

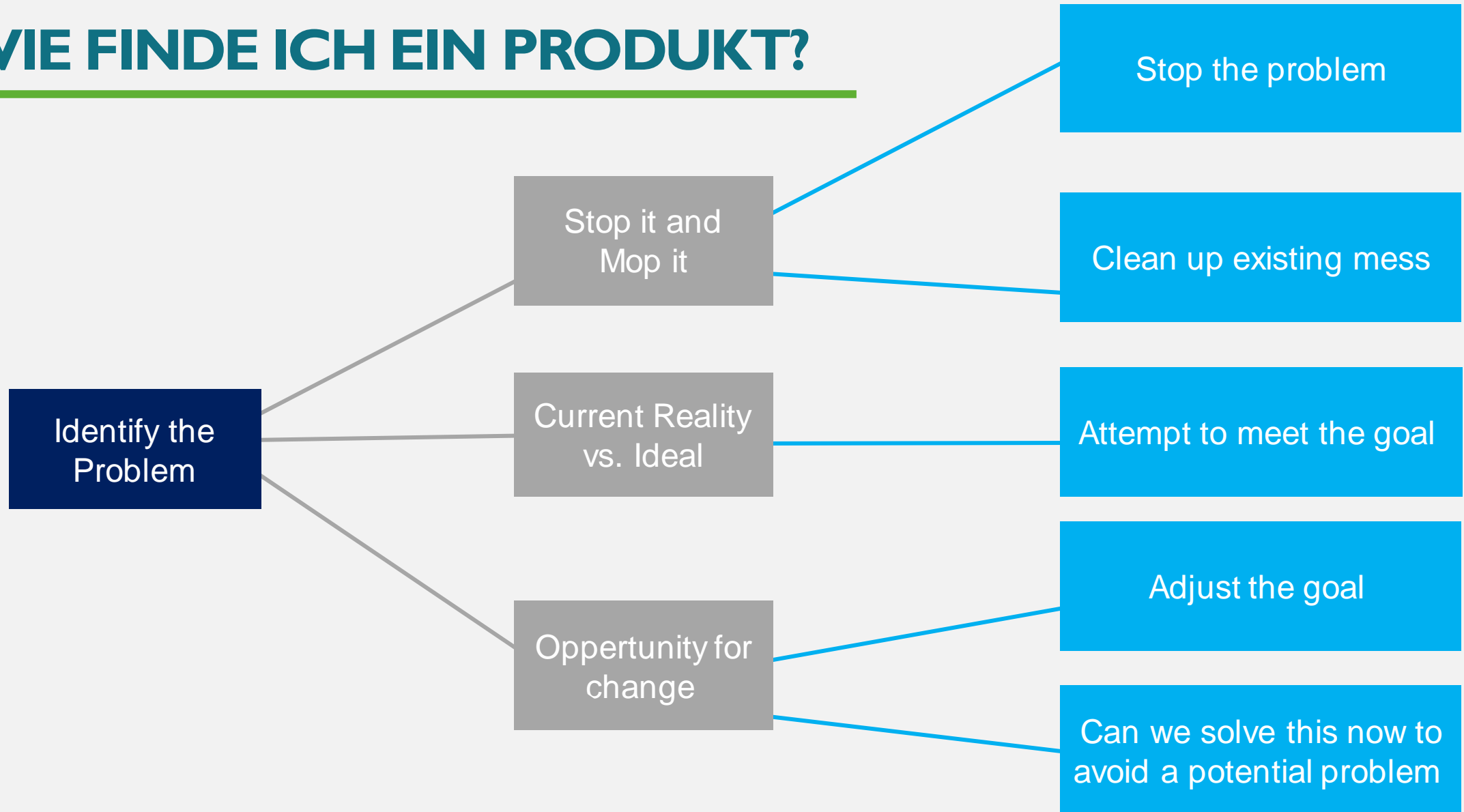
BRINAX

Greenwashing, aber richtig!

