



MARKETINGMITTEILUNG

So arbeitet Ihr Geld

Investieren Sie in erfolgreiche Unternehmen weltweit.

WICHTIGER HINWEIS Diese Unterlage ist eine Marketingmitteilung der Munich Private Equity Consulting GmbH, die die Publikumsfonds der Munich Private Equity Funds AG vertreibt. Bitte beachten Sie, dass deren Vertrieb jederzeit eingestellt bzw. widerrufen werden kann. Diese Unterlage stellt weder ein Angebot zum Verkauf noch ein öffentliches Angebot einer Beteiligung dar. Sie kann eine eingehende Beratung sowie wichtige Informationen zum Wesen und zu den Risiken der jeweiligen Beteiligung insbesondere aus dem Verkaufsprospekt und dem Basisinformationsblatt nicht ersetzen. **Interessenten wird deshalb ausdrücklich die Lektüre der jeweils gesetzlich erforderlichen Unterlagen empfohlen**, die die alleinige Vertragsgrundlage der jeweiligen Beteiligung sind. Diese sind insbesondere die von der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) genehmigten Anlagebedingungen, **der Verkaufsprospekt sowie das Basisinformationsblatt**. Sie werden in deutscher Sprache von der Munich Private Equity Funds AG, Keltenring 5, 82041 Oberhaching, zur kostenlosen Abgabe bereitgehalten. Eine Zusammenfassung der Anlegerrechte in deutscher Sprache finden Sie unter www.munich-pe.com/rechtliche-angaben.



Norman Lemke, Sunanda Tajhya und Armin Prokscha – der Vorstand der Munich Private Equity Funds AG

Sehr geehrte Anleger und Interessenten,

in einem Umfeld mit erhöhter Inflation, schwankenden Börsenkursen und der Suche nach Stabilität stellt sich die Frage: Welche Anlageform passt zum aktuellen Marktumfeld und ist auch langfristig attraktiv? Hier lohnt ein Blick zu professionellen Anlegern.

Seit jeher investieren etwa wohlhabende Familien ihr Vermögen in private Unternehmen (Private Equity), die nicht an der Börse sind. Denn sie alle wissen: Diese Beteiligungen haben in der Historie vergleichsweise hohe Renditen erzielt und eine stabile Entwicklung gezeigt. Die Entscheidung, in private, nicht-börsennotierte Unternehmen zu investieren, liegt für sie deshalb auf der Hand.

Mit den Private-Equity-Dachfonds von Munich Private Equity (MPE) können Sie das auch. Denn damit beteiligen Sie sich an deutlich über einhundert, teils sogar mehreren hundert Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen und Ländern weltweit. Diese breite Streuung erhöht die Anlagesicherheit und die Chance auf eine attraktive Rendite.

Doch in welche Unternehmen investieren Sie eigentlich bei der MPE? Mit unserer Broschüre „So arbeitet Ihr Geld“ möchten wir Ihnen gerne beispielhaft die ganze Bandbreite unserer Zielunternehmen vorstellen – einige davon wurden bereits erfolgreich verkauft, andere befinden sich noch in unserem Portfolio. Sie werden überrascht sein, wie viele dieser Hidden Champions Sie bereits kennen!

Und nun: Viel Spaß bei der Lektüre!

Norman Lemke
Mitglied des Vorstands

Sunanda Tajhya
Mitglied des Vorstands

Armin Prokscha
Mitglied des Vorstands



Fitness- und Yogakleidung der Extraklasse



Erfolgsgeschichte

Die Männer staunten nicht schlecht, als 2007 im kanadischen Kingston 30 knapp bekleidete Frauen in den neuen Lululemon Shop stürmten. Dahinter steckte ein ausgefeiltes Marketingkonzept, denn das Versprechen lautete: Wer in Unterwäsche zur Eröffnung kommt, erhält eine Hose und ein Top gratis. Ein Spektakel, das stellvertretend für den Erfolg des Unternehmens steht, denn bis 2023 war der Gesamtumsatz bereits auf über 7,6 Milliarden US-Dollar gestiegen.

Wettbewerbsvorteil

- **Modisches Design:** Lululemon verkörpert den Athleisure-Trend und macht Sportkleidung alltagstauglich.
- **Fokus auf weibliches Publikum:** Die Kombination aus Passform, Komfort und Design macht die Marke vor allem für Sportlerinnen attraktiv.
- **Positionierung als Premiummarke:** Lululemon bedient den Wunsch der Verbraucher nach Qualität und Exklusivität.

Wertsteigerung

- Mit einem Store in London begann die internationale Expansion. Weitere Shops in Europa und Asien folgten.
- Die Neugestaltung der globalen Websites führte zu einem Umsatzanstieg von +31 Prozent über diesen Kanal.
- Store-Eröffnungen im Heimatmarkt Nordamerika stärkten die Position als führender Sportartikel-Hersteller.

Seit
25 Jahren

auf
Wachstumskurs

Ca.
80 Prozent

der Käufer
sind weiblich

720 exklusive
Stores

weltweit (Stand
2024)

Im Jahr
2017

erster Shop
in München

Haltedauer

5,5 Jahre

MPE Verkaufserlös

> 4,7 Mio. €



DOUGLAS

Vom Seifenhersteller zur Queen of Beauty

EXIT

Erfolgsgeschichte

Einst eine Seifenfabrik in Hamburg, heute eine der erfolgreichsten Parfümerien der Welt. Das Unternehmen Douglas ist mit zehntausenden hochwertigen Produkten einer der Marktführer im Bereich dekorative Kosmetik und Hautpflege und verfügt über eines der weltweit erfolgreichsten Kundenkarten-Systeme. Sage und schreibe 44 Millionen Kunden sind Inhaber der sogenannten Douglas Beauty Card.

Wettbewerbsvorteil

- **Vorreiter im Multichannel-Marketing:** Stationärer Handel, E-Commerce und mobiles Shopping sind eng verzahnt.
- **Vier-Säulen-Strategie:** Um stetig wachsen zu können, optimiert Douglas Qualität und Profitabilität.
- **Zentralisiertes Geschäftsmodell:** Effiziente Sales- und Marketingprozesse steigern die Verkaufsmarge.

Wertsteigerung

- **Lücken im Filialnetz schließen:** Durch den Ausbau bestehender Filialen und innovativer Shop-in-Shop-Konzepte wurde sukzessive ganz Europa erschlossen.
- **Erweiterung des Produktsortiments** um Zubehör wie elektronische Hautreinigungsbürsten.
- **Erschließen neuer Zielgruppen** durch die Einführung zusätzlicher Produktkategorien wie "Professional Beauty".

**Über
18.000**

Mitarbeiter
europaweit

**In 27
Ländern**

europaweit
präsent

**1.850
Stores**

Stores in ganz
Europa

**44 Mio.
Inhaber**

der Douglas
Beauty Card

Haltedauer

4 Jahre

MPE Verkaufserlös

1,9 Mio. €



Die deutsche High-Tech Schmiede



Erfolgsgeschichte

Schon vor dem Heimkommen die Heizung anmachen? Mit der Smart-Home-Technologie von Rademacher ein Kinderspiel, denn das Unternehmen bietet die ganze Bandbreite an Produkten, die Ihr Zuhause intelligenter machen. Das Hero-Produkt, der HomePilot, hat eine integrierte Innenkamera, mit der Sie Ihre Wohnung jederzeit im Blick haben. Unerwünschte Gäste? Der Vierbeiner ist unruhig? Dank Rademacher haben Sie Ihr Zuhause im Blick.

Wettbewerbsvorteil

- **Zertifizierte HomePilot** Fachbetriebe befinden sich in vielen Städten Europas.
- **Individueller Service:** Architekten, Planer oder Installateure werden genauso umfassend und kostenfrei beraten wie Privat- und Geschäftskunden.
- **Attraktives Partnerprogramm:** Rademacher bietet ein umfassendes Schulungsprogramm an, um das Produkt HomePilot weltweit zu vertreiben.

