



Excubate baut mit Barmenia eine Vermittlungsplattform für 24-Stunden-Pflege

Köln, 27.04.2023 - Innerhalb von nur 18 Monaten hat der Company Builder Excubate zusammen mit der Barmenia Krankenversicherung AG die 24-Stunden-Pflege-Plattform ennie® aufgebaut. Nach dem Start im August 2021 operiert das Unternehmen mittlerweile in drei europäischen Ländern (Deutschland, Polen und Rumänien) und beschäftigt insgesamt 20 Mitarbeiter. Jeden Monat wächst die Plattform durch über 2.000 neue Anmeldungen.

excubate 
corporate startups

Barmenia
EINFACH. MENSCHLICH.

Die Herausforderung

In der 24h-Pflege droht der Kollaps im und mit System – die Politik ist überfordert und die Beteiligten sind unzufrieden

Der Pflege in Deutschland droht bekanntlich der systematische Kollaps. Bis 2030 soll sich der bundesweite Fachkräftemangel auf bis zu 500.000 fehlende Vollzeitkräfte verschärfen. Gleichzeitig erhöht sich durch den demografischen Wandel die Zahl der Pflegebedürftigen drastisch.

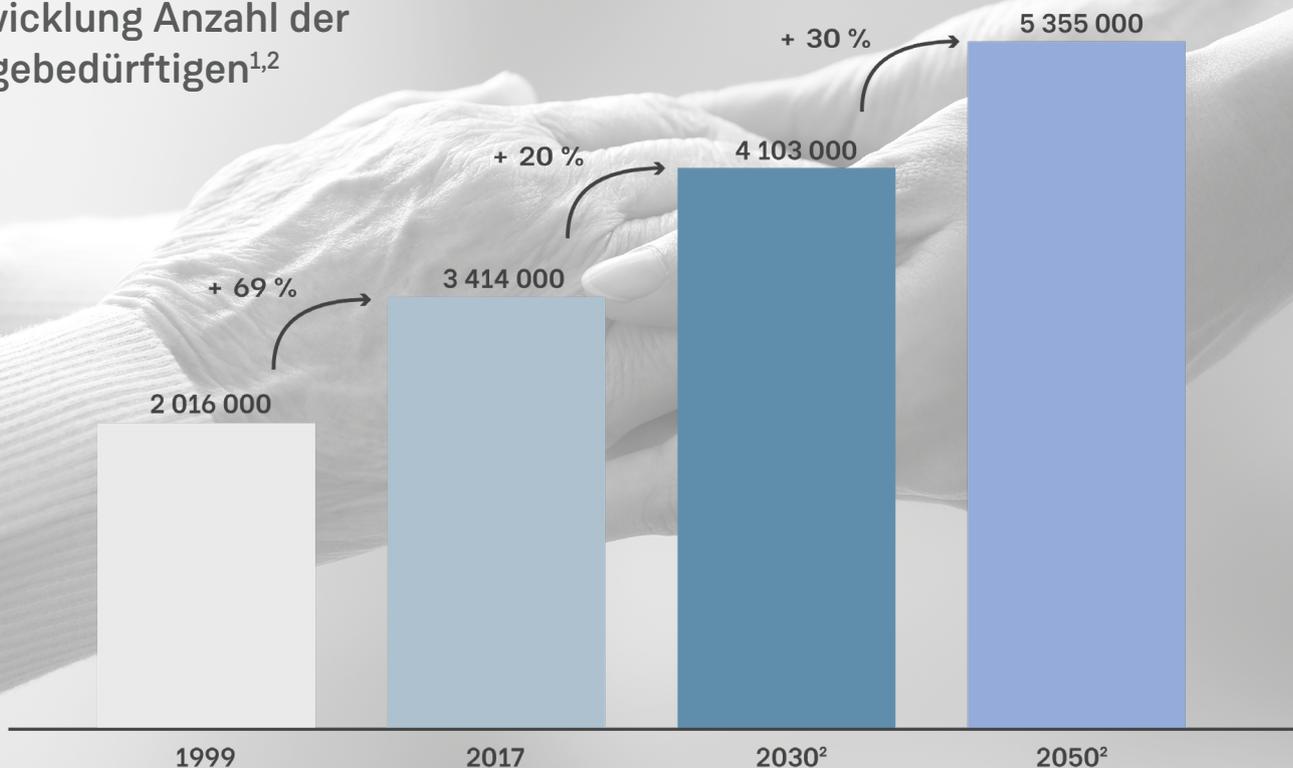
Entsprechend wird die Anzahl der Pflegebedürftigen in Deutschland von derzeit ca. 3,4 Mio. auf über 5 Mio. im Jahr 2050 steigen, wie in der untenstehenden Grafik dargestellt.¹ Mit 76 % möchte ein Großteil der Pflegebedürftigen in den eigenen vier Wänden betreut werden. Um dieses Bedürfnis zu erfüllen, gibt es schlicht nicht genug Ressourcen in der Pflege.

