

**BERLIN  
BRANDS  
GROUP** <sup>®</sup>

**GLOBAL HOUSE OF  
DIGITAL BRANDS**

# ÜBER **BBG**

Die Berlin Brands Group (BBG) ist ein globales E-Commerce-Unternehmen und einer der Pioniere im Direct-to-Consumer Business. Der Berliner Hidden Champion verkauft aktuell über 3.700 schöne Alltags- und Trendprodukte unter derzeit 44 eigenen E-Commerce-Marken.

Mit der Übernahme der Minderheitsanteile von Ardian durch Bain Capital im September 2021 wurde BBG zum europäischen Einhorn. Darüber hinaus hat sich BBG eine zusätzliche Eigen- & Fremdkapitalfinanzierung in Höhe von 700 Millionen US-Dollar gesichert, um Wachstum und weitere Zukäufe zu finanzieren.

BBG ist eines der wenigen E-Commerce-Unternehmen, das seit der Gründung profitabel ist. Im Jahr 2020 erwirtschaftete BBG einen Umsatz von über 700 Mio. USD (2019: 413 Mio. USD) und hat mittlerweile 900 Mitarbeiter an sechs Standorten weltweit.

Seit Dezember 2020 kauft BBG internationale E-Commerce-Marken (Umsatz zwischen 500.000 und 100 Mio. Euro). BBG integriert die Marken innerhalb kurzer Zeit auf der eigenen D2C-Plattform und skaliert das Geschäft über eine eigene Tech-Plattform um ein Vielfaches. Seit Ende 2020 wurden 30 Marken übernommen (Stand September 2021).

**Das Ziel: mit einem „Global house of digital brands“ weltweit eines der führenden E-Commerce-Unternehmen zu werden.**

# FAKTEN ÜBER **BBG**

Als international agierendes E-Commerce-Unternehmen, deckt die Berlin Brands Group die gesamte Wertschöpfungskette von der Produktentwicklung, Konzeption und Design über Produktion und Vermarktung bis hin zum Kundenservice ab.



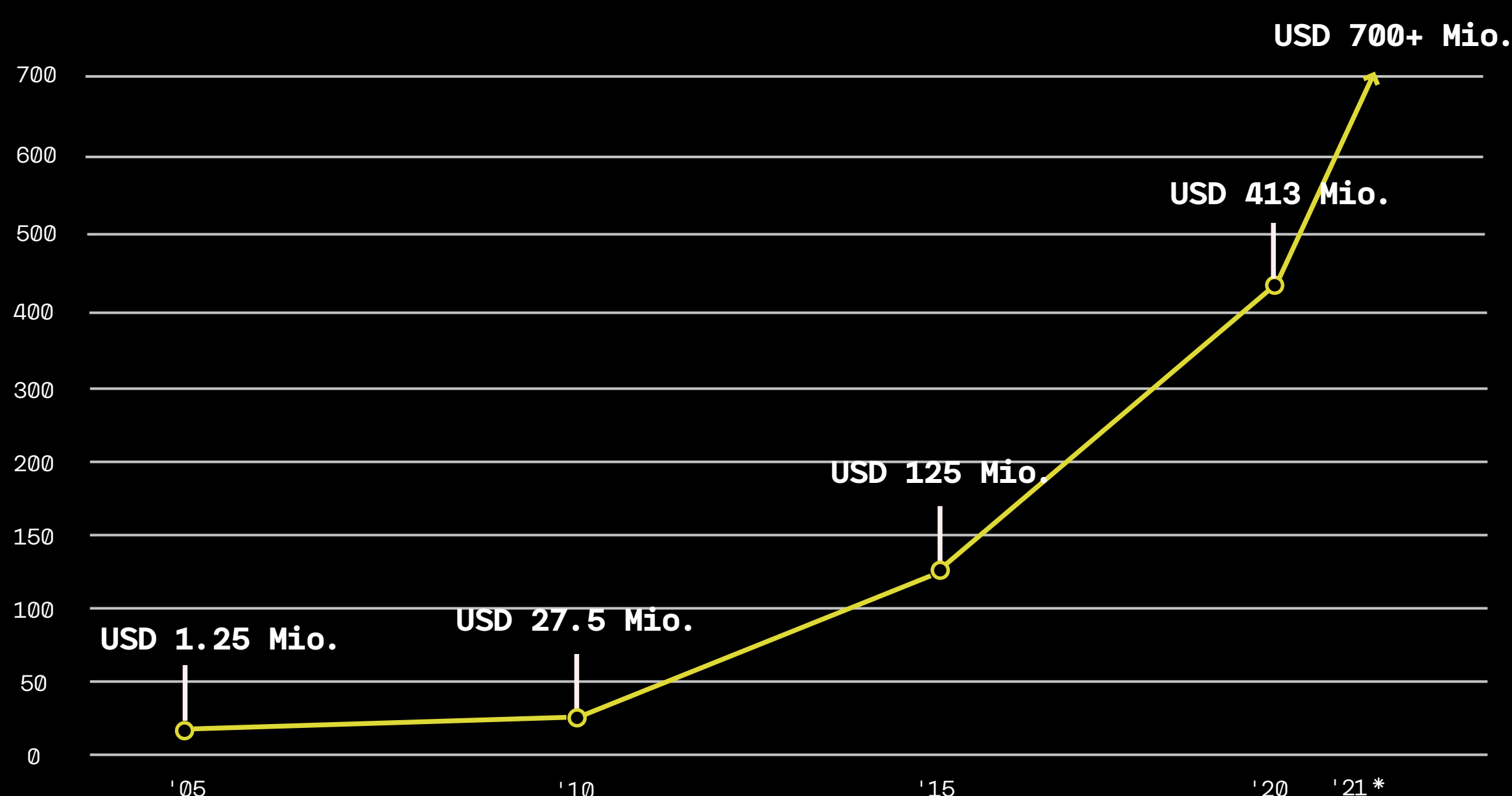
**2005 GRÜNDUNG** BBG wurde 2005 von Peter Chaljawski in Berlin gegründet und hat heute weitere Büros und Standorte in Hong Kong, Shenzhen, Bratislava, Istanbul, Los Angeles und Kamp-Lintfort (NRW).



