



Konzern-Zwischenmitteilung der Geschäftsführung innerhalb des zweiten Halbjahres 2015 gemäß § 37x WpHG

Social Commerce Group SE gibt die Geschäftsentwicklung der ersten neun Monate 2015 bekannt

Berlin, 20. November 2015 – Die im General Standard notierte Social Commerce Group SE (ISIN: DE000A1K03W5) veröffentlicht heute ihre Geschäftsentwicklung in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2015.

Allgemeines

Die in dieser Zwischenmitteilung veröffentlichten Daten beziehen sich auf den Berichtszeitraum vom 1. Januar bis 30. September des laufenden Geschäftsjahres 2015. Der vergleichbare Vorjahreszeitraum beinhaltet den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. September des Geschäftsjahres 2014.

Diese Zwischenmitteilung sollte zusammen mit dem Jahresabschluss des Geschäftsjahres 2014 und den dort enthaltenen Zusatzinformationen über das Unternehmen gelesen werden (http://www.scgse.de/wp-content/uploads/08.05.2015_Jahresabschluss_-2014_SCGSE.pdf).

Die Social Commerce Group SE (SCGSE) ist eine technologieorientierte Beteiligungsgesellschaft. SCGSE versteht sich insbesondere als Experte, wenn es darum geht, eine Brücke zwischen analogen Geschäftsmodellen und einem sich durch Soziale Medien und fortschreitende Digitalisierung veränderten Käuferverhalten zu schlagen. Der Fokus hinsichtlich der Akquisitionen und Kooperationen liegt auf jungen, aufstrebenden Unternehmen aus den Bereichen Sport-, Musik-, und Entertainment-Merchandising. Ihren Geschäftsfeldern ist ein hoher Grad an Skalierbarkeit gemein und ihre Kunden sind sehr internetaffin und nutzen verstärkt Soziale Medien. Die Gesellschaft bietet innovative Technologien und Lösungen in den Bereichen Werbung und Sponsoring, App-Entwicklung, 2nd Screens, Animation und Film, Augmented Reality, Spiele und Merchandising an. Als Technologie-Holding hält die SCGSE Beteiligungen an der MXM Mixed Reality Marketing AG, der STARAMBA GmbH und der STARAMBA USA Corporation sowie an der yoyo smart social web solutions AG.

Aufgrund ihrer Gründungshistorie verfügt die SCGSE über eine besonders starke Verbindung zum internationalen Profisport, insbesondere zum Profifußball und setzt diese gezielt zur Entwicklung von Produktinnovationen und Kundengewinnung ein.

Im Berichtszeitraum ist es der Gesellschaft gelungen, ihre Position als technologieführende Entwicklerin digitaler Geschäftsmodelle in der Sport- und Unterhaltungsindustrie weiter auszubauen. Mit der Entwicklung des mittlerweile weltweit vertriebenen 3D-Photogrammetriescanners *3D INSTAGRAPH*, dem Launch des 3D-Konfigurators *make4me* mit offener Schnittstelle für beliebige eCommerce-Engines sowie der im November 2015 im Apple App-Store gelaunchten mobilen App *FANPOWER 3D* für das 3D-Scanning von Fan-Gesichtern über Smartphones setzte die SCGSE Meilensteine auf dem Weg zu immer stärker individualisierten Merchandising-Produkten. Aufgrund des zukunftsweisenden Geschäftsfeldes und der hohen Innovationskraft der Gesellschaft strebt die SCGSE mittelfristig die Marktführerschaft an.



Da sich die SCGSE bei ihren Beteiligungen besonders jungen und innovativen Unternehmen verschrieben hat, lassen sich Erfolge der adressierten Unternehmen nicht allein aus schieren Finanzkennzahlen ableiten. Zur Bewertung dienen der SCGSE vielmehr sogenannte alternative „Key Performance Indicators“ (KPIs).

