Projekt: SALINGSON

Hidden Vertical Champion im deutschen E-Health-Markt

Investition in den wachsenden deutschen E-Health-Markt: evidenzbasierte Prävention von Frühgeburten

ANONYMISIERTES PITCHDECK

4. Quartal 2025

Agenda

01
Zusammenfassung
Executive Summary & Transaktionsrationale

02
Unternehmensprofil
Mehr zu SALINGSON…

03
Markt & Wettbewerb
… und was bei uns den Unterschied macht.

04
Finanzen
Zahlen, Daten, Fakten

05
Prozessablauf
Wie geht’s weiter?

06
Ansprechpartner
Jetzt Interesse bekunden …

01

Zusammenfassung

Executive Summary &
Transaktionsrationale

Executive Summary

Unternehmensinformationen

Firma: SALINGSON GmbH

Standort: Deutschland

Kurzprofil: Seit der Jahrtausendwende arbeitet das Unternehmen in der Forschung und Entwicklung im Bereich Epidemiologie, Intervention, Prävention und Evaluation.

Es zählt zu den frühen Digital-Health-Anbietern im jeweiligen Marktsegment und entwickelt personaliserte, datenbasierte Lösungen für Kinderwunsch und Schwangerschaft.

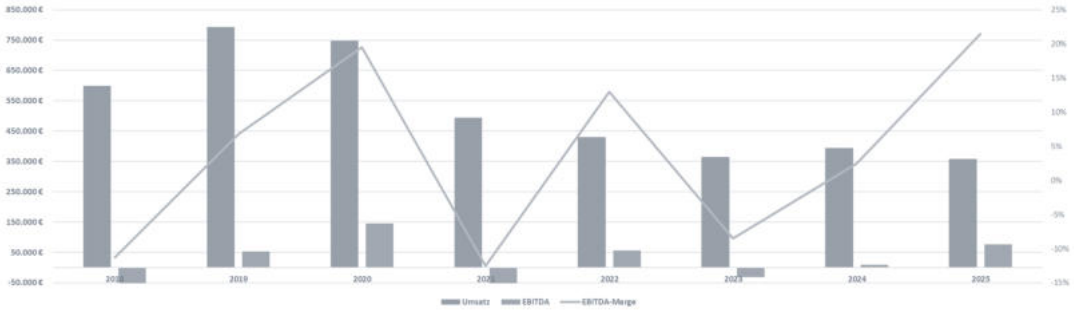
Kurzprofil

Markt Europäischer Digital-Health-Markt für Kinderwunsch und Schwangerschaft (≈ 4,8 Mio. Geburten/Jahr).

Produkte Endkundenprodukte für Schwangerschaft und Kinderwunsch mit evidenzbasierter Analyse

Kern-Assets
- mit einer Mehrzahl der gesetzlichen Krankenkassen bestehen laufende Verträge (keine Change-of-Control-Klauseln)
- eine hohe fünfstellige Summe an wissenschaftlichen Datensätzen
- Zusammenarbeit mit einem Drittel aller niedergelassenen Gynäkologischen Praxen

Finanzüberblick



Transaktionsrationale

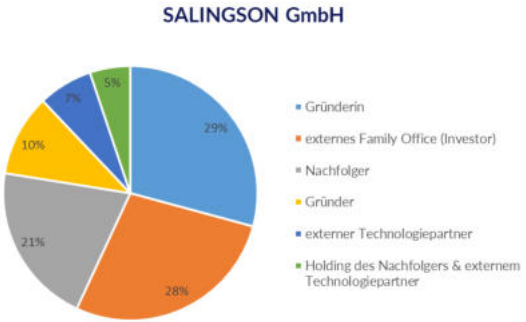
- Die Gesellschafter des Unternehmens haben entschieden, dass Gespräche mit potenziellen strategischen und/oder finanzstarken Partnern aufgenommen werden sollen. Dabei wird eine komplette Übernahme präferiert, aber auch eine Mehrheits - bzw. Minderheitsbeteiligung ist denkbar.
- Besonders interessant sind Unternehmen, die mit den bestehenden Assets einen Hebel für ihr eigenes Business sehen oder die an der Zielgruppe Schwangere bzw. später Familien (Customer Journey) interessiert sind.
- Die Geschäftsführung steht dem Unternehmen im Anschluss an die Transaktion für eine Übergangsphase zur Verfügung.

Strategische Eckdaten

- Das Familienunternehmen wird seit sieben Jahren in der zweiten Generation vom Sohn als Geschäftsführer weitergeführt.
- Im Zuge der fortschreitenden Digitalisierung wurden in den letzten Jahren erstmals externe Investoren an der Gesellschaft beteiligt. Die im Zuge der Transaktion erwarteten Effekte stellten sich u.a. aufgrund von regulatorischen Hürden und mangelnder Finanzierung leider nicht ein.
- Der Kauf des Unternehmens oder die strategische Beteiligung an SALINGSON bietet dem Investor sofortigen Zugang zu einer marktführenden Position im deutschen E-Health-Umfeld.
- Durch bestehende Verträge mit 63 gesetzlichen Krankenkassen mit rund 22 Mio. Versicherten sowie drei privaten Krankenversicherungen und einem Netzwerk von 2.500 Frauenarztpraxen ist ein etablierter Vertriebskanal vorhanden, der unmittelbar mit den entsprechenden Marketinginvestitionen nutzbar ist.
- Mehr als 350.000 Schwangere haben schon das Hauptprodukt von SALINGSON genutzt – die Marke ist seit Jahrzehnten etabliert.
- SALINGSON verfügt über ein einzigartiges Daten-Asset von über 80.000 Fragebogendatensätzen zur Lebensweise und Gesundheit von schwangeren Frauen in Deutschland sowie rund 30.000 Geburtsergebnisse. Diese Daten können die Grundlage für weiterführende Analysen, prädiktive KI-Modelle und neue Präventionsservices bilden.

Transaktionsgegenstand und Transaktionsstruktur

- Es stehen bis zu **100% der Geschäftsanteile** der **SALINGSON GmbH** im Rahmen eines **Share Deals** zur Veräußerung.
- Es bestehen keine festgelegten Kriterien in puncto Transaktionsstruktur – wenngleich alle Gesellschafter die Veräußerung ihrer gesamtheitlichen Geschäftsanteile anstreben.



