

elumeo

**Der führende Elektronikhändler für
Edelsteinschmuck in Europa**



Präsentation zur ordentlichen Hauptversammlung der elumeo SE am 28. Juni 2022

Zusammenfassung der wichtigsten Entwicklungen

- Neukundengewinnung sowohl im Live als auch im Web führten zu erhöhten Umsatz im Jahr 2021 um 20% auf 50,7 Mio. EUR. Die Webshops übertrafen die Gesamtmarktentwicklung des E-Commerce in Deutschland um mehr als 50%.
- Rohertrag im Jahr 2021 wuchs schneller als der Umsatz, was zu einem Anstieg des bereinigten EBITDA auf 4,9 Mio. Euro führte.
- Nach dem Start von Jooli in Q2 in Deutschland wurde die App in Indien gelauncht. Seit Einführung ist die App kontinuierlich um weit über 100% im Monatsvergleich gewachsen. 250.000 Nutzer, 1,6 Millionen abgespielte Videos und über 100 Kanäle im März 2022.
- Bedingt durch die hohe Volatilität für 2022 in Abhängigkeit von der weiteren Entwicklung der COVID-19-Pandemie, unsicheren Auswirkungen des Krieges in der Ukraine und Optimierung des italienischen TV-Geschäft wird ein Umsatzrückgang im einstelligen %-Bereich und bereinigtes EBITDA im niedrigem einstelligen Millionenbereich erwartet.



Inhaltsübersicht

1	elumeo auf einen Blick
2	Die wichtigsten Entwicklungen im Jahr 2021
3	Vorstellung von jooli
4	Finanzen 2021
5	Outlook



Das Geschäftsmodell von elumeo stützt sich auf drei Säulen



Videoshopping

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



Digitale Transformation

- Wandel vom traditionellen linearen Fernsehen zu hochgradig personalisierten, individuellen Online-Produktshows



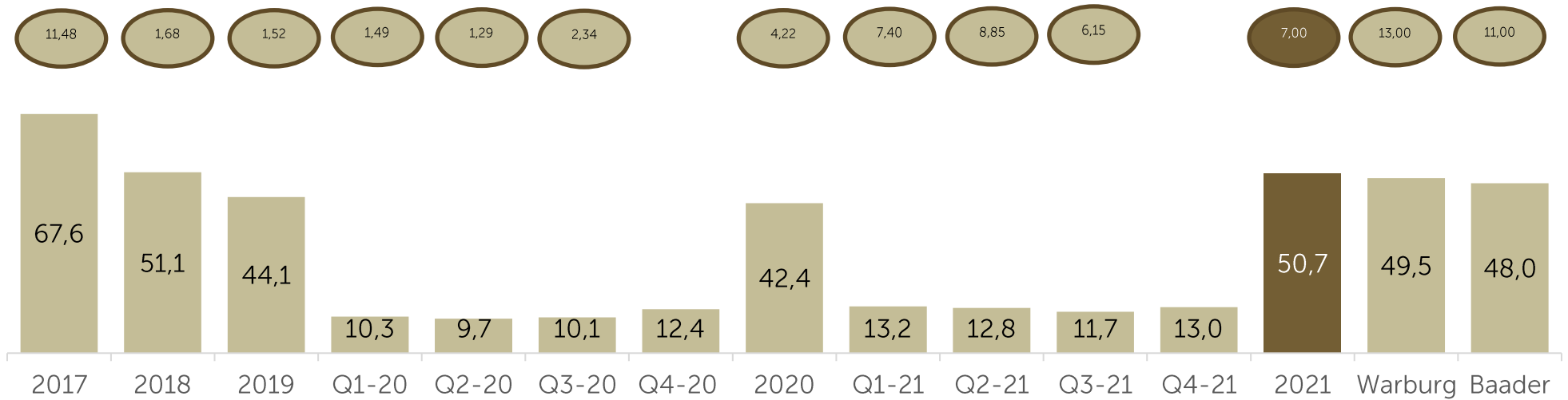
Integrierte Wertschöpfungskette

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

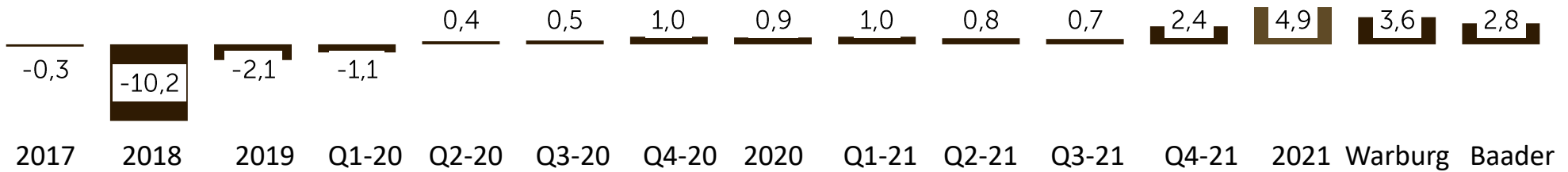


Nach Restrukturierung elumeo auf klarem Wachstumspfad

Aktienkurs und Umsatz (m€)



