

Good Brands AG

Halbjährlicher Aktionärsbrief
Zweites Halbjahr des Jahres 2025



Grußwort

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,
liebe Investorinnen und Investoren,

wir freuen uns, Ihnen mit diesem ersten Halbjahresbericht einen transparenten Einblick in die Entwicklung der Good Brands AG für das zweite Halbjahr des Jahres 2025 zu geben. Dieser Bericht wird zukünftig, als zusätzliche Informationsquelle für Sie, in halbjährlichen Turnus veröffentlicht.

Als Good Brands AG investieren wir seit 2016 in ausgewählte Startups in der Pre-Seed- und Seed-Phase im DACH-Raum. Unser Anspruch ist es, nicht nur Kapital bereitzustellen, sondern Startups als operativer Partner auf Augenhöhe mit Expertise, Netzwerk und einer klaren Hands-on-Mentalität zu begleiten. Genau dieser Ansatz ist aus unserer Sicht in der aktuellen Marktphase entscheidend: Wert entsteht durch Differenzierung, starke Unit Economics und konsequente Umsetzung.

Die vergangenen Monate waren geprägt von einem Marktumfeld, das weiterhin hohe Anforderungen an junge E-Commerce- und Consumer-Unternehmen stellt. Zugleich eröffnen sich aus diesem dynamische Marktumfeld attraktive Chancen für fokussierte Teams, um solide Geschäftsmodelle aufzubauen und diszipliniertes, profitables Wachstum voranzutreiben.

In den folgenden Abschnitten berichten wir über den Status Quo der Venture Capital und E-Commerce Landschaft, die Wertentwicklung des Portfolios, unsere Bewertungsmethodik (NAV) sowie die wichtigsten Ereignisse und Prioritäten für die kommenden Monate. Vielen Dank für Ihr Vertrauen und Ihre kontinuierliche Unterstützung.

Mit freundlichen Grüßen,
Ihr Vorstand der Good Brands AG

Marc Langner



Henrik Sabban



Inhaltsverzeichnis

Grußwort	2
Inhaltsverzeichnis.....	3
Über die Good Brands AG	4
Managed Portfolioentwicklung	5
Status Quo des Markets.....	6
Net Asset Value	7
Portfolioüberblick.....	8
Schlusswort/Ausblick.....	10
Anlage 1: Methodik NAV-Bewertung	11

Über die Good Brands AG

Wir sind mehr als nur ein Venture Capital Unternehmen; wir sind Enthusiasten, die leidenschaftlich daran arbeiten, die Zukunft des Handels mitzugestalten. Bei der Good Brands AG geht es um mehr als nur Kapital. Wir bieten Seed- und Early-Stage-Venture-Capital, gepaart mit einer Fülle an fachlicher Expertise und einem Netzwerk, das Türen öffnet. Wir glauben an Marken, die das tägliche Leben bereichern, für Innovation und Sicherheit stehen und jedem Produkt ein unverwechselbares Profil verleihen.

Unser Selbstverständnis wird durch klare Leitplanken getragen: Support auf jeder Ebene, Transparenz & Offenheit in der Kommunikation und operative Exzellenz. Unser Ansatz ist bewusst „aktivistisch“: Wir möchten nicht nur als Venture-Capitalist gesehen werden, sondern als Mitunternehmer auf Augenhöhe. Wir unterstützen Portfoliounternehmen praxisnah beim Aufbau der Organisationsstruktur, Finance/Reporting, der Optimierung von Marketingprozessen sowie bei der Vorbereitung und Durchführung eines Exits.

