



MARKETINGMITTEILUNG

So arbeitet Ihr Geld

Investieren Sie in erfolgreiche Unternehmen weltweit.



Norman Lemke und Armin Prokscha – der Vorstand der RWB PrivateCapital Emissionshaus AG

Sehr geehrte Anleger und Interessenten,

in 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 – trotz Inflation. Die Entscheidung, in private, nicht-börsennotierte Unternehmen zu investieren, liegt für sie deshalb auf der Hand.

Mit den Private-Equity-Dachfonds der RWB können Sie das auch. Denn damit beteiligen Sie sich an deutlich über einhundert, teils sogar hunderten 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 RWB? 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

Armin Prokscha
Mitglied des Vorstands

WICHTIGER HINWEIS Diese Unterlage ist eine Marketingmitteilung der RWB Partners GmbH, die die Publikumsfonds der RWB PrivateCapital Emissionshaus 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 RWB PrivateCapital Emissionshaus AG, Kelttenring 5, 82041 Oberhaching, zur kostenlosen Abgabe bereitgehalten. Eine Zusammenfassung der Anlegerrechte in deutscher Sprache finden Sie unter www.rwb-ag.de/rechtliche-angaben.



Fitness- und Yogakleidung der Extraklasse



Vom Seifenhersteller zur Queen of Beauty



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 2020 war der Gesamtumsatz bereits auf über 4 Milliarden US-Dollar gestiegen.

Wettbewerbsvorteil

- **Einzigartiges Konzept:** Lululemon verkörpert den Athleisure-Trend und macht Sportkleidung alltagstauglich.
- **Innovative Markenkommunikation:** Statt Leistungssteigerung stehen Achtsamkeit und Ausgeglichenheit im Fokus.
- **Höchste Qualität:** Die Kleidungsstücke von Lululemon fühlen sich an „wie eine zweite Haut“ und überzeugen durch ausgewählte Materialien.

Seit 20 Jahren
auf Wachstumskurs

Ca. 80 Prozent
der Käufer sind weiblich

Wertsteigerung

- Das Label wird nur über **eigene Shops** verkauft.
- **Geringer werblicher Aufwand**, da keine Prominenten, sondern örtliche Trainer als Botschafter eingesetzt werden.
- **Showrooms und „Sweat Sessions“** für ausgewählte Kundinnen steigern die Bekanntheit der Marke in Europa.

1.560 US\$ Umsatz
pro Quadratmeter Verkaufsfläche

Im Jahr 2017
erster Shop in München

Haltedauer **5,5 Jahre**
RWB Verkaufserlös **> 4,7 Mio. €**

Erfolgsgeschichte

Einst eine Seifenfabrik in Hamburg, heute eine der erfolgreichsten Parfümerien der Welt. Das Unternehmen Douglas ist mit rund 38.000 hochwertigen Produkten einer der Marktführer im Bereich dekorative Kosmetik und Hautpflege und verfügt über eines der weltweit erfolgreichsten Kundenkarten-Systeme. Sage und schreibe 39 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 wird sukzessive ganz Europa erschlossen.
- **Neue Produktkategorien** wie „Professional Beauty“ vertreiben in Zukunft auch Zubehör, wie elektrische Hautreinigungsbürsten.
- **Erschließen neuer Kundengruppen** durch die deutliche Abgrenzung von der Konkurrenz.

Haltedauer **4 Jahre**
RWB Verkaufserlös **1,9 Mio. €**

Über 20.000
Mitarbeiter weltweit

In 21 Ländern
europaweit präsent

38.000 hochqualitative
Produkte im Portfolio

39 Mio. Inhaber
der Douglas Beauty Card



Die deutsche High-Tech Schmiede



mytheresa.com

Der Luxus-Onlineshop im Süden Münchens



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

- **Erweiterung 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.