02

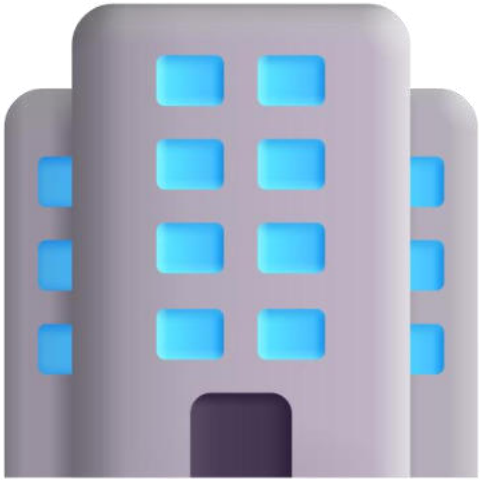
Unternehmensprofil

Mehr zur SALINGSON ...

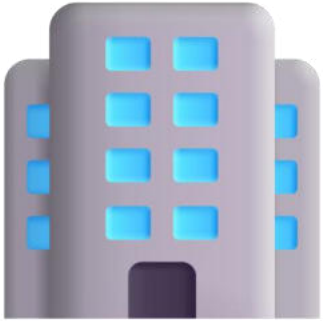
Familienunternehmen, Forschungsinstitut und der wahrscheinlich älteste Digital Health Anbieter in einem

1997 als Start-up an einem führenden Universitätsklinikum gegründet, ist die SALINGSON GmbH ein Hidden-Vertical-Champion, der personalisierte und datengetriebene Lösungen für die Prävention, insbesondere für Fruchtbarkeit und Schwangerschaft, anbietet.

Im Laufe der Jahre hat sich SALINGSON von einem inhabergeführten Familienunternehmen zum wohl ältesten digitalen Gesundheitsanbieter in Deutschland entwickelt.

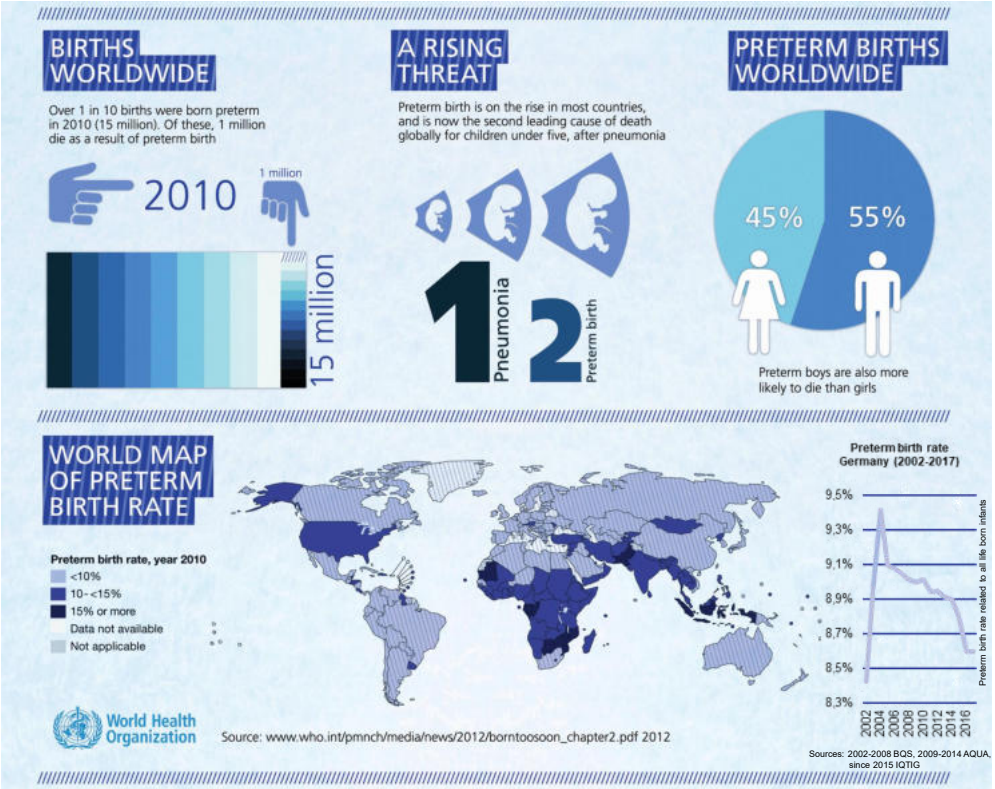


Team & Beirat



zur Wahrung der Anonymität entfernt

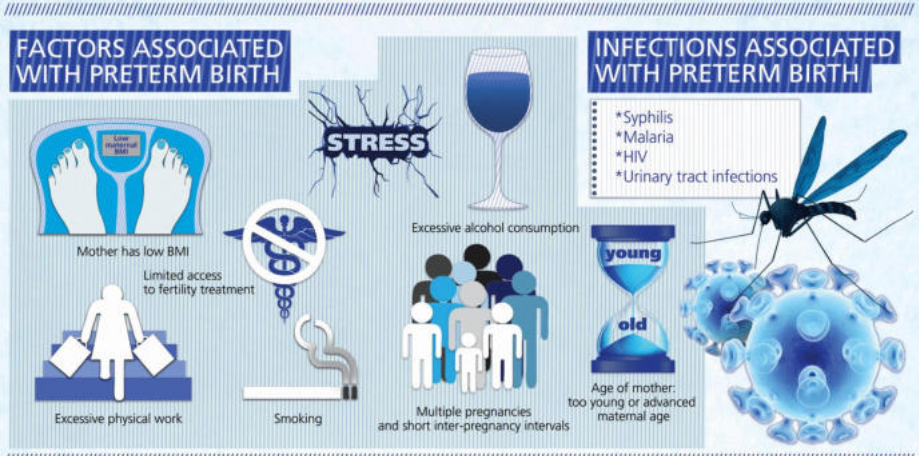
Frühgeburten: Ein globales Problem



Source: BMC, part of Springer Nature, plus added BQS, AQUA, IQTIG

- **15 Millionen Frühgeburten pro Jahr** – das entspricht etwa 1 von 10 Neugeborenen weltweit (WHO-Report "Born Too Soon", 2012)
- **Rund 1 Million Kinder sterben jährlich** an den Komplikationen einer Frühgeburt. Damit ist die Frühgeburt die zweithäufigste Todesursache bei Kindern unter 5 Jahren.
- **Deutschland** weist trotz seines hervorragenden Gesundheitssystems eine Frühgeburtenrate von über 8 % auf, während viele nordeuropäische Länder deutlich geringere Raten aufweisen (≈ 5-6 %).

