

# INFORMATION MEMORANDUM PROJEKT BOTTICELLI



ZUBLER Unternehmensgruppe

AUGUST 2022

Streng vertraulich

# KONTAKT & DISCLAIMER

**Philipp Zwirn**

+43 664 2514215  
philipp.zwirn@zwirnplus.com

**Korbinian Meister**

+49 157 76813010  
korbinian.meister@zwirnplus.com

zwirnplus

Schellingstraße 42

80799 München  
Deutschland

Das vorliegende Informationsmemorandum (kurz „IM“) enthält vertrauliche Informationen über die Unternehmensgruppe Botticelli (kurz „Target“) und die Möglichkeit für Interessenten, bis zu 90% der Anteile an dem Target zu erwerben (kurz „Transaktion“).

Das IM ist keinesfalls als Bestandteil eines Vertrages oder als Zusicherung zu verstehen. Das Target und seine Eigentümer (kurz „Gesellschafter“) verpflichten sich nicht, weitere Informationen zur Verfügung zu stellen. Das IM stellt kein Angebot oder Prospekt dar und begründet keinen Anspruch auf Abschluss der Transaktion. Das IM erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit und Richtigkeit und ersetzt nicht eigene Nachforschungen und Beurteilungen.

Die Inhalte des IM unterliegen der von Sören Presser-Velder, Alveus Beteiligungen GmbH, unterzeichneten Geheimhaltungsvereinbarung.

Die Gesellschafter behalten sich das Recht vor, zu jeder Zeit die Transaktion ohne vorherige Nachricht und Begründung zu ändern oder zu beenden und mit mehreren oder nur mit einem einzigen Interessenten zu verhandeln. Des Weiteren behalten sie sich das Recht vor, Gespräche mit einem oder allen Interessenten zu beenden bzw. mit einem Interessenten in einer anderen Art und Weise als in der Vorgesehenen zu verhandeln. Zudem ist ein kommunizierter Zeitplan für die Gesellschafter nicht bindend. Darüber hinaus behalten sich die Gesellschafter das Recht vor, die Transaktion mit einem Interessenten einzugehen, ohne die anderen Interessenten zuvor davon in Kenntnis zu setzen oder dafür irgendeine Begründung abzugeben.

Im Übrigen leisten die Gesellschafter und ihre Erfüllungsgehilfen keine Gewähr für den Inhalt des IM. Eine Haftung der Gesellschafter und ihrer Erfüllungsgehilfen gegenüber Interessenten oder ihren Beratern für Verbindlichkeiten oder sonstige Nachteile welcher Art und aus welchem Rechtsgrund immer, aufgrund und im Zusammenhang mit der Teilnahme am Transaktionsprozess und aus der Verwendung des IM ist ausgeschlossen. Die Geltendmachung von Schadenersatz und der Ersatz von Aufwendungen und Kosten im Zusammenhang mit der Transaktion sind ausgeschlossen.

# INHALTSVERZEICHNIS

1. ZUSAMMENFASSUNG
2. LEISTUNGSPROGRAMM
3. DENTALMARKT
4. ORGANISATION
5. STRATEGIE
6. FINANZEN
7. ANHANG

1. ZUSAMMENFASSUNG
2. LEISTUNGSPROGRAMM
3. DENTALMARKT
4. ORGANISATION
5. STRATEGIE
6. FINANZEN
7. ANHANG

# EXECUTIVE SUMMARY

- ⊕ Botticelli ist ein „Hidden Champion“ in der Dentalindustrie, an der Schnittstelle Medizintechnik, Elektronik und Gerätebau mit Sitz in Ulm.
- ⊕ Ein umfassendes Produktportfolio deckt den Geräte- und Keramikbedarf für Dentallabore und Zahnärzte ab.
- ⊕ Die Zahn- oder Dentaltechnik fertigt aus verschiedenen Materialien alle Arten von Zahnersatz. Im Dentallabor werden vom Dentaltechniker individuelle Lösungen für Patienten gefertigt, die nach den Vorgaben des Zahnarztes hergestellt werden.
- ⊕ Das Unternehmen umfasst die komplette Wertschöpfungskette von der Innovation und Prototypenentwicklung bis zur Serienproduktion und Vertrieb sowie Service und Ersatzteilhandel für den After Sales.
- ⊕ Die hergestellten Produkte gliedern sich in sieben strategische Geschäftsfelder: Absaugung, Öfen, Schleifgeräte, Ersatzteile & Service, Dentalkeramik, Handelswaren & Verbrauchsmaterial sowie Industrieelektronik. Sämtliche Produkte werden im In- und Ausland vertrieben.
- ⊕ Das Unternehmen wurde 1978 von Kurt Zubler gegründet und hat seinen Hauptstandort in Ulm (Baden-Württemberg) und zwei weitere Produktionsstandorte in Neu-Ulm (Bayern), die in ca. 5 km Entfernung liegen.
- ⊕ Die Produkte von Botticelli werden in Deutschland direkt, über Großhändler und in weiteren Ländern über Importeure vertrieben.
- ⊕ Der Dentalmarkt ist vor allem wachsendes Gesundheitsbewusstsein, Wirtschaftswachstum sowie alternden Bevölkerung geprägt.



Abbildung 1:  
Hauptstandort Botticelli



Abbildung 2:  
Lage Ulm in Deutschland



Abbildung 3:  
Auswahl der Produkte für den Gebrauch in Dentallaboren

# ENTWICKLUNG

- Das Unternehmen hat 2021 eine Betriebsleistung iHv ~13,7 Mio. € erzielt. Seit 2014 wurde eine jährliche Steigerung der Betriebsleistung iHv 5,7% erreicht.
- Trotz CoVid19 und des Ukraine-Krieges konnte das Ergebnis in 2019/20 konstant gehalten und in 2021 gesteigert werden.
- Das EBITDA betrug in 2021 ~2,3 Mio. €, dies entspricht 16,4% der Betriebsleistung. Das EBITDA lag konstant bei über 10% der Betriebsleistung.
- Exportmärkte haben besonders zu diesem Wachstum beigetragen. Die Exportquote liegt in 2021 bei ~50%. Botticelli hat 2021 neben dem Heimatmarkt Deutschland in über 70 Länder exportiert. Die wichtigsten Exportnationen sind Frankreich, USA und Italien.
- Es besteht eine diversifizierte Kundenstruktur aus Laboren im In- und Ausland. In 2021 wurden ~2.000 Kunden beliefert.
- Neue Produktinnovationen werden kontinuierlich entwickelt und am Markt eingeführt.
- Das Unternehmen hat eine hoch qualifizierte Belegschaft. Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit im Unternehmen liegt bei ~13,6 Jahren.

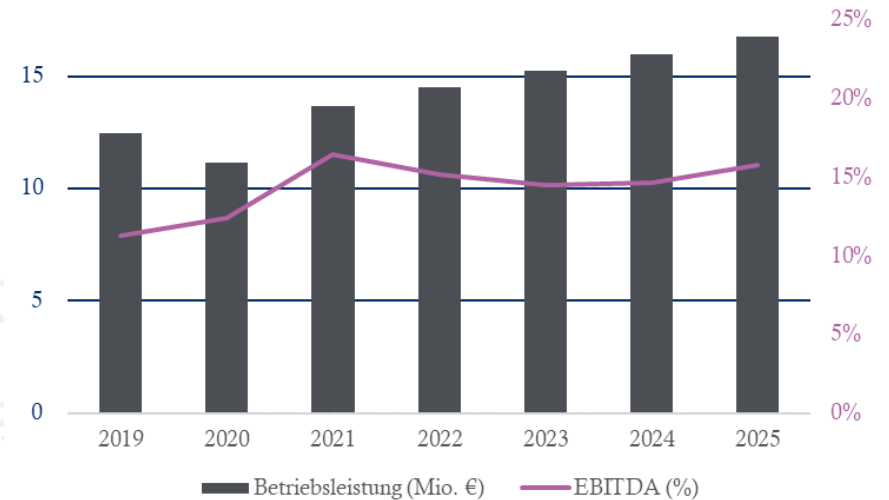


Abbildung 4: Betriebsleistung und EBITDA

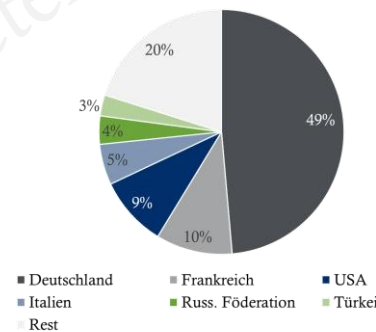


Abbildung 5:  
Umsatz nach Absatzmärkten 2021

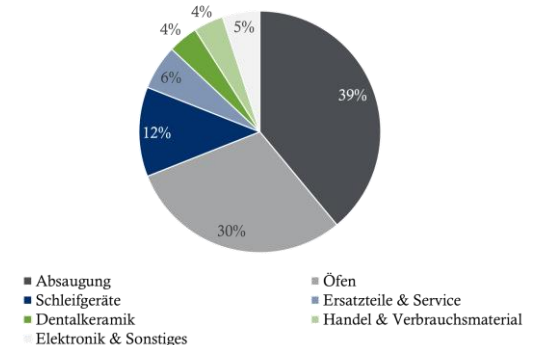


Abbildung 6:  
Umsatz nach Produktgruppen 2021

# PLANUNG

Botticelli Werte in T€	2019 IST	2020 IST	2021 IST	2022 FC	2023 PLAN	2024 PLAN	2025 PLAN
Umsatzerlöse	12 385	10 884	13 713	14 400	15 118	15 874	16 668
<b>Betriebsleistung</b>	<b>12 478</b>	<b>11 146</b>	<b>13 682</b>	<b>14 500</b>	<b>15 218</b>	<b>15 974</b>	<b>16 768</b>
Materialaufwand	5 108	4 676	5 644	6 120	6 575	6 885	7 211
in %	40,9%	42,0%	41,3%	42,2%	43,2%	43,1%	43,0%
<b>Rohertrag</b>	<b>7 370</b>	<b>6 469</b>	<b>8 038</b>	<b>8 380</b>	<b>8 643</b>	<b>9 089</b>	<b>9 557</b>
in %	59,1%	58,0%	58,7%	57,8%	56,8%	56,9%	57,0%
Personalaufwand	3 960	3 445	3 995	4 359	4 590	4 777	5 021
in %	31,7%	30,9%	29,2%	30,1%	30,2%	29,9%	29,9%
Sonstige betr. Aufwendungen	2 258	1 624	1 965	1 820	1 846	1 969	1 889
in %	18,1%	14,6%	14,4%	12,6%	12,1%	12,3%	11,3%
<b>EBITDA</b>	<b>1 405</b>	<b>1 476</b>	<b>2 249</b>	<b>2 201</b>	<b>2 207</b>	<b>2 343</b>	<b>2 647</b>
in %	11,3%	13,2%	16,4%	15,2%	14,5%	14,7%	15,8%
Afa	170	220	344	260	273	366	373
in %	1,4%	2,0%	2,5%	1,8%	1,8%	2,3%	2,2%
<b>Betriebsergebnis (EBIT)</b>	<b>1 235</b>	<b>1 256</b>	<b>1 905</b>	<b>1 941</b>	<b>1 934</b>	<b>1 977</b>	<b>2 274</b>
in %	9,9%	11,3%	13,9%	13,4%	12,7%	12,4%	13,6%

Abbildung 7: Normalisierte GuV Kurzfassung

- ⊕ Die Betriebsleistung in 2021 betrug 13,7 Mio. €. In 2020 kam es aufgrund der CoVid19-Pandemie zu einem Umsatzrückgang. Für 2022 wird mit einer Betriebsleistung iHv 14,5 Mio. € kalkuliert. Für jedes Geschäftsfeld wird eine separate Planung erstellt.
- ⊕ Die Materialkosten schwankten in den letzten Jahren um ~41%. In den nächsten Jahren wird mit erhöhten Materialkosten iHv 43% der Betriebsleistung kalkuliert. Die Umstellung auf ein Baukastensystem ermöglicht Einsparungen im Materialeinsatz.
- ⊕ Die Personalaufwendungen waren in den letzten Jahren rückläufig auf 29% der Betriebsleistung in 2021. In den nächsten Jahren ist geplant den Bereich Vertrieb mit 1 FTE pro Jahr aufzubauen.
- ⊕ Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthalten in 2019 Aufwände für den Messeauftritt auf der weltweiten Dentalmesse in Köln (IDS) alle zwei Jahre. Ab 2022 wird wieder mit steigenden Werbekosten kalkuliert.
- ⊕ Das EBITDA beträgt in 2021 ~ 2,2 Mio. €. Bis zum Jahr 2025 soll das EBITDA auf 2,6 Mio. € steigen.
- ⊕ Die Abschreibungen sind aufgrund des geringen Anlagevermögens konstant gering geplant. Investitionen in Maschinen sind aktuell nicht vorgesehen.

# GESELLSCHAFTERSTRUKTUR & TRANSAKTION

## TRANSAKTIONSgegenstand

Bis zu 90% der Anteile an

- Zubler Gerätebau GmbH
- ceramay GmbH & Co. KG (ceramay Verwaltungs GmbH)
- Zubler Industrie Industriedesign EU

(gemeinsam im Folgenden kurz „Botticelli“) stehen in einem ersten Schritt zur Disposition. Sämtliche Gesellschaften stehen im direkten alleinigen Eigentum von Herrn Zubler.

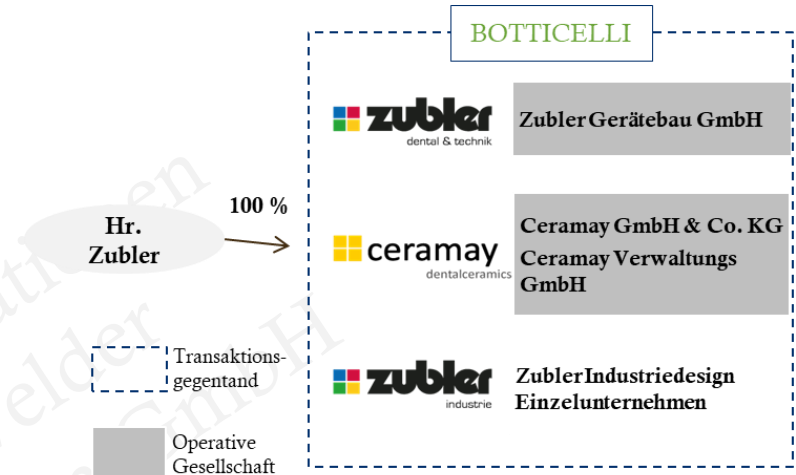


Abbildung 8: Gesellschafterstruktur

## TRANSAKTIONSMOTIV

Ohne Aussicht auf Nachfolge in der Familie möchte sich der Alleingesellschafter altersbedingt aus dem Unternehmen zurückziehen, seine Anteile sofort auf 10% reduzieren und sich danach stufenweise zurückziehen.