Viele pflegebedürftige Personen werden entsprechend keine formelle oder sogar legale 24h-Leistung erhalten können.²

Der entstandene Nachfrageüberhang für 24h-Pflege treibt seit Jahren die Vermittlung von ausländischen Betreuungskräften nach Deutschland weiter an.

In diesem intereuropäischen mehrstufigen Vermittlungsmarkt sind klassischerweise meist zwei Vermittlungsagenturen involviert. Ohne Marktstandards herrscht hier hohe Intransparenz bezüglich der Vermittlungsprozesse und -kosten, wodurch die Notlage der Beteiligten häufig ausgenutzt wird.

Entwicklung Anzahl der Pflegebedürftigen^{1,2}



¹ Pflegereport der Bertelsmann Stiftung, 2019

² Destatis, ARD, Bundesministerium für Gesundheit, 2017-2021

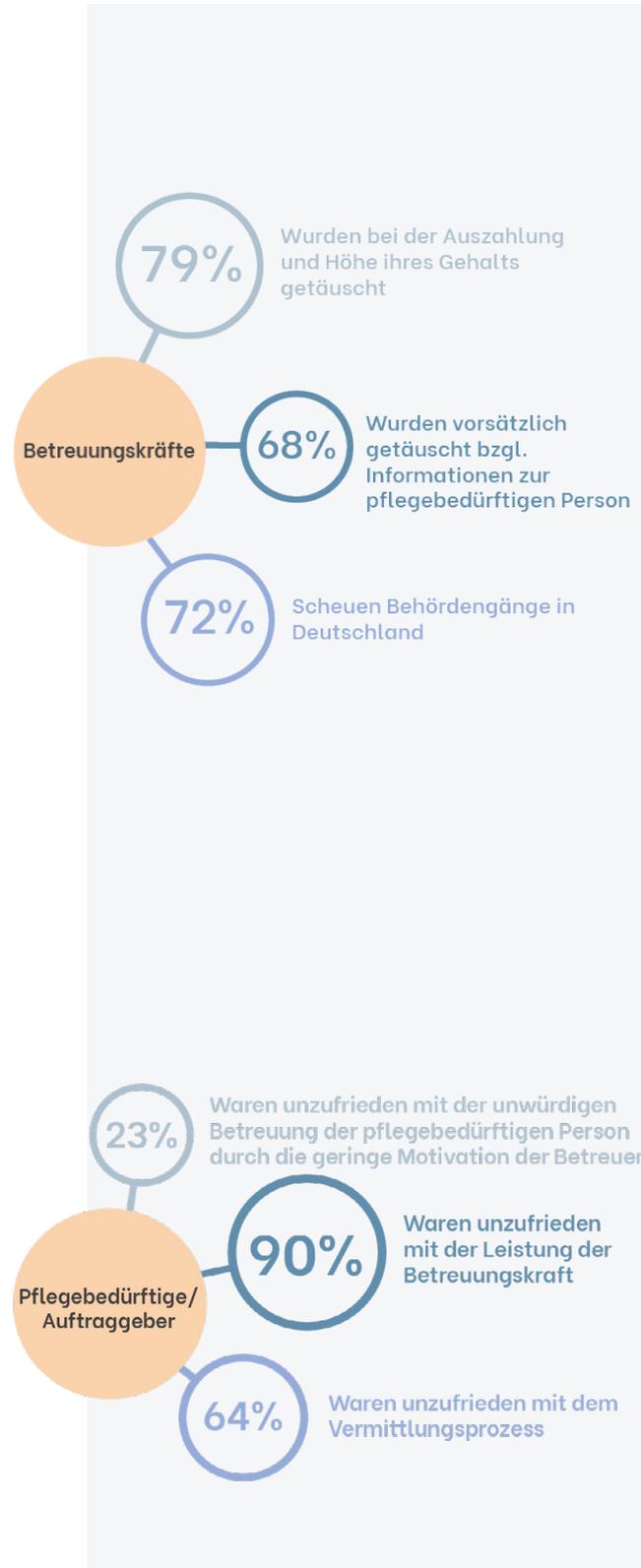
Vor dem Hintergrund dieser Entwicklung haben wir in 2021 eine Befragung von Betreuungskräften und Pflegebedürftigen durchgeführt

Die schlechten Bedingungen in der Pflege wurden mehrheitlich bestätigt, entsprechend entstehen sowohl für die Betreuungskräfte als auch die Pflegebedürftigen negative Konsequenzen:

- Vermehrt Beschäftigung in einem illegalen Rahmen, da Arbeitszeitgesetz und Mindestlohngesetz der praktizierten Beschäftigungsform entgegenstehen
- Entsprechend haben 72 % in der Befragung angeben, Sorge vor deutschen Behörden und einer Strafverfolgung zu haben
- Keine Absicherung für Betreuungskräfte bei Krankheit oder Arbeitsausfall
- Unwürdige Arbeitsbedingungen für Betreuungskräfte wegen unzuverlässiger Gehaltszahlung, Überforderung mit den Pflegeanforderungen und spontan verlängerten Einsatzzeiten. Hierbei geben 68 % an, vorsätzlich bei Informationen zum Pflegebedürftigen getäuscht worden zu sein
- Geringe Entlohnung durch überzogene Agenturprovision: 79 % geben zudem an, bei der Auszahlung ihres Gehalts Probleme durch Verzögerungen oder Minderungen zu haben

