

#owngoodfood

Anlagebroschüre

September 2021



beets
& roots

BERLIN | HAMBURG | FRANKFURT | DÜSSELDORF | STUTTGART

Die Zukunft des Essens ist frei von CO2 und gehört Dir!



Liebe Community,

die folgende Anlagebroschüre führt euch Schritt für Schritt durch unsere **#owngoodfood** Kampagne. Zusammen mit den gesetzlichen Risikohinweisen stellt sie die wesentlichen Details des Vorhabens vor. Das Ziel ist – zusammen mit unseren Partnern von Invesdor – die Investitionsmöglichkeit so klar wie möglich darzustellen.

Wir freuen uns sehr darauf, euch die Möglichkeit zu geben, an unserer nächsten Wachstumsphase teilzunehmen. Nach einer erfolgreichen Nachrangdarlehens-Finanzierung über die Crowd in 2019, ist die aktuelle Kampagne unsere zweite Crowd-Finanzierung. Unsere Motivation hierfür ist sehr klar: beets&roots konnte als Konzept nur erfolgreich werden und weiter wachsen, weil wir eine sehr starke Bindung zu euch – unserer Community – haben. Nur durch den ständigen Dialog mit euch konnten wir aus unserer Idee ein

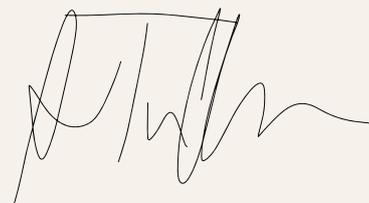
erfolgreiches Unternehmen mit über 100 Mitarbeitern machen. Dieser Weg ist noch lange nicht zu Ende und wir träumen weiter von der Eröffnung des 100sten Standortes in Deutschland – mit euch.

Der nächste Schritt in unserer Entwicklung wird geprägt sein von einer grundlegenden Anpassung unseres Konzeptes. Das Ziel bis 2025 klimaneutral zu werden, gibt uns als Organisation noch einmal eine ganz neue Motivation. Der Ausbau und Erfolg von beets&roots ist nun auch vollständig an ein nachhaltiges Wirtschaften gebunden – one bowl at a time.

Gerade wegen dieser spannenden Herausforderungen, können wir es kaum erwarten, mit euch zusammen die Reise fortzusetzen und der Champion für nachhaltiges und gesundes Essen im deutschsprachigen Raum zu sein.



Max Kochen
beets&roots Gründer
Berlin, 07.09.2021



Andreas Tuffentsammer
beets&roots Gründer
Berlin, 07.09.2021

Inhalt



<input type="radio"/> Vision	5
<input type="radio"/> Team	6
<input type="radio"/> Milestones	9
<input type="radio"/> Angebot	10
<input type="radio"/> Services	12
<input type="radio"/> Social Proof	13
<input type="radio"/> Klimatransformation	15
<input type="radio"/> Technologie	17
<input type="radio"/> Marktumfeld	19
<input type="radio"/> Roadmap	22
<input type="radio"/> Business Modell	25
<input type="radio"/> Zusammenfassung	30
<input type="radio"/> Risikofaktoren	31

Vision

Seit unserer Gründung 2016 arbeiten wir intensiv daran, **beets&roots als Champion für nachhaltiges und gesundes Essen zu etablieren**. Wir wollen im Healthy Fast-Casual Markt die erfolgreichste und bekannteste Marke werden - mittelfristig im deutschsprachigen Raum, langfristig in Europa.

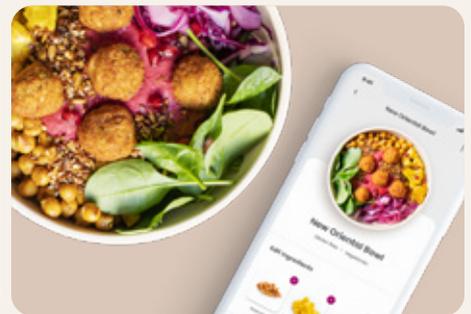
Unser Verständnis von erfolgreicher, moderner Systemgastronomie beruht auf 3 Säulen. Die Stärke von beets&roots ist, dass wir diese Grundvoraussetzungen von vornherein in unserer DNA verankert haben. Denn nur so können wir unsere Vision vollständig erfüllen.



Purpose



People



Technology

Als Champion wollen wir beets&roots in jeder Großstadt etablieren, um eine gesunde und nachhaltige Ernährung zu ermöglichen. Dabei ist es unser Ziel, die erste vollständig klimaneutrale Restaurantkette im deutschsprachigen Raum zu werden, denn nur so können wir Gäste und Mitarbeiter langfristig begeistern und nachhaltig zum Erhalt unseres Planeten beitragen. Außerdem ist uns wichtig, dass wir den Gästen das Bestellen so einfach wie möglich machen und unser Online Bestellsystem weiter ausbauen.

Champion für nachhaltiges und gesundes Essen

beets&roots in jeder deutschsprachigen Großstadt

Klimaneutral bis 2025

50% aller Bestellungen über beetsandroots.de

Team

Als Max Kochen und Andreas Tuffentsammer 2016 beets&roots gründeten, haben sie kaufmännisches Know-How und Innovationskraft mit kulinarischem Anspruch und Systematisierung verbunden. Während Max Kochen sich um Expansion, Sales und Marketing kümmert, liegt die Produkt- und Systementwicklung bei Andreas Tuffentsammer. Das Senior Management wird komplettiert von Stefanie Reininger (COO) und Alexia Iordanoglou (CTO).

Gründer & Senior Managers



Max Kochen

Gründer & CEO

4 Jahre Internationales Senior Management bei Deloitte, Groupon, Quandoo
Bachelor in Business Studies & Finance
Cass Business School, London



Andreas Tuffentsammer

Gründer

Culinary Director
Jüngster Michelin-Sterne Koch in Deutschland



Stefanie Reininger

COO

Area Manager - The Bowl GmbH
Diplom-Chemikerin, Albert-Ludwigs-Universität Freiburg



Alexia Iordanoglou

CTO

4+ Jahre Product & Tech bei Rocket Internet SE, Foodora GmbH, Delivery Hero SE
Bachelor in International Economics, Management and Finance
Bocconi University, Mailand

Lizenz & Expansionspartner

Um die Expansion so strukturiert und stabil wie möglich anzugehen, setzen wir auf lokale Partner, die über eine betriebswirtschaftliche Beteiligung an den lokalen Gesellschaften beteiligt sind. Dies bringt den klaren Vorteil, dass wir lokales Know-How sowie operative Kompetenz in den jeweiligen Märkten haben. Alle Partner besitzen ausführliche Gebietsentwicklungs-Verträge, mit denen auch die Geschwindigkeit der Expansion hochgehalten werden kann.



Kanwal Gil

Main-Taunus

Gründer und CEO Doori
Betriebsgesellschaft
Aareal Bank
M.Sc. Real Estate, Cass
Business School

Gesine Kubiak

Rheinland

3 Jahre Senior Operations,
L'Osteria Niederrhein
GmbH
13 Jahre Senior Operations,
Vapiano SE

Kevin Baltrocco

Südwesten

4 Jahre Operations
Manager, dean&david
Franchise GmbH
3 Jahre Operations
Excellence Trainer,
Vapiano SE

Werte

Eine gute und attraktive Firmenkultur zu schaffen ist die Grundvoraussetzung für nachhaltigen Erfolg in der Systemgastronomie. So schaffen wir es, vom Management bis zum Team Member, eine eingeschworene Einheit zu entwickeln. Diese Priorität spiegelt sich auch in den zwei Eckpfeilern unserer Vision wieder – Purpose & People. Abgeleitet daraus besteht unsere Firmenkultur aus den folgenden Werten:

1. Gutes Essen für eine bessere Zukunft

Unser Anspruch ist es, mit jeder Bowl die Welt ein Stückchen besser zu machen. Gesunde und nachhaltige Ernährung ist für uns nicht nur Grundvoraussetzung, sondern auch Leidenschaft.

2. Glückliche Teams = Glückliche Gäste

Nur wenn wir als Team Spaß bei der Arbeit haben und gut zusammenarbeiten, können wir den Spirit erzeugen, der uns in den Augen unserer Gäste einzigartig macht.

3. Ausbildung als Schlüssel zum Erfolg

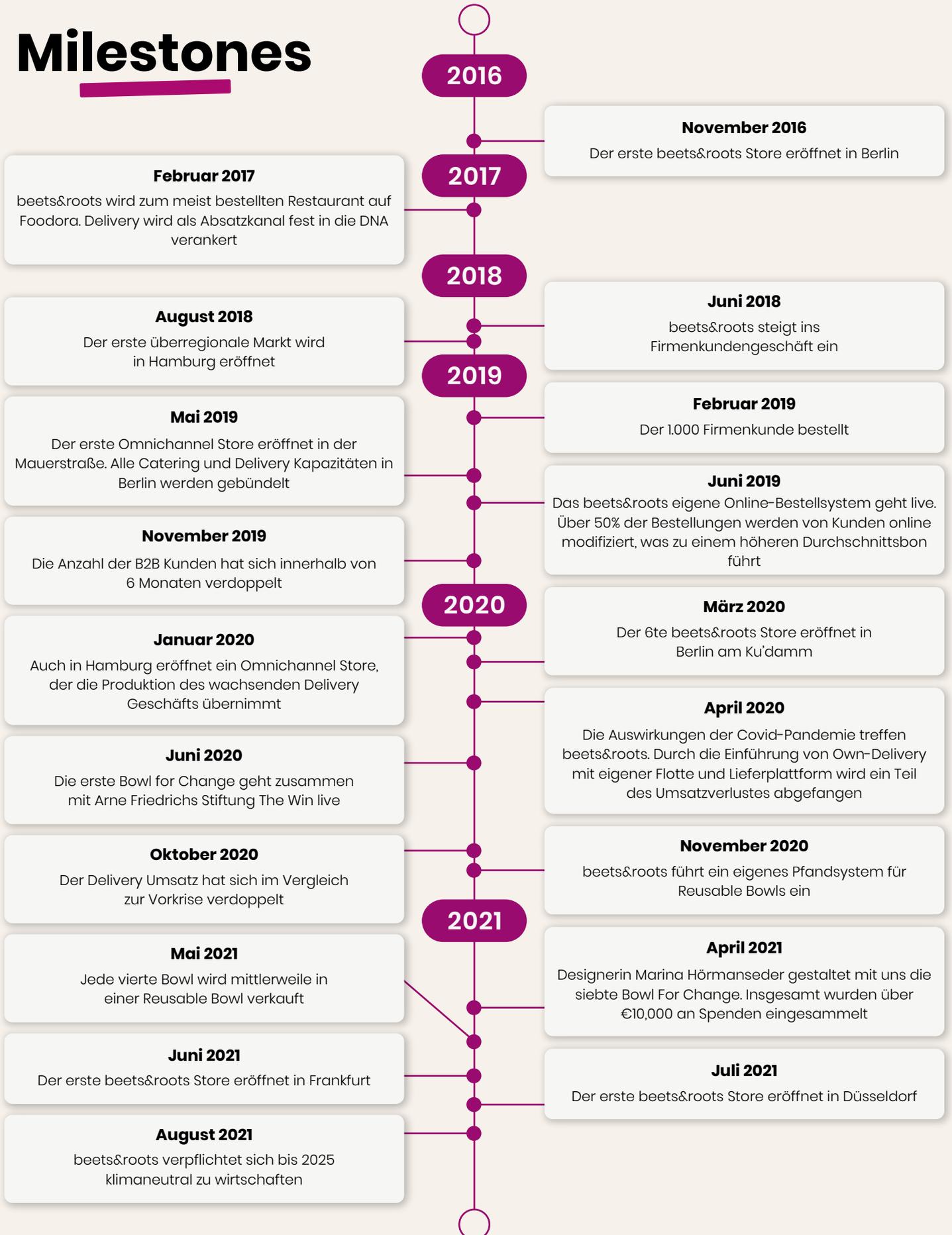
Gerade im Gastgewerbe ist der Fachkräftemangel ein immer größer werdendes Thema. Diesem treten wir mit unserem Management Trainee Program entgegen. Über 75% der Führungskräfte kommen aus interner Ausbildung.

