

Assumption Matrix

<p style="text-align: center;">ATTRAKTIVITÄT</p> <p><i>Annahme</i> Für die Kund*innen ist Produkt X attraktiv weil ...</p>	<p style="text-align: center;">BRAUCHBARKEIT</p> <p><i>Annahme</i> Die Kund*innen nutzen Produkt X regelmäßig weil ...</p>	<p style="text-align: center;">REALISIERBARKEIT</p> <p><i>Annahme</i> Wir können Produkt X realisieren weil ...</p>
<p>Product as a Service --> Rund um Produkt Service</p> <p>Unabhängigkeit (wenig Ressourcen) Ortsunabhängig (indoor, outdoor, mobil) Flexibilität Ästhetik - sieht gut aus, innovatives Design Nachhaltig und Umweltbewusst</p>	<p>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)</p>	<p>Komponenten des Produkt sind einfach zu beschaffen Rucksäcke -> Kooperation z.B. ASZ Füllmaterial aus Altkleider --> Kooperation z.B. ASZ, Volkshilfe,.. Wasserleitung, Stromzufuhr Pflanzensamen --> Kooperation mit Gärtnereibetriebe</p>