Geschäftsentwicklung und wesentliche Ereignisse im Berichtszeitraum

Umsatz und Ertragslage

Die Unternehmensentwicklung verlief in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres plangemäß und erfüllte die Erwartungen. Die Social Commerce Group SE erwirtschaftete im Zeitraum Januar bis September 2015 konsolidierte Umsatzerlöse in Höhe von TEUR 990,06 (Vorjahresperiode: TEUR 521,50). Bereinigt um außergewöhnliche Einflüsse resultierend aus der Veräußerung von 3 Anteilen an der STARAMBA GmbH am 04. August 2014 steigerten sich die Umsatzerlöse der laufenden Berichtsperiode gegenüber der Vorjahresperiode um 961 % (bereinigter operativer Umsatz 2014: TEUR 103). Das Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) betrug im Berichtszeitraum TEUR -2.178,14 (Vorjahresperiode: TEUR -1.140). Das Periodendefizit belief sich im Zeitraum Januar bis September 2015 auf TEUR 2.201,86 (Vorjahr: TEUR 1.220,38). Die genannten Zahlen sind gemäß IFRS.

Kapitalmaßnahmen

Das dritte Quartal 2015 sowie der Monat Oktober des laufenden Geschäftsjahres waren im Wesentlichen von Kapitalmaßnahmen und ihren Folgen geprägt. Die aus der Kapitalerhöhung der Gesellschaft eingeworbenen Mittel dienen in erster Linie dem Ausbau der bestehenden Beteiligungen, wobei ein besonderer Fokus auf der Beteiligung STARAMBA GmbH liegt, die derzeit stark in den Ausbau ihres 3D-Druck- und Datengeschäftes investiert.

Am 23. Juli 2015 wurde die am 7. Juli 2015 vom Verwaltungsrat der Social Commerce Group SE beschlossene Barkapitalerhöhung aus dem Genehmigtem Kapital 2014 in Höhe von EUR 250.000,00 durch Ausgabe von 250.000 auf den Inhaber lautende Stückaktien in das für die Gesellschaft zuständige Handelsregister eingetragen. Die 250.000 neuen Aktien der Gesellschaft wurden im Rahmen einer mittelbaren Bezugsrechtsemission zum Bezugspreis von EUR 1,00 an die mit der Durchführung der Emission betraute VEM Aktienbank AG, München, ausgegeben, die diese Aktien zum Preis von EUR 10,00 an Investoren weiterreichte. Durch die Erhöhung des Grundkapitals der Gesellschaft von EUR 1.420.000,00 um EUR 250.000,00 auf nunmehr EUR 1.670.000 erzielte die Gesellschaft ein Bruttoemissionserlös von rund EUR 2,5 Mio..

Mit den zugeflossenen Mitteln setzte die Social Commerce Group SE ihre aktive Investitionsstrategie im Berichtszeitraum fort und realisierte Kapitalerhöhungen bei ihren Bestandsbeteiligungen STARAMBA GmbH und yoyo smart social web solutions AG. Zudem konnte die Gesellschaft eine neue Minderheitsbeteiligung erwerben.

Die Kapitalerhöhung der STARAMBA GmbH durch Beschluss der Gesellschafterversammlung vom 14. August 2015 um EUR 6.000,- auf EUR 38.500,- Stammkapital führte auf der Ebene der STARAMBA GmbH zu einer Erhöhung der Kapitalrücklage um EUR 831.000: Auf der Ebene der Social Commerce Group SE konnte die Gesellschaft ihre Mehrheit an der STARAMBA GmbH durch Bezug sämtlicher der 12 neuen Anteile zurückerwerben. Sie hält nunmehr 40 von 77 Anteilen (51,95 %).



