



G&G investiert ausschließlich aus der Sicht eines Unternehmenskäufers. Ob eine langfristige Investition erfolgreich sein kann, bewerten wir dabei anhand unserer Drei- Punkte-Strategie, die auf folgenden Faktoren beruht:

1. Es handelt sich um ein herausragendes Geschäftsmodell
2. Das Unternehmen verfügt über ein integriertes und zielorientiertes Management
3. Die Investition ist zu einem attraktiven Preis zu tätigen

G&G ValueInvesting-DLS Fonds (WKN: A2PF09)

Investmentbericht Dezember 2020

Aschaffenburg, 08.12.2020

Allegro: Ein neues Einkaufserlebnis in einem jungen Markt. Erinnerungen an Aldi werden wach.

Der Siegeszug der Tante-Emma-Läden wurde in Deutschland wie auch zum Teil in Polen von den Discountern und Supermärkten abgelöst. Aldi (-Gruppe > 4000 Filialen) ist dabei in Deutschland so bekannt wie Biedronka (> 3000 Filialen) in Polen. Eine Firma Namens Allegro taucht in Polen im Non-Food (Nicht-Lebensmittel Geschäft) seit kurzer Zeit als das führende Unternehmen im Einzelhandel auf.

Allegro ist die größte polnische Online-Konsumplattform. Ihre marktbeherrschende Stellung in Polen erklärt sich unter anderem durch ihre frühe Internetpräsenz (1999) und dem daraus resultierenden Bekanntheitsgrad. Jeden Monat besuchen 20 Millionen Menschen die Onlineplattform - das sind 60 % der Bevölkerung in Polen. Der Bekanntheitsgrad der Marke liegt bei nahezu 100 %.

Der hohe Bekanntheitsgrad bei den Konsumenten sorgt dafür, dass es immer mehr Produkthanbieter auf die Plattform Allegro zieht, um neue Kunden zu gewinnen. Neue Produkthanbieter mit zusätzlich neuen Angeboten ziehen wiederum zusätzlich neue Interessenten und Konsumenten an. Das ist zweifellos ein sich selbstverstärkender Prozess. Allegro erzeugte durch die lange Historie der Plattform und die Markenbekanntheit einen starken Netzwerk-Effekt. Für uns ist das ein wichtiger Burggraben.

Die bisherigen Erfolge des Unternehmens sind jetzt schon beachtlich, denn Allegro nimmt 3 % des gesamten polnischen Einzelhandelsmarktes ein. Das ist doppelt so viel, wie die nächstkleinere Handelskette Rossmann im Non-Food-Bereich. Im Onlinesegment besitzt Allegro mit über 36 % bereits zehnmal so viel Marktanteil, wie der nächstkleinere AliExpress aus China. Im Onlinehandel ist das eine herausragende Stellung.

Die Wettbewerbsvorteile der Allegro-Plattform erweiterten sich durch die Einführung des Kundentreueprogramms „Smart!“ in 2018. Gleichzeitig wurde dadurch eine große Hürde für Kunden, nämlich mehr von ihren Einkäufen ins Internet zu verlagern, gesenkt. Durch die Reduzierung der Lieferkosten mittels des Kundenbindungsprogramms, folgte umgekehrt eine signifikante Erhöhung der Bestellungen. Im Schnitt steigerten sich die Onlinekäufe durch „Smart!“ um das 2,5-fache. Gleichzeitig wuchs der Umsatz pro Kunde um das 1,7-fache, im Vergleich zu „Nicht-Smart!“ Käufer. Für Produkthanbieter führte das „Smart!“-Programm im Laufe der Zeit zu einer 5-fachen Umsatzsteigerung.

Das besondere Einkaufserlebnis bietet Allegro durch bequemes und flexibles Bestellen von Zuhause, gepaart mit schnellem Versand und sicherer Zustellung. Dieser langfristige Trend ist unumkehrbar.



Allegro Ads im eigenen Ökosystem

Allegro Ads ist ein System zur Werbung für Angebote innerhalb der Plattform. Über gesponserte Inserate (bessere Sichtbarkeit durch prominente Präsenz) und Display-Anzeigen auf der eigenen Plattform, generiert Allegro zusätzliche Umsätze. Auch externe Netzwerkangebote von Google/Facebook sind buchbar. Ein nicht zu unterschätzender Umsatzanteil, fließt durch Marketingeinnahmen auf der eigenen Plattform mit ein. Dieser Aspekt wird stark unterschätzt. Je mehr eine Plattform an Bekanntheit (nahezu 100 % der Polen kennen Allegro) gewinnt, desto häufiger wird sie als erste Anlaufstelle (40 % vs. 20 % Google-Suchmaschine) bei der Produktsuche genutzt. Externe Werbeanzeigen-Anbieter verlieren damit an Attraktivität. Werbeausgaben der Produktverkäufer können somit auf der internen Plattform vereinnahmt werden. Damit entsteht ein eigener Werbemarkt im Allegro-Ökosystem.

Auf der Grundlage von individuellen Käuferdaten und unter Einsatz von maschinellem Lernen (KI) wird es im eigenen Ökosystem ermöglicht, präzise Produktempfehlungen zu platzieren. Diese fehlenden Informationen und Möglichkeiten bezüglich der Kunden, bleiben dem Einzelhandel momentan verwehrt. Allegro Ads ermöglicht den Händlern mit jedem investierten PLN/Euro Werbebudget, das 12-14-fache an Umsatz zu generieren.