Wertsteigerung

- **Ausbau der HomePilot Produktfamilie:** Automatisierung der gesamten Fassade durch Sicht- und Sonnenschutz.
- **Die HomePilot Produkte** werden durch Kameras, Sensoren und durch eine Amazon Alexa Skill ergänzt.
- **Nachhaltige Kooperationen:** Entwicklung eines einfachen und kostensparenden Motors zusammen mit GEIGER Antriebstechnik.

Haltdauer

6 Jahre

MPE Verkaufserlös

> 1,9 Mio. €

**810
Mitarbeiter**

und 6 Tochtergesellschaften

**5
Millionen**

ausgestattete Häuser & Wohnungen

**Pionierleistung
„RolloTron“**

wurde 1981 ins Leben gerufen

**50
Jahre**

Erfolgsgeschichte als Hidden Champion



MYTHERESA

Der Luxus-Onlineshop im Süden Münchens



Erfolgsgeschichte

Was in den Räumen über der kleinen Boutique THERESA in München startete, ist heute ein exklusiver Onlinehandel mit über 500 Mitarbeitern. Ob schicke Luxustasche oder hochwertiges Modelabel – bei mytheresa.com können mehr als 250 internationale Top-Designer online geshoppt werden. Das Buying-Team pflegt seit mehr als 25 Jahren engen Kontakt zur internationalen Fashion-Branche und wählt nur das Beste für den Onlineshop aus.

Wettbewerbsvorteil

- **Hervorragender Kundenservice:** 30 Tage Rückgaberecht und individuelle Styling-Tipps stellen den Kunden in den Mittelpunkt.
- **E-Commerce-Kompetenz:** Reibungslose Lieferung innerhalb von 72 Stunden in 140 Länder weltweit.
- **900 New Arrivals pro Woche** sind die Basis eines breiten Sortiments.

Wertsteigerung

- **Internationale Expansion**, insbesondere in Europa, im Mittleren Osten und in Asien.
- **Kundenservice mit Muttersprachlern**, um schnelle und reibungslose Prozesse zu sichern.
- **Trendscouts** beobachten die internationalen Fashion-Shows und bestellen nur die schönsten Teile einer Kollektion.

**Im Jahr
2006**

Beginn der Erfolgsgeschichte

**>25
Jahre**

persönlicher Kontakt zu Luxusbrands weltweit

**Über 250
Luxusdesigner**

im
Portfolio

**140
Länder**

weltweiter
Versand

Haltedauer

5,5 Jahre

MPE Verkaufserlös

2,8 Mio. €



Fitness- und Sportberatung für Städte



Erfolgsgeschichte

Lissabon, Madrid, Gran Canaria. Was sich liest wie eine Liste von top Urlaubszielen, sind die Kunden des spanischen Sport & Spa Consultants Ingesport. Denn dieser hilft Städten dabei, ein professionelles, umfassendes und vor allem bezahlbares Sportprogramm für seine Bewohner aufzuziehen. Teil des Konzepts sind auch die GO fit Sportzentren, die die Kunden mit einer spektakulären Wasser- und Wellnesswelt beeindrucken.

Wettbewerbsvorteil

- **Corporate Wellness:** Ingesport ist Spezialist für individuelle Mitarbeiterprogramme in Unternehmen.
- **Preis-Leistungs-Verhältnis:** Die Sportzentren haben einen hohen Standard, sprechen eine breite Zielgruppe an und befinden sich im mittleren Preissegment.
- **Verlässliche Kooperationen:** Ingesport arbeitet eng mit Städten, Stiftungen und Gemeinden.

Wertsteigerung

- **Expansion:** Die Gofit-Sportzentren wurden in Spanien und Portugal kontinuierlich vergrößert oder neu errichtet.
- **Entwicklung und Umsetzung eines internationalen Expansionsplans.**
- **Steigerung der Mitarbeiterzahl von 46 auf 640.**

**>20 Jahre
Erfahrung**

im Bereich
Sport-Consulting

**18
Sportzentren**

in Spanien
und Portugal

**Hunderte neue
Arbeitsplätze**

seit Bestehen des
Unternehmens

**26.724 m²
Jahre**

misst das größte
GO fit-Zentrum

Haltedauer

6 Jahre

MPE Verkaufserlös

6,8 Mio. €



Von Disney zu Design Made in Germany



Erfolgsgeschichte

Micky Maus, Pluto, Bambi – die bekannten Disney-Helden waren die ersten Figuren, die Schleich im Jahr 1955 herstellte. Dann kam der Durchbruch für das Unternehmen aus Schwäbisch Gmünd und die ersten selbst designten Figuren folgten. Von der Idee bis zum fertigen Tier vergehen im Schnitt vier Monate. Doch die Liebe zum Detail lohnt sich: Die Schleich-Tiere sind das meistverkaufte Spielzeug Deutschlands.

Wettbewerbsvorteil

- **75 % Handarbeit:** Die Prototypen werden mit viel Liebe zum Detail und unter höchsten Qualitätsstandards per Hand hergestellt.
- **Design Made in Germany:** Auf Basis von Fachbüchern und im Austausch mit Experten entstehen originalgetreue Tierfiguren.
- **Hohe Kundentreue:** Laut einer Umfrage heben 98 Prozent aller Besitzer ihre Schleich-Figuren auf, um sie von Generation zu Generation weiterzugeben.

Wertsteigerung

- **Internationale Expansion:** Schleich hat heute Standorte in 15 Ländern weltweit.
- **Ausweitung des Produktsortiments:** Schleich bietet Spielfiguren für Kinder aller Altersstufen.
- **Partnerschaften mit Unternehmen,** die Geschichten erzählen, wie z.B. die Schmidt Spiele GmbH.

**Über
600**
verschiedene
Spielfiguren

**50
Millionen**
verkaufte Figuren
weltweit

**Gründung
1935**
von Friedrich
Schleich in
Schwäbisch Gmünd

**Mehr als
40.000**
Verkaufsstellen
weltweit



Haltedauer

7,5 Jahre

MPE Verkaufserlös

> 500.000 €



Samsonite®

Wie aus Holzkisten ultraleichte Koffer wurden



Erfolgsgeschichte

Können Sie sich vorstellen, dass einer der ersten ultraleichten Samsonite Koffer aus Holz, Vulkanfaser-Platten und Rohleder hergestellt wurde? Dennoch: Der *Stream-lite* war Teil einer innovativen Gepäckserie und damit das erste Kapitel einer internationalen Erfolgsgeschichte. Mit mehr als 13.000 Beschäftigten ist Samsonite heute der weltweit größte Hersteller von hochwertigem Reisegepäck.

Wettbewerbsvorteil

- **Mensch im Mittelpunkt:** Zur Unternehmenspolitik gehört es, weltweit die besten Arbeitskräfte zu gewinnen und zu halten.
- **Lokale Ressourcen:** Materialien werden vor Ort gewonnen oder recycelt.
- **Internationale Markenpräsenz:** Stetige Produktinnovationen und ein hohes Werbebudget stärken die Marke.

Wertsteigerung

- **Aufbau einer internationalen Markenpräsenz:** Stetige Produktinnovationen und ein hohes Werbebudget stärken die Marke.
- **Wachsender E-Commerce:** Der Ausbau der eigenen Onlineshops eröffnete einen weiteren Vertriebskanal.
- **Regelmäßige Produktprüfungen** wie Überschlags- und Falltests steigern stetig die Qualität und Sicherheit.

**Gründung
1910**

von Samsonite
in Denver

**1914
Einführung**

der Marke
Samsonite

**In über
100 Ländern**

sind Samsonite
Koffer erhältlich

**Mehr als
100 Jahre**

Geschichte
und Tradition

Haltedauer

5,5 Jahre

MPE Verkaufserlös

2,4 Mio. €



Französischer Hersteller von Glasverpackung für Dom Pérignon & Co.



