



The Social Chain AG[®]

Medienmitteilung

Erster konsolidierter Halbjahresbericht: Die Social Chain AG wächst zweistellig und schreibt schwarze Zahlen

- **Vorläufige Zahlen für das 1. Halbjahr 2020:**
Umsatz: 88,1 Mio. Euro (plus 14%)
EBITDA: 3,9 Mio. Euro (plus 4,5 Mio. Euro)
- **Prognose für das 2. Halbjahr 2020:**
Umsatz: 111,8 Mio. Euro (plus 60%)
EBITDA: 4,5 Mio. Euro (plus 8,8 Mio. Euro)
- **Prognose für das Gesamtjahr 2020:**
Umsatz: 199,9 Mio. Euro (plus 36%)
EBITDA: 8,4 Mio. Euro (plus 13,2 Mio. Euro)
- **Neue Marken, neue Firmen: Erfolgreicher Akquisitions- und Integrationsprozess stärkt die Internationalisierung und bereichert das Portfolio**
- **Weitere Impulse für organisches Wachstum durch gezielte Zukäufe: Akquisitions-Pipeline mit einem annualisierten Umsatz von 100 Mio. Euro**
- **CEO Wanja S. Oberhof: „Die dynamische Innovationskraft der Social Chain AG spiegelt sich jetzt auch in ihren Finanzkennzahlen: Wir wachsen schnell und profitabel zugleich.“**

Berlin, 15. Juli 2020. Die Social Chain AG (WKN: A1YC99) kann bereits in ihrem ersten konsolidierten Halbjahresbericht ein zweistelliges Umsatzwachstum und schwarze Zahlen ausweisen. Von Januar bis Juni 2020 verzeichnete das integrierte Social-Media-Unternehmen einen Umsatz von 88,1 Millionen Euro (vorläufige Zahlen, pro-forma-konsolidiert), ein Wachstum von 14 Prozent im Vergleich zum 1. Halbjahr 2019 (77,6 Mio. Euro). Das EBITDA stieg auf Basis der vorläufigen Zahlen im Jahresvergleich von minus 0,6 Millionen Euro um 4,5 Millionen Euro auf 3,9 Millionen Euro. Die Social Chain AG ist erst Ende Oktober 2019 durch eine Einbringung der The Social Chain Group AG in die Lumaland AG entstanden. Ohne Pro-forma-Konsolidierung hatte die Lumaland AG als Rechtsvorgänger der neuen Social Chain AG im 1. Halbjahr 2019 einen Umsatz von 21 Millionen Euro ausgewiesen, das EBITDA lag bei 0,3 Millionen Euro. *(Alle pro-forma-konsolidierten Darstellungen berücksichtigen zum Stichtag identisch einbezogene Unternehmen, um aussagekräftige Vergleiche zu ermöglichen.)*

Im 2. Halbjahr 2020 erwartet die Social Chain AG ein organisches Umsatzwachstum in Höhe von 60 Prozent auf 111,8 Millionen Euro (2. Halbjahr 2019: 69,7 Mio. Euro). Das Unternehmen rechnet mit einem EBITDA von 4,5 Millionen Euro (2. Halbjahr 2019: -4,3 Mio. Euro), eine Verbesserung von 8,8 Millionen Euro im Vergleich zum 2. Halbjahr 2019. Für das Gesamtjahr 2020 prognostiziert die Social Chain AG einen Umsatz von 199,9 Millionen Euro (2019: 147,3 Mio. Euro), ein organisches Wachstum von 36 Prozent. Das EBITDA wird bei 8,4 Millionen Euro erwartet. Dies entspricht einem Ergebnissprung von 13,2 Millionen Euro im Vergleich zum Vorjahr (2019: -4,8 Mio. Euro).



