



The Social Chain AG[®]

NICHT ZUR VERTEILUNG, VERÖFFENTLICHUNG ODER WEITERLEITUNG, MITTELBAR ODER UNMITTELBAR, IN EINEM BUNDESSTAAT DER VEREINIGTEN STAATEN VON AMERIKA ODER IM DISTRICT OF COLUMBIA (ZUSAMMEN „VEREINIGTE STAATEN“) KANADA, AUSTRALIEN ODER JAPAN ODER SONSTIGEN LÄNDERN, IN DENEN EINE SOLCHE VERÖFFENTLICHUNG RECHTSWIDRIG SEIN KÖNNTE ODER IN DENEN DAS ANGEBOT VON WERTPAPIEREN REGULATORISCHEN BESCHRÄNKUNGEN UNTERLIEGT. ES BESTEHEN WEITERE BESCHRÄNKUNGEN. SIEHE HIERZU DEN WICHTIGEN HINWEIS AM ENDE DIESER VERÖFFENTLICHUNG.

Medienmitteilung

Social Chain AG schließt Kapitalerhöhung erfolgreich ab: Startschuss für operative Integration der DS Gruppe

- **Platzierung von 1.145.324 neuen Aktien: Bruttoemissionserlös von 53 Mio. EUR**
- **Kapitalerhöhung wird für Teilfinanzierung der Übernahme der DS Gruppe genutzt**
- **Oberhof: „Erfolgreiches Kapitalmarktjahr 2021 legt die Grundlage für ein starkes operatives Geschäftsjahr 2022 der Social Chain AG.“**

Berlin, 24. November 2021. Die Social Chain AG (ISIN: DE000A1YC996) hat nur wenige Tage nach dem Listing im Prime Standard der Börse Frankfurt eine Kapitalerhöhung erfolgreich abgeschlossen. 1.145.324 neue Aktien wurden zu einem Preis von 46,40 EUR pro Aktie bei ausgewählten institutionellen Anlegern platziert. Dies entspricht einem Bruttoemissionserlös in Höhe von 53,1 Mio. EUR. Die Social Chain AG wird die ihr zufließenden Mittel zur teilweisen Finanzierung des Erwerbs der DS Gruppe verwenden. Am 19. Oktober 2021 hatte die Social Chain AG die Übernahme der DS Gruppe angekündigt. Mit der Kapitalerhöhung sind alle Voraussetzungen für die wirtschaftliche Integration des international agierenden Handels- und Markenhauses gegeben.

Wanja S. Oberhof, CEO der Social Chain AG: „Die Kapitalerhöhung ist der Startschuss für die operative Zusammenarbeit mit der DS Gruppe. Wir werden schon in den kommenden Wochen mit ersten Projekten zeigen, wie wir gemeinsam Social Commerce neu definieren. Zwei Ziele stehen dabei im Vordergrund: Die intelligente Kombination von Social Media, E-Commerce und stationärem Handel als zusätzlichem Point-of-Sale. Und die Transformation von bestehenden Handelsmarken in Direct-to-Customer-Brands (D2C). Mit Social Commerce können Produkte schneller entwickelt und Marken effizienter aufgebaut werden. Unser Omni-Channel-Vertriebssystem ermöglicht es uns, unser Angebot effizient und breit im Markt zu platzieren – vom nützlichen Alltagsprodukt bis hin zur Love Brand. Die Vielzahl an komplementären Multi-Channel-Vertriebswegen macht uns dabei unabhängig von wechselnden Verbraucher-Trends. Gerade in Zeiten wie diesen ist das von großem Vorteil.“

Nach Integration der DS Gruppe: 20 Leitmarken, 7000 Produkte und Vertrieb in 28 Ländern

