



FASHION
concept



Beteiligungs-Exposé

FASHION IST BEI ANLEGERN IN MODE

Stille Beteiligung · Genussrechtsbeteiligung
Namenschuldverschreibungs-Kapital · Nachrangdarlehen



**„Mode geht in nur eine
Richtung – nach vorn.“**

Anna Wintour

Inhalt

Vorwort	3
Das Unternehmen	4
Marktsituation und Wettbewerb	8
Produkte	10
Strategie	13
Mittelverwendung und Vorteile für Investoren	14
Stille Gesellschaftsbeteiligung	16
Genussrechte	17
Namenschuldverschreibungen	18
Nachrangdarlehen	18
Hinweise	19



Unser Topmodel Jeremy Meeks
aus Los Angeles/USA.

Vorwort

CATWALK DER MÖGLICHKEITEN

„Bei allem Hin und Her in der Mode kommt oben immer der Kopf raus. Das ist Tradition“, spöttelte Star-Designer Wolfgang Joop einmal über seine Zunft. Das vielsagende Zitat beschreibt treffend die Schnelllebigkeit von Ideen und Trends. Aber auch die Modebranche selbst befindet sich in einem rapiden Wandel: 2019 werde für Ihre Akteure das Jahr des Aufbruchs sein, prognostizieren die Unternehmensberater von McKinsey in ihrem aktuellen State of Fashion-Report. Wer auf dem 2 Billionen Euro-Weltmarkt künftig Erfolg haben wolle, müsse flexibel sein, digital denken und Produkte noch schneller vermarkten können. Ein Unternehmen, das unter diesem Paradigma gegründet wurde, ist der Textilhersteller und Mo-
devertrieb Fashion Concept.

Mode-Business von heute

Mit einer zeitgemäßen Multi-Channel-Strategie vertreiben wir von einem Schwesterunternehmen in der Türkei gefertigte Fast Fashion-Textilwaren. Unsere exklusiven Modemarken Jimmy Sanders und Auden Cavill erreichen über die großen Online-Portale wie Zalando, eigene E-Shops, sogenannte Flash Sale-Seiten und immer mehr Ladengeschäfte schon heute ein internationales Publikum. Durch ständige Marktanalysen bleiben wir dabei stets am Puls der Kundenwünsche. Effiziente Herstellungs- und Logistikstrukturen sowie verkaufstarke Absatzkanäle sichern uns überdurchschnittliche Ge-

winnmargen bei hohen Stückzahlen. Und dank eines konsequent verfolgten Marketing- und Wachstumsplans konnte Fashion Concept bereits im dritten Unternehmensjahr einen Umsatz von 6 Millionen Euro erzielen und in den ersten fünf Monaten 2019 bereits über Euro 7 Mio. Umsatz verzeichnen. Erwartetes Ergebnis für 2019: plus 120 %.

Jetzt Chancen ergreifen

Weitsichtige Investoren haben jetzt die Möglichkeit, an der Erfolgsgeschichte unseres Unternehmens teilzuhaben. Beteiligungskapital wird es Fashion Concept ermöglichen, seine Herstellungs- und Einkaufskonditionen weiter zu verbessern, den Ausbau des stationären Handels in Europa und den Golfstaaten zu beschleunigen und die Bekanntheit seiner Marken nachhaltig zu steigern. Anleger profitieren im Gegenzug von weit überdurchschnittlichen Umsatz- und Ertragssteigerungen, die ihnen dauerhaft attraktive Renditen versprechen. Ich lade Sie deshalb ein, uns auf den folgenden Seiten näher kennenzulernen. Dort erfahren Sie, warum Kleider nicht nur Leute machen, sondern aus Fashion auch Vermögen entsteht.

Oguzhan Dertli
Geschäftsführer

**Vertikalisierung macht
Hersteller zu den
besseren Händlern –
Und den Handel zu
Marktforschern für die
nächste Kollektion.**



Das Unternehmen

CHIC PER KLICK

Die im November 2016 gegründete, in Mannheim ansässige Fashion Concept GmbH vertreibt mit Ihren beiden Modemarken Jimmy Sanders und Auden Cavill Damen- und Herrenoberbekleidung auf dem internationalen Markt. Die Fashion Concept GmbH hat zudem das amerikanische **Supermodel Jeremy Meeks** mit einer eigenen Kollektion zur Erweiterung ihres Markensortiments und als Influencer gewonnen. Das sensationell wachsende Modeunternehmen, Lieferant u.a. von Zalando, hat im August 2019 das amerikanische Top-Model Jeremy Meeks als Präsentations-Model und Markengeber unter Vertrag genommen. So wird mit **Jeremy Meeks aus Los Angeles** zusammen eine weitere neue Marke und Kollektion entwickelt, die marken- und patentrechtlich geschützt wird. Jeremy Meeks – auch aus allen deutschen Modezeitschriften und der Gesellschafts- sowie der Boulevard-Presse ein Begriff - ist weltweit bekannt und wird ferner als Influencer für die Fashion Concept GmbH tätig.

Spezialisiert auf den EU-Import und weltweiten Vertrieb von in der Türkei gefertigten Textilwaren steht Fashion Concept in einer symbiotischen Beziehung zu seinem Istanbul Schwesternunternehmen GoldTex. Der türkische Partner beliefert Fashion Concept exklusiv mit hochwertiger Ware und ist für die Entwicklung der Modeartikel zuständig, die bei verschiedenen spezialisierten Herstellern am Bosphorus produziert werden. Die fertige Kleidung wird von Fashion Concept in Deutschland eingeführt, verzollt und bei einem Logistikpartner eingelagert, der diese an die unterschiedlichen Abnehmer weiterversendet.

