



KREUTZERS

Executive Summary

Eat unique mit Kreutzers.eu

Kreutzers Gourmet GmbH

Unternehmensgegenstand

Hauptgeschäftstätigkeit der Kreutzers Gourmet GmbH ist der Online Handel B2C mit frischem, artgerecht gehaltenem Premiumfleisch, und dazu passenden Genussprodukten (Weine, Öle, Gewürze) in eigener Markte („Kreutzers“) sowie Grill- & Kochgeräten von namenhaften Herstellern in Kombination mit Kreutzers Genussgutscheinen.

Unternehmensverlauf

Juli 2014	Gründung der Kreutzers Gourmet GmbH
Nov 2014	Onlinegang der Kreutzers.eu Homepage und Beginn des operativen Geschäftsbetriebs
Jan - März 2015	Erste TV Werbekampagne mit DMAX, Prosieben 7Maxx und Kabel Eins
Feb 2015	Exklusiver Kooperationsstart mit Namenhaften Grill- und Kochgeräte Herstellern (Weber, Napoleon, Beefer, Grillson, Monolith, Barbecue, Brennwagen, Rösle, ...) für Fleisch- Abo Produkt Bundles sowie exklusiver Kooperationsstart mit Media- Saturn (Genussgutscheine und exklusive Grillgeräte).
Juli 2016	Mehr als 3000 Bestandskunden und weitere nationale exklusive Kooperationspartner in Bezug auf Genussgutscheine (Fitness First, Finke Einrichtungshäuser, ...) .

Anschrift	Greflingerstraße 53 D-93055 Regensburg	Steuerlicher Vertreter	Michael Kraus Steuerberatungs- GmbH Lentinger Str. 13, 85055 Ingolstadt
Rechtsform	GmbH	Steuernummer	244/130/80858
Gründung	30.07.2014	Finanzamt	Regensburg
Handelsregister Nummer	HRB 14356	Letzte Steuererklärung	Ust. 08/2016
Nennkapital	EUR 25.000		KSt. 08/2016
Unternehmensphase	Expansion	UID Nummer	DE295946624
Branche	Fleisch und Genussmittel Handel	Geschäftsführung	Manuel Ostner Nicolaus Stark
Beteiligungsart	Equity-Beteiligung		

Geschäftsmodell

Die Kreuzers Gourmet GmbH hat sich zur Aufgabe gemacht, bestes Fleisch aus aller Welt und dazugehörige Zusatzprodukte (Weine, Öle, Gewürze) in Premium Qualität direkt an Endkunden online zu vertreiben. Hierbei gelten die Grundsätze der artgerechten Haltung, der absolut frischen Lieferung (kein Tiefkühlware) sowie der fairen Preisleistung. Unsere Kunden können aus hunderten Produkten wählen, diese unter absoluter Einhaltung der Kühlkette sowie höchsten Qualitätskriterien binnen 24 Stunden nach Hause liefern lassen um Premiumgenuss nicht nur im Restaurant zu erfahren sondern nun auch bequem zu Hause. Hierbei kommt den Kunden unsere 35jährige Gastronomie- Erfahrung sowie unsere 25 jährige Erfahrung in Bezug auf den Import hochwertigster Zusatzprodukte zu Gute. Zudem beliefern wir große Händler (Media- Saturn Gruppe, Fitness First, Finke, ...) exklusiv mit den trendigsten Grill- Kochgeräten und verknüpfen dies erstmalig mit Kreuzers Fleisch und Genuss- Gutscheinen.



Das geschickte Outsourcen der Bereiche außerhalb unserer Kernkompetenzen ermöglicht es uns, mit einer leanen Struktur schnell und skalierbar zu wachsen und dabei Kosten einzusparen.

Die Kombination aus unserem Online Handel, unseren Kompetenzpartnern der Markthallen in Regensburg, der Koch- und Grillschule, sowie dem Premium Restaurant „Kreuzers“ ermöglicht es uns, schnell auf aktuelle Food Trends einzugehen und diese durch unser Kompetenznetzwerk für Kreuzers.eu umzusetzen. Somit gewährleisten wir einen nachhaltige Aufbau unserer Marke, unserer Produktlinie sowie, stets beste Qualität zum fairen Preis.