Über unser 2025 erstmalig umgesetztes Co-Build Programm identifizieren wir Marketingexperten, die erfolgreichen Unternehmen in einem Angestelltenverhältnis skaliert haben, und bauen gemeinsam mit ihnen ihre eigenen Brands auf. Wir unterstützen früh bei der Ideengestaltung, Produzentensuche und ersten Marketingtest. Validierte Ideen werden für ein Investment durch die Good Brands AG in Betracht gezogen. So stärken wir unseren Dealflow und haben gleichzeitig Steuerungsmöglichkeiten auf Ebene der Unit Economics. Mehr unter: co-build.goodbrands-ag.com

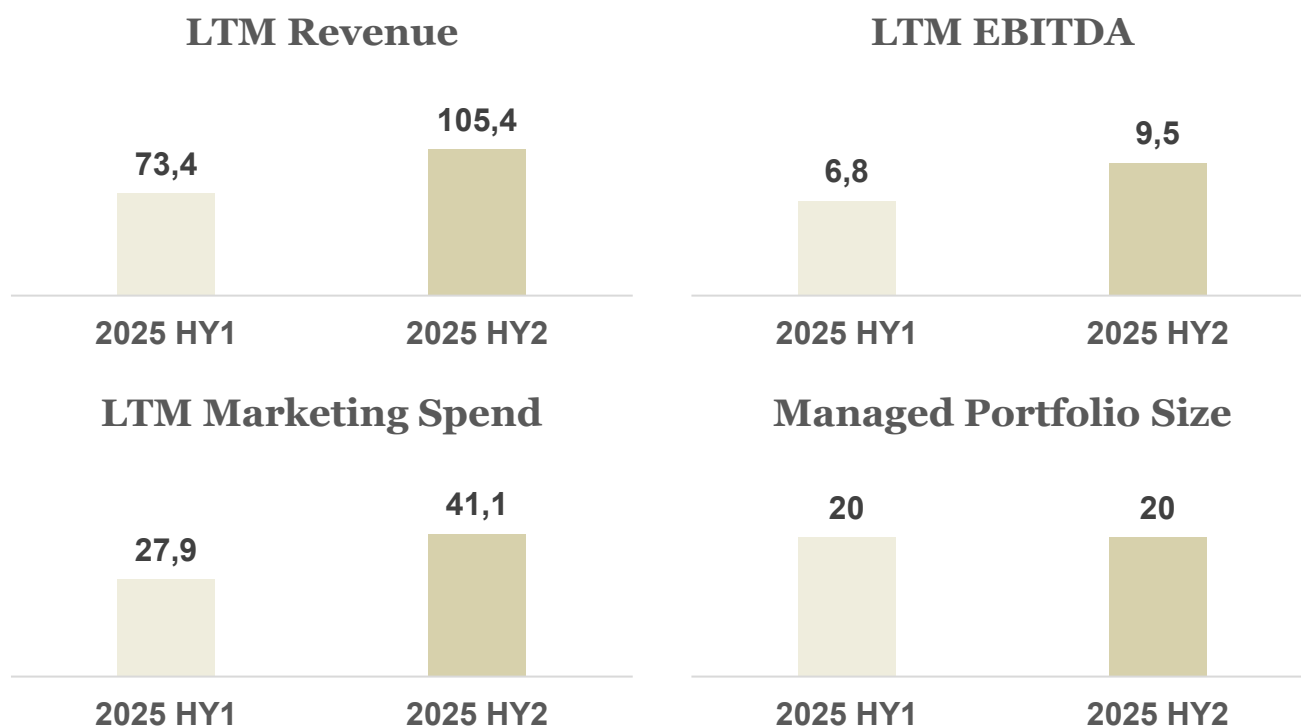
Unser Dealflow ist sowohl inbound als auch aktiv gesourct: Ein wesentlicher Teil entsteht durch die direkte Ansprache von Startups sowie über LinkedIn sowie unser Netzwerk aus bestehenden Beteiligungen und befreundeten Gründerteams. Ergänzend betreiben wir proaktives Sourcing durch gezielte Internet-Recherche, den regelmäßigen Austausch mit Co-Investoren bzw. Business Angels sowie über Empfehlungen aus dem erweiterten Partnernetzwerk.

