

Businessplan 2026-2030

1. Ausgangslage

Torland befindet sich nach einem herausfordernden, aber richtungsweisenden Jahr 2025 in einer strategisch gestärkten Ausgangsposition. Der anhaltende Strukturwandel im Bekleidungsmarkt, geprägt durch Konsumzurückhaltung, zunehmende Onlineverlagerung und intensiven Preiswettbewerb, führte dazu, dass das bestehende Jeans- und Basic-Sortiment trotz hoher Produktqualität kein nachhaltiges Wachstum mehr erzielen konnte. Gleichzeitig stiegen Kosten und Kapitalbindung, insbesondere aufgrund hoher Variantenvielfalt und niedriger Warenumschlagshäufigkeit.

Vor diesem Hintergrund wurde das Geschäftsmodell grundlegend weiterentwickelt: Torland identifizierte klar umrissene Produktnischen mit attraktivem Verhältnis zwischen Nachfrage, Differenzierungspotenzial und Marge. Der erfolgreiche Markteintritt neuer Produkte – insbesondere Hosenträger für Arbeits- und Motorradhosen sowie nachhaltige Schlafhauben – bestätigte diese Neuausrichtung eindrucksvoll und führte binnen weniger Monate zu zwei Bestsellern. Auf dieser Basis beginnt 2026 der schrittweise Rückzug aus dem Jeanssegment sowie der konsequente Ausbau des neuen Sortiments, begleitet von einer skalierbaren Internationalisierungsstrategie und dem Anspruch, Nachhaltigkeit weiterhin als Kern der Marke zu verankern.

2. Maßnahmen

Auf Basis der belastbaren Verkaufszahlen unserer neuen Topseller aus dem Jahr 2025 haben wir für 2026 eine vorausschauende Absatz- und Produktionsplanung entwickelt. Um die stark gestiegene Nachfrage zuverlässig bedienen zu können, wurden frühzeitig größere Produktionschichten beauftragt, die ab Februar ausgeliefert werden. Insgesamt erwarten wir den Eingang von rund 14.000 Schlafhauben und 11.000 Hosenträgern in unserem Fulfillment-Lager, womit wir die Grundlage für ein skalierbares Wachstum im ersten Halbjahr schaffen.

Die zentrale operative Herausforderung besteht darin, in einem dynamisch wachsenden Markt kontinuierlich lieferfähig zu bleiben. Um Engpässe zu vermeiden und gleichzeitig flexibel auf Nachfrageschwankungen reagieren

zu können, etablieren wir einen quartalsweisen Produktions- und Nachbestellrhythmus. Dieses Vorgehen ermöglicht es uns, die Bestände stabil zu halten und das Wachstum der neuen Produktlinien gezielt zu unterstützen.

Parallel zum Ausbau der Produktionskapazitäten treiben wir unsere Internationalisierung voran. Während der Verkauf in Deutschland und Großbritannien bereits angelaufen ist, werden wir unsere Produkte in den kommenden Monaten sukzessive in weiteren EU-Märkten listeten. Gleichzeitig beginnen wir mit den vorbereitenden Maßnahmen für den Markteintritt in den USA, um im nächsten Schritt auch außerhalb Europas skalieren zu können.

3. Planzahlen

Das bestehende Retail- und B2B-Geschäft mit Jeans und Basic-Bekleidung wird im Jahr 2026 geordnet weitergeführt, um die vorhandenen Lagerbestände effizient abzubauen. Dazu zählen auch gezielte Abverkaufsaktionen, die eine wirtschaftliche Reduktion des Restbestands ermöglichen sollen.

In unserer Finanzplanung ist dieses Geschäftsfeld daher noch bis Ende 2026 berücksichtigt, bevor es vollständig ausläuft. Strategisches Ziel bleibt, dass sämtliche fixen Kosten des Unternehmens ab Ende 2026 vollständig durch das neue, marginstärkere Produktsortiment gedeckt werden und damit die operative Basis für nachhaltiges Wachstum geschaffen wird.

Die folgende Tabelle zeigt unsere Planzahlen für 2026 bis 2030:

	Forecast 2025	2026	2027	2028	2029	2030
Erlös Gesamt	435.900	1.581.398	4.002.214	4.811.938	7.169.240	7.236.679
<i>Erlös Retail</i>	<i>98.000</i>	<i>90.000</i>				
<i>Erlös B2B</i>	<i>42.000</i>	<i>10.500</i>				
<i>Erlös Online</i>	<i>295.900</i>	<i>1.480.898</i>	<i>1.636.303</i>	<i>3.133.242</i>	<i>4.648.081</i>	<i>6.722.121</i>
Handelswaren	135.767	382.241	841.526	1.048.534	1.652.089	1.667.061
DB 1	300.133	1.199.157	3.160.688	3.763.404	5.517.151	5.569.619
Onlinewerbung	31.116	397.282	1.178.431	1.414.679	2.110.308	2.110.308
Versandkosten	45.600	184.036	479.174	576.014	858.323	865.423
Provisionen / Spesen Geldv.	36.979	247.396	671.572	806.584	1.202.747	1.206.200
Verpackung	800	1.365	474	616	863	1.294
DB 2	185.638	369.079	831.036	965.512	1.344.910	1.386.394
Personalkosten	106.735	113.082	180.233	253.791	316.820	399.537
Übrige Fixkosten	72.616	90.612	114.035	119.216	125.036	131.609
DB	6.287	165.386	536.768	592.504	903.054	855.248
Abschreibungen	8.000	8.000	10.000	20.000	30.000	40.000
EBIT	-1.713	157.386	526.768	572.504	873.054	815.248
Zinsen	0	0	0	25.000	20.000	10.000
Steuern	500	9.837	32.923	136.876	213.264	201.312
Gewinn	-2.213	147.549	493.845	410.628	639.791	603.936
Gewinn %	-0,5%	9,3%	12,3%	8,5%	8,9%	8,3%
Eigenkapital Ende Jahr	-285.647	-142.524	302.321	482.803	872.593	1.226.529
Rückzahlung Verbindlichkeiten			-230.147	-250.000	-250.000	-184.814
Verbindlichkeiten Ende Jahr	577.960	914.960	684.814	434.814	184.814	0
(inkl. neue Darlehen)						