„Für die Qualität unserer Produkte stehe ich mit meinem Namen & meinem Restaurant“ Zitat Matthias Kreuzer. Somit hat jeder unserer Kunden auch die Möglichkeit, unsere Produkte im authentischen Rahmen (im Restaurant oder der Markthalle Regensburg) zu verkosten und zu probieren, bevor er erstmalig online bestellt.

Des Weiteren ermöglichen wir den großen Händlern erstmalig durch Kreuzers Genussgutscheine am Fleisch und Genussproduktmarkt mit zu partizipieren indem diese unsere Gutscheine clever mit bereits angebotenen Hardwaregeräten verknüpfen (Grill, Öfen, Kühlschränke, ...) und verkaufen.

Alleinstellungsmerkmal

Unsere Alleinstellungsmerkmale sind die folgenden:

1. Absolut authentisches Geschäft durch 35 jährige Gastronomie und Metzgererfahrung (Matthias Kreuzers). Vorteile durch die Kompetenzpartner Restaurant sowie Markthalle Regensburg. 25 Jahre Erfahrungen im Import von Weinen, Gewürzen, Ölen etc. (Wein & Mehr – Nicolaus Stark).
2. Beste Preisleistung (im Vergleich zu den großen Wettbewerbern) mit ausschließlich frischer Qualität (Wettbewerber liefern meistens Tiefgekühlt = gefroren), Trotzdem 25-35% günstigerer Preise für die Endkunden bei gleicher Qualität. Dies gewährleisten wir durch absolut leane Firmenstrukturen und cleveres Outsourcing der Nicht- Kernbereiche sowie ein ausgeklügeltes Lieferantennetzwerk, welches uns ermöglicht auch schnell die Kapazitäten zu vergrößern.
3. Innovative und exklusive nationale Marketingkooperation mit großen Händlern (exklusive Kooperation mit der Media- Saturn Gruppe, Fitness First, Finke, Gourmondo, etc...) in Bezug auf Kreuzers Genussgutscheine und namhafter Grill- und Kochgeräte Hersteller. → Neukundengewinnung durch aktive Verkäufe ohne Kosten (Verkauf von Genussgutscheinen gebündelt mit Bauknecht Öfen durch Media Markt, etc. ...). → Platzierung in mehreren hundert POS bis 2021 stationär.
4. Genuss ABOs mit tollen Prämien (exklusive Verträge mit Grill- & Kochgerätehersteller; z.B. Weber, Napoleon, SMEG, Falcon, Beefer, Grillson, Barbecook, Rösle etc.).

5. Nationale Werbung durch exklusive Beilage von Genussgutscheinen bei Grillgeräten (10€ Genuss Gutscheine liegen automatisch beim Kauf von Premium Grillgeräten der folgenden Hersteller bei: Monolith, Beefer, Grillson, Höfats, Rösle, ...)

Konkurrenzanalyse

Zum jetzigen Zeitpunkt gibt es sehr viele kleine Wettbewerber, welche den Trend, hochwertige frische Lebensmittel online zu verkaufen erkannt haben. Hierbei heben sich vor allem die folgenden zwei Wettbewerber ab:

Otto Gourmet GmbH & Gourmet Fleisch GmbH

Beide Firmen sind bereits seit mehr als 10 Jahren im dem Online Handel mit Lebensmittel tätig und haben den Online Fleisch Handel für Endkunden mit Leben gefüllt und erstes Vertrauen gegenüber den Kunden geschaffen, rohes Fleisch auch online zu bestellen. Diese Vorarbeit machen wir uns zu Nutze und kommunizieren und agieren fokussiert mit den oben genannten USPs. Innerhalb von weniger als 2 operativen Geschäftsjahren ist es Kreuzers.eu hierbei gelungen, von der Szene (Bloggern, Foren und Co.) direkt hinter bzw. neben diesen beiden Firmen angesiedelt und mit diesen verglichen zu werden.

Während sich die Konkurrenten mit normalen Werbemöglichkeiten am Markt etablieren (Anzeige in Magazinen, SEO, Co.), nutzen wir unsere exklusiven Kooperationen mit den großen Händlern um über deren Werbemaßnahmen und POS bekannt zu werden und unsere exklusiven Kooperationen zu den Herstellern, um unmittelbar unsere Marke und unser Angebot bei unseren Zielkunden zu platzieren (Z.B: beim Kauf eines Monolith Grills liegt bei jedem Grill in Deutschland ein Genuss Gutschein von Kreuzers beim Auspacken des Grills durch den Endkunden am Grillrost).