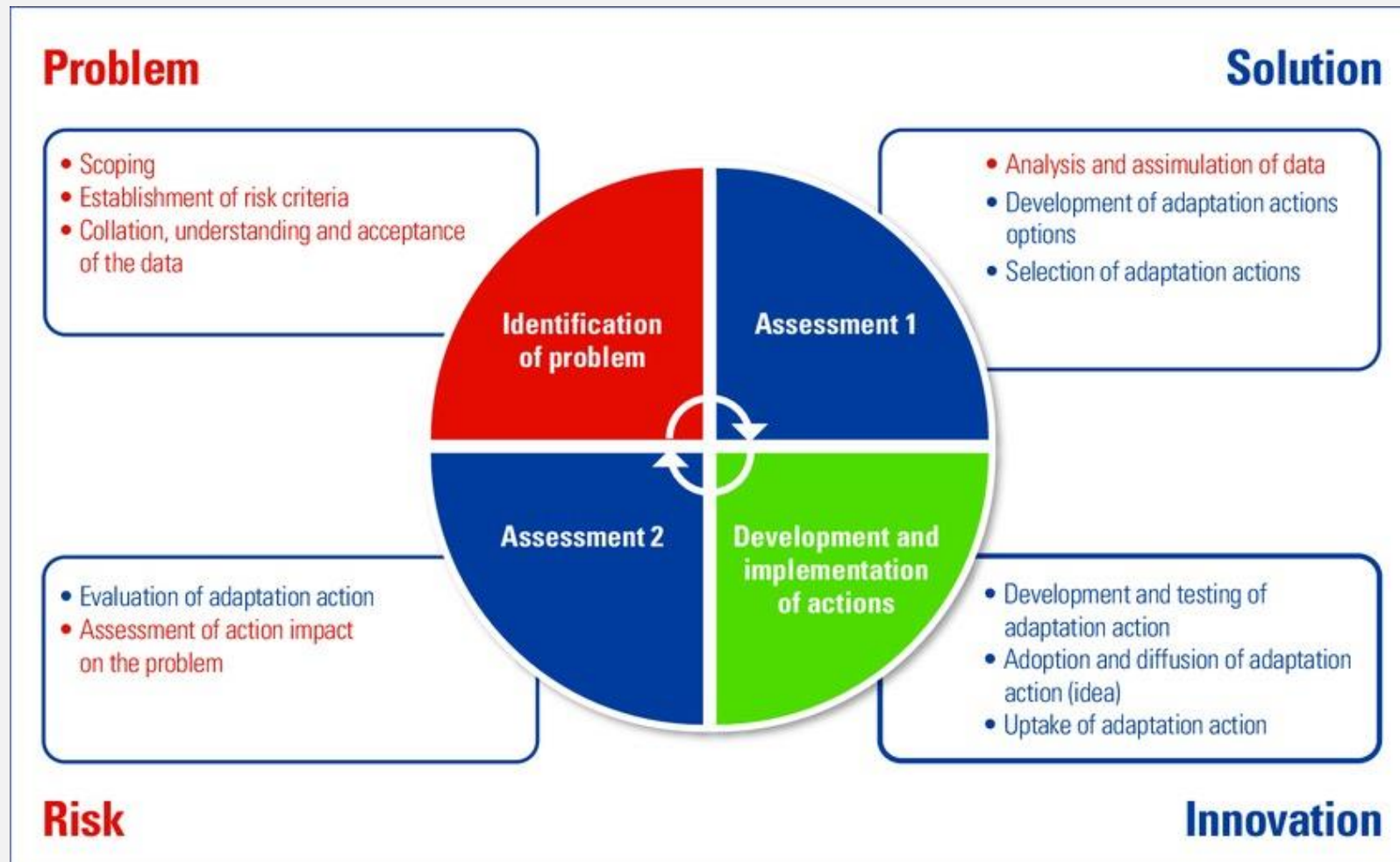


dresden | **exists**
WISSEN. GRÜNDEN. UNTERNEHMEN.