Bereinigtes EBITDA (m€)



Inhaltsübersicht

1	elumeo auf einen Blick
2	Die wichtigsten Entwicklungen im Jahr 2021
3	Vorstellung von jooli
4	Finanzen 2021
5	Outlook



Erfolgreiche LIVE-TV-Show-Events im Jahr 2021



%

Winterschlussverkauf

Erfolgreicher Winterschlussverkauf führte zu bestem Januar und bestem Q1 in der Geschichte unseres deutschen TV-Geschäfts



Juwelo Geburtstag

Bester Juni aller Zeiten in der Marge dank Juwelo-Geburtstagesevent mit hoher Anzahl an Gästen und hohem Sendezeitanteil der Premieren



BLACK
FRIDAY

Black Friday-Wochenende

Rekord-Black-Friday-Wochenende im November und mehrere andere Weihnachtsspecials führten zu einem der stärksten Q4-Ergebnisse



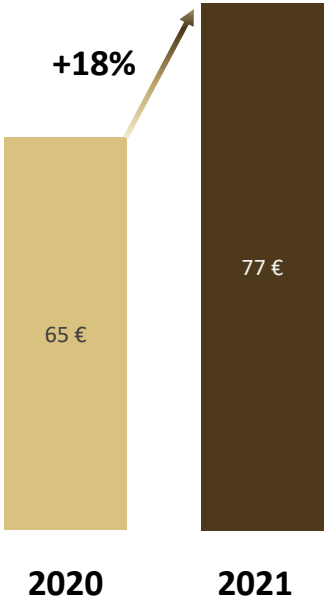
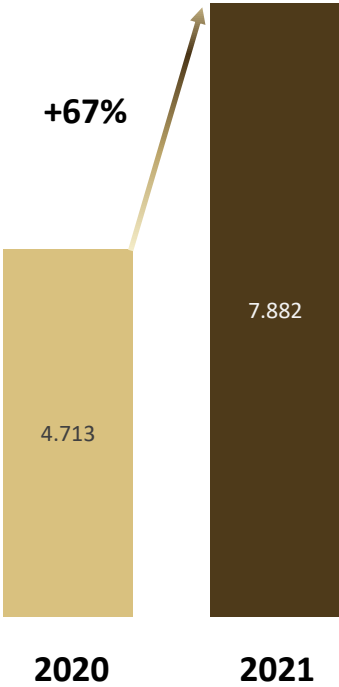
Merchandising- und Verkaufsoptimierungen für unsere Top-Marken trugen zu einer bemerkenswerten Steigerung der Marge pro Minute bei

LIVE

Merchandise & Sales
Fokus auf die Top 5
Marken

Erhöhte Marge
der Top-5-Marken
In Tausend EUR

Erhöhte
Marge pro Minute



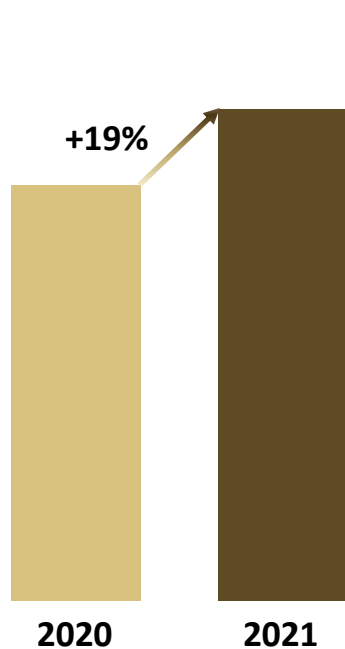
Quelle: Internes ERP-System



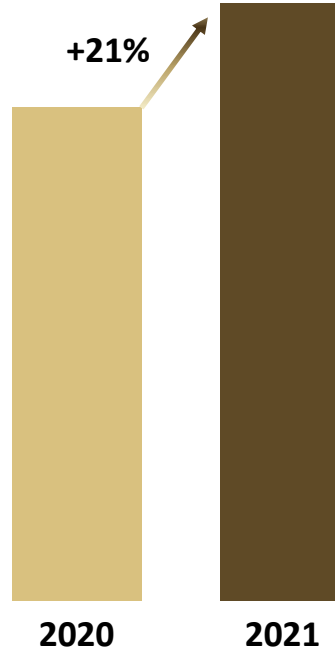
Ausweitung des Sendezeitanteils bei Produkten unter 100 EUR trug zum Anstieg der LIVE-TV-Neukunden bei