**120.000 QM** Eigene Logistikzentren: Kamp-Lintfort und Bratislava mit insgesamt 120.000 qm Fläche, weitere Zentren in UK, Spanien und Frankreich sind in Planung. Das Ziel ist der Aufbau eines eigenen, weltweit Logistiknetzwerkes.



**900+ MITARBEITER** BBG hat mehr als 900+ Vollzeitbeschäftigte, von denen 75% in Deutschland tätig sind.

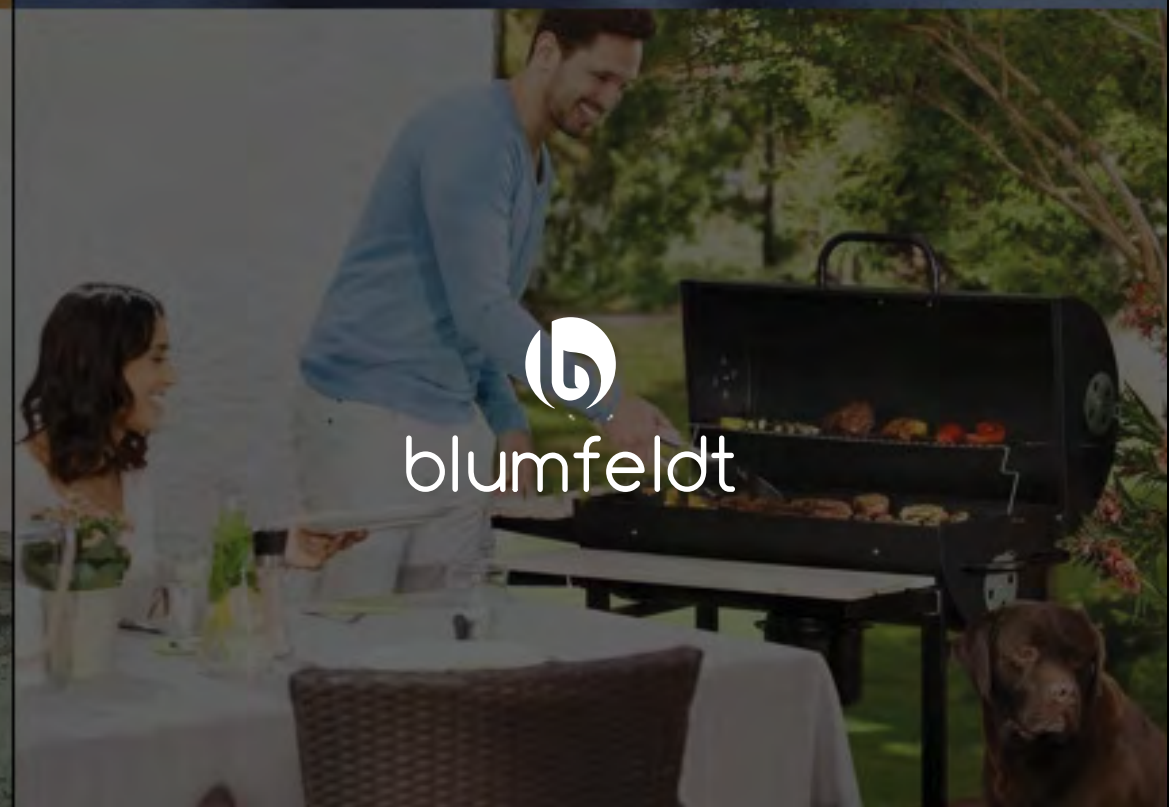
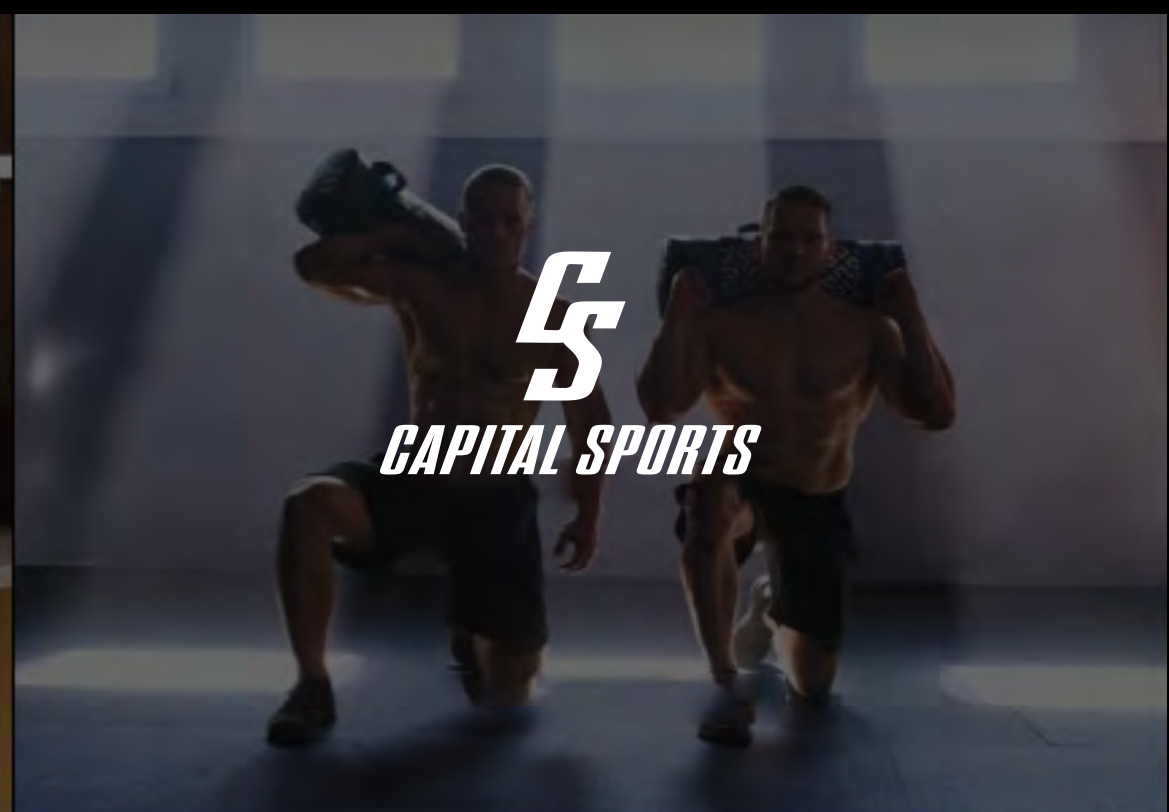


\* Runrate 2021

Die Berlin Brands Group ist seit Gründung profitabel.

