



Existenz Design - Holzgrün

Interdisziplinäre Designpraxis - Konzept, Szenario und Strategie - The poetic Economy, the designer as entrepreneur.

Selina Steffen, Wayra Siles, Flavio Vogel, Robert Krieg

4. Semester Bachelor Design, Dozenten: H. Matter, B. Hitz (Leitung), Feuz Martin, Antonio Scarponi

Recherche und Ideenfindung

Unsere Gruppe wurde für das Modul interdisziplinär nach einem Persönlichkeitstest zusammen gesetzt. Am Anfang des Kurses lag es an uns herausfinden, welche Interessen und Fähigkeiten in unserem Team vorhanden sind und in welche Richtung sich das Projekt entwickeln könnte. In einem ersten Schritt hat jedes Projektmitglied einige eigene Projekte und Ideen kreiert, damit eine Diskussionsbasis für die Ideenfindung gewährleistet ist. Wir haben uns die verschiedenen Themen gegenseitig vorgestellt und intensiv diskutiert.

Zu Beginn sind wir damit nicht weiter gekommen und konnten uns noch nicht auf ein konkretes Themenfeld einigen. Wir haben daher in einem zweiten Schritt ein anderes Verfahren angewendet. Jedes Teammitglied hat eine Liste von persönlichen Interessen und Fähigkeiten aufgeschrieben. So konnten wir vergleichen, wo es ähnliche Interessen gibt und sich unsere Fähigkeiten ergänzen.

Schnell wurde klar, dass wir uns alle gerne in der Natur aufhalten und ein Flair für gesunde

und ökologische Ernährung haben. Rund um dieses Thema begannen wir zu diskutieren. Wir spielten verschiedene Szenarien und Konzepte durch und es kristallisierte sich eine Kernidee heraus: Wir möchten die Menschen in der Stadt zurück in den nahegelegenen Wald bringen. Dazu gibt es natürlich eine Vielzahl von Möglichkeiten. Wir redeten über die heutige Konsumgesellschaft und es kam die Idee auf, dass in den Wäldern und Wiesen rund um die Stadt eine Vielzahl von Kräutern und Pflanzen wachsen, welche man im Haushalt verwenden könnte.

Unser Ziel war es, die Menschen dazu zu bringen, sich das Fachwissen anzueignen,

selbstständig und souverän Nahrungsmittel aufzutreiben, ganz nach dem "Do it Yourself" Trend. Wir stellten diese Idee unter den Leitsatz "back to nature" und suchten nun nach konkreten Konzepten für ein Geschäftsmodell, ein Produkt oder eine Dienstleistung.

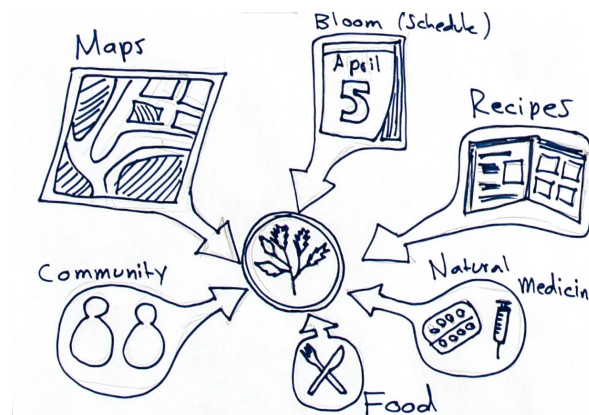
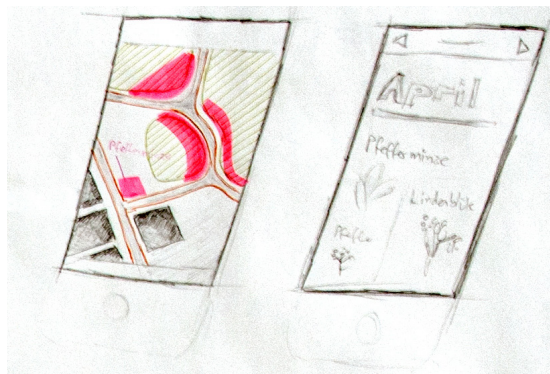


Unsere ersten Ideen waren eher auf ein konkretes Produkt ausgelegt. Wir tüftelten an Produkten, welche die Leute dazu bringen sollten, den Wald selbständig zu erkunden.

