

# FRIENDS\$ TO RENT

E U R O P E A G

Online-Vermittlungsagentur für private Dienstleistungen



## Inhaltsverzeichnis

2	Ausgangslage
3	Gesellschaftliche Bedürfnisse
4.	Innovation im Online-Dienstleistungsbereich
5	Marktplatz mit Zukunft
6	Geschäftsmodell Vision Mission Alleinstellungsmerkmale Strategische Erfolgsfaktoren
7	Markt
8	Mitbewerber
9	Geschäftsentwicklung – Planzahlen Euro
10	Geschäftsentwicklung – Planzahlen CHF
11	Angaben zu den Planzahlen
12	Beschreibung der Geschäftsentwicklung
13	Strategien
14	Beteiligungsmöglichkeit
15	Team
16	Angabevorbehalt

## Ausgangslage

### Gesellschaftliche Veränderungen

Das soziale Zusammenleben in den westlichen Industrieländern hat sich seit den späten 60iger Jahren des 20. Jahrhunderts signifikant verändert. In vielen Haushalten und Familien sind heute beide Partner oder Eltern berufstätig. Die Zahl alleinerziehender Eltern sowie Einzelpersonenhaushalten hat stark zugenommen. Die Produktivität der Wirtschaft ist in dieser Zeitspanne u.a. auch mittels flexibler Arbeitszeitgestaltung um ein Vielfaches angestiegen. Eine steigende Zahl berufstätiger Menschen entscheidet sich für eine anspruchsvolle berufsbegleitende Zweitausbildung oder Weiterbildung.

### Herausforderungen

Die sich verändernden Lebensformen und demografischen Strukturen erfordern individuelle und flexible Lösungen für die Herausforderungen im Alltag. So überbrücken beispielsweise Kinder-Tageschulen die Betreuung zwischen Schulzeit und Familienleben und unterstützen die Eltern wirkungsvoll in der Organisation des Tagesablaufs.

### Soziale Entwicklung im Internetzeitalter

Kein anderes Medium hat das soziale Verhalten in derart kurzer Zeit verändert wie das Internet. Das Internet hat sich zur führenden sozialen Netzwerkplattform entwickelt. Wurde anfangs der 90er Jahr noch befürchtet, das Internet trage zur Vereinsamung der Menschen bei, ist das Gegenteil eingetroffen

*Online Social Networks wie Xing.com oder Facebook.com gehören zu den am stärksten wachsenden Diensten im Internet. Im Jahr 2008 nutzten geschätzte 580 Mio. Menschen weltweit diese Angebote. Entsprechend schnell haben sich Online Social Networks innerhalb weniger Jahre von einem Nischenphänomen zu einem weltweiten Medium der IT-gestützten Kommunikation entwickelt. Insbesondere aufgrund stark wachsender Mitgliederzahlen entfalten Online Social Networks eine erhebliche gesellschaftliche und wirtschaftliche Bedeutung.*

*Quelle: Julia Heidemann / © Springer-Verlag 2009*

## Gesellschaftliche Bedürfnisse

Die Dynamisierung der wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklung erfordert hochgradig flexible Dienstleistungslösungen, die das Leben im Alltag besser organisierbar, praktischer und angenehmer machen.

- Sie sind in einer fremden Stadt und suchen einen sympathischen Stadtführer?
- Sie haben heute Abend Zeit und wollen Ihren persönlichen Salsa-Tanzlehrer?
- Sie suchen für morgen Nachmittag einen Umzugshelfer?
- Sie sind über's Wochenende weg – Ihr Hund sollte betreut werden?
- Sie sind geschäftlich unterwegs - Ihre Eltern brauchen eine Einkaufshilfe?
- Während Ihren Ferien sollte der Rasen gemäht und die Pflanzen gegossen werden?
- Sie suchen eine attraktive Abendbegleitung für den nächsten Geschäftsanlass?

...oft sind gerade in solchen Situationen die eigenen Freunde und Angehörigen nicht auf Abruf verfügbar...

