



nuaaboats



nuaaboats

# Team



**Maximilian  
Sepp**

“The best way to  
predict your future is  
to create it”  
- Peter Drucker



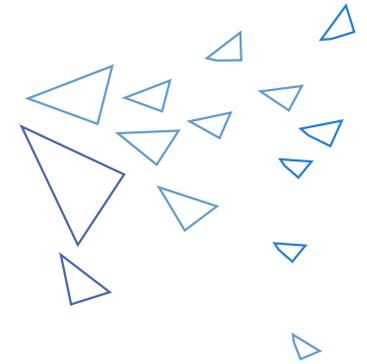
**Scott  
Lefferts**

“Für mich ist  
Gründen ein  
bisschen so, wie sich  
zu verlieben.“



**Patricia  
Oswald**

“If you want to do it,  
do it now. If you  
don't, you're going  
to regret it.”  
- Catherine Cook



## Facts:

Region Ammersee Lech:

3,5 Millionen Tagesausflügler pro Jahr

Umsatz: 3,5 Mio. € x 23,50€ = 82,3 Mio. €

Profiteure:

- |                  |       |
|------------------|-------|
| - Gastgewerbe    | 34,5% |
| - Einzelhandel   | 37,4% |
| - Dienstleistung | 28,1% |

→ Tourismus ist unerlässlich für die Region Ammersee

# Das Problem



**Hohes  
Verkehrsaufkommen  
um dem See**



**Keine  
Verknüpfung der  
Öffentlichen**



**Überfüllte  
HotSpots**

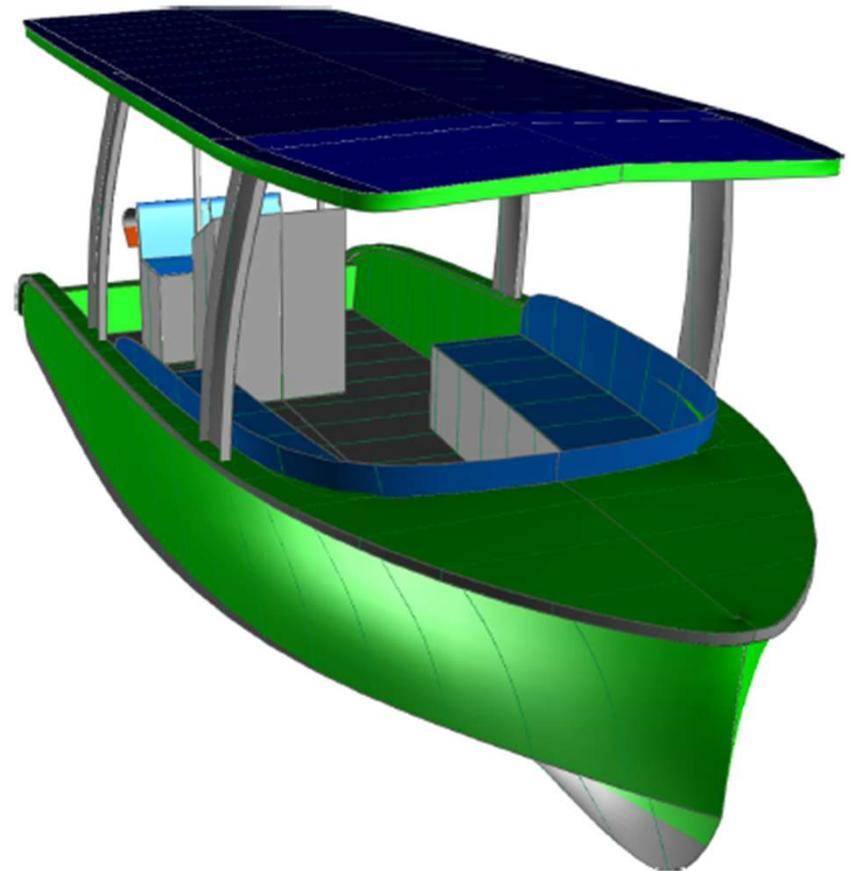
# Unsere Lösung

## Boottaxi über den Ammersee

- Verbindung über den See
- Umverteilung der Touristen
- Individuelle Zielvorschläge inklusive

