

Assumption Matrix

| ATTRAKTIVITÄT | BRAUCHBARKEIT | REALISIERBARKEIT |
|--|---|---|
| <i>Annahme</i> Für die Kund*innen ist Produkt X attraktiv weil ... | <i>Annahme</i> Die Kund*innen nutzen Produkt X regelmäßig weil ... | <i>Annahme</i> Wir können Produkt X realisieren weil ... |
| Product as a Service --> Rund um Produkt Service Unabhängigkeit (wenig Ressourcen) Ortsunabhängig (indoor, outdoor, mobil) Flexibilität Ästhetik - sieht gut aus, innovatives Design Nachhaltig und Umweltbewusst | Pflanzenzucht und -pflege Pflanzenvielfalt Grüner Daumen Unabhängigkeit von Unternehmen Selbstversorgeraspekt Keine Pestizide Gesünder und bewusster Leben Akzeptanz für Bauern Ressourcenschonung Bildung für Kinder Unterstützung für mentale Gesundheit -> (Einrichtungen, Behindertenwerkstätten, Schulen) | Komponenten des Produkt sind einfach zu beschaffen Rucksäcke -> Kooperation ASZ Füllmaterial aus Altkleider -> Kooperation ASZ, Volksh Wasserleitung, Stromzufuhr Pflanzensamen --> Kooperation mit Gärtnereibetriebe |