

1. Gründer

1.1 Gründer/-team

"Dein Fitness-Studio" wird von Victoria Heimbach und Maren Hauke gegründet. Seit neun Jahren sind sie befreundet und wollen ihre Talente in einem gemeinsamen Projekt zusammenbringen.

Victoria Heimbach ist 32 Jahre alt und hat Sportwissenschaften an der Universität Erfurt studiert. Seit fünf Jahren arbeitet sie freiberuflich als Fitness-Trainerin. In dieser Zeit hat sie umfassende Erfahrung mit unterschiedlichen Fitnesskonzepten gesammelt und möchte dieses Wissen nun in ihrem eigenen Fitnessstudio umsetzen.

Maren Hauke studierte Betriebswirtschaftslehre an der Universität Köln und arbeitete nach ihrem Abschluss zunächst in der Pharmabranche. Nach mehreren erfolgreichen Jahren orientierte sie sich um und absolvierte ihren Bachelor in Osteopathie und erhielt die Erlaubnis zur Heilpraktikerin. Seitdem arbeitet sie hauptsächlich als freiberufliche Yoga-Lehrerin.

1.2 Gründerprofile



Victoria Heimbach

Gründungsmotivation

Ein Fitnesskonzept von Frauen für Frauen, das neben den persönlichen Erfolgen auch noch Spaß macht. Diese Idee begleitet sich seit meinem Studium der Sportwissenschaften und nun will ich sie in die Tat umsetzen.

Geschäftsführerin

Qualifikation & Kompetenzen

Durch meine Anstellung als freiberufliche Fitness-Trainerin habe ich die unterschiedlichsten Konzepte von Fitnessstudios kennengelernt. Zudem lerne ich auch die verschiedenen Bedürfnisse von sehr unterschiedlichen Kundentypen kennen.



Maren Hauke

Gründungsmotivation

Yoga bedeutet für mich ein Bewusstsein für seinen Körper zu entwickeln und mit der Zeit immer besser zu spüren, was einem wichtig ist im Leben und was nicht.

Geschäftsführerin

Qualifikation & Kompetenzen

Als ehemalige Beraterin, Osteopathin und Mutter bringe ich Struktur, anatomische Genauigkeit aber auch Gelassenheit mit in meinen Unterricht. Besondere Freude macht es mir, Menschen, die vor Veränderungen stehen – Schwangerschaft, Neues im Beruf, gesundheitliche Herausforderung – mit Yoga zu begleiten.

1.3 Ziele

Wir wollen mit "Dein Fitness-Studio" ein besonderes Fitnesskonzept von Frauen für Frauen schaffen. Neben dem

1. Gründer

1.1 Gründer

Über 7 Jahre habe ich Erfahrungen bei der Unternehmensberatung in einem mittelständischen Beratungsunternehmen in Frankfurt am Main mit Schwerpunkt Innovationsberatung gesammelt. Zuletzt war ich als Senior Manager für die Leitung und Durchführung von Projekten bei diversen kleinen und mittleren Unternehmen verantwortlich. In dieser Zeit baute ich mir ein umfassendes Fach- und Methodenwissen im Innovations- sowie Projektmanagement auf, das ich nun als selbstständiger Unternehmensberater meinen Kunden zur Verfügung stelle.

Mein Studium habe ich im Fach Betriebswirtschaftslehre an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz mit den Schwerpunkten Management and Digital Transformation absolviert. Der Wunsch zur Gründung meines eigenen Unternehmens hat mich seit Beginn meines Studiums begleitet.

Geboren in Paderborn wohne ich derzeit in Frankfurt am Main, bin verheiratet und habe einen Sohn. Für den Erfolg meines Unternehmens bin ich gerne bereit, für einige Zeit ein niedrigeres Gehalt in Kauf zu nehmen. Durch langjährige Erfahrungen sowie durch regelmäßige Fortbildungen garantiere ich eine jederzeitige fachliche Qualifikation, die dem neuesten Stand entspricht.

1.2 Gründerprofile



André Schneider

Gründer

Gründungsmotivation

Seit vielen Jahren begleitet mich der Wunsch nach einer Selbstständigkeit. Die eigenständige Mitwirkung als Innovationsberater für kleine und mittlere Unternehmen ist eine ideale Voraussetzung, zum nachhaltigen Erfolg meiner Kunden beizutragen.