Risiko- und Protektivfaktoren



Birth records n=18,318	Prevalence	Odds ratio
All pregnant women (primi- and multigravidae)		
Bacterial vaginosis up to 20 weeks gestation.*	10,3%	4,20
Addictive disease	0,8%	2,04
Diabetes	1,1%	1,98
Hypertension	3,7%	1,81
Familial risk of premature birth	6,8%	1,66
Eating disorder/ bulimia	1,5%	1,61
Hospitalization in the last 12 months	16,8%	1,40
Vaginal infections in the last 12 months	20,3%	1,37
Thyroid disease	13,3%	1,34
pregnancy after infertility treatment	14,3%	1,34
Gynecological surgery(s) ever	30,3%	1,29
Iron deficiency Ferritin value < 15 ng/ml	16,9%	1,21
BMI >=25	24,6%	1,19
Subjective "poor" health	19,3%	1,17
Age >=30 years	63,1%	1,16
Severe family stress levels last 12 months	50,0%	1,10
Low and middle school education	44,4%	1,09

Source: BMC, part of Springer Nature, plus added own data

- **Vielfältige Risiko- und Protektivfaktoren für Frühgeburten** – niedriger oder hoher BMI, harte körperliche Arbeit, Rauchen, Alkoholkonsum, Infektionskrankheiten, Stress und vieles mehr …

- **Grafische Darstellung** – oben die WHO-Infografik zu den globalen Risikofaktoren, unten eigene Daten mit Prävalenzen und Odds-Ratios, die die relative Bedeutung jedes Faktors quantifizieren.

- ***Beispiel: bakterielle Vaginose*** *– Prävalenz* ***10 %*** *(etwa 1 von 10 schwangeren Frauen) und* ***Odds-Ratio 4,20*** *→ ein* ***vier-mal höheres Risiko*** *für eine Frühgeburt.*

  Dieses Beispiel zeigt, wie gezielte Früherkennung und Intervention Frühgeburtenraten senken können.

Unsere Lösung

1 Handbuch

Unser Handbuch hebt sich von der Masse der Schwangerschaftsratgeber ab, weil es wissenschaftlich fundiert ist.

Ärzte, Wissenschaftler, Geburtshelfer und Gesundheitsfachleute haben eng zusammengearbeitet, um ein Handbuch zu erstellen, das alle wichtigen Aspekte der Schwangerschaft abdeckt.

Produktabbildung zur Wahrung der Anonymität entfernt

2 Fragebogen

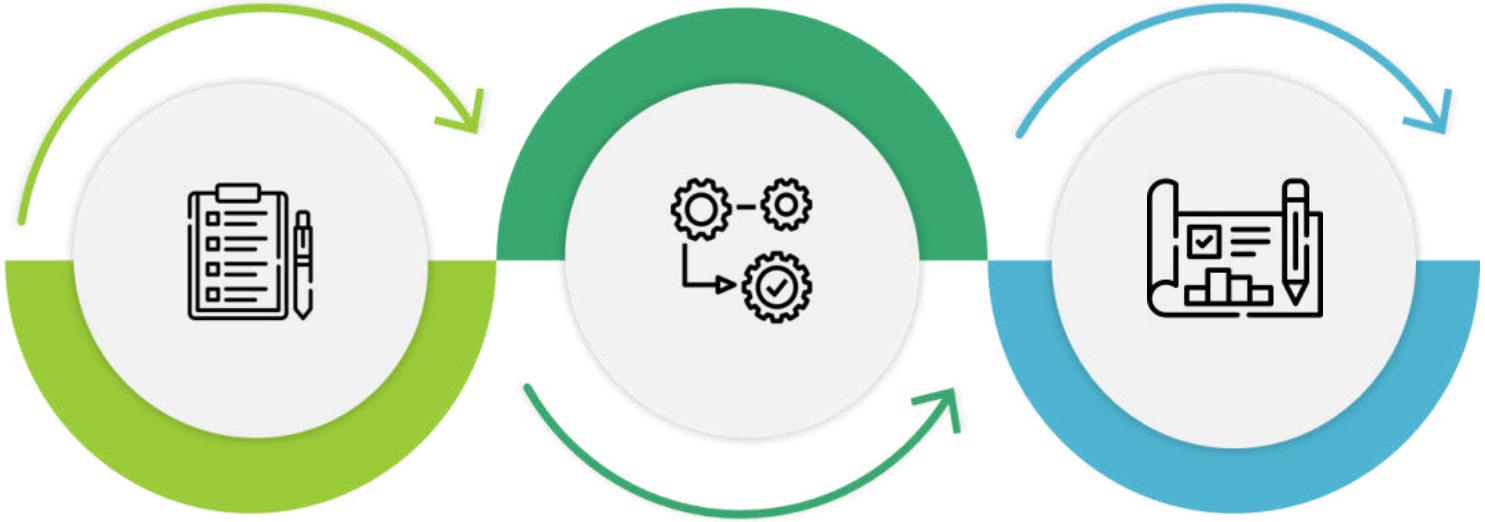
Er enthält konkrete und sehr individuelle Empfehlungen für Schwangere und ihre Partner sowie eine Analyse der Ernährungsgewohnheiten (nach den Empfehlungen der Deutschen Gesellschaft für Ernährung). Der Fragebogen ist in unserer App verfügbar.

3 Unsere App

Die digitale Ergänzung zu SALINGSON, die auf mehr als 25 Jahren Forschung und Erfahrung basiert. Unsere Auswertungen beruhen auf anonymen Daten unserer Teilnehmerinnen, die den Fragebogen ausgefüllt und eingesandt haben.

SALINGSON ist ein Präventionsprogramm, das dazu beitragen soll, Frühgeburten zu reduzieren, indem es auf alle bekannten Risikofaktoren abzielt, die für eine Intervention in Frage kommen. SALINGSON wurde im Jahr 2000 von renommierten Geburtshelfern, Hebammen und Experten für Prävention und Gesundheitsförderung entwickelt und zielt darauf ab, Unsicherheiten abzubauen und schwangere Frauen zu befähigen, ihre Schwangerschaft positiv zu beeinflussen.