Von den Auftraggebern von 24h-Pflege berichteten:

- 90 % über Unzufriedenheit mit der Leistung der Betreuungskraft. Folgende Punkte sind hier häufig aufgetreten:
 - 19 % berichteten über Alkoholismus während der Betreuung
 - 33 % bemängelten eine unausgewogene Ernährung bzw. ungesundes Essen
 - 38 % berichteten, dass mehr Zeit am Handy verbracht wird, anstatt sich mit dem Pflegebedürftigen zu beschäftigen
- 23 % von unwürdiger Betreuung der Pflegebedürftigen durch geringe Motivation der Betreuer
- 64 % von Unzufriedenheit mit dem Vermittlungsprozess



Das Konzept von ennie® als Lösung für die Herausforderungen der 24h-Pflege

Durch die Befragung konnte das Excubate Team Marktineffizienzen identifizieren und damit großes Disruptionspotenzial im Markt der häuslichen 24h-Stunden-Pflege validieren. Zusammen mit Experten aus dem Pflegebereich hat Excubate ein Geschäftsmodell konzipiert, um die beschriebenen Probleme zu adressieren und mit einem digitalen Ansatz zu lösen.

Im Kern des Geschäftsmodells steht eine Plattform, die Betreuungskräfte aus dem europäischen Ausland, wie Polen und Rumänien, mit betreuungsbedürftigen, älteren Menschen in Deutschland, die eine 24h-Pflege benötigen, verbindet. Die Plattform ermöglicht es den Betreuungskräften unabhängig von lokalen Agenturen zu arbeiten, mehr zu verdienen und so eine gute Betreuungsleistung anzubieten. Der stark fragmentierte und intransparente Vermittlungsprozess wird zentral und transparent gestaltet. Insbesondere Betreuungskräfte erhalten erstmalig die Möglichkeit, selbstbestimmt auf Basis eines eigenen Gewerbes und damit zu fairen Konditionen zu arbeiten.



Die ersten Schritte: Von Partnersuche bis GmbH-Gründung

Nach Marktanalyse, Validierung der Kernhypothesen und Konzeption des Geschäftsmodells wurde ein Business- und Projektplan ausgearbeitet. Zur Umsetzung des Geschäftsmodells mit dem Projekttitel „Care“ suchte Excubate nach einem strategischen Partner, der neben Kapital auch Marktkenntnis und ein Netzwerk zur Umsetzung miteinbringt.

Diesen perfekt passenden Partner fand Excubate in der Barmenia Versicherung. Die Barmenia Versicherung als führende deutsche Versicherung im Bereich der Kranken- und Pflegeversicherung erkannte das Potenzial im Markt und den Mehrwert für die eigenen Kunden. Nachdem das Equity Modell

sowie die weiteren rechtlichen Rahmenbedingungen mit Hilfe der Expertise von Excubate ausgearbeitet waren und die Gesellschafterstruktur sowie der Gesellschaftervertrag verhandelt waren, erfolgte die Gründung einer GmbH.

Durch die Festlegung der Governancestruktur wurde das typische Vorgehen zum legalrechtlichen Aufsetzen von Company Building Projekten abgeschlossen. Zum Start des Projektes im August 2021 fungierte Excubate als Ideengeber, Company Builder und Minderheitsgesellschafter. Die Barmenia fungierte hingegen als Auftraggeber, Kapitalgeber und mehrheitlicher Eigentümer des Start-ups.

Building Phase (1.- 6. Monat)

Ein siebenköpfiges Kernteam von Excubate startete mit dem Aufbau von ennie®. Die anfängliche Organisation konnte in vier Workstreams geteilt werden: Product Development, Marketing & Sales, Operations und Project Management Office (PMO).

Um möglichst viel Erfahrung aus der Pflegebranche einzubringen, wurden drei Teammitglieder mit Branchenkenntnis rekrutiert. Die vier weiteren Mitarbeiter von Excubate brachten langjährige Erfahrung im Aufbau von Start-ups, explizit auch Plattformen mit ein. Als gemeinsames Ziel wurde der Launch der Plattform innerhalb von sechs Monaten definiert.

In einem Zusammenspiel der vier Workstreams wurden in zweiwöchigen Sprints Arbeitspakete erarbeitet und iterativ Schlussfolgerungen für Strategie, Prozesse und Features abgeleitet. Um die organisatorischen Grundlagen für den Unternehmensaufbau herzustellen, wurde ein PMO (Project Management Office) etabliert, die Marke ennie® angemeldet, Domains gesichert, Dienstleister für

Buchhaltung und Rechtshilfe ausgewählt sowie ein Rekrutierungsprozess etabliert. Um das junge Unternehmen zielführend auf die Erreichung der ersten Meilensteine hinzuführen, erarbeitete das PMO OKRs (Objectives and Key Results) je Workstream und führte eine Software sowie Meetings zur Nachverfolgung ein.