## Zielgruppe:

- Touristen/Tagesausflügler
- Anwohner mit und ohne Auto



# Status quo Schifffahrt

## Bayerische SchO:

Gem. §3 Genehmigungspflicht:

Antrag für Schifffahrt muss von der zuständigen

Kreisverwaltungsbehörde (Landsberg am Lech) genehmigt werden

→ Emotionale Entscheidung

# Philosophie



## Verbinden

Verbindung der  
verschieden Orte über  
den See



## Verteilen

Verteilen der Touristen  
über die HotSpots



## Erleben

Individuelle Fahrt mit  
tollem Service erleben

# Nutzenversprechen



## **Spezielles Erlebnis auf See**

Individuelle Bootsfahrt  
zum Zielort mit tollem  
Flair



## **Gutes Preis- Leistungsverhältnis**

Besonderer Service für  
erschwingliche Preise,  
Anwohnervergünstigungen

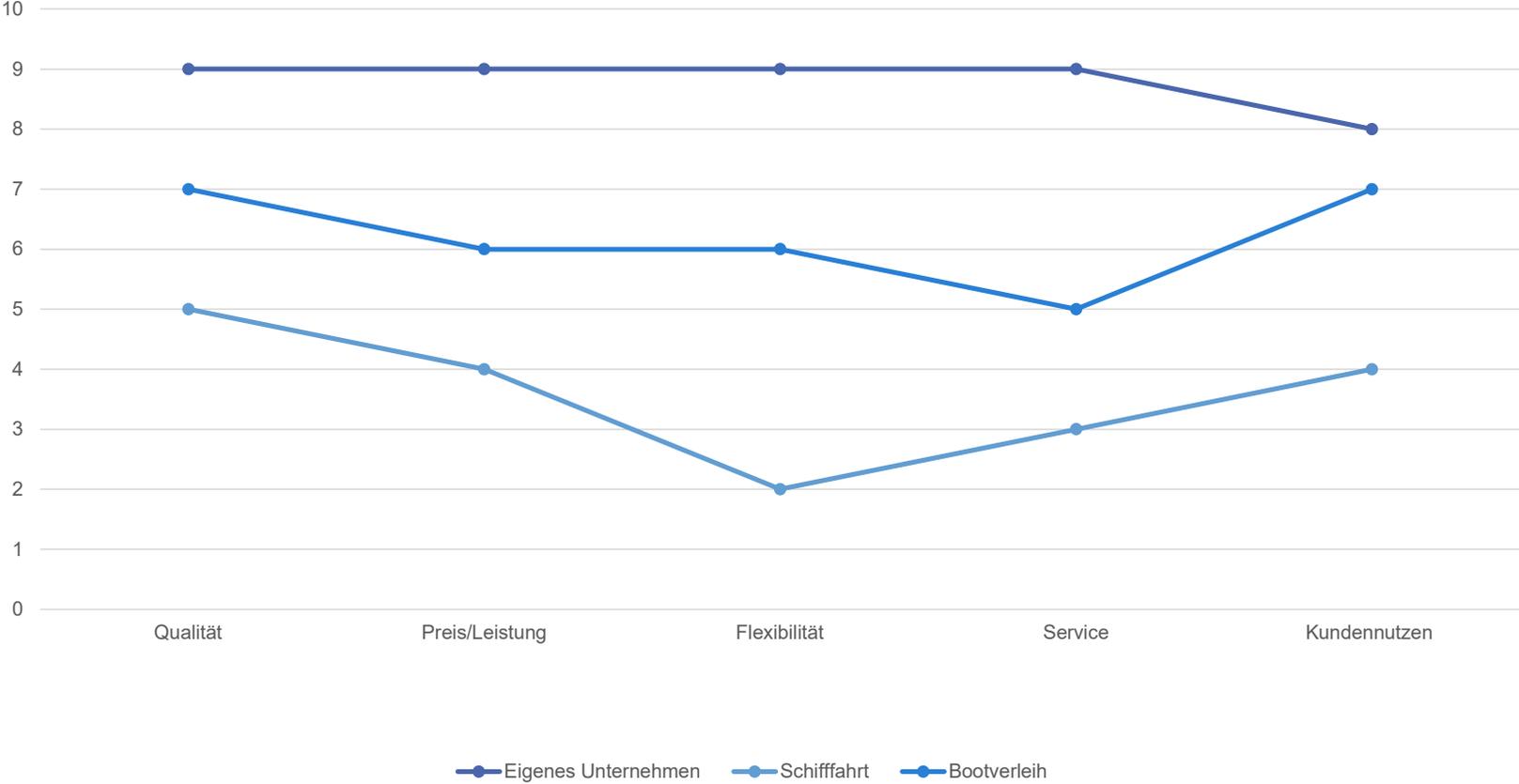


## **Individuelle Zielvorschläge**

Erleichterte  
Entscheidungsfindung  
durch gerankte Vorschläge



