elumeo

Der führende Elektronikfachhändler für Edelsteinschmuck in Europa

Geschäftsjahr 2022 23.06.2023

Zusammenfassung der wichtigsten Entwicklungen

- Das Jahr 2022 war geprägt von einem sehr herausfordernden wirtschaftlichen Umfeld.
- elumeo ist es gelungen, sich besser als der Markt zu entwickeln und das Live-Geschäft im 2. Halbjahr 2022 zu stabilisieren. Im 4. Quartal verzeichnete elumeo das elfte positive Quartal in Folge.
- Im Rahmen unserer Prognose ging der Umsatz 2022 um 9,5 % auf 45,8 Mio. EUR zurück. Das bereinigte EBITDA bleibt mit 2,2 Mio. Euro positiv.
- Positiver operativer Cashflow in H2 von TEUR 149
- Nach der Restrukturierung kehrte das italienische Geschäft im Jahr 2022 in die Gewinnzone zurück.
- Unsere Video-Shopping-App Jooli wuchs auf mehr als 1.237 Kanäle. Seit seiner Gründung wurden über 8 Millionen Videos abgespielt.
- Ausblick 2023: Der Umsatz soll im Vergleich zum Vorjahr stabil bleiben und das bereinigte EBITDA im niedrigen einstelligen Millionenbereich liegen.

Inhaltsverzeichnis

1	elumeo auf einen Blick
2	Wichtige Entwicklungen im Jahr 2022
3	Finanzkennzahlen GJ 2022
4	Aussicht

Das Geschäftsmodell von elumeo basiert auf drei Säulen

Videoshopping

- Erhöhte Conversion-Raten
- Höherer Customer Lifetime Value
- Video transportiert sowohl Fakten als auch Emotionen

Digitale Transformation

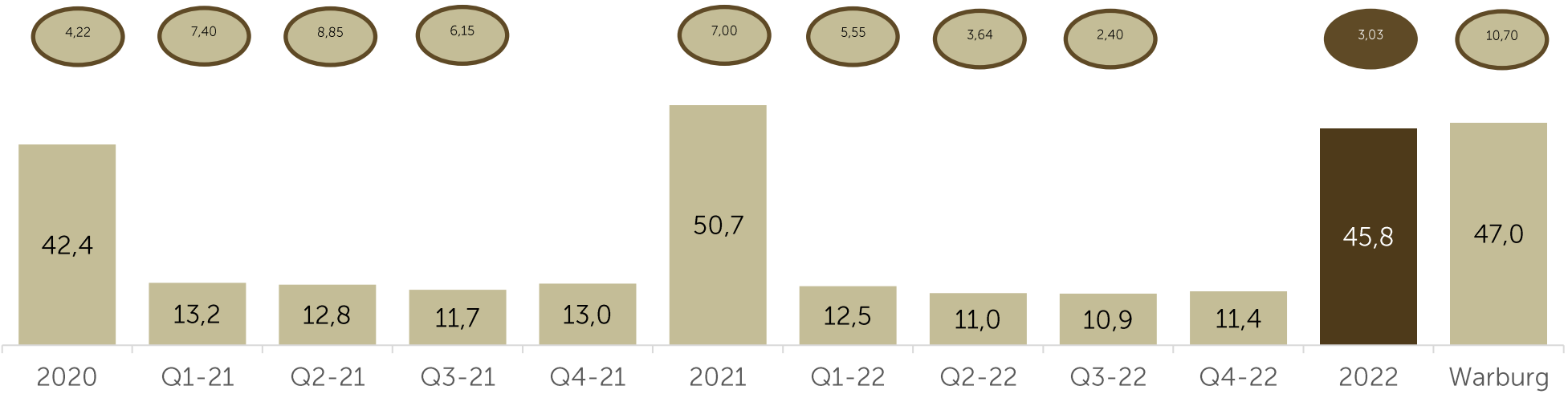
- Transformation vom klassischen linearen Fernsehen hin zu hochgradig personalisierten, individuellen Online-Produktshows

Integrierte Wertschöpfungskette

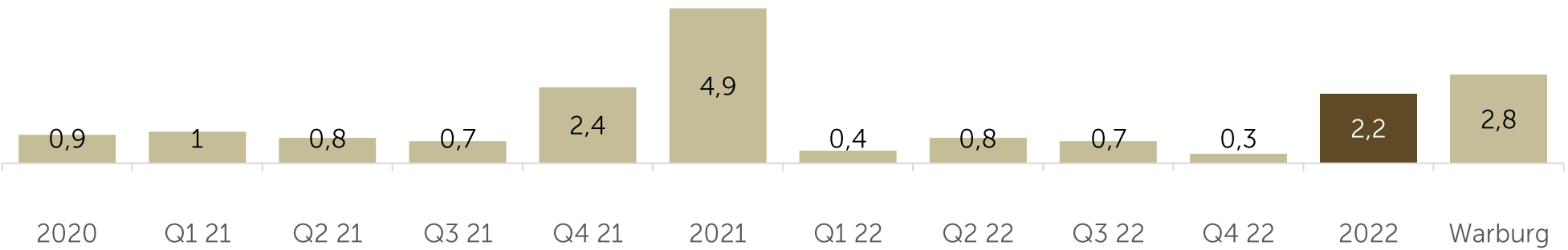
- Große Vielfalt an Edelsteinen dank mehr als 30 lokaler Manufakturen
- Niedrige Produktionskosten, starker Preisvorteil
- Schnelle Reaktionszeiten

