

Company Profile Update

Datum der Veröffentlichung: 20.04.2012

LetsBuyIt Group AG

Internet

[> Click here for Disclaimer](#)

Breitere Basis für das Geschäftsmodell

Rating (6M):

Watch List

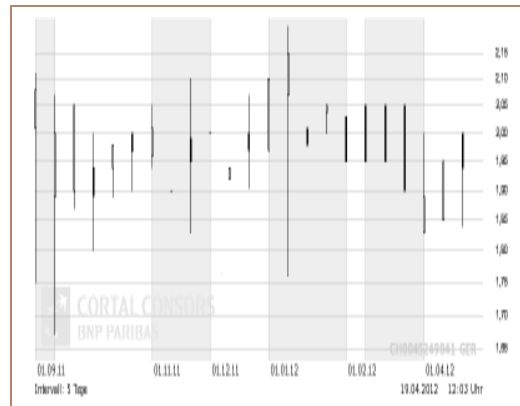
Letzte Ratingänderung: keine

Fair Value je Aktie (gemäß DCF-Modell Oktober 2011): **EUR 5,11**

Kurs (19.04.2012, 09:06 FSE): **1,85 €**

Hoch/Tief seit Listing: € 2,14/ 1,65

Nächstes Research: Update



Quelle: www.cortalconsors.de

Analyst: Karsten Siebert, CEFA
- Finanzanalyst -

Telefon: (+49) (0) 621 / 43061-30

Email: karsten.siebert@midas-research.de

Basis Informationen

Anzahl Aktien in Mio.:	16,99	Hauptbörse / Index:	Open Market
Börsenwert in EUR Mio.:	31,4	Bloomberg:	B49:GR
Streubesitz:	40,0 %	Ø Tagesumsatz:	12.467 € (in 2012)
<u>Großaktionäre:</u>		ISIN:	CH0045249841
Alpha Securities Fund	40,0 %	Börse Frankfurt Symbol:	B49
Millenium TMT Fund	20,0 %	WKN:	A0Q8NM
Info: www.letsbuyit-group.de		Geschäftsjahr zum:	31.12.

Mit dem vorliegenden "Update" aktualisiert MIDAS Research das Company Profile der LetsBuyIt Group AG vom 20. Oktober 2011. Eine Studie mit vollständiger Bewertung sowie Börsenbeurteilung wird zu gegebener Zeit erscheinen.

Die LetsBuyIt Group AG, die mit ihrer Preisvergleichsplattform bereits in den für den E-Commerce wichtigen Ländern Deutschland, Frankreich und Großbritannien aktiv ist, hat ihre Internationalisierung weiter forciert. Mit Beta-Versionen ist man mittlerweile in Polen und im schnell wachsenden russischen Markt tätig. Russland konnte bei der Zahl der Internetnutzer in Europa Deutschland Ende letzten Jahres erstmals den ersten Rang ablaufen. Weitere Testversionen der Preisvergleichsplattform in landeseigener Sprache gibt es in Portugal und demnächst auch in Spanien, worüber man den lateinamerikanischen Markt erschließen will.

Hintergrund der verstärkten Internationalisierung ist die Ausweitung des Geschäftsmodells. LBI ist in der Transformation von einem reinen Preisvergleichsanbieter zu einem E-Commerce-Unternehmen. Den Herstellern im Luxusmodesegment will man als Partner exklusive Verkaufsaktionen und -events bieten, um deren Läger mit Saisonware und Restposten zu räumen. Die internationalen Absatzmöglichkeiten von LetsBuyIt stellen dabei ein echtes

Company Profile Update

Alleinstellungsmerkmal gegenüber den Wettbewerbern dar, das auch die jeweiligen Belange der Luxusmodehersteller erfüllen sollte. Der angedachte *Relaunch* der Plattform, der für das Frühjahr 2012 geplant war, verzögert sich dadurch zwar zeitlich, unser Vertrauen in das Geschäftsmodell und das Unternehmen bleiben aber ungebrochen. Hervorzuheben ist aus Aktionärssicht auch der geplante Wechsel der Aktie in den *Entry Standard*. So dürfte sich im Handelssegment *Open Market* bereits bald die Spreu vom Weizen trennen, da das ein oder andere Unternehmen die Bedingungen für ein Überwechseln in den *Entry Standard* nicht erfüllen sollte und dann gegen Ende des Jahres vom *Delisting* betroffen wäre - eine Sorge, die sich die Aktionäre von LBI nicht zu machen brauchen.

Das Geschäftsmodell wird erweitert

Wie in unserem *MIDAS CompanyProfile* vom 20. Oktober 2011 ausführlich dargelegt, positioniert sich LetsBuyIt als **Preisvergleichsanbieter** für Produkte im Internet. Preisvergleichsportale nehmen in dem boomenden *Online-Shopping-Business* in Europa und dem Rest der Welt eine nicht mehr wegzudenkende Position ein. Dabei werden nicht selten Margen von über 50 % erreicht.