The Social Chain AG®

Wanja S. Oberhof, CEO der Social Chain AG: „Der erste Halbjahresbericht unserer noch jungen Social Chain AG zeigt: Unsere Innovationskraft spiegelt sich jetzt auch in den Finanzkennzahlen. Es gelingt uns, eine offensive Wachstumsstrategie kaufmännisch erfolgreich zu orchestrieren. Nach einem – trotz Covid-19-Krise – guten 1. Halbjahr 2020 werden wir in der zweiten Jahreshälfte noch schneller wachsen und dies bei anhaltender Profitabilität. In relativ kurzer Zeit haben wir mit der Social Chain ein führendes integriertes Social-Media-Unternehmen geformt, das in der Lage ist, sein organisches Wachstum durch gezielte Zukäufe zu beschleunigen. Unser Geschäftsmodell mit vielfältigen Umsatzerlösen aus der Kombination von Social Media und Social Commerce erweist sich auch in konjunkturellen Krisen als robust.“

Corona-Auswirkungen durch breite Aufstellung abgefedert: Social Commerce überkompensiert Einbußen im Social-Media-Bereich

Insgesamt haben sich die Geschäfte der Social Chain AG auch während der Covid-Krise gut entwickelt. Einerseits haben die Auswirkungen von Covid-19 zu Umsatzeinbußen im Digital Marketing und bei Social Events geführt. Andererseits konnten die Einbußen durch ein außergewöhnlich gutes Geschäft im Social Commerce mit Eigenmarken mehr als kompensiert werden. Oberhof: „Durch unsere breite Basis im Social Commerce sind wir im Unterschied zu typischen Social-Media-Agenturen oder reinen Social-Media-Publishern deutlich weniger abhängig von konjunkturbedingten Streichungen von Marketing-Etats. Die Vermarktung unserer eigenen Marken über unsere eigenen Web-Shops und Social-Media-Kanäle hat in der Krise sogar an Dynamik gewonnen. Die Akquisitionspolitik der Social Chain konzentriert sich daher auch künftig auf Unternehmen, deren Marken und Dienstleistungen über Social Media überdurchschnittlich erfolgreich vermarktet werden können. Darüber hinaus interessieren uns Unternehmen, die unser integriertes Social-Media-Know-how verbreitern und vergrößern.“

Neue Marken, neue Firmen: Erfolgreicher Akquisitions- und Integrationsprozess stärkt die Internationalisierung und bereichert das Portfolio

Ihre Aufstellung als international agierendes Unternehmen hat die Social Chain AG im 1. Halbjahr durch zwei Weichenstellungen untermauert. Ende Mai gab das Unternehmen die Übernahme der kalifornischen A4D Inc. bekannt, die größte Einzelinvestition in der bisherigen Firmengeschichte. Der Spezialist für digitales Performance Marketing erweitert die Expertise der Social Chain AG und soll ihr Wachstum in den USA weiter beschleunigen. Bis 2022 will Social Chain den Umsatzanteil des US-Geschäfts auf über 50 Prozent steigern.

Den Weg in den asiatischen Markt ebnet ein geplantes Joint Venture mit der Jassen GmbH, das der Social Chain AG aus dem Stand Zugang zu einem Netzwerk von über 200 Millionen Followern in Asien ermöglicht. Dort wird die Beauty-Marke OJESH von der Shenzhen Yasen Jinyuan Technology Co. über eine innovative, Social-Media-basierte Vertriebsstrategie verkauft: OJESH vermarktet seine Produkte über die Kommunikationsplattform WeChat in einem Social-Reseller-System. 40.000 Netzwerkpartner auf WeChat mit einer Social-Media-Reichweite über Sina Weibo von 200 Millionen Followern verkaufen OJESH direkt.

Ihr Marken-Portfolio im Segment Social Commerce hat die Social Chain AG durch neue Beteiligungen erweitert, darunter KoRo und Urbanara. KoRo setzt auf Super Food online, komplett vermarktet über Social Media. Der Umsatz wird sich 2020 voraussichtlich auf über 15 Millionen



The Social Chain AG®

Euro verdreifachen. Urbanara vertreibt Wohnaccessoires aus Naturmaterialien. Social Chain hat das Unternehmen im Dezember 2019 übernommen. Bereits im 1. Quartal 2020 erzielte Urbanara ein positives EBITDA und rechnet für das Gesamtjahr 2020 bei einem Umsatz von über 10 Millionen Euro mit einem EBITDA von mehr als 1 Million Euro.