Online-Geschäft als Wachstumstreiber

Im Rahmen einer Multi-Channel-Strategie wird das Sortiment von Fashion Concept bislang vornehmlich online vertrieben. Knapp 80 % des Umsatzes generiert das B2B-Geschäft mit namhaften Großhändlern, von denen die schnell wechselnden Kollektionen auf verschiedenen bekannten Verkaufsportalen und sogenannten Flash Sale- oder Daily Deal-Seiten angeboten werden. Etwa 20 % der Umsätze stammen aus stationären Ladengeschäften. In beiden Bereichen konnte das Unternehmen binnen kürzester Zeit ein beachtliches Netzwerk von über 40 Distributionspartnern in mehr als 30 Ländern aufbauen.

Meilensteine für die wirtschaftliche Entwicklung und eine rasante Umsatzsteigerung waren erfolgreiche Vertragsabschlüsse u.a. mit der Zalando Gruppe, Brands4Friends, der französischen Vente Privée Group und der Showroomprivé Group. Mit der BNS-Gruppe in Russland sowie der Vipshop Holding – dem mit über 52 Millionen Kunden drittgrößten E-Commerce-Unternehmen Chinas – hat Fashion Concept auch im außereuropäischen Raum zwei der wichtigsten Mode- und Online-Händler für sich gewinnen können. In den USA arbeitet Fashion Concept zudem mit Touch of Modern zusammen, einer App, die Männer dabei unterstützt, neue Kleidungstrends zu entdecken und einzukaufen. Alle übrigen Verkäufe werden im B2C E-Commerce, vorrangig über die markeneigenen Online-Shops von Jimmy Sanders und Aden Cavill realisiert.

Digitalmarketing steigert Markenbekanntheit

Das Marketing der unternehmenseigenen Brands bedient sich in erster Linie des modernen Internet-Instrumentariums. Suchmaschinenoptimierung (SEO) und Google Adwords, also die punktgenaue Auslieferung von Anzeigen bei der aktiven Online-Suche, eröffnen Fashion Concept ein internationales und schier endloses Kundenpotenzial bei präzisiertem Targeting. Auch Facebook Ads und Instagram werden als wirksame Werbe-Tools eingesetzt, die ihre Zielgruppe präzise erreichen und zuverlässig Traffic auf den Seiten der Online-Shops generieren.

Präsent in den sozialen Medien

Frühzeitig hat Fashion Concept aber auch die Bedeutung von sogenannten Influencern in den sozialen Netzwerken erkannt. Denn längst sind es nicht mehr die großen Modeschauen und Fachzeitschriften, sondern Celebrities, Blogger und YouTuber, die Kleider an die Leute bringen. Follower, Shares und Likes bestimmen zunehmend über Relevanz und den Markterfolg von Textilien. Heute in den sozialen Medien, morgen schon online zu haben und übermorgen in den Kleiderschränken – so funktioniert der Mechanismus. Deshalb hat Fashion Concept frühzeitig auf die Kooperation mit digitalen Meinungsführern gesetzt und will die Zusammenarbeit mit prominenten Markenbotschaftern und Multiplikatoren in verschiedenen Ländern noch ausbauen. Denn einflussreiche Blogger, die Kleidung von Jimmy Sanders und Audeen Cavill ihren treuen Abonnenten präsentieren, verleihen den Produkten ein hohes Maß an Authentizität und Glaubwürdigkeit.



Über Fashion Concept

- gegründet im November 2016
- Vertrieb von Damen- und Herrenoberbekleidung
- funktionale Unternehmensstrukturen
- kostengünstige Produktion im Niedriglohnland Türkei unter deutscher Qualitätskontrolle
- stark im Wachstumssegment Fast Fashion
- beeindruckendes Portfolio an Distributionskanälen
- kurze Reaktionszeiten auf Marktveränderungen
- geringe Ausfallrisiken, einfache Skalierbarkeit
- erwarteter Umsatz 2019: über 10 Mio. Euro

KAPITALANLEGERN AUF DEN LEIB GESCHNEIDERT

Der Kopf hinter Fashion Concept ist Herr Oguzhan Dertli. Als Brand Owner und Geschäftsführer des Unternehmens sowie zu 50 % Anteilseigner an GoldTex lenkt er maßgeblich die Geschicke des Modevertriebs. 1991 in Ludwigshafen geboren, verfügt Herr Dertli über langjährige Erfahrung im Textilgeschäft, Außenhandel und Vertrieb, u.a. für die Luxury-Trade GmbH in der Schweiz.

Als seine Hauptaufgabe bei Fashion Concept betrachtet er die Akquise neuer Absatzkanäle sowie die Pflege der Beziehungen zu bestehenden Vertriebspartnern. Seinem persönlichen Engagement verdankt das Unternehmen die Vielzahl an Kooperationen mit namhaften Verkaufsportalen wie Zalando und Brands4Friends. Seit vielen Jahren schon befasst sich Herr Dertli mit Data-gestützten Trend- und Marktanalysen, führt Mode und Technologie zusammen und arbeitet an der ständigen Optimierung von Unternehmensprozessen. Seine Person und sein Selbstverständnis bürgen dafür, dass Anleger auch in Zukunft mit hervorragenden Entwicklungsperspektiven von Fashion Concept rechnen dürfen.