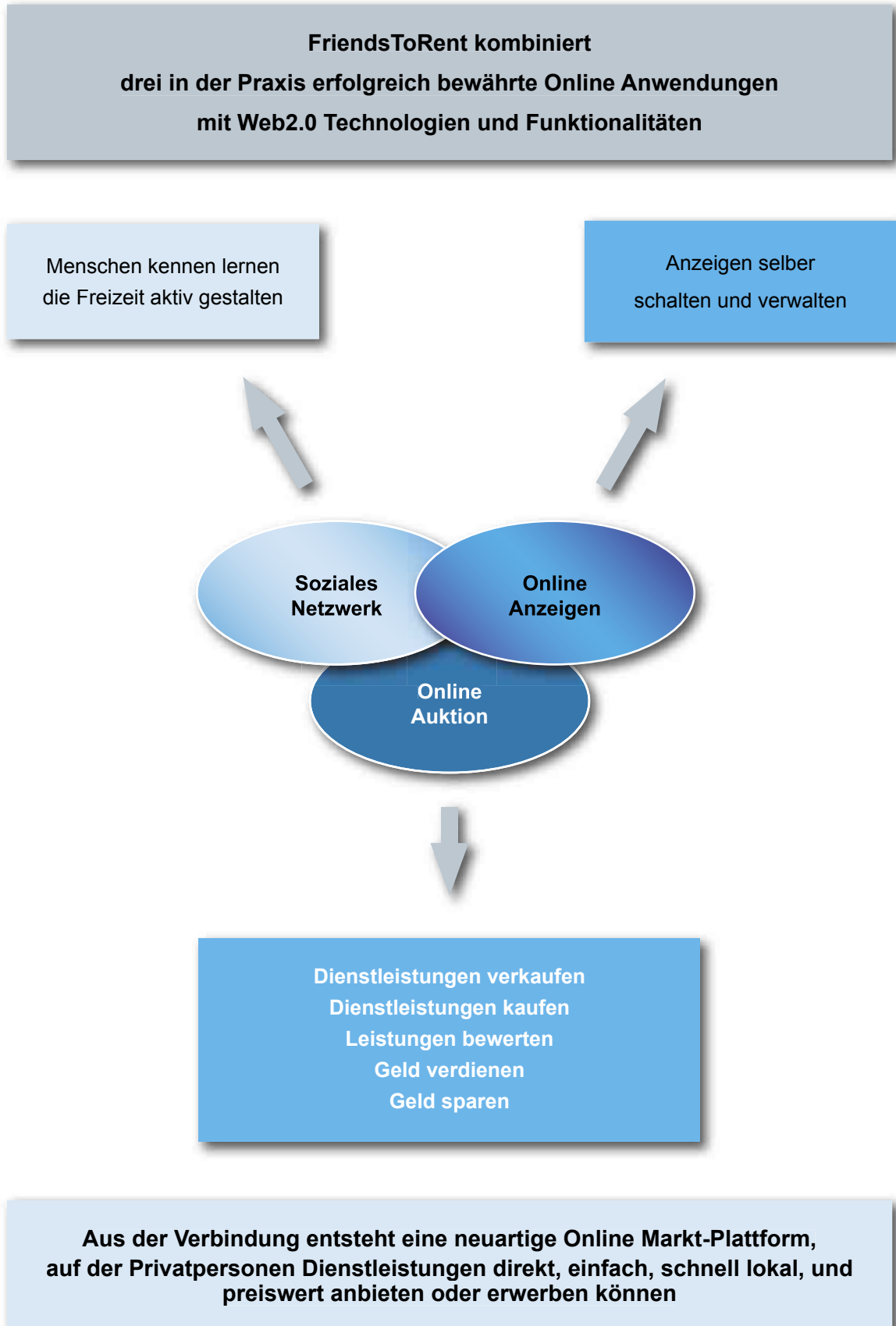


### Anspruchsvolle Anforderungen

Wie sind Bedürfnisse nach lokal und flexibel verfügbaren Dienstleistungen, die möglichst individuell, preiswert und zuverlässig sein sollen, optimal zu befriedigen?

# FRIENDS TO RENT

## Innovation im Online Dienstleistungsbereich



# FRIENDS TO RENT

## Marktplatz mit Zukunft

Auf FriendsToRent treffen sich Angebot und Nachfrage

- direkt, einfach, schnell, lokal -

### 1. Anmelden



### 2. Gesuch oder Angebot erfassen



### 3. Auftrag erteilen / Geld verdienen / Geld & Zeit sparen



## Geschäftsmodell

Die Mitglieder publizieren und vermitteln auf [www.friendstorent.com](http://www.friendstorent.com) ihre Angebote und Gesuche direkt von Mitglied zu Mitglied. Auch die Abrechnung erfolgt nach individueller Vereinbarung direkt von Mitglied zu Mitglied. Die Mitglieder entscheiden selbst, welche Leistung zu welchem Betrag oder welchem Gegengeschäft abgewickelt wird. FriendsToRent trägt keinerlei Haftungs- oder Zahlungsrisiken. Das Anbieten von erotischen und sexuellen Dienstleistungen ist nicht erlaubt und wird strikte sanktioniert. Die Qualitätssicherung erfolgt mittels der Mitgliederbewertung sowie einer 7 Tage / 24h Online-Redaktion. Die Mitglieder bezahlen FriendsToRent einen 1Jahres-Basis-Mitgliederbeitrag von ca. € 80,00 / CHF 120.-. Die Nutzung von FriendsToRent erfordert eine Registrierung sowie das Anlegen eines Profils mit Informationen zur eigenen Person und der Art der Dienstleistung, die angeboten oder gesucht wird. FriendsToRent ist eine Softwareanwendung, die nicht auf dem eigenen oder einem lokalen Computer gespeichert werden muss, sondern via Internet, d.h. Browser, jederzeit und ortsunabhängig aufgerufen und genutzt werden kann. 1Die Nutzung von FriendsToRent ist während der Betaphase kostenlos.