# Wettbewerb



# Marketing



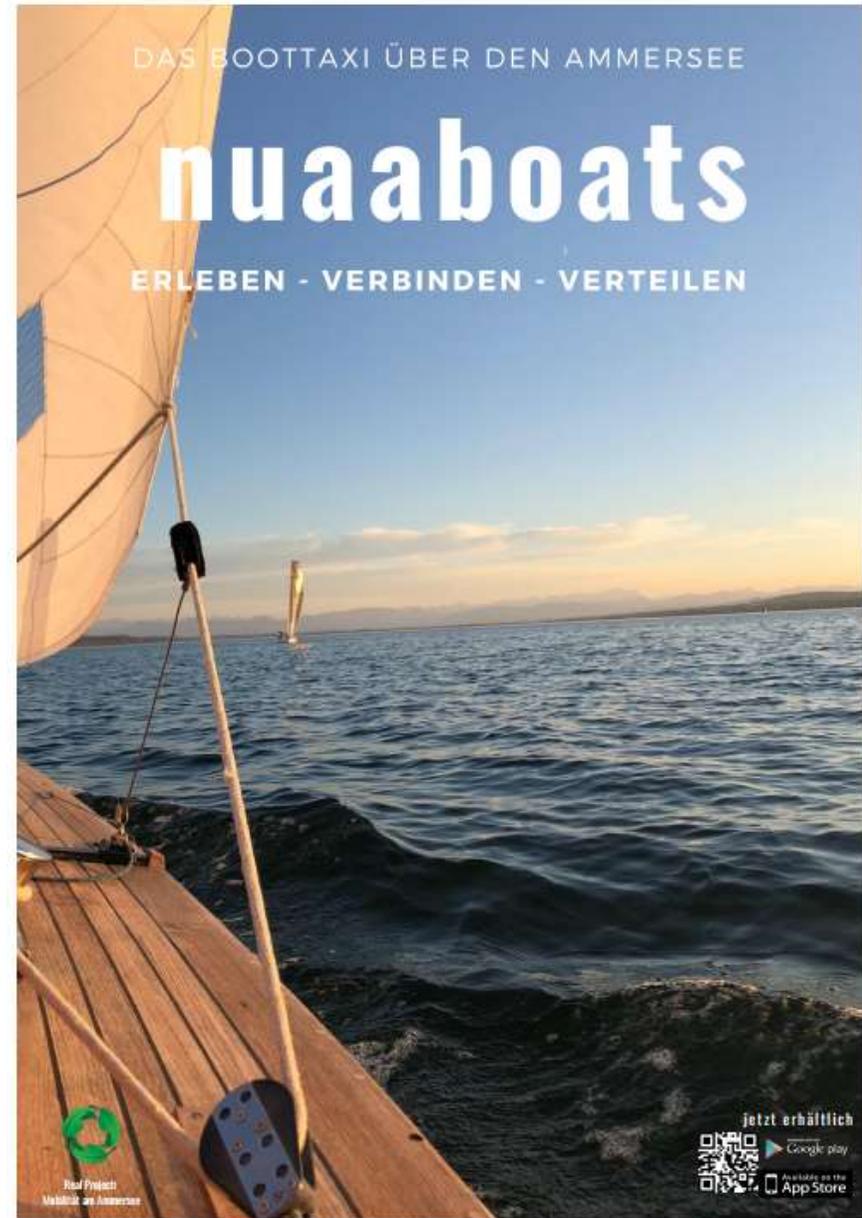
**Werbung in den  
Öffentliche**



**Social Media**



**Anzeigen auf  
lokalen Websites**



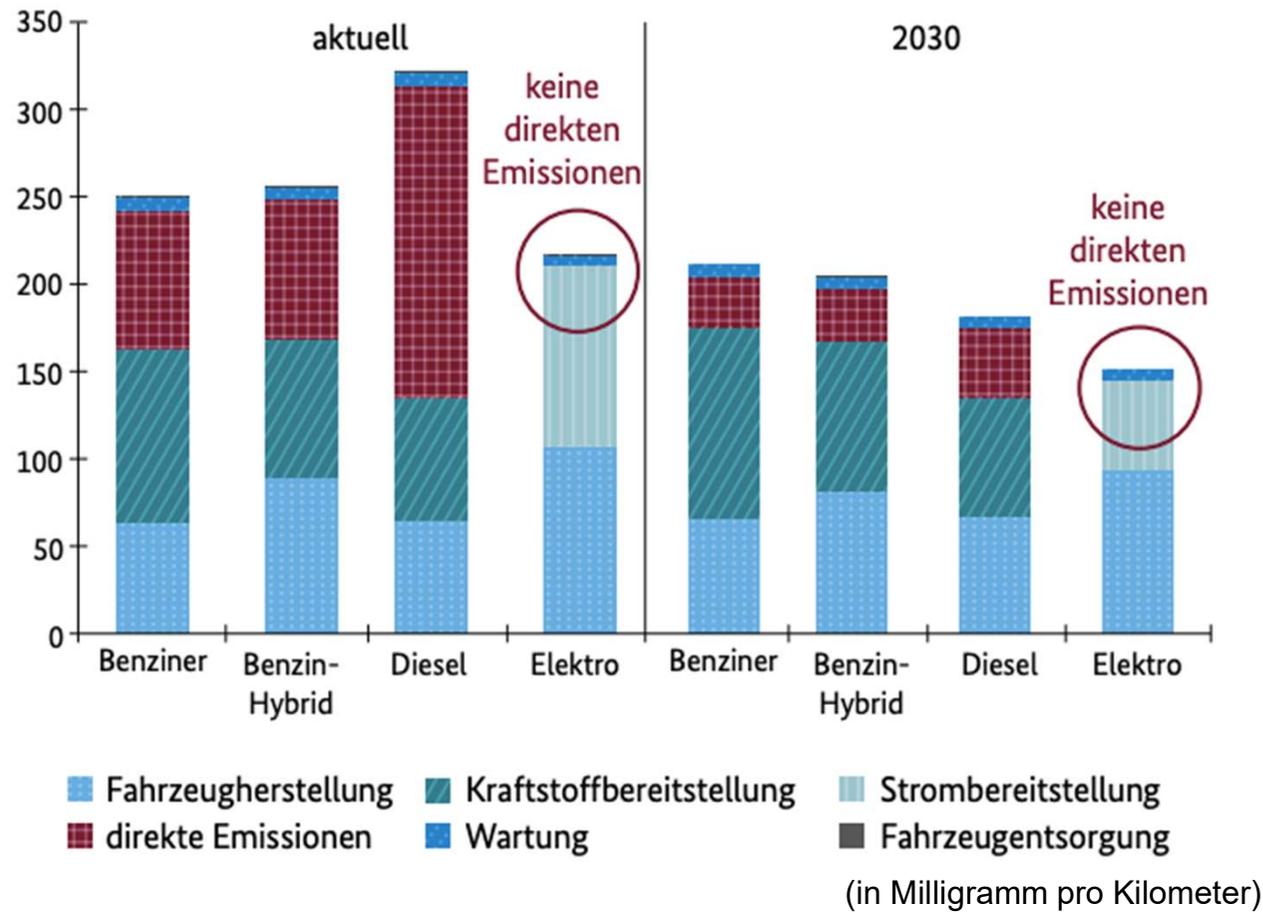
# Social Impact

## Vorteile von nuaaboats

- Geringeres Verkehrsaufkommen, da Verlagerung auf See
- Kostengünstige Alternative zu Taxi, Fähre, Bus und Bahn
- Neue Arbeitsplätze werden geschaffen
- Anwohnerrabatt
- „Grüne Tickets“

