

kulevo

Zeitreisen

Wir sind die ersten,
die Reenactment standardmäßig
in Urlaubsreisen einbauen



Das Produkt

Bildungsabenteuer weltweit

Enger Austausch mit
Historikern und Archäologen

Die Hälfte der Zeit so leben,
wie zu einer anderen Zeit
(Reenactment)





Überblick

Name: kulevo GmbH

Mission: Auf Abenteuerreisen Geschichtswissen vermitteln.

Ziel: Der Reiseveranstalter will das Angebot jedes Jahr um mindestens zwei neue Reisen erweitern.

Gründungsdatum: 11.06.2015

Gründer: Jonas Hopf

Sitz: 97708 Bad Bocklet

Bewertung: 970.000 € Pre-Money

Kapitalbedarf min./max.: 65.000€ / 300.000 €

Anteile: Bis zu 24 %

Highlights

Gladiatorenkämpfe erleben

Bronze und Eisen bearbeiten

Übernachtungen in Höhlen,
Zelten und Palästen

Landschaftserlebnisse, abseits
der üblichen Touristenwege

Mit einem originalgetreuen
Nachbau segeln

Antiken Mythen lauschen

Die Küche anderer Epochen

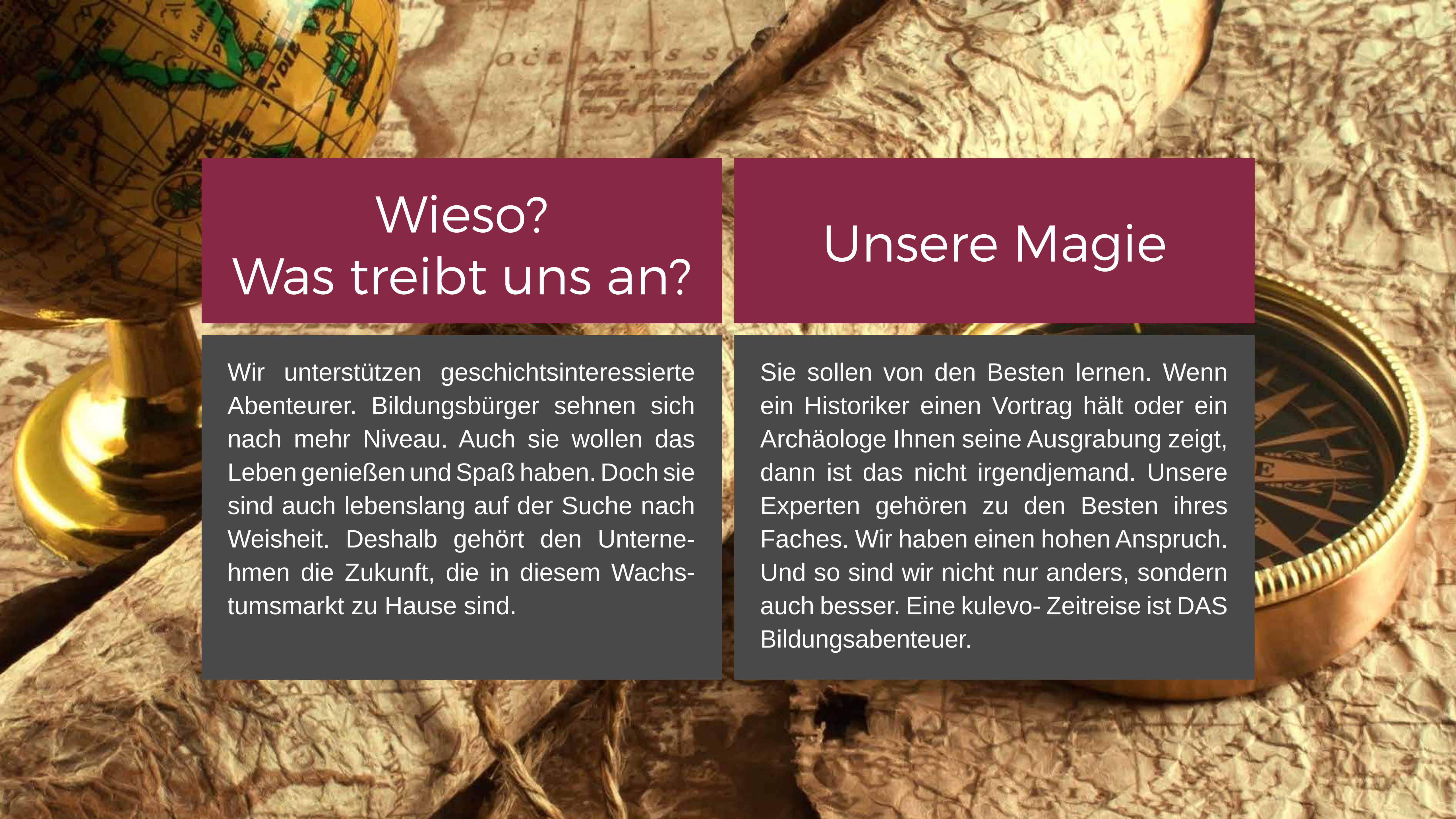
Musik und Tänze am Lagerfeuer

Originalschauplätze

Handwerkskunst kennenlernen

Als Pharao mit einem
Streitwagen fahren

Berittenes Bogenschießen

The background of the entire slide is a collage of vintage exploration-themed items. In the top left, a portion of a globe is visible, showing the word 'INDIE' and some green landmasses. Below it, a brass compass with a dark face and gold markings is partially visible. The rest of the background is a textured, aged map with various geographical features and text, including 'OCEANVS' and 'INDIE'.

Wieso? Was treibt uns an?

Wir unterstützen geschichtsinteressierte Abenteurer. Bildungsbürger sehnen sich nach mehr Niveau. Auch sie wollen das Leben genießen und Spaß haben. Doch sie sind auch lebenslang auf der Suche nach Weisheit. Deshalb gehört den Unternehmen die Zukunft, die in diesem Wachstumsmarkt zu Hause sind.

Unsere Magie

Sie sollen von den Besten lernen. Wenn ein Historiker einen Vortrag hält oder ein Archäologe Ihnen seine Ausgrabung zeigt, dann ist das nicht irgendjemand. Unsere Experten gehören zu den Besten ihres Faches. Wir haben einen hohen Anspruch. Und so sind wir nicht nur anders, sondern auch besser. Eine kulevo- Zeitreise ist DAS Bildungsabenteuer.