Das Portfolio der Social Chain AG umfasst nach Integration der DS Gruppe künftig 20 Leitmarken und insgesamt 7.000 Produkte, die schon heute in 28 Ländern vertrieben werden. Die Marke LANDMANN soll dabei zum besonderen Beispiel werden, wie aus einer Handelsmarke auch eine erfolgreiche D2C-Marke werden kann. Oberhof: „LANDMANN ist bereits heute eine etablierte und hochwertige Marke. Grillen und



The Social Chain AG®

Kochen ist ein außerordentlich beliebtes Thema in Social Communities und bei Influencern. Die Influencer-Netzwerke der Social Chain AG im Bereich „Food“ sowie „Home & Living“ werden auch für LANDMANN genutzt.“ Im Produktportfolio der Social Chain AG gibt es große Potenziale für erfolgreiche Cross-Promotions, vom veganen Burger bis zum begleitenden Salat-Topping. Bei der internationalen Skalierung von Produkten steht Landmann ebenfalls ganz oben auf der Prioritäten-Liste. In UK und den USA verfügt die Social Chain AG heute mit Love Food, GameByte und Sporf über reichweitenstarke Communities, deren Zielgruppen besonders affin für die Marke LANDMANN sind. Die Analyse der eigenen Community-Daten soll dazu beitragen, neue LANDMANN Produkte zu entwickeln. „Bei LANDMANN kann die Social Chain AG ihre Kompetenz in puncto Social Commerce vollumfänglich ausspielen“, so Oberhof. „LANDMANN ist damit ein perfektes Beispiel unserer Equity Story.“

Positive Bilanz des Kapitalmarktjahres 2021

Nach der Kapitalerhöhung zieht Oberhof eine erste positive Bilanz für das Gesamtjahr: „2021 war für die Social Chain AG mit Blick auf den Kapitalmarkt ein außerordentlich erfolgreiches Jahr. Innerhalb eines Jahres ist der Kurs der Social Chain AG um 110 Prozent gestiegen. Wir haben unser Berichtswesen auf IFRS umgestellt. Die Social Chain Aktie ist seit dem 12. November 2021 im Prime Standard der Börse Frankfurt gelistet. Und die Übernahme der DS Gruppe, die mit Abstand größte und wichtigste Akquisition der Social Chain AG, finanzieren wir zu knapp 80 Prozent über Aktien der Social Chain AG.“ Neben einem Baranteil von 100 Mio. EUR, teilweise finanziert durch die heute abgeschlossene Barkapitalerhöhung, wird der Kauf der DS Gruppe auch durch eine Sachkapitalerhöhung ermöglicht.

Infolge der Bar- und Sachkapitalerhöhung wird die Zahl der ausgegebenen Aktien der Social Chain AG auf 15,492 Mio. steigen. Auf Basis des heutigen XETRA Eröffnungskurses (45,90 EUR) entspräche dies einer Marktkapitalisierung von 711 Mio. EUR. Vor einem Jahr lag die Marktkapitalisierung noch bei 238 Mio. EUR.

Auch operativ verlief 2021 bislang ausgesprochen erfolgreich. Im Zeitraum 1. Januar bis 30. September 2021 erwirtschaftete die Social Chain AG einen Umsatz in Höhe von 216 Mio. EUR. Das entspricht einem Plus von 137 Prozent im Vergleich zur entsprechenden Vorjahresperiode (1.1.-30.09.2020: 91 Mio. EUR). In diesen Zahlen ist die Übernahme der DS Gruppe noch nicht enthalten. Bezieht man die Umsätze des Marken- und Handelshauses mit ein (pro-forma konsolidiert), ergibt sich für die Social Chain AG in den ersten neun Monaten 2021 ein Gesamtumsatz in Höhe von 479 Mio. EUR. Das Konzern-EBITDA ist auf dieser Basis klar positiv und liegt bei 11 Mio. EUR. Nach der Übernahme der DS Gruppe erwartet die Social Chain AG im Geschäftsjahr 2021 einen Gesamtumsatz in Höhe von 620 Mio. EUR (pro-forma-konsolidiert). Für 2023 wird erstmals ein Umsatz größer einer Mrd. EUR anvisiert.

