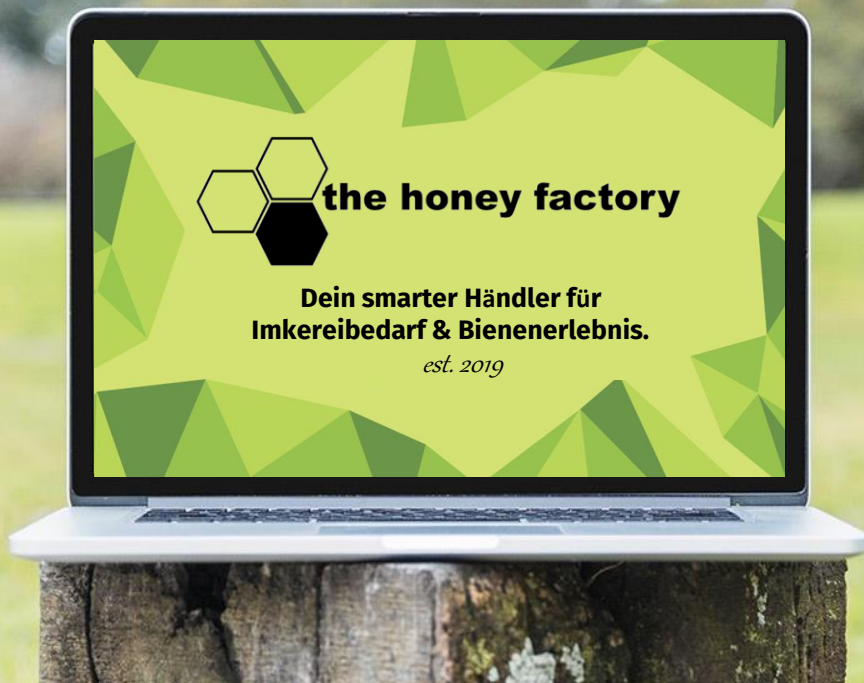



Unternehmensaktivitäten.

Projekt Naturespace 



Begleite uns auf dem Weg in eine umweltbewusste Zukunft und erfahre mehr über die Lebensgrundlage des Menschen:

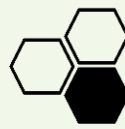
Die Biene.



“Wenn die Biene einmal von der Erde verschwindet, hat der Mensch nur noch vier Jahre zu leben. Keine Bienen mehr, keine Bestäubung mehr, keine Pflanzen mehr, keine Tiere mehr, kein Mensch mehr.”

—**Albert Einstein**





Erfahre mehr über Uns!

01

Was machen Wir?

Vision & Mission
Entwicklung des Marktes
Auftritt & Präsenz

02

Wie entwickeln wir Uns?

Absatz & Umsatzentwicklung
Anlage & Umlaufvermögen
Sortiments- & Lieferantenentwicklung

03

Welches Ziel verfolgen Wir?

Forecast Business
Aktivitäten
Ziele

04

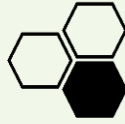
Was benötigen Wir?

Forecast Business
Aufwendungen
Lösung: Projekt **Naturespace** 



01

Was machen Wir?



Vision

Wir werden europaweit der erste Ansprechpartner für alle Bieneninteressenten, Imker und Endproduktanwender sein. Mithilfe unseres Brandings geben wir der Biene den Stellenwert zurück, der Ihr gebührt

Mission

Wir machen Bienen für jede Gesellschaftsschicht erlebbar, indem wir tagtäglich nachfolgenden Generationen den Schutz, die Haltung und den Nutzen der Biene vermitteln, zugänglich und smart machen.

Dein smarter Händler für Imkereibedarf & Bienenerlebnis.

est. 2019

Entwicklung des Marktes

- Starke Trendwende des Marktes erkennbar
- Anzahl der Bienenvölker:
+ 25 % seit 2010
- Anzahl der Imker:
+ 55 % seit 2010
- Marktgliederung:

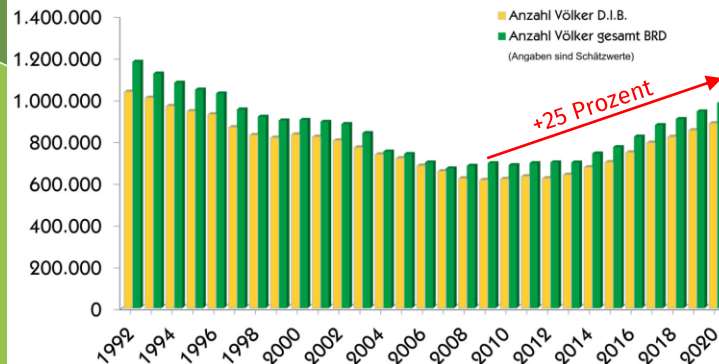
0–25 Völker:	96 % der Imker
26–50 Völker:	3 % der Imker
über 50 Völker:	1 % der Imker

Nahezu der gesamte Markt besteht aus Hobby- und Kleinimkern



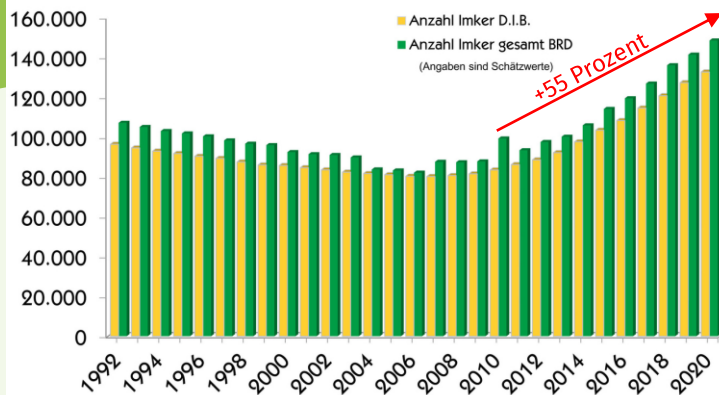
Anzahl der Bienenvölker

(Stichtag jeweils 31. Dezember - Stand: 21.01.2021)



Anzahl der Imker

(Stichtag jeweils 31. Dezember - Stand: 21.01.2021)



Quelle: Deutscher Imkerbund, Stand 2020

Zielgruppe*

(*Betrachtung für Deutschland, übrige Länder ähnlich)

- Imker und Bieneninteressierte als Käufer im Onlineshop (B2C)

Hauptfokus:
Neuimker - 14 – 45 Jahre (Onlineaffinität)
Bestandsimker (Best Price Buyers)

Zielgruppe	Gesamtzahl	Onlineanteil	Zielgruppe
Imker	150.000	40 %	60.000
Bienenvölker	1.000.000	40 %	400.000



Aufgrund der Artikelgröße im Imkereibedarfshandel liegt die Onlineshoprate bei ca. 40 % (Tendenz steigend).



Sortiment

Auszüge strategischer
Produktkategorien:



Holzbeuten

Einzigartiges Bausatzsystem
oder hochwertige
Premiumbeute aus einer
regionalen
Behinderteneinrichtung



Honigverarbeitung

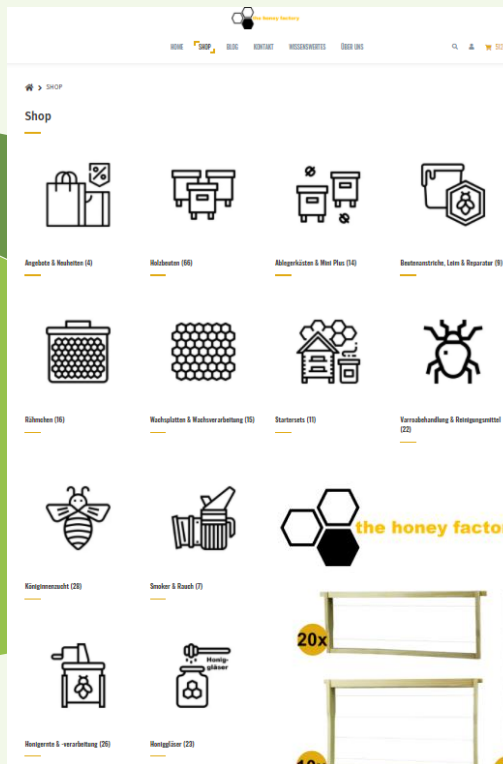
Equipment für die
Honig-gewinnung, -ver-
arbeitung und -abfüllung.



Zubehör

Alles rund um die Imkerei.

Produkte, die das
Imkerherz höher
schlagen lassen.



