

Angels Jeans schlägt
ein neues Wachstumskapitel auf.



EDITORIAL

Liebe Leserin, lieber Leser,

das Milliarden-Euro-schwere Konjunkturpaket dürfte auch dem Mittelstand einen wichtigen Nachfrageimpuls geben, der über die Bereiche Infrastruktur und Rüstung hinaus reicht. Viele Unternehmen im Mittelstand haben nach schwierigen Jahren in der jüngeren Vergangenheit einen Wachstumsschub dringend nötig.

Entscheidend wird auch sein, dass notwendige Reformen angegangen werden. Deutschland wird sich von mancher Gewohnheit verabschieden müssen, damit die Wachstumsimpulse wirken können. Jeder Unternehmer weiß: Wenn das eigene Geschäftsmodell nicht stimmt, verpuffen auch große Investitionsimpulse. Unternehmen wie der Damenhosen-Spezialist Angels machen vor, wie Veränderung auf Unternehmensseite in einem schwierigen Marktumfeld geht. In der etablierten, von Kreativen geprägten Modebranche hat die Firma auf Daten, Erneuerung des Angebots und konsequente Handlungsnähe gesetzt. Mehr dazu und warum wir die weitere Entwicklung von Angels mit einer Mezzanine-Finanzierung unterstützen, lesen Sie auf den Seiten 2 und 3.

Wir wünschen eine inspirierende Lektüre!

Christian Futterlieb, Peter Sachse



Mode made in Europe

Interview S. 3

FACHKRÄFTEMANGEL

Digitale Unterstützung

Seit Jahren ist der Fachkräftemangel eine große Wachstumshürde. Darum unterstützt VR Equitypartner seine Portfoliounternehmen auf mehreren Ebenen bei der Personalsuche und Einstellung neuer Mitarbeiter. „Dabei nutzen wir Social Media wie LinkedIn-Personalanzeigen, setzen aber auch auf effiziente Software-Tools“, erläutert VREP-Geschäftsführer Peter Sachse.

Der Vorteil für die Portfoliounternehmen: Sie können durch eine von VREP unterstützte Personalsuche Rekrutierungskosten sparen. Außerdem hilft VREP bei der Suche nach passenden Software-Tools, die das Recruiting oder fortlaufende HR-Prozesse wie Lohnabrechnung und Personalverwaltung erleichtern. Wurden die Tools im Praxistest als hilfreich und effizient bewertet, werden anschließend mit dem Anbieter Gruppenrabatte vereinbart. So profitieren die Portfoliounternehmen von Sonderkonditionen und den Erfahrungen von VREP. Mehrere Beteiligungen haben seitdem zum Beispiel ein Bewerbermanagement-Tool im Einsatz; weitere Tools werden gerade ausgerollt.

Außerdem lädt VREP externe Experten für digitale Lösungen im Personalbereich zum „Netzwerkfrühstück“ ein (siehe Seite 4), beispielsweise zum Thema „KI im Recruiting“. Der Referent stellte mehrere Tools vor, die KI einsetzen, und teilte seine Praxiserfahrungen damit. „Viele unserer Portfoliounternehmen haben nicht die Ressourcen für eine breit aufgestellte Personalabteilung, die alle HR-Themen von Personalverwaltung bis strategischer Personalentwicklung abdeckt“, sagt Peter Sachse. „**Alles, was hier die Arbeit erleichtert, hilft, sich auf das Wichtigste zu konzentrieren: gute Mitarbeiter zu finden und zu binden. Wir unterstützen unsere Unternehmen dabei, geeignete Tools auszuwählen.**“



Der Modesektor gilt als schnelllebig, der Preisdruck, besonders aus China, ist aktuell sehr hoch. Doch wer genau hinschaut, entdeckt auch hier große Chancen. Der schwäbische Damenhosen-Spezialist Angels hat sie genutzt.