Elf profitable Quartale in Folge

Aktienkurs und Umsatz (Mio. €)



Bereinigtes EBITDA (Mio. €)



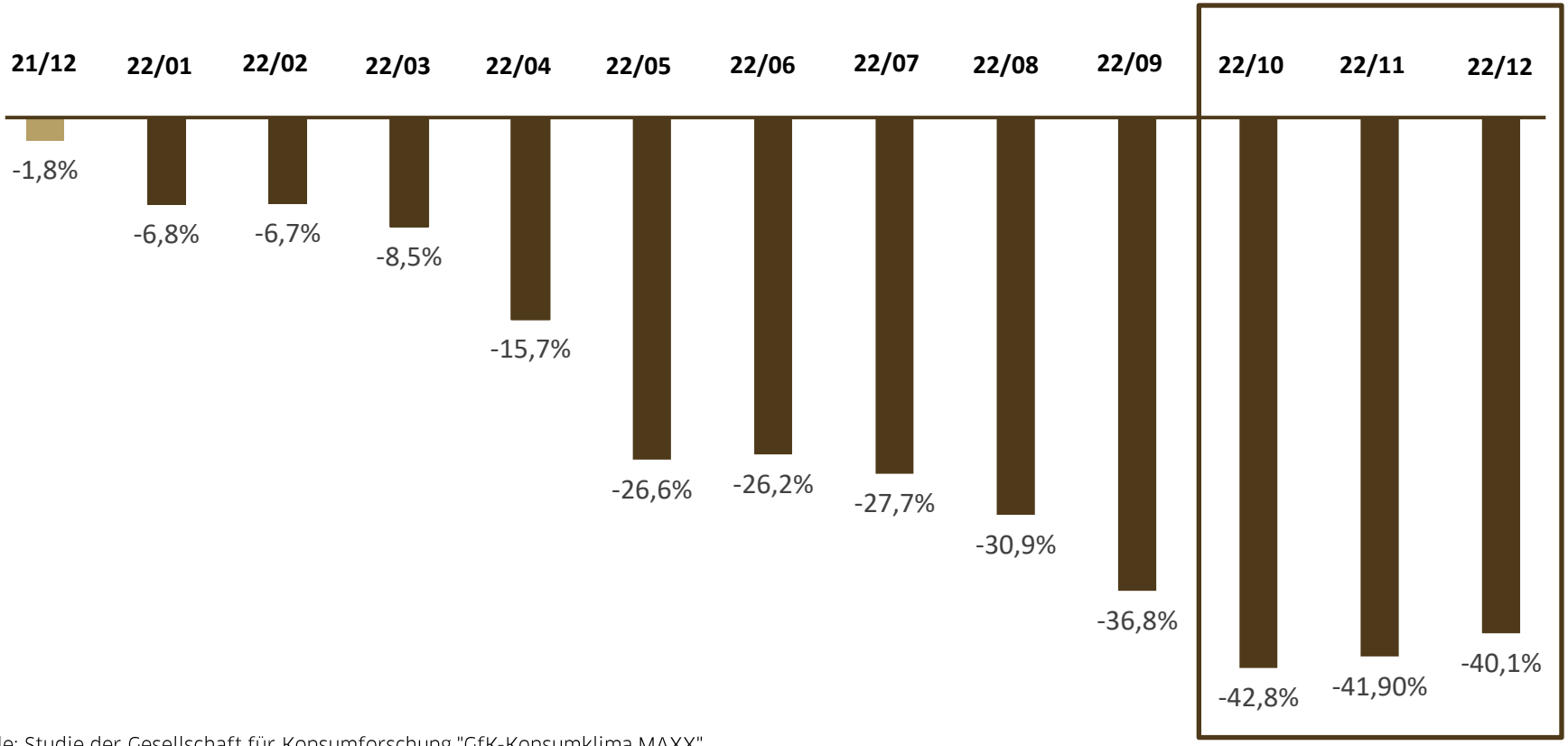
Inhaltsverzeichnis

1	elumeo auf einen Blick
2	Wichtige Entwicklungen im Jahr 2022
3	Finanzkennzahlen GJ 2022
4	Aussicht

Die Konsumentenstimmung hat sich insgesamt dramatisch verschlechtert und erreichte im 4. Quartal 2022 sein Rekordtief

GfK-Konsumentenstimmungsindex für Deutschland

Dezember 2021 bis Dezember 2022



Quelle: Studie der Gesellschaft für Konsumforschung "GfK-Konsumklima MAXX"