Nach Veräußerung ist für den Alleingesellschafter eine Beratertätigkeit in der Entwicklung von neuen Produkten und als Repräsentant für Vertriebsaktivitäten und Messen sehr gut vorstellbar, selbstverständlich auch für eine reibungslose Übergabe.

## TRANSAKTIONSPROZESS

Der Verkauf wird im Rahmen einer limitierten Auktion abgewickelt.

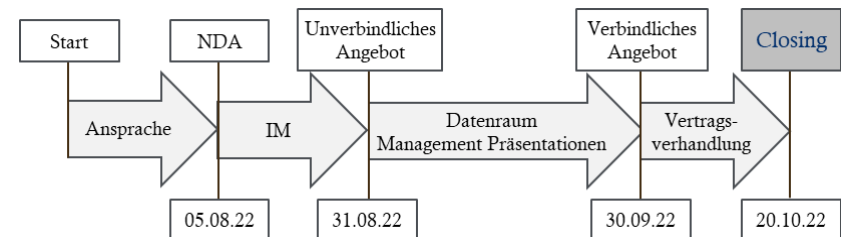


Abbildung 9: Ablauf Transaktion



# HAUPT-INVESTITIONSKRITERIEN

## PARTNER DER WELTWEITEN DENTALINDUSTRIE

- ⊕ Gründergeführtes Unternehmen mit 40 Jahren Branchenerfahrung
- ⊕ Deutschlandweit und international breit aufgestellte Kundenbasis
- ⊕ Diversifiziertes Produktportfolio in sieben Geschäftsfeldern

## BISHERIGE UMSATZ- ENTWICKLUNG

- ⊕ Durchschnittlich mind. 5% jährliche Umsatzsteigerung bis 2021
- ⊕ Kontinuierliche Erweiterung des Produktportfolios
- ⊕ Aufbau und Wachstum in mehreren Exportmärkten

## STABILES WACHSTUMS- POTENTIAL

- ⊕ Weiteres Wachstum durch laufende Entwicklungsprojekte und neue Produkte
- ⊕ Intensivierung der Marktbearbeitung in Deutschland und der Auslandsmärkte
- ⊕ Gezielter Ausbau der Internationalisierung durch Eintritt in neue Exportmärkte

## NACHHALTIGE PROFITABILITÄT

- ⊕ Stabile Kostenstruktur, **positive Ergebnisse, 16,4% EBITDA-Marge (2021)**
- ⊕ Konstante Ergebnisentwicklung, auch in Krisenjahren (z.B. CoVid 19, Ukraine-Krise)
- ⊕ Auf dem Markt als technologisch und qualitätsstarkes Unternehmen angesehen

## UNTERNEHMEN

- ⊕ Ausgewogene Mitarbeiterstruktur in Bezug auf Alter und Zugehörigkeit, geringe Fluktuation
- ⊕ Starke Führungsebenen, professionelle Organisation, laufende Innovationen
- ⊕ Krisensicheres Unternehmen (z.B. CoVid 19- und Ukraine-Krise)

1. ZUSAMMENFASSUNG

**2. LEISTUNGSPROGRAMM**

3. DENTALMARKT

4. ORGANISATION

5. STRATEGIE

6. FINANZEN

7. ANHANG

# PRODUKTPORTFOLIO LABOR

Die Zahn- oder Dentaltechnik fertigt aus verschiedenen Materialien alle Arten von Zahnersatz. Im Dentallabor werden vom Dentaltechniker individuelle Lösungen für Patienten gefertigt, die nach den Vorgaben des Zahnarztes hergestellt werden.

Durch eine breite Produktpalette deckt Botticelli den Geräte- und Keramikbedarf für Dentallabore ab. Als Hersteller für Absauggeräte hat sich Botticelli in den letzten Jahrzehnten einen hervorragenden Ruf am Markt erarbeitet. In den letzten Jahren wurden weitere Geschäftsfelder, wie Dentalöfen, Dentalkeramik und Schleifgeräte, hinzugefügt.



Abbildung 10:  
Produktportfolio

# LEISTUNGSPROGRAMM – WERTSCHÖPFUNGSKETTE

Botticelli umfasst die komplette Wertschöpfungskette von der Innovation und Prototypenentwicklung bis zu Serienproduktion, Vertrieb sowie Service und Ersatzteilhandel.

- ⊕ Der Produktionsprozess verläuft in zwei Stufen. In einem ersten Schritt werden die Leiterplatten bestückt. In einem zweiten Schritt werden diese in Absauganlagen, Öfen und Schleifgeräten montiert. Eine genaue Qualitätskontrolle wird im Anschluss an die Produktion durchgeführt.
- ⊕ Zusätzlich zur Produktion werden Dentalkeramiken, Verbrauchsmaterialien und Handelswaren für den laufenden Betrieb eines Dentallabors vertrieben.
- ⊕ Das Service und der Handel mit Ersatzteilen machen besonders bei Absauganlagen ein bedeutendes Geschäftsfeld aus.
- ⊕ Die mechanische und elektronische Entwicklung ist über die gesamte Wertschöpfungskette in die Prozesse eingebunden.

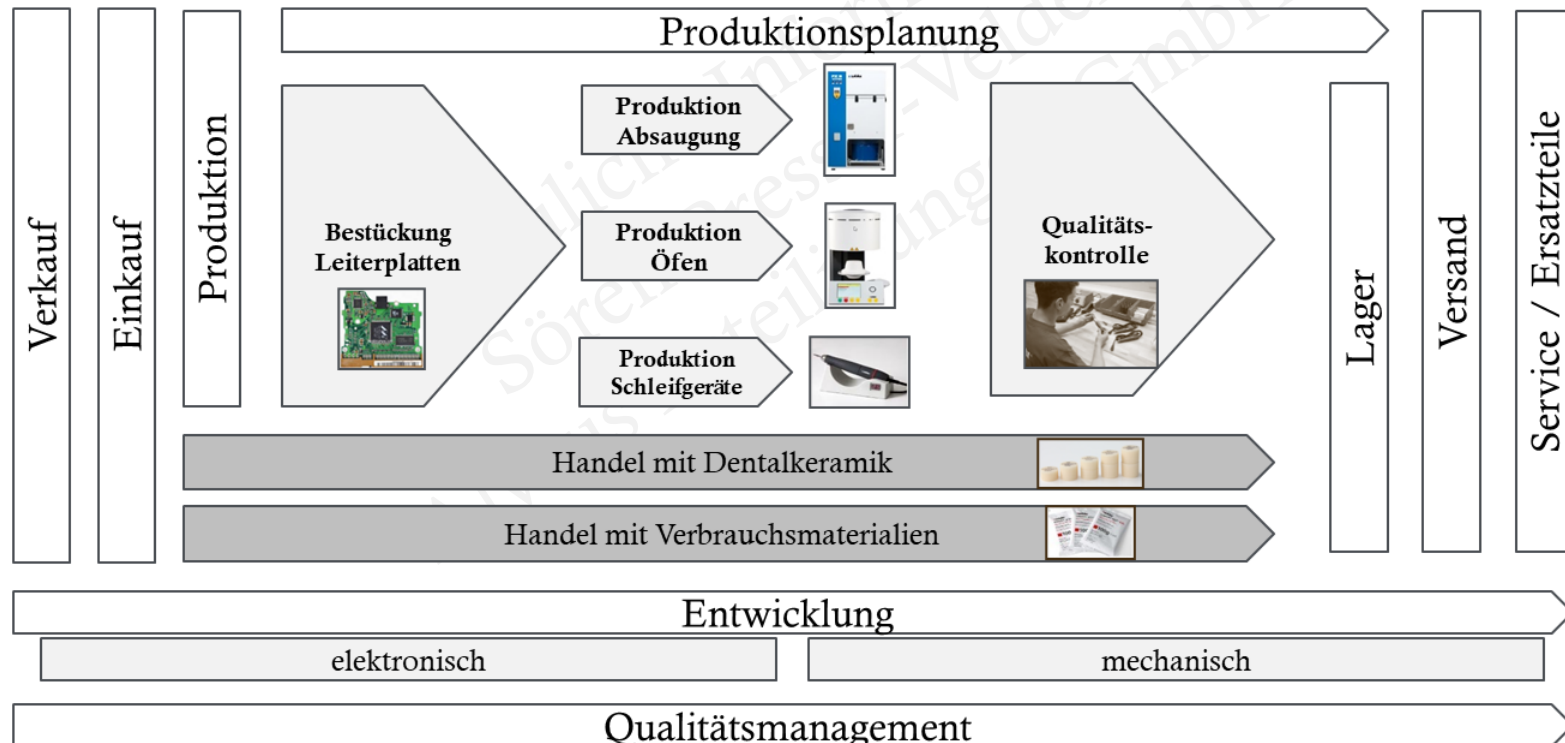


Abbildung 11:  
Wertschöpfungs-  
kette

# PRODUKT PORTFOLIO

- ⊕ Das Unternehmen Botticelli ist der Komplettanbieter für Dentallabore.
- ⊕ Produkte gliedern sich aktuell in sieben strategische Geschäftsfelder: Absaugung, Öfen, Schleifgeräte, Ersatzteile & Service, Dentalkeramik, Handelswaren & Verbrauchsmaterial sowie Industrieelektronik.
  - Ein Drittel des Umsatzes wird im Geschäftsfeld Absaugung erzielt. Dieses Geschäftsfeld teilt sich in Einzelgeräte für die mobile Absaugung und Anlagen für die zentrale Absaugung auf.
  - Ein weiteres Drittel des Umsatzes wird im Geschäftsfeld Dentalöfen erzielt.
  - Das restliche Drittel des Umsatzes teilt sich auf die verbleibenden Geschäftsfelder (Schleifgeräte, Ersatzteile & Service, Dentalkeramik, Handelswaren & Verbrauchsmaterial und Elektronikfertigung) auf.

Produktgruppe	2019 (IST)	2020 (IST)	2021 (IST)
Absaugung	4,8	4,0	5,2
Öfen	3,3	3,3	4,0
Schleifgeräte	1,3	1,3	1,6
Ersatzteile & Service	0,7	0,8	0,8
Dentalkeramik	0,6	0,3	0,5
Handel & Verbrauchsmaterial	0,5	0,5	0,5
Elektronik & Sonstiges	0,2	0,3	0,3
	11,5	10,4	12,9

Abbildung 12: Entwicklung  
Umsatz nach Produktgruppen absolut

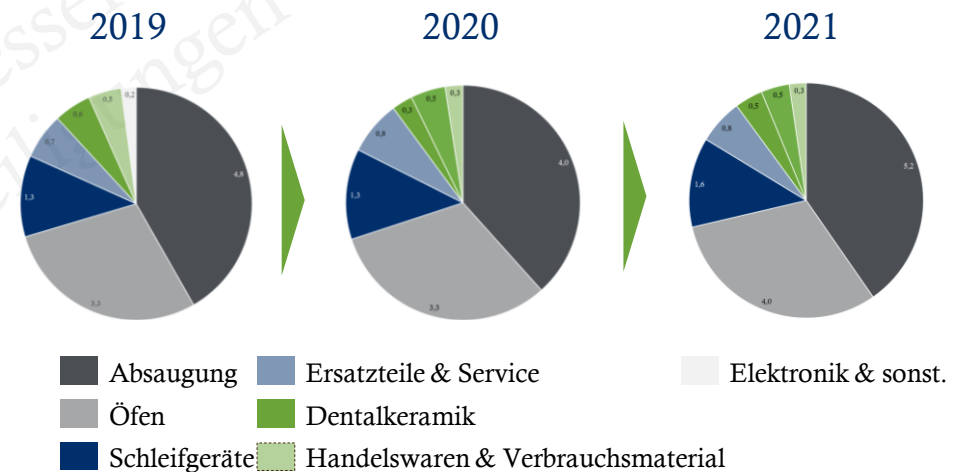


Abbildung 13: Entwicklung Umsatz  
nach Produktgruppen

# PORTFOLIO (1/3) ABSAUGUNG

Das Geschäftsfeld Absaugung besteht seit Unternehmensgründung und teilt sich in Einzel- und Mehrplatzabsaugung & zentrale Absaugung auf.

- ⊕ Im Geschäftsfeld der zentralen Absaugung wurde im Zeitraum von 2018 bis 2021 eine Steigerung des Umsatzes von ~18% erzielt.
- ⊕ Die Umsätze der mobilen Einzel- und Mehrplatzabsaugung liegen in 2021 bei ~2,6 Mio. €. Hier wird in den nächsten Jahren aufgrund einer Produkteinführung mit einem weiteren Wachstum gerechnet.