LIVE

Airtime-Minuten für
U100 EUR Produkt ¹⁾



Neukunden
LIVE



Optimiertes LIVE-Programm für die Neukundengewinnung

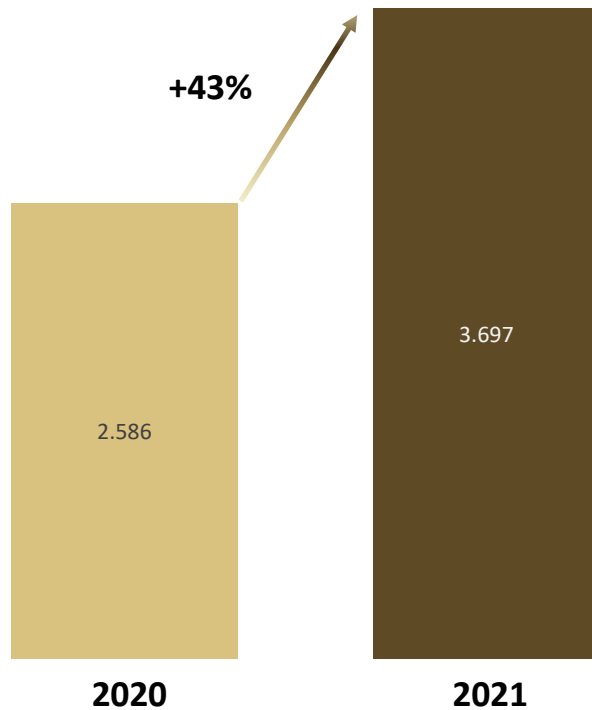
- Mehr als 70% der Neukunden gaben für ihren ersten Kauf bei elumeo weniger als 100 EUR aus.
- Wir haben den Sendezeitanteil von Produkten mit einem Verkaufspreis von unter 100 EUR ausgebaut und uns dabei insbesondere auf 2 TV-Formate konzentriert:
 - "Tag unter 50 EUR"
 - "Tägliches TOP-Angebot"

Quelle: Internes ERP-System ¹⁾ Produkte mit einem Verkaufspreis unter 100 Euro



Online-Bietagent, der Vertriebskanal mit dem stärksten Wachstum

LIVE-Einnahmen des Bietagenten (Online-Livestream, TEUR)



Digitalisierung von TV-Kunden im Bieterverfahren

- Der Online-Bietagent ist ein Tool des Webshops, mit dem Kunden an der LIVE-Auktion teilnehmen können
- Mit einem einfachen Klick können die Kunden die vorgestellten Produkte direkt kaufen, ohne eine Telefonnummer anrufen und/oder mit einem Kundenbetreuer sprechen zu müssen
- Bietagentennutzer kommen sowohl aus dem Web als auch aus dem TV
- Großes Potenzial zur Umwandlung von reinen Web-Kunden in Web-Bidding-Kunden