Haltedauer

6 Jahre

RWB Verkaufserlös

> 1,9 Mio. €

**185
Mitarbeiter**

und eine 50-jährige
Erfolgsgeschichte

**36
Millionen €**

Umsatz
pro Jahr

**Pionierleistung
„RolloTron“**

wurde 1981 ins
Leben gerufen

**50
Jahre**

Erfolgsgeschichte als
Hidden Champion

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 200 internationale Top-Designer online geshoppt werden. Das Buying-Team pflegt seit mehr als 25 Jahren engen Kontakt zur internationalen Fashion-Branche und wählt so nur das Beste für den Onlineshop aus.

Haltedauer

5,5 Jahre

RWB Verkaufserlös

2,8 Mio. €

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

- **Mytheresa Kids**, der Onlineshop für kleine Trendsetter, bedient eine wichtige Nische.
- **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 Erfolgs-
geschichte

**25
Jahre**

persönlicher Kontakt
zu Luxusbrands
weltweit

**Über 200
Luxusdesigner**

im
Portfolio

**300
Millionen €**

jährlicher
Umsatz



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

- **Ausgewogenes Konzept:** Sportzentren und Gesundheitsprogramme sind aufeinander abgestimmt.
- **Corporate Wellness:** Ingesport hat sich auch auf die Bedürfnisse von Unternehmen spezialisiert und bietet individuelle Mitarbeiterprogramme an.
- **Erschwingliche Preise:** Die Sportzentren haben einen hohen Standard, sprechen eine breite Zielgruppe an und befinden sich im mittleren Preissegment.

Wertsteigerung

- **Ausbau GO fit:** Die Sportzentren werden in Spanien und Portugal kontinuierlich vergrößert oder neu errichtet.
- **Verlässliche Kooperationen:** Ingesport arbeitet eng mit Städten, Stiftungen und Gemeinden zusammen und vergrößert stetig seinen Kundenstamm.
- **Aktives Mitglied der ISPA** International Spa Association und Profiteur von zahlreichen Wettbewerbsvorteilen.

Haltedauer

6 Jahre

RWB Verkaufserlös

6,8 Mio. €

>20 Jahre Erfahrung

im Bereich Sport-Consulting

18 Sportzentren

in Spanien und Portugal

950 neue Arbeitsplätze

seit Bestehen des Unternehmens

26.724 m² Jahre

misst das größte GO fit-Zentrum

Schleich 

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.

Haltedauer

7,5 Jahre

RWB Verkaufserlös

> 500.000 €



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.
- **Haptisch statt digital:** Anfassen und Erleben ist das Motto von Schleich, um Kindern mit Spaß etwas beizubringen.

Wertsteigerung

- **Verkauf von Spiele-Sets** mit verschiedenen Tieren, die alle Teil einer eigenen Schleich-Welt sind.
- **Partnerschaften mit Unternehmen**, die Geschichten erzählen, wie z.B. die Schmidt Spiele GmbH.
- **Schulartikel & Hörbücher**, die mit den Schleich-Tieren zum Leben erweckt werden und Lernen spielerisch gestalten.

Über 600

verschiedene Spielfiguren

50 Millionen

verkaufte Figuren weltweit

Gründung 1935

von Friedrich Schleich in Schwäbisch Gmünd

160 Millionen €

Brutto-Umsatz im Jahr 2017



Wie aus Holzkisten ultraleichte Koffer wurden



Französischer Hersteller von Glasverpackung für Unverpackt & Co.



Erfolgsgeschichte

Können Sie sich vorstellen, dass einer der ersten ultraleichten Samsonite Koffer aus Holz, Vulkanfiber-Platten und Rohleder hergestellt wurde? Dennoch: Der Streamlite war Teil einer innovativen Gepäckserie und damit das erste Kapitel einer internationalen Erfolgsgeschichte. Mit mehr als 12.000 Beschäftigten ist Samsonite heute der weltweit größte Hersteller von hochwertigem Reisegepäck.