Zahlreiche
Kategorien



Sets für Starter



Auftritt & Präsenz

**Online
Handels-
plattformen**



2019

Ebay, Amazon,
etc.

www.
thehoneyfactory
.de



**Onlineshop/
Website**

2020

**Social
Media
Marketing**



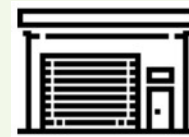
2021

Smart und Direkt
unterwegs

Instagram, Facebook,
YouTube etc.

B2B Lieferant für
regionale
Imkershops

2022



**B2B
Provider**

> Unternehmenserweiterung notwendig

**Vor Ort im
“ Nature
Space ”**

Naturespace 

2023

Entdecke die
Welt der Bienen
und mehr

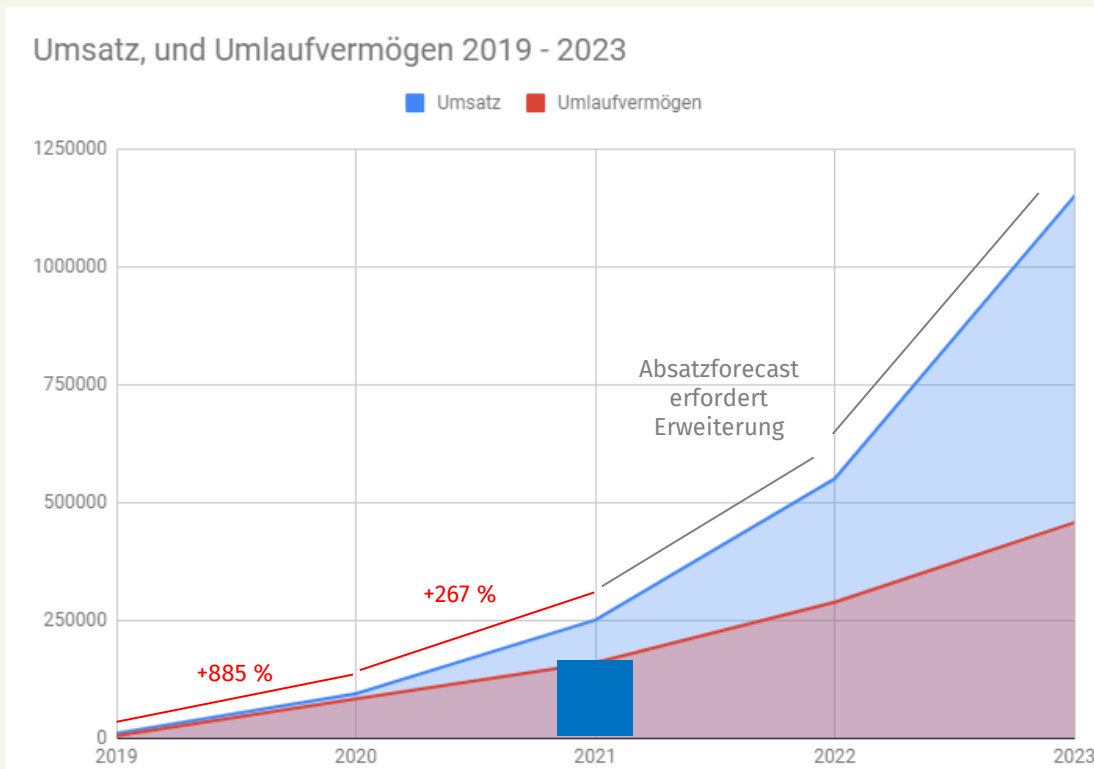


02

Wie entwickeln wir Uns?

Absatz- und Umsatzentwicklung

2019-06/2021 IST / 07/21-2023 FORECAST



Stand 06/2021:
151.599,28 € Nettoumsatz

Umsatz (in €)