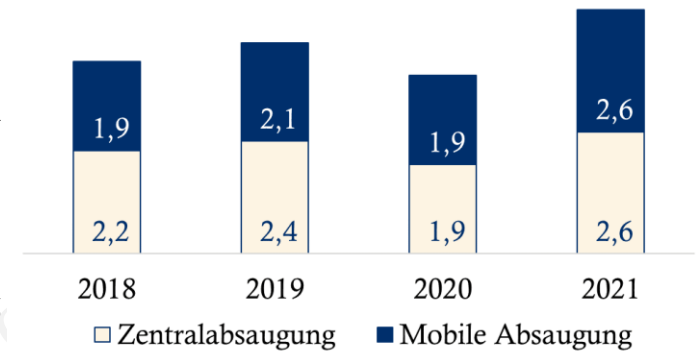


Abbildung 14: Umsatz Geschäftsfeld Absaugung in Mio. €

## EINZELPLATZABSAUGUNG ALS PRIVATE LABEL



- ⊕ Private Label Produkt
- ⊕ Absauggerät ist kompatibel zu einem Arbeitstisch eines Möbelherstellers
- ⊕ Plug & play Funktionalität
- ⊕ Exklusive Zusammenarbeit mit dem Möbelhersteller seit 40 Jahren
- ⊕ Neue Generation mit überarbeitetem und leiserem Motor wurde in Q1/19 vorgestellt

## MOBILE EINZELPLATZABSAUGUNG



- ⊕ Absaugung für einzelne oder mehrere Arbeitsplätze von Dentallaboren
- ⊕ Luft wird entweder ins Freie geleitet oder durch einen Filter im Labor umgewälzt
- ⊕ Botticelli bietet mehrere Varianten von Einzel- und Mehrplatzabsaugungen an, je nach Staubbelastung und Arbeitseinsatz

## MOBILE MEHRPLATZABSAUGUNG FÜR 2-6 SAUGSTELLEN



## ZENTRALE ABSAUGUNG FÜR BIS ZU 250 SAUGSTELLEN



- ⊕ Verwendung in größeren Dentallaboren sowie öffentlichen Einrichtungen
- ⊕ Absaugung von bis zu 250 Arbeitsplätzen und stauberzeugenden Geräten
- ⊕ Abluft ins Freie, unabhängig von der Filterverschmutzung.
- ⊕ Botticelli bietet drei verschiedene Anlagen für jede Größe
- ⊕ Zusammen mit einem Partner bspw. in Singapur, Saudi Arabien und der Schweiz
- ⊕ Die laufende Servicierung der Anlagen über eine 20 jährige Lebensdauer ist ein wachsender Geschäftszweig

# PORTFOLIO (2/3) DENTALÖFEN & SCHLEIFGERÄTE

## BRENNÖFEN

2005 hat Botticelli mit der Eigenproduktion von Keramiköfen begonnen, seit dem Jahr 2014 hat sich dieses Geschäftsfeld vertriebsseitig mehr als verdoppelt.



## BRENN- UND PRESSÖFEN

## SINTERÖFEN

## SCHLEIFGERÄTE & DENTALGERÄTE

Seit dem Jahr 2015 produziert Botticelli ein eigenes Schleifgerät für den Gebrauch in Dentallaboren. In 2021 wurde in diesem Geschäftsfeld ein Umsatz iHv 1,6 Mio. € erzielt.



- ⊕ Botticelli bietet auf dem Markt drei verschiedene Ofenserien an: Brennöfen, Brenn- & Pressöfen sowie Sinteröfen
- ⊕ 2015 wurde die neueste Entwicklung von Sinteröfen vorgestellt.
- ⊕ Die Öfen zeichnen sich durch hohe Qualität und besondere Bedienerfreundlichkeit aus
- ⊕ Die Öfen können in jede beliebige Sprache programmiert werden.
- ⊕ Die Brenneinheit läuft mit einem vollautomatisch gesteuerten Mikroprozessor.

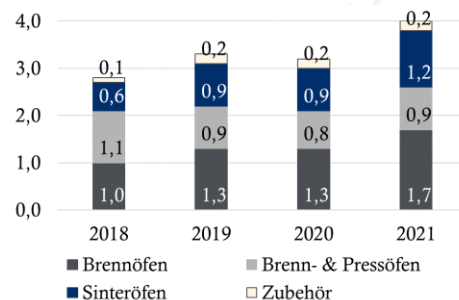


Abbildung 15: Umsatz Geschäftsfeld Öfen in Mio. €

- ⊕ In 2015 wurde das erste Schleifgerät am Markt vorgestellt.
- ⊕ Bei sämtlichen zahntechnischen Arbeiten ist es erforderlich, Werkstücke mit Schleifgeräten sorgfältig auszuarbeiten und auf Hochglanz zu polieren.
- ⊕ Die Bedienung erfolgt durch Drehzahlregelung entweder mittels Kniepedal, Fußpedal, Fußdrehhebel oder direkt am Tischgerät.

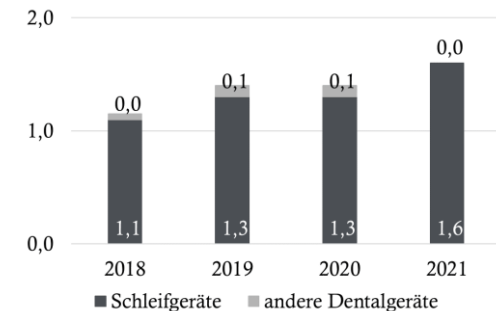


Abbildung 16: Umsatz Geschäftsfeld Schleifgeräte in Mio. €



# PORTFOLIO (3/3) ANDERE

## ERSATZTEILE & SERVICE

Abbildung 17.1:  
Überholung eines  
Schleifgerätes bei  
Botticelli



- ⊕ Botticelli bietet für seine Produkte Ersatzteile und Serviceleistungen an
- ⊕ Zu den Zubehörteilen zählen Filterbeutel, Absaugtrichter, Goldfiltereinsätze, Einschubsysteme und individuelle Zu- und Ableitungen
- ⊕ Öfen und mobile Absauggeräte werden zum Service nach Ulm eingeschickt
- ⊕ Zentrale Absauganlagen werden durch Serviceteams in ganz Deutschland und weltweit gewartet.

- ⊕ Die verbleibenden Geschäftsfelder haben 2021 einen Umsatz iHv 2,3 Mio. € erzielt.
- ⊕ Der Bereich der Ersatzteile & Service hat in 2021 einen Umsatz iHv 800 T€ erzielt. Dieser Bereich soll in den nächsten Jahren ausgebaut werden.
- ⊕ Der Bereich der Elektronikfertigung für externe Kunden geht leicht zurück, ist für die eigene Produktion allerdings ein entscheidender strategischer Vorteil gegenüber Mitbewerbern.

## DENTALKERAMIK

Abbildung 17.2:  
ConceptPress Rohlinge  
und Malfarbenpasten  
für Rohlinge



- ⊕ Dentalkeramik wird am Markt von dem Unternehmen *ceramay* vertrieben



- ⊕ Angebotene Produkte sind Lithium-Disilikat-Keramik und Verblend-Keramik für Gerüste
- ⊕ Ebenso werden die dazugehörigen Malfarbenpasten vertrieben um die passende Zahnfarbe des Patienten herzustellen

## HANDELSWAREN & VERBRAUCHSMATERIAL

Abbildung 17.3:  
Einbettmasse



- ⊕ Es wird eine Vielzahl an Handelswaren und Verbrauchsmaterialien für Dentallabore angeboten: Einbettmassen für Presstechnik, Pressstempel, Brenngutträger, Muffelzangen, Pinzetten, Silikon-sprays und Spritzen

## ELEKTRONIK-FERTIGUNG

Abbildung 17.4:  
Leiterplatten-  
bestückung



- ⊕ Steuerungen und elektronische Baugruppen der Geräte stammen aus eigener Entwicklung und Herstellung
- ⊕ Vorteile:
  - eigene Produkte flexibel und schnell auf Veränderungen des Marktes anzupassen
  - auf viele Jahre den Bau der elektronischen Steuerung der eigenen Produkte zu gewährleisten
- ⊕ Angebot von elektronische Baugruppen für externe Kunden

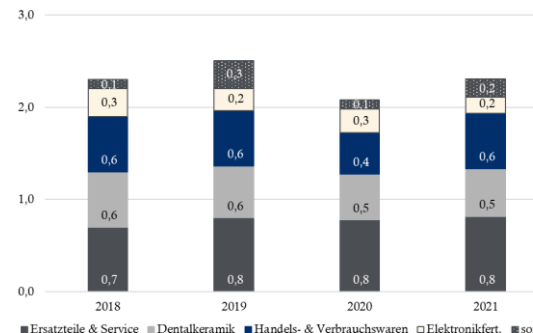


Abbildung 18: Umsatz  
Geschäftsfelder in Mio. €



# DESINFEKTION

## IMPLEMENTIERUNG NEUES GESCHÄFTSFELD

### PRODUKTDDETAILS

- ⊕ Neue Technologie im Bereich der Desinfektion von Zahnersatz
- ⊕ Anwendungsbereich ist die Desinfektion von Abdrücken und Zahnersatzmaterialien, die zwischen Zahnarzt und Dental Labor verschickt werden.
- ⊕ Praktikables Tischgerät, mobile Einheit, ca. 10kg
- ⊕ Alle Arten von Materialien (explizit auch Gips)
- ⊕ Keine zusätzlichen Verbrauchsmaterialien (z.B. Desinfektionsmittel) notwendig und keine damit verbundenen Entsorgungskosten
- ⊕ Keine Kontamination mit Bakterien, die in Tauchbecken vorhanden sind
- ⊕ Anmeldung EU-Patent bereits erfolgt

### DETAILS ZUM MARKT

- ⊕ Sämtliche Dentallabore (ca. 8.000 in Deutschland)
- ⊕ Sämtliche Zahnarztpraxen (ca. 40.000 in Deutschland)
- ⊕ Markteinführung für 2024 geplant
  - Deutschlandweit Labore
  - Deutschlandweit Zahnärzte
- ⊕ Start der wichtigsten Exportmärkte in 2025
  - Frankreich
  - USA
  - Italien

# ZEITPLAN FÜR INNOVATIONEN

Das Jahr 2024 steht im Zeichen eines neuen strategischen Geschäftsfeldes, das den Markt für Zubler Gerätebau weit öffnet. Neben sämtlichen Dentallaboren werden alle Zahnärzte zu potenziellen Kunden. Die laufende Weiterentwicklung und Verbesserung des bestehenden Portfolios ist eine Selbstverständlichkeit.

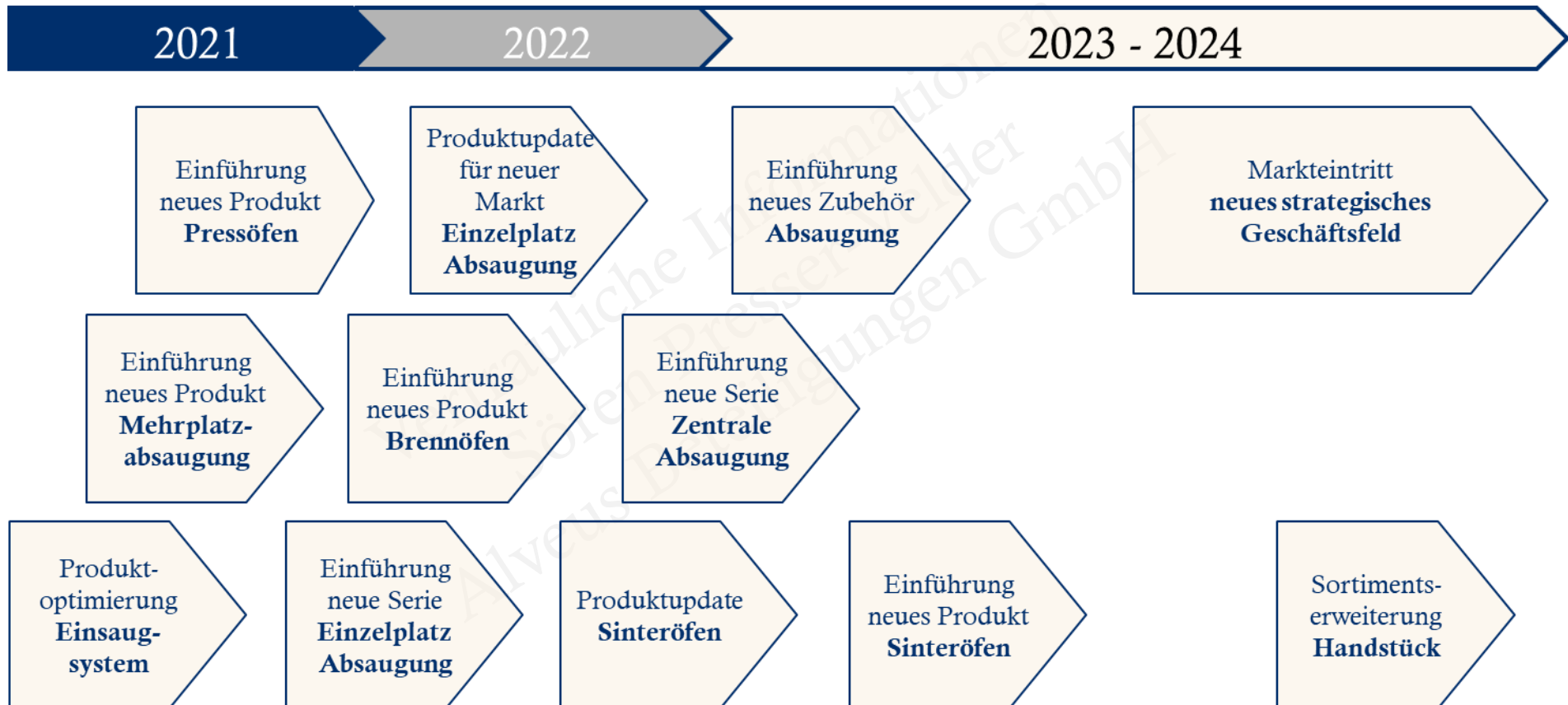


Abbildung 19: Zeitplan Innovationen 2021 - 2024

# MARKTÜBERBLICK

- ⊕ Die Exportmärkte stellen mit +/-50% Anteil am Gesamtumsatz den Hauptabsatzmarkt dar.
- ⊕ Der Umsatz in Deutschland lag 2021 bei ~6,5 Mio. €. In 2017 steigerte sich der Umsatz aufgrund eines Auslandsprojektes mit einem Kunden aus Deutschland auf 5,8 Mio. €.
- ⊕ Aktuell gibt es ca. 72 Exportmärkte, zu den umsatzstärksten zählen die Frankreich, USA, sowie Italien.
- ⊕ In den letzten Jahren konnte eine deutliche Steigerung des In- und Auslandsumsatzes erzielt werden. Während der Inlandsumsatz in 2018 noch bei 5,6 Mio. € lag, ist dieser im Jahr 2021 auf 6,5 Mio. € gestiegen. Ebenso ist der Exportumsatz über die letzten Jahre gestiegen von 5,2 Mio. € in 2018 auf 6,9 Mio. € im Jahr 2021.
- ⊕ Besonders in den Exportmärkten Frankreich, USA und Italien konnten in den letzten Jahren deutliche Umsatzsteigerungen generiert werden. Nachhaltig werden neue Exportmärkte aufgebaut. Ein Beispiel für einen Wachstumsmarkt ist die Türkei mit einem stetig wachsenden Marktanteil als wichtiger Vertriebskanal des Unternehmens.