Schnell war der Gedanke bei einer App, welche den Benutzern beim Entdecken und Suchen von Kräutern im Wald helfen soll. Wir

dachten an eine Community, welche sich gegenseitig unterstützt und Informationen austauscht. Wir hatten die Idee von einer Karte, auf der verschiedene Gebiete mit Kräutern eingezeichnet sind. Uns störte am Konzept einer App allerdings, dass diese per se nicht sehr gut mit der Idee von "back to nature" einhergeht und wir suchten nach einem Weg,

die Leute ohne weitere technische Hilfsmittel in den Wald zu schicken. Nach verschiedensten Produktideen wechselten wir dann eher in den Dienstleistungsbereich und überlegten uns, was für Services man in diesem Gebiet aufbauen könnte. Uns kam die Idee eines innovativen Workshop Modells, welches die Basis für unser finales Projekt bot.



Präulergärten

- BACK TO NATURE
- KNOWLEDGE
- DO IT YOURSELF
- INDEPENDENCE
- FUN
- HEALTH
- TRUST
- VALUE CHANGE

WORKSHOP WILDNIS

- free von Standort



Fokus: Sammeln
① unabhängig

back to nature
②
③
④
⑤
⑥
⑦
⑧
⑨
⑩
⑪
⑫
⑬
⑭
⑮
⑯
⑰
⑱
⑲
⑳
㉑
㉒
㉓
㉔
㉕
㉖
㉗
㉘
㉙
㉚
㉛
㉜
㉝
㉞
㉟
㊱
㊲
㊳
㊴
㊵
㊶
㊷
㊸
㊹
㊺

story
- event
- trust
winter! Saison?

ERLEBNIS PARK

- free Standort

①
②
③
④
⑤
⑥
⑦
⑧
⑨
⑩
⑪
⑫
⑬
⑭
⑮
⑯
⑰
⑱
⑲
⑳
㉑
㉒
㉓
㉔
㉕
㉖
㉗
㉘
㉙
㉚
㉛
㉜
㉝
㉞
㉟
㊱
㊲
㊳
㊴
㊵
㊶
㊷
㊸
㊹
㊺

- Silent growth
- fairy berry
- holzbeeren
- down to earth herb
- herbal loop
- Kermesse
- herbal feet
- Waldläus

Kräuterkalender

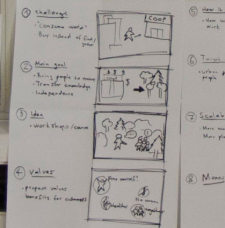


Kräuter
- Aktivelle Kräuter
- Glanz
- Pesto

Pflanzkalender/Handbuch
- Pflanz - Broschüre
- Werkzeile
- Map



- NAME
- FILM
- VISUAL
- KRÄUTER
- DIY
- PROBE KOST
- PRÄZI



Konzept

Unter dem Arbeitstitel "Kräuterhexe" begannen wir zu recherchieren nach ähnlichen Workshops und begannen unser Konzept konkreter werden zu lassen. Unsere Idee war es, regelmässige Workshops in den Wäldern rund um Zürich anzubieten, welche jungen Stadtmenschen das Fachwissen über Kräuter vermittelt, damit diese selbstständig Kräuter sammeln und in der Küche verwenden können. Mit der Zeit kamen wir mehr von der reinen Wissensvermittlung weg und wollten einen stärkeren Erlebnischarakter in die Workshops einbauen. Das gemeinsame Erlebnis im Wald soll eine wertvolle Zeit sein, nicht nur eine Fortbildung.

Wir versuchten von Beginn an, Werte zu suchen, welche wir in den Vordergrund stellen können. Auch suchten wir einen passenden Namen. Zeitgleich experimentieren wir mit dem Businessmodel Canvas und überlegten uns, wie wir unsere Workshops zu einem funktionierenden Geschäftsmodell machen können.

er your feet
t
at you find
der
path
ur path
ath
ision
outes
self
e green way
your green
to green

das grüne etwas
ab in grüne
• forest hopping
das grüne von nebenan
find, process, eat (FPE)
let's go green
herbgl Venture
• a ^(the) little green (forest)
• the little plant
take your forest home
home forest
forest at home
vital way
• know your herbs

growth



Fachpa



Die Situation heute

Oft kaufen wir Kräuter oder Pflanzen im Supermarkt ein, die eigentlich in nächster Nähe zu unserem Zuhause wachsen. Viele wissen nicht, dass man wilde Pflanzen selbst sammeln und verarbeiten kann. In unserem Alltag in der Stadt haben wir nicht viele Berührungspunkte mit der Natur, die man rund um die Stadt Zürich findet.