Nach der analytischen Auswahl der Zielmärkte fokussierte sich der Marketing & Sales-Stream auf die Ausarbeitung einer initialen User Persona und User Journey. Hierfür wendete das Marketing-Team Methoden zur Analyse von Nutzerverhalten wie eine fortlaufende Panelbefragung einer ausgewählten User-Group und Web Analytics an.

Die resultierende Kommunikationsstrategie erlaubte das hypothesenbasierte Testen von Kanälen und Value Propositions mithilfe einer Pre-Launch Landing Page. In der folgenden Abbildung ist das Ergebnis des Value-Proposition-Testings dargestellt, welches für den Launch gleich ein zielgerichtetes Marketing erlaubte.

Value Proposition mit Click-Through-Rate*	 Preis/Kosten	 Fairness	 Qualität	 Einfachheit
Betreuungskräfte	6,4 %* Höheres Einkommen, da weniger Abgaben an Vermittler	4,8 %* Faire Entlohnung und hohe Verlässlichkeit		4,7 %* Selbstbestimmt online Jobs aussuchen, volle Transparenz
Endkunden	2,1 %* Bezahlbare (und legale) Betreuungsleistung	3,2 %* Faire, seriöse Arbeitsbedingungen und Transparenz	2,7 %* Würdevolle Betreuung durch motivierte Betreuungskräfte	1,8 %* Unkompliziert selbst BKs auswählen, kennenlernen

Die Workstreams und ihre Aufgaben



MVP Planung & Entwicklung



Etablierung Abwicklungs- & Nutzerprozesse



Entwicklung und Optimierung User Journeys

Operative Partnerschaften

Operative Prozesse

Qualitätsmanagement



Operative Anpassungen

Call-Center

3-sprachige Plattform

Kundenprozesse



Einführung neuer Features



Effizienzsteigerung in Nutzerprozessen



Go-To-Market Entwicklung



Unternehmensgründung & Projektorganisation

4%+

als überdurchschnittliche Konvertierungsrate im Online-Marketing erzielt



Leadgenerierung & Vertrauensaufbau



Personalrekrutierung

Mehr als 10.000 Leads und 3.000 vollständige Registrierungen auf der Plattform innerhalb von 18 Monaten generiert



Skalierung der Leadgenerierung

7

Excubate Experten

15

extern gewonnene Mitarbeiter

20+

Mitarbeiter

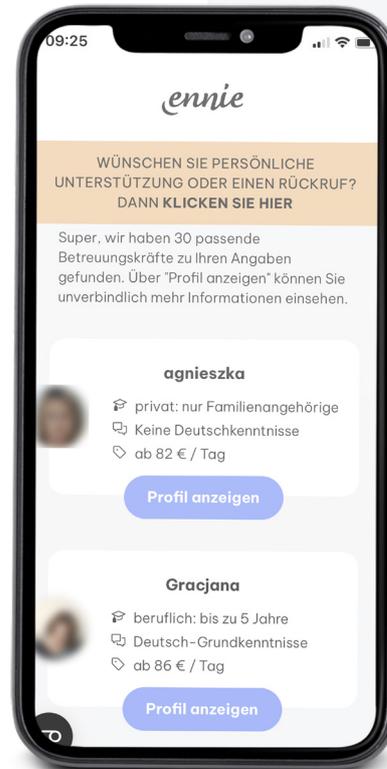


Planung, Einstellung und Onboarding von Personal

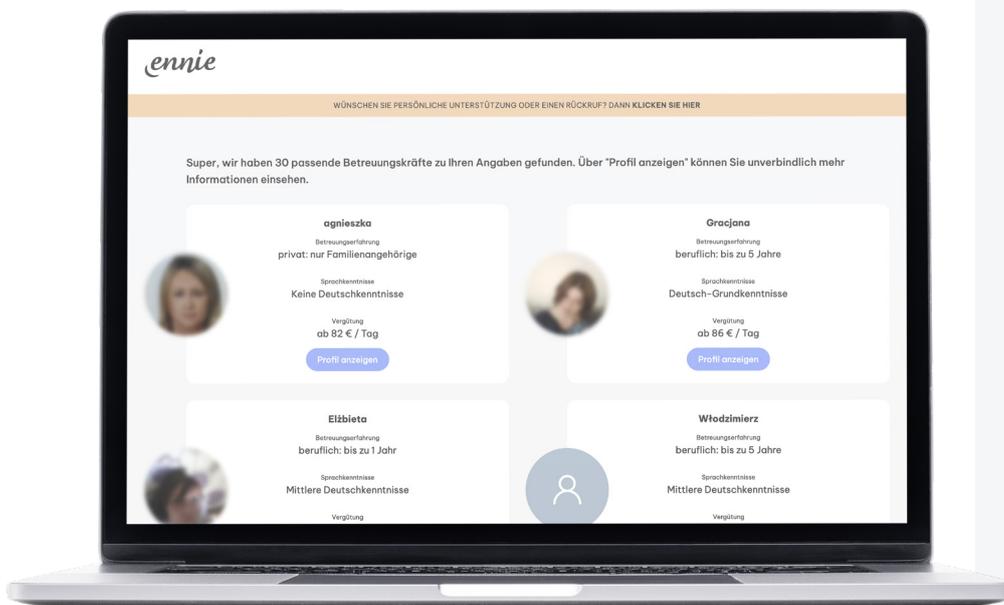
Das Operation-Team erarbeitete, zusammen mit einer Kanzlei mit Fokus auf Wirtschafts- und Vertragsrecht, das rechtliche Konstrukt für die Plattformnutzung und den Dienstleistungsvertrag zwischen beiden Plattformparteien.