## Vision

FriendsToRent macht das Leben der Menschen emotionaler und erlebnisreicher sowie praktischer und angenehmer.

## Mission

FriendsToRent verbindet Menschen schnell, einfach und unkompliziert.

## Alleinstellungsmerkmale

- Erste Online Plattform für die Vermittlung von privaten Dienstleistungen gegen Geld in der hier dokumentierten Form.
- Die Anbieter von Dienstleistungen verfügen über einen höchst möglichen Selbstbestimmungsgrad. Sie entscheiden selber über die Art der Aktivität, die Zeit, den Ort, den gewünschten Betrag und den Vertragspartner.
- Der Nachfrager erhält eine kostenlose, zeitsparende Auswahl an lokalen, flexibel verfügbaren, preiswerten und qualitätsgeprüften Angeboten.
- Anbietern und Nachfragern werden keine Vermittlungsprovisionen, Spesen, Administrations-Gebühren etc. verrechnet.
- Mitglieder können mit anderen Mitgliedern einfach, schnell und unkompliziert Termine für gemeinsame Freizeitaktivitäten vereinbaren und ihr Leben emotional befriedigender und erlebnisreicher gestalten.

## Strategische Erfolgsfaktoren

- Erstanbieter mit Alleinstellungsmerkmalen
- Grosser Markt mit Angebots- und Nachfragevielfalt
- Erfahrenes Management-Team mit Start-up Praxis
- Markterprobte Technologie/Software
- Äußerst positive Akzeptanz der Plattform seit Markteintritt

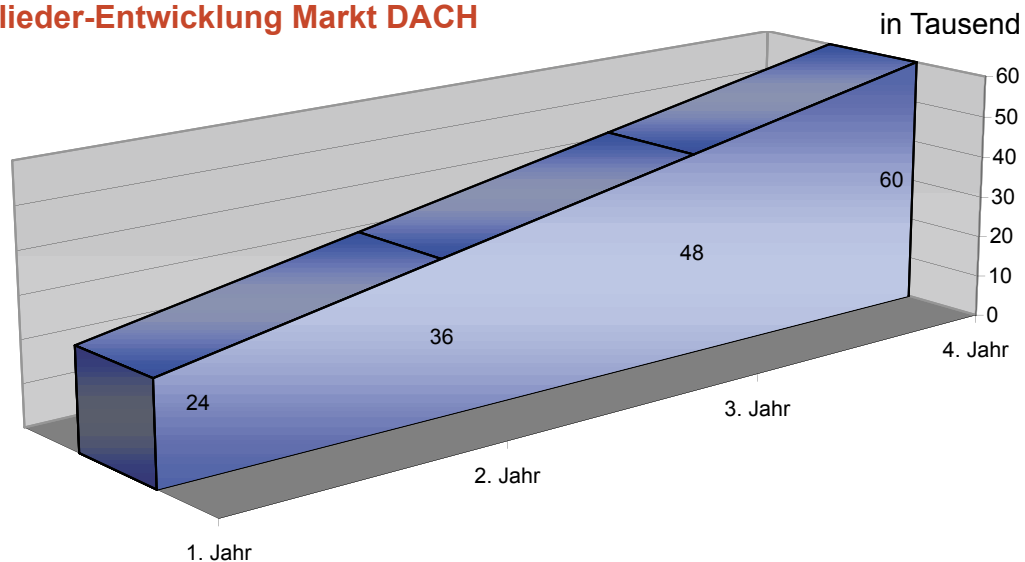
# FRIENDS TO RENT

## Markt

Das Marktpotenzial errechnet sich aus der empirischen Anzahl Zielgruppenangehörigen in Prozent von 1 Mio. Einwohnern, die bereit sind, in Ihrer Freizeit regelmäßig Geld zu verdienen. Dazu zählen wir Studenten und berufstätige sowie nicht berufstätige Menschen ab dem 18. Altersjahr. Als Interessenten im engeren Kreis zählen wir diejenigen Personen, die die Qualitätsanforderungen von FriendsToRent erfüllen. Nicht zu den bezahlenden Mitgliedern werden die Bedarfsträger, d.h. die Nachfrager nach Dienstleistungen gezählt. Diese Mitglieder erhalten zur Förderung der Nachfrage kostenlosen Zugang zu FriendsToRent.