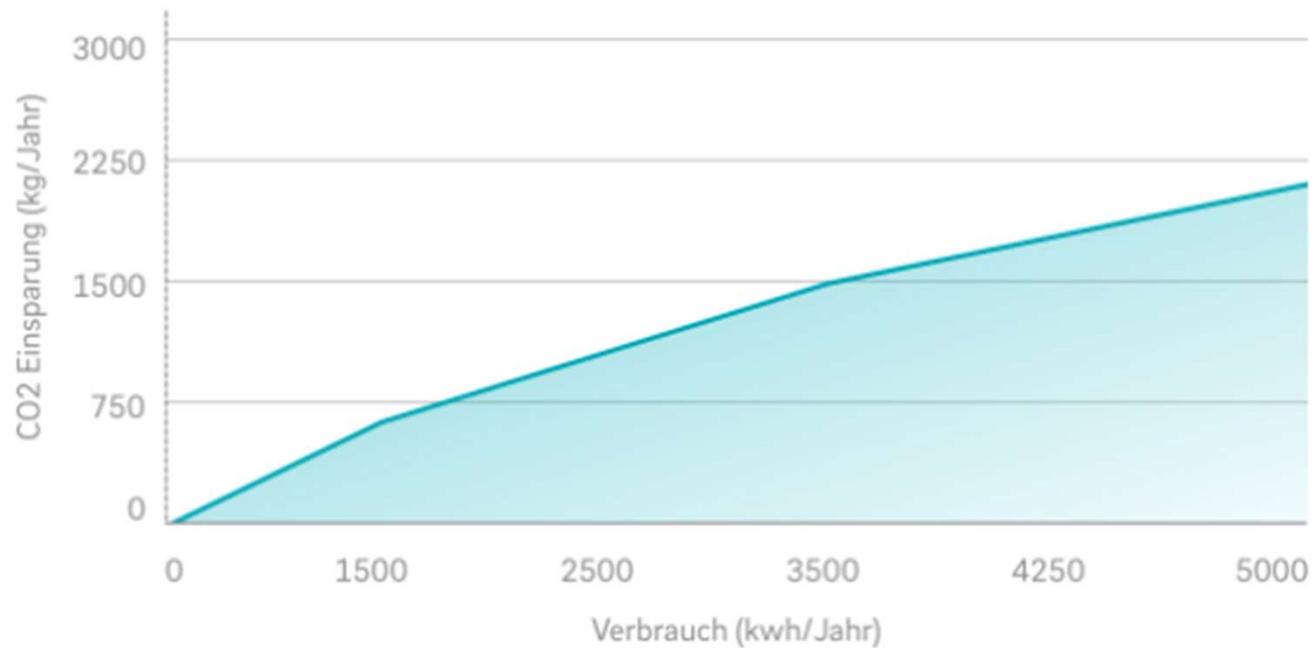
# Social Impact

Stickoxidemissionen über den Gesamtlebenszyklus verschieden angetriebener Fahrzeuge