Neben der rechtlichen Grundlage implementierte das Operations-Team übergreifende Prozesse für Kundenservice und Zahlungsabwicklung und tangierte dabei die Balance zwischen Kundenzentrierung und Verwaltungseffizienz aus.

Zeitgleich entwickelte das Product-Team die Online-Plattform. In die agile Entwicklung flossen wiederkehrend Erkenntnisse aus der Analyse des Nutzerverhaltens, Anforderung aus dem rechtlichen Plattformkonzept und des Datenschutzes ein. Viele der entwickelten User Journeys wurden auf Basis von aktuellen Best Practices für B2C Plattformen erstellt und dabei iterativ mit der Panelgruppe getestet.



Das 8-köpfige Product Development Team bestand aus einem Product Owner von Excubate und externen Entwicklern unseres Partners für agile Softwareentwicklung.



Mit dem Launch-Stichtag im Blick arbeitete das Team in agilen, 14-tägigen Sprints mit Fokus auf den Aufbau der Plattform. Im Zusammenspiel mit dem Marketingteam wurde das anwendungsübergreifende Usertracking DSGVO-konform implementiert.

MVP Phase (7. – 12. Monat)

Nach sechs Monaten agiler Entwicklung wurde die Plattform als MVP gelauncht und im Markt betrieben.

Zu diesem Zeitpunkt war das Venture-Team auf 11 Personen angewachsen und die neugegründete GmbH hatte bereits die ersten vier eigenen Angestellten. Die neuen Teammitglieder übernahmen operativ die Kommunikation zum Nutzer sowohl im Ausland als auch in Deutschland und brachten weitere Branchenerfahrung in den Bereich Nutzerservice mit ein. Ab dem Zeitpunkt des Go-Lives operierte ennie® bereits in drei Ländern, Deutschland, Polen und Rumänien. Entsprechend waren die Plattform und der Service bereits in drei Landessprachen erreichbar.

Das neuartige Angebot erfuhr am Markt auf beiden Seiten sofort große Nachfrage mit über 15.000

Besuchern und über 1.000 Anmeldungen pro Monat, was den großen Bedarf für das Konzept untermauerte.

Mit der Vielzahl von Nutzern sammelte das Team nun quantitative Daten zur Plattformnutzung, der Nutzerfreundlichkeit und den Prozessen als Ganzes. Entsprechend fokussierte sich die MVP-Phase auf die Optimierung der User Journey von der Leadgenerierung im Onlinemarketing bis zur Vermittlung des Betreuungsverhältnisses über die Plattform. Auf Basis der Konvertierungsraten in einzelnen Stufen des Nutzerfunnels, sind Maßnahmen workstream-übergreifend abgeleitet und agil umgesetzt worden.

„Es war unser Ziel, sämtliche Geschäftsprozesse abzubilden und in technische Features umzusetzen. Dank einer agilen Umsetzung im Rahmen eines Lean Start-up Ansatzes und kontinuierlichen Anpassungen konnten wir in kürzester Zeit ein technisches und organisatorisches MVP live setzen, das von realen Nutzern getestet werden konnte.“

Raphael Wischnewsky
Head of Operations



Das Marketingteam optimierte kontinuierlich die Konvertierungsrate durch A/B-Testing von Webseiteninhalten, Marketingkanälen, Werbeanzeigen sowie des On-Page Registrierungsprozesses. Neben den typischen Marketingmaßnahmen wurden die Gesprächsleitfäden für Kundengespräche zusammen mit dem Kundenteam ständig weiterentwickelt und Offline-Marketingkanäle wie Partnerschaften und ein Weiterempfehlungsprogramm etabliert.

Um relevantes Vertrauen in die Marke ennie® als Pflege-Start-up aufzubauen, hat das Team gezielt im Anmeldeprozess Advertorials, Testimonials, externe Zertifizierungen und Bewertungsplattformen eingesetzt. Das Product-Development Team führte neben der Analyse der Nutzerdaten strukturierte

Nutzer-Tests durch. Mithilfe der User-Tests konnten die Gedanken und Herausforderung in einzelnen Schritten der Anmeldung auf der Plattform nachvollzogen und so die User Experience (UX) inkl. der Matching-Algorithmen zielführend optimiert werden.