Erfolgsgeschichte

Verpackungen aus Glas liegen im Trend. Und das nicht nur, weil sie nachhaltiger sind als beispielsweise Plastik. Im richtigen Design sehen sie auch noch sehr schick sowie hochwertig aus und können sogar eine Markenidentität schaffen. Ein Beispiel sind hier die Champagnerflaschen von Dom Pérignon – designt und produziert von Verallia. Ebenso stellt das französische Unternehmen Glasbehälter für Unverpackt-Läden her, die in vielen großen Städten Lebensmittel ohne Plastikverpackung anbieten.

Haltedauer

6 Jahre

MPE Verkaufserlös

3,1 Mio. €

Wettbewerbsvorteil

- **Anspruchsvolles Design:** Verallia gestaltet alle Glasverpackungen gemeinsam mit Designern und trägt so entscheidend zur Markenidentität seiner Kunden bei.
- **Nachhaltigkeit:** Bei der Produktion wird in hohem Maße auf recyceltes Glas als Ressource gesetzt.
- **Hohe Kundenbindung** durch individuelle Produkte etwa für Unverpackt, Dom Pérignon und viele Weingüter.

Wertsteigerung

- **Stetiges Wachstum:** Der Umsatz wurde mithilfe des Private-Equity-Managers Apollo gesteigert, die Margen zudem verbessert.
- **Starke Marktposition:** Verallia ist europäischer Marktführer und weltweit drittgrößter Hersteller von Glasverpackungen.

**Über
10.000**

Kunden
weltweit

**16
Milliarden**

Glasflaschen
jährlich

**8
Zentren**

zur Verarbeitung
von Recyclingglas

**34
Glaswerke**

in
11 Ländern



Schweizer Qualität trifft internationales Flair



Erfolgsgeschichte

Ganzer Einsatz: Um sein Business bekannt zu machen, verteilte Otto Kägi seine Backwaren im Jahr 1934 mit dem Fahrrad. Heute produziert das Unternehmen 3.000 Tonnen Waffeln und Biskuits jährlich und auch im Bereich Logistik hat sich das Schweizer Unternehmen zu einem Global Player entwickelt. Selbst in Asien und im Mittleren Osten lassen sich die Kunden heute Kägi schmecken.

Wettbewerbsvorteil

- **Tradition trifft Innovation:** Kägi vereint Schweizer Unternehmensdenke mit internationalen Offices in Hong Kong und Dubai.
- **Schweizer Produktionsstandort:** Bis heute wird ausschließlich in Toggenburg produziert.
- **Zertifizierte Zutaten:** Alle Zutaten sind verantwortungsvoll produziert und ausgezeichnet.

Wertsteigerung

- **Neue Sorten** wie Kägi Kokosnuss oder Dunkle Orange vervollständigen das Sortiment von Kägi.
- **Süße Werbegeschenke:** Unternehmen können sich im eigenen Design Schokoladiges für ihre Kunden bestellen.
- **Expansion** nach Asien und den Mittleren Osten mit der bewährten Schweizer Qualität.

**3000
Tonnen**

jährliche
Herstellung

**Seit
1934**

bewährte
Rezepturen

**100
Prozent**

hergestellt in der
Schweiz

**47 Prozent
Verkauf**

im internationalen
Ausland

Haltedauer

1 Jahr

MPE Verkaufserlös

860.000 €



Whisky in Tetra Paks



Erfolgsgeschichte

Denken Sie bei einem entspannten Glas Whisky an Munich Private Equity? Nein? Sollten Sie aber! Denn das ehemalige Portfoliounternehmen John Distilleries hat einige sehr erfolgreiche Whisky- und Rum-Marken im Portfolio. Das Besondere: Die Firma füllt ihren Alkohol für den indischen Markt in Tetra Paks ab, denn viele Indianer sind um ihre Gesundheit besorgt und haben Angst vor „vergifteten Genussmitteln“. Im Vergleich zu einer Flasche ist bei einem Tetra Pak deutlicher zu erkennen, ob dieser schon geöffnet wurde.



Wettbewerbsvorteil

- **Mehr als Whisky:** John Distilleries hat sich mit Brandy und Weinen gleich mehrere Standbeine aufgebaut.
- **Pioniergeist:** Der Rosé Bellissima war Indiens erster Desertwein – ein Muskateller.
- **Original indische Zutaten:** Diese geben den JD-Getränken ihren unverwechselbaren und authentischen Geschmack.

Wertsteigerung

- **Weltweite Expansion:** Die Produktionsmenge wurde verdoppelt und der Anteil an Premium-Spirituosen erhöht.
- **Support your local dealer:** Regional typische Sorten erweitern das Produktsortiment.
- **Europa im Fokus:** Der indische Single Malt Paul John wurde im europäischen Markt eingeführt.

**120.000
Liter**

werden monatlich
produziert

**Im Jahr
1996**

in Indien
gegründet

**11 Millionen
Flaschen**

wandern jährlich
über den Tresen

**„Original
Choice“**

ist unter den Top 10
weltweit



Softe Brötchen für Burger King & Co.



Erfolgsgeschichte

Wetten, dass Sie diese leckere „Softbackware“ schon selbst in den Händen gehalten haben? Die Rede ist von den Brötchen für die Burger-King-Liebhaber Whopper, Big King und Crispy Chicken. Denn diese werden von Wback produziert, einem unbekanntem Branchenriesen in Bönen (NRW) und Leipheim (Bayern), der in den letzten Jahren ein enormes Wachstum verzeichnen konnte. Heute werden in beiden Standorten über zwei Millionen Brötchen täglich gebacken.

Wettbewerbsvorteil

- **Verkehrsgünstige Standorte:** Bönen und Leipheim liegen logistisch optimal in der Nähe der Ballungszentren.
- **Jahrzehntelange Erfahrung mit Softbrötchen:** Seit 2002 werden die hochwertigen Backprodukte hergestellt.
- **Vollautomatisierte Herstellung:** Über zwei Millionen Brötchen werden täglich komplett computergesteuert produziert

Wertsteigerung

- **Erweiterung des Sortiments** um Hot-Dog-Brötchen und andere Backwaren mit und ohne Sesam.
- **Hochwertige Produkte:** Alle Lieferanten sind IFS zertifiziert und ihre Produkte werden erst nach einer genauen Wareneingangskontrolle zugelassen.
- **Modernste Fertigungstechniken:** Eine kontinuierliche Knetanlage sorgt für höchste Effizienz und durchgängige Produktionsprozesse

Stetige Garantie

für termingerechte und zuverlässige Auslieferung

IFS Zertifikate

für Produktion und Hygiene

4 ½ Mal pro Stunde

wird die Luft in der Produktion entkeimt

55 Minuten

dauert die Gärung der Teiglinge

Haltedauer

5,5 Jahre

MPE Verkaufserlös

4,1 Mio. €



Spezialist für Brandschutzsysteme mit über 800 Produkten



Erfolgsgeschichte

Schläuche, Hydranten, Feuerlöscher. Die deutsche Firma Kraft & Bauer produziert alles für den Bereich Brandschutz. Was im Jahr 1969 als kleine Firma mit Fokus auf Verkauf und Wartung von Handfeuerlöschgeräten begonnen hat, ist heute eine erfolgreiche, mittelständische Firma, die 70 Mitarbeiter beschäftigt. In den letzten fünf Jahren konnte mit der Unterstützung des Schweizer Fondsmanagers Invision eine enorme Wertsteigerung und anschließend ein erfolgreicher Verkauf erzielt werden.

Haltedauer

5,5 Jahre

MPE Verkaufserlös

1,8 Mio. €

Wettbewerbsvorteil

- **Komplettanbieter für Brandschutz:** Kraft & Bauer übernimmt die komplette brandschutztechnische Beratung von Planern und Bauherren.
- **Schutzsysteme für Sonderfälle:** Der Spezialist hat umfangreiche Expertise für besondere Brandschutzanforderungen etwa für Serverräume und Rechenzentren.
- **Fachplaner für Evakuierungsberechnungen:** Kraft & Bauer erstellt für seine Kunden komplette Brandschutz- und Evakuierungspläne.