CHANCEN IN DER MODEBRANCHE

Schwankende Nachfrage, kurze Produktionszyklen und immer das Damoklesschwert, dass Partner in der Lieferkette die ethischen und ökologischen Standards nicht einhalten: keine einfachen Voraussetzungen, um einen Finanzierungspartner zu finden. Doch VR Equitypartner hat sich ganz bewusst für eine Mezzanine-Finanzierung der Modemarke Angels aus Nagold im Rahmen der Übernahme durch ihren türkischen Produzenten Le Faxe entschieden. VREP-Geschäftsführer Christian Futterlieb erklärt, warum: „**Angels erwirtschaftet seit Jahren stabile Cashflows. Das Geschäftsmodell ist sehr zeitgemäß und unterscheidet sich deutlich von vielen Wettbewerbern.**“ Futterlieb war mit seiner Einschätzung nicht allein. Auch Konsumgüterspezialist und VREP-Beiratsmitglied Peter Wolf sprach sich für eine Finanzierung aus. Sein Urteil: „**Das ist ein sehr stabiles Unternehmen.**“

Um das zu erreichen, hat Angels in den vergangenen Jahren vieles verändert: Unter der Führung des neuen CEO Caspar Borkowsky modernisierte das Management die Marke, das Produktportfolio und die Prozesse. Die Kollektion wurde neu gestaltet, die Produktpalette erweitert, das Marketing merklich aufgefrischt. Gleichzeitig hat man die guten Passformen und die Wertigkeit der Produkte beibehalten. Mit einer konsequenten Positionierung unterhalb von Luxusmarken und oberhalb von kurzlebiger, sehr preisgünstiger Fast Fashion hat sich Angels eine treue Kundschaft erarbeitet. Das schlug sich auch in den Geschäftszahlen nieder. Innerhalb weniger Jahre konnte der Umsatz von knapp 30 auf fast 50 Millionen Euro gesteigert werden.

LANGJÄHRIGE PARTNER

Ein wichtiger Aspekt war dabei auch die langjährige Beziehung zum Produzenten Le Faxe, der hohe Qualität in Verarbeitung und Stoff mit Zuverlässigkeit und professionellem Lagermanagement verbindet. Das Istanbuler Familienunternehmen beschäftigt mehr als 600 Mitarbeiter. Mit fortwährenden Investitionen in Prozesse und

Produktion erreicht es eine hervorragende Effizienz, strebt höchste Umwelt- und Produktionsstandards an und kann sich schnell an Marktveränderungen anpassen.

Außerdem sorgt Le Faxe dafür, dass Angels mit einem umfassenden „Never out of Stock“-Sortiment den Handel unterstützen kann. Der Handel muss weder große Mengen vorbestellen noch fürchten, nachgefragte Saisonware oder Angels-Klassiker nicht mehr geliefert zu bekommen. Das schont die Liquidität der Händler. „**Der Handel sucht zuverlässige Produzenten**“, weiß Berkay Dogan, Sohn von Le-Faxe-Eigentümer und CEO Vedat Dogan.

Der beste Beleg für den Erfolg dieser Partnerschaft: Selbst in der Corona-Zeit, als weite Bereiche des Handels schließen mussten und viele nur noch Jogginghosen im Homeoffice tragen wollten, blieben die Auswirkungen auf das Geschäft von Angels überschaubar. Angels will an dem Vertriebssystem trotz der Entwicklungen im stationären Handel festhalten. Vor Ort kann die Kundin gleich die Vorteile der Angels-Produkte wie Passgenauigkeit und Verarbeitungsqualität erleben. Zwar gibt es mittlerweile einen eigenen Online-Shop, doch dient dieser in erster Linie als virtueller Angebotskatalog. Diese Ausrichtung hat Erfolg: „**Angels schafft es, mit attraktiven Produkten und intelligenten Vertriebskonzepten eine wachsende Kundschaft an sich zu binden**“, konstatiert Futterlieb.

