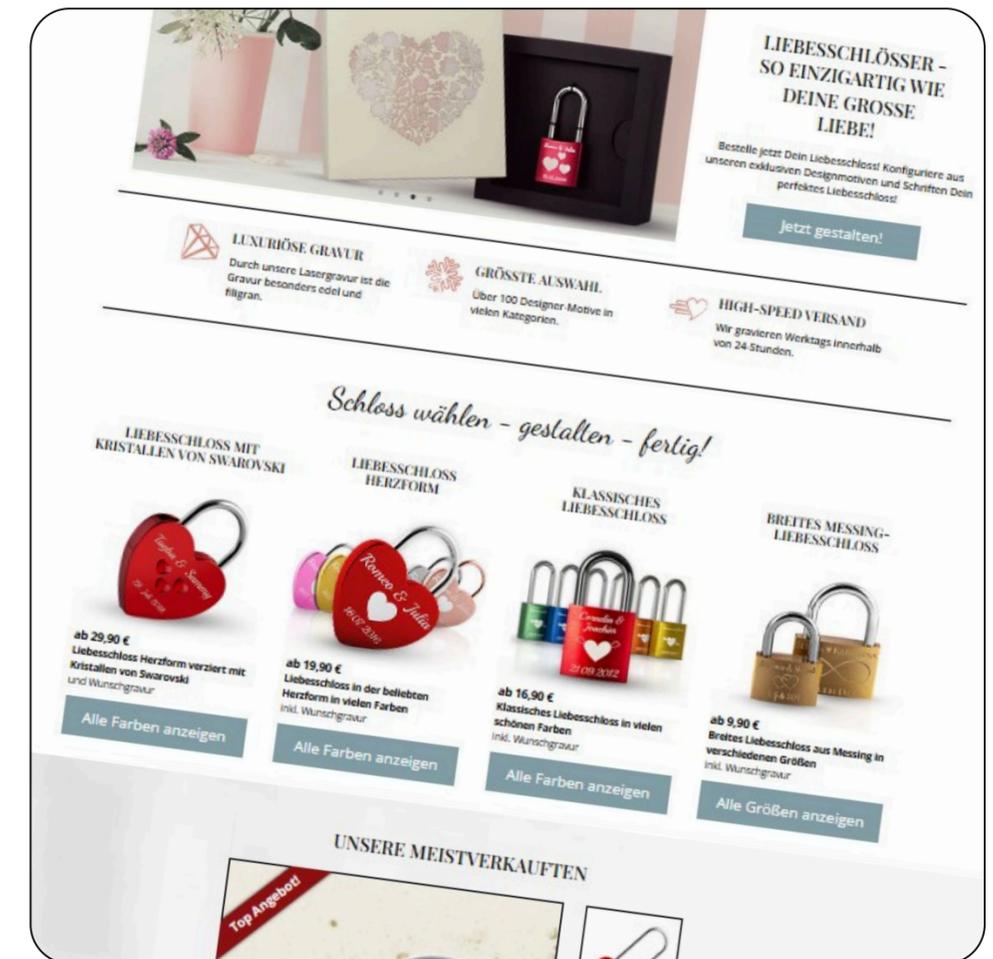
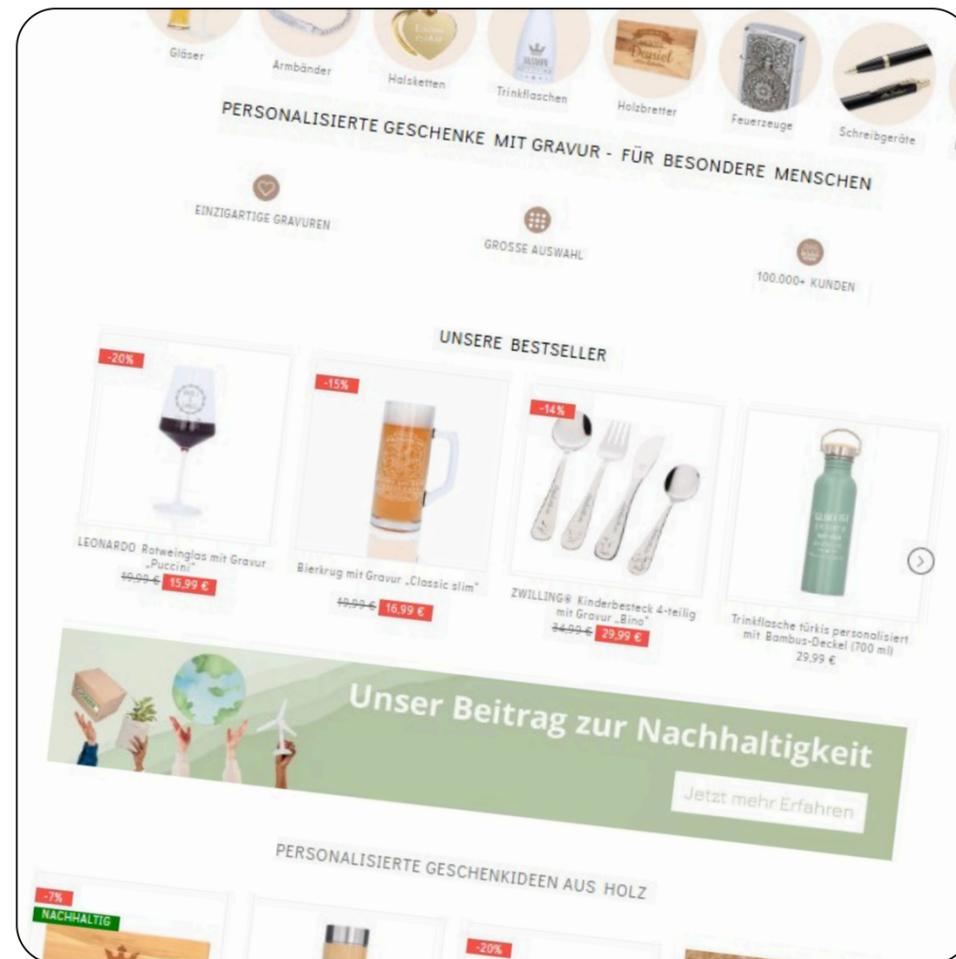