Was ist holzgrün?

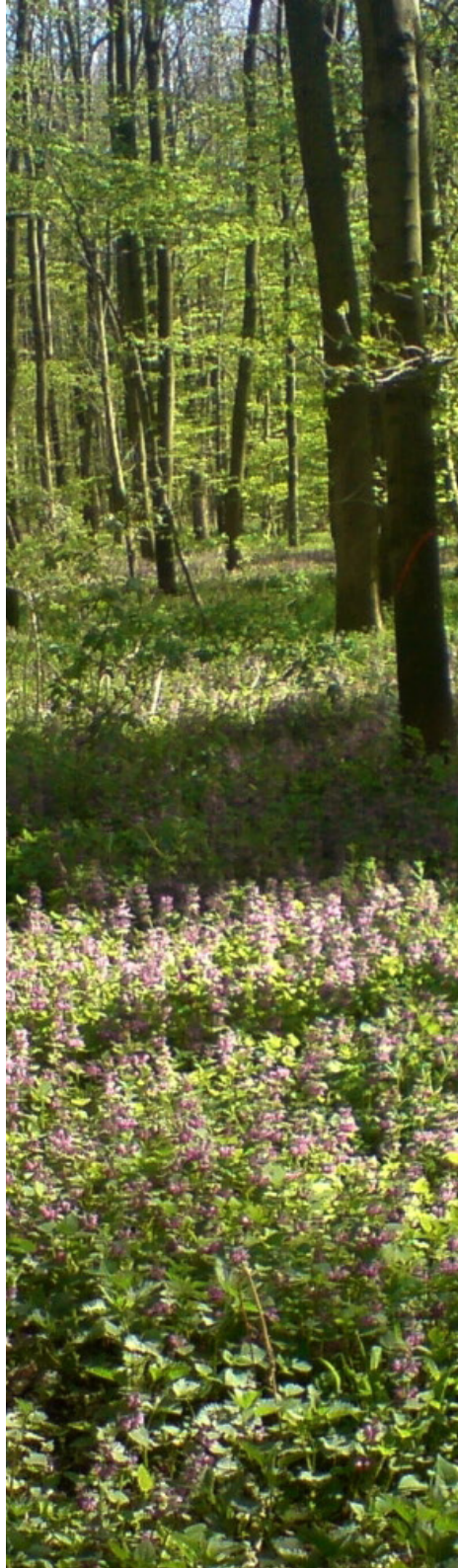
Unser Unternehmen „holzgrün“ möchte junge Stadtmenschen zusammen und zurück in die Natur bringen. Mit Workshops, die direkt in lokalen Wäldern stattfinden, vermitteln wir Wissen über wilde Pflanzen, produzieren gemeinsam Produkte wie Pesto oder Seifen, konservieren die gesammelten Pflanzen für zukünftige Produkte und essen zusammen am Lagerfeuer. Die Workshop Teilnehmer sollen mit neuem Wissen, neuen sozialen Kontakten, selbst gemachten Produkten und einem guten Gefühl nach Hause gehen. Wir streben eine Zukunft an, in der Stadt und Wald im Einklang sind.



A vertical strip on the left side of the page showing a forest floor covered in green foliage and numerous small, light purple flowers.

Wie funktioniert holzgrün?

Die Workshops sollen direkt im Wald stattfinden. Die Teilnehmer reisen jeweils zu einem Treffpunkt, der in der Nähe eines Waldes ist. Dort treffen sich alle Teilnehmer mit der Fachperson. Nachdem diese auf dem Weg zu den wilden Pflanzen erstes Wissen über diese vermittelt hat, sammelt man zusammen Kräuter, Blumen oder Pflanzen, je nach dem was später produziert werden soll. Danach fängt das eigentliche Erlebnis an, in dem man zusammen an einer Feuerstelle seine eigenen Produkte herstellt. Die Produkte können Mahlzeiten sein, die gänzlich aus wilden Pflanzen bestehen oder mit



solchen verfeinert wurden. Weiter können dies Hygienemittel wie Seifen oder Shampoos, medizinische Salben oder Tröpfchen, Tees oder Färbemittel sein.