Auf Basis der Analysen priorisierte und implementierte das Team auch weitere Features, wie eine automatische Vertragserstellung und Kommunikation via Chat. Auch der organisatorische Aufbau von ennie® wurde weiterhin dynamisch mit Hilfe der gewonnenen Erkenntnisse angepasst. Das Ops-Team weitete zum Beispiel die Servicekapazitäten und CRM-Landschaft aus und ersetzte prozessbedingt Dienstleister für die Gewerbeanmeldung und Buchhaltung in Rumänien sowie Polen.

Mit einem Erklärvideo wurden Webseitenbesucher über die Leistung und Vorteile bei ennie® aufgeklärt:

Zum Erklärvideo



Scaling Phase (13. – 18. Monat)

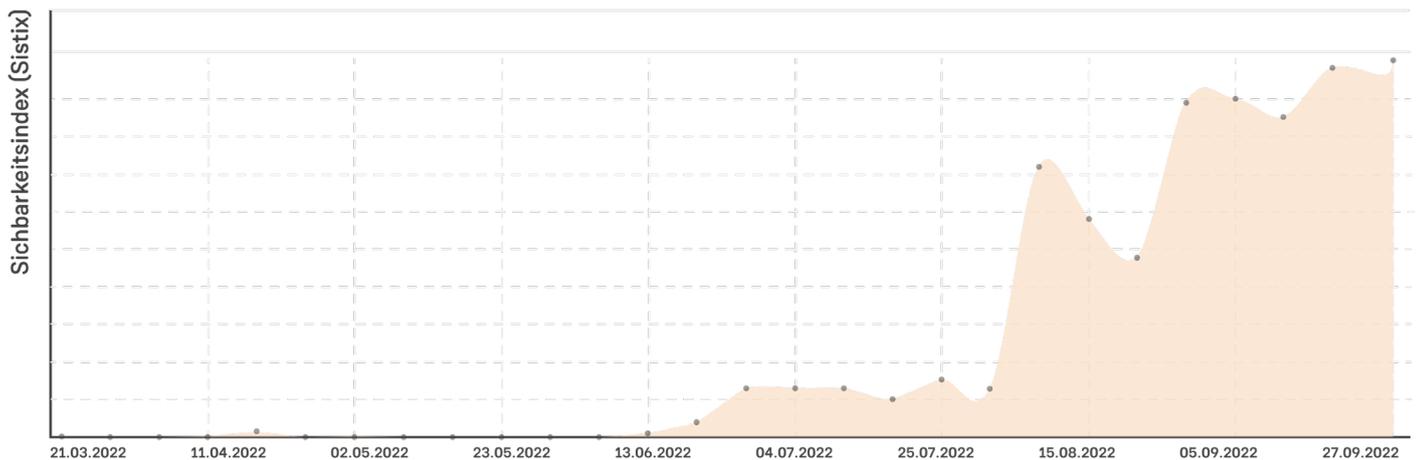
Nach Schaffung belastbarer technischer, organisatorischer und kaufmännischer Prozesse führte das Team den Geschäftsbetrieb in die sukzessive Skalierung.

Im Marketing entfaltete sich die Wirkung der über 100 veröffentlichten Ratgeber-Artikel zur Suchmaschinenoptimierung (SEO), wodurch das Ranking der Domains, das Ranking für entscheidende Key-

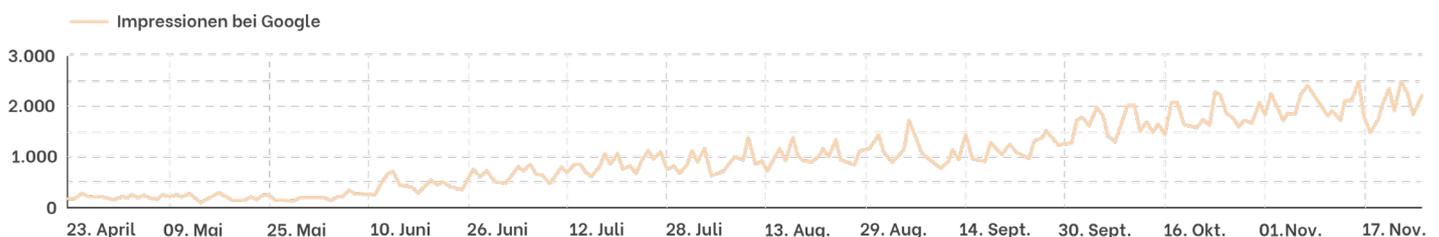
words und damit der organische Traffic erheblich anstieg.

Im Rahmen der Marketingplanung wurden ebenfalls Backlinks aufgebaut, PR-Artikel veröffentlicht, Communities auf Facebook in den jeweiligen Ländern aufgebaut, Paketbeilagen bei Pflegeshops genutzt und Kooperationen mit anderen Akteuren der Pflegebranche geschlossen.