Haltedauer
5,5 Jahre

RWB Verkaufserlös
2,4 Mio. €

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

- **Akquise von erfolgreichen Unternehmen:** 2016 wurde Tumi Holding gekauft, um das Produktsortiment im Premium-Bereich weiter auszubauen.
- **Wachsender E-Commerce:** Der Ausbau der eigenen Onlineshops eröffnete einen weiteren Vertriebskanal.
- **Regelmäßige Produktprüfungen** wie Überschlags- und Falltests gewährleisten höchste 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

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 und hochwertig aus. Das beste Produktbeispiel: Die Unverpackt-Läden, die in vielen großen Städten Lebensmittel ohne Plastikverpackung anbieten. Das heißt: Alle Produkte werden im Laden in die Verallia-Gläser abgefüllt, mit nach Hause genommen und beim nächsten Einkauf im Geschäft wieder befüllt.

Haltedauer
6 Jahre

RWB 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

**32
Glaswerke**

in
11 Ländern



Kägi

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.

Haltedauer

1 Jahr

RWB Verkaufserlös

860.000 €

3000 Tonnen
jährliche Herstellung

Seit 1934
bewährte Rezepturen

100 Prozent
hergestellt in der Schweiz

47 Prozent Verkauf
im internationalen Ausland



Whisky in Tetra Paks



Erfolgsgeschichte

Denken Sie bei einem entspannten Glas Whisky an die RWB? 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 Inder 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.

Haltedauer

7 Jahre

RWB Verkaufserlös

6,7 Mio. US\$

Wettbewerbsvorteil

- **Mehr als Whisky:** John Distilleries hat sich mit Brandy und Weinen gleich mehrere Standbeine aufgebaut.
- **Erster Dessertwein in Indien:** Der Rosé Bellissima ist Indiens erster 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 unbekannteren 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.

Haltedauer
5,5 Jahre

RWB Verkaufserlös
4,1 Mio. €

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



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

RWB 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 Produktreihe:** 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.
- **Angebot von Zubehör:** Kleinteile oder Zubehör wie Hydranten und Schläuche sind ein schnell wachsender Markt.

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



Energieeffizienz-Partner für Smart-Home-Lösungen



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.

Haltedauer
5,5 Jahre

RWB 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 in einen hoch digitalisierten, europäischen Energieeffizienz-Champion.
- **Erweiterung und Modernisierung** des eigenen Hardware-Portfolios u.a. um digitale Heizkostenverteiler, Wasser- und Wärmezähler sowie die entsprechenden Kommunikationssysteme.

**Gründung
1957**

in Mannheim von
Joh. Schultz und
Karl Völker

**~ 4 Mio. t
CO₂**

vermiedene Emissionen
in Deutschland
pro Jahr

**~ 60 Mio.
Geräte**

weltweit in mehr als
13 Mio. Wohnungen

**5.500
Mitarbeiter**

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



Musikstreaming 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.

Haltedauer
5 Jahre

RWB Verkaufserlös
streng vertraulich

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

- **Kooperationen mit Unternehmen** wie FlixBus, um den Bekanntheitsgrad weiter zu steigern.
- **Direkte Monetarisierung für Künstler**, so entfallen die Lizenzgebühren für Plattenunternehmen.
- **Spotify Originals:** Um sich abzuheben, sucht & produziert Spotify Inhalte, die andere nicht bieten.

**345
Millionen**

aktive Hörer
monatlich

**155
Millionen**

Premium-
Abonnenten

**~ 60
Millionen**

Musiktitel aus
allen Genres

**Im Jahr
2018**

milliardenschwerer
Börsengang



TonerPartner
Deutschlands großer Toner und Tinten Spezialist seit 1993

Druckerpatronen im Original, recycelt oder als Refill



Re-Commerce für Bücher, Kleidung und Datenträger



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 95 Prozent günstiger als bei den Original-Herstellern. Ihre Qualität ist aber praktisch identisch. Kein Wunder, dass die Kunden den Tintenspezialisten feiern: Mit über 169.000 exzellenten 4- und 5-Sterne-Bewertungen ist TonerPartner einer unserer am besten bewerteten Hidden Champions.

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

- **Attraktives Affiliate-Programm:** Vertriebspartner erhalten bis zu 20 Prozent Provision.
- **Geschultes Personal:** Telefonischer und elektronischer Kunden service mit kostenlosem Support bei allen Fragen.
- **Exzellentes Shop-Design:** Einfache Benutzeroberfläche und Usability machen den Online-Einkauf unkompliziert.