Ergänzend zu den eigenen, ausschließlich durch die Good Brands AG durchgeführten Investments, betreuen und begleiten wird hauptverantwortlich auch die Beteiligungen von Co-Investoren sowie fremde Startups. Hierfür erhalten wir eine Fixvergütung sowie eine erfolgsabhängige, branchenübliche Vergütung.

Entwicklung Portfolio under Management

- Der LTM Umsatz (LTM=last-twelve month; letzte zwölf Monate) des Portfolios under Management (eigenes Portfolio sowie Portfolio mit erfolgsabhängiger Vergütung) stieg in Summe von EUR 73,4 auf 105,4 Mio. mit dem wesentlichen Treiber eines zyklisch starken Q4 (Black Friday und Weihnachtsgeschäft).
- Bei insgesamt gleichbleibender Profitabilität konnte der LTM Marketing Ausgaben des Portfolios under Management auf 41,12 Mio. gesteigert werden. Diese sind in E-Commerce Startups ein wesentlicher Umsatztreiber und stellt eine branchenübliche durchschnittliche Marketingeffizienz von 2,50 (ROAS) dar.
- Das LTM EBITDA verbesserte sich deutlich von 6,8 auf 9,5 (ca. +39%). Damit sank die EBITDA-Marge im Portfolios under Management von rund 9,2% auf etwa 9,0% überwiegend aufgrund saisonal durchschnittlich höheren Rabatten und trotz parallel hochgefahrenem Marketing.

KPIs gesamtes Portfolio under Management



Neue Investments:

In 2025 HY2 erfolgten insgesamt keine Neuzugänge in Portfolien. Der Schwerpunkt lag auf der Weiterentwicklung und Wertsteigerung der bestehenden Portfolien.

Exitplanung:

Kurzfristig sehen wir eine mögliche Exit-Option in unserem Portfolio und ebenso eine Exit-Option aus dem Portfolio mit erfolgsabhängiger Vergütung. Entsprechende Vorbereitungen wurden umgesetzt.

Mittelfristig werden weitere Exits Optionen bei einem Unternehmen aus dem Portfolio mit erfolgsabhängiger Vergütung und einem Good Brands Portfolio Unternehmen geprüft.

Status Quo des Markets

Aktuelle Bewegungen am Markt

Der E-Commerce-Startup-Markt bleibt klar „fundamentals-first“: Kapital fließt selektiver, und der Fokus liegt stärker auf Unit Economics, Cash Conversion, Retention/LTV sowie belastbarer Lieferfähigkeit. Gleichzeitig entstehen neue Gewinnerprofile: Marken mit klarer Differenzierung, besserer Bruttomarge, wiederkehrenden Umsätzen durch Bestandskunden oder starkem Omnichannel-Setup bleiben stark in ihrer Innenfinanzierungskraft, reine „Growth-at-all-costs“-Cases gestalten sich dagegen deutlich schwerer.

Parallel verschiebt sich der Fokus in Richtung Effizienz: Bessere Attribution/Incrementality, Creative-Testing-Systeme und Automatisierung & AI (z. B. im Performance-Stack) sind immer häufiger Voraussetzung, um profitabel zu skalieren.

Exitmarkt

Der globale Exitmarkt hat 2025 insgesamt zwar wieder sichtbar angezogen: KPMG berichtet für 2025 eine deutlich höheren globalen Exit-Value (u. a. Q4/25 als Mehr-Jahres-Hoch), getragen von wiederbelebter IPO-Aktivität und stabiler M&A-Tätigkeit. Jedoch nur in einzelnen großen Transaktionen; Europa zog dabei nur moderat an. Gleichzeitig zeigt CB Insights: M&A- und IPO-Aktivitäten haben sich in 2025 erholt, aber Unternehmen bleiben strukturell länger privat (Time-to-Exit steigt).

