

+GEOXIP



SUSTAINABILITY SOLUTIONS



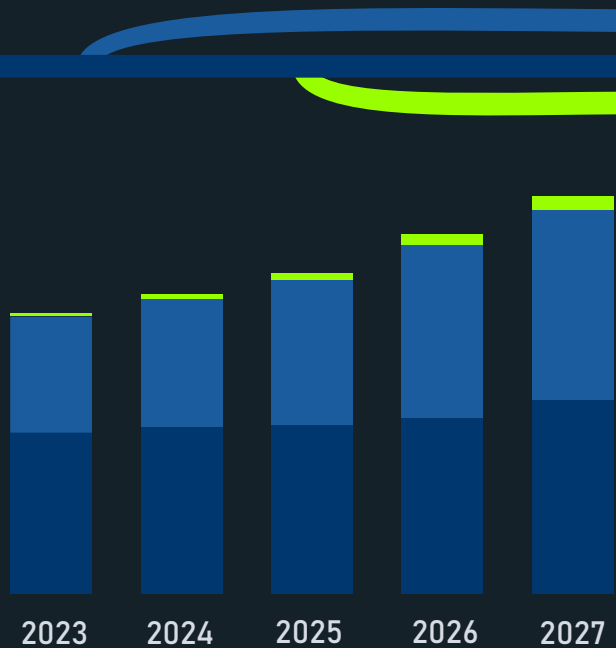
Mit HighTech die Natur zur Bühne machen



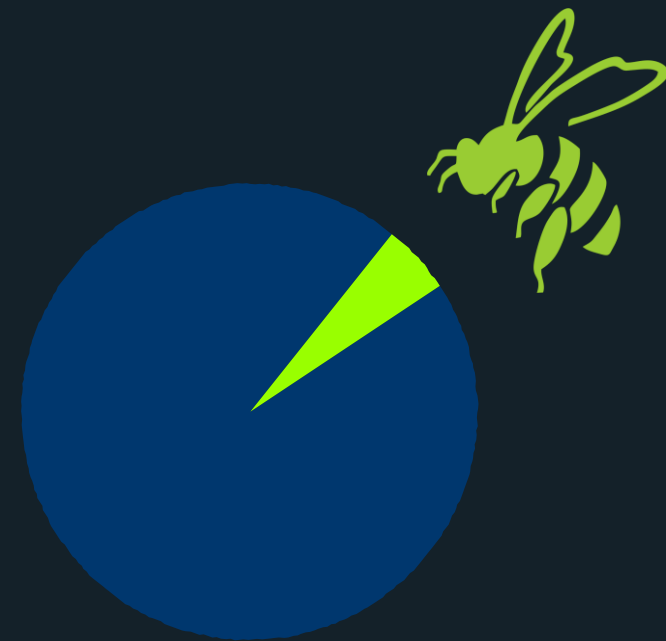
Ein kleiner Teil für Nachhaltigkeit...

Werbeausgaben

● 1. Klassisch ● 2. Digital ● 3. Natur



CSR Budgets



Natur als Bühne

„Würden (...) Marken gerade einmal **1 %** ihres Marketingetats in grüne Werbeinitiativen **umleiten**, würde das in Summe zu Investitionen von bis zu **2,5 Milliarden Euro** führen“

„Erhöhung der Biodiversität vor Ort um **+106 %**“

Quelle: Studie Metadesign & Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen (HfWU) zur Feldwerbung **Telekom mit GEOXIP**

<https://metadesign.com/de/work/deutsche-telekom-magenta-blossom>
abgerufen am 16.02.2025