Qualifikation & Kompetenzen

Ich bringe neben breiten betriebswirtschaftlichen Kenntnissen eine Spezialisierung in Innovationsmanagement und der Digitalisierung von Unternehmensabläufen mit. Darüber hinaus verfüge ich über ein Set an Methodenkenntnissen, die mich zu einem exzellenten Unternehmensberater machen. Dazu gehören insbesondere mein geschultes analytisches Vorgehen, mein fundiertes Know-how an neuesten Projektmanagementmethoden sowie professionelle Präsentationstechniken.

Zudem habe ich Freude an der Arbeit mit Menschen. Ich freue mich darauf, mein eigenes Unternehmen zu vermarkten. Ein gutes Produkt in der Akquise an den Kunden zu bringen liegt mir und wird neben den fachlichen Leistungen ein fundamentaler Bestandteil meiner Beratungsarbeit sein.

1.3 Ziele

Als Innovationsberater und Ideengeber unterstütze ich meine Kunden bei der Entwicklung und Umsetzung strategischer Geschäfts- und Innovationsziele. Ich entwickle mit ihnen neue Prozesse, Nutzererlebnisse, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle und helfe damit, neue Märkte zu erschließen.

Ich werde mich und mein zukünftiges Team innerhalb von 5 Jahren als eine der Top-3-Innovationsberatungen für

1. Gründer

1.1 Gründer/-team

Martin Ulbrich und Heiko Wirth gründen zusammen das französische Restaurant Chez Martin im Düsseldorfer Stadtteil Niederkassel. Sie sind seit Kindesalter miteinander befreundet und im Düsseldorfer Westen aufgewachsen. Beide teilen die Leidenschaft für gutes Essen.

Martin Ulbrich ist 32 Jahre alt und absolvierte seine Ausbildung zum Koch im Sterne-Restaurant Apfel-Lehmbach in Bayersbronn. Im Anschluss war er dort für mehrere Jahre als Demi-Chef de Cuisine angestellt. Sein Ziel das Handwerk des Kochs auf höchster Qualitätsstufe zu erlernen hat er somit erreicht. Nun möchte er seine Kunden mit seinem eigenen Konzept überzeugen. Als Chef de Cuisine wird sich Martin Ulbrich im Gründungsteam um die Organisation der Küche und die kulinarische Qualitätssicherung kümmern.

Heiko Wirth, 33 Jahre alt, ist in einer Unternehmerfamilie aufgewachsen und hat seit Jugendjahren den Traum sein eigenes Unternehmen zu gründen. Gastronomie entdeckte er dabei als seine Leidenschaft. Er studierte Restaurant- und Hotelmanagement beim Institut Paul Bocuse und der Université Jean Moulin in Lyon in Frankreich. Aktuell befindet er sich in der Endphase seines Traineeprogramms Regional Management Development Programme mit Schwerpunkt Business Development Management bei Hilton in Deutschland. Als Chef de la Maison übernimmt Heiko Wirth mit seinem Organisations- und Zahlentalent die Restaurantleitung.

1.2 Gründerprofile



Martin Ulbrich

Chef de Cuisine

Gründungsmotivation

Ich vertrete das neue Berufsbild und -ziel des Kochs, nicht mehr als abhängiger Angestellter nur in der Küche zu arbeiten, sondern ein selbständiger Unternehmer mit einem eigenen Restaurant zu werden.

Qualifikation & Kompetenzen

Durch meine langjährige Arbeit in der Küche eines der besten europäischen Restaurants habe ich die Erfahrung für die Leitung eines eigenen Restaurantbetriebs gesammelt. Hierzu gehört neben der Produktion von hoch qualitativen Gerichten auch die Organisation einer Küche.



Heiko Wirth

Chef de la Maison

Gründungsmotivation

Ich will meine Gäste von meiner Vorstellung besonderer kulinarischer Leistung überzeugen und ihnen damit einmalige Erlebnisse bieten.

Qualifikation & Kompetenzen

Für mich steht der exzellente Service für meine Kunden im Vordergrund. Ich brenne dafür, eine herausragende Dienstleistung zu schaffen und diese zu vermarkten.

1.3 Ziele

1. Gründer

1.1 Gründer/-team

Die Gründung ist zum 1.1. 2021 als Vollzeitgründung als Einzelunternehmen geplant. Die Idee, sich mit einem Onlineshop selbstständig zu machen, besteht bereits länger.

Die Gründerin bringt umfangreiche Kenntnisse in den Bereichen Webdesign, Coding, Online- und Content-Marketing mit, die bei der Gründung überaus vorteilhaft sind.