Das Kernstück:
Unser zertifiziertes Expertensystem



Fragebogen

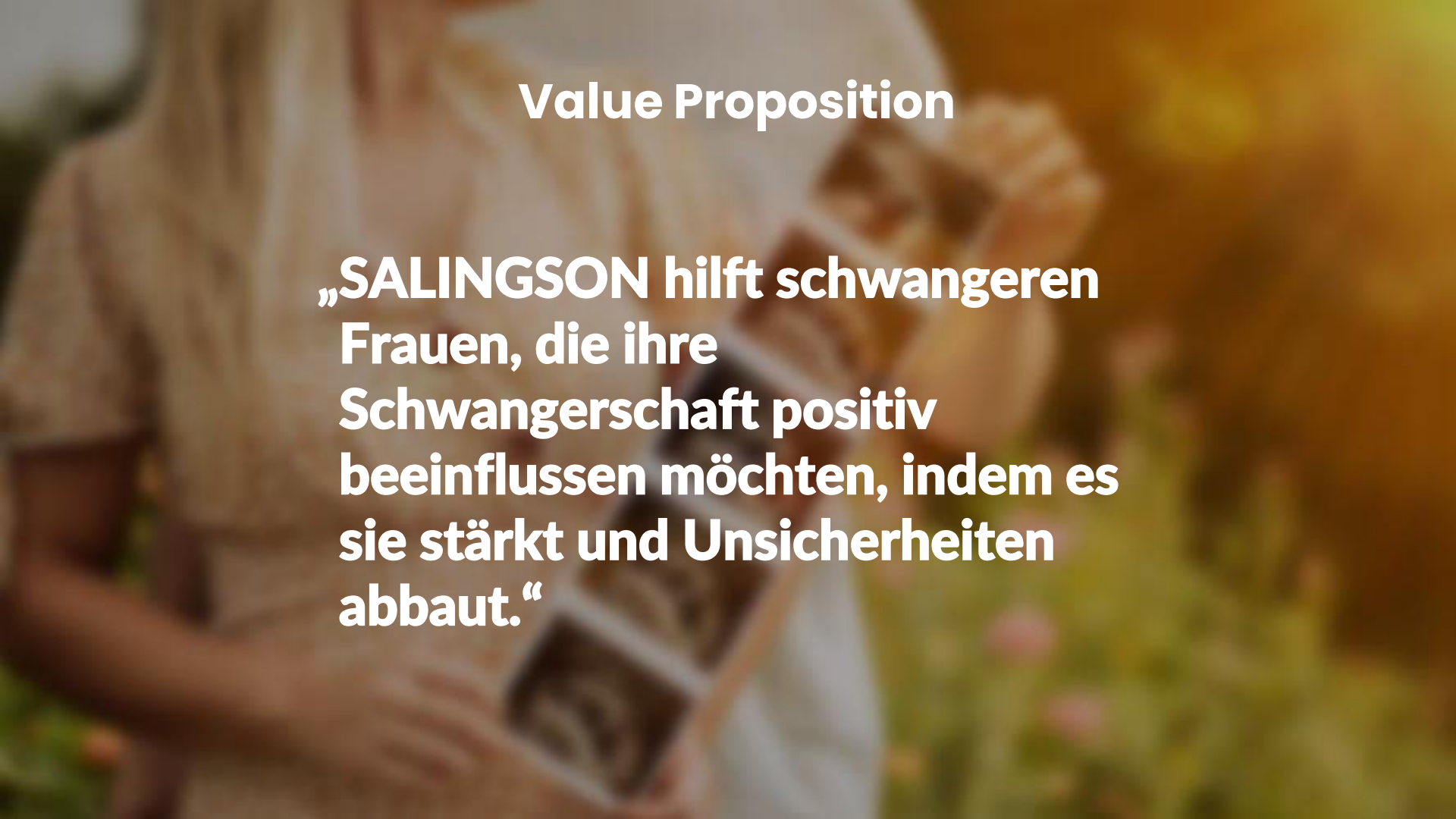
Die Schwangere füllt den Fragebogen aus, der auf den neuesten medizinischen Studien, internationalen Leitlinien und eigenen wissenschaftlichen Daten basiert. Dabei halten wir die strengen europäischen Datenschutzrichtlinien (GDPR) vollständig ein.

Algorithmus

Unser selbst entwickelter Algorithmus generiert und gewichtet auf Basis von über 80.000 eigenen Datenreihen die Ergebnisse.
Die Angaben der Schwangeren werden in themenspezifische Auswertungssätze übersetzt.

Individuelles Gesundheitsprofil

Je nach individueller Ausprägung des Items werden verschiedene Sätze und damit auch unterschiedliche Empfehlungen ausgegeben.
Die Ergebnisse werden als strukturierte Daten aufbereitet und ein mehrseitiger Auswertungsbrief mit einer persönlichen Analyse erstellt.



Value Proposition

„SALINGSON hilft schwangeren Frauen, die ihre Schwangerschaft positiv beeinflussen möchten, indem es sie stärkt und Unsicherheiten abbaut.“

Erlösmodell

Kunden

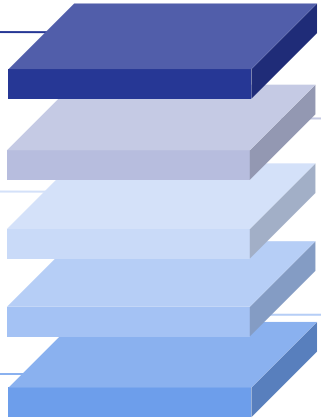
Schwangere Frauen, vorzugsweise Erstgebärende in der Frühschwangerschaft. Die Teilnahme an SALINGSON wird von der Schwangeren selbst oder von rund 70 Krankenkassen in Deutschland bezahlt.

Kanäle

Eigene Website mit 10.000 Besuchern pro Monat, die zu Bestellungen in unserem Online-Shop führen. Anforderungen können auch direkt über kooperierende Krankenkassen oder in der App getätigt werden. Empfehlungen oder Direktverkäufe über mehr als 2.500 niedergelassenen Gynäkologen.

Zahlen

Bis heute mehr als 350.000 SALINGSON-Kunden und seit 2000 ein Umsatz von über 14 Millionen Euro – mit großem Wachstumspotenzial durch Digitalisierung.



Preis / Modell

Einmalige Gebühr für die gesamte Schwangerschaft in Höhe von 49,90 € brutto. Auf der B2C-Seite handelt es sich um ein transaktionsbasiertes Umsatzmodell mit Käufen über das Internet oder in der App. Auf der B2B-Seite (Krankenkassen) werden im Voraus Kontingente mit Mengenrabatten oder monatlicher Abrechnung je nach Nutzung vertraglich vereinbart.

Kundenreise

Vertikalisierte Wertschöpfungskette, die mit dem Kinderwunsch beginnt (Unfruchtbarkeit oder geplante Schwangerschaft) und mit SALINGSON fortgesetzt wird. Darauf soll in der Zukunft ein rein digitales Programm für die ersten Lebensjahre des Kindes folgen, um den Lifetime Value unserer Kundinnen weiter zu steigern.

03

Markt & Wettbewerb

... und was bei uns den Unterschied macht.

Brancheneinordnung & Kontext

Die SALINGSON GmbH erbringt Forschung, Beratung, Entwicklung und Dienstleistungen in der Medizin, Evaluationsforschung, Epidemiologie sowie im Gesundheits- und Sozialwesen.

Konkret ist das Unternehmen im übergeordneten Sektor Digital Health / E-Health zu verorten. Innerhalb dieses Sektors fokussiert das Unternehmen mit den Marken ***A*** und ***B*** auf den stark spezialisierten Teilbereich der Frauengesundheit und bietet hier personalisierte und datengesteuerte Lösungen für Fruchtbarkeit und Schwangerschaft an.

