



## Medienmitteilung

### Die Social Chain AG übernimmt Clasen Bio und bündelt ihre Food-Beteiligungen in der neuen Food Chain GmbH

- **Clasen Bio ist eine etablierte Marke für Nüsse, Snacks und Trockenfrüchte**
- **Umsatzentwicklung der neuen Food Chain GmbH:  
70 Mio. Euro in 2020 / 100 Mio. Euro in 2021 / 140 Mio. Euro in 2022**
- **Die Social Chain AG hebt Umsatzprognose 2020 um 15 Prozent auf 230 Mio. Euro an**
- **Wanja S. Oberhof: „Food Communities und Food-Marken werden ein wichtiges Wachstumssegment der Social Chain AG.“**

**Berlin, 17. November 2020.** Expansion in den Zukunftsmarkt Bio-Food: Die Social Chain AG (WKN: A1YC99) übernimmt die Carl Wilhelm Clasen GmbH mit ihrer Marke Clasen Bio und der LGR Nuss & Trockenfrucht Veredlungs GmbH & Co KG. Clasen Bio wird gemeinsam mit den anderen Food-Marken der Social Chain unter das Dach der neuen Food Chain GmbH gestellt, einer hundertprozentigen Tochter der Social Chain AG. Weitere Beteiligungen der Food Chain GmbH sind KoRo (Beteiligung: 57%), 3Bears (15%) und VYTAL (12,5%). Die Umsatzentwicklung der Food Chain ist auf starkes Wachstum ausgerichtet: 2020 liegt der Umsatz bei 70 Millionen Euro (pro-forma-konsolidiert). 2021 wird eine Steigerung auf 100 Millionen Euro erwartet. Im Geschäftsjahr 2022 soll sich der Umsatz auf rund 140 Millionen Euro erhöhen.

Nach der Übernahme von Clasen Bio hebt die Social Chain AG ihre Umsatz-Prognose für das Jahr 2020 um 15 Prozent auf 230 Millionen Euro an.

Wanja S. Oberhof, CEO der Social Chain AG: „Food Communities und Food-Marken werden ein wichtiges Wachstumssegment der Social Chain AG. Mit seinen Bio- und Demeter-Produkten trifft Clasen Bio auf einen nachhaltigen Verbrauchertrend hin zu gesunden Lebensmitteln. Mit unserer Social-Media-Kompetenz können wir für Clasen Bio neue, effiziente Marketing- und Vertriebsmöglichkeiten eröffnen.“

Thomas Bönsch, Geschäftsführer bei Clasen Bio: „Social Chain ist der ideale Partner für unser Unternehmen. Die herausragende Social-Media-Expertise der Social Chain AG ist der strategische Hebel, um Clasen Bio zu einer modernen Direct-to-Consumer Brand zu entwickeln. Für Clasen Bio bedeutet das einen Quantensprung in puncto Marketing und Vertrieb.“

Clasen Bio vertreibt seine Produkte derzeit vorrangig über den Lebensmitteleinzelhandel. Daneben nutzt das Unternehmen E-Commerce-Plattformen und einen eigenen Online-Shop für den Direktvertrieb an Endkunden. Der Fokus liegt auf der Marke Clasen Bio mit derzeit rund 85 Artikeln in acht Warengruppen: Nüsse, Trockenfrüchte, Snacks, Saaten, Getreide, Hülsenfrüchte, Pulver und Spezialmehle. Seit Dezember 2019 ist Clasen Bio zudem Demeter-zertifiziert und bietet inzwischen ein Sortiment von 15 Artikeln unter diesem anspruchsvollen Öko-Siegel an.



The Social Chain AG®

## **Food Chain: Eigenmarken und Food Communities mit Fokus auf Direktvertrieb zum Endkunden**

Neben **Clasen Bio** sind in der neuen Food Chain GmbH drei weitere Marken beheimatet: **KoRo**, **3Bears** und **VYTAL**.

**KoRo** betreibt eigene Online-Shops für Lebensmittel in sieben europäischen Ländern ([koro-drogerie.de](http://koro-drogerie.de)). Das Unternehmen setzt auf hochwertige Produkte in Großpackungen mit Preisvorteilen für Endkunden. KoRo nutzt beim Marketing fast ausschließlich Social Media und ist im Food-Bereich damit einer der Vorreiter für Social Commerce. Erst vor kurzem hatte die Social Chain ihre Beteiligung an KoRo auf 57 Prozent aufgestockt (Medienmitteilung vom 13. November 2020).

**3Bears** produziert und vertreibt innovative Porridge-Produkte auf Haferbasis, hergestellt aus rein natürlichen Zutaten und Superfoods ([3bears.de](http://3bears.de)). 3Bears hat sich in den vergangenen beiden Jahren als bekannte und beliebte Marke etabliert, die sowohl Online als auch in vielen Supermarktregalen zu finden ist.

**VYTAL** ist ein innovatives digitales Mehrwegsystem für Abhol- und Lieferessen sowie Convenience Food ([vytal.org](http://vytal.org)). Das Start-up VYTAL hat als Plattformbetreiber deutschlandweit bereits über 400 Partner – vor allem Restaurants, Kantinen und Lieferdienste – und bietet über seine App seit kurzem auch die Möglichkeit, Essen bequem und kontaktlos ohne Müll zu bestellen. VYTAL wurde in der jüngsten Staffel von „Die Höhle der Löwen“ bekannt und verzeichnet seitdem ein rasantes Wachstum.

Die Social Chain AG wird ihre Tochter Food Chain durch ihre breite Social-Media-Expertise unterstützen. Im Vordergrund steht die direkte Vermarktung der Produkte an Endkunden. Dabei kann sie auch auf bereits vorhandene Reichweite setzen. Die Social Chain Community „Love Food“ hat 6,7 Millionen Follower bei Instagram und 3,1 Millionen Fans bei Facebook. Damit ist „Love Food“ eine der erfolgreichsten Food Communities eines Social Publishers weltweit.

Wanja S. Oberhof: „Die neue Food Chain sorgt für Durchschlagskraft und Transparenz in einem wichtigen Produktsegment der Social Chain. Wir sehen eine Vielzahl von Kooperationsmöglichkeiten und Synergieeffekten zwischen den Marken der Food Chain. Von Produktion und Logistik bis hin zu Marketing, Vertrieb und den Internationalisierungsprozessen. Durch weitere Akquisitionen werden wir unsere Position als moderner Social-Media-Markenanbieter auch im Zukunftsmarkt Food ausbauen. Die Food Chain steht exemplarisch für unsere Strategie, E-Commerce und Social Media zu verbinden. Unser integriertes Know-how von Social Media und Social Commerce ist dabei die wichtigste Voraussetzung, das organische Wachstum unserer eigenen Marken effizient und dynamisch anzutreiben.“

### **Kontakt:**

Jana Walker | Senior Corporate & Brand PR Manager | E: [press@socialchain.com](mailto:press@socialchain.com) |  
T: +49 30 208 48 40 10

### **Über The Social Chain AG**

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.*