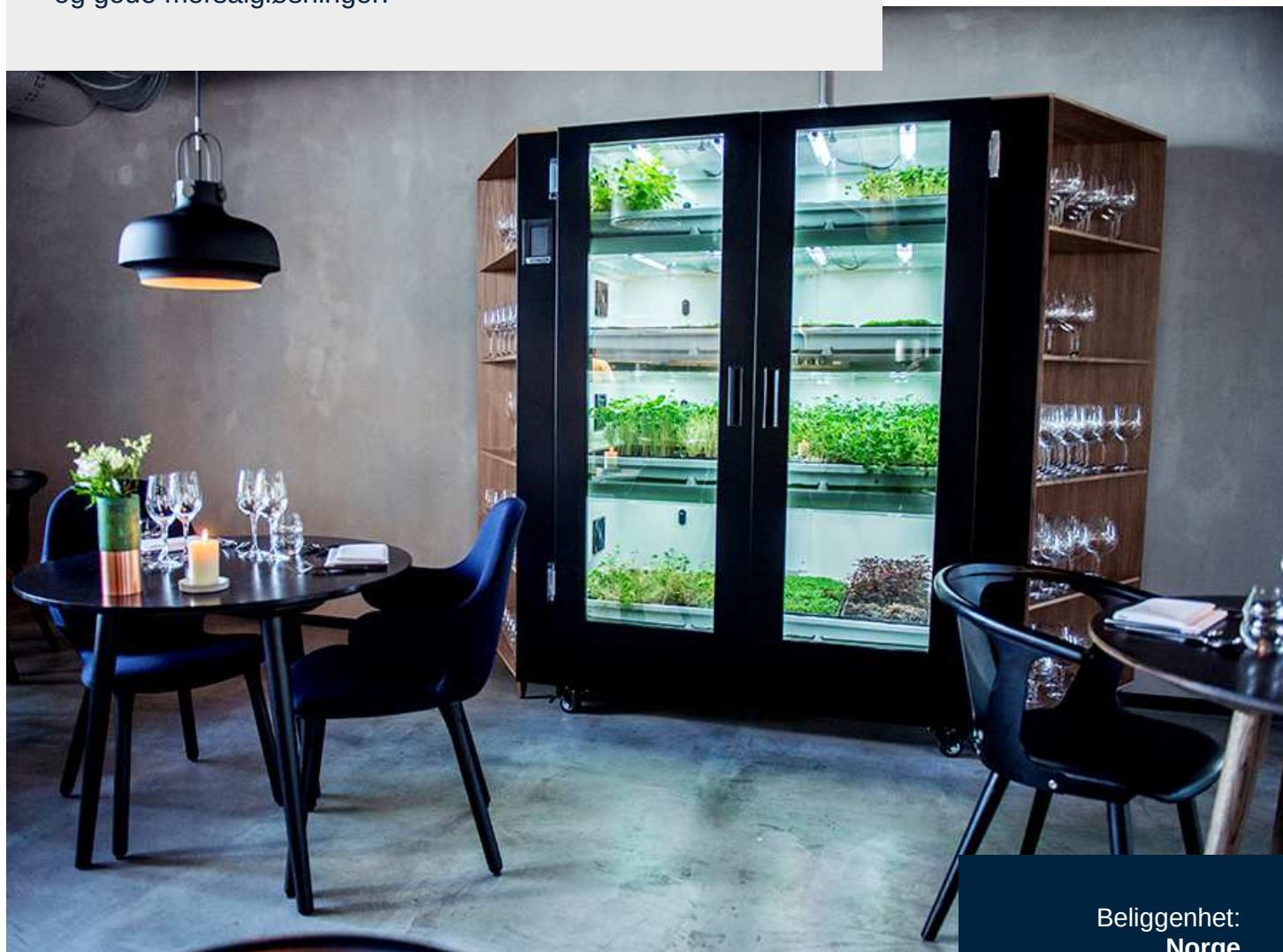


Urban Cultivator

Nordisk agentur for innovativt veksthus.
Helhetlig forretningskonsept med stort marked
og gode mersalgsløsninger.



Beliggenhet:
Norge

Prisantydning:
Kr. 550.000,-

Omsetning 2018:
Kr. 1.700.000,-



Megler:
Per Arne Reiersrud

T: 226 12 100 / M: 91 77 27 36
E: pa@bedriftsborsen.no

Se mer på bedriftsborsen.no

Urban Cultivator selger høyteknologiske dyrkeskap som gjør kortreist supermat tilgjengelig for alle. Konseptet har blitt en kjempesuksess på det amerikanske markedet, og er nå i ferd med å slå gjennom i Norden.

Produktkonsept

Dyrkeskapene er like enkle som de er smarte: innretningen er konstruert som et innendørs minidrivhus, med alt som trengs for at planter skal trives og gro. Skapet har automatisert lys- og vanningsystem, og det eneste man trenger å gjøre er å så selve frøene. Skapet kan integreres på et vanlig kjøkken, og kobles opp mot vanntilførsel på samme måte som en oppvaskmaskin. De er delikate å se på, og vil kunne løfte de fleste interiører de plasseres inn i.