NEUE PERSPEKTIVEN

Die Übernahme durch Le Faxe wird den Erfolg von Angels weiter festigen. „**Der Lieferant wird integraler Bestandteil der Wertschöpfungskette von Angels, was langfristig die Qualität der Marke stärken soll**“, betont Futterlieb. Mit der Mezzanine-Finanzierung als Ergänzung der Akquisitionsfremdfinanzierung konnte Le Faxe die Übernahme erfolgreich realisieren und kann sich nun zusammen mit dem Angels-Management voll auf die Zukunft und neue Wachstumschancen konzentrieren (siehe auch Interview Seite 3).

ANGELS



2025

Beginn



Gesellschafterwechsel

Anlass



Mezzanine-Finanzierung

Instrument



> 80

Mitarbeiter

Deutsch-türkische Zusammenarbeit:
Angels wird Teil der türkischen Le Faxx.

Caspar Borkowsky von Angels und Berkay Dogan von Le Faxx über den Modemarkt für Damenjeans, was sich durch die Übernahme von Angels durch Le Faxx ändert und wie die Zukunftspläne aussehen.



„AN WACHSTUMSIDEEN FEHLT ES NICHT“

FACTS: Herr Borkowsky, Angels ist eine echte Erfolgsgeschichte in der deutschen Modebranche. Nun wurden Sie von Ihrem wichtigsten Produzenten Le Faxx aus der Türkei übernommen. Warum hat Angels die Selbstständigkeit aufgegeben?



Caspar Borkowsky

CASPAR BORKOWSKY: Beide Unternehmen arbeiten schon seit über fünfzehn Jahren zusammen und sind mit der Zeit immer näher aneinandergerückt. Für uns sind die konsistente Produktionsqualität und Liefertreue wichtige Erfolgsfaktoren. Zugleich hat sich Le Faxx zunehmend entlang unserer Anforderungen ausgerichtet. Da lag es auf der Hand, sich noch enger miteinander zu verbinden, um die jeweiligen Stärken voll ausspielen zu können.

FACTS: Welche sind das?

BORKOWSKY: Seit ich vor rund fünf Jahren zu Angels gekommen bin, haben wir die Prozesse digitalisiert und führen das Unternehmen sehr datenbasiert. Das ist für Modeunternehmen mit ihren kreativen Köpfen nicht gerade typisch, erwies sich aber rasch als vollkommen richtig. So wissen wir, welche Produkte wie stark nachgefragt werden, und können unsere Produktion und Lagerhaltung entsprechend optimieren. Unsere Kundinnen – und damit auch der Handel – schätzen beispielsweise, dass wir eine Vielzahl von Produkten vorhalten, die seit Jahren in Schnitt und Stoff unverändert sind. Das „Never out of Stock“-Sortiment von Angels enthält Damenjeans, die seit 20 Jahren unverändert sind.

FACTS: Da ist sicherlich auch der Produzent gefordert ...



Berkay Dogan

BERKAY DOGAN: Wir haben unsere Prozesse stark auf Angels abgestimmt und entsprechend in zeitgemäße Maschinen und Systeme investiert. Beispielsweise nutzen wir ein ozonbasiertes Verfahren zur Stoffbleiche, das deutlich umweltfreundlicher als konventionelle Verfahren ist. Damit Angels zuverlässig liefern kann – beispielsweise bei Nachbestellungen von Saisonware –, halten wir außerdem die benötigten Stoffe entsprechend vor. Angels macht aktuell 85 Prozent unserer Produktion aus, da ist diese Fokussierung für uns sinnvoll.

FACTS: Das klingt nach einer hohen Kapitalbindung bei einem nicht unerheblichen Risiko – so volatil wie die Modewelt sein kann.

DOGAN: Über mehrere Jahrzehnte hinweg haben wir bewiesen, dass wir diese Risiken sehr gut einschätzen können. Bei unseren Banken genießen wir großes Vertrauen und haben eine hervorragende Bonität. Aber: Mit der Übernahme haben wir jetzt auch die Garantie, dass unser wichtigster Kunde stets bei Le Faxx produzieren lässt.