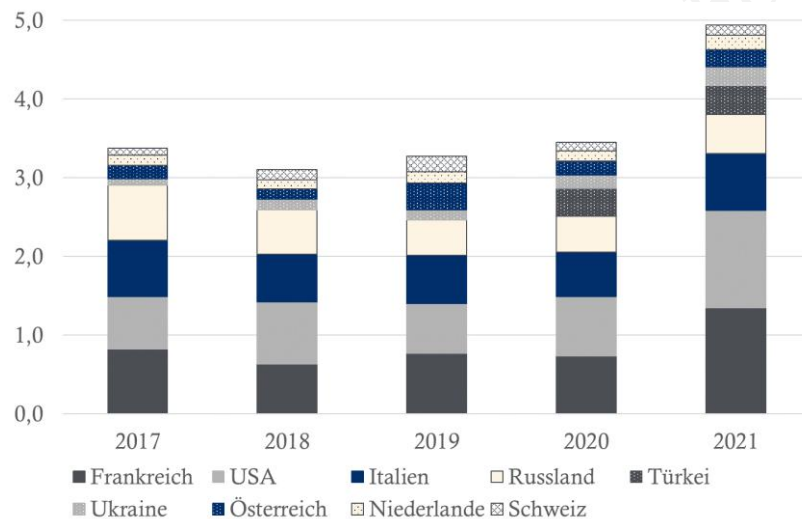


Abbildung 20: Umsatzentwicklung Top Exportmärkte in Mio. €

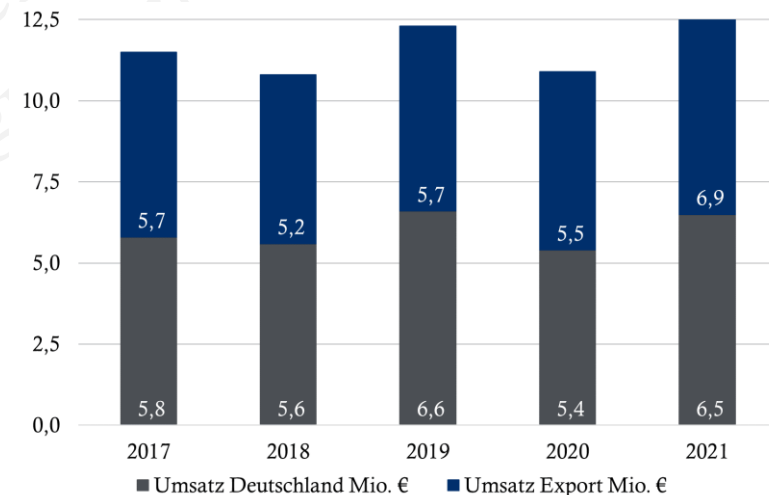


Abbildung 21: Umsatzentwicklung Deutschland und Exportmärkte

# TOP 10 KUNDEN DEUTSCHLAND UND EXPORT

Botticelli hat seine Produkte 2021 an ~ 2.000 Kunden verkauft. Die 10 größten Kunden machen ~ 38% des Gesamtumsatzes aus.

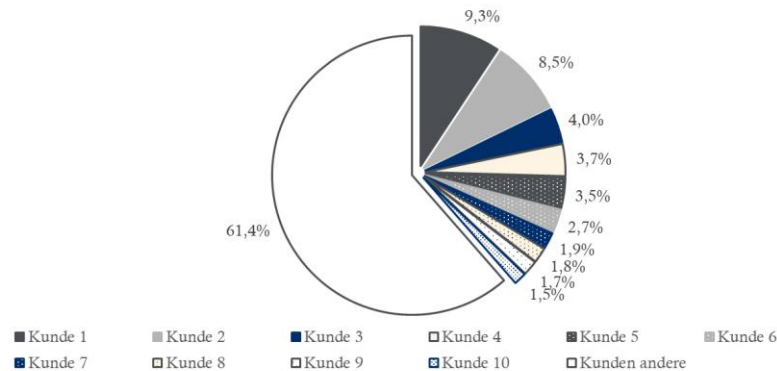


Abbildung 22: Top 10 Kunden 2021

Top Kunden		Markt	Umsatz in T€	%
Kunde 1	Importeur	Frankreich	1250	9,3%
Kunde 2	Importeur	USA	1144	8,5%
Kunde 3	Partner	Deutschland	536	4,0%
Kunde 4	Importeur	Russland	500	3,7%
Kunde 5	Importeur	Italien	476	3,5%
Kunde 6	Importeur	Türkei	370	2,7%
Kunde 7	Dentalhandel	Deutschland	254	1,9%
Kunde 8	Importeur	Italien	239	1,8%
Kunde 9	Importeur	Ukraine	232	1,7%
Kunde 10	Partner	Deutschland	197	1,5%

Abbildung 23: Übersicht Top 10 Kunden 2021

- ⊕ Botticelli besitzt eine diversifizierte Kundenstruktur: die 10 größten Kunden haben lediglich einen Anteil von ~ 38%.
- ⊕ Der größte Kunde in DE ist ein Möbelhersteller für Dentallabore, der mobile Absauggeräte in Arbeitsplätzen direkt verbaut. Die Kundenbeziehung läuft bereits seit der Unternehmensgründung von Botticelli vor über 40 Jahren. In 2019 wurde ein neues Produkt in Zusammenarbeit mit diesem Kunden präsentiert.
- ⊕ Der zweitgrößte Kunde in Deutschland ist ein Dentalhändler.
- ⊕ Die übrigen Kunden in Deutschland setzen sich aus Dentalhändlern, Industriekunden und Laboren zusammen.
- ⊕ In Exportmärkten wird mit einem oder mehreren Importeuren kooperiert.
- ⊕ Die Strategie ist es langfristig Exportmärkte aufzubauen und in den jeweiligen Märkten mind. einen verlässlichen Partner zu haben.
- ⊕ Für Frankreich besteht ein exklusiver Kooperationsvertrag mit einem Importeur.
- ⊕ In den Exportmärkten wird derzeit noch nicht das komplette Produktportfolio angeboten. In den nächsten Jahren soll schrittweise von Vertriebsseite das Potenzial weiter ausgeschöpft werden.
- ⊕ Die Übersetzung der Bedienungssprache bei Dentalöfen ist ein weiteres Alleinstellungsmerkmal.

1. ZUSAMMENFASSUNG
2. LEISTUNGSPROGRAMM
3. DENTALMARKT
4. ORGANISATION
5. STRATEGIE
6. FINANZEN
7. ANHANG

# DENTALMARKT – DEUTSCHLAND

## HERSTELLER VON ZAHNTECHNISCHEN PRODUKTEN IN DEUTSCHLAND

- ⊕ Der Verband der Deutschen Dental-Industrie (VDDI e.V.) vereint deutsche Hersteller von zahnmedizinischen und -technischen Produkten.
- ⊕ 2021 erwirtschafteten die Mitglieder des VDDI einen Gesamtumsatz von ~ 6,197 Mrd. €. Seit 2000 ist dieser Umsatz stetig um 4% p.a. gestiegen.
- ⊕ Das Label „Made in Germany“ genießt einen hohen Wert weltweit. Das Interesse an deutschen Produkten zeigt sich auch am Rekordanteil an ausländischen Besuchern der IDS Messe von über 50% im Jahr 2017.
- ⊕ Waren und Dienstleistungen im Wert von ~4,076 Mrd. € wurden in 2021 exportiert. Dies entspricht einer Exportquote von ~66%. Der Exportumsatz ist seit 2000 jährlich um 7,2% gestiegen.
- ⊕ In 2018 waren bei den rund 200 Mitgliedsunternehmen des VDDI im In- und Ausland mehr als 21.000 Mitarbeiter beschäftigt. Seit 2000 ist die Zahl jährlich um 1,3% gestiegen.

## DENTALLABORE IN DEUTSCHLAND

- ⊕ Die Branche der Dentallabore befindet sich in einer Phase der Konsolidierung. 2020 gab es deutschlandweit knapp 8.000 Zahntechniklabore.
- ⊕ Die Größe der einzelnen Dentallabore ist wachsend. Die Labore entwickeln sich für die Gruppe Botticelli zu stabilen und wirtschaftlich starken Partnern.
- ⊕ Die Anzahl der beschäftigten Zahntechniker in Deutschland in 2020 bei ~ 65.000 Beschäftigten. Die Anzahl der Auszubildenden liegt bei ~5.200 Personen in 2020.

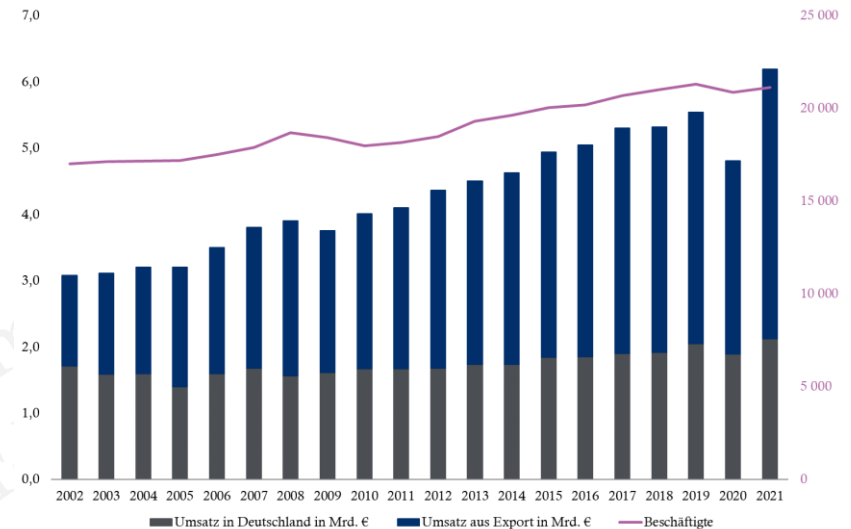


Abbildung 24: Entwicklung deutsche Dentalindustrie

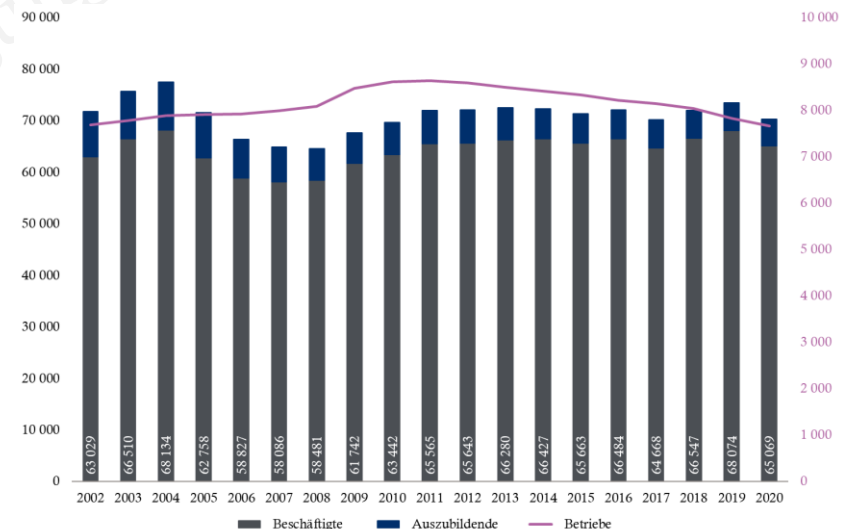


Abbildung 25: Entwicklung deutsche Zahntechniklabore

# WETTBEWERBSSITUATION

In den einzelnen Geschäftsfeldern findet Botticelli unterschiedliche Marktsituationen in Deutschland vor:

- ⊕ Im Geschäftsfeld der zentralen Absaugung existiert kein nennenswerter Mitbewerber
- ⊕ Im Geschäftsfeld Einzel- und Mehrplatzabsaugung bestehen zwei direkte Mitbewerber
- ⊕ Das Geschäftsfeld der Dentalöfen ist stark fragmentiert mit einer Vielzahl an kleinen Herstellern
- ⊕ Dentalkeramik wird von einigen großen Mitbewerbern angeboten und häufig auch direkt an Zahnärzte vertrieben









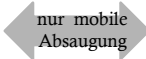


UNTERNEHMEN	KERNGEBIET	EINZEL- / MEHRPLATZ- ABSAUGUNG	ZENTRALE ABSAUGUNG	DENTAL- ÖFEN	SCHLEIF- GERÄTE	DENTAL- KERAMIK
						
IVOCLAR VIVADENT GMBH	Entwicklung, Herstellung und Vertrieb von Materialien, Geräten und Instrumenten für den zahnärztlichen Gebrauch und Laboratorien					
VITA ZAHNFABRIK GMBH	Entwicklung, Herstellung und Vertrieb von Materialien und Geräten für den zahnärztlichen Gebrauch und Laboratorien					
DEKEMA GMBH	Herstellung von Keramiköfen					
KAVO DENTAL GMBH	Herstellung und Vertrieb von elektronischen Erzeugnissen für dentale Laboratorien und Zahnarztpraxen, sowie industrielle Fertigung					
RENFERT GMBH	Entwicklung, Produktion und Vermarktung von Dentalerzeugnissen					
MIHM-VOGT GMBH	Herstellung von Keramiköfen					
SCHICK / NSK	Entwicklung, Produktion und Vermarktung von Dentalerzeugnissen					