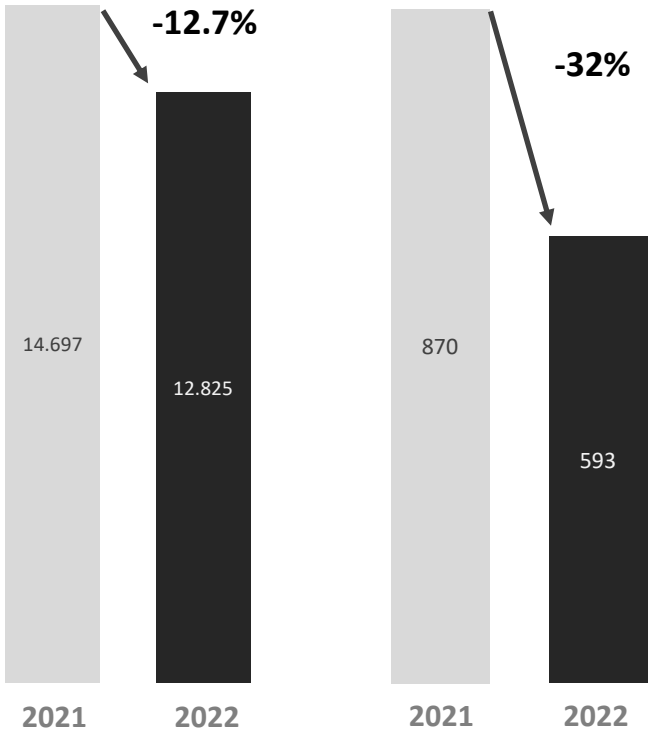
Das Elumeo LIVE-Geschäft entwickelte sich besser als der Markt und stabilisierte den Umsatz im 2. Halbjahr

LIVE

Umsatz der deutschen Multichannel- &; Teleshopping-Markt

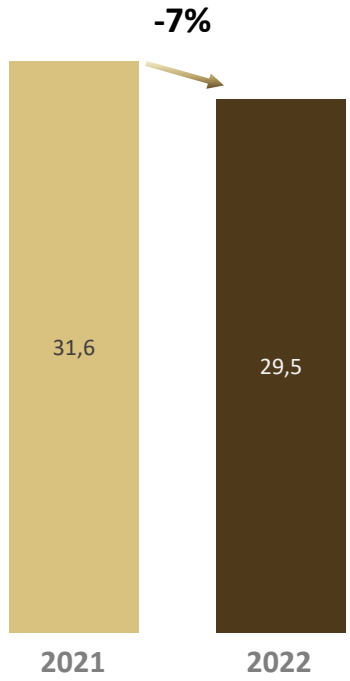
in Mio. EUR

(Bundesverband E-Commerce und Versandhandel e.V.)



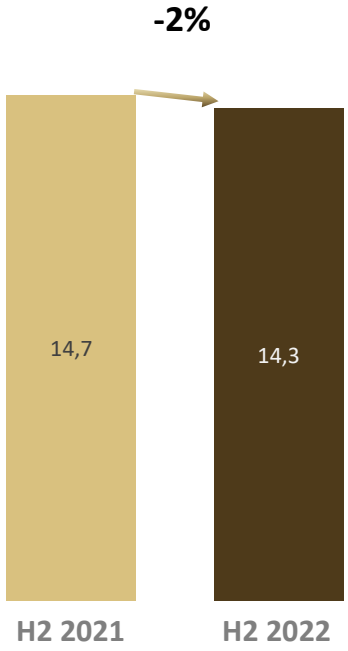
Umsatz von elumeo LIVE-Geschäft FY vs. FY

in Mio. EUR, ohne ITA



Umsatz von elumeo LIVE-Geschäft H2 vs. H2

in Mio. EUR, ohne ITA



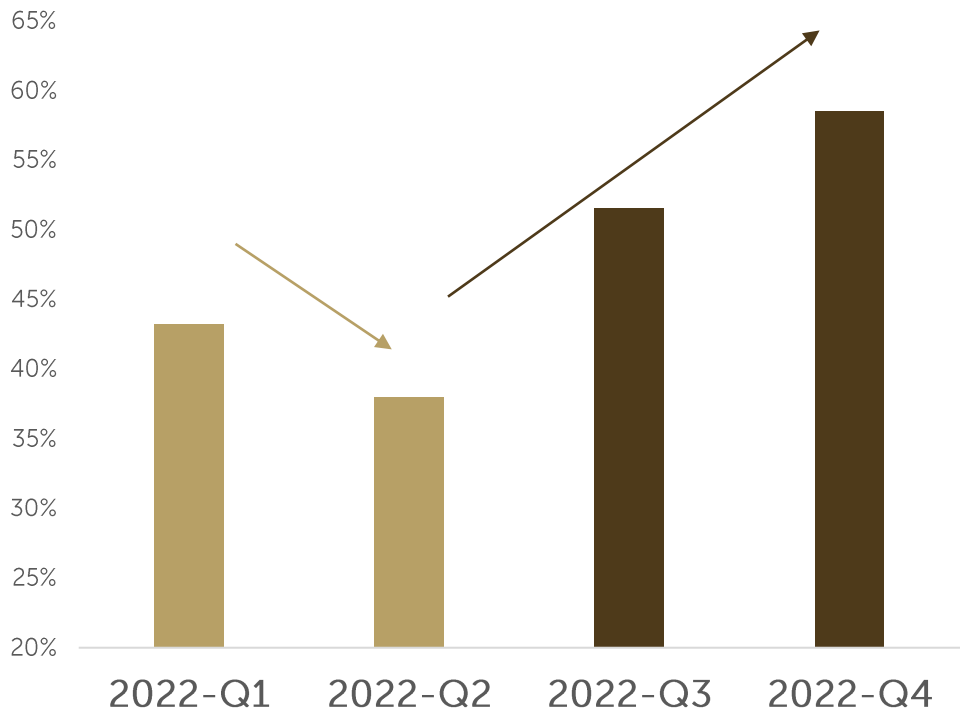
Quelle: BEVH Bundesverband E-Commerce und Versandhandel e.V. & Internes ERP-System

