

Gateway Idea Model Canvas

Teamname: Travel Different - Nachhaltige Reiseplattform



| | | | | |
|---|--|--|--|---|
| <p>Problem Welches Problem adressiert ihr? Wer hat dieses Problem?</p> <p>NGOs verfügen über keine stabile Finanzierung: -sie sind auf Spenden angewiesen, die stark schwanken und aufgrund des durchschnittlich hohen Alters der Spender generell zurückgehen.</p> <p>Konventioneller Tourismus bringt weltweit viele negative Auswirkungen: - die Ausgaben von Reisenden kommen oft nicht der lokalen Bevölkerung und der Region zu Gute</p> | <p>Idee/Lösungsvorschlag Wie wollt ihr dieses Problem lösen? Welche Meilensteine müsst ihr dafür erreichen? Was ist die Minimalversion eurer Lösung und wie schnell könnt ihr sie erreichen?</p> <p>Digitale Reiseplattform auf der NGOs Übernachtungsmöglichkeiten für Reisende einstellen können: - NGOs werden für den Tourismus verfügbar gemacht und erzielen stabile Einnahmen, die ihren sozialen und ökologischen Aktivitäten und damit der lokalen Bevölkerung und Region zu Gute kommen - Reisende lernen durch den Aufenthalt in den NGOs die Projekte unmittelbar kennen und werden für lokalen Probleme sensibilisiert, evtl. werden sie in der Folge zu Spendern</p> <p>MVP: Landing Page mit einer Liste an Übernachtungsangeboten von NGOs. Händische Vermittlung von Reisenden an die NGOs. Dafür wichtig: - Minimumstandards für die Räumlichkeiten der NGOs festlegen - Min. 12 NGOs in verschiedenen Ländern akquirieren, onboarden und deren Angebote listen - BezahlDienst wie Paypal einbinden - Kommission für Nachhaltige Reiseplattform festlegen</p> | <p>Kundensegmente/Nutzer Wer zahlt für die Lösung des Problems? Lassen sich die Kunden in verschiedene Untergruppen/ Segmente aufteilen? Ist der Kunde auch Nutzer oder zahlt einer und nutzt es ein Dritter (z.B. Krankenversicherung zahlt für Patienten)? Wie viele potenzielle Nutzer gibt es?</p> <p>Auf Nachhaltigkeit bedachte Reisende bis ca. 30 Jahre, die nach günstigen und authentischen Reiseerlebnissen suchen. Segmentiert in Studierende und Arbeitnehmer:innen. Sie zahlen für ihren Aufenthalt bei der NGO. Zu Beginn konzentrieren wir uns auf Deutsche, später nach und nach auf europäische Reisende und letztlich auf Reisende aus der ganzen Welt.</p> <p>NGOs aus den Bereichen Soziales und Umwelt. Wir beginnen mit NGOs des globalen Südens und aus Deutschland, später aus der ganzen Welt. Das Einstellen ihrer Angebote auf der Plattform ist für sie kostenlos.</p> | <p>Vertrieb Wo und wie erreicht ihr eure Kunden?</p> <p>- Webseite + SEO/SEA - Soziale Medien + Influencer (Instagram) - NGOs und deren Netzwerke - Deutsche Touristikbranche und deren Netzwerke</p> | <p>Kompetenzbedarf und Team Welche Erfahrungen und Qualifikationen braucht es um eure Idee umzusetzen? Welche Kompetenzen bringt ihr mit? Welche Kompetenzen müsst ihr noch ergänzen und wie wollt ihr sie ergänzen (z.B. über Mitgründer, Kooperationen, Netzwerk,...)?</p> <p>David (B.A.) Geographie, Abschlussarbeit zu NGOs, Berufserfahrung als Journalist → PR, Marketing Laura (B.A.) Mehrsprachige Kommunikation, Berufserfahrung im Tourismus in Lateinamerika und im Reisebüro in Deutschland, aktuell im Bereich digitales Marketing tätig → Aufbau Zusammenarbeit mit NGOs, Entwicklung Qualitätsstandards Basti (B.A.) International Business, Berufserfahrung im Business Development und Finanzierung bei Start-up in Lateinamerika sowie einer deutschen Beratungsagentur, wo er Kunden zum Thema Nachhaltigkeit im Geschäftsmodell beriet → Business Development & Finanzen Marc (M.A.) Information Systems, Abschlussarbeit zur Entwicklung einer Webapp mit AI, Berufserfahrung in der Softwareentwicklung → Programmierung Webapplikation Alle Team-Mitglieder haben viele internationale Reisen gemacht und sprechen mehrere Sprachen.</p> <p>Zusätzlicher Bedarf: Netzwerke in die deutsche Tourismusbranche</p> |
| <p>Wettbewerb Welche Konkurrenz gibt es für euer Produkt, welche Firmen bieten etwas ähnliches an? Was macht eure Idee besser als die Alternativen?</p> <p>Reiseplattformen wie Airbnb & Couchsurfing, Anbieter die Langzeitaufenthalte bei NGOs vermitteln, nachhaltige Tourismus-Projekte, z.B. Ecobnb.</p> | | | <p>Einnahmequellen Wofür zahlt der Kunde? Über welche Wege verdienst du Geld?</p> <p>Die Nachhaltige Reiseplattform behält eine Kommission an den Buchungen der Übernachtungen ein</p> | |

