



The Social Chain AG®

SOCIAL COMMERCE ON A GLOBALE SCALE

#strongbuy

Geschäftsbericht 2021

#strongbuy für Wachstum

Übernahme der DS Unternehmensgruppe stärkt Marken- und Produktportfolio, verdoppelt Umsatzpotenzial und bringt weitere Wachstumschancen.

#strongbuy für Kund:innen

Ausbau der „Smart-Customer-Centric“-Strategie durch „Social First Brands“ und ein Omnichannel-Vertriebssystem sorgt für breite Verfügbarkeit der Produkte.

#strongbuy für Aktionär:innen

Erstnotiz im Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse macht Social Chain AG Aktie international für breite Anlegergruppen interessant.

#strongbuy für Nachhaltigkeit

Start zahlreicher CSR-Initiativen (Corporate Social Responsibility) und der erste ausführliche Nachhaltigkeitsbericht.

Kennzahlen des Konzerns

Finanzkennzahlen in EUR Mio.	pro-forma		31.12.2020	Veränderung	in %
	31.12.21	31.12.2021			
Umsatzerlöse	610,2	312,7	130,1	182,6	>100%
Rohertrag	197,7	110,2	62,4	47,8	77%
EBITDA	0,4	-23,0	-7,4	-15,6	>100%
EBITDA in Prozent vom Umsatz	0,1%	-7,4%	-5,7%	-1,7%	29%
bereinigtes EBITDA	19,5	-5,7	1,6	-7,3	>100%
bereinigtes EBITDA in Prozent vom Umsatz	3,2%	-1,8%	1,2%	-3,1%	>100%
EBIT	-57,3	-59,5	-13,9	-45,6	>100%
Konzernergebnis	-57,1	-81,6	-25,7	-55,9	>100%

sonstige Kennzahlen

Eigenkapitalquote in %	31%	48%	-17%	-36%
Operativer Cash Flow (in EUR Mio.)	22,9	-24,7	47,6	-193%
Investiver Cash Flow (in EUR Mio.)	-110,4	-6,1	-104,3	>100%
Finanzmittelbestand (in EUR Mio.)	16,8	9,4	7,4	79%

Mitarbeiter:innen

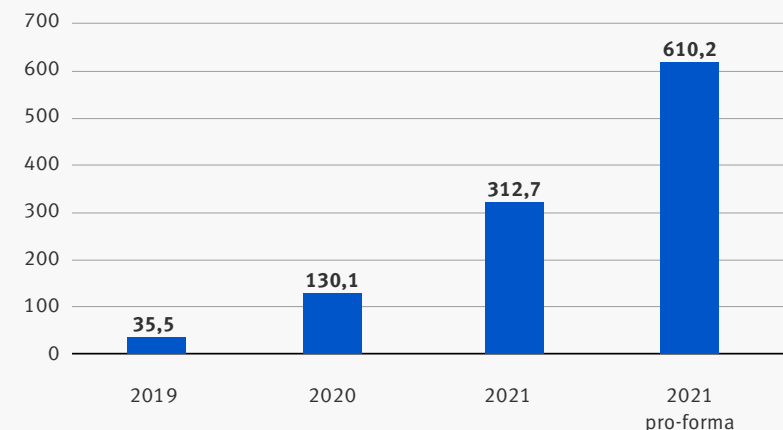
(Jahresdurchschnitt)	1.271,0	601,0	670,0	>100%
----------------------	---------	-------	-------	-------

Unverwässertes Ergebnis / Verwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)

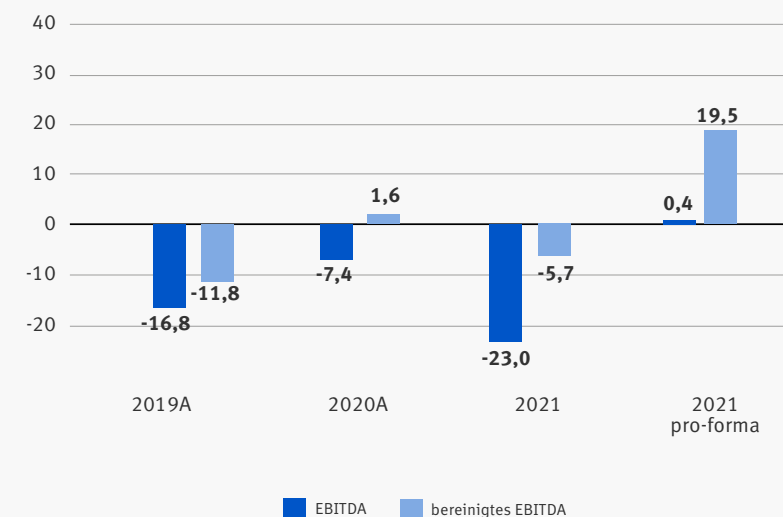
	-6,91	-2,55	-4,36	>100%
--	-------	-------	-------	-------

Die Social Chain AG hat mit der Übernahme der DS Unternehmensgruppe die wichtigste Akquisition ihrer Geschichte abgeschlossen. Die Bedeutung dieser Assets zeigt sich in den 2021er Zahlen nur sehr rudimentär. Im Geschäftsjahr 2021 sind die Umsatzerlöse der DS Gruppe lediglich für dem Monat Dezember enthalten. Zum besseren Verständnis haben wir in der Finanzkennzahlenübersicht daher eine pro-forma-Darstellung der Kombination beider Unternehmen für das Geschäftsjahr 2021 eingefügt.

Umsatz in EUR Mio.
(Entwicklung)



Operatives Ergebnis (EBITDA) in EUR Mio.
(Entwicklung)



Facts & Figures

>1,69 Mio.

aktive Direktkund:innen zählte die Social Chain AG Ende des 4. Quartals 2021. Zum Vergleich: im 1. Quartal 2020 waren es rund 480.000. Besonders präsent sind wir in den Bereichen Home & Living sowie Food (siehe rechts). Der durchschnittliche Warenkorb hatte 2021 einen Wert von rund 66 Euro.

Beauty & Health

Food

Home & Living

aktive
Direktkund:innen
nach Produktkategorien
(Basis: 4. Quartal 2021)

86 Mio. Follower

folgen unseren eigenen Social Media Channels. In Kombination mit Influencern, Micro Influencern und Partner:innen kommen wir auf eine durchschnittliche Social-Media-Reichweite von mehr als einer Milliarde pro Monat.



>10.000 Produkte

umfasst das Angebot der Social Chain AG in den Kategorien Food, Home & Living sowie Beauty & Health. Mit der Übernahme der DS Unternehmensgruppe haben wir unser Marken- und Rechte-Portfolio deutlich ausgeweitet: um mehr als 700 erfolgreiche Marken, 200 geschützte Designs, und über 70 technische Schutzrechte.



1.271

Mitarbeiter:innen beschäftigte die Social Chain AG im Schnitt des Jahres 2021 an insgesamt 18 Standorten weltweit. Von Berlin, über Manchester bis New York. Wir sind dabei so global und divers wie unsere Strategie: 50 Nationen sind im Team der Social Chain vertreten.

Facts & Figures



40.000

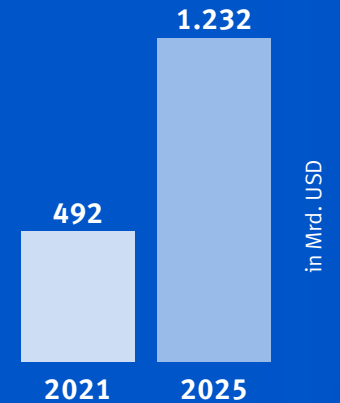
Handelsfilialen in ganz Europa werden mit unseren Produkten beliefert. Die zusätzliche Präsenz vor Ort ist ein wesentlicher Bestandteil unserer Omnichannel-Strategie im Vertrieb. Der Handel bietet wertvolle Point of Sales und Brand Touch Points für unsere Social-First-Marken, die es damit nicht nur in Webshops und auf Online-Marktplätzen gibt – sondern auch direkt zum Anfassen und Mitnehmen vor Ort.



in 34 Ländern

beliefern wir Kund:innen direkt und teilweise auch über Handelspartner. Dazu zählt fast die gesamte Euro-Zone, Großbritannien und die USA.

USD 1,2 Billionen



So hoch schätzt Accenture den weltweiten Umsatz im Social Commerce im Jahr 2025. Die Unternehmensberatung geht davon aus, dass Social Commerce damit dreimal schneller wächst als der klassische E-Commerce-Sektor. Und die Social Chain AG ist mittendrin in diesem dynamischen, globalen Wachstumsmarkt.

Über diesen Bericht

Der Geschäftsbericht 2021 ist der erste Unternehmensbericht der Social Chain AG nach Aufnahme im Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse. Erstmals enthält er auch umfassende Erläuterungen zum Thema Nachhaltigkeit. Damit dokumentiert dieser Bericht nicht nur die wirtschaftliche, sondern auch die gesellschaftliche und ökologische Leistung der Social Chain AG im Jahr 2021.

Alle Angaben zur Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage der Social Chain-Gruppe entsprechen den Vorgaben der International Financial Reporting Standards (IFRS) und, soweit anwendbar, des deutschen Handelsrechts (HGB), der Deutschen Rechnungslegungs-Standards (DRS) sowie der Leitlinien zu alternativen Leistungskennzahlender Europäischen Wertpapier- und Marktaufsichtsbehörde (ESMA). Interne Kontrollmechanismen gewährleisten die Verlässlichkeit der in diesem Bericht vorgelegten Informationen. Der Vorstand der Social Chain AG hat die Wirksamkeit der Kontrollen und die Einhaltung der Regelwerke für die Finanzberichterstattung bestätigt.

Die Übernahme der DS Unternehmensgruppe, welche die bislang wichtigste Akquisition unseres Unternehmens darstellt, ist im finanziellen Teil (Konzernlagebericht und Konzernabschluss) in gesetzlich vorgesehener Art und Weise abgebildet. Umsätze der DS Unternehmensgruppe wurden entsprechend nur im Dezember 2021 konsolidiert. Im freiwilligen Magazin-Teil dieses Berichtes wird dagegen bereits größtenteils die künftige, gemeinsame Strategie erläutert.

Auch an anderer Stelle enthält dieser Bericht zukunftsgerichtete Aussagen. Sie basieren auf den heutigen Einschätzungen und Prognosen des Vorstands sowie den ihm derzeit verfügbaren Informationen. Redaktionsschluss dieses Berichtes war der 27. April 2022. Zukunftsgerichtete Aussagen sind nicht als Garantien für benannte Entwicklungen und Ergebnisse zu verstehen. Mehr Informationen zu möglichen Risikofaktoren finden Sie insbesondere im Kapitel „Chancen und Risiken“ des Konzernlageberichts. Über die gesetzlichen Anforderungen hinaus übernehmen wir keine Verpflichtung, die in diesem Bericht getroffenen zukunftsgerichteten Informationen zu aktualisieren.

Die Social Chain AG ist ein junges Unternehmen mit einem klaren Bekenntnis zur Vielfalt und Inklusion. Wir haben diesen Bericht daher bewusst grundsätzlich in gendergerechter Sprache verfasst. An einigen Stellen kann es jedoch Abweichungen geben, weil gesetzliche Vorgaben, Grammatik oder Verständlichkeit dagegensprechen. In einigen Fällen haben wir auch im deutschen Geschäftsbericht englische Bezeichnungen, Formulierungen und Schaubilder übernommen, weil sie im Unternehmensalltag so gebräuchlich sind.

Aus ökologischen Gründen liegt dieser Bericht ausschließlich in einer digitalen Fassung vor, die zudem die Navigation und den Zugang zu verbundenen Informationen erleichtern soll. Eine kurze Erläuterung der Navigationsmöglichkeiten und -symbole finden Sie rechts im Kasten.

Aktuelle Informationen rund um die Social Chain AG finden Sie unter www.socialchain.com

Erklärung der Navigationselemente

 Externer Link zu weiterführenden Information im Internet

 Direktzugriff auf das Inhaltsverzeichnis

 Interner Link zu Informationen innerhalb des Geschäftsberichtes

Eine Seite rückwärts

Eine Seite vorwärts

Inhalts- verzeichnis

Inhaltsverzeichnis

Die Social Chain Story

An unsere Aktionär:innen

Konzernlagebericht

Konzernabschluss

Die Social Chain Story	08	Konzernlagebericht	58
Unsere Strategie	09	Grundlagen des Konzerns	59
Unsere Marken und Produkte	16	Wirtschaftsbericht	64
Unsere Social Media Communities	21	Chancen- und Risikobericht	81
Unser Vorstand im Interview	23	Internes Kontroll- und Risikomanagement- system in Bezug auf den Rechnungslegungsprozess	91
An unsere Aktionär:innen	27	Prognosebericht	92
Bericht des Aufsichtsrates	28	Erläuternder Bericht des Vorstands gemäß § 176 Abs. 1 S. 1 AktG zu den übernahmerechtlichen Angaben nach §§ 289a Abs. 1 und 315a Abs. 1 HGB	96
Mitglieder des Aufsichtsrates	33	Vergütungsbericht	98
Mitglieder des Vorstandes	34	Nichtfinanzielle Erklärung (Nachhaltigkeitsbericht)	98
Nachhaltigkeitsbericht	35	Erklärung zur Unternehmensführung	98
Social Chain Aktie	55	Konzernabschluss	99
		Bestätigungsvermerk des unabhängigen Abschlussprüfers	179

Die Social Chain Story

Inhaltsverzeichnis

Die Social Chain Story

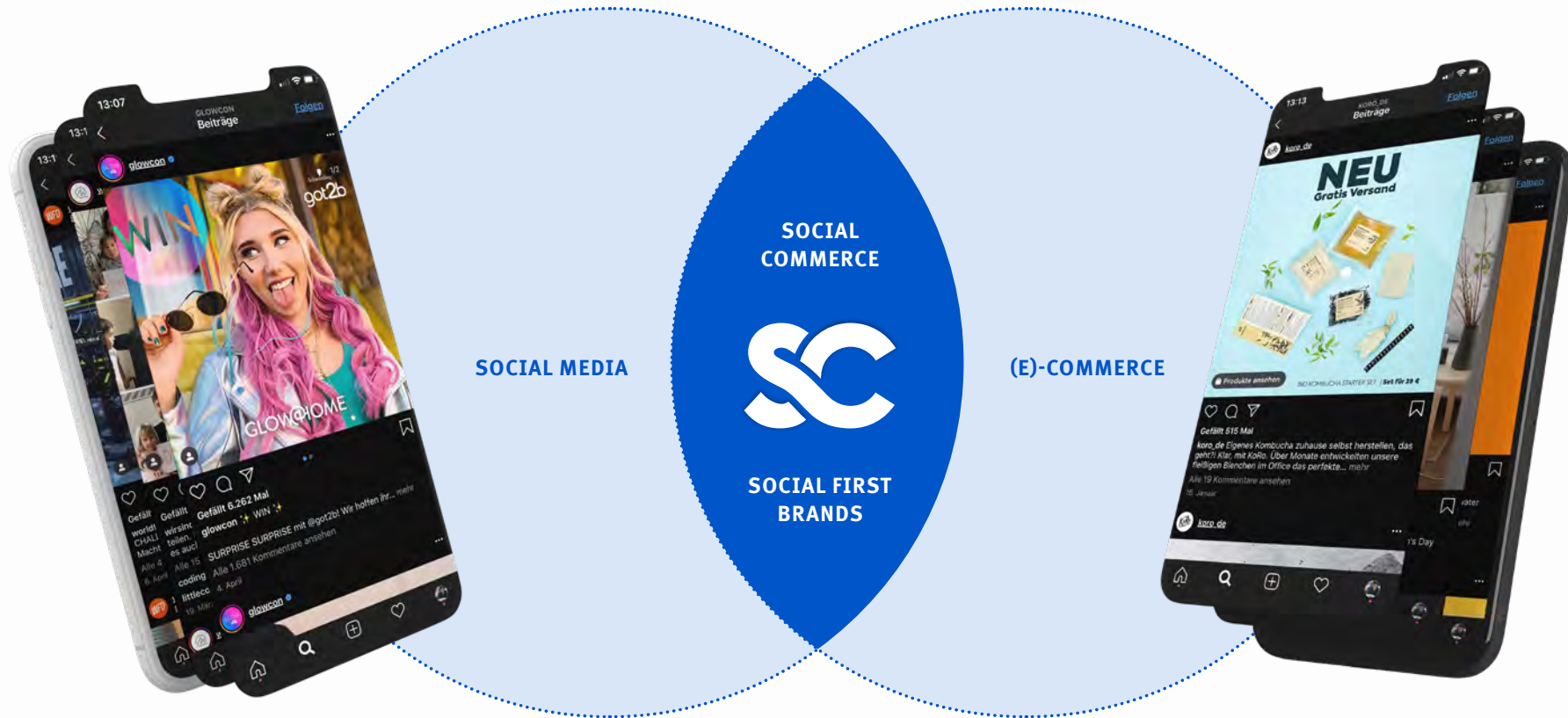
An unsere Aktionär:innen

Konzernlagebericht

Konzernabschluss

Unsere Strategie	09
Social First	10
Markenaufbau	12
Social Media Marketing	14
Unsere Marken und Produkte	16
Core Brands	16
Emerging Brands	19
MAXX Brand Group	20
Unsere Social Media Communities	21
Unser Vorstand im Interview	23

Unsere Strategie



Strong Buy: Social Commerce und Social First Brands

Die neue Welt des Handels und der Marken. Social Commerce ist der globale Trend Nummer eins bei der künftigen Entwicklung des Handels. Social Commerce ist aber viel mehr als nur die nächste Entwicklungsstufe von E-Commerce. Social Commerce verändert auch die Art und Weise, wie Marken und Produkte entstehen, und wie sie sich entwickeln. Die Social Chain AG ist einer der führenden Gestalter dieses Wandels.

Social First.

Commerce and Brands, driven by Social Media and People

Die Welt des Handels und der Marken ist so stark in Bewegung wie nie zuvor. Die Digitalisierung führt zu völligen neuen Wegen zu Kund:innen. Und von Verbraucher:innen zu Unternehmen, Produkten und Marken.

Wir sind ein Social-Commerce-Unternehmen mit eigenen Marken und Produkten. Wir gestalten die Zukunft des Handels und der Marken aktiv mit. Wir kreieren, entwickeln und promoten eigene Produkte mit der Kraft von Social Media und vertreiben sie. Direkt oder über Partnerschaften im Handel.

Umfassende eigene Datenplattform

Social Media hilft uns, Konsum-Trends schnell zu erkennen und daraus Produktwünsche abzuleiten. Dafür können wir auf eine proprietäre Datenplattform zugreifen. Wir analysieren das Social-Media-Verhalten unserer eigenen Communities mit mehr als 86 Millionen Followern und kennen die Transaktionsdaten unseres E-Commerce-Geschäfts.

Social Media ersetzt in vielen Fällen teure und langwierige Entwicklungsphasen von Produkten, weil wir aus unzähligen Informationen unseres Kundenstamms und unserer Communities Artikel entwickeln, die passgenau auf die Bedürfnisse ihrer Zielgruppen ausgerichtet sind. Das ist effi-



Social Media und Handel: In unserem Verständnis von Social Commerce sind das zwei Seiten einer Medaille. Aber auch eigenständige Kanäle mit spezifischen Stärken, die wir zusammenbringen, um Marken und Produkte zielgenau zu entwickeln, zu vermarkten und zu vertreiben.

ziert und nachhaltig zugleich. Über Social Media können wir dabei auch Produktideen testen und neue Zielgruppen für bestehende Marken identifizieren.

Marketing ohne große Streuverluste

Social Media kann aufwendige klassische Werbekampagnen komplett ersetzen. Wir erreichen direkt und gezielt die Menschen, deren Bedürfnisse und Wünsche wir erfüllen können – ohne teure Streuverluste. Communities, Top-Influencer, Mikro-Influencer-Netzwerke und kreative Social-Media-Kampagnen schaffen dadurch Bekanntheit und Beliebtheit, wirtschaftlich und zielgruppengenau. Dank

Social Media wird dabei von Anfang an im Unterschied zu klassischer Werbung auch Vertrauen aufgebaut. Das gilt für das Alltagsprodukt genauso wie für eine Love Brand.

Omnichannel-Vertriebssystem

Beim Vertrieb setzen wir als eines der wenigen Social-Commerce-Unternehmen von Anfang an auf ein Omnichannel-System: Wir sind da, wo unsere Kund:innen sind. Den Großteil unserer Produkte vermarkten wir direkt über Webshops und andere digitale Marktplätze. Viele Produkte gibt es aber auch im stationären Handel. Damit maximieren wir unsere Verkaufspunkte und die Wahrnehmung unserer Marken. Die Auswahl der

Vertriebswege erfolgt dabei immer passend zu Marke und Produkt.

Eine eigene Social-Commerce-Plattform garantiert, dass alles von der ersten Produktidee bis zur Lieferung funktioniert und die Produkte auch möglichst schnell bei Verbraucher:innen und Vertriebspartner:innen ankommen: mit Data-Analyst:innen, Projektentwickler:innen, Einkäufer:innen, Logistiker:innen, Programmierer:innen, Social-Media- sowie E-Commerce-Spezialisten:innen und Kreativen. Gestützt von skalierbaren IT-Systemen, die uns Tag für Tag schneller, besser und effizienter machen.

Smart Customer Centric

Powered by Social Media



Viel mehr als eine Zielgruppe: Kundinnen und Kunden begleiten uns entlang der kompletten Wertschöpfungskette. Stetiger Kontakt, fortlaufender Austausch sowie die Analyse von Wünschen und Meinungen erleichtern die Arbeit vieler Unternehmensabteilungen, reduzieren Kosten und bringen mehr Agilität.

Die moderne Art, Marken aufzubauen

Moderne Konsumenten:innen bewegen sich in der digitalen Welt inzwischen genauso selbstverständlich wie in der analogen – und machen dabei keinen Unterschied mehr.

Die digitale und die analoge Welt sind im Leben der Kund:innen nicht getrennt, sondern selbstverständlich ineinanderverwoben. Produkte erlebt man live oder über Social Media, kauft sie direkt online, aber auch im Geschäft vor Ort. Wer als Unternehmen in der neuen Welt der Marken und des Handels erfolgreich sein will, muss daher zwei Anforderungen erfüllen: Social-Media-Exzellenz und Zugang zu einem holistischen Vertrieb mit möglichst vielen kundenaffinen Point of Sales (PoS), wo man Marken erlebt und Kaufentscheidungen trifft.

Social Chain beherrscht beides, ein großer Vorteil im Vergleich zu vielen Wettbewerber:innen. Dank unserer international operierenden Social-Media-Agentur und eigenen Communities mit Millionenpublikum wissen wir genau, wie umfassend man Social Media beim Aufbau und Vertrieb von Marken einsetzt. Und über unseren Omnichannel-Ansatz, der weit über digitale Marktplätze hinausgeht, erreichen wir in 34 Ländern weltweit Menschen online oder direkt vor Ort.



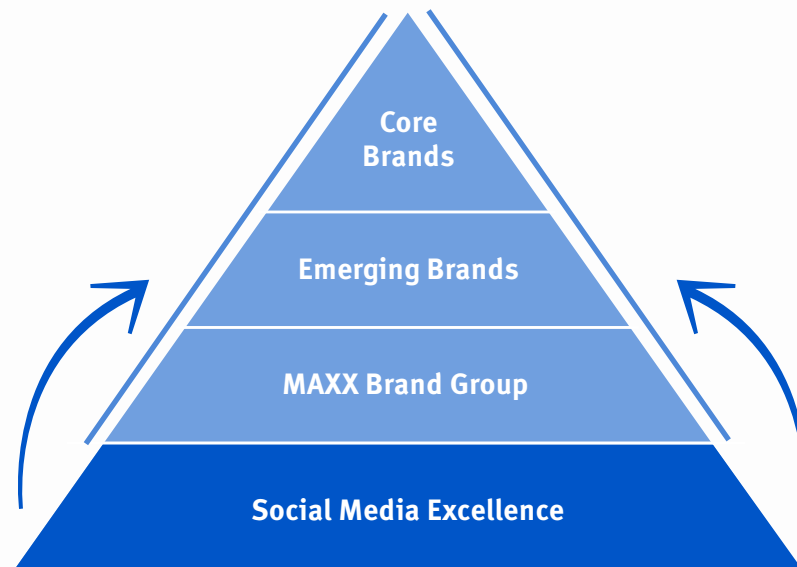
Immer in Kontakt:

Wir sind auf Augenhöhe mit Followern, Kundinnen und Kunden – entlang der kompletten Customer Journey.

Wir sind dort, wo unsere Kund:innen sind

Viele Online-Unternehmen suchen gerade den Weg zum PoS vor Ort. Und viele stationäre Händler:innen versuchen ihr Glück auf digitalen Plattformen. Wir arbeiten bereits vollständig integriert, immer getrieben von dem Ziel, unseren Kund:innen möglichst vielfältig zu begegnen und ihnen unsere Marken und Produkte dort anzubieten, wo sie gerade am liebsten kaufen möchten.

Social Chain kreiert und entwickelt Produkte und Marken von der Idee bis zum Millionenumsatz. Wir haben uns dafür auch organisatorisch entlang der natürlichen Entwicklung von Marken aufgestellt. Die Basis bildet die MAXX Brand Group mit ihrem breiten Markenportfolio (siehe [Seite 20](#)). Die nächsten Stufen der Markenentwicklung sind Emerging Brands und Core Brands. Grundsätzlich gilt: Je weiter eine Marke gereift und entwickelt ist, desto selbstständiger und unabhängiger agiert sie.



Klare Markenarchitektur:

Unser System, Marken und Produkte schrittweise aufzubauen und zu entwickeln. Immer auf der Basis umfassender Social-Media-Exzellenz, die den Prozess nachhaltig unterstützt. Die Organisation der Social Chain AG orientiert sich konsequent an dieser Systematik.



Core Brands sind entwickelte Marken mit einem etablierten Kundenstamm und einem Umsatzpotenzial von über 100 Mio. EUR. Produktentwicklung, Markenpflege, Vertrieb und Marketing liegen dabei in der Regel in eigenständigen Tochterunternehmen und Beteiligungen der Social Chain. Im Rahmen unserer Buy, Build & Sell-Strategie sind dabei auch separate Finanzierungsrunden, Börsengänge oder Verkäufe dieser Firmen möglich.

Emerging Brands sind Produkte und Marken, die die Social Chain selbst entwickelt oder im Rahmen von Buy & Build akquiriert. Sie profitieren von der Entwicklung unter dem Dach der Brand Chain, einem Inkubator für junge Marken und neue Produktideen. Brand Chain bietet ein schlankes Setup, Gruppenleistungen für administrative Aufgaben, Lösungen bei Produktion, Logistik und Vertrieb. Unternehmer:innen, Erfinder:innen und Entwickler:innen können sich damit komplett auf ihre Kund:innen ihre Produkte und ihren Markt konzentrieren.

Social Media Marketing

Nie zuvor haben sich Trends in Sachen Kommunikation so schnell verändert wie heute. Was für Medienunternehmen bereits eine riesige Herausforderung bedeutet, ist für die meisten Unternehmen ein permanentes Ringen um die richtigen Marketingentscheidungen und oft ein Stochern im Nebel.

Die Social Chain AG ist für diese Herausforderung in besonderer Weise gewappnet. Wir haben unser Unternehmen von Anfang an als vollintegriertes Marken- und Social-Media Haus aufgebaut: mit eigenen Brands (siehe [Seite 16](#)), eigenen Reichweiten (siehe Communities [Seite 21](#)), tiefer Social-Media-Expertise und technologischem Know-how für die Analyse großer Datenmengen (siehe „LINKS“ [Seite 15](#)).

Unsere eigenen Communities erreichen 86 Millionen Follower weltweit. Darüber hinaus profitieren wir von unserem globalen Influencer-Netzwerk, das uns Zugang zu über 20 Millionen Fans und potenziellen Kunden:innen verschafft. Wir konzentrieren unsere Aktivitäten auf Deutschland, Großbritannien und die USA. Wir bieten ein proprietäres Modell, um Influencer, Communities und Marken zusammenzubringen. Unsere gesamte Social-Media-Reichweite können wir nutzen, um unsere eigenen sowie Markenbotschaften Dritter zu verstärken und B2C-Kund:innen zu inspirieren und aktivieren.

Können kommt von Machen

Unser Können basiert auf Machen. Auch unsere eigenen Marken profitieren von einem Social-Media-Know-how, das im Vergleich zu den meisten anderen Konsumgüter- und Handelshäusern den Unterschied macht.

Im Zentrum unserer Expertise steht die Social Chain Agency (socialchain.agency). Sie arbeitet als Social-Media-Dienstleister für führende globale Marken. Die Büros in Manchester, New York und Berlin betreuen Kunden wie beispielsweise Apple, Coca-Cola, Puma, Zalando, KFC, Logitech und Beats by Dre.

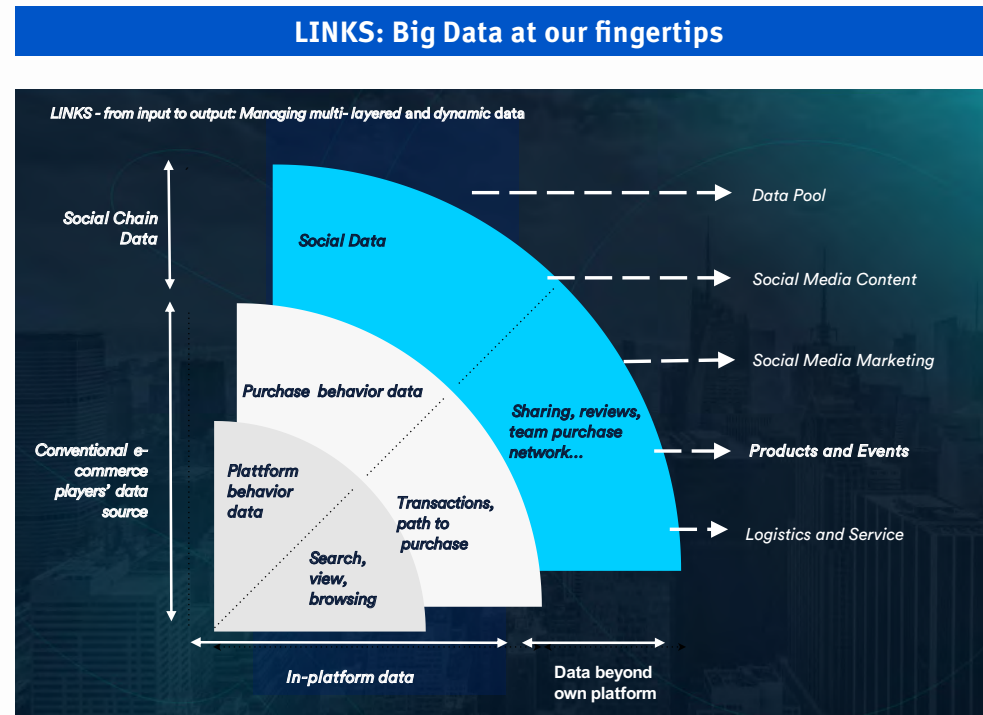
Kreative Pioniere



„At the forefront of Social Media Marketing“ ist das Credo der Social Chain Agency. So hat die Social Chain in Großbritannien die allererste TikTok-Originalserie von Amazon Prime Video produziert: „Nur damit du es weißt“. Sie wurde parallel zur zweiten Staffel der Amazon Prime Originalserie „Modern Love“ veröffentlicht. Die sechsteilige Serie, die moderne Werte zelebriert, wurde vor allem von der TikTok-Community begeistert aufgenommen und erreichte mehr als 17 Millionen Klicks, 230.000 Aufrufe und landesweite Medienberichterstattung.

Social Chain Germany: Schwerpunkt Social Commerce

Von Deutschland aus arbeitet die Social Chain Germany für nationale und internationale Kunden:innen. Schwerpunkte sind Social Commerce und strategischer Marktaufbau im D2C-Geschäft. Wir betreuen Kunden:innen dabei entlang der gesamten digitalen Customer Journey. Mit Social Media für das erste „Like“ bis zur optimalen Sales Experience für den erfolgreichen Kaufabschluss. Die Social Chain Germany bildet ein Kernteam aus strategischen Planner:innen und Konzepter:innen, Affiliate-Marketing- und User-Experience-Expert:innen. Sie kann innerhalb der Social Chain Gruppe auf ein Kompetenzteam von über 150 Köpfen zugreifen. Dazu gehört neben der Social Chain Agency auch der US-amerikanische Performance-Marketing-Spezialist mint performance marketing.



LINKS ist eine proprietäre Technologieplattform. LINKS ermöglicht es uns, eine riesige Menge an Datenpunkten zu analysieren, indem wir unsere internen Transaktionsdaten, unsere Social-Media-Daten aus unserer Communities, Erfahrungen aus unserem Agenturgeschäft und frei zugängliche Daten von Dritten miteinander verbinden. LINKS erlaubt es, Social Commerce datengesteuert als End-to-End-Prozess zu betreiben. LINKS erkennt Social-Commerce-Trends frühzeitig und optimiert Verkaufsstrategien, was uns einen Vorteil gegenüber vielen unserer Wettbewerber:innen verschafft.

Globales Know-how



Social Chain Agency UK (Manchester)

Führende kreative Social-Media-Agentur mit globaler Präsenz
socialchain.agency/uk

Social Chain Agency Germany (Berlin)

Fokus auf Social Commerce und strategische Markenentwicklung
socialchain.agency/de

Social Chain Agency US (New York)

Social Media Marketing für Top-Kunden wie TikTok, Zalando US und Amazon
socialchain.agency/us

mint performance marketing

mint performance marketing (San Diego)

Führend in Performance Marketing & Social-Commerce-Lösungen für E-Commerce-Marken (D2C)
mint-performancemarketing.com

Core Brands



BEEM ist der Spezialist für traditionelle und moderne Arten der Kaffee- und Teezubereitung. Mit einem Portfolio aus über 100 Produkten bietet die Marke ein spannendes Vollsortiment, das für jeden Geschmack das Richtige bereithält. Die Vielfalt und die intuitive Bedienung, ein edles Design und ein starkes Preis-Leistungs-Verhältnis sind dabei bestimmende Werte für die gesamte BEEM Produktwelt. Im Segment der traditionellen Teekocher, der Samoware, zählt BEEM zu den weltweit führenden Anbietern.

beem.de



CLASEN BIO ist Händler und Produzent für Nüsse, Trockenfrüchte, Saaten und Hülsenfrüchte aus der ganzen Welt. Die Marke bietet über 90 Bio-Produkte an, seit März 2022 auch Nussmuse. Dabei gehören Klassiker wie Trockenfrüchte, Saaten und Nusskerne, ebenso wie Hülsenfrüchte und Getreide, aber auch Superfoods und Spezialmehle in das Sortiment. CLASEN BIO vertreibt seine Produkte derzeit vorrangig über den Lebensmitteleinzelhandel und fokussiert sich seit der Übernahme durch die Social Chain AG auf die Direktvermarktung im Social- und E-Commerce. Seit Dezember 2019 ist CLASEN BIO zudem Demeter-zertifiziert und bietet inzwischen ein Sortiment von 15 Artikeln unter diesem anspruchsvollen Öko-Siegel an.

clasen-bio.de



KoRo denkt Handel neu. Durch das Überspringen von Handelsstufen, effiziente Prozessabläufe und Großpackungen in schlichtem Design macht die Marke hochwertige Lebensmittel zu fairen Preisen für alle zugänglich. Das Sortiment umfasst eine große Vielfalt haltbarer, naturbelassener und verarbeiteter Lebensmittel sowie Küchengeräte, Kochzubehör und Hygieneprodukte. Dabei verfolgt KoRo die Vision, Europas führender Anbieter für Lebensmittel und Waren zu werden, indem es seine fünf Grundprinzipien konsequent umsetzt: Qualität, kurze Lieferketten, Großpackungen, faire Preise und Transparenz. (Im Rahmen unserer Build&Sell-Strategie haben wir nach Abschluss des Geschäftsjahres 2021 Anteile an KoRo verkauft.)

koroderogie.de

Core Brands



LANDMANN ist der älteste Grillhersteller Deutschlands. Mit der Innovationskraft aus Social Commerce, Import, Vertrieb und mehr zeigt LANDMANN seine Kernkompetenz: innovative Produkte in hochwertiger Qualität zu einem fairen Preis für jeden Grilltyp! Von Holzkohle-, über Gas- bis zu hin zu Elektrogrills in allen Größen und Ausstattungen – sowie Feuerkörbe und Co – LANDMANN hat das Equipment um wunderbare Momente mit der Familie und Freunden lecker und gemütlich zu machen. Landmann ist das HOME OF FIRE.

landmann.de



Ravensberger Matratzen Guter Schlaf wird immer wichtiger, nicht nur für anspruchsvolle Verbraucher:innen. Ravensberger Matratzen produziert Matratzen und liefert Lattenroste und Bettwaren. Die Marke bietet individuell passende Schlafsysteme für jeden Schlaftypen. Besonders wichtig für den Direktvertrieb an Kund:innen: Als Hersteller arbeitet Ravensberger Matratzen ohne Zwischenhandel und bietet damit ein besonders attraktives Preis-Leistungsverhältnis. Schlafqualität made in Germany.

ravensberger-matratzen.de

Core Brands



URBANARA ist eine 2011 gegründete Wohn- und Einrichtungsmarke aus Berlin. Natürliche Materialien, zeitlose Designs und hohe Qualität stehen zentral in der Philosophie des Unternehmens. Das vielfältige Sortiment reicht von Teppichen bis hin zu Bettwäsche, Decken und Kissen. Bewusst lässt URBANARA die Kollektionen in direkter Zusammenarbeit mit den eigenen Hersteller:innen fair fertigen und setzt auf Materialien wie Bio-Baumwolle, recycelte und schnell nachwachsende Rohstoffe sowie eine intelligente Social-Commerce-Strategie.

urbanara.de



Die GLOW by dm Convention entwickelte sich seit ihrem Start in 2016 schnell zu Europas größter Beauty Convention, die hauptsächlich über Social Media vermarktet wird. Nationale und internationale Beauty Stars, neue Beauty- und Lifestyle-Marken und eine große Bühnenshow vor Ort ziehen bei jeder Veranstaltung bis zu 25.000 Besucher:innen an. Ab 2022 erweitert GLOW by dm das Angebot. Das neue Konzept spiegelt unter dem Motto „GLOW geht unter die Haut“ neben Make-Up und Kosmetik auch Bewegung, gesunde Ernährung, Mode, Körperbewusstsein, Vielfalt und Nachhaltigkeit wider.

glowcon.de

Emerging Brands



Seit der Gründung im Jahr 2013 hat sich **Lumaland** schnell etabliert und zählt heute zu den führenden Anbietern für E-Commerce mit zahlreichen Produkten im Bereich Home & Living. Weltweit besonders beliebt: der Lumaland Sitzsack.

[Amazon](#) lumaland-sitzsack.de



Der **#DoYourSports** Shop bietet für Sport- und Yoga-Begeisterte Fitnessgeräte und Yogazubehör in den folgenden Kategorien an: #DoYourFitness | #DoYourYoga | #DoYourSwimming | #DoYourOutdoor

doyoursports.de



Hoberg ist der zuverlässige Partner für Outdoor-Projekte und bietet Gartengeräte, Dekoration und Maschinen für den eigenen Garten, die Terrasse und den Balkon. Mit hilfreichen Features und Funktionen erleichtern Hoberg Produkte die Arbeit.

hoberg-shop.de



Für alle, die Sport als Challenge gegen sich selbst begreifen, hat **FitEngine** die passenden Fitnessprodukte von Bodyweight- bis Cardio-Workout: höchste Qualität für abwechslungsreiches Indoor- und Outdoor-Training.

fit-engine.de



Hochwertig, geradlinig, funktional und immer aufeinander abgestimmt: unsere Küchen- und Haushaltsprodukte von **N8WERK** in den Farbtönen der Nacht. Denn kein Ort ist wichtiger als das eigene Zuhause.

n8werk.com

MAXX Brand Group

Die Produkte der MAXX Brand Group (MAXX Markengruppe) können immer ein bisschen mehr als die vergleichbarer Anbieter. So haftet beispielsweise das Moskitonetz mit Magneten, die in den Tür- oder Fensterrahmen geklebt werden, statt mühsam in den Rahmen zu gehämmert zu werden. In der Welt der MAXX Markengruppe gibt es mehr als 4.000 Produkte aus den Bereichen Haushalt und Küche, Garten, DIY und Beauty und Gesundheit. Sie starten mit einem attraktiven Markteintrittspreis bei geprüfter Qualität und Produktsicherheit. Als Listungs- und Aktionsware im Handel in fast fünf Jahrzehnten groß geworden, erobern unsere MAXX Marken schon seit Jahren den Onlinehandel und das Tele-shopping – und in Kürze einzelne Produkte auch Social Media Communities.

„Die Höhle der Löwen“

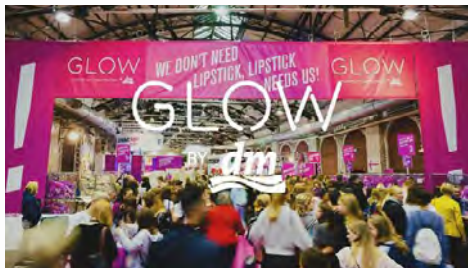
Mit mehr als 130 Deals aus der TV-Gründershow „Die Höhle der Löwen“ sind die Produkte der Startups fester Bestandteil des Produktportfolios der Social Chain AG. Die Marke „Die Höhle der Löwen“ ist ein Qualitätszeichen für ein innovatives Produkt und hat eine hohe Wiedererkennbarkeit im Handel durch die starke TV-Präsenz mit bis zu 3 Millionen Zuschauern pro Sendung. Die Marke gewann im Jahr 2017 den LIMA Award (Licensing Industry Merchandisers' Association) in der Kategorie „Corporate/ Lifestyle/ VIP Brand des Jahres“.

Merchandising

Für die großen Lieblingsmannschaften der Nation und ihre Fans liefern wir vom gebrandeten Toaster bis zum Beer Pong Produkte zum Mitfeiern: unter anderem vom FC Bayern München, Borussia Dortmund, Borussia Mönchengladbach, VfB Stuttgart, Hertha BSC, Schalke 04 und dem HSV. Übrigens: Auch für Heidi Klum und ihre Topmodels von „Germany's Next Topmodel“ gibt es Lizenzprodukte.



Social Publishing: Communities der Social Chain AG



Glow

Glow by dm ist Europas größtes Beauty-Festival mit mehr als 250 Top-Influencern als Botschafter:innen und mehr als 100 Top-Markenpartnern:innen. Das Konzept ermöglicht die Weiterführung einer reichweitenstarken Online- und Social Community-Strategie in der Off-line-Welt.

glowcon.de



Sporf

Sporf ist einer der weltweit größten digitalen und sozialen Sport Publisher, der derzeit plattformübergreifend Inhalte für mehr als 15 Millionen Follower anbietet. Sporf bindet die Community durch selbst erstellte Inhalte ein, die Sportfans erreichen, sodass diese den Dialog weiter anregen; durch Fanreaktionen, von Moderatoren geführte Videoinhalte oder durch Artikel, die sich mit den aktuellen Themen und Trends befassen. Der darin integrierte Online-Shop bietet eine Vielzahl von Sport-Accessoires, Retro-Fan-Shirts und individuellen Geschenken an.

sporf.com



Gamebyte

Mit mehr als 7 Millionen Followern auf sozialen Plattformen ist GameByte der Ort für umfassende Gaming Themen und ist die weltweit größte Gaming-Community auf Facebook. Durch markante Inhalte einschließlich Videos, Artikel und Beiträge der Community fängt Gamebyte die Freude am Spielen ein, die von Millionen von Followern geteilt wird. Gamebyte verfügt über einen integrierten Social-Media-Shop, der Spiele, Spielzubehör und Merchandising-Artikel anbietet.

gamebyte.com



FragHero

FragHero ist die Entertainment- und Spielmarke, die ihre Anhänger vor allem in der Schnittmenge von Geek- und Popkultur findet. Mit ihren 3 Millionen Anhänger:innen über die sozialen Plattformen hinweg ist die FragHero Community sehr aktiv und wird mit passenden und unterhaltsamen Inhalten kanalspezifisch eingebunden. Von aktuellen Spielstarts über Neuigkeiten aus der Popkultur bis hin zu den neuesten technischen Entwicklungen – FragHero weiß genau, was sein Publikum will, und liefert es.

fraghero.com

Social Publishing: Communities der Social Chain AG



Student Problems

Student Problems ist mit mehr als 13 Millionen Followern die weltweit größte Social-First-Community für Student:innen. Die Mitglieder:innen sind stets angesprochen durch laufend neue Videos, Artikel und Beiträgen, die meist im Stil von Memes gehalten sind. Die Plattform bietet eine einzigartige Möglichkeit für die Steigerung des Bekanntheitsgrads von Marken, Produkten und Dienstleistungen bei einem interessierten und aktiven Millennial-Publikum.

studentproblems.com



World Fitness

World Fitness bietet motivierende Inhalte, um das eigene Fitnesspotenzial zu nutzen. Der Kanal hat mehr als 2 Millionen Follower in der EU und den USA, mit hoher Interaktion und einer großen Medienreichweite.

worldfitness.de



Love Food

Love Food ist einer der größten Social-First-Food-Kanäle Großbritanniens mit weltweit mehr als 10 Millionen Followern. Love Food versorgt seine Follower mit Rezepten, Anleitungen, Blogs und Expert:innenmeinungen zu Themen rund ums Essen, Kochen und Grillen.

instagram.com/love_food

Weitere Communities der Social Chain AG finden Sie auf socialchain.com



The Social Chain

Unser Vorstand im Interview

Triple A: Drei Antworten von Wanja S. Oberhof, CEO

MIT DER DS GRUPPE HABEN SIE EIN UNTERNEHMEN ÜBERNOMMEN, DAS FAST 50 JAHRE ERFOLGREICH PRODUKTE FÜR DEN HANDEL EINGEKAUFT UND PRODUZIERT HAT. WIE PASST DAS INS STRATEGIE-KONZEPT DER SOCIAL CHAIN, DAS JA VOR ALLEM AUF SOCIAL COMMERCE UND SOCIAL MEDIA SETZT?

OBERHOF: Viele Beobachter haben den Deal als komplementär bezeichnet. Dem kann ich nur zustimmen. Das Portfolio der DS Unternehmensgruppe ergänzt unser Angebot perfekt, es umfasst viele Marken und Produkte, die sich für die Direktvermarktung über Social Commerce eignen. Außerdem gewinnen wir Schlagkraft bei Einkauf, Logistik, Marketing und Vertrieb. Noch wichtiger als der komplementäre Fit ist aber: Beide Unternehmen haben dasselbe Verständnis von der Zukunft der Marken und des Handels. DS war bereits vor Beginn unserer Zusammenarbeit in seiner Digitalstrategie deutlich weiter, als viele meinen. Die neue Brand Chain, unser Hub für „Emerging Brands“ ist Ausdruck unserer gemeinsamen Kompetenz, Marken im Netz schnell bekannt zu machen und Produkte erfolgreich zu verkaufen. Dabei gehen wir weit über „FBA“-Business hinaus, bedienen umfassend andere Online-Marktplätze und eigene Webshops. Und dank DS können wir als einer der wenigen Akteure in Deutschland und Europa auch auf ein umfassendes Retail-Netzwerk mit 40.000 Handelsfilialen zugreifen.

STATIONÄRER HANDEL KLINGT NICHT GERADE DIGITAL...

OBERHOF: Social Commerce ist viel mehr als nur eine neue Form von E-Commerce. Social Commerce ist die Zukunftsstrategie für Marken und Produkte. Konsum war und ist schon

immer ein soziales Erlebnis, geprägt vom Austausch über Wünsche und Bedürfnisse. Das übertragen wir auf die Welt von Social Media. Dank Social Media können wir Marken und Produkte gezielter entwickeln, effizienter bewerben und vertreiben. Der eigentliche Point-of-Sale ist aber nur ein kleiner Teil der kompletten Customer Journey. Das kann die Website sein, ein Marktplatz im Netz, aber auch ein Geschäft vor Ort. Wir setzen deshalb auf ein echtes Omnichannel-Vertriebssystem, mit möglichst vielen digitalen und analogen Point-of-Sales, also auch den stationären Handel. Selbst globale E-Commerce-Unternehmen wie Amazon, Home24 und Zalando gehen inzwischen diesen Weg.

APROPOS GLOBALISIERUNG. DIE INTEGRATION DER DS UNTERNEHMENSGRUPPE STÄRKT SICHER VOR ALLEM IHR GESCHÄFT IM HEIMATMARKT DEUTSCHLAND. WIE STEHT ES UM DIE INTERNATIONALISIERUNGSTRATEGIE DER SOCIAL CHAIN?

OBERHOF: Wir verbessern mit der Integration der DS Gruppe auch unsere Position in Europa, DS ist hier bereits in vielen Ländern aktiv. Außerdem bereichern wir unser Portfolio um Marken und Produkte, die sich international vermarkten lassen. Nehmen wir mein Lieblingsbeispiel Landmann, den ältesten deutschen Grillhersteller. Diese Marke werden wir in Europa, aber auch in den USA entwickeln, vor allem über Social Media. Europa und Nordamerika sind für die Social Chain AG die Kernmärkte der nächsten Jahre. Bei der Internationalisierung unseres Geschäfts kommen uns zwei strategische Vorteile zugute: Wir verfügen über internationale, vornehmlich englischsprachige Social Media Communities mit über 86 Millionen Followern. Und mit der

„Social Commerce ist die Zukunftsstrategie für Marken und Produkte.“



Wanja S. Oberhof
Chief Executive Officer

Social Chain Agency haben wir eine international arbeitende Social-Media-Agentur mit globalen Kunden. Das ist ein Know-how-Schatz, den wir natürlich auch für unsere eigenen Social-Commerce-Maßnahmen nutzen.

Triple A: Drei Antworten von Ralf Dümmel, CPO



Ralf Dümmel
Chief Product Officer

SIE GELTEN ALS HANDELS- UND VERTRIEBSEXPERTE. WAS MACHT GUTE VERKÄUFER:INNEN AUS?

DÜMME: Die besten Verkäufer:innen sind keine Verkäufer:innen, sondern Verkaufsberater:innen. Niemand möchte etwas verkauft bekommen, aber jede Käuferin und jeder Käufer braucht Beratung, um komplexe Kaufentscheidungen zu treffen. Das ist aus meiner Sicht eine der großen Stärken von Social Commerce: Erklärungsbedürftige Produkte können detailliert und emotional erklärt – und so breit und tief über alle Kanäle verkauft werden.

Social Media hat das Potenzial, aus großen Gruppen zu erfahren, welche Produkte die Menschen sich wirklich wünschen. Durch „Social Listening“ sind wir in der Lage, Produkte eng an den Bedürfnissen unserer Zielgruppen zu entwickeln.

Social Commerce ist ein Ansatz, um Produkte zu schaffen, die das Leben der Menschen besser machen. Die Bandbreite an Informationen und Daten ist immens: aus Social Media Posts,

Kommentaren, Communities und dem Kundenfeedback, das wir über unsere Shops und den Kundenservice erhalten, bekommen wir wertvolle Informationen. Hinzu kommen die Analysen aus Gesprächen mit unseren Key Accounts aus dem Handel und durch unsere Trendscouts. So entwickeln wir echte Innovationen, Problemlöser und Love Brands. Die Social Chain AG ist optimal aufgestellt, um aus all diesen Mosaiksteinchen ein Bild zu formen und großartige Produkte zu entwickeln und profitable Umsätze zu erzielen. Dieses Informationsnetzwerk liefert uns auch bei Startup-Investitionen Daten, die unwahrscheinlich hilfreich sind, um fundiert zu entscheiden, welche Marktchancen die Idee der Gründer:innen haben.

SIE SIND EIN ENGER PARTNER DES KLASSISCHEN HANDELS. WIE STEHT ES UM DIESES VERHÄLTNIS, VOR DEM HINTERGRUND IHRER EIGENEN E-COMMERCE UND SOCIAL-COMMERCE-STRATEGIE?

DÜMME: Multichannel ist das Stichwort. Es gehört seit Jahren zu unseren Kernkompetenzen, die großen Online-Marktplätze zu beliefern – und zwar bis zu den Endkund:innen nach Hause. Alle großen stationären Händler:innen legen sehr viel Ressourcen auf ihre Digital- und Social-Media-Strategie. Umgekehrt drängen sich E-Commerce-Unternehmen in den stationären Handel und eröffnen Flagshipstores und Co. Die Bewegung ist also beidseitig und befruchtet sich gegenseitig: „Clicks and Bricks“ – wie wir bei der The Social Chain AG sagen. Analog, digital – aus meiner Sicht gibt es nur schlaue, aufgeschlossene Händler:innen – oder solche, die vor lauter Risiken die eigenen Chancen nicht sehen. Der Handel lebt von neuen Marken und innovativen Produkten,

vor allem, wenn über sie viel gesprochen wird. Social Media spielt dabei eine zentrale Rolle. Social First Brands bringen Menschen in den Handel. Gleichzeitig sorgt eine Präsenz im Handel für mehr Markenbekanntheit, was wir sehr schön bei KoRo sehen. Das führt zu mehr Wahrnehmung und Traffic

über Social Media und zu mehr Verkäufen in Webshops – vor allem bei Produkten einer Marke, die nicht im stationären Handel gelistet sind. Wenn ich ein Produkt aus Social Media kenne und es im Handel sehe, kann ich es anfassen, haptisch erleben und kaufe es im Idealfall. Wenn mir die Marke gefällt, dann schaue ich online, was es noch im Sortiment gibt und kaufe weitere Produkte. Das ist eine Win-Win-Situation für alle Beteiligten. Es steigert die Markenbekanntheit und das Markenvertrauen – und fördert somit den Absatz über alle Kanäle. Eine Social First Brand ist eine Marke, die von Anfang an wertvolles Wissen über Kundeninteressen und -wünsche, Kaufabsichten und Preisvorstellungen produziert.

SIE HABEN MIT DER BRAND CHAIN EINE ART INKUBATOR FÜR „EMERGING BRANDS“. WARUM SOLLTEN SICH SELLER UND PRODUKTENTWICKLER:INNEN UNTER DAS DACH DER SOCIAL CHAIN AG BEGEBEN.

DÜMME: Weil sie sich von Anfang an auf die Entwicklung ihres Produktes, den Aufbau ihrer Kundenbeziehungen und den Markt konzentrieren können. Produktion, Sourcing, Logistik, Finanzen, Recht und Marketing – das kann einem Seller viel Zeit und Kapital rauben. Wenn sich eine Marke gut entwickelt, können wir die ganze Bandbreite unseres Omnichannel-Vertriebssystems nutzen. Wir haben in der Produktentwicklung und im Markenaufbau jahrzehntelange Erfahrung, führen eine stabile Organisation und verfügen über große Ressourcen. Somit ist Social Commerce im besten Fall maximal skalierbar, auch wenn dahinter ein komplexes System steht, das wir umfassend bespielen. Als Social Commerce-Unternehmen muss man die Anforderungen der kompletten Produktions- und Lieferketten beherrschen, da es nicht reicht, nur einen Trend zu erkennen und eine gute Idee zu haben. Man muss schnell einschätzen können, wie, wo und zu welchem Preis man Produkte herstellt oder einkauft und wie man die Logistik effizient aufstellt, damit das Produkt schnell bei den Kunden ist. Diese Kompetenz findet ein Seller bei uns und kann sich auf seine Stärken konzentrieren, was im besten Fall eine kreative, innovative Brand mit viel Absatzpotenzial ist.

„Social Commerce ist ein Ansatz, um Produkte zu schaffen, die Menschen wirklich wollen und die ihr Leben besser machen.“

Triple A: Drei Antworten von Christian Senitz, CFO

SOCIAL COMMERCE IST SCHNELL WACHSENDER, ABER NOCH SEHR JUNGER MARKT. GLEICHZEITIG GERIETEN VIELE E-COMMERCE-WERTE WELTWEIT ENDE 2021 UNTER DRUCK. WAS BEDEUTET DAS FÜR IHRE KOMMUNIKATION MIT DEM KAPITALMARKT?

SENITZ: Social Commerce wächst wirklich rasant. Eine aktuelle Accenture Studie prognostiziert jährliche Wachstumsraten von 25 Prozent und eine Verdreifachung des globalen Umsatzes auf über 1,2 Billionen US-Dollar in 2025. Social Commerce wird stärker wachsen als E-Commerce. Auf der anderen Seite ist Social Commerce natürlich ein junges Geschäftsmodell, das in seinen Ausprägungen und Differenzierungen von vielen Anleger:innen sehr unterschiedlich wahrgenommen wird. Ist das jetzt vor allem E-Commerce? Social-Media-Marketing? Oder doch Konsumgüterproduktion? Man versucht natürlich, Firmen immer möglichst einem speziellen Sektor zuzuordnen. Das ist bei Social Commerce aufgrund der tiefen Integration der Prozesse entlang der gesamten Produkt- und Lieferkette aber schwierig. Hinzu kommt: Die Social Chain AG entwickelte sich ganz ursprünglich aus einer Social-Media-Agentur, die DS Gruppe war vor allem als B2B-Partner des Handels bekannt. Gemeinsame Stärken in der Entwicklung von Produkten und Marken, die auch direkt an den Endkunden vertrieben werden, wurde dadurch zunächst etwas überlagert. Unsere neue Positionierung, die wir nach der Akquisition der DS Gruppe geschärft haben, wird von Analysten inzwischen verstanden und positiv wahrgenommen: Die Social Chain AG ist ein Markenhaus der Zukunft, das bei Entwicklung von Marken, Vertrieb von Produkten vor allem auf Social Media setzt. Es geht also um viel mehr als „nur“ Marketing und Handel, sondern um den Aufbau von „Social-First-Brands“. Diese gemeinsamen Stärken haben auch zu der Schärfung der Berichtseinheiten geführt: Core Brands, Brand Chain, Social Media und Retail mit klar definierten Leistungsindikatoren, nach denen wir diese Bereiche strategisch steuern.

ERKLÄRT DAS DEN FOLGENDEN SATZ, DEN SIE DER VORLAGE DER VORLÄUFIGEN ZAHLEN FORMULIERT HABEN? „DAMIT WECHSELN WIR DEN UNTERNEHMERISCHEN MODUS VON GROWTH AUF NACHHALTIGE PROFITABILITÄT.“

SENITZ: Zumindest zum Teil. Der Aufbau von Marken hat ein immenses Nachhaltigkeitspotenzial, man schafft damit ja auch Werte über die Summe der einzelnen Verkäufe hinaus. Markenaufbau ist aber per se nicht immer sofort profitabel, setzt oft lange Investitionsphasen voraus. Auch nachdem wir mit der Integration der DS Gruppe unseren Umsatz fast verdoppelt haben, wollen wir natürlich weiter wachsen. Aber immer mit Blick auf das Ergebnis. Das mag vielleicht klingen wie ein Finanzvorstand, der auf die Bremse tritt, und bei vielen Wachstumswerten ist so eine Aussage sicher auch reine Vision. Anders bei uns: Wir haben in wenigen Monaten durch die Kombination der Stärken beider Firmengruppen die Basis für eine Plattform gelegt, über die Produkte und Marken höchst effizient, agil und umfassend vermarktet und vertrieben werden. Das wird als wichtiger Teil unserer Equity Story, als echte Skalierungschance wahrgenommen – und hebt uns auch von der weiteren Peer Group ab, die zum Teil nur auf E-Commerce, FBA-Aggregation, Social-Media-Marketing oder Plattformgeschäft setzt. Wir integrieren diese Disziplinen zu einer modernen Form von Social Commerce. Zudem stärkt es uns für die Herausforderungen des globalen Marktes, die wir nicht allein meistern können und damit agil handlungsfähig sein müssen.

NEU IST AUCH IHRE ROLLE AM KAPITALMARKT. WIE BEWERTEN SIE IN DIESER HINSICHT DAS VERGANGENE JAHR?

SENITZ: Ein wilder Ritt. Aber wir haben alle Hindernisse genommen. Die Umstellung auf IFRS, die bisher größte und richtungsweisende Akquisition in der Unternehmensgeschichte, das Uplisting in den Prime Standard der Frankfurter Börse und eine Kapitalerhöhung von 53 Millionen Euro; und begonnen hat das Jahr mit der Platzierung unseres Conver-



Christian Senitz
Chief Financial Officer

tibles im April 2021, das ist eine immense Leistung, für die andere Unternehmen eher Jahre als in Monate veranschlagen. Das war nur dank gemeinsamer Anstrengung und guter Partner:innen, die unseren Weg begleiten, möglich. Natürlich ruckelt es da manchmal. Aber wir sind jetzt strategisch und organisatorisch deutlich besser aufgestellt als ein Jahr zuvor und wir werden auch weiterhin mit Freude unser Modell und unsere Strategie erklären und mit bestehenden und zukünftigen Investoren:innen und Anlegern:innen diskutieren. Dazu trägt auch unsere neue Unternehmensstruktur bei, die unsere Assets klarer zum Vorschein bringt. Insbesondere die Einbindung unserer Core Brands in eigenständigen Firmen macht es leichter, die vielfältigen Werte unter dem Dach der Social Chain AG schneller zu erfassen. Das hat sich zuletzt eindrucksvoll bei KoRo gezeigt, eine Marke, deren Wert sich seit unserem Einstieg vervielfacht hat. Zu erfolgreichem „Buy & Build“ gehört eben manchmal auch das „Sell“.

An unsere Aktionär:innen

Bericht des Aufsichtsrates	28
Mitglieder des Aufsichtsrates	33
Mitglieder des Vorstands	34
Nachhaltigkeitsbericht	35
Social Chain Aktie	55

Inhaltsverzeichnis
Die Social Chain Story
An unsere Aktionär:innen
Konzernlagebericht
Konzernabschluss

Bericht des Aufsichtsrates der The Social Chain AG für das Geschäftsjahr 2021

vom 27. April 2022 nach §§ 171 Abs. 2, 176 Abs. 1 Satz 2 AktG

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

2021 war ein ereignisreiches, intensives und erfolgreiches Jahr für die Social Chain AG, sowohl operativ, organisatorisch als auch strategisch. Unternehmerischer Höhepunkt war die wichtigste Übernahme in der Firmengeschichte: Die Akquisition der DS Gruppe bringt die Social Chain AG in eine neue Größenordnung mit Blick auf Umsatz und Ergebnischancen – und optimiert die Ausgangsposition für eine erfolgreiche Entwicklung im Wachstumsmarkt Social Commerce. Das Uplisting in den Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse markiert das Highlight mit Blick auf die langfristige Wahrnehmung am Kapitalmarkt. Beides sind Herausforderungen, bei deren Bewältigung andere Unternehmen eher in Jahren als in Monaten denken. Umso erfreulicher ist es, dass das Team der Social Chain trotz dieser außergewöhnlichen Anstrengungen auch im operativen Geschäft die gesteckten Ziele weitgehend erreicht hat. Und das in einem Wirtschaftsjahr, dass durch die Corona-Epidemie und globale Probleme bei den Lieferketten gekennzeichnet war.

Vorstand, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Social Chain AG haben hervorragend gearbeitet. Mein Dank dafür richtet sich auch ausdrücklich an die DS Gruppe, die gesellschaftsrechtlich seit Dezember 2021 Teil der Social Chain AG ist. In kurzer Zeit hat sich gezeigt, dass die Kombination der beiden Unternehmen mehr ist als die Summe der Einzelteile. Professionalität, Motiva-

tion und unternehmerische Freude, mit der die Integration vorangetrieben wird, hat die bisherigen Erwartungen des Aufsichtsrates erfüllt. Wir sind überzeugt, dass diese Transaktion sich mittel- und langfristig als nachhaltig positive Entscheidung erweist – für Aktionäre:innen, Mitarbeiter:innen, Kunden:innen und Geschäftspartner:innen.

1. Zusammenarbeit zwischen Vorstand und Aufsichtsrat

Das Geschäftsjahr 2021 war auch für den Aufsichtsrat ein ebenso forderndes wie erfüllendes Jahr. Wir haben den Vorstand bei allen wichtigen Weichenstellungen intensiv beraten, begleitet und kontrolliert. Den gesetzlichen Pflichten, den Vorgaben der Satzung der Social Chain AG und der Geschäftsordnung des Aufsichtsrates sind wir umfassend nachgekommen und haben unsere Aufsichts- und Kontrolltätigkeit auch gemäß des Deutschen Corporate Governance Kodex wahrgenommen.

Der Aufsichtsrat stand in stetigem Austausch mit dem Vorstand über die operativen und strategischen Entwicklungen im Konzern. Der Vorstand hat uns als Aufsichtsgremium zeitnah, regelmäßig und umfassend über alle unternehmerisch relevanten Fragestellungen informiert. Im Vordergrund standen dabei Geschäfts-

verlauf, Planung, Liquiditäts- und Risikomanagement sowie Compliance Themen. Besonderen Raum hat im Jahr 2021 die strategische Entwicklung der Social Chain eingenommen. Sofern nach Gesetz, Satzung oder Geschäftsordnung unsere Zustimmung erforderlich war, haben wir als Aufsichtsgremium hierüber beraten und entsprechende Beschlüsse gefasst. Die Aufsichtsratssitzungen, die Corona bedingt teils virtuell abgehalten wurde, waren geprägt von einem offenen und vertrauensvollen Austausch mit dem Vorstand.

Wir wurden stets umfassend und frühzeitig informiert. Bei zustimmungspflichtigen Themen lagen uns Beschlussvorlagen des Vorstandes rechtzeitig vor, um sie eingehend prüfen und bewerten zu können.

Über die Aufsichtsratssitzungen hinaus hat uns der Vorstand monatlich über die relevanten operativen und finanziellen Kennzahlen informiert. Darüber hinaus wurden unterjährige Finanzinformationen (Quartalsberichte) und der Jahresfinanzbericht vorgelegt. Zusätzlich zur Regelberichterstattung wurde der Aufsichtsrat bei besonderen Entwicklungen unverzüglich informiert und bei Bedarf um Beschlussfassungen per Umlaufverfahren gebeten. In meiner Funktion als Aufsichtsratsvorsitzender stand ich zudem in einem fortlaufenden persönlichen Dialog mit allen Mitgliedern des Vorstandes. Insgesamt war der Aufsichtsrat hinsichtlich der

Situation des Social Chain Konzerns immer im Bilde und konnte seine Beratungs- und Kontrolltätigkeit damit in vollem Umfang wahrnehmen.

2. Änderungen in der Zusammensetzung des Aufsichtsrates im Berichtsjahr 2021

Im Geschäftsjahr 2021 gab es in der Zusammensetzung des Aufsichtsrates keine Veränderungen.

3. Beratungs- und Kontrolltätigkeit des Aufsichtsrates

Der Aufsichtsrat der Social Chain AG besteht laut Satzung aus drei Mitgliedern. Die gegenwärtigen Mitglieder des Aufsichtsrates sind Herr Dr. Georg Kofler (Vorsitzender), Herr Henning Giesecke (stellvertretender Vorsitzender) und Frau Henrike Luszick.

Im Berichtsjahr 2021 trat der Aufsichtsrat zu verschiedenen Präsenzsitzungen und telefonischen Sitzungen zusammen. Insgesamt gab es hierbei fünf ordentliche und acht außerordentliche Sitzungen.

29. Januar 2021: Schwerpunkt der ordentlichen Sitzung waren die Erörterung und Beschlussfassung über die vom Vorstand aufgestellte und dem Aufsichtsrat vorgelegte Geschäfts- und Liquiditätsplanung für das Geschäftsjahr 2021. Zudem wurden die strategischen Planungen für den Gesamtkonzern und die für das Geschäftsjahr anstehenden großen Projekte erörtert, insbesondere das Uplisting in den regulierten Markt der Frankfurter Wertpapierbörse.

10. Mai 2021: An der ordentlichen Sitzung nahm neben den Mitgliedern des Vorstandes auch der Abschlussprüfer der Deloitte Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

teil. Gemeinsam erörterten die Sitzungsteilnehmer:innen den Stand der Entwürfe des vom Vorstand aufzustellenden und vom Abschlussprüfer zu prüfenden Jahresabschlusses der Gesellschaft, des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts. Der Aufsichtsrat ließ sich hierbei über den Gang der Prüfung, die Schwerpunkte der Prüfung und den angedachten Zeitplan für den Abschluss der Prüfung umfangreich informieren. Außerdem ließ sich der Aufsichtsrat einen umfangreichen Überblick über die Geschäftsentwicklung einschließlich des Current Tradings sowie der Liquiditätssituation und der mittelfristigen Liquiditätsplanung durch den Vorstand geben. Letzter thematischer Schwerpunkt war die Erörterung des Stands des Projekts Uplisting, insbesondere hinsichtlich des angedachten Zeitplans, der zu beauftragenden externen Berater:innen und der Vorstellung und Freigabe des für das Projekt notwendigen Budgets.

16. Juni 2021: An der ordentlichen BilanzAufsichtsratessitzung nahmen – wie es gesetzlich vorgeschrieben ist – die die Abschlussprüfung verantwortlich leitenden Personen des Abschlussprüfers der Gesellschaft, der Deloitte Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, teil. Inhaltlicher Schwerpunkt der Bilanzaufsichtsratsitzung war die Durchsprache des Jahresabschlusses der Gesellschaft für das Geschäftsjahr 2020 sowie des geprüften Konzernabschlusses 2020 einschließlich Konzernlagebericht und Abhängigkeitsbericht über die Beziehung zu verbundenen Unternehmen. In diesem Rahmen wurde detailliert der vom Vorstand aufgestellte Konzernabschluss 2020 sowie der vom Vorstand aufgestellte Jahresabschluss der Gesellschaft 2020 besprochen. Hierbei hat sich der Aufsichtsrat vor allem die Schwerpunkte der Prüfung und die hierbei identifizierten wesentlichen Themen ausführlich erläutern lassen. Deloitte bestätigte, dass beide in der Sitzung vorliegenden Abschlussentwürfe final durch die

interne Qualitätskontrolle gingen und Deloitte beide Entwürfe im Anschluss mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen werde. Einschränkungen des Testats werde es keine geben. Im Rahmen der Sitzung wurde der vom Aufsichtsrat an die Aktionäre zu erstellende Bericht des Aufsichtsrates gemäß § 171 AktG besprochen. Weiter genehmigte der Aufsichtsrat nach eingehender Erörterung die Tagesordnung für die ordentliche Hauptversammlung der Gesellschaft nebst der enthaltenen Beschlussvorschläge und genehmigte insbesondere mit gesondertem Beschluss Corona-bedingt die Durchführung der Hauptversammlung im Wege einer präsenzlosen, virtuellen Hauptversammlung ohne physische Anwesenheit der Aktionäre.

Die formelle Feststellung des Jahresabschlusses der Gesellschaft für das Geschäftsjahr 2020 und die Billigung des Konzernabschlusses der Gesellschaft für das Geschäftsjahr einschließlich des Berichts des Vorstandes über die Beziehungen zu den verbundenen Unternehmen erfolgte nach formeller Erteilung des uneingeschränkten Bestätigungsvermerks durch den Abschlussprüfer im Umlaufverfahren durch die Mitglieder des Aufsichtsrates am 18. Juni 2021.

1. Oktober 2021: Inhaltliche Schwerpunkte der ordentlichen Sitzung waren die Geschäftsentwicklung des Konzerns einschließlich der Liquiditätsplanung sowie eine umfassende Erörterung der im Rahmen der Forecast-Budgetierung getroffenen Annahmen. Daneben ließ sich der Aufsichtsrat ausführlich zum Stand des Projekts Uplistings, insbesondere zum Status der Erstellung des Wertpapierprospekts und der Timeline für die beabsichtigte Zulassung der Aktien zum regulierten Markt unterrichten.

14. Oktober 2021: Im Zentrum der ordentlichen Sitzung stand die beabsichtigte Übernahme der DS Gruppe

durch die The Social Chain AG. Der Aufsichtsrat war bereits seit Abschluss eines Term Sheets über die beabsichtigte Transaktion in regelmäßig stattfindenden Update-Calls zum Gang der Transaktion fortlaufend unterrichtet worden. Der Stand der Transaktion hatte jedoch zu diesem Zeitpunkt einen Punkt erreicht, an dem sich wesentliche Vertragsdokumente in einem weitgehenden Verhandlungsstand befanden. Daher präsentierte der Vorstand die kommerziellen Gründe für die beabsichtigte Transaktion und stellte hierbei neben den finanziellen Kennzahlen insbesondere die beabsichtigten Synergieeffekte für den Gesamtkonzern nach Vollzug der Transaktion dar. Anschließend erörterte der Aufsichtsrat sowohl die wirtschaftlichen Parameter der Transaktion als auch die mit der Transaktion verbundenen strategischen Planungen des Vorstands. Hierbei wurden insbesondere die Annahmen des Vorstands diskutiert und die sich aus den Due Diligence Berichten ergebenden Risiken insgesamt gewürdigt. Inhaltlicher Schwerpunkt der Diskussion waren die vom Vorstand der Gesellschaft angenommenen Synergieeffekte des nach Vollzug bestehenden Gesamtkonzerns, die einen wesentlichen Teil der Wertannahmen der DS Holding GmbH ausmachen und daher für die Preisfindung und Bewertung wesentlich waren. Der Aufsichtsrat ließ sich vom Vorstand insbesondere die projizierten Synergieeffekte auf Umsatz- und Kostenseite erklären. Weiter erörterte der Aufsichtsrat mit dem Vorstand die zur Finanzierung des Barkaufpreises notwendig werdende Fremdkapitalaufnahme sowie den eigenkapitalfinanzierten Anteil am Barkaufpreis.

Neben den vorgenannten Sitzungen kam der Aufsichtsrat zu weiteren außerordentlichen Sitzungen zusammen, wenn dies nach Gesetz, Satzung oder Geschäftsordnung notwendig oder zweckmäßig gewesen war. Dies betraf insbesondere die folgenden außerordentlichen Sitzungen:

Am 13. Januar 2021 bestellte der Aufsichtsrat in einer außerordentlichen Sitzung Herrn Christian Senitz zum neuen Finanzvorstand der Gesellschaft mit Wirkung zum 1. März 2021.

Am 16. März 2021 genehmigte der Aufsichtsrat den Beschluss des Vorstands zur Ausgabe der Wandelschuldverschreibung 2021/2024 im Gesamtnennbetrag von EUR 25 Mio.

Am 20. August 2021 genehmigte der Aufsichtsrat den Verkauf der von der Social Chain AG an der Synbiotic SE gehaltenen Aktien.

Am 19. Oktober 2021 genehmigte der Aufsichtsrat formell die Übernahme der DS Gruppe durch die Social Chain AG sowie der hiermit zusammenhängenden wesentlichen Transaktionsdokumente und Umsetzungsschritte.

Am 11. November 2021 genehmigte der Aufsichtsrat den Beschluss des Vorstandes betreffend (i) die Zulassung der sämtlichen Aktien der Gesellschaft in dem im Wertpapierprospekt beschriebenen Umfang zum Handel im regulierten Markt der Frankfurter Wertpapierbörse und zugleich zum Teilbereich des regulierten Markts mit zusätzlichen Zulassungsfolgepflichten (Prime Standard), (ii) dem Abschluss eines Listing Agreements mit der Joh. Berenberg, Gossler & Co. KG, Neuer Jungfernstieg 20, 20354 Hamburg, (iii) dem Abschluss einer marktüblichen Prospektversicherung mit einer Deckungssumme von EUR 25 Mio. sowie (iv) der Veröffentlichung einer entsprechenden Ad-hoc Mitteilung der Gesellschaft.

Weitere außerordentliche Sitzungen erfolgten am 23. November und 24. November 2021, in denen der Aufsichtsrat die Beschlüsse des Vorstandes zur

Durchführung einer Kapitalerhöhung unter Bezugsrechtsausschluss sowie die konkrete Preisfestsetzung genehmigte und die entsprechenden Satzungsänderung beschloss.

Am 3. Dezember 2021 beschloss der Aufsichtsrat in einer außerordentlichen Sitzung die Bestellung von Herrn Ralf Dümmel zum neuen Mitglied des Vorstands.