Information memorandum

Lovegoals GmbH
Stand Februar 2025

HAUS  DER UNIKATE

 LIEBESSCHLOSS-DESIGNER.de



Inhalt

| | |
|-----------------------------|----|
| Das Unternehmen | 3 |
| Kennzahlen (KPIs) | 4 |
| Der Übernahmegegenstand | 5 |
| Technik und Personal | 6 |
| Sortiment und Einkauf | 7 |
| Die Marktsituation | 8 |
| Marketingkanäle | 9 |
| Besuchersituation | 10 |
| Umsatzsituation | 11 |
| Finanzielle Situation | 12 |
| Potenziale des Unternehmens | 13 |
| Kaufpreisfindung | 14 |

Das Unternehmen

- Die Plattform wurde 2018 gegründet mit einem Fokus auf gravierte und personalisierte Geschenkartikel. Die Hauptplattformen sind die Websites sowie der Vertrieb über Amazon.
- Die Shops “Haus der Unikate” und “Liebesschloss-Designer” haben sich auf personalisierte Geschenkartikel spezialisiert. Zum aktuellen Zeitpunkt werden über 1.000 verschiedene Artikel geführt.
- 2024 wurde das Produktsortiment im Webshop und Amazon erfolgreich erweitert.
- Es bestehen weitere, einfache Möglichkeiten der Skalierung mit einem Ausbau auf Amazon und den Webshops, aber auch Etsy, Ebay und andere Marktplätze bieten großes Potenzial.
- Weiterhin bieten Social Media sowie die Internationalisierung der Marken große Wachstumsmöglichkeiten.
- Auch ein Ausbau des Geschäftsmodells auf den B2B-Markt ist interessant und lukrativ, sowie neue Vertriebsmöglichkeiten wie Abo-Modelle oder Bundles.