LetsbuyIt hebt sich schon allein von der Konzeption und Ausrichtung der Plattform her deutlich von den Wettbewerbern ab. Über interaktive *Tools* können Kunden ihre Meinungen und Käuferlebnisse mitteilen und am *Social-Shopping* teilhaben. Auch technologisch ist man bei LetsBuyIt weit fortgeschritten. Im Gegensatz zu vielen Konkurrenten, die beim Listen von Produkten auf einen hohen Personaleinsatz angewiesen sind, der mit entsprechenden Kosten verbunden ist, setzt man bei LBI auf die eigens entwickelte **Technik AIRLAB** (Artificial Intelligence Robot). Dieses vollautomatisierte System erlaubt es, die Daten von Millionen von Angeboten zu bearbeiten und bis zu einer Million Artikel binnen einer Minute auf einen Server zu importieren. Den Käufern können somit Angebote praktisch in Echtzeit zur Verfügung gestellt werden. Über 50 Millionen Angebote von über 1.500 Händlern sind bei LBI gelistet. Die AIRLAB-Funktionen werden dabei kontinuierlich verbessert.

Diese hohe technische Kompetenz, über die das Unternehmen verfügt, sollte nun auch die Basis bilden, das **Geschäftsmodell von LetsBuyIt zu verbreitern. LBI ist in der Transformation von einer reinen Preissuchmaschine hin selbst zu einem E-Commerce-Unternehmen.**

Unter dem Branding „*LetsBuyIt Exclusive*“ wird das Unternehmen zukünftig auch **Verkaufsaktionen von Herstellern hochwertiger Modeartikel** anbieten. Damit reagiert man auf den steigenden Bedarf von Modellabels und anderen Markenherstellern, ihre Saisonware gegen Ende möglichst schnell abzuverkaufen und die Läger zu räumen. Kontakte zu Herstellern bestehen bereits. Kurzfristige Verkaufsaktionen und exklusive Verkäufe über die Plattform von LetsBuyIt dürften dem Umsatz neben dem Preisvergleichsgeschäft einen zusätzlichen Schub geben. Dabei stehen sowohl der *Business-to-Business*-Kanal (B2B) als auch der *Business-to-Consumer*-Kanal (B2C), also der Verkauf an den Endkunden, im Fokus. Um die nötigen Käuferanreize zu bieten, sind Preisnachlässe von mindesten 40 % gegenüber dem ursprünglichen Verkaufspreis vorgesehen. Solche Rabatte sind durchaus üblich und ermöglichen es dem Endkunden, *echte Schnäppchen* zu machen.

Company Profile Update

Expansion durch Internationalisierung

Während *LetsBuyIt* seit Beginn an in den drei wichtigen europäischen Märkten *Frankreich, England und Deutschland* mit eigenen Länderseiten und Domains vertreten ist, konnte man die geografische Expansion in den letzten Monaten erfolgreich fortsetzen und strategisch wichtige Märkte erschließen.

So laufen seit Anfang des Jahres erfolgreich **Testversionen in Russland** (www.letsbuyit.ru) **und Polen** (www.letsbuyit.pl). Besonders der schnell wachsende *russische Markt* bietet interessante Perspektiven. Laut *comScore* konnte Russland im September 2011 mit 50,8 Mio. (Aug. 2011: 49,9 Mio.) aktiven Internet-Nutzern Deutschland überholen und sich an Platz 1 in Europa setzen. Laut der *Public Opinion Foundation (FOM)* wuchs der russische E-Commerce-Markt in 2011 auf USD 10,4 Mrd. an und legte damit um 30 % gegenüber 2010 zu.

Übersicht über Internetnutzung* in Europa (Daten für den Monat September 2011)

	Unique Visitors gesamt (in Tsd.)	Durchschnittl. Stunden pro Nutzer	Durchschnittl. Page Views pro Nutzer
Weltweit	1.420.316	24,0	2.292
Europa	373.433	26,4	2.805
Russland	50.810	22,4	2.439
Deutschland	50.139	24,4	2.750
Frankreich	42.349	27,2	2.780
Großbritannien	37.197	35,6	3.272
Italien	23.748	18,5	1.986
Türkei	23.167	32,2	3.807
Spanien	21.046	27,1	2.373
Polen	18.193	24,8	2.947
Niederlanden	11.913	33,4	3.303
Schweden	6.208	24,9	2.489
Belgien	6.026	19,4	2.072
Schweiz	4.738	18,7	1.947
Österreich	4.722	14,1	1.586
Portugal	4.239	21,8	2.191
Dänemark	3.671	22,2	2.298
Finnland	3.374	24,9	2.455
Norwegen	3.257	27,8	2.516
Irland	2.343	20,2	1.979

