

Exposée
für
ÜbernehmerInnen
Goldschmiede in Hamburg

Basics:

Angeboten wird ein 1997 gegründetes, inhabergeführtes Einzelunternehmen im Goldschmiedehandwerk in zentraler Lage in Hamburg.

Das Unternehmen soll zwischen Januar und Juni 2027 aus Altersgründen verkauft werden.

Lage:

Seit seiner Gründung 1997 befindet sich die Goldschmiede im Herzen eines Viertels, das geprägt ist durch kulturelle Einrichtungen und ein großes Spektrum an hochwertiger Gastronomie.

Das Viertel hat sich in den vergangenen Jahren strukturell verändert, da immer mehr wohlhabende Singles und Paare sowie junge Familien eingezogen sind.

Die Goldschmiede hat sich in den fast 30 Jahren ihres Bestehens den Ruf erarbeitet, ein hohes Niveau an Beratungskompetenz, individuellen Entwürfen, perfekter handwerklicher Ausführung und maximaler Kundenorientierung zu bieten.

Das Unternehmen:

Als klassischer Handwerksbetrieb bietet die Goldschmiede Reparaturen, Umarbeitungen und Neuanfertigungen im mittleren bis hochpreisigen Segment an. Die fertigen Schmuckstücke stammen alle aus eigener Produktion oder von spezialisierten Herstellern aus Deutschland. Circa 80 % des Umsatzes werden mit Verlobungs-, Vorsteck- und Trauringen erzielt. Das übrige Sortiment stellt vor allem „Begleitschmuck“ zur Hochzeit wie Ketten, Armbänder, Ohrringe oder Manschettenknöpfe oder Schmuck zu Jahrestagen, zur Geburt von Kindern etc. dar.

In der Vergangenheit bestand das Team aus bis zu 8 Mitarbeitern. Es hat sich aber gezeigt, dass eine kleinere Teamgröße wesentlich effektiver arbeitet. Durch langjährige Kooperation mit spezialisierten Produzenten und Dienstleistern meist aus Hamburg kann das Atelier gut von 1-2 Personen geführt werden, ohne die Produktpalette, die Qualität oder den Umsatz einschränken zu müssen. Aktuell arbeitet neben dem Inhaber noch eine Mitarbeiterin in Teilzeit. Diese erfüllt Aufgaben in der Verwaltung und Logistik. Da sie schon über 70 Jahre alt ist, beabsichtigt sie, bei einem Eigentümerwechsel in Rente zu gehen.

Der Auftragsablauf von der Terminvereinbarung über die Beratung, Kalkulation, Fertigung oder Bestellung bis hin zur Warenabgabe ist standardisiert und dokumentiert, so dass jeder Mitarbeitende sich leicht einarbeiten kann bzw. eine gute Anleitung hat, um selbständig im Kundenkontakt arbeiten zu können. Deshalb ist der Kundenkontakt nicht auf den jetzigen Inhaber fokussiert, sondern kann leicht von Angestellten oder Nachfolgern ausgeübt werden. Entscheidendes Kriterium für das Gelingen des Kundenkontaktes sind die intensive Kundenorientierung und Offenheit für die individuellen Wünsche der jeweiligen Person.

In den Corona-Zeiten haben die meisten Kunden erkannt, dass es sinnvoll ist, im Vorhinein einen Termin zu vereinbaren, um längere Wartezeiten zu vermeiden. Dies wird von den meisten Kunden nicht nur akzeptiert, sondern sehr geschätzt, weil sie wissen, dass sie bei einem vereinbarten Termin die ungeteilte Aufmerksamkeit des Mitarbeiters haben. Durch das System der Terminvereinbarung ist der Tagesablauf sehr gut planbar. Die regulären Öffnungszeiten konnten eingeschränkt werden. Außerhalb dieser Präsenzzeiten können Kunden individuelle Termine vereinbaren, wenn dies notwendig ist.