Kennzahlen (KPIs)

- 4 Gesellschafter: Manuel Götz (40%), Andy Glaser (40%), Caroline Gräßer (10%), Dennis Heller (10%)
- 2 Geschäftsführer: Dennis Heller (Vollzeit Marketing/Vertrieb), Caroline Gräßer (Minijob Produktion)
- Es sind keine weiteren Mitarbeiter derzeit im Unternehmen beschäftigt
- Umsatz (Netto) 2024: 223.000 €
- EBITDA 2024, **nach** Unternehmergehalt: EUR 2.478.-
- Warenkorbwert (Netto) 2024 (Webshop): 38,30 € Netto
- Anzahl Bestellungen 2024: ca. 4700 Webshop / ca. 1330 über Amazon / ca. 200 über Etsy
- Wiederkäufer-Quote (Webshop): ca. 24 %
- Anzahl Produkte im Shop: ca. 1.000
- Sämtliche Texte und Bilder sind Unique Content
- Anzahl Kunden in der Datenbank gesamt: ca. 134.000
- Besucher (Webshops) 2024: ca. 110.000
- Conversion-Rate: 4,12 %
- Rücksendequote: 0 %
- Werbekostenquote 2024 zum Umsatz: 10,25 % (Google Ads/Meta Marketing)
- Shopsystem: Shopware 5.7.18 mit eigenen Themes und Eigenentwicklungen
- Konfigurator: BogX Konfigurator mit Anpassungen

Übernahmegegenstand

- Die Webshops “www.haus-der-unikate.de” und “www.liebesschloss-designer.de” auf dem Shopsystem Shopware 5.7.18 mit BogX Konfigurator und eigenen Themes sowie Plugins
- Amazon und Etsy Accounts sowie die Produktlistings
- Sämtliche Domains die im Zusammenhang stehen mit den beiden Webshops
- Sämtliche Zugänge zu Social Media und Marketing-Kanäle sowie die aktuellen Kampagnen zur Kundengewinnung
- Lagerbestand an Neuware im Wert von ca. 35.000 €
- Komplette Geschäftsausstattung im Wert von ca. 5.000 €
- 5 Lasermaschinen zur Bearbeitung der Kundenaufträge: 2 Faserlaser XX Watt / 2 CO² 3D Galvolaser 30 Watt / 1 CO² Plotterlaser 60 Watt inkl. Zubehör und Workstations.
- Sämtliche Motive, Layouts, Symbole, Bilder, Texte und anderen Unique Content etc.
- Bestehende Lieferantenbeziehungen zu teilweise namhaften Herstellern wie Glaskoch, Parker, Cross
- Training-on-the-Job und Begleitung nach Vereinbarung
- Angestrebt wird ein Share-Deal