Wertsteigerung

- **Neue Produktrange:** Während der Partnerschaft mit dem Zielfondsmanager Invision wurden neue Produkte im Bereich Flammenabsorption eingeführt.
- Durch **regelmäßige Schulungen** wird kontinuierlich in die Expertise von Mitarbeitern und Beratern investiert.
- **Zubehör:** Angebot für "Kleinteile" wie Hydranten und Schläuche wurde ausgeweitet.

**Seit
1969**

erfolgreich im
Brandschutzgewerbe

**DIN EN ISO
9001**

zertifiziert
seit 2002

**Seit über
40 Jahren**

Partner der bekannten
Marke VULKAN

**Brandschutz-
helfer**

Ausbildung durch
Kraft & Bauer



ista

Abrechnungs- und Energieeffizienz-Partner für Immobilienbesitzer



Erfolgsgeschichte

Wer kennt sie nicht: die kleinen Verdunstungsröhrchen an den Heizkörpern, die mit der Zentralheizung in deutschen Wohnzimmern Einzug hielten. Die Wurzeln reichen bis ins Jahr 1902 zurück, als Odin und Aksel Clorius die gleichnamige Firma in Dänemark gründeten. Dieses Unternehmen wurde 1974 von der 1957 gegründeten ista übernommen. Heute ist ista einer der weltweit führenden Immobiliendienstleister zur Erhöhung der Energieeffizienz von Gebäuden. Durch die individuelle Erfassung und transparente Abrechnung von Verbrauchsdaten unterstützt man Hauseigentümer und deren Mieter, Energie, CO₂ und Kosten einzusparen.



Haltdauer

5,5 Jahre

MPE Verkaufserlös

2,6 Mio. €

Wettbewerbsvorteil

- **Rund-um-Paket:** Individuelle Erfassung und Abrechnung von Energieverbrauchsdaten mit selbstentwickelten, modernsten Hardwarekomponenten.
- **Innovationstreiber für Digitalisierung:** Produkte und Service-Welt werden konsequent auf „smarte Lösungen“ umgestellt.
- **Gemeinsame Werte:** Das Wertegerüst von fünf „Shared Values“ bestimmt weltweit das Handeln im Umgang miteinander, mit Geschäftspartnern und Kunden.

Wertsteigerung

- **Entwicklung** von einem auf den deutschen Markt fokussierten, analogen Unternehmen zu einem hoch digitalisierten, europäischen Energieeffizienz-Champion.
- **Erweiterung und Modernisierung** des eigenen Hardware-Portfolios u.a. um digitale Heizkostenverteiler, Wasser- und Wärmehzähler sowie die entsprechenden Kommunikationssysteme.

**Gründung
1957**

in Mannheim von
Joh. Schultz und
Karl Völker

**~ 3,7 Mio. t
CO₂**

vermiedene Emissionen
in Deutschland
pro Jahr

**~ 60 Mio.
Geräte**

weltweit in mehr als
13 Mio. Wohnungen

**6.150
Mitarbeiter**

in 22 Ländern, u.a.
USA, Dubai, Thailand



Führender Musikstreaming-Anbieter aus Stockholm



Erfolgsgeschichte

Schon mit 23 Jahren war Spotify-Gründer Daniel Ek so reich, dass er eigentlich nicht mehr arbeiten müsste. Doch das macht ihn nicht glücklich. Auf der Suche nach dem Sinn im Leben verkauft er seine Statussymbole und zieht in das kleine Sommerhäuschen der Eltern in der Nähe von Stockholm. Hier sperrt er sich einen Winter lang ein und denkt über sein Leben nach. Das Resultat: Die Idee, einen Streaming-Dienst zu gründen, bei dem Musik gemietet statt gekauft wird.



Wettbewerbsvorteil

- **Kostenlose Version:** Die werbefinanzierte Version ist das Sprungbrett zum Gewinn vieler zahlender Kunden.
- **Neuer App-Modus:** Updates sorgen für geringeren Datenverbrauch beim Streaming.
- **Stabiler & günstiger Preis:** Für nur 10,99 Euro pro Monat kann Spotify werbefrei genutzt werden.

Wertsteigerung

- **Zu Beginn:** Kooperationen mit Unternehmen wie FlixBus, um den Bekanntheitsgrad weiter zu steigern.
- **Direkte Monetarisierung für Künstler,** so entfallen die Lizenzgebühren für Plattenunternehmen.
- **Spotify Originals:** Der Streaminganbieter steigert den Nutzen für Hörer mit exklusiven Inhalten.

**640
Millionen**

aktive Hörer
monatlich

**252
Millionen**

Premium-
Abonnenten

**~ 60
Millionen**

Musiktitel aus
allen Genres

**Im Jahr
2018**

milliardenschwerer
Börsengang



TonerPartner 
Einfach besser drucken

**Druckerpatronen im Original, recycelt
oder als Refill**



Erfolgsgeschichte

Canon, Epson und HP: Deutschlands größter Toner- und Tintenspezialist TonerPartner hat für jedes Druckermodell die passende Patrone im Sortiment. Das Unglaubliche dabei: Die Patronen sind bis zu 80 Prozent günstiger als bei den Original-Herstellern. Ihre Qualität ist aber praktisch identisch. Während der Zusammenarbeit mit dem Private-Equity-Manager Invision stieg das Unternehmen zu einem der führenden Online-Händler in Europa für Druckermaterial auf.

Haltedauer

4 Jahre

MPE Verkaufserlös

> 1,6 Mio. €

Wettbewerbsvorteil

- **Exzellente Qualität der Produkte:** Bestellabbrüche und Reklamationen sind eine Seltenheit.
- **Kostenlose Werbemittel für Vertriebspartner:** Banner, Logos und Texte werden in einheitlichem Design zur Verfügung gestellt.
- **100 % kompatibel und 95 % günstiger** als die Konkurrenz: die passende Patrone für jedes Gerät zu unschlagbaren Preisen.

Wertsteigerung

- Entwicklung von einem deutschen, familiengeführten Mittelständler zu einem europaweit agierenden Marktführer.
- **Starkes Wachstum:** Umsatz und Anzahl der Mitarbeiter haben sich während der Haltedauer mehrmals verdoppelt.
- **Strategische Zukäufe:** Durch den Kauf der Wettbewerber HQ-Patronen und TintenCenter.com erweitert TonerPartner seine Produktpalette.

**Über
25 Jahre**

Erfahrung
in der Branche

**Bis zu
80 Prozent**

günstiger als
Original-Patronen

**1,5
Millionen**

kaufende
Kunden

**In
16**

Ländern
aktiv



Re-Commerce für Bücher, Kleidung und Datenträger



Erfolgsgeschichte

Momox schenkt Büchern, Medienartikeln und Kleidung ein zweites Leben. Das Unternehmen kauft Artikel von Privatpersonen zum Festpreis auf. Nach einer Qualitätsprüfung werden die Artikel online als Second-Hand-Produkte wiederverkauft. Während der Beteiligung ist Momox stark gewachsen und zum führenden Re-Commerce-Unternehmen Europas aufgestiegen.

Wettbewerbsvorteil

- **Amazon- und eBay-König:** Momox ist der größte Händler für gebrauchte Waren in Deutschland.
- **Perfektionierte Prozesse:** 20 Jahre Re-Commerce-Erfahrung und speziell entwickelte Preisalgorithmen machen Kauf und Verkauf kosteneffizient.
- **Einfacher Ankaufsprozess:** Momox übernimmt die gesamte Verkaufsarbeit für den Kunden.

Wertsteigerung

- **Ausbau und Professionalisierung** der Logistikflächen
- **Erweiterung der Dienstleistungen** um den An- und Verkauf von Second-Hand-Kleidung.
- **Prozess-Optimierung:** Mit der Entwicklung einer intuitiven App wurde der Prozess für Artikel-Verkäufer stark vereinfacht und optimiert.