Für E-Commerce heißt das in der Praxis: Exits passieren weiterhin überwiegend über strategische Käufer und Private Equity Unternehmen, mit einem klaren Fokus auf Unternehmen, die eine hohe Profitabilität belegen können und kein „Klumpenrisiko“ besitzen (breites Sortiment, mehrere Absatzkanäle, keine/geringe Abhängigkeit von Gründer oder Einzelpersonen im Team).

Banken sind in der Akquisitionsfinanzierung von Consumer Assets weiterhin zurückhaltend, insbesondere im Micro-Cap Bereich. Für Transaktionen sind diese jedoch in der Regel Voraussetzung und Branchenstandard, um den Eigenkapitaleinsatz des Käufers zu reduzieren. Ein besonders gutes Current Trading sowie eine etablierte Marke sind neben einer guten Equity Story für eine erfolgreiche Finanzierung zwingend notwendig.

Aktuelle Multiples

Bewertungsanker aus dem öffentlichen Markt liegen im E-Commerce weiterhin deutlich unter den Hochphasen 2021/22. Ein aktueller Auszug der KPMG-Deal Advisory Multiples zeigt z. B. Median EV/EBITDA von 7,57x (deutlich unter 2022). Für kleine Unternehmen wird auf einschlägigen Plattformen ein Median EV/Umsatz von 0,54x gezeigt. Es besteht aktuell ein klares Umfeld von niedrigen Bewertungen, insbesondere für kleinere Unternehmen.

Für Venture-Bewertungen bedeutet das: Multiples werden stärker über LTM- und NTM-Qualität (Wachstum, Deckungsbeiträge, Payback) und weniger über Annahmen basierte Wachstumspläne.

Akquise neuer Startups

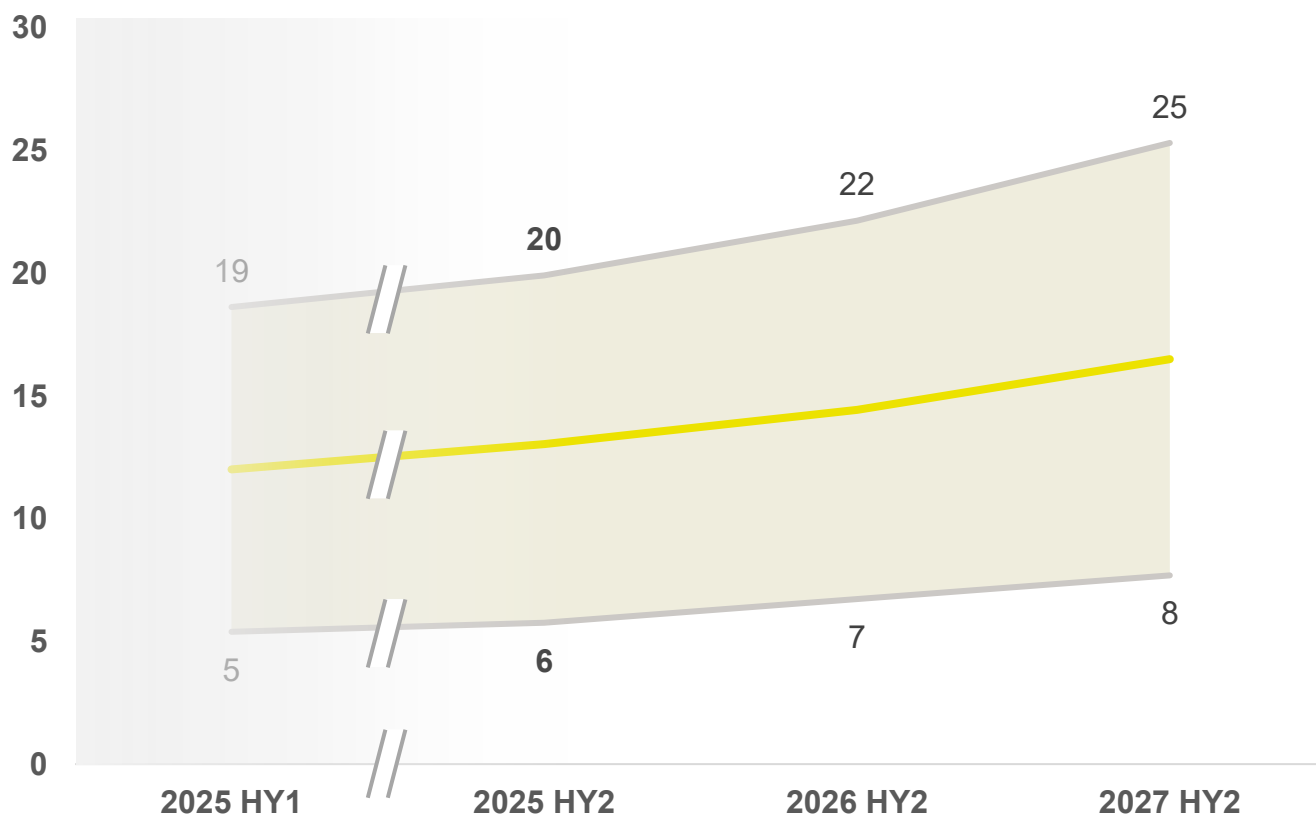
Der Markt für Frühphasen Startups ist auf der Investorensseite ausgetrocknet. Die Teams sammeln kleiner Kapitalrunden ein und sind durch den Markt gezwungen, kapitaleffizienter zu arbeiten. Unternehmen kommen bewusst auf die Good Brands AG zu, da unsere Erfahrung, unser Netzwerk und unser aktiver Ansatz die Kapitaleffizienz fördern. Dies wird auch bei einem Investment durch uns in die Bewertung eingepreist. Bei der Auswahl der Unternehmen sind die komplementären Kompetenzen des Teams, ein Produkt-/Channel-Fit und belastbare Unit Economics die wichtigsten Entscheidungskriterien.