Akquisitions-Pipeline mit einem annualisierten Umsatz von 100 Millionen Euro: Basis für zusätzliches Wachstum in 2021

Oberhof: „Die Social Chain AG hat sich nun auch im internationalen Rahmen als attraktive Adresse für Marken- und Social-Media-Partner etabliert. Die Hersteller von Produkten sehen in uns einen Experten für operative Skaleneffekte bei der Vermarktung über Social Media. Social Media Unternehmer schätzen die enge Anbindung an unser neues Business-Modell im digitalen Zeitalter: das integrierte Social-Media-Unternehmen. Unsere Akquisitions-Pipeline ist entsprechend gut gefüllt. Der gesamte annualisierte Umsatz der Firmen, mit denen wir derzeit verhandeln, liegt über 100 Millionen Euro. Wir verfügen jetzt über die kritische Masse an Strukturen, Management und Kapital, um Unternehmen effizient zu integrieren. Die aktuellen Chancen auf Übernahmen zu attraktiven Konditionen sind eine vielversprechende Ausgangsbasis für weiteres Wachstum im Jahr 2021.“

Zusätzliche Informationen

Eine ausführliche Präsentation zu den Zahlen des 1. Halbjahres 2020 und zur Prognose für das Geschäftsjahr 2020 finden Sie unter [Investor Relations](#) auf der Social Chain Website www.socialchain.de.

Kontakt:

Jana Walker | Senior Corporate & Brand PR Manager | E: press@socialchain.de |
T: +49 30 208 48 40 28

Über The Social Chain AG (www.socialchain.de)

Das erste integrierte Social-Media-Unternehmen The Social Chain AG vereint Social Media und Social Commerce. Social Chain ist Pionier für den Aufbau, die Entwicklung und die Skalierung von Social-Media-Brands. Hauptsitz des Unternehmens ist Berlin, weitere Standorte sind Manchester, London, New York und München. Das Unternehmen beschäftigt insgesamt rund 500 Mitarbeiter. Die Aktien der Social Chain AG werden auf XETRA und an der Börse Düsseldorf gehandelt.

Der Inhalt dieser Pressemitteilung dient ausschließlich der Information und stellt keine Anlageberatung oder sonstige Empfehlung im Sinne des Wertpapierhandelsgesetzes durch The Social Chain AG oder ihre verbundenen Unternehmen dar. Die bereitgestellten Inhalte können eine Anlageberatung nicht ersetzen. Die Inhalte dieser Pressemitteilung sind nicht als Zusicherung etwaiger Kursentwicklungen zu verstehen und sollen nicht als Aufforderung verstanden werden, ein Geschäft oder eine Transaktion einzugehen. Die Inhalte stellen weder ein Verkaufsangebot oder Werbung für ein Verkaufsangebot für Wertpapiere oder Rechte noch eine Aufforderung zum Handel mit Wertpapieren oder Rechten dar. Dementsprechend gibt die The Social Chain AG und ihre verbundenen Unternehmen keine Gewährleistungen oder Zusicherungen hinsichtlich der Genauigkeit, Vollständigkeit oder Richtigkeit der hierin enthaltenen Informationen oder Meinungen ab. Wir übernehmen keine Haftung für unmittelbare oder mittelbare Schäden, die durch die Verteilung und/oder Verwendung dieses Dokuments verursacht und/oder mit der Verteilung und/oder Verwendung dieses Dokuments im Zusammenhang stehen. Die Aussagen entsprechen dem Stand zum Zeitpunkt der Erstellung des Dokuments. Sie können aufgrund künftiger Entwicklungen überholt sein, ohne dass das Dokument geändert wurde.