Marktsituation

Mit einem Umsatz von mehr als 42 Milliarden Euro ist die Fleischwarenindustrie der umsatzstärkste Zweig des Ernährungsgewerbes in Deutschland. Durch die zunehmende Disparität von günstigem Massenhaltungsfleisch und Lebensmitteln und hochwertigem Premium Fleisch und Genussprodukten und das zunehmende Bewusstsein der Kunden gegenüber der Herkunft, Haltung, Schlachtung, sowie der Verarbeitung ist anzunehmen, dass der Premium Fleisch- und Genussmarkt in den nächsten Jahren noch deutlich mehr Potential entfaltet (Dieser Trend wird untermauert durch die enorm ansteigende Menge an Genuss-, Grill-, Groumet- Magazine, TV Fromaten, etc...)

Unsere Zielgruppe (der Premium – Fleisch & Genussmittel Onlinekäufer) wird mit einem Potential von momentan 4,7 Mio. Deutscher eingeschätzt (Studie von ServicePlan Deutschland).

Diese Zielgruppe besticht durch eine hohe Online-Affinität, leistet sich die allerbeste Qualität im Bereich Essen und Trinken, hat eines hohes Netto Einkommen von mehr als 2.500€ und ein Alter zwischen 30 und 59 Jahren.

Zum heutigen Tag verwenden etwa 500.000 Kunden das bestehende Online Angebot für Premium Fleisch und Genussprodukte, worin man sieht, dass das größte Potential momentan an der Markterschließung liegt.

Es handelt sich hierbei vor allem um Neukundengewinnung und noch nicht um einen reinen Verdrängungswettbewerb.

Vor allem die Aktivitäten der Großen (Amazon, Rocket Internet, etc.) in diesem Segment untermauern den schnell wachsenden Trend des Online Food Handels.

Die Zielsetzung von Kreuzers Gourmet liegt darin, sich in den nächsten Jahren ca. 2% der potentiellen Kunden als Stammkunden aufzubauen und zu sichern und durch die hochwertige Pflege dieser ein stetig wachsendes und erträgliches Geschäft zu entwickeln (ca. 100.000 Kunden deutschlandweit). Zudem natürlich darin in der Phase der Marktaufteilung die Nische der Premium Fleisch- und Genussprodukte nachhaltig zu besetzen.

Der größte Marktvorsprung gegenüber den Wettbewerbern liegt in den exklusiven Kooperationen mit den großen Händlern. Hierdurch hat Kreuzers Gourmet die Möglichkeit durch Aktivitäten am POS die Markenaffinität sowie das Vertrauen der Endkunden in die Qualität der Produkte zu schaffen und nachhaltig aufzubauen.

Ausgangssituation & Vertriebsziele

Die Kreuzers Gourmet GmbH ist seit dem 20sten November 2014 operativ tätig. Das erste vollständige Geschäftsjahr (2015: 01.07.2015 bis 30.06.2016) wurde mit einem Umsatz von 860.000,00€ und einem kleinem positiven Ergebnis beendet. Die Kundenanzahl wurde auf mehr als 3.000 Onlinekunden ausgebaut mit einem durchschnittlichen Warenkorb von 84,00€ je Bestellung und 1,85 Bestellungen je Kunde p.A.. Zudem wurden exklusive Vertriebsverträge mit den meisten namenhaften Grillgerätehersteller in Bezug auf Fleisch Abos sowie den Vertrieb über große Händler (Media- Saturn Gruppe) geschlossen. Das Geschäftsmodell ist zum Status Quo soweit ausgereift, dass die KPIs in Vertrieb und Marketing bekannt sind, und nun skalierbar ausgebaut werden sollen.