Die sämtlichen vorgenannten Sitzungen wurden in Protokollen ordnungsgemäß dokumentiert. An sämtlichen Sitzungen nahmen stets alle Mitglieder des Aufsichtsrates teil. Der Aufsichtsrat ist damit seiner Pflicht zur regelmäßigen Sitzungsdurchführung vollumfänglich nachgekommen.

4. Prüfung des Einzel- und Konzernabschlusses

Die Hauptversammlung der Social Chain AG hat am 21. Juli 2021 als Abschlussprüfer für das Geschäftsjahr 2021 die RSM GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Steuerberatungsgesellschaft mit Sitz in Düsseldorf gewählt. RSM wurde anschließend vom Aufsichtsrat beauftragt.

Der Aufsichtsrat hat RSM damit beauftragt, den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2021 zusammen mit dem Rechnungslegungsprozess, dem Lagebericht sowie dem Risikofrüherkennungssystem zu prüfen.

Die Prüfer:innen unter Leitung von Herrn Arno Kramer haben dem Auftrag entsprechend den vom Vorstand aufgestellten Konzernabschluss sowie Einzelabschluss der Gesellschaft vollumfänglich geprüft und sodann einen uneingeschränkten Bestätigungsvermerk erteilt. Sodann wurden die Unterlagen über den vom Vorstand aufgestellten Jahresabschluss 2021, den Konzern-

abschluss 2021 sowie den Konzernlagebericht einschließlich der nichtfinanziellen Berichterstattung allen Aufsichtsratsmitgliedern rechtzeitig zur Prüfung zur Verfügung gestellt. Die vorgenannten Unterlagen waren sodann am 27. April 2022 auf der Bilanzaufsichtsratssitzung Gegenstand eingehender Erörterungen. Der Vorstand nahm hierbei an allen Besprechungen der Abschlüsse teil und stand für die Beantwortung von Fragen sowie für weitergehende Informationen zur Verfügung. Zudem hat der Aufsichtsrat in der Bilanzaufsichtsratssitzung am 27. April 2022 mit dem Abschlussprüfer den Inhalt des Konzernabschlusses 2021 sowie den Einzelabschluss der Gesellschaft für das Geschäftsjahr 2021 umfassend besprochen und hierzu ausführlich Fragen gestellt.

Der Aufsichtsrat hat sodann den vom Vorstand aufgestellten und mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehenen Jahresabschluss 2021 seinerseits entsprechend den gesetzlichen Bestimmungen geprüft. Nach Abschluss seiner eigenen Prüfung hat der Aufsichtsrat den Jahresabschluss für das Geschäftsjahr 2021 in der vom Vorstand aufgestellten Fassung am 27. April 2022 gebilligt. Der Jahresabschluss 2021 war damit festgestellt.

Den ebenfalls von der Gesellschaft aufgestellten und mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehenen Konzernabschluss 2021 hat der Aufsichtsrat ebenfalls in der vorbeschriebenen Art und Weise geprüft und den Konzernabschluss 2021 einschließlich der gesonderten nichtfinanziellen Erklärung sodann in der vom Vorstand aufgestellten Fassung am 27. April 2022 gebilligt. Hinsichtlich des aufgestellten Konzernlageberichts kam der Aufsichtsrat nach eingehender Erörterung zu dem Ergebnis, dass die im Konzernlagebericht dargestellten Einschätzungen des Vorstands zur Lage der Gesellschaft

und des Konzerns den Einschätzungen des Aufsichtsrates entsprechen.

Der Aufsichtsrat hat sich von der Unabhängigkeit des Abschlussprüfers überzeugt und eine entsprechende Unabhängigkeitserklärung eingeholt. Insgesamt hat die Prüfung des Aufsichtsrats zu keinen Einwendungen gegen das Ergebnis der Prüfung durch den Abschlussprüfer geführt, was auch in einer Linie mit der Vorprüfung durch den Prüfungsausschuss steht.

5. Interessenkonflikte im Aufsichtsrat

Potentielle Interessenkonflikte im Aufsichtsrat werden nach Maßgabe der gesetzlichen Regelungen stets transparent offengelegt und im Rahmen der Beschlussfassung des Aufsichtsrates durch geeignete Maßnahmen – insbesondere Stimmenthaltungen – behandelt.

6. Aufsichtsratsausschüsse

Im Berichtsjahr 2021 bestanden keine Aufsichtsratsausschüsse. Mit Wirkung zum 1. Januar 2022 hat der Aufsichtsrat den gesetzlich vorgeschriebenen Prüfungsausschuss eingerichtet, der erstmals im Februar 2022 zu einer ersten Sitzung zusammengekommen ist.

7. Veränderungen in der Besetzung des Vorstandes

Der Aufsichtsrat der Social Chain hat im Geschäftsjahr 2021 in zwei Schritten den Vorstand der Social Chain AG auf ein dreiköpfiges Team erweitert. Dies geschah vor dem Hintergrund des raschen Wachstums und der neuen Größe der Social Chain AG durch die Integration der DS Gruppe.

Am 13. Januar hat der Aufsichtsrat Christian Senitz mit Wirkung zum 1. März 2021 zum Finanzvorstand bestellt. Herr Senitz verfügt über breite Erfahrung als Finanzfachmann in diversen Unternehmen, im Bereich Venture Capital und in der Kapitalmarktkommunikation. Unter anderem hat er den Börsengang und das Uplisting von Rocket Internet in den Prime Standard der Börse Frankfurt begleitet. Seine Karriere startete Senitz bei EY (vormals Arthur Andersen), zunächst als Prüfer, dann auch im Transaction Service. Dabei begleitete er zahlreiche internationale M&A-Projekte. Herr Senitz ist Diplom-Wirtschaftsjurist (FH), Wirtschaftsprüfer und Steuerberater. Im Geschäftsjahr 2021 hat Herr Senitz die Investorenkommunikation und das Controlling gestärkt, die Rechnungslegung auf IFRS umgestellt und entscheidend zum erfolgreichen Uplisting der Social Chain AG an der Frankfurter Wertpapierbörse beigetragen. Zudem hat Herr Senitz die CSR Themen auf seine Agenda genommen.

Eine signifikante Verstärkung ist auch die Berufung von Ralf Dümmel als Produktvorstand der Social Chain AG im Dezember 2021. Herr Dümmel war seit 1996 geschäftsführender Gesellschafter der DS Gruppe. Unter seiner Leitung entwickelte sich das Unternehmen zu einem außergewöhnlich erfolgreichen deutschen Handels- und Markenhaus mit mehr als 4.000 Produkten und 700 Marken, eingetragenen Designs, Patenten und Gebrauchsmustern. Seit 2016 ist Herr Dümmel Investor in der VOX Gründershow „Die Höhle der Löwen“. Herr Dümmel ist ein erfahrener Unternehmer mit großem Gespür für Trends, Produkte und Marketing. Seine Leidenschaft und seine Offenheit für neue Wege inspirieren das gesamte Team der Social Chain AG. Er wird dazu beitragen, die Wahrnehmung des Unternehmens als innovatives und agiles Produkt- und Markenhaus zu stärken. Auch intern wird er

im Post-Merger-Integrationsprozess durch sein verbindliches Auftreten eine wesentliche Rolle spielen.

8. Dank und Ausblick

Im Namen des gesamten Aufsichtsrates danke ich dem Vorstand der Social Chain AG für die hervorragende Arbeit. Er hat die operativen Herausforderungen des Geschäftsjahres 2021 gemeistert und wesentliche strategischen Weichenstellungen für die Zukunft des Unternehmens vorgenommen.

Besonders hervorzuheben ist das große Engagement der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sie haben entscheidend dazu beigetragen, das laufende Geschäft in dieser besonders dynamischen Entwicklungsphase des Unternehmens stabil und erfolgreich zu entwickeln. Auch der Start der Post-Merger-Integration ist vielversprechend. Es zeigt sich, dass die Idee des „Perfect Fit“ von Social Chain und DS Gruppe in der Realität und im Miteinander besser funktioniert als erhofft.

Der Aufsichtsrat ist überzeugt, dass insbesondere die Weichenstellungen des Geschäftsjahres 2021 dazu beitragen werden, Substanz, Chancen und Stabilität des Geschäftsmodells zu demonstrieren – und auch neue Anleger:innen davon zu überzeugen. Die aktuellen Einschätzungen der Analyst:innen können hier zuversichtlich stimmen. Das Ziel der Social Chain AG ist es, am globalen Wachstum im Bereich des Social Commerce zu partizipieren und die künftige Entwicklung des Unternehmens gleichzeitig profitabel zu gestalten.

Wir freuen uns, wenn Sie uns auf diesem Weg begleiten.

Ihr
Dr. Georg Kofler,
Aufsichtsratsvorsitzender

Berlin, im April 2022



Mitglieder des Aufsichtsrates



Dr. Georg Kofler
CHAIRMAN

Dr. Georg Kofler begann seine Karriere in der Medienindustrie 1985 beim Österreichischen Rundfunk (ORF) und wechselte zwei Jahre später zur Kirchgruppe nach München. 1989 startete Kofler den Fernsehsender ProSieben, den er zur ProSieben Media AG ausbaute und 1997 als CEO an die Frankfurter Börse brachte. Parallel dazu führte Kofler mit dem Sender H.O.T. (Home Order Television), heute HSE24, erstmals Teleshopping in den deutschen Markt ein. Von 2000 bis 2002 war er CEO und wesentlicher Aktionär der H.O.T. Networks AG, die Teleshopping europaweit entwickelte. 2002 übernahm Kofler die Geschäftsführung des Pay-TV-Unternehmens Premiere, das kurz vor der Insolvenz stand. Kofler sanierte Premiere, erwarb selbst 20 Prozent des Unternehmens und führte Premiere 2005 erfolgreich an die Börse. 2007 stieg er aus der Fernsehbranche aus und investierte über seine Beteiligungsholding in diverse Unternehmen, unter anderem im Bereich der Energieeffizienz. Die neuen Entwicklungen der Sozialen Medien brachten Kofler 2016 wieder ins Mediengeschäft zurück: Er wurde Hauptaktionär und Chairman der Social Chain AG, die Ende Oktober 2019 durch eine Einbringung der The Social Chain Group AG in die Lumaland AG entstand. Seit 2017 ist Kofler Juror und Investor in der populären Fernsehshow „Die Höhle der Löwen“.



Henrike Luszick
STELLVERTRETENDE VORSITZENDE DES
PRÜFUNGSAUSSCHUSSES

Henrike Luszick ist Gründerin und CEO des führenden unabhängigen Venture-Builders Bridgemaker. Mit Bridgemaker bringt sie seit 2016 Mut, Innovation und Unternehmertum zurück in die Wirtschaft und arbeitet gleichzeitig mit Unternehmen, Hidden Champions und Familienunternehmen zusammen. Luszick verfügt über eine breite Erfahrung bei innovativen Geschäftsmodellen, der Digitalisierung und der Führung agiler Mitarbeiter. Sie war mehrere Monate im Ausland tätig, u.a. in China, England und Norwegen, und konnte dadurch ihr internationales Know-how weiter vertiefen. Bevor sie Bridgemaker startete, gründete Luszick unmittelbar nach ihrem Universitätsabschluss ihr erstes Start-up, arbeitete mehrere Jahre als Unternehmensberaterin und investierte in verschiedene Start-ups und Unternehmen für viele verschiedene Institutionen und Familienunternehmen.



Henning Giesecke
VICE CHAIRMAN

Henning Giesecke verfügt über fast 30 Jahre Erfahrung im Bankwesen und in der Sanierung von Unternehmen, die meiste Zeit davon in leitenden Positionen. Bis 2009 war er für die UniCredit-Gruppe als Chief Risk Officer der UniCredit S.p.A. und für die HypoVereinsbank AG tätig. Während seiner beruflichen Laufbahn hat er sich ein umfangreiches nationales und internationales Netzwerk aufgebaut und ist darüber hinaus Mitglied in Aufsichtsräten verschiedener renommierter Unternehmen und internationaler Finanzinstitutionen.

Mitglieder des Vorstands



Wanja S. Oberhof
CEO

Wanja S. Oberhof ist seit über 15 Jahren als Unternehmer und Investor tätig. Mit der WAOW Group konzentriert sich Oberhof seit 2011 weltweit auf die Zusammenarbeit mit talentierten Gründern und Investoren, um innovative Ideen in zukunftsorientierte Geschäftsmodelle umzusetzen. Dazu gehören die Uptech AG, die sich auf Blockchain-Technologien konzentriert, und der Unternehmensgründer BridgeMaker GmbH. Als CEO der Lumaland AG – eine Position, die er im Frühjahr 2018 übernimmt – setzt Oberhof seine unternehmerischen Fähigkeiten ein und schafft es, eine schnell wachsende Buy-Build-Erfolgsgeschichte zu schreiben. Im Fokus stehen starke Eigenmarken und Profitabilität im E-Commerce-Bereich. Nach der Fusion der Social Chain Group AG mit der Lumaland AG wird Oberhof im Oktober 2019 CEO der neu gegründeten The Social Chain AG.



Christian Senitz
CFO

Christian Senitz begann seine Finanzkarriere zunächst in China in 2001. Er kam nach Berlin und wurde Steuerberater und später Wirtschaftsprüfer bei Ernst & Young, wo er sowohl als Wirtschaftsprüfer als auch bei Transaktionsprojekten in Europa und in 2006/07 auch in New York Erfahrungen sammelte. In 2010 wechselte er nach Luxemburg, um eine mehr operative Rolle innerhalb des Senior Managements eines Immobilienfonds zu übernehmen. Zwischen 2012 und 2019 war Christian International CFO und später SVP International Finance bei Rocket Internet und war aktiv am IPO von Rocket und später am Uplisting an der Frankfurter Börse beteiligt. Während dieser Zeit baute er auch die Venture Capital- und Venture Debt-Strukturen innerhalb von Rocket auf. Vor seinem Start bei der Social Chain AG sammelte Christian Senitz operative Erfahrungen als Geschäftsführer und CFO von EyeEm, einem technologiebasierten B2B-Marktplatz für Stockfotos. Seit dem 1. März 2021 ist er Finanzvorstand bei der Social Chain AG.



Ralf Dümmel
CPO

Seine Karriere bei der DS Gruppe begann vor über dreißig Jahren, 1988, als Verkaufsassistent des Geschäftsführers und Gründers Dieter Schwarz. Bereits ein Jahr später übernahm der gelernte Einzelhandelskaufmann die komplette Verantwortung für den Ein- und Verkauf. Er baute die DS Gruppe maßgeblich mit auf und ist seit dem Jahr 1996 Geschäftsführer. Unter seiner Leitung entwickelte sich das Unternehmen mit dem Hauptsitz in Stapelfeld bei Hamburg und dem Logistikzentrum in Gallin in Mecklenburg-Vorpommern zu einem der erfolgreichsten deutschen Handelshäuser. Seit 2016 ist Ralf Dümmel Investor in der VOX Gründer-Show „Die Höhle der Löwen“ und mit jeder Sendung steigen seine Bekanntheit und Beliebtheit beim Publikum. Ralf Dümmel ist seit Dezember 2021 Chief Product Officer der Social Chain AG.



Nachhaltigkeitsbericht 2021

Vorwort unseres CFOs: Christian Senitz

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,

bis vor wenigen Jahren bedeutete Nachhaltigkeit für einen Finanzchef vor allem verlässliche Umsatzentwicklung, Profitabilität und Risiko-Minimierung. Das hat sich nicht geändert. Aber zum Glück bedeutet Nachhaltigkeit heute noch viel mehr: die ökologische und gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen. So sehr ich das deutsche Wort Nachhaltigkeit auch schätze, im allgemeinen Sprachgebrauch verkürzt es die Dimension der Idee von „Corporate Social Responsibility“. Das ist schade, denn die gesellschaftliche Relevanz und Verantwortlichkeit von Unternehmen bleibt dabei manchmal auf der Strecke.

Dabei gilt doch: „All business is social“. Das war schon immer so, lange vor Social Media und Social Commerce. Unternehmen erwirtschaften die Basis für soziale Absicherung, Sicherheit, Bildung und vieles mehr. Und ihre Produkte und Dienstleistungen stammen von Menschen für Menschen. Social Media und Social Commerce rückt das auch begrifflich wieder in den Vordergrund, auch wenn die umfassende Relevanz von „Social“ oft unterschätzt wird. „Social“ steht für die „Re-Sozialisierung“ von Medien und Handel, die es sich in einer Sender-zu-Empfänger-Situation und einer Produzent-zu-Konsument-Welt ganz bequem eingerichtet hatten.

Dieses Weltbild ändert sich radikal. Social Media und Social Commerce verschieben die Gewichte im gesellschaftlichen Gespräch und im Handel. Sie schaffen mehr Transparenz und Wettbewerb, neue Wege des Austausches und neue Wege im Vertrieb. Nicht zu-

letzt deswegen ist „Social“ ein wichtiger Bestandteil unserer Firmierung – und unserer unternehmerischen Überzeugung und gesellschaftlichen Haltung.

In dieser Welt des Wandels ist der wichtigste Beitrag der Social Chain AG zur Nachhaltigkeit unsere strategische Vision: Entwicklung, Vermarktung und Vertrieb von Produkten mit der Macht und Intelligenz von Social Media. Das vermeidet Überproduktion, unnötige Transporte, Rücksendungen. Das schafft ein gutes Preis-Leistungsverhältnis und ist die Basis für faire Konditionen in der ganzen Produktions- und Lieferkette.

Alles, was unsere Mitarbeiter:innen tun, orientiert sich an dieser Maxime. In vielen Fällen gehen Nachhaltigkeit und Profitabilität dabei Hand in Hand, durch effizientere Prozesse und wenige benötigte Ressourcen. Als Unternehmen mit einem klaren Fokus auf den Konsum-Sektor sind wir uns dabei unserer besonderen Verantwortung bewusst, mehr denn je. Nachhaltigkeit wird eine zentrale Führungsaufgabe. Nachhaltigkeit wird in vielen Fällen auch messbar. So werden wir beispielsweise bis 2027 unsere direkten Prozesse klimaneutral gestalten. Nachhaltigkeit wird auch zu einer zentralen Maxime in unserem Ökosystem aus Kund:innen, Mitarbeiter:innen, Lieferant:innen und anderen Geschäftspartner:innen. Den Umgang mit Ressourcen, der Umwelt und untereinander haben wir erstmal in einem „Code of Conduct, Business“ und „Code of Ethics“ verbrieft. Beide Dokumente finden Sie auf unserer Website.

Auch dieser erste Nachhaltigkeitsbericht der Social Chain AG trägt mit dazu bei, unser Bestreben nach mehr Nachhaltigkeit zu institutionalisieren. Für das Geschäftsjahr 2022 werden wir die Berichterstattung erheblich ausweiten. Die Arbeiten dafür haben bereits begonnen. Und so verzahnen sich CSR-Reporting mit der CSR-Strategie und täglicher Arbeit. Vergessen Sie nicht: Hinter dem Reporting steht ein engagiertes CSR-Team aus Mitarbeiter:innen, die mit ihrer Arbeit dazu beitragen, dass das, was hier beschrieben wird, auch Tag für Tag mehr und mehr gelebt wird.

Und wenn Sie nach diesen Zeilen das „Social“ in unserem Firmennamen mit etwas anderen Augen sehen, würde ich mich sehr freuen. Bleiben Sie verantwortlich.



Ihr Christian Senitz
CFO

„
*Alles, was wir für uns selbst tun,
tun wir auch für andere, und
alles, was wir für andere tun,
tun wir auch für uns selbst.*

- THÍCH NHẬT HẠNH

Über unseren Nachhaltigkeitsbericht

In dem vorliegenden Nachhaltigkeitskapitel wird die Nachhaltigkeitsstrategie der The Social Chain AG sowie die relevanten Leistungskennzahlen und die daraus resultierenden Maßnahmen offengelegt.

In Kombination mit den weiteren Inhalten des Geschäftsberichts 2021 bietet dieses eine umfassende Darstellung der Unternehmensleistung der Social Chain AG auf Basis finanzieller und nichtfinanzieller Informationen. Der Social Chain AG Konzern (kurz: „Social Chain AG“ oder „TSC Konzern“) ist gemäß dem Gesetz zur „Stärkung der nichtfinanziellen Berichterstattung der Unternehmen in ihren Lage- und Konzernlageberichten (CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz)“

zur Aufstellung einer nichtfinanziellen Erklärung verpflichtet. Zudem werden die Nachhaltigkeitsziele für die Zukunft des TSC Konzerns festgelegt. Der Nachhaltigkeitsbericht enthält die zusammengefassten nichtfinanziellen ESG-Kriterien des Geschäftsberichts des Konzerns und ihrer konsolidierten Tochtergesellschaften gemäß § 289b Abs. 1 und 3 sowie § 315b Abs. 1 und 3 HGB für das Geschäftsjahr 2021.

Inhalte des nichtfinanziellen Berichtes

Hinsichtlich der erforderlichen Erläuterungen zum Geschäftsmodell gemäß § 289c Abs. 1 HGB verweisen wir auf das Kapitel „1.2 Geschäftsmodell“ im Lagebericht der The Social Chain AG.

Berichtsrahmen

Dieser Nachhaltigkeitsbericht orientiert sich an dem Berichtsstandard der Global Reporting Initiative (GRI) und dem Standard des WBCD/WRI Greenhouse Gas Protocols.

Wesentlichkeitsanalyse

Die berichteten Themen sind das Resultat der aktuellen Wesentlichkeitsanalyse. In dem Geschäftsjahr 2022 werden darüber hinaus weitere Kennzahlen relevant und messbar werden. Daher werden diese Kennzahlen in den zukünftigen Nachhaltigkeitsberichten weiter ausgeführt.

Aspekte und Angaben gemäß § 289c HGB	Berichtete Themen	Berichterstattung im Nachhaltigkeitskapitel
Umweltbelange	Klima, Emissionen, Energie und Verpackungen	Unser Planet
Mitarbeitendenbelange	Mitarbeiter:innenentwicklung und -bindung, Führungskräfteentwicklung, Talent Acquisition, Diversität und Chancengleichheit	Unsere Mitarbeitenden
Sozialbelange	Gesellschaftliche Verantwortung, Datenschutz und Sorgfaltspflicht	Unsere Community
Achtung der Menschenrechte	Anti-Diskriminierung	Unsere Community
Bekämpfung von Korruption und Bestechung	Anti-Korruption	Unsere Community
Sonstige Aspekte	Kartellrecht und Unterstützung von Communities	Unsere Community

In Bezug auf unserer durchgeführte Wesentlichkeitsanalyse zur Bestimmung der wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen für das Jahr 2021, haben wir diese sowohl auf Basis der gesetzlichen Anforderungen als auch mit Orientierung an dem Wesentlichkeitsbegriff nach GRI validiert. In Bezug auf die Identifizierung möglicher Themen und der Entwicklung eines Themenkatalogs dienten uns interne Datenanalysen, Interviews und Workshops sowie Kunden- und Serviceumfragen als wichtige und fundierte Tools, um die Fokusthemen für unsere Strategie festzulegen. Ebenfalls basiert unsere Strategie auf Zufriedenheitsumfragen unserer Mitarbeitenden, unserer Kundschaft und Interviews mit Investor:innen.

Wir suchen stets nach Möglichkeiten, die Transparenz gegenüber und den Dialog mit unseren Stakeholdern zu optimieren. Aus diesem Grund haben wir in diesem Bericht die Ergebnisse unserer detaillierten Wesentlichkeitsanalyse von Nachhaltigkeitsthemen für die Social Chain AG dargelegt.

Die durchgeführte Wesentlichkeitsanalyse hinsichtlich unseren Nachhaltigkeitsthemen spiegelt nicht nur eine adäquate Sicht auf die von unseren Stakeholdern gewünschten Informationen in diesem Bericht wider. Sie unterstützt uns auch, unsere Vision von Nachhaltigkeit für die kommenden Monate und Jahre zu gestalten.

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie

Der TSC Konzern definiert nachhaltiges unternehmerisches Handeln als einen integrierten Ansatz, um sowohl seine ökonomische als auch ökologische und soziale Leistung zu steigern. Wir sind uns unserer unternehmerischen und gesellschaftlichen Verantwortung bewusst und betrachten sie als ganzheitliche Herausforderung. Erfolg bedeutet für den TSC Konzern nicht nur die wirtschaftlichen Ergebnisse langfristig zu steigern. Es heißt für uns auch, die Nachhaltigkeitsstra-

tegie des Konzerns weiterzuentwickeln und an neue Herausforderungen anzupassen, die nichtfinanziellen Kennzahlen zu verbessern sowie die teilweise gegenläufigen Interessen unserer Zielgruppen in Einklang zu bringen, insbesondere jene von Mitarbeiter:innen, den Nutzer:innen unserer Angebote und Plattformen, unserer Kundschaft, Aktionär:innen und Investor:innen sowie Geschäftspartner:innen.

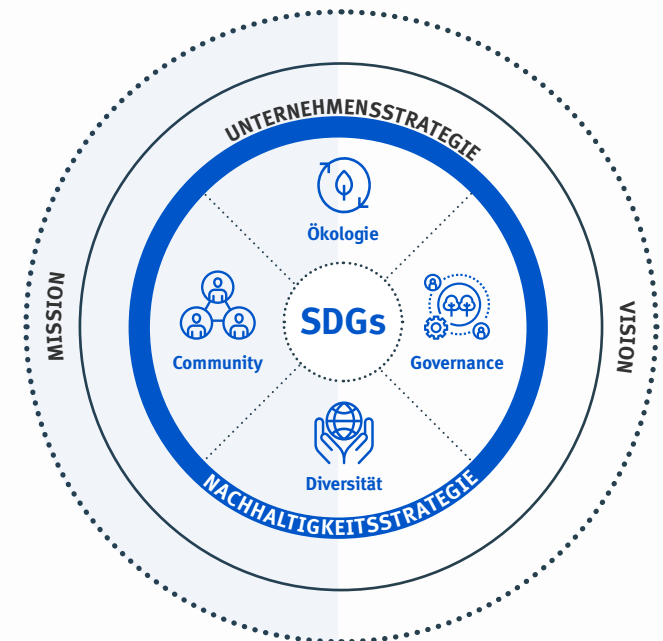
Im Jahr 2021 hat der TSC Konzern eine konzernweit gültige Nachhaltigkeitsstrategie entwickelt. Vorrangig bei der Zielsetzung des Strategieprozesses war es, die Nachhaltigkeitsaspekte stärker mit der Unternehmensstrategie von der Social Chain AG zu verknüpfen und die wirtschaftliche, ökologische und soziale Leistung des Konzerns ganzheitlich zu betrachten.

Basis unserer Nachhaltigkeitsstrategie sind die UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs). Sie definieren globale Prioritäten und Ziele für nachhaltige Entwicklung bis 2030 und zielen darauf ab, globale Anstrengungen zu mobilisieren, um einen gemeinsamen Katalog von Zielen und Vorgaben zu erreichen. Zu dieser Transformation will auch der TSC Konzern beitragen. Folgende fünf Ziele haben wir im Zuge der Strategieentwicklung für unsere unternehmerischen Aktivitäten und ihren Beitrag zu den SDGs als besonders relevant eingestuft und auch 2021 noch einmal überprüft: Geschlechtergleichheit (SDG 5), weniger Ungleichheiten (SDG 10), Maßnahmen zum Klimaschutz (SDG 13), Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen (SDG 16) sowie Partnerschaften zur Erreichung der Ziele (SDG 17). Daraus abgeleitet haben wir unser Nachhaltigkeitsmanagement in vier Handlungsfelder überführt, in denen wir unsere Aktivitäten thematisch bündeln und jeweils individuelle Leitsätze setzen: Klima & Umwelt, Diversität & Inklusion, Gesellschaft, sowie Governance & Compliance. Die daraus resultierenden Unternehmenswerte werden vertiefend in

unserem Code of Conduct, Business und unserem Code of Ethics erläutert. Die konkreten Ziele der Nachhaltigkeitsstrategie und deren Umsetzung im Jahr 2021 beschreiben wir in den folgenden Abschnitten zu den jeweiligen berichteten Themen.

Berichtsgrenzen und Datenerfassung

Der Bericht umfasst, wie der Lagebericht alle konsolidierte Unternehmen der TSC AG. Die DS Gruppe ist seitdem 9. Dezember 2021 Teil des Konzerns und damit auch Bestandteil der vorgelegten nicht finanziellen Berichterstattung. Aktuell werden die Nachhaltigkeitsstrategie sowie Richtlinien und Prozesse in Bezug auf die berichteten Themen im Gesamtunternehmen überprüft, vereinheitlicht und weiterentwickelt. In Teilen umfasst die Berichterstattung nur Kennzahlen der TSC AG ohne die DS Gruppe. Diese Kennzahlen sind im vorliegenden Bericht gekennzeichnet.



Angaben gemäß EU-Taxonomie-Verordnung

Nachhaltigkeit, insbesondere aus ökologischer Sicht, hat die politische Debatte der vergangenen Jahre entscheidend geprägt. Wesentliche Meilensteine waren die UN-Klimaschutzkonferenz und der Green Deal der EU-Kommission. Bis zum Jahr 2050 will die EU der erste klimaneutrale Wirtschaftsraum der Welt werden. Dafür sind erhebliche Investitionen nötig, die größtenteils vom privatwirtschaftlichen Sektor kommen werden. Um mehr Transparenz und Vergleichbarkeit für Anleger zu erzeugen, hat die EU den Aktionsplan für nachhaltiges Finanzwesen¹ beschlossen: Dieser umfasst eine Offenlegungsverordnung (EU 2019/2088) und die Taxonomie-Verordnung (EU 2020/855). Beide Regelwerke sind seit 1. Januar 2022 in Kraft. Gemeinsam definieren sie auch neue Standards in der Finanzberichterstattung für den Umgang mit Nachhaltigkeitsrisiken und negativen Nachhaltigkeitsauswirkungen, für die Bewertung sozialer und ökologischer Aspekte sowie für nachhaltige Investitionen. In der Taxonomieverordnung werden sechs Umweltziele festgelegt (mehr dazu unter https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/banking-and-finance/sustainable-finance/eu-taxonomy-sustainable-activities_de)

1. Klimaschutz
2. Anpassung an den Klimawandel
3. Nachhaltige Nutzung und Schutz der Wasser- und Meeresressourcen
4. Der Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft
5. Vermeidung und Verminderung der Umweltverschmutzung
6. Schutz und Wiederherstellung der biologischen Vielfalt und der Ökosysteme

Im ersten Jahr der Anwendung beschränkt sich die Klassifikation der potenziell nachhaltigen Tätigkeiten auf die ersten beiden Ziele. Wie in diesem Nachhaltigkeitsbericht beschrieben, hat die Social Chain AG viele Maßnahmen von unterschiedlicher Ausprägung und Umfang auf den Weg gebracht, um die Nachhaltigkeit im Konzern signifikant zu verbessern. Eine Analyse aller Konzerngesellschaften mit Blick auf die Ziele „Klimaschutz“ und „Klimawandel“ hat jedoch ergeben, dass unsere Geschäftstätigkeit nicht im Sinne der EU-Taxonomie klassifiziert wird. Anders als beispielsweise ein Stahlproduzent, Luftfahrtunternehmen oder Energieversorger, sind die Wirtschaftsaktivitäten unseres Konzerns nicht als relevante Emissionsquellen im Sinne des delegierten Rechtsaktes zur EU-Taxonomie erfasst. Der Rechtsakt legt technische Bewertungskriterien für ausgewählte Wirtschaftstätigkeiten fest, mit denen ein wesentlicher Beitrag zur Erfüllung der oben genannten Nachhaltigkeitszielen 1 und 2 geleistet wird.

Sowohl mit Blick auf den Gesamtumsatz als auch auf die Investitions- und Betriebsausgaben besteht keine Taxonomiefähigkeit im materiellen Umfang im Sinne der entsprechenden EU-Verordnung. Der Anteil der

nicht taxonomiefähigen Elemente an Gesamtumsatz, Investitions- und Betriebsausgaben liegt daher im Kontext der EU-Taxonomie bei 100 Prozent.

Wir haben zwischenzeitlich mit der Analyse der Umweltziele 3 bis 6 begonnen, die nach Vorgaben der EU allerdings erst 2023 Bestandteil der Berichterstattung werden. Im Schwerpunkt steht nach erster Sichtung dabei das Thema Kreislaufwirtschaft (Ziel 4). Eine Aussage mit Blick auf die Taxonomiefähigkeit von Geschäftsprozessen in diesen Bereichen wird Bestandteil der Berichterstattung über das laufende Geschäftsjahr 2022.

Unabhängig vom Klassifikationssystem der EU sind wir überzeugt, dass unser Geschäftsmodell mittelbar positive Effekte auslöst, die im Sinne der EU-Taxonomie aber nicht der Social Chain AG direkt zugerechnet werden können: Konsequente Entwicklung, Vermarktung und Vertrieb von Produkten mit der Macht und Intelligenz der Verbraucher:innen, ausgedrückt über Social Media, können Überproduktion, unnötige Transporte und Rücksendungen nachhaltig vermeiden.

Unser ESG Management Ansatz

Die Verantwortung für die nichtfinanziellen Aspekte, Indikatoren zur Nachhaltigkeitsleistung sowie ESG-Informationen (Environment, Social, Governance) des TSC Konzerns liegt auf Vorstandsebene. Im Rahmen der Nachhaltigkeitsorganisation verfolgen wir die Gründung eines ESG Committees, welches das zentrale und interdisziplinäre Gremium zur Steuerung, Überwachung und Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie verantworten soll. Dieses wird aus Führungskräften und Fachexpert:innen aus relevanten Zentralfunktionen und operativen Konzernbereichen gebildet.

Das Corporate Sustainability Office, welches direkt an den CFO berichtet, ist für die Implementierung des ESG Committees, die Koordinierung und Überwachung der gesetzten Ziele, und Kommunikation der Nachhaltigkeitsaktivitäten sowie den Stakeholderdialog zuständig.

Wir arbeiten ein Konzept zur konzernweiten Überwachung unserer ESG Verantwortungen aus, sodass wir eine konzernweit Transparenz schaffen und die DS Gruppe dabei ebenfalls integrieren.



Risikomanagement in Bezug auf ESG

Die Social Chain AG verfügt über eine Risikomanagement Abteilung, durch diese die wesentlichen Risiken ermittelt und bewertet werden. Hierbei werden zum einen die potenziellen Risiken und zum anderen die zu ergreifenden Maßnahmen festgelegt und kontinuierlich mithilfe von Szenario Analysen überwacht. Weitere Informationen sind in unserem Risiko und Chancenberichterstattung im Lagebericht zu entnehmen.

Risiken hinsichtlich Strategie und Konjunkturzyklus

Der TSC Konzern bewegt sich in einem auf Wettbewerb basierenden Umfeld, welches aus direkten als auch aus indirekten Wettbewerber:innen besteht. Dieses Risiko wird minimiert, indem fortlaufend Investitionen und Verbesserungen des Produktangebotes, die Optimierungen der Softwareentwicklungen und der Ausbau des Netzwerkes von Produktionsstandorten stattfindet. Durch die Vielzahl von eigenen Produkten, Dienstleistungen und dem internen Netzwerk besteht zudem eine höhere Unabhängigkeit von äußeren Einflüssen.

Hinsichtlich der umfangreichen Risiken erstellt die Social Chain AG kontinuierlich Szenarioanalysen, entwickelt Strategien weiter und ist in enger Abstimmung mit allen Stakeholdern, sodass eine konzernweite Transparenz besteht. Hinsichtlich der Auswirkungen in Bezug auf bestimmte wirtschaftliche Veränderungen und das damit einhergehende Verhalten von Kund:innen auf unser Geschäft, hat die Social Chain AG entsprechende Maßnahmen entwickelt.

Risiken hinsichtlich Überproduktion und Compliance

Wir und unser Geschäftsmodell unterliegen einer Reihe von Gesetzen und Vorschriften, deren Regelkonformität

für uns selbstverständlich ist. Klar definierte Rückrufpläne und Leitfäden für das Krisenmanagement und Eskalationsprozesse sind die wesentlichen Bestandteile unseres Risikomanagements, um derartige Risiken schnell und effizient zu minimieren. Vertiefende Informationen sind in unserem Code of Ethics socialchain.com/investor-relations/corporate-governance zu finden und werden in dem Chancen – und Risikobericht des Geschäftsberichts erläutert.

Neukundenakquise für Wachstum

Unser starkes Wachstum hängt maßgeblich von der Akquise neuer Kund:innen ab. Um unser Produkt kontinuierlich zu optimieren und dem Konsumverhalten gerecht zu werden, nutzen wir unsere eigenen Datenanalysen. Wir entwickeln unser Produktportfolio konstant weiter, basierend von Kund:innen-Erfahrungen und externen Marktbewertungen. Um einem Wegfall von potenziellen Kund:innenerfahrungen entgegenwirken zu können, sind wir abhängig von deren Feedback, insbesondere auf Online-Plattformen. Die Kundenzufriedenheit steht daher für uns an oberster Stelle.

Mögliche Pandemien und Covid-19

In Bezug auf die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeitenden haben wir strenge Hygienestandards in all unseren Standorten und Vertriebszentren eingeführt. In den meisten Märkten haben wir ein breites Lieferanten Netzwerk aufgebaut, um Störungen in der Lieferkette zu vermeiden. Durch diese Maßnahmen vermeiden wir Komplikationen in unseren Betriebsabläufen.

Klimawandel

Wir arbeiten daran, dass wir unsere Umweltbelastungen

im Kampf gegen den Klimawandel reduzieren, dennoch stellen extreme Wetterphänomene, wie Hitzewellen und Überschwemmungen eine Gefahr für unsere Lieferkette dar. Um diese Risiken zu minimieren und Engpässe zu verhindern, verfügen wir über ein umfangreiches Netzwerk an Lieferant:innen, das sich über mehrere Regionen erstreckt. Der TSC Konzern prüft die Umsetzung der Empfehlung der Taskforce on Climate-related Financial Disclosure (TCFD) für die zukünftige Berichterstattung.

Datenschutz

Der TSC Konzern muss als Social-Commerce-Unternehmen persönliche Kund:innendaten erheben, um Bestellungen und alle damit verbundenen Aktivitäten verarbeiten und abschließen zu können. Somit unterliegt das Unternehmen zahlreichen Gesetzen und Richtlinien zum Schutze und zur Sicherheit kundenbezogener Daten. Dazu gehören insbesondere sämtliche Aspekte des Datenschutzes und des Schutzes der Privatsphäre (z.B. DSGVO), die es einzuhalten gilt. Verstöße gegen etwa die DSGVO kann zu massiven Strafen führen.

Um diese Risiken zu mindern, überwachen das Legal Department, die Datenschutzbeauftragten und das Data & IT-Team fortlaufend die Datenschutzanforderungen und -entwicklungen. In enger Zusammenarbeit mit IT Security Teams wird die Sicherheit der Kundendaten sichergestellt.



Unser Planet

Unsere Mitarbeitenden

Unsere Community

Unsere Mitarbeitenden

Weltweites Team*

50
Nationalitäten

Durchschnittsalter*

33
Jahre

Geschäftsführerinnen*

20%
Geschäftsführerinnen

Mitarbeiter:innen*

51%
weibliche Belegschaft

Weibliche Executives*

58
Frauen in Führungspositionen

Emissionen im Überblick*

Ergebnisse per scope (t CO2e)	2021	2020
Scope 1	379	700
Scope 2	323	866
Scope 3	20.673	58.759
Total	21.374	60.325

Human Resources**

+9,8%
Mitarbeitendenzuwachs im Jahr 2021
im Vergleich zu 2020

Fluktuationsrate**

41%
ausscheidende
Mitarbeitende p.a.

Verletzungsrate**

4,55
pro 200.000
Arbeitsstunden

* TSC Konzern exklusive der DS Gruppe zum 31. Dezember 2021

** Social Chain und ihrer zentral betreuten Tochtergesellschaften zum 31. Dezember 2021: Anzahl der Mitarbeitenden 314



Unser Planet

”

Was wir heute tun, entscheidet darüber, wie die Welt morgen aussieht.

– MARIE VON EBNER-ESCHENBACH

Unser Planet

Der TSC Konzern verfolgt das Ziel, zu einer besseren Welt mit einer höheren Lebensqualität beizutragen. Vor diesem Hintergrund ist Nachhaltigkeit zum Schutz unseres Planeten ein zentraler Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Als global agierendes Unternehmen nehmen wir den Umweltschutz und unsere Auswirkungen auf die Natur und Umwelt sehr ernst.

Wir haben uns verpflichtet bis 2027 unsere gesamten CO₂-Emissionen zu kompensieren, welche durch unsere Unternehmensprozesse entstehen und bis dahin entlang der gesamten Wertschöpfungskette klimaneutral zu werden.

Wir schaffen uns einen zentralen Überblick über unsere Emissionen und erarbeiten Möglichkeiten, diese aktiv zu reduzieren und zu kompensieren, etwa durch die Vermeidung unnötiger Verpackungen, einer noch schlankeren Lieferkette und dem Einsatz von erneuerbaren Energien.

Unser innovatives Direct-to-Consumer-Geschäftsmodell ist eine nachhaltigere Weiterentwicklung des konventionellen Konsumentensystems. Wir tragen in vielfältiger Weise zu einer nachhaltigen Entwicklung

und den globalen Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen (Sustainable Development Goals, SDGs) bei.

Optimierung des CO₂-Managements

Der TSC Konzern strebt eine konsequente Verbesserung des CO₂-Managements an. Insbesondere werden hierbei von dem Corporate Sustainability Office die direkten und bisherigen Emissionen überwacht und in Zusammenarbeit mit unseren Partner:innen werden weitere Konzepte erstellt, um unsere Emissionen zu reduzieren oder zu kompensieren. Hinsichtlich der Überwachung und Umsetzung unserer gesetzten Ziele ist das Corporate Sustainability Office verantwortlich, welches direkt an den Vorstand berichtet.

Der Wert von 701 tCO₂e für das Geschäftsjahr 2021 in Scope 1 soll bis 2027 auf null reduziert werden. Bei den indirekten Emissionen aus Scope 2 streben wir ebenfalls bis 2027 eine Reduzierung von den bisherigen 866 tCO₂e auf null an.

Bis 2027 komplett klimaneutral

Diese Verpflichtung bedeutet für uns die Kompensation aller Emissionen aus internen Betriebsabläufen, Büros, Geschäftsreisen und Lieferungen, die wir bereits verursachen, in Zukunft verursachen werden und nicht vermeiden können.

CO₂-Reduktion und CO₂-Kompensation

Als Teil unserer Strategie steht die Förderung von erneuerbarer Energie deutlich im Fokus. Der TSC Konzern arbeitet ein Konzept aus, um Strom aus erneuerbaren Energiequellen zu beziehen, wie zum Beispiel aus Wasser- oder Windkraft. Hinsichtlich der Kompensa-

tion und Reduktion arbeiten wir derzeit weitere Ziele und Maßnahmen aus. Wir werden Initiativen ergreifen, die Kompensation mithilfe von lokalen Projekten weiter vorantreiben und in zertifizierte Klimaschutzprojekte weltweit investieren. Der Ansatzpunkt der Logistik ist, die Beschaffung von Ressourcen weiterhin zu optimieren, sodass die Transportzeiten deutlich verkürzt werden, sodass unser CO₂-Fußabdruck weiterhin verkleinert wird, da wir noch weniger Zwischenstopps zwischen unseren Lieferant:innen und Kund:innen einlegen müssen. Zugleich bedeutet das, dass wir weniger Gebäude beleuchten, beheizen oder kühlen müssen – und weniger Energie verbrauchen. Dadurch sparen wir bereits signifikante Kohlenstoffemissionen ein.

Zudem arbeiten wir ein Konzept aus, welches den Versand an unsere Kundschaft komplett klimaneutral gestalten soll.

Vermeidung von Überproduktion

„Bis zu 70 Prozent aller Emissionen könnten bis 2050 eingespart werden, indem sich der weltweite Lebensstil ändert“, schreibt der Weltklimarat. Was nicht hergestellt wird, braucht auch keine Energie. Um der weltweiten Überproduktion entgegenzuwirken, werden wir unsere Community bereits bei der Produktentwicklung mit einbeziehen. Einerseits entstehen somit Produkte, welche genau auf unsere Kundschaft abgestimmt sind, andererseits wird so bereits in der Produktion auf die Vermeidung von überzähligen Produkten geachtet, demnach findet weniger Beschaffung und Entsorgung mit verbundenen CO₂ Emissionen statt. Wir entwickeln eine eigene Datenplattform, die alle Datenpunkte aus Social Commerce und Social Media verknüpft, sodass

wir unsere eigenen Datenanalysen hinsichtlich des Konsumverhaltens entwickeln und bei der Produktentwicklung berücksichtigen können.

Verpackung

Der TSC Konzern hat für seine Home&Living Produkte ein eigenes Vertriebssystem implementiert, sodass eine kurze und effiziente Lieferkette resultiert, da diese Produkte weniger Zwischenstationen einlegen müssen. So vermeiden wir Verpackungen, versteckte Umweltauswirkungen und zusätzliche CO₂ Emissionen. Weitere Plastikverpackungen werden wir zudem, wenn möglich, durch klimaneutrale Verpackungslösungen ersetzen.

Wir verwenden oftmals dieselben ursprünglichen Verpackungen für den Versand an unsere Kund:innen, in die unsere Lieferant:innen die Produkte verpackt haben.

Parallel dazu ist der TSC Konzern kontinuierlich auf der Suche nach neuen innovativen Verpackungslösungen, ohne dabei Kompromisse bei der Qualität oder der Recyclingfähigkeit der Verpackungsmaterialien einzugehen.

Unsere konsequenten Bemühungen im Bereich der Verpackungsentwicklung orientieren sich an dem UN-Nachhaltigkeitsziel 12 für eine nachhaltige Entwicklung: nachhaltig Produzieren und Konsumieren.

Nachhaltige Produktion und Sorgfaltspflicht

Qualität und Nachhaltigkeit zählen zu den beiden wichtigsten Kriterien bei der Auswahl unserer Lieferant:innen. Die Emissionen in Verbindung mit den Verpackungen resultieren aus unserem anorganischen Wachstum durch Zukäufe, die im Jahr 2020 getätigt wurden und sich 2021 erstmals im vollen Kalenderjahr auswirken.

Im vergangenen Jahr haben wir die Suche nach hochwertigen Rohstoffen für unser Produktportfolio inten-

siviert. Wir haben unseren Code of Conduct erweitert, einschließlich Industriezertifikaten und Verbesserung unserer Standards.

Alle Lieferant:innen müssen sich einer genauen Bewertung durch unseren social responsibility Standards unterziehen, bevor wir eine neue Partnerschaft mit ihnen eingehen und müssen sich unangekündigten Kontrollbesuchen oder Audits unterziehen, um die Einhaltung des Code of Conduct sicherzustellen.

Wir führen bereits bei einigen Tochterunternehmen unangekündigte Prüfungen mithilfe von Drittanbieter:innen durch, legen den Fokus auf TÜV Zertifizierungen bei Produktherstellungen, haben im Food Bereich einige Produkte mit Demeter Zertifizierungen und arbeiten ein Konzept aus, um einheitliche Standards konzernweit zu implementieren.

Prüfungsphase für neue Unternehmensinvestitionen

Durch unsere „Buy & Build“ Strategie hat der TSC Konzern in dem Geschäftsjahr diverse Akquisitionen getätigt. Wir werden weiterhin das Geschäftsmodell mithilfe von systematischen Zukäufen von Unternehmen optimieren.

Hinsichtlich neuer Akquisitionen haben wir eine dreistufige Prüfungsphase nach nachhaltigen Kriterien mit Maßnahmen implementiert, die im Rahmen der Prüfungsphase des Zielunternehmens erfolgen. Diese dreistufige Prüfungsphase ist im Rahmen des Due-Diligence Prozesses integriert.

Stufe 01

Initial Screening

Vorabprüfung, ob das Zielunternehmen gegen unsere eigenen Richtlinien verstößt

Stufe 02

Due Diligence

Sorgfaltsprüfung mit nachhaltigkeitsgetriebenen Risiken

Stufe 03

Entscheidungsfindung und Umsetzung mit Berücksichtigung der Nachhaltigkeitsfaktoren

Verpackung*



1577 tCO₂e **2020** **2340** tCO₂e **2021**

* Inbound-Verpackungen, Gesamtverbrauch der Lagerstandorte in Deutschland und USA in tCO₂e

Mobilitätskonzept Jobrad

Radfahren macht Spaß, hält fit und schont zusätzlich die Umwelt. Mithilfe der Initiative von Dienstradleasing bieten wir unseren Mitarbeitenden einen komplett klimaneutralen Arbeitsweg an.

Das vom Mitarbeitenden ausgewählte Rad wird von uns geleast und steht fortan für die Fahrt zur Arbeit, aber auch für den Freizeitsport sowie den Alltag zur freien Verfügung. Weniger CO, mehr Fitness. Durch diese Initiative soll das Bewusstsein für einen nachhaltigen Lebensstil gestärkt werden.

Unsere Mitarbeitenden



Wenn du schnell vorwärts kommen willst, dann geh alleine, wenn du weit gehen willst, dann gehe zusammen.

– AFRIKANISCHES SPRICHWORT

Unsere Mitarbeitenden

Unsere Mitarbeitenden tragen maßgeblich zum Erfolg von der Social Chain AG bei. Daher ist es uns besonders wichtig, dass wir viele Talente für unser Unternehmen gewinnen, diese halten und dabei unterstützen, sich in unserem Hause weiterzuentwickeln. Vor diesem Hintergrund schaffen wir eine Arbeitsumgebung, die inspiriert und verbindet.

Die Basis dafür wird von einer offenen Führungskultur geprägt, welche auf gegenseitigem Vertrauen, Respekt und Leistungsbereitschaft beruht.

In unserem Code of Ethics sind unsere Unternehmenswerte beschrieben, welche für alle Mitarbeitenden gelten.

Unsere Strategie

Unsere Mitarbeitenden bilden das Fundament für die erfolgreiche Umsetzung unserer Strategie. Unsere höchste Priorität ist daher die Zielsetzung auf ausgezeichnete Mitarbeitende, Führungskräfte und Arbeitsbedingungen. Wir haben es uns zur Aufgabe gemacht, unseren Mitarbeitenden die nötigen Mittel und Kompetenzen an die Hand zu geben, damit sie unserer Kund-

schaft noch effizienter und auf sie abgestimmte Leistungen bieten können.

Mit unserer Unternehmensstrategie fördern wir eine Unternehmenskultur des gegenseitigen Vertrauens, in der alle Mitarbeitenden Raum bekommen, ihre individuellen Fähigkeiten und ihr Potenzial optimal zu entfalten.

Wir stellen somit sicher, dass wir uns schnell an die sich verändernden Rahmenbedingungen, den demografischen Wandel, die aktuelle politische Situation und das digitalisierte Arbeitsumfeld anpassen können. Bei jeder Aufgabe haben wir den Anspruch, international anerkannte Arbeits- und Sozialstandards einzuhalten.

Mit unseren attraktiven Arbeitsbedingungen und durch die Einbeziehung von einer großen Vielfalt wollen wir unsere Innovationskraft weiter stärken. Die Voraussetzung dafür bilden lebenslanges Lernen und individuelle Mitarbeiterentwicklung. Um auch zukünftig Talente für unser Unternehmen zu gewinnen, arbeiten wir kontinuierlich an der Attraktivität der Social Chain AG als Arbeitgeber.

Die Verantwortung für die Entwicklung unsere Mitarbeitenden trägt auf Konzernebene unsere Personalabteilung, welche direkt an den Finanzvorstand berichtet.

Durch unser anorganisches Wachstum stieg die Anzahl der Mitarbeitenden innerhalb des Konzerns zum 31. Dezember 2021 auf 1.271 an. Zum 31. Dezember 2020 lag die Anzahl der Mitarbeitenden bei 850. Zum 31. Dezember 2019 lag die Anzahl der Mitarbeitenden bei 536.

Mitarbeiterzufriedenheit

Die Social Chain AG kann auf engagierte Mitarbeitende zählen, was sich durch Begeisterung für die Arbeit, Leistungsbereitschaft und hohe Verbundenheit mit unserer Unternehmensstrategie zeigt. Globale Mitarbeiterbefragungen sind etablierte Feedback-Instrumente von uns, um alle Mitarbeitende bei der Gestaltung ihres Arbeitsumfeldes aktiv mit einzubeziehen. Die Ergebnisse werden an Mitarbeitende, Vorstand, Aufsichtsrat und Stakeholder kommuniziert. Seit 2020 führen wir regelmäßig globale Mitarbeiterbefragungen durch. Durch unser dynamisches Umfeld und unseren raschen Wachstum werden unsere Mitarbeitenden tagtäglich mit neuen Herausforderungen konfrontiert. Unser Ziel ist die kontinuierliche Verbesserung unseres Mitarbeiter-Engagements. Um gezielt die Bedürfnisse von unseren Mitarbeitenden zu erfassen und auf diese eingehen zu können, wurden im Jahr 2021 Mitarbeitende zu ihrer aktuellen Arbeitssituation, flexiblem Arbeiten, Belastungen durch die Corona-Pandemie und zur Stimmung im Team befragt. Diese Ergebnisse zeigten zum Beispiel, dass sich Mitarbeitende an unseren Standorten sicher fühlen und dass Mitarbeitende, die seit Beginn der Pandemie flexibel arbeiten, gut damit zurechtkommen. Wir setzen weiterhin auf regelmäßige globale Mitarbeiterbefragungen und planen die nächste Erhebung im Sommer 2022.

Erwartungen an unsere Führungskräfte

Unsere Führungskräfte mit ihren Teams sind ein zentraler Bestandteil unseres Erfolgs. Deshalb fördern wir eine hohe Qualität und messen die Wirksamkeit von Führung. Unter Führungswirksamkeit verstehen wir,

dass unsere Führungskräfte ihrer Vorbildrolle gerecht werden, indem sie – von unseren Unternehmenswerten, welche in unserem Code of Ethics festgelegt sind, geleitet werden – positiven Einfluss auf das Engagement und die Entwicklung ihrer Mitarbeitenden nehmen, sowie Geschäftsstrategien weiterentwickeln und diese umsetzen.

Wir wollen Führungskräfte entwickeln, die mit Optimismus, Empathie und Vertrauen ihr Team führen und dadurch einen Wettbewerbsvorteil für den TSC Konzern schaffen.

Einbeziehung von Vielfalt

In Bezug auf die Globalisierung unserer Märkte gehen auch viele unterschiedliche Kundenbedürfnisse einher. Diese Vielfalt wollen wir auch in unserer Belegschaft widerspiegeln. Denn nur dadurch ist es uns möglich, die Ansprüche unserer Kundschaft besser durch unsere Mitarbeitenden zu erfüllen.

Vielfalt bedeutet für uns unter anderem, dass Menschen mit unterschiedlichem Hintergrund in unserem Unternehmen arbeiten und ihre individuellen Perspektiven und Fähigkeiten für die Entwicklung unserer Geschäfte nutzen. Indem wir die Vielfalt in unserer Belegschaft wertschätzen und weiter fördern, steigern wir die Leistungsstärke und Innovationskraft unserer Teams und erhöhen die Kreativität, Motivation und die Identifikation aller Mitarbeitenden mit dem Unternehmen. Die Förderung von Vielfalt und deren Wertschätzung über alle Hierarchieebenen hinweg sind fester Bestandteil unserer Strategie und finden sich auch in unseren Unternehmenswerten wieder. „Die Social Chain AG steht für ein Arbeitsumfeld, das auf wechselseitigem Respekt, Vertrauen und Wertschätzung basiert.“ Wir erwarten von allen Mitarbeitenden und unseren Führungskräften ein einbeziehendes Verhalten.

Darunter verstehen wir die Schaffung eines Umfelds, in dem verschiedene Aspekte von Vielfalt und individuelle Stärken zur Geltung kommen.

Wir wollen ein Umfeld schaffen, in dem Frauen zu Führungskräften aufsteigen können. Wir haben bereits Maßnahmen zur beruflichen Weiterentwicklung implementiert und werden diese weiter verstärken. Insbesondere setzte sich der TSC Konzern zum Ziel mehr Frauen für Führungspositionen zu gewinnen. Vor diesem Hintergrund hat der Aufsichtsrat mit Beschluss vom 20. April 2022 als Zielquote für den Frauenanteil im Vorstand der The Social Chain AG einen Anteil von 25 % und als Frist für die Zielerreichung den 31. Dezember 2025 festgelegt.

Zukünftig wird die Social Chain AG die **Charta der Vielfalt** unterstützen, um weitere innovative Maßnahmen zu entwickeln.

Wettbewerb um Talente

Wir wollen die besten Mitarbeitenden gewinnen und diese halten. Angesichts des starken globalen Wettbewerbs um die besten Fach- und Führungskräfte ist ein attraktives und überzeugendes Gesamtangebot für die Mitarbeitenden immer wichtiger. Wir arbeiten daher kontinuierlich an unseren Maßnahmen, die die Attraktivität von uns auf den globalen Arbeitsmärkten erhöht.

Um mit potenziellen Bewerbenden in Kontakt zu treten, nutzen wir überwiegend digitale Plattformen, sowie unsere länderspezifischen Karrierewebsites, zusätzlich globale und regionale soziale Netzwerke. Dies ermöglicht uns eine passende Ansprache der unterschiedlichen Zielgruppen. Wir führen regelmäßige Mitarbeitergespräche, hierbei erarbeiten die Mitarbeitenden gemeinsam mit ihren Führungskräften weitere

Ideen für ihre individuelle Entwicklung und legen konkrete Weiterbildungs- und Entwicklungsmaßnahmen fest, die auf persönliche und fachliche Kompetenzen abzielen.

Gesundheit und Sicherheit

Unterstützung während der Covid-19 Pandemie

Um die Gesundheit und Sicherheit während der Covid-19 Pandemie sicherzustellen, haben wir unseren Mitarbeitenden die Möglichkeit geboten, von Zuhause aus zu arbeiten. Eine interne Studie zum Wohlbefinden und der Arbeit von zu Hause aus stellt sicher, dass alle Mitarbeitenden die nötige Unterstützung erhalten.

Unsere Mitarbeitenden haben sich sehr schnell an die Arbeit von zu Hause gewöhnt. Unsere interne Umfrage hat zudem ergeben, dass unsere Mitarbeitenden ihre Produktivität bei der Arbeit von zu Hause aus aufrechterhalten und teilweise sogar steigern konnten.

Um unsere Mitarbeitenden zu unterstützen, die von zu Hause arbeiteten, haben wir ihnen folgende Leistungen angeboten:

1. Je nach Bedarf stellten wir Bürogeräte zur Verfügung (bspw. zusätzliche Bildschirme, Tastaturen, Bürostühle, Laptops)
2. Wir haben darüber hinaus verschiedene Formen der mentalen Unterstützung bereitgestellt - für eventuelle Probleme hinsichtlich Isolation, Stress und Angst in Folge der COVID-19-Pandemie
3. Wir haben „#WeCare“ Pakete an alle Mitarbeitende nach Hause gesendet
4. Wir haben den Zugang zu allen Vertriebszentren und Bürostandorten eingeschränkt: Besucher:innen mussten einen obligatorischen Gesundheitsfragebogen ausfüllen
5. Wir haben interne COVID-19-Vorschriften verfasst

6. Wir haben in Schutzmasken investiert
7. Wir haben für ausreichend Abstand gesorgt
8. Wir haben Teststationen implementiert

Wohlbefinden im Büro und im Home-Office

Für uns ist die oberste Priorität, dass sich unsere Mitarbeitenden sicher und wohl fühlen. Dazu zählt für uns insbesondere, dass jede:r in unserem Unternehmen willkommen und gleichgestellt behandelt wird. Gegenseitige Rücksichtnahme und Unterstützung des Wohlbefindens aller Mitarbeitenden sind dabei für uns die wesentlichen Elemente im Umgang miteinander. Durch die folgenden Maßnahmen stellen wir sicher, dass sich alle Mitarbeitenden in unserem Unternehmen wohlfühlen und Möglichkeiten des Austausches und der Problemlösung auch während der gesamten COVID-19 Pandemie gegeben sind:

1. Allen Mitarbeitenden, deren Arbeit nicht zwingend in unseren Büros erfolgen musste, steht es frei, zurückzukehren. Ferner boten wir den Mitarbeitenden, die zwingend im Büro arbeiten mussten, eine Erstattung für Park- oder Taxikosten an
2. Unsere Büros wiesen zu jeder Zeit eine maximale Kapazität von 50 Prozent auf, sodass die Mitarbeitenden bei der Arbeit einen Sicherheitsabstand einhalten konnten
3. Es war Pflicht, eine Maske zu tragen, sofern der nötige Abstand nicht eingehalten werden konnte. Diese wurden von dem Office Management bereitgestellt. Wir haben unseren Mitarbeitenden regelmäßige Informationen zum Thema Gesundheit und Sicherheit, die neuesten betrieblichen und regionalen COVID-19-Vorschriften, sowie Nachrichten und zusätzliches Schulungsmaterialien zukommen lassen
4. Wir organisieren regelmäßige virtuelle „Social Chain Talks“, sowie virtuelle Team Events.

In einer internen Umfrage haben wir unsere Mitarbeitenden nach ihren Wünschen und Bedenken für die Arbeit während und nach der Pandemie befragt:

Flexible desk



61,3 %

der Mitarbeitenden sehen eine flexible Office-Struktur als positiv an

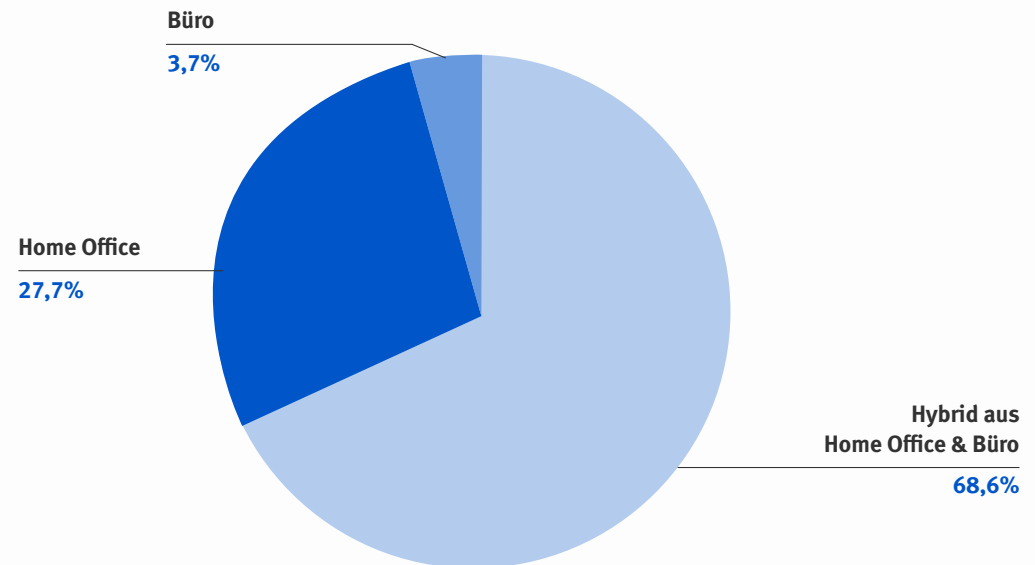
Wunsch-Arbeitsplatz



68,6 %

der Mitarbeitenden wünschen sich einen Mix aus Home Office & Büro

Wunsch-Arbeitsort



Unsere Community

”

Success is liking yourself, liking what you do, and liking how you do it

– MAYA ANGELOU

Unsere Community

Der TSC Konzern ist mit seinen Social Commerce-Aktivitäten vor allem ein Online-Händler, der eigene Markenprodukte im Endverbrauchermarkt verkauft (B2C-Anbieter). Die Vermarktung erfolgt vor allem über sogenanntes Influencer-Marketing. Der Konzern bedient mit Food, Home & Living, Beauty & Health wachstumsstarke Branchen. Dazu entwickeln sich die Social Media-Plattformen zunehmend zu Verkaufskanälen wie Instagram Shopping. Dies bietet enorme Chancen für den TSC Konzern mit seinen Produkten und dem Social Media-Know-how. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Verantwortung gegenüber unserer Community als besonders wichtig dar.

Unsere „Buy & Build“ Strategie

Zum 31. Dezember 2021 sind 68 (Vorjahr 38) Unternehmen im TSC Konzern konsolidiert. Neben dem starken organischen Umsatzwachstum werden gezielte Akquisitionen getätigt, um das Geschäftsmodell des Unternehmens und des Konzerns national und international weiterzuentwickeln. Als „Haus der Unternehmer“ unterstützen wir insbesondere junge Gründer:innen beim Aufbau ihres Unternehmens, der Internationalisierung, Finanzierung und der Weiterentwicklung ihrer Marken. Wir sind damit ein wichtiger Inkubator für neue Ge-

schäftsmodelle und Arbeitsplätze.

Dahinter steht die feste Überzeugung, dass Nachhaltigkeit im ökologischen, wirtschaftlichen und sozialen Kontext grundsätzlich nur in einem innovationsfreundlichen Umfeld entstehen kann. Deshalb setzt sich die Social Chain AG konsequent für eine gesellschaftliche Aufwertung des Unternehmer:innentums ein. Zum einen durch permanente Partizipation an der öffentlichen Willensbildung durch Kommunikation, insbesondere mit Blick auf das regulatorische und finanzpolitische Umfeld. Voraussetzung für ein innovationsfreundliches Klima ist dabei aus unserer Sicht insbesondere der chancengleiche Zugang ambitionierter, innovativer Menschen zu Kapital, Märkten und unternehmerischem Know-how.

Zum anderen fördern wir Unternehmer:innenkultur ganz pragmatisch auch durch eine enge Zusammenarbeit mit „Die Höhle der Löwen“, der führenden Gründer-Show im deutschen Fernsehen mit einem Millionen-Publikum. Neben dem Aufsichtsratsvorsitzenden Dr. Georg Kofler ist vor allem der neue Produkt-Vorstand der Social Chain AG Ralf Dümmel als Investor im Rahmen der Show und der damit verbundenen Gesamtkommunikation aktiv. So rücken unternehmerische Initiativen und Vorbildmodelle in das Blickfeld der breiten Öffentlichkeit.

Governance & Compliance

Einen wesentlichen Beitrag zur Social Chain AG Nachhaltigkeitsstrategie tragen auch die zentralen Handlungsfelder der Governance & Compliance. Vorstand

und Aufsichtsrat sehen eine ausgeprägte Corporate Governance als wesentlichen Fundament für eine verantwortungsvollen, transparenten und auf langfristige Wertschöpfung ausgerichteten Unternehmensführung an. Mit dem Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) wurde ein Standard für eine transparente Kontrolle und Steuerung von Unternehmen etabliert. Die entsprechenden Ausführungen zur Corporate Governance bei Social Chain AG befinden sich insbesondere in der Erklärung zur Unternehmensführung gemäß §§ 289f und 315d HGB. Sie umfasst neben der jährlichen Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG weitere relevante Angaben zu den Unternehmensführungspraktiken der Social Chain AG.

Informationen zur Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat befinden sich im Vergütungsbericht auf unserer Website.

Nachhaltiger wirtschaftlicher Erfolg im Wettbewerb ist für uns nur auf Grundlage rechtmäßiger Geschäftspraktiken möglich. Neben der Korruptionsvermeidung konzentriert sich die Social Chain AG im Bereich der Compliance insbesondere auf die Themen Geldwäsche, Sanktionen und Embargos, sowie den Datenschutz. Die Social Chain AG hat ein Risikomanagement-System implementiert, das fortlaufend weiterentwickelt wird. Der gesamte Vorstand der Gesellschaft trägt die Hauptverantwortung für das Risikomanagement im Konzern.

Die frühzeitige Identifizierung, Analyse und Steuerung von potenziellen Risiken ist für den TSC Konzern ein elementarer Bestandteil der Unternehmensstrategie,

resultierend aus der Erkenntnis, dass sich bei konsequenter Anwendung der Prinzipien eines funktionierenden Risikomanagements ebenso die Möglichkeit der Erkennung und Nutzung von Chancen ergibt. Um Risiken und Chancen frühzeitig zu identifizieren und konsequent zu handhaben, setzen wir auf ein Risikomanagementsystem, das auch das System zur Früherkennung nach § 91 Abs. 2 AktG umfasst. Das Risikomanagementsystem regelt die Identifikation, Erfassung, Beurteilung, Dokumentation und Berichterstattung von Risiken. Die Gesamtrisikolage wird dadurch stets in einem tragbaren Rahmen gehalten. Risiken, die den Unternehmenserfolg signifikant gefährden, sind derzeit nicht erkennbar.

Wesentliche Zielsetzung des Risikomanagement-System ist es, Integrität sowie richtlinienkonformes und regeltreues Verhalten dauerhaft im Denken und Handeln aller Mitarbeiter:innen zu verankern und auf diese Weise Rechts- und Regelverstöße zu verhindern.

In unserem „Code of Conduct, (Business)“ und „Code of Ethics“ hat die Social Chain AG für den gesamten Konzern grundsätzliche Richtlinien und Handlungsweisen festgelegt. Diese Richtlinien definieren die allgemeinen Maßstäbe für das Verhalten in geschäftlichen, rechtlichen und ethischen Angelegenheiten und regeln zudem, wie Mitarbeiter:innen Hinweise auf Fehlverhalten im Unternehmen geben können.

Sie dienen allen Mitgliedern des Vorstands, der Geschäftsleitungen der Tochtergesellschaften der Social Chain AG, sowie den Mitarbeiter:innen des TSC Konzerns als verbindlicher Orientierungs- und Ordnungsrahmen sowohl für den Umgang miteinander als auch mit Geschäftspartner:innen, Kund:innen, Lieferant:innen und weiteren Dritten.

Die Social Chain AG hat zudem ein Compliance-Schulungsangebot implementiert, das Online-Trainings beinhaltet. Die Online-Trainings, die im Turnus von sechs Monaten in englischer und deutscher Sprache angeboten wurden, waren grundsätzlich für alle Mitarbeiter:innen verpflichtend und sollten ein Grundverständ-



Quelle: www.bmz.de

nis für die wesentlichen Compliance-Risiken schaffen.
Datensicherheit
Hinsichtlich der fortschreitenden Digitalisierung und

durch neue Geschäftsmodelle werden immer mehr personenbezogene Daten generiert und auf unterschiedlichste Art und Weise verarbeitet. Unser Ziel ist es, sorgfältig mit diesen Daten umzugehen und sie vor Missbrauch zu schützen. Der Konzerndatenschutzbeauftragte verantwortet die Zusammenarbeit und Abstimmung in allen wichtigen Angelegenheiten des Datenschutzes. Er ist organisatorisch dem Group General Counsel zugeordnet. Durch verpflichtende Schulungen und Assessments durch den Konzerndatenschutzbeauftragten sollen Verletzungen der Privatsphäre verhindert und datenschutzrechtliche Compliance gewahrt werden. Als Grundlage für konkrete Maßnahmen gelten dabei die gesetzlichen Regelungen, insbesondere die europäische Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) und das Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) sowie unsere eigenen Datenschutzrichtlinien.

Cybersicherheitsrisiken aus internen oder externen Angriffen sowie Schwachstellen der internen Kontrollen können wesentliche Aspekte unserer kundenbezogenen Anwendungen, Lager-IT-Systeme, Zahlungssysteme und internen IT-Systeme beeinträchtigen. Prominente Cybersicherheitsrisiken betreffen u.a. Ausfälle aufgrund von Distributed-Denial-of-Service (DDoS) / Ransomware-Angriffen, Datenverlust aufgrund von Sicherheitsverletzungen, fehlerhafte Prozessabläufe aufgrund von Integritätsverletzungen oder eine Kombination daraus.

Der TSC Konzern bietet als wachsendes und bekanntes Unternehmen aufgrund seiner Größe, seinen wertvollen Daten und seiner Abhängigkeit von IT-Systemen ein potenzielles Ziel. Um den Bedrohungen der Cybersicherheit entgegenzuwirken, erhöht der Konzern die Sicherheits- und Compliance-Bemühungen durch Investitionen in neue Technologien und spezialisierte interne Ressourcen.

Informationssicherheit

Informationen in vielfältiger Art sind von zentraler Bedeutung für die Geschäftstätigkeiten von dem TSC Konzern. Die ausreichende Sicherheit von Geschäftsprozessen, IT, Infrastrukturen und kritischen Informationen ist daher ein strategischer Faktor für die Wettbewerbsfähigkeit des Konzerns. Eine unternehmensweite, prozessorientierte Informationssicherheit dient als Instrument, um entsprechende Risiken rechtzeitig zu erkennen und angemessen zu behandeln. Der Bereich IT- Security ist dabei insbesondere für den Schutz von IT-Systemen verantwortlich. Unsere zentrale IT-Abteilung auf Holding-Ebene definiert Richtlinien, welche übergeordnet und weltweit gelten und ist für das Risikomanagement verantwortlich. Um die Risiken zu minimieren, haben wir im Jahr 2021 ein IT-Portal eingerichtet, wo alle Anfragen zentral eingehen und verwaltet werden. Zudem berät es konzernintern zu Themen in Bezug auf Informationssicherheit.

Unsere CO2 Emissionen im Überblick

Table 1: Emissions per scope

Results per scope (t CO ₂ e)	2020	2021
Scope 1*	379	700
Scope 2*	323	866
Scope 3*	20.673	58.759
Total*	21.374	60.325

Um einen zuverlässigen und unbestreitbaren Fußabdruck zu erhalten, ist eine klare Abgrenzung der organisatorischen und operativen Grenzen erforderlich. Daher wird der Fußabdruck von The Social Chain nach dem GHG Protocol Corporate Standard und dem GHG Protocol Value Chain Standard erstellt. Im Bericht werden die Treibhausgasemissionen in drei Bereiche eingeteilt.

- Scope 1-Emissionen - direkte Emissionen aus Quellen, die sich im Besitz oder unter der Kontrolle der Organisation befinden, die der Organisation gehören oder von ihr kontrolliert werden, einschließlich in der Verbrennung fossiler Brennstoffe vor Ort und des Kraftstoffverbrauchs der Flotte.

- Scope 2-Emissionen - indirekte Emissionen aus Quellen, die sich im Besitz oder unter der Kontrolle der Organisation befinden, Emissionen aus Quellen, die der Organisation gehören oder von ihr kontrolliert werden, einschließlich Emissionen, die aus der Erzeugung von Strom, Wärme oder Dampf, den die Organisation von einem Versorgungsunternehmen bezieht.

- Scope 3-Emissionen - aus Quellen, die sich nicht im Besitz oder unter der direkten Kontrolle der Organisation befinden, die der Organisation gehört oder von ihr direkt kontrolliert wird, aber mit den Aktivitäten der Organisation zusammenhängt, z.N. Emissionen, die aus vor- und auch nachgelagerten Aktivitäten der Lieferkette.

The Social Chain AG Geschäftstätigkeiten auf einen Blick

	2020	2021
Umsatz in EUR	130,3 Mio	318,4 Mio
CO ₂ -Emissionen in tCO ₂ e	21.374	60.325

Scope 1 and 2 footprint

Table 2: Emissionen pro Aktivität für Scope 1 und 2*

	Activity Group	Activity	2020 in tCO ₂ e	2021 in tCO ₂ e
Scope 1	Gebäude	Heizung	345	580
	Mitarbeitende	Flotte	33	118
	Gebäude	Refrigerants	1	3
Total Scope 1			379	700
Scope 2	Gebäude	Elektrizität	220	652
		Fernwärme	103	214
Total Scope 2			323	866
Total Scope 1 & 2*			701	1.566

* [PLANETLY2020-12] wurde verwendet, um den Verbrauch Kraftstoffverbrauchs auf der Grundlage des Preises. Die Emissionsfaktoren wurden aus [HBEFA2018] für Hybrid- und Dieselfahrzeuge und [GLEC2019] für Benzinfahrzeuge verwendet.