FACTS: Sie sprechen die Übernahme von Angels durch Le Faxx an, die VR Equitypartner mit einer Mezzanine-Finanzierung unterstützt. Was wird jetzt anders, da es ein verbundenes Unternehmen ist?

DOGAN: Die Übernahme war schon lange ein Wunsch meines Vaters, der Le Faxx gegründet hat. Im ersten Schritt prüfen wir aktuell alle Möglichkeiten für mehr Effizienz. Wir merken bereits, dass wir nun noch schneller reagieren können als bislang.

BORKOWSKY: Wir haben uns bei Angels inzwischen einen sehr treuen Kundinnenkreis aufgebaut, der unsere Qualität zum fairen Preis und auch unsere Bemühungen im Bereich Nachhaltigkeit schätzt. Damit sind wir in einem Segment, das nicht allein von Modeschwankungen abhängig ist. Unsere Marke ist zeitgemäß, das Verhältnis zum Handel ist sehr gut, und unser wichtigster Produzent setzt voll auf uns – das sind die besten Voraussetzungen für eine weitere Expansion.

FACTS: Bislang konzentrieren Sie sich auf Damenjeans. Was kommt in Zukunft hinzu: Herrenjeans? Stoffhosen oder Oberbekleidung für Damen? Oder ganz etwas anderes?

BORKOWSKY: An Ideen fehlt es uns nicht. Zuerst werden wir die geografische Expansion vorantreiben. Wir sind in vielen wichtigen europäischen Märkten bereits gut vertreten, aber zum Beispiel noch nicht in Italien und Großbritannien. Das werden wir sicherlich angehen. Non-Denim-Hosen haben wir bereits im Angebot, sie machen allerdings erst 20 bis 25 Prozent unseres Sortiments aus, da ist noch Potenzial. Außerdem gibt es das attraktive Lizenzgeschäft, bei dem Dritte unter dem Label Angels beispielsweise Parfums oder Sonnenbrillen herstellen. Eine Vollkollektion wäre ein großer Schritt, aber ausgeschlossen ist er nicht. Einzig eine Herrenkollektion scheint mir sehr fern, da müsste man eine ganz neue Marke aufbauen.

DOGAN: Eines ist sicher: Wir freuen uns darauf, gemeinsam mit VR Equitypartner als Finanzierungspartner die Wachstumsgeschichte fortzuschreiben.

AKTUELLES

14 Transaktionen 2024



Seit 2020 haben wir mehr als 40 Unternehmenstransaktionen im Bereich Direktbeteiligungen und Mezzanine umgesetzt. Das zurückliegende Jahr 2024 war dabei ein herausragend erfolgreiches, denn wir haben in diesen zwölf Monaten so viele Transaktionen umgesetzt wie in keinem der letzten fünf Jahre: vier neue Direktbeteiligungen, drei Mezzanine-Finanzierungen und vier Add-ons. Außerdem haben wir drei unserer

Beteiligungen erfolgreich veräußert, teilweise mit Rückbeteiligung. Insgesamt haben wir im vergangenen Jahr 82,6 Millionen Euro in unterschiedlichste Branchen wie Software, Textilien oder Audio- und Videotechnik investiert. Das zeigt, dass der Standort Deutschland auch in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten viele erfolgreiche Mittelständler aufbieten kann. Rund 40 davon befinden sich aktuell in unserem Portfolio.

