist es unsere Philosophie Bewusstsein zu schaffen, sie dafür sensibilisieren und unterstützen im Umgang mit Lebensmittel. Damit mit diesen sorgsam umgegangen wird. Einen anderen Blickwinkel schaffen. Wir wollen auch keine Automatisierung für den Vorgang der Lebensmittelverschwendung erreichen.

Nach der Redensart „Hand aufs Herz!“ sollen auch Lebensmittel aufrichtig behandelt werden.

Daher beinhaltet unser Logo eine Symbolik. Das Herz als Zeichen, sich dafür einzusetzen ein Herz für die Umwelt zu haben.

Unser System führt zu einem besseren Management der Vorräte, das wiederum gibt Sicherheit und führt zu seelischer Gesundheit.

Das vermeintliche Gemüse die das Herz unter anderem darstellt, ist Repräsentant für unsere Hauptabsicht.

Allgemein steht das Grün für Frische, Gesundheit und Nachhaltigkeit, deswegen bewegen wir uns in dem Farbschema eines satten Grüntons.

Die Tropfen um das Herz springen lebendig hervor. So ist es auch mit der Motivation der Menschen. Wollen sie etwas verändern, kann das realisiert werden.

Unser System soll von vielen genutzt werden, je mehr desto schneller werden Ziele erreicht:

Die Grundmotivation etwas Gutes zu tun, vielfältige Inspiration durch Rezeptvorschläge.

Deshalb eignen sich die Tropfen auch symbolisch hervorragend um dies zu verbreiten oder zu vermitteln.

Die Farbwirkung von Orange assoziiert Kreativität und Optimismus.

Generell ist das Bild sehr dynamisch gestaltet.

Im Kontrast dazu die klare standhafte Schrift.

Es stützt die Motivation der Nutzer und pusht zusätzlich mit Inspirationsvorschlägen.

**Hauptnutzen:**

Das Besondere an deligoo ist der inspirative Bilderstream. Die Zutaten werden aus vorhandenen Vorräten oder aus der Nähe erreichbaren Orten direkt den Rezepten zugeordnet und können sofort umgesetzt werden. Nach Belieben sind verschiedene Einstellungen möglich: Es wird darüber hinaus eine Übersicht gegeben ob diese Rezepte nach Vollständigkeit gekocht werden können oder ob noch zusätzlich etwas besorgt werden muss. deligoo gibt die Möglichkeit die Organisation der eigenen Lebensmittelvorräte zu unterstützen.

Mit positiven Nebeneffekt nicht verbrauchte Lebensmittel zu verwerten.

Immer mehr nimmt der Trend „Re-Use“ zu.

Bewusst zu leben und durch einen sorgsamen Umgang mit Lebensmitteln die Vermeidung von Abfällen zu reduzieren.

In der Gesellschaft gibt es schon nachhaltige Bewegungen: Das was man selbst nicht mehr gebrauchen oder verwenden kann, wird ähnlich wie beim Foodsharing einfach nur weitergegeben.

Essen ist heute Lifestyle. Selbermachen ist im Trend. Viele DIY-Anleitungen tummeln sich zur eigenen Selbstverwirklichung im Internet. Die Bedeutung der Esskultur steigt.

„Beim Verbraucher steigt das Interesse immens an Herkunft, Produktionsbedingungen und Qualität. Viel zu viele Lebensmittelskandale erschütterten das Vertrauen in die Lebensmittelindustrie.“(\*Beitrag Stern)

Deshalb wird den Lebensmitteln im Supermarkt von Konsumenten mehr Aufmerksamkeit geschenkt, in dem sie diese genau nach Fair-Trade oder lokalen Kennzeichnungen begutachten.

Allerdings sollte das Bewusstsein im eigenen Haushalt ebenfalls wachsen und das fängt schon bei Umgang mit Essensreste an.

Zahlen, die sich aus der Recherche ergeben haben, zeigen auf, dass Vieles, das noch einwandfrei ist weggeworfen wird, auch wenn dieses noch zu genießen wäre.

Was spricht dagegen, Lebensmittel zu teilen oder einen sinnvollen Nutzen daraus zu generieren?

Eine Animation bewusster mit Lebensmitteln umzugehen und diese nicht einfach zu entsorgen, bringt positive Effekte. Lebensmittel, die man im Moment aus diversen Gründen nicht mehr benötigt, können ganz einfach weitergegeben werden.

Früher wurden ebenfalls unterschiedliche Lebensmittel getauscht. Heute leben wir im Überfluss mit Nahrungsmitteln, mit dem Unterschied, dass Lebensmittel teilweise unorganisiert bevorratet werden. Der Lebensmittelvorrat ist also nicht vorhanden, oder überfüllt. Den Überblick zu behalten, erfordert hohe Planungskünste.

Dabei ist es doch gerade eine Erleichterung, sich mit Nachbarn ohne schlechtes Gewissen auszutauschen und dadurch unnötige Ressourcen einzusparen. Sie verfolgen das gleiche Ziel. Noch dazu ergibt sich eine gewisse Vielfalt und Abwechslung. Unser System zaubert Rezepte aus verfügbaren Lebensmitteln.

Es ergeben sich neue Ideen, tolle Begegnungen und ein gutes Gewissen.