*Internetnutzer in Europa, Alter 15+, Nutzung zuhause und am Arbeitsplatz
MIDAS Research April 2012 - Quelle: comScore Media Metrix

Der **Online-Einzelhandel** steht jedoch noch für weniger als 1 % des gesamten Einzelhandels in **Russland** und ist damit im Vergleich etwa zu Großbritannien, wo der Anteil bereits bei 7 % liegt, noch verschwindend gering. Dies zeigt zugleich das **Potenzial** auf, das sich in Russland bietet. So stellen die rund 60 Mio. russischen Nutzer mit Internetzugang lediglich einen Anteil von rund 43 % der Gesamtbevölkerung von ca. 140 Mio. Einwohnern dar. Verglichen mit Deutschland (79,9 %), Frankreich (69,5 %) und Großbritannien (82,0 %) hat Russland somit noch deutliches Wachstumspotenzial, was die Internetdurchdringung angeht (Quelle: ITU, Doing Business in Russia: 2012 Country Commercial Guide for U.S. Companies).

E-Commerce-Unternehmen mit einem attraktiven Angebot treffen hier also auf einen fruchtbaren Boden. LetsBuyIt sieht insbesondere durch die sozialen Aspekte, die es den Nutzern ermöglicht, Erfahrungen und Informationen zu Produkten auszutauschen, ein deutliches **Alleinstellungsmerkmal** zu anderen Preisvergleichsanbietern, die es in den Ländern schon gibt. Attraktive eigene Produktangebote von LetsBuyIt könnten dann ergänzend dazu beitragen, dass man zügig weitere Marktanteile in einem ohnehin schnell wachsenden Markt gewinnt und so schließlich für eine erfolgreiche Positionierung der Marke *LetsBuyIt* selbst sorgen.

Auch im deutlich kleineren *polnischen Markt* zielt man mit dieser Strategie darauf ab, hohe Marktanteile zu gewinnen. Mit einer Gesamtbevölkerung von ca. 38 Mio. und rund 23 Mio. Menschen mit Internetzugang liegt die Internetzugangsrate bereits bei ca. 62,0 % (Quelle: Internet World Stats / 31.12.2011). Polen ist somit dabei, zu den führenden Ländern aufzuschließen.

Company Profile Update

Bei LetsbuyIt arbeitet man aktuell ergänzend zu den Websites für Russland und Polen auch an einer spanischen Version. Neben der portugiesischen Beta-Version, die bereits im August 2011 online ging, will man sich mit der **spanischen Plattform** schnell den **Zugriff für den lateinamerikanischen Markt** mit *Argentinien, Mexiko, Brasilien* etc. erschließen. Der gesamte lateinamerikanische Raum steht für ca. 579 Mio. Menschen, von denen derzeit rund 230 Mio. Zugang zum Internet haben (Quelle: Internet World Stats / 31.12.2011). Dies entspricht einer Durchdringungsrate von knapp 40 %. Es dürfte also nur eine Frage der Zeit sein, bis auch hier E-Commerce-Aktivitäten rapide wachsen werden.

Expansion durch eigene E-Commerce-Aktivitäten

Die Internationalisierung und das Ausstrecken der Fühler in neue Märkte zu einem recht frühen Zeitpunkt der Unternehmensentwicklung sind maßgeblich auch dem **erweiterten Geschäftsmodell** geschuldet. Denn bei der **Entwicklung über eine reine Preisvergleichsplattform hinaus hin zu einem E-Commerce-Anbieter**, der Herstellern hochwertiger Modeartikel und Accessoires die Möglichkeit bieten will, über Aktionsverkäufe ihre Läger zu räumen, muss man sich an deren Belange anpassen.

Aktionsverkäufe auch im Internet: Ein neues Geschäftsmodell entsteht

Dass das **Geschäftsmodell der Aktionsverkäufe** vergleichbar den Schluss- bzw. Lagerräumungsverkäufen des stationären Handels **auch im Internet** funktioniert, zeigen bereits einige Wettbewerber, die sich erfolgreich auf diesem Markt tummeln. Eine Übersicht über „Die besten Shoppingclubs in Deutschland“ findet sich unter *www.shopping-club.com*, von deren Website auch die folgende Tabelle stammt:

Die Besten Shoppingclubs in Deutschland

Shopping Club	Empfehlung*	Warengruppen	Rabatte**	Mitglieder***	Zugang
BestSecret.com	★★★★★	Mode, Accessoires, Wohnen uvm.	bis zu 80%	150.000	nur mit Einladung
BuyVIP.com	★★★★☆	Mode, Accessoires, Haushalt uvm.	bis zu 70%	6.000.000	Link, Einladung
vente-privee.com	★★★★☆	Mode, Accessoires, Haushalt uvm.	bis zu 70%	13.600.000	Link, Einladung
brands4friends.de	★★★★☆	Mode, Accessoires, Haushalt uvm.	bis zu 70%	4.500.000	Link, Einladung
private-outlet.com	★★★★☆	Mode, Accessoires, Haushalt uvm.	bis zu 80%	4.000.000	Link, Einladung
zalando-lounge.de	★★★★☆	Mode, Accessoires, Haushalt uvm.	bis zu 70%	?	Link, Einladung
mySportBrands.de	★★★★☆	Outdoor- & Sportprodukte uvm.	bis zu 70%	200.000	Link, Einladung
Fab.de	★★★★☆	Design, Lifestyle uvm.	bis zu 70%	2.300.000	Link, Einladung
limango.de	★★★★☆	Kinderkleidung, Babyausstattung uvm.	bis zu 70%	2.000.000	Link, Einladung
MyPrivateBoutique	★★★★☆	Mode, Accessoires, Kosmetik uvm.	bis zu 80%	?	Link, Einladung
westwing.de	★★★★☆	Wohnaccessoires, Möbel uvm.	bis zu 70%	?	Link, Einladung
pauldirekt.de	★★★★☆	Elektronik, Haushalt uvm.	bis zu 70%	1.300.000	Link, Einladung
ChicChickClub	★★★★☆	Schuhe, Accessoires uvm.	bis zu 50%	?	Link, Einladung
52Weine.de	★★★★☆	Hochwertige Weine & Champagner	bis zu 70%	?	Link, Einladung
ClubSale.com	★★★★☆	Sportmode, Streetwear, Schuhe uvm.	bis zu 80%	100.000	Einladung, Clubkey
poshposh.de	★★★☆☆	Parfüms, Kosmetik uvm.	bis zu 60%	?	offline

*Quelle: Bewertungen bei www.meine-outlets.de **gegenüber der unverbindlichen Preisempfehlung des Herstellers ***Quelle: gutschein.readoz.de, Stand Februar 2012
MIDAS Research April 2012 - Quelle: www.shopping-club.com