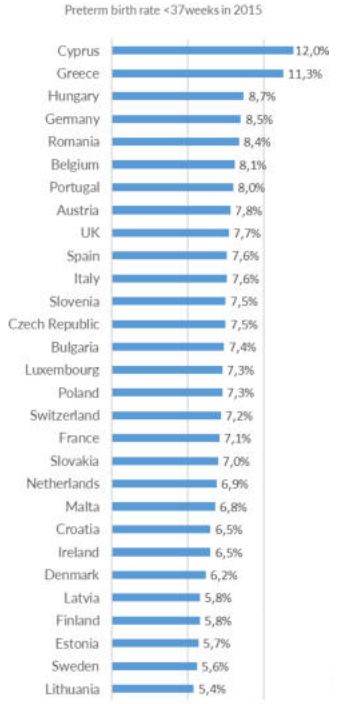
Im Gegensatz zu breit aufgestellten Digital-Health-Firmen richtet sich SALINGSON mit seinem B2B2C-Geschäftsmodell vorrangig an gesetzliche Krankenkassen und private Krankenversicherungen.

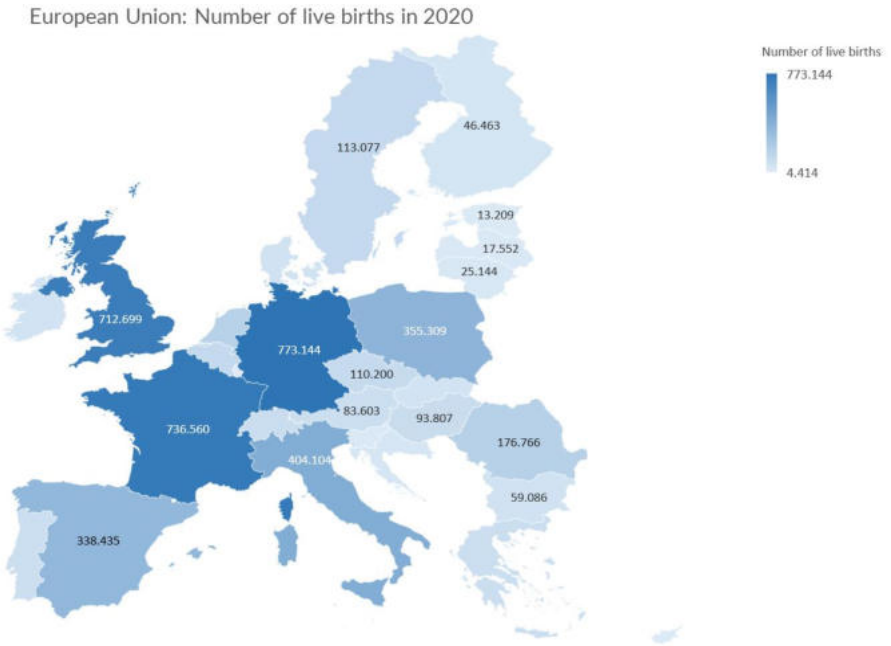
Der allgemeine Markt für digitale Gesundheitsanwendungen in Europa wird von Unternehmen dominiert, die breit angelegte Patienten-Apps, Telemedizin-Portale oder Plattformen für das Management chronischer Erkrankungen bereitstellen.

Diese Akteure profitieren seit 2018 von einer insgesamt stabilen bis leicht expansiven Konjunktur in Europa, unterstützt durch steigende Gesundheitsausgaben, zunehmende Digitalisierung im Gesundheitswesen.

Die COVID-19-Pandemie hat zwar kurzfristig zu einer Verlagerung von stationären Leistungen hin zu digitalen Angeboten geführt, gleichzeitig jedoch die gesamtwirtschaftliche Unsicherheit verstärkt und die Investitionsbereitschaft einiger traditioneller Akteure gedämpft.

Markt

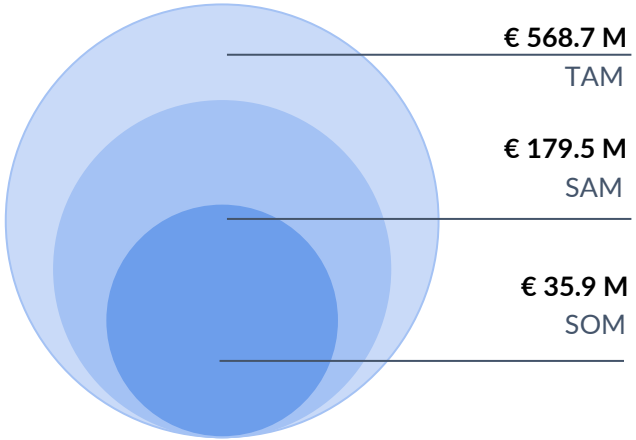




Sources: Eurostat 2021, EURO-PERISTAT Project European Perinatal Health Report 2015 and FSO BEVNAT Federal Statistical Office Switzerland 2020

© GeoNames, Microsoft, TomTom

Marktpotenzial



Total Available Market
Mit über 4,8 Millionen Geburten pro Jahr in Europa und einem Umsatz von 23,47 € pro Kunde

Serviceable Addressable Market
Mit über 3 Millionen Geburten pro Jahr in den Märkten, in die SALINGSON in den nächsten 5 Jahren eintreten könnte (DEU, AUT/CHE, BE/NE, FRA, ITA, POL, SPA), sind 50 % davon adressierbar, da der Fokus auf Erstgebärenden liegt.

Serviceable Obtainable Market
Erfahrungen aus Deutschland zeigen, dass wir realistisch gesehen 5 bis 10 Prozent der Schwangeren pro Jahr versorgen können.

Annahmen

- Die Geburtenzahl in Europa bleibt auf dem Niveau von 2020.
- Neue Markteintritte könnten ab dem übernächsten Jahr alle drei Monate geplant werden. Als Zielmärkte wurden europäische Länder mit einer hohen Geburtenzahl pro Jahr und einer durchschnittlichen Frühgeburtenrate ausgewählt. Wir erwarten ein progressives Wachstum bis zum Marktdurchbruch.
- Da nur die Geburtenzahlen statistisch erfasst werden, ist das Marktpotenzial sogar noch höher. Fehlgeburten und Totgeburten erhöhen die Zahl der Schwangerschaften um den Faktor 1,3.
- TAM, SAM und SOM vervielfachen sich beim Eintritt in andere Märkte außerhalb Europas. Dies ist jedoch derzeit nicht im Marktpotenzial enthalten.

