



holzkasperle.

# Unsere Geschichte

Wir sind junge Väter und wollten zu unserem bestehenden Onlineshop, in einer anderen Branche, einen weiteren mit Holzspielzeug aufbauen.

Da unser Hauptshop in den letzten zwei Jahren enorm an Fahrt aufgenommen hat und uns zeitlich keinen Freiraum ermöglicht, haben wir uns dazu entschlossen Holzkasperle abzugeben.

Uns ist der Leitspruch #nodisplaysforkids (Kinder weg von mobilen Geräten bzw. Displays und hin zu Holzspielzeug) sehr wichtig und hoffen, dass der zukünftige Betreiber diese Werte teilt.



# Der Überblick

- ▶ Wir sind auf der Suche nach einem Nachfolger für unseren mit Herzblut aufgebauten Onlineshop für Holzspielzeug. Wir verkaufen das Projekt, da wir uns zeitlich auf unser Hauptgeschäft fokussieren müssen.
- ▶ **Zum Verkauf steht**
  - Aktueller Warenbestand ca. 16.000,00 €/netto
  - zwei Top-Domains holzkasperle.de und holzspielsachen24.de (seit 2007 aktiv)
  - Prägante Marke inkl. Logo-Design & Styleguide
  - Kompletter Design Relaunch in 2021 erfolgt
  - SEO optimierter Onlineshop auf Shopware 5.6.6
  - Bereits Umsätze vorhanden von ca. durchschnittlich 8.000 € vorhanden
  - Bei einem Rohertrag von ca. 2.800 €
  - Viele Kontakte zu Händlern

# Warum Holzkasperle.de /Holzspielsachen24.de?

- ▶ Trend zu nachhaltigen Produkten ungebrochen
- ▶ Das Thema nachhaltiges Spielzeug ist zukunftssicher.
- ▶ Insgesamt gaben Verbraucherinnen in Deutschland in 2022 rund € 150 Mio. für Holzspielwaren aus.
- ▶ Das Geschäft kann sowohl als Quereinsteiger, als auch als Erweiterung des bestehenden Geschäftes genutzt werden.
- ▶ Eine Einarbeitung in das bestehende System wird zugesichert.
- ▶ Der Verkauf soll in Form eines Asset Deals erfolgen.

# Zusammenfassung

## 1. Worum handelt es sich bei holzkasperle.de

- ▶ Die HLMH Vertrieb UG betreibt diverse Onlineshops in verschiedenen Branchen. Die Domains Holzkasperle.de und holzspielzeug24.de sind im Jahr 2017 zu unserem Portfolio hinzugekommen und wurden durch eine moderne Infrastruktur „rebranded“. Hier wird vor allem der klassische Handel mit Holzspielzeug bekannter und kleinerer Marken betrieben.

## 2. Was macht holzkasperle.de besonders

- ▶ Holzkasperle bietet ein sowohl breites als auch tiefes Produktspektrum an. (ca. 1.000 Artikel sind live). Es handelt sich hierbei um Großhandelsware und Markenware. Kunden können sich die Artikel über den beiden Online-Shops (Shopware 5.6.6) einfach bestellen. Die Infrastruktur ist bereit zur weiteren Skalierung.

## 3. Was ist der Grund für strategische Maßnahmen?

- ▶ Die gesteckten Ziele seit dem Relaunch konnten aus zeitlichen Gründen nicht erreicht werden. Ein wesentlicher Grund waren private Gründe und große Herausforderungen in einem unserer anderen Projekte. In der Konsequenz konnten notwendige Prozesse (bspw. SEO/Ausbau Marktplätze) bisher nicht angegangen werden.

# Die wichtigsten Kennzahlen auf einen Blick

- ▶ Gründung: 2013 Gründung der HLMH Vertrieb UG –
- ▶ Sitz der Gesellschaft: 12277 Berlin
- ▶ Launch der Domains 2007
- ▶ Relaunch: Juni 2020 Go-Live [www.holzkasperle.de](http://www.holzkasperle.de) + Umleitung: holzspielsachen24.de
- ▶ Umsatz (netto): '20/'21/'22/'23 in €: 2300/6200/8900/6250 (100% über eigene Website)
- ▶ Rohertrag: '20/'21/'22/'23 in €: 614,05 / 2.393,09/4.627,46/2.830,31
- ▶ Ø Warenkorbwert 2022: 21,55€ (brutto)
- ▶ Anzahl Bestellungen / Jahr: 160 - 200
- ▶ Besucher Shop 2023: 22k Besucher
- ▶ Conv.-Rate 2023 : 2,08%
- ▶ Retourenquote 2023 YTD: 0,5%
- ▶ Umsatzverteilung: Inland 100%
- ▶ Lagerwert 01/2024: ca. 16.000 €
- ▶ Personal: nach Bedarf aus einem anderem Projekt eine Person abgezogen

# Holzkasperle hat sich bis jetzt primär auf den eigenen Online-Shop konzentriert



- ▶ Fokussierung auf den primären Absatzkanal (eigener Online-Shop)
- ▶ Hoheit über Kundendaten.
- ▶ Hervorragende Infrastruktur (Shopware) wurde geschaffen, großes Potenzial für weitere Skalierung.
- ▶ Die Lagerhaltung, die Gestaltung und das Fulfillment (die eigenen Kernkompetenzen) haben wir sehr gut durch Prozesse standardisiert
- ▶ Es besteht nach wie vor erheblicher Rückenwind für den Handel im Internet.
- ▶ Gute Grundlage in der organischen Suche stetig steigend



- ▶ Noch größere Potenziale liegen brach
- ▶ Aktuell gelingt es weder auf Dritten-Marktplätzen noch im eigenen Online-Shop die Potenziale voll zu nutzen.
- ▶ Die grundsätzliche Infrastruktur, um weitere Marktplätze zu erschließen, besteht. Der Aufwand, um die zusätzlichen Absatzkanäle richtig zu bewirtschaften, ist jedoch nicht zu vernachlässigen und erfordert eine konsequente Umsetzung.
- ▶ Der Handel im Internet wird zunehmend “reifer”, Rankings in den jeweiligen Kategorien bzw. bei den jeweiligen “Keywords” werden immer mehr gefestigt → Eine nachträgliche Penetration erfordert eine starke Optimierung.
- ▶ Unsere Lieferanten zeigen noch viel Potenzial. So kann das Produktsortiment in Zukunft deutlich ausgebaut werden.