Gemeinsam kann dies erreicht werden.

Value Proportion:

Mit deligoo wollen wir ein Netzwerk unter

Haushalten aufbauen - welches den Menschen beim Teilen seiner

Lebensmittel unterstützt. Hier werden Angebot und Nachfrage verknüpft. Durch Angebote werden sie inspiriert und angeregt - Gerichte aus eigenen und verfügbaren Lebensmitteln aus der Gemeinschaft zu kreieren. Zusätzlich bleibt der Lebensmittelvorrat jederzeit vor Ort im Überblick, damit dieser auch verwertet wird ohne zu verderben.

<https://www.zukunftsinstitut.de/fileadmin/user_upload/Publikationen/Leseproben/Foodreport_2015_Leseprobe_ZI_LZ.pdf>

<http://www.futurefoodstudio.at/index.html>

<https://www.zukunftsinstitut.de/artikel/wie-wir-morgen-essen-werden/>

(\*)<http://mobil.stern.de/genuss/essen/food-trends--auf-diese-fuenf-dinge-duerfen-wir-uns-2015-freuen-3484726.html>

**Motivation**

Werde ein Teil unserer Vision. Etwas Großes kann mit so etwas kleinem bewirkt werden. Gemeinsam wird die Wegwerfgesellschaft revolutioniert. Nicht nur Lebensmittel werden ausgetauscht, der Umgang mit Lebensmitteln wird auf eine neue und positiv nachhaltige Art effektiv verändert.

deligoo wird dich unterstützen und garantiert einfach zu bedienen sein.

Aus dem Sharing-System und eigenen Vorräten werden inspirative Rezepte erstellt und es ergeben sich somit organisatorische Vorteile, dann ist ein Bedürfnis geweckt sorgloser zu leben.

Du bestimmst die Nachfrage und kannst damit deine Konsumentscheidung gezielt verändern.

Das gemeinsame Ziel verbindet zur Entstehung eigener neuer Geschichten.

**Zielgruppe**

Unsere Zielgruppe ist prinzipiell in Spender und Empfänger unterteilt. Allerdings kann das System eingeschränkt auch nur von einer Seite genutzt werden.

Um eine Ausnutzung des Systems zu vermeiden, werden Regeln eingeführt. Zum Beispiel, ein dreimaliges Empfangen steht ein einmaliges Spenden gegenüber.

Die Kühlschrankvernetzung ist noch nicht relevant für unsere Zielgruppe, weil es zu teuer wäre, wir wollen aber möglichst viele erreichen. Daher ist das System für den mobilen Handynutzer ausgerichtet.

Hauptsächlich ist das System für Studenten oder Singles gedacht. Verpackungsgrößen sind oft zu groß und deshalb sind viele Lebensmittel auf Vorrat vorhanden, die jedoch gar nicht genutzt werden.

Personen, die so effektiv wie möglich sein wollen, können zum Beispiel nach der Arbeit direkt auf dem Nachhauseweg über den Zugriff auf das System die entsprechenden Produkte besorgen.

Unkontrollierte Lagerhaltung wird vermieden.

Für kochbegeisterte und kreative Nutzer genügt ein einfaches Suchen von Lebensmitteln und Browsen durch die Angebote, um eine Idee zu bekommen wie er diese in Hinblick auf ein leckeres Essen mit seinen Vorräte kombinieren kann.

Aus den Sinus-Milieus lässt sich die erreichbare Zielgruppe unterteilen in:

\*Adaptiv-pragmatisches Milieu (9%)

Die moderne junge Mitte unserer Gesellschaft mit ausgeprägtem Lebenspragmatismus und Nutzenkalkül: zielstrebig und kompromissbereit, hedonistisch und konventionell, flexibel und sicherheitsorientiert; starkes Bedürfnis nach Verankerung und Zugehörigkeit.

Diese wären Offen für Beratungen und würden sich von unserem System gerne inspirieren lassen.

Und haben die Motivation gemeinsam etwas erreichen zu wollen.

\*Sozialökologisches Milieu (7%)

Konsumkritisches /-bewusstes Milieu mit normativen Vorstellungen vom „richtigen“ Leben: ausgeprägtes ökologisches und soziales Gewissen; Globalisierungs-Skeptiker, Bannerträger von Political Correctness und Diversity

Sozialökologische, die sich dem Wegwerfen bewusst sind und etwas dagegen tun wollen.

Eventuell Slow-Food Mitglieder. Dabei ist Slow Food ist eine weltweite Bewegung, die für regionales Genießen und eine entschleunigte Lebensweise eintritt. Genuss, Vielfalt und gutes Essen stehen dabei im Mittelpunkt. Sie setzen sich dafür ein, dass Lebensmittel "gut, sauber und fair" sind.

Somit wären unsere Nutzer Menschen von jung bis alt, die etwas spenden möchten, günstige Lebensmittel suchen oder sich der Umwelt und Nahrungsmittelverschwendung bewusst sind. Darüber hinaus ist es auch für all diejenigen interessant, die sich nicht für Rezepte entscheiden können oder auch die, die nach Inspiration suchen.

\*http://www.sinus-institut.de/loesungen/sinus-milieus.html