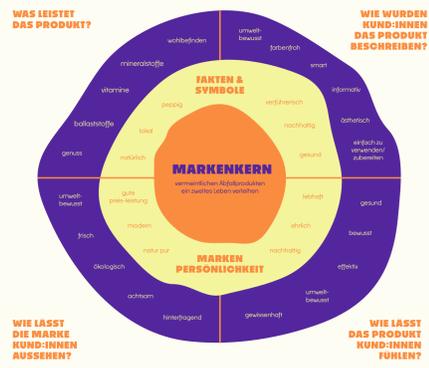


ORUJO

BRAND WHEEL



PERSONAS

ANJA L.

51, verheiratet, zweifache Mutter, freiberufliche Journalistin

Sie versucht, Lebensmittelverschwendung zu vermeiden, indem sie Reste kreativ verarbeitet und einen eigenen Komposthaufen im Garten hat. Sie kauft bevorzugt in Biogeschäften ein, besucht Bauernmärkte und setzt auf lokale und saisonale Produkte. Zudem ist sie bereit, mehr Geld für nachhaltige und qualitativ hochwertige Produkte auszugeben. Sie achtet auf eine ausgewogene und gesunde Ernährung mit frischen, nährstoffreichen Lebensmitteln und kocht gerne selbst. Trester ist Anja ein Begriff und sie weiß um dessen Potenzial, insbesondere im Zusammenhang mit nachhaltiger Lebensmittelproduktion und Verwertung. Sie engagiert sich stark dafür, dass Nachhaltigkeit für alle zugänglich und erschwinglich sein sollte.

JESSI W.

23, ledig, Studentin WiWi, Nebenjob im Café

Sie ist momentan dabei, eine Balance zwischen dem Nachtleben und einem gesünderen Lebensstil zu finden. Dadurch wächst ihr Interesse an gesunden und nachhaltigen Produkten und sie besucht lokale Märkte und Bio-Läden, wenn es das Budget erlaubt. Sie kennt Trester durch die Reste vom Entsaften im Café, weiß aber noch nicht viel über die Verwendungsmöglichkeiten, obwohl sie gerne mit neuen gesunden Rezepten experimentiert. Sie ist aber offen und interessiert an nachhaltigen Lösungen.

JONAS B.

27, ledig, in einer Beziehung, Softwareentwickler

Jonas hat ein gewisses Bewusstsein für Nachhaltigkeit, aber es ist nicht der zentrale Fokus seines Lebens. Er achtet darauf, möglichst wenig Essen wegzuworfen, aber es passiert dennoch ab und zu. Jonas kauft häufig online, insbesondere Technik und Mode, dennoch besucht er auch spezialisierte Geschäfte für hochwertige Lebensmittel und Getränke. Jonas interessiert sich für gesundes und abwechslungsreiches Essen, probiert gerne neue Rezepte und Zutaten aus. Er hat schon einmal von Trester gehört, weiß aber nicht genau, was es ist und wie es verwendet werden kann. Grundsätzlich ist er offen für nachhaltige Produkte, wenn diese praktisch und einfach in seinen Lebensstil zu integrieren sind.

MICHAEL S.

42, verheiratet, zweifacher Vater, KFZ Mechatroniker

Nachhaltigkeit ist für Michael kein vorrangiges Thema. Er hat kein Problem damit, Lebensmittelreste wegzuworfen. Regelmäßig kauft er in großen Supermärkten ein, achtet auf bekannte Marken und Sonderangebote. Außerdem ernährt sich Michael gerne von deftiger Hausmannskost und hat wenig Interesse an vegetarischer oder veganer Ernährung. Er kennt den Begriff Trester nicht, weiß nicht, was es ist oder wofür es verwendet werden kann. Allgemein ist er nicht besonders an nachhaltigen Produkten interessiert und sieht keine Notwendigkeit, seine Gewohnheiten in Bezug auf Lebensmittelverschwendung zu ändern.

MAX N.

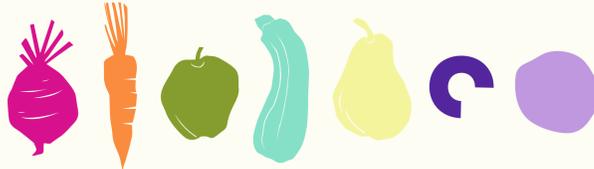
6, lebt mit Eltern und kleiner Schwester, Schüler in der 1. Klasse

Max wächst in einem umweltbewussten Haushalt auf, lernt von seinen Eltern über Recycling und den Schutz der Natur. Die Eltern achten darauf, keine Lebensmittel zu verschwenden, und Max lernt, Reste sinnvoll zu verwenden. Er begleitet seine Eltern oft zum Einkaufen und lernt dabei viel über gesunde Ernährung. Zudem liebt er frisches Obst, besonders Äpfel und Beeren, sowie Gemüse und findet es spannend, neue Sorten auszuprobieren. Max kennt Trester nicht, aber interessiert sich für das, was im Garten passiert, und liebt es, beim Kochen zu helfen und zu lernen, was mit den Resten geschieht. Er wird von den Eltern früh an das Thema herangeführt und lernt spielerisch über Umweltbewusstsein und Nachhaltigkeit.