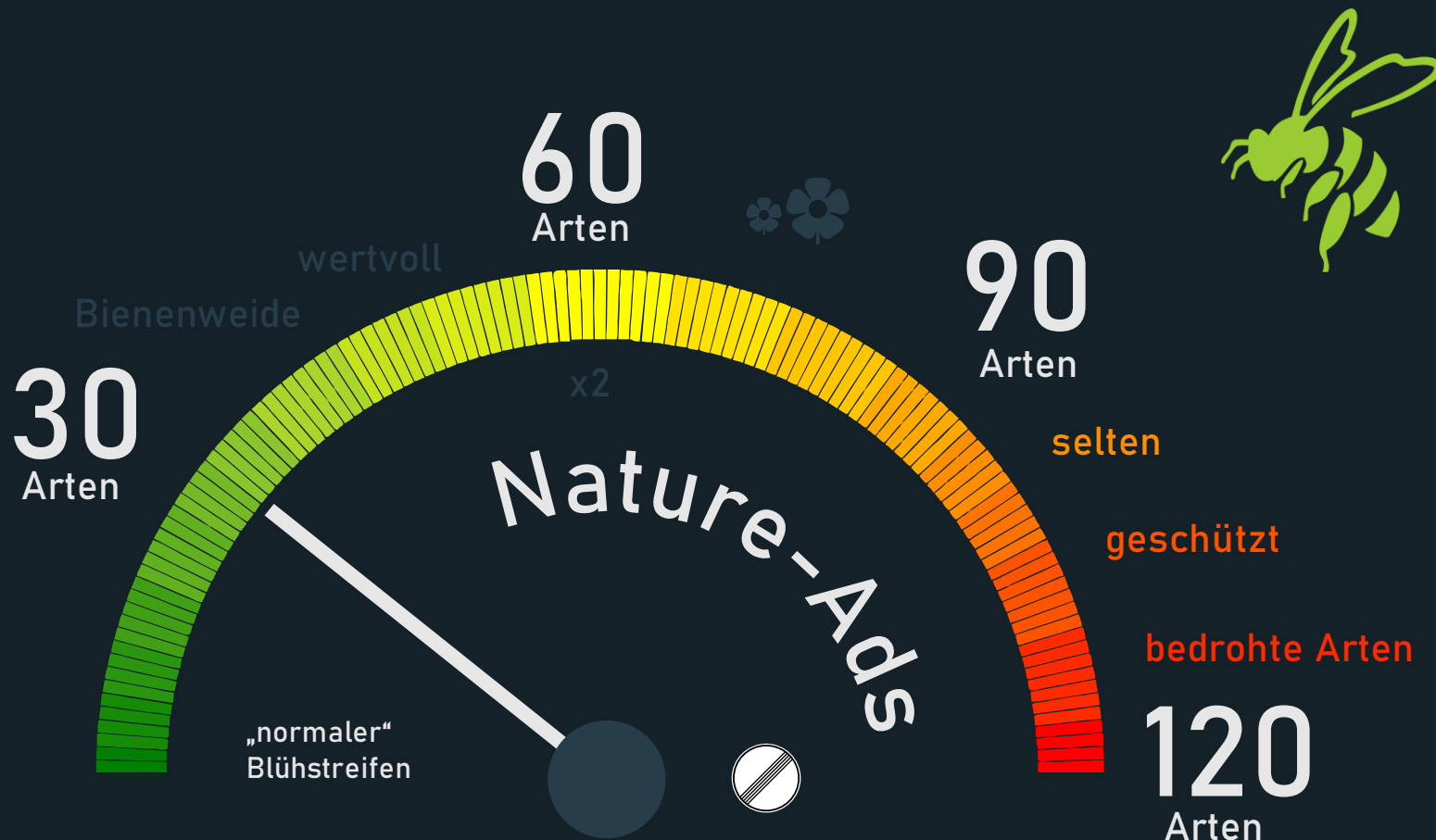
Gewinner 00H: +12,7%
(Out-of-Home Außenwerbung)

Datenquelle: https://zaw.de/wirtschaft-und-werbung/?utm_source=chatgpt.com, aufgerufen am 17.02.2025
Datenquelle Tendenz: ARD Media, https://www.ard-media.de/fileadmin/user_upload/Wissen_und_Forschung/Werbemarkt/Werbetrend_Dezember_2024_.pdf, aufgerufen am 17.02.2025