Der Erfolg kommt nicht von ungefähr

Bei Fashion Concept handelt es sich also um ein Unternehmen, welches im Wachstumsmarkt Mode das geschäftliche Ansehen einer deutschen Firma mit den Zollvorteilen innerhalb der EU und den kostengünstigen Produktionsmöglichkeiten der Textilbranche in der Türkei vereint. International aufgestellt, ermöglichen ihm angesehene Vertragspartner den Zugang zu einem großen Publikum und stetiges Wachstum, das sich in der Umsatzentwicklung der ersten Geschäftsjahre deutlich ablesen lässt. Schon im Gründungsjahr erzielte Fashion Concept, allein aus Eigenmitteln finanziert, einen Umsatz von rund 3 Millionen Euro. Innerhalb von nur zwei Jahren wurde das Geschäftsvolumen verdoppelt. Und für 2019 wird mit einem Plus von über 120 % gerechnet. Mit seinem Schwesterunternehmen in Istanbul wird es Fashion Concept auch in Zukunft einen Quick-Response-Ansatz verfolgen und Kundenwünsche in einer Vielzahl von Kollektionen innerhalb eines Jahres auf den Markt bringen können. Durch eine noch breitere Aufstellung des Unternehmens und einen strategischen Ausbau des stationären Handels (s. Vision und Strategie) werden Umsatz und Ertrag weiter steigen – und Investoren noch bessere Renditeaussichten genießen.





PERSPEKTIVEN IN XXL

Die weltweite Modeindustrie befindet sich auf Wachstumskurs. Mit einem langfristig durchschnittlichen Umsatzzuwachs von jährlich über 5 % liegt ihr Gesamtvolumen bei mittlerweile rund 2,1 Billionen Euro. Damit haben sich Produktion und Absatz in weniger als 20 Jahren mehr als verdoppelt. Umsatztreiber der letzten Jahre: Fast Fashion. Dabei produzieren Modemarken in immer kürzeren Abständen neue Trends. Was heute auf den Laufstegen von Paris, Mailand oder New York präsentiert wird, findet sich innerhalb weniger Tage in den Einkaufsmeilen und Online-Shops der ganzen Welt. Im Ergebnis kaufen Verbraucher immer mehr Kleidungsstücke (in Deutschland im Schnitt 60 pro Jahr) und tragen diese nur noch halb so lang wie noch vor 15 Jahren. Dadurch sind allein hierzulande die jährlichen Ausgaben für Bekleidung und Schuhe auf über 70 Milliarden Euro jährlich gestiegen – das entspricht fast 5 % der gesamten Konsumausgaben.

Wir werden eine weitere Textilmarke neu herausbringen welche die Kollektion von „Jeremy Meeks“ enthält und nach ihm benannt wird. Das Super-Männer-Topmodel Jeremy Meeks aus den USA (Jahrgang 1984) ist weltweit bekannt, wie man bei Google sehen kann. Er hat allein

auf Instagram über 1,6 Millionen Abonnenten/Follower und ist sogar bei Wikipedia notiert. Auch in den deutschen Boulevard-Blättern (z.B. BILD, Stern und Gala etc.) ist viel über ihn berichtet worden. Die Fashion Concept GmbH wird deshalb mit den neuen und weiteren Werbeträgern sowie Influencern stark in die Internationalen Märkte vordringen und weitere Absatzkanäle erobern.

Die Marke wird auf uns patentiert (Wort-/Bildmarke; Warenzeichenschutz) sein; mit dem Jeremy Meeks wird auf Erfolgsbasis abgerechnet. Der Jeremy Meeks wird sein ganzes Internationales Netzwerk mit in unsere Marketingstrategie einbauen, so dass wir hier in sehr kurzer Zeit einen sehr hohen Bekanntheitsgrad erreichen werden. Dadurch werden natürlich auch unsere anderen Marken, welche wir besitzen, enorm profitieren.

Den Umsätzen stehen ca. 1/3 Produktionskosten und 1/3 Werbekosten und Lizenzgebühren für die Marken-Werbeträger gegenüber. Ca. 1/5 sind Personalaufwendungen und sonstige Kosten.





Weitsichtig positioniert

Den deutschen Bekleidungsmarkt teilen sich die klassischen Fachhändler und Ketten, der Versandhandel, Kauf- und Warenhäuser sowie einige branchenfremde Anbieter. Zuletzt ließen sich vor allem drei marktverändernde Trends in der Modebranche beobachten: die Auslagerung der Produktion in Niedriglohnländer, eine Vertikalisierung, d.h. die Kontrolle der gesamten Wertschöpfungskette von der Fertigung bis zum Verkauf an den Endverbraucher durch denselben Anbieter, sowie eine immer größere Bedeutung des Online-Handels. Durch seine Zusammenarbeit mit der produzierenden Schwesterfirma GoldTex in der Türkei und eine von Anfang an auf Digitalität und Multi-Channel-Retailing ausgerichteten Strategie hat sich Fashion Concept in allen drei Bereichen hervorragend positioniert.