# Social Impact

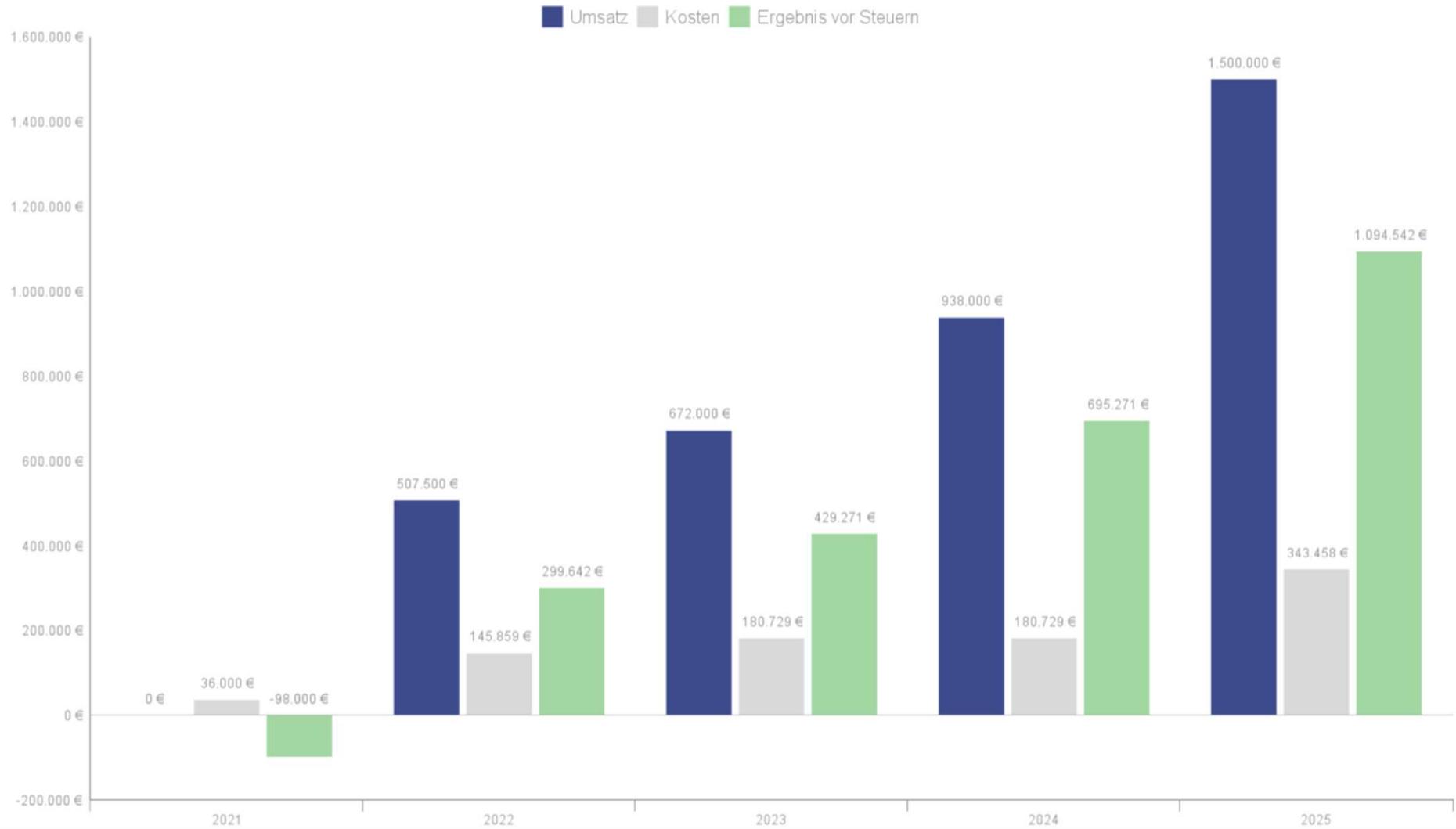
## CO<sub>2</sub>-Ersparnis je Jahresverbrauch



Ersparnis bei einem Verbrauch von 3.500 kWh 1.473 kg CO<sub>2</sub> pro Jahr.

Diese CO<sub>2</sub> Menge entspricht ca. 11.330 km Autofahrt.

# Finanzen



# Umsatz

## Umsatzrechnung

Preis pro km : 7.00€

Geschätzte durchschnittliche Fahrt: 12 min/5km

Geschätzte befahrbare Tage pro Jahr: gerechnet mit 150

Geschätzte Fahrten pro Boot pro Stunde: 3 (Mo-Mi:6; Do-So:12)

Geschätzte Fahrten pro Woche in Jahr 1: 14.500 bei 5 Booten

Umsatz	2021 in €	2022 in €	2023 in €	2024 in €	2025 in €
Geplanter Umsatz	0	507.500	672.000	938.000	1.500.000
Anzahl Kunden	0	14.500	19.200	26.800	42.857,1
./. Rabatt & Skonto 0 %	0	0	0	0	0
./. Zahlungsausfall 0,0 %	0	0	0	0	0
= Umsatz netto	0	507.500	672.000	938.000	1.500.000
Veränderung p.a. (€)	0	0	164.500	266.000	562.000
Veränderung p.a. (%)	0,0 %	0,0 %	32,4 %	39,6 %	59,9 %

# Kosten

## Investitionskosten:

- 5 Boote a 50.000€ in 2021; Möglichkeit auf 2 weitere Boote in Jahr 2022/23 (Fokus externe Boote)
- 1 Benutzerapp: 60.000€