Von den Besten lernen



Harm Paulsen
Expertenteam Steinzeit



Christian Schrade
Expertenteam Steppenvölker



Dipl.-Ing. Gerhard Plath
Expertenteam Minoer



Dipl.-Ing. Thomas Guttandin
Expertenteam Minoer



Thomas Mass
Expertenteam Römer



Hagen Pätzold
Expertenteam Römer



Dr. Liane Giemsch
Expertenteam Archäologie



Harald Haamann
Expertenteam Sprachen

Der Reisemarkt

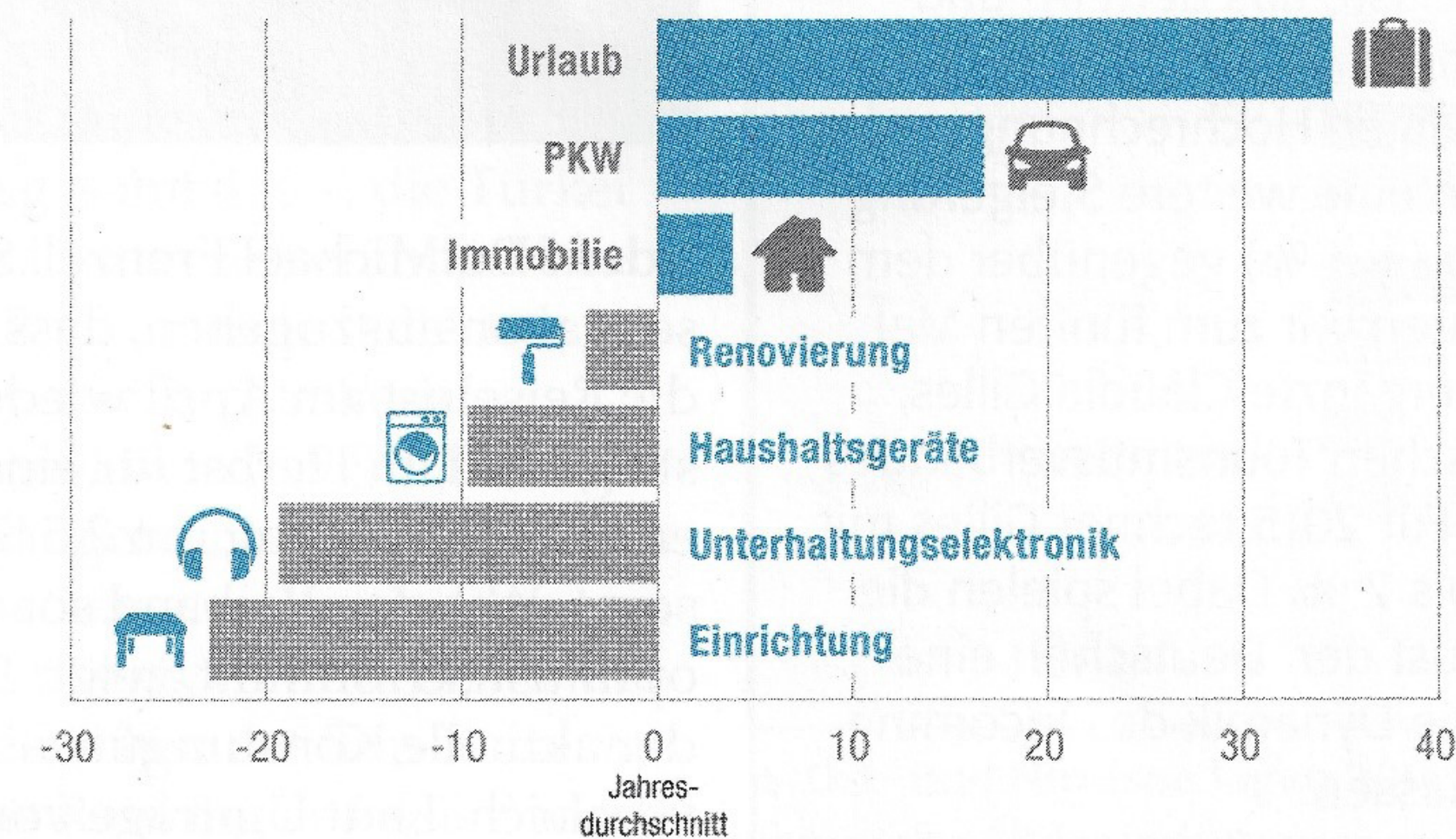
Noch nie haben so viele Menschen eine Urlaubsreise unternommen wie heute. In den vergangenen Jahren wurden immer wieder Rekorde gebrochen. Reisen führen sogar die Rangliste für kostspielige Aufwendungen an – noch vor Autos oder Immobilien.

Besonders Veranstalterreisen verzeichnen von Jahr zu Jahr neue Rekordumsätze. Und der Branchenreport 2014 der DRV (Deutscher Reiseverband) erwartet Erfolg vor allem durch Spezialisierung, Nischenmärkte und Qualitätsangebote. Die Zahl der Reisenden liegt in Deutschland etwa bei 43,5 Million (Das ist die Hälfte der Einwohnerzahl)

Der Urlaub genießt bei den Deutschen nach wie vor höchste Priorität. Und laut Branchenreport steigt der Umsatz stärker als die Zahl der Kunden. Besonderes Wachstum ist in Nischenmärkten zu verzeichnen, vor allem bei Aktivreisen (Im Durchschnitt 14 %).