# Marktplätze

- ▶ Bisher wurde keine Marktplatzanbindung hergestellt - hierin befindet sich viel Potential



Amazon - Der Amazon Marketplace ist ein Online-Shopping-Netzwerk, das in Amazon.de integriert ist. Über die Plattform können Drittanbieter neue oder gebrauchte Produkte auflisten und direkt an die Kunden von Amazon verkaufen. Der Marketplace verkauft 4000 Produkte pro Minute. Dank der vielen 3P-Verkäufer steht den Kunden eine große Auswahl an Produkten zur Verfügung.



Otto - ca. 50 Mio. Besucher pro Monat in DE Im Otto-Konzern zählt das eigene Online-Geschäft als eine klare strategische Ausrichtung zur weiteren Entwicklung. Gerade der stark wachsende Online-Marktplatz bietet für viele Händler große Chancen. Aufgrund der noch relativ niedrigen Händlerdichte ist die Werbung auf diesem Absatzkanal noch verhältnismäßig günstig.



eBay - ca. 200 Mio. Besucher pro Monat in DE Auch wenn eBay nicht mehr so präsent ist in den meisten Köpfen wie noch zu Beginn des eCommerce-Zeitalters, zählt eBay nach wie vor zu den größten Marktplätzen (Rang 2).



Kaufland - 30 Mio. Besucher pro Monat in DE Ähnlich wie Otto ist dieser Vertriebskanal noch von wenigen Händlern genutzt. Kaufland ermöglicht ebenfalls das Schalten von Werbung, die Klick-Kosten sind hier auch noch sehr gering. Die Anbindung an den bestehenden Shopware-Shop und auch das Fulfillment erfordert keinen nennenswerten finanziellen Mehraufwand.

# Google Werbung & Social Media ist bislang kein Thema

- ▶ Mit Google Werbung können Kunden zielgerichtet angesprochen werden Im Gegensatz zu anderen Werbekanälen wie (Social Media, Fernsehen, Print) können Kunden nach wie vor sehr spezifisch adressiert werden. Gibt der Kunde einen Suchbegriff ein, können genau auf diesen Suchbegriff die eigenen passenden Produkte ausgespielt werden.
  - ▶ Social Media Marketing hat viele Gesichter. Je nach Zielausrichtung kann es kommunikationspolitische, absatzpolitische oder auch produktpolitische Aufgaben übernehmen. Im Groben lassen sich vier große Wirkungsfelder ausmachen. In Summe zahlen diese vor allem auf die (Online-)Reputation eines Unternehmens ein und tragen maßgeblich zum Vertrauens- und Imageaufbau bei.
- ▶ Bisher wurde kein Cent in Werbebudget gesteckt

# Das Shopsystem



- ▶ Shopware ist eines der meistgenutzten Shopsysteme und beinhaltet ein integriertes ERP-System (Pickware).
- ▶ Steuerlich ist das System auf der sicheren Seite. Mit dem DATEV-Plugin wird alles direkt richtig an Ihren Steuerberater weitergeleitet.
- ▶ Es ist nicht Notwendig manuelle Bestellungen zu erstellen
  - ▶ Automatisierte Erstellung von Versandetiketten, Lieferscheine und Rechnungen.
- ▶ Es sind diverse Plugins bereits installiert – diese sind in Kaufpreis enthalten.
- ▶ Auch lassen sich Erweiterungen kinderleicht im Shopware-Store kaufen und installieren.
- ▶ Insgesamt wurden ca. 6000€ in Plugins investiert.
- ▶ Derzeit gibt es eine „Silversubscription“ von Shopware (828,00 €/netto/Jahr).

## Server / E-Mail

- ▶ Der Server liegt aktuell bei Hetzner in der Cloud (ca. 60€/Monat), sodass hier immer genug Leistung vorhanden ist.
- ▶ Der Mailaccount liegt derzeit bei Amazon AWS – um einen möglichst hohen Trustfaktor der E-Mailprovider zu erschaffen.
- ▶ Dies kann natürlich nach Ihren Wünschen abgeändert werden.

# SEO

- ▶ Das SEO Konzept wurde mit Relaunch im Herbst 2020 komplett neu überarbeitet
- ▶ Alle Texte wurde professionell gebriefft und durch SEO Texter ausgearbeitet
- ▶ Bilder wurden überarbeitet
- ▶ META Tags wurden generalüberholt □
- ▶ Die Entwicklung ist seit Relaunch sehr positiv, Tendenz steigend



# SEO

- ▶ Durch die Erweiterung von suchmaschinenoptimierten Texten konnten zahlreiche, neue organische Suchbegriffe aufgebaut werden
- ▶ Die Rankings lassen einen deutlich, positiven Trend erkennen
- ▶ Das „Fundament“ ist gesetzt, ein weiterer Ausbau von Texten und auch Linkaufbau wird für weiteren Aufwind sorgen



# Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme

Mail: [info@holzkasperle.de](mailto:info@holzkasperle.de)

Telefon: 030 / 47 05 73 13



holzkasperle.