Technik und Personal

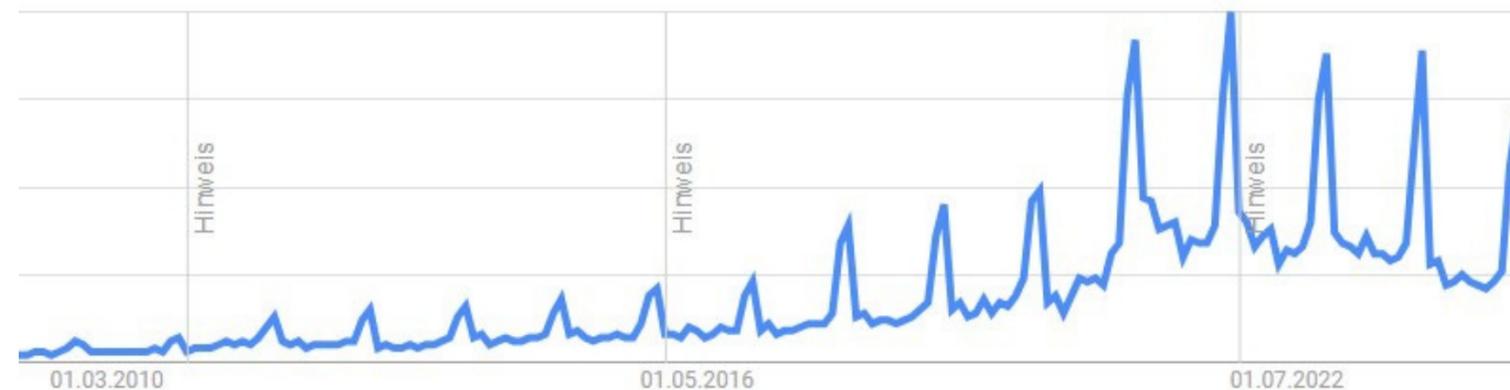
- Die beiden Webshops “Haus der Unikate” und “Liebesschloss-Designer” basieren auf dem CMS Shopware 5.7.18. Themes und einige Plugins wurden selbst entwickelt und werden beim Kauf übernommen. Beide Webshops sind voll responsiv. Eine weitere, technische Betreuung kann separat übernommen werden.
- Der Shop ist derzeit über Schnittstellen mit Google Analytics, Ads, Search Console, Merchant Center, Meta Pixel, Mollie (Zahlungsdienstleister für Klarna/Kreditkarten/Apple Pay usw.) und JERA angebunden.
- Das Unternehmen verfügt neben den Geschäftsführern über keine zusätzlichen Mitarbeiter. Frau Gräber kümmert sich um das operative Tagesgeschäft, den Kundensupport und die Warenannahme, Herr Heller kümmert um den Bereich E-Commerce, Marketing, Wareneinkauf und sonstige Tätigkeiten.
- Saisonal (Weihnachten, Valentinstag, Muttertag) ist bei hohem Bestellvolumen teilweise auf externe Zusatzkräfte zurückgegriffen worden.
- Mit übernommen werden insgesamt 5 Lasermaschinen zur Bearbeitung der Kundenaufträge (2 Faserlaser 30 Watt / 2 CO² 3D Galvolaser 30 Watt / 1 CO² Plotterlaser 60 Watt) inkl. Zubehör, Absauganlagen, Filter und Workstations.
- Die Geschäftsausstattung beinhaltet diverse Lagerregale, Verpackungstische, Labeldrucker etc.
- Lager + Ware + Maschinen befinden sich am Standort Rohrbach (RLP).
- Bei Übernahme kann der Betrieb nahtlos und standortunabhängig weitergeführt werden. Für die Räumlichkeiten genügen etwa 100 qm².

Sortiment und Einkauf

- Das Sortiment setzt sich aus ca. 20 verschiedenen Händlern zusammen, welche die Lagerware auch in kleinen Stückzahlen liefern und in der EU beheimatet sind, sodass ein schneller Wareneingang gesichert ist. Die Händlerbeziehungen können übernommen werden.
- Einige der Artikel sind auch bei mehreren Lieferanten erhältlich, sodass Lieferengpässe bei diesen nahezu ausgeschlossen sind.
- Ein Teil des Sortiments könnte auch aus China bezogen werden, aber nur entsprechend in größeren Abnahmemengen. Dies würde die Kosten im Wareneinkauf noch einmal deutlich reduzieren.
- Margen stark unterschiedlich, bspw. Schlüsselanhänger 90%, Gläser 70%, Schmuck 50%
- Produktsortiment wurde 2024 angefangen zu bereinigen. Neue Produkte wurden teilweise schon hinzugefügt, welche gut angenommen werden von den Kunden.
- Starke Möglichkeiten neue Kundengruppen zu erschließen.
- CLV und Warenkorbwert können relativ einfach mit Bundles oder Zubehörartikel erhöht werden.
- Sämtliche Produkte sind dokumentiert, sodass eine Nachverfolgbarkeit und einfacher Wareneinkauf gewährleistet ist.

Aktuelle Marktsituation

- Trotz vieler Marktherausforderungen wachsen wir und sehen weiter ein deutliches Potenzial.
- Der Markt der personalisierten Geschenkartikel ist hoch profitabel, da die Margen pro Produkt/Sale höher sind als ohne Personalisierung. Kunden sind nach wie vor bereit für Qualität und Einzigartigkeit einen höheren Preis zu bezahlen.
- Der Themenbereich und das Suchinteresse “Personalisierte Geschenke” ist noch immer doppelt so hoch wie vor der Corona-Zeit.



- Amazon und andere Marktplätze haben mit Temu und anderen Billig-Shops aus Fernost starke Konkurrenz bekommen. Trotzdem hat ein neues Listing auf Amazon (ca. 10 Produkte) bereits in 9 Monaten ohne Werbebudget, rein organisch, ca. 15.000 € Umsatz in 2024 erzielt.
- Durch weitere Produkteinführungen bei Amazon und in den Shops bestehen weiterhin hohe Wachstumshebel.

