

Situation

- Regionaler Anbieter verpackter Bio-Lebensmittel (sowohl Hersteller- als auch Handelsmarken) für den Fachhandel und Supermärkte
- Im Besitz des CEO; Expansion ins Ausland beabsichtigt. Auf Lebensmittel spezialisierter Midcap-PE-Fonds will Mehrheitsanteil kaufen.

Aktionen Proost Ventures

- Bewertung der Markt- und Markenpositionierung des Zielobjekts (basierend auf Experten- und B2B-Kundenbefragungen)
- Bestimmung von Größe und (historischem und prognostiziertem) Wachstum des Bio-Lebensmittelmarktes in ausgewählten Ländern nach Produktsegmenten, Vertriebskanal & Preissegment
- Detaillierte Produktsegment-, SKU-, Vertriebskanal- und Markenanalyse des Zielobjekts, der Wettbewerber und des Marktes
- Bestimmung der Kaufkriterien von B2B-Kunden, Bewertungszielobjekt und Hauptwettbewerbern
- Benchmarking, Profilierung und Segmentierung relevanter lokaler und internationaler Wettbewerber und Übernahmezielobjekte
- Beurteilung des Wachstumspotenzials und Bewertung des Geschäftsplans vs. Markt, Wettbewerbsentwicklung und internationalem Wachstumsplan

Projektergebnisse

- Erfolgreiche Durchführung einer vom Käufer beauftragten Commercial Due Diligence in 3 Wochen (einschl. Prüfungen von physischen Geschäften und Online-Shops sowie Experten- und Wettbewerberbefragungen)

Quelle: Projekterfahrung Proost Ventures. * Hinweis: „Sonstige“ umfassen Direktverkauf, gewerbliches und institutionelles Catering sowie Einzelhändler und Handwerker.

Umsätze mit Bio-Lebensmitteln nach Vertriebskanal
- Frankreich, Mio. EUR und %, 2014–2019-