Unsere schnelle Lieferkette ermöglichte es uns, schnell auf veränderte Kundenpräferenzen zu reagieren und den Lagerbestand und die Rohertragsmarge stabil zu halten

MERCH

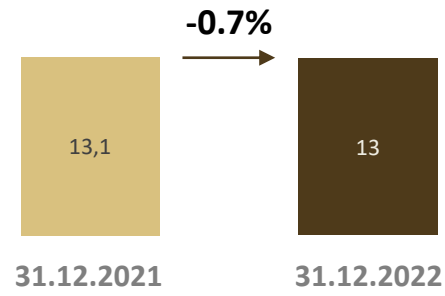
Dank der schnellen Reduzierung der Liniengrößen Verkaufsquote deutlich verbessert

Verkaufsrate in % der SKU-Positionen nach 90 Tagen



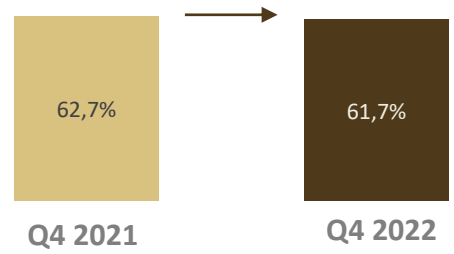
Lagerbestand stabil geblieben

in Mio. EUR



Rohertragsmarge in Q4 stabil

In %

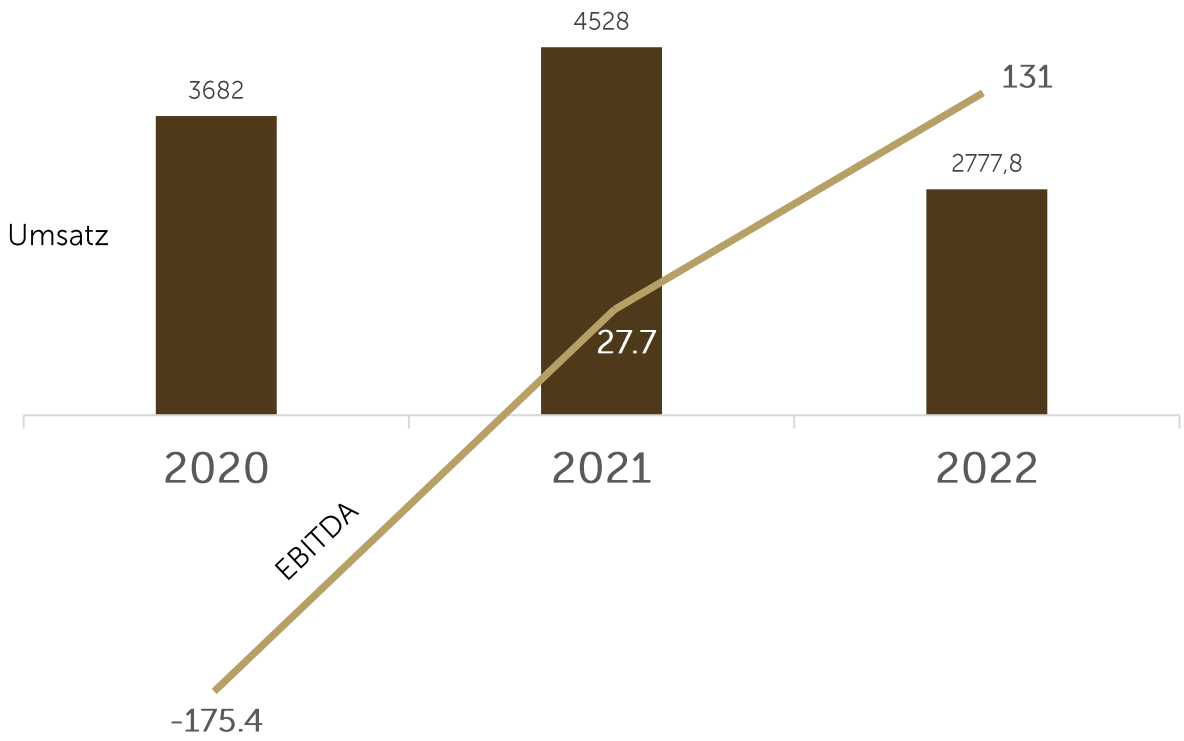


Quelle: Internes ERP-System

Nach Restrukturierung kehrte das italienische Geschäft in die Gewinnzone zurück

Umsatz- und EBITDA-Entwicklung des italienischen Marktes

TV + Online-Geschäft



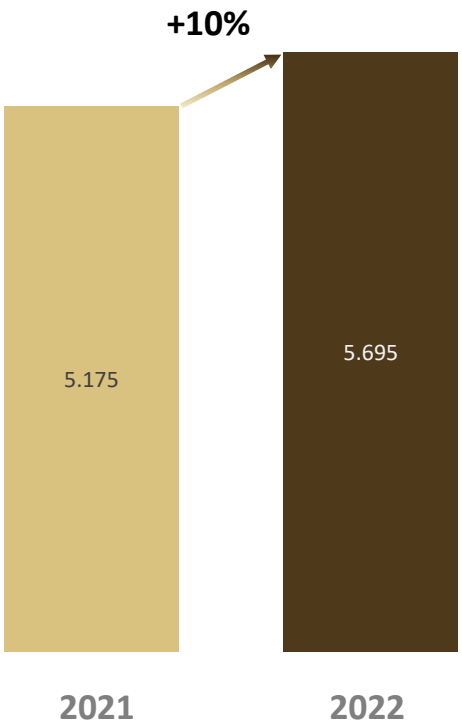