**Mehr als
2.100**

engagierte
Mitarbeiter

**120.000
Quadratmeter**

Logistikfläche an
zwei Standorten

**>400
Millionen**

angekaufte Artikel
insgesamt

**150.000
Artikel**

werden pro Tag
angekauft

Haltedauer

10 Jahre

MPE Verkaufserlös

3,7 Mio. €



Online-Plattform für Ahnenforschung



Erfolgsgeschichte

Eine Speichelprobe sagt mehr als 1.000 Worte. So die Philosophie von Ancestry.com, einem Unternehmen, das sich auf Ahnenforschung spezialisiert hat. Dabei ist das Konzept so einfach wie genial: Über AncestryDNA können interessierte Kunden einen Gentest machen, der anhand der Zellen der Mundschleimhaut die individuelle DNA ermittelt. Durch einen sogenannten autosomalen DNA-Test ermittelt Ancestry dann die Abstammungslinien mütterlicher- und väterlicherseits, um so die regionale Herkunft der Vorfahren zu bestimmen.

Haltedauer

8 Jahre

MPE Verkaufserlös

>1,8 Mio. US\$

Wettbewerbsvorteil

- **Genetische Herkunft bestimmen:** AncestryDNA ermöglicht einen schnellen DNA-Test per Speichelprobe.
- **Weltweit größte DNA-Datenbank:** ermittelt lebende Vorfahren und zeigt das Verwandtschaftsverhältnis auf.
- **Günstiger Preis:** Für 55 Euro pro Halbjahr Zugriff auf 24 Milliarden historische Datenpunkte.

Wertsteigerung

- **Neue Abo-Modelle zur Kundenbindung:** Deutschland Premium oder International Deluxe als monatliche oder halbjährliche Abos.
- **Neue Marketing-Strategie** sorgte für steigendes Interesse an der eigenen Familiengeschichte und sorgte so für mehr Umsatz.
- **Internes computergenealogisches Netzwerk** generiert durch Digitalisierungen ständig neues Archivmaterial.

**> 3
Millionen**

zahlende
Kunden

**18 Millionen
Menschen**

haben AncestryDNA
schon genutzt

**> 660
Millionen**

deutschsprachige
Dokumente

**100
Millionen**

erstellte
Stammbäume



Führende Online-Lernplattform für Schülerinnen und Schüler



Erfolgsgeschichte

2008 drehte ein Berliner Student zur Vorbereitung auf eine Klausur einen kurzen Erklärfilm und teilte diesen mit seinen Kommilitonen. Das Echo war so positiv, dass es ihn zur Gründung einer Plattform mit Lernvideos inspirierte. Der Student heißt Stephan Bayer. Sein Unternehmen „Sofatutor.com“ ist heute Deutschlands größte digitale Lernplattform und zudem in der Schweiz, in Österreich und in den USA am Markt. Im Zuge der Covid-19-Krise hatte sich die Nutzeranzahl vervierfacht.

Wettbewerbsvorteil

- **Vorreiter im digitalen Lernen** für den Schulbetrieb im deutschsprachigen Raum.
- **Tausende anschauliche Lernvideos** erklären auch komplexe Inhalte leicht und verständlich. Über eine Chatfunktion beantworten 60 ausgebildete Lehrer Fragen.
- **Von der Grundschule bis ins Examen:** Geeignet für Schülerinnen und Schüler von der Grundschule bis zum Abitur, Auszubildende und Studierende.

Wertsteigerung

- **Einführung neuer Funktionen**, wie den Hausaufgaben-Chat und interaktive Übungsaufgaben.
- **Starker Nutzer-Zuwachs ab 2020:** Infolge der Pandemie boomt Sofatutor. Nutzerzahlen steigen stark an.
- **Zahlreiche Auszeichnungen**, wie der Comenius Edu-Media Medaille 2019 in der Kategorie „Schulbildung“.

**93 %
der Nutzer**

verbessern mit Sofatutor ihre Schulnoten

**Fast
8.000**

Lernvideos auf der Plattform

**Über
230**

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

**Mehr als
44.000**

interaktive Übungen

Haltedauer

9 Jahre

MPE Verkaufserlös

630.000 €



Sprachschule für Babys, Kinder und Jugendliche



Erfolgsgeschichte

Nachdem die Spanierin Natàlia Perarnau zum ersten Mal Mutter wird, ist für sie klar: Sie will nur das Beste für ihr Kind und dazu gehört auch der Erwerb der englischen Sprache. Weil Kinder in jungen Jahren besonders gut lernen, macht sie sich auf die Suche nach geeigneten Kursen und Materialien. Als sie nicht fündig wird, konzipiert sie im Jahr 2003 kurzerhand ihr eigenes Programm: Die Kids&Us-Methode für Babys ab einem Jahr.

Wettbewerbsvorteil

- **Einzigartige Methode:** Die englische Sprache wird nach der Kids&Us-Methode so natürlich erlernt wie die Muttersprache.
- **Einzigartige Zielgruppe:** Weil Kinder ganz früh am besten und einfachsten lernen, gibt es auch Programme für die ganz Kleinen. Bei dieser Zielgruppe gibt es kaum Konkurrenz.

Wertsteigerung

- **Ausbau des Lernangebots:** In Altersstufen können Kinder bis 18 Jahren mit Kids&Us lernen.
- **Umfassendes Franchise-System seit 2007:** Ermöglicht einen schnellen Aufbau von Sprachschulen weltweit.
- **Inhouse-Ausbildung von erfahrenen Linguisten:** So werden die hohe Qualität der Schulen gehalten und Kosten für externe Dienstleister eingespart.

**Mehr als
650**

Sprachschulen
weltweit

**180.000
Kinder**

lernen nach der
Methode von
Kids&Us

**Kinder ab
1 Jahr**

können Kurse
belegen

**100 %
Unterricht**

in
Englisch

Haltedauer

6 Jahre

MPE Verkaufserlös

4,4 Mio. €



Lieferant für 5G und Breitbandausbau



Erfolgsgeschichte

ETC aus Frankreich beliefert weltweit nahezu alle großen Telekommunikationsunternehmen mit Technik, die für den Breitbandbetrieb notwendig ist. Der Fokus liegt dabei auf Glasfaserkabeln. ETC ist eines der Unternehmen, die im Zuge der 5G-Technologie weltweit von einem stetig wachsenden Markt profitiert. Aktuell bietet das Unternehmen mehr als 55.000 Produkte, Materialien und Installations-Werkzeuge an.



Haltdauer

4 Jahre

MPE Verkaufserlös

bisher **4,1 Mio. €**

Wettbewerbsvorteil

- **Maßgeschneiderte Produkte:** ETC bietet individualisierte Hardware und Services an und produziert nach Bedarf.
- **Schlüsselfertige Installationen:** Jeder Auftrag kann inklusive 360°-Dienstleistung gebucht werden, z.B. inkl. Einrichtung, Performance-Tests und Dokumentation.
- **Logistik als Service:** Mehr als 200.000 Quadratmeter Lagerfläche ermöglichen schnelle Lieferungen und die Lagerung von Materialien.

Wertsteigerung

- **Angebot ausgeweitet:** Neben Technologiebietet ETC nun Beratungsdienstleistungen an.
- **Gefestigtes Management:** Mit der Unterstützung des PE-Managers Carlyle Europe Technology Partners konnte die Führung ausgebaut werden.
- **Expansion:** ETC ist organisch und durch Übernahmen gewachsen und beliefert mittlerweile die ganze Welt.

**Über 2.000
Mitarbeiter**

in
19 Ländern

**Mehr als
15.000 Kunden**

auf der
ganzen Welt

**Führender
One-Stop-Shop**

für Breitband-
Technologie

**5G-
Technologie**

für den
weltweiten Markt



Suppen für ganz Europa



Erfolgsgeschichte

Von Künstler Andy Warhol berühmt gemacht, von den Kunden heiß geliebt: Die Dosensuppen der Firma Campbell wurden in den 60er Jahren das Motiv der Pop-Art-Kultur. Seit 2014 firmiert Campbell unter dem neuen Namen Continental Foods und vertreibt in Deutschland die bekannte Marke Erasco. Mit Standorten in Belgien, Finnland, Frankreich und Deutschland entwickelte sich das Portfoliounternehmen zu einem der führenden Lebensmittelkonzerne Europas.