Total Ausgangszahl Einheit / Einwohner	Total Potenzial für Freizeitjobs pro 1 Mio. Einwohner	in %	Potenzielle FriendsToRent Mitglieder pro 1 Mio. Einwohner	in %
1'000'000	75'000	7.5	7'500	0.75

## Mitglieder-Entwicklung Markt DACH



## Kommentar

Die prognostizierte Entwicklung basiert auf Echtzeit-Erfahrungswerten seit Inbetriebnahme der Plattform in Q4/2009. Ziel ist nach Ende der Betaphase, d.h. am Ende des ersten Jahres im Markt DACH ca. 24'000 bezahlende Mitglieder betreuen zu können. Vom zweiten auf das dritte Jahr ist diese Zahl von ca. 36'000 auf ca. 48'000 und im vierten Jahr auf ca. 60'000 zu entwickeln. Mit der Expansion in weitere Märkte, kann die Entwicklung der Mitgliederanzahl um Faktoren multipliziert werden.

Quellen:

alexa.com, ebizmba.com, wikipedia.org, xing.com, spiegelonline.de, businessweek.com / Oktober 2009



## Mitbewerber

Als Mitbewerber im engeren Kreis kann jede Online-Auktions-Plattform und Online-Anzeige-Plattform sowie jedes virtuelle, soziale Netzwerk für sich als Mitbewerber gewertet werden. FriendsToRent ist jedoch der erste Anbieter, der sich darauf spezialisiert hat, eine Vermittlungs-Plattform für Dienstleistungen von Privatpersonen zu Privatpersonen gegen Geld zu entwickeln und zu realisieren. Als Erstanbieter ist FriendsToRent daher in der Lage, in technologischer aber vor allem in marketingtechnischer Hinsicht, wertvolle Wettbewerbsvorteile zu erarbeiten. Die Gefahr kopiert zu werden ist, wie in anderen Branchen auch, latent vorhanden. Die Praxis zeigt jedoch, dass auch erfolgreiche, finanziell starke Online-Unternehmen nicht Mittel aus ihrem Kerngeschäft abzweigen, um den Wettbewerb in vielen verschiedenen Teilmärkten bestreiten zu können, sondern vielmehr neue, innovative Unternehmen fokussiert beobachten, um bei erfolgreicher Marktetablierung entsprechende Beteiligungs- oder Übernahmeangebote zu platzieren.

## Anbieter erfolgreicher Online-Dienstleistungen

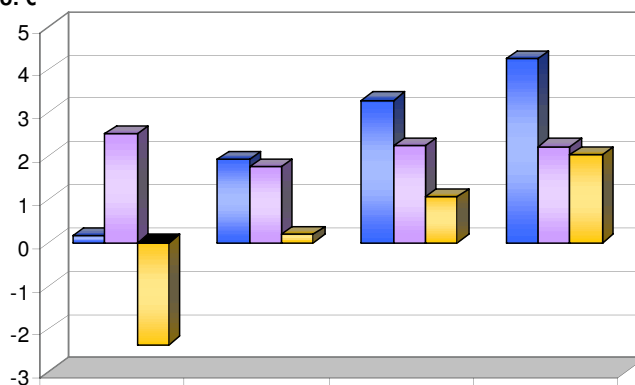
Die Anbieter in nachfolgender Tabelle dokumentieren verschiedene Erfolge im Online-Dienstleistungsbereich. Bei LinkedIn und Xing handelt es sich um Geschäftsnetzwerke, die ermöglichen, mit anderen Geschäftsleuten in Kontakt zu treten. Craigslist ist ein Online-Kleinanzeige-Portal. MyHammer ist eine Auktionsplattform, auf der Gewerbetreibende Ihre Offerten im „Rückwärts-Auktionsmodus“ anbieten können. Alle in nachfolgender Tabelle aufgeführten Onlineunternehmen bieten die Basisdienstleistungen kostenlos an. Um in den Genuss sämtlicher Dienstleistungen zu gelangen, stehen verschiedene Dienstleistungspakete zu entsprechenden Preisen zur Auswahl.

Anbieter	Gründungsjahr	monatliche Gebühren	Umsatz 2008 in Mio. Richtwerte	Marktwert Richtwerte
LinkedIn	2003	€ 19.50	\$ 75 - \$ 100	\$ 1 Mia.
Xing	2003	€ 6	€ 35	€ 185 Mio.
Craigslist	1999 / ab 2005 professionell	\$ 25 - \$ 75	\$ 150	k.A.
MyHammer	20005	€ 19.90 - € 59.90 zzgl. Umsatzprovision	€ 4 - € 5	€ 40 - € 50 Mio.