1) 6 Mrd/ Quelle: KfW <https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzernthemen/Research/PDF-Dokumente-Standpunkt/Standpunkt-Nr.-7-Kurzauflage.pdf> aufgerufen am 15.02.2025





Natur als Bühne

- Ein normaler Blühstreifen enthält ca. 30 Blumenarten.
- Blumenlogos schaffen es auf 120 Blumenarten und hohe Insektenvielfalt...
- ...und enthalten vom Aussterben bedrohte Arten (Rote Liste)

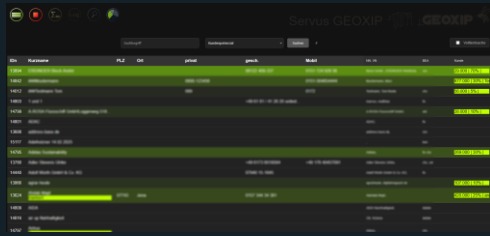
(z.B. #magentablossom Deutsche Telekom Wildblumenlogo, 107 Arten)



Mit unserer HighTech transformieren wir vorhandene Budgets nachweisbar in Artenvielfalt.

Nachhaltigkeit konsequent umgesetzt

1. Vertriebspower



GEOXIP CRM

eigen

Agenturen

Firmen

Agenturen



deren Kunden

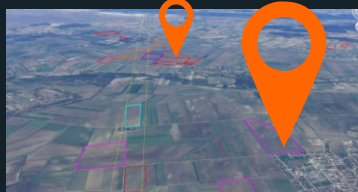


2. Felder-Plattform

Landwirte

Maschinenringe

GEOXIP
Fields-Database



Feld+
Angebot

„eine Art Google Maps für Felder“

3. Transformation



GEOXIP
Algorithmen

Grafikdatei
des Kunden

Artenvielfalt
Planung



Erdinger.jpg



GEOXIP
Wildblumen-
datenbank

4. Auftrags-Umsetzung

GEOXIP Saatroboter

HighTech
Entwicklung und
Proof of Concept

Aufspielbare Steuerdaten
für Fendt, HORSCH u.w.

Vector-Seed®
MultilayerSeed
GEOXIP Agri-Terminal

Nachrüstkit Hardware für
Standardmaschinen

Komponenten
Mehrblumen-Saat



ARD Mediathek



„in wenigen Stunden wird aus einer vor Ort verfügbaren Standardmaschine ein Arbeitsgerät zur Auftragsumsetzung. Lohnunternehmen werden zu GEOXIP Lizenzpartnern“ GEOXIP

Marge/ Beispiel

Unser Geschäftsmodell definiert sich aus der großen Marge zwischen geringen landwirtschaftlichen Kosten und hohen Budgets für Außenwerbung und Budgets für CSR.

Beispiel Blühlogo 3 Monate:

Unkosten pro 10 ha Werbefläche (100.000 qm bzw. 14 Fußballfelder) = EUR 20.000

Erlös z.B. Basispreis EUR 68.000 + Aufpreis Lage + Aufpreis für Wildblumen-Lehrpfade und zahlreiche mgl. Add Ons

Kunden/ Multiplikatoren

- Wir gehen direkt auf Firmen zu und sehen, dass unser Konzept auf großes Interesse stößt.
- Als Multiplikatoren gewinnen wir große Marketingagenturen



„Die Idee von GEOXIP ist faszinierend, berührend und sinnvoll – und bietet Marken einen ganz neuen Kommunikationskanal für ihr Nachhaltigkeitsengagement.“

Anne Rehwinkel

MetaDesign

„In der Zusammenarbeit mit GEOXIP und dem Segment Feldwerbung (Nature Ads) sehen wir Zukunftspotenzial.“