Kontakt:

Dirk Heerdegen | Head of Corporate Marketing & Communications Social Chain AG |
Jana Walker | Senior Corporate & Brand PR Manager Social Chain AG |
E: press@socialchain.com | T: +49 30 208 48 40 10



The Social Chain AG®

Über The Social Chain AG: Social Commerce im globalen Maßstab (socialchain.com)

The Social Chain AG gestaltet mit Social Commerce die Welt der Marken und des Handels neu. Unsere Strategie und unser Handeln ist „Digital first – direct to Customer“: von der Markenbildung über Marketing bis zum Direktverkauf unserer Produkte in den Kategorien Food, Home & Living, Beauty & Fitness. Unsere Online Shops sind die effizientesten Points of Sale für unsere Direct-to-Consumer Brands. Mehr als 70 Prozent der Verkäufe an Endkunden erfolgen in eigenen Web-Shops. Unsere Communities mit über 86 Millionen Followern weltweit inspirieren Konsumenten und verstärken die Markenbotschaften. Den Ausbau unseres Social Commerce-Systems aus Communities, Marken, digitalen Points of Sale und Logistik steuern wir über eine proprietäre Technologie-Plattform: LINKS analysiert Interessen, Kaufabsichten und Produktzufriedenheit entlang der kompletten digitalen Customer Journey. Hauptsitz des Unternehmens ist Berlin, weitere Standorte sind München, London, Manchester, New York und Los Angeles. Die Aktien der Social Chain AG (WKN: A1YC99) werden auf XETRA und weiteren deutschen Börsenplätzen gehandelt. Seit dem 12.11.2021 sind die Aktien der Social Chain AG im Prime Standard der Börse Frankfurt gelistet.

Wichtiger Hinweis:

Diese Veröffentlichung stellt weder ein Angebot noch eine Aufforderung zur Abgabe eines Angebots zum Kauf von Wertpapieren der The Social Chain AG oder einer ihrer Tochtergesellschaften in den Vereinigten Staaten von Amerika, Deutschland oder irgendeinem anderen Land dar. Weder diese Veröffentlichung noch deren Inhalt dürfen für ein Angebot in irgendeinem Land zugrunde gelegt werden. Die vorbezeichneten Wertpapiere wurden und werden nicht nach dem Securities Act in zuletzt geänderter Fassung (der „Securities Act“) registriert und dürfen in den Vereinigten Staaten von Amerika weder verkauft, noch angeboten werden, solange keine Registrierung vorgenommen wird oder eine Ausnahme vom Registrierungserfordernis gemäß dem Securities Act besteht.

Im Vereinigten Königreich richtet sich diese Veröffentlichung nur an (i) Personen, die unter Artikel 19(5) der Financial Services and Markets Act 2000 (Financial Promotion) Order 2005 in der jeweils gültigen Fassung (die „Order“) fallen, (ii) Personen, die unter Artikel 49(2) (a) bis (d) der Order fallen (High Net Worth Gesellschaften, Personengesellschaften, etc.) oder (iii) Personen, denen sie anderweitig unter den jeweils anwendbaren wertpapierrechtlichen Vorschriften rechtmäßig zugänglich gemacht werden dürfen (solche Personen zusammen, die „Relevanten Personen“). Auf diese Veröffentlichung dürfen andere Personen als Relevante Personen nicht Bezug nehmen oder sich darauf verlassen. Jede Anlage oder Anlagemöglichkeit, von der in dieser Veröffentlichung die Rede ist, steht ausschließlich Relevanten Personen offen und wird nur mit Relevanten Personen eingegangen.

In Mitgliedstaaten des Europäischen Wirtschaftsraums und im Vereinigten Königreich richtet sich die Platzierung der in dieser Bekanntmachung beschriebenen Wertpapiere (die „Platzierung“) ausschließlich an qualifizierte Anleger im Sinne der Verordnung (EU) 2017/1129 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 14. Juni 2017 (Prospektverordnung).