## Personalkosten - ab April 2022:

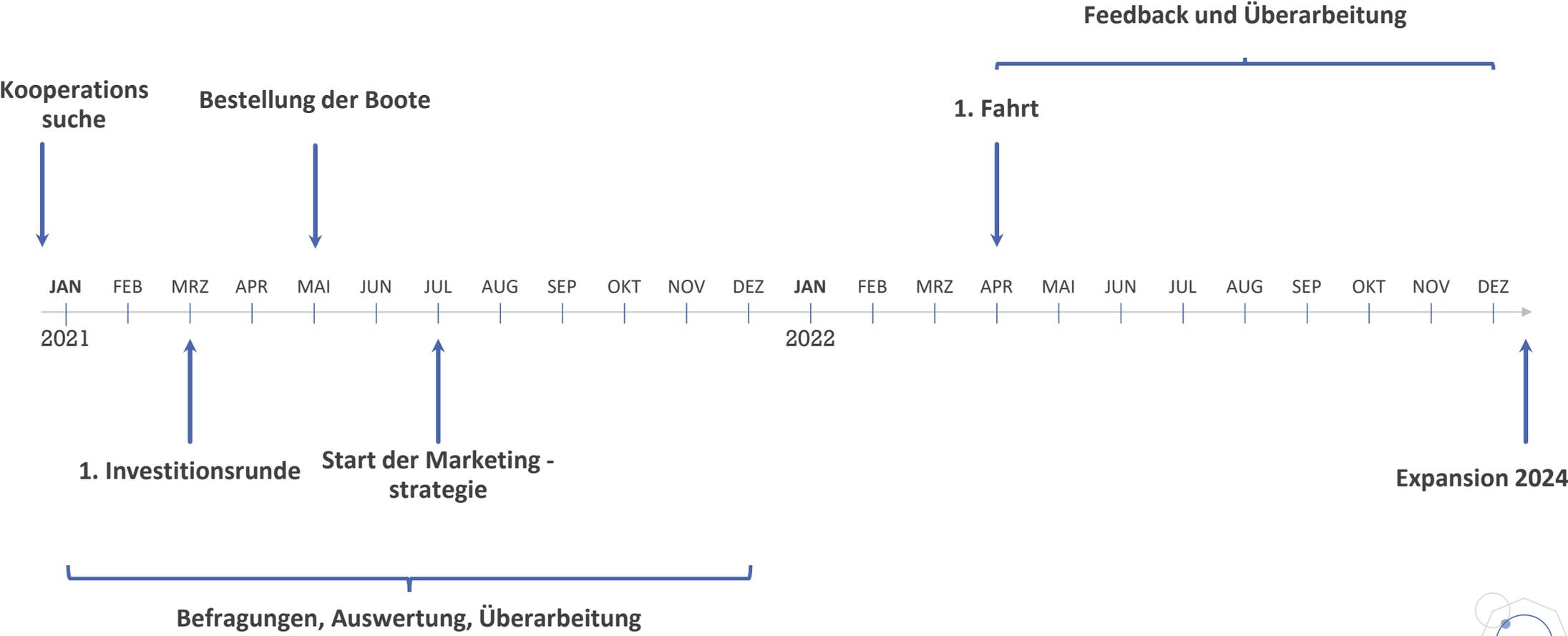
- Schichtarbeit a 6h = 49 Schichten pro Woche
- pro Schicht Lohn von 9,35€ + 20% Umsatzbeteiligung = 14,85€ pro h
- pro Fahrer 3 Schichten pro Woche

## Marketingkosten:

- Jahr 2021: 36.000€
- folgende Jahren laufend: 12.000€

# Roadmap

Unser 2-Jahres-Aktionsplan



# Vielen Dank

Maximilian Sepp

Scott Lefferts

Cedric Borcharding

Patricia Oswald



nuaaboats



Anno Art.com

# Quellen

[https://www.bmu.de/fileadmin/Daten\\_BMU/Pool/Broschueren/elektroautos\\_bf.pdf](https://www.bmu.de/fileadmin/Daten_BMU/Pool/Broschueren/elektroautos_bf.pdf)

<https://app.unternehmerheld.de/idee>

<https://www.elwis.de/DE/Untersuchung-Eichung/Untersuchung/BinSchUO/Kapitel-05/31/31-node.html>

<https://www.elwis.de/DE/Untersuchung-Eichung/Untersuchung/BinSchUO/Anhaenge/Anhang-II/Teil-III/Kapitel-07/07-02/07-02-node.html>