Birte Hautkapp

groupm

Abo-Modelle, Add Ons, Lizenzpartner

- **Proof-of-concept Phase** zeigt Einzelprojekte. Lufthansa Group 2x.
- Unser Geschäftsmodell setzt auf **Kundenbindung und Abo-Modelle** für Felder. Z.B. Mtl. Feldpacht für 3/5/10 Jahre mit regelmäßiger Neuansaat von Kundenbotschaften.
- **Paid Add Ons:** Wildblumenlehrpfade, Kundenevents im Feld (Wildblumen-Marathon, Produkt-Präsentationen wie neue Fahrzeugmodelle im Feld), Bienenkörbe, Insektenmonitoring, Universitäre Begleitung mit Forschungsergebnissen, CSR-Begleitung, PR-Begleitung, Drohnenflüge und Videodokumentationen, Social-Media-Content ...
- **Lizenzpartner** Mit unserer Software, Umrüstkits, Schulung und Anlieferung von Steuerdateien können wir zur Umsetzung Landwirtschaftliche Lohnunternehmer als Lizenznehmer anbinden und frei skalieren.

GEOXIP Roadmap



2021–2023 Gründung, 6 erfolgreiche Kapitalrunden, Entwicklung Vector-Seed®, größtes Wildblumenlogo der Welt (Telekom)

2024 Marktreife Verfahren, gewerblicher Rechtsschutz, Feld-Datenbank, Kunden u.a. Adidas, Katjes, Lufthansa Group, Antenne Bayern „Taylor Swift“, Steuer-Software, Nachrüstkits, Entwicklung eigener Saat-Robotic, 7. erfolgreiche Kapitalrunde

2025 Key-Investoren: Profitabilität, Vertriebsaufbau, Lizenzpartner

2026 Skalierung EU, Nicht-EU, Langzeitaufträge/ feste Abos

2027 Aufstellung des Startups mit Marktwert



Screenprints: ARD Mediathek

Unser Kernteam will noch mehr



Christian

Diplomarbeit über HighTech GPS-Navigation



Felix

Macht Meisterschule, möchte hauptberuflich GEOXIP-Vertrieb machen



Selina

Studiert, möchte tiefer in GEOXIP Vertrieb einsteigen



Stefan

Landwirt und vormals IT-Leiter möchte GEOXIP zum Hauptberuf machen



Stella

Studiert, macht Office



David

Kommt aus dem Vertrieb, möchte GEOXIP zum Hauptberuf machen



Christoph

Landw. Betriebsleiter, vektorgestützte Geografik und HighTech-Anbauverfahren möchte GEOXIP zum Hauptberuf machen



Sebastian

Student und Experte für GEO-Informationssysteme (GIS-Anwendungen), leitet Robotic-Wettbewerbe





„Mit diesem Team haben wir gezeigt, dass wir Meilensteine konsequent erreichen“

Medienresonanz & Transformationspotential

„Magenta Blossom erzielte mit 28 Millionen Menschen ein großes Medienecho. Auch die Nachhaltigkeitseffekte können sich sehen lassen, denn Magenta Blossom ist nicht nur klimaneutral, sondern sogar klimapositiv: Insgesamt wurden 26 Tonnen CO₂eq auf der Gesamtfläche gebunden, die Biodiversität erhöhte sich von 52 auf 107 Pflanzenarten und der Honigertrag der Bienenvölker vor Ort stieg um 25 %. Das Ganze wurde erreicht ohne Einbußen des Landwirtes: 100 % Lebensmittelertrag bei nur 87 % der ursprünglichen Anbaufläche.“

„Würden ähnlich etablierte Marken gerade einmal 1 % ihres Marketingetats in grüne Werbeinitiativen umleiten, würde das in Summe zu Investitionen von bis zu 2,5 Milliarden Euro führen“,

„signifikant zur Förderung der Nachhaltigkeit beitragen und die Weichen für eine nachhaltige Kommunikationsplattform stellen.“

Quelle <https://metadesign.com/de/work/deutsche-telekom-magenta-blossom> abgerufen am 16.02.2025

Quelle <https://green-magenta.com/magenta-blossom> aufgerufen am 14.02.2025

Awards

- German Brand Award 2024
- ADC Wettbewerb 2024 (Spatial Experience - Park / Landscape)
- Deutscher PR-Preis 2024 (Creative Communication Approach)
- ADC*E Awards 2024 (Brand Experience - Branded Spaces)