4. Eine internationale Familie

Wir setzen auf ein internationales und multikulturelles Team. Gerade durch die Förderung dieser Diversität werden wir stärker in Kommunikation und Innovation.



Milestones



Angebot - B2C



Produkt Mix

Als erstes Konzept in Deutschland haben wir der Bowl zum Durchbruch verholfen. Die vegetarisch fokussierten, vollwertigen Mahlzeiten sind bis heute der Kern unseres Konzeptes. Allerdings ruhen wir uns nicht auf dieser einen Kategorie aus. Wir verstehen beets&roots als Champion für nachhaltiges und gesundes Essen. Das geht auch außerhalb der Bowl. Mit unseren Salaten, Wraps, Warm Bowls und Soups ergänzen wir das Angebot perfekt. Langfristig planen wir die Einführung von weiteren Menükategorien, um unsere Gäste weiter zu begeistern und an uns zu binden.



Alleinstellungsmerkmale

Unsere größte Stärke ist das kulinarische Know-How unseres Gründers Andreas. Als ehemals jüngster Sternekoch Deutschlands ist sein Verständnis für innovative und moderne Geschmacksmuster einzigartig in der Systemgastronomie. Der Fokus bei beets&roots liegt darauf, interessante und nahbare Zutaten einzuführen, die das Erlebnis für den Gast spannend halten. Ein Beispiel hierfür ist die Einführung von planted.chicken, einem nachhaltigen Hähnchen-Ersatzprodukt, welches in der Schweiz entwickelt und hergestellt wird.



Produktentwicklung

In der Entwicklung und Einführung neuer Produkte helfen uns, neben der Intuition von Andreas, auch unsere digitalen Kundendaten. Wir können genau nachvollziehen, welche Gerichte online wie angenommen und modifiziert werden. So erkennen wir, welches Geschmacksprofil (vegan, proteinreich, keto) gerade von unseren Kunden gesucht wird. Ein Beispiel hierfür ist unser Wandel hin zu weniger Fleisch und Fleischalternativen im Menü. Mittlerweile tauschen 35% der Kunden das normale Hähnchenfleisch gegen eine pflanzliche Alternative aus. Basierend auf dieser Erkenntnis haben wir die Vegan Kebab Bowl gelauncht, die seit ihrem Start in den Top 5 Gerichten rangiert.



Gleiche Produktionslogik, größere Vielfalt

für unser Firmenkunden-Segment greifen wir auf dieselben Grundzutaten zu wie im B2C Bereich. Allerdings bieten wir unterschiedliche Anrichte Formen an, die dafür sorgen, dass wir unsere Dienstleistungen für ein breiteres Bedarfsfeld anbieten können. Hierzu gehören im Fingerfood Bereich unsere Brot-Optionen (Wraps, Bagels, Focaccia und Stullen). Außerdem bieten wir alle Bowl, Salat und Suppen auch als größere Sharing-Menüs an. Gerade für Company Events, Messen und Fashion Shows sind unsere Mini-Bowls eines der gefragtesten Produkte. Da wir in der bestehenden Produktionslogik bleiben, können wir das erweiterte Menü ohne großen Aufwand anbieten und damit den Absatz pro Fläche erhöhen.



Grab & Go Menu

Neben unserem Hauptmenü bieten wir auch ein Grab & Go Menu zum Verkauf im Restaurant an. Für uns ist dies besonders an Hochfrequenz-Standorten ein wichtiger Umsatzbringer. Für unsere Brot-Optionen schaffen wir Synergien mit dem B2B Menu. Im Pastry Bereich setzen wir auf moderne und hochwertige Gebäck Optionen, die wir mit lokalen Bäckereien auch an die lokalen Bedürfnisse anpassen.

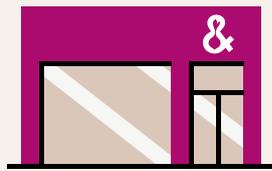


Add-On Menu

um den Umsatz auf der Fläche zu maximieren bieten wir – je nach Store Format – auch Juice & Shake Bars an sowie Speciality Coffees. Natürlich gilt es auf der einen Seite die Komplexität des Konzeptes gering zu halten, auf der andere Seiten sehen wir gerade unsere Stärke darin, mit einem dynamischen Angebot beets&roots breiter zu positionieren.

Omnichannel

Eingebettet in unsere Vision ist, dass wir gesundes und nachhaltiges Essen einfach und unkompliziert verfügbar machen. Für uns bedeutet dies auch an Kundenbedürfnisse außerhalb des Restaurants zu denken. Daher haben wir beets&roots von vornherein darauf ausgerichtet, auch andere Absatzkanäle mitzudenken. Aktuell bieten wir unsere Produkte auf den folgenden Kanälen an:



Restaurant



Pick-Up



Delivery



Catering

Das Modell hat mehrere Vorteile. Als erstes erreichen wir einen deutlich größeren adressierbaren Markt in dem die potentiellen Gäste auf beets&roots aufmerksam werden. Zweitens geben wir den Gästen die Möglichkeiten das Angebot über verschiedene Kanäle zu bekommen. Drittens erreichen wir eine viel höhere Flächenprofitabilität, da die Auslastung von Restaurant und Personal durch die zusätzlichen Umsatzkanäle steigt.



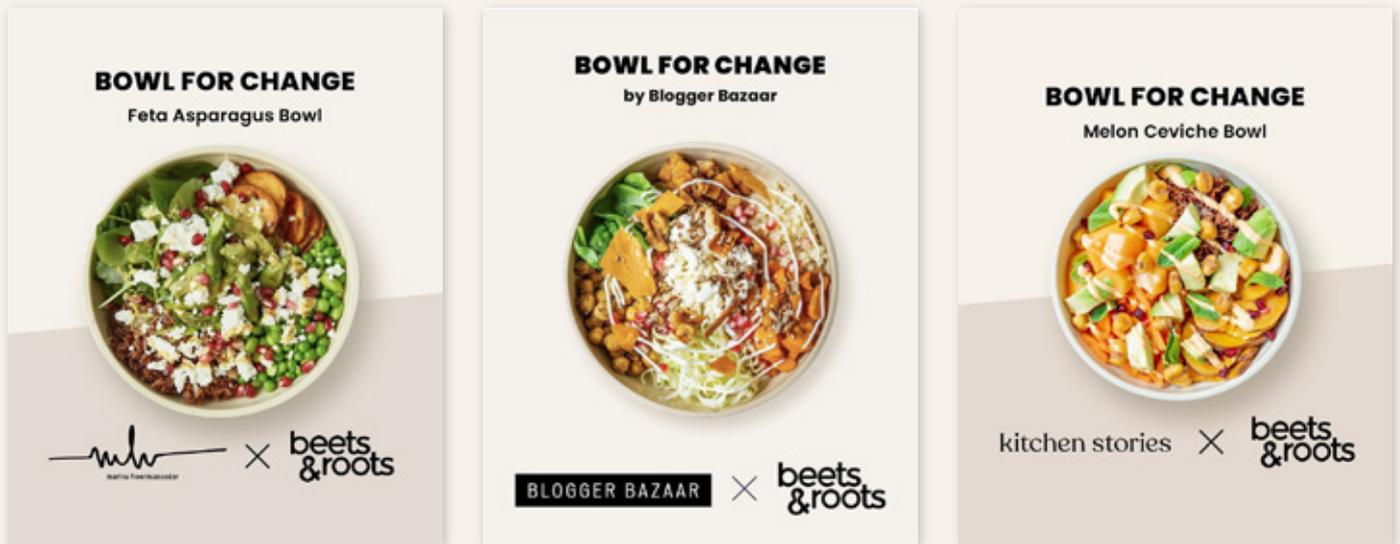
Shareholder – Tom Beck

Wir freuen uns sehr, ihn seit diesem Sommer als Shareholder bei beets&roots an Bord zu haben. Tom hat uns schon seit einiger Zeit begleitet und die Idee näher zusammen zuarbeiten ist über die letzten Monate immer stärker geworden. Als Schauspieler, Sänger und Familienvater ist Tom ein großer Vertreter von gesundem und nachhaltigem Essen. Gerade unsere Transformation zur Klimaneutralität hat ihn extrem interessiert. Aktuelle planen wir noch weitere Kampagnen zusammen mit Tom (beets&roots Songtrack ;) und freuen uns auf die gemeinsame Reise.



Erfolgreiche Kooperationen

Um unseren Bowl For Change Kampagnen die nötige Visibilität zu verleihen, haben wir mit spannenden und bekannten Persönlichkeiten zusammengearbeitet. Diese Kooperationen haben darauf beruht, dass wir zusammen einen guten Zweck unterstützt haben, der beiden Partnern am Herzen liegt. So konnten bisher über €10,000 an Spenden gesammelt werden.



In der Presse

Ein wichtiger Teil, um unsere Bekanntheit zu steigern, lag in unserer Pressearbeit. Als junges, modernes Konzept sind wir gerade im Bezug auf vegetarische Ernährung, Liefergeschäft und Online Bestellung, eine der ersten Referenzen in Deutschland.



Unser Weg zur Klimaneutralität

Social Impact Report

Wir haben uns als Team schon länger das Ziel gesetzt beets&roots nachhaltiger aufzustellen. Unser Social Impact Report bildet dabei den Grundstein für unsere jährlichen Ziele. Für 2021 haben wir folgende primäre Ziele:

- die Reduktion von Verpackungsmüll und Einsparung von 25.000 Einweg-Bowls
- 10 Fleischalternativen auf unser Menü bringen

Zusätzlich dazu haben wir bereits weitere Themenbereiche identifiziert, in welchen wir derzeit eine klare Strategie mit anschließender Zieldefinition erarbeiten. Ein großes Thema hierbei ist beispielsweise unsere komplette Supply Chain.

In unserem **Social Impact Report** findest du weitere Informationen dazu.

40% aller Chicken Gerichte werden mit veganem Chicken genommen



Klimaneutral bis 2025

Im August 2021, haben wir uns offiziell dem Ziel verschrieben, bis Ende 2025 klimaneutral zu wirtschaften. Wir wissen, dass die Umsetzung dessen eine große Herausforderung wird. Denn es bedeutet u.A. nicht nur von jeder einzelnen Zutat exakt zu wissen wo sie angebaut wird, sondern auch wie. Wir wollen komplette Transparenz über unsere Supply Chain, also welche Ressourcen für den Anbau, Transport und die Verarbeitung verbraucht werden. Dies möchten wir auch unseren Kunden entsprechend transparent kommunizieren.

Zusammenarbeit Klim

Seit Sommer 2021 arbeiten wir intensiv mit Klim zusammen. Klim hat sich zum Ziel gemacht die klimapositive Landwirtschaft auszubauen und unterstützt Landwirt:innen in Deutschland bei der Umstellung auf regenerative Methoden. Durch unterschiedliche Anbaumethoden wird dabei CO₂ in den Böden gespeichert. Somit trägt die regenerative Landwirtschaft direkt zum Klimaschutz bei und macht unsere Böden dabei auch noch nachhaltig gesünder. Das ist nicht nur gut fürs Klima, die Ökosysteme und unsere Nahrungssicherheit, sondern auch für die Qualität und den Geschmack der angebauten Lebensmittel. Wie arbeiten wir zusammen? Klim hilft uns dabei, unser Produktsortiment durch unterschiedliche Initiativen nachhaltiger aufzustellen. Zum Einen, vernetzt uns Klim mit regionalen Landwirt:innen, um möglichst kurze Transportwege sicherzustellen. Andererseits entwickeln wir langfristig CO₂-Kompensationsmöglichkeiten für weniger klimafreundliche Produkte. Denn einige unserer beliebtesten Produkte, wie z.B. Avocados, müssen nach wie vor eingeflogen werden und haben eine entsprechend schlechtere Klimabilanz im Vergleich zu regionalem Obst und Gemüse.