SEO-Aktivität wirkt ab August 2022 und steigert die Visibilität



Die organischen Impressionen von ennie steigen entsprechend sukzessiv für Keywords wie z. B. „polnische Pflegekraft ohne Agentur“



Die definierten operativen Prozesse zwischen Customer Relationship Management (CRM), Plattform und Service-Team wurden weiter automatisiert. Entsprechend lösten Reaktionen der Nutzer auf der Plattform über eine Schnittstelle ins CRM Benachrichtigungen an externe Dienstleister aus. Hierdurch erhöhten sich die Effizienz, die Durchlaufzeit und die Prozesstreue im Vergleich zur vorherigen Phase signifikant. Um Reaktionszeiten der Nutzer zu verkürzen und ennie® kundenzentrierter auszurichten, ist Whatsapp mit großem Erfolg übergreifend als ergänzender Kommunikationskanal eingeführt worden.

Ein Beispiel für die übergreifende Zusammenarbeit des Teams ist die Etablierung eines ganzheitlichen Prozesses für Kundenbindung. Das Ziel war es, Kunden vor Ablauf der laufenden Betreuung in ein neues Betreuungsverhältnis zu überführen.

Dabei wurden automatisch Mitteilungen an Kunden, Betreuungskraft und das Service-Team versendet. Nutzer wurden über Ihre Erfahrung bei ennie® befragt und erhielten die Möglichkeit, ennie® online zu bewerten und als Anbieter weiterzuempfehlen, wodurch der Prozess auch auf Neukundenakquise einzahlt.

Neben der Skalierung bzw. Automatisierung von wachstumskritischen Prozessen im Sales und Abwicklungsbereich, wurde die Vermittlungsplattform um einen Webshop ergänzt.

Über die Pflegeplattform kann so nicht mehr nur eine Betreuung gefunden und beauftragt, sondern auch nötige Pflegehilfsmittel im Abo-Modell bestellt werden. Die Erweiterung des Angebots in dieser Phase bindet die Kunden näher an ennie® als wachsendes Pflegeökosystem.



„Wir sind froh, mit ennie® nicht nur ein erfolgreiches Unternehmen auf Wachstumskurs gebracht zu haben, sondern auch einen erheblichen Beitrag zur Behebung des Pflegenotstands und zur Verbesserung der Situation in der Pflege zu leisten.“

Torsten Wohlrab, bisheriger Geschäftsführer bei ennie® und Senior Partner bei Excubate.

Zu den Kernkompetenzen von Excubate als Company Builder gehört auch das Recruitment und Onboarding von Management und Mitarbeitern für das jeweilige Corporate Start-up. Im Verlauf der Scalingphase wurde das Interims-Team von Excubate entsprechend sukzessive durch erfahrene Nachfolger ersetzt und ein Management-Team für das Start-up zusammengestellt. Hierbei wurden die Schlüsselpositionen Head of Sales, Head of Marketing und Head of Operations

sowie ein Senior Full Stack Developer durch die Recruiting-Kanäle von Excubate neu besetzt. Besonders transparent wurde die Identifikation des Excubate Teams mit dem gegründeten Start-up durch den Verbleib von zwei Mitarbeitern des Interims-Teams im langfristigen Team von ennie®. Mit dem Ausstieg des Interim-Teams schloss Excubate die aktive Projektarbeit bei ennie® ab und fungiert seitdem als Minderheitsgesellschafter und aktiver, externer Berater.



Ergebnisse

Nach 18 Monaten hat Excubate ennie® vom Konzept bis zum skalierenden Geschäftsmodell mit signifikanten Umsätzen und einer fünfstelligen Zahl an aktiven Usern geführt.

Basierend auf einer Marktplatzlogik finden sich Pflegebedürftige, oder deren Angehörige, und Betreuungskräfte im Handumdrehen. Ein Suchalgorithmus liefert entsprechende Ergebnisse und eine

Vertragsverhandlungsfunktion liefert einen individuellen Betreuungsvertrag. Letztlich sorgt das integrierte Bezahlssystem für eine zeitgerechte und korrekte Bezahlung der Betreuungskräfte.

Der Erfolg des Projekts zeigt sich quantitativ:³

1. 20+ Mitarbeiter angestellt: 7 Excubate Experten und 13 extern gewonnene Mitarbeiter
2. 3-sprachige Plattform, Call-Center und Servicestrukturen in 3 Ländern aufgesetzt
3. 15+ Dienstleister beauftragt und koordiniert
4. >10.000 Anmeldungen auf der Plattform innerhalb von 18 Monaten generiert
5. 4 %+ als überdurchschnittliche Konvertierungsrate im Online-Marketing erzielt

Neben dem kommerziellen Erfolg trägt ennie[®] mit einem innovativen, digitalen Ansatz dazu bei, die gesellschaftliche Herausforderung des Pflegenotstandes zu bewältigen.

Betreuungskräfte werden durch das junge Unternehmen befähigt, unabhängig von Agenturen zu arbeiten und erhalten eine attraktive Entlohnung, wodurch die Bedingungen in der 24h-Pflege verbessert werden.