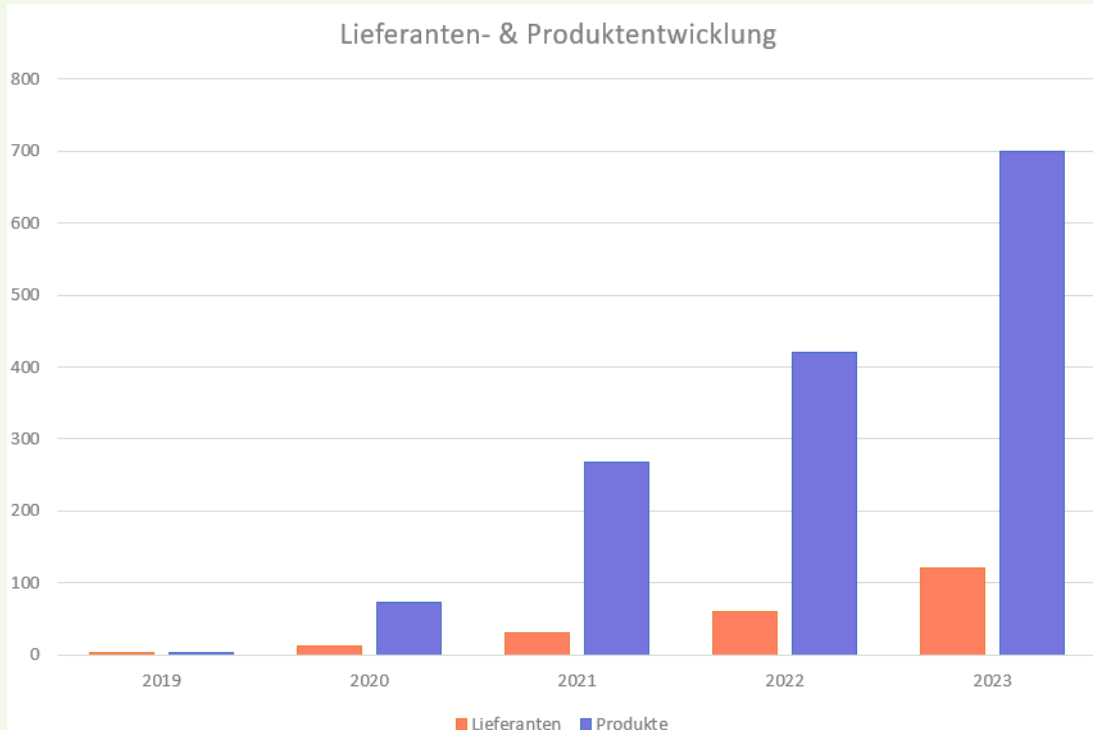
Umlaufvermögen (in €)

Kontinuierlicher Umsatzwachstum und deutlicher Trend auch im 3. Geschäftsjahr erkennbar.

Positives EBT führt simultan zu steigendem Umlaufvermögen.

Lieferanten- & Produktentwicklung

2019-06/2021 IST / 07/21-2023 FORECAST



■ Lieferanten ■ Produkte

Stand 06/2021:

31 Lieferanten & 267 Produkte



Produkte (Anzahl)

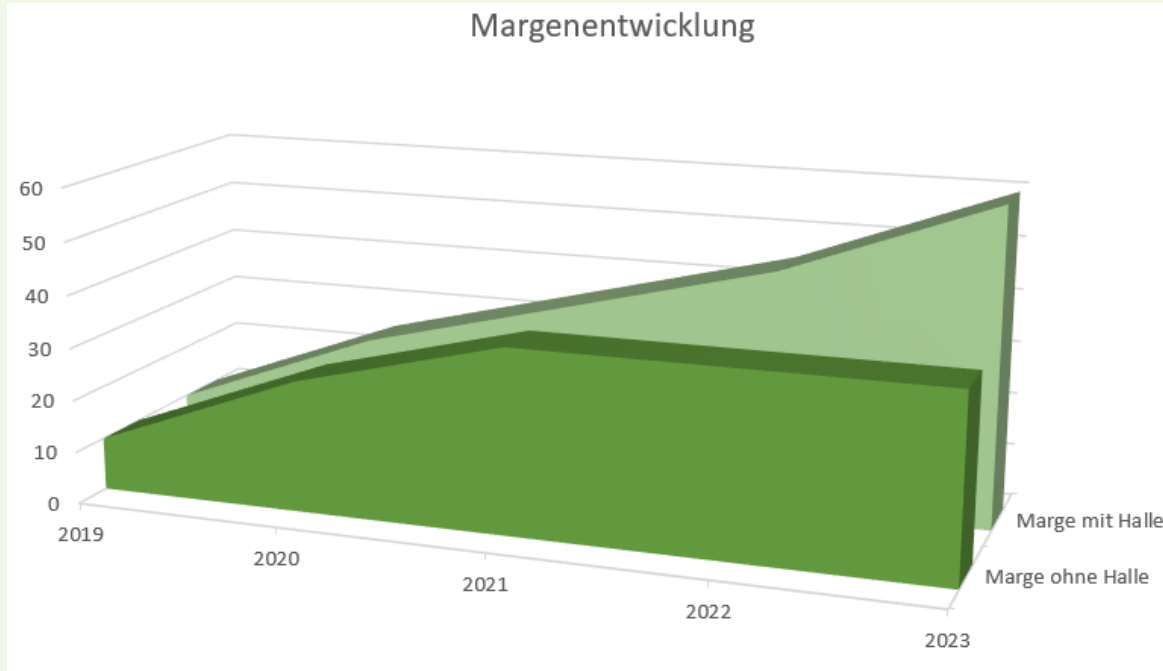


Lieferanten (Anzahl)