KPIs:

1. Pflege und aktives Marketing mit unseren Bestandskunden (um die 1,85 Bestellungen p.A. auf 3 Bestellungen p.A. zu steigern). Aktionen: Newsletter, Postkarten Mailings, Gewinnspiele, etc...
2. Neukunden Akquise (SEO, Adwords, Facebook, Gewinnspiele.)
3. Aufbau eines stationären Promotion Teams zum Support unserer exklusiven Retail Partner (Media – Saturn, Fitness First, Finke Einrichtungshäuser, etc...).
4. Ausbau des Kreuzers Partnernetzwerks (Grillhersteller, Küchenhersteller, etc...).

Unsere Milestones bestehen aus:

2017: Bestandskunden Optimierung von 1,85 Bestellungen p.A. auf 2,2 Bestellungen p.A.
 Ausbau des online Kundenstamms auf 6.000 Kunden
 Ausbau der POS Verkaufsflächen auf 15 Fitnessfirst Filialen und 15 Media- Saturn Märkten.

2018: Bestandskunden Optimierung von 2,2 Bestellungen p.A. auf 2,5 Bestellungen p.A.
 Ausbau des online Kundenstamms auf 11.000 Kunden
 Ausbau der POS Verkaufsflächen auf 28 Fitnessfirst Filialen und 40 Media- Saturn Märkten.

2019: Bestandskunden Optimierung von 2,5 Bestellungen p.A. auf 2,7 Bestellungen p.A.
 Ausbau des online Kundenstamms auf 18.000 Kunden
 Ausbau der POS Verkaufsflächen auf 40 Fitnessfirst Filialen und 65 Media- Saturn Märkten.

2020: Bestandskunden Optimierung von 2,7 Bestellungen p.A. auf 2,85 Bestellungen p.A.
 Ausbau des Kundenstamms auf 30.000 Kunden
 Ausbau der POS Verkaufsflächen auf 62 Fitnessfirst Filialen und 100 Media- Saturn Märkten.

2021: Bestandskunden Optimierung von 2,85 Bestellungen p.A. auf 3,0 Bestellungen p.A.
 Ausbau des Kundenstamms auf >45.000 Kunden
 Ausbau der POS Verkaufsflächen auf 86 Fitnessfirst Filialen und >100 Media- Saturn Märkten.

Absatzprojektion

	IST (Jahr 0)	Jahr 1	Jahr 2	Jahr 3	Jahr 4	Jahr 5
Absatz (Stk.)	5550	13200	27500	48600	85500	135000
Umsatz	860.000	1.415.000	2.804.000	4.492.000	7.214.000	11.617.000
DB1	345.000	610.000	1.328.000	2.307.000	3.975.000	6.805.000
EBIT	16.000	163.000	382.000	953.000	2.037.000	4.132.000

Geschäftsführung & Managementenerfahrung

Matthias Kreutzer - zuständig für Produkte, Qualität und Logistik.

Dieser Mann gibt nicht nur seinen Namen für kreutzers.eu. Er gibt auch seine ganze Leidenschaft und Erfahrung. Und davon hat er mehr als genug. Seit 35 Jahren hat er nah am Feuer gebaut. Als gelernter Metzger, als Koch und als erfolgreicher Gastronom. Geliebt hat er das Kochen schon immer. Gelernt hat er es im Steigenberger, in internationalen Sternerestaurants in Frankreich, den USA, der Schweiz und in Deutschland. Seit 1990 verwirklicht er seine Vision vom Genießen in seinem eigenen Restaurant: dem Kreutzers in Regensburg – einer der Top-Adressen in der Oberpfalz. Das Zentrum seines Restaurants ist (wie könnte es auch anders sein) ein großer Holzkohlegrill, auf dem der Meister selbst am perfekten Steak arbeitet.



Matthias Kreutzer

Manuel Ostner - zuständig für Marketing, Vertrieb und Webshop.

Vermutlich hatte er schon als Kind einen Businessplan für seinen Kaufladen. Das Unternehmertum liegt ihm einfach im Blut. Seit 18 Jahren ist er Feuer und Flamme, wenn es um das Kreieren und den Aufbau international bekannter Marken geht. Und weil er ein leidenschaftlicher Macher ist, ist er auch ein leidenschaftlicher Genießer – mit dem feinen Gaumen eines echten Kenners und mit dem Appetit eines T-Rex. Diese Leidenschaft konnte ihm niemand so gut stillen wie Fleisch- und Grillmeister Matthias Kreutzer, weshalb Manuel Ostner schnell zum Stammkunden wurde. Und so entstand ein Gedanke. Erst „rare“, dann „medium“ und als der Plan „well done“ war, machten sich die Männer an die Umsetzung ihrer Vision: den Kreutzers Genuss schnell, einfach und preiswert zu den Fleischfans nach Hause zu bringen.