Wettbewerbsvorteil

- **Nachhaltige Ziele:** Continental Foods fördert nachhaltiges Wirtschaftswachstum und bessere Ernährung für alle.
- **Paneuropäisches Unternehmen:** Mehr als 1.300 Mitarbeiter in vier europäischen Ländern.
- **Vielfältige Mahlzeiten:** Große Bandbreite an lokalen Marken, die genau den europäischen Geschmacksvorlieben entsprechen.

Wertsteigerung

- **Verschlankeung der Produktpalette** und Fokussierung auf die Bestseller-Produkte 400- und 800-Gramm-Dose.
- **Bessere Nutzung der personellen Ressourcen** durch die Reduzierung von Hierarchieebenen.
- **Deutlich höhere Investitionen in Werbung**, um die einzelnen Marken besser zu positionieren.

1873 Gründung der „Ur-Firma“

F. Vorbeck GmbH & Co. in Lübeck

Erfolgreiche Umbenennung

2013 in Continental Foods

1.300 Mitarbeiter

in vier europäischen Ländern

CVC Capital Partners

übernimmt das europäische Geschäft

Haltedauer

seit **2013**

MPE Verkaufserlös

1,1 Mio. US\$



Heiße Liebe für Fingerfood

TEILEXIT

Erfolgsgeschichte

Frittieren, Panieren, Frosten. Das sind die Königsdisziplinen von Frostkrone, einem Spezialisten für Convenience-Tiefkühlkost in Ostwestfalen. Als Erfinder der schwarzgelben BVB-Nuggets mit Chili und Käse legt das Unternehmen die Latte bei den Themen Fingerfood und Team-Sponsoring ganz hoch. Zur Freude der Kunden: Denen schmeckt's so gut, dass der Umsatz seit der Beteiligung im Jahr 2017 deutlich gestiegen ist.

Wettbewerbsvorteil

- **Ostwestfalen meets Frankreich:** Die Kombination aus Effizienz und Stil ist ein geschmackvolles Team.
- **Internationale Foodtrends:** Frostkrone macht Jalapeños, Peppadews und Mini Corny Dogs tiefkühlfähig.
- **Regelmäßige Zertifizierungen:** Neben höchsten Qualitätsstandards produziert Frostkrone auch vegan und mit Halal-Zertifikat.

Wertsteigerung

- **Food-Forscher reisen nach New York, Chicago und Dubai,** um die neuesten Trends auf dem Tiefkühlmarkt zu erforschen.
- **Expansion weltweit:** Der Heißhunger auf Frostkrone wächst in ganz Europa und den USA.
- **Effizientes Schichtsystem:** Alle Lebensmittel werden an einem Ort verarbeitet und verpackt.

**Jährlich
20.000 Tonnen**

knuspriges
Fingerfood

**Gründung
1997**

in
Ostwestfalen

**Borussia
Dortmund**

Produktpartner
mit schwarzgelben
Nuggets

**Aldi,
Edeka & Co.**

Lieferant von Tief-
kühlkost für viele
Discounter

Haltedauer

seit **2017**

MPE Verkaufserlös

bisher **430.000 €**



Spezialist für die Reparatur von Auto-Glasscheiben

TEILEXIT

Erfolgsgeschichte

Carglass repariert, Carglass tauscht aus. Den Slogan kennen die Deutschen seit vielen Jahren und der Service, der sich dahinter verbirgt, erfreut sich großer Beliebtheit. Carglass ist eine Marke des Familienunternehmens Belron, dem weltweit führenden Spezialisten für das Austauschen und Reparieren von Autoscheiben. Übrigens: Belron wurde bereits 1897 in Kapstadt, Südafrika, von den Glashändlern Jacobs & Dandor gegründet.

Wettbewerbsvorteil

- **Hohe internationale Bekanntheit** durch starke Marken und eingängige Werbekampagnen.
- **Spezialist in einer Nischenbranche**, die kaum Konkurrenz hat.
- **Exzellentes Preis-Leistungs-Verhältnis**, das häufig besser ist, als das Angebot von Vertragshändlern.

Wertsteigerung

- **Aufkauf von Wettbewerbern:** Mittlerweile 16 international bekannte Marken unter einem Dach.
- **Ausbau der Marktposition** durch mehr finanziellen Spielraum seit Einstieg des Private-Equity-Managers CD&R im Jahr 2018.
- **Professionelles Franchise-Konzept**, mit dem Unternehmer eine eigene Carglass-Filiale aufbauen können.

**15
Millionen**

Kunden
jährlich

**16
Marken**

unter
einem Dach

**In 39
Ländern**

gibt es
Filialen von Belron

**Bekannt als
Carglass**

in
Deutschland

Haltedauer

seit **2018**

MPE Verkaufserlös

bisher **800.000 US\$**



KI-gestützte Befunde für radiologische Bilder



Erfolgsgeschichte

Aufgrund eines Mangels an Radiologen greifen immer mehr Krankenhäuser und radiologische Praxen auf die Dienstleistung von 4ways zurück. Per Knopfdruck senden Sie das Bildmaterial etwa aus Röntgen- oder MRT-Geräten an das ehemalige Portfoliounternehmen und sie erhalten innerhalb kurzer Zeit den Befund zurück. Das Besondere: 4ways arbeitet dafür mit einem Netzwerk an Radiologen zusammen – und: Bevor ein Mensch das Bildmaterial begutachtet, scannt bereits eine Künstliche Intelligenz die Aufnahmen und markiert automatisch Anomalien, die das menschliche Auge gegebenenfalls übersehen hätte.

Haltedauer
5 Jahre

MPE Verkaufserlös
680.000€

Wettbewerbsvorteil

- **Innovative KI-Technologie** ermöglicht effiziente Erstellung der Befunde und erhöht die Genauigkeit.
- **24/7-Service:** Krankenhäuser können rund um die Uhr auf die Dienste von 4ways zurückgreifen..
- **Skalierbares Geschäftsmodell:** Technologiegetriebene Dienstleistung als Voraussetzung für Expansion.

Wertsteigerung

- **Professionalisierung** des Vertriebs und systematische Neukundengewinnung.
- **Weiterentwicklung der KI-Technologie**, die radiologische Bilder automatisch auf Anomalien hin scannt.
- **Wachstum:** Umsatz stieg während der Beteiligung um 20 Prozent pro Jahr.

**400
Radiologen**

im Netzwerk übernehmen Befunde

**Rund 20
Jahre**

Erfahrung im Bereich Telediagnostik

**1,5 Mio.
Befunde**

werden pro Jahr erstellt

**Mehr als
100**

Krankenhäuser etc. sind Kunde



Abheben mit High-End-Kiteboards



Erfolgsgeschichte

Wer Wassersportarten mag, wird die Boards & More Group lieben und kennen, denn sie ist Weltmarktführer für Kitesurf-, Windsurf- und Stand-Up-Paddling-Ausrüstung. Dazu gehört auch die Marke Duotone, die auf Kiteboarding und Windsurfing spezialisiert ist. Die Werte der Marke sind klar definiert: Neben High-End-Technologie stehen höchste Qualität und die grenzenlose Passion für den Sport auf dem Programm.

Wettbewerbsvorteil

- **Vereinte zu Beginn zwei bekannte Marken:** North Kiteboarding und North Sails haben sich zu Duotone zusammengeschlossen.
- **Lifestyle trifft Qualität:** Eine entspannte Lebenseinstellung verbindet sich mit High-End-Technologie.
- **Starke Gruppe:** Die Boards & More Group steht mit Know-how und Kapital hinter der Marke Duotone.

Wertsteigerung

- **Münchener Zielfondsmanager Emeram Capital Partners** investiert in die Boards & More Group und begleitet sie in die nächste Wachstumsphase.
- **Akquisitionen** neuer Marken und Erweiterung des Produktportfolios, bspw. um Radsport.
- **Weiterentwicklung der Marke** in den Bereichen Foiling und Bekleidung, durch die neu gewonnene Unabhängigkeit.