Schmaler und effizienter Logistik- und Versandprozess mit viel Lagermöglichkeiten ermöglicht den weiteren und zur Diversifizierung beitragenden Lieferanten- und Produktausbau.

Margenentwicklung

2019-06/2021 IST / 07/21-2023 FORECAST



➤ Marge ohne Halle (in %)

➤ Marge mit Halle (in %)

Im Laufe des Jahres 2021 werden die aktuell zur Verfügung stehenden Ressourcen erschöpft – eine potenzielle, weitere positive Entwicklung der Margen gerät ins stagnieren.

Scheidepunkt 2021/22
- Aktuelle Kapazitäten sind 2021 erschöpft -



03

Welche Ziele verfolgen Wir?





1.150.000 EUR

Umsatzziel 2023

20 PROZENT

EBITDA 2023

Handlungsfähiger, eigenständiger & kosteneffizienter Logistik- und Versandprozess mit diversifiziertem Produktsortiment und preissynergischen Einkaufsmöglichkeiten.

Wie? Mit Projekt **Naturespace** !

Forecast Business Aktivitäten

Business to Customer Imkereibedarf

Onlinehandel, Selling
Plattformen, Social Selling

50%*

Naturespace

Natur und Biene live erleben

- ApiTherapie Zentrum
- Schulungen & Kurse
- Streuobstwiese C&R



30%*

BU THF

Business to Business Imkereibedarf

B2B Vertriebsstruktur für
lokale Imkergeschäfte

BU FGF

ZeroWaste Produkte, Natürliche
Nahrungsergänzungsmittel,
Pflegeprodukte & Mehr

10%*



BU TGF

Moderne und nützlingsgerechte
Gartenausstattung mit Mehrwert
für die Natur

10%*



SCALE Start Up Factory

Physisch-Strategische Start Up Entwicklung.

BU SUF

100%**

*Anteil am jährlichen Gesamtumsatz

**Sonstige regelmäßige Geschäfte

Ziele

Aufbau einer zukunftssicheren & stabilen Unternehmensstruktur



- > Korrelierende Business Units mit dem Hauptfokus Umweltbewusstsein
- > Diversifizierte Ziel- und Produktgruppen trotz fixem Wurzelkundenstamm
- > Kaufbewusstsein der Kunden ermöglicht regionalen Produktbezug



Digitalisierter und Konkurrenzfähiger Online- & Versandhandel

- > Inhabergeführtes Versand- und Logistikzentrum ohne Zugriff auf marktdominierende Versanddienstleister
- > Sachsen als bundesweite Referenz als Basis für onlinebasierte Start-Up Projekte



Naturespace – Biene & Natur physisch erlebbar machen

- > Umweltbezogene Wertevermittlung für heranwachsende und bestehende Generationen
- > Begeisterung für Freizeitaktivitäten von globalem Interesse



Etablierung einer Start Up Kultur auf dem Land

- > Unterstützung aufstrebender und umweltbewusster Start-Up Ideen durch Coaching
- > Operative Abwicklung während des Ramp Ups im Naturespace



Schutz, Erhaltung & Wiederaufbau von Natur

- > Initiierung und aktive Bewerbung von Schutz- und Förderprojekten
- > Aufkauf & Rekultivierung wirtschaftlich beeinflusster Flächen mithilfe von Unternehmensgewinnen



04


Was benötigen Wir?