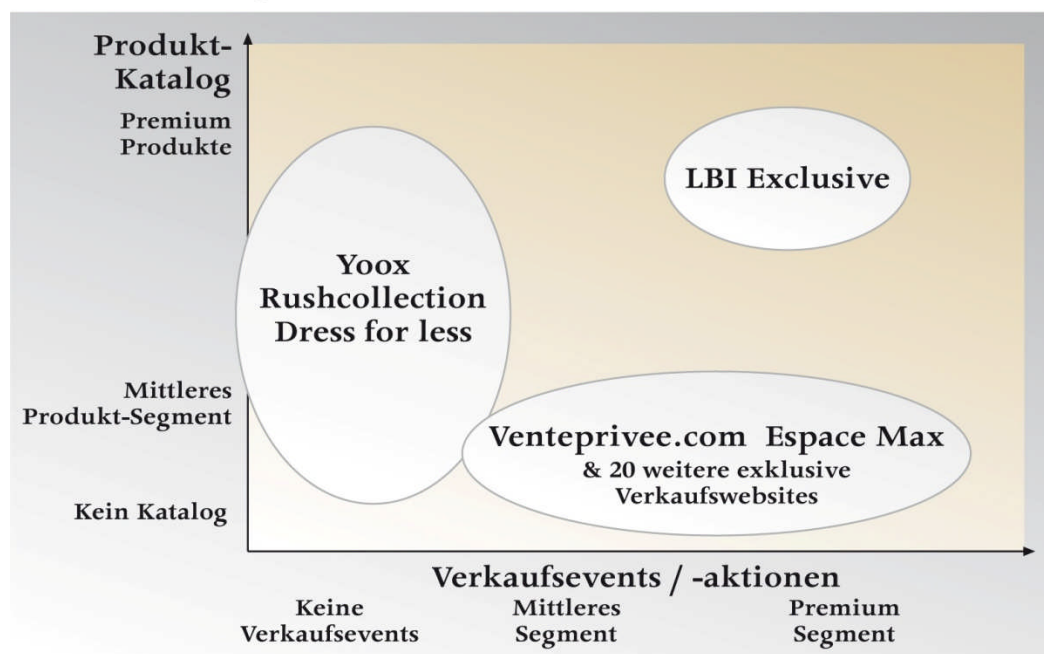
Company Profile Update

Der weltweite **Marktführer** bei den *Online-Shopping Clubs* ist *Vente-Privée*. Das französische Unternehmen kann innerhalb Europas in Ländern wie Frankreich, Deutschland, Österreich, Spanien, Italien, Großbritannien und Belgien auf über 13,6 Mio. Mitglieder blicken. In 2010 wurden mit 1.320 Mitarbeitern über 41 Mio. Produkte verkauft. Neben Luxusartikeln von *Armani* bis *Prada* gehören auch Massenmarken wie *Puma*, *Adidas* oder *Esprit* zum Angebotsspektrum, die mit Preisnachlässen von bis zu 70 % auf den Ladenpreis angeboten werden. Das *Outlet-Sortiment* ist dabei breit gefächert, von Herren-, Damen- und Kinderbekleidung über Sportswear, Kosmetik, Haushaltswaren, Uhren, High-Tech und Schmuck findet sich alles in den Aktionsverkäufen, die durchschnittlich 3 Tage dauern.

Die Positionierung macht den Unterschied

Während sich einige Wettbewerber als reine *Shopping-Clubs* auf die Event- und Aktionsvermarktung von Waren, insbesondere Bekleidung, spezialisiert haben, bieten andere ein festes Sortiment bzw. einen ständigen Warenkatalog an.

Positionierung im internationalen Wettbewerb



MIDAS Research April 2012 - Quelle: LetsBuyIt Group AG

Bei LetsBuyIt bzw. mit *LetsBuyIt Exclusive* will man sich ganz klar auf den **Premiumbereich fokussieren**. Dieser dürfte trotz deutlicher Rabatte der Produzenten unseres Erachtens für LetsBuyIt dennoch die höchsten Margen abwerfen. Schließlich kann das Unternehmen den Herstellern hochpreisiger Marken- und Designermode aufgrund seiner Aufstellung einen **einzigartigen Absatzmix** bieten. Während sich über Aktionen und Verkaufsevents von *LetsBuyIt Exclusive* große Volumina absetzen lassen, bietet der Katalog über die bisherige Plattform *LetsBuyIt* die permanente Möglichkeit, auch kleinere Stückzahlen von „Nebenkollektionen und Accessoires“ zu vermarkten, die im traditionellen Retail-Geschäft oft zu wenig Beachtung finden. Der Absatz der Ware kann aber auch über „White Label Shops“ - also ohne eigenes Branding durch LetsBuyit - erfolgen.

Company Profile Update

Die **Partnerschaft mit LetsBuyIt bringt** den Herstellern (Modelabels) **deutliche Vorteile**, die sonst, wenn überhaupt, nur durch eine Zusammenarbeit mit mehreren Partnern erreicht werden können. Einer der größten Vorteile, den LetsBuyIt gerade für Premium-Hersteller von Bekleidung bietet, ist die **internationale Ausrichtung**. Denn für renommierte Luxusmodemarken ist es oftmals nicht sinnvoll, „Restposten“ und Saisonware auf den traditionellen Märkten mit deutlichem Preisnachlass anzubieten. Man würde sich dadurch ggf. selbst den Markt *in puncto* Preis und Exklusivität *kaputt* machen. Die Aktionen über LetsBuyIt lassen sich dagegen geografisch je nach den Erfordernissen der Hersteller variieren. Besonders der **russische Markt** dürfte für Luxusmarkenhersteller ein lukrativer Absatzmarkt für Saisonware sein, zumal er deutlichen Nachholbedarf hat und teilweise über eine erhebliche Kaufkraft verfügt. **Den internationalen Absatzmöglichkeiten sollte aus unserer Sicht also eine zentrale Bedeutung zukommen, die LetsBuyIt deutlich von den Wettbewerbern abhebt.**

Umsatz- und Ergebnispotenziale

In unserem *CompanyProfile* zur LetsBuyIt Group AG vom 20.10.2011 sind wir ausführlich auf die Umsatz- und Ergebnispotenziale eingegangen, die das Geschäftsmodell des Unternehmens grundsätzlich bietet. Zudem haben wir intensiv die **Voraussetzungen** diskutiert, die vom Unternehmen erfüllt werden müssten, um diese theoretischen Ziele erreichen zu können. Eine der wichtigsten Voraussetzungen war der **Relaunch** - also das ins Internet bringen - einer deutlich optimierten Plattform **der Preisvergleichsseite**. Dies war zu Zeiten des *CompanyProfiles* für das Frühjahr 2012 vorgesehen.

Im Zuge der Ausweitung des Geschäftsmodells und der Transformation zu einem E-Commerce-Anbieter hat man zuletzt aber der **Internationalisierung** mit ersten Beta-Versionen auf strategische wichtigen Märkten **Priorität** eingeräumt. *Hinter den Kulissen* wird natürlich weiter an der Optimierung eines Multiseitenkonzepts gearbeitet. Der **Launch** des neuen „Gesamtkonzepts“ ist nun aber erst für das Jahresende 2012 vorgesehen. Die technischen und intellektuellen Fähigkeiten, die Webseiten des Unternehmens durch Suchmaschinenoptimierung (SEO) in der Nutzergunst ganz weit nach vorn zu bringen, sollten im Unternehmen aber weiter vorhanden sein. Insbesondere die Partnerschaft mit *White Web* (vgl. *CompanyProfile* von 20.10.2011) sollte einen wesentlichen Teil dazu beitragen.