Net Asset Value

Für die Ermittlung des Net Asset Value (NAV) unseres Portfolios verwenden wir ein Multiple-Verfahren. Je Beteiligung leiten wir den Unternehmenswert aus marktüblichen Bewertungsmultiples ab und beziehen dabei sowohl die aktuelle Ertragskraft (LTM – Last Twelve Months) als auch die kurzfristige Erwartung (NTM – Next Twelve Months) ein. Ergänzend berücksichtigen wir ein Exit-Multiple, das die aus unserer Sicht realistische Bewertungsperspektive bei einem möglichen Veräußerungs- bzw. Exit-Szenario abbildet.

Um die Vergleichbarkeit über verschiedene Zeithorizonte sicherzustellen, werden künftige Wertbeiträge und Exit-Werte auf den heutigen Stichtag abgezinst (Present-Value-Ansatz). Dadurch reflektiert der NAV nicht nur operative Entwicklung und Multiple-Annahmen, sondern auch den Zeitwert des Geldes und das jeweilige Risiko-/Zeithorizontprofil der Beteiligungen.

Net Asset Value des Portfolios








Die dargestellte Linie zeigt die NAV-Entwicklung im Basisszenario; der schattierte Korridor verdeutlicht eine Bandbreite möglicher Bewertungsniveaus, die sich insbesondere aus Abweichungen bei Umsatz-/Ergebnisannahmen sowie des angesetzten Multiples und daraus implizierten Diskontsatzes ergibt.

Für die detaillierte Beschreibung der Methodik lesen Sie bitte die Erläuterung im Anhang.