Marketingkanäle

Google Ads (SEA)

- Ca. 21.000 € Kosten im Jahr 2024
- ROAS von 3,75
- 4,12 % Conversion-Rate

Suchmaschinenoptimierung (SEO)

- 7.500 € Kosten im Jahr 2024 (externer Berater)
- ROAS von 8,75
- 2,90 % Conversion-Rate
- 70 % Umsatzsteigerung im Jahr (2023: 50.000 € / 2024: 85.000 €)

Amazon/Etsy

- Keine Marketingkosten, nur jeweilige Verkaufsgebühren
- 100 % organische Käufe
- Alle Bewertungen sind von echten Kunden
- Verkäuferfeedback 4.80 von 5.00

Newsletter Marketing

- Allgemeine und saisonale Newsletter

Besuchersituation (Webshops)

Besucher

| <input type="checkbox"/> | Erste Nutzerint...Channelgruppe) ▾ + | ↓ Nutzer insgesamt | Neue Nutzer | Durchschnittliche Interaktionsdauer pro aktivem Nutzer | Ereignisanzahl Alle Ereignisse ▾ | E-Commerce-Käufe | Absprungrate |
|--------------------------|--------------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|--|----------------------------------|--------------------------------|---------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Anzahl insgesamt | 102.658 100 % der Gesamtsumme | 99.251 100 % der Gesamtsumme | 1 m 23 s Durchschn. 0 % | 908.559 100 % der Gesamtsumme | 3.855 100 % der Gesamtsumme | 36,04 % Durchschn. 0 % |
| <input type="checkbox"/> | 1 Organic Search | 59.788 | 59.347 | 1 m 18 s | 494.453 | 1.640 | 29,71 % |
| <input type="checkbox"/> | 2 Paid Shopping | 13.848 | 13.586 | 1 m 04 s | 104.288 | 475 | 43,27 % |
| <input type="checkbox"/> | 3 Paid Search | 11.781 | 11.073 | 1 m 35 s | 115.198 | 333 | 36,72 % |
| <input type="checkbox"/> | 4 Direct | 11.652 | 10.383 | 1 m 48 s | 136.678 | 1.055 | 47,36 % |
| <input type="checkbox"/> | 5 Unassigned | 2.280 | 2.190 | 2 m 17 s | 27.512 | 118 | 40,75 % |
| <input type="checkbox"/> | 6 Organic Shopping | 885 | 830 | 2 m 24 s | 10.161 | 77 | 25,67 % |
| <input type="checkbox"/> | 7 Paid Social | 800 | 794 | 1 m 32 s | 7.428 | 7 | 38,57 % |
| <input type="checkbox"/> | 8 Referral | 676 | 550 | 2 m 22 s | 8.681 | 134 | 23,46 % |
| <input type="checkbox"/> | 9 Organic Social | 331 | 330 | 55 Sek. | 2.554 | 1 | 38,78 % |
| <input type="checkbox"/> | 10 Cross-network | 177 | 168 | 1 m 36 s | 1.606 | 15 | 44,49 % |

- Ca. 102.500 (Haus der Unikate) und 7.500 (Liebesschloss-Designer) Besucher im Jahr 2024
- 99 % der Besucher kommen aus dem DACH-Raum
- Niedrige Absprungrate von 36 %
- 60 % der Besucher kommen organisch auf die Webshops
- 72 % der Besucher kommen mobile auf die Seiten, 26 % per Desktop
- 70% der Kunden ist weiblich, 30% ist männlich (stark unterschiedlich je nach Kategorie)
- Die Zielgruppe ist hauptsächlich zwischen 25 - 54 Jahre alt

Umsatzsituation

Umsatz

- Gesamtumsatz 2024: 223.000 €
 - Webshops ca. 180.000 €
 - Amazon ca. 30.000 €
 - Etsy/Sonstiges ca. 13.000 €

Haus der Unikate/Liebesschloss-Designer

- 42% SEA Sales - 78.000 € Umsatz
 - ROAS von 3,75
 - Kosten: 21.000 €
 - Warenkorbwert niedriger als bei SEO/Direct
- 35% SEO Sales - 81.000 € Umsatz
 - ROAS von 8,75
 - Kosten: 7.500 € (Externer Berater)
 - Warenkorbwert höher als bei SEA