1.2 Gründerprofile



Franziska Semmler

CEO

Gründungsmotivation

Der vermeintliche "Trend" Nachhaltigkeit muss mehr Menschen erreichen und für alle finanzierbar sein.

Qualifikation & Kompetenzen

Nach einem Studium in den Fachrichtungen Anglistik und Computerlinguistik stieg die Gründerin (31) mehr und mehr in die Onlinemarketing-Branche ein und war zuletzt tätig als Content Managerin. Website-Erstellung und Bloggen sind seit vielen Jahren ihr Hobby.

Grundlagenkenntnisse in Coding und Design und die beruflichen Kenntnisse zur Content-Erstellung, Marketing und SEO sind daher vorhanden, daher wird der Shop mit einem Shop-Baukasten erstellt und den eigenen Bedürfnissen angepasst und auch die Marketingmaßnahmen zumindest teilweise eigenständig realisiert.

Die Gründerin bringt Leidenschaft für das Thema Nachhaltigkeit mit und beschäftigt sich privat damit, ihren Alltag und das ihres Freundeskreises nachhaltiger zu gestalten. Auf Social Media teilt sie regelmäßig ihre Ideen, wie man Einwegprodukte durch wiederverwendbare Dinge ersetzen kann, die man nicht zwangsweise neu kaufen muss.

1.3 Ziele

Der Verbrauch von (Einweg-)Plastik und unnötigen Umverpackungen ist extrem ärgerlich. Aufgrund von Unwissen oder geringem Einkommen ist die Nachhaltigkeit noch nicht bei jedem angelangt. Ziel ist es, über Vorhandensein und Sinn nachhaltiger Alternativen aufzuklären und für alle zugänglicher zu machen. Das Kaufverhalten soll hier nicht angekurbelt werden, sondern der Denkprozess "Brauche ich das wirklich? Habe ich dafür nicht eine Alternative bereits zuhause oder kann es mit Dingen von daheim selbst herstellen? Wenn nein, welche nachhaltigen Produkte gibt es dafür?".

Ziel des Shops ist, nachhaltige Produkte für die Masse verfügbar zu machen.

2. Zielkunden

2.1 Zielkunden

1. Gründer

1.1 Gründer/-team

Joanna Balk ist 25 Jahre alt und gründet als Einzelunternehmerin in ihrer Heimatstadt Nürnberg den Foodlocal Market.

Nach ihrem Abitur absolvierte Joanna Balk als Jahrgangsbeste eine dreijährige Ausbildung zur Einzelhandelskauffrau bei der AKADA-Gruppe. In der Ausbildung erlangte sie umfassende Kenntnisse über die Abläufe des Lebensmitteleinzelhandels. Ihre Tätigkeiten reichten von der Warenannahme über die Warenkontrolle, Verkaufsvorbereitung sowie die Lagerwirtschaft. Zudem wurde sie stark in die Kundenkommunikation eingebunden und im Personal- und Rechnungswesen ausgebildet.

Nach ihrer Ausbildung leitete Joanna Balk für 5 Jahre erfolgreich die AKADA-Filiale in Nürnberg-Langwasser. Berufsbegleitend legte sie während dieser Zeit die Prüfung zur Handelsfachwirtin ab.

Sie hat sehr viel Spaß an ihrer Beschäftigung und in den letzten Jahren wuchs ihr Wunsch sich mit einem kleinen Ladengeschäft mit besonderen lokalen Lebensmitteln selbstständig zu machen.

1.2 Gründerprofile



Joanna Balk

Geschäftsführerin

Gründungsmotivation

Ich möchte Verantwortung für die Qualität, Herkunft und Beschaffenheit besonderer lokaler Lebensmittel übernehmen. Meine Kunden ermögliche ich somit den Kauf aus der Region aus einer Hand.

Qualifikation & Kompetenzen

Joanna Balk hat langjährige Erfahrung im Lebensmittel-Einzelhandel und Spaß am Verkauf besonders guter Produkte. Ihr Gespür für das Geschäft bewies sie durch die erfolgreiche Leitung einer Großmarkt Filiale.

Neben der betriebswirtschaftlichen Begabung verfügt sie über eine hohe mündliche Kommunikationsstärke und möchte ihren Kunden mit besonderer Beratung und Service zur Seite stehen.

