

## Eigendarstellung des Teilnehmers einer Pitch-Veranstaltung

Firmenname	50K UG (haftungsbeschränkt)
Profil-Nr.	S-0870
Tätigkeitsfelder	IoT, Smart Home, PropTech
Grundidee / Thema	Um Wasserschäden zu erkennen, bevor sie zum Problem werden, entwickeln wir ein System zur Erkennung von Leckagen im Rohrleitungssystem von Immobilien.
USP / Alleinstellungsmerkmal	Das Produkt lässt sich einfach und schnell von außen an der Hauptwasserleitung montieren, kein Werkzeug und kein Handwerker nötig. Anschließend erkennt das Gerät Wasserrohrbrüche und Mikroleckagen zuverlässig und schnell.

### Geschäftsidee

Erkanntes Problem	Alle 30 Sekunden entsteht ein Wasserschaden in Deutschland. In 2018 gab es 1,1 Mio. gemeldete Wasserschäden mit einer Gesamtschadenssumme von fast 3 Mrd. Euro. Bei jedem Wasserschaden besteht das Risiko einer Erhöhung der Versicherungsbeiträge.
Problemlösung	Ein Gerät, welches Wasserschäden frühzeitig erkennt und den Hausbesitzer, Hausmeister oder Verwalter per App/SMS/Mail alarmiert. So lässt sich schnell reagieren und damit die Schadenskosten auf ein Minimum reduzieren.
Geschäftsmodell	B2B: Verkauf des Gerätes + App über Web & Retail. B2B2C: Whitelabellösung oder Co-Marketing mit Versicherern. B2B: Direktvertrieb von Hardware und Monitoringsoftware im Abomodell.
Strategie	Ausweitung des B2B-Angebotes in Richtung Predictive Maintenance, Gebäudemonitoring (Wasserschäden, Wasserverbrauch, Klima, Brand). Gegebenenfalls auch Bundling des Angebots mit Versicherungsleistungen und Schadensregulierung.
Pitchdeck vorhanden	Ja

### Kapital

Kapitalbedarf	350.000 €
Kapital von Investor eingebracht?	Nein
HTGF? INVEST? PRESEED? andere?	INVEST beantragt

### Markt

Marktvolumen	-
Proof of Market	-
Umsatz letzte 2 Jahre	-
Anz. zahlende Kunden bislang	-
Erw. Umsatz in 4 Jahren	6.500.000 €

Wettbewerb	Der Wettbewerb besteht aus Leckagedetektionsgeräten zum Einbau durch Handwerker, die inklusive Installation preislich bei einem Faktor 3-4 liegen. Wettbewerber sind Grohe, Hans Grohe, SYR, Rehau, Judo, u.a.
Vertriebswege / Art Marketing	<u>Vertrieb:</u> B2C: Direktvertrieb über Web (eigener Shop, Plattformen, Versandhändler) sowie über Einzelhandel (Bau- und Elektromärkte) B2B2C: Vertrieb über Versicherer B2B: Direktvertrieb an Wohnungswirtschaft <u>Marketing:</u> Abhängig von der Finanzierung: Online, Außenwerbung in Schadenshochburgen (z.B. Köln), Printwerbung bis hin zu TV

### Leistungserstellung

Proof of Concept ?	Erbracht
Arbeit am Vorhaben seit	01.02.2019
Zukünftige Milestones	Entwicklung Prototyp bis Ende Q2/Anfang Q3 2022, Entwicklung MVP bis Ende Q4 2022/Anfang Q1 2023, Launch B2C Anfang Q1 2023, Launch B2B Ende Q2 2023

### Controlling

Controlling intern vorhanden?	Nein
Ergebnisplanung vorhanden?	Ja
Liquiditätsplanung vorhanden?	Ja
SWOT vorhanden?	Ja
Kostenblöcke	Teamauf-/ausbau (Personalkosten), Betriebskosten, Test- und Entwicklungsequipment, externe Leistungen (HW-Design und -produktion, Appdesign und -entwicklung)
Erwart. Gewinn in 4 Jahren (gesamt)	-2.700.000 €

### Zusätzliche Informationen

Gründungsmotivation	Eine kundenfreundliche Lösung zu entwickeln, die keinen teuren und komplizierten Einbau durch einen Handwerker erfordert, sondern die Hausbesitzer einfach im Bau- oder Elektromarkt kaufen und selbst installieren können.
Kurzbeschr. des Gründerteams	Patrick, der Gründer, war 8 Jahre als Produktmanager im Bereich Smart Home/Consumer IoT bei der Deutschen Telekom tätig. Davor arbeitete er sieben Jahre als Berater für Strategie und Innovationsmanagement.