Haltedauer

4 Jahre

RWB Verkaufserlös

> 1,6 Mio. €

**Über
25 Jahre**

Erfahrung
in der Branche

**Mehr als
169.350**

exzellente Kunden-
bewertungen

**1,5
Millionen**

kaufende
Kunden

**3 Jahre
Garantie**

auf alle
Produkte

Erfolgsgeschichte

Momox ist bekannt dafür, Bücher, DVDs und Blurays aufzukaufen, um sie wieder zu verkaufen. Doch wussten Sie, dass das Unternehmen aus Berlin auch Second-Hand-Kleidung anbietet? Die Nachfrage auf der dazugehörigen Seite ubup.com ist riesig. Rund 50 Prozent der angekauften Kleidungsstücke werden innerhalb von vier Wochen weiterverkauft. Übrigens: Der Name ubup war die Idee von Frau Wegner, der Gattin des Gründers. Noch wird ein Großteil des Umsatzes mit dem Wiederverkauf von Büchern und Datenträgern generiert, doch das Geschäft mit Kleidung wächst.

Haltedauer

10 Jahre

RWB Verkaufserlös

3,7 Mio. €

Wettbewerbsvorteil

- **Amazon- und eBay-König:** Momox ist der größte Händler für gebrauchte Waren in Deutschland.
- **Perfektionierte Prozesse:** 15 Jahre Re-Commerce-Erfahrung und speziell entwickelte Preisalgorithmen machen Kauf und Verkauf kosteneffizient.
- **Einfacher Ankaufsprozess:** Momox übernimmt die gesamte Verkaufsarbeit für den Kunden.

Wertsteigerung

- **Angebot und Nachfrage** bestimmen den Verkaufspreis
- **Second-Hand-Mode** ist der größte Wachstumstreiber, da die Verkaufsmarge im Schnitt bei 70 Prozent liegt.
- **Niedrige Retouren-Quote:** Nur 20-30 Prozent werden zurückgesendet. Zum Vergleich: Im klassischen Online-Handel sind es 50 Prozent.

**10
Millionen**

verschiedene Artikel
auf der Website

**75.000
Quadratmeter**

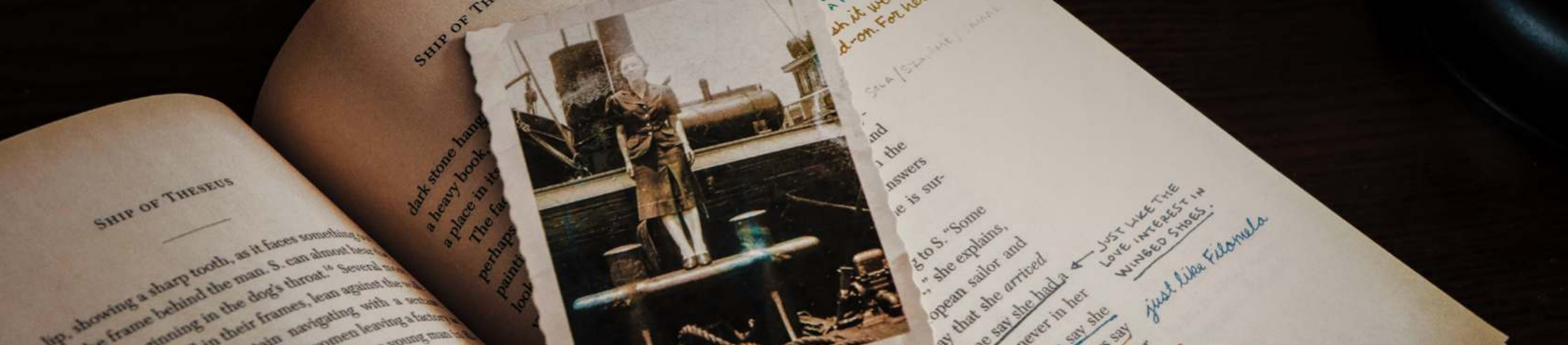
Logistikfläche an
drei Standorten

**9
Millionen**

gelagerte Bücher
und Medienartikel

**150.000
Artikel**

werden pro Tag
gekauft und verkauft



Online-Plattform für Ahnenforschung



Führende Online-Lernplattform für Schülerinnen und Schüler



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 Herkunft der Vorfahren zu bestimmen.