Konkurrenzfähig durch Alleinstellung

Natürlich gibt es auf dem Bekleidungsmarkt eine Vielzahl von Mitbewerbern, die mit dem Angebot von Fashion Concept vergleichbare Produkte anbieten und sich derselben Absatzkanäle bedienen. Darunter finden sich zahlreiche Mitbewerber, die bereits länger am Markt etabliert sind und mit bekannten Marken beachtliche Reichweiten erzielen. Allerdings wird der

Modemarkt vom Wunsch der Kunden nach einer möglichst großen Auswahl geprägt. Die Existenz von Mitbewerbern sagt deshalb zunächst nichts über die Wettbewerbsfähigkeit von Fashion Concept aus. Denn zum einen ist der Modesektor kein schnell gesättigter Markt, zum anderen verfügt das Unternehmen über Alleinstellungsmerkmale, die ihm in der Branche deutliche Vorteile verschaffen.

Vor allem durch seine einzigartige Unternehmensstruktur kann Fashion Concept zu besonders wirtschaftlichen Konditionen produzieren, schneller auf Marktanforderungen reagieren und seinen Vertragspartnern ungewöhnlich attraktive Margen bieten. Darüber hinaus bietet der Wettbewerb sogar ganz konkrete Vorteile. Denn bei Bekleidungsartikeln handelt es sich fast immer um Nachahmerprodukte. Das heißt: Fashion Concept profitiert davon, erfolgreiche Angebote ohne Entwicklungskosten und deshalb mit geringerem Risiko nachempfinden und sein sogenanntes Me-too in guter oder besserer Qualität zu einem für Fast Fashion relevanten günstigen Preis verkaufen zu können.

FÜR DEN ERFOLG DESIGNT

Fashion Concept hat sich auf den Vertrieb sogenannter Fast Fashion im Bereich der Damen- und Herrenoberbekleidung spezialisiert. Damit bezeichnet man ein Geschäftsmodell des Textilhandels, bei dem Kollektionen laufend geändert und die Zeit vom neuesten Design zur Massenware im Vertrieb stark verkürzt wird. Die stetigen Sortimentsveränderungen sollen Kunden dazu bewegen, die Verkaufskanäle immer wieder aufzusuchen und in kürzeren Frequenzen einzukaufen. Dabei besitzt Fashion Concept den großen Vorteil, durch vollständige Produktionskontrolle auf die Auswertung von Absatzkriterien schneller als andere reagieren und Umsätze durch die unmittelbare Berücksichtigung von Kundenwünschen steigern zu können.

Breites Sortiment unter zwei Marken

Zu den Bekleidungsartikeln der zyklischen Sommer- und Winterkollektionen zählen u.a. Pullover, Sweatshirts, Polohemden und T-Shirts, Oberhemden, Kleider und Blusen, Jeans und andere Hosen, Jacken jeglicher Art sowie Herren Unterwäsche und Bademode. Die Modeartikel verteilen sich auf zwei Marken mit ähnlichen Sortimenten: Jimmy Sanders und Auden Cavill. Die Platzierung von zwei unterschiedlichen Labels mit vergleichbaren Angeboten ist vor allem marketingmotiviert, da sie eine abwechselnde Bewerbung auf den großen Ver-

kaufsportalen ermöglicht, um durch maximale Sichtbarkeit der Produkte den Absatz fortwährend zu fördern.

Jimmy Sanders (www.jimmysanders.com) versteht sich als starke Lifestylemarke, die für langlebige Qualität im klassischen und modernen Stil für Frauen und Männer steht. Auden Cavill ist als Modemarke positioniert, die Qualität mit natürlichen Materialien und verantwortungsvoller Produktion kombiniert. Sie repräsentiert einen mühelosen Stil, bei dem Authentizität und unkompliziertes Leben im Mittelpunkt der Markenphilosophie stehen. Beide Labels besitzen ein hervorragendes Preis-Leistungs-Verhältnis und greifen permanent – von casual bis elegant – Markttrends und Neuheiten in Schnitten und Farben auf.

Perfekter Online-Service

Wie die großen Verkaufsportale auch, bietet Fashion Concept den Online-Kunden seiner eigenen Web-Shops höchste Servicestandards. Reibungslose Abläufe der Bestell- und Liefervorgänge, sichere Bezahlungsmöglichkeiten, strenge Datenschutzbestimmungen sowie mühelose Rücksendungen und eine großzügige Umtauschpolitik entsprechen den gestiegenen Ansprüchen von Kunden im globalen und digitalen Zeitalter.



Mode darf nicht einfach nur gut aussehen. Sie soll Zugehörigkeit ausdrücken und gleichzeitig unsere Individualität bewahren. Deshalb sind Menschen bereit, viel Geld für Kleidung auszugeben.



Technologische Innovationen und veränderte Kundenerwartungen erfordern neue Geschäftsmodelle in der Textilbranche. Fashion Concept ist darauf vorbereitet.



PRÊT À PARTIR



Die Wachstumsstrategie von Fashion Concept lässt sich mit den Begriffen Diversifizierung und Vertikalisierung zusammenfassen. Hauptinstrument soll dafür eine weltweit stärkere Präsenz im stationären Ladengeschäft sein, das bislang nur ca. 10 % des Gesamtumsatzes ausmacht. Zwar wird auch weiterhin der wirtschaftliche Fokus auf dem B2B-Verkauf im E-Commerce und der Zusammenarbeit mit großen Distributoren liegen, jedoch soll das Unternehmen zur Sicherung seiner Zukunftsfähigkeit breiter aufgestellt werden.