Amazon

- 100 % organische Sales - 30.400 € Umsatz
 - Keine zusätzlichen Marketing Kosten neben den Amazon Verkaufsgebühren

Finanzielle Situation

| | Jahr 2024 |
|--------------------------------|---------------------|
| Umsatzerlöse | 223.500,00 € |
| ./. Wareneinkauf | 70.000,00 € |
| Rohertrag | 153.500,00 € |
| ./. Personalkosten mit GF | 45.000,00 € |
| ./. Raumkosten | 3.240,00 € |
| ./. Marketingkosten | 23.000,00 € |
| ./. Kosten Warenabgabe | 37.500,00 € |
| ./. Abschreibungen | 9.500,00 € |
| ./. Reparaturen/Instandhaltung | 1.130,00 € |
| ./. Versicherungsbeiträge | 4.000,00 € |
| ./. Sonstige Kosten | 27.850,00 € |
| Ebitda | 2.280,00 € |

Quelle: Buchhaltung KKG Steuerberatungsgesellschaft mbH

Die Zahlen wurden der entsprechenden BWA entnommen und im Rahmen einer Spartenrechnung von der Geschäftsleitung nach bestem Wissen und Gewissen dem Shop zugerechnet. Alle Angaben können im Rahmen einer Due Dilligence überprüft werden.

Für das Jahr 2025 gehen wir von einer Umsatzsteigerung von ca. 15% aus, hierfür wird der Schwerpunkt auf dem Ausbau der Marktplätze sowie dem “Haus der Unikate” Webshop liegen. Auch das organische Wachstum wird weiter stark fokussiert und ausgebaut, sodass mindestens eine gleiche prozentuale Steigerung wie im vergangenen Jahr zu erwarten ist. Die Kosten für Wareneinkauf, Fracht und Geldverkehr steigen parallel zum Umsatz, die Werbekosten werden leicht steigen. Der Personalstamm bleibt unverändert, die Raumkosten werden ebenfalls gleich bleiben.

Potenziale des Unternehmens

Potenziale im Markt

- Die Tendenz im Markt ist positiv und auch nach Corona noch deutlich höher als davor. Der Markt wächst und individuelle sowie personalisierte Geschenkideen werden immer beliebter.
- Die Kundenbindung ist höher als bei gewöhnlichen Geschenkartikel und die Möglichkeit zur Reaktivierung deutlich einfacher.

Potenziale im Sortiment

- Das Sortiment ist umfangreich und kann erfolgreich um viele weitere Bereiche erweitert werden. Die Margen sind hierbei meist sehr hoch, sodass eine hohe Wertschöpfung erzielt werden kann.
- Kunden sind weniger preissensibel bei individualisierten Produkten, sodass hier ein größeres Potenzial liegt.

Potenziale im Marketing

- Die Werbeaktivitäten konzentrierten sich bisher fast vollständig auf Google im Bereich SEO und SEA. Für die Zukunft stehen u.a. folgende Potenziale offen: Beginn von Meta-Werbung, Ausbau des Sortiments auf Amazon, Etsy und anderen Marktplätzen. Affiliate-Marketing, Erweiterung von Newsletteraktionen, Kundenbindungs- und Premiumprogramme.

Kaufpreisfindung

Der Kaufpreis beträgt nach Abwägung aller Faktoren 300.000€

- Inbegriffen ist hierbei die komplette Lagerware im Nettoeinkaufswert von ca. 35.000 €
- Kompletter Maschinenpark mit Workstations und Zubehör in Höhe von ca. 70.000 €
- Webshops “Haus der Unikate” und “Liebesschloss-Designer” mit allen technischen Funktionen
- Produkt-Listings auf Amazon und Etsy
- Kassenbestand in Höhe von ca. 75.000 €

Der Verkauf erfolgt aufgrund von Umorientierung der Gesellschafter und fehlender Zeit für den weiteren Ausbau des Unternehmens. Mit moderatem Aufwand ist mit den beiden Webshops ein stetig zu verbesserndes Ergebnis zu erwarten, welches bereits jetzt stabil und positiv sich präsentiert.