Portfoliounternehmen

Good Brands

Name	Beschreibung	Investiert seit	Insgesamt investiert	Shares	Status	Link
Basenode.io GmbH	basenode.io ermöglicht es Freelancern und Unternehmen Fiat-to-Crypto (FTC) Rechnungen an Europäische Kunden zu stellen. Die Plattform ermöglicht buchhaltungskonforme Rechnungen und unterstützt sowohl die Buchhaltung mit Krypto Transaktionen durch währungskonforme Transaktionshistorien.	November 2024	23.001 EUR	53,55 %	  	Webseite
Lucky Liebe (Insage GmbH)	Lucky Liebe bietet tierärztlich entwickelte Soft-Chews für Hunde, die die Darmflora stabilisieren und das Immunsystem unterstützen. Die Rezeptur kombiniert Prä-, Pro- und Postbiotika mit ausgewählten Nährstoffen und ist als täglich fütterbarer „Leckerli“-Snack konzipiert.	April 2024	52.500 EUR	10,00 %	  	Webseite
Drink White (Pure Beverage GmbH)	Lohnproduktion hochwertiger Getränkeprodukte vom funktionellen Sirup über aromatische Kaffeekonzentrate bis hin zu ready-to-drink Limonaden, Eistees oder isotonischen Drinks.	Oktober 2024	20.000 EUR	12,55 %	  	Webseite
Jungfeld (Stilfaser GmbH)	Von Jungfeld ist ein deutsches Modelabel für nachhaltig produzierte, farbenfrohe Premiumsocken. Die Marke steht für bewussten Konsum, kombiniert Bio-Baumwolle mit kreativen Designs und ist durch prominente Träger sowie Partnerschaften mit Einzelhändlern und Unternehmen etabliert.	Januar 2013	425.370 EUR	31,51 %	  	Webseite
keyota GmbH	Digitale Schließsysteme, um klassische Schlüssel durch smarte Zugangslösungen mit Handy oder Token zu ersetzen. Das System ermöglicht zentrale Zutrittsverwaltung über eine Cloud-Plattform und richtet sich sowohl an Privathaushalte als auch Gewerbeimmobilien, wobei die kabellose Plug-and-Play-Technologie bestehende Türen ohne Umbau digitalisiert.	Januar 2021	109.000 EUR	5,30 %	  	Webseite
Nordesign GmbH	Nordesign ist ein 2021 von Geschwistern gegründetes Startup aus Tübingen, das sich auf nachhaltige und stilvolle Haushaltsprodukte spezialisiert hat. Mit einem Fokus auf Funktionalität, zeitloses Design und Nachhaltigkeit verwandelt Nordesign alltägliche Gebrauchsgegenstände in ästhetische Lieblingsstücke für Küche und Zuhause.	Januar 2025	50.000 EUR	10,00 %	  	Webseite
NUTRIQ (dailyme GmbH)	Innovative Nahrungsergänzungsmittel in Form von Gummibärchen als zuckerfreien, veganen Supplemente mit Ärzten entwickelt, um eine ausgewogene Ernährung auf leckere und unkomplizierte Weise mit	September 2023	71.117 EUR	14,50%	  	Webseite