Abbildung 26:  
Wettbewerbs-  
darstellung

# DENTALLABORE IN DEUTSCHLAND BIS 2030

## ZUKUNFTSMARKT DENTALLABOR

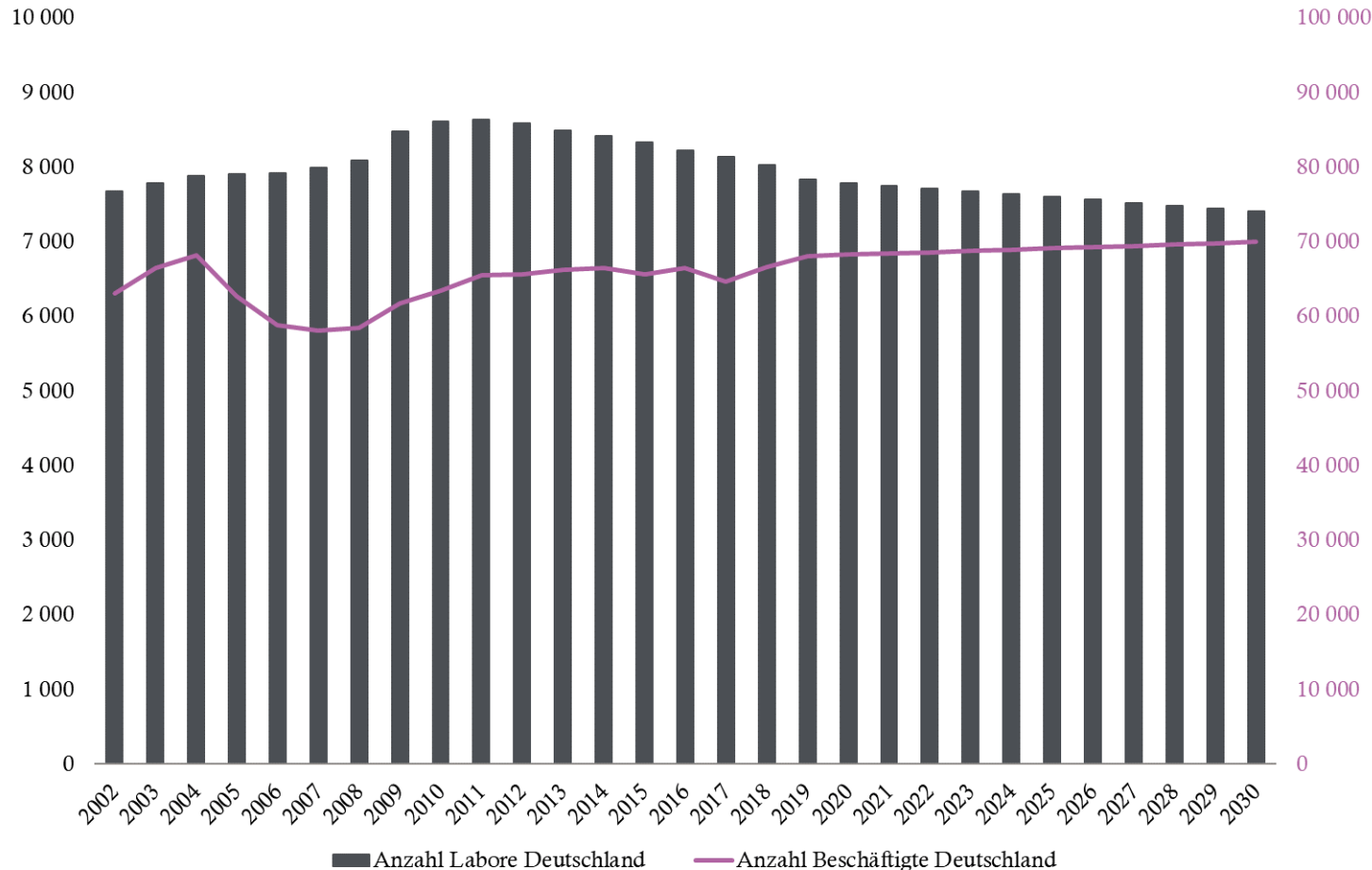


Abbildung 27: Wettbewerbsdarstellung

- Der Verband der Deutschen Zahntechniker Innungen zeigt seit 2002 ein moderates Wachstum von Beschäftigten in Dentallaboren analog zur Bevölkerung in Deutschland.
- Im Jahr 2006 gab es einen massiven Einbruch an Beschäftigten aufgrund einer Gesundheitsreform. Dental-labore waren von der Reduktion nicht betroffen.
- Bei Zubler geht man von einer Steigerung der Angestellten (Arbeitsplätze) im Bereich der Dentallabore aus.
- Der Markt der Dentallabore konsolidiert sich seit dem Jahr 2011. Das Unternehmen Zubler rechnet mit einer weiteren Reduktion von ca. 250 Dentallaboren pro Jahr bis zum Jahr 2030.



# ENTWICKLUNG GESCHÄFTSFELDER

## STRATEGISCHES GESCHÄFTSFELD ÖFEN

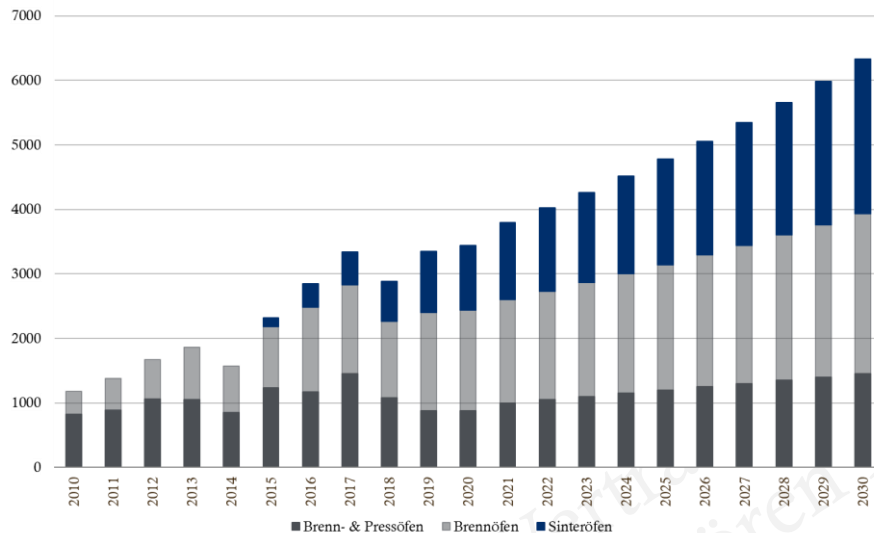


Abbildung 28: Wachstumsprognose GF Öfen in T €

- ⊕ Im Bereich der verschiedenen Öfen geht die Geschäftsführung von einem kontrollierten Wachstum aus.
- ⊕ In Deutschland durch die Übernahme von Marktanteilen anderer Teilnehmer und im Export durch eine stärkere Marktpenetrierung.

## STRATEGISCHES GESCHÄFTSFELD ABSAUGANLAGEN

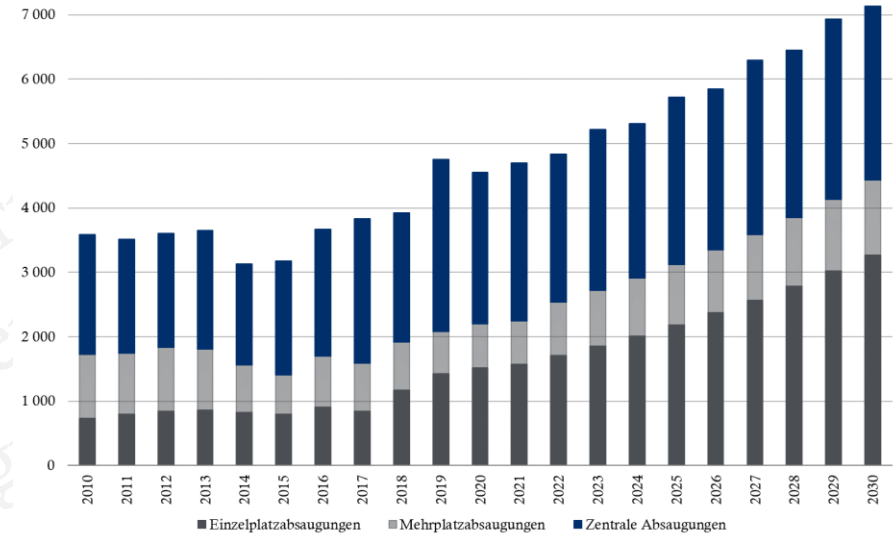


Abbildung 29: Wachstumsprognose GF Absauganlagen in T €

- ⊕ Bei Einzelplatzabsaugungen werden in den nächsten Jahren knapp 40.000 bereits eingebaute Einzelplatzlösungen ausgewechselt werden, daher der überproportionale Absatz.
- ⊕ Zukünftig erhöhte Nachfrage an Mehrplatzabsaugungen aufgrund der Konsolidierung bei Dentallaboren und des Ausstiegs eines Mitbewerbers aus dem Markt.
- ⊕ Erfahrungsgemäß gibt es jedes Jahr eine Anzahl von Projekten und zentralen Absaugungen.

1. ZUSAMMENFASSUNG
2. LEISTUNGSPROGRAMM
3. DENTALMARKT
- 4. ORGANISATION**
5. STRATEGIE
6. FINANZEN
7. ANHANG

# ORGANIGRAMM – BOTTICELLI

⊕ Stand 06/2022 sind bei Botticelli insgesamt 65,07 Vollzeitäquivalente (FTE) beschäftigt (inkl. freie Mitarbeiter).

## ZUBLER GERÄTEBAU GMBH

## CERAMAY GMBH & CO. KG

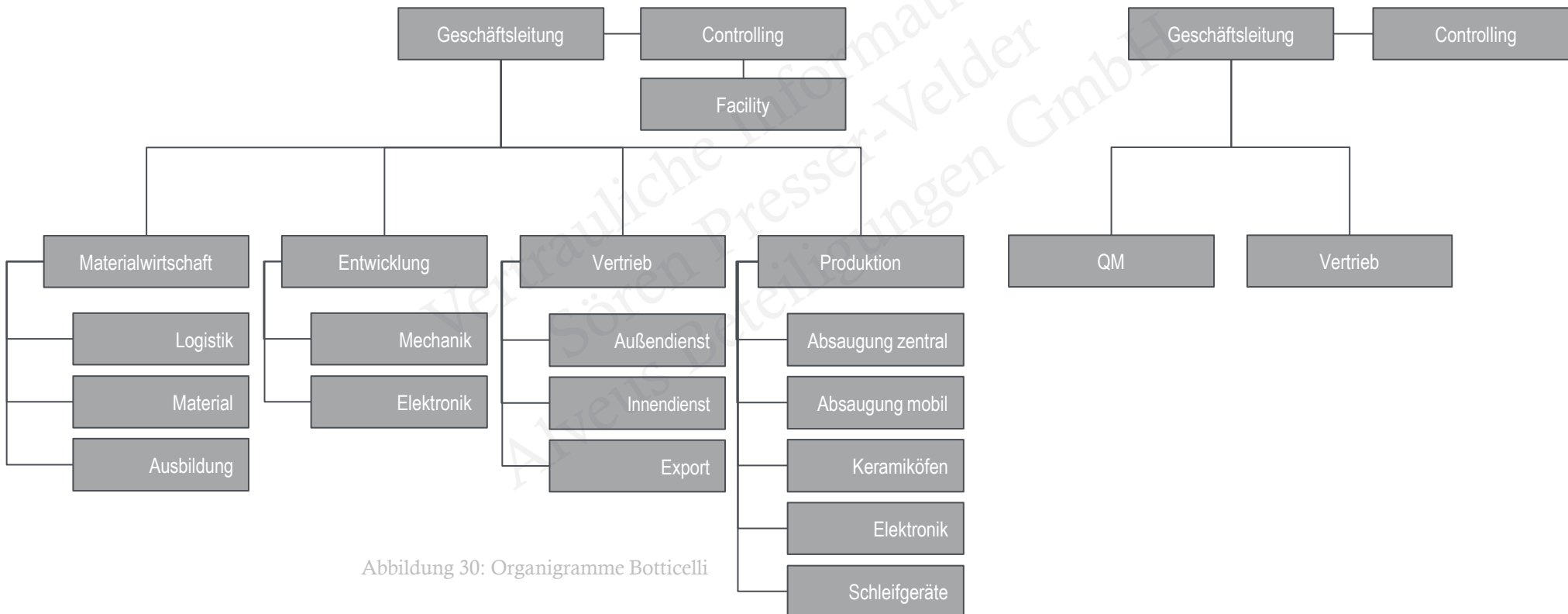


Abbildung 30: Organigramme Botticelli

# ORGANISATION – PERSONAL

- ⊕ Stand 06/2022 sind im Unternehmen 65,07 Vollzeitäquivalente (FTE) beschäftigt. Durch Teilzeittätigkeiten werden insgesamt 72 Personen beschäftigt.
- ⊕ 36 Personen sind in der Produktion tätig, 13 Personen im Vertrieb und 13 Personen in der Entwicklung, die restlichen Personen teilen sich auf die Bereiche Einkauf/Logistik, Personal und administrative Bereiche auf.
- ⊕ Aktuell befinden sich zwei Personen in Ausbildung. 7 ehemalige Auszubildende, die hausintern in Ausbildung waren, sind weiterhin in der Organisation tätig.
- ⊕ Dienstverhältnisse der Arbeiter und Angestellten sind geregelt. Die Beschäftigten besitzen eine Unfallversicherung und eine Krankenzusatzversicherung. Ein Betriebsrat existiert nicht.
- ⊕ Botticelli verfügt über eine ausgeglichene Belegschaft aus erfahrenen und jungen Mitarbeitern.
- ⊕ Die durchschnittlichen Betriebszugehörigkeit beträgt 13,6 Jahre.
- ⊕ 39% der Mitarbeiter sind seit über 15 Jahren im Unternehmen tätig.
- ⊕ 37% der Mitarbeiter sind in den letzten 5 Jahren in das Unternehmen eingestiegen.