Allegro besitzt eine Preisdominanz bei Tiefstpreisen. Von überwachten Spitzenauswahlprodukten bot der E-Commerce-Marktplatz im Juni 2020, den besten Preis für über 80% der Angebote. Das ist ein starker Kaufanreiz und sorgt für einen hohen Zustrom neuer Konsumenten.

Im polnischen Einzelhandel erreichte der Onlinehandel erst kürzlich einen Marktanteil in Höhe von über 11 %. Im Vergleich zur USA (ca. 20 %) und China (ca. 30 %) ist das noch deutlich unterentwickelt und bietet langfristig ein hohes Nachholpotenzial, an dem Allegro mit seinem etablierten Ökosystem partizipieren wird. Dabei verzeichnet Polen ein attraktives Einkommenswachstum im aufstrebenden Arbeitsmarkt.

Der persönliche Austausch mit Konsumenten und Produkthanbietern der Allegro-Plattform, sowie die Unternehmensvertreter der Firma boten uns einen detaillierten Einblick in das Unternehmen. Das Management ist mit 7 % an der Firma beteiligt und international erfahren. Wir erwarten zum Investitionszeitpunkt in den nächsten 5 Jahren durchschnittliche Renditen von 15 % p.a. auf das eingesetzte Kapital.

Zum Schluss möchten wir uns noch mit einem schönen weihnachtlichen Allegro-Klassiker für ihre Aufmerksamkeit bedanken. <https://youtu.be/tU5Rnd-HM6A>

Ihnen und ihren Liebsten wünschen wir ein frohes Weihnachten und einen guten Rutsch ins neue Jahr. Bleiben sie gesund!

Mit den besten Grüßen aus Aschaffenburg,

Adam Golombek

Heinrich Giesbrecht



Disclaimer/Impressum

Bei diesem Dokument handelt es sich um eine Kundeninformation („KI“) im Sinne des Wertpapierhandelsgesetzes, die „KI“ richtet sich an natürliche und juristische Personen mit gewöhnlichem Aufenthalt bzw. Sitz in Deutschland und wird ausschließlich zu Informationszwecken eingesetzt.

Diese „KI“ kann eine individuelle anlage- und anlegergerechte Beratung nicht ersetzen und begründet weder einen Vertrag noch irgendeine anderweitige Verpflichtung oder stellt ein irgendwie geartetes Vertragsangebot dar. Ferner stellen die Inhalte weder eine Anlageberatung, eine individuelle Anlageempfehlung, eine Einladung zur Zeichnung von Wertpapieren oder eine Willenserklärung oder Aufforderung zum Vertragsschluss über ein Geschäft in Finanzinstrumenten dar. Auch wurde Sie nicht mit der Absicht verfasst, einen rechtlichen oder steuerlichen Rat zu geben. Die steuerliche Behandlung von Transaktionen ist von den persönlichen Verhältnissen des jeweiligen Kunden abhängig und evtl. künftigen Änderungen unterworfen. Die individuellen Verhältnisse des Empfängers (u.a. die wirtschaftliche und finanzielle Situation) wurden im Rahmen der Erstellung der „KI“ nicht berücksichtigt.

Eine Anlage in erwähnte Finanzinstrumente/Anlagestrategie/Finanzdienstleistung beinhaltet gewisse produktspezifische Risiken – z.B. Markt- oder Branchenrisiken, das Währungs-, Ausfall-, Liquiditäts-, Zins- und Bonitätsrisiko – und ist nicht für alle Anleger geeignet. Daher sollten mögliche Interessenten eine Investitionsentscheidung erst nach einem ausführlichen Anlageberatungsgespräch durch einen registrierten Anlageberater und nach Konsultation aller zur Verfügung stehenden Informationsquellen treffen. Zur weiteren Information finden Sie hier die „Wesentlichen Anlegerinformationen“ und das Wertpapierprospekt: www.ggvm.de

Wertentwicklungen in der Vergangenheit sind kein zuverlässiger Indikator für zukünftige Wertentwicklungen. Empfehlungen und Prognosen stellen unverbindliche Werturteile über zukünftiges Geschehen dar, sie können sich daher bzgl. der zukünftigen Entwicklung eines Produkts als unzutreffend erweisen. Die aufgeführten Informationen beziehen sich ausschließlich auf den Zeitpunkt der Erstellung dieser „KI“, eine Garantie für die Aktualität und fortgeltende Richtigkeit kann nicht übernommen werden.

Der vorstehende Inhalt gibt ausschließlich die Meinungen des Verfassers wieder, eine Änderung dieser Meinung ist jederzeit möglich, ohne dass es publiziert wird. Die vorliegende „KI“ ist urheberrechtlich geschützt, jede Vervielfältigung und die gewerbliche Verwendung sind nicht gestattet. Datum: 09.12.2020

Herausgeber: *Giesbrecht & Golombek Vermögensmanagement GmbH, Schloßgasse 12, 63739 Aschaffenburg*, handelnd als vertraglich gebundener Vermittler (§ 2 Abs. 10 KWG) im Auftrag, im Namen, für Rechnung und unter der Haftung des verantwortlichen Haftungsträgers BN & Partners Capital AG, Steinstraße 33, 50374 Erftstadt. Die BN & Partners Capital AG besitzt für die die Erbringung der Anlageberatung gemäß § 1 Abs. 1a Nr. 1a KWG und der Anlagevermittlung gemäß § 1 Abs. 1a Nr. 1 KWG eine entsprechende Erlaubnis der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht gemäß § 32 KWG.