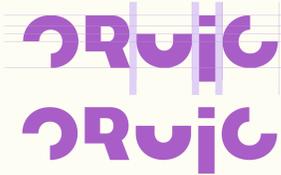
GRÜNDERINNENSTORY

Wir sind **ANNA & OLIVIA**, 26 und 21 Jahre alt. Wir haben uns durch unser Kommunikationsdesign Studium in Würzburg kennengelernt. Einige Monate bevor unsere Idee entstanden ist, hat sich Anna einen Entsafter für ihr zu Hause angeschafft. Für die Tresterückstände wusste sie jedoch keine weitere Verwendung und hat die Reste im Biomüll entsorgt. Dadurch haben wir uns die Frage gestellt, ob man diese Produkte dennoch weiterverwenden könnte. So wurde **ORUJO** geboren.

ELEMENTE



WORTMARKE



Das Wort **orujo** steht im spanischen für Trester. Durch die Verwendung dieses in Deutschland unkonventionellen Begriffs wollen wir die Einzigartigkeit unserer Produkte verdeutlichen. Außerdem schaffen wir dadurch eine Abhebung von anderen Produkten auf dem deutschen Lebensmittelmarkt. In der spanischen Aussprache klingt das **j** wie ein **ch**. Ihr dürft **orujo** jedoch auch in seiner deutschen Variante mit **j** aussprechen.

SOCIAL MEDIA



VERKAUFSTRUCK



FARBEN



MISSION

In den nächsten Jahren wollen wir zu einer bewussteren und nachhaltigeren Welt verhelfen. Die Gesellschaft soll sich über Lebensmittelverschwendung im Klaren sein und mit dem Modell der Kreislaufwirtschaft diesem Problem entgegenwirken. Wir wollen nicht nur den Bereich der Nahrungsmittel abdecken, sondern auch den der Kosmetik und weitere!

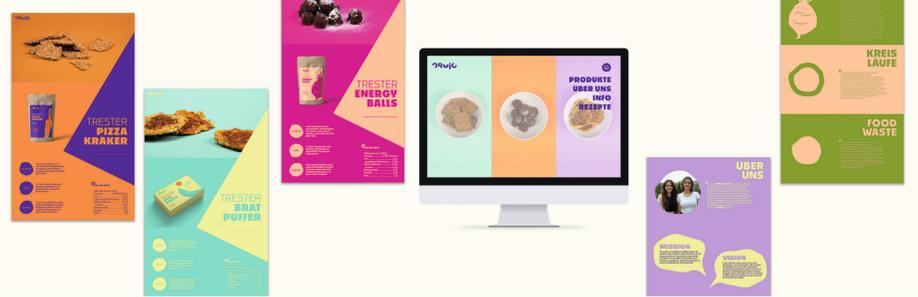
VISION

Wir wollen vermeintlichen Abfallprodukten ein zweites Leben verleihen. Dabei verwenden wir die Nebenprodukte der industriellen Lebensmittelproduktion um aus diesen hochwertige, neue Produkte zu generieren. Aktuell beschränken wir uns auf den Bereich der Nahrungsmittel.

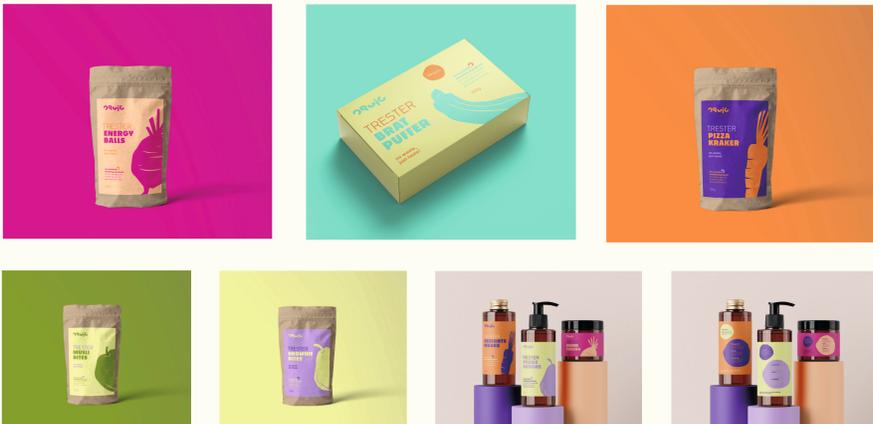
REZEPTKARTEN



WEBDESIGN



PRODUKTE



INFOPLAKATE