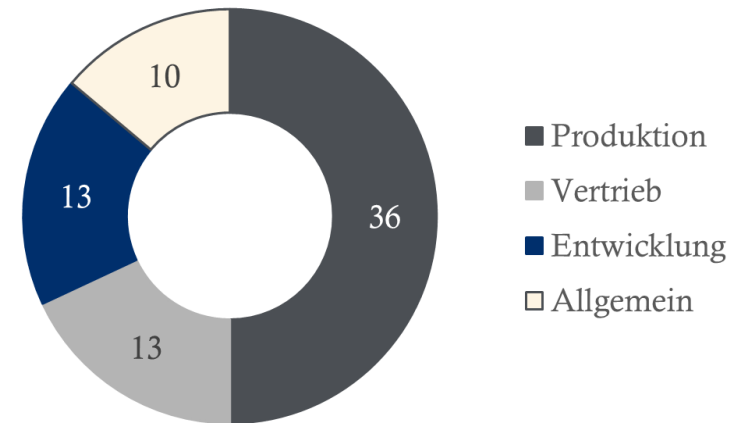


Abbildung 31: Beschäftigte (Personen) nach Abteilung

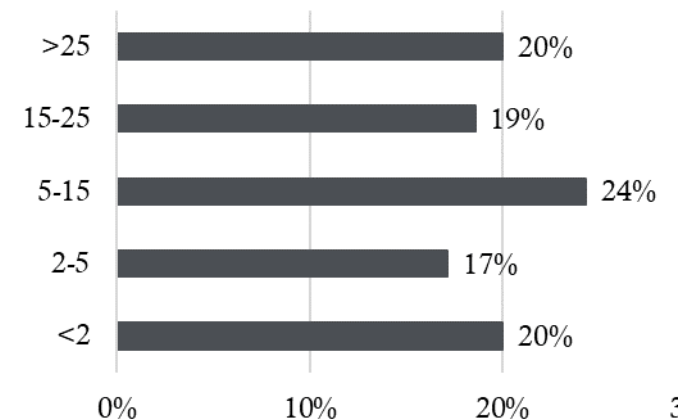


Abbildung 32: Betriebszugehörigkeit (exkl. geringfügig Beschäftigte)

# ORGANISATION – FÜHRUNGSTEAM

Sämtliche Führungskräfte sind langjährig im Unternehmen tätig.

## GESCHÄFTSFÜHRUNG & VERTRIEB

Alter: 42

Sprachen: DE, EN

Betriebszugehörigkeit: 26 Jahre

- ⊕ Seit 2019 Geschäftsführer /-in
- ⊕ Verantwortung für den Bereich Vertrieb, davor Einkauf
- ⊕ Ausbildung zum Industriekaufmann, Studium zum Betriebswirt (VWA)

## EINKAUF & LOGISTIK

Alter: 55

Sprachen: DE, EN

Betriebszugehörigkeit: 30 Jahre

- ⊕ Verantwortung für den Bereich Einkauf & Logistik am Hauptstandort
- ⊕ Key Account Manager /-in für einen Hauptkunden
- ⊕ Kunden und Lieferanten schätzen die genaue und gewissenhafte Arbeit

## FINANZEN & PERSONAL

Alter : 54

Sprachen: DE, EN

Betriebszugehörigkeit: 21 Jahre

- ⊕ Verantwortung für die Bereiche Budget, Personal und Spezialprojekte
- ⊕ Prokura für das Unternehmen
- ⊕ Ausbildung in der Finanzwirtschaft, danach Tätigkeit als stellvertretende Geschäftsstellenleitung

## ENTWICKLUNG STRAT. GESCHÄFTSFELD 1

Alter: 56

Sprachen: DE, EN

Betriebszugehörigkeit: 26 Jahre

- ⊕ Verantwortung für das strategische Geschäftsfeld 1 - von der Idee über den Prototypen bis zur Serienfertigung
- ⊕ Studium für Feinwerktechnik

## ENTWICKLUNG STRAT. GESCHÄFTSFELD 2

Alter: 47

Sprachen: DE, EN

Betriebszugehörigkeit: 13 Jahre

- ⊕ Entwicklung von Produkten im strategischen Geschäftsfeld 2
- ⊕ Studium der Mechatronik und Ausbildung im Bereich BWL
- ⊕ Ausbildung zum Zahntechniker /-in, einem Studium der Mechatronik und einer berufsbegleitenden Ausbildung im Bereich der BWL

# ORGANISATION – STANDORTE

Derzeit mietet das Unternehmen drei Standorte im Raum Ulm an. Der Hauptstandort „Buchbrunnenweg“ in Ulm, nördlich des Stadtzentrums und zwei kleinere Standorte auf der anderen Seite der Donau, im Wohngebiet von Neu-Ulm.

Zwischen den beiden Standorten in Neu-Ulm und dem Hauptstandort am Buchbrunnenweg liegen ~10 Minuten Fahrzeit. Dies entspricht einer Strecke von ~5km. Sämtliche Grundstücke & Gebäude befinden sich im Privatbesitz. Für den Hauptstandort Buchbrunnenweg wird dem Käufer ein Vorkaufsrecht eingeräumt, das in 10 Jahren eingelöst werden kann.

## HAUPTSTANDORT BUCHBRUNNENWEG

Bezug 1996 und Erweiterung 2012

- Administration
- Produktion Absaugung & Schleifgeräte
- Hochregallager 2012 installiert
- Lager für Keramik
- Entwicklung & Prototypenbau
- Anwendungs- und Schulungslabor

10-jähriger Mietvertrag

Pacht: 25.000 € / Monat

710 m² Fläche Administration

1.075 m² Fläche Produktion

512 m² Nutzfläche

980 m² Außenfläche

555 m² Hochregallager / 1.186 Palettenplätze

3.832 m² Gesamtfläche

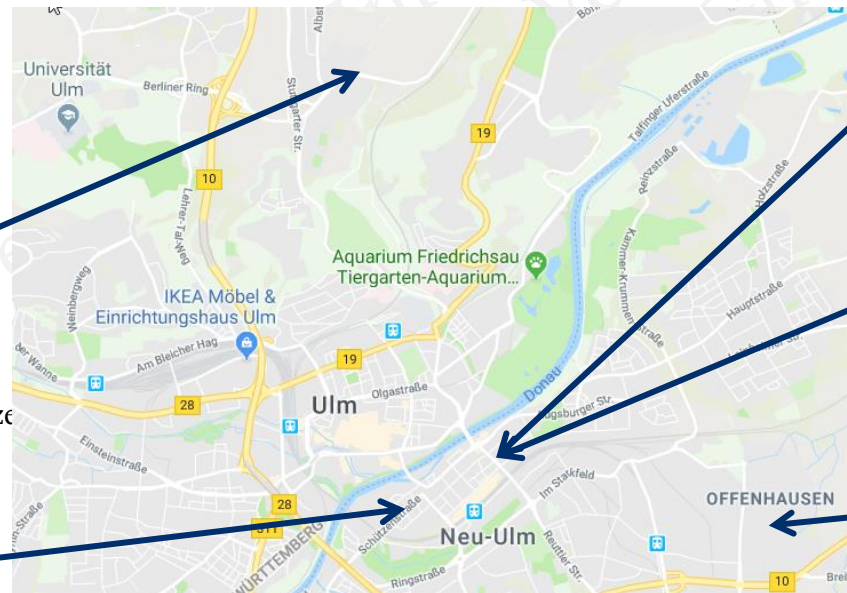
## STANDORT LUITPOLDSTRASSE

Produktion Elektronikfertigung

Pachtvertrag bis 31.12.2027

Pacht: 3.732 € / Monat

276 m² Lager- und Produktionsfläche



## STANDORT DONAUSTRASSE

Produktion Öfen

Offener Pachtvertrag

Pacht: 2.190 € / Monat

236 m² Produktionsfläche

80 m² Nebenfläche

## LAGER DONAUSTRASSE

Mit Ofenproduktion verbunden

Mietvertrag bis 31.12.2025

Miete: 720 € / Monat

153 m² Lagerfläche mit 159

Palettenplätzen

## LAGER OFFENHAUSEN

Ausweichlager

derzeit kein Mietvertrag vorhanden

Miete: 661 € / Monat

527 m² Lagerfläche

Abbildung 33: Skizze Standorte Ulm

# STANDORT BUCHBRUNNENWEG

- 1** Administrations- und Produktionsgebäude  
Bezug: 1996
- 2** Ausbaustufe 1 Verwaltung & Produktion: 2012  
Weitere Produktionsflächen, Werkstätten, Verschieberegallager mit 1.000 Palettenplätzen, Entwicklungs- und Schulungslabore
- 3** Ausbaustufe 2 Verwaltung: noch nicht realisiert  
Es besteht die Möglichkeit einer Aufstockung des Administrationsgebäudes.
- 4** Ausbaustufe 3 Produktion: noch nicht realisiert – derzeit nicht im Eigentum von Botticelli  
Das potenzielle Grundstück hat eine Grundfläche von 765 m<sup>2</sup>. Ein Erwerbsinteresse wurde bereits bei der Gemeinde angemeldet.

↓  
N

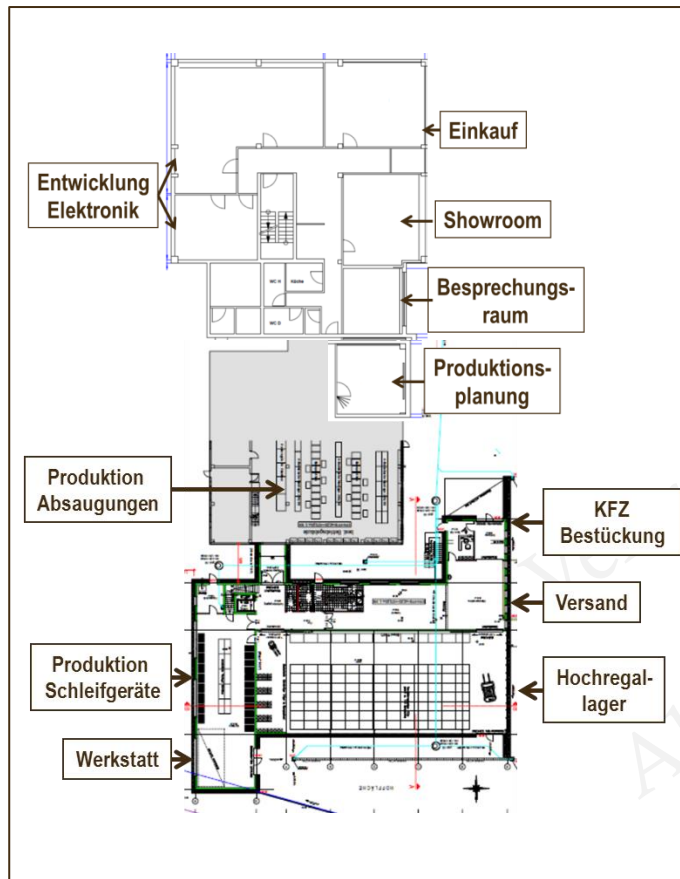


Abbildung 34: Satellitenbild  
Buchbrunnenweg

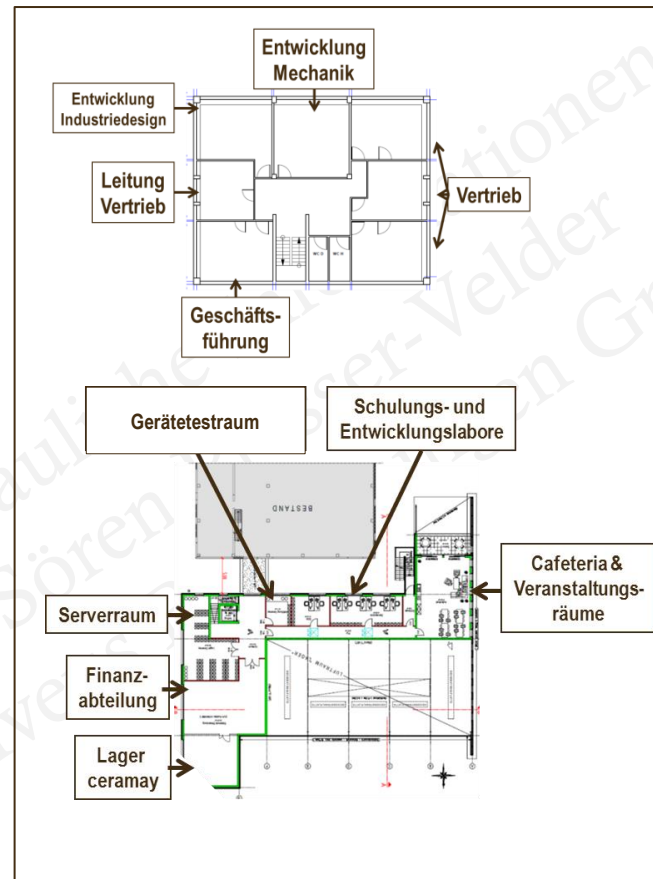


# STANDORT BUCHBRUNNENWEG - DETAIL

## ERDGESCHOSS



## 1. STOCK



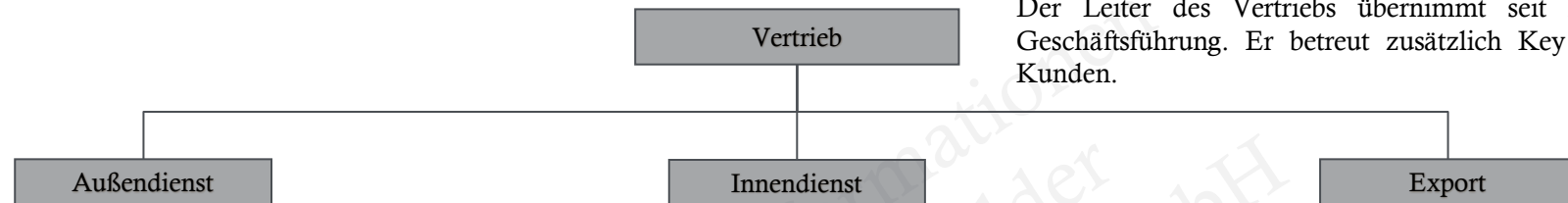
- ⊕ Auf zwei Stockwerken befinden sich sämtliche Bereiche der Administration.
- ⊕ Die Produktion der Absaugungen und der Schleifgeräte befindet sich in der Mitte des Standortes.
- ⊕ Daran anschließend befindet sich das Hochregallager, der Versand und eine Werkstatt.
- ⊕ Über dem Versand befinden sich ein Schulungs- und Entwicklungslabor, sowie die Finanzabteilung und diverse Lagerräumlichkeiten.

Abbildung 35: Detailplan Buchbrunnenweg



# VERTRIEB & MARKETING

## VERTRIEBSAUFTeilUNG



Der Leiter des Vertriebs übernimmt seit 2019 die Geschäftsführung. Er betreut zusätzlich Key Account Kunden.

Die zwei Außendienstmitarbeiter teilen sich die Regionen Süddeutschland und Restdeutschland auf. Sie führen Schulungen für Botticelli Produkte und Kundenunterstützungen durch. Es bestehen noch weiße Flecken auf der Vertriebsseite in Deutschland.