In unserem *CompanyProfile* hatten wir mittels eines DCF-Modells einen **theoretischen Wert für die LetsBuyIt Group von EUR 5,11 je Aktie** hergeleitet, der realistisch wäre, wenn sich die diskutierten Voraussetzungen erfüllten. Dieser stellt aber derzeit ausdrücklich kein Kursziel dar, sondern spiegelt nur das mögliche Potenzial wider. Durch die Verschiebung des Starts der „neuen“ Preisvergleichsplattform sind unsere Berechnungen nicht hinfällig; sie wandern auf der Zeitachse nur etwas weiter nach hinten. Eine Aktualisierung haben wir im Rahmen dieses Updates nicht vorgenommen.

Die Potenziale des neuen Geschäftsfeldes haben wir ebenfalls noch nicht erfasst. **Konkretere Berechnungen sowie ein offizielles Kursziel wollen wir erst dann erstellen, sobald sich die Prognosemodelle mit stabilen Nutzerzahlen, Umsätzen und Verträgen hinterlegen lassen.** Dies dürfte voraussichtlich also erst im kommenden Jahr der Fall sein. Das Unternehmen bewegt sich aber in die richtige Richtung, auch wenn derzeit noch viel *hinter den Kulissen* passiert. Unseres Erachtens ist LBI zudem ausreichend finanziert, um die Wachstumsziele weiter voranzutreiben. Finanzstarke Anteilseigner stehen hinter dem Unternehmen und schenken dem Konzept weiteres

Company Profile Update

Vertrauen. Dieses Vertrauen zeigt sich auch für alle freien Aktionäre in dem angekündigten Wechsel in den *Entry Standard*.

LBI - Wechsel in den *Entry Standard* avisiert

Während viele Aktionäre von kleineren Unternehmen, die im *Open Market* notieren, fürchten müssen, dass ihre Aktien zum Jahresende nicht mehr gelistet sind, da die Unternehmen die **Voraussetzungen für ein Überwechseln in den *Entry Standard*** nicht erfüllen, hat man sich bei LetsBuyIt klar zu dem neuen Marktsegment bekannt und ist dabei, die Bedingungen für den Segmentwechsel umzusetzen. Hintergrund ist, dass die *Deutsche Börse* die Regeln im *Open Market* (Freiverkehr) verschärft hat und gegen Jahresende (per 15.12.2012) das Segment *First Quotation Board* schließt.

Mit diesem Schritt will die *Deutsche Börse* für **mehr Transparenz** sorgen und reagiert zugleich auf die steigende Zahl von Verdachtsfällen auf Marktmanipulation in dem wenig regulierten Freiverkehr, so die offizielle Begründung. Davon betroffen sind rund 448 Aktien, die im *First Quotation Board* gelistet sind. Können oder wollen die betroffenen Gesellschaften nicht alle notwendigen Unterlagen für einen Aufstieg in den *Entry Standard* vorlegen, werden sie von der Kursliste gestrichen, so dass etliche Aktien dann wohl nicht mehr an einer anerkannten Börse gehandelt werden. Dies bringt für die Aktionäre der betroffenen Unternehmen erhebliche Verunsicherung mit sich. Letztendlich sollte sich durch diese Maßnahme der Deutschen Börse aber auch die *Spreu vom Weizen trennen*.

Bei LetsBuyIt hat man sich entschlossen, in den *Entry Standard*, das Transparenzsegment des *Open Markets*, zu wechseln (vgl. Meldung vom 02.03.2012). Zudem will man auch die strengeren Regeln befolgen, die ab 01.07.2012 für kleine und mittelständische Unternehmen gelten, die Zugang zum *Entry Standard* wünschen. Bei einem Eintritt vor dem 01.07.2012 wäre man um das Prospekterfordernis herumgekommen. Der **Wertpapierprospekt** ist jedoch schon **in Vorbereitung** und soll laut Unternehmensangaben im Sommer fertiggestellt werden. Im Herbst 2012 ist dann der Segmentwechsel vorgesehen. Damit einhergehen weitere Auflagen, die Unternehmen erfüllen müssen. So muss das Unternehmen mindesten 2 Jahre als Gesellschaft bestanden haben, über ein Grundkapital von mindesten EUR 750.000 verfügen, einen rechnerischen Nennwert von EUR 1,00 je Aktie haben und einen Mindeststreubesitz von 10 % aufweisen. Für neue Unternehmen erfordert der Zugang zum *Entry Standard* immer ein *öffentliches Angebot* und damit auch einen Prospekt. Zudem erhöhen sich die Folgepflichten. Künftig muss neben dem Jahresabschluss auch ein Halbjahresabschluss mit Bilanz, GuV und Anhang elektronisch übermittelt werden.

