

## Natürlich schön – maconda unterstützt Sylphar bei der Beteiligung an Del Decus, einem jungen eCommerce-Anbieter von Naturkosmetik unter der Marke Satin Naturel

### maconda-News Mai 2022

Das Team der Kölner Beratungsboutique maconda hat die belgische Sylphar International bei der Beteiligung an Del Decus, einem jungen Unternehmen für natürliche Gesichts- und Körperpflege, beraten. Sylphar, an denen seit 2022 der skandinavische Finanzinvestor EQT beteiligt ist, hat sich mit seinem Portfolio strategischer Nischenmarken zu einem führenden Omnichannel-Anbieter im Gesundheits- und Kosmetikgeschäft entwickelt. Die langjährig in der Beauty-Branche und mit eCommerce erfahrenen Berater von maconda evaluierten in einer fokussierten Commercial Due Diligence vor allem das Branding, die Vertriebskanäle, die eCommerce-Performance sowie die Wachstumstreiber von Satin Naturel, der Hauptmarke von Del Decus.

Del Decus ist ein stark gewachsenes Start-up, das unter der Marke Satin Naturel Produkte zur Gesichts- und Körperpflege auf Basis natürlicher Inhaltsstoffe wie Aloe Vera und Hyaluronsäure vermarktet. Der Vertrieb erfolgt in mehreren europäischen Ländern primär über Amazon FBA, wo die Marke eine führende Stellung in den relevanten Produktkategorien hat.

Die Performance bei Amazon wurde daher im Rahmen der CDD stärker in den Blick genommen. Mit speziellen Tools untersuchte das im eCommerce sehr erfahrene maconda-Team die Entwicklung der relevanten Produktkategorie auf Amazon sowie das Suchverhalten potenzieller Käufer. Zudem wurde die Performance im Wettbewerbsvergleich analysiert, u.a. hinsichtlich Bewertungen und Produkt-Rankings.

Der eigene Onlineshop und Teleshopping sind weitere relevante Vertriebskanäle mit Potenzial, weshalb die Experten zusätzlich deren Erfolgspotenzial beleuchtet haben – auch mit Blick auf Marketing Spendings sowie ROI, Branding und Preisgestaltung. Beim Blick auf die Kunden wurden Unterschiede zwischen Amazon- und Onlineshop-Käufern herausgearbeitet sowie Käuferkohorten in Bezug auf KPIs wie Anzahl und Wert von Bestellungen sowie Customer Lifetime Value im Detail analysiert.

Wie immer bei CDDs waren auch in diesem Fall Markt und Wettbewerb von Bedeutung, und zwar nicht nur online, sondern generell. Zum einen hat maconda die zukünftige Entwicklung des Marktes für naturnahe und Naturkosmetik prognostiziert, mit all den aktuellen Trends und Treibern. Zum anderen wurde die Marke Satin Naturel im heterogenen und kompetitiven Wettbewerbsumfeld – bestehend aus überall erhältlichen Marken etablierter Hersteller bis hin zu jungen Start-ups mit D2C-Vertriebsansatz – eingeordnet. Dabei halfen strukturierte Vergleiche von Online- und Amazon-Angeboten, mehrere Regal-Checks im Handel sowie Gespräche mit Marktkennern. Eine Herleitung

möglicher operativer und marktseitiger Synergien mit der Organisation des neuen Eigentümers sowie das Aufzeigen von Ideen und Initiativen für das weitere Wachstum rundete die Arbeit ab.

## Über Del Decus

Del Decus ist ein junges, schnell wachsendes Unternehmen, das sich auf die Herstellung und den Vertrieb von hochwertigen, natürlichen Schönheits- und Hautpflegeprodukten spezialisiert hat. Unter dem Dach von Del Decus befinden sich zwei individuelle Marken, die sich beide an eine spezielle Zielgruppe richten: Satin Naturel und Elemental Care bieten eine nachhaltige Hautpflegeserie aus natürlichen Inhaltsstoffen. Die Produkte aus dem Preissegment „erschwinglicher Luxus“ werden über Amazon, den eigenen Onlineshop sowie über Rossmann und über QVC vertrieben.

## Über Sylphar

Sylphar International ist ein stark expandierendes Markenunternehmen aus Belgien mit digitaler Ausrichtung. Sylphar vereint mehrere Nischenmarken, u.a. für kosmetische und medizinische Hautpflege, Mundpflege und Nahrungsergänzungsmittel, und vermarktet diese primär über digitale Kanäle. Karo Pharma, ein schwedischer Spezialist für rezeptfreie Markenpräparate und verschreibungspflichtige Medikamente, hat sich Anfang des Jahres mehrheitlich an Sylphar beteiligt.

## maconda baut die Expertise in der Beauty-Branche und bei eCommerce weiter aus

Das maconda-Team hat sich in den letzten Jahren mehrfach mit diversen Segmenten der Beauty-Branche befasst und mehrere Projekte zum Erfolg geführt. Dazu zählten viele Commercial Due Diligences, Mandate zur strategischen Neuausrichtung und Geschäftsmodell-Optimierung sowie Projekte zur Verbesserung der operativen Performance.

**Intensive Branchen-Erfahrung:** Naturkosmetik | Naturnahe Kosmetik | Konventionelle Kosmetik | Gesichtspflege | Dekorative Kosmetik | Körperpflege | Nagelpflege | Haarpflege | Caps & Closures für Körperpflegeprodukte | CMO/CDMO für Liquide und Aerosole | Dosierspender | Sachets | Konsumgüter jeglicher Art | Beauty unter Marke und Private Label | Beauty als Aktions- und Listungsware | Amazon | eCommerce | Omnichannel | Parfümerien, Warenhäuser, Apotheken | Teleshopping | und vieles mehr

## Über maconda

Seit mehr als 20 Jahren unterstützt maconda bei der Übernahme von Unternehmen, bei Performance-Optimierung sowie bei der Restrukturierung. Mit über 800 Beratungs- und Umsetzungsprojekten und mehr als 450 transaktionsbezogenen Mandaten hat maconda umfassende Erfahrung, um auch anspruchsvolle Projekte pragmatisch zu begleiten. Zu den Mandanten gehören mittelständische Unternehmen, Geschäftsbereiche von Großunternehmen sowie internationale Private-Equity-Investoren und Family Offices.

**maconda-Kernthemen:** Transaktionsberatung | Performance-Management | Geschäftsmodell-Entwicklung