Portobello Beet Bowl

Die Portobello Beet Bowl ist das erste Produkt unserer Zusammenarbeit mit Klim. Ab 8. September 2021 in all unseren Restaurants verfügbar, besteht sie ausschließlich aus regionalen, veganen Zutaten. Die Portobello Beet Bowl enthält Weizen, geröstete Portobello Pilze, Grünkohl, geröstete Bete, eingelegte Zwiebeln, geröstete Haselnüsse und eine vegane Kräutersauce. Sie ist sozusagen eine Auswahl dessen, was unsere regionalen beets&roots zu bieten haben ;) Außerdem ist es auch eine Bowl For Change, wobei 1€ pro verkaufter Bowl an Klim und somit an regenerative Landwirtschaft gespendet wird.



Digitalisierungsstrategie

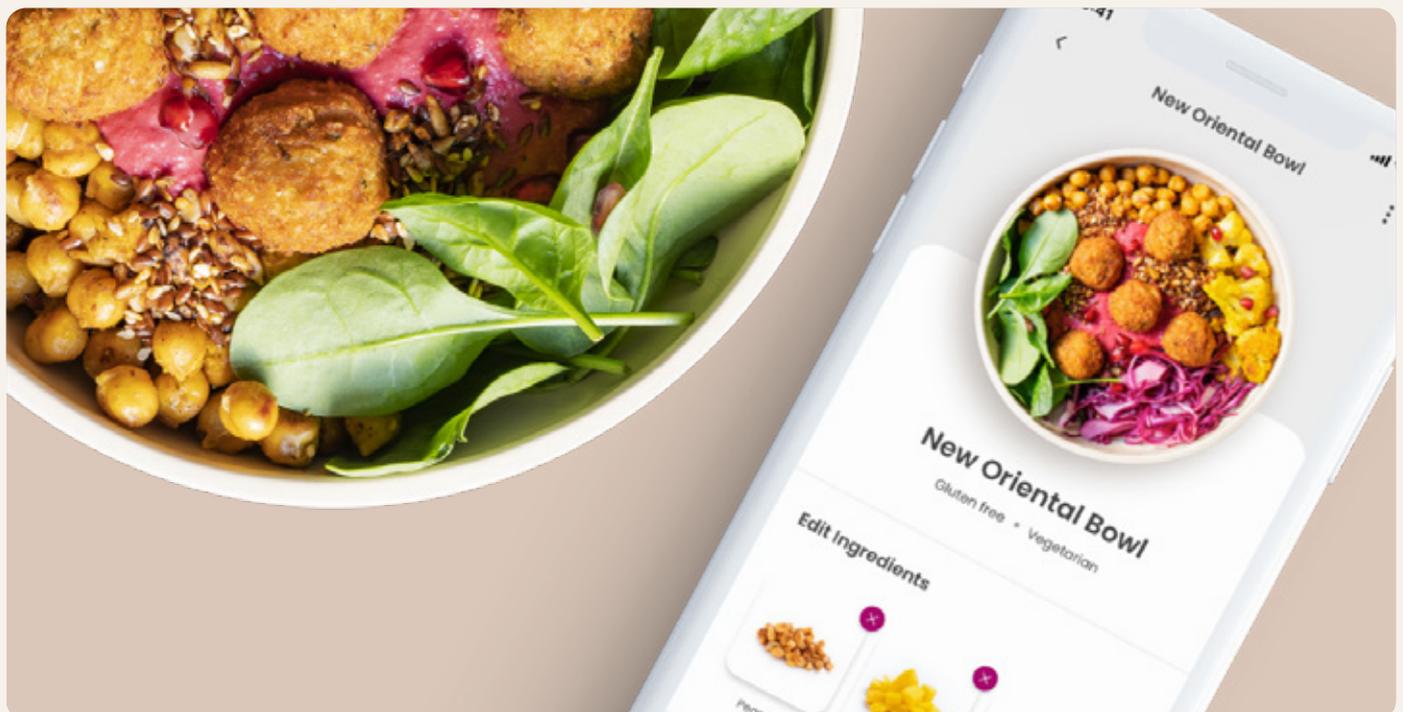
Online Ordering

Aktuell bieten wir auf unserer Plattform den Gästen die Möglichkeit, für drei verschiedene Anlässe zu bestellen - Bestellung zur Abholung im Restaurant, Bestellung zur Lieferung (Delivery), Firmenkunden Bestellung (Catering). Für alle drei bieten wir eine eigene und optimierte Shop Lösung an. Gerade für unser Außer-Haus Angebot ist es extrem wichtig, dass wir Schnelligkeit und Komfort bieten. Gäste haben online die Möglichkeit, ihre Bestellung viel übersichtlicher zusammen zu stellen (siehe Customisation). Auch Zahlung und Rechnungsstellung erfolgt über den Shop deutlich effizienter.

Customisation

Neben der deutlichen Effizienzsteigerung bei der Online Bestellung, ist der zweite große Vorteil, dass Gäste ihr Wunschgericht beliebig anpassen können. Ein Drittel aller Online Bestellungen haben aktuell eine Modifizierung ('ohne Koriander', Brokkoli statt Blumenkohl'). Ein weiteres Drittel stellt sich seine Bowl sogar komplett zusammen. So bieten wir dem Gast natürlich die Möglichkeit sein Wunschgericht genau so zu bestellen, wie er es sich vorstellt. Dies hat drei Vorteile für beets&roots:

1. Wir verstehen sehr genau, welche Geschmacksprofile gewünscht sind und welche Zutaten funktionieren (siehe personalisierte Menüs).
2. Es bietet eine viel bessere Möglichkeit Zusatzverkäufe zu forcieren und somit mehr Umsatz pro Gast zu generieren.
3. Mit der Möglichkeit online zu modifizieren, entlasten wir die Mitarbeiter an Kasse und Foodbar, da sie nun die Bestellung viel strukturierter bearbeiten können.



Personalisierte Menüs

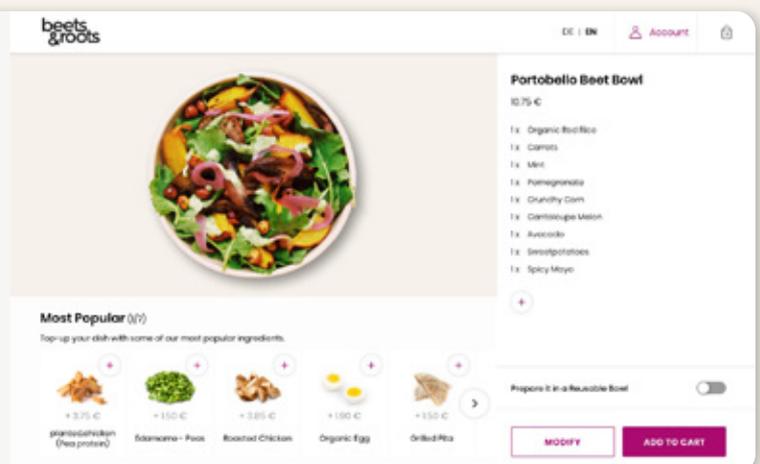
Durch die Digitalisierung des Bestellvorgangs bekommen wir ein viel besseres Verständnis dafür, was ein Gast wirklich mag und konsumiert. Wir sehen zum Beispiel aktuell eine sehr große Nachfrage nach pflanzlichen Proteinen oder saisonalen Gemüsen. Ziel ist es, langfristig damit die Möglichkeit zu haben, unseren Gästen personalisierte Menüs anzubieten. Gerade für Veganer ist es oftmals lästig, mit nicht veganen Produkten konfrontiert zu werden. Hier wollen wir ansetzen und unsere Technologie dafür nutzen, das Angebot für den Kunden ansprechender zu machen.

Entwicklungspipeline

Wir sehen enormes Potential darin, unsere Technologie auszubauen und damit das Gästelerlebnis weiter zu verbessern. Ein Fokus der nächsten 12 Monate wird darauf liegen, die beets&roots App live zu schalten. Aktuell wird schon der Großteil der Bestellungen mobil abgegeben. Hier geht es in erster Linie darum, die Mobile Experience zu verbessern. Im nächsten Schritt werden wir mit Loyalty Programmen probieren, die Gästebindung noch enger zu gestalten. Hier erkennen wir immer wieder das Potential, mit Ad-Hoc Incentivierungen den Gast zu einem Besuch zu bewegen. Grundsätzlich ist für uns wichtig, dass wir mit unserer Technologie nah am Gast bleiben und das Essen weiterhin im Vordergrund bleibt.

Fact box

**35% des Gesamtumsatzes
wurde über
beetsandroots.de
generiert.
August 2021**



Marktumfeld

Wir definieren unseren Markt als Healthy Fast-Casual. Im Fast-Casual Segment werden Speisen und Getränke angeboten, die sich von traditionellen Fast-Food Angeboten in Preis und Qualität unterscheiden, jedoch auf ein ähnliches Servicekonzept zurückgreifen. Die Wachstumsraten im Fast-Casual Bereich liegen in den letzten Jahren über dem Durchschnitt von traditionellen gastronomischen Betrieben. Ein Grund liegt darin, dass Themen wie Delivery und Außerhausverkauf in diesem Segment deutlich besser abzudecken sind.

Nachhaltigkeit

Laut einer Studie aus 2020, haben ca. 70% der deutschen Bevölkerung das Bedürfnis, sich nachhaltig zu verhalten. Besonders im Fast-Casual Segment merken wir, dass Nachhaltigkeit mittlerweile nicht mehr nur ein Trend, sondern Voraussetzung geworden ist. Hier merken wir, dass sich Konsumenten auf einzelne, konkrete Themen wie z.B. Verpackungen fokussieren.

Fleischarme und gesunde Ernährung

In den letzten Jahren konnten wir einen kontinuierlichen Anstieg der Nachfrage nach pflanzenbasierten Gerichten und Fleischalternativen in unserem Segment verfolgen. 2021 beträgt die Anzahl der Menschen in Deutschland, die sich selbst als Vegetarier einordnen 7,5 Millionen (+1,1 Millionen im Vergleich zu 2020) sowie 1,1 Millionen Menschen mit veganer Ernährungsform*¹. Auch Online*² sind vegan und vegetarisch die mit Abstand nachgefragtesten Ernährungsformen.

Außer-Haus / Liefermarkt

Die Nachfrage nach Lieferservices ist in den vergangenen Jahren stetig gestiegen. Besonders während der Lockdowns konnten wir einen großen Anstieg in der Nachfrage feststellen, worauf wir entsprechend kurzfristig reagiert haben. 37% der Deutschen geben an, sich seit der Corona-Pandemie online bei einem Lieferdienst Essen bestellt zu haben. Bis 2024 wird in Deutschland im Bereich "Restaurant-to-Consumer-Delivery" ein Umsatz von 2,5 Mrd. Euro erwartet.*³

Wettbewerb

Mit steigender Nachfrage nach gesünderem und nachhaltigerem Essen, steigt natürlich auch der Wettbewerb. Sei es durch das Convenience Angebot in Supermärkten, große Fast-Food Ketten, die ihr Angebot anpassen oder direkte Mitbewerber. Das Wachstumspotential dieses Segments ist jedoch noch lange nicht ausgeschöpft und bisher ist unser Omnichannel-Modell einzigartig am deutschen Markt, was es uns ermöglicht, dieses entsprechend zu etablieren.

*1: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/173636/umfrage/lebenseinstellung-anzahl-vegetarier/>

*2: <https://www.brandwatch.com/de/reports/food-trends-2020/view/>

*3: https://de.statista.com/themen/3440/food-delivery-lieferdienste-lieferservice-portale/#topicHeader__wrapper

Aktuelles Marktumfeld

Auswirkung der Pandemie in 2020 / 2021

Mit Beginn der Covid-Pandemie hat sich auch für beets&roots eine neue Situation ergeben, auf die wir konsequent reagieren mussten. Die oberste Priorität bestand darin den Schutz der Mitarbeiter und Gäste zu gewährleisten. Hier konnten wir zügig mit detaillierten Hygienekonzepten und Pandemieplänen reagieren. Im nächsten Schritt war es wichtig, die unmittelbaren finanziellen Folgen einzuschätzen und abzufedern. Um die Gesellschaft gleich am Anfang stabil aufzustellen, haben sich die Gesellschafter dazu entschlossen mit einer Kapitalerhöhung neue liquide Mittel bereitzustellen, welches das grundsätzliche Vertrauen im Investorenkreis unterstreicht. Des Weiteren konnten wir durch einen unverzinsten IBB-Schnellkredit, Überbrückungshilfen und Kurzarbeitergeld die Verluste aus dem ersten und zweiten Lockdown stark eindämmen.