Bei einem Workshop treffen sich gleichgesinnte Personen, seien dies Freunde oder Fremde, und knüpfen neue Kontakte, während dem sie sich über ein Thema unterhalten, welches alle interessiert, und sich Wissen darüber aneignen. Gleichzeitig ist es ein Erlebnis, welches Spass macht und den Teilnehmern in Erinnerung bleibt.



Wie funktioniert holzgrün?



Wie sieht das konkret aus?

Um sich so ein Workshop besser vorzustellen, haben wir zwei konkrete Beispiele ausgearbeitet, wie ein Workshop ablaufen könnte:

Kurs 1: Brennnesseln

Treffpunkt 11:00 Bucheggplatz Zürich

Teilnehmer: 10 - 15

Kosten: 65.- pro Person

Ablauf:

11:00 - Treffpunkt und Einführung

11:20 - Spazieren und Kräutersammeln

13:00 - Treffpunkt bei der Fuchspasshütte

13:10 - Input zu Rezepten und Anwendungen

13:30 - Kochen und kreieren

14:30 - Zusammenkommen am Lagerfeuer

16:00 - Workshop Ende

Kurs 2: Blumen und Blüten

Treffpunkt 18:30 Strickhof, Zürich

Teilnehmer: 8 - 15

Kosten: 28.- pro Person

Ablauf:

18:30 - Treffpunkt und Einführung

18:40 - Input zu verschiedenen Wildblumen

19:00 - Spazieren, lernen und sammeln

20:30 - Verschiedene Anwendungen lernen

21:00 - Workshop Ende

Beispiele von Workshopthemen und Produkten

Kochen

Brennnesselsuppe
Huflattichcrepes
Löwenzahnhonig
Gänseblümchensirup



Heilkunde

Lindenblütentee
Melissentinktur
Gänsefußsaft (Sonnenschutz)
Brennnesseltee



Kosmetik

Cremes
Öle
Parfüm
Haarpflege



Färben

Rotkraut
Brombeeren
Walnussblätter
Blüten



Unsere Werte für den Teilnehmer

Der Workshop Teilnehmende hat als direkter Kunde vier wichtige Werte, die ihn überzeugen:



Zusammen



Wissen



Do it yourself



Gesundheit

Unsere Werte für die Gesellschaft

Unsere Workshops bieten nicht nur den Teilnehmenden etwas, sondern haben dahinter einen längerfristigen Förderungsgedanke:



Bewusstsein für
Naturflächen



Bewusstsein für
nachhaltigen Konsum



Bewusstsein für
Ressourcenschonung



Bewusstsein
für Ernährung

Das anfängliche Zielpublikum von holgrün

Anfangs möchten wir uns auf 20 bis 30 jährige Stadtmenschen fokussieren. Diese Zielgruppe ist meist sehr an nachhaltigen und natürlichen Themen interessiert, jedoch sind bisherige Angebote eher für ältere Personen ausgerichtet. Da wir ausserdem selbst zur Zielgruppe gehören, können wir uns besser in das Thema hineinversetzen und wissen, wie wir die Leute ansprechen müssen. Ein weiterer Vorteil ist die weite Erreichbarkeit der jungen Stadtmenschen. Wir können über Printmedien, E-Mails oder auch nur digitale Medien Werbung machen.