Haltedauer

8 Jahre

RWB 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 59 Euro pro Halbjahr Zugriff auf 24 Milliarden historische Aufzeichnungen.

Wertsteigerung

- **Mitgliedschaften zur Kundenbindung:** Deutschland Premium oder International Deluxe als monatliche oder halbjährliche Abos.
- **Steigendes Interesse an der Vergangenheit:** Die Nachfrage nach der eigenen Familiengeschichte steigt deutlich an.
- **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

Erfolgsgeschichte

Vor zehn Jahren 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 hat sich die Nutzeranzahl vervierfacht.

Haltedauer

9 Jahre

RWB Verkaufserlös

630.000 €

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

- **Führende Lernplattform:** Bereits über eine halbe Million zahlende Nutzende im deutschsprachigen Raum.
- **Rekordzahlen im Corona-Lockdown:** Über 5.000 angemeldete Schulen im März 2020, über eine Million Schülerinnen und Schüler.
- **Gewinner zahlreicher Auszeichnungen** wie der Comenius EduMedia Medaille 2019 in der Kategorie „Schulbildung“.

**Mehr als
½ Million**

zahlende Nutzer-
innen und Nutzer

**5.000
Schulen**

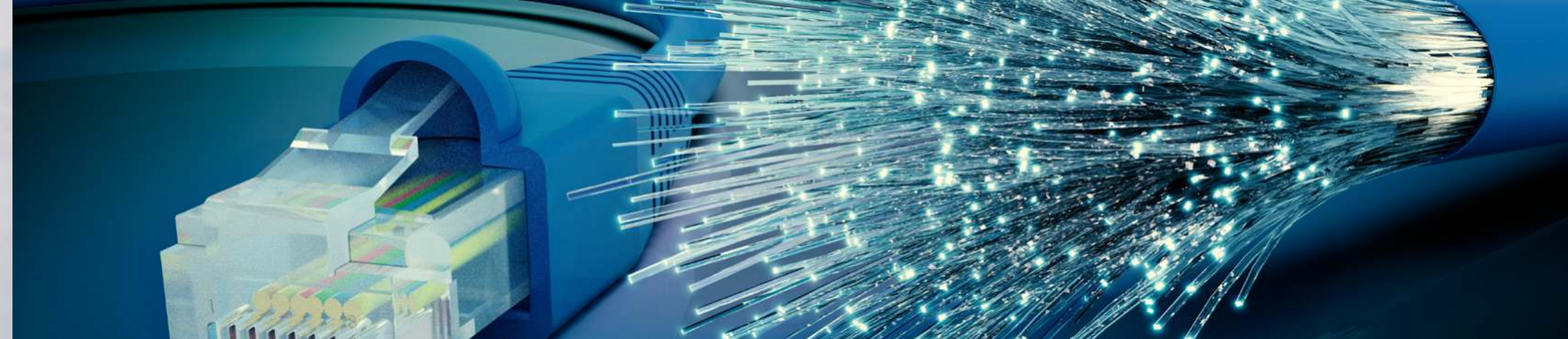
sind an Sofatutor
angebunden

**Über
250**

Mitarbeiterinnen
und Mitarbeiter

**Mehr als
11.000**

anschauliche
Lernvideos



Sprachschule für Babys, Kinder und Jugendliche



Lieferant für 5G und Breitbandausbau



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.

Haltedauer

6 Jahre

RWB Verkaufserlös

4,4 Mio. €

Wettbewerbsvorteil

- **Einzigartige Methode:** Die englische Sprache wird nach der Kids&Us-Methode so natürlich erlernt wie die Muttersprache.
- **Kurse für Kleinkinder ab 1 Jahr:** Weil Kinder ganz früh am besten und einfachsten lernen, gibt es auch Programme für die ganz Kleinen.