Die Erhöhung des Grundkapitals der yoyo smart social web solutions AG um EUR 33.250,00 aus dem genehmigten Kapital 2013/I erfolgte auf Grundlage eines Beschlusses des Vorstands vom 13. August 2015 mit Zustimmung des Aufsichtsrats vom selben Tag sowie auf der Grundlage eines Ermächtigungsbeschlusses der Hauptversammlung vom 07. Mai 2013, welcher am 23. Mai 2013 eingetragen wurde. Das neue Grundkapital der yoyo beträgt EUR 367.000,00. Das genehmigte Kapital 2013/I beträgt nach Teilausnutzung noch EUR 83.000,00. Die Social Commerce Group SE zeichnete die neuen Aktien zum Preis von EUR 33,00, wodurch der yoyo EUR 1.097.250,00 zugeflossen sind. Der Anteil der Social Commerce Group SE erhöhte sich dadurch auf 228.188 der insgesamt 367.000 Aktien, dies entspricht einem Anteil von umgerechnet 62,18 %.

Darüber hinaus erwarb die Gesellschaft zum Preis von USD 1.000,00 je Anteil eine Minderheitsbeteiligung von 78 von 300 Anteilen (26 %) an der amerikanischen STARAMBA USA Corp., Delaware.

Personalie

Im dritten Quartal 2015 hat die Commerce Group SE den ehemaligen Profifußballer Fredi Bobic zum stellvertretenden Vorsitzenden des Beirats berufen. Fredi Bobic ist mit 7,04 % der Anteile an der Social Commerce Group SE beteiligt. Bobic ist ein strategischer Investor und wird in seiner Funktion als stellvertretender Vorsitzender des Beirats der SCGSE sein internationales Netzwerk und seine umfangreiche sportliche Expertise sowie sein Managementwissen zur Verfügung stellen.

Geschäftsentwicklung der Beteiligungen

STARAMBA GmbH

Die STARAMBA GmbH ist ein E-Commerce-Unternehmen, das Fans von Sport-, Musik- und Unterhaltungsgrößen die Möglichkeit bietet, ihre Stars als digitale 3D-Produkte nach eigenen Kompositionswünschen zu gestalten, anzuordnen und anschließend on demand als 3D-Figuren auszudrucken. Eine zweite Produktlinie erlaubt es den Fans, selbst virtuell mit dem Star zu posieren und anschließend einen gemeinsamen 3D-Druck erstellen zu lassen.

Im Berichtszeitraum gelang es der STARAMBA, ihr kontinuierlich ausgebautes Lizenzportfolio weiter auszuweiten. Zusätzlich zu den bereits bestehenden Lizenzverträgen mit der Lizenzgeberin UNIVERSAL Music GmbH wurde die STARAMBA GmbH Partner bedeutender UEFA Champions League Fußballklubs wie FC Bayern München, FC Arsenal, London und Bayer 04 Leverkusen. Daneben konnten diverse direkte Lizenzpartnerschaften mit namhaften Sportlern und Künstlern wie Arthur Abraham, Sven Felski und Ralf Möller unter Vertrag genommen werden. Mit vielen weiteren Lizenzgebern, die ausnahmslos zu den bekanntesten Akteuren ihrer Märkte gehören, werden aktuell Vertragsverhandlungen geführt.

Seit November 2015 werden STARAMBAs 3D-Figuren der weltweit bekanntesten Fußballprofis im Fanshop des *Kicker Sportmagazins*, Deutschlands führender Fußballzeitschrift, angeboten und erreichen damit ein Millionenpublikum.

Ziel der STARAMBA GmbH ist es, nach ersten Erfolgen in Europa nun mit den fotoecht gedruckten 3D-Figuren auch den lukrativen US-Sportmarkt zu erobern und damit die Erfahrungen und Erfolge aus dem europäischen Spitzenfußball in den amerikanischen Sport zu tragen. Aus diesem Grund sicherte sich die Gesellschaft im dritten Quartal 26 Prozent der



Anteile an der amerikanischen STARAMBA USA Corp., Delaware. Die STARAMBA USA Corp. ist Lizenznehmerin namhafter international präsenter Labels wie ARACA Merchandise L.P., Authentic Brands Group, LLC, Band Merch LLC und THE Toon Studios in Beverly Hills und realisiert Druckfiguren namhafter internationaler Stars wie Kiesza, Cris Cab und Elvis Presley. Im Fokus des 3D-Druck- und Datenspezialisten stehen nun die großen Profi-Ligen des amerikanischen Sports: Eishockey (NHL), American Football (NFL), Basketball (NBA) und Baseball (MLB).