Wettbewerb & Wettbewerbsvorteile

zur Wahrung der Anonymität entfernt

SWOT-Analyse

💪 Strengths / Stärken

- Evidenzbasierte Lösung seit 2000 (Wissenschaft & Expertise) mit entsprechend etablierter Marke und Vertrauen
- Nischenmarktführer: 63 GKV und drei PKV (≈ 22 Mio. Versicherten)
- Netzwerk: über 2.500 niedergelassene Gynäkolog*innen (ein Drittel aller Frauenarztpraxen sind Kooperationspartner)
- Einzigartiges Daten-Asset: Mehr als 350.000 Teilnehmerinnen, über 80.000 Fragebögendatensätze und 30.000 Geburtsergebnisse
- Regulatorik geklärt: In-House-Medizinprodukt für Fragebogenanalyse, App ist kein Medizinprodukt und kann keine DiGA werden
- Erfahrenes Managementteam (Nachfolge seit 2018)

✨ Opportunities / Chancen

- Bisher kein Marketingdruck: Verträge mit GKV/PKV durch Marketing-Invest mit positiven ROAS "melken"
- Vollständige digitale Customer Journey: Produkt ***B*** digitalisieren und Post-Natales Produkt (1.000 erste Tage) entwickeln, um Teilnehmerinnen länger zu begleiten (plus Cross-Selling)
- Strategische Partnerschaften / M&A mit großen Life-Science- oder Digital-Health-Playern
- Bestehende Daten- und Kundenbasis als Hebel für Unternehmen, die an der Zielgruppe Schwangere bzw. später Familien interessiert sind
- IGeL: Verkauf von App-Freischaltcodes in den Arztpraxen an Selbstzahler
- Steigende Nachfrage nach Prävention (demografischer Trend)

🩹 Weaknesses / Schwächen

- Hohe Abschreibungen für App-Entwicklung belasten Jahresergebnisse
- Starke Abhängigkeit von Krankenkassen-Verträgen
- Kein Kapital für Marketing vorhanden und somit gegenüber Venture-Capital-finanzierten Wettbewerbern im Nachteil
- Reduziertes Produktportfolio: ***A*** als „Cashcow", ***B*** als „Question Mark" nach BCG-Matrix

🚨 Threats / Risiken

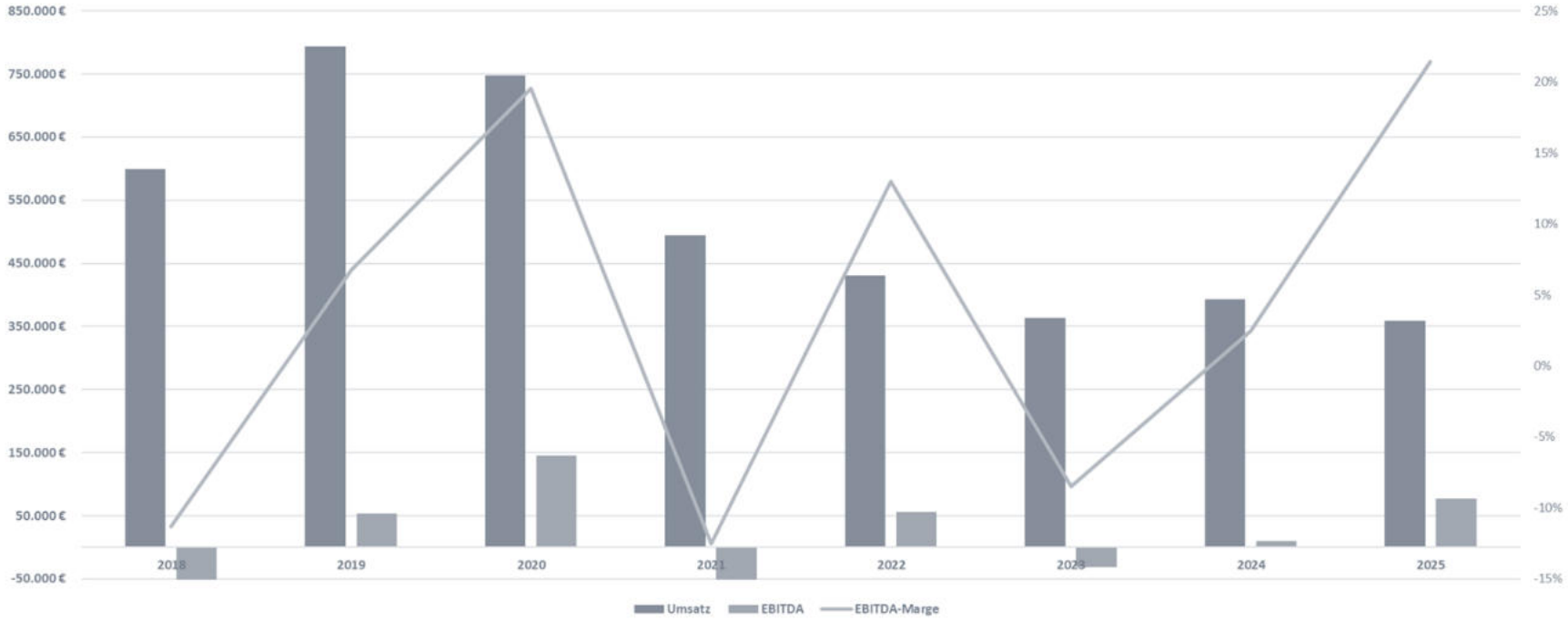
- Weitere regulatorische Belastungen (u.a. Entwaldungsrichtlinie, Gesundheitspolitik und Datenschutz)
- Zunehmende Konkurrenz durch Lifestyle-Apps kann zu Verlust von Krankenkassen-Verträgen zugunsten anderer Anbieter führen
- Finanzierungsengpässe bei unsicherer Markt- und Investorenlage

04

Finanzen

Zahlen, Daten, Fakten

Entwicklung Umsatz & Ertrag



Der Umsatz der SALINGSON GmbH erreichte 2019 einen historischen Höchststand, ist seitdem jedoch deutlich zurückgegangen und bleibt bis 2025 auf niedrigem Niveau. Das EBITDA schwankte stark, mit positiven Spitzen 2019, 2020 und 2022, mehreren Verlustjahren und einer prognostizierten Erholung im Jahr 2025. Die EBITDA-Marge zeigte ebenfalls große Volatilität bei einem positiven Trend, war in den Verlustjahren negativ und wird für 2025 wieder deutlich positiv prognostiziert (Ist-Zahlen bis einschließlich September 2025).