Wertsteigerung

- **Investitionen durch Partner:** Interessenten können durch Kapitaleinsatz eigene Filialen aufbauen.
- **Umfassendes Franchise-System seit 2007:** Ermöglicht einen schnellen Aufbau von Sprachschulen weltweit.
- **Inhouse-Ausbildung von erfahrenen Linguisten:** So wird die hohe Qualität der Schulen gehalten und Kosten für externe Dienstleister eingespart.

**Mehr als
500**

Sprachschulen
weltweit

**150.000
Kinder**

lernen nach der
Methode von
Kids&Us

**Kinder ab
1 Jahr**

können Kurse
belegen

**100 %
Unterricht**

in
Englisch

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 Einführung der 5G-Technologie nicht nur in Deutschland, sondern weltweit von einem stetig wachsenden Markt profitiert. Aktuell bietet das Unternehmen mehr als 55.000 Produkte, Materialien und Installations-Werkzeuge an.

Haltedauer

4 Jahre

RWB 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

- **Erweitertes Angebot:** Neben Produkten rund um die 5G-Technologie bietet ETC auch Beratungsdienstleistungen zu Logistik und Lieferketten an.
- **Gefestigtes Management:** Mit der Unterstützung des PE-Managers Carlyle Europe Technology Partners konnte die Führung ausgebaut werden.
- **Expansion:** ETC hat sein Geschäftsfeld erweitert und beliefert mittlerweile die ganze Welt.

**Über 1200
Mitarbeiter**

in
14 Ländern

**Mehr als
14.000 Kunden**

auf der
ganzen Welt

**11 Millionen
Kilometer**

verkauftes
Glasfaserkabel

**5G-
Technologie**

für den
weltweiten Markt



Suppen für ganz Europa



Heiße Liebe für Fingerfood



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 ist das RWB Portfoliounternehmen einer der führenden Lebensmittelkonzerne Europas.

Haltedauer
seit **2013**

RWB Verkaufserlös
bisher **685.000 €**

Wettbewerbsvorteil

- **Nachhaltige Ziele:** Continental Foods fördert nachhaltiges Wirtschaftswachstum, schützt die Erde und unterstützt Wohlstand und bessere Ernährung für alle.
- **Paneuropäisches Unternehmen:** Mehr als 1.000 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

400 Million €

jährlicher Nettoumsatz

CVC Capital Partners

übernimmt das europäische Geschäft

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 Frostkrone einen Jahresumsatz von 62 Millionen Euro generiert.

Haltedauer
seit **2017**

RWB Verkaufserlös
bisher **84.000 €**

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 15.000 Tonnen

knuspriges Fingerfood

Gründung 1997

in Ostwestfalen

Borussia Dortmund

Produktpartner mit schwarzgelben Nuggets

Lidl, Aldi & Co.

Lieferant von Tiefkühlkost für viele Discounter



Spezialist für die Reparatur von Auto-Glasscheiben



Edle Oberflächen für Luxusautomobile



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.

Haltedauer
seit **2018**

RWB Verkaufserlös
bisher **800.000 US\$**

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

- Vereint **zehn international bekannte Marken** unter einem Dach und baut seine weltweite Präsenz weiter aus.
- **Ausbau der Marktposition** durch mehr finanziellen Spielraum seit Einstieg des Private-Equity-Managers CD&R im Jahr 2018.
- **Professionelles Franchise-Konzept**, mit dem Investoren eine eigene Carglass-Filiale aufbauen können.

**18,2
Millionen**

Kunden
weltweit

**10
Marken**

unter
einem Dach

**In 39
Ländern**

gibt es
Filialen von Belron

**Bekannt als
Carglass**

in
Deutschland

Erfolgsgeschichte

Audi, BMW, Jaguar. Wenn es darum geht, Autos den letzten Schliff zu geben, vertrauen die großen Autohersteller im Luxussegment auf die exklusive Oberflächenveredelung von Fischer. Auch beim Thema Nachfolge geht das Unternehmen große Schritte: In Zukunft setzt Fischer Surface Technologies auf die Unterstützung des Private-Equity-Investors DPE und geht so mit ausreichend Finanzpower und Erfahrung in der Internationalisierung auf Wachstumskurs.

