

## Eigendarstellung des Teilnehmers einer Pitch-Veranstaltung

Firmenname	SipTogether GmbH
Profil-Nr.	S-1049
Tätigkeitsfelder	Applikationssoftware, Social, Travel, Mobile App
Grundidee / Thema	App / Plattform für spontane, freundschaftliche Treffen und private Events in der Umgebung (von denen man ohne unsere App sonst nie gehört hätte). Zusätzlich gibt es noch interaktive Gesellschaftsspiele und weitere Funktionen in der App.
USP / Alleinstellungsmerkmal	Unsere interaktive Karte, Fokus auf echte und freundschaftliche Treffen (ohne Dating- oder Alkohol-Fokus) und vor allem das Spontane (= am selben Tag etw. unternehmen). Richtiges USP ist noch user #xxScore (+1 Punkt für ein Treffen im echten Leben).

### Geschäftsidee

Erkanntes Problem	Das Problem ist gerade bei jungen Menschen allgegenwärtig. Wo findet etwas statt? Was geht' heute Abend? Mit wem kann ich dort hin? Was mache ich am Wochenende? Alle teilen Storys auf Instagram und ich sitze Zuhause...?! Einsamkeit. "Social" Media.
Problemlösung	Plattform zum Austausch, Finden und Erstellen von Events und spontanen Aktivitäten + standort-basierte, interaktive Karte zum schnellen vernetzen mit anderen jungen Menschen mit ähnlichen Interessen.
Geschäftsmodell	B2C: Upgrade zum Premium-Abo-Paket für mehr Funktionen in der App zum Studenten-Tarif (1€/Monat, 6€/Jahr oder 12€ einmalig). B2B: Hervorgehobener Standort (auf Map) für kleine und mittlere Unternehmen (vor allem aus der Gastronomie- und Events-Szene)
Strategie	Lean Startup: schnelles Testen und Validierung geplanter Funktionen vor der eigentlichen Entwicklung. Eingrenzung der Zielgruppe: anfangs nur Studenten -> Kosten sparen und Fokus! Nutzerwachstum im Mittelpunkt (Umsatz erst ab 2022 geplant).
Pitchdeck vorhanden	

### Kapital

Kapitalbedarf	300.000 €
Kapital von Investor eingebracht?	Nein
HTGF? INVEST? PRESEED? andere?	-

### Markt

Marktvolumen	3.000.000.000 €
Proof of Market	-

Umsatz letzte 2 Jahre	-
Anz. zahlende Kunden bislang	-
Erw. Umsatz in 4 Jahren	12.000.000 €
Wettbewerb	Es gibt bisher unzählige Versuche, so eine App aufzubauen (Spontacts, nebenan.de, etc.) jedoch sind alle gescheitert oder haben einen anderen Fokus (wie z.B. nebenan.de - nur für Nachbarschaften und eher auf Soziales). Bisher also wenig Konkurrenten.
Vertriebswege / Art Marketing	Virales Marketing mit großen, einzelnen, gezielten Plakaten und Postern an bestimmten Unis und kurzen Werbeclips (z.B. mit unserem Barney Stinson Double). Über die Uni selbst, Uni-Clubs, -Vereine und -Verbindungen. Direktes Marketing über Promoter, Eigene Events (in Kooperation mit Influencern und Lifestyle-Marken). Merchandise (Flaschenöffner, Textilien, Shots). Online-Werbung (Facebook ads, TikTok Kampagnen, Jodel, Snapchat mit lokalem Bezug). Organisation (lokale Unternehmen, Stadt, etc.)

### Leistungserstellung

Proof of Concept ?	Erbracht
Arbeit am Vorhaben seit	14.07.2019
Zukünftige Milestones	(1) Erste Finanzierungsrunde. (2) Open Beta Release Uni Mannheim (danach weitere Unis in Mannheim). (3) Open Beta Release an weiteren Unis im DACH-Raum. (4) Q2'2022: 2. Finanzierungsrunde. (5) Dominanz im DACH-Raum + mögliche Expansion in Europa.

### Controlling

Controlling intern vorhanden?	-
Ergebnisplanung vorhanden?	-
Liquiditätsplanung vorhanden?	-
SWOT vorhanden?	-
Kostenblöcke	Für die nächsten vier Jahre ist es unmöglich vor auszusehen, deshalb beschränken wir uns auf 12 Monate. Team - 600.000 € Marketing - 2.700.000 € Rechtliches & Sonstiges - 200.000 €

### Zusätzliche Informationen

Gründungsmotivation	Schon seit ich 13 Jahre alt war und einen eigenen Minecraft Server geleitet hatte, wollte ich selbstständig sein. Dieses Startup ist nun mein erstes (wirklich großes) Projekt, dass ich nun schon seit über 2 Jahren verfolge.
Kurzbeschr. des Gründerteams	Jan, CEO: Alles (wie es so im Start-up üblich ist), aber hauptsächlich übernehme ich das Marketing. Jonas, CTO: App-Entwicklung und Produkt-Strategie. Auch im Rest des Teams sind wir aktuell sehr komplementär aufgestellt.