Kart Challenge wieder voller Erfolg

Knapp 70 Teilnehmer aus dem VR-Equitypartner-Netzwerk waren bei unserer 10. Kart Challenge dabei – ein neuer Rekord. Auf den E-Karts lieferten sich die Gäste ein heißes Wettrennen, das schließlich die Sieger der Vorjahre unter sich ausmachten: David Kauter von Taurus Advisory erreichte den 1., Martin Schmitt von Steinbeis Consulting den 2. Platz. Auf Platz 3 folgte Marcel Hellenthal von Rautenberg & Company vor unserem Kollegen Paschalis Servos. Vor allem aber ging es um den gemeinsamen Spaß, Zeit zum Networking und den intensiven Austausch. Wir freuen uns schon auf die 11. Kart Challenge.



MBO von VOTRONIC

Anfang des Jahres haben wir unsere signifikante Minderheitsbeteiligung an der VOTRONIC Elektronik-Systeme GmbH an das Management des Unternehmens veräußert. Die beiden bisherigen Mitgesellschafter Dieter Sojak und Jörg Borneis-Eifert werden durch den Management-Buy-out zu Alleingesellschaftern des führenden Herstellers von Elektronik für Reisemobile und Sonderfahrzeuge. Wir bleiben VOTRONIC auch nach mehr als fünf Jahren erfolgreicher Zusammenarbeit über eine neue Mezzanine-Finanzierung weiterhin eng verbunden.

ANSPRECHPARTNER

Christian Futterlieb
Geschäftsführer
christian.futterlieb@vrep.de

Peter Sachse
Geschäftsführer
peter.sachse@vrep.de

Thiemo Bischoff
Leiter Team Mitte
thiemo.bischoff@vrep.de

Tim Feld
Leiter Team Nord/West
tim.feld@vrep.de

Michael Vogt
Leiter Team Süd
michael.vogt@vrep.de

Kerstin Murmann
Redaktion
kerstin.murmann@vrep.de



KI im Einkauf

Auch im Einkauf kann Künstliche Intelligenz helfen. Doch lassen sich Ausschreibungen, Preisabfragen bei Lieferanten oder das Reporting im Einkauf mit KI vereinfachen und verbessern? In unserem „Netzwerkfrühstück“-Spezial Ende März gaben Jan Betz und Dr. Cedric Lehmann von Höveler Holzmann Consulting GmbH dazu anhand praktischer Beispiele konkrete Hilfestellung. Wie schon bei unserem „Netzwerkfrühstück“ zu „KI im Recruiting“ war auch diesmal das Interesse groß. Einkäufer und Geschäftsführer unserer Portfoliounternehmen nutzten die Gelegenheit, sich zu informieren und über Erfahrungen mit anderen Teilnehmern auszutauschen.

VERANTWORTLICHE HERAUSGEBER:
Christian Futterlieb, Peter Sachse

VR Equitypartner GmbH
Platz der Republik
60265 Frankfurt am Main
Telefon: +49 69 710 476-0
Telefax: +49 69 710 476-161
E-Mail: mail@vrep.de
Internet: www.vrep.de

GESCHÄFTSFÜHRER:
Christian Futterlieb, Peter Sachse
Sitz: Frankfurt am Main
Amtsgericht Frankfurt am Main
Handelsregister HRB 35245

IMPRESSUM
Die Inhalte dieses Newsletters wurden mit größtmöglicher Sorgfalt zusammengestellt, VR Equitypartner übernimmt aber keine Garantie für Vollständigkeit und Richtigkeit. VR Equitypartner haftet nicht für Folgen, die sich aus der Nutzung des Newsletters oder der Verwendung seiner Inhalte ergeben. Information, Redaktion, Gestaltung, Illustrationen und Fotos sind urheberrechtlich geschützt. Vervielfältigung, Reproduktion oder Verbreitung dieser Inhalte in Druck- oder elektronischer Form sind ohne vorherige schriftliche Genehmigung durch VR Equitypartner untersagt, Ausnahme ist der persönliche Gebrauch.

Hinweis: Entsprechend den Vorgaben des Rates für deutsche Rechtschreibung verwenden wir bei Personenbezeichnungen und personenbezogenen Hauptwörtern das generische Maskulinum. Die Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung für alle Geschlechter.