Die Folgen von Lockdown, Home Office, leeren Innenstädten sowie verunsicherten Konsumenten hatte unterschiedliche Auswirkungen auf unsere Geschäftssegmente:

Restaurants

Während die Standorte in Wohn- und Kiezlagen trotz Lockdowns mit 75-80% des Vor-Krisen-Umsatzes wirtschaften konnten, waren die Restaurants in Business Lagen stärker betroffen. Obwohl wir hier teilweise nur auf 40-50% des Umsatzes im Vergleich zur Vor-Corona Zeit kamen, konnten wir die Verluste durch angepasste Öffnungszeiten und Mietnachlässe reduzieren.

Catering

Den schwersten Einbruch hatten wir im B2B Bereich zu verzeichnen. Hier lagen wir in den schwersten Monaten (April 2020) bei unter 5% vom Vor-Krisen-Umsatz. Da Ansammlungen von Menschen, Geschäftsreisen und Office Meetings untersagt oder unterlassen worden sind, war unsere Geschäftsgrundlage entzogen. Da die Fixkosten in dem Bereich verhältnismäßig überschaubar sind, war der Effekt auf das Ergebnis eher unkritisch. Erfreulicherweise haben wir letztes Jahr im September – dem einzig 'normalen' Monat in der Pandemie – gesehen, dass die Firmen mit Entspannung der Lage sehr schnell wieder ihre Bestellungen aufgenommen haben.

Delivery

Durch unsere agile Technologie und bestehenden Logistikprozesse konnten wir das Thema der Stunde – Delivery – sehr schnell für uns einnehmen und ausbauen. Innerhalb von 4 Wochen konnten wir hier unseren B2C Delivery Service ausrollen und professionalisieren. Dadurch konnten wir den Umsatz aus Lieferungen im Vergleich zur Vorkrise verdoppeln und uns so auch von den Lieferplattformen (Lieferando, Wolt, etc.) unabhängig machen.

Ausblick - Winter 2021 / Erholung 2022

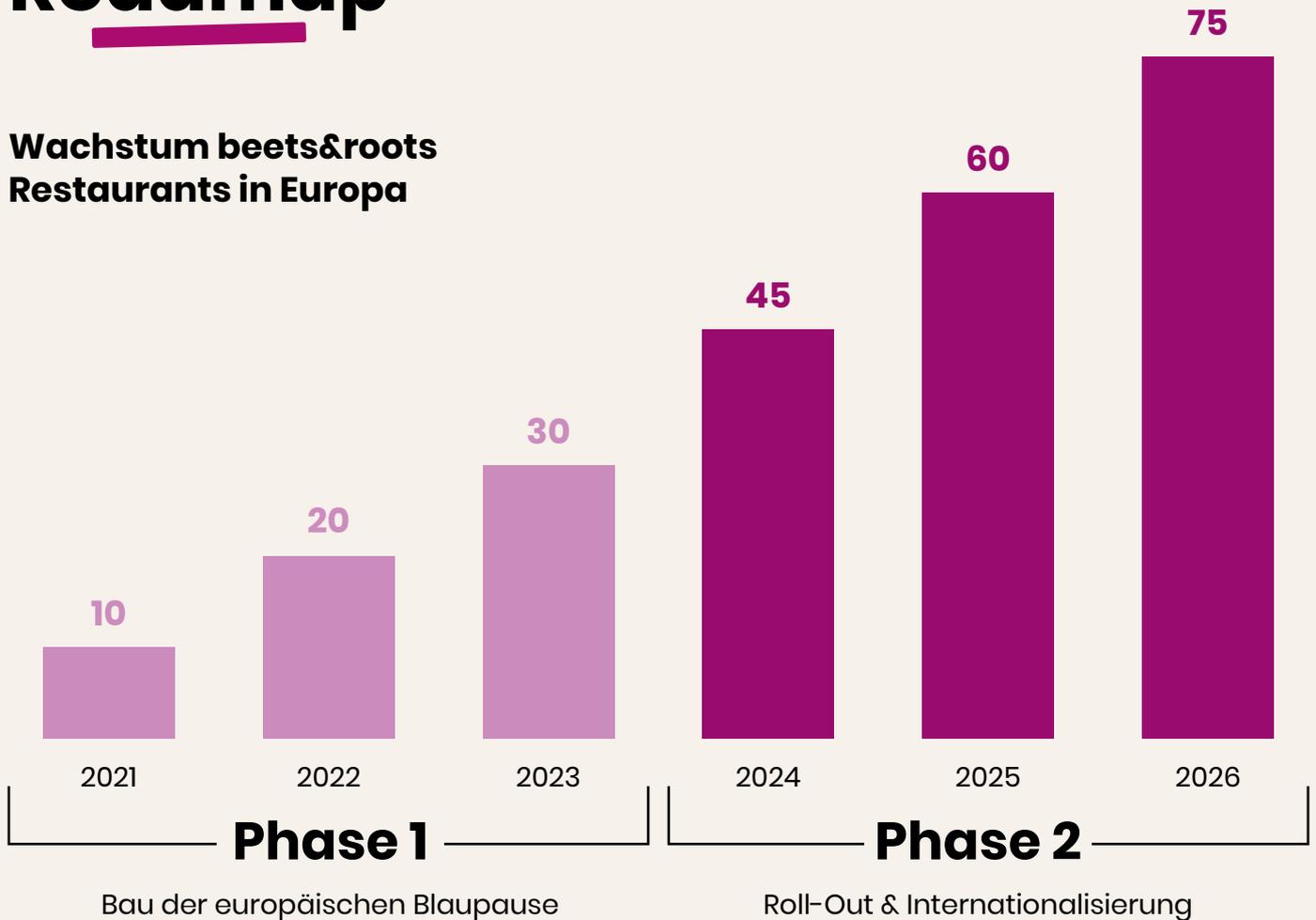
Stand September 2021 ist die Situation - zumindest aus Sicht von Restaurants & Hotellerie - immer noch unübersichtlich. Zwar zeigen die Trends aus Ländern mit einer liberaleren Covid Politik (USA, UK, Nordics), dass eine Rückkehr zu einer normalen Betriebsstärke verhältnismäßig schnell möglich ist, jedoch gilt dies wahrscheinlich nicht für Deutschland in Q3 / Q4 2021. Die Entwicklung der Umsätze ist seit Juni stark positiv und wird unserer Prognose nach auch bis zur Schließung der Terrassen Ende September weiter positiv bleiben. Allerdings herrscht immer noch eine gewisse Unsicherheit bei Gästen und Arbeitgebern im Bezug auf eine mögliche vierte Welle. Wir gehen davon aus, dass es keinen weiteren Lockdown mehr geben wird. Die 2G und 3G Regeln werden uns aller Voraussicht nach noch den kompletten Winter begleiten. Trotzdem rechnen wir nicht damit, dass es einen Umsatzeinbruch wie in 2020 geben wird. Erfreulicherweise erholt sich das Catering Geschäft deutlich schneller als noch in 2020. Zwar werden größere Veranstaltungen auch noch in 2020 von Hygienemaßnahmen beeinflusst, aber vor allen Dingen kleinere Team Lunches, Workshops und Kundentermine werden in Q4 wieder stärker stattfinden.

Langfristig gehen wir davon aus, dass zwei bleibende Entwicklungen aus der Covid Pandemie unser Geschäft beeinflussen werden. Erstens, durch flexiblere Home Office Modelle wird sich ein Teil des Store-Umsatzes ins Delivery verlagern. Das ermöglicht uns weiter im B2C Delivery Bereich zu expandieren und neue Kundengruppen zu erschließen. Zweitens, gehen wir davon aus, dass die Zeit im Office interaktiver und kollegialer genutzt wird. Genau an dieser Stelle wird innovative Betriebsverpflegung noch eine größere Rolle spielen. Daher gehen wir langfristig davon aus, dass unser B2B Geschäft in seiner Größe zunehmen wird.



Roadmap

Wachstum beets&roots Restaurants in Europa



Um unsere Vision zu erfüllen, der Champion für nachhaltiges und gesundes Essen zu werden, haben wir einen klaren strategischen Plan. Bis Ende 2023 wollen wir die Blaupause für einen beschleunigten europäischen Roll-out fertig bauen. Um die Marke und das Konzept dahin zu bringen, wollen wir die Anzahl der Restaurants auf 30 steigern.

Phase 1 – Europäische Blaupause

2021

- Aufbau der bestehenden Märkte Berlin / Hamburg / Frankfurt / Düsseldorf / Stuttgart**
- 10 Stores bis Ende des Jahres**

Mit der Eröffnung von Stuttgart im September, setzen wir unsere nationale Expansion fort. Zusätzlich dazu, wir Ende des Jahres ein weiteres Restaurant in Berlin Kreuzberg. Hier erschließen wir auch noch einmal ein lukratives Liefergebiet. Gerade in Berlin, wo wir ein starkes regionales Management aufgebaut haben, sehen wir großes Potential stabil zu wachsen.

2022

- Wachstum auf 20 Stores**
- Erschließung von weiteren deutschen Metropolen (Köln & München)**
- Markteintritt Österreich**

Schon jetzt arbeiten wir intensiv an den Store Eröffnungen für 2022. Aktuell sind vier Mietverträge in Verhandlungen. Der regionale Fokus liegt hier in der Erschließung des Rheinlandes mit Köln (hier haben wir bereits einen Partner) sowie der Eröffnung von Österreich (Wien). Auch wenn die Verfügbarkeit von geeigneten Flächen das größte Wachstumshindernis bleibt, sind wir zuversichtlich, dass unsere steigende Bekanntheit und unser wachsendes Netzwerk uns hier einen Vorteil geben wird.

2023

- Wachstum auf 30 Stores**
- Erschließung von Großstädten wie Hannover, Nürnberg, Mannheim, Dortmund, etc.**
- Erstes Restaurant außerhalb von DACH**

In 2023 bauen wir weiter auf unser Netzwerk von JV & Franchise Partnern in den Regionen. Nur so können wir das Wachstum nachhaltig beschleunigen. Außerdem visieren wir den Sprung ins Ausland an. Wir glauben, dass die einmalige Value Proposition von beets&roots gepaart mit dem operativen Know-How auch in anderen europäischen Märkten erfolgreich sein wird.

Phase 2 – Roll-out & Internationalisierung**2024 – 2026**

Mit dem Ausbau der Blaupause werden wir eine Markenbekanntheit, Organisationsstruktur und Standardisierung erreichen, die es uns ermöglicht die Geschwindigkeit des Wachstums zu beschleunigen und in weitere Märkte vorzudringen. Basierend auf Markt- und Wettbewerbsanalysen sehen wir mittelfristig – bis 2030 – ein Potential von über 200 Stores in Zentraleuropa. Gerade im Bereich der Quick-Service und Verkehrsgastronomie sehen wir noch weitere Chancen, die perfekt zu unseren Stärken passen.

Bei der Auswahl der internationalen Zielmärkte schauen wir primär auf Wettbewerbsstruktur, Kaufkraft, Arbeitsmarkt und Wachstumschancen. Märkte, die wir Stand heute spannend finden, sind: Norditalien, Skandinavien und Benelux. Auch im Umbruch befindliche Märkte wie UK und Spanien sind langfristig Ziele für uns. Der entscheidende Erfolgsfaktor für einen erfolgreichen Markteintritt liegt in einem starken regionalen Partner mit einer bestehenden Infrastruktur.