- Nach einem starken Umsatzrückgang im 1. Quartal 2022 wurde das Italiengeschäft umstrukturiert und die 24-Stunden-Ausstrahlung auf ein 7-stündiges Sendefenster reduziert.
- Damit einher gingen überproportional hohe Einsparungen bei den Reichweitenkosten.
- Der italienische Markt kehrte in die Gewinnzone von 131 Tsd. EBITDA zurück.

Quelle: Internes ERP-System

Nicht-Live- und nicht-lineare Videoshopping-Kanäle gewinnen an Zugkraft

Einnahmen aus digitalem Videoshopping

in Tsd. EUR



Einnahmekanäle

- Nicht-lineare Online-Streams
- Nichtlineare mobile App
- LIVE Gamerobot

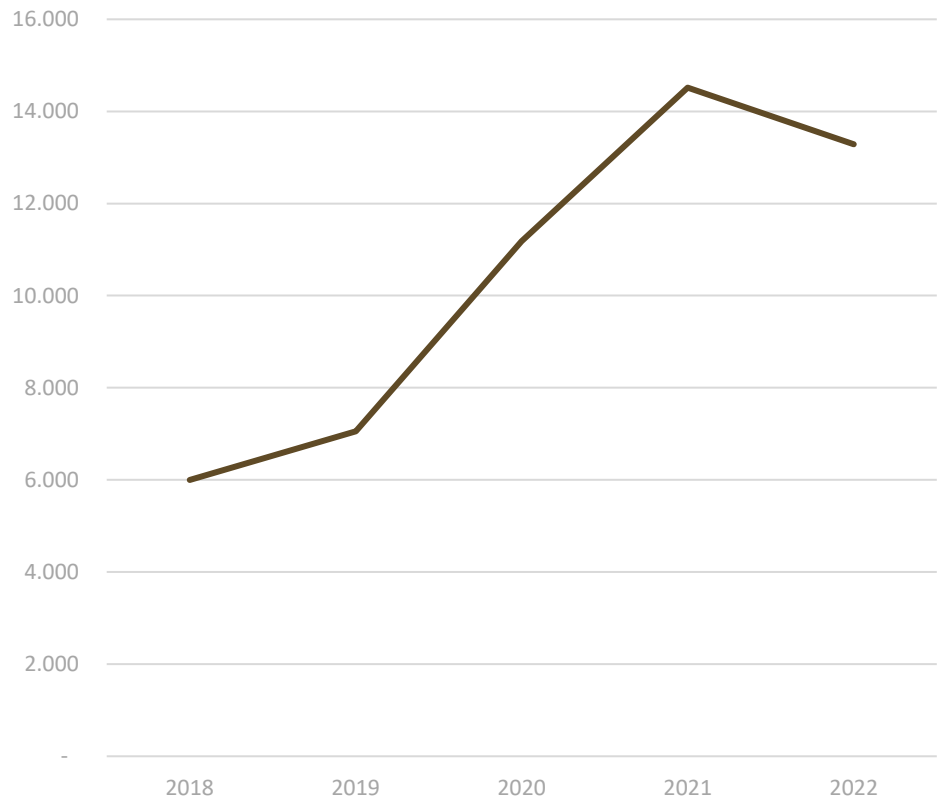
Quelle: Internes ERP-System

Umsatz des elumeo Webshops weiterhin deutlich über Vor-Pandemie-Niveau und übertraf den Markt um den Faktor 4