Quelle: Metadesign

- Deutscher Nachhaltigkeitspreis 2024



„Mit neuen und innovativen Medienformaten, die selbst nachhaltig sind, statt Nachhaltigkeit nur zu bewerben, sind wir authentisch, glaubwürdig und setzen noch dazu klare Zeichen gegen Greenwashing. Nachhaltigkeit bei der Telekom ist so viel mehr als nur Worte - es ist gelebte Praxis.“

Christian Hammerschmidt,
Senior Brand Manager im Bereich
Group Brand Management,
Deutsche Telekom AG

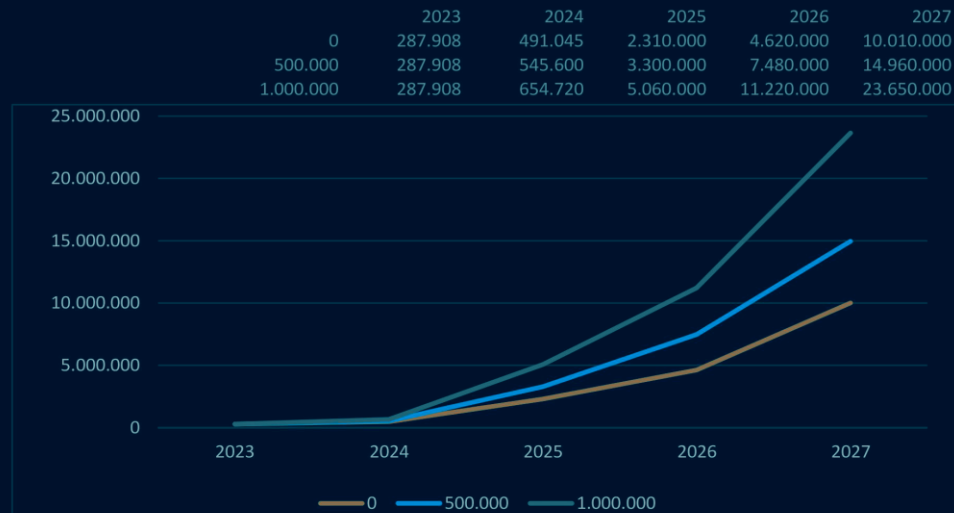
Kein Greenwashing. Echt!

Startup Businessplan: GEOXIP AG
Jahr

	2023	2024	2025	2026	2027
Umsatzerlöse	287.908	491.045	2.310.000	4.620.000	10.010.000
Aufträge wie Lufthansa, Telekom	5	9	21	42	91

Umsatzerlöse	287.908	545.600	3.300.000	7.480.000	14.960.000
Aufträge mit zusätzlich EUR 500.000	5	10	30	68	136
70% Vertrieb, 30% Technik wie folgt		50000	350000	150000	
Hebel in EUR		54.555	990.000	2.860.000	4.950.000

Umsatzerlöse	287.908	654.720	5.060.000	11.220.000	23.650.000
Aufträge mit zusätzlich EUR 1.000.000	5	12	46	102	215
70% Vertrieb, 30% Technik wie folgt		100.000	700.000	300.000	
Hebel in EUR		163.675	2.750.000	6.600.000	13.640.000



Unser Geschäftsmodell basiert auf dem Wert, den die Natur immer schon hatte. Wir fördern das, weil wir es mit HighTech können.

Mit Key-Investoren [0,5-1,0 Mio] möchten wir nun Tempo hinlegen und unser Modell hochprofitabel machen.

Skalierungs-Szenarien mit zusätzlich 0.5 Mio bzw. 1.0 Mio

Vom ersten Tag an unterstützt von:



Bewege was. Werde Teil von uns!



GEOXIP AG
Am Rain 3, 85256 Vierkirchen,
Germany

www.geoxip.com |
info@geoxip.com

+49 8139 99 45 38

Neue Anschrift: in München
Unterschleißheim:

Max-Planck-Str. 10, 85716
Unterschleißheim
+49 89 926 56 424