Quelle: Internes ERP-System

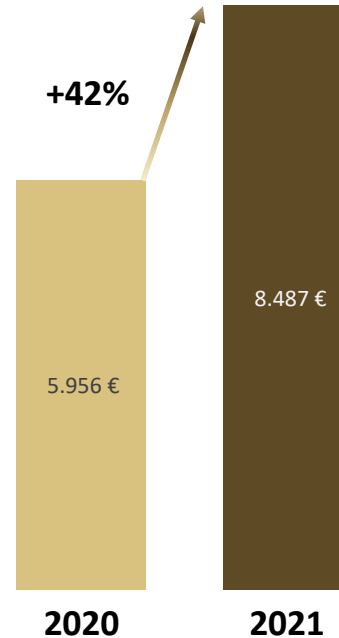


Webshop setzt sein starkes Wachstum bei Umsatz und Marge fort

Webshop-Umsatz
in TEUR



Webshop-Marge
in TEUR



Wichtigster Wachstumsmotor

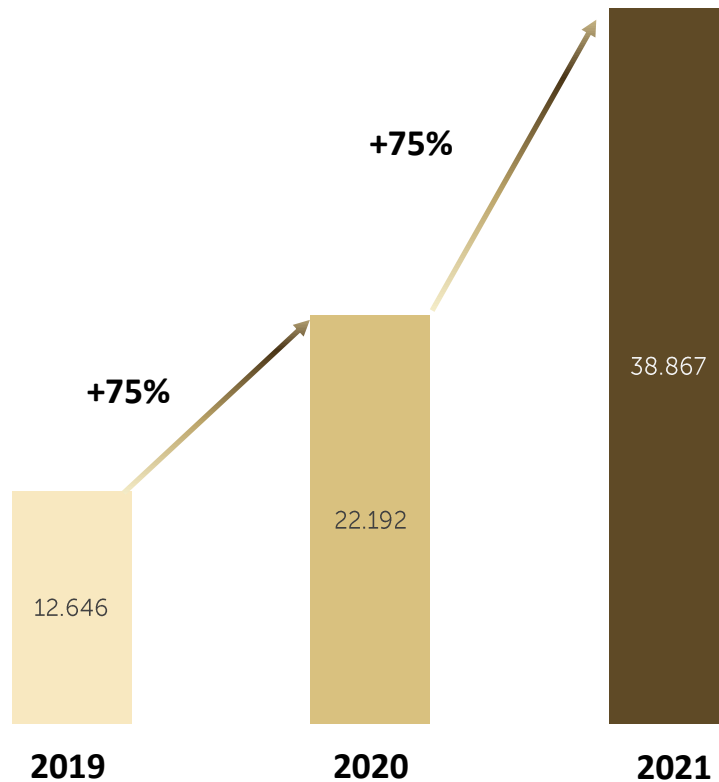
- Starker Anstieg von Neukunden
- Optimierungen in allen wichtigen Online-Marketing-Kanälen, die auch Retargeting-Kampagnen verbessern
- Einführung eines neuen Analysetools, das es ermöglicht, das Verhalten der Kunden zu verstehen und die Customer Journey zu verbessern
- Stärkste Black Friday-Veranstaltung in der Geschichte des Unternehmens

Quelle: Internes ERP-System, basierend auf statischer Webshop-Leistung (=ohne TV-Livestream)



Neue WEB-Kunden haben sich seit 2019 mehr als verdreifacht

Wachstum der Neukunden im Internet



Optimierungen im Online-Marketing

- Erfolgreiche Skalierung der Online-Kundenakquise durch erhöhten Online-Traffic und optimierte Neukundenkampagnen
- Ausweitung der Nutzung von Videoinhalten in Display-Marketing-Kampagnen
- Verbessertes Re-Targeting von potenziellen Kunden, die den Shop bereits besucht haben
- Optimierter Registrierungsprozess für neue Kunden, Verbesserung der CVR von neuen Nutzern

Quelle: Internes ERP-System, Kunden mit mindestens einem Bedarfskauf



Großartiges Einkaufserlebnis führt zu hervorragendem Kundenfeedback

Authentische Kundenrezensionen von echten Käufern



4,8 von 5 Sternen



Kauferfahrung



Produkt
(Qualität und Preis)



Kunde
Kundendienst



Schneller Versand &
Unboxing

Quelle: Bewertung für Juwelo.de von der Drittanbieter-Plattform "Trusted Shops", basierend auf 2.784 echten Kundenbewertungen von Kunden mit mindestens einem Kauf