WEB

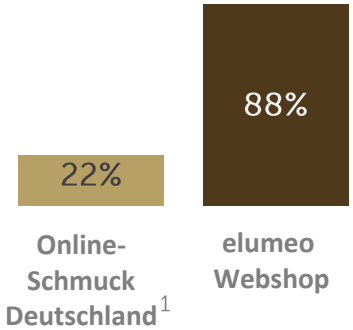
Webshop-Umsätze in den Jahren 2018-2022

in Tsd. EUR



Konsolidierte Wachstumsrate von Deutscher Online-Schmuckmarkt vs. elumeo Webshop

2019 - 2022



- Der Webumsatz sank im Vergleich zum Vorjahr um 8 %, liegt aber weiterhin deutlich über dem Niveau vor der Pandemie
- Aufgrund des herausfordernden Marktumfelds ging das Suchvolumen für Edelsteinschmuck zurück, was zu einem Rückgang der Neukunden führte

Quelle: Internes ERP-System, basierend auf statischer Webshop-Performance (=ohne Livestream oder andere nicht-lineare Online-Kanäle);
1) Daten des Bundesverbandes eCommerce und Versandhandel BEVH

Unsere Videoshopping-App Jooli hat im Laufe des Jahres 2022 große Fortschritte gemacht

JOOLI

Personalisierter KI-Video-Feed

Die App wurde von Grund auf neu gestaltet

Gutschein-System

Mehrere Regionen und mehrere Sprachen

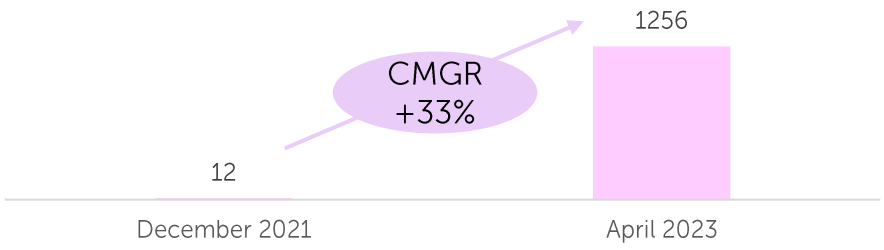
Erster Metaverse-Prototyp

Seit Dezember 2021 live und wächst schnell

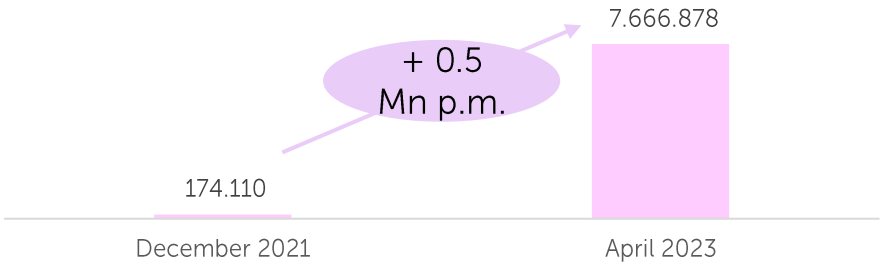
JOOLI

Aktiv in Indien und Europa

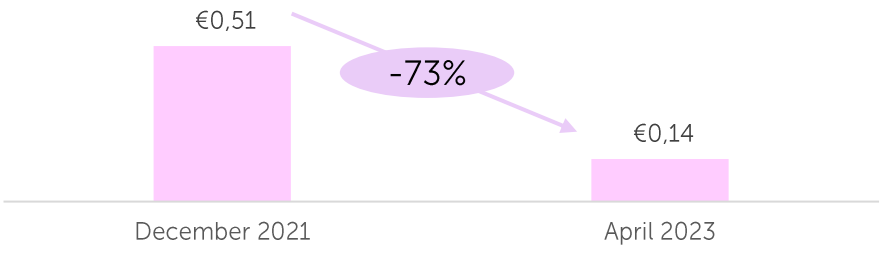
Schnelles Wachstum der Kanäle (Beispiel: Indien)



Kumulative Videoaufrufe Indien



Verbesserte Download-Kosten (Beispiel: Indien)



Signifikante Verbesserung der täglichen Bindung

Tägliche Kundenbindung: Signifikante Verbesserung der Kundenbindung am nächsten Tag

Große Fortschritte bei der Produktreife auch im Jahr 2023

KI-basierter Echtzeit-Video-Feed

- Anpassung an die Präferenzen der Benutzer in Echtzeit innerhalb derselben Sitzung, unterstützt durch KI
- Steigerung der Videoimpressionen, -bindung und -konversion wird erwartet
- Beweis für die High-Tech-Kompetenz von jooli im Lean-Setup

jooliPay

- In-App-basierter Checkout für Kunden mit allen wichtigen indischen Zahlungsmethoden
- Wird mit Kotak Mahindra als Bankpartner eingeführt, um Zahlungen auf dem stark regulierten indischen Markt abzuwickeln

Aussicht

Weitere Neuerungen im 2. Halbjahr 2023 sind:

- KI-gestützter Sprachassistent beim Einkaufen
- Self-Onboarding-Funktionen für Händler
- API-basierte Integration der wichtigsten Shopping-Plattformen
- Veröffentlichung der Metaverse-App in Zusammenarbeit mit HSD