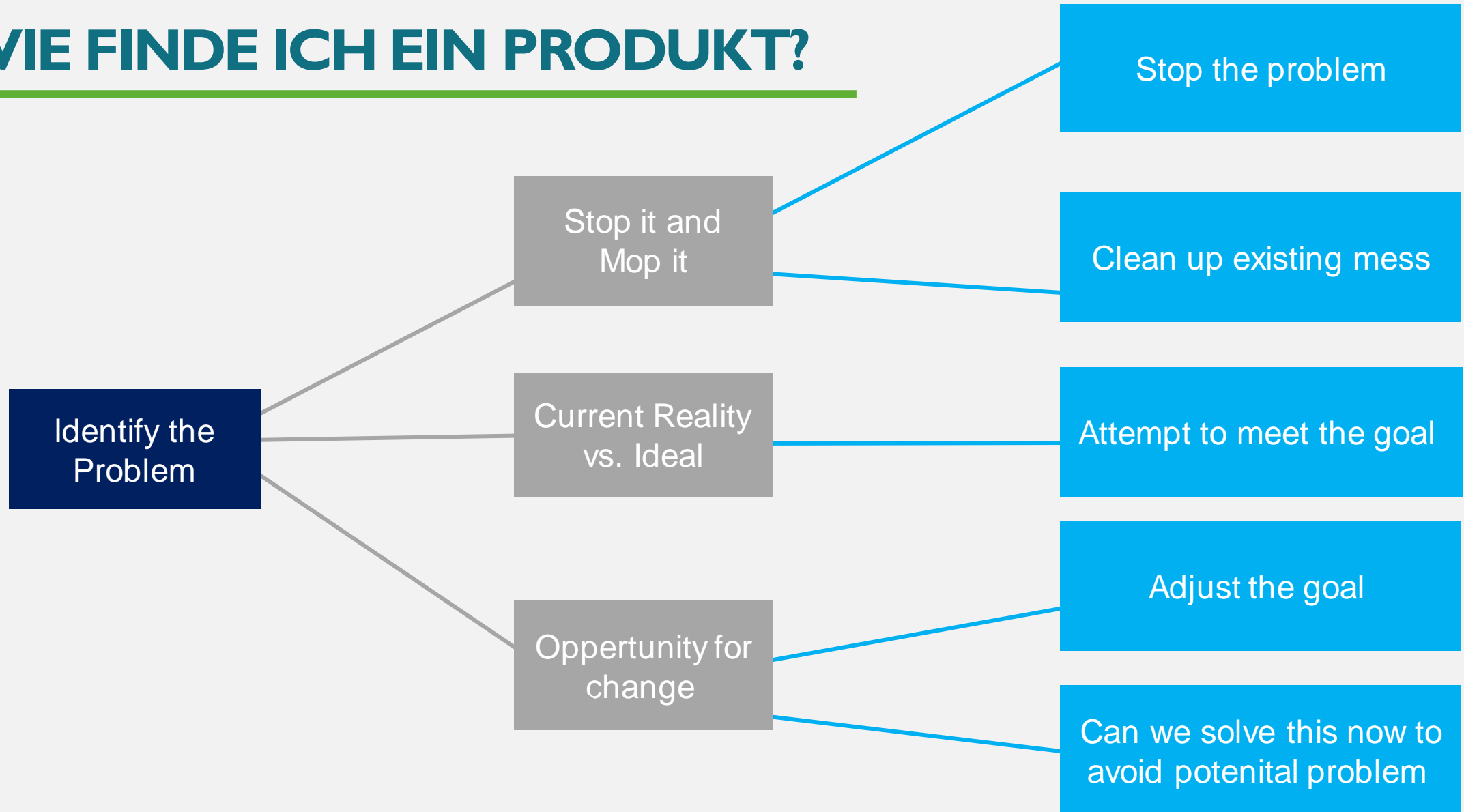
WIE FINDE ICH EIN PRODUKT?



WIE FINDE ICH EIN PRODUKT?



WIE FINDE ICH EIN PRODUKT?



eku **idee**
**PREISTRÄGER
2022**

START **UP** TEENS

WE EMPOWER INNOVATORS

WER SIND MEINE KUNDEN?

Charakterisierung von Produkt und Persona



hochpreisig

nachhaltig

**ausschließlich
für das Auto**

Handwäsche

“E-Auto-Fahrer”



- achtet auf Nachhaltigkeit
- tendenziell höheres Einkommen
- aktiv in sozialen Medien
- kauft gerne Online ein
- Millenial

“Auto affine”



- Auto ist Hobby
- achtet auf die Pflege
- wäscht von Hand
- Millenial bis Boomer
- hohes Einkommen
- nicht abgeneigt gegenüber Nachhaltigkeit (so lange er Auto fahren kann)



WO WERBE ICH?

Dort sein, wo meine Kunden sind

“E-Auto-Fahrer”



- achtet auf Nachhaltigkeit
- tendenziell höheres Einkommen
- aktiv in sozialen Medien
- kauft gerne Online ein
- Millennial

“Auto affine”



- Auto ist Hobby
- achtet auf die Pflege
- wäscht von Hand
- Millennial bis Boomer
- hohes Einkommen
- nicht abgeneigt gegenüber Nachhaltigkeit



Werbekanäle

- Autohäuser
- Online- / Social Media-Präsenz
- Präsenz in nachhaltigen Milieus

- Autoclubs und –Shows
- Automessen
- Motorsport-Events

WIE VERKAUFE ICH?

Markttypische Handelsplätze richtig erkennen

ATU



amazon







AUTODOC

B2B

WIE VERHÄLT SICH DER MARKT?