Gateway Idea Model Canvas

Teamname: Talent Scout - Bewerbungsmanagementsystem



| | | | | |
|---|---|---|---|--|
| <p>Problem Welches Problem adressiert ihr? Wer hat dieses Problem?</p> <p>Personalverantwortliche in kleinen Unternehmen haben keine Möglichkeit die Persönlichkeit (Soft Skills) von Bewerbungskandidaten bereits in der Vorauswahl zu berücksichtigen, obwohl ihnen dies besonders wichtig ist.</p> | <p>Idee/Lösungsvorschlag Wie wollt ihr dieses Problem lösen? Welche Meilensteine müsst ihr dafür erreichen? Was ist die Minimalversion eurer Lösung und wie schnell könnt ihr sie erreichen?</p> <p>Digitales Bewerbungsmanagementsystem mit integrierter Persönlichkeitsanalyse und intelligenter Matching-Technologie: - Leichte Erstellung von Stellenanzeige an nur einem Ort, die Software von Talent Scout verbreitet sie automatisch auf allen relevanten Online-Kanälen wie Google Jobs, Xing, LinkedIn - Intelligentes Matching nach systematisch erhobenen Persönlichkeitsmerkmalen und Vorschlag der am besten geeigneten Kandidaten</p> <p>Meilensteine: Kritische Masse an Unternehmen/Stellenanzeigen und Bewerbern auf die Plattform ziehen.</p> <p>MVP: Online-Talentpool, in den Bewerber ihr Profil unter der umfangreichen und wissenschaftlich fundierten Abfrage von Persönlichkeitsmerkmalen einstellen können. Recruiter können sich daraus für sie passende Kandidaten selbst und manuell herausuchen.</p> <p>Später: Recruiter stellen Stellenanzeigen auf Plattform ein, Talent Scout matcht diese automatisch mit passenden Bewerbern</p> | <p>Kundensegmente/Nutzer Wer zahlt für die Lösung des Problems? Lassen sich die Kunden in verschiedene Untergruppen/ Segmente aufteilen? Ist der Kunde auch Nutzer oder zahlt einer und nutzt es ein Dritter (z.B. Krankenversicherung zahlt für Patienten)? Wie viele potenzielle Nutzer gibt es?</p> <p>Kleine deutsche Unternehmen, die geeignete Bewerber suchen: bis 25 Mitarbeiter, bis 250 Mitarbeiter.</p> <p>Bewerber, die einen neuen Arbeitsplatz suchen. Die Unternehmen zahlen für die Nutzung der Plattform. Die Bewerber zahlen nichts.</p> <p>2,6 Mio. Unternehmen mit bis zu 250 Mitarbeitern in Deutschland. Konzentration auf den Markt der Unternehmen bis 25 Mitarbeiter im Dienstleistungsbereich (750.000 Unternehmen).</p> | <p>Vertrieb Wo und wie erreicht ihr eure Kunden?</p> <p>B2C: Hochschulmarketing, Werbung auf Social Media z.B. LinkedIn, Xing, Instagram, Teilnahme an Jobmessen</p> <p>B2B: Kaltakquise z.B. via Telefon, Email, Online-Marketing z.B. via LinkedIn, Xing, Teilnahme an Fachveranstaltungen</p> | <p>Kompetenzbedarf und Team Welche Erfahrungen und Qualifikationen braucht es um eure Idee umzusetzen? Welche Kompetenzen bringt ihr mit? Welche Kompetenzen müsst ihr noch ergänzen und wie wollt ihr sie ergänzen (z.B. über Mitgründer, Kooperationen, Netzwerk,...)?</p> <p>Daniel (B.A.) BWL mit Schwerpunkt HR, BA-Thesis zu Persönlichkeitsanalysen im Recruiting, Berufserfahrung in Personalabteilung → Business Development & Finanzen Matthias (B.A.) Handelsmanagement mit Schwerpunkt Internet Entrepreneurship, Abschlussarbeit zu Markteintrittsstrategie von Talent Scout und M.A. Digital Business Management mit Schwerpunkt Digitale Kommunikation, Berufserfahrung im Vertrieb von B2B Vertrieb von Recruitingprodukten → Marketing & Vertrieb Sara (B.A.) Wirtschaftsmathematik, kennt alle gängigen Programmiersprachen, Abschlussarbeit zu Matrizenmultiplikation → Programmiererin, Weiterentwicklung Algorithmus</p> <p>Zusätzlicher Bedarf: Big Data Entwicklung, Experte kann leicht über Hochschulnetzwerk ermittelt werden</p> |
| <p>Wettbewerb Welche Konkurrenz gibt es für euer Produkt, welche Firmen bieten etwas ähnliches an? Was macht eure Idee besser als die Alternativen?</p> <p>Recruiting-Plattformen und Bewerbungsmanagementsysteme, die kein oder nur in Ansätzen ein Matching von Soft Skills anbieten, wie Jacando und Talents Connect.</p> <p>Nur Talent Scout macht eine so umfangreiche Erfassung von Persönlichkeitsmerkmalen auf der Bewerber- und Unternehmenseite, sowie Plausibilisierung und stetige Verbesserung der Analyse durch maschinelles Lernen. Nur Talent Scout gibt Recruitern Handlungsempfehlungen aufgrund von Big Data Analysen und bietet zum Einstieg ein Freemium-Modell an.</p> | | | <p>Einnahmequellen Wofür zahlt der Kunde? Über welche Wege verdienst du Geld?</p> <p>Die Unternehmen zahlen für die Nutzung des Bewerbungsmanagementsystem in Form eines Abomodells je nach Leistungspaket: 0 EUR, 39 EUR, 59 EUR und 99 EUR / Nutzer / Monat.</p> | |