Die 8,5 FTE im Innendienst teilen sich auf folgende Bereiche auf:

- ⊕ Projektgeschäft für zentrale Absaugung
- ⊕ Auftragsbearbeitung
- ⊕ Fakturierung
- ⊕ Service

Der Ansprechpartner für Auslandskunden spricht mehrere Sprachen und koordiniert den Export.

## MARKETING

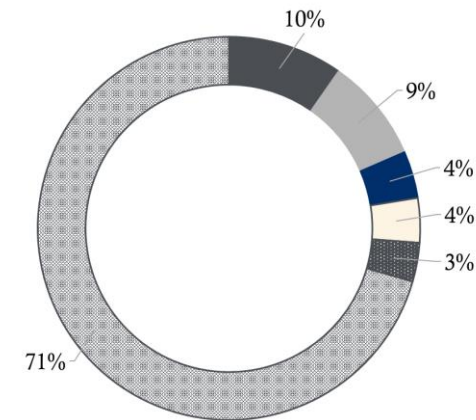
- ⊕ Zweimal jährlicher Versand von Werbebroschüre mit speziellen Angeboten an alle 8.000 Dentallabore in Deutschland.
- ⊕ Regelmäßig werden Schulungsbroschüren im Firmendesign zu relevanten Themen an alle Dentallabore in Deutschland versendet. So wurden in den letzten Jahren produktspezifische Themen wie Gebrauchs- und Sicherheitshinweise z.B. bei Schleifgeräten oder Dentalöfen behandelt.
- ⊕ Laufende Aktionen auf Social Media Plattformen



Abbildung 36: Regelmäßige Aktionen & Schulungsbroschüren

# EINKAUF

- Das Unternehmen hat 2021 Material & Leistungen von ~ 350 Lieferanten iHv ~5,8 Mio. € bezogen. Bei den 10 größten Lieferanten werden ~40% der Einkäufe getätigt.
- Mehr als 2/3 der der Zukaufteile werden in Deutschland eingekauft. Es wird kein Material aus der Ukraine oder Russland bezogen.
- Aus Südkorea werden derzeit 10% über zwei Lieferanten importiert. Hierbei handelt es sich um Halbfertigwaren und Motoren.
- Bei Elektronikteilen werden Teile bis zu 5 Jahre im Voraus eingekauft, um zukünftige Lieferengpässe oder Bezugsschwierigkeiten zu vermeiden.
- Eine lange Lieferzeit von bis zu einem Jahr erschwert bei Elektronikteilen zusätzlich den Einkauf. Bei Blechteilen beträgt die Lieferzeit 3 bis 6 Monate.
- Um gegenüber Änderungen an kritischen Bauteilen unabhängig zu sein werden ausreichende Bestände für den geplanten Produktlebenszyklus vorrätig eingekauft.
- Für sämtliche Produkte wird „dual sourcing“ (mind. ein möglicher Ersatzlieferant) angestrebt.



■ Lieferant 1 ■ Lieferant 2 ■ Lieferant 3 □ Lieferant 4 ■ Lieferant 5 ■ Lieferanten Rest

Abbildung 37: Top 5 Lieferanten nach Anteilen

Lieferant	geliefertes Produkt	Land	Umsatz T€
Lieferant 1	Blechteile	Tschechien	527
Lieferant 2	Halbfertigwaren	Südkorea	475
Lieferant 3	Handelswaren	Liechtenstein	347
Lieferant 4	Pneumatik-Ventile	Deutschland	215
Lieferant 5	Elektron. Bauteile	Deutschland	203
Lieferant 6	Motoren	Slowenien	178
Lieferant 7	Handelswaren	Deutschland	151
Lieferant 8	Blechgehäuse	Deutschland	127
Lieferant 9	Filter	Deutschland	114
Lieferant 10	Kunststoffteile	Deutschland	109

Abbildung 38: Top 10 Lieferanten

1. ZUSAMMENFASSUNG
2. LEISTUNGSPROGRAMM
3. DENTALMARKT
4. ORGANISATION
- 5. STRATEGIE**
6. FINANZEN
7. ANHANG

# STRATEGIE & POSITIONIERUNG

## PRODUKTQUALITÄT

Die Produkte von Botticelli sind am Markt für ihre überdurchschnittliche Qualität und durchdachte Verarbeitung bekannt.

## TECHNISCHE BERATUNG UND PLANUNG

Die zahntechnischen Berater von Botticelli helfen per Telefon oder vor Ort bei der Verarbeitung von Dentalmaterialien und sind verfügbar, um Botticelli Geräte im Labor optimal zum Einsatz zu bringen. Bei Absaugsystemen steht von der Planung bis zur Installation ein Team von Spezialisten im Innen- und Außendienst kompetent zur Verfügung.

## PRODUKTSERVICE

Damit im Servicefall die Ausfallzeiten im Labor möglichst kurz gehalten werden, stellt Botticelli Austauschgeräte zur Verfügung und sorgt für deren schnelle und günstige Lieferung.

Für zentrale Absaugungsanlagen ist ein Serviceteam in Deutschland und angrenzenden Ländern innerhalb von 24 Stunden vor Ort, sofern regelmäßige Wartungen durch Botticelli in der Vergangenheit durchgeführt wurden.

## ENTWICKLUNGEN

Gleichzeitig finden mehrere Entwicklungsprozesse für neue Produktentwicklungen und Komponenten im Hause statt.

## SCHULUNGEN

Jedes Monat werden Kurse für Kunden und Händler aus dem In- und Ausland in den hauseigenen Räumlichkeiten angeboten, um die Produkte und Verbrauchsmaterialien kennenzulernen und noch besser verarbeiten zu können.

## SICHERHEIT

Eine enge Zusammenarbeit mit der Berufsgenossenschaft sichert Innovation im Dienste der Kunden und Verbesserungen und Erleichterungen für den Dentaltechniker.

## LEITBILD VON BOTTICELLI



# LAUFENDE ENTWICKLUNG

## Stufen der Forschung und Entwicklung

Idee

Recherche

Markteinschätzung

Vergleich Idee vs. Markt

Vorentwicklung

Entwicklung

Vorserie

Analyse Vorserie

Erste Serienproduktion

Finalisierung

## ENTWICKLUNGSABTEILUNG

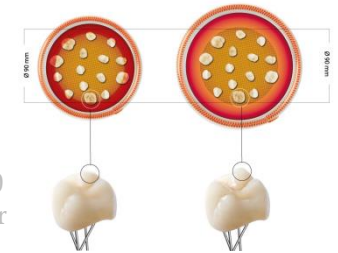
Die Entwicklungsabteilung bei Botticelli ist in eine mechanische Abteilung mit 5,5 FTE und eine elektronische Abteilung mit 3 FTE unterteilt.

Unter den Entwicklern befinden sich ausgebildete Dentaltechniker, die im hauseigenen Dentallabor testen und forschen. Zusätzlich wird aufgrund der engen Vernetzung mit Dentallaboren über alle Phasen der Entwicklung mit Partnerlaboren eng zusammengearbeitet.

In den vergangenen Jahren wurden regelmäßig weltweite Neuigkeiten in den Produkten von Botticelli vorgestellt.

Unter anderem wurde die bis heute weltweit einzige Brennkammer mit 120 mm Innendurchmesser entwickelt, um optimale Temperaturbedingungen am Brennobjekt zu erlangen.

Abbildung 39:  
Beispiel; Vergleich  
herkömmliche  
Brennkammer zu  
Brennkammer mit 120  
mm Innendurchmesser



## ENTWICKLUNGSPROJEKTE

Entwicklungsprojekte durchlaufen bei Botticelli mehrere Phasen (siehe Stufen der Forschung und Entwicklung auf der linken Seite).

Ein Großteil der laufenden Entwicklungsprojekte sind Neukonzeptionierungen eines bestehenden Produktes oder einer bestehenden Komponente.

Hervorzuheben ist die Entwicklung eines gänzlich neuen Produktes, das sich derzeit in der Vorentwicklung befindet. Hier wird derzeit von einem Potential iHv 3 Mio. € Umsatz in den ersten drei Jahren ab Produkteinführung im Jahr 2024 gerechnet.

## DIGITALISIERUNG

Eine Botticelli Bluetooth App wurde für neue Anlagen der Absaugung entwickelt. Sie fungiert als Schnittstelle zwischen Produkt und Botticelli. Hier können Informationen wie bspw. Service, Motorenlaufzeit, Filterinstandsetzungen und Saugstufenregelung eingesehen werden.

Abbildung 40:

Entwicklungsschritte Innovationsprojekte



Abbildung 41:  
Botticelli  
Bluetooth App

1. ZUSAMMENFASSUNG
2. LEISTUNGSPROGRAMM
3. DENTALMARKT
4. ORGANISATION
5. STRATEGIE
- 6. FINANZEN**
7. ANHANG

# ENTWICKLUNG DER ERTRAGSLAGE (1/2)

Botticelli Werte in T€	2019 IST	2020 IST	2021 IST	2022 FC	2023 PLAN	2024 PLAN	2025 PLAN
Umsatzerlöse	12 385	10 884	13 713	14 400	15 118	15 874	16 668
<b>Betriebsleistung</b>	<b>12 478</b>	<b>11 146</b>	<b>13 682</b>	<b>14 500</b>	<b>15 218</b>	<b>15 974</b>	<b>16 768</b>
Materialaufwand	5 108	4 676	5 644	6 120	6 575	6 885	7 211
in %	40,9%	42,0%	41,3%	42,2%	43,2%	43,1%	43,0%
<b>Rohert rag</b>	<b>7 370</b>	<b>6 469</b>	<b>8 038</b>	<b>8 380</b>	<b>8 643</b>	<b>9 089</b>	<b>9 557</b>
in %	59,1%	58,0%	58,7%	57,8%	56,8%	56,9%	57,0%
Personalaufwand	3 960	3 445	3 995	4 359	4 590	4 777	5 021
in %	31,7%	30,9%	29,2%	30,1%	30,2%	29,9%	29,9%
Sonstige betr. Aufwendungen	2 258	1 624	1 965	1 820	1 846	1 969	1 889
in %	18,1%	14,6%	14,4%	12,6%	12,1%	12,3%	11,3%
<b>EBITDA</b>	<b>1 405</b>	<b>1 476</b>	<b>2 249</b>	<b>2 201</b>	<b>2 207</b>	<b>2 343</b>	<b>2 647</b>
in %	11,3%	13,2%	16,4%	15,2%	14,5%	14,7%	15,8%
Afa	170	220	344	260	273	366	373
in %	1,4%	2,0%	2,5%	1,8%	1,8%	2,3%	2,2%
<b>Betriebsergebnis (EBIT)</b>	<b>1 235</b>	<b>1 256</b>	<b>1 905</b>	<b>1 941</b>	<b>1 934</b>	<b>1 977</b>	<b>2 274</b>
in %	9,9%	11,3%	13,9%	13,4%	12,7%	12,4%	13,6%

Abbildung 42: Normalisierte GuV

## Betriebsleistung:

- Für das zum Zeitpunkt der Erstellung dieser Planung laufende Geschäftsjahr 2022 wurde auf Basis der Ergebnisse von Juni 2022 und einer detaillierten Umsatzplanung für jede Produktgruppe separat erstellt.
- Für die weiteren Geschäftsjahre bis 2025 wurde die Umsatzplanung für jede Produktgruppe separat erstellt.
- Sonstige betriebliche Erträge im Ausmaß von 69 T€ stammen aus Mieterträgen für die verbundene Unternehmen.

## Materialaufwand:

- Der Anteil des Materialaufwands lag 2021 bei ~41%. In den vergangenen GJ wurden Anstrengungen bzgl. Materialstandardisierungen unternommen, die zu einer leichten Reduktion der Materialaufwandsquote geführt haben. Für die Planjahre werden steigende Rohstoff- und Materialkosten angenommen.

## Personalaufwand:

- Ab 2019 ist eine Lohnerhöhung von 3% pro Jahr einkalkuliert.
- Analog zum geplanten Umsatzwachstum ist eine Personalaufstockung ab 2022 berücksichtigt.



# ENTWICKLUNG DER ERTRAGSLAGE (2/2)

Botticelli Werte in T€	2019 IST	2020 IST	2021 IST	2022 FC	2023 PLAN	2024 PLAN	2025 PLAN
Umsatzerlöse	12 385	10 884	13 713	14 400	15 118	15 874	16 668
<b>Betriebsleistung</b>	<b>12 478</b>	<b>11 146</b>	<b>13 682</b>	<b>14 500</b>	<b>15 218</b>	<b>15 974</b>	<b>16 768</b>
Materialaufwand	5 108	4 676	5 644	6 120	6 575	6 885	7 211
in %	40,9%	42,0%	41,3%	42,2%	43,2%	43,1%	43,0%
<b>Rohert rag</b>	<b>7 370</b>	<b>6 469</b>	<b>8 038</b>	<b>8 380</b>	<b>8 643</b>	<b>9 089</b>	<b>9 557</b>
in %	59,1%	58,0%	58,7%	57,8%	56,8%	56,9%	57,0%
Personalaufwand	3 960	3 445	3 995	4 359	4 590	4 777	5 021
in %	31,7%	30,9%	29,2%	30,1%	30,2%	29,9%	29,9%
Sonstige betr. Aufwendungen	2 258	1 624	1 965	1 820	1 846	1 969	1 889
in %	18,1%	14,6%	14,4%	12,6%	12,1%	12,3%	11,3%
<b>EBITDA</b>	<b>1 405</b>	<b>1 476</b>	<b>2 249</b>	<b>2 201</b>	<b>2 207</b>	<b>2 343</b>	<b>2 647</b>
in %	11,3%	13,2%	16,4%	15,2%	14,5%	14,7%	15,8%
Afa	170	220	344	260	273	366	373
in %	1,4%	2,0%	2,5%	1,8%	1,8%	2,3%	2,2%
<b>Betriebsergebnis (EBIT)</b>	<b>1 235</b>	<b>1 256</b>	<b>1 905</b>	<b>1 941</b>	<b>1 934</b>	<b>1 977</b>	<b>2 274</b>
in %	9,9%	11,3%	13,9%	13,4%	12,7%	12,4%	13,6%

Abbildung 43: Normalisierte GuV

## Miet- & Pacht aufwand:

Aufgrund langfristiger Mietverträge liegen die Miet- und Pachtkosten konstant bei 544 T€ pro Jahr.