Business Unit Requirements

Business to Customer Imkereibedarf

Vor-Ort Präsenz für regionale Kunden, Schulungsangebote, Versandzentrum für 24-Stunden-Online-Blitzversand

50%*

Naturespace 

Natur und Biene live erleben

- ApiTherapie Zentrum
- Schulungen & Kurse
- Streuobstwiese C&R



30%*

BU THF

Business to Business Imkereibedarf

Logistik- und Lagerzentrum für staffelpreisbasierte Einkaufsstrategie und Preisvorteil für B2B-Absatz

BU FGF

Vor-Ort Präsenz für regionale Kunden, temperiertes Versand und Lagerzentrum für 24-Stunden-Online-Blitzversand

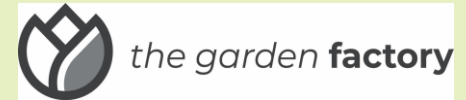
10%*



BU TGF

Vor-Ort Präsenz für regionale Kunden, temperiertes Versand und Lagerzentrum für 24-Stunden-Online-Blitzversand

10%*



SCALE Start Up Factory

Digitalisierter und wettbewerbsfähiger Logistik- und Versandprozess mit Working Space für zentralisierte Unterstützung aufstrebender, nachhaltiger Start Up`s.

BU SUF

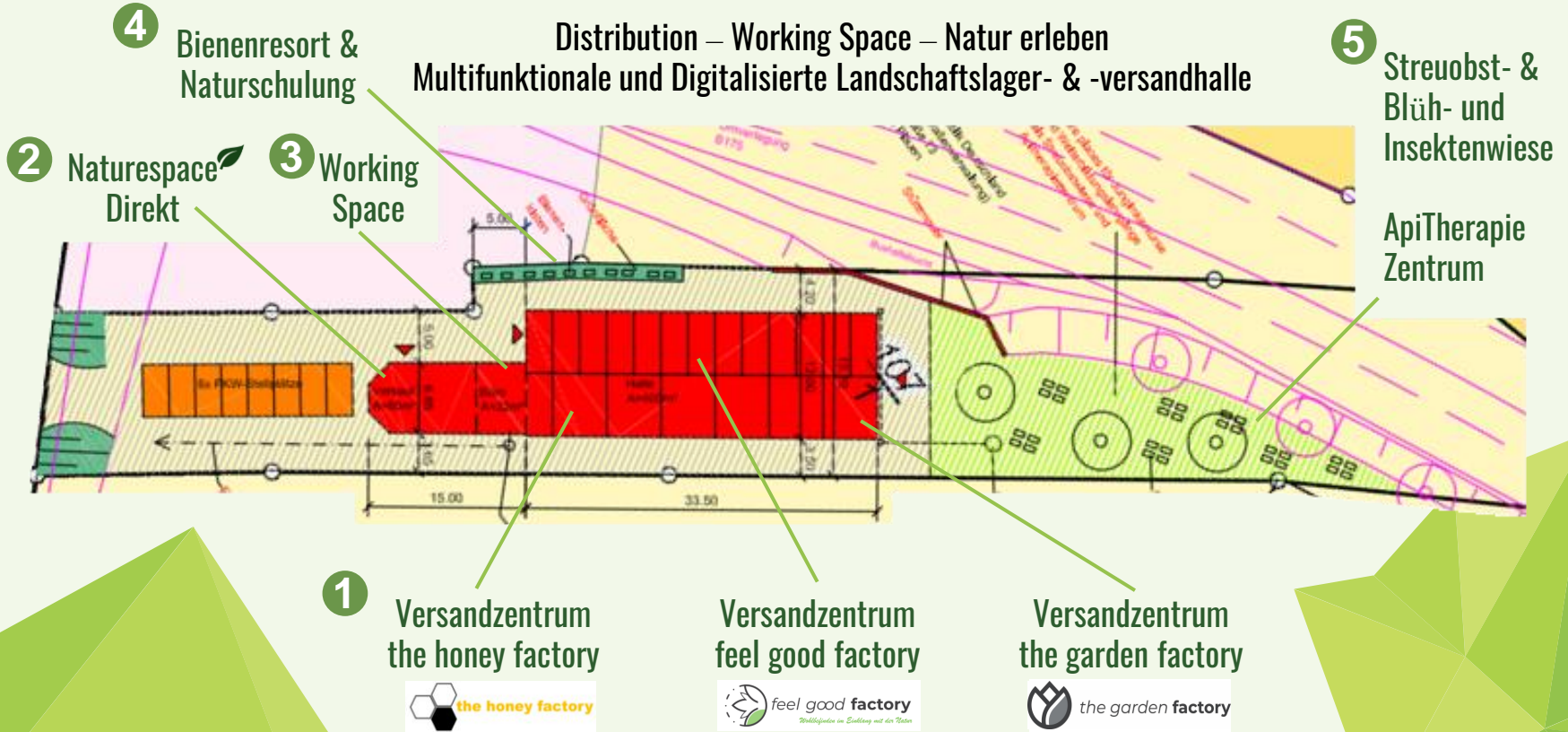
100%**

*Anteil am jährlichen Gesamtumsatz

**Sonstige regelmäßige Geschäfte

Lösung –
Erweiterungsprojekt
Naturespace

Distribution – Working Space – Natur erleben
Multifunktionale und Digitalisierte Landschaftslager- & -versandhalle



