Projekt „Möbel & Wohnaccessoires“ (M&WA)

„Fire Sale“ wg. Insolvenz • etablierter Webshop mit attraktivem Produktsortiment • Rohertragsquote ca. 35% • über 25.000 Kundenadressen

veritas-consult

Unternehmen & Geschäftsmodell

- Das Unternehmen wurde vom Unternehmer **vor über 10 Jahren gegründet**. Aufgrund von **einem SEO-/SEA-bedingtem Umsatzeinbruch und viel zu hohen Personal- und Fixkostenstrukturen sowie** (s. u.) musste der Unternehmer Anfang Oktober Insolvenz anmelden. **Die Geschäftstätigkeit soll zum 30. November eingestellt werden.**
- Über den eigenen Webshop werden **Möbel** (auch Gartenmöbel)**, Leuchten und Accessoires für ein gehobenes Wohnambiente** vertrieben.
- Das Geschäft kann **standortunabhängig** mit einem **Lagerflächenbedarf von ca. 300 m²** geführt werden. Ca. 30% der Auslieferungen erfolgen direkt mittels drop-shipping.

Marketing & Vertrieb

- Der Vertrieb erfolgt bisher **ausschließlich über den eigenen Webshop**, wobei **ca. 46%** des Umsatzes **organisch** (SEA/SEO und Newsletter) generiert werden. Der restliche Umsatz wird über Google Shopping, Idealo und Affiliate Marketing (Adcell) vermittelt.
- Durch die **Auslagerung von SEO** zu einer Onlinemarketingagentur und die **völlig missglückte SEA-Strategie einer neuen SEA-Agentur ab Juni** (zuvor Ø 78k Klicks/Monat und 18 ct CPC, ab Juni Ø 22k Klicks/Monat und 36 ct CPC) kam es zum **massiven Umsatzeinbruch** ab Juni diesen Jahres **in Höhe von ca. -46% bis -69%** ggü. Vorjahresmonaten.

Rentabilität

- Die Rentabilität hat bereits in den letzten Jahren (EBIT* 2019: -2 T€, 2020: 68 T€) unter den teilweise **ausufernden Affiliate-Marketingkosten** (teilw. 18% vom Umsatz) und **viel zu hohen Personalkosten- (!5 Vollzeit-Mitarbeiter! 18 T€ PK im Monat!)** sowie Fixkostenstrukturen (31 T€/Jahr Lizenzkosten, 18 T€ Wartungskosten, etc.) gelitten.
- Mit **branchenüblichen Kostenstrukturen** (Inhaber + 1-2 Fulfillmentkräfte) und einer effizienten SEA-/SEO-Strategie hätte bei der hohen Rohmarge (s. u.) eine **Umsatzrentabilität v. 10%-15%** erzielt werden müssen. Diese sollte daher kurzfristig erzielbar sein.
- Selbst bei Annahme eines langsam wieder hochfahrenden Umsatzes nach Geschäftswiederaufnahme erscheint **kurzfristig ein Ergebnis* um 100 T€/Jahr** realisierbar.