Der von STARAMBA entwickelte 3D-Photogrammetrie-Scanner 3D INSTAGRAPH trifft auf eine stark wachsende internationale Nachfrage in Nordamerika und Kanada, Indien, den Vereinigten Arabischen Emiraten, Oman, Hongkong und der Volksrepublik China. Derzeit wird aufgrund der hohen Nachfrage die Option einer Preisanhebung geprüft.

yoyo smart social web solutions AG

Die aufgrund ihrer Gründungshistorie im Sportfan- und Gamesmarkt beheimatete yoyo smart social web solutions AG ist inzwischen zu einem Anbieter von E-Commerce-Technologie-Lösungen in Sport und Entertainmentmärkten herangereift.

Der von yoyo smart social web solutions AG entwickelte 3D-Konfigurator wurde für lizenzgebende Fußballvereine erfolgreich pilotiert und wird seit Ende des dritten Quartals 2015 entgeltlich in E-Commerce-Shops zum Einsatz gebracht.

Im dritten Quartal 2015 entwickelte yoyo darüber hinaus in Zusammenarbeit mit der Dacuda AG, Zürich, auf der Grundlage der patentierten SLAM Scan^(R) Technologie die App *FANPOWER 3D*, die es einem Fan in wenigen Schritten ermöglicht, sich mit dem eigenen Smartphone in 3D zu scannen. Dacudas patentierte Technologie basiert auf Algorithmen der Robotik und der Echtzeit-Bildverarbeitung.

Die Social Commerce Group verspricht sich von der Kooperation mit Dacuda eine zusätzliche Steigerung des Absatzes der STARAMBA-Druckfiguren. Bisher stand einem Massengeschäft von 3D-Druckfiguren entgegen, dass Scanstationen weltweit nur in überschaubarer Zahl zur Verfügung stehen. Der Launch der App ist für den 23. November 2015 geplant.

MXM Mixed Reality Marketing AG

Die MXM Mixed Reality Marketing AG entwickelt weiterhin Anwendungen auf der Grundlage der jeweils aktuellen Software-Bibliotheken im Umfeld von Unity und Augmented Reality. Die Gesellschaft verfügt über eine besondere Anwendungs-Expertise, da die IT-Mitarbeiter und die Technologien überwiegend aus dem Fraunhofer-Institut für Fabrikbetrieb und Automation, Magdeburg, stammen. Zielmärkte der MXM sind die Labels prominenter Künstler sowie Vereine prominenter Sportler, die sich von Augmented Reality im Gefolge der Beliebtheit von Anwendungen wie beispielsweise *Google Glass* und *Oculus Rift* Merchandise Zugewinne versprechen. Neben den Sport- und Entertainment-Märkten bedient MXM weiterhin auch andere Marktsegmente, insbesondere die Automobilwirtschaft, die mittelständische Pharmaindustrie, die Finanzwirtschaft, den Groß- und Einzelhandel sowie die Bau-, Baustoff- und Immobilienwirtschaft. Im Berichtszeitraum lag der Fokus insbesondere auf der Vernetzung der MXM mit der STARAMBA.

Chancen und Risiken

Die im Geschäftsbericht 2014 genannten Chancen und Risiken bleiben bestehen. Zudem sind aufgrund des Erwerbs der Minderheitsbeteiligung an der STARAMBA USA Corp.



Wechselkursschwankungen sowie das Risiko von Gerichtsverfahren in den Vereinigten Staaten von Amerika in Betracht zu ziehen.