Wir begrüßen die Entscheidung von LBI den Segmentwechsel durchzuführen und so für mehr Vertrauen und Transparenz zu sorgen. Neben der Vorbereitung des Prospekts ist man dabei, die weiteren Voraussetzungen zu erfüllen.

Das **Grundkapital** der LetsBuyIt Group AG beläuft sich aktuell auf CHF 2.888.888, eingeteilt in 16.993.464 Inhaberaktien mit einem Nennwert von CHF 0,17 je Aktie. Im Rahmen einer Hauptversammlung muss somit auch noch eine **Kapitalzusammenlegung** beschlossen werden. Um die Anforderungen der Deutschen Börse auf einen Nennwert von EUR 1,00 (ca. CHF 1,25) zu erfüllen, müssten ca. 7,35 alte Aktien zu einer neuen Aktie zusammengelegt werden. Die Aktienzahl würde sich entsprechend von 16.993.464 auf ca. 2.311.111 reduzieren. Sollte dies so umgesetzt werden, müsste der Aktienkurs folgerichtig um den entsprechenden Faktor ansteigen.

Company Profile Update

Fazit – LetsBuyIt bleibt aussichtsreich

Die Ampeln stehen weiter auf Grün bei der *LetsBuyIt Group AG*. Das Unternehmen hat mit der **fortgesetzten Internationalisierung** wichtige Weichenstellungen für das bestehende Geschäftsmodell als Preisvergleichsplattform getätigt, aber auch den **Grundstock für ein zweites Standbein als eigenständiger E-Commerce-Anbieter** gelegt.

Der hohe Automatisierungsgrad und der Zugang zu den bedeutendsten E-Commerce-Märkten weltweit dürften sich dabei als **wichtige Erfolgsfaktoren** herausstellen. Durch die Erweiterung des Geschäftskonzepts kommt es bei dem avisierten *Relaunch* der bisherigen Plattform jedoch zu **Verzögerungen**. Wichtig dabei ist jedoch zu wissen, dass LetsBuyIt *kein Geld verbrennt*, wie das während der Internetblase um die Jahrtausendwende bei vielen Internetunternehmen des *Neuen Marktes* noch der Fall war.

LetsBuyIt wird den **Jahresabschluss 2011** mit Wechsel in den *Entry Standard* vorlegen. Wir gehen davon aus, dass das Unternehmen einen Gewinn ausweisen wird. Die Erträge von LetsBuyIt stammen zwar noch nicht aus den beschriebenen zukünftigen Geschäftsfeldern sondern sind eher sonstigen Dienstleistungen zuzuordnen; dies spielt aber für die langfristige Ausrichtung und die Perspektiven des Unternehmens keine Rolle. **Das Vertrauen der Hauptinvestoren und der Glaube an eine erfolgreiche Umsetzung des Geschäftsmodells sind ungebrochen**. Die meisten Aktien befinden sich in festen und zuweilen auch finanzstarken Händen. Laut Unternehmensangaben hat ein Institutioneller Investor unlängst (nach Veröffentlichung unseres *CompanyProfiles*) 1,5 Millionen Aktien erworben. Zudem dürfte das **angestrebte Listing im Entry Standard** und die damit zwangsläufig verbundene Aktienzusammenlegung, die in einer Hauptversammlung noch beschlossen werden muss, weiteres Interesse auf die Aktien von LetsBuyIt lenken. **Wir stehen dem Geschäftsmodell unverändert positiv gegenüber und behalten LetsBuyIt als aussichtsreichen Wert weiter auf unserer WatchList.**

Quellen:

LetsBuyIt Group AG
www.LetsBuyIt.com
MIDAS Research GmbH
www.cortalconsors.de
www.maxblue.de
www.reuters.de
www.bloomberg.de
www.moneyhouse.ch

Company Profile Update

MIDAS Research Leserservice

Möchten Sie unsere Analysen auch direkt per Email erhalten, registrieren Sie sich bitte auf unserer Web Site <http://www.midasresearch.de> unter „RESEARCH BEZUG“

DISCLAIMER (RISIKOHINWEISE UND VERTRIEBSBEDINGUNGEN)

This report is not suited for any individuals resident in any jurisdiction in which access to such reports is regulated by applicable laws. No investment decision must be based on any aspect of, or statement in, this report. If you are uncertain if this might apply in your case you should not access and consider this report.