## Geschäftsentwicklung – Planzahlen in Euro

1 Anzahl bezahlende Mitglieder	24'000		36'000		48'000		60'000	
Jahr	1	%	2	%	3	%	4	%
2 Bruttoerlös	146'667		1'920'000		3'280'000		4'240'000	
3 Delkredere	4'400	3	57'600	3	98'400	3	127'200	3
<b>Nettoerlös</b>	<b>142'267</b>		<b>1'862'400</b>		<b>3'181'600</b>		<b>4'112'800</b>	
<b>Betriebsaufwand</b>								
4 Miete, Versicherung, Spesen, IT, FZ	126'800		128'080	7	128'974	4	129'884	3
5 Personalaufwand	216'000		217'333	11	218'667	7	220'000	5
6 Externe Dienstleister	288'000		435'600	23	592'180	18	727'349	17
7 Marketing	1'834'800		852'600	44	1'118'400	34	806'400	19
8 Sonstiger Betriebsaufwand	24'000		36'000	2	56'000	2	92'000	2
Total Betriebsaufwand	2'489'600		1'669'613	87	2'114'221	64	1'975'633	47
<b>EBITDA</b>	<b>-2'347'333</b>		<b>192'787</b>	10	<b>1'067'379</b>	33	<b>2'137'167</b>	50
9 Abschreibung	4'000		4'000		4'000		4'000	
<b>EBIT</b>	<b>-2'351'333</b>		<b>188'787</b>	10	<b>1'063'379</b>	32	<b>2'133'167</b>	50
10 Ausserordentlicher Aufwand	10'000		10'000		10'000		10'000	
<b>EBT</b>	<b>-2'361'333</b>		<b>178'787</b>	9	<b>1'053'379</b>	32	<b>2'123'167</b>	50
11 Unternehmenssteuer (12%)	0		0		0		102'208	5
<b>Reingewinn</b>	<b>-2'361'333</b>		<b>178'787</b>	9	<b>1'053'379</b>	32	<b>2'020'959</b>	48

in Mio. €

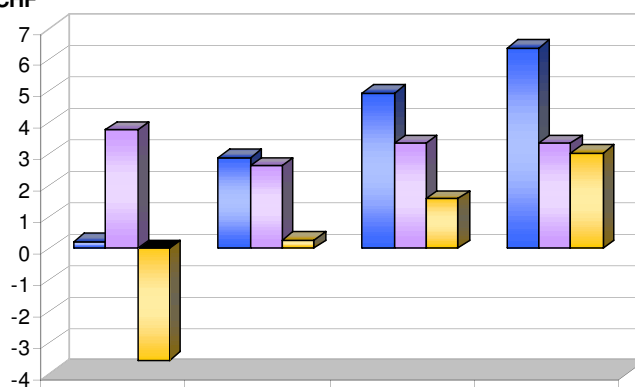


	1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr	4. Jahr
■ Umsatz	146'667	1'920'000	3'280'000	4'240'000
■ Total Aufwand u. Delkredere	2'508'000	1'741'213	2'226'621	2'219'041
■ Reingewinn	-2'361'333	178'787	1'053'379	2'020'959

## Geschäftsentwicklung – Planzahlen in Schweizer Franken

1 Anzahl bezahlende Mitglieder	24'000		36'000		48'000		60'000	
<b>Jahr</b>	<b>1</b>	<b>%</b>	<b>2</b>	<b>%</b>	<b>3</b>	<b>%</b>	<b>4</b>	<b>%</b>
<b>2 Bruttoerlös</b>	220'000		2'880'000		4'920'000		6'360'000	
<b>3 Delkredere</b>	6'600	3	86'400	3	147'600	3	190'800	3
<b>Nettoerlös</b>	<b>213'400</b>		<b>2'793'600</b>		<b>4'772'400</b>		<b>6'169'200</b>	
<b>Betriebsaufwand</b>								
<b>4</b> Miete, Versicherung, Spesen, IT, FZ	190'200		192'120	7	193'462	4	194'825	3
<b>5</b> Personalaufwand	324'000		326'000	11	328'000	7	330'000	5
<b>6</b> Externe Dienstleister	432'000		653'400	23	888'270	18	1'091'024	17
<b>7</b> Marketing	2'752'200		1'278'900	44	1'677'600	34	1'209'600	19
<b>8</b> Sonstiger Betriebsaufwand	36'000		54'000	2	84'000	2	138'000	2
Total Betriebsaufwand	3'734'400		2'504'420	87	3'171'332	64	2'963'449	47
<b>EBITDA</b>	<b>-3'521'000</b>		<b>289'180</b>	10	<b>1'601'068</b>	33	<b>3'205'751</b>	50
<b>9</b> Abschreibung	6'000		6'000		6'000		6'000	
<b>EBIT</b>	<b>-3'527'000</b>		<b>283'180</b>	10	<b>1'595'068</b>	32	<b>3'199'751</b>	50
<b>10</b> Ausserordentlicher Aufwand	15'000		15'000		15'000		15'000	
<b>EBT</b>	<b>-3'542'000</b>		<b>268'180</b>	9	<b>1'580'068</b>	32	<b>3'184'751</b>	50
<b>11</b> Unternehmenssteuer (12%)	0		0		0		153'312	5
<b>Reingewinn</b>	<b>-3'542'000</b>		<b>268'180</b>	9	<b>1'580'068</b>	32	<b>3'031'439</b>	48

in Mio. CHF



	1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr	4. Jahr
■ Umsatz	220'000	2'880'000	4'920'000	6'360'000
■ Total Aufwand u. Delkredere	3'762'000	2'611'820	3'339'932	3'328'561
■ Reingewinn	-3'542'000	268'180	1'580'068	3'031'439