Artikel über ennie[®]

Süddeutsche Zeitung

Revolution der 24h-Pflege mit flexiblem Betreuungsmodell

Handelsblatt

Alternative Betreuungsmodelle gegen den Pflegenotstand

Frankfurter Allgemeine

„24-Stunden-Pflege“ – Häusliche Betreuung wird endlich fairer

³ *umsatzrelevante KPIs können aus Wettbewerbsgründen nicht veröffentlicht werden

Ausblick: ennie® als Beispiel im Corporate Venturing

ennie® als Marktplatz für 24h-Pflege, der Pflegebedürftige und Betreuungskräfte zusammenbringt, ist ein gutes Beispiel für die Innovationskraft der Plattformökonomie.

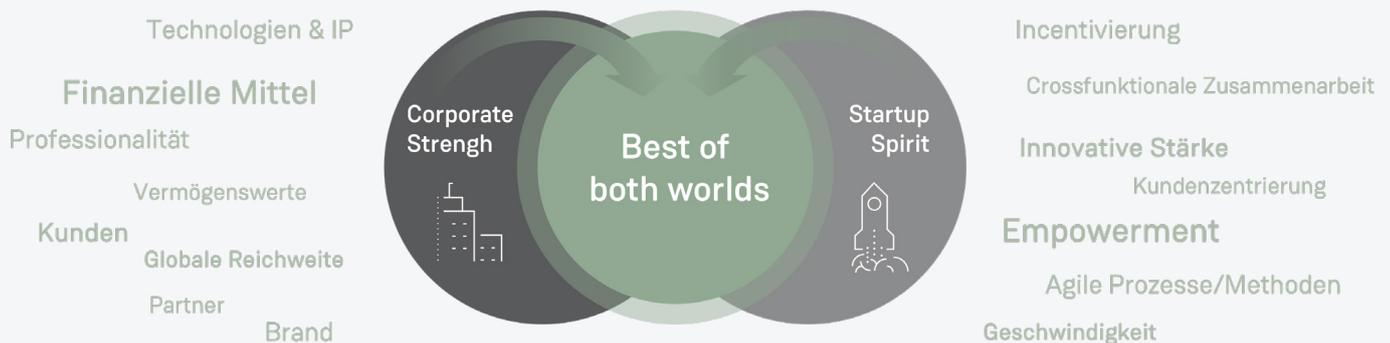
Durch Plattformen entsteht typischerweise für Angebot und Nachfrage eine WIN-WIN Situation, indem etablierte Vermittlungsstufen überwunden werden, Mittelsmänner aus dem Kontraktionsprozess ausgeschnitten und finanzielles Potenzial geschaffen wird. Die Plattformlogik und deren Vorteile für die Nachfrageseite haben bereits ganze Branchen verändert, wie den Handel, die Hotellerie und auch die Musik- und Filmbranche.

Mit dem Aufbau der ennie Plattform konnten wir zeigen, wie erfolgreiches Corporate Venture Building funktionieren kann. Das involvierte Corporate, in dem Fall die Barmenia Krankenversicherung, muss dem jungen Start-up genügend Freiraum zur Entwicklung lassen und nicht bereits zu Beginn versuchen Corporate Strukturen einzuführen. Gleichzeitig bekommt das Start-up einen „unfair advantage“ wenn das Netzwerk und der Kunden-

zugang des Corporates genutzt werden kann. Wir konnten vom Netzwerk der Barmenia von Anfang an profitieren. Auch das erfahrene Venture Building Team von Excubate hat zum schnellen und erfolgreichen Aufbau der Plattform beigetragen.

Hier zeigte sich, dass das Zusammenführen der Stärken eines Corporates mit den Stärken und der Vorgehensweise eines Start-ups enormes Potential birgt.

Als Company Builder hat Excubate bereits 5 Plattformen in verschiedenen Branchen aufgebaut. Mit Methodik, Fachkompetenz und digitaler Fähigkeit lassen sich die Geschäftsmodelle mit starkem Disruptionspotenzial strukturiert im Markt etablieren. Das Auslagern der Unternehmung als Start-up ist dabei entscheidend. Excubate unterstützt Sie bei dieser Excubation.



Like a Startup

Methoden, Personal, Partner/ Co-Create, Investitionen, M&A

With a Startup

„Best of both Worlds“: Wir kombinieren die Fähigkeiten von Konzernen und Start-ups zu einem Innovationsmotor mit hohem Momentum



Über Excubate

Excubate ist eine Unternehmensberatung und ein Company Builder, der gemeinsam mit Kunden digitale Transformation und Innovation neuer Geschäftsmodelle gestaltet. Angefangen in der Kernorganisation, bis zum Aufbau neuer Geschäftsmodelle und der Gründung von Start-ups begleiten wir unsere Partner beim digitalen Wandel. Seit 2015 konnte Excubate bereits branchenübergreifend Kunden bei der Umsetzung von Innovation unterstützen.

Torsten Wohlrab & Marvin Eberhard

Excubate GmbH
Dillenburger Str. 93
51105 Köln

+49 221 4558 0332
innovate@excubate.de

torsten.wohlrab@excubate.de
marvin.eberhard@excubate.de