Das erwartete Umsatzwachstum spiegelt unmittelbar unsere geplanten Expansionsschritte wider. Ab 2027 sind erstmals Umsätze aus dem US-Markt berücksichtigt, während ab 2029 zusätzliche Produkteinführungen das Wachstum weiter beschleunigen. Damit ergibt sich ein klarer, stufenweiser Skalierungspfad, der sowohl geografische als auch sortimentsbezogene Erweiterungen abbildet.

Da das neue Produkt sortiment attraktive Gewinnmargen zwischen 12 und 20 % ermöglicht, erreichen wir bereits früh eine stabile Profitabilität. Für 2026 planen wir einen Gewinn von rund 147.549 €, wodurch sich unsere Eigenkapitalsituation deutlich verbessert. Ab 2027 rechnen wir mit einem positiven Eigenkapital, das es uns erlaubt, erste Verbindlichkeiten gezielt zu reduzieren und unsere finanzielle Stabilität weiter auszubauen.

Der vorübergehende Anstieg der Verbindlichkeiten im Jahr 2026 ist auf den zusätzlichen Liquiditätsbedarf in der Wachstumsphase zurückzuführen. Mit zunehmender Profitabilität wird jedoch ein immer größerer Anteil des Wachstums über den operativen Cashflow finanziert werden können, wodurch der Bedarf an externem Kapital kontinuierlich sinkt.

Ein wesentlicher Vorteil unseres neuen Sortiments ist die hohe Warenumschlagshäufigkeit, die das eingesetzte Wachstumskapital besonders effizient macht. Für jede zusätzliche 1 Mio. € Umsatz benötigen wir lediglich 8–9 % Wachstumskapital, also rund 80.000–90.000 €. Dadurch können wir unser Geschäftsmodell schnell und kapitalarm skalieren, was wesentlich zur langfristigen Ertragskraft beiträgt.

4. Weitere Erläuterungen

Der Businessplan für 2026 wurde detailliert auf Produktebene entwickelt und stützt sich maßgeblich auf die realen Verkaufszahlen unserer bisherigen Topseller. Auf Basis der nachgewiesenen Nachfrage in Deutschland sowie der jeweiligen Marktpotenziale haben wir die Umsatzentwicklung für die weiteren Länder modelliert. Daraus ergibt sich für 2026 ein erwarteter Gesamtumsatz von etwa **1.324.000 €** aus dem neuen Produktsortiment, ergänzt durch **257.000 €** aus dem auslaufenden Jeans- und Basic-Geschäft.

Die strategischen Entwicklungsschritte der kommenden Jahre sind klar strukturiert und folgen einem skalierbaren Wachstumsplan:

2026

- Markteintritt in Großbritannien und Frankreich, anschließende Erweiterung auf weitere EU-Länder
- Vorbereitung des Verkaufsstarts in den USA
- Weiterentwicklung bestehender Produkte und Einführung zusätzlicher Varianten

2027

- Verkaufsstart in den USA
- Erweiterung des Vertriebs nach Kanada
- Lancierung weiterer neuer Produkte zur Sortimentserweiterung

2028–2030

- Kontinuierliche Expansion über den gezielten Ausbau des Produktportfolios und die Erschließung zusätzlicher Marktsegmente

5. Abschließende Einschätzung und Ausblick

Mit der strategischen Neuausrichtung, dem klar fokussierten Produktsortiment und den bereits erzielten Verkaufserfolgen haben wir eine solide Grundlage geschaffen, um Torland in den kommenden Jahren zu einem international skalierenden Anbieter nachhaltiger Textilinnovationen zu

entwickeln. Die Kombination aus hoher Warenumschatzshäufigkeit, attraktiven Margen und einem reproduzierbaren Expansionsmodell ermöglicht ein kapital-effizientes und zugleich dynamisches Wachstum.

Mit Ihrer Unterstützung können wir unsere internationale Präsenz weiter ausbauen, neue Märkte schneller erschließen und nachhaltige, hochwertige Produkte einem noch größeren Publikum zugänglich machen. Wir sind überzeugt, dass Torland mit seiner klaren Positionierung, der starken Markenidentität und dem wachstumsorientierten Geschäftsmodell hervorragend aufgestellt ist, um in den Jahren 2026 bis 2030 profitabel und nachhaltig zu wachsen.

Sascha Hümbeli, 5.1.2026