Die noch konsequentere Verfolgung der Multi-Channel-Strategie vergrößert das Absatzpotenzial und folgt dem Beispiel der Vertikalisierung, wie es von den Major Playern der Branche vorgelebt wird. Denn Marktanalysen haben ergeben, dass es von Vorteil ist, nicht allein auf den Online-Handel zu setzen, sondern die komplette Wertschöpfungskette zu kontrollieren. Schon heute besitzt Fashion Concept den unschätzbaren Vorteil, über GoldTex direkten Einfluss auf Entwicklung und Produktion seiner Handelsware zu nehmen. Nun sollen durch intensivierte Kundenkontakt im Einzelhandel die Warenauswahl optimiert und Margenverluste verringert werden. Zudem ist Präsenz im Einzelhandel ein wichtiges Marketinginstrument, das die Marken Jimmy Sanders und Auden Cavill einem breite-

ren Publikum zugänglich macht, ihren Markenwert stärkt und in Konsequenz höhere Preise rechtfertigt.

Gewinnsteigerung durch Offline-Wachstum

Zu diesem Zweck werden noch 2019 mindestens drei Shops unter dem Namen Fashion Concept in deutschen Großstädten eröffnet, die neben den eigenen Marken auch Produkte kleinerer Kooperationspartner als Kommissionsware verkaufen. Hier liegen die Gewinnmargen für Eigenmarken bei rund 300 %, für Kommissionsware bei etwa 200 %. Bereits bis Ende 2020 soll sich die Zahl der stationären Inlandsgeschäfte auf 20 erhöhen. Darüber hinaus plant das Unternehmen Corner Shops, Department und Multibrand Stores als neue Kunden zu gewinnen sowie im gleichen Zeitraum zehn weitere Shops im europäischen Raum plus fünf Geschäfte in Dubai und Abu Dhabi zu eröffnen. Unterstützt wird diese Entwicklung durch den Aufbau eines schlagkräftigen internationalen Vertriebsteams, eine verstärkte Präsenz auf allen relevanten Fashion-Messen und eine intensivierte Zusammenarbeit mit Mode-Bloggern und anderen Influencern. Auch das Produktangebot von Fashion Concept soll 2019 nochmals erweitert werden: Mit Frederic Toussaint wird eine Luxury Line mit T-Shirt-Preisen von durchschnittlich 200 Euro im Markt eingeführt; eine zusätzliche Polo-Marke im Yacht- und Golf-Design positioniert sich im Qualitäts- und Preis-Segment von Tommy Hilfiger.

HIGH FASHION FÜRS PORTEFEUILLE

Für Mode Geld ausgeben ist leicht. Aber damit etwas verdienen? Die einen hoffen auf das sogenannte Investment Piece – und meinen damit in der Regel den Erwerb einer neuen it-Bag oder eines Luxuschuhs, der sich irgendwann gewinnbringend weiterverkaufen lässt (weit häufiger aber als Einkauf erweist, den man sich eigentlich gar nicht leisten kann). Die anderen legen Geld in Aktien großer Modekonzerne an. Das hat in den letzten Jahren meist eine kleine Rendite erwirtschaftet. Mehr allerdings auch

nicht. Fashion Concept bietet Investoren ganz andere Perspektiven. Denn als junges Unternehmen verspricht der Modervertrieb aus Mannheim deutlich höhere Wachstumsraten, die er in den vergangenen Jahren auch zuverlässig realisiert hat. Bewährte Unternehmensstrukturen, ein branchenerfahrenes Management, langfristige Distributionsverträge und Einkaufsbedingungen, die warenbezogene Unwägbarkeiten praktisch vollständig ausschließen, garantieren Anlegern das bestmögliche Chancen-

Risiko-Verhältnis. Geld macht Mode – und umgekehrt Eingeworbenes Investorenkapital wird Fashion Concept nahezu vollumfänglich in die weitere Verbesserung seiner Einkaufskonditionen, den Ausbau des stationären Handels in Europa und den Golfstaaten sowie die Steigerung der Bekanntheit seiner Marken Jimmy Sanders und Auden Cavill investieren.

So lassen sich die bereits niedrigen Produktionskosten in der Türkei durch

Die Vorteile im Überblick

- Bekannte Referenz-Partner wie Zalando etc. führen bei Fashion Concept zu jährlich doppelten Wachstumsraten mit steigenden Gewinnen.
- Als junges Unternehmen besitzt Fashion Concept ein deutlich größeres Wachstumspotenzial als bereits länger am Markt etablierte Marken.
- Vorteilhafte Unternehmensstrukturen und ein erfahrenes Management versprechen eine auch künftig positive Umsatz- und Ertragsentwicklung.
- Fashion Concept vereint die Vorzüge eines deutschen Partners mit den Vorteilen der kontrollierten Niedriglohnproduktion in der Türkei auf sich.
- Mit internationalen Distributionskanälen ist das Unternehmen schon heute auf die globale Südostverschiebung des Textilmarkts vorbereitet.
- Vertikalisierung, Multi-Channel-Strategie und kurze Modezyklen verschaffen Wettbewerbsvorteile im Fast Fashion-Segment.
- Bereits bei geringem Kapitaleinsatz und überschaubaren Laufzeiten verspricht eine Unternehmensbeteiligung hohe Dividenden bzw. Zinsen.
- Ab 10.000 Euro Investition gibt es Einkaufsgutscheine und erhebliche Rabatte bei Online-Einkäufen.

höhere Stückzahlen und Barzahlung anstelle der bisherigen Zahlungsziele um nochmals bis zu 25 % senken.