Gesamtübersicht GuV

	Gewinn- und Verlustrechnung	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
	SALINGSON GmbH	Ist	Ist	Ist	Ist	Ist	Ist	Ist	Prognose
1	**Umsatzerlöse**	**599.519 €**	**793.192 €**	**747.137 €**	**493.866 €**	**430.472 €**	**356.416 €**	**395.259 €**	**340.547 €**
2	Bestandsveränderungen	- 57.826 €	- 74.233 €	- 52.588 €	- 30.189 €	- 33.472 €	7.715 €	- 9.803 €	- 19.610 €
3	Aktivierte Eigenleistungen	- €	83.476 €	120.256 €	88.004 €	54.623 €	65.766 €	11.434 €	11.434 €
4	**Gesamtleistung**	**541.692 €**	**802.435 €**	**814.804 €**	**551.682 €**	**451.623 €**	**429.897 €**	**396.890 €**	**332.370 €**
5	Material-/Wareneinkauf	104.111 €	144.107 €	98.483 €	116.869 €	63.705 €	94.621 €	76.519 €	57.919 €
6	**Rohertrag**	**437.581 €**	**658.328 €**	**716.322 €**	**434.813 €**	**387.918 €**	**335.276 €**	**320.371 €**	**274.451 €**
7	Sonstige betriebl. Erlöse	3.002 €	3.010 €	17.782 €	1.639 €	500 €	1.599 €	1.307 €	874 €
8	**Betrieblicher Rohertrag**	**440.583 €**	**661.338 €**	**734.104 €**	**436.452 €**	**388.418 €**	**336.875 €**	**321.677 €**	**275.325 €**
9	Personalkosten	396.624 €	396.253 €	377.974 €	307.151 €	266.686 €	246.051 €	163.067 €	103.061 €
10	Abschreibungen	7.635 €	12.294 €	53.370 €	63.587 €	80.788 €	60.617 €	107.385 €	118.537 €
11	Weitere Kosten	121.800 €	219.784 €	239.497 €	216.820 €	208.723 €	183.677 €	144.760 €	88.033 €
12	**Gesamtkosten**	**526.059 €**	**628.330 €**	**670.841 €**	**587.558 €**	**556.197 €**	**490.345 €**	**415.212 €**	**309.632 €**
13	**ordentliches Betriebsergebnis** (EBITDA)	**- 67.855 €**	**53.645 €**	**145.966 €**	**- 61.947 €**	**55.905 €**	**- 30.832 €**	**9.693 €**	**76.902 €**
14	**Betriebsergebnis** (EBIT)	**- 85.476 €**	**33.008 €**	**63.263 €**	**- 151.106 €**	**- 167.779 €**	**- 153.470 €**	**- 93.535 €**	**- 34.307 €**
15	Neutrales Ergebnis	295 €	1.484 €	19.615 €	13.754 €	128.528 €	- 8.998 €	- 8.791 €	- 6.805 €
16	**Ergebnis vor Steuern**	**- 85.182 €**	**34.492 €**	**82.878 €**	**- 137.352 €**	**- 39.251 €**	**- 162.469 €**	**- 102.327 €**	**- 41.112 €**
17	Ertragsteuern	- €	2 €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
18	**Ergebnis nach Steuern**	**- 85.181 €**	**34.491 €**	**82.878 €**	**- 137.352 €**	**- 39.251 €**	**- 162.469 €**	**- 102.327 €**	**- 41.112 €**

Kunden & Umsatz

Umsatzverteilung im Kundenportfolio

In jedem Jahr machen die zehn größten Kunden zwischen 40 % und 60 % des Gesamtumsatzes aus. Besonders ist, dass einzelne große Krankenkassen in bestimmten Jahren jeweils mehr als ein Viertel des gesamten Jahresumsatzes verantworten. Die Zusammensetzung der Top-10-Kunden variiert von Jahr zu Jahr, was die Dynamik im Kundenportfolio zeigt.

Umsatzhöhe und -entwicklung

Die Jahre 2019 und 2020 waren seit Gründung des Unternehmens mit Abstand die umsatzstärksten Perioden, mit Gesamtumsätzen von fast 800.000 € pro Jahr. Ab 2021 ist ein deutlicher Rückgang zu beobachten, wobei sich die Umsätze ab 2024 wieder leicht stabilisieren. Das Jahr 2025 liegt (Stand Oktober/November) unter dem Niveau der Vorjahre, was auf in den Vorjahren vorweggenommene Umsätze und veränderte Marktbedingungen zurückzuführen ist.

Saisonalität und Planbarkeit

Größere Nachbestellungen von Krankenkassen sind nur schwer planbar und treten unregelmäßig auf. Das erschwert die langfristige Umsatzplanung und macht das Geschäft volatil. Die Auswertung der Umsätze seit 2019 zeigt jedoch, dass die höchsten Umsätze meist im ersten und letzten Quartal erzielt werden. Die Sommermonate Juli und August sind regelmäßig die umsatzschwächsten Perioden.

Bilanz – Aktiva

Bilanz Aktiva	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
SALINGSON GmbH	Ist	Ist	Ist	Ist	Ist	Ist	Ist
A. Anlagevermögen	**150.760 €**	**236.043 €**	**303.838 €**	**328.255 €**	**307.384 €**	**319.790 €**	**225.681 €**
I.Immaterielle Vermögensgegenstände	140.970 €	228.717 €	301.347 €	327.441 €	307.381 €	318.333 €	224.737 €
II.Sachanlagen	9.791 €	7.326 €	2.492 €	814 €	3 €	1.457 €	944 €
III. Finanzanlagen	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
B. Umlaufvermögen	**263.903 €**	**283.101 €**	**194.180 €**	**142.206 €**	**281.393 €**	**157.559 €**	**98.875 €**
I.Vorräte	67.259 €	135.029 €	87.681 €	55.574 €	27.118 €	34.833 €	24.964 €
II.Forderungen aus Lieferung und Leistungen	57.753 €	16.577 €	31.419 €	10.676 €	29.291 €	26.167 €	15.473 €
III. Forderungen ggü. verb. Unternehmen	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
IV. Forderungen gg. Gesellschafter	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
V.Forderungen ggü. dem Finanzamt	55.176 €	83.809 €	47.912 €	58.127 €	43.693 €	44.793 €	34.843 €
VI.sonstige Vermögensgegenstände	7.834 €	202 €	0 €	7.075 €	493 €	636 €	-1.125 €
VII. Wertpapiere	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
VIII. Kasse	0 €	2.213 €	3.000 €	1.000 €	1.116 €	1.022 €	700 €
IX.Bankguthaben	75.881 €	45.271 €	24.168 €	9.753 €	179.683 €	50.108 €	24.020 €
C. Aktive Rechnungsabgrenzungsposten	**1.600 €**	**1.777 €**	**0 €**	**1.302 €**	**0 €**	**2.904 €**	**6.327 €**
Summe Aktiva	**416.263 €**	**520.921 €**	**498.018 €**	**471.763 €**	**588.776 €**	**480.253 €**	**330.883 €**

