

Uniek Retail/Horeca concept met eigen producten zoekt groeipartners.

venturecapital.nl • <https://venturecapital.nl/uniek-retail-horeca-concept-met-eigen-producten-zoekt-groeipartners/>



Type Klant	B2B en B2C
Gewenst Type Investeerder	Angel Investor, Strategische-Investeerder
Benodigd Kapitaal	€ 300.000,-
Reeds toegezegde financiering	€ 0,-
Minimale Ticketsize	€ 50.000,-
Sector	Groothandel, Horeca, Retail, Consumentengoederen, Food
Bedrijfsfase	Early-Growth

Land geregistreerd	NL
Aantal Founders	1
Aantal Huidige Werknemers	6
Maandelijke Omzet	€ 20.000,-
Omzet (prognose) komende 12 maanden	€ 950.000,-
Omzet (prognose) maand 13 - 24	€ 1.700.000,-
Huidige Kosten (maandelijks)	€ 25.000,-

Bedrijfsbeschrijving

Het nieuw ontwikkelde en reeds bestaande concept behelst een aantal producten/diensten.

Er is een eigen frisdank- en voedselproductenlijn die reeds bij diverse retailers wordt verkocht. Per heden bij meer dan 70 locaties, waaronder 16 AH vestigingen, 9 Jumbo vestigingen, diverse Plus Supermarkten en een aantal Boon's Markten.

Daarnaast heeft men een eigen retail/horeca/catering concept waar de eigen producten worden verkocht aan zowel consumenten als bedrijven. Er is een foodtruck die op verschillende locaties staat. Daarnaast is er begin juni 2024 een nieuwe winkel in Amsterdam West geopend. Men wil in 2024 ook nog een locatie in Amsterdam Noord en Amsterdam Centrum openen.

Voor de verbouwing, opstart en inrichting van de twee nieuwe vestigingen en voor de aankoop voorraad voor de eigen frisdanklijn is men op zoek naar een, of meerdere investeerder(s).

Tot op heden heeft de ondernemer alles zelf gefinancierd. (> 300.000 EUR).

In het concept maken ze onder andere; salades, wraps, rijstbowls, flaquette en sandwiches. In de eerste weken na de opening heeft men lovende kritieken ontvangen.

Het voornaamste waar het om draait zijn de ingrediënten. Alles begint bij het bedenken van de gerechten vanuit daar ontstaat de zoektocht naar de beste ingrediënten waar kwaliteit en herkomst het belangrijkste is.

Met deze fantastische ingrediënten is er ook een frisdrank in drie verschillende ontstaan dat, zoals gezegd is bij diverse grote retailers.

Business Model

Het bedrijf bestaat uit de winkels en de productie/groothandel.

De winkels leveren direct aan de consument die in de winkels bestellen of via Thuisbezorgd en Ubereats. Hier komen mensen tussen de 16 en 50 jaar die gezond eten erg belangrijk vinden en snappen dat dit iets duurder is als ongezond eten.

Deze mensen zoeken we op in de grote steden als eerste waar de volgende winkels gaan komen.

Anderzijds levert het concept het merk aan retailers waarmee marge, winst en naamsbekendheid wordt gegenereerd.

Met de groothandel levert het concept ook bedrijfs- en evenementen catering.

USP's

Wat het concept onderscheidt is de focus op ingrediënten, het aanbod van verschillende keukens en de smaakbeleving. Het concept biedt voor alle gasten een passende maaltijd, lunch of ontbijt.

****USP's van het concept:****

1. ****Breed Portfolio aan Gezonde Producten:****

- het concept biedt een diverse selectie van producten aan, zoals natuurlijke limonades (niet-koolzuurhoudend), avocadogerechten, salades, wraps, smoothies en açai bowls. Deze variatie zorgt ervoor dat er voor iedereen iets gezonds en lekkers te vinden is.

2. ****Gebruik van Beste Ingrediënten:****

- In zowel de QSR-restaurants, de limonades als het eten uit de foodtruck, gebruikt de onderneming de beste ingrediënten die beschikbaar zijn. Dit wordt bereikt door samen te werken met de beste leveranciers.