	essentiellen Vitaminen und Mineralstoffen zu ergänzen.					
Pick'em GmbH	Herstellung hochwertiger, aromatisierter Zahnstocher. Das 2023 gegründete Unternehmen hat es sich zum Ziel gesetzt, Zahnstocher durch innovative Geschmacksvarianten als stilvolles und genussvolles Accessoire neu zu positionieren.	Juli 2024	176.078 EUR	6,00 %	○ ○ ●	Webseite
Serotalin GmbH	Natürliche Nahrungsergänzungsmittel zur Unterstützung von Wohlbefinden, Energie und mentaler Leistung durch Kombination von pflanzlichen Extrakten, Vitaminen und Aminosäuren.	März 2020	80.000 EUR	16,00 %	○ ○ ●	Webseite
Shape Labs (Balanced Nutrition GmbH)	Nahrungsergänzungsmittel, das zur Unterstützung der Gewichtsabnahme entwickelt wurde und darauf abzielt, den Fettstoffwechsel zu aktivieren und das Hungergefühl zu reduzieren.	Januar 2025	55.600 EUR	20,00 %	○ ○ ●	Webseite
Styx Urban Investments (Styx AG)	STYX ist eine europäische Investmentholding, die in Startups im Real-Estate-Ökosystem investiert. Der Fokus liegt auf strategischen Minderheitsbeteiligungen an jungen Unternehmen in der Frühphase.	Januar 2023	5.359 EUR	10,44 %	○ ○ ●	Webseite
United Screens GmbH	Innovative Display-Technologien wie brillenlose 3D-Systeme und transparente OLED-Screens. Mit Lösungen wie dem autostereoskopischen CrystalScreen und der interaktiven WOW!Box bietet es Plug-and-Play-Systeme für immersive Markenerlebnisse. Das Leistungsangebot bildet den Full-Service von Vermietung über Verkauf bis Content-Erstellung ab.	Dezember 2017	451.412 EUR	10,00 %	○ ● ○	Webseite

Schlusswort/Ausblick

Aktuell befinden wir uns in einer Marktphase, in der operative Exzellenz und Kapitaldisziplin im Venture- und E-Commerce-Umfeld stärker denn je zählen. Entsprechend fokussieren wir uns darauf, unsere Beteiligungen entlang klarer Werttreiber zu unterstützen und belastbare Unit Economics, saubere Finance- und Operations-Prozesse sowie wirkungsvolles Wachstum über funktionierende Vertriebs- und Marketinghebel aufzubauen. Parallel arbeiten wir aktiv an einer starken Pipeline und an Strukturen, die Gründungsteams frühzeitig befähigen, schneller zu validieren und effizient zu skalieren.

Ein zentraler Baustein ist dabei unser Founderprogramm, mit dem wir Gründerinnen und Gründer noch früher und strukturierter begleiten. Ziel ist es, Know-how, Netzwerk und operative Templates zu bündeln, typische Anfangsfehler zu vermeiden und Teams schneller zu einer wiederholbaren Go-to-Market-Logik zu führen. Für uns ist das Founderprogramm damit nicht nur Akquiseinstrument, sondern ein integraler Teil unseres Co-Build-Ansatzes und unseres Selbstverständnisses als aktiver Partner.

Für den Gesamtmarkt erwarten wir eine weiterhin zweigeteilte Entwicklung: Kapital bleibt selektiv und bevorzugt Unternehmen mit klarer Differenzierung, guter Bruttomarge, stabilen Wiederkaufraten und einem nachvollziehbaren Pfad zur Profitabilität. Auf der Exit-Seite sehen wir erste Anzeichen einer Normalisierung, allerdings in einer durch die Käufer dominierten Gesamtlage. Makroökonomisch bleibt das Umfeld für Konsumenten und Marken herausfordernd: Kaufkraft und Konsumstimmung reagieren weiterhin sensibel auf Preisniveau, Zinsumfeld und Unsicherheit. Gleichzeitig zeigt sich, dass starke Marken mit klarem Nutzenversprechen und sauberer Positionierung auch in diesem Umfeld aufgebaut und Wachsen können.

Wir danken allen Gründerinnen und Gründern sowie den Teams in unseren Portfoliounternehmen für ihren hohen Einsatz und die Professionalität in ihrer täglichen Arbeit. Ebenso danken wir Ihnen, unseren Aktionärinnen und Aktionären, für Ihr Vertrauen und Ihre Unterstützung.

Anlage 1: Methodik NAV-Bewertung

Zur Bewertung des Portfolios ermitteln wir zum jeweiligen Stichtag den Net Asset Value (NAV) auf Basis einer Multiple-basierten Unternehmensbewertung je Beteiligung. Ziel ist eine nachvollziehbare, marktorientierte Ableitung eines Fair Values, der sowohl die aktuelle Performance als auch die erwartete Entwicklung der Portfoliounternehmen abbildet.