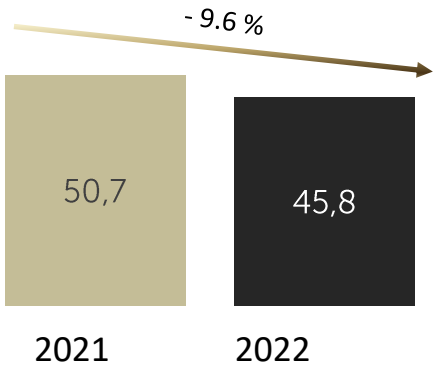
HSD: Labor für Virtual Reality / Virtuelles Studio der Fachhochschule Düsseldorf

Inhaltsverzeichnis

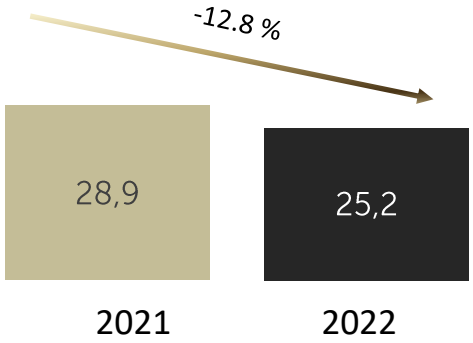
1	elumeo auf einen Blick
2	Wichtige Entwicklungen im Jahr 2022
3	Finanzkennzahlen GJ 2022
4	Aussicht

Performance 2022 vs. 2021 – Überblick

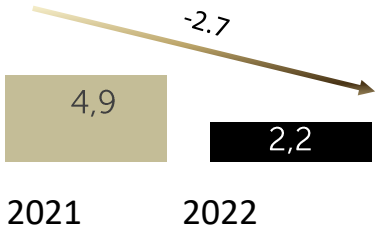
Umsatzerlöse (Mio. €)



Rohertrag (Mio. €)



Bereinigtes EBITDA (Mio. €)



Umsatzerlöse: Der Umsatzrückgang im Jahr 2022 lässt sich zum Teil auch durch das außergewöhnlich starke Wachstum von 19,5 % im Vorjahreszeitraum erklären, als sich die europäischen Länder im Corona-Lockdown befanden.

Rohertrag: Die schwächere Entwicklung des Euro gegenüber der indischen Rupie, dem US-Dollar und dem thailändischen Baht führte zu einem Rückgang der Rohertragsmarge.

Bereinigtes EBITDA: Trotz Gegenwind positives bereinigtes EBITDA.

Positives bereinigtes EBITDA trotz Umsatzrückgang

		in TEUR 2022	in TEUR 2021
EBITDA (TEUR)		-463	2.928
(+/-)	Aufwendungen und Erträge aus Währungsumrechnung	-20	-54
(+)	Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen - Aktienoptionsprogramm	253	126
(+)	Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen - Aktienprogramm	1.110	
(+)	Forschungs-, Entwicklungs- und Vertriebsaufwendungen Jooli	1.251	467
(+)	Aufwendungen Kündigung italienischer Reichweitenvertrag		1.250
(+)	Aufwendungen Juwelo Italia s.r.l.	72	136
Bereinigtes-EBITDA		2.203	4.853

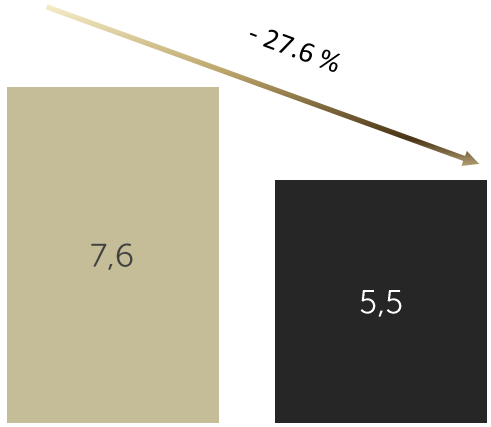
1) Wurde in Q4 2022 angepasst und wird in Q2 2023 neu angepasst

Rückgang des Konzernergebnisses aufgrund aktiver latenter Steuern

	in Tsd. Euro
	2022
EBITDA	-463
(+/-) Amortisation	-941
EBIT	-1.404
(+/-) Interesen	-65
(+/-) Aktive latente Steuern	-1.926
(+/-) Provision PWK Offenlegung	100
Ergebnis nach Steuern	**-3.295**

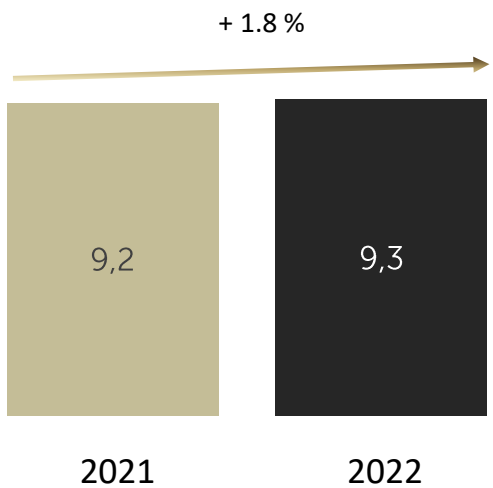
2022 vs. 2021: deutlich sinkende Reichweitenkosten und stabile Personalkosten

Reichweitenkosten (Mio. €)