Zielgruppe:

Die größte Zielgruppe stellen gutsituierte Singles und Paare zwischen Ende 20 bis Mitte 40 mit akademischer Bildung dar. Diese Kunden sind nicht auf Marken fixiert, sondern suchen individuell angefertigte Schmuckstücke, die sie sich selbst oder einem lieben Menschen schenken. Deshalb sind eine kompetente Beratung und eine sehr individuelle Gestaltung der Schlüssel zu guten Auftragsabschlüssen.

Neben der starken Kundenorientierung stellt die klare Ausrichtung auf Nachhaltigkeit ein Alleinstellungsmerkmal der Goldschmiede dar. Hier hat das Unternehmen schon in den 1990er Jahren eine deutliche Vorreiterrolle eingenommen.

Die meisten Kunden kommen zur "Marke" und nicht zum Inhaber als Person. Dies wurde in der Vergangenheit oft genug sichtbar: auch wenn der Inhaber im Urlaub oder wegen Fortbildung abwesend war, wurden die Kunden im Sinne der Marke von den Mitarbeitenden beraten; Aufträge wurden im gleichen Umfang erteilt und ausgeführt.

Speziell im Verlobungsring- und Trauringsegment hat sich diese Konstante gut etablieren können, da alle Mitarbeitenden gut eingearbeitet waren, kompetent beraten konnten, ihnen immer eine große Auswahl an Musterringen zur Verfügung stand und weil auch alle Abläufe durch Auftragsvordrucke und Infomaterial standardisiert sind.

Unabhängig von der Mitarbeiterzahl oder der Anwesenheit des Inhabers blieb der Umsatz stabil. Dies belegt, daß der Kundenstamm auch ohne den Inhaber werthaltig ist.

Wirtschaftliche Situation:

Das Unternehmen ist frei von finanziellen Belastungen und Verpflichtungen. Die Bank- und Edelmetallkonten wurden immer auf Guthabenbasis geführt. Die "Marke" genießt wegen ihrer guten Zahlungsmoral eine hohe Bonität bei Lieferanten, Dienstleistern und anderen Vertragspartnern.

Das Unternehmen hat auch wirtschaftlich schwierige Zeiten wie die Finanzkrise 2008, die Corona-Pandemie, den Ukrainekrieg und die darauffolgende Inflation ohne wirtschaftliche Einbußen nicht nur überstanden, sondern konnte zum Teil sogar Umsatzzuwächse verzeichnen.

Es besteht ein Mietvertrag bis Juni 2027, der vom Vermieter gerne verlängert wird, da dieser an langfristigen Mietverhältnissen interessiert ist. Es ist eine Mietstaffel von 40€ pro Jahr vereinbart.

Die Geschäftsräume bestehen aus einem klassischen Ladenlokal (ca. 60qm) sowie einer ehemaligen Wohnung (ca. 50qm), für die eine Nutzungsgenehmigung für Gewerbe vorliegt, und einem Kellerraum. Aktuell ist ein Raum als Büro untervermietet. Dieser Raum stellt eine Expansionsreserve dar und kann bei Bedarf vom Schmuckatelier genutzt werden.

Die Internetpräsenz wird laufend aktualisiert und optimiert und gute, authentische Google-Bewertungen schaffen Vertrauen bei den Kunden. Neben dem Internetauftritt schaltet die Marke keine Werbung. Die meisten Neukunden kommen auf Empfehlung von Bestandskunden. Deshalb regeneriert sich der Kundenstamm immer wieder neu und garantiert die Vitalität des Unternehmens. Bei Einsatz von social-media und anderen modernen Werbekonzepten kann die Reichweite erheblich gesteigert werden.

Ein ergänzender Online-Shop wäre ein weiterer Verkaufskanal.

Das gute Image der Marke wird sicherlich noch einige Jahre positiv für das Unternehmen nachwirken. In dieser Zeit kann sich ein/e Nachfolger/in selbst eine eigene oder ähnliche Reputation aufbauen, sei es über das Engagement in der Innung, die Qualifikation in Spezialgebieten oder durch andere Formen der Vertrauensbildung in Bezug auf die Kunden.