3. ****Unieke Limonade in Supermarkten:****

- het concept natuurlijke limonades worden verkocht in een unieke 25 cl slanke blik, zonder koolzuur. Momenteel zijn er geen andere concurrenten in de supermarktindustrie die dit aanbieden, wat de onderneming een uniek verkooppunt geeft.

4. ****Focus op Gezondheid en Smaak:****

- Het doel van het concept is om iedereen in Nederland te voorzien van gezond en smakelijk voedsel, met gebruik van de beste mogelijke ingrediënten. Dit sluit aan bij de huidige gezondheidstrend in de voedingsindustrie, zowel nationaal als internationaal.

5. ****Positieve Consumentenfeedback:****

- De feedback van consumenten die de natuurlijke limonades van het concept hebben geprobeerd, was zeer positief. Ze waren aangenaam verrast door het schone imago van het logo en de verfrissende smaak van de twee geïntroduceerde smaken.

6. ****Aanwezigheid in de Markt:****

- De natuurlijke limonades van het concept zijn al verkrijgbaar in meer dan 14 supermarkten in de regio Amsterdam. Met meer dan 6500 supermarkten in Nederland en een gemiddelde verkoop van 5 tot 10 eenheden per week voor de gemiddelde frisdrankmerken, is het groeipotentieel enorm.

7. ****Innovatieve Horeca-ervaring:****

- Naast hun producten in de retail, bezit en ontwikkelt het concept ook QSR-restaurants en een foodtruck, waardoor ze verschillende kanalen hebben om hun gezonde eetoplossingen aan te bieden.

8. ****Unieke Marktpositie:****

- Door het aanbieden van een mix van verschillende gerechten en drankjes, zoals hun slogan zegt: “healthy fusion, tasty solutions”, biedt het concept iets unieks op de markt.

het concept streeft naar groei en heeft behoefte aan financiering om hun producten en organisatie verder te ontwikkelen en te laten groeien.

Investeringsbehoefte

Om aan de vraag te blijven voldoen is er nieuwe voorraad nodig, dit moet bij afname betaald worden. Voor het sales team is er een auto nodig en de nieuwe winkels moeten gehuurd worden:

- voorraad eigen frisdank: €100.000
- Huur eerste 3 maanden en borg winkel 2 en 3: €30.000
- Verbouwen winkels 2 en 3: €80.000
- Aanwerven nieuwe medewerkers: €45.000
- Auto: €25.000
- Onvoorzien/aflossing: €20.000

Gewenste competenties investeerder

Een investeerder met ervaring in het bouwen van een merk of met een netwerk dat de producten van zou kunnen opnemen.

Daarnaast zou het fijn zijn als er een investeerder aangetrokken kan worden die ervaring heeft op het gebied van de productie van voedsel.

Ervaring Founder(s)

Het management bestaat uit 3 personen.

- Founder 1: is opgegroeid in een ondernemers gezin en heeft de Albert Heijn supermarkt van zijn ouders overgenomen. Daarnaast is hij vorig jaar in een nieuw avontuur gestapt wat uitgegroeid is tot de huidige onderneming. Daarbij zijn de twee overige founders aangesloten.
- Founder 2 heeft leiding gegevens van 272 New York Pizza vestigingen. Waar hij leidinggeven heeft geperfectioneerd als mede het overzicht behouden over een heel imperium.
- Founder 3 heeft altijd nieuwe concepten gebouwd bij onder andere HSM Host waardoor hij alles in huis heeft om een nieuw concept te ontwikkelen en uit te rollen.

Het team bestaat derhalve uit meerdere aanvullende ondernemers, die succesvolle ervaring hebben in de branche en als ondernemer.

Overige Relevante Informatie

In totaal is er ruim €300.000 geïnvesteerd door de oprichter. Dit zit in voorraad, huurpand, lonen en mobiliteit. Hiermee wordt het commitment van het team aangetoond.

Samenvatting

Datum: 19 June 2024

URL: <https://venturecapital.nl/uniek-retail-horeca-concept-met-eigen-producten-zoekt-groeipartners/>

Contact & Site