I skapene kan man enkelt dyrke fram salater, urter, grønnsaker og bær. Man slipper for eksempel å bekymre seg over utfordringer som insekter, lusing, vanning, temperatur og vedlikehold. Etter fem til tjue dager er plantene høstingsklare. Størrelsen og vekstforholdene gjør skapene optimale for fremdyrking av mikrogrønt – dvs. urter og grønnsaker på babystadiet. Når vekstene plukkes i denne fasen inneholder de inntil 50% mer næring enn fullvoksne planter, og er dermed for supermat å regne. Dette har gjort dyrkeskapene svært populære på høyintensive arbeidsplasser som Google og Microsoft. Også norske sykehjem har tatt dem i bruk, med merkbar positiv effekt for beboerne.

Skapene kommer i to størrelser, tilpasset henholdsvis privatforbrukere og firmakunder. Potensialet er stort på både privat- og bedriftsmarkedet, og produktet kan i fremtiden bli et obligatorisk innslag på alle velutrustede kjøkken.



Virksomhet og drift

Urban Cultivator ble etablert i Norge for 5 år siden, med utspring fra det kanadiske moderkonseptet. Firmaet har agentur for de nordiske landene, og har rettigheter til alt av salg her. Siden oppstart har det blitt solgt mer enn 170 skap til bedrifter og private på det nordiske markedet. I tillegg er solid innsats nedlagt for å gjøre konseptet bedre kjent. Virksomheten er fremtidsrettet og har et innovativt konsept som sammenfaller med mange samfunnstrender. Mye tyder på at bedriften nå står foran et snarlig markedsgjennombrudd.

I tillegg til skapene selger Urban Cultivator torv og frø til sluttforbruker. Slik har de etablert et kundeforhold som sikrer firmaet langsiktige inntekter. Disse vil stige akkumulativt, etter hvert som kundemassen øker.

Det er også inngått et samarbeid på finansiering, som gjør at man kan tilby leasing på skapene til bedriftsmarkedet. Dette gjør det enkelt å komme i gang, og tilbakemeldinger fra kunder viser at mange går i pluss allerede fra første måned, fordi innkjøpsbesparelsene er så omfattende.

På sikt tror dagens eier at privatmarkedet vil bli størst, men i første omgang er det høyt fokus og inntekspotensial på bedriftsmarkedet. Restauranter, kantiner og storkjøkken er her de meste aktuelle målgruppene. På kundelisten står bl.a. Slottet og Tom Victor Gausdals restaurant, Sentralen, i Oslo.

Urban Cultivator har en velutviklet profil, med gode presentasjoner både fysisk og digitalt. Nåværende eier har bakgrunn fra reklamebransjen og har dermed kunnet utvikle mye materiell som også holder en profesjonell standard. Dette vil bedriften kunne ha stor nytte av i mange år fremover.

Salgsprospektet er basert på salg av virksomheten, men selger er åpen for også å selge aksjeselskapet.



Fordeler og muligheter

Urban Cultivator har et tidsriktig konsept, med fokus på kortreist og sunn mat. I tillegg er det god økonomi i å dyrke sine egne grønnsaker, enten man er privat- eller bedriftskunde. Produktet anses derfor som lettsolgt og attraktivt, i takt med at flere nå får kjennskap til teknologien.

Markedet for salg vurderes som betydelig, da skapene kan selges til stort sett hele storhusholdningsbransjen og hele privatmarkedet. Dette forsterkes ytterligere av at agenturet gjelder for samtlige nordiske land. Det fins mange måter å omsette produktene på – eksempelvis salg via egen organisasjon eller forhandlernetttverk, samt ulike leasing-løsninger.

Det finnes ikke konkurrerende produkter med tilsvarende egenskaper. Altså er man nærmest enerådene i markedet.

I tillegg er man totaltilbyder for sluttforbruker, i det man vil kunne selge frø og forbruksmateriell til dem i mange år. Bedriften har torv og frø av spesielt god kvalitet, så alt ligger til rette for at man skal kunne holde på kundene og oppnå et betydelig mersalg.

Virksomheten er ikke knyttet opp til noe leieforhold, og kan i praksis drives fra en hvilken som helst lokasjon i landet.

Pris og verdivurdering

Bedriftsbørsen AS verdivurderer over 200 virksomheter hvert år. Vår erfaring om markedet er en del av verdivurderingen som resulterer i markedspris.

Urban Cultivator er en meget spennende bedrift som med agentur for Norden og enerådende på markedet har meget store muligheter. Bedriften har siden oppstart omsatt for mer enn MNOK 5.

Basert på dette mener vi prisantydningen på 550.000 kr er meget gunstig.

Varelager kommer i tillegg.

Generell informasjon:

Selskapets navn: Urban Cultivator Norge AS
Etablert: 01.07.2014

Bakgrunn for salg: Endrede prioriteringer
Antall ansatte: 1
Årsverk: 0,4
Web: Urbancultivator.no

Adresse: Fossegrenda 40, 7038
Trondheim

Drift:

Konsept: Veksthus

Finansiell informasjon:

Omsetning 2018: 1.659.213 kr
Lønnsprosent: 46.1%

Diverse informasjon

Kompaniskap: Nei
Offentlige pålegg: Nei
Tilgjengelige vedlegg: Kontrakt og regnskap