Bilanz – Passiva

Bilanz Passiva	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
SALINGSON GmbH	Ist	Ist	Ist	Ist	Ist	Ist	Ist
A. Eigenkapital	**20.567 €**	**55.057 €**	**137.936 €**	**584 €**	**161.348 €**	**102.323 €**	**27.592 €**
I.Gezeichnetes Kapital	25.565 €	25.565 €	25.565 €	25.565 €	39.354 €	142.797 €	49.684 €
II. Kapitalrücklage	0 €	0 €	0 €	0 €	186.226 €	186.226 €	279.339 €
III. Gewinnrücklagen	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
IV.Gewinnvortrag/Verlustvortrag	80.183 €	-4.998 €	29.493 €	112.371 €	-24.981 €	-64.232 €	-199.105 €
V. Vorläufiges Jahresergebnis	-85.181 €	34.491 €	82.878 €	-137.352 €	-39.251 €	-162.469 €	-102.327 €
B. Rückstellungen	**29.995 €**	**54.122 €**	**71.422 €**	**63.107 €**	**51.230 €**	**46.730 €**	**15.584 €**
I. Pensionsrückstellungen und ähnliche Verpflichtungen	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
II. Steuerrückstellungen	0 €	0 €	5 €	5 €	5 €	5 €	0 €
III.Sonstige Rückstellungen	29.995 €	54.122 €	71.416 €	63.102 €	51.225 €	46.725 €	15.584 €
C. Verbindlichkeiten	**365.701 €**	**411.742 €**	**288.661 €**	**408.072 €**	**376.198 €**	**331.200 €**	**287.707 €**
I. Anleihen	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
II.Verbindlichkeiten ggü. Kreditinstituten	280.000 €	240.596 €	208.333 €	330.556 €	302.778 €	266.176 €	219.098 €
III.Verbindlichkeiten ggü. Kreditinstituten (Dispo)	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	460 €	0 €
IV. Erhaltene Anzahlungen	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
V.Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	20.035 €	59.701 €	26.163 €	10.588 €	15.315 €	11.440 €	21.413 €
VI. Verbindlichkeiten ggü. Gesellschaftern	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
VII. Verbindlichkeiten ggü. verb. Unternehmen	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
VIII.Verbindlichkeiten ggü. dem Finanzamt	49.784 €	75.086 €	45.837 €	58.604 €	43.747 €	42.291 €	43.308 €
IX.Sonstige Verbindlichkeiten	15.882 €	36.358 €	8.327 €	8.324 €	14.358 €	10.833 €	3.889 €
D.Passive Rechnungsabgrenzungsposten	**0 €**	**0 €**	**0 €**	**0 €**	**0 €**	**0 €**	**0 €**
Summe Passiva	**416.263 €**	**520.921 €**	**498.018 €**	**471.763 €**	**588.776 €**	**480.253 €**	**330.883 €**

05

Prozessablauf

Wie geht’s weiter?

Transaktionsprozess

Meeting

oder Videocall mit Geschäftsführung

Due Dilligence

Datenraum zur systematischen Prüfung

Interesse

an strategischer Beteiligung oder Übernahme – Vertraulichkeitserklärung (NDA) wird geschlossen

Absichtserklärung

Letter of Intent (LOI) zur Vorbereitung der nächsten Schritte

Vertrag

für Investititon oder Übernahme

Herzlichen Dank für Ihr Interesse!

Bei fortbestehendem Kaufinteresse wird eine Vertraulichkeitserklärung unterzeichnet und im nächsten Schritt ein Meeting zwischen Ihnen und der Geschäftsführung und weiteren Gesellschaftern geplant.

Anschließend wird in einer Absichtserklärung das beidseitige Interesse formuliert.

Darauf folgend wird dem Interessenten Zugang zum Datenraum gewährt, mit dem eine vollumfängliche Due Diligence möglich ist.

06

Ansprechpartner

Jetzt Interesse bekunden ...

Ansprechpartner

Michael Brenner
Consultant

✉️ brenner@fbs-management.de

☎️ +49 171 753 87 28

ℹ️ **Zur Wahrung der Vertraulichkeit erfolgt Ihre Interessensbekundung an Herrn Brenner.
Er wird mit Ihnen die nächsten Schritte besprechen und einen Kontakt zum Unternehmen herstellen.**

Haftungsausschluss – Disclaimer

Die Informationen dieser Präsentation stellen ein Angebot zum Kauf bzw. eine Aufforderung zur Abgabe eines Angebotes zum Kauf des herausgebenden Unternehmens dar.

Deutscher Rechtsrahmen

Die in dieser Präsentation enthaltenen Informationen richten sich ausschließlich an Personen oder Institutionen, die ihren Wohn- bzw. Geschäftssitz in Deutschland haben. Nur diesen Interessenten ist der Zugriff auf die nachfolgenden Informationen gestattet. Die Einstellung dieser Informationen ins Internet stellt kein Angebot an Personen oder Institutionen mit Wohn- bzw. Geschäftssitz in anderen Ländern, insbesondere in den Vereinigten Staaten von Amerika, Großbritannien und Nordirland, Kanada und Japan dar. Die Unternehmensanteile der herausgebenden Gesellschaft werden ausschließlich in der Bundesrepublik Deutschland zum Kauf angeboten. Die in dieser Präsentation enthaltenen Informationen dürfen in anderen Rechtsordnungen nur in Einklang mit den dort geltenden Rechtsvorschriften verteilt werden und Personen oder Institutionen, die in Besitz dieser Informationen gelangen, haben sich über die dort geltenden Rechtsvorschriften zu informieren und diese zu befolgen. Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr.

Alle Angaben ohne Gewähr

Die Herausgeberin dieser Präsentation übernimmt keine Gewähr für Vollständigkeit und Richtigkeit. Auch wenn die Inhalte mit größtmöglicher Sorgfalt und nach bestem Gewissen erstellt wurden, wird eine Haftung hierfür ausgeschlossen. Sollte die Herausgeberin zur Kenntnis gelangen, dass Inhalte fremde Rechte verletzten, werden diese unverzüglich in einer neuen Version entfernt.

Vertraulichkeit

Diese Präsentation enthält streng vertrauliche Informationen. Sie sind nur für den jeweiligen Adressaten bestimmt und dürfen nicht ohne vorherige Zustimmung der Herausgeberin verbreitet werden. Bitte löschen Sie sie und informieren Sie die Herausgeberin, wenn Sie nicht die richtige Adressatin oder der richtige Adressat sind. Eine Kopie oder Weiterleitung ist in diesem Fall ebenfalls nicht gestattet. Eine rechtliche Verbindlichkeit der Aussagen aus der vorliegenden Präsentation entfaltet Ihnen gegenüber keine Wirkung.