Um die obigen Ziele zu erreichen, schaffen wir mit der Blaupause (Phase I) die notwendigen Voraussetzungen:

**Regionale Partner
& MGMT Strukturen**

**Starke Unit
Profitabilität**

**Hoher Grad an
Standardisierung**

**Integrierte
Systeme &
Bestell-Technologie**

Roadmap – Mögliche Exit-Szenarien

1. Einstieg Investor

Im Zuge der Internationalisierung werden erhöhte Investitionen notwendig sein, um das Potential der Märkte zu erschließen. Außerdem muss die Organisation breiter aufgestellt werden, um die operativen Aufgaben zu lösen. An dieser Stelle sehen wir den Einstieg eines großen, finanzstarken Partners als beste Lösung an, um das Wachstum nachhaltig zu gestalten und die Vision eines International Champion weiterzuführen. Potentielle Investoren kommen traditionell aus den folgenden Umfeldern:

Strategischer Investor

Profil: Größeres Unternehmen aus der Food & Beverage Industrie, das verstärkt in die Bindung an den Endkunden investiert.

Multi-Konzept Betreiber

Profil: Hospitality Unternehmen, welches mehrere Marken und Konzepte mit der selben Organisation betreibt (vgl. Yum! Brands – KFC, Burger King, etc.) und sein Profil mit relevanten und vielversprechenden Konzepten erweitert.

Finanzinvestor

Profil: Private Equity Investor mit Fokus auf Food & Beverage auf der Suche nach attraktiven, profitablen Unternehmen.

In diesem Zuge wäre auch die Exitpartizipation der Crowd geplant, da sich die Mehrheitsverhältnisse höchstwahrscheinlich zu Gunsten des neuen Investors verändern werden.

Für den nachhaltigen und langfristigen Erfolg von beets&roots ist es unabdingbar, dass Vision, Company Spirit und Gründergeist erhalten bleiben. Daher ist es auch im Exit Fall unser Ziel, die DNA des Unternehmens zu schützen, und potentielle Partner dahingehend auszuwählen.

2. IPO / Organisches Wachstum

Neben dem oben beschriebenen Exit-Szenario, gibt es natürlich noch weitere Optionen, den Rollout zu realisieren. Eine potentielle Listung der beets&roots an der Börse würde ebenfalls ausreichend Kapital bringen, um die Wachstumskosten zu schultern. Auch wenn ein solcher Vorgang für deutsche Gastronomiebetriebe eher die Seltenheit ist, wird er im angelsächsischen Bereich (*Chipotle, Shake Shack*) recht häufig und erfolgreich gewählt.

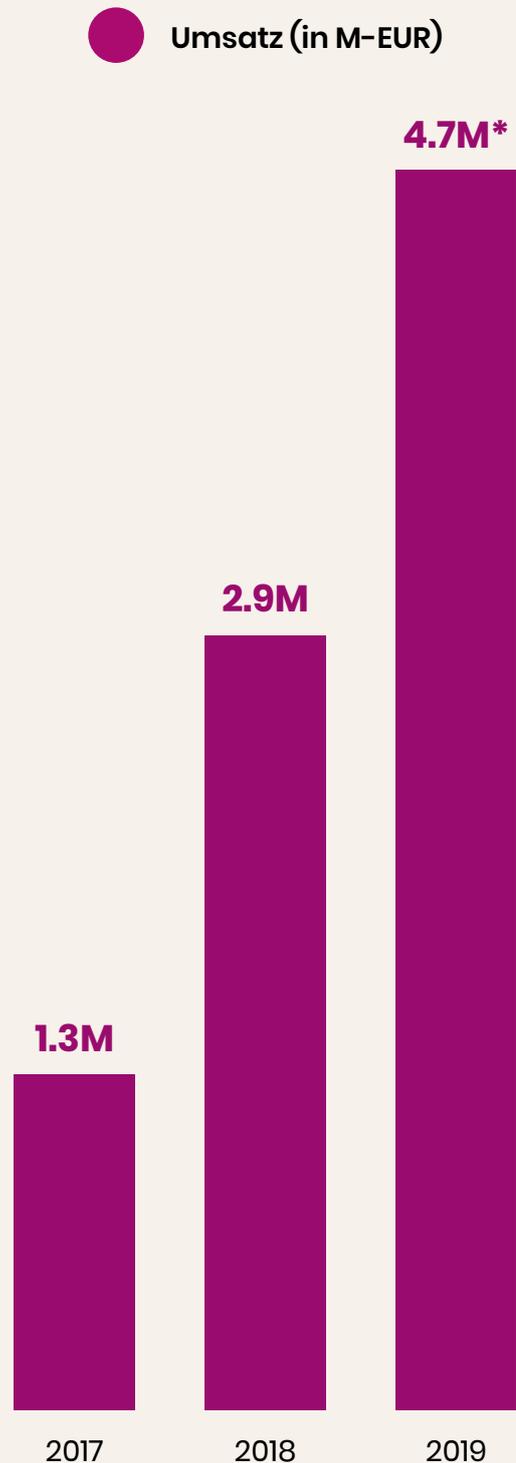
Da wir im Jahr 2026 von einem stark positiven Cash-Flow ausgehen, würde die Möglichkeit bestehen, den Rollout selbst zu realisieren. Trotz des doch starken Gewinnpotentials würde dies jedoch eine hohe Belastung der Gesellschaft bedeuten, die nahelegt eher in einem starken Verbund zu agieren.

Umsatz

Phase 1 Proof-of-Concept (2017 - 2019)

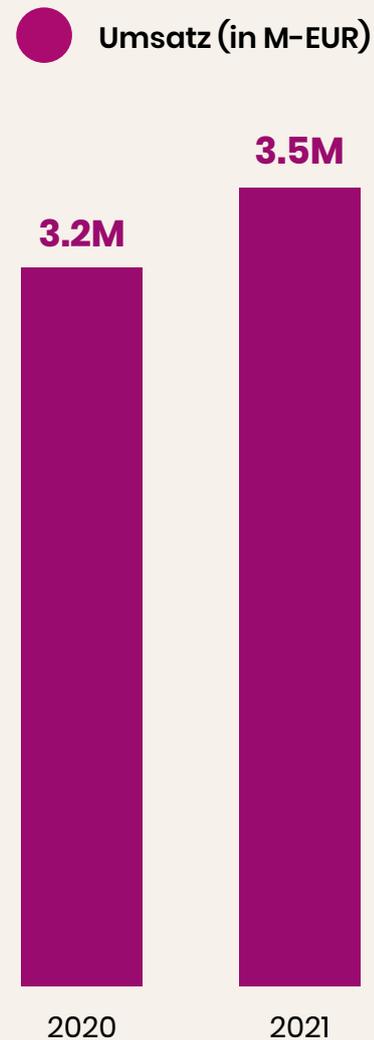
In den ersten drei Jahren, haben wir uns im wesentlichen auf zwei Fokusthemen konzentriert. Erstens, war unser Ziel den Umsatz auf der Fläche zu erhöhen, um den Proof-of-Concept für unser Omnichannel Konzept zu erbringen. In den drei Jahren konnten wir den Umsatz pro Restaurant von €0.63M auf €1.17M steigern. Hierfür ist auch der Ausbau unseres B2B Geschäfts verantwortlich. Mit durchschnittlichen Bestellgrößen von €300 pro Bestellung konnten wir hier unter anderem auch die Margen deutlich schärfen. Zweitens, wollten wir beweisen, dass beets&roots auch in verschiedenen Lagen und Regionen erfolgreich sein kann. Daher haben wir die Anzahl der Restaurants bis 2019 auf 4 erhöht - drei in Berlin und eins in Hamburg. Schlussendlich konnten wir den Umsatz so von €1.26M auf €4.66M in drei Jahren steigern und damit unsere Proof-of-Concept Phase erfolgreich abschließen.

*Eine wichtige Anmerkung zum B2C-Liefergeschäft: Das Jahr 2019 war für Delivery im Vergleich zu den Vorjahren durchwachsen, da mit Foodora und Deliveroo zwei Plattformen vom deutschen Markt verschwunden sind. Auch um diese Abhängigkeiten in Zukunft zu reduzieren, haben wir uns dazu entschlossen, mit eigener Plattform und Logistik zu operieren. Daher hätte der Umsatz in 2019 unter normalen Bedingungen noch höher ausfallen können.



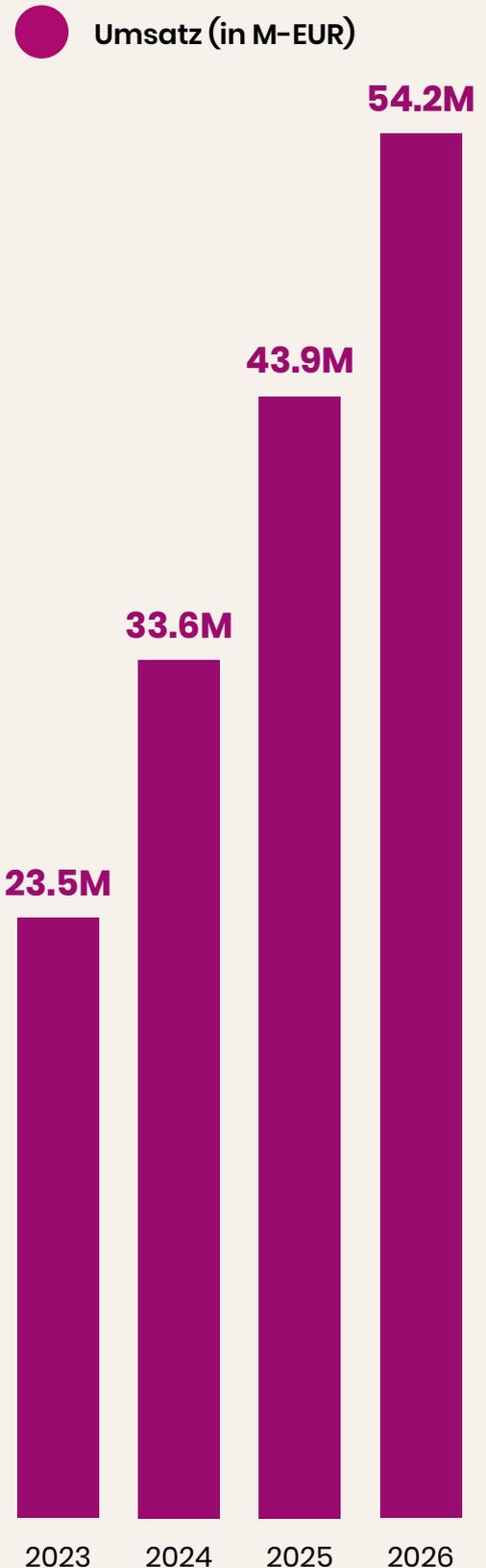
Covid Pandemie (2020 - 2021)

Wie im vorherigen Teil beschrieben, hatten die Auswirkungen der Covid-Pandemie einen erheblichen Einfluss auf unsere Geschäftsgrundlage. Im Vergleich zur Mehrzahl der Betriebe in Deutschland konnten wir unserer Restaurants - mit angepassten Öffnungszeiten - für den Großteil der Lockdowns geöffnet lassen. Durch Pickup und Delivery Angebote konnten wir so den Umsatzrückgang bei ca. 30% stabilisieren. Außerdem haben wir in einigen Geschäftsfeldern einen Zuwachs verzeichnen können. Das 2020 eingeführte Liefergeschäft über die eigene Plattform macht mittlerweile ein Drittel des gesamten Delivery Umsatzes aus (Stand - August 2021). Des Weiteren haben wir mit der Belieferung von Quick-Service Lieferanten (*Flink / Gorillas*) einen neuen Absatzkanal erschlossen. Mittlerweile beliefern wir unsere Partner hier in jedem der vier deutschen Märkte. Grundsätzlich rechnen wir bis zum Ende des Jahres 2021 mit einer Erholung auf allen Kanälen.