## Angaben zu den Planzahlen

Die Planzahlen für die Geschäftsentwicklung beziehen sich auf die Marktbearbeitung des geografischen Markts DACH (Deutschland, Österreich, Schweiz).

- 1 Die Angaben zur Anzahl bezahlender Mitglieder beziehen sich auf die fluktuationsbereinigten Mitglieder-Schlussbestände am Ende eines jeweiligen Geschäftsjahres. Die Bruttoerlöskalkulation berücksichtigt die Mittelwerte der Mitgliederentwicklung in einem jeweiligen Geschäftsjahr. Am Ende des ersten Geschäftsjahres werden die ersten Zahlungseingänge der Jahresmitgliedschaften verbucht.
- 2 Der Bruttoerlös errechnet sich aus den fluktuationsbereinigten Mittelwerten der Mitgliederbestände in einem jeweiligen Geschäftsjahr x den Basis-Mitglieder-Jahresbeitrag von € 80,00 / CHF 120.- pro Mitglied.
- 3 Das Delkredere ist eine kalkulatorische Rückstellung für Debitorenverluste.
- 4 Zur Infrastruktur zählen Mietkosten, Büromaterial, Telefon, Versicherungskosten, Fahr-zeugaufwand, Reisespesen, IT- und Softwareentwicklungsaufwand.
- 5 Der Personalaufwand bezieht sich auf die Stellen CEO (Geschäftsführung), CFO (Leiter Finanzen) und CTO (Leiter IT).
- 6 Die externen Dienstleistungen beinhalten folgende Leistungen sowohl für den Markt DACH als auch vorbereitend für drei weitere Expansions-Märkte: Redaktion und Qualitätskontrolle (mehrsprachig 7 Tage / 24h), Community-Entwicklungs- und Management-, kosten, Übersetzungskosten, Akquisition und Betreuung von Werbepartnern.
- 7 Die Marketingaufwendungen beinhalten: Online- Marketingmaßnahmen zur Mitgliederakquisition, Online- und Offline-Public Relations, Partner-Werbekostenbeiträge.
- 8 Der sonstige Betriebsaufwand beinhaltet Rechtsanwalts-, Treuhand- und Revisionskosten.
- 9 Der Abschreibungsaufwand ist die Wertberechtigung für die Arbeitsplatzeinrichtung der FriendsToRent Europe AG, Zürich.
- 10 Der außerordentliche Aufwand ist eine kalkulatorische Rückstellung für Unvorhergesehenes.
- 11 Die Unternehmenssteuerberechnung basiert unter Berücksichtigung des Verlustvortrags und beträgt im vierten Geschäftsjahr absolut 4.8 % vom Geschäftsergebnis.

## Beschreibung der Geschäftsentwicklung

### 1. Jahr

Im ersten Jahr (Betaphase) erfolgen die Basisinvestitionen für Konzeption, Design, Layout, Programmierung Test und Inbetriebnahme der Plattform. In einer zweiten Phase wird in den Aufbau des Mitgliederstammes sowie in die Weiterentwicklung der Plattform (Mehrsprachigkeit) hinsichtlich der Expansion von FriendsToRent in zusätzliche Märkte investiert.

### 2. Jahr

Im zweiten Jahr soll das Wachstum für den DACH-Markt (Deutschland, Österreich und Schweiz) aus betriebseigenen Mitteln finanziert werden können. Parallel zur Bearbeitung des DACH-Marktes sollen Erfahrungswerte für Expansions-Möglichkeiten in Test-Märkten (Osteuropa und angelsächsischer Raum) erworben werden.

### 3. Jahr

Im dritten Jahr werden die in den ersten beiden Jahren geleisteten Aufbauarbeiten im DACH-Markt wahrnehmbar ertragswirksam. Die Resultate der Testmärkte aus dem Vorjahr werden aufzeigen, in welchen zusätzlichen Märkten weiteres Wachstum realisiert werden kann.

### 4. Jahr

Im vierten Jahr erfolgt der kalkulatorische Payback der Investition im DACH-Markt. Das Aufwand/Ertrags-Verhältnis in diesem Markt kann zu Gunsten eines attraktiven Reingewinnanteils optimiert werden. Die im dritten Jahr evaluierten neuen Märkte werden kontinuierlich aufgebaut.