# BBG MARKENÜBERSICHT

Das Portfolio der BBG enthält 44 Marken, u.A. die 4 Kernmarken:

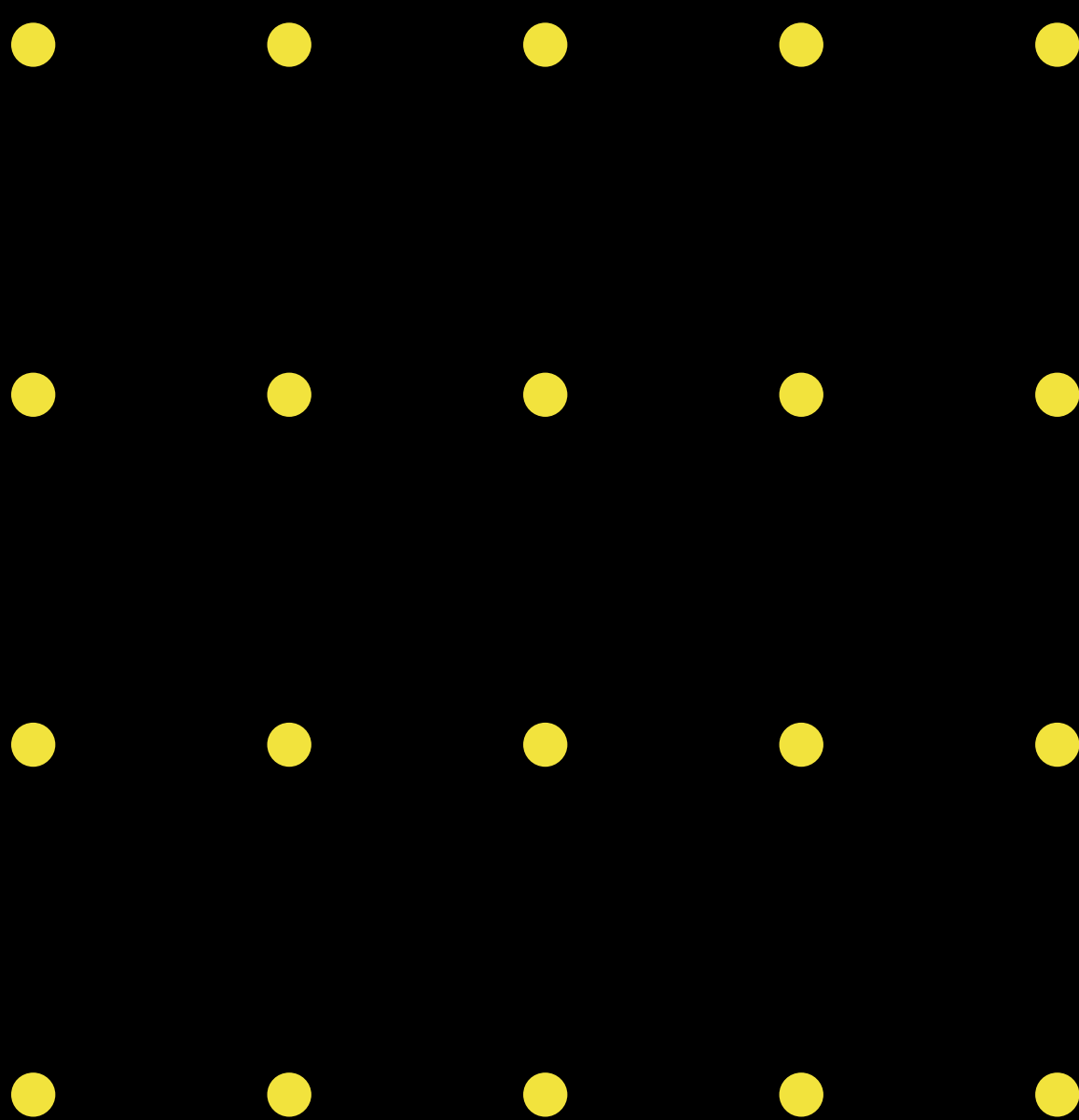


Außerdem: Schubert, Duramaxx, FrontStage, Klarfit, Lightcraft, Malone, OneConcept, resident dj, Besoa.

