

Challenge-Beschreibung

Titel der Challenge: **Veganes Grillsortiment** – Entwicklung einer veganen Fleischalternative für die Grillsaison

Mentor: Miroslaw Ryschka, Ruth von Bar, Ana Tello, Tim Jansen

Beschreibung:

The Plantly Butchers (TPB) möchte sich als Innovationsführer im Markt für vegane Lebensmittel positionieren. Daher ist die ständige Entwicklung neuer und neuartiger Produkte von essenzieller Bedeutung. Die Entwicklung eines veganen Grillsortiments mit dem richtigen Geschmack, Bissfestigkeit und Textur ist aus technologischer Sicht eine große Herausforderung. Gleichzeitig bietet es mit einer guten Vermarktung das Potenzial, ein Kassenschlager der Grillsaison zu werden.

Ziel dieser Challenge ist die Konzeptionierung eines neuen veganen Grillsortiments, welches auf die Anforderungen der Zielgruppe abgestimmt ist. Auf Grundlage von selbst durchzuführender Marktforschung sowie bereitgestellter Marktdaten sollen ein oder zwei Produktsteckbriefe entwickelt werden, die Kundenwünsche und -erwartungen an vegane Produkte erfassen.

Der Steckbrief soll alle relevanten Informationen rund ums Produkt enthalten, z.B.:

- Grund der Produkte (Problemstellung)
- Zielgruppe und Anforderungen dieser
- Produktidee
- sensorische Eigenschaften
- Inhaltsstoffe, mögliche Rezeptur (Begründung, Warum ist es innovativ? Gesund oder nachhaltig? Was unterscheidet dieses Produkt von anderen Produkten auf dem Markt?)
- innovative und nachhaltige Verpackungsidee
- Marktpositionierung

Ausarbeitungen werden gemeinsam mit dem Mentor im Hinblick auf die Umsetzbarkeit überprüft.

Bereitgestellte Daten und Technik:

- Kurzpräsentation der TPB
- eigene Daten aus der Marktforschung
- Austausch mit Lebensmittelexpert*innen von The Plantly Butchers

Ziel/Erwartetes Ergebnis:

Es soll ein vollumfänglich kundenzentriertes veganes Produkt aus dem Grillsortiment entwickelt werden.

Verwertungsrechte:

Die Ergebnisse sollen intern von The Plantly Butchers weiterverwendet werden.

Zusatzpreise/Perspektive:

Die Hacker erhalten ein Care-Paket mit Brand Artikel von Billie Green.

Die Hacker werden Teil der Marketingaktivitäten der TPB im Rahmen des Hackathons, sofern sie es wünschen (z.B. LinkedIn, Instagram).

Die Hacker erhalten nach Abstimmung die Einladung zu einem Unternehmensbesuch der TPB, um das Team kennenzulernen und die Produkte zu verkosten.