1.3 Ziele

Mit dem Foodlocal Market möchte Joanna Balk eine Angebotslücke in einem ihr sehr am Herzen liegenden Bereich schließen. Mit ihrer Erfahrung im Einzelhandel wird sie sich als besondere Schnittstelle zwischen den regionalen Produzenten und Handwerkern auf der einen Seite und den relevanten Kunden auf der anderen Seite etablieren.

Sie beginnt mit einem Standort an dem sie eine Stammkundschaft aufbaut und sich in der Nachbarschaft als Marke etabliert. Parallel wird sie im ersten Jahr die Zusammenarbeit mit ihren Partner-Zulieferern vertiefen und erweitern. Dadurch wird es zu einer Optimierung der Produktpalette kommen.

Nach spätestens zwei Jahren wird sich das Konzept des Marktes bewährt haben, so dass dann die mögliche Phase des Aufbaus von weiteren Standorten begonnen werden kann.

1. Gründer

1.1 Gründer/-team

Das Gründerteam von Nordic Muscle Bike besteht aus Adrian Welandes und Andreas Wolf. Die drei Gründer sind begeisterte Mountainbiker, Rennradfahrer im Sommer und Langläufer im Winter. Adrian ist aktuell Werkstattleiter eines Bike-Filialisten, Andreas ist Vertriebsleiter einer bekannten Marke für Langlaufskier. Die Gründer wollen ein Spezialgeschäft für echte Biker aufmachen, die sich beim herkömmlichen Fahrradhändler nicht mehr ganz wohl fühlen. Mit als Gesellschafter wird einsteigen Dr. Daniel Waas, Sportmediziner und langjähriger Freund, Bike- und Langlauf-Kumpel von Adrian und Andreas.

1.2 Gründerprofile



Andreas Wolf

CEO Nr. 1

Gründungsmotivation

Der sportive Fahrradfahrer, der sich noch mit Muskelkraft bewegt, fühlt sich im herkömmlichen Fahrradshop nicht mehr wohl. Da geht momentan alles in Richtung E-Bike. Das ist was für Rentner. Ich möchte für echte Muskelbiker das perfekte Einkaufserlebnis bieten und das perfekte Material. Ich habe die Vision für den perfekten Shop.

Qualifikation & Kompetenzen

Dipl.-Kfm.

Aktuell Vertriebsleiter einer bekannten Marke für Langlaufskier. Ich bin fit in Marketing und Vertrieb und kann auch Mitarbeiter führen. Außerdem habe ich exzellente Kontakte zu Lieferanten, im Langlaufsport wie im Bike-Sport.



Adrian Welandes

CEO Nr. 2

Gründungsmotivation

Kenne die Bike-Szene als Fahrradmechanikermeister seit Jahren. Finde die Vision von Andreas super, denn auch ich kann mit E-Bikes nichts anfangen. Ich denke auch, dass ein sportiver Radfahrer in Zeiten des E-Bike Hypes einen eigenen Shop braucht. Ein Anhänger der Rolling Stones geht ja auch nicht zum Musikantenstadl oder zu Stefan Mross.

Qualifikation & Kompetenzen

Fahrradmechaniker-Meister

Kenne alle schicken Parts und deren Lieferanten

Bin ein Virtuose in der Laufradzentrierung

Kein Schaltwerk kann mich foppen.

Keine Luftblase in einer Hydraulikbremse ist vor mir sicher.

Bringe 1 Mitarbeiter aus meinem früheren Job mit.



Daniel Waas

Gründungsmotivation

Als Sportmediziner lehne ich E-Bikes kategorisch ab. Weil mich die Service-Qualität und das Unspezifische herkömmlicher Shops ärgert, bin ich sehr angetan von der Idee von Andreas und investiere gerne in das Start-up.

Gesellschafter, Dr.
med.
(Sportmedizin)

Qualifikation & Kompetenzen

Ich finanziere den Produkt-Konfigurator des Teams. Als Teilhaber an "Clean Power", einem Institut für Leistungsdiagnostik und Trainingsplanung leiste ich aktive Mundpropaganda und briefe unser Marketing dahingehend, das zukünftige Fachgeschäft für echte Muskelbiker "Nordic Muscle Bike" aktiv zu empfehlen.

Als Hobbyradrennfahrer und Langläufer (10-facher Finisher beim Wasa-Lauf) bin ich aktiv mit den Top-Sportlern der Region vernetzt.