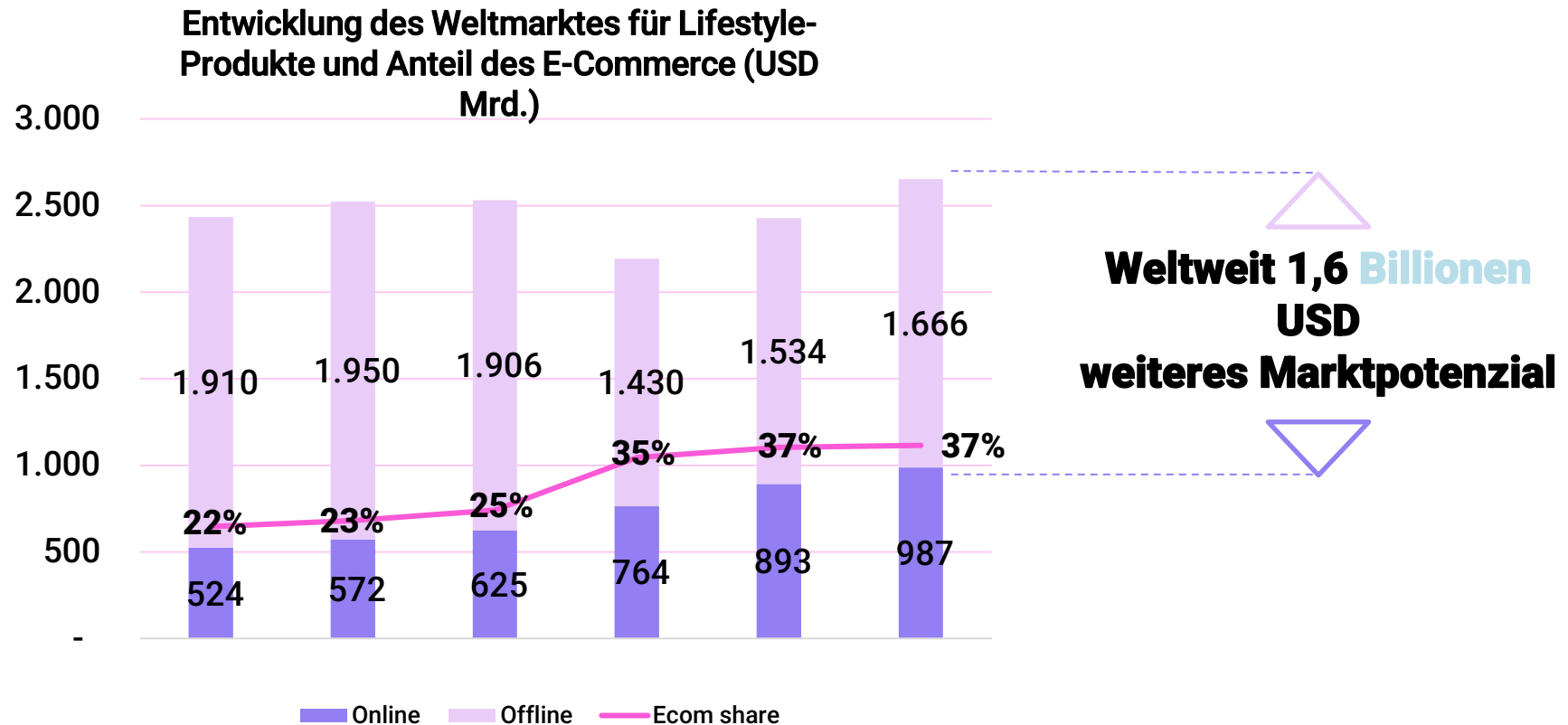


Inhaltsübersicht

1	elumeo auf einen Blick
2	Die wichtigsten Entwicklungen im Jahr 2021
3	Vorstellung von jooli
4	Finanzen 2021
5	Outlook



Der elektronische Handel scheint sein derzeitiges Potenzial ausgereizt zu haben, so dass eine Wachstumschance von 1,6 Billionen USD verbleibt



Quelle: Statista; Weltweiter Markt für Mode, Schuhe und Accessoires 2017-2021, 2022 prognostiziert



Ein Großteil des heutigen E-Commerce hat immer noch die UX eines Katalogs aus den 80er Jahren.

Blättern Sie durch vordefinierte Produktpräsentationen

Suche nach Produkten

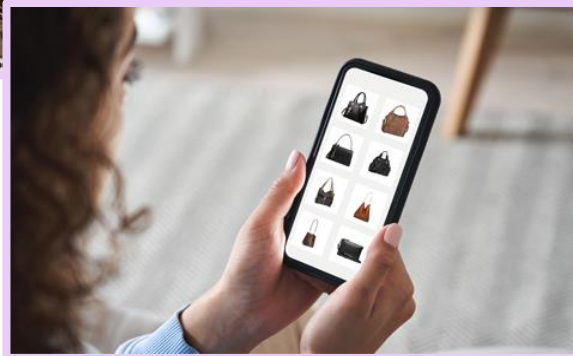


mobil

mobil

Katalog

Katalog



Wir stellen vor: Jooli: Eine Videoplattform für inspirierendes Einkaufen

Erste App ihrer Art in Deutschland und Indien.
Mehr als 250.000 Nutzer und 1,6 Mio.
Videoaufrufe seit dem Start in Q3/2021

Mehr als 100 Marken stellen ihre eigenen
Produkte in kurzen Videos vor, die in ihren
Webshops abgerufen werden können.

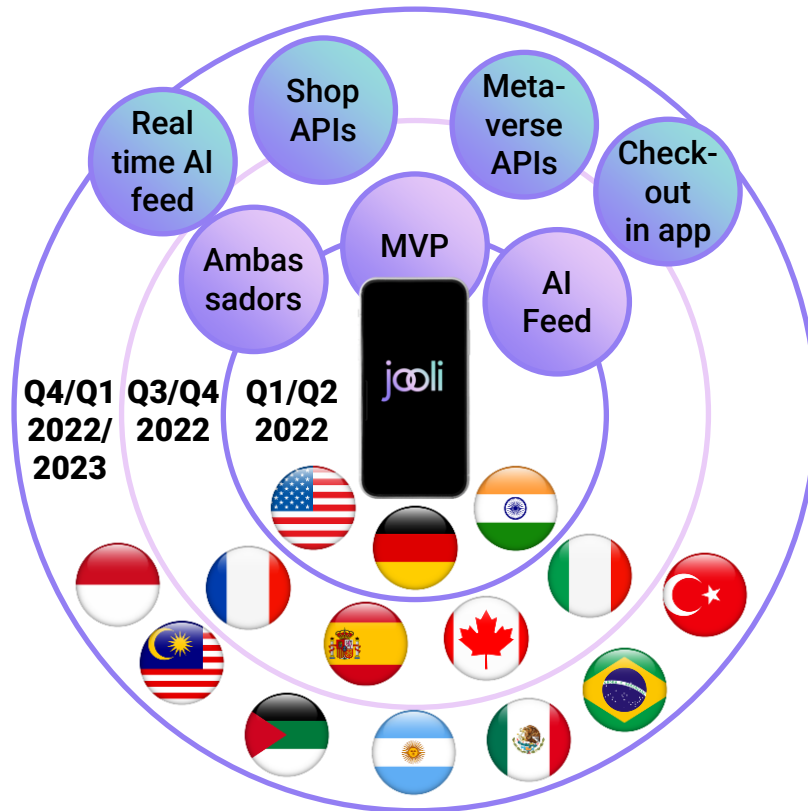
Interaktion in zwei Dimensionen erzeugt 15
Mal mehr Nutzerdaten pro Minute als
statische Webshops