Emissionen in Tonnen für Scope 3**Table 3:** Emissionen pro Aktivität für Scope 3*

	Kategorie	Aktivität	2020 in tCO ₂ e	2021 in tCO ₂ e
Scope 3	1	Gekaufte Waren und Dienstleistungen	14.621	39.217
	2	Investitionsgüter	<0,1	<0,1
	3	Brennstoff- und energiebezogene Aktivitäten*	121	242
	4	Vorgelagerter Vertrieb und Transport	4.317	9.713
	5	Betriebliche Abfälle	43	103
	6	Geschäftsreisen	153	284
	7	Pendelverkehr	208	545
	8	Geleaste Vermögenswerte	75	153
	11	Verwdg. verkaufter Waren	3	7
	12	EoL-Behandlung von verkauften Waren	1.131	7.949
	Andere	Reiseteilnehmer zu Veranstaltungen	n/a	547
Scope 3 CO₂e gesamt*			20.673	58.759

* Das Unternehmen verwendet Benzin und Dieselmotoren für seine Fahrzeuge. Der Kraftstoffverbrauch wurde in Kilometern, Litern und Preis gemessen.

Ergebnisse auf vertikaler Ebene

Tabelle 4 zeigt die Ergebnisse pro Bereich auf vertikaler Ebene. Die Abweichung gegenüber dem Vorjahr ist hauptsächlich auf den Erwerb von VonMählen (Teil von Home and Living) und Clasen Bio (Teil von Food Chain) sowie auf den Anstieg der Scope-3-Emissionen aus dem Bereich Beauty zurückzuführen.

Table 4: Emissions per vertical

	Scope 1 tCO ₂ e in 2020	tCO ₂ e in 2021	Scope 2 tCO ₂ e in 2020	tCO ₂ e in 2021	Scope 3 tCO ₂ e in 2020	tCO ₂ e in 2021	Total tCO ₂ e in 2020	tCO ₂ e in 2021
Beauty	66	101	45	70	4.779	20.061	4.890	22.232
Home and Living	272	422	205	321	10.767	14.162	11.244	14.905
Holding	3	3	18	27	201	159	222	189
Food Chain	20	149	31	412	3.917	20.910	3.967	21.470
SC Agency	18	26	24	36	1.009	1.467	1.051	1.529
Total	379	700	323	866	20.673	58.759	21.374	60.325

			2020	2021
Scope 2	Location Based	Elektrizität	223 tCO ₂ e	691 tCO ₂ e
	Market Based	Elektrizität	220 tCO ₂ e	652 tCO ₂ e
	Location Based	Summe Total	21.377 tCO ₂ e	60.365 tCO ₂ e
	Market Based	Summe Total	21.374 tCO ₂ e	60.325 tCO ₂ e

In Bezug auf die Emissionsberechnung wurden die Aktivitätsdaten für H1 2021 und H2 2020 gesammelt und für die restlichen Zeiträume extrapoliert. Hinsichtlich der Supply Chain Analyse wurden ausschließlich die 10 Top-Seller-Produkte der jeweiligen Unternehmen analysiert.



The Social Chain AG®



Social Chain Aktie

Social Chain Aktie

Die Social Chain Aktie am Kapitalmarkt

2021 war für die Social Chain AG ein entscheidendes Jahr für langfristige Präsenz und Erfolg am Kapitalmarkt. Sowohl intern wie extern wurden wesentliche Etappenziele erreicht, um die Kapitalmarktfähigkeit und Nachhaltigkeit des Unternehmens zu verbessern und die internationale Wahrnehmung der Social Chain Aktie zu steigern.

Prime Standard Uplisting

Von zentraler Bedeutung war dabei der Wechsel aus dem Entry Standard der Börse Düsseldorf in den Prime Standard der Frankfurter Börse. Seit dem 12. November 2021 notiert die Social Chain Aktie im Premium-Segment der deutschen Leitbörse. Diese Notierung erleichtert uns den Zugang zum internationalen Kapitalmarkt. Für viele institutionelle Anleger ist die Zugehörigkeit zu diesem Premium-Segment eine Grundvoraussetzung für ein Investment. Wir gewinnen damit zusätzliche unternehmerische Flexibilität für unsere Buy & Build Strategie beim Aufbau eines Markenportfolios. Vorausgegangen war eine Optimierung des internen Kontrollumfelds und die Umstellungen der Rechnungslegung auf den internationalen Standard IFRS.

Bereits im Vorfeld des Uplistings wurde die Kommunikation zur Social Chain Aktie erheblich ausgeweitet und die Investor Relations gestärkt. Hier sei vor allem der Capital Markets Day am 8. März 2021 genannt, um frühzeitig über das Ergebnis des Geschäftsjahres 2020 und den Ausblick für 2021 zu berichten. Über die breite, ausführliche und regelmäßige Information des Kapitalmarktes in Form von Trading Updates und Medienmitteilungen hinaus, hat der Vorstand 2021 mehr als 150 Einzelgespräche mit Analyst:innen, Investor:in-

nen und Medienvertreter:innen geführt und an mehr als 10 Investorenkonferenzen teilgenommen.

Kapitalmaßnahmen

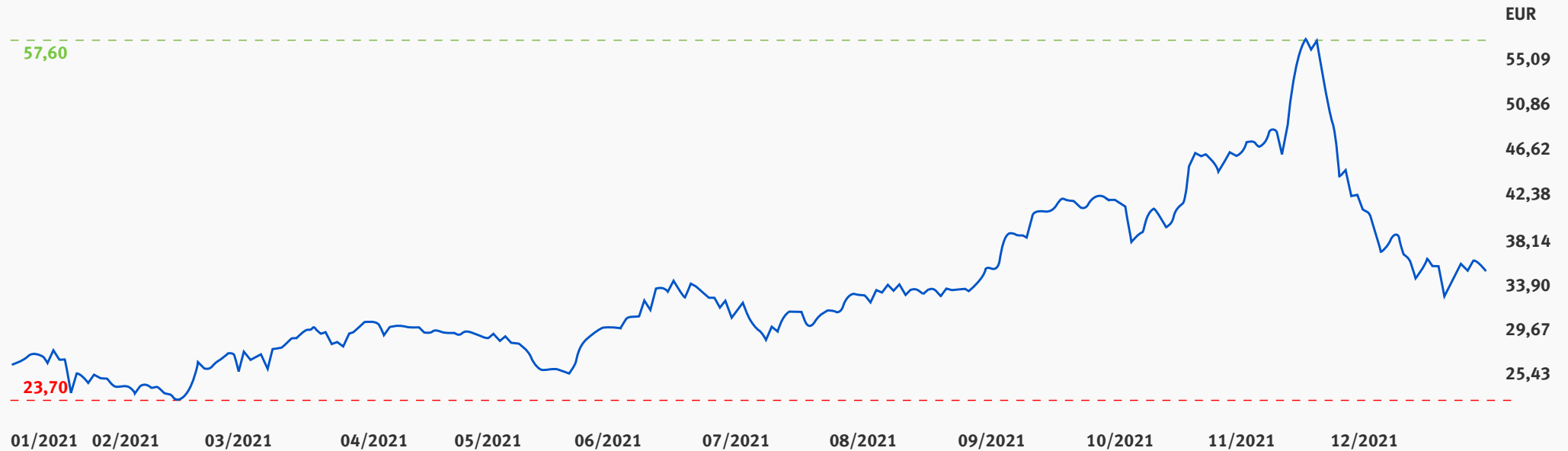
Mit insgesamt drei substanziellen Kapitalmarktmaßnahmen hat die Social Chain AG 2021 ihr künftiges Wachstum unterstützt. Anfang April 2021 wurde eine Wandelanleihe im Volumen von EUR 25 Mio. erfolgreich platziert. Die Laufzeit beträgt drei Jahre bei einem mit einem Zinssatz von 5,75 % p.a. Der Wandlungspreis liegt bei EUR 32,50. Die Übernahme der DS Gruppe wurde wesentlich über den Kapitalmarkt finanziert: Die Aktienkomponente der Transaktion bestand aus 2,855 Millionen neuer Aktien der Social Chain AG aus genehmigtem Kapital, die im Rahmen Sachkapitalerhöhung ausgegeben wurden. Auch Teile einer Barkapitalerhöhung, bei der 1.145.324 neue Aktien Ende November zu einem Preis von EUR 46,40 pro Aktie erfolgreich platziert wurden, dienten der Finanzierung des DS Akquisition. Dies entspricht einem Bruttoemissionserlös in Höhe von EUR 53,1 Mio.

Die Zahl der ausgegeben Social Chain Aktien stieg im Jahresverlauf von 11,35 Millionen auf 15,53 Millionen Stücke. Durch Kapitalmaßnahmen, Uplisting und Stärkung der Investor Relations wurde die Social Chain Aktie auch deutlich liquider. In den ersten 10 Monaten und bis zur Zulassung zum Handel an der Frankfurter Wertpapierbörse lag das durchschnittliche Handelsvolumen bei 7.895 Aktie pro Handelstag. Danach wurden im Schnitt 23.991 Aktien pro Handelstag gehandelt. Das Volumen lag in der Spitze bei 84.000 Aktien im börslichen Handel.

Börsenjahr 2021 und Aktienkurs

2021 war ein turbulentes Jahr an den Finanzmärkten weltweit. Vor allem die Corona Pandemie bestimmte das Auf und Ab an den Börsen. Insgesamt konnte der deutsche Leitindex DAX um rund 15 % zulegen. Der Kurs der Social Chain Aktie stieg im Jahresverlauf von EUR 27 auf EUR 35,80 zum Jahresschluss gestiegen und schwankte zwischen EUR 58 Euro (Hoch) und EUR 23,10 (Tief) in 2021. Weitere zwischenzeitliche Kursgewinne nach oben im Nachgang des Uplistings relativierten sich Ende des 4. Quartals, allerdings ab dem Uplisting mit einer deutlich gestiegenen Liquidität im täglichen Handelsvolumen, so dass eines der wesentlichen Ziele, nämlich der aktive Handel der Aktie, erreicht wurde. Weltweit gerieten E-Commerce-Werte infolge von Covid19 und Lieferkettenproblemen unter Druck. Dieser Trend hat auch zu Beginn des Jahres 2022 angehalten. Jüngst kommen negativ die Folgen der Auswirkung des Kriegs gegen die Ukraine hinzu und schaffen Unsicherheit am Kapitalmarkt. Auch die Social Chain Aktie kann sich dieser Entwicklung nicht entziehen. Analysten:innen sehen im Konsens ihrer Bewertungen jedoch erhebliches Erholungspotenzial für die Aktie im weiteren Verlauf des Jahres 2022. Einen stets aktuellen Überblick über die vorliegenden Einschätzungen und Kursziele finden Sie unter www.socialchain.com im Bereich Investor Relations.

Entwicklung der Social Chain Aktie 2021



Kapitalmarkt-Highlights 2021

1. Umstellung der Rechnungslegung auf den internationalen Standard IFRS
2. Erste Ausgabe eines Convertible Bonds
3. Uplisting in den Prime-Standard der Frankfurter Wertpapierbörse
4. Sachkapitalerhöhung durch die Ausgabe von 2,855 Millionen Aktien
5. Eine Barkapitalerhöhung durch die Ausgabe von 1,145 Millionen Aktien.

Konzern- lagebericht

Grundlagen des Konzerns	59	Chancen- und Risikobericht	81
Allgemeine Informationen	59	Chancen	81
Geschäftsmodell	59	Risiken und Risikomanagement	82
Konzernstruktur- und organisation	61		
Strategie und Steuerungssystem	62	Internes Kontroll- und Risikomanagement- system in Bezug auf den Rechnungslegungsprozess	91
Forschung und Entwicklung	63		
Wirtschaftsbericht	64	Prognosebericht	92
Gesamtwirtschaftliche und branchen- bezogene Rahmenbedingungen	64	Gesamtwirtschaftliche und branchen- bezogene Rahmenbedingungen	92
Geschäftsverlauf	68	Erwartete wirtschaftliche Entwicklung des TSC Konzerns	94
Ergebnisentwicklung	68	Gesamtaussage zur Prognoseberichterstattung	94
Unternehmenserwerbe	68		
Sonstige Veräußerungen und Veräußerungsgruppen als zur Veräußerung gehalten	68	Erläuternder Bericht des Vorstands gemäß § 176 Abs. 1 S. 1 AktG zu den übernahmerechtlichen Angaben nach §§ 289a Abs. 1 und 315a Abs. 1 HGB	96
Lage des Konzerns	70		
Ertragslage des Konzerns	70	Vergütungsbericht	98
Finanzlage des Konzerns	72		
Vermögenslage des Konzerns	73	Nichtfinanzielle Erklärung (Nachhaltigkeitsbericht)	98
Gesamtaussage zur Lage des Konzerns	76		
Pro-Forma-Finanzinformationen	76	Erklärung zur Unternehmensführung	98
Ergänzende Lageberichterstattung zum Einzelabschluss der TSC AG	78		
Ertragslage der Gesellschaft	78		
Finanzlage der Gesellschaft	79		
Vermögenslage der Gesellschaft	79		
Gesamtaussage zur Lage der Gesellschaft	80		

1 Grundlagen des Konzerns

1.1 Allgemeine Informationen

Die The Social Chain AG (nachstehend auch „TSC AG“, „Social Chain“, „Gesellschaft“ oder „Mutterunternehmen“ genannt) ist eine in Deutschland ansässige Aktiengesellschaft mit Sitz in der Gormannstraße 22, 10119 Berlin. Sie ist im Handelsregister des Amtsgerichts Berlin unter HRB 128790 B eingetragen.

Die TSC AG ist die Muttergesellschaft von unmittelbar und mittelbar gehaltenen Tochtergesellschaften und hält unmittelbar und mittelbar Anteile an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen (nachfolgend auch „TSC Konzern“ oder „Konzern“ genannt). Die Gesellschaft agiert als Holding für den Konzern.

Die Aktien der TSC AG sind seit dem 12. November 2021 zum Handel im Prime Standard (reguliertes Marktsegment mit zusätzlichen Folgepflichten) der Frankfurter Wertpapierbörse zugelassen. Zuvor war die Gesellschaft im Freiverkehr notiert.

Dieser Bericht fasst den Konzernlagebericht des TSC Konzerns mit dem Lagebericht der TSC AG zusammen. Er sollte im Kontext mit dem Konzernabschluss und dem Jahresabschluss einschließlich der Anhangangaben gelesen werden. Der Konzernabschluss und der Jahresabschluss basieren auf einer Reihe von Annahmen sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden, die detaillierter im jeweiligen Anhang dargestellt sind. Der Konzernabschluss wurde nach den IFRS, wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind, aufgestellt. Der Jahresabschluss der TSC AG wurde nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften (HGB) aufgestellt.

Der zusammengefasste Konzernlagebericht enthält in die Zukunft gerichtete Aussagen über das Geschäft, die finanzielle Entwicklung und die Erträge. Diesen Aussagen liegen Annahmen und Prognosen zugrunde, die auf gegenwärtig verfügbaren Informationen und aktuellen Einschätzungen beruhen. Sie sind mit einer Vielzahl von Unsicherheiten und Risiken behaftet. Der tatsächliche Geschäftsverlauf kann daher wesentlich von der erwarteten Entwicklung abweichen. Die TSC AG übernimmt über die gesetzlichen Anforderungen hinaus keine Verpflichtung, in die Zukunft gerichtete Aussagen zu aktualisieren.

Der zusammengefasste Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr 2021 wird in Euro (EUR), der funktionalen Währung der TSC AG, aufgestellt. Sofern nicht anders angegeben, werden alle Werte kaufmännisch auf Millionen Euro (EUR Mio.) mit einer Dezimalstelle gerundet, so dass Rundungsdifferenzen auftreten können und die dargestellten Prozentangaben nicht genau die Zahlen widerspiegeln, auf die sie sich beziehen. Der zusammengefasste Konzernlagebericht ist für den Berichtszeitraum vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2021 aufgestellt.

1.2 Geschäftsmodell

Der TSC Konzern versteht sich als Marken- und Handelshaus der nächsten Generation. Bei der Entwicklung von Produkten, dem Aufbau von Marken und ihrem Vertrieb nutzen wir vor allem Erkenntnisse und Möglichkeiten von Social Media: Wir sind damit ein Pionier für den Aufbau internationaler skalierbaren

Social-First-Brands.

Dahinter steckt die integrierte Kompetenz von Produkt- und Markenentwicklung, Social-Media-Publishing, Social-Media-Marketing kombiniert mit einer Omnichannel-Vertriebsstruktur.

Operativ organisiert ist der Konzern in den drei Segmenten Social Commerce, Social Media und Retail (DS Gruppe). Im Vergleich zum Vorjahr taucht die DS Gruppe dabei erstmals als eigenständiges Segment auf. Aufgrund ihrer Größe wird separat über sie berichtet. Wirtschaftlich ist sie im Jahresabschluss 2021 nur im Monat Dezember enthalten.

Social Commerce

Im Segment Social Commerce liegt unser Fokus auf den drei Produkt-Verticals „Home & Living“, „Food“ sowie „Beauty & Health“. Die folgende Übersicht zeigt die wichtigsten Marken der Social Chain AG zum Stand 31.12.2021. Weitere Informationen zu den Marken finden sich im Geschäftsbericht 2021 (Link im Dokument). Einen aktuellen Stand unseres „Brand Books“ finden Sie jederzeit unter www.socialchain.com im Bereich Investor Relations. Das „Brand Book“ umfasst auch Marken der DS Gruppe, die in diesem Abschnitt nicht behandelt werden.

Der Social Chain Konzern bietet seine Produkte (Stichtag 2021) in insgesamt 34 Ländern an. Schwerpunkte sind Europa, mit den Fokusmärkten Deutschland und England) sowie Nordamerika mit dem Fokusmarkt USA. Ein Großteil der Verkäufe an Endkunden:innen erfolgt in eigenen Webshops. Ende 2021 verzeichneten wir

insgesamt 1,69 Millionen aktive Direktkunden:innen mit einem durchschnittlichen Warenkorb über alle D2C-Produktgruppen von ca. EUR 66.

Social Media

Social Media war die Keimzelle des heutigen Social Chain Konzerns. Von Anfang an setzen wir dabei auf ein integriertes Modell aus Social-Media-Marketing und Social-Media-Publishing. Diese Kombination aus eigenen Reichweiten und Agenturleistungen bieten wir auch Geschäftskunden:innen als Dienstleistung an. Darüber hinaus entwickeln wir Online-Offline-Events mit einer tiefen Integration von digitalen Communities und Veranstaltungen vor Ort.

Die Communities des Social Chain Konzern erreichen 86 Millionen Follower weltweit. Sie liefern Erkenntnisse über neue Trends, inspirieren Konsument:innen und verstärken Markenbotschaften. Einen Überblick über die wichtigsten Social-Media-Kanäle, die auf unterschiedlichsten Plattformen präsent sind, finden Sie auf der Unternehmenswebsite www.socialchain.com.

Die Social-Media-Experten der Social Chain Agency sind international aktiv, mit Standorten in Berlin, Manchester, New York und Los Angeles. Zu den Kunden:innen der Agentur zählen international renommierte Marken wie zum Beispiel Apple, Coca-Cola und McDonalds. Zusätzliche Expertise bringt die Performance Marketing Agentur Mint, mit einem Schwerpunkt auf Social-Commerce-Strategien und der Entwicklung junger Marken und Start-Ups.

Retail (DS Gruppe)

Die DS Gruppe ist mit Abschluss der Akquisition seit Dezember 2021 im Konsolidierungskreis des Social Chain Konzerns. Die DS Gruppe ist ein international agierendes Handelsunternehmen mit 49 Jahren Markt-

erfahrung. Das Unternehmen ist spezialisiert auf die Produktion, den Import und Vertrieb innovativer Produkte der Konsumgüterbranche. Als einer der europaweit größten Entwickler:innen und Lieferant:innen von Non-Food-Artikeln beliefert die Gruppe mit über 5.000 Artikeln den Lebensmitteleinzelhandel, Discounter, Drogerien, Baumärkte, Fachhandel, Cash & Carry, SB-Warenhäuser, Versandhäuser, Homeshopping sowie Online-Marktplätze. Mit eigenen Marken, wie zum Beispiel dem ältesten deutschen Grillhersteller LANDMANN und zahlreichen weiteren Brands, gehört die DS Gruppe zu einem der europaweit größten Lieferanten des Handels in ihrem Bereich. Darüber hinaus hat das Unternehmen ein breites Portfolio im E-Commerce aufgebaut, mit eigenen Webshops und Präsenz in fast

allen relevanten Online-Marktplätzen. Ausführliche Information zur DS Gruppe, ihren Marken und Produkten finden Sie unter www.dspro.de. Die DS Gruppe verfügt über umfassende Kapazitäten in den Bereichen Sourcing, Produktentwicklung und Logistik. Ihr bestehendes Multi-Channel-Vertriebssystem erweitert die Absatzchancen und Point of Sales für bestehende Marken und Produkte des Gesamtkonzern. Ihr Marken- und Produktportfolio ist komplementär zu den bestehenden Social-Commerce-Warengruppen der Social Chain AG, insbesondere im Bereich „Home & Living“. Ein Großteil der DS Produkte eignet sich für die Direktvermarktung an Endkunden:innen und bietet damit viel Potential für Synergien.

Social Media	Social Commerce	Retail (DS Gruppe)
  	  	  

1.3 Konzernstruktur und -organisation

Die TSC AG ist das Mutterunternehmen des TSC Konzerns und agiert als Holdinggesellschaft für den Konzern. Als Konzernholding nimmt die TSC AG die Steuerung des Konzerns, strategische Entwicklung, zentrale Leitungsfunktionen als auch die Bereitstellung von Dienstleistungen für verbundene Unternehmen wahr.

Zum 31. Dezember 2021 umfasst der Konzern 68 (Vorjahr 38) vollkonsolidierte Unternehmen und 5 (Vorjahr 2) assoziierte Unternehmen bzw. Gemeinschaftsunternehmen. Eine Übersicht der konsolidierten Unternehmen findet sich im Konzernanhang im Abschnitt 1.5.1.

Der Vorstand der The Social Chain AG besteht im Geschäftsjahr 2021 aus Wanja S. Oberhof als Vorstandsvorsitzendem (CEO) und wurde am 1. März 2021 um Christian Senitz als Finanzvorstand (CFO) sowie am 8. Dezember 2021 um Ralf Dümmel als Produkt- und Dienstleistungsvorstand (CPO) erweitert. Als Vorstandsvorsitzender verantwortet Wanja S. Oberhof neben der strategischen Unternehmensentwicklung, die Bereiche M&A, Investor Relations sowie Social Media. Herr Senitz zeichnet sich verantwortlich für Finance, Legal, Human Resources sowie Corporate Social Responsibility. Als Produktvorstand organisiert Ralf Dümmel den Produktentwicklungsbereich, den Verkauf bzw. Vertrieb sowie die Betreuung der Höhle der Löwen Beteiligungen. Ergänzt wird der Vorstand der Social Chain AG im Manage-

ment Board, welches das oberste Leitungsgremium der Gruppe ist, um Dr. Hanno Hagemann, als Chief Operating Officer verantwortlich für den operativen Produkt- und Markenbereich einschließlich des Einkaufs sowie Andreas Schneider, der den Bereich Finanzen bei der DS Gruppe verantwortet und neben der Leitung von IT, Logistik und Data das Post-Merger-Integration-Projekt der Gruppe koordiniert.

Hauptsitz des Unternehmens ist Berlin, weitere Standorte sind Manchester, London, New York, Stapelfeld bei Hamburg und München. Zum 31. Dezember 2021 beschäftigte das Unternehmen durchschnittlich 1.271 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (Vorjahr 601).



1.4 Strategie- und Steuerungssystem

Die Welt des Handels und der Marken ist so stark in Bewegung wie nie zuvor. Die Digitalisierung führt zu völlig neuen Wegen zur Kundschaft. Und vom Verbraucher:in zu Unternehmen, Produkten und Marken. Wir sind ein Social-Commerce-Unternehmen mit eigenen Marken und Produkten. Wir gestalten die Zukunft des Handels und der Marken aktiv mit. Wir entwickeln und promoten eigene Marken und Produkte mit der Kraft von Social Media und vermarkten sie. Direkt oder über Partner:innen im Handel.

Unsere Strategie und unser Handeln ist „Digital first. Unser Ziel ist „Direct-to-Customer“: von der Markenbildung über Marketing bis zum Direktverkauf unserer Produkte in den Kategorien Food, Home & Living, Beauty und Health. Wir nutzen die Effizienz digitaler Verkaufspunkte, um den nachhaltigen Wert direkter Kundenbeziehungen zu steigern, kombinieren sie im Rahmen eines echten Omnichannels-Vertriebs zusätzlich mit Point of Sales vor Ort. Damit maximieren wir Verkaufs- und Kontaktpunkte für unsere Marken und Produkte.

Schwerpunkt unserer Angebots-Portfolio-Strategie sind Marken und Produkte mit klarer Social-Media-Relevanz. Wir versuchen, möglichst große Teile der Customer Journey rund um und mit der Hilfe von Social Media zu gestalten. Daher investieren wir umfassend in Datenanalyse, Social Listening, eigene Reichweiten (Social Publishing) und Social-Media-Marketing. Mit Blick auf optimale Verfügbarkeit unserer Produkte setzen wir über den Omnichannel-Vertrieb hinaus auf Exzellenz in Einkauf und Logistik. Kritische Unternehmensprozesse sind dabei ausschließlich inhouse organisiert. Durch den Erwerb der DS Gruppe haben wir insbesondere in den Bereichen Vertrieb, Sourcing, Entwicklung und Logistik an Kompetenz und Ressourcen gewonnen.

Maximale Skalierbarkeit schaffen wir über das Omnichannel-System, Internationalisierung und unserer proprietäre Technologie-Plattform. Der Omnichannel Ansatz ermöglicht den Vertrieb einer Love Brand im Massenmarkt genauso, wie den Verkauf von Nischenprodukten im Longtail-Marketing. LINKS analysiert Interessen, Kaufabsichten und Produktzufriedenheit entlang der kompletten digitalen Customer Journey. Durch die Internationalisierung skalieren wir insbesondere die Umsatzpotenziale unserer Kernmarken. Neben Europa und den USA, die heute den strategischen Schwerpunkt bilden, haben wir mittelfristig Asien als strategischen Zukunftsmarkt identifiziert.

Wichtiger Teil unserer Wachstumsstrategie sind Akquisitionen, insbesondere mit Blick auf unser Produkt- und Markenportfolio sowie die Internationalisierung. Im Rahmen von „Buy-and-Build“ identifizieren wir Entwickler:innen und Hersteller:innen von Produkten mit Social-First-Brand-Potential. Die M&A-Strategie konzentriert sich daher auf Unternehmen, deren Marken und Dienstleistungen über Social Media überdurchschnittlich erfolgreich vermarktet werden können. Darüber hinaus gehören Unternehmen mit besonderen Social-Media- und Social-Commerce-Kompetenzen zu unseren Akquisitionszielen.

Zur Steuerung des Unternehmens und der Tochtergesellschaften werden drei wesentliche Steuerungsgrößen für das Erreichen der strategischen Ziele betrachtet: Umsatzerlöse, Rohertrag (Rohmarge) und das (bereinigte) Ergebnis vor Abschreibungen, Ertragsteuern und Zinsen (EBITDA). Im (bereinigten) EBITDA werden Posten adjustiert, die nicht die zugrunde liegende operative Leistung der Gruppe widerspiegeln und somit aufgrund ihrer Bedeutung in Bezug auf Größe und Art im (bereinigten) EBITDA adjustiert werden. Die Bereinigungen erfolgen, um die Effektivität und den

Erfolg unserer Buy-and-Build-Strategie zu evaluieren und die Performance zu kommunizieren. Beispiele für angepasste Posten sind Kosten im Zusammenhang mit Akquisitionen (abgeschlossen oder abgebrochen) und der Integration der erworbenen Gesellschaften in die Gruppe, Refinanzierungskosten, aktienbasierte Vergütungen, einmalige Kosten im Zusammenhang mit der Einrichtung von Vertriebs- und Logistikeinrichtungen, Kosten für die Entwicklung und Integration von IT-Systemen und IT-Plattformen und Kosten für die Vorbereitung der Marktstrategie sowie Kosten zur Erschließung neuer Märkte. Nicht angepasst werden Kosten und Erlöse, die im Zusammenhang mit Desinvestitionen stehen, da diese als ein Ausfluss des Erfolges unserer Buy-and-Build-Strategie verstanden werden.

Dies steht im Einklang mit der Art und Weise, wie die finanzielle Leistung vom Management gemessen und gesteuert wird. Wir sind der Auffassung, dass das (bereinigte) EBITDA dem Abschlussadressaten nützliche Informationen über unsere unternehmerische und finanzielle Performance bereitstellt und Transparenz hinsichtlich der Basis für die Entscheidungsfindung des Vorstands schafft.

Die Steuerung des Konzerns auch über nichtfinanzielle Leistungsindikatoren befindet sich derzeit noch im Aufbau. Aktuell gibt es ausschließlich für den B2C Bereich des Segments Social Commerce nicht-finanzielle Leistungsindikatoren, deren Entwicklungen monatlich von den Entscheidungsträger:innen analysiert werden. Die bedeutsamsten nicht-finanziellen Leistungsindikatoren sind hierbei die Gesamtanzahl der Direktkunden:innen, die Anzahl der Bestellungen sowie die durchschnittliche Warenkorbwert. Bei der Kennzahl Anzahl Kunden:innen wird des Weiteren zwischen „Direct-to-Consumer-Kunden:innen“ und „Kunden:innen von Online Marktplätzen“ unterschieden. Im B2B Be-

reich des Segments Social Commerce sowie in den Segmenten Social Media und Retail (DS Gruppe) existieren aktuell noch keine nichtfinanziellen Leistungsindikatoren.

1.5 Forschung und Entwicklung

Unseren Ansatz, wie wir Produkte und Marken entwickeln, definieren und leben wir als „smart customer centric“. Wir begleiten Kund:innen nicht nur möglichst nahtlos entlang ihrer Customer Journey. Verbraucher:innen sind gleichzeitig Dreh- und Angelpunkt unserer Produktions- und Wertschöpfungskette.

Social Media hilft uns, Verbraucher:innen-Trends schnell zu erkennen und Produktwünsche abzuleiten. Wir analysieren Social-Media-Verhalten unserer eigenen Communities mit mehr als 86 Millionen Follower:innen und kennen die Transaktionsdaten unseres E-Commerce-Geschäfts. Social Media ersetzt in vielen Fällen teure und langwierige Entwicklungsphasen von Produkten, weil wir aus unzähligen Informationen von Verbraucher:innen Artikel entwickeln, die passgenau auf die Bedürfnisse ihrer Zielgruppen ausgerichtet sind. Das ist effizient und nachhaltig zugleich. Social Media kann zudem teure klassische Werbe-Kampagnen komplett ersetzen. Communities, Top-Influencer:innen, Mikro-Influencer:innen-Netzwerke und kreative Social-Media-Kampagnen schaffen Bekanntheit und Beliebtheit, wirtschaftlich und zielgruppengenau.

Forschung und Entwicklung innerhalb der Social Chain Gruppe konzentriert sich vor diesem Hintergrund auf Analyse großer Datenmengen, Produktentwicklung und adressierbares Marketing. Wesentlicher Bestandteil dieses Systems ist eine proprietäre, vollständig cloud-basierte Technologieplattform: LINKS verbindet Datenpunkte aus Social Commerce, E-Commerce. Das System analysiert Follower- und Konsumenteninteressen, Kaufabsichten und Produktzufriedenheit entlang der gesamten digitalen Journey. Dabei integriert das System auch Third-Party-Daten sowie Offline-Information aus stationären Handelsbeziehungen und Marktanalysen.

Außerdem sind Investitions- und Aufwandsschwerpunkt für Forschung & Entwicklung die Experten-Think-Tanks der Social Chain Agency und des Performance-Marketing-Spezialist:innen MINT. Da diese Fachleute, deren Wissen der ganzen Social Chain Gruppe zugutekommt, auch für Drittkunden:innen arbeiten, ist eine exakte Abgrenzung der Aufwendungen in diesem Bereich nicht trennscharf darstellbar. Hinzu kommen eigene Produktentwicklungsteams für unsere in Kategorien „Home & Living“, „Food“ sowie „Beauty & Health“.

2 Wirtschaftsbericht

2.1 Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen

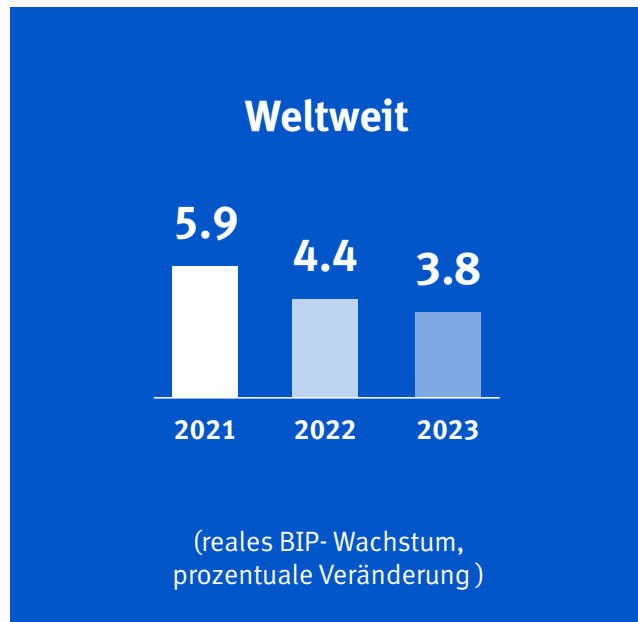
Deutschland, der Kernmarkt der TSC AG, verzeichnete in 2021 nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes (Destatis) einen Anstieg von 2,7 % des preis- und kalenderbereinigten Bruttoinlandsproduktes (BIP). Hierbei war die konjunkturelle Entwicklung auch im Jahr 2021 stark abhängig vom Corona-Infektionsgeschehen und den damit einhergehenden Schutzmaßnahmen. Erschwerend waren zudem zunehmende Liefer- und Materialengpässe. Im Vergleich zum Jahr

2019, dem Jahr vor Beginn der Corona-Pandemie, war das BIP 2021 noch um 2,0 % niedriger.¹

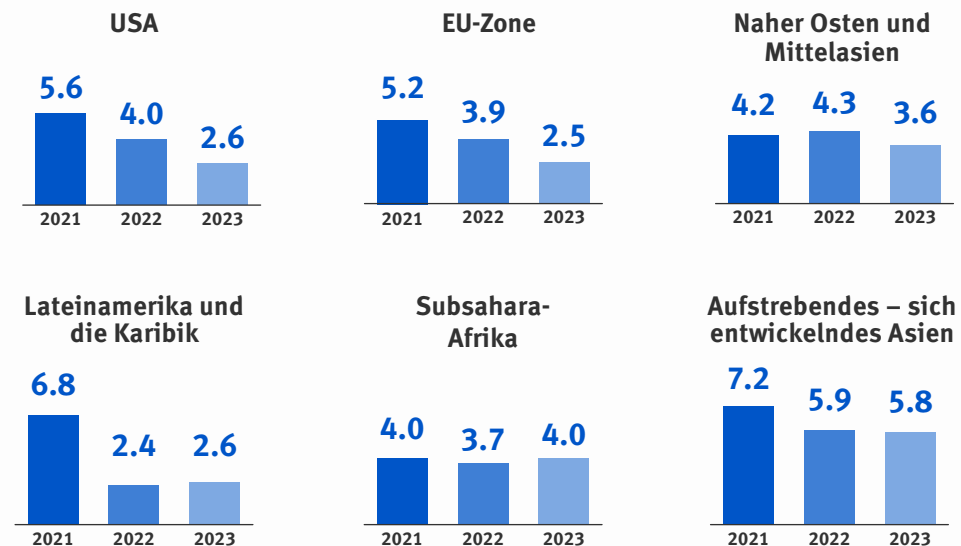
Eine Besonderheit im Jahr 2021 war der deutliche Anstieg der Verbraucherpreise. Während im Vorjahr in Deutschland die Inflationsrate im Durchschnitt noch bei 0,5 % lag, stiegen die Verbraucherpreise im Jahresdurchschnitt 2021 um 3,1 % gegenüber 2020. Eine höhere Jahresteuersatzrate als im Jahr 2021 wurde zuletzt vor fast 30 Jahren ermittelt. Ausschlaggebend waren vor allem die hohen monatlichen Inflationsraten im zweiten Halbjahr 2021.² Dieser Trend setzt sich auch in

2022 fort und im März zeigte sich, auch bedingt durch die Rohstoffpreisentwicklung im Zuge des Krieges in der Ukraine, eine Inflationsrate in Höhe von 7,3 %.

Laut IWF konnte sich die Weltwirtschaft im Vergleich zur deutschen Wirtschaft stärker in 2021 erholen. Demnach lag der weltweite Anstieg des BIPs bei 5,9 %. Die USA und der Euroraum, die nach Deutschland die wichtigsten Märkte der TSC AG darstellen, verzeichneten hierbei Anstiege von 5,6 % bzw. 5,2 %. Auch in diesen beiden Märkten war das Phänomen hoher Inflationsraten insbesondere in der zweiten Jahreshälfte 2021 präsent.



World Economic Outlook Update Januar 2020 Wachstumsprognosen nach Regionen (prozentuale Veränderung)



¹ https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2022/01/PD22_020_811.html

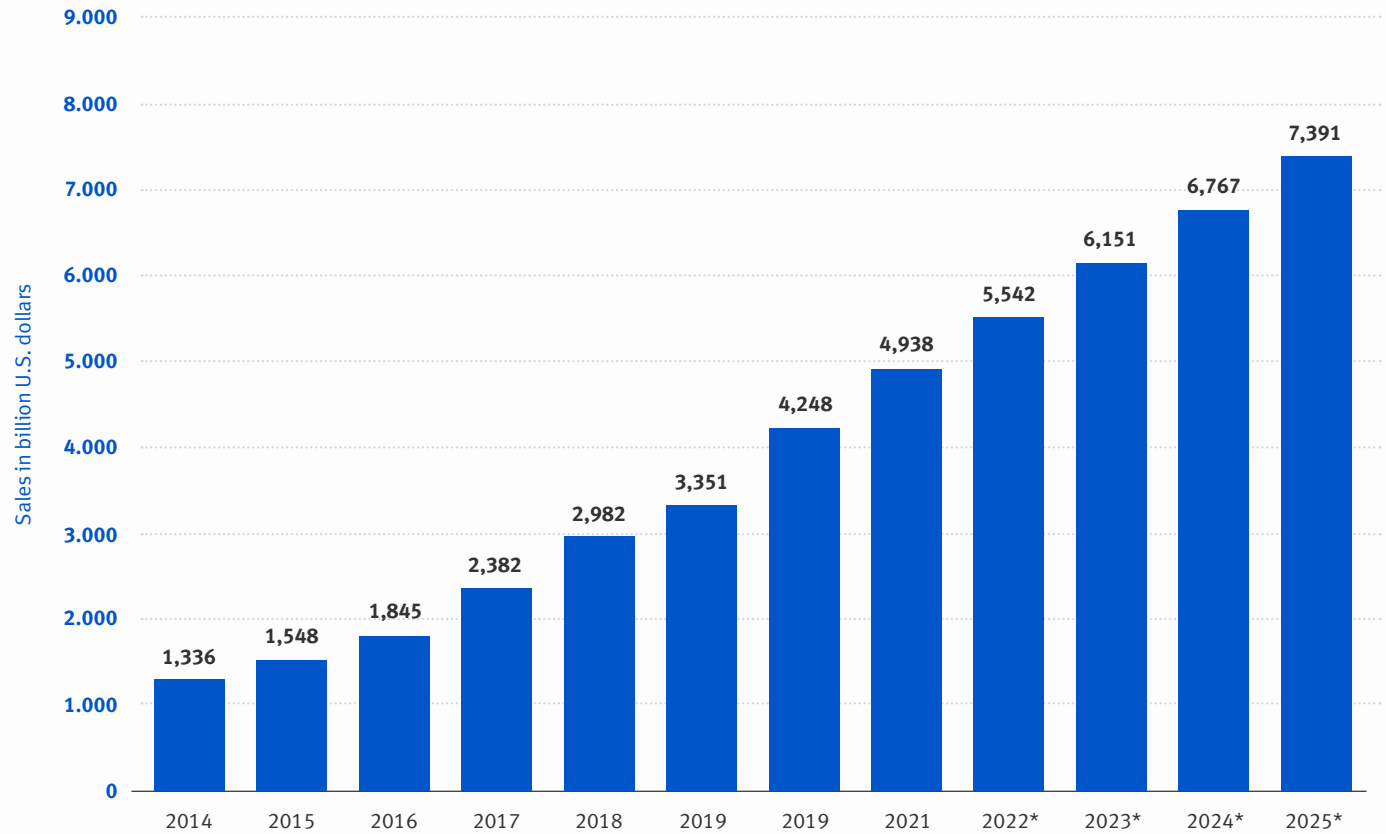
² https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2022/01/PD22_025_611.html

Source: IMF, World Economic Outlook Update, January 2022.
Note: Order of bars for each group indicates (left to right): 2021, 2022 projections, and 2023 projections.

Überdurchschnittlich im Vergleich zur Gesamtwirtschaft verlief die globale Entwicklung des E-Commerce-Sektors. Die Umsätze stiegen 2021 auf USD 4,94 Billionen (2020: USD 4,25 Billionen). Dies entspricht einem Wachstum von 11,5 %.³

In Deutschland stieg der Brutto-Umsatz im E-Commerce im Jahr 2021 um 19,0 % auf EUR 99,1 Mrd. (2020: EUR 83,3 Mrd.). Damit bleibt das Segment auf einem klaren Wachstumspfad, vor allem wenn man bei der Betrachtung den Food-Bereich mit starkem Retail-Anteil herausrechnet. 2020 war es noch jeder achte Euro, den Verbraucher:in im Onlinehandel ausgegeben haben. Bereinigt man die Umsätze um Lebensmittel-Einkäufe, hat die E-Commerce-Branche mit Waren 2021 (ohne digitale Dienstleistungen) sogar jeden fünften im Einzelhandel ausgegeben Euro verbucht. Der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel (BEVH) beziffert den Brutto-Umsatz mit Waren im E-Commerce 2021 auf EUR 99,1 Mrd. nach EUR 83,3 Mrd. im Jahr 2020. Das Wachstum im Vergleich zu 2020 liegt bei 19 % und hat sich damit weiter beschleunigt. 2020 wuchs die E-Commerce-Branche um 14,6 % im Vergleich zum Vorjahr. Auffällig, gerade mit Blick auf Social Shopping: Bereits 40 % des Umsatzes wurde 2020 in Deutschland über mobile Endgeräte erwirtschaftet.

Handelsumsatz im E-Commerce weltweit von 2014 bis 2025
(in billion U.S. dollars)



* Forecast

Quelle: Statista 2022⁴

³ <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/>

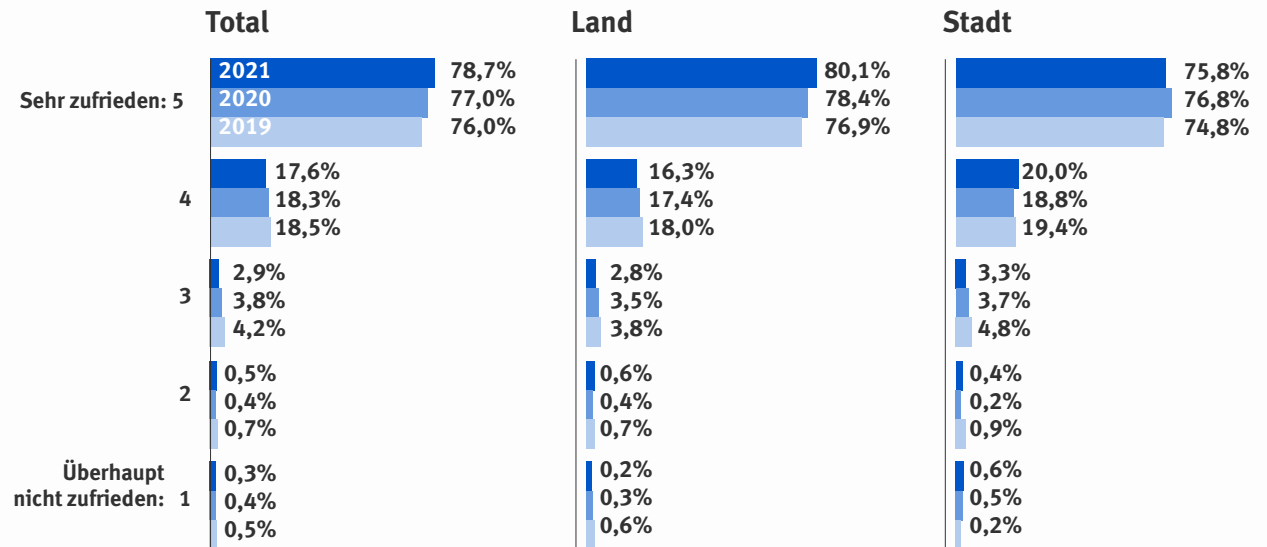
⁴ <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/>

Einen wesentlichen Treiber für das Wachstum sieht der BEVH in der verlässlichen Leistung des digitalen Handels. Die Zufriedenheit der Verbraucher:innen beim E-Commerce steigt weiter. Insgesamt zeigten sich laut einer Befragung des Verbandes 2021 78,8 % der Konsument:innen als „sehr zufrieden“ (2020: 78,8 %). Besonders hoch ist die Zufriedenheit in nicht-urbanen Gebieten mit geringeren Retail-Angeboten vor Ort. Hier stieg die Zufriedenheit mit „sehr gut“-Bewertungen von 78,4 % (2020) auf 80,1 % im Jahr 2021.

Die breite Verfügbarkeit von Internetzugängen als wesentliche Voraussetzung für E-Commerce nähert sich stetig der Vollversorgung. In Deutschland ist die Internetnutzung im Jahr 2021 auf 78,8 Millionen Nutzer:innen angestiegen (2020: 77,8 Millionen Nutzer:innen⁶). Das macht 95 % der Gesamtbevölkerung von Deutschland aus (2021: 83,2 Millionen Einwohner:innen).⁷

Betrachtet man hierbei Personen ab 16 Jahren, die stationäre und/oder mobile Angebote im Internet nutzen, beläuft sich die Zahl auf 61,14 Millionen Personen (Stand 01.12.2021).⁸ Für das Onlineshopping nutzen die Deutschen am liebsten ihr Smartphone. Auch in anderen Ländern findet Mobile Commerce einen immer höheren Stellenwert. Das trägt dazu bei, dass Einkäufe im Internet aus dem Alltag vieler Menschen nicht mehr wegzudenken sind. Etwa ein Drittel der Internetnutzer:innen kauft mindestens einmal im Monat online ein.⁹ Dies lässt sich auch mit folgenden Zahlen nochmals unterstreichen: Die Anzahl der Mobil-Internetnutzer:innen in Deutschland im Januar 2021 ist im Vergleich zum Vorjahr auf 112,9 Millionen gestiegen (+1,6 %), was 134,7 % der Einwohner:innen entspricht.¹⁰

Zufriedenheit mit E-Commerce steigt weiter 96,3 % aller Kunden „zufrieden“ / „sehr zufrieden“



Basis: Käufe. Ohne Verkäufe von privat über Online-Marktplätze
Quelle: BEVH⁵

⁵ https://www.bevh.org/fileadmin/content/05_presse/Pressemitteilungen_2022/202126_-_Pra__sentation_bevh_Jahrespressegesprach_2022.pdf, Seite 16

⁶ <https://datareportal.com/reports/digital-2021-germany?rq=germany>

⁷ <https://www.internetworldstats.com/stats4.htm>

⁸ https://www.agof.de/?wpfb_dl=8566

⁹ <https://de.statista.com/themen/247/e-commerce/#dossierKeyfigures>

¹⁰ <https://datareportal.com/reports/digital-2021-germany?rq=germany>

Weltweit betrachtet gab es im Jahr 2021 insgesamt 4,88 Milliarden Internetnutzer:innen und 4,62 Milliarden Social-Media-Nutzer:innen.¹¹ Damit nähern sich Internetnutzung und Social-Media-Nutzung immer weiter an. Das globale Wachstum der Social-Media-User:innen stieg im vergangenen Jahr (Basis: Stichtagsbetrachtung Januar 2022/2021) auf hohem Niveau um 10 % (2020: 4,20 Millionen Social-Media-Nutzer:innen).

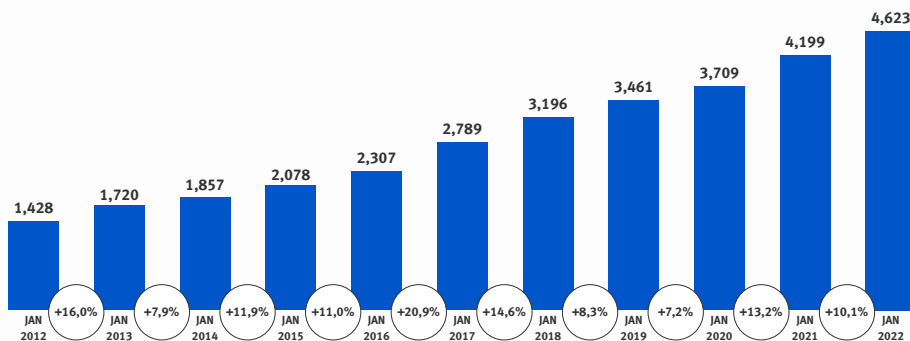
Wichtig für die Geschäftstätigkeit des TSC Konzerns: Fast jeder zweite Social-Media-User weltweit nutzt Social Media auch, um sich mit Marken zu beschäftigen, beziehungsweise im Verlauf der Customer Journey sich über Produkte zu informieren. Auch für die Zielgruppe der über 35-Jährigen wird Social Media als Informationsquelle beim Einkaufen immer wichtiger.

Die immer stärkere Bedeutung von Social Media zeigt sich auch in der Entwicklung der Werbeausgaben. Laut

der Studie „Advertising Expenditure Forecasts“ von Zenith, Düsseldorf hat sich der globale Werbemarkt nach Covid19 insgesamt stark erholt und verzeichnet 2021 ein Wachstum um 15,6 % auf USD 705 Mrd.¹³ Ausgaben für Social-Media-Marketing stiegen demnach um 25 % im Vergleich zum Vorjahr. Auch in Deutschland investieren Werbungtreibende immer stärker in digitale Kommunikationskanäle: rund EUR 11 Mrd. in 2021, 10% mehr als im Vorjahr.¹⁴

Nutzer:innen sozialer Medien im Zeitverlauf

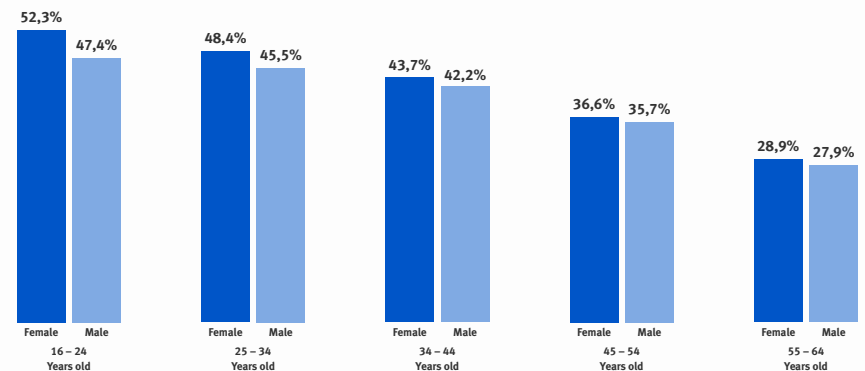
Anzahl der Nutzer:innen sozialer Medien (in Millionen) und jährliche Veränderung (Hinweis: Nutzer:innen stellen möglicherweise keine Einzelpersonen dar), Jan. 2022



Quelle: We Are Social, Digital 2021¹²

Nutzung von sozialen Netzwerken für die Markenforschung

Prozentualer Anteil der Internetnutzer:innen, die soziale Netzwerke nutzen, um sich über Marken und Produkte zu informieren, Jan. 2022



Source: GWI (Q3 2021). Die Zahlen sind das Ergebnis einer breit angelegten weltweiten Umfrage unter Internetnutzer:innen zwischen 16 und 64 Jahren. Siehe [GWI.com](https://www.gwi.com) für Details.

¹¹ <https://datareportal.com/reports/digital-2021-october-global-statshot>

¹² <https://wearesocial.com/digital-2021>

Quelle, gültig auch für folgende auszugsweise Erwähnungen: DIGITAL 2021, GLOBAL OVERVIEW REPORT

¹³ <https://www.zenithmedia.com/digital-advertising-to-exceed-60-of-global-adspend-in-2022/>

¹⁴ https://www.markenartikel-magazin.de/_rubric/detail.php?rubric=marke-marketing&nr=44344

2.2 Geschäftsverlauf

2.2.1 Ergebnisentwicklung

Der Konzernumsatz erhöhte sich im Geschäftsjahr 2021 von EUR 130,1 Mio. auf EUR 182,6 Mio. auf EUR 312,7 Mio. Diese Entwicklung ist einerseits auf anorganisches Wachstum, hier insbesondere die Carl-Wilhelm-Clasen Gruppe, die zum 31. Dezember 2020 erworben wurde und nun im aktuellen Geschäftsjahr EUR 57,2 Mio. Umsatz beisteuerte, als auch die DS Gruppe, die im Dezember 2021 weitere EUR 21,6 Mio. beisteuerte, sowie andererseits – trotz weiterhin anhaltender pandemischer Lage – auf organisches Wachstum sowohl im Social-Commerce-Geschäft, hier insbesondere im Vertical „Foodchain“, als auch im Agenturgeschäft, zurückzuführen.

Das EBITDA aus fortgeführtem Geschäft verminderte sich von EUR -7,4 Mio. im Jahr 2020 auf EUR -15,6 Mio. auf EUR -23,0 Mio. im Geschäftsjahr 2021. Hierin enthalten sind Sondereffekte aus unter anderem den zusätzlichen Sonderprojekten IFRS Umstellung, Uplisting Prime Standard sowie der Financial Due Diligence und der Integration der DS Gruppe.

Das Konzernergebnis aus fortgeführtem Geschäft beträgt im Berichtsjahr EUR -80,5 Mio. (Vorjahr EUR -25,1 Mio.).

Der operative Cashflow des Konzerns belief sich auf einen Mittelzufluss in Höhe von EUR 22,9 Mio. (Vorjahr Mittelabfluss in Höhe von EUR -24,7 Mio.), der Cashflow aus Investitionstätigkeit belief sich auf einen Mittelabfluss in Höhe von EUR -110,4 Mio. (Vorjahr EUR -6,1 Mio.), sodass sich der frei verfügbare Cashflow, definiert als Summe aus operativem- und Investitions-Cashflow, auf EUR -87,5 Mio. (Vorjahr EUR -30,8 Mio.) beläuft.

Der Anstieg der Umsatzerlöse spiegelt sich auch in der Entwicklung der bedeutsamsten nichtfinanziellen Leistungsindikatoren des B2C Bereichs des Segments Social Commerce wider. Im Vergleich zum Vorjahr stieg die Anzahl der Bestellungen um 74 % von 1,34 Mio. Bestellungen in 2020 auf 2,33 Mio. Bestellungen in 2021. Die Kundenbasis ist im gleichen Zeitraum um 50 % von 1,13 Mio. Privatkunden:innen Ende 2020 auf 1,69 Mio. Privatkunden:innen Ende 2021 angestiegen, hier insbesondere mit einem Anstieg von 0,4 Mio. Kunden:innen in 2020 auf 0,9 Mio. Kunden:innen (+117 %) in dem margenstarken Direct-to-Consumer-Vertriebskanal. Dieser Anstieg unterstreicht die Markenstärke der Social Chain Produkte. Im Vertriebskanal Online Marktplätze stieg die Kundenbasis von 0,7 Mio. Privatkunden:innen Ende 2020 auf 0,8 Mio. Privatkunden:innen Ende 2021, was einem Anstieg von 12 % entspricht. Der durchschnittliche Warenkorbwert hat sich im Vergleich zum Vorjahr von durchschnittlich EUR 65,19 in 2020 auf durchschnittlich EUR 66,29 in 2021 erhöht und lag im vierten Quartal 2021 bei durchschnittlich EUR 72,67.

2.2.2 Unternehmenserwerbe

Geprägt ist das Geschäftsjahr 2021 des TSC Konzerns durch den Erwerb der DS Holding GmbH (zusammen mit den Tochterunternehmen die „DS Gruppe“), Stapelfeld, welche mit Kaufvertrag vom 19. Oktober 2021 zu 100 % übernommen wurde. Finales Closing der Transaktion erfolgte zum 8. Dezember 2021. Die DS Gruppe wird daher ab diesem Zeitpunkt in den Konzern einbezogen.

Die DS Gruppe ist ein international agierendes Marken- und Handelsunternehmen mit über 5.000 Produkten. Das Unternehmen ist erfolgreich in der Entwicklung,

Vermarktung und Vertrieb eigener Produkte und Marken. Die DS Gruppe zählt zu den großen Lieferanten von Artikeln für den Lebensmitteleinzelhandel, Discounter, Drogerien, Teleshopping, Baumärkte, SB-Warenhäuser, Cash & Carry, Fachhandel, Warenhäuser sowie Online- und Versandhändler in Europa. Organisatorisch besteht die DS Gruppe, einschließlich der DS Holding GmbH, aus 22 Tochterunternehmen, 49 Beteiligungen und 3 assoziierten Unternehmen. Die Unternehmensgruppe erzielte im Kalenderjahr 2021 einen Umsatz von EUR 318,4 Mio., wovon EUR 21,6 Mio. in den Konzernabschluss 2021 der TSC AG eingeflossen sind. Die DS Gruppe beschäftigte zum 31. Dezember 2021 insgesamt 457 Mitarbeitende.

Weitere Akquisitionen betreffen den Erwerb der Vonmählen GmbH, Lüneburg, einer Gesellschaft mit dem Zweck des Online-Vertriebs von Handyzubehör, sowie den Erwerb der MINT Marketing Agency LLC, Los Angeles/CA, Vereinigte Staaten, eine Medienagentur für kleine und mittelständische Firmenkunden:innen in den USA.

Für weiterführende Details wird auf die Angaben im Konzernanhang in Abschnitt 1.5.2 verwiesen.

2.2.3 Sonstige Veräußerungen und Veräußerungsgruppen als zur Veräußerung gehalten

KoRo Handels GmbH

Ein Anteilskaufvertrag, durch eine am 5. Juli 2021 ausgeübte, den Minderheitsgesellschafter:innen der KoRo Handels GmbH („KoRo“) vertraglich eingeräumte Option auf Annahme des Angebots der TSC AG, sämtliche zu diesem Zeitpunkt von den Minderheitsgesellschafter:innen gehaltenen Geschäftsanteile an

der KoRo Handels GmbH an die TSC AG zu veräußern, kam letztlich nicht wirksam zustande. Nach den vertraglichen Regelungen sollte sich der Put-Optionskaufpreis auf Basis einer von der Gesellschafterversammlung beschlossenen Unternehmensplanung berechnen und jeweils hälftig in Bar und in Aktien zu zahlen sein. Nachdem zwischen den Parteien Uneinigkeit hinsichtlich der wirksamen Ausübung der Option durch die Minderheitsgesellschafter:innen sowie bezüglich des Kaufpreises bestand, beschloss der Vorstand der TSC AG im Einvernehmen mit den Minderheitsgesellschaftern der KoRo erstmals in Q4 2021, einen weiteren Investor:innen und Erwerber:innen eines wesentlichen Anteils an der KoRo Handels GmbH zu finden und in Folge dessen die mehrheitsvermittelnde Gesellschafterposition gegen Zahlung eines Barkaufpreises aufzugeben.

Daher hat der Konzern sämtliche Vermögensgegenstände und Schulden der KoRo sowie des vollkonsolidierten Tochterunternehmens Koro Eis GmbH, Berlin, zum 31. Dezember 2021 als zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte bzw. Schulden klassifiziert.

Zu den Vermögensgegenständen der KoRo gehören auch die folgenden Tochterunternehmen bzw. Beteiligungen:

- Meine Spielzeugkiste GmbH, Berlin (100 % Beteiligungsquote)
- WT Foodcom GmbH, Berlin (25,0 % Beteiligungsquote)

Eine Abwertung der Vermögensgegenstände war zum Bilanzstichtag nicht vorzunehmen. Zu weiteren Details wird auf die Angaben im Konzernanhang im Abschnitt

4.12 „Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte und Schulden“ verwiesen.

Die KoRo Handels GmbH ist dem Segment Social Commerce zugeordnet.

FFLV-Gruppe

Zum 31. Dezember 2021 hat der Konzern ebenso die nach der-Equity-Methode bilanzierte Beteiligung an der FFLV Inc. („FFLV-Gruppe“), Conroe, Texas, USA sowie zwei an die FFLV-Gruppe gewährte Darlehen als zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte klassifiziert. Die Beteiligung an der FFLV-Gruppe wurde auf EUR 0,9 Mio. und die Darlehen auf EUR 2,2 Mio. abgewertet.

Zu den Beteiligungsgesellschaften der FFLV-Gruppe gehörten insbesondere die folgenden Unternehmen:

- A4D Inc., Karlsbad (USA); ein auf digitales Performance Marketing spezialisiertes Unternehmen (4,9 % indirekte Beteiligung der TSC AG)
- Coral LLC, Carson City (USA); ein Konsumgüterunternehmen, das Mundhygieneprodukte und Nahrungsergänzungsmittel vertreibt (24,99 % indirekte Beteiligung der TSC AG)

Im Juni 2021 hat das Management des Konzerns beschlossen, die Beteiligung an der FFLV einzustellen, da die FFLV Group nicht in das Beteiligungsportfolio des Konzerns passt.

Die Beteiligung an der FFLV-Gruppe wird unverändert nach der Equity-Methode bewertet (Auswirkung auf das Konzernergebnis 2021 TEUR -1.738) und das an die FFLV-Gruppe gewährte Darlehen wird zu fortgeführ-

ten Anschaffungskosten bilanziert (Auswirkung auf das Konzernergebnis 2021 TEUR -243).

Zu weiteren Details wird auf die Angaben im Konzernanhang im Abschnitt 4.12 „Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte und Schulden“ verwiesen.

Die FFLV-Gruppe ist dem Segment Holding/Other zugeordnet.

2.3 Lage des Konzerns

2.3.1 Ertragslage des Konzerns

Die Ertragslage des Konzerns entwickelte sich wie folgt:

in Mio. EUR	2021		2020		Veränderung	
Umsatzerlöse	312,7	100,0 %	130,1	100,0 %	182,6	>100,0 %
Materialaufwand*	-202,5	-64,8 %	-67,7	-52,0 %	-134,8	>100,0 %
Rohrertrag (Rohmarge)	110,2	35,2 %	62,4	47,9 %	47,8	76,7 %
EBITDA	-23,0	-7,3 %	-7,4	-5,7 %	-15,6	>100,0 %
Adjustierungen**	17,3	5,5 %	9,0	6,9 %	8,3	92,2 %
EBITDA (bereinigt)	-5,7	-1,8 %	1,6	1,2 %	-7,3	>100,0 %
Abschreibungen und Wertminderungen	-53,8	-17,2 %	-15,5	-11,9 %	-38,3	>100,0 %
Finanzergebnis	-3,8	-1,2 %	-3,1	-2,4 %	-0,7	-22,8 %
Ertragsteuern	0,1	0,0 %	0,8	0,6 %	-0,7	-87,0 %
Konzernergebnis aus fortgeführtem Geschäft	-80,5	-25,7 %	-25,1	-19,3 %	-55,3	>100,0 %
Ergebnis aus nicht fortgeführtem Geschäft	-1,1	-0,4 %	-0,6	-0,4 %	-0,5	-81,7 %
Konzernergebnis	-81,6	-26,1 %	-25,7	-19,7 %	-55,8	>100,0 %

* einschl. Bestandsveränderungen

** Im Geschäftsjahr wurden Uplisting-Kosten in Höhe von EUR 6,7 Mio. (2020: EUR 1,5 Mio.), Aktienbasierte Vergütungen in Höhe von EUR 3,6 Mio. (2020: EUR 5,6 Mio.), Kosten für M&A und Finanzierung in Höhe von EUR 4,3 Mio. (2020: EUR 0,8 Mio.), Anlaufverluste in Höhe von EUR 1,7 Mio. (2020: EUR 0) sowie sonstigen Kosten in Höhe von EUR 1,0 Mio. (2020: EUR 1,1 Mio.) adjustiert.

Im Jahr 2021 erhöhte sich der Umsatz des TSC Konzerns gegenüber dem Vorjahr um EUR 182,6 Mio. auf EUR 312,7 Mio. Die Vorjahres-Umsatzerlöse sind aus folgenden Gründen nur bedingt vergleichbar mit den Umsätzen des Geschäftsjahres 2021:

- Die Carl-Wilhelm-Clasen Gruppe („BioClasen“), Schwarzenbek, wurde am 17. Dezember 2020 erworben. Ihre Umsatzerlöse (EUR 57,2 Mio.) sind im Geschäftsjahr 2021 für die gesamten 12 Monate berücksichtigt. Im Geschäftsjahr 2020 sind keine Umsatzerlöse der BioClasen enthalten.
- Die DS Gruppe wurde am 8. Dezember 2021 erworben. Im Geschäftsjahr 2021 sind die Umsatzerlöse der DS Gruppe für den Monat Dezember in Höhe von EUR 21,6 Mio. berücksichtigt. Im Geschäftsjahr 2020 ist die DS Gruppe nicht enthalten.
- Am 11. Februar 2021 erwarb der Konzern im Rahmen eines Asset Deals das gesamte Geschäft der ehemaligen Vonmählen GmbH (in Liquidation), Lüneburg, und begründete somit die neue Vonmählen GmbH („Vonmählen“), Lüneburg, die in 2021 mit dem Vertrieb und Handel mit Smartphone-Accessoires weitere EUR 7,3 Mio. beisteuerte.
- Die zum 22. Mai 2021 erworbene Mint Marketing Agency Inc. („MINT“), eine Marketingagentur für kleine und mittelständische Unternehmen in den USA, steuerte in 2021 weitere EUR 1,1 Mio. bei.

Zu den Unternehmenszusammenschlüssen verweisen wir auf die detaillierten Angaben im Konzernanhang in Abschnitt 1.5.2.

Der Umsatz des Konzerns teilt sich auf die folgenden Segmente auf:

in Mio. EUR	2021	2020
Umsatzerlöse aus Social Commerce	239,4	104,5
Umsatzerlöse aus Social Media	49,9	24,6
Umsatzerlöse aus Retail (DS Gruppe)	21,6	-
Sonstige Umsatzerlöse	1,9	1,0
Umsatzerlöse	312,7	130,1

Trotz der über das gesamte Kalenderjahr 2021 weltweit anhaltenden pandemischen Lage konnten die Social-Commerce-Gesellschaften einen signifikanten Umsatzanstieg erzielen.

Insbesondere das Vertical „Foodchain“ des TSC Konzerns, u.a. mit den Gesellschaften KoRo Handels GmbH („KoRo“), Berlin und der Carl-Wilhelm-Clasen Gruppe („BioClasen“), Schwarzenbek, wuchs im Vergleich zum Vorjahr weiterhin überdurchschnittlich, mit einem Umsatzwachstum von +53,0 % auf EUR 118,9 Mio. im Vergleich zum pro forma Umsatz in 2020 (EUR 77,7 Mio.). Insbesondere die KoRo konnte ihre Umsätze im aktuellen Geschäftsjahr um EUR 41,0 Mio. von EUR 20,7 Mio. im Vorjahr auf EUR 61,6 Mio. in 2021 steigern, im Wesentlichen bedingt durch die sehr erfolgreich fortgeführte Marktwachstums- und Marktdurchdringungsstrategie der Gesellschaft.

Organisches Umsatzwachstum konnten sowohl das Vertical Home & Living als auch das Vertical Beauty & Health verzeichnen. Im Vertical Home & Living konnten die Umsätze um EUR 15,6 Mio. auf EUR 67,7 Mio. gesteigert werden. Das Vertical Beauty & Health verzeichnete ein Wachstum von EUR 25,0 Mio. auf EUR 52,9 Mio., im Wesentlichen getrieben seitens der Media Chain Products GmbH („MCP“), Berlin, die ihre Umsätze im aktuellen Geschäftsjahr um EUR 27,6 Mio. von EUR 21,8 Mio. im Vorjahr auf EUR 49,4 Mio. in 2021 steigern konnte, insbesondere durch umfangreiche Geschäfte mit Produkten zur Eindämmung der COVID Pandemie im ersten Halbjahr 2021.

Ebenso erfreulich ist die Entwicklung des Social-Media-Segments. Hier konnten die weiterhin ausfallenden Umsätze des nur sehr bedingt erfolgten Eventgeschäfts durch signifikanten Umsatzanstieg im Agenturgeschäft weit überkompensiert werden. Ins-

besondere hervorzuheben ist hierbei die Entwicklung unserer US-Agenturen, die ihren Umsatz von EUR 4,0 Mio. in 2020 um EUR 6,6 Mio. auf EUR 10,6 Mio. in 2021 steigern konnten. In unserem deutschen bzw. europäischen Agenturgeschäft erhöhten sich die Umsätze aller Gesellschaften in Summe um EUR 16,4 Mio., wobei insbesondere das Werbe- und Medienagentur- und Beratungsgeschäft den größten Anteil hatte.

Für weitere Details wird, auf die im Anhang zum Konzernabschluss unter Abschnitt 2. Segmentbericht gemachten Erläuterungen, verwiesen.

Der Materialaufwand stieg im Vergleich zum Vorjahr um EUR 134,8 Mio. auf EUR 202,5 Mio. Die Materialeinsatzquote im Bereich Social Commerce erhöhte sich von 53,9 % im Vorjahr auf 66,5 % im Geschäftsjahr 2021, im Wesentlichen bedingt durch Verschiebungen im Produktmix sowie überproportional angestiegene Transportkosten, deren relativer Anteil an den Produktkosten überproportional erhöhte.

Insgesamt erzielte der Konzern einen Rohertrag in Höhe von EUR 110,2 Mio., was somit einem Anstieg von 76,7 % bzw. EUR 47,8 Mio. gegenüber 2020 entspricht.

Das EBITDA verminderte sich von EUR -7,4 Mio. im Geschäftsjahr 2020 auf EUR -23,0 Mio. im Geschäftsjahr 2021. Ursächlich hierfür sind neben der geminderten relativen Rohmarge im Wesentlichen um EUR -43,8 Mio. (-96,3 %) gestiegene sonstige betriebliche Aufwendungen, vor allem aus gestiegenen Rechts- und Beratungskosten im Zusammenhang mit der Akquisition der DS Gruppe sowie dem Uplisting des Konzerns in den geregelten Markt zum 12. November 2021 als auch durch überproportional gestiegene Vertriebskosten - aufgrund weltweit gestiegener Transportkosten.

Die Erhöhung der Aufwendungen für Abschreibungen und Wertminderungen um EUR 38,3 Mio. auf EUR 53,8 Mio. im Geschäftsjahr 2021 (Vorjahr EUR 15,5 Mio.) ist im Wesentlichen auf Wertminderungen auf Geschäfts- und Firmenwerte in Höhe von insgesamt EUR 45,0 Mio. (Vorjahr EUR 9,2 Mio.) zurückzuführen.

Im Finanzergebnis stehen konstanten Zinserträgen in Höhe von EUR 1,7 Mio. (Vorjahr EUR 1,6 Mio.) gestiegene Zinsaufwendungen in Höhe von EUR 9,6 Mio. (Vorjahr EUR 4,4 Mio.) gegenüber. In der Nettobetrachtung erzielte der Konzern Erträge aus der Bewertung von Finanzanlagen zum beizulegenden Zeitwert in Höhe von EUR 6,2 Mio. (Vorjahr Verluste in Höhe von EUR -0,2 Mio.).

Insgesamt wurde das Geschäftsjahr 2021 mit einem Jahresfehlbetrag aus fortgeführtem Geschäft in Höhe von EUR -80,5 Mio. im Vergleich zu EUR -25,1 Mio. im Vorjahr abgeschlossen. Unter Berücksichtigung der Ergebnisse aus aufgegebenen Geschäftsbereichen beträgt der Gesamtjahresfehlbetrag EUR -81,6 Mio. (Vorjahr EUR -25,7 Mio.).

2.3.2 Finanzlage des Konzerns

Kapitalstruktur

Der TSC Konzern finanziert sich sowohl über die Aufnahme von Krediten als auch über Eigenkapital.

Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten und Darlehen (ohne Kontokorrentkredite) stiegen im Geschäftsjahr um EUR 155,4 Mio. auf EUR 201,3 Mio., insbesondere durch die Übernahme von existierenden Finanzkrediten der eingebrachten Gesellschaften in Höhe von EUR 131,6 Mio. sowie durch die Aufnahme neuer Finanzkredite in Höhe von EUR 50,6 Mio. Demgegenüber stehen Tilgungen in Höhe von EUR 26,0 Mio.

Das Eigenkapital des Konzerns beträgt zum 31. Dezember 2021 EUR 196,5 Mio. gegenüber EUR 98,7 Mio. im Vorjahr. Die Eigenkapitalquote belief sich auf 31,0 % (Vorjahr 48,1 %). Für weitere Informationen zur Entwicklung des Eigenkapitals verweisen wir auf Abschnitt 2.3.3 Vermögenslage des Konzerns.

Investitionen

Die Social Chain AG hat in 2021 insbesondere Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände zur Verbesserung der konzernweiten Ablaufprozess und Informationsverwertung vorgenommen, im Wesentlichen in den Aufbau eines konzernweiten BI Tools (EUR 1,2 Mio.) sowie in Implementierung eines systemgestützten Internen Kontroll- und Risikomanagement-Systems (EUR 1,4 Mio.). Bei der Vonmählen GmbH, Lüneburg, fielen Anschaffungskosten für ein ERP-System und die Einrichtung einer Website in Höhe von EUR 0,8 Mio. an.

Die zur BioClasen Gruppe gehörende LGR Nuss & Trockenfrucht Veredelungs GmbH & Co. KG, Schwarzbek, hat im dritten und vierten Quartal umfangreiche Investitionen in die beschlossene Erweiterung ihrer Produktion um eine zweite Produktionslinie vorgenommen, im Wesentlichen durch die Anmietung eines neuen Produktionsstandortes (Aktiviertes Nutzungsrecht in Höhe von EUR 1,4 Mio.) sowie durch sowohl den Erwerb technischer Anlagen (EUR 1,7 Mio.) als auch die Anmietung technischer Maschinen (EUR 2,8 Mio.). Die vollständige Inbetriebnahme wird für Anfang 2022 erwartet. Die Carl-Wilhelm-Clasen GmbH hat in die Anmietung eines weiteren Lagers investiert (EUR 2,7 Mio.).

Weitere wesentliche Investitionen in Form langfristiger Anmietungen haben auch die LINKS Logistik GmbH, Berlin, durch Leasing eines Lagers in Kassel (EUR 1,5 Mio.) sowie die Anmietung von sonstiger Anlagen (EUR 1,1 Mio.), die Social Chain UK und Social Chain US durch wesentliche Modifikation (Erweiterung und Verlängerung) ihrer Mietverträge über Büroflächen (jeweils EUR 0,8 Mio.) sowie die TSC AG durch Verlängerung ihres bestehenden Büromietvertrages (EUR 1,5 Mio.) vorgenommen.

Liquidität

Der Cashflow des Konzerns entwickelte sich wie folgt:

in Mio. EUR	2021	2020
Cashflow aus operativer Tätigkeit	22,9	-24,7
Cashflow aus der Investitionstätigkeit	-110,4	-6,1
Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	94,8	33,5
Auswirkungen von Wechselkursänderungen auf die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	0,1	-0,1
Nettoveränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	7,5	2,6
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Anfang der Periode	9,4	6,8
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende der Periode	16,8	9,4

Der operative Mittelzufluss des Konzerns belief sich im Geschäftsjahr 2021 auf EUR 22,9 Mio. (im Vorjahr: Mittelabfluss in Höhe von EUR -24,7 Mio.). Die Mittelzuflüsse liegen im Wesentlichen in Änderungen des Working Capitals begründet, mit einem positiven Effekt auf den Cashflow in Höhe von EUR 48,8 Mio. (Vorjahr EUR -16,5 Mio.), dem ein negatives Konzernergebnis bereinigt um nicht Cashflow-wirksame Erträge und Aufwendungen in Höhe von EUR -25,9 Mio. (Vorjahr -8,2 Mio.) gegenübersteht.