Erweiterungsbauvorhaben

400 m² Lager- und Logistikzentrum in Ergänzung zum im Dorfgebiet ansässigen Firmenhauptsitz in der Äußeren Dorfstraße 3, 08393 Dennheritz

Gewerbeart:

Sonstiger Versand- und Internethandel (NACE 47.91)

Hauptzielgruppe:

Vertrieb von Waren und Produkten für Apis Mellifera (Honigbiene) als landwirtschaftliches Nutztier für die Honiggewinnung und Pflanzenbestäubung sowie derer Erzeugnisse und Einrichtungen zum Schutz der Wildinsekten in Haus & Garten

Vertriebsfokus:

B2C & tlw. B2B onlineplattformbasierter Versand- und Internethandel für Deutschland und EU

Betriebszeiten:

Wochentags, 06:00 – 22:00 Uhr (2 Schicht Betrieb in der Hochsaison zw. März und Mai, sonst 1 Schicht)

Betriebsaktivitäten:

Gerätefreies Kommissionieren und Vorbereiten & Verpacken von onlinebasierten Bestellungen für den Versand

Infrastruktur:

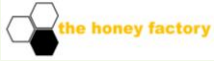
Kein Produktionsbetrieb; daher keine Produktionsanlagen. Lagerinfrastruktur bestehend aus Regal- und Lager-systemen sowie Verpackungs- und Versandplätzen. Flurförderfahrzeuge (Stapler/ Ameise).

Lade- und Beladezeiten: LKW/ PKW Be- und Entladung zwischen 08:00 – 17:00 Uhr

Lade- und Beladezyklen: LKW 1 x / Woche
PKW/ Transporter: 0 – 20 x / Täglich

1

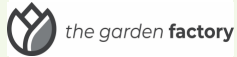
Versandzentrum the honey factory



Versandzentrum feel good factory



Versandzentrum the garden factory



② Naturespace Direkt

Der Onlinekauf ist unter Beachtung des Kaufverhaltens der Kunden mehr denn je ein fester und wichtiger Bestandteil im Beschaffungsprozess für Waren und Produkte geworden. Insbesondere die Maßnahmen rund um die Pandemie zeigten, dass der Onlinehandel nicht mehr wegzudenken ist. Dennoch sorgt das stetige und steigende Angebot, fast schon Überangebot, unseres Erachtens wieder zu einem steigenden Interesse des Direktkaufens. In diesem Zuge wollen wir den Vor-Ort-Vertrieb ebenso ermöglichen – diesen allerdings revolutionieren und ein noch nie dagewesenes Einkaufserlebnis für die Kunden schaffen – ganz nach dem Motto: Quali- statt Quantität.

③ Working Space

Die eigenständige, operative Geschäftsabwicklung sorgt ebenso für einen Anstieg der administrativen Tätigkeiten. Um eine zentralisierte Organisationsstruktur zu schaffen, ist die Erbauung eines am Versandlager anliegenden Bürogebäudes inklusive Sanitärräumen für unsere Mitarbeiter essentiell. Insbesondere sollen Büroräume primär für die Abteilungen

- Geschäftsführung
- Marketing/ IT
- Einkauf/ Operative Leitung

entstehen.

Ein offener Working Space mit Meetingraum bildet zudem die Grundlage für die ersten Aktivitäten für

SCALE – Die Start Up Factory.

④ Bienenresort & Naturschulung

Die Hauptaktivitäten unserer Unternehmung wird durch den B2B und B2C Vertrieb von Waren und Produkten für die landwirtschaftliche Unterhaltung der Apis Mellifera beschrieben. Wir wollen Menschen dafür begeistern, sich einem derart wichtigen Thema anzunehmen. Da es sich bei der Honigbiene um ein Nutztier handelt, sehen wir es als unsere Aufgabe an, potenzielle Interessenten vor der Anschaffung in der Natur, sprich real am Bienenvolk, zu schulen. Weiterhin ist es das Ziel, den Betrieb eigener Bienenvölker in der Umgebung des Lager- und Logistikzentrums anzusiedeln. Das Bienenresort dient gleichzeitig als Schulungsgrundlage.