**40
Jahre**

Markentradition bündeln sich in Duotone

**Testimonial
Aaron Hadlow**

5 x Kiteboarding
World Champion

**2.000
Händler**

in 102 belieferten
Ländern

**3D-
Ansichten**

der Produkte auf
der Website

Haltedauer

seit **2013**

MPE Verkaufserlös

bisher **915.000€**



Bio-Lebensmittel für mehr Artenvielfalt

Erfolgsgeschichte

Das französische Unternehmen Ecotone (vorher: Wesanen) ist seit über 250 Jahren im Lebensmittel-Business erfolgreich und fokussiert sich seit mehr als zehn Jahren auf die Entwicklung von Bio-Produkten. Dabei steht die Artenvielfalt im Fokus, die durch einen besonders nachhaltigen Anbau erhalten bzw. gesteigert werden soll. Passend dazu hat das Unternehmen vor einiger Zeit seinen Namen geändert: Ecotone beschreibt die Übergangsfläche zwischen zwei Landschaften, z.B. zwischen Wald und Steppe, und damit einen extrem artreichen Abschnitt.

Haltedauer
seit **2019**

MPE Verkaufserlös
wird noch gehalten

Wettbewerbsvorteil

- **Steigende Nachfrage** nach Bio-Lebensmitteln und einem nachhaltigem Umgang mit Ressourcen.
- Ecotone **setzt auf agrarökologische Praktiken**, die über die Vorgaben hinausgehen.
- **Außergewöhnlich große vegane und vegetarische Produktvielfalt.**

Wertsteigerung

- **Markensortiment strategisch ausgebaut:** U.a. wurden die beiden deutsche Unternehmen Little Lunch und Allos aufgekauft. Sie gehören nun zur Ecotone-Bio-Markenfamilie.
- **Reduziertes Gewicht der Verpackungen** und damit Einsparungen bei den Transportkosten.

**Seit 250
Jahren**

im Lebensmittel-
Business erfolgreich

**>10 Jahre
Erfahrung**

in Produktion von
Bio-Lebensmitteln

**B-Corp-
Zertifikat**

als Zeichen gesell-
schaftlicher Verant-
wortung

**Erneuerbare
Energien**

decken 95%
des Bedarfs



Bradshaw Home

Smarte Küchentools für die ganze Welt

Erfolgsgeschichte

Ein Messer, das sich selbst reinigt? Gibt's! Bradshaw Home aus den USA produziert und vertreibt innovative Küchentools und mit dabei ist auch ein Messer mit einer Antihaft-Beschichtung, an der (fast) nichts kleben bleibt. Übrigens: In Deutschland kennen wir die Marke Good Cook, die auch von Bradshaw Home vertrieben wird. Gegründet im Jahr 1905, bietet Bradshaw heute über 7.000 Produkte und ist einer der führenden Designer und Vermarkter hochqualitativer Utensilien fürs Kochen und Backen.

Haltedauer
seit **2021**

MPE Verkaufserlös
wird noch gehalten

Wettbewerbsvorteil

- **Nischen-Expertise und vertikal aufgestellt:** Bradshaw vereint Experten aus den Bereichen Herstellung, Vertrieb, Design, Verkaufsförderung und Merchandising und kann so die Marktanforderungen antizipieren.
- **Schnelles Reagieren auf Kundenwünsche:** Bradshaw arbeitet eng mit seinen Retail-Partnern zusammen und ist so immer über die neuesten Trends und Kaufvorlieben seiner Kunden informiert.

Wertsteigerung

- **Organisches Wachstum:** Durch Produktinnovationen und einen starken Fokus auf den Kundenservice sollen die Verkaufszahlen von Bradshaw konstant steigen.
- **Regelmäßige Investitionen** in IT, System-Infrastruktur und die Standorte sollen dazu beitragen, die wachsenden Anforderungen des Marktes zu meistern und die Marktführerschaft weiter auszubauen.

**Seit
1905**

auf
Wachstumskurs

**Bei 100.000
Einzelhändlern**

in Nordamerika im
Sortiment

**7.000
Produkte**

weltweit
im Vertrieb

**1 Million
Teile**

werden pro Woche
verpackt & verschickt



Führender Anbieter von Überlandbusverbindungen



Erfolgsgeschichte

Das Portfoliounternehmen FLIX SE steht vor allem für kostengünstige Überlandbusverbindungen unter der Marke FlixBus in Europa, Nordamerika, Südamerika und Asien. Dazu bietet FLIX mit FlixTrain zunehmend auch Zuglinien und mit FlixCar einen Carsharing-Dienst an. Dank der Private-Equity-Unterstützung überstand FLIX die Pandemie, in der zeitweise alle Busse still stehen mussten. Stattdessen nutzte das Unternehmen die Gelegenheit, mit der Übernahme der berühmten Greyhound Busse in den USA zum dortigen Marktführer zu avancieren.



Haltedauer

8 Jahre

MPE Verkaufserlös

500.000 US\$

Wettbewerbsvorteil

- **Tradition trifft Innovation:** Regionale Familienunternehmen als verlässliche Buspartner.
- **Technologie an Board:** Schnelle Buchungsmöglichkeiten sowie WLAN sind für viele Kunden ein Auswahlkriterium.
- **Günstige Preise:** Über 400.000 Verbindungen in Deutschland und Europa ab 5 Euro.

Wertsteigerung

- **Neue Märkte:** Die Marke FlixBus ist in Europa, Nordamerika und in der Türkei zum Marktführer avanciert.
- **Immer mehr Fahrgäste:** Im Jahr 2023 wurden über 81 Millionen Fahrgäste transportiert.
- **Kontinuierlicher Streckenausbau:** Mehr als 5.600 Reiseziele weltweit.

**5.600
Ziele**

weltweit

**400.000
Verbindungen**

pro
Tag

**400+ Millionen
Kunden**

seit
Unternehmensstart

**80% weniger
CO²-Ausstoß**

pro Person als mit
dem Auto



BOARDWALK

PICTURES

Videoproduktionen für Netflix & Co.

Erfolgsgeschichte

Das Team rund um Boardwalk Pictures aus den USA kreiert Videos und Dokumentationen für Netflix, Disney+ und Co. So kommt mit *Chef's Table* eine der erfolgreichsten Dokumentations-Serien auf Netflix aus dem Hause. Besonders wichtig sind den Video-Profis dabei die Geschichten, die erzählt werden, denn dadurch werden die Dokus emotionaler und die gezeigten Personen nahbarer. Übrigens auch ein Hauptinvestitionsgrund für Shamrock Capital, der Fondsmanager, über den unsere Anleger an Boardwalk beteiligt sind.

Wettbewerbsvorteil

- **100 % authentisches Fernsehen:** Boardwalk Pictures setzt auf echte Charaktere und emotionales Storytelling bei allen Videoproduktionen ganz ohne Skript.
- **Ausgezeichnet:** Verschiedene Produktionen sind ausgezeichnet, etwa mit dem Emmy oder dem International Design Award.
- **Netflix und Disney+** gehören zum Kundenstamm, zwei der führenden Streaming-Dienstleister weltweit.

Wertsteigerung

- **Erschließung neuer Genres:** Boardwalk wird in Zukunft den Non-Fiction-Bereich weiter ausbauen und z.B. Comedy und Gameshow-Formate produzieren.
- **Starker Partner:** Shamrock Capital – gegründet von Walt Disney's Neffen Roy. E Disney – unterstützt Boardwalk mit Kapital und Know-How beim Wachstum.

**30
Episoden**

der Erfolgsshow
Chef's Table

**Mehr als
20**

Nominierungen bei
den Emmy Awards

**2010
gegründet**

in
Santa Monica

**96
Mitarbeiter**

in den
USA

Haltedauer

seit **2022**

MPE Verkaufserlös

wird noch gehalten



babaria
cosmética natural

Naturkosmetik für Haut & Haare

Erfolgsgeschichte

Der Markt für Naturkosmetik wächst kontinuierlich: Bis 2029 soll das Volumen auf rund 17,5 Milliarden Euro ansteigen. Längst hat die Hautpflege auf natürlicher Basis den Weg aus dem Hochpreissegment auch in die Regale der Drogerie-Discounter gefunden. Berioska produziert Naturkosmetik für Haut und Haare unter der Marke babaria. In Deutschland und Österreich kennen wir die Marke z.B. als Sonnenschutzcreme.