Manuel Ostner

Nicolaus Stark - zuständig für alle Gourmet-Zusatzprodukte & Controlling.

Ein schönes Stück Fleisch ist durch nichts zu toppen. Aber mit der richtigen Begleitung macht es gleich doppelt so viel Spaß. Und während es immer noch kein Bachelor geschafft hat, die passende Bachelorette zu finden, gibt es bei kreutzers.eu DEN Fachmann schlechthin für die perfekte Begleitung. Nicolaus Stark weiß einfach, was zueinander gehört. Diese Expertise hat er sich in 25 Jahren als erfolgreicher Unternehmer im Bereich Wein und Feinkost angeeignet. Bei kreutzers.eu ist er der Vielflieger. Unterwegs auf der ganzen Welt, um Gourmetprodukte zu finden, die man auch bezahlen kann. Zum Beispiel Spitzenweine, die er vergünstigt durch direkten Kontakt zu den Weinbauern bezieht, Gewürze, erstklassige Öle und traditionelle Spezialitäten aus legendären Familienbetrieben von Italien bis Neuseeland. Zudem bereichert er das Team mit seinen Erfahrungen in Bereich Controlling und Unternehmensführung.



Nicolaus Stark

Finanzierung

Liquiditätsbedarf

Die Kreuzers Gourmet GmbH ist bis jetzt komplett eigenfinanziert (Stammkapital sowie Gesellschafterdarlehen in Höhe von 350.000,00€) und hat noch kein Fremdkapital aufgenommen. Die größten Investitionen flossen in die eigene Homepage (www.kreuzers.eu), das Backend (Magento), die Anschaffung für die Logistik notwendiger Hardware (Kühlhaus, Kartonagen, Anbindung an Warenwirtschaft – Waren- Ein & Ausgang) sowie in Maßnahmen um die eigene Marke Kreuzers.eu aufzubauen (TV Spots, Anzeigen, Kooperationen, POS Aktionen, Messen).

Für die oben genannten Skalierungs- Maßnahmen besteht ein Kapitalbedarf von 500.000,00€, der über einen Investor durch das Abtreten von Unternehmensanteilen erreicht werden soll. Das Kapital wird zur Pflege der Bestandskunden, zur Neukunden Akquise und zum Aufbau eines eigenen Promotoren Teams für POS Maßnahmen benötigt. Die Maßnahmen welche dadurch gefördert werden, wurden bereits alle in den letzten 1 ½ Jahren getestet, sodass die Investitionen keine Investitionen ins Ungewisse darstellen sondern ausschließlich in bereits erfolgreich durchgeführte Maßnahmen.

Beteiligungsart

Aufnahme eines neuen Gesellschafters und Abtreten von Unternehmensanteilen in Höhe von 25,1%

Unternehmensbewertung

Der Unternehmenswert beträgt 2,5 Mio. Euro

Gesellschafterstruktur

Gesellschafter / Investor:	Gesellschaftsrechtlich (lt. HR-Auszug vom 16. September 2016):		Investitionsbetrag
	Anteil in %	Nominal in EUR (eingezahlt)	
Matthias Kreuzer	10	2.500,00	.2.500,00
Nicolaus Stark	28	7.000,00	150.000,00
Sabine Berghaus- Stark	13	3.250,00	50.000,00
Tobias von Tucher UG	10	2.500,00	10.000,00
M. O. Vermögensverwaltung UG	24,50	6.125,00	32.500,00
SO Beteiligungs UG	14,50	3.625,00	130.000,00
Gesamt	100,00	25.000,00	375.000,00

Kontakt

MANUEL OSTNER

CEO

Telefon: +49 941 600 99 602

Telefax: +49 941 600 99 612

E-Mail: m.ostner@kreutzers.eu

NICOLAUS STARK

CEO

Telefon: +49 941 466800

Telefax: + 49 941 43580

E-Mail: n.stark@kreutzers.eu