Konsumbereitschaft nach Waren- und Dienstleistungen

Abweichung der Ausgabenplanungen vom Jahresdurchschnitt (in Indexpunkten)



▲ Gespart wird woanders (s. graue Balken), denn wenn es um Urlaub geht, sitzt den Deutschen das Geld locker. Erst mit Abstand folgen Investitionen für Pkw oder Immobilie Grafik: BTW-Tourismusindex/GfK 2014

Risiko

Für die Branche bestand im Jahr 2014 ein geringes Ausfallrisiko (CRI 1,82 %). Im Branchenreport heißt es, dass es sich insbesondere für neu einsteigende Reiseveranstalter empfiehlt sich auf Reiseprodukt-Nischen zu spezialisieren. Potenziale böten sich beispielsweise bei bestimmten Zielgruppen, deren Gemeinsamkeiten heute weniger durch das Alter bestimmt sind, sondern durch gemeinsame Interessen. Im Trend liegt das Außergewöhnliche.

Laut dem Magazin Focus sind die Bundesbürger Reise-Weltmeister. Und "teurer" Urlaub ist gefragt. Zu diesem Ergebnis kommt unter anderem IPK International*

Ein Trend zu höheren Urlaubsbudgets ist deutlich zu erkennen. Steigerung in 10 Jahren: 13 %. Der ADAC-Reisemonitor wies einen höheren Anteil hochpreisiger Urlaubsreisen aus. Das Niedrigpreissegment verlor dagegen.

Und das Focus Magazin schrieb schon 2009:

„Insgesamt sind die Veränderungen eher qualitativer als quantitativer Natur: Nicht „mehr reisen“ oder „weniger reisen“, sondern „anders reisen“ ist das Motto vieler Bürger. Man möchte im Urlaub in eine andere Rolle schlüpfen, sich selbst neu und anders kennenlernen und sich neuen Herausforderungen aussetzen.“

Unsere Zeitreisen liegen voll im Trend und bieten enormes Potenzial. Zudem werden unsere Zeitreisen in Zukunft auch auf Englisch stattfinden. Wir blicken schon auf den US-amerikanischen Markt.

*der weltweit größte Anbieter von Tourismus & Reisedaten



Kultur- & Bildungsreisen

Seit 100 Jahren im Grundsatz gleich geblieben.
kulevo wird das nun ändern!

Blauer Ozean

Wir kombinieren das Beste aus zwei Welten. Wir verbinden die klassische Kulturreise auf der einen Seite, mit Reenactment auf der anderen Seite. Dabei fällt das teuerste aus beiden Welten weg. Und wir erreichen einen strategischen Preis mit einem außerordentlich guten Preis-Leistungs-Verhältnis.

Damit sind wir auch unserem Traum „historische Bildung für möglichst viele“ einen großen Schritt näher gekommen. Wir

werden beweisen, dass Bildungsreisen mit größeren Gruppen durchaus Sinn machen können. Nämlich indem praktisch immer mehrere kleine Zeitreisen parallel stattfinden. Doch bei den kostenintensiven Abendveranstaltungen, wo man sich ohnehin gerne wegen der besseren Stimmung einer größeren Gruppe anschließt, werden alle zusammen kommen.

Mit der Blauen Ozean Strategie und einer starken Fokussierung auf den Kundennutzen erschließen wir einen völlig neuen Markt, Zeitreisen.

Jonas Hopf Der Gründer



Die Beschäftigung mit der Menschheitsgeschichte ist die Leidenschaft seines Lebens. Jonas Hopf ist in einer Unternehmerfamilie aufgewachsen. Eigentlich ja Wirtschaftsingenieur (Diplom) ist er heute Autor und Unternehmer.

Besondere Berufserfahrung hat er in den Bereichen Marketing und Verkauf. Die Idee Zeitreisen anzubieten verfolgt er schon seit 10 Jahren.

Weitere Informationen, auch zu seinem ersten Buch, erhalten Sie auf:

www.jonashopf.de

Gunther Holzschuh

Der Manager



Schon seit über 20 Jahren in leitenden Managementpositionen tätig. Mehrfach hat er Reiseveranstalter saniert. So war er beispielsweise Vorsitzender der Geschäftsführung der Otto Freizeit und Touristik GmbH.

Gunther Holzschuh ist erfahren in allen Feldern der Unternehmensentwicklung. Zudem verfügt er über ein breites Wissen in den Bereichen Vertrieb und Marketing. Er ist der wichtigste Berater der kulevo GmbH.