**Phase 2
Blaupause & europaweites
Wachstum (2022 – 2026)**

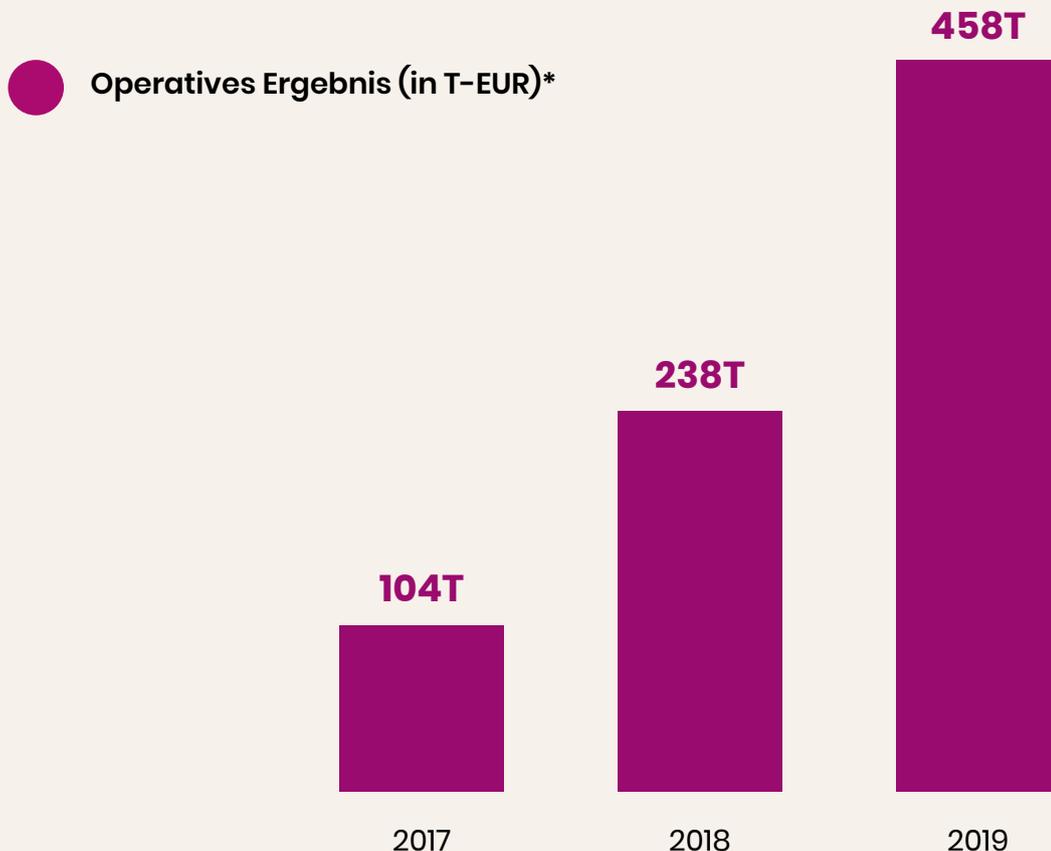
Wir rechnen fest damit, dass sich die Umsätze im Frühjahr 2022 wieder auf das Vorkrisen-Niveau bewegen. Multipliziert man nun die Vorkrisen-Umsätze mit den geöffneten Restaurants in 2022 ist ein Umsatzwachstum auf knapp €10m sehr realistisch. Unser Plan ist es, ab 2023 zwischen 10-15 Restaurants pro Jahr zu eröffnen. Bis Ende 2026 wollen wir bei 75 Standorten angekommen sein. Der Großteil des Umsatzwachstums wird von der Eröffnung neuer Standorte getrieben sein. Hierfür ist die Verfügbarkeit von passenden Immobilien entscheidend. Um das Wachstum nachhaltig zu realisieren, wird unser Netzwerk an Lizenzpartnern entscheidend sein. Unsere lokalen Joint-Venture und Franchise Partner haben alle Gebietsentwicklungsverträge, in denen die Anzahl der Neueröffnungen vertraglich festgelegt ist. So stellen wir sicher, dass unsere gesamte Organisation auf Wachstum ausgerichtet ist. Des Weiteren bauen wir in jedem Markt auch das Catering und Liefergeschäft weiter aus. Hier dauert der Aufbau in der Regel länger, als bei einem Restaurant. Jedoch ist das Absatzpotential – durch den größeren Lieferradius – schlussendlich größer. Auch beim Umsatz auf gleicher Fläche planen wir mit einer jährlichen Steigerung. Trotz Covid-Pandemie konnten wir den Durchschnittsbö mit neuen Produktinnovationen (Fleischersatz-Produkte, spannende Gerichte) im Restaurant von €10 auf €11 steigern. Hier sehen wir noch weiteres Potential.



Profitabilität

Restaurants

Neben der Erhöhung des Umsatzes während unserer Proof-Of-Concept Phase, haben wir uns natürlich auch auf den Ausbau der Profitabilität konzentriert. Obwohl die Restaurants in dieser Phase noch im Aufbau waren, konnten wir positive Cash-Flows generieren und ausbauen. So konnte Profitabilität auf 10% ausgebaut werden. Rechnet man die Kosten der Aufbauphase raus, gehen wir langfristig von einem Ergebnis von über 17.5% aus. Durch weitere Systematisierungen der Restaurants sowie der Realisierung von Einkaufsvorteilen gehen wir langfristig davon aus, dass wir die Profitabilität der Restaurants weiter ausbauen können.



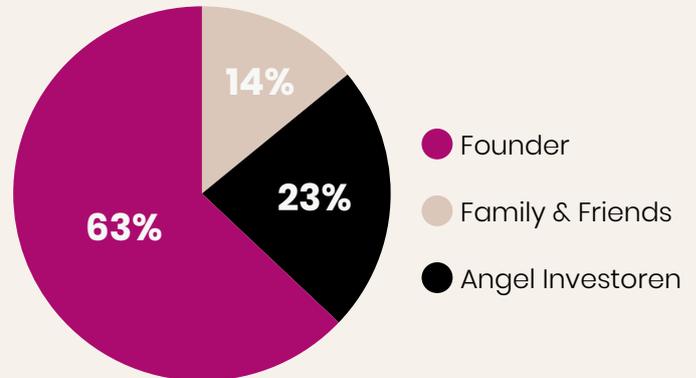
GmbH

Das Ergebnis des Jahres 2020 war stark von Covid geprägt und kann daher nicht als aussagekräftig gelten. Für die Zeit des Wiederaufbaus (2021-2022) rechnen wir trotz leichter Beschränkungen mit beschleunigtem Wachstum und einem moderaten Überschuss, was auch für unser erfolgreiches Krisenmanagement spricht. Ab 2023 erreichen wir dann eine Phase, in der die Gewinne aus dem operativen Geschäft, die Wachstumskosten deutlich übertreffen. Außerdem sorgen die Gewinne aus dem Margen starken Lizenzgeschäft (Franchisee Fee) für eine deutliche Erhöhung der Profitabilität.

* Vor Abschreibungen

Investorenstruktur

Die beets&roots GmbH ist immer noch fest in der Hand der beiden Gründer Max Kochen und Andreas Tuffentsammer. Neben Family & Friends Investoren, ist ein knappes Viertel der Anteil in der Hand von Angel Investoren. Diese haben fundiertes Wissen zur Skalierung von systemgastronomischen Konzepten durch ihre Erfahrung bei der L'Osteria SE.



Board & Advisors

Seit 2019 werden die Gründer von erfahrenen Systemgastronomen und Skalierungsexperten unterstützt. Besonders im Bereich Standardisierung, Einkauf und Gebietsentwicklung konnte so wichtiges Know-How in die Organisation geholt werden.



Silvio Beiler

Investor & Advisor
Ex. Vapiano Board
Franchisee Berlin L'Osteria



Andreas Leckelt

Investor & Advisor
CEO Comvest Holding AG
Supervisory Board Investor



Mirko Silz

Investor & Advisor
CEO FR L'Osteria SE

Zusammenfassung

beets&roots ist ein Konzept genau am Puls der Zeit. Sowohl der Trend nach einem gesünderen Lebensstil, als auch nach einem nachhaltigeren und sozialerem Konsum werden von uns bedient. Dadurch wird unsere Zielgruppe auch in Zukunft weiter wachsen. Das beweist ihr uns jeden Tag.

Mit dem neu gewonnenen Kapital aus unserer Crowdfunding werden wir weitere Standorte eröffnen und umfangreiche Initiativen umsetzen, um 2025 die erste klimaneutrale Restaurantkette Deutschlands zu werden. Auch unser Online Bestellsystem werden wir weiter ausbauen, um die Experience für euch so gut und einfach wie möglich zu machen.

Wir haben große und ambitionierte Ziele und freuen uns darauf, sie mit eurer Unterstützung umzusetzen.



Risikofaktoren

Bei dem vorliegenden Angebot handelt es sich um ein tokenbasiertes Partizipationsrecht mit qualifiziertem Rangrücktritt (einschließlich vorinsolvenzlicher Durchsetzungssperre) der Beets & Roots GmbH, Berlin („Emittentin“). Das tokenbasierte Partizipationsrecht ist ein Wertpapier, mit dem wirtschaftliche, rechtliche und steuerliche Risiken für den*die Anleger*innen verbunden sind. Im Folgenden werden zwei Kategorien von Risiken dargestellt. Zum einen solche, die sich auf das Wertpapier beziehen. Zum anderen solche, die sich auf die Emittentin und ihre Geschäftstätigkeit beziehen. Die Risikodarstellung ist dabei als nicht abschließend zu verstehen, sondern es handelt sich lediglich um die aus Sicht der Emittentin wesentlichsten Risiken. Der Eintritt einzelner oder das kumulative Zusammenwirken verschiedener der nachfolgenden Risiken kann erhebliche nachteilige Auswirkungen auf die Geschäftstätigkeit, Vermögens-, Finanz- und Ertragslage sowie die Aussichten der Emittentin haben, mit der Folge, dass die Emittentin nicht oder nur eingeschränkt in der Lage ist, die Pflichten aus dem tokenbasierten Partizipationsrecht (insbesondere die Zins- und Rückzahlungsverpflichtungen) zu erfüllen. Im ungünstigsten Fall kann es zu einer Insolvenz der Emittentin kommen. Für den Anleger besteht das Risiko des Totalverlustes seiner Investition.

1. Wertpapierbezogene Risiken

1.1. Nachrangrisiko

Sämtliche Ansprüche der Anleger aus dem tokenbasierten Partizipationsrecht, einschließlich der Rückzahlungs- und Verzinsungsansprüche („Nachrangforderungen“), unterliegen einem qualifizierten Rangrücktritt (einschließlich vorinsolvenzlicher Durchsetzungssperre bzw. Zahlungsvorbehalt). Die Nachrangforderungen des*der Anlegers*in treten im Falle der Eröffnung des Insolvenzverfahrens über das Vermögen der Emittentin im Rang hinter die Forderungen im Sinne von § 39 Absatz 1 Nr. 1 bis 5 der Insolvenzordnung zurück. Anleger*innen treten damit, in Abhängigkeit der Ausgestaltung auch hinsichtlich der Ansprüche aus Gesellschafterdarlehen im Rang zurück. Das heißt, der*die Anleger*in wird mit seinen*ihrer Forderungen erst nach vollständiger und endgültiger Befriedigung dieser Forderungen berücksichtigt. Die Höhe der tatsächlichen Zahlungen an den*die Anleger*in ist damit im Insolvenzfall abhängig von der Höhe der Insolvenzmasse. Reicht die Insolvenzmasse nicht aus, um auf nachrangige Forderungen im Insolvenzverfahren Zahlungen zu leisten, hätte dies für den*die Anleger*in den Teil- bzw. Totalverlust des Anlagebetrags zur Folge. Der*Die Anleger*in trägt daher ein unternehmerisches Risiko, das höher ist als das Risiko eines regulären Fremdkapitalgebers. Der*Die Anleger*in wird dabei jedoch nicht selbst Gesellschafter*in der Emittentin und erwirbt der eigenkapitalähnlichen Haftungsfunktion der Nachrangforderungen keine Gesellschafterrechte.

1.2. Vorinsolvenzliche Durchsetzungssperre

Die Nachrangforderungen der Anleger*innen können nur aus künftigen Jahresüberschüssen, einem etwaigen Liquidationsüberschuss oder aus sonstigem freiem Vermögen, das nach Befriedigung*innen der Emittentin verbleibt, beglichen werden.