Der positive Working Capital Effekt ist im Wesentlichen begründet durch die Akquisition der DS Gruppe sowie durch zeitliche Verschiebungen hinsichtlich des Ausgleichs von Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen. Zum 31. Dezember 2021 wurden Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (ohne Berücksichtigung von im Rahmen von Unternehmenstransaktionen erworbenen Forderungen) um EUR 5,9 Mio. im Vergleich zum Vorjahr abgebaut, gleichzeitig sind Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um EUR 53,4 Mio. (inklusive im Rahmen von Unternehmenstransaktionen übernommenen Verbindlichkeiten) im Vergleich zum Vorjahr gestiegen. Demgegenüber steht der Aufbau von Vorratsbeständen (ohne Berücksichtigung von im Rahmen von Unternehmenstransaktionen erworbenen Vorräten) mit einem Effekt auf den Cashflow in Höhe von EUR -20,1 Mio. (Vorjahr EUR -7,5 Mio.). Alle übrigen Working Capital Änderungen haben in Summe einen positiven Effekt von EUR 9,7 Mio.

Der Mittelabfluss aus Investitionstätigkeiten in Höhe von EUR -110,4 Mio. (Vorjahr EUR -6,1 Mio.) beinhaltet im Wesentlichen Auszahlungen für Akquisitionen (abzüglich hierüber erworbener Zahlungsmittel) in Höhe von EUR -103,7 Mio. (Vorjahr EUR -5,2 Mio.), der vor allem auf den Baranteil für den Erwerb der DS Gruppe entfällt. Der verbleibende Effekt geht zum Großteil auf Zu- und Abgänge des immateriellen Anlagevermögens in Höhe von netto EUR -4,1 Mio. (Vorjahr EUR 0,4 Mio.).

Der Mittelzufluss aus Finanzierungstätigkeit betrug für das Geschäftsjahr EUR 94,8 Mio. (Vorjahr EUR 33,5 Mio.), hauptsächlich bedingt durch die Darlehensaufnahmen (inklusive einer begebenen Wandelanleihe) in Höhe von EUR 75,6 Mio. (Vorjahr EUR 30,5 Mio.) bei demgegenüber stehenden Tilgungen in Höhe von EUR -26,0 Mio. (Vorjahr EUR -11,6 Mio.). Barkapitalerhöhungen wurden in Höhe von EUR 52,6 Mio. (Vorjahr EUR 19,7 Mio.) vorgenommen (vgl. Ausführungen zur Vermögenslage in Abschnitt 2.3.3). Die gezahlten Zinsen beziffern sich auf EUR -2,8 Mio. (Vorjahr EUR -2,6 Mio.).

Insgesamt erhöhten sich die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente um EUR 7,4 Mio. von EUR 9,4 Mio. im Vorjahr auf EUR 16,8 Mio. zum 31. Dezember 2021.

2.3.3 Vermögenslage des Konzerns

Die Vermögenswerte des Konzerns entwickelte sich wie folgt:

in Mio. EUR	2021		2020 ¹⁾		Veränderung	
Langfristige Vermögenswerte	368,9	58,3 %	153,9	75,0 %	215,0	>100,0%
Kurzfristige Vermögenswerte	264,4	41,7 %	51,4	25,0%	213,0	>100,0%
Aktiva	633,2	100,0%	205,3	100,0%	428,0	>100,0%

¹⁾ Die Werte weichen von den im Konzernabschluss 2020 berichteten Werte aufgrund der finalen Bewertung des Unternehmenserwerb der Carl Wilhelm Clasen GmbH ab. Siehe hierzu Anhangangabe 1.5.2 im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2021.

Die Entwicklung der Bilanz ist insbesondere geprägt durch die im Geschäftsjahr 2021 getätigten Akquisition sowie dem sehr erfreulichen und teils weit überproportionalen Wachstum einzelner bereits im Geschäftsjahr 2020 erworbener Social-Commerce-Gesellschaften.

Das langfristige Vermögen in Höhe von EUR 368,9 Mio. (Vorjahr EUR 153,9 Mio.) umfasst im Wesentlichen Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von EUR 201,4 Mio. (Vorjahr EUR 103,0 Mio.), immaterielle Vermögenswerte in Höhe von EUR 60,8 Mio. (Vorjahr EUR 21,1 Mio.), Nutzungsrechte in Höhe von EUR 54,3 Mio. (Vorjahr EUR 5,4 Mio.), finanzielle Vermögenswerte in Höhe von EUR 26,4 Mio. (Vorjahr EUR 14,1 Mio.) sowie aktive latente Steuern in Höhe von EUR 4,6 Mio. (Vorjahr EUR 2,8 Mio.).

Der Anstieg der Nutzungsrechte resultiert im Wesentlichen aus dem Erwerb der DS Gruppe und den somit übernommenen Nutzungsrechten für Grund und Boden (EUR 34,7 Mio.) sowie für den Fuhrpark und andere Anlagen (EUR 1,8 Mio.). Zusätzliche Zugänge betreffen vor allem Anmietungen seitens der ehemaligen TSC AG Gruppe von Produktions- und Lagerhallen (EUR 5,6 Mio.), von Büroflächen (EUR 3,1 Mio.) und von technischen Anlagen und Maschinen (EUR 2,8 Mio.) sowie sonstiger Anlagen (EUR 1,1 Mio.).

Im Rahmen von unternehmensindividuellen Kaufpreisallokationen sind beim Erwerb der DS Gruppe immaterielle Vermögenswerte in einer Gesamthöhe von EUR 37,5 identifiziert worden, hiervon Kundenbeziehungen und Auftragsbestände (EUR 24,7 Mio.) sowie Handelsmarken (EUR 12,8 Mio.).

Der Anstieg der Nutzungsrechte resultiert aus dem Erwerb der DS Gruppe und den damit übernommenen Nutzungsrechten für Grund und Boden (EUR 34,7 Mio.) sowie für den Fuhrpark und andere Anlagen (EUR 1,8 Mio.). Zusätzliche Zugänge betreffen vor allem Anmietungen seitens der ehemaligen TSC AG Gruppe von Produktions- und Lagerhallen (EUR 5,6 Mio.), von Büroflächen (EUR 3,1 Mio.) und von technischen Anlagen und Maschinen (EUR 2,8 Mio.) sowie sonstiger Anlagen (EUR 1,1 Mio.).

Die Veränderung der langfristigen finanziellen Vermögenswerte um EUR 12,4 Mio. auf EUR 26,4 Mio. resultiert im Wesentlichen aus dem Zugang von den zum beizulegenden Zeitwert bilanzierten Beteiligungen der DS Impact GmbH in Höhe von EUR 10,9 Mio. sowie durch den Anstieg der Zeitwerte von sonstigen Derivaten um EUR 3,9 Mio. Demgegenüber steht die Veräußerung von Wertpapieren in Höhe von EUR 8,8 Mio.

Der Anteil der langfristigen Vermögenswerte an den gesamten Vermögenswerten beträgt 58,3 % (Vorjahr 75,0 %) und ist nahezu vollständig langfristig finanziert.

Das kurzfristige Vermögen in Höhe von EUR 264,4 Mio. (Vorjahr EUR 51,4 Mio.) setzt sich aus Vorräten, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten sowie sonstigen Vermögensgegenständen zusammen.

Die Vorräte erhöhten sich im Vergleich zum Vorjahr um EUR 85,3 Mio. auf EUR 107,8 Mio., hauptsächlich bedingt durch die im Rahmen des Erwerbs der DS Gruppe

erworbenen Handelswaren in Höhe von EUR 65,3 Mio. sowie aufgrund des Aufbaus der Bestände bei den meisten Social-Commerce- und Retail-Gesellschaften zum Jahresende.

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen erhöhten sich um EUR 64,5 Mio., im Wesentlichen bedingt durch die Übernahme von Forderungen der DS Gruppe zum Akquisitionszeitpunkt in Höhe von EUR 70,6 Mio.

Unter den zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten in Höhe von EUR 22,8 Mio. (Vorjahr EUR 0,0 Mio.) werden alle Aktiva der KoRo Handels GmbH, Berlin, von in Summe EUR 19,6 Mio. sowie die At-Equity bewerteten Anteile an der FFLV (EUR 0,9 Mio.) und die an die FFLV-Gruppe gewährten Darlehen in Höhe von EUR 2,2 Mio. ausgewiesen.

Alle weiteren Positionen der kurzfristigen Aktivseite haben sich nur unwesentlich verändert.

Die Passiva des Konzerns stellen sich wie folgt dar:

in Mio. EUR	2021		2020 ¹⁾		Veränderung	
Eigenkapital	196,5	31,0 %	98,7	48,1 %	97,9	99,2 %
Langfristige						
Schulden	136,5	21,4 %	36,5	17,8 %	99,1	>100,0%
Kurzfristige						
Schulden	301,1	47,6 %	70,1	34,1 %	231,0	>100,0%
Passiva	633,29	100,0%	205,3	100,0%	428,0	>100,0%

¹⁾ Die Werte weichen von den im Konzernabschluss 2020 berichteten Werte aufgrund der finalen Bewertung des Unternehmenserwerb der Carl Wilhelm Clasen GmbH ab. Siehe hierzu Anhangangabe 1.5.2 im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2021.

Das Eigenkapital des Konzerns entwickelte sich wie folgt:

in Mio. EUR	2021		2020		Veränderung	
Gezeichnetes Kapital	15,5	7,9 %	11,3	11,5 %	4,2	36,8 %
Kapitalrücklage	335,3	170,6 %	167,2	169,4 %	168,1	>100,0 %
Kumuliertes übriges Eigenkapital (OCI)	1,5	0,8 %	-0,2	-0,2 %	1,6	>100,0 %
Gewinnrücklagen	-4,4	-2,2 %	-9,1	-9,2 %	4,7	-51,4 %
Gewinnvortrag	-153,3	-78,0 %	-72,8	-73,8 %	-80,5	>100,0 %
Nicht beherrschende Anteile	1,9	1,0 %	2,2	2,2 %	-0,3	-11,7 %
Eigenkapital	196,5	100,0 %	98,7	100,0 %	97,9	99,2 %

Zum 31. Dezember 2021 weist der Konzern ein Eigenkapital in Höhe von EUR 196,5 Mio. aus (Vorjahr EUR 98,7 Mio.). Die Eigenkapitalquote belief sich auf 31,0 % (Vorjahr 48,1 %).

In den Geschäftsjahren 2020 und 2021 wurden die folgenden Kapitalerhöhungen vorgenommen:

- Am 27. Februar 2020 erfolgte eine Erhöhung des Grundkapitals um EUR 0,2 Mio. sowie der Kapitalrücklage um EUR 3,7 Mio. durch Einbringung der Anteile an der Urbanara GmbH gegen Ausgabe neuer Anteile.
- Am 11. März 2020 erfolgt eine Erhöhung des Grundkapitals um EUR 0,1 Mio. sowie der Kapitalrücklage um EUR 1,44 Mio. durch Einbringung zusätzlicher Anteile an der Solidmind Nutrition GmbH gegen Ausgabe neuer Anteile.

- Am 14. Juli 2020 erfolgt eine Erhöhung des Grundkapitals um insgesamt EUR 0,1 Mio. sowie der Kapitalrücklage um EUR 2,7 Mio. durch Einbringung zusätzlicher Anteile an der KoRo Handels GmbH gegen Ausgabe neuer Anteile sowie durch Einbringung der Anteile an der drtv GmbH gegen Ausgabe neuer Anteile.
- Am 12. August 2020 erfolgt eine Barkapitalerhöhung in Höhe von EUR 10,1 Mio., durch Ausgabe neuer Anteile am Grundkapital von EUR 0,5 Mio. sowie durch Einzahlung in die Kapitalrücklagen in Höhe von EUR 9,6 Mio.
- Am 8. Dezember 2020 erfolgt eine weitere Barkapitalerhöhung in Höhe von EUR 10,0 Mio., durch Ausgabe neuer Anteile am Grundkapital von EUR 0,5 Mio. sowie durch Einzahlung in die Kapitalrücklagen in Höhe von EUR 9,5 Mio.

- Am 18. Januar 2021 erfolgte eine Erhöhung des Grundkapitals um EUR 0,1 Mio. sowie der Kapitalrücklage um EUR 1,9 Mio. durch Einbringung der Anteile an der Clasen Bio gegen Ausgabe neuer Anteile.
- Am 7. April 2021 erfolgte eine Erhöhung der Kapitalrücklage um EUR 3,5 Mio. durch Ausgabe von Wandelanleihen. Für weitere Ausführungen zur Wandelanleihe verweisen wir auf die Angabe im Konzernanhang in Abschnitt 4.15.
- Am 12. Juli 2021 erfolgte eine Erhöhung des Grundkapitals um EUR 0,01 Mio. sowie der Kapitalrücklage um EUR 0,2 durch Einbringung von 12,5 % der Anteile der MINT gegen Ausgabe neuer Anteile.
- Am 24. November 2021 erfolgte eine Kapitalerhöhung gegen Bareinlage. Hierdurch erhöhten sich das Grundkapital um EUR 1,1 Mio. und die Kapitalrücklage um EUR 51,5 Mio.
- Am 16. Dezember 2021 erfolgte eine Erhöhung des Grundkapitals um EUR 2,9 Mio. sowie der Kapitalrücklage um EUR 109,1 Mio. durch Ausgabe von Aktien als Gegenleistung für den Erwerb der DS Gruppe.
- Ferner erhöhte sich das Grundkapital um EUR 0,1 Mio. und die Kapitalrücklage um EUR 1,9 Mio. durch die Wandlung von Wandelschuldverschreibungen in Aktien der Gesellschaft im Geschäftsjahr 2021.

In den Kapitalrücklagen erfasste Transaktionskosten minderten die Kapitalrücklagen im Geschäftsjahr 2021 um EUR 0,6 Mio. (Vorjahr EUR 0,3 Mio.). Die Erfassung von anteilsbasierter Vergütung mit Eigenkapitalausgleich erhöhte die Kapitalrücklagen um EUR 0,8 Mio. (Vorjahr EUR 5,6 Mio.)

Die Gewinnrücklagen betrugen zum 31. Dezember 2021 EUR -4,4 Mio. (Vorjahr EUR -9,1 Mio.) und beinhalten Put-Optionen auf nicht beherrschende Anteile sowie die Änderung von nicht beherrschenden Anteilen aufgrund von Veränderungen des Konsolidierungskreises ohne Verlust der Beherrschung.

Die Schulden des Konzerns beinhalten im Wesentlichen Finanzverbindlichkeiten, Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, Rückstellungen und nicht finanzielle Verbindlichkeiten.

Der Erhöhung der langfristigen Schulden um EUR 99,9 Mio. ergibt sich durch die Erhöhung der sonstigen langfristigen finanziellen Verbindlichkeiten mit einem Anstieg um EUR 86,8 Mio. und durch einen Anstieg der passiven latenten Steuern um EUR 12,2 Mio.

Die Veränderung der langfristigen Finanzverbindlichkeiten ist im Wesentlichen auf die im Rahmen der Akquisitionen übernommenen langfristigen Leasingverbindlichkeiten (EUR 33,9 Mio.) sowie übernommenen langfristigen Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten (EUR 14,3 Mio.) zurückzuführen. Des Weiteren wurde am 7. April 2021 eine Wandelanleihe mit Nennwert von EUR 25,0 Mio. begeben, deren Fremdkapitalanteil zum 31. Dezember 2021 EUR 19,4 Mio. beträgt.

Bei den kurzfristigen Schulden dominiert die Veränderung der Finanzverbindlichkeiten um EUR 158,6 Mio. Diese lassen sich im Wesentlichen auf einen Anstieg bei den Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten und Darlehen bedingt durch im Rahmen der Akquisitionen übernommenen Darlehen (EUR 117,3 Mio.), Neuaufnahmen von Bankkrediten als auch Gesellschafter- und sonstigen Darlehen (EUR 45,2 Mio.) sowie im Rahmen der Akquisitionen übernommenen Rückerstattungsverbindlichkeiten (EUR 20,6 Mio.) zu-

rückführen. Des Weiteren erhöhten sich die kurzfristigen Schulden um EUR 50,8 Mio. durch den Anstieg von Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, die nahezu vollständig übernommen wurden im Rahmen von Unternehmenstransaktionen.

2.3.4 Gesamtaussage zur Lage des Konzerns

Insgesamt hat sich das Geschäft des Konzerns nicht vollständig im Rahmen der positiven Erwartungen entwickelt. Seit dem Einfluss von Covid-19 auf nationalen wie internationalen Märkten sind Prognosen von erhöhter Unsicherheit geprägt. Zwar konnte der Umsatz der Gruppe stark gesteigert werden, aber nicht in dem Maße wie erhofft. Das Management hatte für das Gesamtjahr 2021 einen konsolidierten Umsatz, der Umsätze der erstmals konsolidierten Unternehmen auf annualisierter Basis voll berücksichtigte, von EUR 350 Mio. erwartet, obwohl besonders das Agentur- und Eventgeschäft sehr schwierig einzuschätzen waren. Diese Prognose wurde im Laufe des Jahres 2021 angesichts der getätigten Akquisitionen, insbesondere der DS Gruppe, auf knapp EUR 620 Mio. unter der Berücksichtigung der Ganzjahresumsätze der in 2021 erfolgten Akquisitionen angehoben. Im Ergebnis betrug der Umsatz unter Berücksichtigung der Ganzjahresumsätze von Gesellschaften, die nur zeitlich anteilig im Konzernumsatz enthalten sind, in Höhe von EUR 610,1 Mio. bzw. EUR 312,7 Mio. bei zeitanteiliger Berücksichtigung des Umsatzes von Neuakquisitionen.

Das ursprünglich für 2021 geplante positive und um Sondereffekte bereinigte proforma EBITDA wurde zuletzt mit ca. EUR 20 Mio. prognostiziert. Erreicht wurden in 2021 EUR 19,5 Mio. und damit etwas weniger als erwartet.

Die Finanzlage insgesamt war folglich geprägt durch einen hohen Finanzierungsbedarf für den Wareneinkauf und Sonderbelastungen für die Integration der neu erworbenen Unternehmen, die Stärkung des internen Kontrollsystems sowie die Aufwendungen im Rahmen der Kapitalmarktaktivitäten.

2.3.5 Pro-Forma-Finanzinformationen

Dieser Abschnitt beinhaltet lageberichtsfremde Angaben, die nicht Bestandteil der Jahres- und Konzernabschlussprüfung sind.

Die vorliegenden Pro-Forma-Finanzinformationen des TSC Konzerns wurden auf Basis des Rechnungslegungshinweises IDW HFA 1.004 erstellt. Der Zweck von Pro-Forma-Finanzinformationen ist es darzustellen, welche wesentlichen Auswirkungen Unternehmens-transaktionen auf historische Abschlüsse gehabt hätten, wenn das Unternehmen während des gesamten Berichtszeitraums in der durch die Unternehmens-transaktion geschaffene Struktur bestanden hätte. Da Pro-Forma-Finanzinformationen eine hypothetische Situation abbilden, vermitteln sie nicht in allen Einzelheiten die Darstellung, die sich ergeben hätte, wenn die zu berücksichtigenden Ereignisse tatsächlich zu Beginn des Berichtszeitraums stattgefunden hätten und spiegeln daher nicht die tatsächliche Ertragslage des TSC Konzerns wider.

Für die berücksichtigten relevanten Unternehmens-transaktionen verweisen wir auf unsere Ausführungen im Abschnitt 1.5.2 des Konzernanhangs.

in Mio. EUR	Konzern-GuV 2021 ohne Unternehmens- transaktionen	DS Gruppe	Sonstige	Konzern- GuV 2021	Pro-Forma GuV Trans- aktionen 2021	Pro- Forma Konzern- GuV 2021
Umsatzerlöse	282,6	21,7	8,4	312,7	297,5	610,2
EBITDA	-25,3	2,1	0,2	-23,0	23,4	0,4
Bereinigtes EBITDA	-8,2	2,4	0,2	-5,7	25,2	19,5
Konzernergebnis	-81,7	-0,1	0,2	-81,6	24,4	-57,1

Pro-Forma-Erläuterungen

Wir haben die einzelnen Einbringungsvorgänge zu wesentlichen Einbringungsgruppen zusammengefasst, insbesondere bei Unternehmenskäufen, die zum gleichen Erwerbszeitpunkt in den Konzern eingehen. Basierend auf den uns vorliegenden Gewinn- und Verlustrechnungen der erworbenen Unternehmen für das gesamte Geschäftsjahr 2021 haben wir die Pro-Forma-Finanzinformationen für die Pro-Forma-Gewinn- und Verlustrechnung ermittelt.

Die Einzelaufschlüsselung der Pro-Forma Zahlen für den Zwölfmonatszeitraum bis zum 31. Dezember 2021 stellt sich wie folgt dar:

in Mio. EUR	DS Gruppe	Mint Marketing	Pro-Forma GuV Transaktionen 2021
Pro-Forma Umsatzerlöse	296,8	0,7	297,5
Pro-Forma EBITDA	23,2	0,2	23,4
Pro-Forma Bereinigtes EBITDA	25,0	0,2	25,2
Pro-Forma Konzernergebnis	24,2	0,2	24,4

Konsolidierungsbezogene Annahmen

Die Erstellung der Pro-Forma-Finanzinformationen erfolgt auf Grundlage der nachstehenden Annahmen:

- Die Aufwendungen und Erträge der einbezogenen Unternehmen wurden mit den Beträgen für das gesamte Geschäftsjahr 2021 in der Pro-Forma-Gewinn- und Verlustrechnung abgebildet, insoweit nicht auf Perioden entfallend, in denen sie schon in den Konzern einbezogen wurden
- Umsätze und Aufwendungen zwischen den Gesellschaften des Konsolidierungskreises wurden vollumfänglich eliminiert. Eine Zwischenergebniseliminierung war nicht erforderlich.
- Zusätzliche Einflüsse aus Synergien, außerordentlichen Posten und Sondereffekten, die im Zusammenhang mit dem Erwerb standen oder zu der künftigen Wirtschaftlichkeit der erworbenen Unternehmen beitragen, sind nicht berücksichtigt.
- Die in den Pro-Forma Zahlen dargestellten Größen für die DS Gruppe sind abgeleitet aus den nach lokaler Rechnungslegung (HGB) aufgestellten Gewinn- und Verlustrechnungen für 2021. Weitere Anpassungen der Ausgangszahlen zum Zweck der Überleitung auf IFRS, sowohl auf diejenigen mit Auswirkungen auf die einbezogenen Schlussbilanzen zum Zeitpunkt der Einbeziehung in den Konzern als auch zur einheitlichen Anwendung von Rechnungslegungsgrundsätzen, Ausweis-, Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden, wurden für Zwecke der Ermittlung der Pro-Forma-GuV vorgenommen.
- Für die übrigen unwesentlichen Akquisitionen erfolgte sowohl die Anpassung von lokalem GAAP zu IFRS als auch auf konzerneinheitliche Ausweis-, Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden aufgrund der unterjährigen Einbeziehungen der hierin enthaltenen Gesellschaften in den Konzern.

Ferner weisen wir darauf hin, dass die Pro-Forma-Finanzinformationen nur in Verbindung mit den jeweiligen Jahres-, Konzern- bzw. Zwischenabschlüssen des die Pro-Forma-Finanzinformationen erstellenden Unternehmens aussagekräftig sind.

2.4 Ergänzende Lageberichterstattung zum Einzelabschluss der TSC AG

Der Lagebericht wurde mit dem Konzernlagebericht zusammengefasst. Die nachfolgenden Ausführungen basieren auf dem gesetzlichen Jahresabschluss der TSC AG (die „Gesellschaft“), der nach den Vorschriften des deutschen Handelsgesetzbuches (das „HGB“) und des deutschen Aktiengesetzes (das „AktG“) aufgestellt wurde. Der Einzelabschluss und der Lagebericht werden im Bundesanzeiger veröffentlicht.

Die TSC AG ist die Muttergesellschaft des TSC-Konzerns und operiert von ihrer Konzernzentrale in Berlin, Deutschland, aus.

Die Geschäftstätigkeit der Gesellschaft umfasst die Verantwortung der Gesamtstrategie, Finanzierungstätigkeiten, insbesondere die Beschaffung von Kapital und die Finanzierung von Tochtergesellschaften, sowie Managementdienstleistungen für die Tochtergesellschaften.

Die Managementdienstleistungen werden von zentralen Funktionen wie IT, HR, Rechtsabteilung und Finanzwesen erbracht.

Da der gesetzliche Jahresabschluss der TSC AG nach HGB und der Konzernabschluss nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) aufgestellt wurde, bestehen Unterschiede hinsichtlich der Ansatz- und Bewertungsgrundsätze. Diese Unterschiede betreffen in erster Linie Finanzinstrumente, latente Steuern sowie die Erfassung von Transaktionskosten innerhalb des Eigenkapitals, IFRS 16, der Wandelschuldverschreibung sowie den Call- und Put-Optionen auf Anteile nicht beherrschender Gesellschafter. Zudem könnten sich Unterschiede bei der Darstellung von Erträgen und Aufwendungen in der Gewinn- und Verlustrechnung ergeben.

2.4.1 Ertragslage der Gesellschaft

Die Ertragslage der Gesellschaft war im Geschäftsjahr 2021 geprägt durch sehr hohen Beratungsaufwendungen aus den Sonderprojekten IFRS Umstellung, Uplisting Prime Standard sowie der Financial Due Diligence und der Integration der DS Gruppe.

in Mio. EUR	2021	2020	Veränderung
Umsatzerlöse	2,8	0,8	2,0
Aktiviert Eigenleistungen	0,1	-	0,1
Sonstige betriebliche Erträge	4,6	5,2	-0,5
Personalaufwand	-5,5	-2,2	-3,3
Abschreibungen	-0,4	-	-0,4
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-20,0	-9,3	-10,7
Sonstige Zinsen und Erträge	2,2	0,8	1,4
Abschreibungen auf Finanzanlagen	-8,0	-0,9	-7,1
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-2,7	-1,0	-1,7
Jahresergebnis	-26,9	-6,7	-20,3

Die Umsatzerlöse der TSC AG erhöhten sich im Geschäftsjahr 2021 um EUR 2,0 Mio. auf EUR 2,8 Mio. Da die TSC AG eine reine Holding- und Zentralservicefunktion innerhalb des Konzerns innehat, handelt es sich nahezu ausschließlich um Umsatzerlöse mit Tochterunternehmen aus Konzernweiterbelastungen.

Der Rückgang der sonstigen betrieblichen Erträge resultiert im Wesentlichen aus der Tatsache, dass im Vorjahr in dieser Position ein Einmaleffekt von EUR 2,0 Mio. aus der Veräußerung der Anteile der Solidmind Nutrition GmbH enthalten war. Demgegenüber sind in 2021 höhere Erträge für Erstattungen Drittkosten angefallen.

Der Anstieg des Personalaufwands resultiert aus der gestiegen Mitarbeiterzahl. Die Gesellschaft hatte mit Wirkung ab März 2021 die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der The Social Chain Group AG übernommen. Zudem wurden unterjährig aufgrund der fortschreitenden Expansion weitere Mitarbeitende angestellt, sodass die durchschnittliche Mitarbeiterzahl gegenüber dem Vorjahr von 27 auf 43 angestiegen ist.

In den Abschreibungen des Geschäftsjahres 2021 sind auch Abschreibungen auf Darlehen an Beteiligungsunternehmen in Höhe von EUR 0,3 Mio. enthalten.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind gegenüber dem Vorjahr signifikant von EUR 9,3 Mio. auf EUR 20,0 Mio. gestiegen. Ursächlich sind die zu Beginn der Ertragslage angesprochenen Sonderprojekte. Es handelt sich hierbei um Einmaleffekte, die in der Höhe in den Folgejahren nicht zu erwarten sind.

Die Abschreibungen auf Finanzanlagen betreffen die Abwertung der Beteiligung an der FFLV Inc.-Gruppe in Höhe von EUR 1,7 Mio., an der Ravensberger Holding GmbH in Höhe von EUR 6,2 Mio. sowie an der Möbelfreude Vertriebs GmbH in Höhe von EUR 0,1 Mio.

Die höheren Zinserträge resultieren aus dem höheren Bestand an gewährten kurzfristigen Darlehen gegenüber verbundenen Unternehmen.

Der Anstieg der Zinsaufwendungen ist in Höhe von EUR 0,9 Mio. auf Zinsaufwendung aus der am 7. April 2021 begebenen Wandelanleihe mit Nominalbetrag von EUR 25,0 Mio. zurückzuführen. Des Weiteren waren höhere Verbindlichkeiten gegen verbundene Unternehmen sowie höhere Verbindlichkeiten gegen Gesellschafter:innen und Dritte ursächlich für den Anstieg.

Insgesamt sank entsprechend der obigen Erläuterung das Jahresergebnis signifikant von EUR -6,7 Mio. auf EUR -26,9 Mio.

2.4.2 Finanzlage der Gesellschaft

Die Gesellschaft refinanzierte sich primär durch die Emission einer Wandelschuldverschreibung (EUR 25,0 Mio.) sowie durch die Emission von 1,1 Mio. neuen Aktien im Rahmen einer Barkapitalerhöhung im Wert von EUR 52,6 Mio. über den Kapitalmarkt. Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten der TSC AG sind mit EUR 3,9 Mio. (Vorjahr EUR 3,1 Mio.) bei einer Bilanzsumme von EUR 353,1 Mio. von untergeordneter Bedeutung.

Das Eigenkapital der TSC AG beträgt zum 31. Dezember 2021 EUR 276,4 Mio. gegenüber EUR 134,3 Mio. im Vorjahr. Die Eigenkapitalquote belief sich auf 78,3 % (Vorjahr 79,4 %).

Die Flüssigen Mittel betrugen zum 31. Dezember 2021 EUR 3,1 Mio. (Vorjahr EUR 0,5 Mio.).

2.4.3 Vermögenslage der Gesellschaft

Die Vermögenswerte der TSC AG entwickelte sich wie folgt:

in Mio. EUR	2021	2020	Veränderung
Immaterielle Vermögensgegenstände	2,6	-	2,6
Sachanlagen	0,3	0,4	-0,1
Finanzanlagen	280,6	115,0	165,6
Anlagevermögen	283,5	115,4	168,1
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	66,3	49,4	16,9
Wertpapiere	-	3,7	-3,7
Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten	3,1	0,5	2,6
Umlaufvermögen	69,4	53,7	15,7
Rechnungsabgrenzungsposten	0,2	0,1	0,1
Bilanzsumme	353,1	169,2	183,9

Der Anstieg der immateriellen Vermögensgegenstände resultiert aus Anzahlungen sowie eigenen Aufwendungen für die Entwicklung eines BI Tools als auch für die Entwicklung und Implementierung eines IT-Systemgestützten Internen Kontroll- und Risikomanagementsystems.

Die Finanzanlagen sind im Geschäftsjahr 2021 geprägt von Zugängen aus dem Erwerb der DS Gruppe, Stapelfeld, zum 8. Dezember 2021. Bei dem Zugang in Höhe von EUR 165,6 Mio. handelt es sich um die Ausstattung der für die Unternehmenstransaktion neu gegründete TSCDS Holding GmbH, Berlin, die sämtliche Anteile an der DS Holding GmbH, Stapelfeld, dem Mutterunternehmen der akquirierten DS Gruppe, hält.

Der Rückgang der Wertpapiere des Umlaufvermögens resultiert aus der zum 30. Juni erfolgten unterjährigen Veräußerung sämtlicher Anteile an der SynBiotic SE.

Die Passiva der TSC AG entwickelte sich wie folgt:

in Mio. EUR	2021	2020	Veränderung
Eigenkapital	276,4	134,3	142,1
Zur Durchführung der beschlossenen Kapitalerhöhung geleistete Einlagen	-	2,0	-2,0
Rückstellungen	5,9	1,0	4,9
Anleihen	22,6	-	22,6
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	3,9	3,1	0,8
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	5,2	2,4	2,8
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	10,4	5,8	4,6
Sonstige Verbindlichkeiten	28,6	20,6	8,0
Verbindlichkeiten	70,7	31,9	38,9
Bilanzsumme	353,1	169,2	183,9

Die Passivseite war insbesondere geprägt von den in 2021 durchgeführten Eigenkapitalzuführungen in Höhe von insgesamt EUR 169,0 Mio. Die wesentlichen Zuführungen erfolgten hierbei durch Sachkapitalerhöhung (EUR 111,9 Mio.) und die Barkapitalerhöhung (EUR 52,6 Mio.) im Zuge des Erwerbs der DS Gruppe. Weitere Zugänge betreffen den Einbringungsanteil für die BioClasen in Höhe von EUR 2,0 Mio. im Januar 2021 sowie erst Wandlungen der Wandelanleihe im November und Dezember 2021 (EUR 2,4 Mio.). Gegenläufig wirkte sich der angefallene Jahresfehlbetrag von EUR -26,9 Mio. aufgrund der in der Ertragslage genannten Sonderprojekten aus.

Der Anstieg der Position Anleihe resultiert aus der Tatsache, dass die Gesellschaft am 7. April 2021 erstmalig eine Wandelschuldverschreibung im Wert von EUR 25,0 Mio. emittierte. Die Wandelschuldverschreibung hat eine Laufzeit von 3 Jahren. Zum 31. Dezember 2021 waren bereits 2.412 der 25.000 Wandelschuldverschreibungsanteile in Eigenkapital gewandelt.

2.4.4 Gesamtaussage zur Lage der Gesellschaft

Das Jahr 2021 war geprägt von mehreren signifikanten Sonderprojekten, die alle erfolgreich umgesetzt werden konnten. Hierdurch sieht der Vorstand den organisatorischen Grundstein gelegt, um das Geschäftsmodell der Gruppe in den kommenden Jahren zu skalieren. Die Gesellschaft ist finanziell als auch organisatorisch solide in einem Wachstumsmarkt aufgestellt.

3 Chancen- und Risikobericht

Die Identifikation und das schnelle Ergreifen von Chancen sowie die Minderung von Risiken sind wesentlich für unseren Konzern.

- Wir definieren Chancen und Risiken als Ereignisse, die bei Eintritt zu positiven bzw. negativen Abweichungen von unseren Unternehmenszielen führen.
- Im aktuellen Prognosezeitraum haben wir keine Risiken identifiziert, die den Fortbestand des TSC Konzerns gefährden könnten.

Als internationales Unternehmen ist der TSC Konzern einer Vielzahl von makroökonomischen, finanziellen, branchen- und unternehmensspezifischen Risiken und Chancen ausgesetzt. Im vorliegenden Risiko- und Chancenbericht werden die für den TSC Konzern als wesentlich erachteten Risiken und Chancen dargestellt.

Die systematische Identifikation und Nutzung von Chancen sind wichtige Elemente zur Sicherstellung eines nachhaltigen Wachstums. Chancen werden in Verbindung mit möglichen Risiken betrachtet und nur weiterverfolgt, wenn sie die mit ihnen verbundenen Risiken überkompensieren, eine Risikosteuerung möglich ist und etwaige Risikoauswirkungen als begrenzt angesehen werden können.

3.1 Chancen

Unter Zugrundelegung der Definition einer Chance als positive Abweichung von unseren Unternehmenszielen und unserer ehrgeizigen Ziele haben wir wesentli-

chen Chancen mit dem Potential, unsere Ziele deutlich zu übertreffen, identifiziert:

- Weiteres überproportionales Marktwachstum für Social Media-Werbung (Branchenchance)
- Partizipation an der weiteren Zunahme des Online-Handels/E-Commerce (Branchenchance)
- Expansion in den asiatischen Markt (Regionale Chance)
- Weiterentwicklung einer Datenplattform (LINKS), die alle wesentlichen Datenpunkte aus Social Commerce und Social Media verknüpft (Technologische Chance)
- Systematischer Zukauf von Unternehmen, um das Geschäftsmodell zu optimieren (M&A-Chance)

Im Folgenden sollen die einzelnen aufgelisteten Chancen näher erläutert werden:

Weiteres überproportionales Marktwachstum für Social-Media-Werbung (Branchenchance)

In den letzten Jahren haben die Social-Media-Plattformen bestehende Medien wie TV und Print ergänzt. Die tägliche Mediennutzung hat besonders bei jungen Zielgruppen hohe Werte erreicht und teilweise etablierte Medien überholt. Die Werbeindustrie und besonders die Markenartikler mit großen Mediabudgets haben zunehmend Budgets auf Online-Medien verlagert. Die Social-Media-Werbebudgets wachsen überproportional und werden mit einem üblichen Zeitverzug sich der hohen Nutzung prozentual angleichen. Der TSC

Konzern ist aufgrund seiner Markenbekanntheit sowie erfolgreichen durchgeführten Kampagnen für bekannte Brands wie Beats (Apple), Coca-Cola und Uber besonders gut positioniert, um an den wachsenden Budgets zu partizipieren.

Partizipation an der weiteren Zunahme des Online-Handels (Branchenchance)

In allen Branchen wächst der Online-Handel seit Jahren zweistellig und dieser Trend wird auch für die nächsten Jahre prognostiziert. Der Zuwachs an Neukunden:innen über andere Vertriebskanäle, wie dem stationären Handel verzeichnen dagegen eine geringe Wachstumsrate an Kunden:innen und Umsatz. Der TSC Konzern war bis Ende 2021 mit seinen Social-Commerce-Aktivitäten vor allem ein Onlineshop, der eigene Markenprodukte im Endverbrauchermarkt verkauft (B2C-Anbieter:innen). Die Vermarktung erfolgt besonders über Social-Media-Marketing. Der Konzern bedient mit Food, Home & Living, Beauty und Health wachstumsstarke Geschäftszweige. Der TSC Konzern kann daher an dem starken Marktwachstum des Online-Handels sowie aufgrund der Marken- und Produktvielfalt überproportional an dem Markttrend teilnehmen. Dazu entwickeln sich die Social-Media-Plattformen zunehmend zu Verkaufskanälen wie Instagram Shopping. Dies bietet enorme Chancen für den TSC Konzern mit seinen Produkten und dem Social-Media-Know-how. Zusammen mit den zahlreichen Social Commerce geeigneten Produkten, die im Zuge der Akquisition der DS Gruppe das Produktportfolio des Konzerns erweitern, können weitere Chancen genutzt werden.

Expansion in den asiatischen Markt (Regionale Chance)

Der TSC Konzern setzt sein Geschäftsmodell aus Social Media und Social Commerce primär in Deutschland, Großbritannien und den USA um. Ein besonderer Investitionsschwerpunkt liegt und lag dabei in den USA. Dies gilt auch für 2022. Neben den vorgenannten Märkten ist insbesondere der asiatische Markt in den nächsten Jahren für den TSC Konzern mit besonderen Chancen verbunden. Durch strategische Partnerschaften sollen sowohl das Sourcing von Produkten mit stabilen Lieferketten wie auch die Erschließung neuer Absatzmärkte gesichert werden. Der Fokus der Aktivitäten wird auf China sowie dem südostasiatischen Markt liegen. Die Kombination von Social-Media-Marketing, Social-Media-affinen Produkten und physischen Conventions wie der Glow sowie die seit langem etablierte Infrastruktur der DS Gruppe erscheinen besonders vielversprechend.

Entwicklung einer Datenplattform (LINKS), die alle wesentlichen Datenpunkte aus Social Commerce und Social Media verknüpft (Technologische Chance) und Logistikkonzepte entwickelt

Der TSC Konzern ist aus zwei Unternehmensgruppen entstanden. Die frühere Lumaland-Gruppe hatte ihren Schwerpunkt im Produktsourcing und -verkauf. Die frühere The Social Chain Group AG mit ihren Tochterunternehmen legte den Schwerpunkt im Bereich Social Media mit eigenen Medienkanälen (Publisher) und Social-Media-Vermarktung (Agentur). Beide früheren Teilkonzerne hatten IT-Systeme, um das Geschäft zu betreiben. Das einmalige Geschäftsmodell in der Kombination von Social Commerce und Social Media bietet eine besondere Chance, alle Daten aus den jeweiligen Aktivitäten unter Beachtung gesetzlicher und datenschutzrechtlicher Bestimmungen zu verbinden. Durch geeignete BI-Systeme können Trends frühzeitig erkannt werden, die Entwicklung von Produkten

zielgruppengerecht gesteuert und der Vertrieb kanaloptimiert – begleitet von Social-Media-Marketing – erfolgen. Der TSC Konzern wird auch in den nächsten Jahren in den Aufbau geeigneter IT-Systeme und Prozesse investieren, um diese besondere Chance zu nutzen.

Systematischer Zukauf von Unternehmen, um das Geschäftsmodell zu optimieren (M&A-Chance)

Das Geschäftsmodell des TSC Konzerns sieht neben einem hohen organischen Wachstum auch den permanenten Zukauf und Verkauf von Unternehmen vor. Der Konzern hat bereits eine Vielzahl von Unternehmen erworben, anschließend integriert und durch Bereitstellung von Know-how und Kapital Wertsteigerungen erzielt. Die Kombination von neu erworbenen Unternehmen mit bereits vorhandenen immateriellen Vermögenswerten, wie eigenen Social-Media-Kanälen oder D2C-Brands, bietet erhebliche Chancen. Ziel der Akquisitionen ist die Umsetzung des Geschäftsmodells aus Social Media und Social Commerce in den Regionen Deutschland, Großbritannien und USA. Der TSC Konzern war und ist ein attraktiver Käufer für Unternehmen und wird aufgrund seiner Kompetenz und besonderen Vermögenswerte als M&A-Partner geschätzt. Hieraus ergeben sich erhebliche Chancen, um Umsatz und Ergebnis überproportional zu steigern. Die bereits seit Jahren angewendete Strategie wird aktiv fortgesetzt, wobei sowohl Cash wie auch die Aktien des Unternehmens als Akquisitionswährung eingesetzt werden. Nach vollständiger Umsetzung der Integration, der in 2021 erworbenen DS Gruppe, werden weitere Akquisitionsziele verfolgt.

3.2 Risiken und Risikomanagement

Organisation und Aufgaben des Risikomanagements

Die frühzeitige Identifizierung, Analyse und Steuerung von potenziellen Risiken ist für den TSC Konzern ein elementarer Bestandteil der Unternehmensstrategie, resultierend aus der Erkenntnis, dass sich bei konsequenter Anwendung der Prinzipien eines funktionierenden Risikomanagements ebenso die Möglichkeit der Erkennung und Nutzung von Chancen ergibt. Um Risiken und Chancen frühzeitig zu identifizieren und konsequent zu handhaben, setzen wir auf ein Risikomanagementsystem, das auch das System zur Früherkennung nach § 91 Abs. 2 AktG umfasst. Das Risikomanagementsystem regelt die Identifikation, Erfassung, Beurteilung, Dokumentation und Berichterstattung von Risiken. Die Gesamtrisikolage wird dadurch stets in einem tragbaren Rahmen gehalten. Risiken, die den Unternehmenserfolg signifikant gefährden, sind derzeit nicht erkennbar.

Die The Social Chain AG hat ein Risikomanagementsystem implementiert, das fortlaufend weiterentwickelt wird. Der Vorstand der Gesellschaft trägt die Hauptverantwortung für das Risikomanagement im Konzern.

Der Risikomanagementprozess der Gesellschaft umfasst im Einzelnen:

- Identifikation der Risiken, Beschreibung ihrer Art, der Ursachen und Auswirkungen;
- Analyse der identifizierten Risiken hinsichtlich ihrer Eintrittswahrscheinlichkeiten und möglichen Auswirkungen;

- Risikobewertung durch Vergleich mit zuvor festzulegenden Kriterien der Risiko-Akzeptanz (z.B. aus Standards und Normen);
- Risikobewältigung/Risikobeherrschung durch Maßnahmen, die Gefahren und/oder Eintrittswahrscheinlichkeiten reduzieren oder die Folgen beherrschbar machen;
- Risikoüberwachung mit Hilfe von Parametern, die Aufschluss über die aktuellen Risiken geben (Risikoindikatoren);
- Risikoaufzeichnungen zur Dokumentation aller Vorgänge, die im Zusammenhang der Risikoanalyse und -beurteilung stattfinden.

Das Risikomanagement-System ist wie folgt organisiert: Es gibt neben dem Compliance Manager für jedes definierte Risiko je einen Risikomanager:in, der den Vorstand regelmäßig über Risiken und deren Einschätzung informiert. Zudem informiert der Risikomanager:in ad hoc, wenn eine aktuelle Situation dies erfordern sollte. Der Risikomanager:in sorgt generell dafür, dass

- Risiken identifiziert, bewertet und dokumentiert werden;
- Aufgaben des Risikomanagements definiert und einzelnen Abteilungen oder Personen eindeutig zugeordnet werden;
- Prozesse des Risikomanagements definiert und umgesetzt werden; teilweise werden diese neu eingerichtet, teilweise müssen bestehende Prozesse angepasst werden;

- Notwendige Mittel und Ressourcen zur Verfügung gestellt werden;
- Mitarbeiter:innen geschult und trainiert werden;
- Maßnahmen zur Risikostrategie und Risikooptimierung ergriffen werden;
- Entscheidungen getroffen werden zur Risikostrategie: Welche Risiken werden vermieden, eingegangen, minimiert, an andere übertragen und in welcher Form.

Es ist zudem geplant, in der Zukunft die Funktion des Compliance Managements weiter zu stärken, damit dieser zusammen mit dem Risikomanager die oben dargestellten Aufgaben zeitnah und umfänglich umsetzt.

Das interne Kontrollsystem umfasst die Gesamtheit aller Regelungen und Maßnahmen, Grundsätze und Verfahren, um Unternehmensziele zu erreichen. Es soll insbesondere die Sicherheit und Effizienz der Geschäftsabwicklung, die Wirksamkeit, Wirtschaftlichkeit und Ordnungsmäßigkeit der Rechnungslegung und Einhaltung der maßgeblichen gesetzlichen Vorschriften sichern sowie die Zuverlässigkeit der Finanzberichterstattung gewährleisten.

Verantwortlich für das Risikomanagement, Compliance-Management- und das interne Kontrollsystem ist der Vorstand. Der Aufsichtsrat überwacht deren Wirksamkeit.

Identifizierte Risiken

In der Berichtsperiode wurden keine Risiken identifiziert, die den Fortbestand des TSC Konzerns gefährden könnten. Die nachfolgende Aufzählung zeigt die identifizierten Top-Risiken:

- Änderung regulatorischer Anforderungen (regulatorisches Risiko)
- Unzureichende Innovationskraft bei Onlineshops und Änderungen bei Vertriebsplattformen (Branchenrisiko)
- Mangel an geeigneten Führungskräften und Mitarbeiter:innen (Branchenrisiko)
- Neue regulatorische Anforderungen an den Datenschutz (regulatorisches Risiko)
- Bedrohung der Cybersicherheit (internes Risiko)
- Marktdominanz der Social-Media-Plattformen und Änderungen im Algorithmus (Branchenrisiko)
- Aufkommen neuer finanzstarker Wettbewerber (Marktrisiko)
- Nachfrageeinbrüche (Marktrisiko)
- Abwertungen des Geschäfts- und Firmenwertes und andere immaterielle Vermögensgegenstände (binanzielles Risiko)
- Preisänderungs-, Ausfall- und Liquiditätsrisiken sowie die Risiken aus Zahlungsstromschwankungen (finanzwirtschaftliche Risiken)
- Besondere Risiken aus dem Brexit (regulatorisches und finanzwirtschaftliches Risiko)
- Risiken aus der zunehmenden Bedeutung des US-Geschäfts (finanzwirtschaftliches und internes Risiko)

- Makroökonomische Unsicherheiten auf Grund von Covid-19 (Marktrisiko)
- Risiken aus der Nichteinhaltung von ESG/CSR-Standards (regulatorisches Risiko)
- Logistikkrisiken (finanzwirtschaftliches Risiko und Branchenrisiko)
- Risiken aus Produktmängeln (finanzwirtschaftliches Risiko und Branchenrisiko)
- Risiken aus Kritik in den sozialen Medien schaden Marke und Image (Branchenrisiko)
- Risiken aus Investitions- und Desinvestitionsentscheidungen (finanzwirtschaftliches Risiko)

Im Folgenden sollen die einzelnen Risiken näher erläutert werden.

Änderung regulatorischer Anforderungen (regulatorisches Risiko)

Aufgrund der Geschäftsaktivitäten in verschiedenen Ländern können sich Risiken aus sich ändernden regulatorischen Anforderungen ergeben. Änderungen des regulatorischen Rahmenwerks können Anpassungen von Prozessen und Geschäftsaktivitäten erfordern, die Kostensteigerungen oder Umsatzminderungen nach sich ziehen können. Potenzielle Risikoszenarien beinhalten Zusatzkosten in Verbindung mit Zöllen, Produktsicherheit, Arbeitsbedingungen, Produktangebot, Verbraucherschutz, Änderungen bei der Nutzung von Social-Media-Inhalten, Kennzeichnungspflichten bei Werbung und neuen Verpackungsmaterialien. Aktuelle Risikotreiber ergeben sich aus den geplanten regulatorischen Anpassungen, wie beispielsweise der DBM-Initiative (Digitaler Binnenmarkt), der geplanten

Platform-to-Business-Verordnung (P2B) sowie den erwarteten „Neuen Rahmenbedingungen für Verbraucher:innen“. Zudem zählen insbesondere der Brexit sowie verschärfte Umweltvorschriften, wie das Verbot von Einwegplastik, zu den aufkommenden regulatorischen Herausforderungen.

Als Social-Commerce-Unternehmen muss der TSC Konzern Kundendaten, einschließlich persönlich identifizierender Informationen, erheben und verarbeiten, um Bestellungen abzuschließen, Zahlungen zu vereinnahmen und effektiv mit Kunden:innen interagieren zu können. In dieser Hinsicht unterliegt der Konzern zahlreichen Gesetzen und Regularien basierend auf der Vertraulichkeit, Integrität und Verfügbarkeit persönlicher Daten, darunter insbesondere sämtliche Aspekte des Datenschutzes und des Schutzes der Privatsphäre (z.B. DSGVO). Verstöße gegen die DSGVO als bekanntes Beispiel können zu erheblichen Strafen führen.

Zur Minderung dieser Risiken überwachen das Legal Department, die Datenschutz-Beauftragten und das Data & IT-Team fortlaufend die Datenschutzerfordernungen und -entwicklungen, unterstützen bei der Erstellung und Einführung entsprechender Dokumentation und Prozesse und bieten geeignete Beratung, Expertise und Schulungen. Diese Kontrolle umfasst auch die enge Zusammenarbeit und Abstimmung, insbesondere mit IT Security-Teams, um durch die Umsetzung geeigneter technischer und organisatorischer Maßnahmen zum Schutz der Kundendaten beizutragen.

Der TSC Konzern überwacht das regulatorische Umfeld und informiert sich fortlaufend über erwartete und umgesetzte regulatorische Änderungen.

Unzureichende Innovationskraft bei Onlineshops und Änderungen bei Vertriebsplattformen (Branchenrisiko)

Um die wachsenden und sich wandelnden Anforderungen an D2C-Produkte und -Dienstleistungen zu erfüllen und Marktchancen zu nutzen, sind regelmäßig innovative Anpassungen an den verschiedenen Shops der einzelnen Konzernunternehmen erforderlich. Eine Vernachlässigung der erforderlichen Anpassungen oder eine unzulängliche Umsetzung solcher Maßnahmen kann zu Kundenverlusten und in der Folge zu erheblichen Umsatzeinbußen führen. Dazu können Änderungen bei Vertriebsplattformen wie Amazon durch Algorithmus- und Provisionsänderungen den Umsatz sowie die Profitabilität negativ beeinflussen.

Die Vertriebsbereiche überwachen permanent die Umsatzentwicklung, die Funktionsfähigkeit der Onlineshops wie die Anbindung an die Marktplätze. Algorithmusänderungen oder nicht funktionierende Onlineshops oder Schnittstellen werden hierdurch zeitnah erkannt und die notwendigen Maßnahmen in Zusammenarbeit mit dem zentralen IT-Bereich umgesetzt. Updates von Software sowie die Beobachtung neuer technologischer Entwicklungen reduzieren die Risiken.

Mangel an geeigneten Führungskräften und Mitarbeiter:innen (Branchenrisiko)

Das profitable Wachstum einer Unternehmensgruppe erfordert geeignete Führungskräfte und qualifizierte Mitarbeiter:innen. Um die Ziele zu erreichen bzw. zu übertreffen, sind Unternehmergeist, Kreativität und persönliche Weiterentwicklung mit Managementfähigkeiten erforderlich. Der TSC Konzern ist ein Konzern mit vielen jungen, talentierten Gründerinnen und Gründern. Es besteht das Risiko, dass die Gründer:innen und Mitarbeiter:innen nicht dauerhaft in einem börsennotierten Konzern arbeiten möchten oder ihre Fähigkeiten nicht weiterentwickeln.

Der TSC Konzern schafft ein unternehmerisches, talent-Management begünstigendes Umfeld und beobachtet Führungskräfte und Mitarbeitende permanent. Dazu können durch remote-Arbeitsplätze und offenen Strukturen auch talentierte Mitarbeiter:innen global angesprochen werden, um standortabhängige Engpässe an qualifizierten Mitarbeitenden zu vermeiden.

Neue regulatorische Anforderungen an den Datenschutz (regulatorisches Risiko)

Datenschutzrechtliche Vorschriften für das Internet könnten unsere Strategie zur Erhebung und Nutzung personenbezogener Daten im Rahmen unserer Marketingbemühungen und -tätigkeiten beeinträchtigen. Die DSGVO legt strenge Bedingungen und Beschränkungen für die Verarbeitung, Nutzung und Übertragung personenbezogener Daten fest. Wir müssen diese Vorschriften in der Europäischen Union und im Vereinigten Königreich sowie andere Vorschriften in anderen Ländern, in denen wir geschäftlich tätig sind, einhalten. Lokale Behörden können die einschlägigen Datenschutzgesetze restriktiv auslegen, und es gibt keine Garantie, dass wir in der Lage sein werden, solche restriktiven Ansätze einzuhalten. Jede Nichteinhaltung der geltenden Vorschriften durch uns könnte zu Geldstrafen und anderen Sanktionen führen. So sieht die DSGVO beispielsweise vor, dass Verstöße gegen die Datenschutzbestimmungen je nach den Umständen mit Geldbußen von bis zu EUR 20 Mio. (in der Europäischen Union (GPB 17,5 Mio. in Großbritannien)) oder 4 % des weltweiten Jahresumsatzes der Person, die den Verstoß begangen hat, geahndet werden können, je nachdem, welcher Betrag höher ist. Selbst wenn wir als TSC die in den vertikalen Bereichen unseres Social-Commerce-Geschäftsbereichs gesammelten Daten nicht nutzen, können wir dennoch für die Nichteinhaltung der DSGVO oder anderer geltender Datenschutzvorschriften in den vertikalen Bereichen unseres So-

cial-Commerce-Geschäftsbereichs haftbar gemacht werden. Außerdem besteht in der Europäischen Union nach wie vor ein gewisses Maß an Rechtsunsicherheit in Bezug auf die Cookie-Banner-Einstellungen auf unseren Websites, was zu einer nicht konformen Verwendung von Cookies führen kann, die mit erheblichen Geldstrafen belegt werden kann. Uns können erhebliche Kosten entstehen, um die Einhaltung der Datenschutzbestimmungen zu gewährleisten, die in den verschiedenen geografischen Gebieten, in denen wir tätig sind, unterschiedlich sind.

Der TSC Konzern überwacht durch seine zentrale Rechtsabteilung sämtliche relevanten rechtlichen Änderungen und informiert die operativen Bereiche frühzeitig über Änderungen in rechtlichen Bestimmungen wie auch beim Datenschutz. Hierdurch werden die Risiken aus möglichen Geldstrafen oder Kostenrisiken aus Umsetzungsmaßnahmen reduziert.

Bedrohung der Cybersicherheit (internes Risiko)

Cybersicherheitsrisiken aus internen oder externen Angriffen sowie Schwachstellen der internen Kontrollen können wesentliche Aspekte unserer kundenbezogenen Anwendungen, Lager-IT-Systeme, Zahlungssysteme und internen IT-Systeme beeinträchtigen. Prominente Cybersicherheitsrisiken betreffen u.a. Ausfälle aufgrund von Distributed-Denial-of-Service (DDoS) / Ransomware-Angriffen, Datenverlust aufgrund von Sicherheitsverletzungen, fehlerhafte Prozessabläufe aufgrund von Integritätsverletzungen oder eine Kombination daraus.

Der TSC Konzern bietet als wachsendes und bekanntes Unternehmen aufgrund seiner Größe, seinen wertvollen Daten und seiner Abhängigkeit von IT-Systemen ein potenzielles Ziel. Um den Bedrohungen der Cybersicherheit entgegenzuwirken, erhöht der Konzern die

Sicherheits- und Compliance-Bemühungen durch Investitionen in neue Technologien und spezialisierte interne Ressourcen.

Die zentrale IT überwacht relevante Bereiche kontinuierlich und hält Prozesse zur Gewährleistung der Datensicherheit aufrecht.

Marktdominanz der Social Media Plattformen und Änderungen im Algorithmus (Branchenrisiko)

Die bekannten Social-Media-Plattformen verändern permanent ihr Geschäftsmodell und führen zudem Algorithmus-Änderungen durch. Das Verstehen der Auswirkungen dieser Veränderungen und die schnelle Reaktion sind essentiell für das Geschäftsmodell des Konzerns. Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass Reichweiten der eigenen Social-Media-Kanäle verloren geht, Kanäle gesperrt werden oder Follower das Interesse an dem Content verlieren. Zudem kann nicht ausgeschlossen werden, dass die Änderungen zu negativen Auswirkungen auf die Tätigkeit des Konzerns als Social-Media-Agentur führen.

Zudem verdrängen die großen Anbieter:innen zunehmend kleinere Unternehmen und bauen ihre Marktmacht auch durch Akquisitionen aus. Amerikanische und chinesische Anbieter:innen dominieren weltweit den Markt. Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass durch politische Einflussnahmen oder zunehmende Marktdominanz negative Auswirkungen entstehen.

Der TSC Konzern ist durch eine Vielzahl gut ausgebildeter und erfahrener eigener Social-Media-Mitarbeiter:innen, einer großen Zahl an Influencer:innen und Gründern:innen Teil des Marktes und ein wesentlicher Player. Durch eigene Content-Produktion und die eigenen Social-Media-Kanäle hat der Konzern Relevanz für die Plattformen. Hierdurch werden die möglichen

oben beschriebenen Risiken permanent überwacht und reduziert. Die vorgenannten Maßnahmen bieten auch erhebliche Marktchancen, gerade auch durch den Erwerb der DS Gruppe.

Aufkommen neuer finanzstarker Wettbewerber (Marktrisiko)

Social Media ist eine neue und international wachsende Medienindustrie, die von großen weltweit agierenden Unternehmen dominiert wird. Neue finanzstarke Unternehmen können in den Markt eindringen und mit hohen Investments den Markt verändern. Dies können unter anderem sein:

- Etablierte Medienunternehmen, die ihr Modell stärker auf Social Media ausrichten
- E-Commerce-Unternehmen, die ihr Geschäftsmodell mit hohen Investitionen auf Social Media ausrichten
- Finanzinvestoren:innen mit großen Fonds.

Der TSC Konzern beobachtet die Marktveränderungen und sieht neben zunehmend möglichem Wettbewerb eher Chancen aus seinem aktuellen Portfolio.

Nachfrageeinbrüche (Marktrisiko)

Der TSC Konzern ist wie andere Unternehmen generell vom Konsumverhalten in den Märkten Deutschland, Großbritannien und USA abhängig. Zudem ist der Medienkonsum und die Nutzung von Social Media wichtig für die Konzernentwicklung.

Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass es zu verändertem oder geringerem Interesse an den D2C-Produkten des Konzerns kommt. Dazu können Conventions wie die jährlich stattfindende Beautyconvention „Glow“ an Attraktivität verlieren oder sich Rahmenbe-

dingen wie die Anzahl zugelassener Besucher:innen negativ verändern. Auch Verbote von Veranstaltungen können zu Umsatzrückgängen führen.

Der TSC Konzern ist mit seinen Aktivitäten breit aufgestellt und nicht von einem einzelnen Unternehmen oder Aktivität abhängig. Mehrere Erlösströme und Produktsortimente vermeiden hohe Abhängigkeiten und haben sich als robust auch in Krisensituationen erwiesen. Dennoch wird dem gestiegenen Risiko eines Rückgangs des privaten Konsums und damit einem Rückgang der Nachfrage ein stärkeres Gewicht in 2022 gegeben, und das Maß der Unsicherheit in der Planung ist aus Sicht des Managements gegenüber 2021 gestiegen.

Abwertungen des Geschäfts- und Firmenwertes sowie andere immaterielle Vermögensgegenstände (bilanzielles Risiko)

Der TSC Konzern entstand unter anderem durch den Erwerb von Unternehmen und einer Vielzahl von Einbringungen von Unternehmensanteilen gegen Ausgabe neuer Geschäftsanteile bzw. Aktien. Ferner wurden Unternehmen gegen Cash erworben und Kaufpreise bezahlt, die über dem ausgewiesenen Eigenkapital lagen. Es wurden für jede Transaktion Bewertungsgutachten erstellt und Wertermittlungen auf Basis der DCF-Methode vorgenommen.

Der positive Unterschiedsbetrag wurden im Rahmen der PPA-Methode (Purchase-Price-Allocation) auf materielle und immaterielle Vermögensgegenstände aufgeteilt und der verbleibende Differenzbetrag als Geschäfts- und Firmenwert in der Konzernbilanz ausgewiesen. Die Werthaltigkeit der ausgewiesenen Vermögensgegenstände und des Geschäfts- und Firmenwerts hängt vom Erreichen der zugrunde liegende mehrjährigen Unternehmensplanung ab. Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass einzelne Unternehmen

oder Vermögenswerte ihre Ziele und Planwerte nicht wie unterstellt erreichen und es damit zu außerplanmäßigen Abschreibungen auf den Geschäfts- und Firmenwert oder die ausgewiesenen immateriellen Vermögensgegenstände kommt.

Der TSC Konzern überwacht laufend die Ergebnisse und Entwicklung aller Unternehmen und Vermögenswerte und kann frühzeitig bei negativen Entwicklungen gegensteuern.

Preisänderungs-, Ausfall- und Liquiditätsrisiken sowie die Risiken aus Zahlungsstromschwankungen (finanzwirtschaftliche Risiken)

Der TSC Konzern unterliegt den allgemeinen Preisänderungs- und Ausfallrisiken, schätzt diese aber als nicht sehr bedeutend ein. Insbesondere im Social-Commerce-Geschäft ist das Ausfallrisiko aufgrund der Zahlung via Kreditkarte oder Zahlungsdienst Providern wie PayPal nicht gegeben. Im Geschäftsbereich Social Media wird dem Ausfallrisiko durch Verifizierung und Bonitätseinschätzung des zukünftigen Business Partners vor dem Eingehen gemeinsamer Projekte begegnet sowie des Weiteren durch die regelmäßige Vereinbarung von Abschlagszahlungen. Aufgrund der Homogenität der Produkte ist das Preisänderungsrisiko im Social-Commerce-Geschäft als gering einzuschätzen.

Ebenso ist das Währungsrisiko als gering einzuschätzen, da alle Gesellschaften im Konzern nahezu vollständig auf ihren jeweiligen regionalen Markt beschränkt sind, sowohl im Ein- als auch Verkauf, sodass durch Like-for-Like-Vereinnahmung auch hier keine wesentlichen Währungsrisiken vorliegen. Allerdings wird die zunehmende Bedeutung des internationalen Geschäfts und die steigende Profitabilität der Unternehmen, besonders in den USA, zu einem höheren Währungsrisiko führen. Auch das steigende Einkaufsvolumen in Asien

wird tendenziell Preisänderungs- und Währungsrisiken erhöhen. Das Unternehmen überwacht alle Geschäfte und sichert Risiken durch Akkreditive und Hedges teilweise ab.

Besondere Risiken aus dem Brexit (regulatorisches und finanzwirtschaftliches Risiko)

Der Austritt von Großbritannien aus der Europäischen Union führt zu erhöhter Unsicherheit bei der Geschäftstätigkeit in Großbritannien. Der Konzern ist über die Tochtergesellschaften seit mehreren Jahren in London und Manchester aktiv. Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass durch den Brexit negative Auswirkungen auf das Geschäftsmodell des TSC Konzern entstehen, insbesondere bei Steuern, Währungskursen, der Zusammenarbeit mit internationalen Kunden:innen wie auch der Ein- und Ausfuhr von Waren. Die bisher beobachteten Auswirkungen sind gering und haben keinen Einfluss auf das Geschäftsmodell und die Aktivitäten in Großbritannien. Das Management erwartet auch für die nächste Zeit keine relevante negative Auswirkung.

Risiken aus der zunehmenden Bedeutung des US-Geschäfts (finanzwirtschaftliches und internes Risiko)

Der Konzern hat seit dem Geschäftsjahr 2020 die Aktivitäten in den USA verstärkt. Die Akquisitionen in den USA sollen die Marktposition des Konzerns weiter stärken und Zugang zu dem zweitgrößten Social-Media-Markt der Welt bieten. Geschäftliche Aktivitäten in den USA bergen erhöhte rechtliche, regulatorische, finanzwirtschaftliche und Organisationsrisiken.

Zudem kann die räumliche Entfernung zum Sitz der Gesellschaft in Berlin durch die Covid-19-Beschränkungen mit erschwerter Integration und Steuerung der Unternehmen verbunden sein. Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass die Integration der Unterneh-

men und Aktivitäten nicht in der gewünschten Weise realisiert bzw. später oder nur teilweise wie erwartet umgesetzt werden können. Änderung rechtlicher und Verbraucherschutzrechtlicher Vorschriften können sich zudem negativ auf das Geschäftsmodell in den USA auswirken.

Es kann außerdem nicht ausgeschlossen werden, dass konzernweite Prozesse und Standards nicht, nur teilweise oder verzögert umgesetzt werden und die Überwachung mit erhöhtem Zeit- und Ressourcenaufwand verbunden ist.

Makroökonomische Unsicherheiten auf Grund von Covid-19 (Marktrisiko)

Covid-19 hat die Weltwirtschaft seit 2020 erheblich beeinflusst und unter anderem zu folgenden auch für den TSC Konzern wesentlichen Auswirkungen geführt:

- Verstärkte Trend zu Digitalisierung und Online-Verkäufen
- Einstellung sämtlicher Großveranstaltungen
- Lieferengpässe besonders aus Asien
- Verteuerung der Logistikleistungen
- Verstärkter Trend zu Homeoffice.

Das Geschäft des TSC Konzerns, die finanzielle Leistungsfähigkeit und die Betriebsergebnisse hängen unter anderem von den weltweiten makroökonomischen Rahmenbedingungen, dem Auftreten von Katastrophen und unerwarteten Ereignissen und deren Auswirkungen auf die Verbraucherausgaben ab. Ereignisse, die entweder mehrere Märkte, in denen der Konzern tätig ist, oder einzelne Länder, in denen ein erheblicher Teil der Einnahmen oder Gewinne erwirtschaftet werden,

können sich auf die Branche, in der Social Chain tätig ist, in diesen Regionen auswirken und den Geschäftsbetrieb des Konzerns oder den der Lieferant:innen stören. Einen besonders starken Einfluss hat die aktuell weltweite Pandemie im Zusammenhang mit Covid-19, die zu Unsicherheiten im gesamten Weltmarkt- und Handelsumfeld und zur Unterbrechung von Handelsketten führt. Solche Entwicklungen können Geschäft des TSC Konzerns, die finanzielle Leistungsfähigkeit und das Betriebsergebnis erheblich beeinträchtigen. Covid-19 hat zudem das Eventgeschäft mit der Shine Conventions massiv betroffen.

Im Gegenzug ist der TSC Konzern durch seine Vielzahl unterschiedlicher Aktivitäten, schnelle Kostenanpassungen und dem digitalen Geschäftsmodell mit einem hohen Anteil an online-Verkäufen gut durch die Pandemie durchgekommen. Die Risiken werden permanent beobachtet und Chancen aus den Entwicklungen genutzt. Die oben beschriebenen Trends bieten erhebliche Chance, gerade auch durch den Erwerb der DS Gruppe.

Risiken aus der Nichteinhaltung von ESG/CSR-Standards (regulatorisches Risiko)

Der TSC Konzern hat der Einhaltung sämtlicher ESG- und CSR-Standards eine hohe Priorität eingeräumt. Die Investorinnen und Investoren am Kapitalmarkt und des Konzerns erwarten heute die konsequente prozessuale und organisatorische Sicherstellung der Einhaltung dieser Standards.

Der TSC Konzern möchte und muss zunehmend ESG- und CSR-Standards und -Erwartungen in Bezug auf Umweltbelange (z. B. Klimawandel und Nachhaltigkeit), soziale Belange (z. B. Vielfalt und Menschenrechte) und Corporate-Governance-Belange (z. B. Beziehungen zu Mitarbeitenden bei Geschäfts- und Investitionsentscheidungen) erfüllen.

Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass neue oder bestehende Anforderungen nicht sofort erkannt oder nicht angemessen bewertet werden. Dies kann dazu führen, dass einzelne ESG- und CSR-Standards nicht eingehalten werden und die Erwartungen der Stakeholder oder der Öffentlichkeit nicht ausreichend erfüllt werden. Die Nichteinhaltung von ESG/CSR kann durch die schnelle Expansion in neue Märkte und ein möglicherweise unzureichendes Bewusstsein für das jeweilige sozioökonomische Umfeld verursacht werden. Die Nichteinhaltung der Standards kann auch Auswirkungen auf die Finanzierungsmöglichkeiten und -kosten haben.

Gleichzeitig kann die Einhaltung bestimmter ESG- und CSR-Standards zu zusätzlichen Kosten führen. Künftige Änderungen der regulatorischen und rechtlichen Anforderungen im Zusammenhang mit dem Klimawandel können das Wachstum des Konzerns und die Finanzergebnisse beeinträchtigen.

Darüber hinaus kann der Konzern durch eine unangemessene Auswahl von Lieferant:innen insbesondere im Hinblick auf CSR-Vorschriften negativ beeinträchtigt werden. Der Konzern hat entsprechende organisatorische Regelungen (code of conduct) zur Lieferantenauswahl sowie eine Ethikrichtlinie installiert.

Logistikrisiken (finanzwirtschaftliches Risiko und Branchenrisiko)

Der TSC Konzern bietet verschiedene Produktkategorien über seine Vertriebskanäle an. Die Produkte werden national und international produziert und beschafft. Damit der Social Chain Konzern die geplanten Umsätze realisieren kann, müssen die Waren in der vereinbarten Zeit, Menge und Qualität in die Warenlager in Deutschland geliefert werden. Insbesondere seit 2020 kam es zu Logistikengpässen und steigenden

Transportkosten besonders im Containerversand aus Asien. Risiken aus der Unterbrechung von Lieferketten oder Kostensteigerungen für den Transport können auch künftig auftreten. Zudem werden diese Risiken vor dem Hintergrund der Kriegshandlungen in der Ukraine zunehmen und länger bestehen.

Social Chain hat die Herausforderungen seit 2020 durch ein breites Portfolio an Lieferant:innen, ausreichende Warenbevorratung und die enge Zusammenarbeit mit unterschiedlichen Logistikpartnern gemeistert und damit das Umsatzwachstum ermöglicht. Der Erwerb der DS Gruppe im Geschäftsjahr 2021 wird hier erhebliche Chancen zur Kostenoptimierung und Risikoreduzierung im Bereich der Logistik, vor allem aus der Bündelung der Logistikstandorte und effizientere Nutzung der Fläche, bieten.

Risiken aus Produktmängeln (finanzwirtschaftliches Risiko und Branchenrisiko)

Der Erfolg des Social-Commerce-Geschäfts hängt von der Qualität, dem Preis und der Einhaltung zugesagter Produkteigenschaften der verkauften Produkte ab. Die Einhaltung von ESG-Standards ist heute ebenfalls ein wichtiger Erfolgsfaktor.

Da die meisten Produkte im Ausland beschafft werden, einschließlich bei Anbieter:innen aus Schwellenländern, kann es im Einzelfall vorkommen, dass mangelhafte Produkte verkauft werden. Dies kann zu Kundenunzufriedenheit und Retouren bzw. Rückrufaktionen im Handel führen. In der Vergangenheit gab es einzelne Fälle bei Tochterunternehmen des Konzerns. Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass fehlerhafte Produkte verkauft werden, und hierdurch Reputationsschäden, Auslistungen bei Vertriebspartnern, Haftungsansprüche oder auch Bußgelder entstehen.

Der TSC Konzern hat geeignete organisatorische Maßnahmen umgesetzt, um die vorbeschriebenen Risiken zu reduzieren. Hierzu gehören unter anderem die verpflichtende Einhaltung von code of conducts bei Lieferant:innen, Qualitätskontrollen in den Produktionsstätten und Qualitätsprüfungen mit unseren Vertriebspartnern.

Risiken aus Kritik in den sozialen Medien schaden Marke und Image (Branchenrisiko)

Social Chain betreibt eine Vielzahl eigener Social-Media-Kanäle, vermarktet Produkte über Social Media und über Influencer:innen und stellt Social-Media-Content her. Social Commerce ist ein Wachstumstreiber des Konzerns. Die Vermarktungsmöglichkeiten von verschiedenartigen Produkten über Social Media ist eine Kernkompetenz des Konzerns.

Social-Media-Plattformen ermöglichen den Kunden:innen und Nutzer:innen die Teilnahme an Content, Bewertungen und Meinungsbildung bei anderen. Im Einzelfall kann ein Kund:in negative Bewertungen zu Produkten oder Dienstleistungen des Konzerns über Social Media verbreiten und es zu einem „shit-storm“ kommen. Wenn der Konzern oder eine Tochtergesellschaft nicht oder nicht angemessen reagiert, kann dies erhebliche negative Auswirkungen auf Reputation und Umsätze haben.

Social Chain verfügt über eine Vielzahl erfahrener Social-Media-Mitarbeiter:innen, die sowohl die eigenen Social-Media-Kanäle wie auch die Marken- und Produktaktivitäten im Social-Media-Bereich überwachen. Social-Media-Tools wie auch permanentes Monitoring reduzieren mögliche Risiken.

Risiken aus Investitions- und Desinvestitionsentscheidungen (finanzwirtschaftliches Risiko)

Der TSC Konzern verfolgt eine konsequente Buy-and-

Build-Strategie, um Marktchancen zu nutzen und in den relevanten Märkten organisch und durch Akquisitionen profitabel national und international zu wachsen.

Bei der Akquisition von Unternehmen können erhebliche Risiken entstehen, die die Finanz- und Ertragslage des Konzerns wesentlich negativ beeinflussen. Unter anderem können

- die erwarteten Umsatz- und Ergebnisziele nicht erreicht werden
- Probleme bei der Integration auftreten
- Rechtliche, steuerrechtliche oder regulatorische Risiken auftreten
- Technologische Entwicklungen den Sinn der Akquisition verringern
- Marktannahmen und Wettbewerbssituation sich anders darstellen.

In Anbetracht der Vielzahl an Akquisitionen können Risiken, wie beispielhaft oben aufgeführt, nicht vollständig ausgeschlossen werden.

Darüber hinaus kann ein erheblicher Teil des Kaufpreises der erworbenen Unternehmen auf den Geschäfts- oder Firmenwert und andere immaterielle Vermögenswerte entfallen. Hieraus kann ein erhebliches bilanzielles Risiko entstehen, wenn einzelne der oben beschriebenen Risiken eintreten und Wertansätze abzuwerten sind.

Zudem kann es sein, dass der TSC Konzern nicht in der Lage ist, Akquisitions- oder Investitionsmöglichkeiten

zu identifizieren, die den strategischen Zielen entsprechen, oder solche Möglichkeiten identifiziert werden, der Konzern aber nicht in der Lage ist, akzeptable Bedingungen zu verhandeln. Hieraus können sich negative Auswirkungen auf die Wachstumsziele des Konzerns ergeben. Hierbei sind Put und Call Optionen in Bezug auf Minderheiten und deren Bewertungsrisiko zu nennen.