Echtzeit-Verwaltung des Videofeeds durch
einen proprietären AI-basierten Algorithmus

Marken in jooli sind Teil einer Community, um
ihren Kundenstamm zu monetarisieren



Nach einer Investition von 0,5 Mio. Euro und von weiteren 1,2 Mio. Euro für 2022 prüft elumeo nun Optionen für ein beschleunigtes Wachstum



<p>Q1/Q2 2022</p> <p>Expand MVP</p>	<p>Konzentration auf die Erweiterung der APP um Kernfunktionen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mehrsprachigkeit • Verbesserte Produkt-Feeds in Echtzeit • Botschafter-Programm
<p>Q3/Q4 2022</p> <p>REVENUE</p>	<p>Schaffung der Grundlage für den Umsatz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Web-Sockets zur Leistungsverfolgung • Checkout in Plattform integriert • Einführung von joolipay in die Kanäle
<p>Q4/Q1 2022/23</p> <p>SCALE</p>	<p>Beschleunigung der Expansion</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selbsteinbindung von Anbietern • Selbsteinbindung von Botschaftern • Skalierung mit verbessertem MAC und CAC(1)

(1) MAC: Merchant Acquisition Cost; CAC: Customer Acquisition Cost



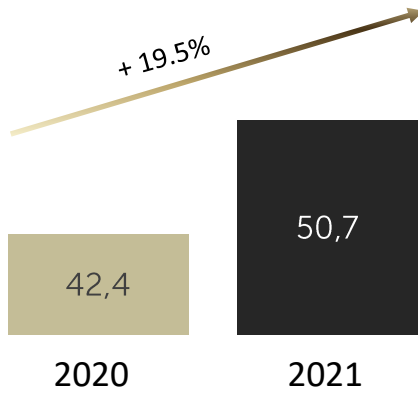
Inhaltsübersicht

1	elumeo auf einen Blick
2	Die wichtigsten Entwicklungen im Jahr 2021
3	Vorstellung von jooli
4	Finanzen 2021
5	Outlook

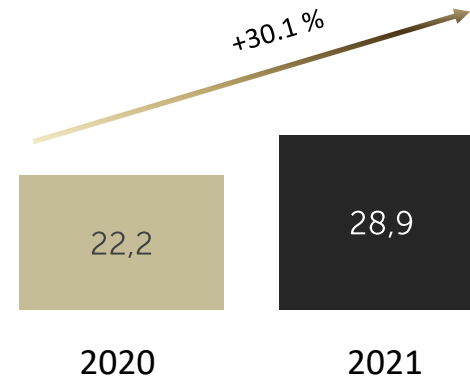


Performance 2021 vs. 2020 - Überblick

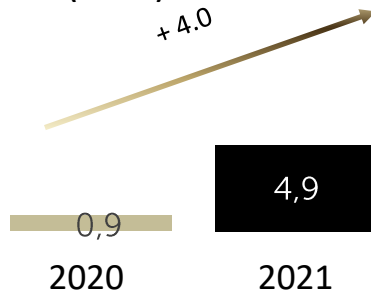
Umsatzerlöse (m€)



Rohhertrag (m€)