1.3 Ziele

Die Gründer sind der Meinung, dass es für die Zielgruppe der extremen wettkampforientierten Radfahrer keinen optimalen Shop gibt. Der aktuelle Hype geht zu sehr in Richtung E-Mobilität. Das ist etwas, was ein Hardcore-Rennradfahrer oder Wettkampf-Mountainbiker ablehnt. Daher wird das Gründerteam einen Shop eröffnen, in dem sich der ambitionierte Radfahrer wohlfühlt, wo er optimales Material und die perfekte Beratung erhält. Von Beratern, die die Sprache derer verstehen, die lieber tot vom Fahrrad fallen würden, als sich auf ein E-Bike zu setzen.

Die Gründer eröffnen einen Shop im Raum Garmisch, gut gelegen an den Rennrad-Routen, Mountainbike-Trails und Langlaufloipen. Sie setzen auf ultrasportliches Material, Customized Bikes und bieten für den Winter Top-Ausrüstung im Bereich Cross Country an.

2. Zielkunden

2.1 Zielkunden

Die Zielkunden von Nordic Muscle Bike sind Tom und Loren. Sie sind Gutverdiener, die auf eine wohl balancierte Work-Life-Balance achten. Aufgrund ihrer guten Qualifikation als MINT-Spezialisten sind sie am Arbeitsmarkt begehrt. Sie sind Hobbysportler, genauer gesagt, verbringen sie jede freie Minute auf dem Rennrad oder dem Mountainbike. Im Winter stehen Sie auf Langlaufskiern. Sie ernähren sich gesund mit App und Grammwaage, nachhaltig mit dem Fokus auf Leistungsoptimierung und guten Body-Maß-Index. Tom und Loren können Sie auf Bike-Festivals kennenlernen, wie zum Beispiel dem Öztaler Radmarathon oder den Maratona dles Dolomites. Oder im Winter bei den einschlägigen Langlauf-Events: Koasa-Lauf, Ganghofer-Lauf oder Engadiner Skimarathon. Auch in einem Trainingslager auf Mallorca, Zypern oder in Dubai sind die beiden anzutreffen. Für Tom und Loren ist Urlaub kein Urlaub, sondern ein wohlgeplantes Trainingslager. Loren und Tom sind Mitglieder eines Fahrradvereins und sind in den einschlägigen Sport-Gruppen in den sozialen Medien zu finden.

Tom und Loren sind genervt vom E-Bike-Hype und beobachten mit dumpfem, leicht frustriertem Ärger, dass sich die Berater der etablierten Bikesops immer mehr um die Wattzahlen von E-Bike-Antrieben kümmern als um die Bedürfnisse echter Biker.

1. Gründer

1.1 Gründer/-team

Die beiden Gründer Bastian Neu und Dirk Sieb sind seit ihrer gemeinsamen Schulzeit in der Mittelstufe befreundet. Seit Beginn seiner Tischlerausbildung hat Bastian Neu den Traum, seine eigenen Holzmöbel zu entwerfen und diese zu vertreiben. Unabhängig davon entwickelte sich in den letzten Jahren bei Dirk Sieb die Begeisterung für den technischen Aufbau von Software als Schnittstelle zwischen Produktion und Vertrieb. Diese beiden Ansätze werden nun in der Büro-Holzmanufaktur miteinander verbunden.

Bastian Neu ist 30 Jahre alt und der kreative Kopf hinter der Unternehmung. Er ist gelernter Tischlermeister und entwirft seit Jahren individuelle Holzmöbel in seiner Freizeit. Bereits in seiner Ausbildung fokussierte er sich auf den Möbelbau. Nach seiner Tischlerausbildung war er zunächst für vier Jahre bei der Holzmanufaktur Erhard GmbH als Geselle angestellt. In dieser Zeit absolvierte er eine Fortbildung als geprüfter Fertigungsplaner. Dann folgte seine Meisterausbildung, die er 2016 erfolgreich abschloss. Seitdem ist er als Tischlermeister in der Möbelmanufaktur Sundman in Freiburg im Breisgau angestellt.

Dirk Sieb ist 31 Jahre alt und schon seit seiner Jugend ist vor ihm kein PC und keine Software sicher. Er entschied sich nach dem Abitur seine technischen Kenntnisse mit einem Studium im Marketing zu erweitern, dass er 2017 mit einem Master an der Universität Münster abschloss. Danach stieg er in das Online Marketing Intelligence Team bei Udo Group ein. Hier war er zuletzt Teamleiter des Bereichs Tools und Infrastruktur. Seine Verantwortungen lagen in der Entwicklung von Online Marketing Expertentools und der Gestaltung der Digitalisierung des Online Marketing.