Weitere Informationen erhalten Sie auf:

www.holzschuh-consult.de

The background of the entire slide is a collage of vintage travel-related items. In the top left, a portion of an old map is visible, showing landmasses and navigational lines. In the bottom left, a brass lantern with a warm, glowing light is partially shown. On the right side, a detailed compass rose is visible, set within a brass frame. The overall aesthetic is that of an old, leather-bound travel journal or map.

Marketing & Verkauf

Reisebüros werden sich aufgrund des Internets verändern müssen. Deutschlands bekanntester Philosoph Richard David Precht hat in einem Vortrag über die Arbeitswelt der Zukunft sogar folgendes gesagt:

„Es wird keine Reisebüros mehr geben! Weil derjenige, der hinter dem Bildschirm sitzt, da auch nicht anderes findet als das, was Sie zu Hause auch schon gefunden haben. Gunter Dueck sagt dazu immer “Flachbildschirmrückseitenberatung”. Ihnen erklärt da jemand etwas, was Sie Ihrerseits längst wissen.

Die Personalkosten der vielen Reisebüros überall im Land können in Zukunft zu einem großen Teil gespart werden. 2013 konnten Online-Anbieter ihren Umsatz um 12 % Prozent steigern. Onlinebuchungen sind bereits von 11 % im Jahre 2005 auf 31 % im Jahre 2013 gestiegen. Und es sind vor allem diejenigen mit einem höheren Bildungsstand und einem höheren Einkommen, die online buchen (Branchenreport).

Das Reisebüro der Zukunft

Marketing und Verkauf werden zunächst gedanklich voneinander getrennt. Das Marketing hat im Prinzip nur eine Aufgabe, das Einsammeln von Daten potenzieller Kunden.

Diese Daten gehen dann an ein Service-Center. Die Mitarbeiter dort arbeiten die Daten der potenziellen Kunden dann ab und verkaufen aktiv, vor allem am Telefon. Mit so einem Internet-Telefon-Reisebüro kann man die ganze Welt abdecken. Darüber hinaus ist kein Reisebüro mehr notwendig. Den Telefonverkauf hat Jonas Hopf übrigens drei Jahre lang von Bodo Schäfer gelernt, dem erfolgreichsten Trainer im deutschsprachigen Raum.

Bei kulevo kann man also natürlich online buchen. Darauf warten müssen wir aber nicht. Wir verkaufen aktiv und mit System.

Vertriebskanäle

Über unser
Reisebüro der
Zukunft

Klassischer
Weg über
Reisebüros

Upselling bei
den Wochenend-
Zeitreisen

Selbstständiges
Buchen durch
Klick im Internet

Ein Beispiel

Klick auf facebook-Werbung

Eintragen der Kontaktdaten

Kontaktaufnahme / Verkauf
im persönlichen Gespräch

Business Model Canvas: kulevo GmbH

Schlüsselpartner

(Wer unterstützt uns?)

- Lokale Reiseveranstalter
- Eventagenturen
(für Zeitreisen in Deutschland)
- Die jeweiligen Fachexperten
- Historische Vereine
- Museen
- Marketing-Kooperationspartner
- Call-Center

Schlüsselaktivitäten

(Was tun wir?)

- Geschäftsmodell weiter verbessern
- Neue Zeitreisen entwickeln
- Für die Umsetzung Partner suchen
- Marketing
- Verkäufer des Call-Centers schulen
- Beziehungen zu wichtigen Personen pflegen

Schlüsselressourcen

- Die zahllosen Ideen des Gründers
- Kunden-Feedback
- Branchenerfahrung
- Kundendatenbank
- Telefonreisebüro

Angebotener Wert

(Wie helfen wir?)

- Historischer Wissendurst wird gestillt/Bildung
- Abenteuer
- Unvergessliche Urlaubsreisen
- Möglichkeit Gleichgesinnte kennenzulernen
- Spannende Erlebnisgeschichten erzählen können
- Spaß
- Den Blickwinkel auf das eigene Leben verändern

Kundenbeziehungen

(Unser Umgang mit anderen)

- Unsere Kunden sollen sich als Teil einer besonderen Gemeinschaft fühlen
- Kunden werden auch immer wieder mitentwickeln an neuen Zeitreisen

Kanäle

- Im Internet und auf Veranstaltungen werden Daten potenzieller Kunden gesammelt
- Interessenten werden dann aktiv und direkt angesprochen um Tickets zu verkaufen

Kunden

(Wem helfen wir?)