Ausstattung:

Der Ausstellungs- und Verkaufsraum ist mit 16 Vitrinen und 3 Beratungstischen ausgestattet. Die Werkstatt bietet Platz für 5 Goldschmiede, es gibt ein Laserschweißgerät und einen separaten Schmelz- und Polierraum, in dem alle Arbeiten ausgeführt werden können, bei denen Schmutz oder Geruchsbelästigung entsteht.

Das Büro bietet 3 Arbeitsplätze und viel Stauraum für Materialien und Akten.

Zwei große Tresore mit guter Sicherheitsklasse bieten Raum für sämtliche Schmuckstücke und Materialien sowie für wichtige Dokumente.

Außer der voll ausgestatteten Küche gibt es drei WC's und eine Badewanne.

Ein Flur zum Treppenhaus wird als Akten- und Materiallager genutzt. Ein ca. 30qm großer Kellerraum bietet zudem weiteren Platz für alte Akten, Dekorationsmaterial etc.

Sicherheit:

Die Geschäftsräume sind mit einer hochwertigen, stets gewarteten und aktualisierten Alarmanlage bzw. technischen Sicherungen versehen. Zusätzlich bieten die ständige Polizeipräsenz (24/7) in der Straße und eine intakte Nachbarschaft eine gute Prävention gegen Einbruch/Diebstahl/Überfall.

In den vergangenen 29 Jahren gab es lediglich einen Trickdiebstahl – sonst gab es keinerlei Schäden durch kriminelle Aktionen zu beklagen.

Was soll verkauft werden?

- Die Marke mit sämtlichen Rechten an Namen und Logo, die Homepage, Geschäftspapiere, sämtliche Kontaktdaten zu Kunden (nach DSGVO Einverständnis der Kunden vorausgesetzt), Lieferanten, Dienstleistern und sonstigen Vertragspartnern.
- Ein nachwachsender, potenter, kauffreudiger, junger oder junggebliebener Kundenstamm.
- Die Einrichtung von Verkaufsraum, Werkstatt, Büros, Küche, Lager und Keller.

Optional:

- Edelmetalle, Edelsteine, fertiger Schmuck und Furnituren können erworben, in Kommission genommen oder abgelehnt werden.

Kaufpreis:

Der Wert des Unternehmens wurde von drei Experten – unabhängig voneinander und nach verschiedenen Bewertungsmethoden – auf ca. 150.000 € geschätzt.

Detailliertes Zahlenmaterial kann nach ersten Gesprächen und der Unterzeichnung einer Vertraulichkeitsvereinbarung selbstverständlich zur Verfügung gestellt werden.

Letzter Jahresumsatz:

400 - 500 Tsd. Euro

Umsatzrentabilität:

15 - 20%

Anforderungen an den/die Nachfolger/innen:

Gesucht werden eine oder mehrere **fachlich qualifizierte Persönlichkeit/en** (Goldschmiedmeister/in, erfahrene/r Geselle/in, oder Schmuckdesigner/in) mit **handwerklichem Geschick** und **Freude am direkten Kundenkontakt**, die das traditionelle Handwerk mit **modernen Impulsen** fortführen möchte/n.

Vorteile für die Nachfolger/innen:

- **Sofort startbereit:** komplette Werkstatt-, Laden- und Büroausstattung werden übergeben.
- **Gleitender Übergang:** Der jetzige Inhaber steht auf Wunsch für eine fundierte Einarbeitungsphase und persönliche Kundenübergabe zur Verfügung.
- **Entwicklungspotential:** Die Digitalisierung (Online-Marketing, Social-Media, eigener Webshop) wurde bisher kaum ausgeschöpft und bietet erhebliche Wachstumschancen für den/die Nachfolger/innen.
- **Förderfähig:** der Betrieb erfüllt die Voraussetzungen für die Hamburger Meistergründungsprämie sowie für Förderprogramme der IFB Hamburg und anderer Institutionen.
- **Finanzierungsmodell:** ein potentieller Investor steht bereit.
- **Breite Basis** sowohl für traditionelles Handwerk als auch moderne Impulse und eigene Gestaltung.