

GESCHÄFTSKONZEPT

Mit der Entwicklung von Vector-Seed® - Verfahren können wir Logos mit farbigen Wildblumen und hoher BIO-Diversität für Kunden anpflanzen und bieten eine Lösung für die Nachhaltigkeits-Transformation.



FINANZIERUNGSBEDARF

Kapitalbedarf:

€ 2.146.000 (2022/23)

Start-up Gründung GEOXIP AG im Juni 2021 mit Eigenkapital. € 50.000 sowie > € 400.000 (mit stimmrechtslosen Aktien) von Freunden/ Bekannten.

KONTAKT

GEOXIP AG

Am Rain 3, D-85256 Vierkirchen
T +49 8139 99 45 38
info@geoxip.com
<https://geoxip.com>

Gegründet: 09.06.2021

ALLEINSTELLUNGSMERKMAL, TECHNOLOGIE UND IP

Wir machen Engagement für Nachhaltigkeit sichtbar. Begehrbar. CO₂ - bindend: Stellen Sie sich die technische Entwicklung eines riesigen „Druckers“ für vielfarbige Wildblumen-Mischungen vor. Statt Tinte: Wildblumensamen, Biodiversität, Leben!

Pflanzlicher Werbeanbau mit Wildblumen ist neu (auch technisch neu), global skalierbar und gibt Nachhaltigkeit einen bezifferbaren Marktwert.

Kunden bieten wir eine ehrliche Lösungen für drängende Fragestellungen auf dem Weg zur Nachhaltigkeit (Umwelt-Positionierung, Kundenbindung, BIO-Diversität, CO₂-Bindung, CSR/ Nachhaltigkeits-Berichtspflichten, Erfüllung gesetzlicher Vorgaben).

Entwicklung vollkommen neuer hochpräziser vektorieller High-Tech-Mehrsaat-Techniken (GEOXIP Vector-Seed®) mit Verfahrensschutz, Patente/ Gebrauchsmuster – bereits 3 angemeldet, Entwicklung einer Onlineplattform mit Schlagdateien (Geo-Digitalisierte Nutzflächen).

In Deutschland sofortiger Zugang zu über 50% der Landwirten/innen durch Kooperation seitens MASCHINENRING Deutschland.

ERTRAGSMODELL

Das Ertragsmodell von GEOXIP basiert auf der **durch patentierbare Präzisionstechnik erzielbaren Differenz** zwischen den hohen Budgets der Werbebranche und den niedrigen Kosten der Landwirtschaft. Der Ertragswert von für „Werbeanbau“ genutzten Bodens kann **40-fach** über dem üblichen Ertragswert bei landwirtschaftlicher Nutzung liegen.

- > **Große Budgets für nachhaltige Außenwirkung**
- > **Extrem hohe Margen**

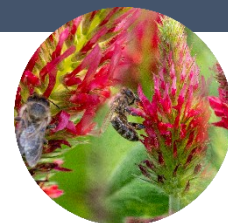
KUNDEN UND PARTNER

- Unsere ersten Projekte gleich nach Gründung waren das AUDI-Logo und Schriftzug „Welcome to Bavaria“ zur IAA Mobility 2021, sowie ebenfalls zum Start das Volksbanken-Raiffeisenbankenfeld mit Bienenweide – für 2023 verlängert mit GPS-Neuanbau einer Wildblumenmischung mit tiefwurzelnden CO₂-Bindern auf 50.000 qm.
- Kunden sind: Alle Marken, Organisationen, Behörden, die sich nachhaltig aufstellen und dies zeigen und dokumentieren möchten.
- Investoren fördern BIO-Diversität, Transformation mit BIO-High-Tech

PRODUKT- UND KUNDENVORTEIL

- Warum kauft unser Kunde unser Produkt/unsere Lösung?
-> Unsere Kunden haben Bedarf und Budgets für die nachhaltige Transformation, aber kein Produkt. Wir bieten eine echte Lösung.
- Welchen Vorteil hat der Kunde, wenn er unsere Leistung bezieht?
-> Extrem hoher Aufmerksamkeitsfaktor, Green Storytelling, täglich neuer Green-Content (Fotostrecken, Drohnenvideos, Events) für Socialmedia und Kundenbeziehung. Erfüllung EU-weiter CSR-Berichtspflicht/ Nachhaltigkeitsberichterstattung.