Investment-Highlights

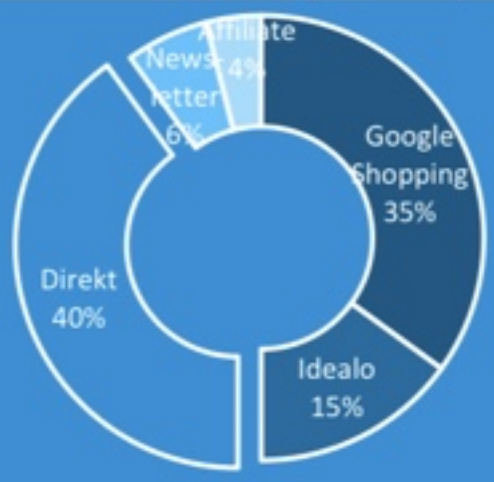
- **Etablierte Kundenbasis:** 4.550 Bestellungen in 2020 (3.200 YTD 2021) mit einem durchschnittlichen Warenkorbwert (WKW) von 432 € in 2021 (342 € YTD 2021) und ca. 20% Stammkundenanteil am Umsatz bieten eine solide und ausbaubare Umsatzbasis.
- **Großes Direktmarketingpotenzial:** 40% eigener Webshopdirektumsatz, 14% Webshopbesuche durch direkte URL-Eingabe (Bookmarks), über 25.500 Kundenanschriften und ca. 15.200 Newsletter-Opt-ins bieten erhebliches Direktmarketingpotenzial.
- **Profitables Produktsortiment:** Vorrangig werden hochwertige Produkte vertrieben, die eine hohe Rohmarge (38% in 2019, 34% in 2020; dieses Jahr durch Abverkauf nur 27%) ermöglichen. Abzüglich branchenüblicher 12%-15% Marketing- und Fulfillmentkosten verbleiben somit 20%-22% DB-2. Die Retourenquote liegt bei 5,47% (letzte 12 Monate).
- **Attraktive Geschäftsperspektiven selbst bei konservativer Planung:** Das Sortiment passt perfekt zu aktuellen urbanen Wohntrends (Bsp. Cocooning, Hyggelig), sodass bei Geschäftswiederaufnahme ein Umsatzniveau um 1 Mio. €/Jahr mit entsprechenden SEA- und Direktmarketingmaßnahmen bei vorsichtiger Planung erreichbar sein sollte.

Transaktion

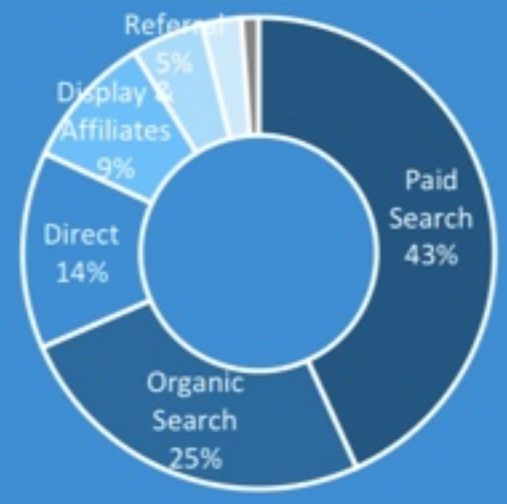
- Sofortige Übernahme aller Einzelwirtschaftsgüter im Rahmen eines Asset-Deals.
- Die Transaktion beinhaltet alle Rechte und Umfänge zum Betrieb des Webshops.
- Der Verkäufer steht dem Erwerber in begrenztem Umfang zur Verfügung.
- M&WA wird von uns **als Sofortverkauf** mit **63 T€ zzgl. Warenbestand** bewertet.

* Ergebnis im Sinne eines Unternehmerlohnes vor Steuern

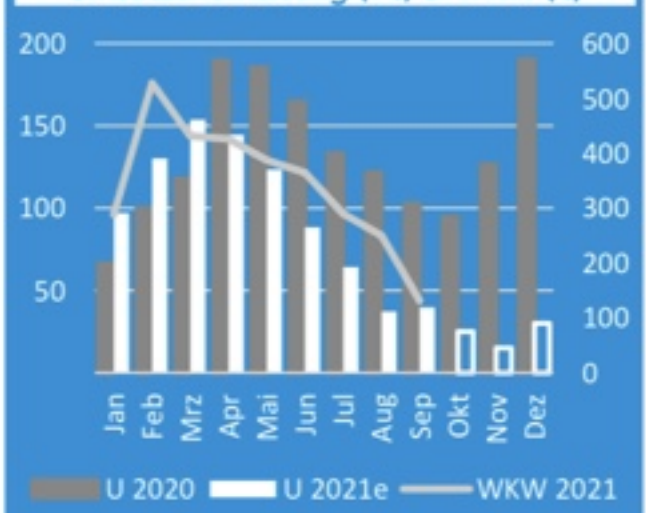
Umsatz nach Auftragsherkunft (ca.)



Webshop-Akquisitionen 2019-2021



Umsatzentwicklung (T€) & WKW (€)



Rentabilitätsentwicklung (in T€)