Neben den Risiken aus Akquisitionen ergeben sich auch Risiken aus dem Verkauf von Unternehmen des Konzerns. Unternehmensverkäufe sehen in der Regel umfassende Garantiekataloge vor, aus denen nachgelagerte Risiken entstehen können. Zudem kann nicht ausgeschlossen werden, dass Unternehmen unter dem Buchwert oder den Anschaffungskosten verkauft werden.

Social Chain bedient sich bei allen Transaktionen professioneller Unterstützung durch renommierte Berater:innen (rechtliche, steuerrechtliche, wirtschaftliche Due Diligence) und reduziert mögliche Risiken auch durch die Einsetzung der zentralen Rechtsabteilung sowie des Finanzbereichs.

Beurteilung identifizierter Risiken

Die Beurteilung identifizierter Risiken erfolgt auf der Basis einer systematischen Bewertungsmethodik. Risiken werden hierbei in Bezug auf zwei Dimensionen analysiert und bewertet:

- Mögliche Auswirkung: Der aus dem Eintritt eines Risikos resultierende finanzielle Schaden.
- Eintrittswahrscheinlichkeit: Die Wahrscheinlichkeit des Eintritts eines Risikos innerhalb eines vordefinierten Zeitraums.

Die Kombination der Eintrittswahrscheinlichkeit und der möglichen Auswirkung ergibt die Risikobewertung.

Bei der Risikobewertung unterscheiden wir zwischen Brutto- und Nettorisiko. Das Brutto- und Nettorisiko stellt dabei das inhärente Risiko vor der Umsetzung risikomindernder Maßnahmen dar. Das Nettorisiko hingegen bezeichnet das verbleibende Risiko unter Berücksichtigung der im Konzern umgesetzten risikomindernden Maßnahmen. Diese Differenzierung ermöglicht ein besseres Verständnis dafür, welchen Effekt die umgesetzten risikomindernden Maßnahmen haben.

In der folgenden Risikomatrix sind die identifizierten Brutto- und Nettorisiken entsprechend ihrer erwarteten Eintrittswahrscheinlichkeit und ihren potenziellen Auswirkungen verschiedenen Risikoklassen zugeordnet und übersichtlich dargestellt.

Wahrscheinlichkeit Auswirkung	Unwahrscheinlich: Max 1 Eintritt / 5 Jahre	Möglich: Min. 1 Eintritt / Jahr	Wahrscheinlich: Min. 1 Eintritt / Monat	Anzahl Risiken
Hoch: >1,5 Mio. EUR	Bruttorisiken: 0 Nettorisiken: 5	Bruttorisiken: 6 Nettorisiken: 2	Bruttorisiken: 10 Nettorisiken: 1	Bruttorisiken: 16 Nettorisiken: 8
Mittel: 250 T. EUR – 1,5 Mio. EUR	Bruttorisiken: 0 Nettorisiken: 7	Bruttorisiken: 1 Nettorisiken: 1	Bruttorisiken: 1 Nettorisiken: 0	Bruttorisiken: 2 Nettorisiken: 8
Gering: <250 T. EUR	Bruttorisiken: 0 Nettorisiken: 0	Bruttorisiken: 0 Nettorisiken: 2	Bruttorisiken: 0 Nettorisiken: 0	Bruttorisiken: 0 Nettorisiken: 2
Anzahl Risiken	Bruttorisiken: 0 Nettorisiken: 12	Bruttorisiken: 7 Nettorisiken: 5	Bruttorisiken: 11 Nettorisiken: 1	Gesamt: 18

Die Risikomatrix ermöglicht den Vergleich der Risiken und trägt zu einer verbesserten Transparenz hinsichtlich des Gesamtrisikos unseres Konzerns bei.

Da Risiken ständigen Änderungen unterliegen, wird einerseits die Entwicklung bereits identifizierter sowie das etwaige Aufkommen bislang nicht relevanter Risiken beobachtet und andererseits die Angemessenheit und Effektivität, der im Umgang mit Risiken gewählten Maßnahmen regelmäßig überprüft.

Unter Berücksichtigung der möglichen finanziellen Auswirkungen und der Eintrittswahrscheinlichkeit der in diesem Bericht erläuterten Risiken sowie angesichts

der gegenwärtigen Geschäftsaussichten sehen wir keine substantielle Gefährdung der Unternehmensfortführung.

Wir sind im Gegenteil davon überzeugt, dass die – gegenüber den benannten Risiken – von uns höher eingestuften Chancen eine solide Grundlage für weiteres Wachstum und erhöhte Profitabilität bilden.

Zusammenfassung

Nach Aussage des Managements sind keine der oben beschriebenen Risiken zu erwarten oder bisher Anzeichen für relevante, negative Auswirkungen zu erkennen. Angesichts der jüngsten Entwicklungen in 2022

(Ukraine-Krieg, gestiegenes Inflationsrisiko, anhaltende COVID 19 bezogene Lieferkettenprobleme) wird das Management regelmäßig die Entwicklung des privaten Konsums seiner Kundengruppen sowie die allgemeine Nachfrage beobachten, um rechtzeitig hierauf reagieren zu können. Die Zusammenarbeit, Integration und Förderung der Aktivitäten erfolgt wie erwartet und die Umsatz- und EBITDA Prognosen für 2022 sind positiv. Das Management überwacht die Aktivitäten mit den konzernweiten Standards und bezieht die kontrollierten Unternehmen in ihr Risikomanagement-System ein. Zudem ergeben sich besondere Chancen und Risiken aus dem Erwerb und der Integration der DS Gruppe.

4 Internes Kontroll- und Risikomanagementsystem in Bezug auf den Rechnungslegungsprozess

Das rechnungslegungsbezogene interne Kontrollsystem (IKS) ist integraler Bestandteil des umfassenden unternehmensweiten Kontroll- und Risikomanagementsystems. Sein Ziel als Teilbereich des allgemeinen IKS des TSC Konzerns ist die Sicherstellung der Zuverlässigkeit und Transparenz der Finanzberichterstattung. Um dieses Ziel zu erreichen, hat der TSC Konzern geeignete Strukturen, Prozesse und Kontrollen implementiert. Sie sollen gewährleisten, dass die Ergebnisse des Rechnungslegungsprozesses frei von Fehlern sind und fristgerecht vorliegen.

Die Identifikation und Bewertung von Risiken für die Integrität der Finanzberichterstattung erfolgt implizit und auf Basis der Erfahrung der zuständigen Personen.

Das IKS des TSC Konzerns stützt sich überwiegend auf prozessintegrierte, organisatorische Sicherungsmaßnahmen, wie beispielsweise Funktionstrennung mit entsprechenden Zugriffsbeschränkungen im IT-Bereich oder Zahlungsrichtlinien. Prozessintegrierte Kontrollen vermindern die Wahrscheinlichkeit des Auftretens von Fehlern bzw. unterstützen das Aufdecken von aufgetretenen Fehlern.

Das rechnungslegungsbezogene IKS wird vom Vorstand ausgestaltet und seine Wirksamkeit vom Aufsichtsrat überwacht. Die TSC AG stellt als Mutterunternehmen den Konzernabschluss des Konzerns auf. Diesem Prozess vorgelagert ist die Finanzberichterstattung der in den Konzernabschluss einbezogenen Konzerngesellschaften. Beide Prozesse werden durch ein stringentes internes Kontrollsystem überwacht, das sowohl die Ordnungsmäßigkeit der Rechnungslegung

als auch die Einhaltung der relevanten gesetzlichen Bestimmungen sichert. Die bereichsübergreifenden Schlüsselfunktionen werden zentral gesteuert, während die Gesellschaften des Konzerns ihre Abschlüsse dezentral und gemäß den lokalen gesetzlichen Anforderungen erstellen.

Wesentliche Regelungen und Instrumentarien bei der Erstellung des Konzernabschlusses sind:

- Klar definierte Aufgabentrennung und Zuordnung von Verantwortlichkeiten zwischen den am Rechnungslegungsprozess beteiligten Bereichen,
- Einbeziehung externer Sachverständiger, soweit erforderlich, wie zum Beispiel für die Bewertung zum beizulegenden Zeitwert von Finanzinstrumenten und Aktienoptionen, für die Unterstützung bei Kaufpreisverteilungen sowie der Durchführung von Impairment-Tests auf den Goodwill.
- Verwendung geeigneter IT-Finanzsysteme und Anwendung von detaillierten Berechtigungskonzepten zur Sicherstellung aufgabengerechter Befugnisse unter Beachtung von Funktionstrennungsprinzipien.
- Systemseitig implementierte Kontrollen und weitere Prozesskontrollen der Rechnungslegung in den Gesellschaften, bei der Konsolidierung im Rahmen des Konzernabschlusses sowie anderer relevanter Prozesse auf Konzern- und Gesellschaftsebene.
- Berücksichtigung von im Risikomanagementsystem erfassten und bewerteten Risiken in den Jahresab-

schlüssen, soweit dies nach bestehenden Bilanzierungsregeln erforderlich ist.

Eine interne Revision ist derzeit noch nicht eingerichtet und wird Teil der unternehmensinternen Fortentwicklung des IKS sein. Sie soll dann unabhängig die Funktionsfähigkeit und die Effizienz des rechnungslegungsbezogenen internen Kontroll- und Risikomanagementsystems überprüfen.

5 Prognosebericht

Die Entwicklung des TSC Konzerns ist in fast all seinen Aktivitäten auch abhängig von der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung und der resultierenden Konsumkraft. Wenngleich der TSC Konzern schnell auf die Veränderungen durch die Pandemie reagieren konnte und damit rechnet, auch zukünftig Veränderungen frühzeitig zu erkennen und darauf zu reagieren, ist aufgrund der schwer absehbaren Auswirkungen der globalen und in Regionen unterschiedlich ausgeprägten Corona-Pandemie sowie die geopolitische Entwicklung in der Folge der Kriegshandlungen in der Ukraine die Prognostizierbarkeit der künftigen Entwicklung im Vergleich zu einer Situation ohne globale Krisen deutlich eingeschränkt. Dennoch gibt es eine Reihe von Indikatoren, die eine bedingte Prognose erlauben.

5.1 Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen

Die Perspektiven für die gesamtwirtschaftliche Entwicklung sind für das Geschäftsjahr 2022 und die Folgejahre weiterhin von erhöhter Unsicherheit geprägt.

Der internationale Währungsfonds hat seine Prognose zur Entwicklung des globalen BIP zuletzt im April 2022 nach unten korrigiert. Demnach erwartet der IWF nur noch eine moderate Erholung der Weltwirtschaft für das Jahr 2022 mit einem Wachstum von 3,6 %. Ursächlich hierfür sind im Wesentlichen die an-

haltenden Lieferkettenprobleme, die steigende Inflation und Auswirkungen des Ukraine-Krieges sowie die Russland-Sanktionen. Für die heutigen Kernmärkte des TSC Konzerns gibt der IWF folgende Prognose für 2022 ab: Deutschland (2,1 %), Großbritannien (3,7 %), USA (3,7 %). Für 2023 ist die aktuelle Prognose des IWF mit einer Wachstumsprognose des globalen BIP von 3,6 % verhalten gegenüber 2022.¹⁵

Während die Dauer der Corona-Pandemie und globale Lieferkettenprobleme in der Prognose des IWF enthalten sind, muss aufgrund der Invasion russischer Truppen in die Ukraine inzwischen von einer weiteren Dämpfung des wirtschaftlichen Wachstums ausgegangen werden, insbesondere für Deutschland und den europäischen Raum.

Das deutsche Institut für Weltwirtschaft (IfW) hat seine Konjunkturprognose im März 2022 für das laufende Jahr angesichts der Folgen des Ukraine-Krieges auf 2,1 % gesenkt. Im Dezember war das DIW noch von einem Wachstum des Bruttoinlandsprodukts (BIP) von 4 % ausgegangen. Die Inflationsrate in Deutschland ist im März 2022 laut Statistischem Bundesamt auf 7,3 % gestiegen, ein Höchstwert seit über 40 Jahren.¹⁶

Aufgrund hoher Rohstoffpreise, Lieferengpässe und verunsicherter Absatzmärkte rechnet das IfW auch global mit einer Abschwächung des Wachstums auf 3,5 %.¹⁷

Das Wachstum im E-Commerce bleibt hingegen gemäß verschiedenen Studien ungebrochen und setzt sein rasantes Wachstum insbesondere im Bereich Social Commerce in den kommenden Jahren weiter fort. Hier muss jedoch angemerkt werden, dass bei einzelnen Studien insbesondere der Ukraine-Krieg und der Anstieg der Inflation sowie die damit verbundene Kaufkraftschwächung nicht enthalten sind. Wir gehen jedoch davon aus, dass die überdurchschnittliche Entwicklung von E-Commerce und Social Commerce im Vergleich zum gesamten Einzelhandel anhalten wird – global und in den für die Social Chain AG besonders relevanten Märkten.

Der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (BEVH) erwartet, dass die Umsätze mit Waren im Jahr 2022 um weitere 12,0 % auf EUR 110 Mrd. wachsen. Accenture prognostiziert in der Studie „Why Shopping’s Set for a Social Revolution“ aus dem Januar 2022, dass die Social-Commerce-Branche dreimal so schnell wie der traditionelle E-Commerce bis 2025 wachsen wird. Demnach werden die weltweiten Umsätze im Social Commerce von USD 0,5 Billionen auf USD 1,2 Billionen in 2025 anwachsen. Dies entspricht einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 24 %.¹⁸

Mit ansteigender Popularität von E-Commerce und besonders Social Commerce, steigt ebenfalls die Gruppe der E-Commerce-Nutzer:innen in Deutschland. Laut einer Prognose wird sich die Anzahl der Nutzer:innen Deutschland im Jahr 2024 auf rund 68 Millionen belaufen.

¹⁵ <https://blogs.imf.org/2022/04/19/war-dims-global-economic-outlook-as-inflation-accelerates/>
¹⁶ <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1045/umfrage/inflationsrate-in-deutschland-veraenderung-des-verbraucherpreisindexes-zum-vorjahresmonat/>

¹⁷ <https://www.handelsblatt.com/politik/konjunktur/nachrichten/konjunktur-heftiger-gegenwind-institut-fuer-weltwirtschaft-halbiert-wachstumsprognose/28171910.html>

¹⁸ <https://www.accenture.com/il-en/insights/software-platforms/why-shopping-set-social-revolution>

Dabei lässt sich deutlich feststellen, dass die Altersgruppe der Onlinekäufer:innen immer jünger wird. Etwa 43 % gehören der Altersgruppe der 20- bis 39-Jährigen an. Über 70 Jahre alt sind hingegen nur 3 % der Onlinekäufer:innen.¹⁹

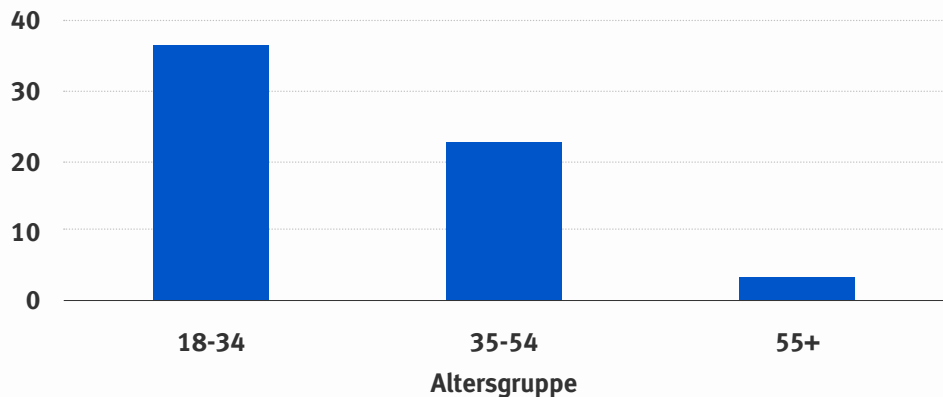
Die jüngere Generation ist nicht nur finanziell unabhängig, sondern hat auch den digitalen Wandel aus erster Hand miterlebt, so dass sie eher bereit ist, über soziale Medien einzukaufen. Für die Verbraucher:innen bedeutet dies, dass sie sich ihren Lieblingsmarken näher als je zuvor fühlen. Inmitten dieser Entwicklung befinden sich Influencerinnen und Influencer, deren Posts und Livestreams dem Social Shopping eine neue Komponente hinzugefügt haben: Unterhaltung. Durch den Aufbau eines treuen Publikums haben sich Prominente in den sozialen Medien zu wichtigen Kaufanreizen entwickelt. So sehr, dass laut einer Umfrage die meisten Nutzer:innen welt-

weit wahrscheinlich von Influencer:innen kaufen würden, denen sie folgen.²⁰

Hierbei fällt erneut besonders die Generation im Alter von 18-34 Jahren auf, die sich zu 37% beim Onlinekauf mehr von Influencern beeinflussen lässt als von traditionellen Werbungen (2020).

Das Online-Einkaufserlebnis wird sich immer mehr Richtung Social Commerce bewegen. Die Zukunft liegt in der Bildung von Online-Communities und Live-Shopping, bei denen Influencer:innen die Wegweiser und Inspirationsquellen sind.

Spending Behaviour of Gen Y&Z (%)



E-Commerce und Social Commerce sind künftig auch die Haupttreiber für Werbung und Marketing. Werbung über digitale Kanäle wird 2022 erstmals mehr als 60 % der weltweiten Werbeausgaben ausmachen. Der globale Werbemarkt wird sich nach Einschätzung von Zenith Media mit einem Wachstum von 9,1 % im Jahr 2022 weiter vom Abschwung im Jahr 2020 erholen. Insgesamt wird weltweit mit Werbeausgaben von USD 873 Mrd. gerechnet.²¹

In Deutschland wird 2022 mit Ausgaben für digitales Marketing in Höhe von EUR 12,8 Mrd. gerechnet, das wäre ein Anstieg von knapp 20 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.²²

¹⁹ <https://de.statista.com/themen/247/e-commerce/#dossierKeyfigures>

²⁰ <https://www.statista.com/topics/8757/social-commerce/#dossierKeyfigures>

²¹ <https://www.zenithmedia.com/digital-advertising-to-exceed-60-of-global-adspend-in-2022/>

²² <https://wearesocial.com/de/blog/2022/02/digital-2022-report-726-millionen-deutsche-nutzen-social-media/>

5.2 Erwartete wirtschaftliche Entwicklung des TSC Konzerns

Trotz der guten gesamtwirtschaftlichen Wachstumserwartungen für den Bereich E-Commerce führen die anhaltenden Lieferkettenprobleme, steigende Inflation, Rekordschulden sowie die Omikron-Welle zu einer unverändert geringen Visibilität der zukünftigen Auswirkungen auf die Geschäftsentwicklung des TSC Konzerns. Die Prognose auf die relevanten finanziellen Leistungsindikatoren ist daher für den Konzern mit Unsicherheiten behaftet, sodass eine genaue Einschätzung von Dauer und Auswirkungen der oben genannten Faktoren aktuell nicht abschließend möglich ist. Insbesondere die Geschäftsentwicklung im Bereich sozialer Events und Messen ist durch die Beeinträchtigung des öffentlichen Lebens durch die Corona-Pandemie im Geschäftsjahr 2022 weiterhin schwer einschätzbar, wird aber im Vergleich zu 2021 deutlich besser erwartet.

Auf Basis des bisherigen Geschäftsverlaufes und der erfolgreichen Integration bislang akquirierter und bereits in Q1 2022 veräußerter Unternehmen und Marken und vorbehaltlich möglicher M&A-Aktivitäten geht das Management davon aus, den Umsatz im Geschäftsjahr 2022 auf EUR 535 Mio. mit einem deutlich positiven EBITDA im mittleren zweistelligen Millionen-Bereich, das die Ergebnisse aus der Endkonsolidierung der bereits in 2022 veräußerten Anteile an KoRo beinhaltet, zu steigern.

Nach einem herausfordernden und von Einmaleffekten geprägten Jahr 2021 erwarten wir auf Basis des bisherigen Geschäftsverlaufs insbesondere im Bereich Core Brands und Brand Chain ein starkes aber unter dem Niveau des Vorjahres liegendes organisches Wach-

tum von ca. 30 %. Im Bereich Social Media erwarten wir weiterhin eine deutliche Erholung mit einem organischen Wachstum von ca. 35 %.

Zusätzlich zu dem bestehenden Geschäft und in der Umsatzerwartung in Höhe von EUR 535 Mio. in 2022, sondieren wir Opportunitäten durch weitere gezielte Akquisitionen, um das Geschäftsmodell national und international weiterzuentwickeln. Solche M&A-Transaktionen sollten sich vor allem in der zweiten Jahreshälfte konkretisieren. Es wird erwartet, dass Unternehmen mit einem Jahresumsatz von bis zu EUR 50 Mio. und einem leicht positiven EBITDA erworben werden können, was die Umsatzerwartung für 2022 dann entsprechend erhöhen würde, oder – im Falle von Verkäufen – entsprechend reduzieren kann.

Zur positiven Entwicklung wird auch die zunehmende Integration der DS Gruppe beitragen. Wir sind damit in der Lage, kostenseitige Synergieeffekte mit steigender Tendenz zu nutzen. Vollumfänglich werden sich diese Effekte erst in den nächsten Geschäftsjahren zeigen. Hierfür werden in den nächsten 3 Jahren Anstrengungen und Ressourcen besonders im Bereich Technologie notwendig sein. Die Synergiegewinne auf EBITDA-Ebene schätzen wir auf ca. EUR 40-50 Mio. in den Jahren 2022-2024.

Der operative Cashflow wird im Geschäftsjahr 2022 besonders von hohen Aufwendungen aus der Post Merger Integration, der Entwicklung der LINKS-Plattform, sowie eines gestiegenen Working-Capital-Bedarfs für den Aufbau der Vorräte im wachsenden Social-Commerce-Geschäft belastet. Der entsprechende Liquiditätsbedarf sowie Finanzbedarf für durchgeführte und geplante Akquisitionen wurden und werden durch die Aufnahme von Bankdarlehen sowie aus Netto-

zuflüssen aus bereits in Q1 2022 erzielten und im Verlauf von 2022 noch weiteren möglichen selektiven Unternehmensverkäufen gedeckt. Der Konzern verfügt damit auf Grundlage der aktuellen Planung über ausreichende Liquidität.

5.3 Gesamtaussage zur Prognosebericht-erstattung

Der TSC Konzern ist in der Corona-Krise und darüber hinaus gut aufgestellt. In kurzer Zeit entstand ein internationales, integriertes Social-Media-Unternehmen, das in der Lage ist, sein hohes organisches Wachstum durch gezielte Zukäufe zu beschleunigen. Unser Geschäftsmodell mit vielfältigen Umsatzerlösen aus der Kombination von Social Media und Social Commerce und dem Handel erweist sich auch in konjunkturellen Krisen als robust.

Am 24.02.2022 hat Russland die Ukraine militärisch angegriffen. Zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts halten die kriegesischen Auseinandersetzungen weiter an und es ist nicht vorhersehbar, welchen Verlauf dieser Konflikt noch nehmen wird.

Diese Situation führt zu Unsicherheiten und Risiken hinsichtlich der Entwicklung der Weltwirtschaft sowie der Branchen, in denen unser Konzern tätig ist. Auf unsere Geschäftstätigkeit wirkt der Krieg zwischen Russland und der Ukraine – sei es in Form einer erhöhten Risikoexposition oder teilweise bereits materialisierter Risiken – gleich in mehrfacher Hinsicht negativ.

Zu nennen sind hierbei insbesondere nachfolgende Risiken:

- Zunahme der Störungen der globalen Liefer- und Logistikketten. So hat der TSC Konzern bspw. bislang einige Holzprodukte aus der Ukraine bezogen. Diese Lieferungen können derzeit nicht aufrechterhalten werden und werden durch alternative Lieferquellen kompensiert.
- Weiterer Anstieg der Energie-, Material- und Fracht- und Transportkosten. Diese Mehrkosten werden nicht oder nur in geringem Maße durch Erhöhung der Verkaufspreise aufgefangen werden können.
- Abflauen oder gar Einbruch der Konsumnachfrage (u.a. als Reaktion auf die stark gestiegenen Lebenshaltungskosten).
- Anstieg der Anzahl an Cyber-Attacken.

Wir beobachten und analysieren die Entwicklungen kontinuierlich und leiten für uns konkrete Gegenmaßnahmen ab, um etwaige negative Auswirkungen zu minimieren. Umsatzseitig sind derzeit keine nennenswerten Auswirkungen festzustellen da der Umsatz bisher in der Ukraine bzw. Russland nachrangig ist.

Dieser Krieg hat bis zu diesem Zeitpunkt bereits deutlich negativere Auswirkungen auf die Weltwirtschaft als andere militärische Auseinandersetzungen der jüngeren Vergangenheit. Der mögliche Verlauf, die Dauer und der Ausgang des Konflikts sowie die damit verbundenen Auswirkungen auf die (weltweite) politische und wirtschaftliche Gesamtlage sind allerdings nach wie vor sehr unklar. Ferner muss das mit diesem Krieg verbundene weitere Eskalationspotential als besorgniserregend eingestuft werden.

Aufgrund dieser sehr hohen Unsicherheitsgrade haben wir in unserem Konzernlagebericht zu diesem Zeit-

punkt keine quantitativen Anpassungen hinsichtlich der Beurteilung der Einzelrisiken vornehmen können. Ebenso sind in die Gesamtaussage zur voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns für das Geschäftsjahr 2022 – außer des Verweises auf die Unsicherheit, die sich aus dem Krieg ergibt – keine Anpassungen der Erwartungen und Bewertungen eingeflossen.

Wir monitoren die Lage sehr genau und werden die sich aus dem Konflikt ergebenden Belastungen in den regelmäßigen Forecasts der Konzernergebnisvorschau berücksichtigen.

6 Erläuternder Bericht des Vorstands gemäß § 176 Abs. 1 S. 1 AktG zu den übernahmerechtlichen Angaben nach §§ 289a Abs. 1 und 315a Abs. 1 HGB

Zusammensetzung des gezeichneten Kapitals

Das gezeichnete Kapital der TSC AG beträgt EUR 15.527.775,00. Es ist in 15.527.775 nennwertlose, auf den Inhaber:in lautende Stückaktien eingeteilt, die jeweils einen anteiligen Betrag von EUR 1,00 des Grundkapitals repräsentieren. Das Grundkapital ist vollständig eingezahlt. Weitere Aktiengattungen, insbesondere Vorzugsaktien oder Aktien mit Nebenpflichten, existieren nicht.

Die Gesellschaft hat mit Zustimmung der Hauptversammlung im Geschäftsjahr 2021 Wandelschuldverschreibungen (WKN A3E5FE / ISIN DE000A3E5FE7) in einem Gesamtvolumen von EUR 25.000.000,00 ausgegeben, die durch die Wandlungsberechtigten jederzeit bis zu ihrem Endfälligkeitsdatum in Stammaktien der Gesellschaft zu einem derzeitigen Wandlungspreis von EUR 32,50 gewandelt werden können. Zum Bilanzstichtag 31. Dezember 2021 sind insgesamt Wandelanleihen in einem Gesamtvolumen von EUR 2.412.000,00 gegen Ausgabe von 74.204 neuen Aktien gewandelt.

Beschränkungen, die Stimmrechte oder die Übertragung von Aktien betreffen

Jede Aktie berechtigt zur Abgabe einer Stimme in der Hauptversammlung. Satzungs-mäßige Beschränkungen betreffend die Stimmrechte oder die Übertragung der Aktien bestehen nicht.

Direkte oder indirekte Beteiligungen am Kapital, die 10 % der Stimmrechte überschreiten

Name / Firma

Dr. Georg Kofler, Berlin, Deutschland

Frau Daniela Hagemann und Dr. Hanno Hagemann, jeweils Timmendorfer Strand, Deutschland

Die obigen Angaben basieren ausschließlich auf den letzten der TSC AG zugegangenen Stimmrechtsmitteilungen nach dem Wertpapierhandelsgesetz (WpHG), welche die TSC AG entsprechend veröffentlicht hat

Aktien mit Sonderrechten

Die TSC AG hat keine Aktien mit Sonderrechten ausgegeben.

Stimmrechtskontrolle bei Arbeitnehmerbeteiligung

Es besteht keine Beteiligung von Arbeitnehmer:innen am Kapital, aus der die Arbeitnehmer:innen ihre Kontrollrechte nicht unmittelbar ausüben können.

Gesetzliche Vorschriften und Bestimmungen der Satzung über die Ernennung und Abberufung der Mitglieder des Vorstands und über die Änderung der Satzung

Die Ernennung und Abberufung des Vorstands richten sich nach den §§ 84, 85 AktG.

Änderung der Satzung der TSC AG richtet sich nach den gesetzlichen Vorschriften in §§ 119 Abs. 1 Nr. 5, 133 sowie 179 Abs. 1 und 2 AktG. In Abweichung von den vorstehenden gesetzlichen Regelungen ist gemäß § 9 Abs. 3 der Satzung der TSC AG der Aufsichtsrat zur Beschlussfassungen über Änderungen der Satzung, die lediglich die Fassung betreffen, ermächtigt.

Weitere von den gesetzlichen Regelungen abweichende oder ergänzenden Bestimmungen enthält die Satzung der TSC AG nicht.

Befugnisse des Vorstands zur Ausgabe von Aktien

Das Grundkapital der Gesellschaft ist durch Beschluss der Hauptversammlung vom 29. August 2017 um bis zu EUR 200.000,00 durch Ausgabe von bis zu 200.000 auf den Namen lautenden Stückaktien bedingt erhöht. (Bedingtes Kapital 2017/I). Aufgrund des Beschlusses der Hauptversammlung vom 19. August 2019 wurde das am 29. August 2017 beschlossene Bedingte Kapital auf EUR 76.000,00 reduziert. Das Bedingte Kapital 2017/I dient ausschließlich der Erfüllung von Bezugsrechten, die aufgrund der Ermächtigung der Hauptversammlung vom 29. August 2017 zu Tagesordnungspunkt 9, geändert durch den Beschluss der Hauptversammlung vom 28. August 2018 unter Tagesordnungspunkt 7, gewährt werden bzw. wurden. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, wie die Inhaber:innen der Bezugs-

rechte, die im Rahmen des Lumaland Aktienoptionsplans 2017 begeben werden, von ihrem Recht zum Bezug von Aktien der Gesellschaft Gebrauch machen und die Gesellschaft zur Erfüllung der Bezugsrechte keine eigenen Aktien liefert oder einen Barausgleich gewährt.

Der Vorstand ist durch Beschluss der Hauptversammlung vom 19. August 2019 ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates bis zum 18. August 2024 bis zu 242.000 Bezugsrechte zu gewähren, die insgesamt zum Bezug von bis zu 242.000 auf den Namen lautenden Stückaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital in Höhe von jeweils EUR 1,00 berechtigen (Bedingtes Kapital 2019/II). Das Bedingte Kapital 2019/II dient ausschließlich der Erfüllung von Bezugsrechten, die aufgrund der Ermächtigung der Hauptversammlung vom 19. August 2019 gemäß dem Beschluss zu Tagesordnungspunkt 11 gewährt werden. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, wie die Inhaber:innen der Bezugsrechte, die im Rahmen des Lumaland Aktienoptionsplans 2019 begeben werden, von ihrem Recht zum Bezug von Aktien der Gesellschaft Gebrauch machen und die Gesellschaft zur Erfüllung der Bezugsrechte keine eigenen Aktien liefert oder einen Barausgleich gewährt.

Der Vorstand war durch Beschluss der Hauptversammlung vom 11. Mai 2020 ermächtigt, das Grundkapital mit Zustimmung des Aufsichtsrates bis zum 10. Mai 2025 einmalig oder mehrmals gegen Bar- und/oder Sacheinlagen, um insgesamt bis zu EUR 5.094.859,00, zu erhöhen. Das genehmigte Kapital beträgt nach teilweiser Ausschöpfung sowie nach teilweiser Aufhebung durch Beschluss der Hauptversammlung vom 11. Dezember 2020 noch bis zu EUR 608.058,00 (Genehmigtes Kapital 2020/I). Das Grundkapital ist durch Beschluss der Haupt-

versammlung vom 11. Mai 2020 um bis zu EUR 4.075.887,00 durch Ausgabe von bis zu 4.075.887 auf den Namen lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2020/I). Die bedingte Kapitalerhöhung dient ausschließlich der Gewährung neuer Aktien an Inhaber:innen von Wandlungs- oder Optionsrechten, die aufgrund der Ermächtigung der Hauptversammlung vom 11. Mai 2020 gemäß dem Beschluss zu Tagesordnungspunkt 2 durch die Gesellschaft oder durch Unternehmen, an denen die Gesellschaft unmittelbar oder mittelbar mehrheitlich beteiligt ist, gewährt werden.

Das Grundkapital ist durch Beschluss der Hauptversammlung vom 11. Mai 2020 um bis zu EUR 700.971,00 durch Ausgabe von bis zu 700.971 auf den Namen lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2020/II). Die bedingte Kapitalerhöhung dient ausschließlich der Erfüllung von Bezugsrechten, die aufgrund der Ermächtigung der Hauptversammlung vom 11. Mai 2020 gemäß dem Beschluss zu Tagesordnungspunkt 3 gewährt werden. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, wie die Inhaber:innen der Bezugsrechte, die im Rahmen des Social Chain Aktienoptionsplans 2020 begeben werden, von ihrem Recht zum Bezug von Aktien der Gesellschaft Gebrauch machen und die Gesellschaft zur Erfüllung der Bezugsrechte keine eigenen Aktien liefert oder einen Barausgleich gewährt.

Der Vorstand war durch Beschluss der Hauptversammlung vom 30. Juli 2021 ermächtigt, das Grundkapital mit Zustimmung des Aufsichtsrates bis zum 14. Juli 2026 einmalig oder mehrmals gegen Bar- und/oder Sacheinlagen, um insgesamt bis zu EUR 5.111.421,00 zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2021/I). Das Genehmigte Kapital 2021/I besteht zum 31. Dezember 2021 nach teilweiser Ausnutzung noch in Höhe von EUR 1.111.097,00.

Das Grundkapital ist durch Beschluss der Hauptversammlung vom 30. Juli 2021 um bis zu insgesamt EUR 125.877,00 bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2021/I). Die bedingte Kapitalerhöhung dient ausschließlich der Erfüllung von Bezugsrechten, die aufgrund der Ermächtigung der Hauptversammlung vom 30. Juli 2021 gemäß dem Beschluss zu Tagesordnungspunkt 7 gewährt werden. Die bedingte Kapitalerhöhung wird nur insoweit durchgeführt, wie die Inhaber:innen der Bezugsrechte, die im Rahmen des Social Chain Aktienoptionsplans 2021 begeben werden, von ihrem Recht zum Bezug von Aktien der Gesellschaft Gebrauch machen und die Gesellschaft zur Erfüllung der Bezugsrechte keine eigenen Aktien liefert oder einen Barausgleich gewährt.

Der Vorstand ist durch Beschluss der Hauptversammlung vom 11. Dezember 2020 weiter dazu ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates eigene Aktien der TSC AG zu erwerben. Die Ermächtigung ist auf eigene Aktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von bis zu 10 % beschränkt. Die Ermächtigung kann ganz oder in Teilbeträgen, einmal oder mehrmals ausgeübt werden. Die Ermächtigung gilt bis zum 10. Dezember 2025.

Wesentliche Vereinbarungen der Gesellschaft, die unter der Bedingung eines Kontrollwechsels infolge eines Übernahmeangebotes stehen

Es bestehen keine wesentlichen Vereinbarungen der Gesellschaft, die unter der Bedingung eines Kontrollwechsels in Folge eines Übernahmeangebotes stehen.

Entschädigungsvereinbarungen der Gesellschaft, die für den Fall eines Übernahmeangebotes mit den Mitgliedern des Vorstands oder Arbeitnehmer:innen getroffen sind

Es gibt keine Entschädigungsvereinbarungen der Gesellschaft, die für den Fall eines Übernahmeangebotes mit den Mitgliedern des Vorstands oder Arbeitnehmern getroffen wurden.

7 Vergütungsbericht

Der Vergütungsbericht nach § 162 AktG wird auf der Internetseite der TSC AG unter <https://socialchain.com/investor-relations/corporate-governance> öffentlich zugänglich gemacht. Der Vergütungsbericht ist nicht Bestandteil der Abschlussprüfung durch den Wirtschaftsprüfer.

Wanja S. Oberhof

8 Nichtfinanzielle Erklärung (Nachhaltigkeitsbericht)

Im Hinblick auf die nichtfinanziellen Informationen wird auf die Ausführungen im gesonderten zusammengefassten Nachhaltigkeitsbericht der TSC AG und ihrer Tochtergesellschaften, einschließlich der nichtfinanziellen Erklärung (§ 289b, § 315b HGB), als Teil des Geschäftsberichtes im Nachhaltigkeitsbericht verwiesen. Die nichtfinanzielle Erklärung ist nicht Bestandteil der Abschlussprüfung durch den Wirtschaftsprüfer.

Ralf Dümmel

9 Erklärung zur Unternehmensführung

Die Erklärung zur Unternehmensführung nach § 289f HGB/§ 315d HGB einschließlich der Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG wird auf der Internetseite der TSC AG unter <https://socialchain.com/investor-relations/corporate-governance> öffentlich zugänglich gemacht. Die Erklärung zur Unternehmensführung ist nicht Bestandteil der Abschlussprüfung durch den Wirtschaftsprüfer.

Christian Senitz

Konzern- abschluss

- Inhaltsverzeichnis
- Die Social Chain Story
- An unsere Aktionär:innen
- Konzernlagebericht
- Konzernabschluss**

Erklärung des Vorstands und Versicherung nach §§ 297 Abs. 2, 315 Abs. 1 HGB

Für die Aufstellung des Abschlusses und des Konzernlageberichts der The Social Chain AG ist der Vorstand der The Social Chain AG verantwortlich.

Nach bestem Wissen versichern wir, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsregeln der Konzernabschluss der The Social Chain AG ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Social Chain-Gruppe vermittelt und im Konzernlagebericht der The Social Chain AG der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage der Social Chain so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung der Social Chain beschrieben sind.

Berlin, den 27. April 2022

Christian Senitz

Wanja S. Oberhof

Ralf Dümmel

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

für den Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2021

in TEUR	Anhang	01.01. – 31.12.2021	01.01. – 31.12.2020 ¹
Umsatzerlöse	3.1	312.672	130.094
Bestandsveränderung		673	-31
Aktivierte Eigenleistung		555	0
Sonstige betriebliche Erträge	3.2	4.488	7.777
Materialaufwand	3.3	-203.167	-67.702
Personalaufwand	3.4	-48.262	-31.590
Nettowertminderungsaufwand aus Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie Vertragsvermögenswerte	4.10	-629	-435
Sonstige betriebliche Aufwendungen	3.5	-89.308	-45.503
Ergebnis vor Zinsen, Ertragsteuern und Abschreibungen (EBITDA)		-22.978	-7.389
Abschreibungen und Wertminderungen	4.1 – 4.3	-53.808	-15.466
Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT)		-76.786	-22.855
Finanzerträge	3.6	9.093	2.022
Finanzaufwendungen	3.6	-11.131	-5.057
Anteil am Ergebnis assoziierter Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen	3.7	-1.738	-39
Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT)		-80.562	-25.929
Ertragsteuern	3.8	104	797
Konzernergebnis aus fortgeführtem Geschäft		-80.458	-25.132
Ergebnis aus nicht fortgeführtem Geschäft	3.9	-1.097	-603
Konzernergebnis		-81.554	-25.736
Davon entfallen auf			
Anteilseigner des Mutterunternehmens		-80.724	-26.605
Anteilseigner ohne beherrschenden Einfluss		-831	870
Ergebnis je Aktie aus fortgeführtem Geschäft (unverwässert/verwässert) (in EUR)	3.10	-6,83	-2,50
Ergebnis je Aktie aus nicht fortgeführtem Geschäft (unverwässert/verwässert) (in EUR)	3.10	-0,08	-0,04
Ergebnis je Aktie (unverwässert/verwässert) (in EUR)	3.10	-6,91	-2,55

¹ Die Werte weichen von den im Konzernabschluss 2020 berichteten Werten ab, da für Vergleichszwecke die Erträge und Aufwendungen der Social Moms GmbH rückwirkend in das Ergebnis aus nicht fortgeführtem Geschäft umgegliedert wurden. Siehe hierzu auch Anhangsangabe 3.9.

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

für den Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2021

in TEUR	01.01. – 31.12.2021	01.01. – 31.12.2020
Konzernergebnis	-81.554	-25.736
Erfolgsneutrale Bewertung von Finanzinstrumenten zum beizulegenden Zeitwert (FVOCI)	-115	-187
davon Steuern	94	81
Sonstiges Ergebnis, das in Folgeperioden nicht in die Gewinn- oder Verlustrechnung umgegliedert wird	-115	-187
Fremdwährungsumrechnung	1.755	-1.288
Sonstiges Ergebnis, das in Folgeperioden in die Gewinn- oder Verlustrechnung umgegliedert wird	1.755	-1.288
Sonstiges Ergebnis	1.640	-1.475
Gesamtergebnis	-79.915	-27.211
Davon entfallen auf		
Anteilseigner des Mutterunternehmens	-79.084	-28.081
Anteilseigner ohne beherrschenden Einfluss	-831	870

Konzern-Bilanz

zum 31. Dezember 2021

in TEUR	Anhang	31.12.2021	31.12.2020 ¹
Immaterielle Vermögenswerte	4.1	60.805	21.077
Geschäfts- oder Firmenwert	4.1	201.413	102.963
Sachanlagen	4.2	20.460	4.776
Nutzungsrechte	4.3	54.269	5.361
Nach der Equity-Methode bilanzierte assoziierte Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen	3.7	893	2.621
Langfristige Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen		0	130
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte	4.4	26.447	14.055
Langfristige Ertragsteuerforderungen	4.5	0	104
Sonstige langfristige nicht-finanzielle Vermögenswerte	4.6	0	12
Aktive latente Steuern	4.7	4.602	2.820
Langfristige Vermögenswerte		368.891	153.919
Vorräte	4.8	107.832	22.549
Kurzfristige Vertragsvermögenswerte	4.9	2.059	1.344
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen	4.10	74.567	10.115
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	4.4	6.453	1.314
Kurzfristige Ertragsteuerforderungen	4.5	77	76
Sonstige kurzfristige nicht-finanzielle Vermögenswerte	4.6	34.115	6.616
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	4.11	16.443	9.361
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	4.12	22.809	0
Kurzfristige Vermögenswerte		264.357	51.374
Aktiva		633.248	205.294

in TEUR	Anhang	31.12.2021	31.12.2020 ¹
Gezeichnetes Kapital	4.13	15.528	11.348
Kapitalrücklage	4.13	335.323	167.206
Kumuliertes übriges Eigenkapital (OCI)	4.13	1.486	-153
Gewinnrücklagen	4.13	-4.418	-9.088
Verlustvortrag	4.13	-153.319	-72.837
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital		194.600	96.477
Nicht beherrschende Anteile	4.13	1.946	2.204
Eigenkapital		196.546	98.680
Langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	4.15	113.769	26.982
Langfristige Rückstellungen	4.17	166	8
Langfristige Ertragsteuerverbindlichkeiten		241	218
Sonstige langfristige nicht-finanzielle Verbindlichkeiten	4.16	194	316
Passive latente Steuern	4.7	21.235	9.021
Langfristige Schulden		135.604	36.545
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	4.14	68.730	17.939
Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	4.15	197.451	38.871
Kurzfristige Rückstellungen	4.17	3.795	4.006
Kurzfristige Ertragsteuerverbindlichkeiten		2.324	58
Kurzfristige Vertragsverbindlichkeiten	4.9	4.348	1.063
Sonstige kurzfristige nicht-finanzielle Verbindlichkeiten	4.16	15.100	8.131
Zur Veräußerung gehaltene Schulden	4.12	9.350	0
Kurzfristige Schulden		301.097	70.068
Passiva		633.248	205.294

¹ Die Werte weichen von den im Konzernabschluss 2020 berichteten Werten aufgrund der finalen Bewertung des Unternehmenserwerbs der Carl Wilhelm Clasen GmbH ab. Siehe hierzu auch Anhangsangabe 1.5.2.

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

für den Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2021

Kumuliertes übriges Eigenkapital

in TEUR	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Rücklage aus der Fremdwährungsumrechnung	Rücklage aus der Bewertung von Finanzinstrumenten	Gewinnrücklagen	Verlustvortrag	Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital	Nicht beherrschende Anteile	Summe
Stand per 01.01.2020	9.994	134.957	913	409	-11.545	-46.229	88.449	1.515	89.964
Konzernergebnis	0	0	0	0	0	-26.605	-26.605	869	-25.736
Sonstiges Ergebnis	0	0	-1.289	-187	0	0	-1.476	0	-1.475
Gesamtergebnis	0	0	-1.289	-187	0	-26.605	-28.081	869	-27.211
Kapitalerhöhung	1.404	26.642	0	0	0	-2	28.046	-181	27.865
Anteilsbasierte Vergütung	0	5.607	0	0	0	0	5.607	0	5.607
Geschriebene Put-Optionen auf NCI	0	0	0	0	2.457	0	2.457	0	2.457
Stand per 31.12.2020	11.348	167.206	-376	222	-9.088	-72.837	96.477	2.204	98.680
Konzernergebnis	0	0	0	0	0	-80.724	-80.724	-831	-81.554
Sonstiges Ergebnis	0	0	1.755	-115	0	0	1.640	0	1.640
Gesamtergebnis	0	0	1.755	-115	0	-80.724	-79.084	-831	-79.915
Kapitalerhöhung	4.105	162.543	0	0	0	242	166.890	0	166.890
Ausgabe von Wandelschuldverschreibungen	0	3.483	0	0	0	0	3.483	0	3.483
Transaktionskosten nach Steuern	0	-642	0	0	0	0	-642	0	-642
Wandlung von Wandelschuldverschreibungen in Aktien	74	1.943	0	0	0	0	2.017	0	2.017
Veränderung von Konsolidierungskreis und nicht beherrschenden Anteilen	0	0	0	0	-1.392	0	-1.392	623	-769
Ausschüttungen	0	0	0	0	0	0	0	-50	-50
Anteilsbasierte Vergütung	0	790	0	0	0	0	790	0	790
Geschriebene Put-Optionen auf NCI	0	0	0	0	6.062	0	6.062	0	6.062
Stand per 31.12.2021	15.528	335.323	1.379	107	-4.418	-153.319	196.410	1.946	196.546

Konzern-Kapitalflussrechnung

für den Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2021

in TEUR	01.01. – 31.12.2021	01.01. – 31.12.2020
Konzernergebnis	-81.554	-25.736
Ertragsteuern	-104	-797
Ergebnis vor Steuern	-81.658	-26.532
Finanzergebnis	3.776	3.074
Abschreibungen auf Sachanlagen und Nutzungsrechten	4.620	3.003
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte	4.209	3.257
Wertminderungen	44.978	9.244
Gewinn (-) / Verlust (+) aus dem Abgang von Anlagevermögen	-2.565	-138
Gewinn (-) / Verlust (+) aus dem Abgang von Tochterunternehmen	0	-5.656
Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung	790	5.609
Sonstige nicht zahlungswirksame Erträge (-) und Aufwendungen (+)	-72	8
Veränderungen des Working Capitals		
Abnahme (+) / Zunahme (-) der Vorräte	-20.135	-7.454
Abnahme (+) / Zunahme (-) der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen kurzfristigen Forderungen	5.911	7.249
Abnahme (+) / Zunahme (-) der Vertragsvermögenswerte	-715	279
Abnahme (+) / Zunahme (-) der sonstigen nicht finanziellen Vermögenswerte (ohne Vertragsvermögenswerte)	-20.525	-2.316
Zunahme (+) / Abnahme (-) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	53.406	-15.565
Zunahme (+) / Abnahme (-) der sonstigen nicht finanziellen Verbindlichkeiten (inkl. Vertragsverbindlichkeiten)	25.559	-1.671
Zunahme (+) / Abnahme (-) der Rückstellungen	2.844	1.371
Veränderung der Ertragsteuerforderungen und -verbindlichkeiten	2.480	608
Sonstige Änderungen des Working Capitals	17	911
Cashflow aus operativer Tätigkeit	22.921	-24.719

Konzern-Kapitalflussrechnung

für den Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2021

in TEUR	01.01. – 31.12.2021	01.01. – 31.12.2020
Einzahlungen aus Abgängen von Sachanlagen	2.565	318
Einzahlungen aus Abgängen von immateriellen Vermögenswerten	0	40
Auszahlungen für den Erwerb von Gesellschaften und Geschäftsbereichen, abzüglich dabei erworbener Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-103.702	-5.193
Einzahlungen aus Abgängen von Gesellschaften und Geschäftsbereichen, abzüglich dabei abgegangener Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	9	-478
Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen	-3.281	-792
Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-4.196	-31
Auszahlungen für Erwerb von Ausleihungen	-2.191	0
Erhaltene Zinsen	422	20
Cashflow aus der Investitionstätigkeit	-110.374	-6.116
Einzahlungen aus Kapitalerhöhungen gegen Bareinlage	52.032	19.673
Einzahlungen aus der Ausgabe von Wandelschuldverschreibungen	25.045	0
Einzahlungen aus der Aufnahme von gewährten Krediten	50.562	30.496
Auszahlungen für die Tilgung von Krediten	-26.037	-11.613
Auszahlungen für die Tilgung von Leasingverbindlichkeiten	-2.941	-2.419
Gezahlte Zinsen (inkl. Zinsanteil aus Leasingverträgen)	-2.835	-2.607
Auszahlungen für verfügbarsbeschränkte Zahlungsmittel (Darlehenssicherheiten)	-996	0
An Inhaber nicht beherrschender Anteile gezahlte Dividenden	-50	0
Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	94.781	33.530
Nettoveränderung der Zahlungsmittel- und Zahlungsmitteläquivalente	7.459	2.559
Auswirkungen von Wechselkursänderungen auf Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	131	-136
Finanzmittel am Anfang der Periode	9.361	6.801
Finanzmittel am Ende der Periode	16.820	9.361

1. Grundlagen

1.1 Allgemeine Informationen zum Unternehmen und zum Konzern

Die The Social Chain AG (nachstehend auch „TSC AG“, „Gesellschaft“ oder „Mutterunternehmen“ genannt) ist eine in Deutschland ansässige Aktiengesellschaft mit Sitz in der Gormannstraße 22, 10119 Berlin. Sie ist im Handelsregister des Amtsgerichts Berlin unter HRB 128790 B eingetragen.

Die TSC AG ist die Muttergesellschaft von unmittelbar und mittelbar gehaltenen Tochtergesellschaften und hält unmittelbar und mittelbar Anteile an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen (nachfolgend auch „TSC Konzern“ oder „Konzern“ genannt). Im Wesentlichen dient die Gesellschaft als Holding für den Konzern.

Die Aktien der TSC AG sind seit dem 12. November 2021 zum Handel im Prime Standard (reguliertes Marktsegment mit zusätzlichen Folgepflichten) der Frankfurter Wertpapierbörse zugelassen.

Der TSC Konzern ist ein integriertes Social Media-Unternehmen, das Social Media, Social Commerce sowie stationären Handel unter einem Dach vereint. Der TSC Konzern ist Pionier für den Aufbau, die Entwicklung und die Skalierung von Social Media Brands. Die Strategie der TSC AG konzentriert sich auf Marken, soziale Erlebnisse und Produktwelten, die über Social Media identifiziert, entwickelt und vorrangig direkt an Endverbraucher (direct to consumer brands) vermarktet werden.

Die Kernmärkte des Konzerns sind Europa, mit den Schwerpunkten Deutschland und Großbritannien sowie Nord- und Südamerika, wobei hier der Schwerpunkt auf den USA liegt. Asien ist ein weiterer strategischer Zielmarkt.

1.2 Übereinstimmungserklärung

Der Konzernabschluss für das Geschäftsjahr zum 31. Dezember 2021 wurde in Übereinstimmung mit den vom International Accounting Standards Board (IASB) herausgegebenen International Financial Reporting Standards (IFRS) sowie den Interpretationen des IFRS Interpretations Committee (IFRS IC), wie sie in der Europäischen Union (EU) anzuwenden sind, aufgestellt. Ergänzend werden die Vorschriften des § 315e Abs. 1 HGB berücksichtigt.

Die bei der Aufstellung dieses Konzernabschlusses angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden wurden konsistent in allen dargestellten Zeiträumen angewandt. Sie werden in der Anhangsangabe 1.7 erläutert. Darüber hinaus hat der Konzern im Geschäftsjahr 2021 die in Anhangsangabe 1.4.1 dargestellten IFRS-Standards und IFRS-Interpretationen erstmalig angewendet.

1.3 Grundlagen der Rechnungslegung

Der Konzernabschluss für das Geschäftsjahr zum 31. Dezember 2021 ist unter der Prämisse des Fortbestands des Unternehmens (going concern) aufgestellt.

Das Geschäftsjahr des Konzerns umfasst zwölf Monate und endet jeweils am 31. Dezember.

Der Konzernabschluss wird in Euro (EUR), der funktionalen Währung der TSC AG, aufgestellt. Sofern nicht anders angegeben, werden alle Werte kaufmännisch auf Tausend Euro (TEUR) gerundet, so dass Rundungsdifferenzen auftreten können und die dargestellten Prozentangaben nicht genau die Zahlen widerspiegeln, auf die sie sich beziehen.

Die Aufstellung des Konzernabschlusses erfolgt unter Anwendung des Anschaffungskostenprinzips. Hiervon ausgenommen sind bestimmte finanzielle Vermögenswerte und Verbindlichkeiten (einschließlich derivativer Finanzinstrumente) und anteilsbasierte Vergütungen, die zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden.

Vermögenswerte und Verbindlichkeiten sind in kurz- und langfristig eingeteilt. Sie werden als kurzfristig klassifiziert, wenn sie innerhalb eines Jahres oder weniger fällig sind. Kurzfristige Vermögenswerte und Verbindlichkeiten umfassen auch Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, die als Teil des gewöhnlichen Geschäftszyklus verkauft, verbraucht und realisiert werden, selbst wenn deren Realisierung nicht innerhalb von zwölf Monaten nach dem Bilanzstichtag erwartet wird. Soweit Vermögenswerte und Schulden sowohl einen kurzfristigen als auch einen langfristigen Anteil aufweisen, werden sie in ihre Fristigkeitskomponenten aufgeteilt und entsprechend dem Bilanzgliederungsschema als kurzfristige und langfristige Vermögenswerte bzw. Schulden ausgewiesen.

Die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung wird nach dem Gesamtkostenverfahren erstellt.

In der Kapitalflussrechnung wird der Cashflow aus der operativen Tätigkeit nach der indirekten Methode ermittelt. Der Cashflow aus der Investitionstätigkeit und der Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit werden hingegen mittels der direkten Methode ermittelt.

Der Konzernabschluss zum 31. Dezember 2021 wird vom Vorstand aufgestellt und mittels Vorstandsbeschluss freigegeben. Der Aufsichtsrat kann den durch den Vorstand freigegebenen Konzernabschluss ändern.

1.4 Anwendung neuer und überarbeiteter IFRS-Vorschriften

1.4.1 Erstmalig angewendete IFRS-Standards und IFRS-Interpretationen

Der Konzern hat im Geschäftsjahr 2021 die folgenden neuen oder überarbeiteten IFRS-Standards und IFRS-Interpretationen, welche durch die EU bereits verabschiedet wurden und die für am 1. Januar 2021 beginnende Geschäftsjahre verbindlich anzuwenden sind, erstmals angewandt:

- Änderungen von IFRS 4: Versicherungsverträge – Verschiebung von IFRS 9
- Änderungen von IFRS 9, IAS 39, IFRS 7, IFRS 4 und IFRS 16: Reform der Referenzzinssätze – Phase 2

- Änderungen von IFRS 16: Leasing – Auf Covid-19 bezogene Mietkonzessionen nach dem 30. Juni 2021 (Verpflichtend anzuwenden für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. April 2021 beginnen. Die Social Chain AG hat sich bereits im Geschäftsjahr 2020 entschieden, diese Erleichterungsvorschriften nicht anzuwenden.)

Diese neuen oder überarbeiteten IFRS-Standards und IFRS-Interpretationen hatten keine bzw. keine wesentlichen Auswirkungen auf den Konzernabschluss.

1.4.2 Nicht verpflichtend anzuwendende IFRS-Standards und IFRS-Interpretationen

Die folgenden neuen und überarbeiteten IFRS-Standards und IFRS-Interpretationen, die in der Berichtsperiode noch nicht verpflichtend anzuwenden waren oder noch nicht von der Europäischen Union übernommen wurden, werden nicht vorzeitig angewandt. Der Konzern beabsichtigt diese Standards anzuwenden, wenn sie in der EU erstmals verpflichtend anzuwenden sind. Es werden keine wesentlichen Auswirkungen auf den Konzernabschluss erwartet.

Standard / Interpretation	Anwendungspflicht für Geschäftsjahre beginnend am	Übernahme durch die Europäische Union	Auswirkung auf den Konzernabschluss
Änderungen von IFRS 3 Unternehmenszusammenschlüsse – Änderungen durch Verweis auf das Rahmenkonzept	1. Januar 2022	Ja	Keine
IFRS 17 Versicherungsverträge	1. Januar 2023	Ja	Keine
Änderungen von IFRS 17 Versicherungsverträge – Erstmalige Anwendung von IFRS 17 und IFRS 9 – Vergleichsinformationen	1. Januar 2023	Nein	Keine
Änderungen von IAS 1 Klassifizierung von Schulden als kurz- oder langfristig	1. Januar 2023	Nein	Keine
Änderungen von IAS 1 und IFRS Practice Statement 2 Angabe von Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden	1. Januar 2023	Ja	Keine
Änderungen von IAS 8 Definition von rechnungslegungsbezogenen Schätzungen	1. Januar 2023	Ja	Keine
Änderung von IAS 12 Latente Steuern, die sich auf Vermögenswerte und Schulden beziehen, die aus einer einzigen Transaktion entstehen	1. Januar 2023	Nein	Keine
Änderung von IAS 16 Sachanlagen – Einnahmen vor der beabsichtigten Nutzung	1. Januar 2022	Ja	Keine
Änderungen von IAS 37 Rückstellungen, Eventualverbindlichkeiten und Eventualforderungen – Belastende Verträge – Kosten für die Erfüllung eines Vertrags	1. Januar 2022	Ja	Keine
Diverse – Annual Improvements 2018 – 2020	1. Januar 2022	Ja	Keine

1.5 Zusammensetzung des Konzerns

1.5.1 Konsolidierungskreis

Anteilsbesitzliste nach § 313 HGB

Lfd. Nummer	Name und Sitz des Unternehmens	31.12.2021 Kapitalanteil in % ¹
1	The Social Chain AG, Berlin	
Vollkonsolidierte Tochterunternehmen		
2	#DoYourSports GmbH, Berlin ²	100,00%
3	BEEM Asia Limited, Hongkong, Kowloon	100,00%
4	Beem Germany GmbH, Stapelfeld	100,00%
5	Belsonno GmbH, Berlin ²	100,00%
6	BytePark GmbH, Berlin	100,00%
7	Carl Wilhelm Clasen GmbH, Schwarzenbek	100,00%
8	datalytix.io GmbH, Stuttgart	51,00%
9	DEF Media GmbH, Berlin ²	100,00%
10	drtv.agency GmbH, Stuttgart	51,00%
11	DS Aviation GmbH, Stapelfeld	100,00%
12	DS Care 4U GmbH, Lüttow-Valluhn	100,00%
13	DS Direct GmbH, Stapelfeld	100,00%
14	DS Holding GmbH, Stapelfeld	100,00%
15	DS Impact GmbH, Stapelfeld	100,00%
16	DS Marketing GmbH, Stapelfeld	100,00%
17	DS MewiTec GmbH, Stapelfeld	100,00%
18	DS Produkte GmbH, Stapelfeld	100,00%
19	DS Select GmbH, Stapelfeld	100,00%
20	DSQ Hongkong Ltd., Hongkong, Kowloon	87,55%
21	Exzellenz Verdon (Ningbo) Trading Co. Ltd., China, Ningbo	100,00%
22	Exzellenz Verdon Ltd., Hongkong, Kowloon	87,55%
23	Glow Media Group Ltd., Vereinigtes Königreich, Manchester ²	100,00%
24	in-trading Handelsgesellschaft mbH, Bad Segeberg	100,00%
25	KoRo Eis GmbH, Berlin	46,54%

Zum 31. Dezember 2021 umfasst der Konzern 68 (Vorjahr 38) vollkonsolidierte Unternehmen und 5 (Vorjahr 2) assoziierte Unternehmen bzw. Gemeinschaftsunternehmen, die nach der Equity-Methode bilanziert werden.

Die Änderungen des Konsolidierungskreises werden in den Anhangsangaben 1.5.2 und 1.5.3 detailliert dargestellt.

Lfd. Nummer	Name und Sitz des Unternehmens	31.12.2021 Kapitalanteil in % ¹
26	KoRo Handels GmbH, Berlin	58,18%
27	Landmann Germany GmbH, Stapelfeld	100,00%
28	Landmann Hungaria Kft., Ungarn, Vecses	100,00%
29	Landmann International GmbH, Stapelfeld	100,00%
30	Landmann Ltd. UK, Vereinigtes Königreich, Huntingdon	100,00%
31	Landmann Polska Sp.z.o.o., Polen, Jawor	100,00%
32	LGR Nuss & Trockenfrucht GmbH & Co. KG, Elmenhorst/Lanken	100,00%
33	LGR Nuss & Trockenfrucht Veredelung Verwaltungs GmbH, Elmenhorst	100,00%
34	LINKS Logistics GmbH Berlin ²	100,00%
35	Lions Chain GmbH, Berlin ²	100,00%
36	Lumaland Inc., Vereinigte Staaten, Muskegon	80,00%
37	Lumaland International GmbH, Berlin ²	100,00%
38	Lumaland Vertriebs GmbH, Berlin ²	100,00%
39	Mabyen GmbH, Düsseldorf	51,08%
40	Media Chain GmbH, Berlin ²	100,00%
41	Media Chain Group Ltd., Vereinigtes Königreich, Manchester ²	100,00%
42	Media Chain Products GmbH, Berlin ²	100,00%
43	MINT Marketing Agency LLC, Vereinigte Staaten, Los Angeles, CA	25,00%
44	Möbelfreude Vertriebs GmbH, Berlin ²	100,00%
45	Pacific Trade Connection Ltd. Hongkong, Kowloon	100,00%
46	PL FoodCom GmbH, Elmenhorst/Lanken	100,00%
47	Ravensberger Holding GmbH, Berlin ²	100,00%
48	Ravensberger Logistik GmbH, Berlin ²	100,00%

Lfd. Nummer	Name und Sitz des Unternehmens	31.12.2021 Kapitalanteil in % ¹
49	Ravensberger Matratzen GmbH, Berlin ²	100,00%
50	Shine Conventions GmbH, Berlin ²	96,99%
51	sib Silvester in Berlin Veranstaltungen GmbH, Berlin	96,99%
52	smilebaby GmbH, Berlin ²	100,00%
53	Social Chain Germany GmbH, Berlin	85,97%
54	Social Chain GmbH, Berlin ²	100,00%
55	Social Chain Group Ltd., Vereinigtes Königreich, Manchester ²	100,00%
56	Social Chain Home & Living B.V., Niederlande, Swalmen	100,00%
57	Social Chain Ltd., Vereinigtes Königreich, Manchester ²	100,00%
58	Social Chain Media & Commerce GmbH, Berlin	75,10%
59	Social Chain USA, Inc., Vereinigte Staaten, New York, NY	100,00%
60	Social Moms GmbH, Berlin ²	100,00%
61	The Fitness Chain GmbH, Berlin ²	100,00%
62	The Social Chain Commerce Alliance GmbH, Berlin ²	100,00%
63	The Social Chain Group AG, Berlin ²	100,00%
64	TSCDS Holding GmbH, Berlin	100,00%
65	Urbanara GmbH, Berlin ²	100,00%
66	Urbanara Home & Living GmbH, Berlin ²	100,00%
67	Vision Personalservice GmbH, Valluhn	100,00%
68	VonMählen GmbH, Lüneburg	100,00%
Übrige Tochterunternehmen		
69	JOYLETICS mgmt. GmbH, Berlin	100,00 %
70	LINKS Operations & Intelligence GmbH, Berlin	100,00 %
71	Meine Spielzeugkiste GmbH, Berlin	58,18 %
72	MINUMA mgmt. GmbH, Berlin	100,00 %
Assoziierte Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen		
73	FFLV Inc., Vereinigte Staaten, Conroe, TX	49,00 %
74	GentleMonkeys GmbH, Unterföhring	25,00 %
75	Gomago GmbH, Cremlingen	10,00 %
76	LAX GmbH, Berlin	74,99 %
77	Schreibathlet GmbH, Idstein	12,50 %

¹ Durchgerechnete Beteiligungsquoten des Konzerns

² Die Befreiungsvorschrift des § 264 Abs. 3 HGB wird in Anspruch genommen

Lfd. Nummer	Name und Sitz des Unternehmens	31.12.2021 Kapitalanteil in % ¹	Währung	Ergebnis in TEUR	Eigenkapital in TEUR
Andere Unternehmen					
78	Andreas Plath GmbH, Hamburg	25,00%	EUR	-106	14
79	Caps Air GmbH, Hamburg	30,00%	EUR	0	63
80	Catlabs GmbH, Grünwald	30,00%	EUR	16	32
81	Clou-Innovations GmbH, Berlin	25,10%	EUR	-9	-52
82	Detlev Sommer GmbH, Jena	20,00%	EUR	-27	-8
83	DeWok GmbH, Pulheim	20,00%	EUR	8	7
84	Flexmed AG, Liechtenstein, Triesen	23,00%	CHF	29	10
85	Flüwa GmbH, Osthofen	20,00%	EUR	-10	15
86	Fugentorpedo GmbH, München	20,00%	EUR	34	169
87	GeRoTech-Innovations GmbH, Österreich, Wien	25,00%	EUR	0	47
88	Iss doch Wurscht GmbH, Duisburg	25,00%	EUR	0	25
89	MY BEAUTY LIGHT GmbH, Kassel	20,00%	EUR	0	359
90	puffin GmbH, Lilienthal	49,00 %	EUR	-134	735
91	Rokitta's GmbH, Friedrichstadt	35,00%	EUR	108	266
92	Rollyzberg GmbH i. Gr., Berlin	20,00%	EUR	0	25
93	simply wet GmbH, Reinfeld	20,00%	EUR	-56	-198
94	VapoGroup GmbH, Stuttgart	20,00%	EUR	0	25
95	waschies GmbH, Kulmbach	20,00%	EUR	89	244
96	We Love Product GmbH, Berlin	50,00%	EUR	0	23
97	yucona GmbH, Berlin	20,00%	EUR	-9	16

¹ Durchgerechnete Beteiligungsquoten des Konzerns

Das Management des Konzerns hat festgestellt, dass der Konzern die nachfolgenden Unternehmen beherrscht, obwohl die TSC AG unmittelbar oder mittelbar weniger als 50 % der Stimmrechte hält, da die TSC AG aufgrund spezifischer Regelungen in den Vereinbarungen zur Beschlussfassung schwankenden Renditen aus seinem Engagement in den Unternehmen ausgesetzt ist bzw. Anrechte auf diese besitzt und die Fähigkeit hat, diese Renditen mittels seiner Verfügungsgewalt über das Unternehmen zu beeinflussen.

Beteiligung	Stimmrechte 2021	Stimmrechte 2020
MINT Marketing Agency LLC, Vereinigte Staaten, Los Angeles, CA	25,00 %	-
KoRo Eis GmbH, Berlin ¹	46,54 %	-

¹ Die Koro Eis GmbH ist ein Tochterunternehmen der Koro Handels GmbH. Die Koro Handels GmbH hält 80 % der Anteile an der Koro Eis GmbH.

Das Management des Konzerns hat festgestellt, dass der Konzern die nachfolgenden Unternehmen nicht beherrscht, obwohl die TSC AG unmittelbar oder mittelbar mehr als 50 % der Stimmrechte hält, da die TSC AG aufgrund spezifischer Regelungen in den Vereinbarungen zur Beschlussfassung oder aufgrund einer Insolvenz der Unternehmen nicht die Möglichkeit hat, die maßgeblichen Tätigkeiten der jeweiligen Unternehmen zu bestimmen.

Beteiligung	Stimmrechte 2021	Stimmrechte 2020
JOYLETICS mgmt. GmbH, Berlin	100 %	100 %
LAX GmbH, Berlin ¹	74,99 %	74,99 %
LINKS Operations & Intelligence GmbH, Berlin	100 %	100 %
Meine Spielzeugkiste GmbH, Berlin	58,18 %	58,18 %
MINUMA mgmt. GmbH, Berlin	100 %	100 %

¹ Es liegt eine gemeinschaftliche Führung des Unternehmens vor.

Das Management des Konzerns hat festgestellt, dass der Konzern die nachfolgenden Unternehmen maßgeblich beeinflusst, obwohl die TSC AG unmittelbar oder mittelbar weniger als 20 % der Stimmrechte hält, da die TSC AG aufgrund spezifischer Regelungen, insbesondere in Form von Kooperationsverträgen die Möglichkeit hat, an den finanz- und geschäftspolitischen Entscheidungen des Beteiligungsunternehmens mitzuwirken.

Beteiligung	Stimmrechte 2021	Stimmrechte 2020
Gomago GmbH, Cremlingen	10,00 %	-
Schreibathlet GmbH, Idstein	12,50 %	-

Das Management des Konzerns hat festgestellt, dass der Konzern die in der Anteilsbesitzliste unter den „Andere Unternehmen“ dargestellten Unternehmen nicht maßgeblich beeinflusst, obwohl die TSC AG unmittelbar oder mittelbar 20 % oder mehr der Stimmrechte hält, da die TSC AG aufgrund spezifischer Regelungen nicht die Möglichkeit hat, an den finanz- und geschäftspolitischen Entscheidungen des Beteiligungsunternehmens mitzuwirken.

Der Konzern nimmt folgende Erleichterungen in Bezug auf die Prüfung und Offenlegung von Jahresabschlussunterlagen in Anspruch:

Der Konzern macht für 22 inländische Tochterunternehmen im Geschäftsjahr 2021 von der Befreiungsvorschrift des § 264 Abs. 3 HGB für die Aufstellung nach den Vorschriften für Kapitalgesellschaften, Prüfung und Offenlegung eines eigenen Jahresabschlusses und ggf. eines eigenen Lageberichts Gebrauch. Die formalen Voraussetzungen seitens der jeweiligen Konzerngesellschaft sowie von der The Social Chain AG sind erfüllt. Die betreffenden Gesellschaften sind in der Anteilsliste entsprechend gekennzeichnet. Für diese Gesellschaften ist der Konzernabschluss der The Social Chain AG der befreiende Konzernabschluss und dieser wird anstelle des Einzelabschlusses offengelegt.

Für alle englischen Tochtergesellschaften, also die Social Chain Group Limited, Manchester, GB, im Unternehmensregister von England eingetragen unter der Nummer 10717194, die Social Chain Limited, Manchester, GB, im Unternehmensregister von England eingetragen unter der Nummer 09166785, die Media Chain Group Limited,

Manchester, GB, im Unternehmensregister von England eingetragen unter der Nummer 10611522 und die Glow Media Group Ltd., Manchester, GB, im Unternehmensregister von England eingetragen unter der Nummer 09961357 wurde gemäß § 479A UK Companies Act 2006 (= englisches Handelsrecht) auf eine Prüfung durch einen externen Wirtschaftsprüfer verzichtet. Die englischen Gesellschaften sind einbezogen in den Konzernabschluss der The Social Chain AG. Zur Erfüllung der formellen Voraussetzungen zur Inanspruchnahme der Befreiungsvorschrift hat die The Social Chain AG den englischen Tochterunternehmen eine Garantieerklärung hinsichtlich des Entstehens für deren Verbindlichkeiten im Sinne des § 479A UK Companies Act 2006 (= englisches Handelsrecht) ausgestellt.

1.5.2 Unternehmenszusammenschlüsse und sonstige Zugänge zum Konzern

Geschäftsjahr 2021

Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die im Geschäftsjahr 2021 durchgeführten Unternehmenszusammenschlüsse.

Erworbenes Tochterunternehmen	Erworbener Anteil	Schwerpunkt der Geschäftstätigkeit	Segment
DS Gruppe	100 %	Einzel- und Großhandel von Waren aller Art im In- und Ausland	Retail
Vonmählen GmbH	100 %	Online-Vertrieb von Handyzubehör	Social Commerce
MINT Marketing Agency LLC	25,0 %	Marketingagentur für kleine und mittelständische Firmenkunden in den USA	Social Media

DS Gruppe

Mit Kaufvertrag vom 19. Oktober 2021 hat die TSC AG 100 % der DS Holding GmbH (zusammen mit den Tochterunternehmen die „DS Gruppe“), Stapelfeld, übernommen. Der Gesamtkaufpreis beträgt TEUR 212.197 und setzt sich aus einer Barkomponente von TEUR 100.281, sowie eine Aktienkomponente von TEUR 111.916 zusammen. Der Wert der Aktienkomponente resultiert aus der Emission von 2.855.000 neuen Aktien aus dem genehmigten Kapital und basiert auf dem Schlusskurs vom 8. Dezember 2021 in Höhe von EUR 39,20 der The Social Chain AG Aktie. Die Finanzierung der Barkomponenten erfolgte zu 50 % aus Eigenmitteln. Die Finanzierung der übrigen TEUR 50.000 erfolgte über einen kurzfristigen Kreditvertrag (Laufzeit: 9 Monate; Zinssatz: 2,75 % + 3 Monats Euribor) mit der Landesbank Baden-Württemberg. Der finale Vollzug der Transaktion erfolgte zum 8. Dezember 2021 („Closing Day“). Die DS Gruppe wird daher ab dem 8. Dezember 2021 in den Konzern einbezogen.

Die DS Gruppe ist ein international agierendes Marken- und Handelsunternehmen mit derzeit über 5.000 Produkten. Die DS Gruppe ist erfolgreich in der Entwicklung, Vermarktung und Vertrieb eigener Produkte und Marken. Die DS Gruppe zählt zu den großen Lieferanten von Artikeln für den Lebensmitteleinzelhandel, Discounter, Drogerien, Teleshopping, Baumärkte, SB-Warenhäuser, Cash & Carry, Fachhandel, Warenhäuser sowie Online- und Versandhändler in Europa. Die Unternehmensgruppe erzielte in 2021 einen Umsatz von TEUR 318.409, wovon TEUR 21.643 in den Konzernabschluss 2021 der TSC AG eingeflossen sind. Die DS Gruppe beschäftigte zum 31. Dezember 2021 insgesamt 484 Mitarbeiter.

Organisatorisch besteht die DS Gruppe, einschließlich der DS Holding GmbH, aus 22 Tochterunternehmen, 49 Beteiligungen und drei assoziierten Unternehmen. Die operativen Tochterunternehmen der DS Gruppe sind in folgender Tabelle dargestellt.