Die Durchsetzung eines Anspruchs der Anleger*in auf Zahlungen ist damit von der wirtschaftlichen Situation der Emittentin und insbesondere auch von deren Liquiditätslage abhängig. Für den*die Anleger*in besteht das Risiko, dass er*sie im Falle des Vorliegens eines solchen Zahlungsvorbehaltes keine Zahlungen zum eigentlichen Zahlungstermin mangels Vorliegen eines durchsetzbaren Anspruchs von der Emittentin verlangen kann.

Die vereinbarte vorinsolvenzliche Durchsetzungssperre kann damit zu einer dauerhaften Nichterfüllung der Ansprüche des*der Anleger*in aus dem Partizipationsrecht und damit zum Totalverlust des eingesetzten Kapitals führen. Dadurch tragen die Anleger ein unternehmerisches Risiko, das höher ist als das eines regulären Fremdkapitalgebers (eigenkapitalähnliche Haftungsfunktion).

1.3. Vorinsolvenzliche Durchsetzungssperre

Das tokenbasierte Partizipationsrecht begründet ausschließlich schuldrechtliche Ansprüche gegen die Emittentin und gewährt keine Teilnahme-, Mitwirkungs- und/oder Stimmrechte an bzw. in der Gesellschafterversammlung der Emittentin. Es können in der Gesellschafterversammlung der Emittentin Gesellschafterbeschlüsse gefasst werden, die sich nachteilig für die einzelnen Anleger*innen auswirken können. Die Anleger*innen haben keine Möglichkeit auf die Geschäftstätigkeit der Emittentin Einfluss zu nehmen. Dies gilt auch für die Verwendung des durch die Ausgabe des tokenbasierten Partizipationsrechts eingeworbenen Kapitals. Aus dem tokenbasierten Partizipationsrecht ergeben sich keine Ansprüche, auf irgendeine Art und Weise auf die Geschäftstätigkeit der Emittentin Einfluss zu nehmen. Insbesondere haben Anleger nicht die Möglichkeit, verlustbringende Geschäftstätigkeiten der Emittentin zu beenden, ehe das eingebrachte Kapital verbraucht ist. Für die Anleger*innen kann dies bis zum Totalverlust des eingesetzten Kapitals führen.

1.4. Langfristige Bindung und eingeschränkte Handelbarkeit

Das tokenbasierte Partizipationsrecht ist mit einer festen Vertragslaufzeit versehen. Die Ansprüche der Anleger*innen gegen die Emittentin aus dem tokenbasierten Partizipationsrecht können nur gemeinsam mit dem diese repräsentierenden BRI-Token übertragen werden. Die BRI-Token sind derzeit weder an einer Börse handelbar, noch besteht ein liquider Sekundärmarkt. Selbst im Falle einer Einbeziehung des BRI-Token in den Handel auf einer oder mehreren Handelsplattformen für Kryptowerte ist ungewiss, ob sich tatsächlich ein Handel mit BRI-Token entwickelt. Das Risiko, dass der Anleger keinen Käufer für den BRI-Token findet oder nur zu einem aus seiner Sicht zu geringen Preis verkaufen kann, trägt allein der*die Anleger*in. Der BRI-Token kann sich auch als vollkommen illiquide herausstellen. Eine Veräußerung der BRI-Token durch den*die Anleger*in ist damit unter Umständen nur eingeschränkt möglich. Es besteht das Risiko, dass eine Veräußerung der BRI-Token nicht oder nur mit finanziellen Einbußen möglich ist. Für Anleger*innen mit kurzfristigem Kapitalbedarf bedeutet dies, dass sie zum gewünschten Zeitpunkt grundsätzlich nicht über das eingesetzte Kapital verfügen können, zumal ein ordentliches Kündigungsrecht der Anleger*innen während der Laufzeit von 5 Jahren nicht besteht.

1.5. Emittentenrisiko

Die Anleger*innen des tokenbasierten Partizipationsrechts tragen vollständig die Gefahr der Zahlungsunfähigkeit der Emittentin, d.h. das Risiko, dass die Emittentin vorübergehend oder endgültig nicht

zur termingerechten Erfüllung ihrer Zahlungsverpflichtungen gegenüber den Anlegern*innen und/oder Dritten in der Lage ist.

1.6. Nachteilige Effekte aufgrund zukünftiger Kapitalmaßnahmen

Es besteht das Risiko einer wirtschaftlichen Verwässerung der Ansprüche der Anleger*innen aus dem tokenbasierten Partizipationsrecht, indem die Emittentin neue Geschäftsanteile herausgibt oder durch z.B. virtuelle Optionen oder Geschäftsanteile das insgesamt gewinnberechtigte Kapital erhöht. Für die Anleger*innen bedeutet dies, dass sich die Ansprüche aus dem Wertpapier zu seinem*ihrem Nachteil verändern (z.B. die prozentuale Gewinn- und Exit-Beteiligung sich verringert). Anleger haben keine Möglichkeit, an den Kapitalerhöhungen oder anderen Maßnahmen zur Erhöhung des gewinnberechtigten Kapitals teilzunehmen und so einer Verwässerung zu entgehen; sie sind unmittelbar von den Entscheidungen der Gesellschafterversammlung abhängig.

1.7. Keine Einlagensicherung und keine staatliche Aufsicht

Die tokenbasierten Partizipationsrechte sind keine Einlagen und unterliegen keiner gesetzlich vorgeschriebenen oder freiwilligen Einlagensicherung. Die Verwendung der Erlöse aus der Ausgabe der tokenbasierten Partizipationsrechte unterliegt keiner staatlichen oder freiwilligen Aufsicht.

1.8. Technologie- bzw. Blockchain-Risiken

Die tokenbasierten Partizipationsrechte werden durch die Ausgabe von BRI-Token begeben. Der BRI-Token entsteht, indem die Emittentin die Anzahl der gezeichneten Token auf der Blockchain generiert und dann auf die Wallet („Digitale Schließfächer“) der Anleger überträgt. Eine „Wallet“ ist eine IT-Anwendung, die verwendet wird, um Public Keys (Öffentliche Schlüssel) und Private Keys (Private Schlüssel) zu verwalten und mit der Blockchain-Technologie zu interagieren, deren Funktionalitäten es ermöglichen, digitale Vermögenswerte wie kryptographische Token zu senden und zu empfangen und ihre Transaktionen und Salden zu überwachen. Eine Wallet dient als eine Art „elektronische Geldbörse“ für Kryptowerte wie den BRI-Token. Die Blockchain-Technologie sowie alle damit in Verbindung stehenden technologischen Komponenten befinden sich nach wie vor in einem frühen technischen Entwicklungsstadium. Für die Anleger besteht das Risiko, dass diese Technologie technischen Schwierigkeiten ausgesetzt ist oder ihre Funktionsfähigkeit durch äußere Einflüsse beeinträchtigt wird. Durch einen teilweisen oder vollständigen Zusammenbruch der für den BRI-Token relevanten Stellar Blockchain könnte dem Anleger der Zugang zu seinen BRI-Token vorübergehend und endgültig unmöglich werden. Es besteht das Risiko von Attacken gegen das Netzwerk oder die verwendete Stellar Blockchain. Dabei sind unterschiedliche Arten von Angriffen denkbar. Diese Angriffe können das Netzwerk bzw. die Blockchain unbenutzbar machen, so dass es Anlegern nicht möglich wäre, BRI-Token zu transferieren. Sollte das Netzwerk bzw. die Blockchain gänzlich unbrauchbar werden, besteht das Risiko, dass Anleger auf die ihrem Digitalen Schließfach zugewiesenen BRI-Token gar keinen Zugriff mehr haben. Im schlimmsten Fall kann dies zum unwiederbringlichen Verlust der Token führen.

1.9. Aufbewahrung von Token

Die Emittentin bietet den Anlegern*innen über die Kapilendo Custodian AG – einen vorläufig zugelassenen Kryptoverwahrer – eine technische Lösung zur Aufbewahrung der BRI-Token. Es besteht das Risiko, dass diese Lösung fehlerbehaftet und/oder für mögliche Hackerangriffe besonders anfällig ist. Dadurch können die Anleger möglicherweise vorübergehend oder dauerhaft keinen Zugriff auf ihre BRI-Token haben, was im schlimmsten Fall zum unwiederbringlichen Verlust der Token führen kann. Die Verwaltung im Sinne der laufenden Wahrnehmung der Rechte und Pflichten aus den BRI-Token übernimmt weder die Kapilendo Custodian AG noch die Emittentin.

2. Risiken auf Ebene der Emittentin

2.1. Geschäftsrisiko der Emittentin

Der wirtschaftliche Erfolg der Investition für den Anleger kann nicht mit Sicherheit vorhergesehen werden, sondern hängt davon ab, ob es der Emittentin gelingt, ihre Geschäftstätigkeit erfolgreich umzusetzen. Es besteht das Risiko, dass der Emittentin in Zukunft nicht die erforderlichen Mittel zur Verfügung stehen, um die Zinsforderungen, Rückzahlung des Anlagebetrags sowie Forderungen aufgrund der Gewinn- und Exit-Beteiligung zu erfüllen. Weder der wirtschaftliche Erfolg der zukünftigen Geschäftstätigkeit der Emittentin noch der Erfolg der von der Emittentin verfolgten unternehmerischen Strategie können mit Sicherheit vorhergesehen werden. Die Emittentin kann Höhe und Zeitpunkt von Zuflüssen weder zusichern noch garantieren.

Der wirtschaftliche Erfolg hängt von mehreren Einflussgrößen ab, insbesondere

- davon, ob die von der Emittentin selbst oder Joint Venture Gesellschaften, an denen sie jeweils zu mindestens 50% beteiligt ist, betriebenen gastronomischen Einrichtungen wirtschaftlich erfolgreich betrieben werden können;
- von Zahlungs- und Leistungsfähigkeit von Kund*innen und Vertragspartnern der Emittentin;
- von rechtlichen und/oder steuerlichen Rahmenbedingungen für die Geschäftstätigkeit der Emittentin.

Verschiedene weitere Faktoren wie insbesondere Veränderung der Konjunkturlage, verbunden mit veränderter Kaufkraft der Kunden*innen der Emittentin, Veränderung der Wettbewerbsbedingungen, Planungsfehler, Umweltrisiken, die Abhängigkeit von Schlüsselpersonen sowie Veränderungen der rechtlichen und steuerrechtlichen Rahmenbedingungen können nachteilige Auswirkungen auf die Emittentin haben. Dies kann zur Folge haben, dass die Ansprüche aus dem tokenbasierten Partizipationsrecht nicht oder nicht in der geplanten Höhe bedient werden können. Im schlimmsten Fall kommt es zum Totalverlust des eingesetzten Kapitals.

2.2. Platzierungsrisiko

Im Rahmen der Platzierung des tokenbasierten Partizipationsrechts kann die Emittentin weniger Kapital als geplant einwerben. Dies kann dazu führen, dass es der Emittentin aufgrund fehlender Mittel nicht gelingt ihre Geschäftstätigkeit erfolgreich umzusetzen. Dies würde zu geringeren Einnahmen bei der Emittentin aus ihrer Geschäftstätigkeit führen und sich negativ auf ihre Vermögens-, Finanz- und Ertragslage auswirken. Dies kann zur Folge haben, dass die Ansprüche aus dem tokenbasierten Partizipationsrecht

nicht oder nicht in der geplanten Höhe bedient werden können. Im schlimmsten Fall kommt es zum Totalverlust des eingesetzten Kapitals.

2.3. Kapitalstrukturrisiko und Bürgschaften

Die Emittentin finanziert sich zusätzlich durch weiteres Fremdkapital. Sie ist insofern anfälliger für Zinsänderungen, Umsatzschwankungen oder ansteigende Betriebsausgaben als Unternehmen, die nicht oder nur in geringem Ausmaß mit Fremdkapital finanziert sind. Durch die Aufnahme von Fremdkapital wird das Insolvenzrisiko der Emittentin erhöht, wenn diese z.B. aufgrund unvorhersehbarer Ereignisse nicht in der Lage ist Zins- und Tilgungsraten der Fremdkapitalgeber zu bedienen.