Haltedauer
seit **2016**

RWB Verkaufserlös
bisher **152.000 €**

Wettbewerbsvorteil

- **Finanzkraft und Know-how:** Mit DPE als erfahrenem Partner gelingt die Internationalisierung schneller und effizienter.
- **Reibungslose Abstimmung:** Die Prozesse zwischen DPE und Fischer Surface Technologies sind gut vorbereitet und laufen ohne Streuverluste.
- **Starkes Team:** 750 Mitarbeiter mit exzellentem Fachwissen als ideale Voraussetzung für die nächste Wachstumsstufe.

Wertsteigerung

- **Nachfolge früh regeln:** Die fachliche Expertise eines Finanzinvestors bringt Flexibilität für die nächsten Jahre.
- **Synergien nutzen:** In Zukunft sollen die Unternehmensgruppen in Deutschland und Tschechien enger zusammenarbeiten.
- **Internationalisierung:** Die Märkte Osteuropa, Asien und USA sollen schnell und effizient ausgebaut werden.

**5
Werke**

3 in Tschechien und
2 in Deutschland

**65 Mio. €
Umsatz**

im Jahr
2015

**Gründung
1956**

im Bereich
Glasbearbeitung

**12. Dezember
2016**

Beginn der Zusammen-
arbeit mit DPE



DUOTONE

Abheben mit High-End-Kiteboards



Bio-Lebensmittel für mehr Artenvielfalt

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

- **Vereint zwei bekannte Marken:** North Kiteboarding und North Sails haben sich zu Duotone zusammengeslossen.
- **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.
- **Authentische, professionelle Verbindung** von Windsurfen und Kiteboarden.
- **Weiterentwicklung der Marke** in den Bereichen Foiling und Bekleidung durch die neu gewonnene Unabhängigkeit.

38 Jahre

Markentradition bündeln sich in Duotone

Testimonial Aaron Hadlow

5 x Kiteboarding World Champion

EVO der neue Kite-Allrounder

aus Hightech-Material

3D-Ansichten

der Produkte auf der Website

Haltedauer

seit 2013

RWB Verkaufserlös

bisher 915.700 €

Erfolgsgeschichte

Das französische Unternehmen Ecotone (vorher: Wesanen) ist seit 250 Jahren im Lebensmittel-Business erfolgreich und fokussiert sich seit 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 erst vor kurzem seinen Namen geändert: Ecotone beschreibt die Übergangsfläche zwischen zwei Landschaften, z.B. zwischen Wald und Steppe, und damit einen extrem artenreichen Abschnitt.

Wettbewerbsvorteil

- **Steigende Nachfrage** nach Bio-Lebensmitteln und einem nachhaltigem Umgang mit Ressourcen.
- **Der Verzicht auf teure Pestizide** ist gut für die Umwelt und spart Geld.
- **Außergewöhnlich große** vegane und vegetarische Produktvielfalt.

Wertsteigerung

- **Einige Bio-Marktführer im Sortiment:** Das deutsche Unternehmen Little Lunch gehört ebenfalls zur Ecotone-Familie.
- **Reduziertes Gewicht der Verpackungen** und damit geringere Transportkosten.
- Setzt bei allen Prozessen auf **erneuerbare Energien** und optimiert stetig seinen CO2-Fußabdruck.

Haltedauer

seit 2019

RWB Verkaufserlös

wird noch gehalten

Seit 250 Jahren

im Lebensmittel-Business erfolgreich

10 Jahre Erfahrung

im Anbau von Bio-Lebensmitteln

B-Corp-Zertifikat

als Zeichen gesellschaftlicher Verantwortung

Erneuerbare Energien

decken 95% des Bedarfs



Smarte Küchentools für die ganze Welt

Erfolgsgeschichte

Ein Messer, das sich selbst reinigt? Gibt´s! Bradshaw Home aus den USA hat sich auf innovative Küchentools spezialisiert 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, vertriebt Bradshaw heute über 7.000 Produkte und ist einer der führenden Designer und Vermarkter hochqualitativer Utensilien fürs Kochen und Backen.