## Versicherungen/Beiträge:

Proportional iHv 0,30% der Betriebsleistung geplant.

## KFZ-Kosten:

Konstant bis 2021. Danach ansteigend um 10 T€ in 2022 und 12 T€ in 2023.

## Werbe- und Reisekosten:

Aufgrund der abgesagten Internationalen Dentalmesse (IDS) in Köln liegen die Werbekosten im GJ 2021 bei 204 T€. Ab 2022 wird wieder mit steigenden Ausgaben kalkuliert.

## Kosten der Warenabgabe:

Stabil bei 2% der Betriebsleistung.

Sonstige betriebliche Kosten:

Stabil bei ~1% der Betriebsleistung.

## Afa:

Aufgrund ausschließlicher Geschäftsausstattung stabil bei ~2% der Betriebsleistung.

## Reparatur/Instandhaltung:

2019 Einmalkosten iHv 50 T€ für eine Heizungserneuerung, danach wird wieder konstant bei ~90 T€ pro Jahr kalkuliert.



# G&V – NORMALISIERUNG

Normalisierungen in T€	2019 IST	2020 IST	2021 IST	2022 FC	2023 PLAN	2024 PLAN	2025 PLAN
Umsatzerlöse	0	0	0	0	0	0	0
Bestandsveränderung	0	0	0	0	0	0	0
Sonstige betr. Erträge	0	0	84	0	0	0	0
<b>Betriebsleistung</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>84</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Materialaufwand	0	0	0	0	0	0	0
<b>Rohertrag</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>84</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Personalaufwand	-398	-362	-576	-409	-409	-409	-409
Sonstige betr. Aufwendungen	232	60	-34	0	0	0	0
<b>EBITDA</b>	<b>166</b>	<b>302</b>	<b>694</b>	<b>409</b>	<b>409</b>	<b>409</b>	<b>409</b>
Afa	0	0	0	0	0	0	0
<b>Betriebsergebnis (EBIT)</b>	<b>166</b>	<b>302</b>	<b>694</b>	<b>409</b>	<b>409</b>	<b>409</b>	<b>409</b>

Abbildung 44: Normalisierungen GuV

## Erklärungen:

### ⊕ Personalaufwand:

Die Personalkosten für den Eigentümer iHv ~400 T€ pro Jahr wurde für die Jahre 2019 bis 2022 bereinigt und mit einem marktüblichen Geschäftsführergehalt iHv 150 T€ ersetzt. 0,5 FTE ist derzeit außerhalb des Unternehmens tätig, normalisierte Aufwendungen.

### ⊕ Sonstige betriebliche Kosten:

In 2019 und 2021 Normalisierung der alle 2 Jahre anfallenden Messekosten iHv 117 T€ bzw. 80 T€.

Bei den genannten Normalisierungen handelt es sich um (Mehr-) Aufwände, die entweder in der Eigentümersphäre begründet sind oder absoluten Einmalcharakter haben und daher für einen neuen Eigentümer nicht mehr anfallen werden. Sämtliche Normalisierungen sind rechnerisch, logisch nachvollziehbar und im Detail belegbar.

# ENTWICKLUNG DER VERMÖGENSLAGE (BILANZ)

AKTIVA (in T€)	2018 IST	2019 IST	2020 IST	2021 vorl.	2022 PLAN	2023 PLAN	2024 PLAN	2025 PLAN
<b>A. Anlagevermögen</b>	<b>271</b>	<b>353</b>	<b>380</b>	<b>380</b>	<b>380</b>	<b>380</b>	<b>380</b>	<b>380</b>
I. Immaterielle Vermögensgegenstände	8	1	1	1	1	1	1	1
II. Sachanlagen	260	352	379	379	379	379	379	379
III. Finanzanlagen	4	-	-	-	-	-	-	-
<b>B. Umlaufvermögen</b>	<b>6 973</b>	<b>7 010</b>	<b>7 085</b>	<b>6 027</b>	<b>6 596</b>	<b>6 544</b>	<b>7 305</b>	<b>7 472</b>
<b>C. Rechnungsabgrenzungsposten</b>	<b>64</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>14</b>
<b>D. Nicht durch Eigenkapital gedeckte Fehlbeträ;</b>	<b>233</b>	<b>345</b>	<b>320</b>					
<b>Aktiva</b>	<b>7 541</b>	<b>7 721</b>	<b>7 799</b>	<b>6 421</b>	<b>6 989</b>	<b>6 937</b>	<b>7 699</b>	<b>7 865</b>

PASSIVA (in T€)	2018 IST	2019 IST	2020 IST	2021 vorl.	2022 PLAN	2023 PLAN	2024 PLAN	2025 PLAN
<b>A. Eigenkapital</b>	<b>3 103</b>	<b>3 592</b>	<b>3 824</b>	<b>3 008</b>	<b>3 583</b>	<b>3 571</b>	<b>4 371</b>	<b>4 570</b>
<b>D. Rückstellungen</b>	<b>230</b>	<b>298</b>	<b>342</b>	<b>342</b>	<b>342</b>	<b>342</b>	<b>342</b>	<b>342</b>
<b>F. Verbindlichkeiten</b>	<b>4 207</b>	<b>3 831</b>	<b>3 633</b>	<b>3 071</b>	<b>3 064</b>	<b>3 024</b>	<b>2 986</b>	<b>2 953</b>
<b>G. Rechnungsabgrenzungsposten</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Passiva</b>	<b>7 541</b>	<b>7 721</b>	<b>7 799</b>	<b>6 421</b>	<b>6 989</b>	<b>6 937</b>	<b>7 699</b>	<b>7 865</b>

Abbildung 45: Planbilanz

## Erklärungen:

- ⊕ **Vorräte:** Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe machen einen großen Anteil des Umlaufvermögens aus. Aufgrund einer strategischen Entscheidung werden bestimmte Teile auf Vorrat eingekauft.
- ⊕ **Forderungen aus LL:** Kunden werden je nach Geschäftsbeziehung unterschiedliche Zahlungsziele gewährt. Im Schnitt beträgt das Zahlungsziel 44 Tage, Kunden im Ausland bezahlen größtenteils im Voraus.
- ⊕ **Verbindlichkeiten aus LL:** Das mittlere Zahlungsziel beträgt 12 Tage.
- ⊕ Im Jahr 2020 wurde in einem Teilbereich des Unternehmens in eine technologische Verbesserung investiert, dies wurde über Finanzierungsleasing gelöst.

1. ZUSAMMENFASSUNG
2. LEISTUNGSPROGRAMM
3. DENTALMARKT
4. ORGANISATION
5. STRATEGIE
6. FINANZEN
7. ANHANG

# UNTERNEHMENSÜBERBLICK – GESCHICHTE

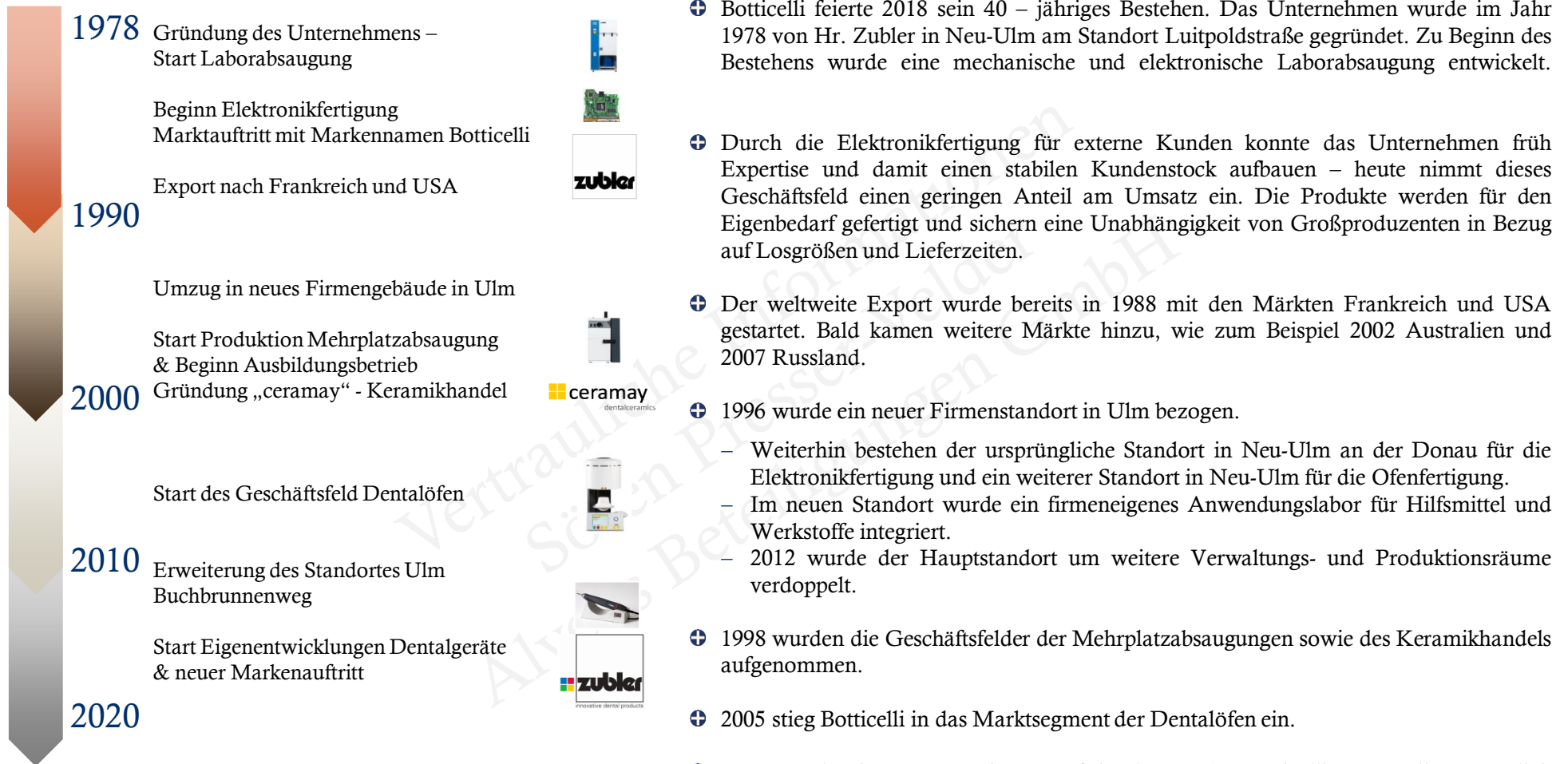


Abbildung 46:  
Meilensteine in der Geschichte

# SOZIALE VERANTWORTUNG

Seit vielen Jahren ist Botticelli bereits im sozialen Bereich und im Tierschutz im Raum Ulm und darüber hinaus tätig. Derzeit werden vier Einrichtungen unterstützt:



Die Lebenshilfe Donau-Iller hilft Menschen mit geistigen und/oder körperlichen Behinderungen bzw. seelischer Beeinträchtigung in verschiedenen Lebensbereichen.

Das Angebot umfasst von Lernen und Fördern von Kindern und Jugendlichen entsprechend dem jeweiligen Entwicklungsstand über Ausbildung und Arbeit als Teilhabe an der Gesellschaft und Grundlage eines selbstbestimmten Lebens sowie Wohnen und Gemeinschaft, geschützt und unterstützt in Alltag und Freizeit.

Seit 2001 ist Botticelli ein fixer und verlässlicher Partner und Auftraggeber der lokalen Lebenshilfe und fertigt ein spezifisches Bauteil, welches an Kunden verkauft wird.

Eine kontinuierliche Abnahme von fix zugesagten Jahresmengen ermöglicht der lokalen Lebenshilfegruppe das Ausplanen und Fixieren von Jobs und Aufgaben für Menschen mit geistiger und/oder körperlicher Behinderung bzw. seelischer Beeinträchtigung.



Botticelli unterstützt seit 2007 den Verein für Kinder mit Diabetes finanziell. Der Verein hilft Eltern und Kindern, sich mit der Erkrankung an Diabetes Typ 1 auseinanderzusetzen. Der Verein dient als Plattform für Informationsaustausch und Umgang für alle Betroffenen.



Das Projekt „Guter Hirte“ unterstützt Kinder und Jugendliche aus besonderen Lebenssituationen in eine Familie zurückzukehren bzw. die Vorbereitung auf ein eigenes und selbständiges Leben. Der Verein fördert Kinder und Jugendliche entsprechend ihrer individuellen Fähigkeiten und Möglichkeiten, um in einem klar strukturierten Tagesablauf in einer vertrauensvollen Umgebung für sie schwierige Lebenssituationen zu meistern. Botticelli unterstützt die regionale Gruppe seit mehr als 15 Jahren.



A.C.E. – Tiere in Not e.V. unterstützt herrenlose Straßenhunde in Griechenland durch Hilfe vor Ort oder Vermittlung an ein neues Zuhause in Deutschland.

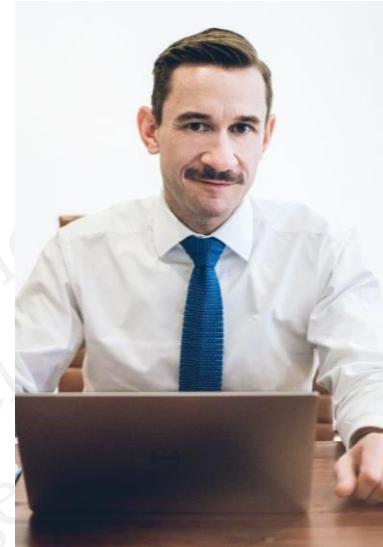
Botticelli unterstützt den Verein A.C.E seit 8 Jahren.



KORBINIAN MEISTER

+49 157 76 81 30 10

korbinian.meister@zwirnplus.com



PHILIPP ZWIRN

+43 664 25 14 21 5

philipp.zwirn@zwirnplus.com

Wir möchten nochmals darauf hinweisen, dass es Interessenten untersagt ist, während des gesamten Prozesses weder mit dem Verkäufer, der Gesellschaft und / oder deren verbundenen Unternehmen, noch mit deren Mitarbeitern und Beauftragten unmittelbar oder mittelbar in Bezug auf das Projekt in Verbindung zu treten.