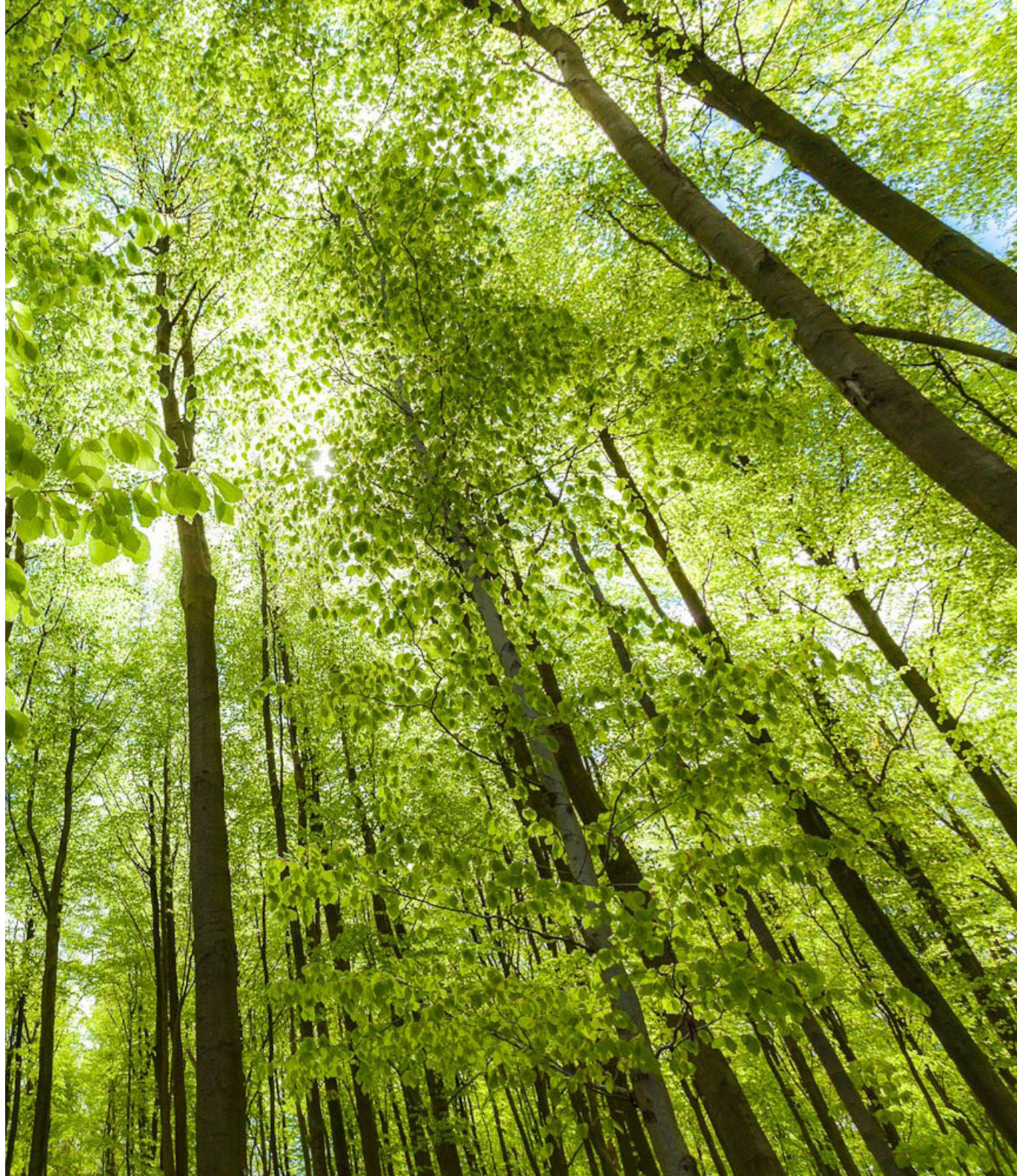
Wie will holzgrün expandieren?

Zunächst werden nur einmal wöchentlich am Wochenende Workshops stattfinden, da dies der einzige Zeitraum ist, in dem das Zielpublikum an den Kursen teilnehmen kann.

Jedoch wollen wir nach einiger Zeit spezielle Workshops für Schulklassen und Familien anbieten, die auch unter der Woche an einem Nachmittag stattfinden können.

Zusätzlich wird das Angebot nochmals ausgeweitet, in dem kürzere Abendkurse angeboten werden, in denen es jedoch mehr um das Wissen als um das Erlebnis geht.

Ein weiterer Schritt wäre, die Workshops und Kurse an verschiedenen Standorten in der ganzen Schweiz durchzuführen.