## Strategien



### Profilierungsstrategie

FriendsToRent profiliert sich über die Alleinstellungsmerkmale und die Entwicklung auf qualitativ anspruchsvollem Niveau. Die Qualität der Mitglieder und erbrachten Dienstleistungen ist von zentraler Bedeutung.

### Wachstumsstrategie 1

FriendsToRent setzt die Marketingmittel für den gezielten Aufbau von Nachfrage nach privaten Dienstleistungen ein. Dies ermöglicht die Selektion von bezahlenden Mitgliedern und qualitätsorientierten Dienstleistungen.



### Wachstumsstrategie 2 / Ausblick

Das Wachstum erfolgt anfänglich konzentriert in Metropolen des DACH-Marktes mit mehr als einer Million Einwohnern. Mit erfolgreicher Etablierung kann das FriendsToRent-Konzept rasch und effizient in mehreren Metropolen und Ländern gleichzeitig mit kontrollierbarem Aufwand kopiert und internationalisiert werden.

### Kundenbindungsstrategie

Das bezahlende Mitglied sichert mit seiner Präsenz lukrative Freizeitaufträge. Der Bedarfsträger nach Dienstleistungen erhält eine kostenlose Auswahl an qualitätsgeprüften Dienstleistungen, die er direkt, lokal und preiswert erwerben kann.



## Beteiligungsmöglichkeit

<b>Beteiligungsform</b>	Renditeorientierte Unternehmensbeteiligung in Form von Mezzanine-Kapital für maximal 20 Kapitalgeber
<b>Ausgestaltung</b>	Auf den Namen lautende Genussrechtsbeteiligung, Teilnahme an Gewinn und Verlust der FriendsToRent Europe AG, Anspruch auf Dividendenzahlung, Anspruch auf Überschussdividende, Anspruch auf Rückzahlung zum Buchwert nach Kündigung
<b>Emissionsvolumen</b>	1.000.000,- € (aufgeteilt in 100.000 Genussrechte mit einem Nennbetrag von 10,- €) für max. 20 Anleger
<b>Laufzeit</b>	5 Jahre
<b>Kündigungsfrist</b>	Zwei Jahre zum Ende des Geschäftsjahres
<b>Mindestzeichnung</b>	5.000,- €
<b>Ausgabekurs/Agio</b>	100% des Nennbetrages / kein Agio zu Lasten der Investoren
<b>Dividende/Bonus</b>	Grunddividende 10 % p. a. des Nennbetrags, Überschuss-Dividende 10 % des Jahresüberschusses. Die Auszahlung der Überschuss-Dividende kann aufgrund des geplanten Verlustes im ersten Geschäftsjahr, das erste Mal per Ende des zweiten Geschäftsjahres erfolgen
<b>Zahlung der Dividende</b>	Vierteljährlich
<b>Rückzahlung des Kapitals</b>	Nach wirksamer Kündigung zum Buchwert, d.h. zum Nennbetrag abzüglich etwaiger Verlustanteile zum 01. Juli des Folgejahres
<b>Haftungsrisiko</b>	Bis zur Höhe des gezeichneten Nennbetrages kein Agio, keine Nachschusspflicht
<b>Hinweis</b>	Dieses Angebot gilt nur für Deutschland



## Team



### **Richard von Wittgenstein-Talbot**

CFO / Gründer / Präsident des Verwaltungsrats / FriendsToRent Europe AG  
Gelernter Bankkaufmann und dipl. Betriebswirt

- Gründer / CFO StarNet Media AG, Zürich (Web 2.0 Online News Plattform)
- Gründer / CEO Cinemateq, München
- Projektleiter Premiere PayTV, München
- Mitarbeiter Vermögensverwaltung, Anwaltskanzlei Esser, Aachen
- Finanzabteilung, Thornton Management (Asia) Ltd, Hong Kong
- Trainee-Programm, Dresdner Bank, New York

Spezialgebiete: Finanzierung, Rechnungslegung, Vertragswesen



### **Marcus Riva**

CEO / Gründer FriendsToRent Europe AG  
Gelernter Kaufmann und Executive MBA in Marketing

- Gründer / CEO StarNet Media AG, Zürich (Web 2.0 Online News Plattform)
- CEO NC Management AG, Unternehmensberatung, Zürich
- Marketingleiter Miracom AG, Telco-Systemintegration, Zug
- Selbständiger Marketingberater mit Spezialisierung auf ICT-Mandate

Spezialgebiete: Marketing, Online-Marketing, PR



### **Dr. Teja Ertel**

CTO und Partner  
Dr. Chem.