Wettbewerbsvorteil

- **Nachhaltige Kosmetik ohne Tierversuche:** Babaria arbeitet zu 100 % „cruelty free“ und es gibt eine große Produktpalette an veganen Bio-Kosmetika.
- Das Erfolgsrezept von Babaria ist die **einzigartige Kreation innovativer Produkte** auf der Grundlage natürlicher Inhaltsstoffe mit einem starken Fokus auf Nachhaltigkeit.

Wertsteigerung

- **Weltweite Niederlassungen:** Babaria produziert in Spanien, Kolumbien, Peru, Mexiko und den USA und möchte auch in Zukunft weiter expandieren.
- **Der Private-Equity-Manager Corpfin hält seit 2019 einen Anteil von 75 % an Babaria.** Unter der Schirmherrschaft werden die Nachhaltigkeitsstrategie ausgebaut und innovative neue Produkte entwickelt.

Haltedauer
seit **2019**

MPE Verkaufserlös
wird noch gehalten

**7.000
m²**

Produktions-
fläche

**Im Jahr
1981**

gegründet

**In über
90 Ländern**

weltweit sind die
Produkte verfügbar

**Mehr als
300**

Mitarbeiterinnen und
Mitarbeiter

Stabilität durch Streuung

Das Investitionsprinzip der MPE Dachfonds



Eine einzelne Investition

Sie beteiligen sich mit einem einzelnen MPE Dachfonds und investieren so in ein sehr breit gestreutes Gesamtportfolio mit einer Vielzahl an Unternehmen.

Know-how und Expertise

Unser Investmentteam in der Unternehmensgruppe analysiert Private-Equity-Fondsmanager anhand ihrer Strategie, ihrer Erfahrung und ihrer bisherigen Ergebnisse. Die aussichtsreichsten Private-Equity-Fonds werden für den Dachfonds ausgewählt.

Doppelte Prüfung für mehr Sicherheit

Die ausgewählten Private-Equity-Fondsmanager investieren jeweils in 10 bis 20 Unternehmen. Davor durchleuchten sie die Firmen, die für eine Beteiligung in Frage kommen. Häufig stehen sie mit den bisherigen Eigentümern schon über Jahre in Kontakt. Dieser Prüfprozess sorgt dafür, dass Sie möglichst von Unternehmen mit großem Wertsteigerungspotential profitieren.

Streuung ist alles

Die Summe der vielen Portfolios unserer ausgewählten Private-Equity-Fonds ergibt ein sehr breit diversifiziertes Gesamtportfolio. Dank dieser Streuung auf viele voneinander unabhängige Einzelbeteiligungen verringert sich das Risiko deutlich. Die Dachfonds von Munich Private Equity sind in der Regel an deutlich über 100 – teilweise mehreren hundert – Unternehmen aus verschiedenen Branchen und Regionen beteiligt.

Risikohinweis

Die Anleger nehmen am Vermögen und Geschäftsergebnis der von Munich Private Equity angebotenen Private-Equity-Dachfonds gemäß ihrer Beteiligungsquote im Rahmen der vertraglichen Vereinbarungen teil. Die Anlage in einen solchen Fonds birgt neben Chancen auf Erträge auch Risiken. Dies können insbesondere die nachfolgend genannten Risiken sein, wobei es sich um eine auszugsweise Darstellung der in Betracht kommenden Risiken handelt. Eine vollständige und abschließende Schilderung ist ausschließlich dem jeweiligen Verkaufsprospekt (dort unter dem Kapitel „Risiken“) zu entnehmen.

Wirtschaftliches Risiko der Zielunternehmen / Zielfonds

Der jeweilige Fonds stellt den Zielfonds Kapital zur Verfügung, welches diese wiederum (mittelbar) in Zielunternehmen investieren. Die Zielunternehmen arbeiten damit operativ wirtschaftlich entsprechend ihrem jeweiligen Unternehmenszweck. Der Fonds, die Zielfonds und der Anleger tragen somit die allgemeinen wirtschaftlichen Risiken dieser Zielunternehmen, welche zum Beispiel im Falle einer Wirtschaftskrise oder einer Fehleinschätzung des Managements bis zur Insolvenz eines Zielunternehmens führen können.

Risiko aus unbekanntem Zielfondsinvestments

Die konkreten Zielfonds und damit die konkreten Zielunternehmen stehen häufig noch nicht fest. Hiermit verbunden ist das Risiko, dass diese die Ergebniserwartungen nicht erfüllen oder nur mit Verlust veräußert werden können oder die Investitionsphase deutlich länger dauert als geplant. In der Folge können Auszahlungen an die Anleger später als geplant erfolgen. Auch ein Teil- oder Totalverlust der Einlage nebst Agio ist denkbar.

Risiko der eingeschränkten Handelbarkeit

Eine Beteiligung ist während des Bestehens des Fonds fest abgeschlossen und nicht ordentlich kündbar. Ferner existiert für die Beteiligung kein regelmäßiger Zweitmarkt. Für den Anleger besteht das Risiko, dass er die Beteiligung nicht oder nur zu einem Preis unter ihrem Substanzwert veräußern kann, wenn er sich von der Beteiligung trennen möchte.

Wechselkurs- und Währungsrisiken

Das Ergebnis der jeweiligen Fondsgesellschaft ist mittelbar auch von möglichen Währungsschwankungen und Wechselkursrisiken zwischen mehreren Währungen abhängig.

Risiko einer verzögerten Auszahlung

Der Zeitraum, in dem der Verkauf der einzelnen Zielunternehmen und damit die Mittelrückflüsse an die Zielfonds und an die jeweilige Fondsgesellschaft stattfinden werden,

kann nicht vorhergesagt werden. Es kann sich um einen längeren Zeitraum handeln. Wenn nach dem Ende der Grundlaufzeit Anteile an Zielfonds oder Zielunternehmen gehalten werden, kann von den Anlegern ein späterer Eintritt in die Liquidation beschlossen werden.

Insolvenzrisiko / Fehlende Einlagensicherung

Die jeweilige Fondsgesellschaft kann in die Insolvenz geraten. Für die Fondsgesellschaft besteht kein Einlagensicherungssystem.

Risiken aus der Verwaltung mehrerer Investmentvermögen

Die Kapitalverwaltungsgesellschaft verwaltet auch andere Fonds und entscheidet insbesondere auch über die Auswahl der Investitionen für andere Fonds, was zu der Entstehung von für den Anlageerfolg nachteiligen Interessenkonflikten führen kann.

Haftung / Ausstehende Raten

Jeder Anleger schuldet die Zahlung der gesamten Einlageverpflichtung. Im Haftungsfall ist eine Inanspruchnahme des Anlegers auf vom Fonds bereits an ihn ausbezahlte Beträge möglich.

Nachhaltigkeitsrisiken

Nachhaltigkeitsrisiken im Sinne der Verordnung (EU) 2019/2088 sind Ereignisse oder Bedingungen aus den Bereichen Umwelt, Soziales oder Unternehmensführung, deren Eintreten tatsächlich oder potenziell wesentliche negative Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage sowie auf die Reputation eines Unternehmens und damit auf den Wert der Investition des Fonds haben könnten. Diese Effekte können sich auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Fonds sowie auf die Reputation der Gesellschaft auswirken. Nachhaltigkeitsrisiken können auf alle bekannten Risikoarten einwirken und als Faktor zur Wesentlichkeit dieser Risikoarten beitragen.

Die beschriebenen Risiken können einzeln oder kumulativ auftreten. Das maximale Risiko des Anlegers besteht grundsätzlich im Totalverlust der Einlage nebst Agio.

Im Vertrieb der

Munich Private Equity Consulting GmbH
Keltenring 5
82041 Oberhaching
www.munich-pe.com