

Vertical
Food and Beverages

Zielmarkt
B2C (Business-to-Customer)

Stage
Series A: Wachstum &
Skalierung

Revenue-Stage:
Post-Revenue

Aufgerufene Summe
100.000 EUR

Anzahl der Gründer
2

Gründungsjahr
2018

Rechtsform
GbR

Sitz
Berlin

Kontakt Daten
info@capmatcher.com

Hochwertiger Frühstücksservice im Büro: Minority Stake Investment Opportunity in einem Food and Beverages-Vertical

Das Startup produziert hochwertige Frühstücksservice in einer eigenen, zentralisierten Manufaktur. Anschließend erfolgt die Distribution und der Vertrieb an den Endkunden (B2C) über einen einzigartigen Point of Sales (B2B). Die wichtigsten Kennzahlen zum Startup finden Sie in diesem Exposé. Die Fragen wurden in einem 60-minütigen Prozess erhoben, dabei beantworteten die Gründer sämtliche Fragen.

Allgemeines Geschäftsmodell

Gewinnerzielung: Verkauf eines physischen Produktes

Vertical: Food and Beverages

Zielmarkt: B2C (Business-to-Customer)

Produkt

Problem des Idealkunden:

Das Problem ist, dass Angestellte zunehmenden Zeitdruck verspüren (insbesondere am Morgen). Als Resultat frühstücken sie zunehmend am Arbeitsplatz, um hierdurch Zeit zu sparen (empirisch belegte Trendentwicklung). Die Versorgung auf dem Weg oder am Arbeitsplatz ist jedoch zeitaufwendig und unpraktisch (z.B. Unterbrechung vom Arbeitsweg, lange Wartezeiten, zu ungesundes Angebot, teilweise kein verfügbares Angebot).

Lösung:

Als Lösung der Problemstellung implementiert das Startup einen mobilen Service im Unternehmen (B2B). Der Verkauf vom Frühstück erfolgt hierbei direkt am Arbeitsplatz. Der Service kommt direkt zum Kunden (B2C) und somit muss der Kunde nicht zum Service kommen (Verschiebung des Point of Sale zu Gunsten des Kunden). Durch geringere Fixkosten (z.B. keine hohen Ladenmieten) erreicht das Startup ein optimiertes Preis-Leistungsverhältnis für seine Kunden.

Vertical

Food and Beverages

Zielmarkt

B2C (Business-to-Customer)

Stage

Series A: Wachstum & Skalierung

Revenue-Stage:

Post-Revenue

Aufgerufene Summe

100.000 EUR

Anzahl der Gründer

2

Gründungsjahr

2018

Rechtsform

GbR

Sitz

Berlin

Kontaktdaten

info@capmatcher.com

Alleinstellungsmerkmal:

Das Startup schafft einen Point of Sale mit sehr hohen Eintrittsbarrieren für potenzielle Wettbewerber. Im Vergleich zu den wesentlichen Wettbewerbern weist das Geschäftsmodell einen klaren Kostenvorteil auf, über den eine höhere Qualität für die Kunden erreicht wird. Das Geschäftsmodell weist eine hohe Skalierbarkeit bei geringen Investitionskosten auf, bei gleichzeitig minimalen Customer Acquisition Costs (CAC).



Vertical
Food and Beverages

Zielmarkt
B2C (Business-to-Customer)

Stage
Series A: Wachstum &
Skalierung

Revenue-Stage:
Post-Revenue

Aufgerufene Summe
100.000 EUR

Anzahl der Gründer
2

Gründungsjahr
2018

Rechtsform
GbR

Sitz
Berlin

Kontakt Daten
info@capmatcher.com

Markt

Priorisierter geographischer Absatzmarkt:

Deutschland

Marktgröße (Schätzung):

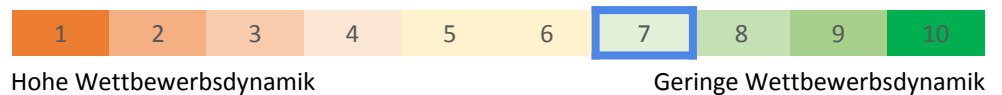
500 - 1 Mrd. Euro

Marktwachstum (Schätzung):

7%

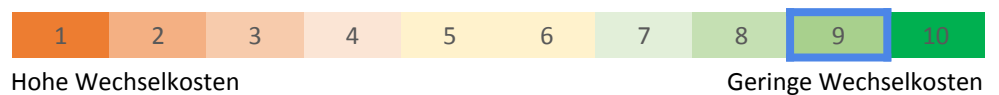
Wettbewerbsdynamik:

Ja, wenige Wettbewerber.



Angenommene Wechselkosten (Switching Costs):

Aufwand für einen potentiellen Kunden, von einem anderen Produkt oder einer anderen Dienstleistung auf das Produkt oder die Dienstleistung des Startups zu wechseln.



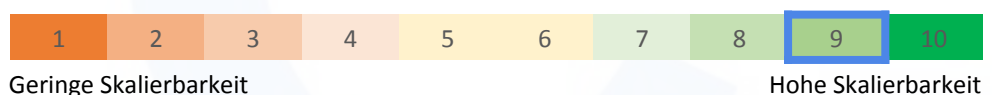
Finanzen

Nach Angaben der Gründer wurden folgende Umsatz- und Gewinnzahlen in den letzten drei Jahren generiert.

Jahr	2016	2017	2018
Umsatz	0	0	180000
Gewinn	0	0	6500

Skalierbarkeit:

Meinung des Gründerteams, inwiefern die Kosten unterproportional (hohe Werte) bzw. linear oder überproportional (geringe Werte) im Verhältnis zum Umsatz und Absatz wachsen.



Vertical

Food and Beverages

Zielmarkt

B2C (Business-to-Customer)

Stage

Series A: Wachstum & Skalierung

Revenue-Stage:

Post-Revenue

Aufgerufene Summe

100.000 EUR

Anzahl der Gründer

2

Gründungsjahr

2018

Rechtsform

GbR

Sitz

Berlin

Kontakt Daten

info@capmatcher.com

Team**Anzahl Gründer:**

2

Anzahl Gründer mit relevanter Gründungserfahrung:

2

Gesamtgröße des Teams:

23

Background des Gründers bzw. des Gründer-Teams:

Master of Industrial Science and Innovation Management, über zehn Jahre Erfahrung in Sales, drei Jahre Erfahrung in Personalführung

LLB Bachelor of Laws, über drei Jahre Erfahrung in Eventmanagement, über drei Jahre Erfahrung in Controlling & Vertragsmanagement

Dipl. Ing. Wirtschaftsingenieurwesen, über drei Jahre Erfahrung in Sales & Sales Management, ein Jahr Erfahrung in Operations & Logistics

Traction

Umsatz FEB'18: 4.000 €; Umsatz NOV'18: 26.000 €; Run-Rate '18: 250.000 €; Umsatzziel 2019: 1.000.000 €; Operativer Break-Even erreicht; Erschließung neuer Marktsegmente Ende 2018 erfolgt (Retail, Catering B2B)

Investment**Aufgerufene Investmentsumme:**

100.000 EUR

Mittelverwendung:

Ausbau des Teams, Vertrieb, Marketing

Anzahl bereits investierter Business Angels oder VCs:

0

Anteils Optionen bzw. präferierter Stake:

Minority Stake