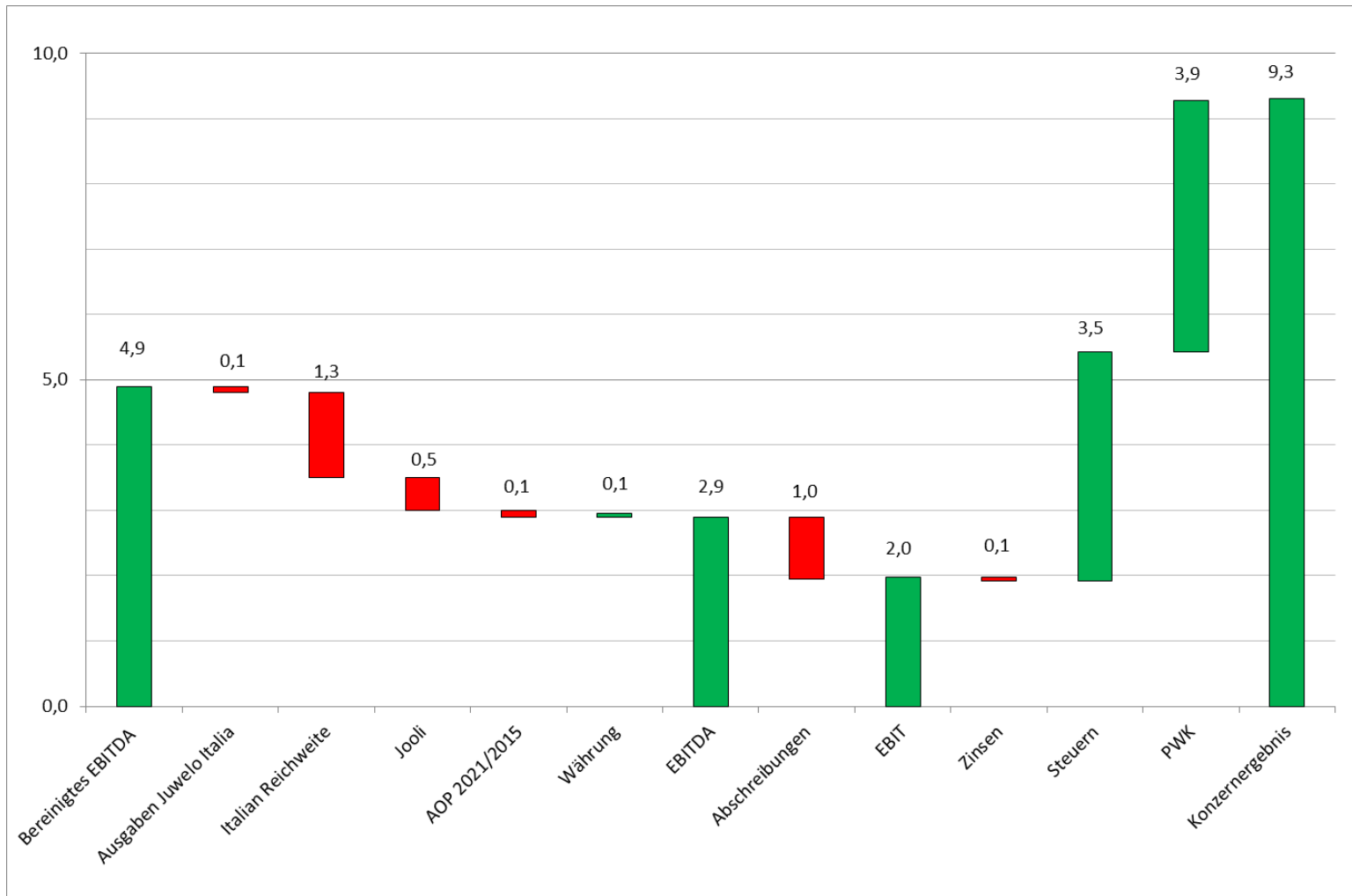


Bereinigtes EBITDA (Mio. €)



Überleitung - Vom bereinigten EBITDA zum Ergebnis nach Steuern

EUR
Mn.



Hinweis: Geringfügige Rundungsdifferenzen sind zu berücksichtigen.



Wichtige Leistungsindikatoren (I)

TEUR (sofern nicht anders angegeben)	2021		2020		YoY in %
Umsatzerlöse	50.677	100,0%	42.418	100,0%	19,5%
[nachfolgende Angabe erfolgen: absolut und in % der Umsatzerlöse]					
Rohertrag	28.875	57,0%	22.202	52,3%	30,1%
EBITDA	2.928	5,8%	1.223	2,9%	139,4%
Bereinigtes-EBITDA	4.853	9,6%	877	2,1%	453,4%
Abschreibungen	951	1,9%	935	2,2%	1,7%
EBIT	1.977	3,9%	288	0,7%	586,5%
Konzern-Gesamtergebnis	9.241	18,2%	209	0,5%	>1.000%
Vertriebs- und Verwaltungskosten	27.237	53,7%	22.596	53,3%	20,5%
Summe Aktiva¹	27.874		21.394		30,3%
Summe Eigenkapital	13.714	49,2%	4.346	20,3%	215,5%
[absolut und in % der Bilanzsumme]					
Betriebsmittel (Working capital)	6.478	23,2%	4.142	19,4%	56,4%
[absolut und in % der Bilanzsumme]					
Netto-Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	1.190		2.428		-51,0%
Netto-Cashflow aus Investitionstätigkeit	-355		-222		-59,7%
Netto-Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-384		-777		50,6%



Wichtige Leistungsindikatoren (II)