Trends erkennen, Potenziale messen

Wer sind unsere Kunden?	
Haushalte mit mind. 1 Auto in DE	57,89 Millionen
Davon Haushalte, die ihr Auto zu Hause waschen	12,39 Millionen
Davon Haushalte, die nachhaltige Alternativen tendenziell bevorzugen	11,27 Millionen
Davon Haushalte, die bereit sind, Marke zu wechseln	3,43 Millionen potenzielle Kunden

	Nachhaltigkeit	Produktangebot	Transparenz	Bekanntheit	Marktstellung	Preis (1L)
	niedrig	Konventionell	Niedrig	Hoch	Dominierend	8€
	niedrig	Konventionell	niedrig	Hoch	Dominierend	10€
	niedrig	Performance-Produkte	Niedrig	niedrig	Nischensegment	28€
	hoch	Teilweise nachhaltig	Mittel	Niedrig	Nischensegment	15€
	hoch	Teilweise nachhaltig	Mittel	Niedrig	Nischensegment	13€
	Sehr hoch	Nachhaltig	hoch	aufstrebend	Neu im Markt	16,50€

UNSER LEARNING

IDEE 



UNTERNEHMEN 



SCHLUSS MIT THEORIE

ENTWICKELT EINEN PLAN

1. Großes Ziel setzen
2. Unterziele definieren
3. Immer präziser werden

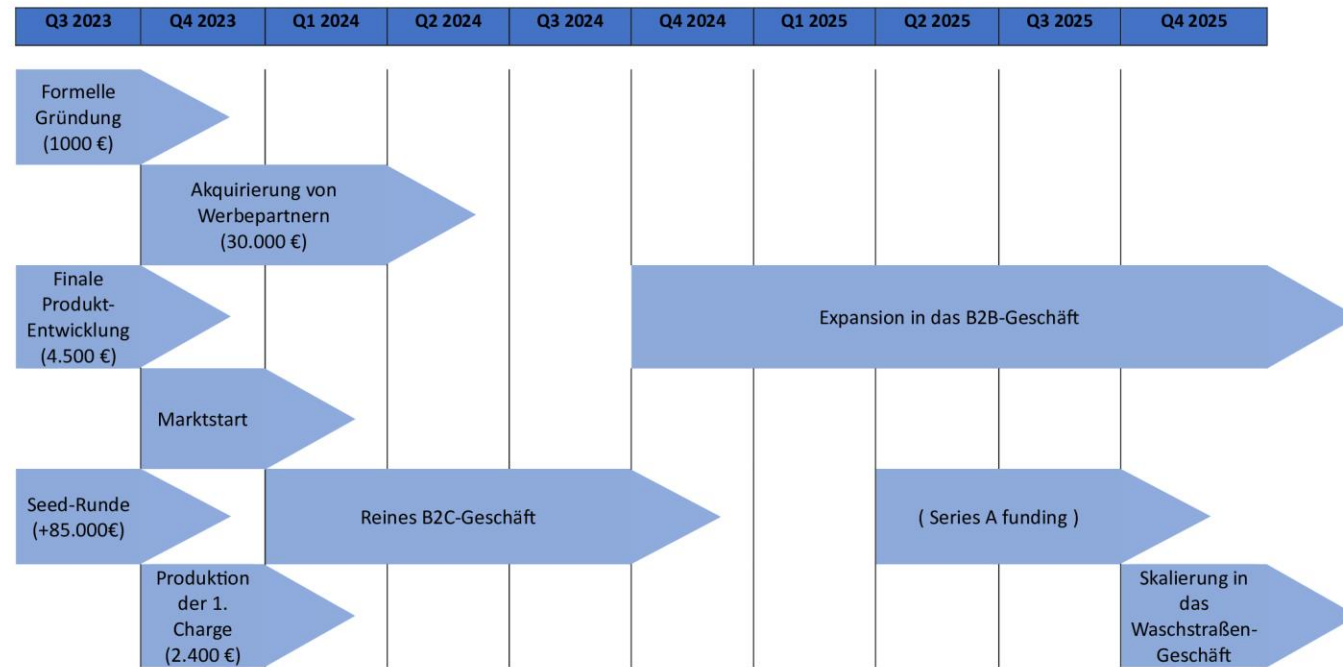
Beispiel

- ➔ Ziel: BRINAX soll die Fahrzeugwäsche nachhaltig revolutionieren
- ➔ Unterziel: Größten Abnehmer bedienen
- ➔ Unterziel: B2C oder B2B?
- ...
- ➔ Nächster Schritt: Pitchdeck/Website erstellen

PLAN A IST NUR GUT WENN ER PLAN B ENTHÄLT



GANTT - Diagramm



UNSER FAZIT

1. Gründen lernt man durch Praxis
2. Fehler + Feedback bringen euch weiter
3. Hilfe bringt euch weiter