- Gründer / CTO StarNet Media AG, Zürich (Web 2.0 Online News Plattform)
- Gründer / CEO Ertel & Friends Multimedia, Stuttgart
- Wissenschaftlicher Mitarbeiter, Institut für physikalische Chemie der Universität Stuttgart

Spezialgebiete: Programmierung, IT-Projektleitung, Datenbank-Architektur  
Load Balancing/Datenauslieferung, SEA und SEO



### **Dr. Christian Töbelmann**

Beirat / Aktionär  
Dr. der Wirtschafts- u. Sozialwissenschaften

Langjähriger Referent im Ministerium Wissenschaft & Forschung NRW / Mitglied des Beirats für die Hochschulreform des Landes NRW / Referent beim Senator für Wissenschaft und Kunst Bremen / mehrjährige Tätigkeit als produzierender Unternehmer im In- u. Ausland / Internationale Beratertätigkeit für staatliche und halbstaatliche Organisationen / Business Angel v.a. Biotechnologie, Energie und IT in einer freiberuflichen Kooperation mit Experten aus den Bereichen Technologie, Finanzierung und Management



### **Ronald Hajdo**

Beirat / Aktionär

Geschäftsführender Gesellschafter der VERDURE Medienteam GmbH, einer 15-köpfigen Internetagentur in Ludwigsburg bei Stuttgart / Studium zum Bachelor of Arts Multimedia / Referent für Marketing und Design an einer Privatschule in Stuttgart / Selbstständig tätig seit 2001 / Internationalen Kunden aus Software, Automotive sowie innovative Start-Up's/ Großes Netzwerk an Medienschaaffenden Agenturen und Freelancern / Social Media Enthusiast



## **Angabevorbehalt**

Alle Informationen aus diesem Dokument werden dem interessierten Kapitalgeber oder Geschäftspartner ausschließlich zu Informationszwecken zur Verfügung gestellt und sind nicht als Verkaufsangebot zu verstehen.

Die in der vorliegenden Dokumentation enthaltenen Informationen wurden mit viel Sorgfalt erarbeitet. Unvorgesehene zukünftige Entwicklungen können die in diesem Dokument dargestellten Angaben beeinflussen. Unvorhergesehenen Entwicklungen können zu Verbesserungen oder zu Verschlechterungen zukünftiger Erträge und Vermögensgewinnen oder -verlusten führen. Änderungen der der Rechtsprechung und Gesetzgebung oder der Verwaltungspraxis können die Verfügbarkeit, Werthaltigkeit und Rentabilität dieser Kapitalbeteiligung beeinflussen. Die Herausgeber können daher keine Gewähr für den Eintritt der mit der Investition verbundenen wirtschaftlichen, steuerlichen und sonstigen Ziele übernehmen.

## **Haftungsvorbehalt**

Die in diesem Dokument enthaltenen Zahlenwerte, Wirtschaftlichkeitsdaten und sonstigen Angaben, beruhen ausschließlich auf Prognosen und Erfahrungen der Herausgeber. Die in diesem Dokument enthaltenen Angaben, Darstellungen, Zahlenwerte und Entwicklungsprognosen sind nach bestem Wissen und Gewissen dargestellt und beruhen auf gegenwärtigen Einschätzungen der wirtschaftlichen Situation und des Absatzmarktes, Abweichungen sind dennoch aufgrund anderen als der angenommenen künftigen Entwicklung möglich, namentlich bezüglich der kalkulierten und prognostizierten Zahlenwerte. Die Richtigkeit der Zahlenangaben und Berechnungen stehen unter dem Vorbehalt von Druck-, Rechen- und Zeichenfehler. Für abweichende künftige wirtschaftliche Entwicklungen oder Änderungen der rechtlichen Grundlagen in Form von Gesetzesänderungen, Änderungen von Erlassen und der Rechtsprechung kann keine Gewähr übernommen werden. Insbesondere kann keine Haftung für die in diesem Dokument gemachten Angaben betreffend der steuerlichen Berechnungen und Erläuterungen übernommen werden.

## **Risikobelehrung**

Bei diesem Beteiligungs-Angebot mit Genussrechts-Kapital handelt es sich nicht um eine mündelsichere Kapitalanlage, sondern um eine Unternehmensbeteiligung mit Risiken. Eine Kapitalanlage in Form einer Unternehmensbeteiligung stellt wie jede unternehmerische Tätigkeit ein Wagnis dar. Der Verlust des eingesetzten Kapitals des Anlegers kann daher nicht ausgeschlossen werden. Der Kapitalanleger sollte daher einen Teil- oder Totalverlust aus dieser Anlage wirtschaftlich verkraften können.

# FRIEND\$ TO RENT

E U R O P E A G

FriendsToRent Europe AG  
Lavaterstrasse 57  
CH-8002 Zürich

**phone:** +41 43 344 92 56  
**fax:** +41 43 344 92 58

[www.friendstorent.ch](http://www.friendstorent.ch)  
[info@friendstorent.ch](mailto:info@friendstorent.ch)