

Investor Update - 2022 - Herbst

Moin zusammen!

Der Sommer ist vorbei, dennoch ist es weiterhin heiß –oder!? Das Geschäft läuft garnicht schlecht, trotz des Wahnsinns den wir beobachten auf dem Markt. Wir noch. Aber lest selbst…

Orbital news

Der Sommer war recht erfolgreich, wenn man die Pleiten einiger unserer Kunden aussen vorlässt. Wir freuen uns aber über Wachstum unserer anderer Partner. Umsatz ist stabil, SaaS Kunden aber weniger, neue Partner haben unterschrieben, die Projekte sind angelaufen.

Wir haben die neue App zum Anfang Oktober MVP-reif bekommen, 2 Monate später als gedacht. Nun geht es ans Vermarkten, sowohl der App bei Kunden als auch uns bei Investoren.

Schon gesehen - wir sind komplett re:designed, als Ausdruck unserer Entwicklung zu mehr Reife.

šFinancials & Cash Flow

Die Ausgaben sind temporär leicht gestiegen, hauptsächlich durch zusätzliche Ressourcen bei Personal, in Projekten und der Softwareentwicklung. Hier hoffen wir bei entsprechender zusätzlicher Finanzierung, noch weiter auszubauen. Ansonsten fixieren wir, im worst-case können wir sogar die Ausgaben senken.

In Vergleich zum Vorjahr sind die Einnahmen weiterhin stabil. Zum Jahresende hin könnten wir Wachstum erreichen, hier ist die neue App Kampagne maßgeblich mit verantwortlich.

Cashflow & Liquiditätsvorschau 12 Monate



Clients & Projects

Wir unterscheiden Kunden in drei Kategorie, die **SaaS Clients** und die **New App Partner** und **Projekt Partner** durch unsere Projekte *Made In Germany - 4.0* oder *Fish-X* .

Der Klarheit halber, die SaaS Clients sind die "Premium Kunden", die die Blockchain Platform nutzten, bzw. derzeit noch testen.

Die New App Partner sind Clients dessen Produkte in der neuen App, eine besondere Positionierung erfahren sollen, also wie Pay-To-Win. Die ersten 30 sind Teil der Launch Kampagne die wir Anfang nächsten Jahres vollziehen möchten. Hier profitieren wir vor allem von den Communities dieser Brands, und zielen dort den ersten großen Schwung an Usern zu konvertieren.







in Product Development

Die new App ist soweit fertig, um eine Closed Beta zu starten, vor allem aber um die New App Clients in die Testphase zu schicken.

Die Entwicklung hat länger gedauert als geplant, zwei Monate später sind wir da wo wir sein wollten. Einige Features sind noch nicht aktiv, für die Produkterkennung ist das aber nicht von Bedeutung. Letztere ist weiterhin eine große Herausforderung, zwar ist unser Ansatz der richtige, doch mit mehr Bilder Daten, kommt auch größer Hunger an Rechenpower... und damit die Entscheidung: längere Zeit oder mehr Kosten. Hier arbeiten wir an effizienteren Trainingsmodellen und Strategien, wie wir die Erkennungsrate erhöhen und dabei kosteneffektiv die AI inkrementell verbessern.

Im Rahmen des Onboardings neuer Kunden aus der New App Campaign, bauen wir das B2B Dashboard neu auf, aber in einem sehr klein gehaltenem Funktionsumfang. Wir werden nach und nach, Funktionen aus dem alten Dashboard ins neue Übertragen, dabei auch einige Features abschalten, die sich nicht bewiesen haben.

Im Dezember fällen wir eine Entscheidung, über die Erweiterung rund um das Lieferkettengesetzt. Unser Konzept haben wir in einem Sparring mit Beratern von Ernst&Young, Boston Consulting Group, Osbourne Clark sowie PWC reviewed, mit tatsächlich überaus positivem Feedback. User USP des Konzepts, könnte so bahnbrechend (und das dank Blockchain) werden, denn es ermöglicht die Ermittlung von Supply Chain Risiken bei Lieferanten x-ten Grades, ohne das man diese direkt kennt. Kurz: Ich erfahre um die Risiken auch wenn mein Lieferant mir nicht sagt, wer Ihn beliefert, und so weiter und so weiter. Stay tuned.

Download der Closed Beta App



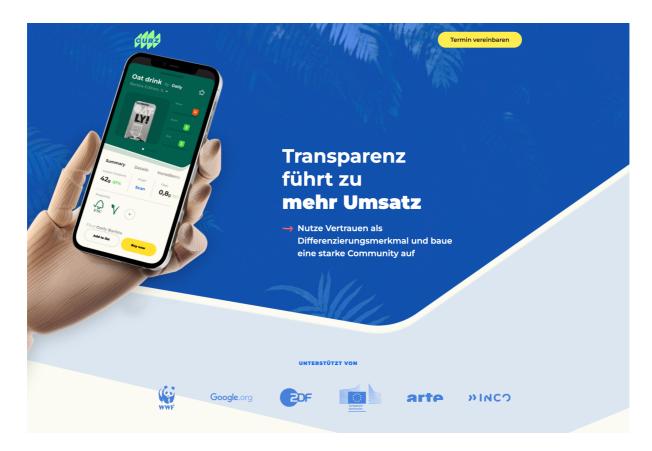
https://play.google.com/store/apps/details?id=com.ourzhybrid



https://apps.apple.com/us/app/ourz-beta/id1645079771



Wie schon angeteasert, haben wir unsere Design Identity an unsere "mentale" Entwicklung angepasst. Wir möchten reifer und seriöser auftreten, weiter aber Innovationskraft und Authentizität überzeugend kommunizieren. Herausgekommen ist das:



Social Media Outreach

Wir legen derzeit keinen dedizierten Fokus auf SM, posten natürlich in regelmäßigen Zeitabständen, und erfahren daher organisches Wachstum. Mehr Kontinuität und Frequenz wären hier wünschenswert, derzeit aber nicht budgetiert.

Instagram B2C	Follower: 269
Neue Follower*innen	91
Profilaufrufe	1.395
Reichweite	1.987

LinkedIn B2B	Follower 1.597
Neue Follower*innen	136 (+27%)
Profilaufrufe	676 (<mark>-29%</mark>)
Reichweite:	1.688 (-60%)

Schlusswort

Es ist eine mega gute Zeit, ich freue mich auf gute Geschäfte,

Euer Antoni