[https://www.stmwi.bayern.de/fileadmin/user\\_upload/stmwi/Publikationen/2018/2018-08-24\\_Marktforschungsbroschuere\\_2018\\_Einzelseiten.pdf](https://www.stmwi.bayern.de/fileadmin/user_upload/stmwi/Publikationen/2018/2018-08-24_Marktforschungsbroschuere_2018_Einzelseiten.pdf)

<https://top.oberbayern.de/wp-content/uploads/2016/10/Wirtschaftsfaktor-Ammersee-Lech.pdf>

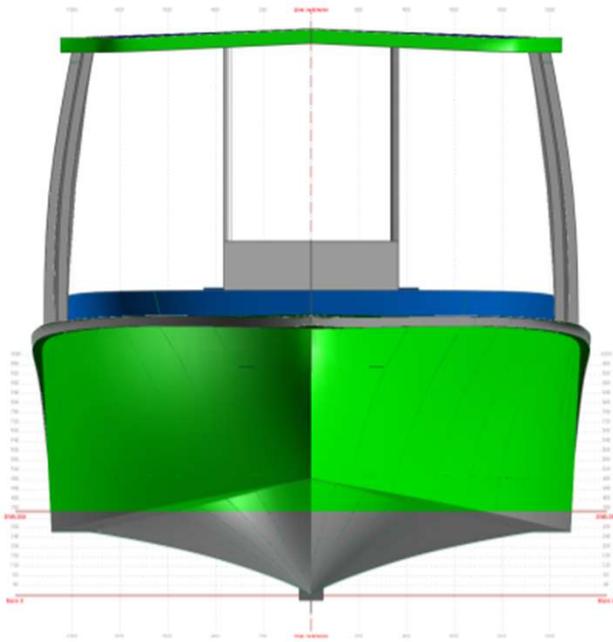
<https://www.sueddeutsche.de/muenchen/starnberg/elektroboote-mit-akku-uebers-wasser-1.3154923>

[https://www.stmb.bayern.de/assets/stmi/vum/wasser/schiffahrtsordnung\\_2005.pdf](https://www.stmb.bayern.de/assets/stmi/vum/wasser/schiffahrtsordnung_2005.pdf)

# Business Modell Canvas

<p><b>Schlüsselpartnerschaften</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fahrer mit Booten</li> <li>- Geodatendienste</li> <li>- Öffentliche Behörden</li> <li>- Zahlungsdienstleister wie bspw. Paypal</li> <li>- Investoren</li> <li>- Partnerschaft mit Unternehmen im Mobilitätssektor (Car Sharing)</li> <li>- Lokale Einrichtungen (bspw. Restaurants)</li> <li>- Unterstützung von Gemeinden, Landkreisen</li> </ul>	<p><b>Schlüsselaktivitäten</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Produktentwicklung</li> <li>- Marketing &amp; Kundengewinnung</li> <li>- Beschaffung von Booten und Fahrern</li> </ul>	<p><b>Kundennutzen</b> </p> <p><b>Kunden</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Taxi über See und auf Abruf</li> <li>- Individuelle Bootsfahrt zum Zielort mit tollem Flair</li> <li>- Erleichterte Entscheidungsfindung durch gerankte Vorschläge</li> <li>- Einfache Handhabung mittels App</li> <li>- Gutes Preis-Leistungsverhältnis</li> </ul> <p><b>Fahrer:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Weitergabe von Tipps der Heimat</li> <li>- zusätzliche Einkommensquelle</li> <li>- flexible Arbeitszeiten</li> </ul>	<p><b>Kundenbeziehungen</b> </p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Schritt</li> <li>2. Schritt</li> <li>3. Schritt</li> </ol> <ul style="list-style-type: none"> <li>- automatisiert über App</li> <li>- persönliche Beziehung zwischen Fahrer und Passagieren</li> <li>- Feedback System über App</li> </ul>	<p><b>Zielgruppen</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tagesausflügler</li> <li>- Touristen</li> <li>- Anwohner mit und ohne Auto</li> </ul>
<p><b>Kostenstruktur</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entwicklung der Plattform</li> <li>- Marketing</li> <li>- Löhne für Vollzeitbeschäftigte</li> <li>- Kosten für eigene Flotte</li> </ul>		<p><b>Erlösquellen</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Erlöse der Bootsfahrten</li> <li>- Kostenpflichtige Premium Version (bspw. monatliche Routen)</li> </ul>		

DELFTshipFrontansicht



DELFTshipPerspektive