2.4. Personal- und Managementrisiken

Bei der Emittentin besteht das Risiko von Managementfehlern. Auch Managementfehler bei wesentlichen Vertragspartnern*innen der Emittentin sind nicht auszuschließen. Es kann in technischer, rechtlicher oder wirtschaftlicher Hinsicht zu Fehleinschätzungen kommen. Ebenfalls kann nicht ausgeschlossen werden, dass sich die Gesellschafterstruktur in Zukunft ändert und dritte Personen einen beherrschenden Einfluss auf die Emittentin gewinnen können.

Gerade gastronomische Betriebe sind in hohem Maße von ihren Mitarbeitern und deren Qualitäten abhängig. Es besteht das Risiko, dass es der Emittentin nicht gelingt, hinreichend qualifizierte Mitarbeiter zur Umsetzung der Geschäftsstrategie, insbesondere für den Betrieb der gastronomischen Einrichtungen, in notwendiger Zahl zu halten bzw. einzustellen.

Durch den Verlust von Mitarbeitern mit entsprechenden Schlüsselqualifikationen besteht das Risiko, dass Fachwissen nicht mehr zur Verfügung steht. Können die Schlüsselpersonen nicht dauerhaft durch qualifizierte Mitarbeiter ersetzt werden, kann dies erhebliche negative Auswirkungen auf die wirtschaftliche Entwicklung der Emittentin haben. Dadurch könnte sich die Höhe der Zahlungen aufgrund der Gewinn- und Exit-Beteiligung an die Anleger*innen und die Rückzahlung des Anlagebetrags reduzieren oder diese könnten ausfallen. Im schlimmsten Fall kommt es zum Totalverlust des eingesetzten Kapitals.

2.5. Kündigung von Mietverträgen

Die Emittentin bzw. Joint Venture Gesellschaften, an denen sie beteiligt ist, betreiben gastronomische Einrichtungen in Gebäuden und auf Grundstücken, die jeweils für den Betrieb angemietet wurden. Es besteht das Risiko, dass bestehende Mietverträge gekündigt oder Laufzeiten nicht verlängert werden. Es besteht dann das Risiko, dass keine geeigneten anderweitigen Grundstücke/Gebäude gefunden werden. In diesen Fällen können ggf. auch wirtschaftlich erfolgreiche Einrichtungen nicht weiter betrieben werden, was zu einem Umsatz- und Gewinnrückgang bei der Emittentin führen und sich nachteilig auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Emittentin auswirken würde. Für die Anleger kann dies bedeuten, dass Gewinn- und/oder Exit-Beteiligungen ganz oder teilweise ausfallen. Im schlimmsten Fall kann dies auch zum Totalverlust des eingesetzten Kapitals führen.

2.6. Standortrisiko

Für den Erfolg gastronomischer Betriebe entscheidend ist auch ihr Standort und die Erreichbarkeit der gastronomischen Einrichtung (z.B. auch durch öffentliche Verkehrsmittel). Es besteht das Risiko, dass die Geschäftsführung der Emittentin bzw. der Joint Venture Gesellschaften keine solch geeigneten Standorte auswählen. Standorte können sich auch mit der Zeit verschlechtern, z.B. durch negative Veränderungen im Wohnumfeld des jeweiligen Standorts. Auch der bei einem Standort vorhandene hohe Konkurrenzdruck durch bereits vorhandene andere gastronomische Einrichtungen kann sich negativ auf den Erfolg der Geschäftstätigkeit der Emittentin auswirken. Für die Anleger kann dies bedeuten, dass Gewinn- und/oder Exit-Beteiligungen ganz oder teilweise ausfallen. Im schlimmsten Fall kann dies auch zum Totalverlust des eingesetzten Kapitals führen.

2.7. Frühe Unternehmensphase

Bei der Emittentin handelt es sich um ein Unternehmen in einer frühen Unternehmensphase. Die Finanzierung eines solchen jungen Unternehmens ist mit spezifischen Risiken verbunden. Setzt sich eine Geschäftsidee am Markt nicht durch oder kann der geplante Geschäftsaufbau nicht wie erhofft umgesetzt werden, besteht das Risiko der Insolvenz der Emittentin. Der Unternehmenserfolg hängt von verschiedenen Faktoren, wie z.B. der Finanzierung, dem Team, Fachkräften und Berater*innen, dem Marktumfeld, Lieferant*innenbeziehungen, technologischen Entwicklungen, Schutzrechten, gesetzlichen Rahmenbedingungen, Wettbewerber*innen und weiteren Faktoren ab. Für Anleger*innen, die in ein Frühphasenunternehmen investieren, erhöht sich dadurch das Risiko, ist es dass sie ihr investiertes Kapital verlieren.

2.8. Risiken aus der Marktentwicklung

Gastronomische Einrichtungen werden von Menschen vor allem dann vermehrt besucht, wenn ihre wirtschaftliche Einkommenssituation dies zulässt. Damit hängt der Erfolg der Emittentin auch von der gesamtwirtschaftlichen und der Nettolohn-Entwicklung in Deutschland ab. Aufgrund der Corona-Pandemie ist es auch in Deutschland zu einem Rückgang der Wirtschaftsleistungen gekommen, deren Auswirkungen im Einzelnen noch nicht abschließend vorhersehbar sind. Ein starker wirtschaftlicher Abschwung und hohe Arbeitslosigkeit in Deutschland können dazu führen, dass Menschen nicht oder jedenfalls weniger gastronomische Einrichtungen (auch der Emittentin) aufsuchen. Dies könnte zu geringeren Einnahmen bei der Emittentin aus ihrer Geschäftstätigkeit führen und sich negativ auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Emittentin auswirken. Im schlimmsten Fall kann sich die Emittentin am Markt nicht mehr behaupten und es kommt zur Insolvenz. Für die Anleger würde dies einen Totalverlust des eingesetzten Kapitals bedeuten.

2.9. Neue Wettbewerber*innen

In den Geschäftsfeldern, in denen die Emittentin aktiv ist, könnte es zu einem Markteintritt von Konkurrent*innen und somit zu einem verstärkten Wettbewerb kommen. Dieser Wettbewerb könnte sich, wenn kapitalstärkere Wettbewerber*innen in den Markt eintreten, deutlich intensivieren. Dies könnte den Preisdruck erhöhen, die Nachfrage nach Produkten der Emittentin senken oder sonstige nachteilige

Auswirkungen auf die geschäftliche Entwicklung der Emittentin haben. Weiterhin kann nicht ausgeschlossen werden, dass die Wettbewerber*innen Produkte oder Dienstleistungen entwickeln und anbieten, die denen der Emittentin überlegen sind und / oder auf eine größere Marktakzeptanz stoßen. Generell ist nicht sichergestellt, dass sich die Emittentin in dem gegenwärtigen und künftig zunehmenden Wettbewerb erfolgreich behaupten wird. Der Eintritt eines jeden dieser vorgenannten Umstände könnte die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Emittentin wesentlich nachteilig beeinflussen. Für die Anleger kann dies bedeuten, dass Gewinn- und/oder Exit-Beteiligungen ganz oder teilweise ausfallen. Im schlimmsten Fall kann dies auch zum Totalverlust des eingesetzten Kapitals führen.

2.10. Negative Berichterstattung

Es besteht das Risiko, dass über die Emittentin bzw. von ihr oder einer Joint Venture Gesellschaft betriebene gastronomische Einrichtung in der Presse negativ berichtet wird (z.B. für den Fall, dass gesetzliche Anforderungen an Hygiene oder Gesundheit in den Betrieben nicht eingehalten wurden). Dies kann zu erheblichen Umsatzrückgängen und Verlusten bei der Emittentin und ihren Joint Venture Gesellschaften führen, weil die gastronomischen Einrichtungen der Emittentin bzw. der Joint Venture Gesellschaften in der Folge der negativen Berichterstattung nur noch unzureichend besucht werden. Für die Anleger kann dies bedeuten, dass Gewinn- und/oder Exit-Beteiligungen ganz oder teilweise ausfallen. Im schlimmsten Fall kann dies auch zum Totalverlust des eingesetzten Kapitals führen.

2.11. Gesetzesverstöße, behördliche Maßnahmen

Verstöße in den gastronomischen Einrichtungen gegen gesetzliche oder behördliche Auflagen (insbesondere im Zusammenhang mit Hygiene- und Gesundheitsmaßnahmen) können zu Maßnahmen von Behörden (Bußgelder, Schließung von Betrieben etc.) führen. Dies würde zu geringeren Einnahmen bei der Emittentin aus ihrer Geschäftstätigkeit führen und sich negativ auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Emittentin auswirken. Für die Anleger kann dies bedeuten, dass Gewinn- und/oder Exit-Beteiligungen ganz oder teilweise ausfallen.

2.12. Risiken aufgrund von Gesetzesänderungen

Es besteht das Risiko, dass sich gesetzliche Anforderungen an den Betrieb von gastronomischen Einrichtungen zum Nachteil der Emittentin verändern und den Betrieb insgesamt durch erhöhte Auflagen erschweren. Dies kann bei der Emittentin zu höheren Kosten führen und sich damit nachteilig auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Emittentin auswirken. Für die Anleger kann dies bedeuten, dass Gewinn- und/oder Exit-Beteiligungen ganz oder teilweise ausfallen.

2.13. Risiko aufgrund von Pandemien (z.B. Covid-19)

Es besteht das Risiko, dass eine globale Ausbreitung von Krankheiten, wie z.B. Covid-19, die geplante Ausübung der Geschäftstätigkeit der Emittentin nachhaltig gestört wird. Auch in Deutschland ist es in der Vergangenheit aufgrund der Covid-19-Pandemie zu teilweisen oder vollständigen Schließung von gastronomischen Einrichtungen gekommen (Lock-down). Es ist nicht auszuschließen, dass es auch in Zukunft zu einem solchem Lock-down kommt. Für die Emittentin bedeutet dies erhebliche Umsatz- und Gewinneinbußen. Für die Anleger kann dies bedeuten, dass Gewinn- und/oder Exit-Beteiligungen ganz

oder teilweise ausfallen. Im schlimmsten Fall kann dies auch zum Totalverlust des eingesetzten Kapitals führen.

Hinweise des Plattformbetreibers – Invesdor (Kapilendo AG, Berlin)

Umfang der Projektprüfung durch den Plattformbetreiber

Der Plattformbetreiber, die Invesdor (Kapilendo AG), nimmt im Vorfeld des Einstellens eines Projekts auf der Plattform lediglich eine Plausibilitätsprüfung vor. Das Einstellen auf der Plattform stellt keine Investitionsempfehlung dar.

a) Tätigkeitsprofil des Plattformbetreibers

Der Plattformbetreiber übt keine Beratungstätigkeit aus und erbringt keine Beratungsleistungen. Insbesondere werden keine Finanzierungs- und/oder Anlageberatung sowie keine steuerliche und/oder rechtliche Beratung erbracht. Der Plattformbetreiber gibt Anleger*innen keine persönlichen Empfehlungen zum Erwerb von Finanzinstrumenten auf Grundlage einer Prüfung der persönlichen Umstände des*der jeweiligen Anleger*in. Die persönlichen Umstände werden nur insoweit erfragt, wie dies im Rahmen der Anlagevermittlung gesetzlich vorgeschrieben ist, und lediglich mit dem Ziel, die gesetzlich vorgeschriebenen Hinweise zu erteilen, nicht aber mit dem Ziel, dem*der Anleger*in eine persönliche Empfehlung zum Erwerb eines bestimmten Finanzinstruments auszusprechen.

b) Informationsgehalt der Angebotsunterlagen

Diese Risikohinweise erheben nicht den Anspruch, alle Informationen zu enthalten, die für die Beurteilung der angebotenen Anlage erforderlich sind. Anleger*innen sollten die Möglichkeit nutzen, dem Emittenten Fragen zu stellen, sich aus unabhängigen Quellen zu informieren und fachkundige Beratung einzuholen, wenn sie unsicher sind, ob sie das Partizipationsrecht erwerben wollen. Da jede*r Anleger*in mit dem Erwerb persönliche Ziele verfolgen kann, sollten die Angaben und Annahmen der Emittentin unter Berücksichtigung der individuellen Situation sorgfältig geprüft werden.