5

Streuobst- & Blüh- und Insektenwiese

inklusive

ApiTherapie Zentrum

Seit der Gründung unserer Unternehmung arbeiten wir nach dem Motto: Machen statt einfach nur Reden. Genau aus diesem Motto heraus sind wir uns der Verantwortung gegenüber unserer Umwelt bewusst. Als Ausgleich für die Schaffung des Lager- und Logistikzentrums und den nicht in unserer Macht stehenden Ausbau der B175 Bundesstraße wollen wir im Zuge der Bauaktivitäten eine Streuobst-, Blüh- und Insektenwiese anlegen. Dieser Teil des Naturespace soll eine verbesserte Lebensgrundlage für eine Vielzahl verschiedener Tierarten schaffen.

ApiTherapie bezeichnet die medizinische Anwendung von Bienenprodukten und der daraus gewonnenen Erzeugnisse. Wenn wir von ApiTherapie sprechen, fokussieren wir uns insbesondere auf die Therapie mit Bienenstockluft. Mithilfe eines Inhalators wird das Atmen der im Bienenstock vorhandenen Luft für den Endverbraucher ohne direkten Kontakt mit der Biene selbst ermöglicht. Dieses einzigartige Dampfgemisch lindert und heilt Atemwegserkrankungen wie bspw. Bronchitis, Asthma, Allergien, Nasen- und Nebenhöhlenerkrankungen usw.

„Bienenstockluft atmen in der Natur –
mehr als nur ein Erlebnis“

Standortentwicklung

Strategie- & Absatzentwicklung



99% B2C the honey factory

Diversifikation



50% B2C the honey factory

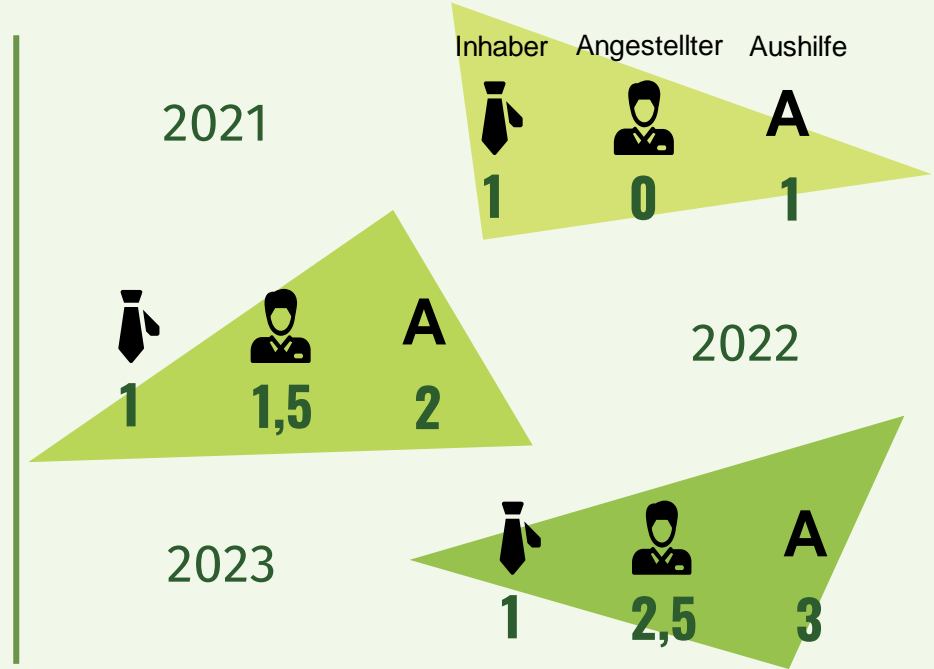
30% B2B the honey factory

10% feel good factory

10% the garden factory



Mitarbeiter





“Wir werden europaweit der erste Ansprechpartner für alle Bieneninteressenten, Imker und Endproduktanwender sein. Mithilfe unseres Brandings geben wir der Biene den Stellenwert zurück, der ihr gebührt.”

— **Vision**

Danke!



Lassen Sie uns
gemeinsam die Welt
jeden Tag ein Stück
besser machen.