Die Natur als größte Bühne der Welt



POSITIONIERUNG IM MARKTUMFELD UND RELEVANTE WETTBEWERBER

Entwicklung von vektorieller Precision-Farming-Techniken für den Einsatz u.a. der Feldwerbung mit bildgebenden Mehrsaat-Wildblumenanbau ist weltweit neu –auch technisch neu. Es gibt derzeit keine Wettbewerber: Die Nachfrage und Notwendigkeit an Transformation zur Nachhaltigkeit/ Corporate Social Responsibility (CSR) ist massiv. Unsere Entwicklungen sind GEO-politisch sinnvoll und kommen zur richtigen Zeit.

MARKT(VOLUMEN) UND PROGNOSE

„Die globalen Werbeeinnahmen erreichen die 850 Milliarden Dollar-Schwelle“. (Quelle: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/74622/umfrage/prognose-der-werbeausgaben-weltweit/>)

Naturnahes Green Advertising, sinnvolle Öko-Ads und Klimaschutz werden daran dauerhaft einen festen Marktanteil erreichen. Das Start-up GEOXIP ist Firstmover in einem globalen Milliardenmarkt, entwickelt technische wie Ökologische Standards beim Precision-Farming und gibt der Nachhaltigkeit eine globale Bühne.

MARKTEINTRITT, VERTRIEB UND MARKETING

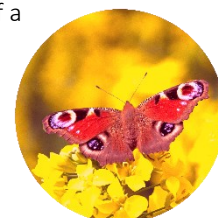
Bisher 80% Technikentwicklung, 20% Marketing. Erste initiative Anfragen von Weltkonzernen bestätigen unser Konzept. Derzeit der einzige Entwickler und Anbieter von vektoriellem Werbeanbau auf Nutzflächen mit Blumen/ Wildblumen. Ende 2022: Erste Angebotskampagnen für großflächige Pilotprojekte.

STATUS UND ERFOLGE

AUDI/ IAA, Volksbanken-Raiffeisenbanken waren gleich unsere ersten beiden Öko-High-Precision-Projekte. Eine Kooperation mit dem MASCHINENRING DEUTSCHLAND bringt sofortigen Marktzugang und verfügbare Felder in jeder Region von Beginn an mit ein. Bereits erste Verfahren/Gebrauchsmuster eingetragen. Universitäre High-Tech-Kooperation.

MANAGEMENT UND TEAM

- **Dipl.-Ing. Univ. Christian Seebauer**, CEO, brings specialist knowledge and sales experience as a graduate engineer in electrical engineering and IT technology, as well as former administrative director of a Deutsche Bank Gruppe.
- **Dipl.-Ing. FH Thomas Lichtenstern**, CTO, brings longtime development engineering from Microsoft
- **Dr. Dorothee Franzen**, Diplomvolkswirtin, Chairwoman of the Supervisory Board (Managing Director of a management consultancy)
- **Dipl.-Betriebswirt Christian Dorow**, Business Consultant
- **Sabine Grudda**, Creative Consultant
- **Gerhard Mühleck**, previously head of sales in global oil business



	2021/06	2022	2023	2024	2025	2026
Revenue	105	615	2,326	5,800	14,200	28,740
Other revenue						
Material costs *	88	746	1,375	1,722	2,519	4,970
Personnel costs	112	405	715	916	1,116	2,190
Other costs	18	296	1,550	1,018	1,070	1,145
EBIT	-113	-832	-1,314	2,144	9,495	20,435
Personnel	6	11	18	22	26	31
Required capital	---	832	1,314			

* only manufacturing companies | figures in T€

Kapitalbedarf: **2.146 T€**