Gateway Idea Model Canvas

Teamname: Öko Clean - Ökologische DIY-Reinigungsmittel



| | | | | |
|---|---|--|--|--|
| <p>Problem Welches Problem adressiert ihr? Wer hat dieses Problem?</p> <p>Selbst ökologische Putzmittel haben noch eine hohe Umweltbelastung: -Zusatzstoffe (teilweise giftig) => viel Wasser zur Neutralisierung notwendig -Transport (CO2 etc.) -Verpackungsmaterial meist aus Plastik → Umweltbewusste Menschen haben keine optimale Lösung für Reinigungsmittel</p> | <p>Idee/Lösungsvorschlag Wie wollt ihr dieses Problem lösen? Welche Meilensteine müsst ihr dafür erreichen? Was ist die Minimalversion eurer Lösung und wie schnell könnt ihr sie erreichen?</p> <p>Reduktion auf drei biologisch leicht abbaubare Basiskomponenten zum Selbermischen (Zitronensäure, Soda, (Bio-)Tensid) für verschiedene Reinigungsanwendungen (Allzweck&Glas, Fett&Eingebranntes, WC, Bad, Boden)</p> <p>MVP: Basiskomponenten im Shop mit Anleitung/vorgegebenen Mischverhältnissen</p> <p>Wichtig für MVP → stehende Logistik/Umverpackung in Handelsübliche Mengen der Komponenten („Kleinstserie“) → Mischverhältnisse aus Experimenten/Forschung/Entwicklung</p> | <p>Kundensegmente/Nutzer Wer zahlt für die Lösung des Problems? Lassen sich die Kunden in verschiedene Untergruppen/ Segmente aufteilen? Ist der Kunde auch Nutzer oder zahlt einer und nutzt es ein Dritter (z.B. Krankenversicherung zahlt für Patienten)? Wie viele potenzielle Nutzer gibt es?</p> <p>Ökologische bewusste Verbraucher, die selber zuhause putzen (einkaufende(r) Partner:in)</p> <p>Segmentierung nach: -Preisbewusstsein -Zeitbewusstsein -DIY-Willigkeit</p> | <p>Vertrieb Wo und wie erreicht ihr eure Kunden?</p> <p>B2C-Direktvertrieb (aktuell) → Werbung über Instagram (Auch LinkedIn und Facebook) → Messen für umweltbewusste Menschen (z.B. Veggienale & Fair Goods)</p> <p>Zukunft: Vertrieb über Bio-Supermarkt und/oder Drogerie</p> | <p>Kompetenzbedarf und Team Welche Erfahrungen und Qualifikationen braucht es um eure Idee umzusetzen? Welche Kompetenzen bringt ihr mit? Welche Kompetenzen müsst ihr noch ergänzen und wie wollt ihr sie ergänzen (z.B. über Mitgründer, Kooperationen, Netzwerk,...)?</p> <p>Amelie (M.A.) – Erfahrung in Redaktion und Marketing, Social Media Managerin → Marketing/Vertrieb Sandra (B.Eng.) Industrialisierungsingenieurin aus der Chemie-Industrie → Produktentwicklung Frank (M.Sc.) Venture Builder → Geschäftsmodell und Finanzen</p> <p>Bedarf: Erfahrung in (Chemie-)Logistik/Supply Chain für Skalierung</p> |
| <p>Wettbewerb Welche Konkurrenz gibt es für euer Produkt, welche Firmen bieten etwas ähnliches an? Was macht eure Idee besser als die Alternativen?</p> <p>Primär: Ökologische Putzmittel (Sonett, Sodasan, ecover, Frosch, Almawin, attitude) Sekundär: Herkömmliche Putzmittel, Reinigungsfachkräfte (mit herkömmlichen Produkten)</p> | | | <p>Einnahmequellen Wofür zahlt der Kunde? Über welche Wege verdienst du Geld?</p> <p>Primär: Verkauf der Basiskomponenten (inklusive Anleitung zur Mischung) → Starter-Kit + Nachfüll-Set</p> <p>Ergänzend: Flaschen, in denen die Reinigungsmittel (Allzweck&Glas, Bad, Fett&Eingebranntes) aus den Basiskomponenten gemischt werden (WC und Boden benötigen keine extra Behälter)</p> | |