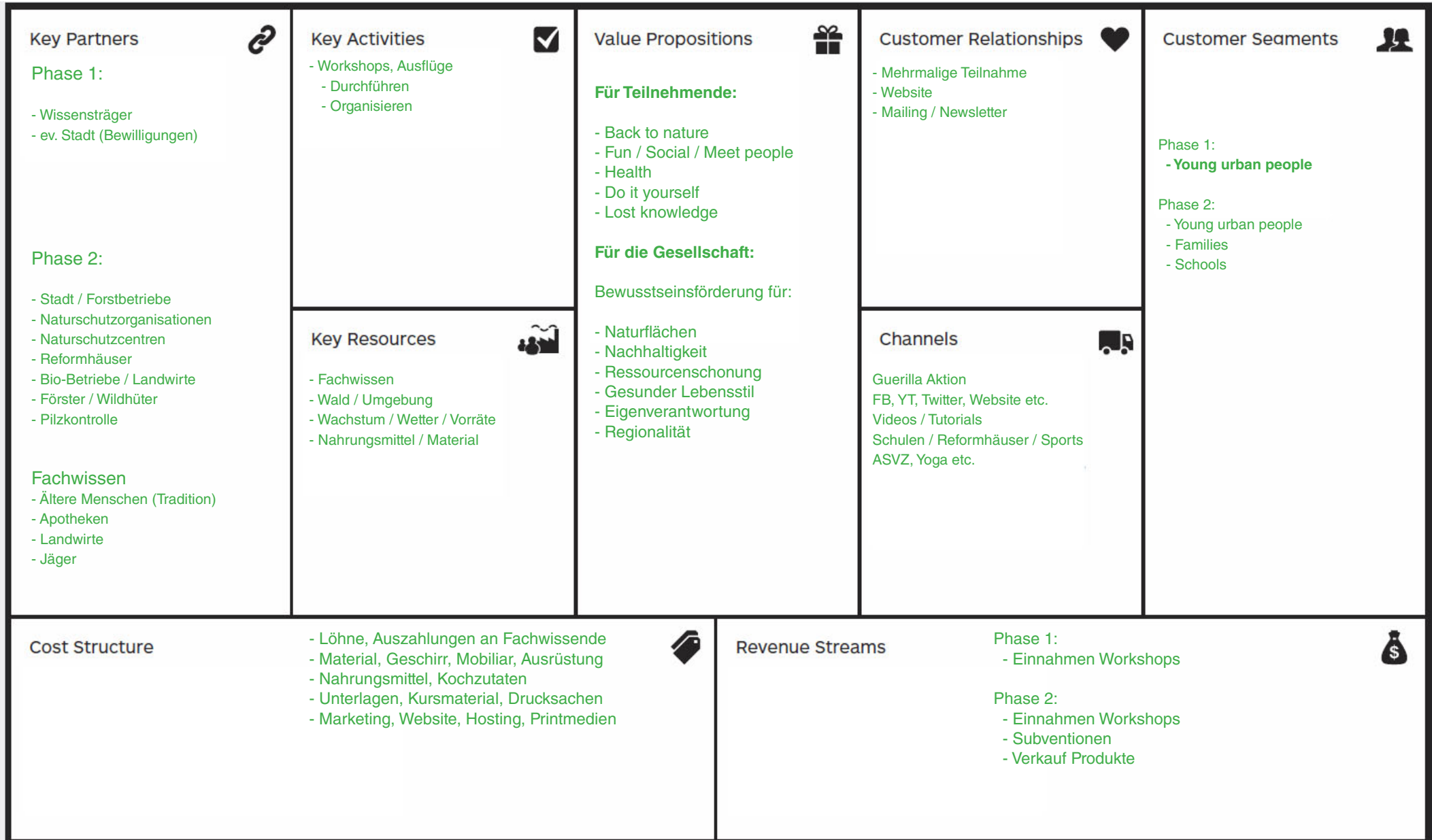


Mögliche zukünftige Partner

Ohne einen Finanz- oder Arbeitspartner, wird die Durchführung von Holzgrün Workshops extrem schwierig und benötigt viel Eigenkapital der Gründer. Neben Crowdfunding gäbe es eine andere Möglichkeit, finanziell auszukommen. Ein Reformhaus als Partner könnte unser finanzielles Risiko minimieren, uns einen guten Marketing Kanal bieten und seine bestehenden Kunden wären auch die passenden Kunden für uns. Die Zielgruppe eines Reformhauses ist bereit, etwas mehr Geld für natürliche Produkte zu bezahlen.

Natürlich würde eine solche Partnerschaft auch dem Reformhaus etwas bringen. Das Reformhaus würde unsere Workshops in ihr Angebot aufnehmen und könnte seinen Kunden so mehr bieten, als die Konkurrenz. Zudem erhöhen die Workshops die Aufmerksamkeit für natürliche und biologische Lebensmittel und weitere Produkte. Es wäre also auch für das Reformhaus ein guter Marketing Kanal.

Unser Business Canvas





ho zgrün