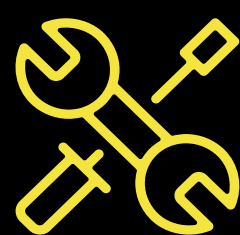


Bisher wurden **30 Marken** akquiriert, darunter Sleepwise, Boarderking, Glaswerk, Granrosi, brunolie und andere.

Insgesamt umfasst das Portfolio aktuell mehr als 3700 Produkte, die auf über 100 Kanälen in 28 Ländern vertrieben werden. Dabei ist die BBG stark in Deutschland, Frankreich und Osteuropa. Ein starkes Wachstum verzeichnet BBG in den USA und der Türkei.



# BESONDERHEITEN DES GESCHÄFTSMODELLS



**PRODUKTKOMPETENZ** Die aktuell 100 Mitarbeiter des Produktteams identifizieren Trends und Kundenwünsche für Produkte, bei denen eine hohe Nachfrage herrscht. Innerhalb kürzester Zeit bringt BBG diese Produkte als Eigenmarke direkt zum Kunden. Alltagsprodukte, die schön und für jeden bezahlbar sind. Das Credo: Demokratisierung von schönen und guten Produkten. Das Team erweitert kontinuierlich die Sortimente. Immer mehr smarte Produkte werden entwickelt.



**VERTRIEBSKOMPETENZ** Die BBG-Marken erreichen die Kunden dort, wo sie im Internet suchen. In eigenen Shops, auf Plattformen und Marktplätzen. Dabei bespielt das Unternehmen mit einer eigenen Tech-Plattform über 100 Kanäle in 28 Ländern. Die Prozesse sind digitalisiert. BBG ist so in der Lage, jedes Produkt schnell und gezielt zu skalieren. 60 Prozent des Geschäfts macht BBG auf eigenen Kanälen oder internationalen Marktplätzen, 40 Prozent auf Amazon. Damit gehört das Unternehmen weltweit zu den Top-Verkäufern auf Amazon.



**INTERNATIONALISIERUNGSKOMPETENZ** BBG hat die Expertise, Marken zu internationalisieren und individuell auf Besonderheiten der einzelnen Märkte einzugehen. Um Übersetzungen kümmert sich ein Inhouse-Übersetzerteam aus Muttersprachlern und Linguisten, das aktuell 16 Sprachen abdeckt. Der Kundendienst kommuniziert in der jeweiligen Landessprache und kennt länderspezifische Aspekte bei der Kundenbetreuung. Zoll- und Steuerthemen werden ebenfalls intern koordiniert. Die Marktplatzbetreuung für alle Länder übernimmt ebenfalls ein Expertenteam bei BBG selbst.



**MERGERS AND ACQUISITIONS** BBG kauft als strategischer Investor seit Ende 2020 erfolgreiche internationale E-Commerce-Marken, darunter viele FBA-Marken (Fulfillment by Amazon). Die aktuell 30 Mitarbeiter im M&A-Team haben Stand heute 30 Marken akquiriert. Diese werden innerhalb kurzer Zeit auf der Skalierungsplattform integriert und sind damit international verfügbar.

# BBG MANAGEMENT



 **PETER CHALJAWSKI**  
FOUNDER &  
CHIEF EXECUTIVE OFFICER



 **PETER BOTH**  
CO-FOUNDER



 **DOMINIK BRICHTA**  
CO-FOUNDER &  
CHIEF OPERATING OFFICER (M&A)



 **HENRIK HAENECKE**  
MANAGING DIRECTOR &  
CHIEF FINANCIAL OFFICER



 **ROBERT HEIN**  
CHIEF INFORMATION OFFICER



 **THOMAS STANZL**  
CHIEF MARKETING OFFICER



 **STEPHAN THÖNNSEN**  
CHIEF COMMERCIAL OFFICER



 **CHRISTIAN SALZA**  
MANAGING DIRECTOR &  
GLOBAL EXPANSION (M&A)