Grundprinzip: Multiples auf Umsatz und Ergebnis.

Für jedes Portfoliounternehmen leiten wir einen Unternehmenswert (Enterprise Value) aus marktüblichen Bewertungsmultiples ab. Dabei verwenden wir zwei Bewertungsanker: (i) Umsatz-Multiples (EV/Revenue) und (ii) Ergebnis-Multiples auf EBIT-Basis (EV/EBIT). So stellen wir sicher, dass sowohl Wachstumsdynamik als auch Ertragskraft in die Bewertung einfließen und die Resultate robust gegenüber Einmaleffekten einzelner Kennzahlen bleiben.

Die Bewertung erfolgt parallel über drei Zeitbezüge:

- **LTM (Last Twelve Months: Letzten zwölf Monate):** Ableitung des Werts aus den zuletzt realisierten Kennzahlen (Umsatz und EBIT der letzten 12 Monate).
- **NTM (Next Twelve Months: Nächsten zwölf Monate):** Ableitung des Werts aus den erwarteten Kennzahlen der kommenden 12 Monate (Umsatz und EBIT), um die kurzfristige, operative Entwicklung abzubilden.
- **Exit-Szenario:** Zusätzliche Plausibilisierung über ein erwartetes Exit-Niveau (Umsatz/EBIT zum Exit) sowie einen angenommenen Exit-Horizont. Dieses Szenario bildet das potenzielle Realisationsniveau eines späteren Verkaufs ab.

Bandbreite und Punktwert je Verfahren.

Aus Umsatz- und EBIT-basiertem Ansatz ergibt sich je Zeitbezug eine Wertbandbreite (Minimum/Maximum der beiden Ansätze). Der jeweilige Punktwert wird als Mittelwert dieser Bandbreite bestimmt. Anschließend wird der Unternehmenswert je Beteiligung als arithmetischer Mittelwert aus den drei Punktwerten (LTM, NTM, Exit) abgeleitet. Damit entsteht eine ausgewogene Bewertung, die weder ausschließlich rückwärtsgerichtet noch rein Szenario basiert ist.

Abzinsung zukünftiger Werte.

Werte, die sich auf zukünftige Zeitpunkte beziehen (insb. NTM und Exit), werden auf den Bewertungsstichtag abgezinst. Dadurch berücksichtigen wir den Zeitwert des Geldes sowie den Umstand, dass ein künftiger Exit-Wert erst nach Ablauf des jeweiligen Zeithorizonts realisiert werden kann. Der Diskontsatz wird dabei konsistent aus den zugrundeliegenden Multiple-Annahmen und einer langfristigen Wachstumsannahme abgeleitet, um eine methodisch geschlossene Verbindung zwischen Multiple-Niveau und Barwert herzustellen (verwendeter Diskontsatz zum 31.12.2025 beträgt 14,3%).

Vom Unternehmenswert zum NAV-Anteil.

Der auf Ebene des Portfoliounternehmens ermittelte Unternehmenswert wird anschließend mit dem Geschäftsanteil der Good Brands AG multipliziert und so in den wertmäßigen Beteiligungsanteil übersetzt. Soweit wirtschaftliche Teilhabe an Fremdportfoliounternehmen besteht (z. B. über erfolgsabhängige Beteiligungsmechaniken), wird diese entsprechend berücksichtigt. Der Portfolio-NAV ergibt sich schließlich als Summe der so ermittelten wertmäßigen Beteiligungsanteile über alle Portfoliounternehmen.

Diese Methodik ermöglicht eine konsistente, marktnahe und transparent nachvollziehbare NAV-Ermittlung, die wir regelmäßig überprüfen und bei veränderten Marktbedingungen (z. B. Multiple-Niveau, Inflationserwartungen, Transaktionsaktivität) fortlaufend kalibrieren.