Diese Publikation dient ausschließlich zu Informationszwecken. Alle Informationen und Daten aus dieser Publikation stammen aus Quellen, die der Herausgeber zum Zeitpunkt der Erstellung für zuverlässig und vertrauenswürdig hält. Soweit es sich um nicht-öffentliche Quellen handelt, sind diese jeweils angegeben. Der Herausgeber und die von ihm zur Erstellung der Publikation beschäftigten Personen haben die größtmögliche Sorgfalt darauf verwandt, sicherzustellen, dass die verwendeten und zugrunde liegenden Daten und Tatsachen vollständig und zutreffend sowie die herangezogenen Einschätzungen und aufgestellten Prognosen realistisch sind. Diese Plausibilitätsüberprüfung genügt jedoch nicht den Anforderungen, wie sie sich aus den Grundsätzen zur Durchführung von Unternehmensbewertungen gemäß des Standards des Instituts der Deutschen Wirtschaftsprüfer IDW ("IDW Standard") ergeben.

Der Herausgeber übernimmt daher keine Gewähr oder Haftung für die Richtigkeit, Genauigkeit und Vollständigkeit der verwendeten und zugrunde liegenden Daten und Tatsachen, für die Angemessenheit der herangezogenen Einschätzungen oder für den Eintritt der aufgestellten Prognosen, es sei denn, es liegt eine grob fahrlässige oder vorsätzliche Pflichtverletzung zugrunde, die der Herausgeber zu vertreten hat. Insbesondere übernimmt der Herausgeber keine Garantie dafür, dass genannte Gewinnprognosen eintreffen oder genannte Kursziele erreicht werden. Die Haftung für Verstöße gegen vertragswesentliche Pflichten wird begrenzt auf den üblicherweise vorhersehbaren Schaden, höchstens jedoch EUR 20.000. Der Herausgeber hat keine Aktualisierungspflicht. Er weist darauf hin, dass Veränderungen in den verwendeten und zugrunde gelegten Daten und Tatsachen bzw. in den herangezogenen Einschätzungen einen Einfluss auf die prognostizierte Kursentwicklung oder auf die Gesamteinschätzung des besprochenen Wertpapiers haben können.

Diese Publikation stellt keine Aufforderung zur Zeichnung, zum Kauf oder zum Verkauf eines Wertpapiers dar. Weder durch den Bezug dieser Publikation noch durch die darin ausgesprochenen Empfehlungen oder wiedergegebenen Meinungen kommt ein Anlageberatungs- oder Anlagevermittlungsvertrag zwischen dem Herausgeber bzw. dem jeweiligen Verfasser und dem Bezieher der Publikation zu Stande. Jedes Investment in Aktien ist mit Risiken bis hin zum Totalverlust behaftet. Jegliche Entscheidung zur Zeichnung, zum Kauf oder zum Verkauf in Bezug auf ein in dieser Publikation besprochenes Wertpapier darf nicht auf Grundlage dieser Publikation erfolgen; sie sollte ausschließlich auf der Grundlage von Informationen aus Prospekten und Angebotsschreiben des Emittenten und nach einer vorangehenden Beratung durch einen professionellen Anlageberater erfolgen. Diese Publikation darf nicht - auch nicht teilweise - als Grundlage für einen verbindlichen Vertrag, welcher Art auch immer, dienen oder in einem solchen Zusammenhang als verlässlich herangezogen werden. Diese Publikation wird dem Bezieher ausschließlich zu dessen Information zur Verfügung gestellt und darf von diesem nicht reproduziert oder an andere Personen weiter gegeben werden. Soweit nicht zwingendes Recht anderer Staaten anwendbar ist, findet das Recht der Bundesrepublik Deutschland Anwendung.

Der Gerichtsstand für alle Streitigkeiten ist Mannheim.

HINWEISE AUF MÖGLICHE INTERESSENKONFLIKTE

Diese Publikation ist im Rahmen eines zwischen der LetsBuyIt GroupAG und der MIDAS Research GmbH bestehenden, kostenpflichtigen Research-Betreuungsvertrages entstanden. Die Emittentin hat vor Veröffentlichung Einsicht in diese Publikation genommen, was zu geringfügigen textlichen Änderungen geführt hat.

Wir weisen darauf hin, dass diese Veröffentlichung im Zusammenhang mit geplanten Aktienverkäufen stehen könnte und möglicherweise der Kurssteigerung dienen soll.

Jede Reproduktion, Veränderung oder Verwendung dieser Publikation ohne vorherige schriftliche Zustimmung der MIDAS Research GmbH ist unzulässig.

EMAIL: info@midas-research.de INTERNET: <http://www.midasresearch.de> KONTAKT: Simone Drepper (verantw.) +49(0)621/430 613 0

- Die MIDAS Research GmbH unterliegt der Beaufsichtigung durch die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht BaFin -