Mit der größeren Popularität der Marken, die sowohl durch eine vermehrte Repräsentanz im Einzelhandel als auch durch die intensivierte Zusammenarbeit mit Prominenten und anderen Influencern gewährleistet werden soll, lassen sich zudem um 20 bis 30 % höhere Verkaufspreise erzielen. Die Maßnahmen zielen also nicht allein auf wei-

teres Umsatzwachstum ab, sondern sollen vor allem auch die für Anleger relevanten Erträge nachhaltig steigern. Mit Fashion Concept beteiligen Sie sich an einem Modeunternehmen, das klar auf Wachstum fokussiert ist. Anleger haben jetzt noch die Möglichkeit, in einem frühen Stadium seiner wirtschaftlichen Entwicklung zu investieren, um vollumfänglich vom zu erwartenden Markterfolg zu profitieren.



REFERENCES

brands4friends

showroomprive.com

Click4Fashions®

CAMPADRE®

TOUCH OF MODERN

fashion.LAB®

HOMME PRIVÉ

iBOOD

KUP1♥IP.RU
10 ЛЕТ УМНОГО ШОПИНГА

limango

BAZARCHIC

PRIVATESPORTSHOP

BNS
Group of Companies

Secret Sales

SECRET ZONE

Sportlala

ZOOT

FASHION SUPREME

ELKE DAG
IETS LEUKS.nl

zlotewyprzedaze

STILLE GESELLSCHAFTSBETEILIGUNG

Die stille Gesellschaft ist eine Sonderform der Innengesellschaft bürgerlichen Rechts ohne rechtliche Außenbeziehung. Der stille Gesellschafter ist auf Zeit am Gewinn und Verlust der FashionConcept GmbH beteiligt. Im Geschäftsverkehr tritt nur das im Handelsregister eingetragene Unternehmen auf und nur dieses wird im Vertragsverkehr rechtlich verpflichtet.

Für die hier dargestellte Vermögensanlage besteht gem. § 2 Abs. 2 Satz 1 Vermögensanlagengesetz keine Prospektpflicht.

Der stille Gesellschafter ist lediglich Kapitalgeber, dessen Beteiligungsgeld in das Vermögen bzw. Eigentum der FashionConcept GmbH übergeht. Es besteht bei vertragsgemäßer Kündigung ein schuldrechtlicher Rückforderungsanspruch des Einlagekapitals. Der stille Gesellschafter haftet beschränkt wie der Kommanditist, nämlich nur in Höhe der von ihm vertraglich übernommenen stillen Gesellschaftseinlage. Ist diese Einlage erbracht, besteht keinerlei Haftung mehr und ebenso ist eine Nachschussverpflichtung ausgeschlossen.

Gewinnausschüttungen sind beim stillen Gesellschafter Einkünfte aus Kapitalvermögen, die der Abgeltungssteuer mit maximal 25 % plus Solidaritätszuschlag zzgl. eventueller Kirchensteuer unterliegen. Die Steuer wird von der Gesellschaft einbehalten und abgeführt.

Die Beteiligung

Art: Renditeorientierte, unmittelbare Unternehmensbeteiligung in Form von stillem Gesellschaftskapital für einen limitierten Investorenkreis (max. 20 stille Gesellschaftsbeteiligungen = Small-Capital-Beteiligung)

Ausgestaltung:

- Typisch stilles Gesellschaftskapital
- Teilnahme am Gewinn und Verlust der Emittentin
- Anspruch auf Dividendenzahlung
- Anspruch auf Überschussdividende
- Anspruch auf Rückzahlung zum Buchwert nach Kündigung

Laufzeit: Mindestens 5 volle Jahre

Emissionsvolumen: 2,5 Mio. EUR

Kündigungsfrist:

Zwei Jahre zum Ende des Geschäftsjahres

Mindestzeichnung: Einmaleinlage ab 10.000,- EUR

Anlaufverluste: keine

Rechte und Pflichten des Beteiligten

Dividende / Bonus:

- Grunddividende: 5 % p. a. des Beteiligungsbetrages
- Überschussdividende anteilig aus 15 % des Jahresüberschusses

Alle Dividenden- und Bonuszahlungen stehen unter dem Vorbehalt ausreichender Jahresüberschüsse

Zahlung der Ausschüttungen: 1x jährlich

Grunddividende 5 % p. a.
Mindestzeichnung 10.000,- EUR
Laufzeit min. 5 Jahre

GENUSSRECHTSBETEILIGUNG

Das Genussrecht ist seit dem frühen Mittelalter gewohnheitsrechtlich anerkannt und taucht erstmalig im 14. Jahrhundert als Finanzierungsform urkundlich auf. Genussrechte haben eine wertpapierrechtliche Grundlage und gewähren eine Beteiligung am Gewinn eines Unternehmens; also keinen festen Zins. Die Genussrechte nehmen am Erfolg (Gewinn) der FashionConcept GmbH aber auch an Verlusten teil. Die Genussrechte werden als Namensgenussrechte ausgegeben und in ein Genussrechtsregister eingetragen. Die Übertragbarkeit ist aus kapitalmarktrechtlichen Gründen eingeschränkt. Die Genussrechte werden dementsprechend als sogenannte vinkulierte Namensgenussrechte ohne Wertpapierverbriefung ausgegeben.

Für die hier dargestellte Vermögensanlage besteht gem. § 2 Abs. 2 Satz 1 Vermögensanlagengesetz keine Prospektpflicht.