Beide Gründer wohnen in Freiburg im Breisgau. Sie befinden sich aktuell noch in Anstellung und bereiten die Gründung der Büro-Holzmanufaktur in ihrer Freizeit vor. Sie planen mit der Gründung ihre aktuellen Anstellungen zu beenden und Vollzeit in die Unternehmung einzusteigen.

1.2 Gründerprofile



Bastian Neu

Gründer &
Geschäftsführer

Gründungsmotivation

Ich liebe individuelle Möbel aus Holz. Als Tischler lege ich Wert auf höchste Qualität bei den Materialien und der Verarbeitung. Dies möchte ich meinen Kunden zur Verfügung stellen.

Qualifikation & Kompetenzen

Ich bin ausgebildeter Tischlermeister und in einer Möbelmanufaktur mit Spezialisierung auf gehobene Innenausstattung und Altbausanierungen angestellt. Dabei beschäftige ich mich aber auch mit klassischen Tischlerarbeiten. Durch meinen Beruf habe ich in den letzten Jahren meine Geschäftsidee für individuell gestaltete Büroausstattung entwickelt.



Dirk Sieb

Gründer &
Geschäftsführer

Gründungsmotivation

Seit meinem Studium träume ich vom Aufbau eines eigenen Unternehmens. Dafür habe ich nun endlich das passende nachhaltige Produkt hochwertiger Büroeinrichtung gefunden.

Qualifikation & Kompetenzen

Im meiner derzeitigen Anstellung beschäftige ich mich hauptsächlich mit der Digitalisierung des Marketings bei einem der größten Online-Versandhäuser Europas. Dabei begleite ich die technische Schnittstelle zwischen der Produktion und der Programmierung des Onlineshops. Mich fasziniert die technische Umsetzung von hoch komplexen Abläufen in effiziente Vertriebsprozesse.

Neben meinem technischen Wissen bringe ich ein breites Marketing-Know-How, dass ich in meinem BWL-Masterstudium mit Schwerpunkt internationales Marketing an der Westfälischen Wilhelms Universität Münster erworben habe.

1.3 Ziele

Wir wollen nachhaltige Büro- und Geschäftsausstattungen auf ein neues Niveau heben. Individualität, Qualität und Preis müssen sich nicht widersprechen. Vielmehr werden wir durch ein effizientes und digitalisiertes Verfahren traditionelle Tischlerhandarbeit mit effizienten Produktionsprozessen verbinden.

Zunächst werden wir unsere Softwareidee verwirklichen und parallel dazu das Produktionsnetzwerk etablieren. Als Vertriebsweg wird zunächst der stationäre Vertrieb in Form eines Showrooms aufgebaut. Parallel dazu wird die Website für den überregionalen Kundenkontakt aufgebaut. Zu einem späteren Zeitpunkt ist die Einrichtung eines Onlinekonfigurators vorgesehen, über den Kunden direkt ihre eigenen Möbel bei uns erstellen lassen können.

In den nächsten fünf Jahren werden wir uns als die Marke für nachhaltige Business-Möbel im deutschsprachigen Raum etabliert haben.

2. Zielkunden

2.1 Zielkunden

Unsere Zielkunden sind Menschen, die Wert auf Qualität, Stil, Individualität und Nachhaltigkeit legen.

Dabei werden in erster Linie Geschäftskunden angesprochen, die die Geschäftsräume für ihre Teams und ihre Kundschaft repräsentativ und außergewöhnlich gestalten wollen. Dazu zählen beispielsweise Steuerberater, Rechtsanwaltskanzleien, Architekten, Immobilienmakler und Notare.

Zudem werden als Geschäftskunden auch Unternehmen angesprochen, die ihren Mitarbeitern die Ausstattung ihres Homeoffice finanzieren möchten. Insofern sie dabei Wert auf Qualität legen und für ihre Mitarbeiter einen einheitlichen hohen Standard schaffen wollen.

Die Geschäftskunden verlangen nicht nur nach dem Endprodukt, sondern wünschen sich darüber hinaus ein Komplettangebot an Beratung, Konzeption und Installation der Möbel.

Daneben werden als Privatkunden Gutverdienende ab 30 Jahren angesprochen, die sich ihr Homeoffice individuell mit Holzmöbeln gestalten wollen. Diese möchten sich eventuell nur Einzelstücke zulegen, diese aber gerne in Eigengestaltung konzipieren. Wir übernehmen dann die Folgeschritte einer effizienten und nachhaltigen Produktion