Es wurden keine Maßnahmen ergriffen, die ein Angebot der Wertpapiere, deren Erwerb oder die Verteilung dieser Veröffentlichung in Länder, in denen dies nicht zulässig ist, gestatten würden. Jeder, in dessen Besitz diese Veröffentlichung gelangt, muss sich über etwaige Beschränkungen selbst informieren und diese beachten.

Diese Veröffentlichung stellt keine Empfehlung betreffend die Platzierung dar. Investoren sollten einen professionellen Berater hinsichtlich der Eignung der Platzierung für die betroffene Person konsultieren.

Diese Mitteilung kann bestimmte zukunftsgerichtete Aussagen, Schätzungen, Ansichten und Prognosen in Bezug auf die künftige Geschäftslage, Ertragslage und Ergebnisse der The Social Chain AG enthalten ("zukunftsgerichtete Aussagen"). Zukunftsgerichtete Aussagen sind an Begriffen wie "glauben", "schätzen", "antizipieren", "erwarten", "beabsichtigen", "werden", oder "sollen" sowie ihrer Negierung und ähnlichen Varianten oder vergleichbarer Terminologie zu erkennen. Zukunftsgerichtete Aussagen umfassen sämtliche Sachverhalte, die nicht auf historischen Fakten basieren. Zukunftsgerichtete



Aussagen basieren auf den gegenwärtigen Meinungen, Prognosen und Annahmen des Vorstands der The Social Chain AG und beinhalten erhebliche bekannte und unbekannt Risiken sowie Ungewissheiten, weshalb die tatsächlichen Ergebnisse, Leistungen und Ereignisse wesentlich von den in zukunftsgerichteten Aussagen ausgedrückten oder implizierten Ergebnissen, Leistungen und Ereignissen abweichen können. Hierin enthaltene zukunftsgerichtete Aussagen sollten nicht als Garantien für zukünftige Leistungen und Ergebnisse verstanden werden und sind nicht notwendigerweise zuverlässige Indikatoren dafür, ob solche Ergebnisse erzielt werden oder nicht. Die in dieser Mitteilung enthaltenen zukunftsgerichteten Aussagen besitzen nur am Tag dieser Veröffentlichung Gültigkeit. Die Gesellschaft wird die in dieser Mitteilung enthaltenen Informationen, zukunftsgerichteten Aussagen oder Schlussfolgerungen unter Berücksichtigung späterer Ereignisse und Umstände weder aktualisieren, noch spätere Ereignisse oder Umstände reflektieren oder Ungenauigkeiten, die sich nach der Veröffentlichung dieser Mitteilung aufgrund neuer Informationen, künftiger Entwicklungen oder aufgrund sonstiger Umstände ergeben, korrigieren, und übernimmt hierzu auch keine entsprechende Verpflichtung. Weder die Gesellschaft noch irgendeine andere Person übernimmt eine wie auch immer geartete Verantwortung dafür, dass die hierin enthaltenen zukunftsgerichteten Aussagen oder Vermutungen eintreten werden.

Informationen für Vertreiber

Gemäß der EU Produktüberwachungsanforderungen wurde ein Produktfreigabeverfahren hinsichtlich der Aktien von jedem Vertreiber durchgeführt, welches ergeben hat, dass die Aktien (i) für einen Endkunden-Zielmarkt bestehend aus Kleinanlegern und Anlegern, die die Kriterien für professionelle Kunden und geeignete Gegenparteien (jeweils im Sinne der MiFID II (Richtlinie 2014/65/EU)) erfüllen, und (ii) für den Vertrieb über alle gemäß der MiFID II zulässigen Vertriebskanäle, jeweils geeignet sind. Jeder Vertreiber, der die Aktien später anbietet, ist dafür verantwortlich, den Zielmarkt hinsichtlich der Aktien eigenständig zu evaluieren und geeignete Vertriebskanäle festzulegen.