DS Tochterunternehmen	Anteil	Schwerpunkt der Geschäftstätigkeit	Vertical
DS Holding GmbH	100,00 %	Holding der DS Gruppe	Sonstige
DS Produkte GmbH	100,00 %	Online-Vertrieb von Handyzubehör	DS Handel
DS MewiTec GmbH	100,00 %	Handel und Vertrieb von Atemschutzmasken und Schnelltest	DS Handel
Landmann Germany GmbH	100,00 %	Handel und Vertrieb von Grills und Grillzubehör	DS Handel
in-trading Handelsgesellschaft mbH	100,00 %	E-Commerce von DS Produkten	DS In-trading
DS Direct GmbH	100,00 %	Großhandel mit Waren	DS Handel
Beem Germany GmbH	100,00 %	Handel und Vertrieb von Kaffee- und Teebereitern	DS Beem
DS Marketing GmbH	100,00 %	Erbringung von Service für Holding und Schwestergesellschaften, insbesondere Grafik, Marketing und sonstige Dienstleistungen	DS Handel
Vision Personalservice GmbH	100,00 %	Personalvermittlungsdienstleistungen	DS Handel
DS Impact GmbH	100,00 %	Holding von Beteiligungen im In- und Ausland sowie deren strategische Beratung; der Großhandel sowie der Im- und Export und die Herstellung von Waren	DS Handel
Landmann International GmbH	100,00 %	Holding für ausländische Landmann Gesellschaften	DS Landmann
Landmann Hungaria Kft.	100,00 %	Handel und Vertrieb von Grills und Grillzubehör in Ungarn	DS Landmann
Landmann Ltd. UK	100,00 %	Handel und Vertrieb von Grills und Grillzubehör in UK	DS Landmann
Landmann Polska Sp.z.o.o.	100,00 %	Handel und Vertrieb von Grills und Grillzubehör in Polen	DS Landmann
DS Select GmbH	100,00 %	E-Commerce, Erhebung und Auswertung von Endverbraucherdaten. Großhandel mit Waren	DS Handel
DS Care 4U GmbH	100,00 %	Großhandel mit Waren	DS Handel
DS Aviation GmbH	100,00 %	Der Betrieb und die Unterhaltung von Flugzeugen nebst Vercharterung	DS Handel
Pacific Trade Connection Ltd. (HKK)	100,00 %	Produktqualitätsüberwachung und Qualitätsoptimierung	DS Handel
DSQ Hongkong Ltd. (HKK)	100,00 %	Qualitätsüberwachung und Qualitätsoptimierung	DS Handel
Exzellenz Verdon Ltd. (HKK)	100,00 %	Vertrieb von Küchenprodukten in Südostasien	DS Handel
Exzellenz Verdon (Ningbo) Trading Co. Ltd.	100,00 %	Vertrieb von Küchenprodukten in China	DS Handel
BEEM Asia Limited	100,00 %	Handel und Vertrieb von Kaffee- und Teebereitern in Südostasien	DS Handel

Innerhalb der TSC AG stellt die DS Gruppe ein eigenständiges Segment („Retail (DS Gruppe)“) dar. Organisatorisch wurde hierzu die Blitz B21-527 GmbH, Berlin zum 26. August 2021 gegründet und zum Jahresende 2021 in die TSCDS Holding GmbH, Berlin umfirmiert. Hauptzweck der TSCDS Holding ist es, sämtliche Anteile an der DS Holding GmbH zu halten. Sämtliche Anteile an der TSCDS Holding werden von der TSC AG gehalten.

Zum Erwerbszeitpunkt umfassen für alle DS Unternehmen die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Forderungen vertraglich vereinbarte Bruttobeträge in Höhe von TEUR 78.305 brutto, von denen TEUR 440 als uneinbringlich angesehen wurden. Dadurch ergibt sich für das erworbene Portfolio der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Forderungen ein beizulegender Zeitwert von TEUR 77.865.

Im Rahmen von unternehmensindividuellen, für die DS Gruppe noch vorläufigen, Kaufpreisallokationen sind beim Erwerb der DS Gruppe immaterielle Vermögenswerte in einer Gesamthöhe von TEUR 37.618 identifiziert sowie Neubewertungsaufschläge für Vorräte (TEUR 4.377) und Grundstücke (TEUR 316) vorgenommen worden, von denen die folgenden Teilbeträge auf die nachstehenden Tochtergesellschaften entfielen (TEUR):

Tochterunternehmen	Marketingbezogene immaterielle Vermögenswerte	Kundenbeziehungen und Auftragsbestand	Grundstücke	Vorräte	Summe
DS Produkte GmbH	7.645	16.501	316	3.257	27.719
Landmann International GmbH	3.816	1.544	–	469	5.829
in-trading Handels-gesellschaft mbH	–	4.561	–	66	4.627
Beem Germany GmbH	1.361	2.190	–	585	4.136
Summe	12.822	24.796	316	4.377	42.311

Strategisch verspricht sich der Vorstand der TSC AG aus der Transaktion Synergieeffekte von insgesamt 40 bis 50 Mio. EUR in den ersten drei Jahren. Es wird ein signifikantes Wachstum in Europa und in den USA erwartet. Zudem stärken die vielfältigen Vertriebswege der DS Gruppe die Absatzchancen der bestehenden Social-Chain-Eigenmarken.

Vonmählen GmbH

Die Vonmählen GmbH wurde am 7. Februar 2020 unter dem Namen Brilliant 3373 GmbH, Berlin gegründet. Die Bilanz enthielt zu diesem Zeitpunkt lediglich das gezeichnete Kapital in Höhe von TEUR 25 sowie die eingezahlten Einlagen und Forderungen aus ausstehenden Einlagen in Höhe von TEUR 25. Am 11. Februar 2021 erwarb die Brilliant 3373 GmbH sämtliche Vermögensgegenstände der Vonmählen GmbH (in Liquidation), Lüneburg, im Rahmen eines Asset Deals zu einem Kaufpreis von TEUR 400. Am 12. März 2021 wurde die Brilliant 3373 GmbH in die Vonmählen GmbH umfirmiert. Zweck der Vonmählen GmbH ist der Vertrieb und Handel mit Smartphone-Accessoires.

Im Rahmen von unternehmensindividuellen Kaufpreisallokationen ist beim Erwerb der Vonmählen GmbH die Vonmählen Marke in Höhe von TEUR 529 identifiziert worden.

MINT Marketing Agency LLC

Mit Anteilskaufvertrag vom 22. Mai 2021 hat die TSC AG 25 % der Anteile an der Mint Marketing Agency Inc. zu einem Kaufpreis von TEUR 316 erworben, davon zu 50% in bar bezahlt und zu 50% beglichen in eigenen Aktien. Die Mint Marketing Agency Inc. betreibt eine Marketingagentur für kleine und mittelständische Unternehmen in den USA. Durch den Erwerb der Anteile erhöht die TSC AG ihren Marktanteil auf dem US-Markt. Aufgrund einer abweichenden Stimmrechtsverteilung hat die TSC AG seit dem 22. Mai 2021 die volle Kontrolle über das erworbene Unternehmen.

Zusammenfassung der Unternehmenszusammenschlüsse 2021

Die folgende Tabelle zeigt für die im Geschäftsjahr 2021 erfolgten Unternehmenszusammenschlüsse eine Zusammenfassung der gezahlten Gegenleistung, der beizulegenden Zeitwerte der identifizierbaren erworbenen Vermögenswerte, der übernommenen Verbindlichkeiten sowie etwaiger nicht-beherrschender Anteile zum Erwerbszeitpunkt.

Zum Erwerbszeitpunkt in TEUR	DS Gruppe	Vonmählen GmbH	Mint Marketing Agency LLC	Vorläufige Zahlen aller 2021 M&A Transaktionen
Immaterielle Vermögenswerte	39.895	529	-	40.424
Sachanlagen	15.725	104	12	15.841
Leasing Nutzungsrechte	31.060	-	-	31.060
Finanzanlagen und sonstige lang- fristige Vermögenswerte	14.806	-	-	14.806
Vorräte und Vertrags- vermögenswerte	69.887	145	-	70.032
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	70.621	0	250	70.870
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	7.245	13	13	7.271
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	9	-	247	256
Rückstellungen	8.037	-	-	8.037
Finanzverbindlichkeiten	118.684	-	19	118.703
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen & Vertragsverbindlichkeiten	31.708	-	-	31.708
Verbindlichkeiten aus Steuern / passiven latenten Steuern	13.112	115	-	13.227
Sonstige Verbindlichkeiten	10.547	-	-	10.547
Erworbenes Nettovermögen	67.158	676	503	68.337
Nicht-beherrschende Anteile	44	-	377	420
Anteil von TSC am erworbenen Nettovermögen	67.114	676	126	67.916
Geschäfts- oder Firmenwert aus Akquisitionen	145.083	-248	190	145.025
Gesamtgegenleistung	212.197	428	316	212.941
davon in Anteilen	111.916		158	112.074
davon in bar	100.281	428	158	100.867

Der für die DS Gruppe erfasste -vorläufig ermittelte- Goodwill stellt den Wert dar, der aus der Transaktion strategisch für Synergieeffekte sowie aus der Ausweitung der Vertriebswege, resultierend in signifikantem Wachstum in Europa und in den USA, erwartet wird. Die sich ergebenden und bilanzierten Goodwills sind steuerlich nicht abzugsfähig. Der sich bei der Vonmählen GmbH ergebende negative Goodwill in Höhe von TEUR 248 wurde erfolgswirksam in den sonstigen betrieblichen Erträgen erfasst.

Die nachfolgende Tabelle fasst ausgewählte Kennzahlen der Gewinn-und-Verlustrechnung für die im Geschäftsjahr 2021 realisierten M&A-Transaktionen zusammen, die aus Sicht der Gesellschaft wesentliche Leistungsindikationen darstellen.

in TEUR	DS Gruppe	Vonmählen GmbH	Mint Marketing Agency LLC	Vorläufige Zahlen aller 2021 M&A Transaktionen
Erstkonsolidierungs- zeitpunkt	08.12.2021	11.02.2021	22.05.2021	-
Akquisitionskosten ¹	2.506	-	10	2.516
Umsatzbeiträge in 2021 seit Erwerbszeitpunkt	21.643	7.332	1.105	30.080
Beiträge zum EBITDA in 2021 seit Erwerbs- zeitpunkt	2.086	74	157	2.317
Beiträge zum Gewinn / Verlust in 2021 seit Erwerbszeitpunkt	-262	57	143	-61
Pro-forma Umsatzerlöse im Zwölfmonatszeitraum bis 31.12.2021 ²	318.409	7.332	1.813	327.554
Pro-forma EBITDA im Zwölfmonatszeitraum bis 31.12.2021 ²	25.216	74	400	25.690
Pro-forma Gewinn / Verlust im Zwölfmonats- zeitraum bis 31.12.2021 ²	24.112	57	387	24.556

¹ Alle aufgeführten, mit dem Erwerb verbundenen Kosten wurden von der übertragenen Gegenleistung ausgenommen und unter dem Posten „sonstige betriebliche Aufwendungen“ als Aufwand in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesen.

² Für den TSC Konzern sind diese „Pro-forma“-Ergebnisse ein erster wirtschaftlicher Maßstab für die jährliche Leistung der zusammengefassten Gruppe, die für Vergleiche in zukünftigen Perioden eine Näherungsgröße zeigen soll, wobei zusätzliche Einflüsse aus Synergien, außerordentlichen Posten und Sondereffekten, die im Zusammenhang mit dem Erwerb standen oder zu der künftigen Wirtschaftlichkeit des erworbenen Unternehmens beitragen, nicht berücksichtigt sind. Ebenso wenig sind Unwinding-Effekte auf das Konzernergebnis aus Abschreibungen von immateriellen Vermögenswerten, die im Rahmen der Kaufpreisaufteilung angesetzt wurden, hier berücksichtigt.

Erhöhung der Beteiligung an KoRo

Mit Wirkung zum 21. April 2021 wurde die Beteiligung an der KoRo Handels GmbH, Berlin (Deutschland), im Wege einer Kapitalerhöhung um TEUR 2.000 erhöht. Der Anteilsbesitz erhöhte sich damit von 55,58 % auf 58,18 %. Der Betrag wurde vollständig in bar bezahlt.

Eine am 5. Juli 2021 von den Mitgesellschaftern der KoRo Handels GmbH ausgeübte Put-Option war letztlich unwirksam, da die TSCAG und Mitgesellschafter weder über die Frage der wirksamen Ausübung der Put-Option noch über die Höhe des – im Falle der wirksamen Ausübung fällig werdenden – Kaufpreises der Put-Option sowie weitere Konditionen eine Einigung erzielen konnten. Die TSCAG hält daher zum 31. Dezember 2021 weiterhin 58,18 % der Anteile an der KoRo Handels GmbH. Der Vorstand der TSC AG hat sodann im vierten Quartal 2021 im Zuge der Bemühungen um eine einvernehmliche – einen langwierigen Rechtsstreit vermeidende – Lösung entschieden, einen Großteil seiner Anteile an der KoRo Handels GmbH zu veräußern. Die Vermögensgegenstände und Verbindlichkeiten des Tochterunternehmens werden daher als zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte und Verbindlichkeiten im Konzernabschluss der TSC AG ausgewiesen. Für weitere Details verweisen wir auf die Anhangsangabe 4.12.

Erhöhung der Beteiligung an BytePark

Mit Geschäfts- und Anteilskaufvertrag vom 11. August 2021 hat die The Social Chain Group AG, eine 100 % Tochter der TSC AG, alle verbleibenden Anteile an der BytePark GmbH erworben. Der Anteilsbesitz erhöhte sich damit von 51 % auf 100 %. Der Kaufpreis betrug TEUR 850.

Erhöhung der Beteiligung an Social Moms

Mit Geschäfts- und Anteilskaufvertrag vom 10. November 2021 hat die The Social Chain Group AG, eine 100 % Tochter der TSC AG, alle verbleibenden Anteile an der Social Moms GmbH zu einem Kaufpreis von

TEUR 5 erworben. Der Anteilsbesitz erhöhte sich damit von 80 % auf 100 %. Zum Geschäftsjahresende hat der Vorstand entschieden, die Geschäftstätigkeit der Social Moms GmbH aufzugeben.

Gründungen

Im Oktober 2021 hat der Konzern die Social Chain Home & Living B.V. (Niederlande) gegründet. Zweck der Gesellschaft ist der Vertrieb von Matratzen, Sitzsäcken und anderer Wohnaccessoires in den Niederlanden. Die Gesellschaft ist eine 100 % Tochterunternehmen des Konzerns.

Im Mai 2021 hat der Konzern zusammen mit anderen Mitgesellschaftern die WT Foodcom GmbH, Berlin mit einem Stammkapital von TEUR 25 gegründet. Zweck der Gesellschaft ist der Handel mit Waren verschiedener Art im Bereich Lebensmittel. Die Anteilsbesitzquote der TSC AG beträgt 25,00 %.

Im März 2021 hat der Konzern zusammen mit anderen Mitgesellschaftern die Meine Spielzeugkiste GmbH, Berlin mit einem Stammkapital von TEUR 25 gegründet. Zweck der Gesellschaft ist der Handel mit Spielzeug. Die Anteilsbesitzquote der TSC AG beträgt 58,18 %.

Im März 2021 hat der Konzern die PL FoodCom GmbH, Elmenhorst, mit dem Kauf einer Vorratsgesellschaft gegründet. Zweck der Gesellschaft ist der Vertrieb von Nüssen und ähnlichen Hülsenfrüchten in Polen. Die Anteilsbesitzquote der TSC AG beträgt 100 %.

Anteilsveräußerungen

Der Konzern hat mit Geschäfts- und Anteilskaufvertrag vom 16. März 2021 24,9 % seiner Anteile an der Social Chain Media und Commerce GmbH, Berlin, veräußert. Die Anteilsbesitzquote des weiterhin vollkonsolidierten Tochterunternehmens ist demnach von 100 % auf 75,1 % gesunken. Der Verkaufspreis für die veräußerten Anteile betrug TEUR 6. Zum Geschäftsjahresende hat der Vorstand entschieden, die Geschäftstätigkeit der Social Chain Media und Commerce GmbH aufzugeben.

Geschäftsjahr 2020

Die M&A Aktivitäten des Geschäftsjahres 2020 waren durch internationale Expansionen, insbesondere in den USA (im Folgenden: „US-Akquisitionen“), sowie durch den Erwerb der Carl Wilhelm Clasen-Gruppe (im Folgenden: „Clasen Bio“) zwecks Erweiterung des Verticals Food geprägt. Ferner wurde eine Vielzahl kleinerer Transaktionen durchgeführt, die insbesondere den Erwerb kleinerer Tochterunternehmen im Rahmen der strategischen Akquisitionspolitik bzw. die Aufstockung bestehender Anteile an Beteiligungen des Konzerns betrafen.

Clasen Bio

Am 17. Dezember übernahm die TSC AG 100 % der Anteile an der Carl Wilhelm Clasen GmbH, Elmenhorst (D), sowie deren Tochtergesellschaft LGR Nuss & Trockenfrucht Veredlungs GmbH & Co KG, Elmenhorst (D), für einen Gesamtkaufpreis von TEUR 4.230. Die Geschäftsaktivitäten der Clasen Bio-Gruppe konzentrieren sich auf den Vertrieb von derzeit rund 85 Bio- und Demeter-Produkten in acht Warengruppen: Nüsse, Trockenfrüchte, Snacks, Saaten, Getreide, Hülsenfrüchte, Pulver und Spezialmehle. Diese werden vorrangig über den Lebensmitteleinzelhandel als auch über Social Commerce-Plattformen und ab 2021 auch über einen eigenen Online-Shop vertrieben.

Zum Erwerbszeitpunkt umfassen für alle Unternehmen die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Forderungen vertraglich vereinbarte Bruttobeträge in Höhe von TEUR 2.538 brutto, von denen TEUR 22 als uneinbringlich angesehen wurden. Dadurch ergibt sich für das erworbene Portfolio der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Forderungen ein beizulegender Zeitwert von TEUR 2.516.

Wie bereits im Konzernanhang des Vorjahres erwähnt, war die Kaufpreisallokation der Transaktion der Carl Wilhelm Clasen GmbH (einschließlich ihrer Tochter-

gesellschaften) zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des Konzernabschlusses 2020 noch nicht abgeschlossen. Die nachfolgende Tabelle zeigt die bilanziellen Veränderungen, die sich aus der im Jahr 2021 abgeschlossenen Kaufpreisallokation ergeben. Die Anpassungen aus der Kaufpreisallokation wurden zum 31. Dezember 2020 vorgenommen. Die Kaufpreisallokation hat keinen Einfluss auf die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung 2020.

in TEUR	Bilanz zum 31.12.2020 wie berichtet	PPA Anpassung Clasen Bio	Angepasste Bilanz zum 31.12.2020
Markennamen	0	+428	428
Kundenbeziehungen	0	+2.119	2.119
Geschäfts- oder Firmenwert	5.158	-1.792	3.366
Passive latente Steuern	0	+755	755
Aktiva/Passiva des Konzerns	204.539	+755	205.294

US-Akquisitionen: FFLV, A4D und Coral

Zum 31. Dezember 2020 hat die TSC AG für einen Kaufpreis von TEUR 2.599 (TUSD 3.000) 49 % der Anteile an der FFLV Inc., Delaware, erworben. Zum Abschlussstichtag wurde zudem eine Stimmbindungsvereinbarung zugunsten der TSC AG geschlossen. Aufgrund ergänzend vereinbarter Geschäftsführungsregelungen zugunsten des Minderheitsgesellschafters wurde die FFLV Inc. zum Zeitpunkt 31. Dezember 2020 als Joint Venture angesehen und daher zum Stichtag als nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligung in den Konzernabschluss aufgenommen.

Zu den Beteiligungsunternehmen der FFLV Inc. gehörten zum Erwerbszeitpunkt unter anderem die folgenden Unternehmen:

Die A4D Inc., Carlsbad (USA), ist ein Spezial-Unternehmen für digitales Performance Marketing mit einem integrierten Geschäftsmodell aus Technologie, Kreativität, und Markenführung, welches ihre Kunden aus der Digital-Wirtschaft nachhaltig bei der Entwicklung skalierbarer Geschäftsmodelle unterstützt. Mittelbar hielt die TSC AG zum 31. Dezember 2020 4,9 % der Anteile an der A4D Inc.

Zum Beteiligungsportfolio der FFLV Inc. gehört ebenso ein Anteil von 51 % der Coral LLC, Carson City (USA). Hierbei handelt es sich um ein Konsumgüterunternehmen, das Mund-hygiene-Produkte und Nahrungsergänzungsmittel aus rein natürlichen Zutaten im Direktvertrieb vertreibt. Das für ihre Produkte verwendete Calcium stammt

aus überseeischen Korallenkonzentraten, die EcoSafe-zertifiziert gewonnen werden. Der Direktvertrieb an Endkunden erfolgt fast ausschließlich direkt über eigene Online-Shops und andere digitale Verkaufsstellen aus einem eigenen Logistik-Zentrum, welches künftig auch die Versandlogistik anderer Social Chain-Marken in den USA übernehmen und insofern das weitere Wachstum auf dem amerikanischen Markt beschleunigen soll. Mittelbar hielt die TSC AG 24,99 % der Anteile an der Coral LLC zum 31. Dezember 2020.

Übrige einzeln nicht wesentlichen M&A-Transaktionen

Aufstockung der Anteile an der drtv sowie Akquisition der datalytix.io

Am 1. Januar 2020 stockte die TSC AG für einen Kaufpreis von EUR 2,1 Mio. ihre Anteile an der drtv.agency GmbH auf 51 % auf. Sie erwarb ebenso 51 % der Anteile an deren Tochtergesellschaft datalytics.io GmbH, einer auf Social Commerce-Kunden spezialisierte data driven Full-Service-Mediaagentur für Offlinemarketing.

Vollzug des bedingten Erwerbs der Anteile an der Urbanara

Am 27. Februar 2020 wurden die mit dem Erwerb der Urbanara verbundenen Kapitalmaßnahmen der The Social Chain AG, Berlin, eingetragen und damit der zum Jahreswechsel 2019 noch bedingte Erwerb als Transaktion zwischen Anteilseignern bei Einbringung der Urbanara zum Einbringungswert von TEUR 3.910 entsprechend abgeschlossen.

Stufenweiser Erwerb der Media-Part

Die Anteile am Joint Venture Media-Part GmbH wurden zum 28. August 2020 von bis dahin 67,68 % auf 85,97 % aufgestockt. In diesem Zusammenhang erfolgte auch ein Erwerb der verbleibenden 14,03 % der Anteile durch die HoHa Holding GmbH, einem Anteilseigner der TSC AG. Aufgrund dieses Erwerbs der verbleibenden Anteile erwarb die TSC AG vollständige Kontrolle i.S.d. IFRS 10 über die Media-Part GmbH, die aufgrund abweichender Entscheidungsregelungen in einer Joint Venture vergleichbaren Ausrichtung bisher nicht gegeben waren. Die Gesamtanschaffungskosten für die erworbenen 85,97 % betragen TEUR 4.571. Aus Wesentlichkeitsgründen wurde von einer Neubewertung der Anschaffungskosten für den bisherigen 67,68 % Anteil zum Zeitpunkt der Kontrollerlangung abgesehen.

Aufstockung der Anteile an der KoRo

Mit Wirkung zum 1. Januar 2020 wurden die Anteile an der KoRo Handels GmbH, Berlin, von 34,82 % auf 51,72 % im Rahmen eines anteiligen Barkaufs und einer anteiligen Kapitalerhöhung gegen Ausgabe eigener Anteile erhöht. Ferner wurden mit Wirkung zum 1. Dezember 2020 weitere 4,13 % der Anteile der KoRo Handels GmbH im Rahmen einer Kapitalerhöhung unter Ausschluss der übrigen Anteilseigner

erworben. Insgesamt hält der Konzern zum 31. Dezember 2020 somit mittelbar 55,85 % der Anteile an der KoRo Handels GmbH. Für beide Anteilstranchen ist ein Gesamtkaufpreis von TEUR 3.246 gezahlt worden.

Zum Erwerbszeitpunkt umfassen für die genannten übrigen, einzeln nicht wesentlichen M&A-Transaktionen die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Forderungen vertraglich vereinbarte Bruttobeträge in Höhe von TEUR 502, von denen keine als uneinbringlich angesehen wurden. Dadurch ergibt sich für das erworbene Gesamtportfolio aus Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Forderungen ein beizulegender Zeitwert von TEUR 502.

Zusammenfassung

Die folgende Tabelle zeigt für die Clasen Bio-Gruppe, den Wechsel der Media-Part von der Equity-Methode zu vollkonsolidiertem Tochterunternehmen sowie für alle übrigen, einzeln nicht wesentlichen M&A-Transaktionen, eine Zusammenfassung der gezahlten Gegenleistung, der beizulegenden Zeitwerte der identifizierbaren erworbenen Vermögenswerte, der übernommenen Verbindlichkeiten sowie etwaiger nicht-beherrschender Anteile zum Erwerbszeitpunkt.

Zum Erwerbszeitpunkt in TEUR	Clasen Bio	Media-Part (Wechsel von Equity-Methode zu vollkonsolidiert)	Individuell nicht wesentliche Transaktionen	Zahlen aller 2020 M&A Transaktionen
Immaterielle Vermögenswerte	3.484	0	452	3.936
Marketing-bezogene Vermögenswerte	2.997	0	0	2.997
Technologien/Lizenzen	487	0	452	939
Sachanlagen	3.156	5	15	3.176
Nutzungsrechte	1.430	0	0	1.430
Finanzanlagen und sonstige langfristige Vermögenswerte	2.956	5	3	2.963
Vorräte und Vertragsvermögenswerte	8.841	0	0	8.841
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.058	502	0	2.560
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	458	58	4	521
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	2	239	1	242
Rückstellungen	334	1	0	335
Finanzverbindlichkeiten und Leasingverbindlichkeiten	12.491	4	84	12.579
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und Vertragsverbindlichkeiten	4.860	352	481	5.694
Verbindlichkeiten aus Steuern und passive latente Steuern	3.705	0	0	3.705
Sonstige Verbindlichkeiten	130	19	2	152
Erworbenes Nettovermögen	864	433	-93	1.204
Nicht beherrschende Anteile	0	127	-58	69
Anteil der TSC AG am erworbenen Nettovermögen	864	306	-35	1.135
Geschäfts- oder Firmenwert aus Akquisition	3.366	4.265	6.045	13.676
Gesamtgegenleistung	4.230	4.571	6.009	14.810
davon in Anteilen	2.000	0	6.003	8.003
davon nach der Equity-Methode ermittelter Wert vor Einbeziehung	0	3.971	0	3.971
davon in Cash	2.230	600	6	2.836

Die nachfolgende Tabelle fasst ausgewählte Kennzahlen der Gewinn-und-Verlustrechnung für die im Geschäftsjahr 2020 realisierten M&A-Transaktionen zusammen, die aus Sicht der Gesellschaft wesentliche Leistungsindikationen darstellen.

in TEUR	Clasen Bio	Media-Part (Wechsel von Equity-Methode zu vollkonsolidiert)	Individuell nicht wesent- liche Trans- aktionen	Zahlen aller 2020 M&A Trans- aktionen
Akquisitionsdatum / Einbringungsdatum	31.12.2020	01.09.2020	Diverse	Diverse
Akquisitionskosten ¹	237	0	15	252
Umsatzbeiträge in 2020 seit Erwerbszeitpunkt	0	1.511	31	1.542
Beiträge zum EBITDA in 2020 seit Erwerbszeitpunkt	0	-61	21	-40
Beiträge zum Gewinn / Verlust in 2020 seit Erwerbszeitpunkt	0	-63	7	-55
Umsatzerlöse im Zwölf- monatszeitraum bis 31.12.2020 ²	57.007	3.776	31	60.815
Pro-forma EBITDA im Zwölfmonatszeitraum bis 31.12.2020 ²	2.595	-113	21	2.503
Pro-forma Gewinn / Verlust im Zwölfmonatszeitraum bis 31.12.2020 ²	2.308	-120	7	2.196

¹ Alle aufgeführten, mit dem Erwerb verbundenen Kosten wurden von der übertragenen Gegenleistung ausgenommen und unter dem Posten „sonstige betriebliche Aufwendungen“ als Aufwand in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesen.

² Für den TSC Konzern sind diese „Pro-forma“-Ergebnisse ein erster wirtschaftlicher Maßstab für die jährliche Leistung der zusammengefassten Gruppe, die für Vergleiche in zukünftigen Perioden eine Näherungsgröße zeigen soll, wobei zusätzliche Einflüsse aus Synergien, außerordentlichen Posten und Sondereffekten, die im Zusammenhang mit dem Erwerb standen oder zu der künftigen Wirtschaftlichkeit des erworbenen Unternehmens beitragen, nicht berücksichtigt sind. Ebenso wenig sind Unwinding-Effekte auf das Konzernergebnis aus Abschreibungen von immateriellen Vermögenswerten, die im Rahmen der Kaufpreisaufteilung angesetzt wurden, hier berücksichtigt.

1.5.3 Entkonsolidierungen

Geschäftsjahr 2021

Im Geschäftsjahr 2021 hat der Konzern keines seiner vollkonsolidierten Unternehmen entkonsolidiert.

Geschäftsjahr 2021

Mit Einbringungs- und Kaufvertrag vom 30. Juni 2020 haben die TSC AG sowie ihre Tochter-gesellschaft, The Social Chain Group AG, die von ihnen an der Solidmind Nutrition GmbH gehaltenen Anteile von in Summe 51,99 % mit Wirkung zum 1. Januar 2020 an die SynBiotic SE, ein Mitgesellschafter an der Solidmind Nutrition GmbH, verkauft und in diese gegen Gewährung von eigenen Anteilen, insgesamt 520.000 Aktien, eingebracht. Der Über-gang des wirtschaftlichen Eigentums erfolgte noch am 30. Juni 2020, sodass die Solidmind Nutrition GmbH zu dem Tag entkonsolidiert und verkauft wurde. Unter den sonstigen betrieblichen Erträgen wurde ein sich hieraus ergebender Ertrag aus Entkonsolidierung in Höhe von TEUR 5.656 ausgewiesen.

1.6 Währungsumrechnung

Der Konzernabschluss wurde unter Beachtung des Konzepts der funktionalen Währung aufgestellt. Die funktionale Währung ist die primäre Währung des Wirtschaftsumfeldes, in dem der Konzern tätig ist. Sie entspricht dem Euro, welcher zugleich der Darstellungswährung des Konzernabschlusses entspricht. Die funktionale Währung der Tochtergesellschaften ist in der Regel die Landeswährung des wirtschaftlichen Umfelds, in dem die Tochtergesellschaft unabhängig tätig ist.

In den Abschlüssen der einzelnen Konzerngesellschaften werden Transaktionen in Fremdwährungen mit dem zum Zeitpunkt der Transaktion geltenden Wechselkursen in die funktionale Währung umgerechnet. Monetäre Vermögenswerte und Verbindlichkeiten in Fremdwährung werden zu Mittelkursen am Bilanzstichtag (Stichtagskurs) in die funktionale Währung umgerechnet. Fremdwährungsgewinne und -verluste werden in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung unter „Sonstige betriebliche Erträge“ oder „Sonstige betriebliche Aufwendungen“ ausgewiesen.

Bei der Aufstellung des Konzernabschlusses werden die Vermögenswerte und Schulden der ausländischen Tochtergesellschaften, deren funktionale Währung nicht der Euro ist, zu den am Bilanzstichtag geltenden Wechselkursen in Euro umgerechnet. Erträge und Aufwendungen werden zum durchschnittlichen Wechselkurs der Periode umgerechnet. Umrechnungsdifferenzen aus der Währungsumrechnung von der funktionalen Währung der Tochterunternehmen in die Konzernwährung werden bis zum Abgang des Tochterunternehmens ergebnisneutral im kumulierten übrigen Eigenkapital erfasst.

Nicht monetäre Vermögenswerte und Verbindlichkeiten, die in Bezug auf ihre historischen Anschaffungskosten in einer Fremdwährung bewertet wurden, werden mit dem Wechselkurs am Tag der ursprünglichen Transaktion umgerechnet.

Ein aus dem Erwerb eines ausländischen Geschäftsbetriebs entstehender Geschäfts- oder Firmenwert sowie etwaige Anpassungen des Buchwerts der Vermögenswerte und Schulden, die sich aus dem Erwerb ergeben, werden als Vermögenswerte und Verbindlichkeiten des ausländischen Geschäftsbetriebs behandelt und zum Stichtagskurs umgerechnet.

Die für die Währungsumrechnung zugrunde gelegten Wechselkurse stellen sich wie folgt dar.

Währung 1 EUR in	Stichtagskurs		Durchschnittskurs	
	31.12.2021	31.12.2020	2021	2020
USD	1,133	1,227	1,144	1,141
GBP	0,840	0,899	0,848	0,889
HKD	8,833	n/a	8,911	n/a
PLN	4,597	n/a	4,617	n/a
HUF	369,190	n/a	364,275	n/a

1.7 Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Dem Konzernabschluss liegen einheitliche Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze zugrunde. Die wesentlichen Bilanzierungs- und Bewertungsgrundlagen werden nachfolgend erläutert.

1.7.1 Konsolidierungsgrundsätze

Alle Tochterunternehmen, die die TSC AG nach den Bestimmungen des IFRS 10 „Konzernabschlüsse“ unmittelbar oder mittelbar beherrscht, sind in den Konzernabschluss einbezogen und werden vollkonsolidiert. Der Konzern erlangt Beherrschung, wenn er die Verfügungsgewalt über das Beteiligungsunternehmen ausüben kann, schwankenden Renditen aus der Beteiligung ausgesetzt ist und die Fähigkeit besitzt seine Verfügungsgewalt über das Beteiligungsunternehmen so zu nutzen, dass dadurch die Höhe der Rendite des Beteiligungsunternehmens beeinflusst wird. Die Gesellschaft überprüft die Beherrschung erneut, wenn sich aus Sachverhalten und Umständen Hinweise ergeben, dass sich eines oder mehrere der genannten Beherrschungskriterien verändert haben.

Die Ergebnisse der im Laufe des Jahres erworbenen oder veräußerten Tochterunternehmen werden mit Wirkung des tatsächlichen Erwerbszeitpunktes bzw. bis zum tatsächlichen Abgangszeitpunkt in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung und dem sonstigen Konzernergebnis erfasst.

Der Gewinn oder Verlust und jeder Bestandteil des sonstigen Ergebnisses werden Inhabern von Stammaktien des Mutterunternehmens und den nicht beherrschenden Anteilen zugerechnet, selbst wenn dies zu

einem negativen Saldo der nicht beherrschenden Anteile führt. Bei Bedarf werden Anpassungen an den Abschlüssen der Tochterunternehmen vorgenommen, um deren Rechnungslegungsmethoden denen des Konzerns anzugleichen. Dies beinhaltet auch die Aufstellung eines Zwischenabschlusses zum gleichen Stichtag wie der des Konzerns für Tochterunternehmen mit abweichendem Wirtschaftsjahr. Alle konzerninternen Vermögenswerte und Schulden, Eigenkapital, Erträge und Aufwendungen sowie Cashflows aus Geschäftsvorfällen, die zwischen Konzernunternehmen stattfinden, werden bei der Konsolidierung vollständig eliminiert.

Auf temporäre Unterschiede aus der Konsolidierung werden die nach IAS 12 „Ertragsteuern“ erforderlichen Steuerabgrenzungen vorgenommen.

1.7.2 Unternehmenszusammenschlüsse und Geschäfts- oder Firmenwert

Unternehmenszusammenschlüsse werden gemäß IFRS 3 „Unternehmenszusammenschlüsse“ unter Anwendung der Erwerbsmethode bilanziert. Die Anschaffungskosten eines Unternehmenserwerbs bemessen sich als Summe der übertragenen Gegenleistung, die mit dem beizulegenden Zeitwert zum Erwerbszeitpunkt bewertet wird, und der nicht beherrschenden Anteile am erworbenen Unternehmen. Bei jedem Unternehmenszusammenschluss entscheidet der Konzern, ob er die nicht beherrschenden Anteile am erworbenen Unternehmen zum beizulegenden Zeitwert oder zum entsprechenden Anteil des identifizierbaren Nettovermögens des erworbenen Unternehmens bewertet. Erwerbsbezogene Kosten werden aufwandswirksam erfasst, wenn sie anfallen. Die im Rahmen eines Unternehmenszusammenschlusses identifizierbaren Vermögenswerte, Schulden und Eventualverbindlich-

keiten werden bei der Erstkonsolidierung mit ihren beizulegenden Zeitwerten im Erwerbszeitpunkt bewertet.

Als Geschäfts- oder Firmenwert wird der Wert angesetzt, der sich aus dem Überschuss der Anschaffungskosten des Erwerbs, dem Betrag der nicht beherrschenden Anteile am erworbenen Unternehmen sowie dem beizulegenden Zeitwert jeglicher vorher gehaltener Eigenkapitalanteile zum Erwerbsdatum über dem Anteil des Konzerns an dem zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Nettovermögen ergibt. Sind die Anschaffungskosten geringer als das zum beizulegenden Zeitwert bewertete Nettovermögen des erworbenen Tochterunternehmens, wird der Unterschiedsbetrag nach einer erneuten Überprüfung direkt in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung erfasst (Bargain Purchase-Ertrag).

1.7.3 Anteile an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen

Ein assoziiertes Unternehmen ist ein Unternehmen, bei dem der Konzern über maßgeblichen Einfluss verfügt. Maßgeblicher Einfluss ist die Möglichkeit, an den finanz- und geschäfts-politischen Entscheidungen des Beteiligungsunternehmens mitzuwirken, nicht aber die Beherrschung oder die gemeinschaftliche Führung der Entscheidungsprozesse.

Ein Gemeinschaftsunternehmen ist eine gemeinsame Vereinbarung, bei der die Parteien, die gemeinschaftlich die Führung über die Vereinbarung ausüben, Rechte am Nettovermögen des Gemeinschaftsunternehmens besitzen. Gemeinschaftliche Führung ist die vertraglich vereinbarte Teilhabe an der Beherrschung über eine Vereinbarung, die nur dann besteht, wenn Entscheidungen über die maßgeblichen Tätigkeiten

die einstimmige Zustimmung der an der gemeinschaftlichen Führung beteiligten Parteien erfordern.

Die Überlegungen, die zur Bestimmung des maßgeblichen Einflusses oder der gemeinschaftlichen Führung angestellt werden, sind mit denen vergleichbar, die zur Bestimmung der Beherrschung von Tochterunternehmen erforderlich sind. Die Anteile des Konzerns an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen werden grundsätzlich nach der Equity-Methode bilanziert.

Nach der Equity-Methode werden die Anteile an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen bei der erstmaligen Erfassung mit den Anschaffungskosten angesetzt. Der Buchwert der Beteiligung wird angepasst, um Änderungen des Anteils des Konzerns am Nettovermögen der assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen seit dem Erwerbszeitpunkt zu erfassen. Der mit den assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen verbundene Geschäfts- oder Firmenwert ist im Buchwert des Anteils enthalten und wird weder planmäßig abgeschrieben noch einem gesonderten Wertminderungstest unterzogen.

Die Gewinn- und Verlustrechnung enthält den Anteil des Konzerns am Periodenergebnis der assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen. Änderungen des sonstigen Ergebnisses dieser Beteiligungsunternehmen werden im sonstigen Ergebnis des Konzerns erfasst. Außerdem werden unmittelbar im Eigenkapital der assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen ausgewiesene Änderungen vom Konzern in Höhe seines Anteils erfasst und, soweit erforderlich, in der Eigenkapitalveränderungsrechnung dargestellt. Nicht realisierte Gewinne und Verluste aus Transaktionen zwischen dem Konzern und den assoziierten

ierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen werden entsprechend dem Anteil an den assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen eliminiert.

Der Gesamtanteil des Konzerns am Ergebnis von assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen wird in der Gewinn- und Verlustrechnung nicht als Teil des Betriebsergebnisses, sondern im Finanzergebnis ausgewiesen und bezieht sich auf das Ergebnis nach Steuern und nach nicht beherrschenden Anteilen an den Tochterunternehmen der assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen.

Die Abschlüsse der assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen werden zum gleichen Abschlussstichtag aufgestellt wie der Abschluss des Konzerns. Soweit erforderlich, werden Anpassungen an konzerneinheitliche Rechnungslegungsmethoden vorgenommen.

Nach Anwendung der Equity-Methode ermittelt der Konzern, ob es erforderlich ist, einen Wertminderungsaufwand für seine Anteile an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen zu erfassen. Er ermittelt an jedem Abschlussstichtag, ob objektive Anhaltspunkte dafür vorliegen, dass der Anteil an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen wertgemindert sein könnte. Liegen solche Anhaltspunkte vor, so wird die Höhe der Wertminderung als Differenz zwischen dem erzielbaren Betrag des Anteils an den assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen und dem Buchwert ermittelt und dann der Verlust im Posten „Anteil am Ergebnis von assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen“ erfolgswirksam erfasst.

1.7.4 Bewertung zum beizulegenden Zeitwert nach IFRS 13

Der beizulegende Zeitwert ist der Preis, der für den Verkauf eines Vermögenswerts eingenommen bzw. für die Übertragung einer Schuld in einem geordneten Geschäftsvorfall auf einem Hauptmarkt am Bemessungsstichtag unter den aktuellen Marktbedingungen gezahlt würde (z. B. ein Abgangspreis), unabhängig davon, ob der Preis direkt beobachtbar ist oder mit einem anderen Bewertungsverfahren geschätzt wird.

Gemäß IFRS 13 „Bemessung des beizulegenden Zeitwerts“ wurde eine Bemessungshierarchie (Fair-Value-Hierarchie) festgelegt. Die Bemessungshierarchie teilt die in den Bewertungstechniken zur Bemessung des beizulegenden Zeitwerts verwendeten Inputfaktoren in drei Stufen ein:

- Stufe 1: Notierte Preise (unbereinigt) auf aktiven Märkten für identische Vermögenswerte oder Schulden, auf die zum Bewertungsstichtag zugegriffen werden kann.
- Stufe 2: Bewertungsparameter, bei denen es sich nicht um die in Stufe 1 enthaltenen notierten Preise handelt, die aber für den Vermögenswert oder die Schuld direkt beobachtbar sind oder indirekt abgeleitet werden können.
- Stufe 3: Bewertungsparameter für den Vermögenswert oder die Schuld, die nicht auf beobachtbaren Marktdaten beruhen.

Der Konzern ermittelt zum Ende des jeweiligen Berichtszeitraums, ob Transfers zwischen den Hierarchiestufen aufgetreten sind, indem er die Klassifizierung

(basierend auf dem Inputfaktor der niedrigsten Stufe, der für die Bewertung zum beizulegenden Zeitwert insgesamt wesentlich ist) überprüft. Anteilsbasierte Vergütungsbestandteile werden zum beizulegenden Zeitwert bewertet, fallen aber nicht in den Anwendungsbereich des IFRS 13.

Die allgemeine Verantwortung für die Überwachung aller wesentlichen Bewertungen zum beizulegenden Zeitwert, einschließlich der beizulegenden Zeitwerte der Stufe 3, trägt die Finanzabteilung, die direkt an den Finanzvorstand berichtet. Für die Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts wesentlicher Vermögenswerte und Verbindlichkeiten werden seitens der Finanzabteilung ausgewählte externe Wertgutachter hinzugezogen. Auswahlkriterien sind beispielsweise Marktkennntnis, Reputation, Unabhängigkeit und die Einhaltung professioneller Standards. Die Finanzabteilung entscheidet in Gesprächen mit den externen Wertgutachtern, welche Bewertungstechniken und Inputfaktoren in jedem einzelnen Fall anzuwenden sind.

1.7.5 Immaterielle Vermögenswerte

Erworbene immaterielle Vermögenswerte, einschließlich Software und Lizenzen, werden zu Anschaffungskosten aktiviert.

Die Kosten für selbst geschaffene immaterielle Vermögenswerte werden mit Ausnahme von aktivierungsfähigen Entwicklungskosten erfolgswirksam in der Periode erfasst, in der sie anfallen. Der Ansatz von Entwicklungskosten für selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte setzt die kumulative Erfüllung der Aktivierungskriterien des IAS 38 voraus: Die technische Realisierbarkeit des Entwicklungsprojektes sowie ein künftiger ökonomischer Vorteil aus dem Entwicklungs-

projekt muss nachgewiesen werden können und die Gesellschaft muss beabsichtigen und fähig sein, den immateriellen Vermögenswert fertig zu stellen und ihn zu nutzen oder zu verkaufen. Ferner müssen adäquate technische, finanzielle und sonstige Ressourcen zur Verfügung stehen und die dem immateriellen Vermögenswert während seiner Entwicklung zurechenbaren Ausgaben müssen verlässlich ermittelt werden können.

Die aktivierten Herstellungskosten umfassen die dem Entwicklungsprozess direkt zurechenbaren Kosten sowie entwicklungsbezogene Gemeinkosten.

Immateriellen Vermögenswerte mit bestimmter Nutzungsdauer werden linear auf ihre Restwerte abgeschrieben. Den planmäßigen Abschreibungen liegen die folgenden Nutzungsdauern zugrunde:

Immaterielle Vermögenswerte	Nutzungsdauer
Selbsterstellte immaterielle Vermögenswerte	8 – 20 Jahre
Marken	5 – 10 Jahre
Kundenbeziehungen	1 – 8 Jahre
Patente, Konzessionen und sonstige Rechte sowie Software	3 – 15 Jahre

Derzeit verfügt der Konzern mit Ausnahme der Geschäfts- oder Firmenwerte über keine immateriellen Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer.

1.7.6 Sachanlagen

Sachanlagen werden zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten abzüglich kumulierter Abschreibungen und Wertminderungen bewertet.

Die Anschaffungskosten einer Sachanlage umfassen sämtliche direkt dem Erwerb des Vermögenswertes zurechenbaren Kosten. Reparaturen und Wartungen werden in dem Berichtszeitraum aufwandswirksam in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung erfasst, in dem sie angefallen sind. Selbst erstellte Sachanlagen werden erstmalig mit den direkt zurechenbaren Herstellungskosten sowie produktionsbezogenen Gemeinkosten bewertet.

Sachanlagen werden linear über die geschätzte Nutzungsdauer auf ihre Restwerte abgeschrieben. Dabei werden die folgenden Nutzungsdauern zugrunde gelegt:

Sachanlagen	Nutzungsdauer
Bauten	40 Jahre
Technische Anlagen und Maschinen	10 Jahre
Betriebs- und Geschäftsausstattung	1 – 10 Jahre

Grundstücke werden nicht planmäßig abgeschrieben.

Die Restwerte und wirtschaftlichen Nutzungsdauern werden zu jedem Bilanzstichtag überprüft und gegebenenfalls angepasst. Die wirtschaftlichen Nutzungsdauern basieren auf Einschätzungen und beruhen zu einem großen Teil auf Erfahrungen bezüglich der historischen Nutzung und technischen Entwicklung.

Gewinne und Verluste aus den Abgängen von Vermögenswerten werden als Unterschiedsbetrag zwischen den Nettoveräußerungserlösen und dem Buchwert des Vermögenswerts ermittelt und erfolgswirksam in den sonstigen betrieblichen Erträgen oder sonstigen betrieblichen Aufwendungen erfasst.

1.7.7 Wertminderungen

Für immaterielle Vermögenswerte mit bestimmter Nutzungsdauer, Sachanlagen und Nutzungsrechte wird gemäß IAS 36 an jedem Bilanzstichtag überprüft, ob Anhaltspunkte für mögliche Wertminderungen vorliegen, z. B. besondere Ereignisse oder Marktentwicklungen, die einen möglichen Wertverfall anzeigen. In den Geschäftsjahren 2021 und 2020 lagen keine Anhaltspunkte für Wertminderungen der immateriellen Vermögenswerte mit bestimmter Nutzungsdauer, Sachanlagen und Nutzungsrechte vor.

Für immaterielle Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer (inkl. Geschäfts- oder Firmenwerte) sowie selbst erstellte Vermögenswerte im Bau wird zusätzlich zwingend einmal jährlich ein Wertminderungstest (Impairment Test) durchgeführt.

Bei Vorliegen von Anzeichen oder bei dem verpflichtend durchzuführenden jährlichen Wertminderungstest wird der erzielbare Betrag des Vermögenswertes bestimmt. Der erzielbare Betrag (recoverable amount) ist der höhere Betrag aus beizulegendem Zeitwert abzüglich Veräußerungskosten und Nutzungswert. Der erzielbare Betrag ist für jeden Vermögenswert einzeln zu bestimmen, es sei denn ein Vermögenswert erzeugt keine Mittelzuflüsse, die weitestgehend unabhängig von denen anderer Vermögenswerte oder Gruppe von Vermögenswerten sind. In diesem Fall ist der erzielbare Betrag auf Basis einer zahlungsmittelgenerierenden Einheit (Cash Generating Unit oder „CGU“) zu ermitteln. Einer CGU werden Vermögenswerte oder Gruppen von Vermögenswerten zugeordnet, die zusammen weitestgehend unabhängige Mittelzuflüsse generieren. Dies gilt auch für den Geschäfts- oder Firmenwert. Dieser wird vom Übernahmetag an der CGU oder Gruppe von CGUs zugeordnet, die aus den Synergien des Zu-

sammenschlusses Nutzen ziehen kann und auf deren Ebene der Geschäfts- oder Firmenwert für interne Management-Zwecke überwacht wird.

Im Konzern werden die CGUs auf Ebene der im Konzern existierenden Marken („Verticals“) identifiziert. Bis zum Geschäftsjahr 2020 wurden die CGUs auf Ebene der rechtlichen Einzelgesellschaften identifiziert. Die CGUs wurden angepasst, da die Steuerung durch das Management auf Ebene der Verticals erfolgt und um die Synergieeffekte zwischen den Einzelgesellschaften der gleichen Marke („Verticals“) besser darzustellen.

Zur Ermittlung des Nutzungswertes (value in use) werden grundsätzlich die erwarteten künftigen Cashflows unter Zugrundelegung eines Abzinsungssatzes vor Steuern, der die aktuellen Markterwartungen hinsichtlich des Zinseffektes und der spezifischen Risiken des Vermögenswerts widerspiegelt, auf ihren Barwert abgezinst. Bei der Ermittlung des Nutzungswertes werden das aktuelle und das künftig erwartete Ertragsniveau sowie technologische, wirtschaftliche und allgemeine Entwicklungstendenzen auf Basis genehmigter Finanzpläne berücksichtigt.

Übersteigt der Buchwert den erzielbaren Betrag des Vermögenswertes bzw. der CGU, wird ein Wertminderungsverlust in Höhe des den erzielbaren Betrag übersteigenden Buchwerts erfolgswirksam erfasst. Ist bei einem Geschäfts- oder Firmenwert der Wertberichtigungsbedarf höher als der Buchwert des Geschäfts- oder Firmenwerts, wird der Geschäfts- oder Firmenwert zunächst vollständig abgeschrieben und der verbleibende Wertberichtigungsbedarf auf die übrigen Vermögenswerte der CGU verteilt, soweit diese dadurch nicht mit einem Wert angesetzt werden, welcher ihren beizulegenden Zeitwert abzüglich Kosten der Veräußerung, Nutzungswert unterschreitet.

Zuschreibungen auf den neuen erzielbaren Betrag erfolgen, außer bei Geschäfts- oder Firmenwerten, wenn die Gründe für Wertminderungen aus den Vorjahren entfallen. Die Wertobergrenze für Zuschreibungen sind die fortgeführten Anschaffungs- und Herstellungskosten, die sich ergäben, wenn in den Vorjahren keine Wertminderungen erfasst worden wären. In den Geschäftsjahren 2021 und 2020 wurden keine Zuschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte oder Sachanlagen erfasst.

1.7.8 Leasingverhältnisse

Bei Vertragsbeginn wird beurteilt, ob ein Vertrag ein Leasingverhältnis begründet oder beinhaltet. Dies ist der Fall, wenn der Vertrag dazu berechtigt, die Nutzung eines identifizierten Vermögenswertes gegen Zahlung eines Entgeltes für einen bestimmten Zeitraum zu kontrollieren. Um zu beurteilen, ob ein Vertrag das Recht zur Kontrolle eines identifizierten Vermögenswertes beinhaltet, wird die Definition eines Leasingverhältnisses nach IFRS 16 zugrunde gelegt.

Am Bereitstellungsdatum oder bei Änderung eines Vertrages, der eine Leasingkomponente enthält, wird das vertraglich vereinbarte Entgelt auf Basis der relativen Einzelveräußerungspreise aufgeteilt. Der Konzern nutzt bei Mobilien die Möglichkeit, von einer Trennung der Nichtleasingkomponenten abzusehen und bilanziert stattdessen die Leasing- und Nichtleasingkomponenten als eine einzige Leasingkomponente. Bei Immobilien wird nur die Kaltmiete nach IFRS 16 bilanziert.

Am Bereitstellungsdatum erfasst der Konzern einen Vermögenswert für das gewährte Nutzungsrecht sowie eine Leasingverbindlichkeit.

Das Nutzungsrecht wird erstmalig mit den Anschaffungskosten bewertet, die dem Barwert der Leasingverbindlichkeiten entsprechen, angepasst um am oder vor dem Bereitstellungsdatum geleistete Zahlungen sowie etwaiger erhaltener Leasinganreize, zuzüglich etwaiger anfänglicher direkter Kosten sowie der geschätzten Kosten zur Demontage, Beseitigung oder Wiederherstellung des zugrunde liegenden Vermögenswertes bzw. des Standortes, an dem dieser sich befindet.

Anschließend wird das Nutzungsrecht planmäßig linear über den kürzeren der beiden Zeiträume aus Laufzeit des Leasingverhältnisses und erwarteter Nutzungsdauer abgeschrieben. Bei der Ermittlung der erwarteten Nutzungsdauer wird berücksichtigt, ob das Eigentum an dem zugrundeliegenden Vermögenswert zum Ende der Laufzeit des Leasingverhältnisses auf den Konzern übergeht oder ob erwartet wird, dass der Konzern eine Kaufoption wahrnehmen wird. Sofern notwendig wird das Nutzungsrecht um Wertminderungen berichtigt und um bestimmte Neubewertungen der Leasingverbindlichkeit angepasst.

Die Leasingverbindlichkeit wird erstmalig zum Barwert der am Bereitstellungsdatum noch nicht geleisteten Leasingzahlungen angesetzt. Für die Abzinsung wird der dem Leasingverhältnis zugrundeliegenden Zinssatz oder, wenn sich dieser nicht ohne Weiteres bestimmen lässt, der Grenzfremdkapitalzinssatz verwendet. Normalerweise nutzt der Konzern die Grenzfremdkapitalzinssätze als Abzinsungssätze.

Der Grenzfremdkapitalzinssatz setzt sich zusammen aus einem Basiszinssatz und einer Kreditrisikoprämie (Kredit Spread). Der Basiszinssatz wird laufspezifisch ermittelt und enthält neben einer aus deutschen Staatsanleihen abgeleiteten risikolosen Basis auch

Prämien für Länder- und Währungsrisiken. Zur Ableitung der Kreditrisikoprämie wurde ein synthetisches Rating durchgeführt und anhand dessen über notierte Anleihen einer Peer Group der entsprechende Aufschlag ermittelt. Plausibilisiert wurde die Kreditrisikoprämie mit den Konditionen der von Banken an die Konzerngesellschaften ausgegebenen Darlehen. Der Grenzfremdkapitalzinssatz wird jährlich ermittelt und an die geänderten Marktbedingungen angepasst.

Die in die Bewertung der Leasingverbindlichkeit einbezogenen Leasingzahlungen umfassen:

- feste Zahlungen, einschließlich de facto feste Zahlungen
- variable Leasingzahlungen, die an einen Index oder (Zins-)Satz gekoppelt sind, erstmalig bewertet anhand des am Bereitstellungsdatum gültigen Indexes bzw. (Zins-) Satzes
- Beträge, die aufgrund einer Restwertgarantie voraussichtlich zu zahlen sind
- den Ausübungspreis einer Kaufoption, wenn der Konzern hinreichend sicher ist, diese auszuüben; Leasingzahlungen für eine Verlängerungsoption, wenn der Konzern hinreichend sicher ist, diese auszuüben; sowie Strafzahlungen für eine vorzeitige Kündigung des Leasingverhältnisses, es sei denn, der Konzern ist hinreichend sicher, nicht vorzeitig zu kündigen.

Die Leasingverbindlichkeit wird neu bewertet, wenn sich die künftigen Leasingzahlungen aufgrund einer Index- oder (Zins-)Satzänderung verändern, wenn der Konzern seine Schätzung zu den voraussichtlichen Zahlungen im Rahmen einer Restwertgarantie anpasst, wenn der Konzern seine Einschätzung über die Ausübung einer Kauf-, Verlängerungs- oder Kündigungsoption ändert oder sich eine de facto feste Leasingzahlung ändert.

Leasingverhältnisse, denen Vermögenswerte von geringem Wert zugrunde liegen, sowie kurzfristige Leasingverhältnisse werden nicht in der Bilanz angesetzt. Der Konzern erfasst die mit diesen Leasingverhältnissen in Zusammenhang stehenden Leasingzahlungen über die Laufzeit des Leasingverhältnisses linear als Aufwand.

1.7.9 Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente bestehen aus Kassenbeständen, sofort verfügbaren Bankguthaben sowie kurzfristigen Einlagen bei Kreditinstituten, die allesamt eine ursprüngliche Laufzeit von unter drei Monaten aufweisen. Ausgenutzte Kontokorrentkredite werden unter den sonstigen kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten ausgewiesen.

1.7.10 Finanzinstrumente

Ein Finanzinstrument ist ein Vertrag, der gleichzeitig bei dem einen Unternehmen zu einem finanziellen Vermögenswert und bei dem anderen Unternehmen zu einer finanziellen Verbindlichkeit oder einem Eigenkapitalinstrument führt.

Eine Saldierung finanzieller Vermögenswerte und Verbindlichkeiten wird nur dann vorgenommen, wenn eine Aufrechnung der Beträge zum gegenwärtigen Zeitpunkt rechtlich durchsetzbar ist und auch die Absicht besteht, tatsächlich aufzurechnen. Diese Voraussetzungen sind im Berichtsjahr nicht gegeben. Ebenso wenig bestehen derzeit Globalverrechnungsverträge oder ähnliche Vereinbarungen, so dass es im Konzern

weder zu einer bilanziellen Aufrechnung kommt noch Umstände eintreten können, in denen aufgerechnet werden kann.

Die Erfassung von marktüblichen Käufen oder Verkäufen für finanzielle Vermögenswerte und Verbindlichkeiten erfolgt grundsätzlich zum Handelstag.

Finanzielle Vermögenswerte und finanzielle Verbindlichkeiten werden bei erstmaligem Ansatz mit ihrem beizulegenden Zeitwert bewertet, welcher im Regelfall dem Transaktionspreis entspricht. Transaktionskosten, die direkt dem Erwerb oder der Emission des Finanzinstrumentes zuzurechnen sind, werden nur dann im anzusetzenden Buchwert berücksichtigt, wenn das entsprechende Finanzinstrument nicht erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet wird. Im Falle von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen ohne signifikante Finanzierungskomponente ist immer der Transaktionspreis anzusetzen, welcher sich nach IFRS 15 bestimmt. Die Folgebewertung von finanziellen Vermögenswerten und finanziellen Verbindlichkeiten ist abhängig von ihrer Klassifizierung.

Finanzielle Vermögenswerte

Die Klassifizierung finanzieller Vermögenswerte erfolgt in Abhängigkeit des zugrundeliegenden Geschäftsmodells und der Erfüllung des Zahlungsstromkriteriums (SPPI-Test). Die Beurteilung des Geschäftsmodells bezieht sich auf die Frage, wie finanzielle Vermögenswerte zur Generierung von Zahlungsströmen gesteuert werden. Die Steuerung kann entweder auf ein Halten, Verkaufen oder eine Kombination aus beidem abzielen. Im Rahmen des SPPI-Tests wird geprüft, ob die vertraglichen Zahlungsströme eines finanziellen Vermögenswerts ausschließlich aus Zinsen und Tilgung auf den ausstehenden Kapitalbetrag des finanziellen Ver-

mögenswertes bestehen. Die Prüfung des Zahlungsstromkriteriums erfolgt dabei immer auf Ebene des einzelnen finanziellen Vermögenswertes.

Der Konzern teilt finanzielle Vermögenswerte in eine der folgenden Kategorien ein:

- Finanzielle Vermögenswerte zu fortgeführten Anschaffungskosten (FAAC, Financial assets at amortised cost) (Schuldinstrumente)
- Erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte mit Recycling (Schuldinstrumente)
- Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte (FVTPL, Fair value through profit or loss) (Eigenkapitalinstrumente)
- Erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte ohne Recycling (FVOCI, Fair value through OCI) (Eigenkapitalinstrumente)

Finanzielle Vermögenswerte zu fortgeführten Anschaffungskosten (FAAC) (Schuldinstrumente)

Die für den Konzern bedeutendste Kategorie finanzieller Vermögenswerte ist die Kategorie der zu fortgeführten Anschaffungskosten bewerteten Vermögenswerte. Dieser Kategorie werden Schuldinstrumente zugeordnet, die die folgenden beiden Kriterien kumulativ erfüllen:

- Das Geschäftsmodell zur Steuerung des Schuldinstruments ist auf „Halten“ ausgerichtet, um die zugrundeliegenden vertraglichen Zahlungsströme zu erzielen.
- Die hieraus erzielten vertraglichen Zahlungsströme bestehen ausschließlich aus Zins und Tilgung auf den ausstehenden Kapitalbetrag.

Die Folgebewertung erfolgt unter Anwendung der

Effektivzinsmethode und unterliegt den Vorschriften für Wertminderungen gemäß IFRS 9.5.5.

Im Konzern werden Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, Ausleihungen, sonstige finanzielle Vermögenswerte sowie Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente dieser Kategorie zugeordnet. Für weitere Details wird auf Abschnitt 6 „Angaben zu Finanzinstrumenten“ verwiesen.

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, die im Rahmen einer Factoringvereinbarung veräußert werden, ohne dass es zu einem Abgang der Forderungen im Rahmen des Forderungsverkaufs kommt, werden durch den Konzern weiterhin dem Geschäftsmodell „Halten“ und damit der Kategorie FAAC zugeordnet. Der Konzern definiert im Rahmen des Geschäftsmodellkriteriums einen Verkauf als einen tatsächlichen Verkauf, der auch zu einem bilanziellen Abgang führt. Der rein rechtliche Verkauf ohne Abgang stellt nach Auslegung des Konzerns kein Geschäftsmodell des Verkaufens im Sinne von IFRS 9 dar. Forderungsportfolios, die grundsätzlich der Möglichkeit eines Factorings mit Abgang der entsprechenden Forderungen unterliegen, werden der Kategorie „Halten und Verkaufen“ zugeordnet und erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet (FVTPL).

Erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte mit Recycling (Schuldinstrumente)

Diese Bewertung wird für Schuldinstrumente angewendet, wenn die folgenden beiden Kriterien kumulativ erfüllt sind:

- Das Geschäftsmodell zur Steuerung dieser Finanzinstrumente ist sowohl auf „Halten“ ausgerichtet, um die zugrundeliegenden vertraglichen Zahlungsströme zu erzielen, als auch auf „Verkaufen“.

- Die hieraus erzielten vertraglichen Zahlungsströme bestehen ausschließlich aus Zins und Tilgung auf den ausstehenden Kapitalbetrag.

Für diese finanziellen Vermögenswerte werden Zinsen, Fremdwährungsbewertungseffekte und Aufwendungen und Erträge im Zusammenhang mit Wertminderungen erfolgswirksam in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst. Die verbleibenden Änderungen werden in Übereinstimmung mit den Vorgaben des IFRS 9 erfolgsneutral im sonstigen Ergebnis erfasst und bei Abgang in den Gewinn oder Verlust umgegliedert (recycling).

In den Geschäftsjahren 2021 und 2020 gab es im Konzern keine erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte mit Recycling.

Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte (FVTPL) (Eigenkapitalinstrumente)

Diese Kategorie umfasst finanzielle Vermögenswerte, die zu Handelszwecken gehalten werden, finanzielle Vermögenswerte unter Anwendung der Fair-Value-Option, sowie finanzielle Vermögenswerte, für die eine verpflichtende Bewertung zum beizulegenden Zeitwert vorgesehen ist. Ein Handelszweck liegt vor, wenn ein kurzfristiger Kauf oder Verkauf vorgesehen ist. Derivative finanzielle Vermögenswerte, die nicht Teil einer Sicherungsbeziehung sind, gelten immer als zu Handelszwecken gehalten. Finanzielle Vermögenswerte, die nicht das Zahlungsstromkriterium erfüllen, werden immer erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet, unabhängig vom zugrundeliegenden Geschäftsmodell. Die gleiche Bewertung ergibt sich für finanzielle Vermögenswerte, die einem Geschäftsmodell „Verkaufen“ unterliegen.

Die Fair-Value-Option für finanzielle Vermögenswerte wird im Konzern derzeit nicht ausgeübt.

Jegliche Änderungen des beizulegenden Zeitwerts dieser Instrumente werden erfolgswirksam in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

Erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte ohne Recycling (FVOCI) (Eigenkapitalinstrumente)

Für Eigenkapitalinstrumente, die nicht zu Handelszwecken gehalten werden und bei denen es sich nicht um eine bedingte Gegenleistung i.S.v. IFRS 3 handelt, besteht beim erstmaligen Ansatz das unwiderrufliche Wahlrecht (Fair Value Option), diese Eigenkapitalinstrumente entweder erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert (FVTPL) oder erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert ohne Recycling (FVOCI) zu bewerten. Der Konzern bewertet bisher nur ein einziges Eigenkapitalinstrument erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert ohne Recycling (FVOCI). Dieses befindet sich zum 31. Dezember 2021 weiterhin im Besitz des Konzerns.

Gewinne oder Verluste aus der Bewertung zum beizulegenden Zeitwert dieser Eigenkapitalinstrumente werden im kumulierten übrigen Eigenkapital (OCI) erfasst und bei Abgang nicht in den Gewinn oder Verlust umgliedert (kein Recycling). Dividenden aus solchen Instrumenten werden erfolgswirksam erfasst. Eigenkapitalinstrumente, die erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden, unterliegen nicht den Regelungen für Wertminderungen.

Wertminderung von finanziellen Vermögenswerten

Finanzielle Vermögenswerte, die zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet werden (FAAC), Vertragsvermögenswerte gemäß IFRS 15, Leasingforderungen,

Kreditzusagen sowie finanzielle Garantien unterliegen dem Wertminderungsmodell i.S.v. IFRS 9.5.5. Danach erfasst der Konzern für diese Vermögenswerte eine Wertminderung auf Basis der erwarteten Kreditverluste (expected credit loss, ECL). Erwartete Kreditverluste ergeben sich aus dem Unterschiedsbetrag zwischen den vertraglich vereinbarten Zahlungsströmen und den erwarteten Zahlungsströmen, bewertet zum Barwert mit dem ursprünglichen Effektivzinssatz. Die erwarteten Zahlungsströme beinhalten auch Erlöse aus Sicherungsverkäufen und sonstigen Kreditsicherheiten, die integraler Bestandteil des jeweiligen Vertrages sind.

Erwartete Kreditverluste werden in drei Stufen erfasst.

- Stufe 1: Der Stufe 1 werden alle Vermögenswerte, für die sich keine signifikante Erhöhung des Ausfallrisikos seit dem erstmaligen Ansatz ergeben hat, zugeordnet. Die Wertberichtigung wird in Höhe des erwarteten 12-Monats-Kreditverlusts bemessen.
- Stufe 2: Wenn ein Vermögenswert nach seiner erstmaligen Erfassung eine signifikante Erhöhung des Ausfallrisikos erfahren hat, allerdings nicht in seiner Bonität beeinträchtigt ist, wird er der Stufe 2 zugeordnet. Die Wertberichtigung wird in Höhe der erwarteten Kreditverluste für die gesamte verbleibende Laufzeit des Vermögenswerts ermittelt. Der Konzern unterstellt grundsätzlich, dass eine signifikante Erhöhung des Kreditrisikos vorliegt, sofern die Überfälligkeit 30 Tage oder mehr beträgt. Dieser Grundsatz kann widerlegt werden, wenn im jeweiligen Einzelfall belastbare und vertretbare Informationen darauf hinweisen, dass sich das Kreditrisiko nicht erhöht hat.
- Stufe 3: Sofern objektive Hinweise auf eine Wert-

minderung vorliegen, sind die zugrundeliegenden Vermögenswerte der Stufe 3 zuzuordnen. Objektive Hinweise auf eine Wertminderung werden bei einer Überfälligkeit von mehr als 90 Tagen unterstellt, außer es liegen im jeweiligen Einzelfall belastbare und vertretbare Informationen vor, dass ein längerer Rückstand besser geeignet ist. Darüber hinaus werden eine Zahlungsverweigerung und ähnliches als objektiver Hinweis angesehen.

Die für den Konzern relevantesten Vermögenswerten für die Anwendung des Wertminderungsmodells sind Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie Vertragsvermögenswerte. Für diese wendet der Konzern den vereinfachten Ansatz gemäß IFRS 9.5.5.15 an. Danach wird die Wertberichtigung stets in Höhe der über die Laufzeit erwarteten Kreditverluste bemessen.

Wenn objektive Hinweise dafür vorliegen, dass die fälligen Forderungsbeiträge nicht vollständig einbringlich sind (z. B. Eröffnung eines Insolvenzverfahrens oder erhebliche Zahlungsverzögerungen beim Schuldner) wird eine Wertberichtigung auf Einzelbasis erfasst.

Für weitere Details zur Ermittlung der Wertminderungen siehe Anhangsangabe 7.1 „Kredit- und Ausfallrisiko“.

Für die übrigen Vermögenswerte, die im Anwendungsbereich des Wertminderungsmodells von IFRS 9 sind und die dem allgemeinen Ansatz unterliegen, werden zur Bemessung der erwarteten Verluste finanzielle Vermögenswerte auf Basis gemeinsamer Kreditrisikomerkmale entsprechend zusammengefasst bzw. individuelle Ausfallinformationen herangezogen. Berechnungsrundlage sind in jedem Fall aktuelle Ausfallwahrscheinlichkeiten zum jeweiligen Stichtag.

Ausbuchung von finanziellen Vermögenswerten

Finanzielle Vermögenswerte werden ausgebucht, wenn die Rechte auf Zahlungen erloschen sind oder übertragen wurden und der Konzern im Wesentlichen alle mit dem Eigentum verbundenen Risiken und Chancen überträgt.

Finanzielle Verbindlichkeiten

Der Konzern teilt finanzielle Verbindlichkeiten in eine der folgenden Kategorien ein:

- Finanzielle Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten (FLAC, Financial liabilities at amortised cost)
- Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Verbindlichkeiten (FLPL, Financial liabilities through profit or loss)

Finanzielle Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten werden unter Anwendung der Effektivzinsmethode bewertet. Sie haben für den Konzern die größte Bedeutung und umfassen insbesondere Anleihen und sonstige verbrieftete Verbindlichkeiten, Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten und Darlehensverbindlichkeiten sowie Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen.

Zur Kategorie der erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewerteten finanziellen Verbindlichkeiten zählen grundsätzlich alle finanziellen Verbindlichkeiten, die zu Handelszwecken gehalten werden, sowie finanzielle Verbindlichkeiten, für die die Fair-Value-Option ausgeübt wurde.

Derivative finanzielle Verbindlichkeiten, für die keine Sicherungsbeziehung besteht, gelten als zu Handelszwecken gehalten und werden somit erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet.

Die Fair-Value-Option für finanzielle Verbindlichkeiten wird derzeit im Konzern nicht ausgeübt.

Finanzielle Verbindlichkeiten werden ausgebucht, wenn die Verbindlichkeit getilgt, das heißt die vertragliche Verpflichtung erfüllt, aufgehoben oder ausgelaufen ist.

Derivative Finanzinstrumente

Innerhalb des Konzerns werden derivative Finanzinstrumente zur Steuerung von Risiken aus Zinsschwankungen sowie Währungsrisiken eingesetzt. Derivative Finanzinstrumente werden erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet. Zurechenbare Transaktionskosten werden in der Periode erfolgswirksam erfasst, in der sie anfallen. Der Ausweis von derivativen Finanzinstrumenten erfolgt in der Konzernbilanz unter den Positionen „sonstige finanzielle Vermögenswerte“ bzw. „sonstige finanzielle Verbindlichkeiten“.

Der Konzern nimmt derzeit keine Bilanzierung von Sicherungsbeziehungen vor.

1.7.11 Vorräte

Vorräte werden mit dem niedrigeren Wert aus Anschaffungs- oder Herstellungskosten und Nettoveräußerungswert bewertet. Die Anschaffungskosten für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe sowie Waren enthalten den Anschaffungspreis und die Anschaffungsnebenkosten abzüglich Anschaffungspreisminderungen. Die Herstellkosten für selbst erstellte unfertige und fertige Erzeugnisse enthalten neben den Material-, Fertigungs- und Sondereinzelkosten der Fertigung auch angemessene Teile der der Produktion zurechenbaren Gemeinkosten sowie fertigungsbedingte Abschreibungen. Die Anschaffungs- und Herstellkosten der einzel-

nen Vorräte werden anhand der gewichteten Durchschnittskosten ermittelt.

Der Nettoveräußerungswert ist definiert als der geschätzte, im normalen Geschäftsbetrieb erzielbare Verkaufserlös abzüglich der geschätzten Kosten bis zur Fertigstellung und der geschätzten notwendigen Vertriebskosten.

Bei der Bewertung der Vorräte werden die Gängigkeit, das Alter sowie alle erkennbaren Preis-, Qualitäts- und Lagerisiken berücksichtigt.

1.7.12 Rückstellungen

Eine Rückstellung wird dann gebildet, wenn der Konzern eine gegenwärtige (rechtliche oder faktische) Verpflichtung aufgrund eines vergangenen Ereignisses besitzt, der Abfluss von Ressourcen mit wirtschaftlichem Nutzen zur Erfüllung der Verpflichtung wahrscheinlich ist und eine verlässliche Schätzung der Höhe der Verpflichtung möglich ist.

Die Rückstellungen werden mit dem erwarteten Erfüllungsbetrag angesetzt. Langfristige Rückstellungen werden auf der Grundlage entsprechender Marktzinssätze auf den Bilanzstichtag abgezinst.

1.7.13 Anteilsbasierte Vergütungen**Anteilsbasierte Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente**

Der Konzern hat Optionsprogramme für das Management, leitende Angestellte und andere Schlüsselmitarbeiter aufgelegt. Nach IFRS 2 werden die Optionen als

anteilsbasierte Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente bilanziert.

Der beizulegende Zeitwert der anteilsbasierten Vergütung wird zum Gewährungszeitpunkt durch Anwendung von Monte-Carlo-Simulationen unter Berücksichtigung der Bedingungen, zu denen die Mitarbeiteroptionen gewährt wurden, ermittelt und über den Erdienungszeitraum (basierend auf der vom Konzern vorgenommenen Schätzung der Anzahl der Anteile, die möglicherweise ausübbar werden) linear als Personalaufwand mit einer entsprechenden Gegenbuchung im Eigenkapital erfasst. Der Erdienungszeitraum beginnt in der Regel am Gewährungsdatum der Vergütungsprämie. Die Aufwandserfassung kann jedoch auch zu einem früheren Datum erfolgen, wenn die Leistungserbringung durch den Mitarbeiter vor der formalen Genehmigung der Vergütungsprämien beginnt.

Für Anteilszuteilungen, die nicht ausübbar werden, wird kein Aufwand erfasst, mit Ausnahme von anteilsbasierten Vergütungsplänen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente, deren Ausübung von einer Marktbedingung oder von einer Nicht-Ausübungsbedingung abhängt. Diese Eigenkapitalinstrumente werden unabhängig davon, ob eine Marktbedingung oder eine Nicht-Ausübungsbedingung eintritt, als ausübbar behandelt, sofern alle anderen Leistungs- oder Dienstbedingungen erfüllt sind.

Zum Ende eines jeden Berichtszeitraums schätzt die Gesellschaft ausgehend von den nicht-marktbasierten Ausübungsbedingungen die Anzahl der Optionen und Anteile, die voraussichtlich ausübbar werden. Mögliche Änderungen gegenüber den ursprünglichen Schätzungen werden in der Gewinn- und Verlustrechnung mit einer entsprechenden Gegenbuchung im Eigenkapital erfasst.

Anteilsbasierte Vergütung mit Barausgleich

Der Konzern hat im Geschäftsjahr 2021 virtuelle Geschäftsanteile ausgegeben. Nach IFRS 2 werden die virtuellen Geschäftsanteile als anteilsbasierte Vergütung mit Barausgleich bilanziert. Der Konzern bewertet den beizulegenden Zeitwert der aus den virtuellen Geschäftsanteilen resultierenden Verpflichtung zu jedem Abschlussstichtag und am Erfüllungstag neu. Änderungen des beizulegenden Zeitwerts werden im Personalaufwand erfasst. Die Verpflichtung wird über den Erdienungszeitraum erfasst (wenn zutreffend).

Der beizulegende Zeitwert der Verpflichtung wird durch Anwendung von Monte-Carlo-Simulationen unter Berücksichtigung der Bedingungen, zu denen die virtuellen Geschäftsanteile gewährt wurden, ermittelt.