Ausblick

Die SCGSE sondiert laufend weitere Beteiligungsoptionen. Die Geschäftsleitung beurteilt die Geschäftsperspektiven für das laufende Geschäftsjahr und darüber hinaus weiterhin sehr positiv. Dazu tragen weiterhin sowohl endogene als auch exogene Faktoren bei. Endogene Faktoren beruhen unter anderem auf dem erfolgreichen Mobilisieren von Synergien zwischen den Beteiligungen. Unter den exogenen Faktoren sticht die insbesondere im Ausland erkennbare große und steigende Nachfrage nach führenden Technologielösungen wie dem Photogrammetrie-Scanner 3D INSTAGRAPH hervor, die zeigt, dass STARAMBA nicht nur im B2C-Geschäft, sondern auch im Business-Kundengeschäft zu einer im In- und Ausland deutlich wahrnehmbaren Größe herangewachsen ist.

Aufgrund der startuptypischen Korrelation zwischen Kosten und Investitionen einerseits, Umsätzen andererseits, ist zum gegenwärtigen Zeitpunkt eine präzise Ergebnisprognose per 31.12.2015 nicht angezeigt. Um eine dauerhaft gute Umsatz- und Ergebnislage sicher zu stellen, entschied sich die Geschäftsführung, kurzfristig höhere Kosten in Kauf zu nehmen, um die sehr hohe Nachfrage sowohl im B2B- als auch im B2C-Geschäft kurz-, mittel- und langfristig bedienen zu können. Insbesondere die hohe Nachfrage nach Photogrammetrie-Scannern, die vorzufinanzieren waren, führte zu einer unerwartet hohen Kostenlast. Daraus resultiert das negative Periodenergebnis. Das Geschäft der STARAMBA GmbH ist aufgrund der Sport- und Geschenkfokussierung stark saisonal geprägt. Daher rechnet STARAMBA insbesondere im Weihnachtsgeschäft 2015 mit nennenswert steigenden Erlösen. Hieraus ergibt sich für das laufende Geschäftsjahr unverändert eine konsolidierte Umsatzerwartung der Geschäftsleitung von über EUR 1,00 Mio.. Das Periodendefizit per 31.12.2015 wird trotz der deutlich gestiegenen Kosten aufgrund des proportional deutlich stärker gestiegenen operativen Umsatzes abnehmen.

Weiterführende Informationen zum Unternehmen finden Sie auf der Website www.scgse.de.

Die 9-Monatszahlen sind ungeprüft und wurden keiner prüferischen Durchsicht unterzogen.

Über Social Commerce Group SE (SCGSE)

Die Social Commerce Group SE ist, u. a. auf dem Gebiet des digitalen Merchandisings, ein weltweit technologieführender Dienstleister von Unternehmen und Organisationen. Die Gesellschaft bietet innovative Technologien und Lösungen in den Bereichen Werbung und Sponsoring, App-Entwicklung, 2nd Screens, Animation und Film, Augmented Reality, Spiele und Merchandising. Die Social Commerce Group SE operiert als Technologie-Holding und hält Beteiligungen an der yoyo smart social web solutions AG, MXM Mixed Reality Marketing AG und STARAMBA GmbH. Die Holding ist grundsätzlich bestrebt, ihre Beteiligungen langfristig mit dem Ziel der Ausschöpfung wechselseitiger Synergien zu halten und den Wert dieser Beteiligungen nachhaltig zu stärken. Die Social Commerce Group SE (ISIN: DE000A1K03W5) ist im General Standard an der Frankfurter Wertpapierbörse und an der Börse Berlin notiert.

Kontakt:

SOCIAL COMMERCE GROUP SE
Julian von Hassell
Geschäftsführender Direktor
Leibniz Kolonnaden
Walter Benjamin Platz 3
10629 Berlin
Germany
T:+49-30 346469-845



F:+49-30 346469-841
info@scgse.de
www.scgse.de

CROSS ALLIANCE communication GmbH
Susan Hoffmeister
Freihamerstrasse 2
82166 Gräfelfing / München
T:+49 89 89827227
E-Mail: sh@crossalliance.de