Menschen, die sich für Geschichte interessieren und von Abenteuern träumen

Kosten

- Die Kosten der Reisen
- Provision der Verkäufer im Internet-Telefon-Zeitreisebüro
- Berater
- Marketing
- Gehälter: Unternehmer, Manager
- Bürodienstleistung

Einnahmen und Vorteile

- Verkauf der Zeitreisetickets
- Verkauf von Zeitreisenutensilien (Musik, Schuhe, Kleidung usw.)



Ein Beispiel: Die Steppenvölker-Zeitreise

Wann: 17.- 28. August 2016

Ort: Kirgisistan

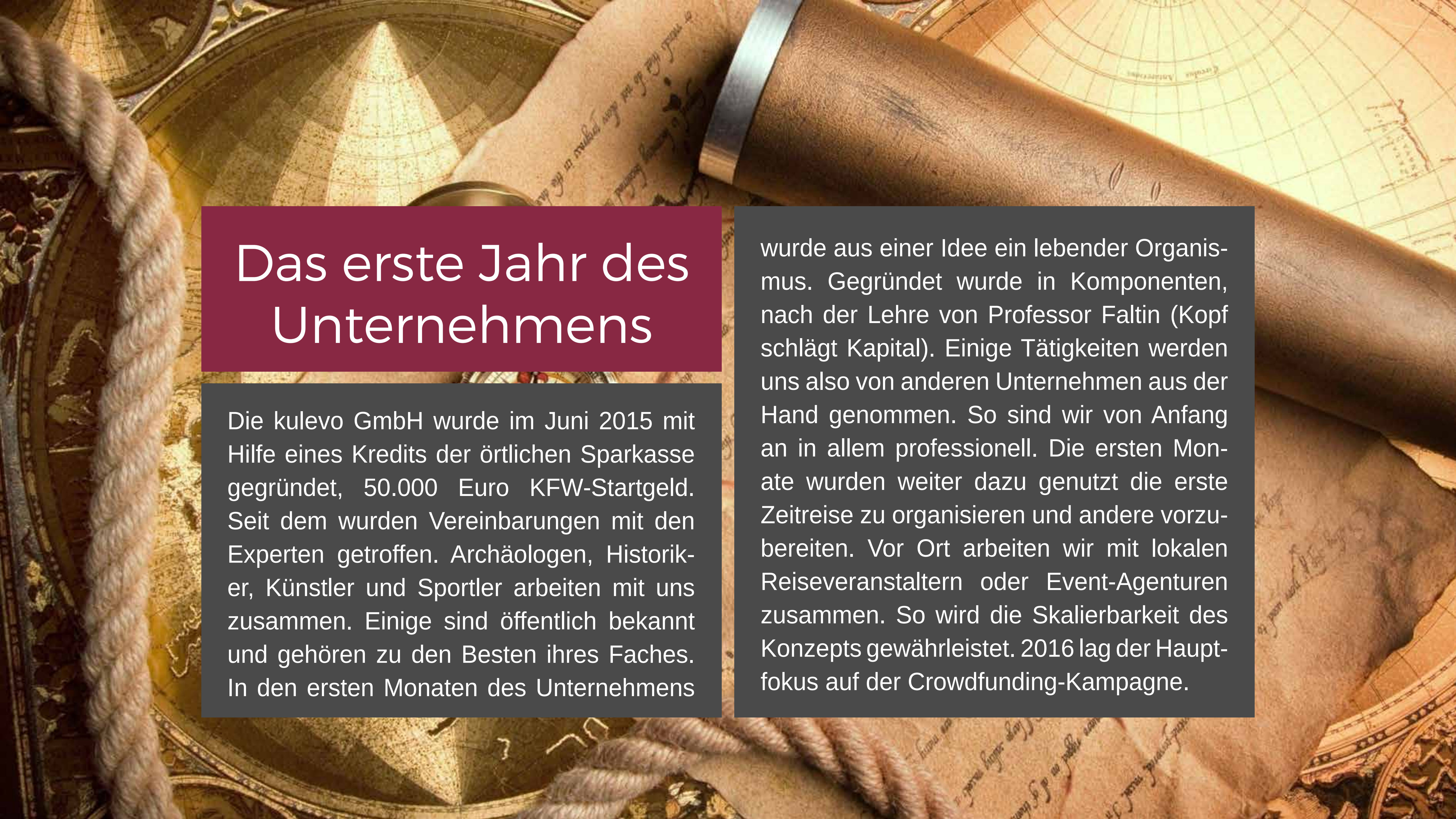
Preis: 2487 €

Die Urlauber lernen zunächst das Land kennen. Sie umkreisen dabei u.a. den zweitgrößten Gebirgssee der Erde. Sie besuchen einen Ort märchenhafter Felsskulpturen. Und sie können in Mineralwasser baden. Auf einer Sommerweide werden die Zeitreisenden dann für einige Tage so leben wie vor 2000 Jahren die Skythen. So

werden alle in einer Jurte schlafen. Die traditionelle Jagd mit einem Adler wird vorgestellt. Und man lernt die Grundlagen des Berittenen Bogenschießens vom mehrfachen deutschen Meister.

In naher Zukunft kommen folgende Zeitreisen in das Angebot:

Kelten (Deutschland), Römer (Deutschland und Italien), Minoer (Insel Kreta), Wikinger (Norwegen), Germanen (Deutschland), Eiszeit (Deutschland).



Das erste Jahr des Unternehmens

Die kulevo GmbH wurde im Juni 2015 mit Hilfe eines Kredits der örtlichen Sparkasse gegründet, 50.000 Euro KFW-Startgeld. Seit dem wurden Vereinbarungen mit den Experten getroffen. Archäologen, Historiker, Künstler und Sportler arbeiten mit uns zusammen. Einige sind öffentlich bekannt und gehören zu den Besten ihres Faches. In den ersten Monaten des Unternehmens