1.7.14 Umsatzrealisierung

Der Umsatz wird gemäß den Bestimmungen von IFRS 15 auf Grundlage der in einem Vertrag mit einem Kunden festgelegten Gegenleistung gemessen. Der Konzern erfasst Erlöse, wenn er die Verfügungsgewalt über ein Gut oder eine Dienstleistung an einen Kunden überträgt.

In den Segmenten Social Commerce und Retail (Transaktionsgeschäft) werden Handelsprodukte über verschiedene Vertriebskanäle an Endkunden und Einzelhändler verkauft. Die Leistungsverpflichtung besteht in der Lieferung des vom Kunden bestellten Produktes. Somit wird der Umsatz zeitpunktbezogen realisiert, wenn die Verfügungsgewalt auf den Endkunden mit Übergabe des Gutes an diesen übergeht. Der Transaktionspreis wird zum Zeitpunkt der Vertragsschließung festgelegt und enthält in diesem Zeitpunkt keine variablen Komponenten. Grundsätzlich besteht ein ge-

setzliches 14-tägiges Rückgaberecht für die Kunden. Teilweise wird den Kunden vom Konzern ein verlängertes Rückgaberecht eingeräumt. Da dem Kunden im Transaktionsgeschäft in jedem Fall ein Rückgaberecht zusteht, werden zu den relevanten Stichtagen Rückerstattungsverbindlichkeiten erfasst. Ein Anspruch auf Rücklieferung der Produkte wird als sonstiger Vermögenswert aktiviert.

Innerhalb des Segments Social Media existieren hauptsächlich drei Geschäftsmodelle:

Im Produktionsgeschäft werden TV-Produktionen und Werbespots für Fernsehsender erstellt. Außerdem entwickelt der Konzern im Auftrag von Kunden diverse IT-Applikationen in Form von Websites, Apps, etc. und bietet Webhosting-Dienstleistung an. Produktionsverträge mit den Kunden sehen i.d.R. die Entwicklungs- und Vorbereitungsarbeiten sowie alle zu liefernden und/oder erstellten Materialien für die Produktion einer ganzen Staffel einer Serie vor. Dabei handelt es sich grundsätzlich um ein eigenständig abgrenzbares Gut. Staffelproduktionen stellen wie Einzelproduktionen eine einzige Leistungsverpflichtung im Sinne des IFRS 15 dar. Die Umsatzerlöse werden zeitraumbezogen über den Produktionszeitraum gemäß Leistungsfortschritt realisiert, weil keine alternative Nutzungsmöglichkeit für das Unternehmen existiert und das Unternehmen grundsätzlich jederzeit über einen durchsetzbaren Anspruch auf Zahlung für die bereits erbrachte Leistung verfügt. Für die Messung des Leistungsfortschritts wird i.d.R. die inputbasierte Methode angewendet.

Im Agenturgeschäft erzielt der Konzern Umsatzerlöse hauptsächlich aus der Durchführung von Werbekampagnen. Diese umfasst ein Spektrum an verschiedenen Leistungen, die über einen festgelegten Zeitraum ge-

leistet werden. Grundsätzlich werden Kampagnen über einen relativ kurzen Zeitraum vereinbart. Verträge sehen i.d.R. feste Gegenleistungen vor. Die Umsatzerlöse werden zeitraumbezogen über die Vertragslaufzeit realisiert, weil der Kunde die Vorteile aus der Leistungserbringung gleichzeitig erhält und konsumiert. Im Agenturgeschäft schließt das Unternehmen außerdem Managementverträge mit Influencern ab. Diese Verträge haben eine Laufzeit von mehreren Jahren, in denen das Unternehmen Dienstleistungen mit dem Ziel erbringt, den Karriereaufbau des Influencers zu fördern. Umsatzrealisierung für diese Verträge erfolgt ebenfalls zeitraumbezogen.

Im Eventgeschäft geht es um die Ausrichtung von Messen und anderen Veranstaltungen. Die wesentlichen Kundenverträge sehen grundsätzlich drei Leistungsverpflichtung vor: (i) Zurverfügungstellung/Untervermietung der Veranstaltungsfläche, (ii) Einräumung des Rechts, die Marken des Unternehmens zu nutzen, und (iii) Namenssponsoring. Der Transaktionspreis enthält fixe und variable Gegenleistungen. Umsatzerlöse werden über den Zeitraum der Veranstaltung bzw. die jeweilige Vertragslaufzeit erfasst.

Bei Vereinnahmung der Zahlungen vor Erfüllung der vertraglichen Leistung werden diese als Vertragsverbindlichkeit passiviert. Sollten Umsatzerlöse vor der Bezahlung dieser realisiert werden, entsteht eine anzusetzender Vertragsvermögenswert. Der jeweilige Transaktionspreis einzelner Kundenverträge entspricht in der Regel der vertraglich festgelegten, fixen Gegenleistung. Aufgrund des Geschäftsmodells der jeweiligen Gesellschaften fallen in der Regel keine (wesentlichen) Kosten für die Erlangung bzw. Erfüllung der Kundenverträge an.

1.7.15 Ertragsteuern

Der Ertragsteueraufwand stellt die Summe des laufenden Steueraufwands und der latenten Steuern dar.

Laufende Steuern

Der laufende Steueraufwand wird auf Basis des zu versteuernden Einkommens für das Jahr berechnet. Das zu versteuernde Einkommen unterscheidet sich vom Jahresüberschuss aus der Konzerngesamtergebnissrechnung aufgrund von Aufwendungen und Erträgen, die in späteren Jahren oder niemals steuerbar bzw. steuerlich abzugsfähig sind. Die Verbindlichkeiten des Konzerns für die laufenden Steuern werden auf Grundlage der geltenden bzw. aus Sicht des Abschlussstichtages in Kürze geltenden Steuersätze berechnet.

Latente Steuern

Die Ermittlung der latenten Steuern erfolgt gemäß IAS 12 auf der Grundlage der international üblichen bilanzorientierten Verbindlichkeitsmethode (Liability-Methode). Danach werden Steuerabgrenzungsposten für sämtliche temporäre Differenzen zwischen den steuerlichen Wertansätzen und den Wertansätzen in der Konzernbilanz sowie für steuerliche Verlustvorträge gebildet.

Aktive latente Steuern auf abzugsfähige temporäre Differenzen sowie auf Verlustvorträge sind nur anzusetzen, wenn ausreichend steuerpflichtiges Einkommen in zukünftigen Veranlagungszeiträumen vorhanden ist, mit welchem die abzugsfähigen temporären Differenzen und Verlustvorträge verrechnet werden können. Für die wahrscheinliche Nutzung der steuerlichen Verlustvorträge in Folgeperioden wird ein 5-Jahreszeitraum zu Grunde gelegt.

Passive latente Steuern auf temporäre Differenzen werden grundsätzlich immer erfasst.

Aktive und passive latente Steuern werden auch auf temporäre Differenzen, die im Rahmen von Unternehmenserwerben entstehen, angesetzt, mit der Ausnahme von temporären Differenzen auf Geschäfts- oder Firmenwerte, sofern diese steuerlich unberücksichtigt bleiben.

Zur Berechnung latenter Steuern werden die Steuersätze zukünftiger Jahre herangezogen, soweit sie bereits gesetzlich festgeschrieben sind bzw. der Gesetzgebungsprozess im Wesentlichen abgeschlossen ist. Veränderungen der latenten Steuern in der Bilanz führen grundsätzlich zu latentem Steueraufwand bzw. -ertrag. Soweit bestimmte Sachverhalte, die eine Veränderung der latenten Steuern nach sich ziehen, direkt gegen das Eigenkapital gebucht werden, wird auch die Veränderung der latenten Steuern direkt im Eigenkapital berücksichtigt.

Latente Steueransprüche und latente Steuerschulden in demselben Steuerhoheitsgebiet werden miteinander saldiert, wenn sich die Fristigkeiten entsprechen.

1.7.16 Zuwendungen der öffentlichen Hand

Eine Erfassung von Zuwendungen der öffentlichen Hand, einschließlich nicht monetärer Zuwendungen zum beizulegenden Zeitwert, erfolgt nur dann, wenn eine angemessene Sicherheit darüber besteht, dass:

- a) das Unternehmen die damit verbundenen Bedingungen erfüllen wird, und
- b) die Zuwendungen gewährt werden.

Die Zuwendungen werden planmäßig über jene Perioden als Ertrag erfasst, in denen die entsprechenden Aufwendungen, die sie kompensieren sollen, anfallen.

Zuwendungen, die für den Ausgleich von bereits entstandenen Aufwendungen oder zur sofortigen finanziellen Unterstützung unabhängig von künftigem Aufwand vereinnahmt werden, werden erfolgswirksam in der Periode der Anspruchsentstehung erfasst.

Der Konzern hat zinsvergünstigte Darlehen der öffentlichen Hand aufgenommen. Nähere Informationen hierzu befinden sich in Anhangsangabe 4.15 Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten.

1.7.17 Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte und aufgegebene Geschäftsbereiche

Ein Vermögenswert oder eine Gruppe von Vermögenswerten wird als zur Veräußerung gehalten klassifiziert, wenn der zugehörige Buchwert überwiegend durch ein Veräußerungsgeschäft und nicht durch fortgesetzte Nutzung realisiert wird. Die Bewertung erfolgt zum niedrigeren Wert aus Buchwert oder beizulegendem Zeitwert abzüglich Veräußerungskosten. Ein aufgegebener Geschäftsbereich ist ein Unternehmensbestandteil, der veräußert wurde, als zur Veräußerung gehalten eingestuft wird oder dessen Geschäftstätigkeit aufgegeben wurde.

1.8 Kritische Schätzungen und Ermessensausübungen

Bei der Anwendung der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden hat das Management Ermessensentscheidungen getroffen, die die Beträge im Konzernabschluss wesentlich beeinflussen. Danach sind bei der Aufstellung des Konzernabschlusses zu einem gewissen Grad Annahmen zu treffen und Schätzungen vorzunehmen, die sich auf die Höhe und den Ausweis

der bilanzierten Vermögenswerte und Schulden, der Erträge und Aufwendungen sowie der Eventualschulden des Berichtszeitraums auswirken. Den Annahmen und Schätzungen liegen Prämissen zugrunde, die auf dem jeweils aktuell verfügbaren Kenntnisstand basieren. Insbesondere wurden hinsichtlich der erwarteten künftigen Geschäftsentwicklung die zum Zeitpunkt der Aufstellung des Konzernabschlusses vorliegenden Umstände ebenso wie die als realistisch eingeschätzte künftige Entwicklung des Umfelds zugrunde gelegt. Durch von den Annahmen abweichende und außerhalb des Einflussbereichs des Managements liegende Entwicklungen dieser Rahmenbedingungen können die tatsächlich erreichten Beträge von den ursprünglich erwarteten Schätzwerten abweichen.

Die wichtigsten zukunftsbezogenen Annahmen sowie sonstige am Stichtag bestehende wesentliche Quellen von Schätzungsunsicherheiten, aufgrund derer ein beträchtliches Risiko besteht, dass innerhalb der nächsten Berichtszeiträume eine Anpassung der Buchwerte von Vermögenswerten und Schulden erforderlich sein könnte, werden im Folgenden erläutert.

Schätzungen im Wege der Kaufpreisallokation

Im Rahmen von Unternehmenserwerben werden im Allgemeinen Schätzungen hinsichtlich der Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts der erworbenen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten vorgenommen. Grund und Boden, Gebäude sowie technische Anlagen und Maschinen werden in der Regel von einem unabhängigen Sachverständigen bewertet, während marktgängige Wertpapiere mit ihrem Marktwert angesetzt werden. Gutachten über die Marktwerte von Sachanlagevermögen unterliegen durch die Verwendung notwendiger Annahmen gewissen Unsicherheiten. Bei immateriellen Vermögenswerten wird der beizulegende Zeitwert anhand geeigneter Bewertungsmethoden bestimmt,

die im Allgemeinen auf einer Prognose sämtlicher künftiger Zahlungsmittelflüsse beruhen. Abhängig von der Art des Vermögenswerts sowie der Verfügbarkeit der Informationen werden dabei unterschiedliche Bewertungstechniken herangezogen, die sich nach kosten-, marktpreis- und kapitalwertorientierten Verfahren unterscheiden lassen. Das kapitalwertorientierte Verfahren ist aufgrund der besonderen Bedeutung bei der Bewertung immaterieller Vermögenswerte hervorzuheben. So wird z. B. bei der Bewertung von Lizenzen die so genannte Relief-from-Royalty-Methode verwendet, die u. a. Kosteneinsparungen schätzt, die daraus resultieren, dass das Unternehmen die Lizenzen selbst hält und keine Gebühren an einen Lizenzgeber zahlen muss. Die hieraus resultierende Ersparnis ergibt nach Abzinsung den anzusetzenden Wert für den immateriellen Vermögenswert. Bei Wertermittlungen immaterieller Vermögenswerte sind insbesondere Einschätzungen der wirtschaftlichen Nutzungsdauern notwendig, welche durch die Verwendung von Annahmen gewissen Unsicherheiten unterliegen. Ebenfalls sind bei der Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts von Eventualschulden Annahmen über deren Eintrittswahrscheinlichkeit zu treffen. Auch diese Annahmen unterliegen aufgrund ihrer Wesensart gewissen Unsicherheiten.

Wertberichtigungen auf Forderungen

Das Management stützt sich bei der Einschätzung der Höhe der Wertberichtigungen auf den Grundsatz der Einzelbewertung. Die Schätzungen des Bedarfs an Einzelwertberichtigungen sind zum Teil subjektive Einschätzungen hinsichtlich der Bonität und des Ausfallrisikos der Kunden. Sie unterliegen daher inhärenten Bewertungsunsicherheiten.

Ansatz latenter Steueransprüche und abzugsfähiger temporärer Differenzen

Aktive latente Steuern werden für steuerliche Verlust-

vorträge und abzugsfähige temporäre Differenzen angesetzt, sofern die Realisierung der damit verbundenen Steuervorteile durch zukünftige zu versteuernde Gewinne auf Basis der Gewinnprognosen des Managements für die Konzerngesellschaften als wahrscheinlich angesehen wird. Die Prognosen unterliegen Unsicherheiten.

Rückstellungen

Rückstellungen unterscheiden sich von anderen Verbindlichkeiten in Bezug auf Unsicherheiten hinsichtlich des Zeitpunkts oder der Höhe der künftig erforderlichen Ausgaben. Aufgrund unterschiedlicher wirtschaftlicher und rechtlicher Beurteilungen und der Schwierigkeiten der Festlegung einer Eintrittswahrscheinlichkeit bestehen erhebliche Ansatz- und Bewertungsunsicherheiten.

Anteilsbasierte Vergütung

Der Konzern ermittelt den Aufwand aus Optionsprogrammen auf Basis des beizulegenden Zeitwerts am Tag der Gewährung. Die Schätzung des beizulegenden Zeitwerts erfordert die Bestimmung der am besten geeigneten Bewertungsmethode, was von den Bedingungen des Optionsprogramms abhängt. Außerdem ist es erforderlich, die Input-Faktoren für das Bewertungsmodell (Aktienkurs, Ausübungspreis, risikofreier Zinssatz, erwartete Volatilität und Laufzeit) zu bestimmen.

Wertminderung von immateriellen Vermögenswerten, Sachanlagen und Nutzungsrechten

Im Rahmen der Ermittlung der Wertminderung von immateriellen Vermögenswerten, Sachanlagen und Nutzungsrechten werden Schätzungen vorgenommen, die sich u. a. auf Ursache, Zeitpunkt und Höhe der Wertminderung beziehen. Eine Wertminderung beruht auf einer Vielzahl von Faktoren. Grundsätzlich werden

Änderungen der gegenwärtigen Wettbewerbsbedingungen, Erwartungen bezüglich des Wachstums der Absatzmärkte des Konzerns, Erhöhungen der Kapitalkosten, Änderung der künftigen Verfügbarkeit von Finanzierungsmitteln, technologischen Veralterung, die Einstellung von Dienstleistungen, aktuelle Wiederbeschaffungskosten, in vergleichbaren Transaktionen gezahlte Kaufpreise und sonstige das Umfeld betreffende Änderungen, die auf eine Wertminderung hindeuten, berücksichtigt. Das Management hat wesentliche Einschätzungen zu treffen hinsichtlich der Identifizierung und Überprüfung von Anzeichen auf eine Wertminderung, der Schätzung von künftigen Cashflows, der Ermittlung der beizulegenden Zeitwerte von Vermögenswerten (oder von Gruppen von Vermögenswerten), der zutreffenden Abzinsungssätze, der jeweiligen Nutzungsdauern sowie der Restwerte der betreffenden Vermögenswerte. Darüber hinaus fließen weitere Planungsunsicherheiten in die Ermittlung der beizulegenden Zeitwerte ein, die die Risiken der makroökonomischen Entwicklung widerspiegeln. Dies könnte sich negativ auf die künftige Ertragslage auswirken.

Erzielbarer Betrag von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten

Die Ermittlung des erzielbaren Betrags einer zahlungsmittelgenerierenden Einheit ist mit Schätzungen durch das Management verbunden. Zu den verwendeten Methoden zur Berechnung des erzielbaren Betrags zählen Discounted-Cashflows-Methoden und Methoden, die als Basis Marktpreise heranziehen. Den Bewertungen auf der Grundlage von Discounted Cashflows liegen Prognosen zugrunde, die auf den vom Management genehmigten Finanzplänen beruhen und auch für interne Zwecke verwendet werden. Der gewählte Planungshorizont spiegelt die Annahme für kurz- bis mittelfristige Marktentwicklungen wider und wird gewählt, um einen

für die Berechnung der ewigen Rente nötigen stabilen Geschäftsausblick des Unternehmens zu erhalten.

Cashflows, die über die interne Mittelfristplanung hinausgehen, werden anhand geeigneter Wachstumsraten berechnet. Diese Wachstumsraten werden dabei für jede zahlungsmittelgenerierende Einheit einzeln festgelegt. Die angesetzten Wachstumsraten orientieren sich am langfristigen realen Wachstum und an der langfristigen Inflationserwartung der Länder, in denen die jeweilige Einheit ihre Geschäftstätigkeit ausübt. Zur Erzielung der für den Zeitraum der ewigen Rente angesetzten nachhaltigen Wachstumsraten werden zusätzliche, für jede zahlungsmittelgenerierende Einheit spezifisch abgeleitete, nachhaltige Investitionen berücksichtigt. Zu den wesentlichen Annahmen, auf denen die Berechnung des erzielbaren Betrags beruht, gehören folgende im Wesentlichen intern ermittelte Annahmen, die auf vergangenen Erfahrungen aufbauen, um aktuelle interne Erwartungen erweitert und von externen Marktdaten und -einschätzungen untermauert werden: Umsatzentwicklung, Kundengewinnungs- und Kundenbindungskosten, Kündigungsraten, Investitionen, Marktanteile sowie Wachstumsarten. Diskontierungszinssätze werden auf Basis externer vom Markt abgeleiteter Größen bestimmt, unter Berücksichtigung der mit der zahlungsmittelgenerierenden Einheit verbundenen Risiken (Markt- und Länderrisiken). Künftige Veränderungen der vorgenannten Annahmen können dabei einen wesentlichen Einfluss auf die beizulegenden Zeitwerte der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten haben. Mögliche Veränderungen dieser Annahmen können sich durch die künftige Entwicklung der makroökonomischen Lage, des Wettbewerbs sowie regulatorischen Eingriffen negativ auswirken.

2 Segmentbericht

Die Geschäftssegmente spiegeln die Managementstrukturen des Konzerns wider sowie die Art und Weise, in der Finanzinformationen regelmäßig vom Hauptentscheidungssträger, definiert als der Vorstand, überprüft werden. Der Vorstand ist außerdem für die Zuordnung der Ressourcen und für die Beurteilung der Leistung der Geschäftssegmente zuständig.

Der TSC Konzern berichtet die Geschäftssegmente Social Commerce, Social Media und Retail (DS Gruppe).

Im Geschäftssegment Social Commerce kreiert, fördert und verkauft der TSC Konzern seine eigenen Direct-to-Consumer-Marken. Der Fokus liegt auf den drei Bereichen („Verticals“) Food, Home & Living, Beauty & Health. Online-Shops sind die effizientesten Verkaufsstellen für Direct-to-Consumer-Marken. Mehr als 70 Prozent des Direct-to-Consumer-Umsatzes werden über die eigenen und betriebenen Online-Shops getätigt. Social Commerce ermöglicht es dem Konzern,

Marken effizienter zu erstellen und zu skalieren, mit einem zu erwartenden nachhaltig höherem Margenpotenzial.

Im Geschäftssegment Social Media besitzt, veröffentlicht und betreut der Konzern einige der größten Social Communities weltweit. Die Gruppe hat 86 Millionen Follower weltweit und engagiert regelmäßig Hunderte von Influencern, um die eigenen Markenbotschaften zu verstärken und bestehende sowie potentielle Kunden zu inspirieren.

Im Geschäftssegment Retail (DS Gruppe) ist der TSC Konzern spezialisiert auf die Produktion, den Import und Vertrieb innovativer Produkte der Konsumgüterbranche. Als einer der europaweit größten Entwickler und Lieferanten von Non-Food-Artikeln beliefert die Gruppe mit über 4.000 Artikeln den Lebensmitteleinzelhandel, Discounter, Drogerien, Baumärkte, Fachhandel, Cash & Carry, SB-Warenhäuser, Versandhäuser, Homeshopping sowie Online-Marktplätze. Mit eigenen Marken, wie zum Beispiel dem ältesten deutschen

Grillhersteller LANDMANN, und zahlreichen weiteren Brands, gehört die DS Gruppe zu einem der europaweit größten Lieferanten des Handels in ihrem Bereich. Darüber hinaus verfügt die DS Gruppe über umfassende Kapazitäten in den Bereichen Sourcing, Produktentwicklung und Logistik. Ihr bestehendes Multi-Channel-Vertriebssystem erweitert die Absatzchancen und Point of Sales für bestehende Marken und Produkte des Gesamtkonzerns. Ihr Marken- und Produktportfolio ist komplementär zu den bestehenden Social Commerce Warengruppen des Social Commerce Segments. Ein Großteil der Retail Marken und DS Produkte eignet sich für die Direktvermarktung an Endkunden und bietet damit viel Potential für Synergien.

Der Vorstand misst den Erfolg der Segmente durch das nach IFRS ermittelte EBITDA. Die Segmentergebnisgröße EBITDA ist definiert als Ergebnis vor Zinsen, Ertragsteuern und Abschreibungen.

Die Geschäftssegmente werden nach IFRS berichtet.

Segmentinformationen 2021

in TEUR	Social Commerce	Social Media	Retail (DS Gruppe)	Holding/ Other	Konsolidierung	Konzern
Umsatzerlöse mit externen Kunden	239.449	49.832	21.500	1.891	0	312.672
davon Verkauf von Handelswaren	239.342	0	21.253	0	0	260.594
davon Agenturgeschäft	0	40.965	0	168	0	41.133
davon Produktion	0	4.293	0	1.339	0	5.632
davon Events	0	4.563	0	0	0	4.563
davon Sonstige Umsatzerlöse	107	11	248	383	0	749
Umsatzerlöse mit anderen Segmenten	810	1.025	0	9.213	-11.048	0
Ergebnis vor Zinsen, Ertragsteuern und Abschreibungen (EBITDA)	-6.052	1.582	2.170	-20.932	254	-22.978
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.889	5.933	4.645	3.976	0	16.443

Segmentinformationen 2020

in TEUR	Social Commerce	Social Media	Retail (DS Gruppe)	Holding/ Other	Konsolidierung	Konzern
Umsatzerlöse mit externen Kunden	104.478	24.623	0	993	0	130.094
davon Verkauf von Handelswaren	103.530	0	0	0	0	103.530
davon Agenturgeschäft	0	16.636	0	0	0	16.636
davon Produktion	0	4.349	0	956	0	5.305
davon Events	876	3.588	0	0	0	4.464
davon Sonstige Umsatzerlöse	72	49	0	37	0	157
Umsatzerlöse mit anderen Segmenten	-2.781	2.979	0	4.299	-4.496	0
Ergebnis vor Abschreibungen, Ertragsteuern und Zinsen (EBITDA)	3.575	-638	0	-10.686	360	-7.389
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	5.684	2.344	0	1.333	0	9.361

Im Segment Retail (DS Gruppe) werden Umsatzerlöse in den Vertikals Produkte, Beem, Landmann und Intrading erzielt.

Die Umsatzerlöse für jedes Land, für welches die Umsatzerlöse wesentlich sind, werden separat wie folgt berichtet:

in TEUR	2021	2020
Deutschland	235.908	92.345
Großbritannien	16.368	13.869
USA	13.911	6.559
Österreich	11.719	4.488
Tschechische Republik	8.137	4
Frankreich	6.526	2.242
Schweiz	4.739	1.039
Italien	3.153	1.133
Niederlande	2.103	2.602
Polen	1.911	33
Spanien	1.113	637
Schweden	1.101	378
Europa (übrige)	5.601	4.652
Asien und Amerika (übrige)	382	113
Umsatzerlöse mit externen Kunden	312.672	130.094

Die Zuordnung der Umsatzerlöse zu den Ländern erfolgt auf Basis des Standorts des Kunden.

Der TSC Konzern realisiert Umsatzerlöse aus Geschäftsvorfällen mit einer sehr breiten Kundenbasis. In den Geschäftsjahren 2021 und 2020 liegt der Umsatzanteil von jedem externen Kunden bzw. jeder Gruppe von Unternehmen, die als einziger externer Kunde anzusehen ist, unterhalb von 10 % der Umsatzerlöse des Konzerns.

Sachanlagen, immaterielle Vermögenswerte (inkl. Goodwill) und Nutzungsrechte nach Ländern werden separat wie folgt berichtet.

in TEUR	2021	2020
Deutschland	304.037	98.915
Großbritannien	34.016	31.420
USA	1.784	3.843
Sonstige	1.826	0
Immaterielle Vermögenswerte, Sachanlagen und Nutzungsrechte des Konzerns	341.663	134.178

3 Erläuterungen zur Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung

3.1 Umsatzerlöse

Die Umsätze entwickelten sich wie im Folgenden dargestellt:

in TEUR	2021	2020
Verkauf von Handelsprodukten	260.594	103.530
Agenturgeschäft	41.133	16.636
Produktion	5.632	5.305
Events	4.563	4.464
Sonstige Umsatzerlöse	749	157
Umsatzerlöse	312.672	130.094

In den Umsatzerlösen aus Events sind Mieteinnahmen aus der kurzfristigen Untervermietung der Nutzungsflächen bei Veranstaltungen und Messen im Eventgeschäft in Höhe von TEUR 7 (Vorjahr TEUR 1.125) enthalten.

3.2 Sonstige betriebliche Erträge

in TEUR	2021	2020
Erträge aus Fremdwährungsumrechnung	2.488	71
Versicherungsentschädigungen / Schadensersatz	213	92
Erträge aus der Ausbuchung von Verbindlichkeiten	196	435
Erträge aus dem Abgang von Anlagevermögen	96	171
Erträge aus sonstigen Leistungen	84	77
Erträge aus der Entkonsolidierung von Tochterunternehmen	0	5.656
Übrige sonstige Erträge	1.412	1.275
Sonstige betriebliche Erträge	4.488	7.777

Die Erträge aus Fremdwährungsumrechnung umfassen sowohl die positiven Effekte aus der Stichtagsbewertung von Vermögenswerten und Verbindlichkeiten als auch die Erträge aus der Bewertung zum beizulegenden Zeitwert von zu Handelszwecken gehaltenen Fremdwährungsderivaten. Der Anstieg resultiert aus der Veränderung des Konsolidierungskreises, insbesondere aus dem Zugang der Clasen Bio-Gruppe sowie der DS Gruppe.

Die sonstigen Erträge des Vorjahres beinhalten Gewinne aus der Entkonsolidierung der zum 30. Juni 2020 veräußerten ehemaligen Konzerntochter Solidmind Nutrition GmbH.

3.3 Materialaufwand

in TEUR	2021	2020
Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und bezogene Waren	181.427	34.443
Aufwendungen für bezogene Leistungen	21.739	33.259
Materialaufwand	203.167	67.702

3.4 Personalaufwand

in TEUR	2021	2020
Löhne und Gehälter	39.756	23.190
Soziale Abgaben	4.948	2.792
Anteilsbasierte Vergütung	3.558	5.609
Personalaufwand	48.262	31.590

Im Personalaufwand sind Aufwendung für die gesetzliche Rentenvorsorge in Höhe von TEUR 2.340 (Vorjahr TEUR 1.481) enthalten.

3.5 Sonstige betriebliche Aufwendungen

in TEUR	2021	2020
Vertriebsaufwendungen	34.524	19.216
Werbe- und Reisekosten	20.371	10.097
Rechts- und Beratungskosten	12.709	6.746
Gebühren und Beiträge	3.957	2.784
Fremdleistungen / Fremdarbeiten Verwaltung	3.718	1.220
Miete, Leasing und Lizenzgebühren	2.846	2.024
Wartung und Instandhaltung	1.672	992
Verwaltung	1.519	1.306
Raumkosten / Mietnebenkosten	1.488	706
Versicherungsprämien	1.381	241
Aufwendungen aus Fremdwährungsumrechnung	919	102
Übrige sonstige Aufwendungen	4.203	69
Sonstige betriebliche Aufwendungen	89.308	45.503

3.6 Finanzerträge und Finanzaufwendungen

in TEUR	2021	2020
Zinsen und ähnliche Erträge	1.673	1.569
Erträge aus der erfolgswirksamen Bewertung von Finanzinstrumenten zum beizulegenden Zeitwert	7.420	453
Finanzerträge	9.093	2.022
Zinsaufwendungen aus Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten, Darlehen und ähnlichen Verpflichtungen	-7.060	-4.134
Zinsaufwendungen aus Wandelschuldverschreibungen	-1.681	0
Zinsaufwendungen aus Leasingverbindlichkeiten	-831	-291
Aufwendungen aus der erfolgswirksamen Bewertung von Finanzinstrumenten zum beizulegenden Zeitwert	-1.189	-632
Sonstige Finanzaufwendungen	-370	0
Finanzaufwendungen	-11.131	-5.057
Finanzergebnis	-2.038	-3.035

Von den Erträgen aus der erfolgswirksamen Bewertung von Finanzinstrumenten zum beizulegenden Zeitwert entfallen TEUR 3.526 (Vorjahr TEUR 453) auf originäre Finanzinstrumente und TEUR 3.894 (Vorjahr TEUR 0) auf derivative Finanzinstrumente.

Von den Aufwendungen aus der erfolgswirksamen Bewertung von Finanzinstrumenten zum beizulegenden Zeitwert entfallen TEUR 1.185 (Vorjahr TEUR 353) auf originäre Finanzinstrumente und TEUR 4 (Vorjahr TEUR 279) auf derivative Finanzinstrumente.

3.7 Anteile am Ergebnis assoziierter Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen

in TEUR	2021	2020
Anteil am Ergebnis von Gemeinschaftsunternehmen	-1.738	-39
Anteil am Ergebnis assoziierter Unternehmen	0	0
Anteil am Ergebnis assoziierter Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen	-1.738	-39

Der Anteil am Ergebnis assoziierter Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen enthält hauptsächlich die Wertminderung der FFVL-Gruppe in Höhe von TEUR 1.766. Für weitere Details wird auf Abschnitt 4.12 „Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte und Schulden“ verwiesen.

Zum 31. Dezember 2021 bilanziert der Konzern Gemeinschaftsunternehmen und assoziierte Unternehmen in Höhe von TEUR 893 (Vorjahr TEUR 2.621) nach der Equity Methode.

in TEUR	2021	2020
Gemeinschaftsunternehmen	22	2.621
Assoziierte Unternehmen	872	0
Nach der Equity-Methode bilanzierte assoziierte Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen	893	2.621

Zu den Veränderungen bei den assoziierten Unternehmen siehe Anhangsangabe 1.5.2 Unternehmenszusammenschlüsse.

Im Folgenden werden Finanzinformationen der wesentlichen assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen in zusammengefasster Form dargestellt. Die dargestellten zusammengefassten Finanzinformationen repräsentieren Beträge aus dem Abschluss des jeweiligen Unternehmens nach den vom Konzern im Rahmen der Equity-Methode vorgenommenen Anpassungen. Alle wesentlichen assoziierten Unternehmen erstellen konsolidierte Finanzinformationen in Übereinstimmung mit den IFRS.

Zusammengefasste Finanzinformationen zum 31. Dezember 2021 (in TEUR):

Gesellschaft	Gomago GmbH	Schreibathlet GmbH	Gentle Monkeys GmbH
Umsatzerlöse	601	356	761
Jahresergebnis	449	138	-19
Sonstiges Ergebnis	0	0	0
Gesamtergebnis	449	138	-19
Im Geschäftsjahr an den Konzern gezahlte Dividenden	0	0	0
Langfristige Vermögenswerte	28	1	11
Kurzfristige Vermögenswerte	1.292	154	233
Langfristige Schulden	0	0	0
Kurzfristige Schulden	319	35	127
Nettovermögen	1.001	120	117

Überleitung der Finanzinformationen zu den Buchwerten der assoziierten Unternehmen (in TEUR)

Gesellschaft	Gomago GmbH	Schreibathlet GmbH	Gentle Monkeys GmbH
Nettovermögen des assoziierten Unternehmens	1.001	120	117
Anteilsbesitz des Konzerns	10,00%	12,50%	25,00%
Geschäfts- oder Firmenwert	216	274	237
Buchwert des assoziierten Unternehmens	316	289	266

Zusammengefasste Finanzinformationen zum 31. Dezember 2020 (in TEUR):

Gesellschaft	Media Part GmbH ¹	FFLV Inc
Umsatzerlöse	2.300	-
Jahresergebnis	-57	-
Sonstiges Ergebnis	0	-
Gesamtergebnis	-57	-
Im Jahresergebnis sind enthalten:		-
Abschreibungen	5	
Zinsertrag	0	
Zinsaufwand	0	-
Ertragsteuern	0	-
Im Geschäftsjahr an den Konzern gezahlte Dividenden	0	-
Langfristige Vermögenswerte	-	9.200
Kurzfristige Vermögenswerte	-	0
davon Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-	0
Langfristige Schulden	-	0
davon sonstige langfristige finanzielle Schulden	-	0
Kurzfristige Schulden	-	6.642
davon sonstige kurzfristige finanzielle Schulden	-	0
Nettovermögen	-	2.558

¹ Die Angaben beziehen sich auf den Zeitraum vom 1. Januar bis 31. August 2020. Die Media-Part GmbH wurde zum 1. September 2020 erstmalig konsolidiert. Informationen zum stufenweisen Erwerb befinden sich in Anhangsangabe 1.5.2 Unternehmenszusammenschlüsse.

Überleitung der Finanzinformationen zu den Buchwerten der assoziierten Unternehmen (in TEUR)

Gesellschaft	FFLV Inc
Nettovermögen des Gemeinschaftsunternehmens	2.558
Anteilsbesitz des Konzerns	49,00 %
Geschäfts- oder Firmenwert	1.345
Buchwert des Gemeinschaftsunternehmens	2.599

Zusammenfassende aggregierte Finanzinformationen nicht wesentlicher nach der Equity-Methode bilanzierter assoziierter Unternehmen

in TEUR	2021	2020
Summe der Buchwerte	22	22
Summe der Anteile am Jahresergebnis	0	0
Summe der Anteile am Gesamtergebnis	0	0

3.8 Ertragsteuern

in TEUR	2021	2020
Steueraufwand der laufenden Periode	-1.221	-443
Steueraufwand für Vorjahre	-257	-3
Laufende Ertragsteuern	-1.477	-446
Ertrag aus latenten Steuern	6.267	7.150
Aufwand aus latenten Steuern	-4.686	-5.906
Latente Steuern	1.581	1.243
Ertragsteueraufwand (-) / -ertrag (+)	104	797

Die nachfolgende Tabelle stellt eine Überleitung vom erwarteten zum tatsächlichen Steuer-aufwand dar. Der Steuersatz der inländischen Muttergesellschaft TSC AG beträgt 30,18 % (Körperschaftsteuersatz 15,00 % zzgl. Solidaritätszuschlag 5,50 % und Gewerbesteuersatz 14,35 %). Der Steuersatz der inländischen DS Holding beträgt abweichend hiervon 26,33 % (Körperschaftsteuersatz 15,00 % zzgl. Solidaritätszuschlag 5,50 % und Gewerbesteuersatz 10,51 %). Zur Ermittlung des erwarteten Steueraufwands wurde ein gewichteter Ertragsteuersatz herangezogen, welcher auf Basis der gesellschaftsspezifischen Ergebnisrechnung für Zwecke der steuerlichen Überleitungsrechnung bemessen wurde.

in TEUR	2021	2020
Ergebnis vor Steuern	-80.562	-25.929
Ergebnis aus nicht fortgeführtem Geschäft vor Steuern	-1.097	-603
Ergebnis vor Steuern (inkl. Ergebnis aus nicht fortgeführtem Geschäft vor Steuern)	-81.658	-26.532
Anzuwendender Ertragsteuersatz	30,03 %	30,18 %
Erwarteter Steueraufwand (-) / -ertrag (+)	24.522	8.006
Steuerliche Hinzurechnungen	-107	0
Steuerliche Kürzungen	1.095	0
Steuersatzdifferenzen	144	243
Nichtansatz, Abschreibung und Zuschreibung von latenten Steuern auf Verlustvorträge	-10.882	-4.302
Aufwandswirksame tatsächliche und latente Steuern für Vorjahre	-262	-3
Abweichungen aus ertragsteuerlicher Organschaft / Ergebnisabführung	49	0
Abweichungen aus Umbuchungen in zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte / Schulden	-533	0
Nach der Equity-Methode bewertete Unternehmen	-12	-12
Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwert	-13.507	-2.789
Übrige permanente Abweichungen	104	0
Sonstige Steuereffekte	-507	-347
Tatsächlicher Steueraufwand (-) / -ertrag (+)	104	797

Die im sonstigen Ergebnis als Gewinn erfassten Ertragsteuern in Höhe von TEUR 94 (Vorjahr TEUR 81) entfallen auf Finanzinstrumente, die nicht nachträglich in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden.

3.9 Ergebnis aus nicht fortgeführtem Geschäft

Social Chain Media und Commerce

Im Dezember 2021 hat die TSC AG entschieden, die Geschäftstätigkeit der Social Chain Media und Commerce GmbH, Berlin, einzustellen. Die Kriterien einer Klassifi-

zierung als „discontinued operations“ sind ab diesem Zeitpunkt erfüllt. Das Ergebnis des Tochterunternehmens wird in der Konzerngesamtergebnisrechnung in der Position „Ergebnis aus nicht fortgeführtem Geschäft“ zusammen mit anderen aufgegebenen Geschäftsbereichen ausgewiesen. Das Ergebnis und der Cashflow der Social Chain Media und Commerce, Berlin, stellt sich wie folgt dar:

Ergebnis des aufgegebenen Geschäftsbereichs Social Chain Media und Commerce (in TEUR)	2021
Umsatzerlöse und sonstige betriebliche Erträge	0
Konsolidierung konzerninterner Umsatzerlöse	0
Externe Umsatzerlöse und sonstige betriebliche Erträge	0
Aufwendungen	-635
Konsolidierung konzerninterner Aufwendungen	95
Externe Aufwendungen	-540
Ergebnis aus laufender Geschäftstätigkeit	-540
Ertragssteuern	0
Ergebnis aus laufender Geschäftstätigkeit nach Steuern	-540
davon entfallen auf Anteilseigner des Mutterunternehmens	-499
davon entfallen auf Anteilseigner ohne beherrschenden Einfluss	-41
Gewinn aus dem Verkauf des aufgegebenen Geschäftsbereichs	0

Cashflows aus dem aufgegebenen Geschäftsbereichs Social Chain Media und Commerce (in TEUR)	2021
Netto-Cashflow aus der operativen Tätigkeit	-551
Netto-Cashflow aus der Investitionstätigkeit	-6
Netto-Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	575
Netto-Cashflow des Jahres	18

Die Social Chain Media und Commerce ist dem Segment Social Media zugeordnet.

Social Moms

Im Dezember 2021 hat die TSC AG die Geschäftstätigkeit ihres Tochterunternehmens Social Moms GmbH, Berlin, eingestellt. Die Kriterien einer Klassifizierung als „discontinued operations“ sind ab diesem Zeitpunkt erfüllt. Das Ergebnis des Tochterunternehmens wird in der Konzerngesamtergebnisrechnung in der Position „Ergebnis aus nicht fortgeführtem Geschäft“ zusammen mit anderen aufgegebenen Geschäftsbereichen ausgewiesen. Das Ergebnis und der Cashflow der Social Moms GmbH, Berlin, stellt sich wie folgt dar:

Ergebnis des aufgegebenen Geschäftsbereichs Social Moms GmbH (in TEUR)	2021	2020
Umsatzerlöse und sonstige betriebliche Erträge	151	230
Konsolidierung konzerninterner Umsatzerlöse	-17	-5
Externe Umsatzerlöse und sonstige betriebliche Erträge	134	225
Aufwendungen	-809	-904
Konsolidierung konzerninterner Aufwendungen	117	76
Externe Aufwendungen	-691	-828
Ergebnis aus laufender Geschäftstätigkeit	-557	-603
Ertragssteuern	0	-1
Ergebnis aus laufender Geschäftstätigkeit nach Steuern	-557	-603
davon entfallen auf Anteilseigner des Mutterunternehmens	-443	-468
davon entfallen auf Anteilseigner ohne beherrschenden Einfluss	-114	-135
 Gewinn aus dem Verkauf des aufgegebenen Geschäftsbereichs	 0	 0
 Cashflows aus dem aufgegebenen Geschäftsbereich Social Moms GmbH (in TEUR)	 2021	 2020
Netto-Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit	-590	-711
Netto-Cashflow aus der Investitionstätigkeit	-35	-32
Netto-Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	625	741
Netto-Cashflow des Jahres	0	-2

Die Social Moms GmbH ist dem Segment Social Media zugeordnet.

3.10 Ergebnis je Aktie

Bei der Berechnung des unverwässerten Ergebnisses je Aktie wird das den Inhabern von Stammaktien des Mutterunternehmens zuzurechnende Ergebnis durch die gewichtete durchschnittliche Anzahl der innerhalb der Berichtsperiode im Umlauf befindlichen Stammaktien geteilt.

Die gewichtete durchschnittliche Anzahl der innerhalb der Berichtsperiode im Umlauf befindlichen Stammaktien ist die Anzahl der zu Beginn der Berichtsperiode im Umlauf befindlichen Stammaktien, korrigiert um die Anzahl der Stammaktien, die während der Periode zurückgekauft oder ausgegeben wurden, multipliziert mit einem Zeitgewichtungsfaktor. Der Zeitgewichtungsfaktor ist das Verhältnis zwischen der Anzahl von Tagen, an denen sich die betreffenden Aktien in Umlauf befanden, und der Gesamtanzahl von Tagen der Periode.

Das verwässerte Ergebnis ergibt sich aus einer Anpassung des den Stammaktionären des Mutterunternehmens zustehenden Gewinns oder Verlusts und der gewichteten durchschnittlichen Anzahl der innerhalb der Berichtsperiode im Umlauf befindlichen Stammaktien um den Effekt aller potentiell verwässernden Stammaktien, welche wandelbare Instrumente sowie an Mitarbeiter ausgegebene Aktienoptionen umfassen. Bei der Berechnung des verwässerten Ergebnisses je Aktie werden potenzielle Stammaktien, bei denen ein Verwässerungsschutz in Bezug auf das Ergebnis je Aktie vorliegen würde, nicht berücksichtigt.

Das unverwässerte und verwässerte Ergebnis je Aktie wird wie folgt ermittelt:

	2021	2020
Auf Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Ergebnis aus fortgeführtem Geschäft (in TEUR)	-79.782	-26.137
Auf Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Ergebnis aus nicht fortgeführtem Geschäft (in TEUR)	-942	-468
Auf Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Periodenergebnis (in TEUR)	-80.724	-26.605
Gewichtete durchschnittliche Anzahl in Umlauf befindlicher Stammaktien (in Stück)	11.689.250	10.439.256
Ergebnis je Aktie aus fortgeführtem Geschäft (unverwässert + verwässert) in EUR	-6,83	-2,50
Ergebnis je Aktie aus nicht fortgeführtem Geschäft (unverwässert + verwässert) in EUR	-0,08	-0,04
Ergebnis je Aktie (unverwässert + verwässert) in EUR	-6,91	-2,55

Die nachfolgend genannten Instrumente wurden bei der Ermittlung des verwässerten Ergebnisses je Aktie nicht berücksichtigt, da bei diesen in Bezug auf das Ergebnis je Aktie ein Verwässerungsschutz vorliegen würde.

	2021	2020
Aktienoptionen (in Stück)	1.037.979	928.049
Potentielle Stammaktien bei Annahme der Umwandlung von Wandelschuldverschreibungen (in Stück)	695.015	0

4 Erläuterungen zur Konzern-Bilanz

4.1 Immaterielle Vermögenswerte und Geschäfts- oder Firmenwerte

Die Entwicklung der immateriellen Vermögenswerte sowie der Geschäfts- oder Firmenwerte ist in den folgenden Tabellen dargestellt.

in TEUR	Geschäfts- oder Firmenwerte	Selbsterstellte immaterielle Vermögenswerte	Marken	Kunden- beziehungen	Patente, Konzessionen und sonstige Rechte	Anzahlungen / im- materielle Vermögens- werte in Entwicklung	Summe
Anschaffungs- oder Herstellungskosten							
Stand per 01.01.2021	135.140	251	18.548	6.657	1.038	212	161.846
Veränderungen des Konsolidierungskreises	145.286	0	12.821	24.796	2.280	0	185.183
Zugänge	0	16	622	98	945	3.143	4.824
Abgänge	0	0	-4	-436	-228	0	-668
Umbuchung in zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	-3.447	0	-1.031	-9	-374	0	-4.860
Wechselkurseffekte	1.696	0	531	67	5	0	2.298
Stand per 31.12.2021	278.675	267	31.487	31.173	3.666	3.355	348.624
Kumulierte Abschreibungen und Wertminderungen							
Stand per 01.01.2021	-32.177	-73	-3.095	-2.091	-371	0	-37.806
Laufende Abschreibung ¹	0	-2	-2.440	-1.476	-287	-18	-4.222
Wertminderung	-44.978	0	0	0	0	0	-44.978
Abgänge	0	0	0	436	19	0	454
Umbuchung in zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	3	0	380	1	129	0	513
Wechselkurseffekte	-110	0	-193	-64	0	0	-367
Stand per 31.12.2021	-77.262	-75	-5.347	-3.194	-510	-18	-86.406
Buchwert zum 01.01.2021	102.963	178	15.453	4.566	667	212	124.040
Buchwert zum 31.12.2021	201.413	193	26.139	27.979	3.157	3.337	262.218

¹⁾ Die Abschreibungen im Anlagespiegel weichen von den Abschreibungen in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung aufgrund der Abschreibungen der aufgegebenen Geschäftsbereiche ab.

in TEUR	Geschäfts- oder Firmenwerte	Selbsterstellte immaterielle Vermögenswerte	Marken	Kunden- beziehungen	Patente, Konzessionen und sonstige Rechte	Anzahlungen / im- materielle Vermögens- werte in Entwicklung	Summe
Anschaffungs- oder Herstellungskosten							
Stand per 01.01.2020	122.995	75	18.537	4.583	925	2	147.116
Veränderungen des Konsolidierungskreises ¹	5.227	176	493	2.119	404	212	8.630
Umgliederungen	0	0	0	0	2	-2	0
Zugänge	11.311	0	0	0	31	0	11.342
Abgänge	-2.697	0	0	0	-318	0	-3.015
Wechselkurseffekte	-1.695	0	-482	-45	-5	0	-2.227
Stand per 31.12.2020¹	135.140	251	18.548	6.657	1.038	212	161.846
Kumulierte Abschreibungen und Wertminderungen							
Stand per 01.01.2020	-23.010	-59	-1.123	-1.166	-169	0	-25.527
Veränderungen des Konsolidierungskreises	0	0	33	0	18	0	51
Laufende Abschreibung	0	-14	-2.063	-960	-220	0	-3.257
Wertminderung	-9.244	0	0	0	0	0	-9.244
Wechselkurseffekte	77	0	59	35	0	0	171
Stand per 31.12.2020	-32.177	-73	-3.095	-2.091	-371	0	-37.806
Buchwert zum 01.01.2020	99.985	16	17.413	3.417	756	2	121.589
Buchwert zum 31.12.2020 ¹	102.963	178	15.453	4.566	667	212	124.040

¹ Die Werte weichen von den im Konzernabschluss 2020 berichteten Werten aufgrund der finalen Bewertung des Unternehmenserwerbs der Carl Wilhelm Clasen GmbH ab. Siehe hierzu auch Anhangsangabe 1.5.2.

Details zu den Zugängen aufgrund der Änderungen des Konsolidierungskreises und aus sonstigen Zugängen bei den Geschäfts- und Firmenwerten beziehen sich auf die jeweiligen in Anhangsangabe 1.5.2 beschriebenen Unternehmenszusammenschlüsse.

Marken

Die wesentlichen Marken des TSC Konzerns verteilen sich wie folgt auf die Segmente Social Media, Social Commerce und Retail (DS Gruppe).

Im Segment Social Media sind insbesondere die Marken „Social Chain“ der Social Chain Ltd., GB, und der Social Chain Inc., USA, mit einem Buchwert von insgesamt TEUR 4.068 (Vorjahr TEUR 4.322), die Medienmarken der Media Chain Group Ltd., GB, in Höhe von TEUR 1.343 (Vorjahr TEUR 1.353) sowie die Marke „Glow“ der Shine Conventions GmbH in Höhe von TEUR 1.021 (Vorjahr TEUR 1.176) zu nennen. Alle Marken des Segments Social Media werden über eine Nutzungsdauer von 10 Jahren abgeschrieben.

Im Segment Social Commerce zählen zu den wesentlichen Marken die Marke „Ravensberger Matratzen“ der Ravensberger Matratzen GmbH mit einem Buchwert von TEUR 1.913 (Vorjahr TEUR 2.160), die Marke „Lumaland“ der Gesellschaften Lumaland Vertriebs GmbH und der Lumaland Inc., USA, mit einem Buchwert von insgesamt TEUR 1.822 (Vorjahr TEUR 2.085) sowie die Marke „Urbanara“ der Urbanara GmbH mit einem Buchwert von TEUR 1.172 (Vorjahr TEUR 1.367). Die Marke „Ravensberger Matratzen“ wird über 10 Jahre, die Marke „Lumaland (Europa)“ über 9 Jahre, die Marke „Lumaland (USA)“ über 7 Jahre und die Marke „Urbanara“ über 8 Jahre abgeschrieben.

Im Segment Retail (DS Gruppe) zählen zu den wesentlichen Marken die Marken „MAXX-Serie“ mit einem Buchwert von TEUR 6.845 und die Marke „Hoberg“ mit einem Buchwert von TEUR 674 (beide der DS Produkte GmbH), die Marke „Landmann“ der Landmann Germany GmbH mit einem Buchwert von TEUR 3.784 sowie die Marke „Beem“ der Beem Germany GmbH mit einem Buchwert von TEUR 1.347.

Geschäfts- oder Firmenwerte

Sämtliche Firmenwerte, mit Ausnahme derer, die aus einer Unternehmensakquisition am oder innerhalb von drei Monaten vor dem Bilanzstichtag erfolgten, wurden im Geschäftsjahr einem Werthaltigkeitstest nach IAS 36 unterzogen. Der Konzern führte die jährliche Prüfung auf Wertminderung 2021 und 2020 jeweils zum Jahresende durch.

Basis für die Werthaltigkeitsprüfung sind die zahlungsmittelgenerierenden Einheiten (CGUs). Seit dem Geschäftsjahr 2021 werden die CGUs, entsprechend des unterjährig angepassten Ansatzes der Konzernsteuerung seitens des Managements, auf Ebene der im Konzern existierenden Marken („Verticals“) identifiziert (bis 2020 Einzelgesellschaften). Hierbei handelt es sich im Segment Social Commerce um die Verticals „Food Chain“, „Home & Living“ und „Beauty & Health“, im Segment Social Media um die Verticals „Agency Deutschland“, „Agency U.K.“ und „Agency U.S.“ sowie im Segment Retail (DS Gruppe) die Verticals „DS Handel“, „DS In-trading“, „DS Landmann“ und „DS Beem“.

Dem Vertical „Food Chain“ sind insbesondere die beiden Gesellschaften KoRo Handels GmbH (Anbieter von natürlichen- und „Superfood“-Produkten) und Carl-Wilhelm-Clasen GmbH (Bio- und Organic Food-Produkte), jeweils mit ihren Tochtergesellschaften, zugeordnet.

Dem Vertical „Home & Living“ sind insbesondere die Gesellschaften Urbanara GmbH (Wohnaccessoires), Lumaland Vertriebs GmbH (Sitzsäcke und Wohnaccessoires), Ravensberger Matratzen GmbH (Matratzen und Schlafsysteme), Möbelfreude Vertriebs GmbH (Boxspringbetten) und Vonmählen GmbH (High-end-Technologie Accessoires) zugeordnet.

Dem Vertical „Beauty und Health“ sind im Wesentlichen die Gesellschaften #DoYourSports (Sportartikel) und Mabyen (Produkte für Mütter und Babies) zugeordnet.

Die Verticals „Social Agency Deutschland“, „Social Agency U.K.“ und „Social Agency U.S.“ ergeben sich aus der Allokation der für hauptsächlich diese Märkte verantwortlichen Einheiten des Segments Social Media, insbesondere für „Social Agency Deutschland“ die Gesellschaften Shine Conventions GmbH (Messe- und Eventgeschäft), DEF Media GmbH (Produktionen) sowie die Social Chain Germany GmbH, drtv.agency GmbH und Media Chain GmbH (alle drei Marketing Services) und der sib Silverster in Berlin Veranstaltungen GmbH (Veranstaltungen).

Unter den „übrigen“ werden alle die Gesellschaften subsumiert, die unter anderem aufgrund des jeweils spezifischen Geschäftszwecks nicht zu einem der zuvor genannten Verticals zugeordnet wurden. Hierin sind insbesondere die Gesellschaften Lions Chain GmbH, Links Logistics GmbH und Bytepark GmbH erfasst. Die unter den „übrigen“ erfassten Gesellschaften werden im Rahmen des Impairment Tests jeweils einzeln für sich und nicht insgesamt betrachtet.

Der erzielbare Betrag aller zahlungsmittelgenerierenden Einheiten wird auf der Basis der Berechnung eines Nutzungswerts unter Verwendung von Cashflow Prognosen ermittelt, die auf vom Management für einen Zeitraum von fünf Jahren erstellten Finanzplänen basieren.

Der für die Cashflow-Prognosen verwendete Abzinsungssatz vor Steuern beträgt:

Abzinsungssatz vor Steuern	2021
SC Agency Deutschland	16,1 %
SC Agency UK	14,8 %
SC Agency USA	16,0 %
Food Chain	11,3 %
Home & Living	17,5 %
Beauty & Health	10,3 %
DS Handel	9,1 %
DS In-trading	8,9 %
DS Beem	8,9 %
DS Landmann	12,9 %
Übrige	12,4 % bis 15.1 %

Abzinsungssatz vor Steuern 2020

Erste und zweite Einbringungsrunde (2018)

Shine Convention GmbH	12,18 %
Lion Chain GmbH	14,50 %
DEF Media GmbH	9,22 %
Media Chain GmbH	10,36 %
Social Chain GmbH	10,87 %
Übrige	11,14 %

Dritte Einbringungsrunde (2019)

Social Chain Group Ltd. – Gruppe	10,91 % – 15,30 %
Media Chain Products GmbH	10,78 %
Social Chain Germany GmbH	10,73 %
KoRo Handels GmbH	8,00 %

Umgekehrte Akquisition Lumaland AG – Gruppe (2019)

Ravensberger Matratzen GmbH – Gruppe	13,22 %
Lumaland Vertriebs GmbH	12,37 %
Lumaland Inc.	12,07 %
Übrige	8,47 % – 13,22 %

Sonstige Akquisitionen (2019)

Urbanara GmbH	14,05 %
sib Silvester in Berlin Veranstaltungs GmbH	12,18 %
drtv.agency GmbH	11,70 %
Übrige	10,36 %

Cashflows nach dem Zeitraum von fünf Jahren werden unter Verwendung einer Wachstumsrate von 1,0 % (Vorjahr 1,0 %) extrapoliert. Diese Wachstumsrate entspricht der langfristigen durchschnittlichen Wachstumsrate von Unternehmen unter Zugrundelegung einer erwarteten Inflation von 2 %.

Die Werthaltigkeitsprüfung zeigt, dass der Buchwert für folgende Verticals unter dem erzielbaren Betrag liegt und eine Wertminderung erfasst werden muss. Hauptursache hierfür sind geänderte Marktbedingungen.

in TEUR	Fortgeführter Buchwert	Nutzungs- wert	Wert- minderung	Segment
2021				
Home & Living	40.285	12.877	-27.072	Social Commerce
Beauty und Health	13.177	1.857	-9.041	Social Commerce
Übrige	16.416	7.342	-8.865	Other
Summe			-44.978	
2020				
Lumaland Vertriebs GmbH	29.989	22.480	-7.509	Social Commerce
drtv.agency GmbH	6.708	5.203	-1.505	Social Media
Übrige			-230	
Summe			-9.244	

Grundannahmen für die Berechnung des Nutzungswerts und Sensitivitätsanalyse zu getroffenen Annahmen

Die größten Schätzungsunsicherheiten bei der Berechnung des Nutzungswerts der oben dargestellten Gesellschaften bestehen bei den zugrunde gelegten Annahmen bzgl. der EBITDA-Marge, des Abzinsungssatzes und der Wachstumsrate, die der Extrapolation der Cashflow-Prognosen außerhalb des Prognosezeitraums zugrunde gelegt werden.

EBITDA-Marge

Die EBITDA-Marge wird unter Heranziehung der durchschnittlichen Werte ermittelt, die in den zwei Geschäftsjahren vor Beginn des Budgetzeitraums erzielt wurden. Für die oben genannten Verticals wurden die folgenden prognostizierten EBITDA-Margen für den Planungszeitraum verwendet.

Plan – EBITDA-Marge	Impairmenttest 31.12.2021
Home & Living	-6,2% bis 5,2 %
Beauty und Health	-82,7 %
Übrige	0,0 %

Plan – EBITDA Marge	Impairmenttest 31.12.2020
Lumaland Vertriebs GmbH	11,4 %
drtv.agency GmbH	5,5 %

Die EBITDA-Margen werden über den Planungszeitraum von fünf Jahren um erwartete Effizienzsteigerungen angepasst. Ein Nachfragerückgang könnte die EBITDA-Margen schmälern. Folgende tabellarische Aufstellung zeigt die Änderung des Zeitwerts bei Änderung der EBITDA-Marge um 1 %-Punkt.

Sensitivität – EBITDA-Marge	Auswirkung auf Goodwill 31.12.2021	
in TEUR	+1%	-1%
Home & Living	+ 4.922	-
Beauty und Health	-	-
Übrige	+ 526	- 526

Sensitivität – EBITDA-Marge	Auswirkung auf Goodwill 31.12.2020	
in TEUR	+1%	-1%
Lumaland Vertriebs GmbH	+ 1.514	- 1.514
drtv.agency GmbH	+ 967	- 967

Abzinsungssatz

Die Abzinsungssätze stellen die aktuellen Markteinschätzungen hinsichtlich der den zahlungsmittelgenerierenden Einheiten jeweils zuzuordnenden spezifischen Risiken dar. Hierbei werden der Zinseffekt und die spezifischen Risiken der Vermögenswerte, für die die geschätzten künftigen Cashflows nicht angepasst wurden, berücksichtigt. Die Berechnung des Abzinsungssatzes berücksichtigt die spezifischen Umstände des Konzerns und seiner Geschäftsbereiche und basiert auf seinen durchschnittlichen gewichteten Kapitalkosten (WACC). Die durchschnittlichen gewichteten Kapitalkosten berücksichtigen sowohl das Fremd- als auch das Eigenkapital. Die Eigenkapitalkosten werden aus der erwarteten Kapitalrendite der Eigenkapitalgeber des Konzerns abgeleitet. Als Fremdkapitalkosten wurden marktübliche Fremdkapitalzinssätze verwendet. Das geschäftsfeldspezifische Risiko wird durch die Anwendung individueller Betafaktoren einbezogen. Die Betafaktoren werden jährlich auf der Grundlage der öffentlich zugänglichen Marktdaten ermittelt. Zur Ermittlung eines Abzinsungssatzes vor Steuern wird der Abzinsungssatz um den entsprechenden Betrag und Zeitpunkt künftiger steuerlicher Zahlungsströme bereinigt. Folgende tabellarische Aufstellung zeigt die Änderung des Zeitwerts bei Änderung des Abzinsungssatzes um 1 %-Punkt.

Sensitivität – Abzinsungssatz	Auswirkung auf Goodwill 31.12.2021	
in TEUR	+1%	-1%
Home & Living	-	+ 2.009
Beauty und Health	-	-
Übrige	-	-

Sensitivität – Abzinsungssatz	Auswirkung auf Goodwill 31.12.2020	
in TEUR	+1%	-1%
Lumaland Vertriebs GmbH	- 2.233	+ 2.233
drtv.agency GmbH	- 521	+ 521

Wachstumsrate

Die geschätzten Wachstumsraten basieren auf der langfristigen durchschnittlichen Die geschätzten Wachstumsraten basieren auf der langfristigen durchschnittlichen Wachstumsrate von Unternehmen unter Zugrundelegung einer erwarteten Inflation von 2 %. Der Konzern erkennt an, dass die Geschwindigkeit des technologischen Wandels und mögliche neue Wettbewerber die Annahmen zur Wachstumsrate wesentlich beeinflussen könnten. Aus dem Eintritt neuer Wettbewerber in den Markt werden keine negativen Auswirkungen auf die Prognosen erwartet. Folgende tabellarische Aufstellung zeigt die Änderung des Zeitwerts bei Änderung der Wachstumsrate um 0,5 %-Punkte (Vorjahr 0,25%-Punkte).

Sensitivität – Wachstumsrate	Auswirkung auf Goodwill 31.12.2021	
in TEUR	+0,5%	-0,5%
Home & Living	+ 117	-
Beauty und Health	-	-
Übrige	-	-

Sensitivität – Wachstumsrate	Auswirkung auf Goodwill 31.12.2020	
in TEUR	+0,25%	-0,25%
Lumaland Vertriebs GmbH	+ 368	- 368
drtv.agency GmbH	+ 87	+ 87

Die folgenden Tabellen geben einen Überblick über die ausgewiesenen Firmenwerte pro CGU (in aggregierter Ansicht) sowie deren Buchwerte zu beiden Bilanzstichtagen.

	01.01. 2021	Zugang	Wertminderung	Währungseffekt	Umbuchung in zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	31.12 2021
Vertical						
SC Agency Deutschland	26.236	3		-350		25.889
SC Agency UK	14.161			1.779		15.940
SC Agency USA	10.479	191		-65		10.605
Food Chain	6.803	10			-3.444	3.369
Home & Living	26.845		-27.072	227		0
Beauty & Health	9.041		-9.041			0
DS In-Trading	0	59.261				59.261
DS Handel	0	58.490		2		58.492
DS Beem	0	16.554				16.554
DS Landmann	0	10.778		-7		10.771
Übrige	9.398		-8.865			532
Summe	102.963	145.286	-44.978	1.586	-3.444	201.413

Aufgrund der Vorläufigkeit der im Rahmen der PPA ermittelten Werte für die DS Gruppe steht somit auch der Goodwill und dessen Verteilung auf die Verticals DS In-trading, DS Handel, DS Beem und DS Landmann unter dem Vorbehalt der Vorläufigkeit.

	01.01. 2020	Zugang	Abgang	Wert- minderung	Währung- seffekt	31.12. 2020
Erste und zweite Einbringungsrunde						
Shine Convention GmbH	9.634					9.634
Lion Chain GmbH	8.356					8.356
DEF Media GmbH	6.991					6.991
Media Chain GmbH	1.251					1.251
Social Chain GmbH	40					40
Übrige	688					688
Dritte Einbringungsrunde						
Social Chain Group Ltd. – Gruppe	26.008				-1.368	24.640
Media Chain Products GmbH	4.731					4.731
Social Chain Germany GmbH		4.265				4.265
KoRo Handels GmbH	1.860	1.577				3.437
World Fitness GmbH	587					587
Solidmind Nutrition GmbH	1.213	1.484	-2.697			0
Umgekehrte Akquisition Lumaland AG – Gruppe						
Ravensberger Matratzen GmbH – Gruppe	7.766					7.766
Lumaland Vertriebs GmbH	24.570			-7.509		17.061
Lumaland Inc.	2.963				-250	2.713
Übrige	509					509
Sonstige Akquisitionen						
Carl Wilhelm Clasen GmbH – Gruppe		3.366				3.366
Urbanara GmbH		3.422				3.422
sib Silvester in Berlin Veranstaltungen GmbH	1.497	59				1.556
drtv.agency GmbH	1.260	2.082		-1.505		1.837
Übrige	60	284		-230		114
Summe	99.985	16.539	-2.697	-9.244	-1.618	102.963

4.2 Sachanlagen

Die Entwicklung der Sachanlagen ist in den folgenden Tabellen dargestellt.

in TEUR	Grund- stücke und Bauten	Technische Anlagen und Maschinen	Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	Anzahlun- gen und Anlagen im Bau	Summe
Anschaffungs- oder Herstellungskosten					
Stand per 01.01.2021	1.646	1.168	2.550	5	5.369
Veränderungen des Konsolidierungskreises	11.066	37	4.587	76	15.767
Zugänge	10	2.125	1.145	0	3.281
Abgänge	0	-2.100	-228	-64	-2.392
Umbuchung in zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	0	-135	-150	0	-285
Wechselkurseffekte	0	2	330	0	332
Stand per 31.12.2021	12.721	1.098	8.235	18	22.071
Kumulierte Abschreibungen und Wertberichtigungen					
Stand per 01.01.2021	0	-28	-565	0	-593
Laufende Abschreibung ¹	-109	39	-880	0	-950
Abgänge	0	0	142	-5	137
Umbuchung in zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	0	3	67	0	70
Wechselkurseffekte	0	1	-275	0	-274
Stand per 31.12.2021	-109	14	-1.512	-5	-1.611
Buchwert zum 01.01.2021	1.646	1.140	1.985	5	4.776
Buchwert zum 31.12.2021	12.613	1.112	6.723	13	20.460

¹ Die Abschreibungen im Anlagespiegel weichen von den Abschreibungen in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung aufgrund der Abschreibungen der aufgegebenen Geschäftsbereiche ab.

in TEUR	Grund- stücke und Bauten	Technische Anlagen und Maschinen	Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	Anzahlun- gen und Anlagen im Bau	Summe
Anschaftungs- oder Herstellungskosten					
Stand per 01.01.2020	0	121	1.649	0	1.770
Veränderungen des Konsolidierungskreises	1.646	1.038	487	5	3.176
Zugänge	0	13	779	0	792
Abgänge	0	0	-189	0	-189
Wechselkurseffekte	0	-4	-176	0	-180
Stand per 31.12.2020	1.646	1.168	2.550	5	5.369
Kumulierte Abschreibungen und Wertberichtigungen					
Stand per 01.01.2020	0	-14	-121	0	-135
Laufende Abschreibung	0	-14	-543	0	-557
Abgänge	0	0	2	0	2
Wechselkurseffekte	0	0	97	0	97
Stand per 31.12.2020	0	-28	-565	0	-593
Buchwert zum 01.01.2020	0	107	1.528	0	1.635
Buchwert zum 31.12.2020	1.646	1.140	1.985	5	4.776

Details zu den Zugängen aufgrund der Änderungen des Konsolidierungskreises beziehen sich auf die jeweiligen in Abschnitt 1.5.2 beschriebenen Unternehmenszusammenschlüsse.

4.3 Leasingverhältnisse

Leasingnehmer

Die Leasingverträge beziehen sich hauptsächlich auf Gebäude (z. B. Bürogebäude und Lagerhallen) und laufen über einen Zeitraum zwischen 3 und 10 Jahren. Einige dieser Verträge beinhalten Optionen zur Verlängerung oder zur vorzeitigen Kündigung der Verträge. Darüber hinaus enthalten die Verträge Zahlungen, die sich auf Nicht-Leasingkomponenten (z. B. Servicekosten) beziehen.

Die Entwicklung der Nutzungsrechte ist in den folgenden Tabellen dargestellt.

in TEUR	Nutzungs- rechte für Grundstücke und Bauten	Nutzungs- rechte für Technische Anlagen und Maschinen	Nutzungs- rechte für andere An- lagen, BGA, Fuhrpark	Summe
Anschaftungs- oder Herstellungskosten				
Stand per 01.01.2021	7.186	1.337	347	8.870
Veränderungen des Konsolidierungskreises	34.709	9	1.832	36.550
Zugänge	12.723	3.948	306	16.977
Abgänge	-910	0	0	-910
Umbuchung in zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	-190	-63	-31	-283
Wechselkurseffekte	216	0	0	216
Stand per 31.12.2021	53.735	5.231	2.454	61.419
Kumulierte Abschreibungen und Wertberichtigungen				
Stand per 01.01.2021	-3.314	0	-194	-3.508
Laufende Abschreibung	-2.797	-713	-178	-3.688
Umbuchung in zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	109	13	7	129
Wechselkurseffekte	-83	0	0	-83
Stand per 31.12.2021	-6.085	-701	-364	-7.150
Buchwert zum 01.01.2021	3.872	1.337	153	5.361
Buchwert zum 31.12.2021	47.650	4.530	2.089	54.269

in TEUR	Nutzungs- rechte für Grundstücke und Bauten	Nutzungs- rechte für Technische Anlagen und Maschinen	Nutzungs- rechte für andere An- lagen, BGA, Fuhrpark	Summe
Anschaffungs- oder Herstellungskosten				
Stand per 01.01.2020	5.387	0	253	5.641
Veränderungen des Konsolidierungskreises	0	1.337	94	1.430
Zugänge	1.921	0	0	1.921
Wechselkurseffekte	-122	0	0	-122
Stand per 31.12.2020	7.186	1.337	347	8.870
Kumulierte Abschreibungen und Wertberichtigungen				
Stand per 01.01.2020	-1.055	0	-115	-1.170
Laufende Abschreibung	-2.301	0	-137	-2.438
Wechselkurseffekte	42	0	0	42
Stand per 31.12.2020	-3.314	0	-194	-3.508
Buchwert zum 01.01.2020	4.332	0	196	4.528
Buchwert zum 31.12.2020	3.872	1.337	153	5.361

Darüber hinaus waren zum Bilanzstichtag Nutzungsrechte in Höhe von TEUR 154 (Vorjahr TEUR 0) in den „Zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten“ enthalten.

Die Leasingverbindlichkeiten werden in der Bilanz unter den „Langfristigen finanziellen Verbindlichkeiten“ und den „Sonstigen kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten“ sowie in den „Zur Veräußerung gehaltenen Schulden“ ausgewiesen und haben zum Abschlussstichtag die folgenden Fälligkeiten.

in TEUR	2021	2020
Fälligkeit > 1 Jahr	47.389	3.732
Fälligkeit < 1 Jahr	7.245	2.097
Zur Veräußerung gehalten	158	0
Summe	54.792	5.830

Die folgenden Beträge wurden für Leasingverhältnissen in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

in TEUR	2021	2020
Zinsaufwendungen aus Leasingverbindlichkeiten	-831	-291
Abschreibungen auf Nutzungsrechte	-3.673	-2.422
Leasingerträge aus Untermietverhältnissen	-59	-48
Leasingaufwand aus kurzfristigen Leasingverhältnissen	-58	-195
Leasingaufwand aus geringwertigen Leasingverhältnissen	-645	-989
Summe	-5.265	-3.945

Im Geschäftsjahr 2021 wurden insgesamt Zahlungen in Höhe von TEUR 4.475 (Vorjahr TEUR 2.657) für Leasingverhältnisse getätigt.

Aus kurzfristigen Leasingverhältnissen und Leasingverhältnissen mit geringem Wert resultieren finanziellen Verpflichtungen (ohne Nebenkosten) in Höhe von TEUR 269 (davon kurzfristig TEUR 112 und langfristig TEUR 157).

Leasinggeber

Der Konzern trat im Geschäftsjahr 2020 bei der Untervermietung einer Bürofläche als Leasinggeber auf. Der Konzern hat das Untermietverhältnis als Finanzierungsleasing eingestuft, da das Untermietverhältnis über die gesamte Restlaufzeit des Hauptleasingverhältnisses lief. Der Leasingvertrag lief im Geschäftsjahr 2021 aus.

Im Geschäftsjahr 2020 wurden TEUR 24 als Finanzerträge aus der Nettoinvestition in das Leasingverhältnis erfasst. Die Nettoinvestition in das Leasingverhältnis betrug zum 31. Dezember 2020 TEUR 6.

Neben dem hier beschriebenen langfristigen Untermietverhältnis gibt es die unter dem Abschnitt 3.1 Umsatzerlöse beschriebenen kurzfristigen Untermietverhältnisse, in denen der Konzern als Leasinggeber auftritt.

4.4 Sonstige finanzielle Vermögenswerte

Die sonstigen lang- und kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte stellen sich wie folgt dar.

in TEUR	2021	2020
Wertpapiere	0	8.838
Anteile an verbundenen Unternehmen und sonstigen Beteiligungen	16.915	3.722
Langfristige Ausleihungen an Dritte	3.653	449
Langfristige verfügbarsbeschränkte Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	996	0
Langfristige derivative finanzielle Vermögenswerte	4.430	544
Langfristige Kauttionen	453	424
Übrige sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte	0	78
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte	26.447	14.055
Kurzfristige Ausleihungen an Dritte	595	360
Debitorische Kreditoren	3.002	53
Kurzfristige derivative finanzielle Vermögenswerte	1.391	66
Kurzfristige Kauttionen	285	84
Übrige sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	1.180	752
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	6.453	1.314
Sonstige finanzielle Vermögenswerte gesamt	32.901	15.369

Die zum 31. Dezember 2020 bilanzierten Wertpapiere betrafen die an einem börsennotierten Unternehmen gehaltenen Aktien.

Die sonstigen Beteiligungen umfassen Anteile an diversen Unternehmen in Höhe von TEUR 16.727 (Vorjahr TEUR 3.076), die hauptsächlich von den Tochterunternehmen Lions Chain GmbH, Berlin, und der DS Impact GmbH, Stapelfeld, gehalten und erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden. Weitere Informationen zu den sonstigen Beteiligungen befinden sich in der Anhangsangabe 7.3.3.

Anteile an verbundenen Unternehmen betreffen Tochtergesellschaften und assoziierte Unternehmen, bei denen die Vollkonsolidierung bzw. die Einbeziehung nach

der Equity-Methode aufgrund der untergeordneten Bedeutung für die Darstellung der finanziellen Lage des Konzerns unterbleibt. Davon entfallen auf Tochtergesellschaften TEUR 15 (Vorjahr TEUR 263) und auf assoziierte Unternehmen TEUR 174 (Vorjahr TEUR 383). Die Anteile an diesen Gesellschaften werden ebenso wie sonstige Beteiligungen nach den Vorschriften des IFRS 9 erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bilanziert (FVTPL). Ausgenommen hiervon ist die Beteiligung an dem assoziierten Unternehmen puffin GmbH, bei der die Geschäftsführung der Ansicht ist, dass die Erfassung kurzfristiger Schwankungen des beizulegenden Zeitwerts dieser Finanzinvestition in der Gewinn- und Verlustrechnung nicht im Einklang mit der Strategie des Konzerns stehen würde, sie für mittel- bis langfristige strategische Zwecke zu halten. Dementsprechend wurden die Anteile an der puffin GmbH als erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert bewertet (FVOCI) designiert. Der beizulegende Zeitwert dieser Beteiligung beträgt zum Bilanzstichtag TEUR 174 (Vorjahr TEUR 383).