Es besteht keine Nachschussverpflichtung. Im Steuerrecht werden die Erträge aus Genussrechten als Einkünfte aus Kapitalvermögen eingestuft und unterliegen der Abgeltungssteuer plus Solidaritätszuschlag zzgl. eventueller Kirchensteuer. Die Steuer wird von der Gesellschaft einbehalten und abgeführt.

Grunddividende 5,5 % p. a.
Mindestzeichnung 20.000,- EUR
Laufzeit min. 7 Jahre

Die Beteiligung

Art: Renditeorientierte, unmittelbare Unternehmensbeteiligung in Form von Genussrechten für einen limitierten Investorenkreis (max. 20 Genussrechtsbeteiligungen = Small-Capital-Beteiligung)

Ausgestaltung:

- Genussrechte
- Teilnahme am Gewinn und Verlust der Emittentin
- Anspruch auf Dividendenzahlung
- Anspruch auf Überschussdividende
- Anspruch auf Rückzahlung zum Buchwert nach Kündigung

Laufzeit: Mindestens 7 volle Jahre

Emissionsvolumen: 2,5 Mio. EUR

Kündigungsfrist:

Zwei Jahre zum Ende des Geschäftsjahres

Mindestzeichnung: Einmaleinlage ab 20.000,- EUR

Anlaufverluste: keine

Rechte und Pflichten des Beteiligten

Dividende / Bonus:

- Grunddividende: 5,5 % p. a. des Beteiligungsbetrages
- Überschussdividende anteilig aus 15 % des Jahresüberschusses

Alle Dividenden- und Bonuszahlungen stehen unter dem Vorbehalt ausreichender Jahresüberschüsse

Zahlung der Ausschüttungen: 1 x jährlich

NAMENSSCHULDVERSCHREIBUNGS-KAPITAL

Schuldverschreibungen (= Anleihen, Bonds oder auch Rentenscheine genannt) sind schuldrechtliche Verträge gemäß dem § 793 ff des Bürgerlichen Gesetzbuches (BGB) mit einem Gläubiger-Forderungsrecht („Geld gegen Zins“). Schuldverschreibungen können namenlos auf den Inhaber (der verbrieften Wertpapiere) laufen (= Inhaberschuldverschreibungen) oder auf den Namen des Eigentümers der Schuldverschreibung ausgestellt werden (= Namensschuldverschreibungen). Sofern die Namensschuldverschreibungen nicht als Wertpapier verbrieft werden, gelten sie als wertpapierfreie Vermögensanlagen im Sinne des § 1 Abs. 2 Nr. 6 Vermögensanlagengesetzes (VermAnlG).

Für die hier dargestellte Vermögensanlage besteht gem. § 2 Abs. 2 Satz 1 Vermögensanlagengesetz keine Prospektspflicht.

Anleihen als Namensschuldverschreibungen werden in ein Namensschuldverschreibungs-Register eingetragen. Gemäß den Bereichsausnahmen des § 2 Nr. 3 VermAnlG dürfen 20 Namensschuldverschreibungen ohne Wertpapierverbriefung prospektfrei mit einem qualifizierten Rangrücktritt ausgegeben werden. Es besteht für Anleger keine Nachschussverpflichtung.

NACHRANGDARLEHEN

Das Nachrangdarlehen ist ein Darlehen mit einem qualifizierten Rangrücktritt des Kapitalgebers hinter die Ansprüche von erst-rangigen Gläubigern. Das Kapital wird fest verzinst. Bei dem Nachrangdarlehen erfolgen die jährliche Zinszahlung und später dessen Kapitalrückführung erst nach der Befriedigung von bevorrechtigten Finanzierungspartnern (z.B. Banken) des Unternehmens. Die Ansprüche des Nachrangdarlehens-Gebers werden also erst an zweiter Stelle bedient. Soweit zum jeweiligen Fälligkeitszeitpunkt keine Zahlung des Unternehmens erfolgen kann, bleiben dennoch die Ansprüche (lediglich mit zeitlicher Verschiebung) erhalten. Im Fall der Liquidation oder Insolvenz des Unternehmens dürfen Zahlungen auf das Nachrangdarlehen erst dann durchgeführt werden, nachdem alle bevorrechtigten Gläubiger ihre Forderungen bezahlt bekommen haben.

Im Steuerrecht werden die Erträge aus Schuldverschreibungen als Einkünfte aus Kapitalvermögen eingestuft und unterliegen der Abgeltungssteuer plus Solidaritätszuschlag zzgl. eventueller Kirchensteuer. Die Steuer wird von der Gesellschaft einbehalten und abgeführt.

Die Beteiligung
Art: Namensschuldverschreibung mit nachrangig zahlbarer Festverzinsung
Ausgestaltung: <ul style="list-style-type: none">- Anleihe als Namensschuldverschreibung- Festverzinsung von 4,5 % p. a.- Anspruch auf Rückzahlung zum Nominalwert nach fester Laufzeit
Laufzeit: 5 volle Jahre (feste Laufzeit)
Emissionsvolumen: 1,5 Mio. EUR
Mindestzeichnung: Einmaleinlage ab 25.000,- EUR
Anlaufverluste: keine
Rechte und Pflichten des Beteiligten
Zinsen: Festverzinsung: 4,5 % p. a.
Zahlung der Zinsen: monatlich

Festverzinsung 4,5 % p. a.
Mindestzeichnung 25.000,- EUR
Laufzeit 5 Jahre

Für die hier dargestellte Vermögensanlage besteht gem. § 2 Abs. 2 Satz 1 Vermögensanlagengesetz keine Prospektspflicht.