TEUR (sofern nicht anders angegeben)	2021	2020	YoY in %
[nachfolgende Angabe erfolgen: KPIs des internen Controllingsystems]			
Absatzmenge [Stück] ²	594.730	538.019	10,5%
Anzahl aktiver Kunden (gerundet)	81.328	58.821	38,3%
Durchschnittliche Anzahl verkaufter Stück pro aktivem Kunde [Stück]	7,3	9,1	-20,1%
Durchschnittlicher Verkaufspreis [EUR]	85	79	7,9%
Rohertag pro verkauftem Stück [EUR]	49	41	18,4%
Durchschnittlicher Warenkorb [EUR] ³	191	210	-9,5%
Anteil Marketingausgaben des Umsatzes Web	16%	9%	6,6 p.p.
Customer Value nach einem Jahr ⁴	423	520	-18,6%
Customer Value nach fünf Jahren ⁴	1.015	1.104	-8,0%
<u>Zusammensetzung des Webtraffic</u>			
[in % des Kanals]			
Organic	24,7%	31,2%	-6,4 p.p.
Direct	10,4%	14,1%	-3,7 p.p.
Paid	36,3%	23,0%	13,3 p.p.
Mail	6,8%	6,2%	0,6 p.p.
Other	21,8%	25,4%	-3,7 p.p.
<u>Neukunden</u>			
TV	8.723	7.215	20,9%
Web	38.867	22.192	75,1%
Sonstige	135	144	-6,3%



Inhaltsübersicht

1	elumeo auf einen Blick
2	Die wichtigsten Entwicklungen im Jahr 2021
3	Vorstellung von jooli
4	Finanzen 2021
5	Outlook



Optimierung der LIVE-Ausstrahlung in Italien auf ein 7-Stunden-Sendefenster mit verbessertem Deckungsbeitrag für den italienischen Markt bei geringeren Einnahmen

Vor dem 1. Mai 2022



- Eigener Kanal mit 24 Stunden Sendezeit
- Hohe Kosten und unflexibler Vertrag für 24-Stunden-Bandbreite
- Nach Umstrukturierung der TV-Kanalpositionen in ITA im Januar 2022 wurde uns eine schwache LCN-Kanalposition zugewiesen (LCN 526)



Nach dem 1. Mai 2022



- Fokus auf Digitalisierung der ITA-Kunden durch Push auf Mobile App
- Deutliche Kostensenkung durch Kündigung des 24-Stunden-Bandbreitenvertrags
- Stattdessen Anmietung eines 7-stündigen Sendefensters auf LCN 134



Ausblick 2022 (I) - Umsatzrückgang im einstelligen Bereich Bereinigtes EBITDA im niedrigen einstelligen Millionenbereich

- Auch für 2022 rechnet das Management mit einer hohen Volatilität, die von der weiteren Entwicklung der COVID-19-Pandemie und den derzeit ungewissen Auswirkungen des Krieges in der Ukraine auf die globale Wirtschaftsentwicklung abhängt.
- Die Prognose basiert daher auf einem vorsichtigen Ansatz für die zukünftige Entwicklung und berücksichtigt mögliche weitere negative Einflüsse durch Nachfrageeinbrüche und Angebotsengpässe.
- In der zweiten Hälfte des ersten Quartals 2022 verzeichnete Juwelo einen überdurchschnittlichen Umsatzrückgang im TV-Geschäft in Italien. Das Management hat daher beschlossen, die 24-Stunden-Ausstrahlung von Juwelo in Italien auf ein 7-Stunden-Sendefenster zu reduzieren. Der daraus resultierende Umsatzrückgang geht mit überproportionalen Einsparungen bei den Reichweitenkosten einher.



Ausblick 2022 (II) – Umsatz#rückgang im einstelligen Bereich Bereinigtes EBITDA im niedrigen einstelligen Millionenbereich

- Aufgrund der Entwicklung im ersten Quartal 2022 geht das Management davon aus, dass im Jahr 2022 ein Umsatzrückgang im einstelligen Prozentbereich zu verzeichnen sein wird.
- Für den Webshop wird erwartet, dass sich das zuletzt sehr starke Wachstum im Jahr 2022 abschwächen und im niedrigen einstelligen Prozentbereich liegen wird, aber immer noch stärker wächst als der Gesamtmarkt für E-Commerce.
- Die Bruttogewinnmarge sollte sich weiterhin stabil bei >50% entwickeln.
- Das bereinigte EBITDA wird voraussichtlich im niedrigen einstelligen Millionenbereich liegen.



Kontakt

Verwaltungsrat

Wolfgang Boyé, Boris Kirn, Frank Broer, Gregor Faßbender, Claudia Erning

Investor Relations

Cordula Warmuth
Erkelenzdammm 59/61
10999 Berlin
E-Mail: ir@elumeo.com
Phone: +49 30 69 59 79-231
Fax: +49 30 69 59 79-650



elumeo

**Der führende Elektronikhändler für
Edelsteinschmuck in Europa**



Präsentation zur ordentlichen Hauptversammlung der elumeo SE am 28. Juni 2022