Reichweitenkosten: Deutliche Senkung der Reichweitenkosten dank Optimierung des italienischen TV-Geschäfts

Personalkosten (Mio. €)
ohne aktienbasiertes Programm



Personalkosten: Stabile Personalkosten trotz Investitionen in Jooli

Leistungskennzahlen (I)

TEUR (sofern nicht anders angegeben)	2022		2021		YoY in %
Umsatzerlöse	45.844	100,0%	50.677	100,0%	-9,5%
[nachfolgende Angabe erfolgen: absolut und in % der Umsatzerlöse]					
Rohertrag	25.187	54,9%	28.875	57,0%	-12,8%
EBITDA	-463	-1,0%	2.928	5,8%	-115,8%
Bereinigtes-EBITDA	2.203	4,8%	4.853	9,6%	-54,6%
Abschreibungen	941	2,1%	951	1,9%	-1,0%
EBIT	-1.404	-3,1%	1.977	3,9%	-171,0%
Konzern-Gesamtergebnis	-3.333	-7,3%	9.241	18,2%	-136,1%
Vertriebs- und Verwaltungskosten	26.744	58,3%	27.090	53,5%	-1,3%
Summe Aktiva	22.746		27.874		-18,4%
Summe Eigenkapital [absolut und in % der Bilanzsumme]	10.634	46,8%	13.714	49,2%	-22,5%
Betriebsmittel (Working capital) [absolut und in % der Bilanzsumme]	7.328	32,2%	6.478	23,2%	13,1%
Netto-Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	-1.421		1.190		-219,4%
Netto-Cashflow aus Investitionstätigkeit	-60		-355		83,2%
Netto-Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	131		-384		134,1%

Wesentliche Leistungsindikatoren (II)

TEUR (sofern nicht anders angegeben)	2022	2021	YoY in %
[nachfolgende Angabe erfolgen: KPIs des internen Controllingsystems]			
Absatzmenge [Stück]	568.344	594.730	-4,4%
Anzahl aktiver Kunden	75.195	81.328	-7,5%
Durchschnittliche Anzahl verkaufter Stück pro aktivem Kunde	7,6	7,3	3,4%
Durchschnittlicher Verkaufspreis [EUR]	81	85	-5,3%
Rohertrag pro verkauftem Stück [EUR]	44	49	-8,7%
Durchschnittlicher Warenkorb [EUR][1]	191	191	0,2%
Anteil Marketingausgaben des Umsatzes Web	19%	16%	3,0 p.p.
Customer Value nach einem Jahr[2]	314	423	-25,8%
Customer Value nach fünf Jahren[2]	967	1.015	-4,7%
[in % des Kanals]			
Organic	21,4%	24,7%	-3,3 p.p.
Direct	11,4%	10,4%	1,0 p.p.
Paid	42,0%	36,3%	5,7 p.p.
Mail	7,5%	6,8%	0,7 p.p.
Other	17,7%	21,8%	-4,1 p.p.
Neukunden			
TV	7.545	8.723	-13,5%
Web	30.153	38.867	-22,4%
Sonstige	124	135	-8,1%

Inhaltsverzeichnis

1	elumeo auf einen Blick
2	Wichtige Entwicklungen 2022
3	Finanzkennzahlen GJ 2022
4	Aussicht

Ausblick 2023 – stabile Entwicklung Bereinigtes EBITDA im niedrigen einstelligen Millionenbereich

- Auch für 2023 rechnet das Management aufgrund der wirtschaftlichen Auswirkungen des Krieges in der Ukraine mit einer hohen Volatilität.
- Die Prognose basiert daher auf einer vorsichtigen Herangehensweise an die zukünftige Entwicklung und berücksichtigt mögliche weitere negative Einflüsse aus Nachfrageeinbrüchen und Angebotsengpässen.
- Die ersten beiden Monate des Jahres 2022 waren noch vor Ausbruch des Krieges in der Ukraine von positiven COVID-Effekten geprägt.

Ausblick 2023 – stabile Entwicklung
Bereinigtes EBITDA im niedrigen einstelligen Millionenbereich

- Das Management geht davon aus, dass sich der Umsatz zwischen einem mittleren positiven und einem mittleren negativen einstelligen Prozentkorridor entwickeln wird. Die Verkürzung des Sendefensters in Italien führt zu einem Umsatzrückgang von rund 50% des italienischen Live-Geschäfts.

- Im Webshop wird für 2023 ein Umsatzwachstum im niedrigen einstelligen Prozentbereich erwartet.

- Die Rohertragsmarge soll stabil bei > 50% bleiben

- Das bereinigte EBITDA wird voraussichtlich im niedrigen einstelligen Millionenbereich liegen.

Ansprechpartner

Executive Board
Wolfgang Boyé, Boris Kirn, Dr. Frank Broer, Gregor Faßbender, Claudia Erning, Deepa Gautam-Nigge

Managing Directors
Florian Spatz, Dr. Riad Nourallah, Boris Kirn

Investor Relations
Erkelenzdamm 59/61
10999 Berlin
E-Mail: ir@elumeo.com
Phone: +49 30 69 59 79-231
Fax: +49 30 69 59 79-650