wurde aus einer Idee ein lebender Organismus. Gegründet wurde in Komponenten, nach der Lehre von Professor Faltin (Kopf schlägt Kapital). Einige Tätigkeiten werden uns also von anderen Unternehmen aus der Hand genommen. So sind wir von Anfang an in allem professionell. Die ersten Monate wurden weiter dazu genutzt die erste Zeitreise zu organisieren und andere vorzubereiten. Vor Ort arbeiten wir mit lokalen Reiseveranstaltern oder Event-Agenturen zusammen. So wird die Skalierbarkeit des Konzepts gewährleistet. 2016 lag der Hauptfokus auf der Crowdfunding-Kampagne.

Finanzplan

GUV	IST 2015	Plan 2016	Plan 2017	Plan 2018
1. Umsatzerlöse	2.450 €	136.451 €	511.160 €	1.161.893 €
2. Bestandsveränderungen	- €	- €	- €	- €
3. andere aktivierte Eigenleistungen	- €	- €	- €	- €
= Gesamtleistung	2.450 €	136.451 €	511.160 €	1.118.867 €
4. sonstige betriebliche Erträge	- €	- €	- €	- €
5. Materialaufwand	4.045 €	128.954 €	307.850 €	520.570 €
= betriebliches Rohergebnis	- 1.595 €	7.497 €	203.310 €	598.297 €
Kostenarten:				
Personalkosten	10.100 €	26.400 €	31.800 €	31.800 €
Versicherungen/Beträge	185 €	1.020 €	2.040 €	2.040 €
Fahrzeugkosten (Ohne Steuern)	1.563 €	450 €	600 €	650 €
Werbe/Reisekosten	2.307 €	14.400	14.400 €	14.400 €
Sonstige betriebliche Aufwendungen	7.854 €	6.673 €	9.653 €	9.753 €
Gesamtkosten	22.009 €	48.943 €	58.493 €	58.643 €
= Betriebsergebnis (EBIT)	-23.604 €	-41.446 €	144.817 €	539.654 €

SWOT-Analyse

Stärken

- Vorhandener Bedarf, der bis jetzt noch von niemanden gestillt wird
- Erfahrenes Management
- Hoch skalierbares Produkt
- Von Anfang an international
- Neuer Markt (Blauer Ozean)
- Unsere Experten gehören zu den Besten ihres Faches.