Die Beteiligung
Art: Nachrangdarlehens-Vertrag mit nachrangig zahlbarer Festverzinsung (max. 20 Nachrangdarlehen = Small-Capital-Beteiligung)
Festverzinsung: 4 % p. a.
Laufzeit: Mindestens 3 volle Jahre
Emissionsvolumen: 1,0 Mio. EUR
Mindestzeichnung: Einmaleinlage ab 5.000,- EUR
Zahlung der Zinsen: monatlich

Festverzinsung 4 % p. a.
Mindestzeichnung 5.000,- EUR
Laufzeit min. 3 Jahre

HINWEISE

Angabenvorbehalt

Das vorliegende Exposé wurde mit viel Sorgfalt erarbeitet. Unvorhergesehene zukünftige Entwicklungen können die in diesem Exposé dargestellten Angaben beeinflussen. Die unvorhergesehenen Entwicklungen können zu Verbesserungen oder auch zu Verschlechterungen zukünftiger Erträge sowie zu Vermögensgewinnen oder -verlusten führen. Änderungen der Gesetzgebung, der Rechtsprechung oder der Verwaltungspraxis können die Rentabilität, Verfügbarkeit und Werthaltigkeit dieser Kapitalbeteiligung beeinflussen. Die Herausgeber können daher für den Eintritt der mit der Investition verbundenen wirtschaftlichen, steuerlichen und sonstigen Ziele keine Gewähr übernehmen.

Haftungsvorbehalt

Die in diesem Exposé enthaltenen Wirtschaftlichkeitsdaten, sonstige Angaben, Darstellungen, Zahlenwerte und aufgezeigten Entwicklungstendenzen beruhen ausschließlich auf Prognosen und Erfahrungen der Herausgeber. Zwar entsprechen alle vorgelegten Angaben, Darstellungen, Zahlenwerte und Entwicklungsprognosen bestem Wissen und Gewissen und beruhen auf gegenwärtigen Einschätzungen der wirtschaftlichen Situation und des Absatzmarktes, dennoch sind Abweichungen aufgrund einer anderen als der angenommenen künftigen Entwicklung möglich, namentlich hinsichtlich der kalkulierten und prognostizierten Zahlenwerte. Eine Gewähr für die Richtigkeit der Zahlenangaben und Berechnungen kann nicht übernommen werden, sofern sich Druck-, Rechen- und Zeichenfehler eingeschlichen haben sollten. Eine Haftung für abweichende künftige wirtschaftliche Entwicklungen, für Änderungen der rechtlichen Grundlagen in Form von Gesetzen, Erlassen und der Rechtsprechung kann nicht übernommen werden, da diese erfahrungsgemäß einem Wandel unterworfen sein können. Insbesondere kann keine Haftung für die in diesem Konzept gemachten Angaben hinsichtlich der steuerlichen Berechnungen und Erläuterungen

übernommen werden. Niemand ist berechtigt, von dem vorliegenden Konzept abweichende Angaben zu machen, es sei denn, er ist von den Herausgebern dazu schriftlich ermächtigt. Maßgeblich für das Vertragsverhältnis ist der Inhalt dieses Beteiligungs-Exposés.

Risikobelehrung

Bei diesem Angebot zur Beteiligung mit typisch stillem Gesellschaftskapital, Genussrechtskapital, Anleihekaptal und / oder Nachrangdarlehens-Kapital handelt es sich nicht um eine so genannte mündelsichere Kapitalanlage, sondern um eine Unternehmensbeteiligung mit Risiken. Eine Kapitalanlage in eine Unternehmensbeteiligung stellt wie jede unternehmerische Tätigkeit ein Wagnis dar. Somit kann prinzipiell ein Verlust des eingesetzten Kapitals des Anlegers nicht ausgeschlossen werden. Der Kapitalanleger sollte daher stets einen Teil- oder gar Totalverlust aus dieser Anlage wirtschaftlich verkraften können. Zudem ist der Anleger über einen längeren Zeitraum an die Beteiligung gebunden und kann während dessen nicht über sein eingesetztes Kapital verfügen, da vorzeitige Kündigungen ausgeschlossen sind. In der Regel kann ein Anleger seine Beteiligung auch nicht ohne weiteres an Dritte veräußern (mangelnde Fungibilität). Sofern der Anleger den Erwerb seiner Kapitalanlage teilweise oder vollständig fremdfinanziert, hat er den Kapitaldienst für diese Fremdfinanzierung auch dann zu leisten, wenn keinerlei Rückflüsse aus der Kapitalanlage erfolgen sollten. Auch eventuelle zusätzliche Steuern aus dem Erwerb, die Veräußerung, die Aufgabe oder Rückzahlung der Kapitalanlage sind vom Anleger im Falle fehlender Rückflüsse aus seinem weiteren Vermögen zu begleichen. Der betreffende Anleger könnte somit nicht nur sein eingesetztes Kapital verlieren, sondern müsste das zur Finanzierung der Kapitalanlage aufgenommene Fremdkapital inklusive Zinsen zurückzahlen.



FASHION CONCEPT GmbH

Dynamo Straße 13
68165 Mannheim, Germany

Phone: 0621 877 549 77

Fax: 0621 877 549 70

investment@jimmysanders.com

www.jimmysanders.com