

ROBANTIS ■

Robotic & AI Center · Heidelberg · Ein Projekt der dcyphr.® GmbH

Shop-in-Shop-Robotik im Handel · Stand September 2026

Für Roboter und KI gibt es keinen Ort, an dem man sie ansieht, ausprobiert und mitnimmt. ROBANTIS baut ihn — nicht als Kette eigener Läden, sondern als Fläche im Handel.

Das Problem

41 % der Unternehmen nutzen KI aktiv, 48 % planen es — aber nur 21 % haben eine Strategie.

Der Engpass ist nicht die Technologie, sondern der erste Schritt. Dafür fehlt der Ort.

Quelle: Bitkom KI-Studie 2026.

Die Lösung

Ein Pilot in Heidelberg als Referenz und Schulungszentrum: Showroom, AI Agent Bar, Robolabor, Servicepoint, Forum.

Skaliert wird über Shop-in-Shop im Handel. Zuerst Autohäuser, dann Elektronik-, dann Baumärkte.

Franchise ab Jahr 3.

Warum Autohäuser zuerst

Dieselbe Verkaufslogik: erklärungsbedürftiges Gerät, Vorführung, Service, Finanzierung. Fläche, Frequenz und geschultes Personal sind vorhanden. Ein eigener Standort kostet 165.000 € Ladenbau, ein Shop-in-Shop-Modul 27.000 € netto — der Handelspartner trägt rund 40 % mit. Der ZDK zählt 14.120 markengebundene Autohäuser; mit Elektronik- und Baumärkten sind rund 4.150 Standorte geeignet. ROBANTIS plant 225 davon, also 5,4 %.

Wie eine Fläche Geld verdient

Einrichtung je Fläche	28.000 €	einmalig, bei Eröffnung
Lizenz je Fläche	16.800 €	je Jahr, umsatzunabhängig
Provision	19.800 €	11 % auf 180.000 € Flächenumsatz
Betriebskosten	−9.500 €	Nachschub, Wartung, Material
Deckungsbeitrag	27.100 €	je Fläche und Jahr · Quote 74 %

Marke, Software und Sortiment kosten einmal. Jede weitere Fläche trägt fast vollständig zum Ergebnis bei — deshalb wird die Kurve ab einer bestimmten Flächenzahl steil.

Sechs Jahre

	J1	J2	J3	J4	J5	J6
Umsatz	264 T€	762 T€	2,18 M€	4,98 M€	9,96 M€	16,74 M€
EBITDA	−465 T€	−487 T€	+35 T€	+613 T€	+2,18 M€	+4,51 M€
Marge	—	—	1,6 %	12,3 %	21,9 %	26,9 %
Standorte	1	5	21	61	140	264
Partneranteil	—	34 %	54 %	67 %	73 %	78 %

Zwei Jahre Positionierung, Wende im dritten, Aufschwung im vierten, Durchbruch ab dem fünften. Alle Werte sind Planungsannahmen des Gründerteams.

Finanzierung · 4,05 Mio. €

Runde 1 · Seed: 1,5 Mio. € zum Start — Pilot, Vertriebsaufbau, erste Partnerflächen.

Runde 2 · Serie A: 2,4 Mio. € in Monat 20 — Rollout, Franchise-Systematik, Vertrieb.

Eigenkapital der Gründer: 150.000 € in monatlichen Raten bis zur zweiten Runde.

Tiefster Kassenbestand über sechs Jahre: 852.000 €.

Warum Runde 2 erst in Jahr 2

Dann liegen vier erprobte Shop-in-Shop-Flächen vor — der Nachweis, den der Rollout braucht.

Vertrieb ist der größte Block: 51 % aller Stellen, 17 % des Umsatzes im Budget.

Bildungsgutscheine und Förderprogramme als zweite, nicht kopierbare Erlöslinie.

Geräte stehen in Konsignation — kein Warenrisiko, keine eigene Herstellung.

Wettbewerb ist eingeplant

Nachahmer ab Jahr 2 sind Teil der Planung. Sie vergrößern den Markt mehr, als sie ihn teilen — die Kategorie muss erst entstehen. Das eigentliche Risiko ist nicht der Preis, sondern Exklusivität: Wer zuerst mit einer Autohausgruppe abschließt, bindet hunderte Standorte. Deshalb wird von Anfang an auf Gruppenebene verhandelt.

Gesucht: Handelspartner mit Fläche · Hersteller und Distributoren für Konsignation · Investor:innen für Runde 1

hello@dcyphr.io · robantis.dcyphr.ai · Hans-Thoma-Straße 40, 69121 Heidelberg Kein Prospekt und kein Angebot zur Zeichnung von Anteilen. Alle Finanzwerte sind Planungsannahmen.