Haltedauer
seit **2021**

RWB 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

**9 %
Wachstum p.a.**

in den
letzten 5 Jahren

**7.000
Produkte**

weltweit
im Vertrieb

**1 Million
Teile**

werden pro Woche
verpackt & verschickt



Fernbusse mit allem, was das Herz begehrt

Erfolgsgeschichte

Kostenloses WiFi, GPS-Livetracking, smarte Buchung dank App. Flixbus ist so viel mehr als nur ein normales Busunternehmen, denn es nutzt alle Möglichkeiten der Digitalisierung, um den Kunden eine Fahrt so angenehm wie möglich zu gestalten. Nach dem Fall des Bahnmonopols im Jahr 2013 kann sich Flixbus sogar gegen internationale Großkonzerne durchsetzen und ist längst Marktführer in vielen europäischen Ländern – inkl. Deutschland. Mit der Übernahme der berühmten Greyhound Busse in den USA gelang zudem die Expansion nach Nordamerika.

Haltedauer
seit **2016**

RWB Verkaufserlös
wird noch gehalten

Wettbewerbsvorteil

- **Tradition trifft Innovation:** Regionale Familienunternehmen als verlässliche Buspartner.
- **Technologie an Board:** Schnelle Buchungsmöglichkeiten sowie WLAN sind für viele Kunden ein Auswahlkriterium.
- **Günstige Preise:** Fernverbindungen wie Berlin – München werden schon ab 9,99 Euro angeboten.

Wertsteigerung

- **Verbund mit MeinFernbus:** Durch die Fusion kommt das Unternehmen auf einen Marktanteil von 71%.
- **Immer mehr Fahrgäste:** Im Jahr 2016 waren insgesamt 25 Millionen Menschen in Fernbussen unterwegs.
- **Kontinuierlicher Streckenausbau:** Mehr als 4.000 Linien quer durch Deutschland.

**1.400
Ziele**

in 28 Ländern
Europas

**> 300.000
Verbindungen**

pro
Tag

**100 Millionen
Kunden**

seit
Unternehmensstart

**80 % weniger
CO²-Ausstoß**

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 über den einige der RWB Fonds mittelbar beteiligt sind.

Haltedauer
seit **2023**

RWB Verkaufserlös
wird noch gehalten

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 am schnellsten wachsenden 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

**231
Millionen**

potentielle Serien-
schauer über Netflix

**2010
gegründet**

in
Santa Monica

**96
Mitarbeiter**

in den
USA

babaria cosmética natural

Naturkosmetik für Haut & Haare

Erfolgsgeschichte

Der Markt für Naturkosmetik wächst kontinuierlich: Hierzulande hat sich der Umsatz in den letzten zehn Jahren von rund 700 Millionen Euro auf fast 1,4 Milliarden Euro verdoppelt. 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.

Haltedauer
seit **2016**

RWB Verkaufserlös
wird noch gehalten

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 Kombination von Aloe Vera mit Hagebuttenextrakt:** Aus diesen Wirkstoffen entstehen verträgliche Kosmetika mit hoher Wirksamkeit.

Wertsteigerung

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

**7.000
m²**

Produktions-
fläche

**Im Jahr
1981**

gegründet

**In über
80 Ländern**

weltweit sind die
Produkte verfügbar

**15.000
m²**

Unternehmens-
fläche

Stabilität durch Streuung

Das Investitionsprinzip der RWB Dachfonds

Privatanleger

RWB Dachfonds



Eine einzelne Investition

Sie beteiligen sich mit einem einzelnen RWB 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 der RWB 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 der RWB 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

RWB Partners GmbH
Keltenring 5
82041 Oberhaching
Tel.: +49 89 6666 94-200
www.rwb-ag.de