Schwächen

- Der Erfolg der Firma hängt besonders am Anfang von der Leistungsfähigkeit des Gründers ab
- Der Vorteil von etwas Neuem bedeutet auf der anderen Seite, dass am Anfang noch überdurchschnittlich viele Fehler zu erwarten sind

Chancen

- Eine stetig wachsende Zielgruppe
- Gewaltige Marktchancen, auch in Übersee
- Unser Reisebüro der Zukunft
- Hohe Skalierbarkeit
- Kein direkter Wettbewerber

Risiken

- Wettbewerber könnten versuchen uns zu kopieren und unsere Experten abzuwerben

Investoren Goodies

Investoren erhalten zusätzlich zu ihrer Investition spezielle Investoren-Goodies, die mit Investitionshöhe und -zeitpunkt in Verbindung stehen.

Alle Investoren mit einem Investment ab 250 € erhalten einen Zeitreisepass + einen einmalig einzulösenden 50 € Rabatt auf eine kulevo-Reise.

Die ersten 25 Investoren mit einem Investment ab 1.000 € bis < 3.000 € erhalten einen einmalig einzulösenden 250 € Rabatt auf eine kulevo-Reise.

Die ersten 15 Investoren mit einem Investment ab 3.000 € bis < 10.000 € erhalten zusätzlich zu dem einmalig einzulösenden 250 € Rabatt auf eine kulevo-Reise, eine exklusive eintägige Einladung in die Rhön mit dem kulevo-Gründer Jonas Hopf. Die Gäste werden

Bogen schießen, die eiszeitliche Speerschleuder kennen lernen und zum Kloster Kreuzberg laufen. Dort können sie vor der Brauerei bei einem erfrischenden Getränk die Aussicht genießen. Auf Wunsch organisiert kulevo am Abend in Bad Kissingen einen Besuch in der Therme. Das Unternehmen übernimmt vor Ort die Kosten für das Rahmenprogramm.

Ab einem Investment von 10.000 €*

erhalten Investoren neben der Einladung zur exklusiven Zeitreise in die Rhön (s.o.), einen einmalig einzulösenden 500 € Rabatt auf eine kulevo-Reise dazu.

Bei einer Investition ab 50.000 €*

erhalten Investoren neben der Einladung in die Rhön noch zwei Frei-Tickets für eine Zeitreise (frei einlösbar für Reisen aus dem kulevo-Angebot).

Hinweise:

- Investitionen eines Investors werden kumuliert betrachtet.
- Die Goodies werden nach Abschluss einer erfolgreichen Finanzierung versendet.

*Eine Investition über 10.000 € ist gesetzlich nur für Kapitalgesellschaften möglich.



Key Investment Highlights

- Erfahrenes Management
- Eine stetig wachsende Zielgruppe
- Erste begeisterte Kunden vorhanden
- Gewaltige Marktchancen, auch in Übersee
- Schon von Anfang an international
- Hoch skalierbares Konzept
- Ein neuer Markt wird erschlossen (Blauer Ozean)
- Die Ersten, die Reenactment standardmäßig in Urlaubsreisen einbauen
- Man lernt von ausgewiesenen Fachexperten

The background of the entire image is a vintage, sepia-toned map. In the top left corner, a portion of a globe is visible, showing continents and a compass rose. In the bottom right corner, a brass compass is partially visible. The map itself features various geographical labels and a grid of latitude and longitude lines.

kulevo

kulevo GmbH
von Hennebergstraße 18a
97708 Bad Bocklet

Seien Sie dabei
Investieren Sie jetzt!

09708-5780225
zeitreisen@kulevo.de
www.kulevo.de

Finden Sie die Crowdfunding-Kampagne unter www.innovestment.de