Die kurzfristigen derivativen finanziellen Vermögenswerte umfassen im Wesentlichen Währungsderivate, die zur Absicherung von Währungskursrisiken eingesetzt werden. Bei den langfristigen derivativen finanziellen Vermögenswerten handelt es sich um erworbene Kaufoptionen auf Minderheitenanteile.

Die übrigen sonstigen finanziellen Vermögenswerte umfassen im Wesentlichen Forderungen gegen Zahlungsdienstleister.

4.5 Ertragsteuerforderungen

Die zum Bilanzstichtag ausgewiesenen Ertragsteuerforderungen umfassen im Wesentlichen Kapitalertragsteuer- und Gewerbesteueransprüche.

4.6 Sonstige nicht-finanzielle Vermögenswerte

Die sonstigen lang- und kurzfristigen nicht-finanziellen Vermögenswerte stellen sich wie folgt dar.

in TEUR	2021	2020
Umsatzsteuerforderungen	0	12
Sonstige langfristige nicht-finanzielle Vermögenswerte	0	12
Vermögenswerte aus Kundenrückgaberechten	17.610	449
Sonstige Steuererstattungsansprüche	5.939	582
Anzahlungen auf Vorräte	5.893	2.281
Anzahlungen auf Dienstleistungen	1.405	465
Aktive Rechnungsabgrenzung	1.811	1.507
Übrige sonstige nicht-finanzielle Vermögenswerte	1.457	1.331
Sonstige kurzfristige nicht-finanzielle Vermögenswerte	34.115	6.616
Sonstige nicht-finanzielle Vermögenswerte gesamt	34.115	6.628

Die Vermögenswerte aus Kundenrückgaberechten resultieren hauptsächlich aus einem Liefervertrag für Masken, der ein Rückgaberecht vorsieht. In den sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten ist eine korrespondierende Rückerstattungsverpflichtung erfasst.

4.7 Aktive und passive latente Steuern

Die bilanzierten aktiven und passiven latenten Steuern sind den folgenden Bilanzpositionen zuzuordnen:

in TEUR	2021		2020	
	Aktive latente Steuern	Passive latente Steuern	Aktive latente Steuern	Passive latente Steuern
Immaterielle Vermögenswerte	0	15.217	129	4.710
Sachanlagen	22	83	0	0
Nutzungsrechte	1	1.016	0	0
Nach der Equity-Methode bilanzierte Anteile	0	227	0	0
Langfristige Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen	8	0	0	10
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte	5	1.702	337	842
Sonstige langfristige nicht-finanzielle Vermögenswerte	0	0	5	3
Vorräte	113	1.153	624	110
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen	52	207	450	303
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	76	363	0	360
Sonstige kurzfristige nicht-finanzielle Vermögenswerte	5	224	52	975
Langfristige Rückstellungen	837	0	0	0
Langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	692	783	342	79
Langfristige sonstige nicht-finanzielle Verbindlichkeiten	45	0	96	0
Kurzfristige Rückstellungen	62	15	181	59
Kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	320	541	201	900
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	0	20	0	71
Kurzfristige sonstige nicht-finanzielle Verbindlichkeiten	40	16	289	0
Steuerliche Verlustvorträge	3.107	0	0	0
Umbuchung in zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte / Schulden	-845	-264	0	0
Sonstiges	62	-68	114	-158
Latente Steuern lt. Bilanz	4.602	21.235	2.820	8.266

Zum 31. Dezember 2021 liegen körperschaftsteuerliche Verlustvorträge in Höhe von TEUR 101.769 und gewerbesteuerliche Verlustvorträge in Höhe von TEUR 98.327 vor.

Auf die steuerlichen Verlustvorträge wurden zum 31. Dezember 2021 aktive latente Steuern angesetzt, soweit es wahrscheinlich ist, dass ausreichendes steuerpflichtiges Einkommen in zukünftigen Veranlagungszeiträumen vorhanden sein wird, um die Verlustvorträge zu nutzen und die steuerlichen Verlustvorträge erwartungsgemäß fortgeführt werden können. Im Vorjahr wurden keine latenten Steuern auf Verlustvorträge gebildet.

Die steuerlichen Verlustvorträge entfallen im Wesentlichen auf inländische Konzerngesellschaften und sind zeitlich unverfallbar.

4.8 Vorräte

Die Vorräte setzen sich wie folgt zusammen.

in TEUR	2021	2020
Fertige Erzeugnisse und Waren	106.172	22.147
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	1.441	359
Unfertige Erzeugnisse und unfertige Leistungen	219	44
Vorräte	107.832	22.549

In der Berichtsperiode betrugen die Abwertungen der Vorräte auf den Nettoveräußerungswert TEUR 1.865 (Vorjahr TEUR 156) und sind im Materialaufwand enthalten.

4.9 Vertragsvermögenswerte und Vertragsverbindlichkeiten

Die Vertragsvermögenswerte und Vertragsverbindlichkeiten des Konzerns setzen sich wie folgt zusammen.

in TEUR	2021	2020
Kurzfristige Vertragsvermögenswerte	2.059	1.344
Kurzfristige Vertragsverbindlichkeiten	4.348	1.063

Die Vertragsvermögenswerte betreffen im Wesentlichen die Ansprüche des Konzerns auf Gegenleistung für erbrachte, aber zum Stichtag noch nicht abgerechnete Leistungen aus dem Produktionsgeschäft (Segment Social Media). In den Geschäftsjahren

2021 und 2020 wurden keine Wertminderungen auf Vertragsvermögenswerte vorgenommen. Die Vertragsvermögenswerte werden in die Forderungen umgegliedert, wenn die Rechte vorbehaltlos werden. Dies geschieht in der Regel, wenn der Konzern eine Rechnung an den Kunden ausstellt.

Die Vertragsverbindlichkeiten betreffen im Wesentlichen die von Kunden erhaltenen Anzahlungen für das Produktionsgeschäft, für die über einen bestimmten Zeitraum Umsatzerlöse realisiert werden, sowie aus dem Vorverkauf von Tickets für Veranstaltungen, die erst im Folgejahr stattfinden.

Die Veränderungen der Vertragsvermögenswerte und Vertragsverbindlichkeiten sind hauptsächlich auf die jeweiligen Leistungsfortschritte einzelner Projekte sowie das Timing der Rechnungstellung an den Kunden zurückzuführen. Aufgrund des Geschäftsmodells der jeweiligen Gesellschaften handelt es sich in der Regel um kurzfristige Vertragsvermögenswerte und Vertragsverbindlichkeiten.

Der zum 31. Dezember 2020 in den Vertragsverbindlichkeiten enthaltene Betrag von TEUR 1.063 wurde im Geschäftsjahr 2021 als Umsatzerlöse erfasst (Vorjahr TEUR 1.721). In den Geschäftsjahren 2021 und 2020 wurden keine materiellen Umsatzerlöse aus den in früheren Perioden erfüllten (oder teilweise erfüllten) Leistungsverpflichtungen generiert.

Im Einklang mit IFRS 15 wird auf die Angabe des Transaktionspreises für die noch ausstehenden Leistungsverpflichtungen verzichtet.

4.10 Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Forderungen setzen sich wie folgt zusammen.

in TEUR	2021	2020
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (brutto)	71.966	8.519
Wertberichtigung auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-1.272	-1.157
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (netto)	70.693	7.361
Sonstige Forderungen	3.874	2.754
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen	74.567	10.115

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen sind nicht verzinslich und haben eine Laufzeit von weniger als einem Jahr.

Bei Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von insgesamt TEUR 2.601 (Vorjahr TEUR 468) handelt es sich um Bestände von Tochterunternehmen, die im Rahmen einer Factoringvereinbarung zum Verkauf an einen Factorer bestimmt sind. Diese werden erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet.

Wertminderungen der zu fortgeführten Anschaffungskosten bewerteten Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden zunächst auf Wertberichtigungskonten erfasst, sofern nicht bereits bei Entstehung des Grundes für die Wertberichtigung angenommen werden kann, dass die Forderung vollständig oder teilweise uneinbringlich sein wird. In solchen Fällen wird der Buchwert der Forderungen direkt erfolgswirksam abgeschrieben. Der Konzern wendet den vereinfachten Ansatz nach IFRS 9 an, um die erwarteten Kreditverluste für Forderungen aus Lieferungen und Leistungen zu bemessen. Für die Erläuterungen zur Bemessung der erwarteten Kreditverluste wird auf die Anhangsangaben 1.7.10. und 7.1 verwiesen.

Für Forderungen aus Lieferungen und Leistungen ergab sich der folgende Wertberichtigungsbedarf.

in TEUR	Wertberichtigung – nicht in der Bonität beein- trächtigt (Stufe 2)	Wertberichtigung – in der Bonität beeinträchtigt (Stufe 3)	Summe
Stand per 01.01.2020	38	1.382	1.420
Zuführung	102	322	424
Inanspruchnahme	0	-708	-708
Wechselkurs- und sonstige Effekte	3	19	22
Stand per 31.12.2020	143	1.015	1.157
Zuführung	56	667	723
Inanspruchnahme	-146	-677	-823
Veränderung des Konsolidierungskreises	20	442	461
Umbuchung in zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	0	-250	-250
Wechselkurs- und sonstige Effekte	0	3	3
Stand per 31.12.2021	73	1.200	1.272

Die verhältnismäßig hohen Zuführungen zu Wertberichtigungen bei Forderungen aus Lieferungen und Leistungen der Stufe 3 betreffen im Wesentlichen Forderungen gegen eine überschaubare Anzahl von Kontrahenten, deren Bonität aufgrund der starken Überfälligkeit der offenen Forderungen und/oder der erwarteten Eröffnung eines Insolvenzverfahrens als beeinträchtigt eingeschätzt wird.

Bei den übrigen Kontrahenten werden aufgrund der durch das Management als unbedeutend eingeschätzten Ausfallrisiken deutlich niedrigere Kreditverluste erwartet. Zu weiteren Ausführungen zum Ausfallrisikomanagement verweisen wir auf Anhangsangabe 7.1 Kredit- und Ausfallrisiko.

4.11 Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente setzen sich wie folgt zusammen.

in TEUR	2021	2020
Kasse	76	30
Guthaben bei Kreditinstituten	15.819	8.277
Sonstige Zahlungsmitteläquivalente	548	1.054
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	16.443	9.361

Guthaben bei Kreditinstituten waren zum 31. Dezember 2021 und zum 31. Dezember 2020 nicht verpfändet.

Für Erläuterungen zu den Kreditrisiken wird auf die Anhangsangabe 7.1 Kredit- und Ausfallrisiko verwiesen.

4.12 Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte und Schulden

FFLV-Gruppe

Zum 31. Dezember 2021 hat der Konzern die nach der-Equity-Methode bilanzierte Beteiligung an der FFLV-Gruppe sowie zwei an die FFLV-Gruppe gewährte Darlehen als zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte klassifiziert. Die Beteiligung an der FFLV-Gruppe wurde auf TEUR 883 abgeschrieben und ein Aufwand in Höhe von

TEUR 1.766 im Anteil am Ergebnis assoziierter Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen erfasst. Die Darlehen wurden auf TEUR 2.207 abgewertet und ein Aufwand in Höhe von TEUR 243 im Finanzergebnis erfasst.

Zum 31. Dezember 2020 hatte der Konzern 49 % der Anteile an der FFLV Inc., Delaware, erworben (Erwerbspreis TEUR 2.599 (TUSD 3.000)). Zudem wurde eine Stimmbindungsvereinbarung zugunsten der TSC AG geschlossen. Aufgrund der zusätzlich vereinbarten Geschäftsführungsvereinbarung zugunsten des Minderheitsgesellschafters wurde die FFLV Inc. zum 31. Dezember 2020 als Gemeinschaftsunternehmen klassifiziert und als nach der-Equity-Methode bilanzierte Beteiligung in den Konzernabschluss einbezogen.

Zu den Beteiligungsgesellschaften der FFLV Inc. gehörten insbesondere die folgenden Unternehmen:

- A4D Inc., Karlsbad (USA); ein auf digitales Performance Marketing spezialisiertes Unternehmen (4,9 % indirekte Beteiligung der TSC AG)
- Coral LLC, Carson City (USA); ein Konsumgüterunternehmen, das Mundhygieneprodukte und Nahrungsergänzungsmittel vertreibt (24,99 % indirekte Beteiligung der TSC AG)

Im Juni 2021 hat das Management des Konzerns beschlossen, die Beteiligung an der FFLV einzustellen, da die FFLV Group nicht in das Beteiligungsportfolio des Konzerns passt. Über den geplanten Verkauf laufen bereits konkrete Verhandlungen mit einem potenziellen Käufer.

Die Beteiligung an der FFLV-Gruppe wird unverändert nach der Equity-Methode bewertet (Auswirkung auf das Konzernergebnis 2021 TEUR -1.738) und das an die FFLV-Gruppe gewährte Darlehen wird zu fortgeführten Anschaffungskosten bilanziert (Auswirkung auf das Konzernergebnis 2021 TEUR -243).

Die FFLV-Gruppe ist dem Segment Holding/Other zugeordnet.

KoRo Handels GmbH

Der Vorstand der TSC AG hat einvernehmlich mit den Mitgesellschaftern der KoRo im vierten Quartal 2021 entschieden, dass die TSC AG ihre Mehrheitsbeteiligung an der KoRo aufgeben wird.

Daher hat der Konzern sämtliche Vermögensgegenstände und Schulden der KoRo sowie des vollkonsolidierten Tochterunternehmens Koro Eis GmbH, Berlin, zum 31. Dezember 2021 als zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte bzw. Schulden klassifiziert.

Zu den Vermögensgegenständen der KoRo gehören auch die folgende Tochterunternehmen bzw. Beteiligungen:

- Meine Spielzeugkiste GmbH, Berlin (100 % Beteiligungsquote)
- WT Foodcom GmbH, Berlin (25,0 % Beteiligungsquote)

Eine Abwertung der Vermögensgegenstände war zum Bilanzstichtag nicht vorzunehmen (siehe hierzu Anhangsangabe 13 „Ereignisse nach dem Abschlussstichtag“).

Die KoRo Handels GmbH ist dem Segment Social Commerce zugeordnet.

Zusammenfassung:

Die zur Veräußerung gehaltenen Vermögensgegenstände und Schulden schlüsseln sich wie folgt auf:

in TEUR	KoRo	KoRo Eis	FFLV	Summe
Immaterielle Vermögensgegenstände	903	0	0	903
Goodwill	3.437	7	0	3.444
Sachanlagen	181	34	0	215
Nutzungsrechte	98	56	0	154
Nach der Equity-Methode bewertete Gemeinschaftsunternehmen	0	0	883	883
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	84	3	0	87
Latente Steuer	845	0	0	845
Vorräte	8.742	0	0	8.742
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.702	0	0	1.702
Sonstige kurzfristige finanzielle Vermögensgegenstände	66	5	2.207	2.278
Sonstige kurzfristige nicht-finanzielle Vermögensgegenstände	438	3	0	441
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	3.088	29	0	3.117
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	19.583	137	3.090	22.809
Verpflichtungen aus anteilsbasierter Vergütung mit Barausgleich	2.768	0	0	2.768
Langfristige Darlehensverbindlichkeiten	1.032	0	0	1.032
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	39	27	0	65
Passive latente Steuern	264	0	0	264
Kurzfristige Rückstellungen	130	0	0	130
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.930	10	0	2.939
Kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	241	0	0	241
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	62	31	0	93
Kurzfristige sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	64	17	0	81
Kurzfristige Ertragsteuerverbindlichkeiten	183	0	0	183
Vertragsverbindlichkeiten	290	0	0	290
Kurzfristige sonstige nicht-finanzielle Verbindlichkeiten	1.254	9	0	1.263
Zur Veräußerung gehaltene Schulden	9.257	93	0	9.350

Zum 31. Dezember 2021 bilanzierte die KoRo Handels GmbH Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von TEUR 234, die im Rahmen eines unechten Pensionsgeschäfts verkauft, aber nach IFRS 9 nicht ausgebucht wurden. In gleicher Höhe wurden Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten erfasst.

4.13 Eigenkapital

Die einzelnen Bestandteile des Eigenkapitals sowie ihre Entwicklung sind in der Eigenkapitalveränderungsrechnung dargestellt.

Grundkapital und Kapitalrücklage

Zum 31. Dezember 2021 beträgt das gezeichnete Kapital TEUR 15.528 (Vorjahr TEUR 11.348) und war vollständig eingezahlt. Das Grundkapital ist in 15.527.775 (Vorjahr 11.348.484) auf den Inhaber lautende nennwertlose Stückaktien eingeteilt.

Die TSC AG hat bis zum 31. Dezember 2021 Wandlungsbescheide von Wandelschuldverschreibungen in Höhe von TEUR 2.412 erhalten, um 2.412 Schuldverschreibungen in Aktien mit einem Wandlungspreis von EUR 32,50 umzuwandeln. Gemäß den in den Anleihebedingungen festgelegten Standardbedingungen wurden die Schuldverschreibungen somit in 74.204 neue frei handelbare Aktien der Gesellschaft gewandelt. Die Aktienkapitalerhöhung im Zusammenhang mit der Wandlung dieser Wandelschuldverschreibungen ist noch nicht in das Handelsregister eingetragen. Zum 31. Dezember 2021 weicht daher das in der Bilanz ausgewiesene gezeichnete Kapital vom im Handelsregister eingetragenen Grundkapital um EUR 74.204 ab.

Die Anzahl der Stammaktien entwickelte sich wie folgt:

in Stammaktien	2021	2020
Ausgegeben zum 01.01.	11.348.484	9.944.118
Gegen Bareinlage ausgegeben	1.145.324	1.031.680
Bei einem Unternehmenszusammenschluss ausgegeben	2.959.763	372.686
Wandlung von Wandelschuldverschreibungen	74.204	0
Ausgegeben zum 31.12.	15.527.775	11.348.484

Das Grundkapital der Gesellschaft ist durch Beschluss der Hauptversammlung vom 29. August 2017 um bis zu EUR 200.000,00 durch Ausgabe von bis zu 200.000 auf

den Namen lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2017/I). Aufgrund des Beschlusses der Hauptversammlung vom 19. August 2019 wurde das am 29. August 2017 beschlossene Bedingte Kapital auf EUR 76.000,00 EUR reduziert.

Der Vorstand ist durch Beschluss der Hauptversammlung vom 19. August 2019 ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates bis zum 18. August 2024 bis zu 242.000 Bezugsrechte zu gewähren, die insgesamt zum Bezug von bis zu 242.000 auf den Namen lautenden Stückaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital in Höhe von jeweils EUR 1,00 berechtigen (Bedingtes Kapital 2019/II).

Der Vorstand war durch Beschluss der Hauptversammlung vom 11. Mai 2020 ermächtigt, das Grundkapital mit Zustimmung des Aufsichtsrates bis zum 10. Mai 2025 einmalig oder mehrmals gegen Bar und/oder Sacheinlagen um insgesamt bis zu EUR 5.094.859,00 zu erhöhen. Das genehmigte Kapital beträgt nach teilweiser Ausschöpfung sowie nach teilweiser Aufhebung durch Beschluss der Hauptversammlung vom 11. Dezember 2020 noch bis zu EUR 608.058,00 (Genehmigtes Kapital 2020/I).

Das Grundkapital ist durch Beschluss der Hauptversammlung vom 11. Mai 2020 um bis zu EUR 4.075.887,00 durch Ausgabe von bis zu 4.075.887 auf den Namen lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2020/I).

Das Grundkapital ist durch Beschluss der Hauptversammlung vom 11. Mai 2020 um bis zu EUR 700.971,00 durch Ausgabe von bis zu 700.971 auf den Namen lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2020/II).

Der Vorstand ist durch Beschluss der Hauptversammlung vom 30. Juli 2021 ermächtigt, das Grundkapital mit Zustimmung des Aufsichtsrates bis zum 14. Juli 2026 einmalig oder mehrmals gegen Bar- und/oder Sacheinlagen zu erhöhen. Das genehmigte Kapital beträgt nach teilweiser Ausschöpfung EUR 1.111.097,00 (Genehmigtes Kapital 2021/I).

Das Grundkapital ist durch Beschluss der Hauptversammlung vom 30. Juli 2021 um bis zu insgesamt EUR 125.877,00 bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2021/I).

Die Kapitalrücklage erhöhte sich während des Geschäftsjahres um EUR 168.177 (Vorjahr TEUR 32.248).

Am 27. Februar 2020 erfolgte eine Erhöhung des Grundkapitals um TEUR 170 sowie

der Kapitalrücklage um TEUR 3.740 durch Einbringung der Anteile an der Urbanara GmbH gegen Ausgabe neuer Anteile.

Am 11. März 2020 erfolgte eine Erhöhung des Grundkapitals um TEUR 76 sowie der Kapitalrücklage um TEUR 1.436 durch Einbringung zusätzlicher Anteile an der Solidmind Nutrition GmbH gegen Ausgabe neuer Anteile.

Am 14. Juli 2020 erfolgte eine Erhöhung des Grundkapitals um insgesamt TEUR 127 sowie der Kapitalrücklage um insgesamt TEUR 2.688 durch Einbringung zusätzlicher Anteile an der KoRo Handels GmbH und der drtv.agency GmbH gegen Ausgabe neuer Anteile.

Am 12. August 2020 erfolgte eine Erhöhung des Grundkapitals um TEUR 519 sowie der Kapitalrücklage um TEUR 9.599 im Rahmen einer Barkapitalerhöhung gegen Ausgabe neuer Anteile.

Am 8. Dezember 2020 erfolgte eine Erhöhung des Grundkapitals um TEUR 513 sowie der Kapitalrücklage um TEUR 9.487 im Rahmen einer Barkapitalerhöhung gegen Ausgabe neuer Anteile.

Am 18. Januar 2021 erfolgte eine Erhöhung des Grundkapitals um TEUR 100 sowie der Kapitalrücklage um TEUR 1.900 durch Einbringung der Anteile an der Clasen Bio gegen Ausgabe neuer Anteile.

Am 7. April 2021 erfolgte eine Erhöhung der Kapitalrücklage um TEUR 3.483 durch Ausgabe von Wandelschuldverschreibungen.

Am 12. Juli 2021 erfolgte eine Erhöhung des Grundkapitals um TEUR 5 sowie der Kapitalrücklage um TEUR 153 durch Einbringung von 12,5 % der Anteile der MINT gegen Ausgabe neuer Anteile.

Am 24. November 2021 erfolgte eine Kapitalerhöhung gegen Bareinlage. Hierdurch erhöhten sich das Grundkapital um TEUR 1.145 und die Kapitalrücklage um TEUR 51.429.

Am 16. Dezember 2021 erfolgte eine Erhöhung des Grundkapitals um TEUR 2.855 sowie der Kapitalrücklage um TEUR 109.061 durch Ausgabe von Aktien als Gegenleistung für den Erwerb der DS Gruppe.

Ferner erhöhte sich das Grundkapital um TEUR 74 und die Kapitalrücklage um TEUR 1.943 durch die Wandlung von Wandelschuldverschreibungen in Aktien der Gesellschaft im Geschäftsjahr 2021.

In den Kapitalrücklagen erfasste Transaktionskosten minderten die Kapitalrücklagen im Geschäftsjahr 2021 um TEUR 642 (Vorjahr TEUR 310). Die Erfassung von anteilsbasierter Vergütung mit Eigenkapitalausgleich erhöhte die Kapitalrücklagen um TEUR 790 (Vorjahr TEUR 5.607).

Gewinnrücklagen

Die Gewinnrücklagen betrugen zum 31. Dezember 2021 TEUR -4.418 (Vorjahr TEUR -9.088) und beinhalten geschriebene Put-Optionen auf nicht beherrschende Anteile sowie die Änderung von nicht beherrschenden Anteilen aufgrund von Veränderungen des Konsolidierungskreises ohne Verlust der Beherrschung.

Die Gesellschaft hat in den Geschäftsjahren 2021 und 2020 keine Dividendenzahlungen geleistet.

Nicht beherrschende Anteile

In der folgenden Tabelle werden für wesentliche Tochterunternehmen die nicht beherrschenden Anteile dargestellt.

Name der Gesellschaft	Ergebnis der Anteilseigner ohne beherrschenden Einfluss in TEUR		Beteiligungsquote der Anteilseigner ohne be- herrschenden Einfluss	
	2021	2020	2021	2022
drtv.agency GmbH	158	-7	49,0%	49,0 %
BytePark GmbH	156	92	n/a	49,0 %
MINT Marketing Agency LLC	141	0	75,0%	n/a
Mabyen GmbH	22	0	48,9%	48,9%
datalytix.io GmbH	10	4	49,0%	49,0%
Solidmind Nutrition GmbH	-	284	n/a	100,0 %
DSQ Hongkong Ltd.	-4	0	12,5%	n/a
Shine Conventions GmbH	-10	-17	3,0%	3,0 %
KoRo Eis GmbH	-30	0	53,5%	n/a
Social Chain Germany GmbH	-33	-9	14,0%	14,0 %
Social Chain Media & Commerce GmbH	-41	0	24,9%	n/a
Lumaland Inc.	-89	63	20,0%	20,0%
Social Moms GmbH	-114	-135	n/a	20,0 %
KoRo Handels GmbH	998	594	41,8%	44,2 %
Summe	-831	870		

Die Stimmrechtsquote der Anteilseigner ohne beherrschenden Einfluss entspricht grundsätzlich ihren Beteiligungsquoten. Zum 31. Dezember 2021 hielten nicht beherrschende Gesellschafter 75 % der Anteile an der MINT Marketing Agency LLC. Aufgrund des abgeschlossenen Treuhandvertrages hielten sie zu diesem Stichtag jedoch nur 49,0 % der Stimmrechte.

Die Veränderung der Beteiligungsquote der Anteilseigner ohne beherrschenden Einfluss im Geschäftsjahr 2021 resultiert aus den Veränderungen der Beteiligungsquoten. Zu weitergehenden Erläuterungen wird auf die Anhangsangabe 1.5.2 verwiesen.

Die folgenden Tabellen enthalten zusammenfassende Finanzinformationen zu Tochterunternehmen, für die wesentliche nicht beherrschende Anteile bestehen.

Geschäftsjahr 2021

in TEUR	KoRo Handels GmbH	drtv.agency GmbH
Langfristige Vermögenswerte	20	250
Kurzfristige Vermögenswerte	16.343	5.992
Langfristige Schulden	0	57
Kurzfristige Schulden	12.298	5.682
Umsatzerlöse	61.547	14.342
Jahresergebnis	-2.221	323
Sonstiges Ergebnis	0	0
Gesamtergebnis	-2.221	323
An Anteilseigner ohne beherrschenden Einfluss gezahlte Dividenden	-	-
Cashflow aus der operativen Tätigkeit	-2.813	4.508
Cashflow aus der Investitionstätigkeit	-255	-63
Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	2.155	-116

Geschäftsjahr 2020

in TEUR	KoRo Handels GmbH	Bytepark GmbH
Langfristige Vermögenswerte	1.095	504
Kurzfristige Vermögenswerte	6.794	835
Langfristige Schulden	1.296	393
Kurzfristige Schulden	2.305	218
Umsatzerlöse	20.696	1.477
Jahresergebnis	1.138	184
Sonstiges Ergebnis	0	0
Gesamtergebnis	1.138	184
An Anteilseigner ohne beherrschenden Einfluss gezahlte Dividenden	-	-
Cashflow aus der operativen Tätigkeit	-250	317
Cashflow aus der Investitionstätigkeit	-112	55
Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	2.599	-11

4.14 Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von TEUR 68.730 (Vorjahr TEUR 17.939) werden zum Erfüllungs- bzw. Rückzahlungsbetrag angesetzt und sind wie im Vorjahr in voller Höhe innerhalb eines Jahres fällig.

4.15 Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten

Die sonstigen lang- und kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten stellen sich wie folgt dar.

in TEUR	2021	2020
Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	19.590	4.636
Langfristige Verbindlichkeiten aus Darlehen von Dritten	27.430	18.571
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	47.389	3.732
Langfristige Verbindlichkeiten aus Wandelschuldverschreibungen	19.356	0
Langfristige derivative finanzielle Verbindlichkeiten	5	14
Übrige sonstige langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	0	30
Sonstige langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	113.769	26.982
Kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	137.819	11.556
Kurzfristige Verbindlichkeiten aus Darlehen von Dritten	19.189	11.867
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	7.245	2.097
Kurzfristige Verbindlichkeiten aus Wandelschuldverschreibungen	1.258	0
Rückerstattungsverpflichtungen	22.473	1.049
Kurzfristige Verbindlichkeiten aus Verkaufsoptionen von Anteilseignern ohne beherrschenden Einfluss	5.996	11.122
Kurzfristige derivative finanzielle Verbindlichkeiten	74	258
Übrige sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	3.397	921
Sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	197.451	38.871
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten gesamt	311.220	65.853

Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten bestehen im Wesentlichen aus Annuitäten-, Tilgungs- und endfälligen Darlehen, deren Verzinsung zwischen 1,0 % und 8,0 % (Vorjahr zwischen 1,0 % und 8,0 %) liegt und sowohl feste als auch variable Zinsbindungsvereinbarungen enthält. Die Restlaufzeiten der wesentlichen langfristigen Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten betragen bis zu 9 Jahre (Vorjahr

4,5 Jahre). Für die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten sind zum Teil Klauseln zur Einhaltung bestimmter Finanzkennzahlen vereinbart. Die den Kreditvereinbarungsklauseln zugrundeliegenden Finanzkennzahlen konnten im Berichtsjahr und im Vorjahr allesamt erfüllt werden.

Zum Bilanzstichtag bestehen mehrere zinsvergünstigte Darlehen der öffentlichen Hand (KfW) mit einem Volumen von TEUR 4.153 (Vorjahr TEUR 1.900), einem festen Zinssatz zwischen 1,0% und 3,9% (Vorjahr 1,0 % und 3,0 %) und einer Restlaufzeit von wenigen Monaten bis 9 Jahre (Vorjahr 4,5 bis 10 Jahre). Die zinsvergünstigten KfW-Darlehen werden im Zugangszeitpunkt mit dem beizulegenden Zeitwert passiviert und in der Folgebewertung mit fortgeführten Anschaffungskosten nach der Effektivzinsmethode bilanziert. Die Differenz zwischen der erhaltenen Zahlung und dem im Zugangszeitpunkt nach marktgerechter Verzinsung ermittelten beizulegenden Zeitwert des Darlehens ist ein Vorteil, der wie eine Zuwendung der öffentlichen Hand behandelt wird. Die Zuwendung wird in der Bilanz als passiver Abgrenzungsposten unter den sonstigen nicht-finanziellen Verbindlichkeiten erfasst und über die Darlehenslaufzeit nach der Effektivzinsmethode erfolgswirksam aufgelöst. In der Gewinn- und Verlustrechnung wird die Auflösung als Kürzung des Zinsaufwands dargestellt (Nettomethode). Zum 31. Dezember 2021 weist der passive Abgrenzungsposten eine Höhe von TEUR 82 (Vorjahr TEUR 610) auf. Die an diese Zuwendung der öffentlichen Hand geknüpften Bedingungen wurden vollständig erfüllt. Etwaige sonstige Unsicherheiten bestehen nicht.

Die Verbindlichkeiten aus Darlehen von Dritten betreffen im Wesentlichen festverzinsliche endfällige Darlehen von Gesellschaftern mit einer Zinsbandbreite von 3,0 % bis 6,0 % (Vorjahr 3,0 % bis 6,0 %). Die Restlaufzeiten der wesentlichen Darlehen von Gesellschaftern belaufen sich auf maximal 15 Monate (Vorjahr 15 Monate). Für weitere Erläuterung wird auf die Anhangsangabe 11.1. Transaktionen mit nahestehenden Unternehmen und Personen verwiesen.

Die langfristigen derivativen finanziellen Verbindlichkeiten resultieren aus einem Zinsderivat, welches zur Absicherung des Zinsänderungsrisikos aus einem im Berichtsjahr aufgenommenen variabel verzinslichen Bankdarlehen abgeschlossen wurde. Die kurzfristigen derivativen finanziellen Verbindlichkeiten umfassen Währungsderivate, die zur Absicherung von Währungskursrisiken eingesetzt werden.

Die Verbindlichkeiten aus Rückerstattungsverpflichtungen resultieren hauptsächlich aus einem Liefervertrag für Masken, der ein Rückgaberecht vorsieht. In den sonsti-

gen nicht-finanziellen Vermögenswerten ist ein korrespondierender Vermögenswert aus Kundenrückgaberechten erfasst.

Die übrigen sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten umfassen im Wesentlichen Verbindlichkeiten für Boni und Rabatte sowie Kreditkartenverbindlichkeiten.

Als Sicherheiten für Darlehensverbindlichkeiten wurden Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen in Höhe von TEUR 63.087 (Vorjahr TEUR 668), Vorräte in Höhe von TEUR 56.684 (Vorjahr TEUR 0), Sachanlagen in Höhe von TEUR 7.071 (Vorjahr TEUR 0) sowie sonstige finanzielle Vermögenswerte in Höhe von TEUR 0 (Vorjahr TEUR 46) gestellt.

Wandelschuldverschreibungen

Der Vorstand hat am 16. März 2021 mit Zustimmung des Aufsichtsrates beschlossen, Wandelschuldverschreibungen im Gesamtbetrag von bis zu EUR 25.000.000,00 eingeteilt in bis zu 25.000 gleichberechtigte Inhaberschuldverschreibungen mit einem Nennwert von je EUR 1.000,00 auszugeben („Wandelschuldverschreibungen 2021/2024“).

Am 7. April 2021, 28. April 2021, 13. Mai 2021 und 21. Mai 2021 emittierte die TSC AG in vier Tranchen insgesamt 25.000 Wandelschuldverschreibungen mit einem Nennwert von EUR 1.000. Die Wandelschuldverschreibungen haben eine Laufzeit von 3 Jahren und eine Verzinsung von 5,75 % mit jährlichen Zinszahlungen zum 7. April eines jeden Jahres.

Die vertraglichen Cashflows aus den Wandelschuldverschreibungen werden durch die Möglichkeit der Gläubiger beeinflusst, Wandelschuldverschreibungen in Aktien der TSC AG zu tauschen. Der anfängliche Wandlungspreis je Aktie beträgt EUR 32,50 vorbehaltlich einer Anpassung gemäß § 9 und § 10 Abs. 3 der Anleihebedingungen.

Die gesamten Wandelschuldverschreibungen wiesen zum Ausgabestichtag einen beizulegenden Zeitwert von TEUR 25.000 auf. Der beizulegende Zeitwert des Gesamtinstruments wird anhand der Marktpreise für die Wandelschuldverschreibungen an der Frankfurter Börse ermittelt. Der Kurswert belief sich am 31. Dezember 2021 auf 105 %.

Am Emissionstag wurden die Wandelschuldverschreibungen in eine Eigenkapital- und eine Fremdkapitalkomponente aufgeteilt. Der Marktwert der Fremdkapitalkom-

ponente wurde durch Diskontierung der zukünftigen Zahlungsströme unter Berücksichtigung eines marktkonformen Zinssatzes von 12,65 % für ein vergleichbares Schuldinstrument ermittelt.

Das Wandlungsrecht der Wandelschuldverschreibungen wurde bei Ausgabe mit einem Residualwert von TEUR 3.483 im Eigenkapital erfasst. Dem gegenüber standen dem Eigenkapitalinstrument zurechenbare Transaktionskosten in Höhe von TEUR 99, die mit der Kapitalrücklage verrechnet wurden. Der Anteil der Eigenkapitalkomponente bleibt über die Laufzeit unverändert.

Der Bilanzansatz der Fremdkapitalkomponente erfolgte zu fortgeführten Anschaffungskosten unter Anwendung der Effektivzinsmethode.

Zum 31. Dezember 2021 belief sich der langfristige Teil der Fremdkapitalkomponente auf TEUR 19.356.

Die unter den sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten ausgewiesenen Zinsverbindlichkeiten aus Wandelschuldverschreibungen beliefen sich zum Bilanzstichtag auf TEUR 1.258.

In der Berichtsperiode fielen Zinsenaufwendungen aus den Wandelschuldverschreibungen in Höhe von TEUR 1.681 an.

4.16 Sonstige nicht-finanzielle Verbindlichkeiten

Die sonstigen lang- und kurzfristigen nicht-finanziellen Verbindlichkeiten stellen sich wie folgt dar.

in TEUR	2021	2020
Langfristige Umsatzsteuerverbindlichkeiten	0	83
Übrige sonstige kurzfristige nicht-finanzielle Verbindlichkeiten	194	233
Sonstige langfristige nicht-finanzielle Verbindlichkeiten	194	316
Passive Rechnungsabgrenzung	2.943	1.029
Verbindlichkeiten aus Zöllen und Einfuhrabgaben	2.552	0
Personalbezogene Verbindlichkeiten	3.516	952
Verbindlichkeiten aus Lohn- und Kirchensteuer	1.331	1.270
Steuerverbindlichkeiten und sonstige Abgaben	1.031	274
Umsatzsteuerverbindlichkeiten	1.238	143
Erhaltene Anzahlungen	766	3.442
Verbindlichkeiten für Soziale Abgaben	528	62
Übrige sonstige kurzfristige nicht-finanzielle Verbindlichkeiten	1.194	958
Sonstige kurzfristige nicht-finanzielle Verbindlichkeiten	15.100	8.131
Sonstige nicht-finanzielle Verbindlichkeiten gesamt	15.294	8.447

4.17 Rückstellungen

Die Entwicklung der sonstigen Rückstellungen im Geschäftsjahr 2021 stellt sich wie folgt dar.

in TEUR	Personal- bezogene Rückstel- lungen	Rückstel- lungen für Gewähr- leistung	Droh- verlust- rückstel- lungen	Übrige sonstige Rückstel- lungen	Summe
Stand 01.01.2021	350	434	496	2.734	4.014
Veränderung des Konsolidierungskreises	1.421	0	0	1.932	3.353
Zuführung	3.837	0	1.198	274	5.309
Inanspruchnahme	0	0	-496	-4.408	-4.904
Auflösung	-350	-411	0	-162	-923
Umbuchung	352	0	0	-352	0
Umbuchung in zur Veräußerung gehaltene Schulden	-2.898	0	0	0	-2.898
Wechselkurseffekte	0	0	9	0	9
Stand per 31.12.2021	2.712	23	1.207	18	3.961
davon kurzfristig	2.555	23	1.207	10	3.795
davon langfristig	157	0	0	8	166

Die personalbezogenen Rückstellungen enthalten im Wesentlichen Rückstellungen für Bonus-vereinbarungen.

5 Angaben zur Kapitalflussrechnung

Die Finanzmittel, die der Kapitalflussrechnung zugrunde liegen, umfassen sowohl Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente, als auch jederzeit fällige Kontokorrentkredite, die integraler Bestandteil des Cash-Managements sind. Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente sind in der Bilanz in den Positionen „Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente“ und „Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte“ enthalten.

in TEUR	2021	2020
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalent	16.443	9.361
Zur Veräußerung gehaltene Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	3.117	0
Kontokorrentkredite	-2.741	0
Finanzmittel lt. Kapitalflussrechnung	16.820	9.361

Die Entwicklung der Verbindlichkeiten aus Finanzierungstätigkeit stellt sich wie folgt dar:

in TEUR	Wandel- schuldver- schreibungen	Verbind- lichkeiten gegenüber Kreditins- tituten und Darlehen ¹	Leasing- verbind- lichkeiten	Verbindlich- keiten aus Put- Optionen	Sonstige Finanz- schulden	Summe
Stand 01.01.2020	0	15.353	4.662	11.572	1.204	32.791
Einzahlungen	0	30.496	0	0	0	30.496
Tilgung / Rückzahlung	0	-11.613	-2.419	0	0	-14.032
Gezahlte Zinsen	0	-2.607	0	0	0	-2.607
Zahlungswirksame Veränderungen	0	16.276	-2.419	0	0	13.857
Zahlungsunwirksamer Zugang	0	0	1.854	0	0	1.854
Änderungen im Konsolidierungskreis	0	13.666	1.733	0	0	15.399
Sonstige zahlungsunwirksame Veränderungen	0	1.334	0	-450	-251	633
Zahlungsunwirksame Veränderungen	0	15.000	3.587	-450	-251	17.886
Stand per 31.12.2020	0	46.629	5.830	11.122	954	64.534
Einzahlungen	25.045	50.562	0	0	0	75.607

in TEUR	Wandel- schuldver- schreibungen	Verbind- lichkeiten gegenüber Kreditins- tituten und Darlehen ¹	Leasing- verbind- lichkeiten	Verbindlich- keiten aus Put- Optionen	Sonstige Finanz- schulden	Summe
Tilgung / Rückzahlung	0	-26.037	-2.941	0	0	-28.978
Gezahlte Zinsen	0	-2.014	-824	0	0	-2.838
Zahlungswirksame Veränderungen	25.045	22.512	-3.766	0	0	43.791
Zahlungsun- wirksamer Zugang	0	0	16.037	0	0	16.037
Änderungen im Kon- solidierungskreis	0	131.573	36.550	0	0	168.123
Umbuchung in zur Veräußerung gehal- tene Schulden	0	-1.274	-158	0	0	-1.432
Wechselkurseffekte	0	171	141	0	0	312
Sonstige zahlungs- unwirksame Ver- änderungen	-4.431	1.676	0	-5.126	-954	-8.835
Zahlungsunwirksa- me Veränderungen	-4.431	132.146	52.569	-5.126	-954	174.205
Stand per 31.12.2021	20.614	201.287	54.633	5.996	0	282.530

¹ ohne Kontokorrentkredite

Der hohen Einzahlungen aus der Aufnahme von gewährten Krediten in den Geschäftsjahren 2021 und 2020 resultieren aus dem Finanzbedarf für den Ankauf diverser Gesellschaften sowie Refinanzierungsmaßnahmen.

6 Angaben zu Finanzinstrumenten

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Aufgliederung der finanziellen Vermögenswerte und finanziellen Verbindlichkeiten nach den Bewertungskategorien des IFRS 9 sowie die Hierarchie für die Bestimmung des beizulegenden Zeitwertes nach IFRS 13.

in TEUR	Kategorie IFRS 9	Hierarchie IFRS 13	Buchwert		Beizulegender Zeitwert	
			31.12.2021	31.12.2020	31.12.2021	31.12.2020
Langfristige finanzielle Vermögenswerte			26.447	14.055	26.447	14.024
Anteile an verbun- denen Unterneh- men und sonstigen Beteiligungen			16.915	3.722	16.915	3.722
davon	FVOCI	Level 3	174	383	174	383
davon	FVTPL	Level 3	16.742	3.339	16.742	3.339
Wertpapiere	FVTPL	Level 3	0	8.838	0	8.838
Langfristige Aus- leihungen an Dritte			3.653	449	3.653	449
davon	FAAC	Level 3	2.604	349	2.604	349
davon	FVTPL	Level 2	1.049	100	1.049	100
Langfristige de- rivative finanzielle Vermögenswerte	FVTPL	Level 2	4.430	544	4.430	544
Langfristige Kautionen	FAAC	Level 2	453	424	453	424
Langfristige Forde- rungen aus Finan- zierungsleasing	n/a		0	31	n/a	n/a
Übrige sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte	FAAC	Level 3	996	47	996	47

in TEUR	Kategorie IFRS 9	Hierarchie IFRS 13	Buchwert		Beizulegender Zeitwert	
			31.12.2021	31.12.2020	31.12.2021	31.12.2020
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte			6.453	1.314	6.453	1.314
Kurzfristige Ausleihungen an Dritte	FAAC		595	360	595	360
Kurzfristige derivative finanzielle Vermögenswerte	FVTPL	Level 2	1.391	66	1.391	66
Kurzfristige Kautionen	FAAC		285	84	285	84
Kurzfristige Forderungen aus Finanzierungsleasing	n/a		0	0	n/a	n/a
Übrige sonstige kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	FAAC		4.182	805	4.182	805
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen			74.567	10.115	74.567	10.115
davon	FAAC		71.967	9.647	71.967	9.647
davon	FVTPL	Level 2	2.601	468	2.601	468
Zahlungsmittel und Zahlungsmittel-äquivalente	FAAC		16.443	9.361	16.443	9.361
Zur Veräußerung gehaltene finanzielle Vermögenswerte	FAAC		7.184	0	7.184	0

in TEUR	Kategorie IFRS 9	Hierarchie IFRS 13	Buchwert		Beizulegender Zeitwert	
			31.12.2021	31.12.2020	31.12.2021	31.12.2020
Langfristige finanzielle Verbindlichkeiten			113.769	26.982	72.840	22.579
Langfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	FLAC	Level 2	19.590	4.636	23.061	2.787
Langfristige Verbindlichkeiten aus Darlehen von Dritten	FLAC	Level 2	27.430	18.571	27.897	19.748
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	n/a		47.389	3.732	n/a	n/a
Langfristige Verbindlichkeiten aus Wandelschuldverschreibung	FLAC	Level 2	19.356	0	21.877	0
Langfristige derivative finanzielle Verbindlichkeiten	FLFV	Level 2	5	14	5	14
Übrige sonstige langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	FLAC	Level 3	0	30	0	30

in TEUR	Kategorie IFRS 9	Hierarchie IFRS 13	Buchwert		Beizulegender Zeitwert	
			31.12.2021	31.12.2020	31.12.2021	31.12.2020
Kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten			197.451	38.871	190.225	36.773
Kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	FLAC		137.819	11.556	137.819	11.556
Kurzfristige Verbindlichkeiten aus Darlehen von Dritten	FLAC		19.189	11.867	19.189	11.867
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	n/a		7.245	2.097	n/a	n/a
Kurzfristige Verbindlichkeiten aus Wandelschuldverschreibung	FLAC	Level 2	1.258	0	1.277	0
Kurzfristige Verbindlichkeiten aus Verkaufsoptionen von Anteilseignern ohne beherrschenden Einfluss	FLAC		5.996	11.122	5.996	11.122
Rückerstattungsverpflichtungen			22.473	1.049	22.473	1.049
Kurzfristige derivative finanzielle Verbindlichkeiten	FLFV	Level 2	74	258	74	258
Übrige sonstige kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	FLAC		3.397	921	3.397	921
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	FLAC		68.730	17.939	68.730	17.939

in TEUR	Kategorie IFRS 9	Hierarchie IFRS 13	Buchwert		Beizulegender Zeitwert	
			31.12.2021	31.12.2020	31.12.2021	31.12.2020
Zur Veräußerung gehaltene finanzielle Verbindlichkeiten			4.452	0	4.294	0
davon	FLAC		4.294	0	4.294	0
davon	n/a		158	0	n/a	0
Davon nach Bewertungskategorien des IFRS 9						
Finanzielle Vermögenswerte zu fortgeführten Anschaffungskosten (FAAC)		104.709		21.076	104.709	21.076
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Vermögenswerte (FVTPL)		26.212		13.355	26.212	13.355
Erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert bewertete Vermögenswerte (FVOCI)		174		383	174	383
Finanzielle Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten (FLAC)		329.531		77.691	336.009	77.020
Erfolgswirksam bewertete finanzielle Verbindlichkeiten (FLFV)		79		272	79	272

Kurzfristige Ausleihungen an Dritte, kurzfristige Kautionen, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen, Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente, Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, Rückerstattungsverbindlichkeiten sowie die übrigen sonstigen kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten haben überwiegend kurze Restlaufzeiten. Für diese kurzfristig fälligen Finanzinstrumente stellt der Buchwert einen angemessenen Näherungswert für den beizulegenden Zeitwert dar. Die Stufe zur Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts wird bei diesen Finanzinstrumenten nicht gesondert angegeben.

Der beizulegende Zeitwert von originären Finanzinstrumenten, die der Stufe 2 zugeordnet sind, wird basierend auf aktuellen Parametern wie Zinsen und Wechselkursen zum Bilanzstichtag sowie durch den Einsatz akzeptierter Modelle wie der DCF-Methode (Discounted Cash Flow) und unter Berücksichtigung des Kreditrisikos berechnet. Darüber hinaus wurden derivative Finanzinstrumente (Währungs- und Zinsderivate) der Stufe 2 zugeordnet. Die Marktwerte der Derivate werden auf Basis von Bankbewertungsmodellen bestimmt. Der Konzern schließt ausschließlich Derivate mit Kontrahenten guter Bonität ab, um mögliche Ausfallrisiken weitestgehend auszuschließen.

Der beizulegende Zeitwert der Anteile an nicht konsolidierten verbundenen Unternehmen und sonstige Beteiligungen, der Wertpapiere sowie der Verbindlichkeiten aus Verkaufsoptionen nicht beherrschender Gesellschafter wurde anhand geeigneter Bewertungsmethoden basierend auf Discounted Cash Flow-Analysen ermittelt, wobei der Einsatz beobachtbarer Inputfaktoren maximiert wurde. Die wesentlichen nicht beobachtbare Eingangsparameter sind die Erwartungen zu künftigen Zahlungsströmen und die sachverhaltsspezifischen Diskontierungssätze. Je höher die erwarteten künftigen Zahlungsströme bzw. je niedriger der Diskontierungssinssatz, umso höher ist der beizulegende Zeitwert und umgekehrt.

Finanzielle Vermögenswerte, die zum beizulegenden Zeitwert der Stufe 3 folgebewertet werden, umfassen Anteile an verbundenen Unternehmen und sonstige Beteiligungen sowie Wertpapiere. Nachfolgend wird die Überleitungsrechnung der Bewertung dieser finanziellen Vermögenswerte zum beizulegenden Zeitwert aufgezeigt.

in TEUR	Anteile an verbundenen Unternehmen und sonstige Beteiligungen	Wertpapiere
Stand per 01.01.2020	3.393	0
In der Gewinn- und Verlustrechnung erfasste Beträge	98	0
Nicht realisierte Finanzerträge	452	0
Nicht realisierte Finanzaufwendung	-354	0
Im sonstigen Ergebnis erfasste Verluste	-268	0
Zugänge	502	8.838
Abgänge	-3	0
Stand per 31.12.2020	3.722	8.838
In der Gewinn- und Verlustrechnung erfasste Beträge	1.772	435
Nicht realisierte Finanzerträge	2.957	0
Nicht realisierte Finanzaufwendung	-1.185	0
Realisierte Finanzerträge	0	435
Im sonstigen Ergebnis erfasste Verluste	-210	0
Veränderungen des Konsolidierungskreises	10.741	0
Zugänge	918	0
Abgänge	-9	-9.274
Umbuchung in zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	-19	0
Stand per 31.12.2021	16.915	0

Die in der Berichtsperiode und in der Vergleichsperiode angefallenen Verluste, die im sonstigen Ergebnis erfasst wurden, entfallen ausschließlich auf Finanzinstrumente, die zum Ende der jeweiligen Periode gehalten werden.

In der Berichtsperiode und in der Vergleichsperiode haben keine Umgruppierungen zwischen den Stufen der Hierarchie stattgefunden.

Die Nettogewinne bzw. Verluste aus Finanzinstrumenten der einzelnen Kategorien nach IFRS 9 für die Berichts- und die Vergleichsperiode ergeben sich wie folgt:

in TEUR	2021	2020
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte (FVTPL)	6.280	-166
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Verbindlichkeiten (FLFV)	9	-19
Erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte (FVOCI)	-210	-268
Finanzielle Vermögenswerte zu fortgeführten Anschaffungskosten (FAAC)	801	1.133
Finanzielle Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten (FLAC)	-8.741	-4.128
Nettogewinne und -verluste	-1.860	-3.448

Die Nettogewinne und -verluste aus Finanzinstrumenten entstehen im Wesentlichen aus Änderungen des beizulegenden Zeitwerts der zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Finanzinstrumente, Zinsaufwendungen und -erträge, Effekte aus der Währungsumrechnung sowie Aufwendungen und Erträge für erwartete Kreditverluste.

Die Zinserträge aus den zu fortgeführten Anschaffungskosten bewerteten finanziellen Vermögenswerten belaufen sich auf TEUR 1.673 (Vorjahr TEUR 1.567). Zinsaufwendungen aus den zu fortgeführten Anschaffungskosten bewerteten finanziellen Verbindlichkeiten betragen TEUR 8.741 (Vorjahr TEUR 4.128).

7 Finanzrisikomanagement

Das Management des Konzerns überwacht und steuert die mit den Geschäftsbereichen des Konzerns verbundenen Finanzrisiken durch die interne Risikoberichterstattung, die Risiken nach Grad und Ausmaß analysiert. Zu den Risiken zählen Kredit-, Liquiditäts- und Marktrisiken (Währungs-, Zins- und Anteilspreissrisiken). In einigen Fällen minimiert der Konzern die Auswirkungen dieser Risiken durch den Einsatz derivativer Finanzinstrumente. Der Einsatz derivativer Finanzinstrumente wird vom Management des Konzerns fortlaufend überwacht. Der Konzern kontrahiert und handelt

keine Finanzinstrumente, einschließlich derivativer Finanzinstrumente, für spekulative Zwecke.

7.1 Kredit- und Ausfallrisiko

Das Kredit- und Ausfallrisiko ist definiert als Risiko, dass unsere Geschäftspartner ihren vertraglichen Zahlungsverpflichtungen nicht nachkommen und dies zu einem Verlust im Konzern führt. Das Ausfallrisiko umfasst dabei sowohl das direkte Risiko eines Kreditausfalls und die Verschlechterung der Kreditwürdigkeit als auch die Konzentration von Ausfallrisiken.

Kreditrisiken bestehen insbesondere hinsichtlich der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie Vertragsvermögenswerte. Die Überwachung der Ausfallrisiken bei unseren Kunden erfolgt auf Ebene der Einzelgesellschaften durch eine regelmäßige Analyse der fälligen Forderungen und durch die Erhebung von aktuellen, individuelle Bonitätsinformationen der Kunden. Insgesamt schätzt der Konzern die Ausfallrisiken als nicht sehr bedeutend ein. Größere Forderungsausfälle gab es in der Vergangenheit nicht. Insbesondere im Social Commerce-Geschäft ist das Ausfallrisiko aufgrund der Zahlung via Kreditkarte oder Zahlungsdienst Providern wie Paypal nicht gegeben. Im Segment Social Media wird dem Ausfallrisiko durch Verifizierung und Bonitätseinschätzung des zukünftigen Businesspartners vor Eingehen gemeinsamer Projekte sowie durch die Vereinbarung von regelmäßigen Abschlagszahlungen begegnet. Durch die Bildung von Wertberichtigungen für erwartete und eingetretene Forderungsausfälle wird dem Ausfallrisiko Rechnung getragen (vgl. hierzu Anhangs-angabe 4.10).

Für alle anderen Vermögenswerte, die dem Wertminderungsmodell nach IFRS 9 unterliegen, werden aufgrund der durch das Management als unbedeutend eingeschätzten Ausfallrisikos der einzelnen Kontrahenten keine Kreditverluste erwartet.

Das maximale Ausfallrisiko der bilanzierten Vermögenswerte entspricht ihrem Buchwert.

7.2 Liquiditätsrisiko

Ausgehend von der Definition des IFRS 7 besteht ein Liquiditätsrisiko dann, wenn ein Unternehmen seinen finanziellen Verbindlichkeiten nicht nachkommen kann. Zur Sicherstellung der Zahlungsfähigkeit sowie der finanziellen Flexibilität des Konzerns wird eine ausreichende Reserve an flüssigen Mitteln und handelbaren Wertpapieren vorgehalten. Das Management des Konzerns überwacht die Liquidität der operativen Gesellschaften sowie des Gesamtkonzerns im Rahmen von rollierenden Cashflow Prognosen. Des Weiteren wird die Fälligkeitsstruktur der Finanzverbindlichkeiten kontinuierlich überprüft und optimiert.

Die folgenden Tabellen zeigen die undiskontierten, vertraglich vereinbarten Zahlungsmittelabflüsse aus finanziellen Verbindlichkeiten zum Bilanzstichtag.

31.12.2021 in TEUR	Buchwert	Zahlungen < 1 Jahr	Zahlungen 1 – 5 Jahre	Zahlungen > 5 Jahre
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	157.409	140.765	15.177	3.950
Verbindlichkeiten aus Darlehen von Dritten	46.619	18.740	30.679	185
Leasingverbindlichkeiten	54.633	8.047	19.211	39.023
Verbindlichkeiten aus Wandelschuldverschreibungen	20.614	1.299	1.299	23.887
Rückerstattungsverpflichtungen	22.473	22.473	0	0
Verbindlichkeiten aus Verkaufsoptionen von Anteilseignern ohne beherrschenden Einfluss	5.996	5.996	0	0
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten	79	74	5	0
Übrige sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	3.397	3.397	0	0
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	68.730	68.730	0	0
Zur Veräußerung gehaltene finanzielle Verbindlichkeiten	4.452	4.452	0	0

31.12.2020 in TEUR	Buchwert	Zahlungen < 1 Jahr	Zahlungen 1 – 5 Jahre	Zahlungen > 5 Jahre
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	16.191	12.042	4.669	816
Verbindlichkeiten aus Darlehen von Dritten	30.438	11.743	22.466	177
Leasingverbindlichkeiten	5.830	2.180	3.303	932
Rückerstattungsverpflichtungen	1.049	1.049	0	0
Verbindlichkeiten aus Verkaufsoptionen von Anteilseignern ohne beherrschenden Einfluss	11.122	11.684	0	0
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten	272	258	14	0
Übrige sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	951	921	30	0
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	17.939	17.939	0	0

7.3 Marktpreisrisiko

7.3.1 Wechselkursrisiko

Das operative Geschäft und die Finanzierungstätigkeiten unterliegen Wechselkursrisiken durch Transaktionen, die nicht in Euro vereinbart sind. Die für den Konzern wesentlichen Währungsrisiken resultieren aus Transaktionen in GBP und USD.

Die bestehenden Risikopositionen werden fortlaufend überwacht und durch gegenläufige bestehende Fremdwährungszahlungsströme gemindert. Des Weiteren wird ein aktives Währungsrisikomanagement durch den Einsatz von derivativen Finanzinstrumenten betrieben.

Die nachfolgende Aufstellung zeigt die Sensitivität des Konzernergebnisses vor Steuern und des Konzerneigenkapitals in Abhängigkeit von möglichen Änderungen der für den Konzern relevanten Wechselkurse (GBP, USD) ceteris paribus.

in TEUR	2021	2020
Auswirkungen auf das Konzernergebnis vor Steuern und das Eigenkapital bei Wechselkursänderung GBP +10 %	-108	297
Auswirkungen auf das Konzernergebnis vor Steuern und das Eigenkapital bei Wechselkursänderung GBP -10 %	132	-363
Auswirkungen auf das Konzernergebnis vor Steuern und das Eigenkapital bei Wechselkursänderung USD +10 %	1.049	20
Auswirkungen auf das Konzernergebnis vor Steuern und das Eigenkapital bei Wechselkursänderung USD -10 %	-1.282	25

7.3.2 Zinsänderungsrisiko

Der Konzern ist sowohl einem Zinsänderungsrisiko aus variabel verzinslichen Darlehen als auch einem Zinsänderungsrisiko für festverzinsliche Darlehen im Zeitpunkt der Refinanzierung ausgesetzt. Da der überwiegende Teil der Darlehen festverzinslich ausgestaltet ist, besteht nur ein unwesentliches Zinsänderungsrisiko für die Finanzierung des Konzerns. Im Hinblick auf die Refinanzierung von Darlehensausläufern und im Zusammenhang mit den variabel verzinsten Darlehen wird das Zinsniveau des Marktes durch das Management fortwährend überwacht, um gegebenenfalls notwendige Maßnahmen ergreifen zu können. Das Risiko aus variabel verzinslichen Finanzverbindlichkeiten wurde in der Berichtsperiode teilweise durch den Einsatz von entsprechenden laufzeit- und konditionskongruenten Zinsderivaten abgesichert.

Ferner besteht ein unwesentliches Zinsänderungsrisiko aus einer im Dezember 2020 an einen Dritten gewährten Ausleihung in Höhe von TEUR 100 mit fester Verzinsung und Endfälligkeit in Februar 2022, da diese erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet wird.

Insgesamt betrachtet hätten die Änderungen der Zinssätze in den Geschäftsjahren 2021 und 2020 keine nennenswerten Effekte auf das Periodenergebnis.

7.3.3 Anteilspreissrisiko

Der Konzern bilanziert seine Anteile an sonstigen Beteiligungen zum beizulegenden Zeitwert. Der beizulegende Zeitwert dieser größtenteils nicht notierten Eigenkapitalinstrumente kann aufgrund einer Reihe von Faktoren schwanken. Dementsprechend hängt die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns davon ab, wie gut sich diese Beteiligungen entwickeln. Die Strategie des Konzerns sieht eine langfristige Beteiligung vor. Dementsprechend besteht keine Strategie für das Management von kurzfristigen Anteilspreisschwankungen.

Zum 31. Dezember 2021 bilanzierte der Konzern Anteile an sonstigen Beteiligungen in Höhe von TEUR 16.901 (Vorjahr TEUR 3.479) zum beizulegenden Zeitwert. Davon entfielen TEUR 528 (Vorjahr TEUR 0) auf notierte Eigenkapitalinstrumente und TEUR 16.373 (Vorjahr TEUR 3.479) auf nicht notierte Eigenkapitalinstrumente, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden. Der beizulegende Zeitwert der nicht notierten Eigenkapitalinstrumente wurde auf der Basis von Transaktionspreisen/Marktpreisen oder mithilfe der DCF-Bewertungsmethode ermittelt.

Zum 31. Dezember 2021 entfielen TEUR 10.790 (Vorjahr TEUR 0) auf die auf Basis von Transaktionspreisen bewerteten nicht notierten Eigenkapitalinstrumente sowie TEUR 5.583 (Vorjahr TEUR 3.479) auf die mit der DCF Methode bewerteten nicht notierten Eigenkapitalinstrumente.

Sensitivitätsanalyse

Das Anteilspreissrisiko im Zusammenhang mit den notierten Eigenkapitalinstrumenten des Konzerns lässt sich damit verdeutlichen, dass eine Veränderung der Aktienkurse aller notierten Beteiligungen zum 31. Dezember 2021 um 5 % das Ergebnis und das Eigenkapital des Konzerns um TEUR 26 (Vorjahr TEUR 0) verändert hätte.

Das Anteilspreissrisiko im Zusammenhang mit Eigenkapitalinstrumenten des Konzerns, die auf Basis von Transaktionspreisen/Marktpreisen bewertet werden, lässt sich damit verdeutlichen, dass eine Veränderung der Preise dieser Beteiligungen zum 31. Dezember 2021 um 5 % das Ergebnis und das Eigenkapital des Konzerns um TEUR 540 (Vorjahr TEUR 0) verändert hätte.

Das Anteilspreissrisiko im Zusammenhang mit Eigenkapitalinstrumenten des Konzerns, die auf Basis von DCF-Methoden bewertet werden, ist in der folgenden Tabelle

dargestellt. Die Sensitivitätsanalyse wurde für die wesentlichen Faktoren Umsatzwachstum und WACC durchgeführt.

in TEUR		WACC		
		-1 %	0 %	+1 %
Umsatz	-1 %	5.207	4.478	3.901
	0 %	6.496	5.583	4.864
	+1 %	7.786	6.688	5.828

8 Kapitalrisikomanagement

Die Ziele des Konzerns im Hinblick auf das Kapitalmanagement liegen zum einen in der Sicherstellung der Unternehmensfortführung, um den Anteilseignern weiterhin Erträge und anderen Interessenten die ihnen zustehenden Leistungen bereitzustellen, zum anderen in der Aufrechterhaltung der Kapitalstruktur, um die Kapitalkosten zu reduzieren. Zur Optimierung der Kapitalkosten wird die Kapitalstruktur regelmäßig auf Basis verschiedener Finanzkennzahlen überwacht. Wichtigste Kennzahl ist in diesem Zusammen die Eigenkapitalquote, die sich weiter verbessern soll.

in TEUR	2021	2020
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital	194.600	96.477
Finanzielle Verbindlichkeiten und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	379.950	82.742
davon langfristig	113.769	26.982
davon kurzfristig	266.181	55.760
Gesamtkapital	574.550	179.220
Eigenkapitalquote (Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital / Gesamtkapital)	33,87 %	53,83 %

9 Anteilsbasierte Vergütung

9.1 Anteilsbasierte Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente

Die The Social Chain AG hat Optionsprogramme für das Management, leitende Angestellte und andere Schlüsselmitarbeiter aufgelegt. In diesem Zusammenhang hat die Gesellschaft in den Geschäftsjahren 2019, 2020 und 2021 Mitarbeiteroptionen in fünf Tranchen mit einer Laufzeit von zehn Jahren, bestehend aus einer Wartezeit von vier Jahren und einem Ausübungszeitraum von sechs Jahren, ausgegeben. Innerhalb des Ausübungszeitraums ist die Ausübung der Optionen nur in bestimmten Zeitintervallen abhängig vom Datum einer Hauptversammlung oder der Bekanntgabe von Halbjahresergebnissen oder Quartalsberichten bzw. Zwischenmitteilungen möglich.

Alle Optionen unterliegen zwei Marktbedingungen: einem Erfolgsziel und einem betragsmäßigen Cap.

Das Erfolgsziel besteht darin, dass die Optionen nur dann ausübbar werden, wenn der durchschnittliche, volumengewichtete Aktienkurs während der letzten zehn Börsenhandels-tage vor Beginn des jeweiligen Ausübungszeitraums den Ausübungspreis um mindestens 10 % für Tranche 19-I und um mindestens 20 % für die Tranchen 19-II, 20-I, 20-II und 2021 übersteigt.

Der Cap greift, wenn der Aktienkurs in den drei Monaten vor Beginn eines Ausübungszeitraums um mehr als 50 % gestiegen ist und ein Referenzindex im gleichen Zeitraum nicht um mindestens 2/3 der Wertentwicklung der Aktie gestiegen ist. Der Cap entspricht dem doppelten Betrag der jährlichen Bruttovergütung (einschließlich sämtlicher der Einkommensteuer unterliegenden Nebenleistungen), welche der Optionsberechtigte in den vergangenen zwölf Monaten vor dem Ausübungstag von der Gesellschaft bzw. einem verbundenen Unternehmen erhalten hat.

Der Großteil der Optionen der Optionsprogramme 2019 und 2020 wird vollständig am Tag der Gewährung erdient. Der daraus resultierende Aufwand wird folglich vollständig zum Zeitpunkt der Gewährung erfasst. Die Optionen von zwei Mitarbeitern unterliegen zum Teil einer Vesting-Periode von zwei Jahren. Die Optionen des Optionsprogramms 2021 unterliegen einer Vesting-Periode von 18 Monaten, bis auf die Optionen eines Mitarbeiters, die sofort erdient wurden. Optionen, die einer Vesting-Periode unterliegen, müssen monatlich erdient werden. Erdiente Optionen verfallen

nicht bei Beendigung des Arbeitsverhältnisses. Wenn ein Exit-Event eintritt, werden alle Optionen vollständig erdient („beschleunigtes Vesting“). Der aus den Optionen mit Vesting-Klausel resultierende Aufwand wird anteilig während der Vesting-Periode erfasst.

Nach IFRS 2 werden die Mitarbeiteroptionen als anteilsbasierte Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente bilanziert. Alternativ zur Erfüllung in Aktien kann der Vorstand festlegen, dass die Gesellschaft den Unterschiedsbetrag zwischen Ausübungspreis und dem Vergleichspreis in bar an den Berechtigten zahlt. Da diese Variante weder realistisch noch gewünscht ist, wurde eine Erfüllung in Aktien für alle ausgegebenen Optionen unterstellt.

Die Bewertung der Optionen basiert auf Monte-Carlo-Simulationen. Der Cap wurde nicht berücksichtigt, da dessen Eintrittswahrscheinlichkeit nicht wesentlich ist und selbst, wenn der Cap greifen würde, er sich aufgrund seiner Höhe nicht im gleichen Verhältnis auf den beizulegenden Zeitwert der Optionen auswirkt.

Die folgende Tabelle veranschaulicht die Anzahl und die unterjährige Veränderung der ausstehenden Optionen:

in TEUR	2021	2020
Ausstehend zum 1. Januar	928.049	230.000
Im Geschäftsjahr gewährt	109.930	698.049
Im Geschäftsjahr ausgeübt	–	-
Im Geschäftsjahr verfallen	–	-
Ausstehend zum 31. Dezember	1.037.979	928.049
Ausübbar zum 31. Dezember	–	-

In der folgenden Tabelle sind die Input-Faktoren zur Bestimmung des beizulegenden Zeitwerts der Optionen dargestellt:

	2021
Tranche	2021
Bewertungsstichtag ¹	27.09.2021
Beizulegender Zeitwert je Option	EUR 16,23
Aktienkurs ²	EUR 42,60
Ausübungspreis ³	EUR 42,11
Laufzeit ⁴	8 Jahre
Risikofreier Zinssatz ⁵	-0,53 %
Erwartete annualisierte Volatilität ⁶	36,75 %

	2020		2019	
Tranche	20-I	20-II	19-I	19-II
Bewertungsstichtag ¹	12.08.2020	23.12.2020	01.10.2019	16.10.2019
Beizulegender Zeitwert je Option	EUR 7,08	EUR 10,23	EUR 5,51	EUR 8,97
Aktienkurs ²	EUR 19,55	EUR 26,30	EUR 11,80	EUR 21,00
Ausübungspreis ³	EUR 21,15	EUR 25,77	EUR 8,13	EUR 15,70
Laufzeit ⁴	10 Jahre	10 Jahre	10 Jahre	10 Jahre
Risikofreier Zinssatz ⁵	-0,47 %	-0,62 %	-0,53 %	-0,44 %
Erwartete annualisierte Volatilität ⁶	43,71 %	43,90 %	35,34 %	35,43 %

¹ Die Optionen der Tranchen 19-II, 20-I, 20-II und 2021 wurden gemäß IFRS 2 am Tag ihrer Gewährung bewertet. Die Optionen der Tranche 19-I wurden am 18. Juli 2019 und damit vor dem Erwerbszeitpunkt der Reverse Akquisition gewährt. Deshalb wurden sie zum Erwerbszeitpunkt bewertet.

² Schlusskurs der Börse Düsseldorf

³ Der Ausübungspreis entspricht dem volumengewichteten, durchschnittlichen Aktienkurs der letzten zehn Börsenhandelstage vor dem jeweiligen Zeitpunkt der Gewährung, jedoch mindestens dem auf eine Aktie entfallenden anteiligen Betrag des Grundkapitals der Gesellschaft.

⁴ Es wurde angenommen, dass die Optionen am Ende der zehn Jahre ausgeübt werden.

⁵ Der risikofreie Zinssatz wurde laufzeitäquivalent aus deutschen Staatsanleihen abgeleitet.

⁶ Die erwartete Volatilität wurde auf Basis der historischen Volatilität einer Peer Group ermittelt.

Im Geschäftsjahr 2021 wurde ein Gesamtaufwand aus dem Aktienoptionsprogramm in Höhe von TEUR 790 (Vorjahr TEUR 5.609) erfasst. Das Eigenkapital erhöhte sich durch Ausgabe der Optionen um TEUR 790 (Vorjahr TEUR 5.609).

9.2 Anteilsbasierte Vergütung mit Barausgleich

Die KoRo Handels GmbH, Berlin, ein Tochterunternehmen der The Social Chain AG, hat im Geschäftsjahr 2021 zwei Mitarbeitern virtuelle Geschäftsanteile gewährt. Dabei haben die Mitarbeiter kein eigenes Kapital eingesetzt und erhalten ausschließlich die nach Maßgabe der „Ausgabevereinbarung für virtuelle Geschäftsanteile“ zu ermittelnde Sondervergütung als zusätzliche Vergütungskomponente im Falle eines sog. „Exits“.

Der Anspruch des einen begünstigten Mitarbeiters auf eine Sondervergütung aus insgesamt 455 zugewendeten virtuellen Geschäftsanteilen soll wirtschaftlich über eine bestimmte Laufzeit erdient werden („Vesting-Periode“). Die Vesting-Periode beginnt dabei sechs Monate nach dem Zuwendungszeitpunkt („Cliff-Periode“). Die Vesting-Periode endet spätestens zum jeweils frühesten Zeitpunkt der Beendigung des Anstellungs- oder Dienstverhältnisses des Begünstigten mit der Gesellschaft, des Exits oder 24 Monate nach Beginn der Vesting-Periode unter Berücksichtigung einer möglichen Fristverlängerung.

Der Anspruch des zweiten begünstigten Mitarbeiters auf eine Sondervergütung aus den jeweils zugewendeten virtuellen Geschäftsanteilen soll nur teilweise wirtschaftlich über eine bestimmte Laufzeit des Begünstigten erdient werden („Vesting-Periode“). 500 der gesamten zustehenden virtuellen Geschäftsanteile werden sofort d. h. ohne Cliff- oder Vesting-Periode gewährt. Die Vesting-Periode für die übrigen 835 virtuellen Geschäftsanteile beginnt am 1. April 2021 und endet spätestens zum jeweils früheren Zeitpunkt der Beendigung des Anstellungs- oder Dienstverhältnisses des Begünstigten mit der Gesellschaft, des Exits oder 15 Monate nach Beginn der Vesting-Periode unter Berücksichtigung einer möglichen Fristverlängerung.

Die Bewertung der Verpflichtung aus den virtuellen Geschäftsanteilen basiert auf Monte-Carlo-Simulationen. In der folgenden Tabelle sind die Input-Faktoren zur Bestimmung des beizulegenden Zeitwerts der Verpflichtung dargestellt:

in TEUR	Mitarbeiter 1	Mitarbeiter 2
Zuwendungszeitpunkt	31.03.2021	01.06.2021
Gewährte virtuelle Geschäftsanteile	1.335	455
davon mit Vesting	500	0
davon ohne Vesting	835	455
Ausübungspreis	EUR 198	EUR 833
Beginn der Vesting-Periode	01.04.2021	01.01.2022
Vesting-Periode in Jahren	1,25	2,00
Ende der Vesting-Periode (spätestens)	30.06.2022	01.01.2024
Wahrscheinlichkeit eines Exits	90 %	90 %
Exit-Zeitpunkt	30.06.2023	30.06.2023
Laufzeit	1,5 Jahre	1,5 Jahre
Unternehmenswert	TEUR 107.500	TEUR 107.500
Transaktionskosten (5%)	TEUR 5.375	TEUR 5.375
Spot	TEUR 102.125	TEUR 102.125
Strike	TEUR 1.722	TEUR 1.837
Dividendenrendite	-	-
Risikoloser Zinssatz	-0,75%	-0,75%
Volatilität	18,50%	18,50%
Optionspreis pro Geschäftsanteil ohne Exit-Wahrscheinlichkeit	2.125	2.123
Optionspreis pro Geschäftsanteil mit Exit-Wahrscheinlichkeit	1.913	1.911

Im Geschäftsjahr 2021 wurde ein Gesamtaufwand aus den virtuellen Geschäftsanteilen in Höhe von TEUR 2.768 (Vorjahr TEUR 0) sowie eine Verpflichtung in Höhe von TEUR 2.768 (Vorjahr TEUR 0) erfasst. Die Verpflichtung ist in der Bilanz in der Position „Zur Veräußerung gehaltene Schulden“ enthalten.

10 Eventualschulden und sonstige finanzielle Verpflichtungen

Zum Bilanzstichtag der Geschäftsjahre 2021 und 2020 bestanden keine wesentlichen Eventualschulden.

Mit Ausnahme von kurzfristigen Leasingverhältnissen und Leasingverhältnissen über Leasinggegenständen von geringem Wert bestehen keine sonstigen finanziellen Verpflichtungen, die nicht bilanziert sind.

11 Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen

Nahestehende Unternehmen und Personen sind Gesellschafter mit maßgeblichem Einfluss auf den TSC Konzern, assoziierte Unternehmen, Gemeinschaftsunternehmen, nicht konsolidierte Tochtergesellschaften und Personen, die einen maßgeblichen Einfluss auf die Finanz- und Geschäftspolitik des Konzerns haben. Personen mit maßgeblichem Einfluss auf die Finanz- und Geschäftspolitik des Konzerns umfassen sämtliche Personen in Schlüsselpositionen und deren nahestehende Familienangehörige. Innerhalb des Konzerns trifft dies auf die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrates der Muttergesellschaft zu. Salden und Geschäftsvorfälle zwischen den vollkonsolidierten Konzerngesellschaften werden bei der Konsolidierung eliminiert und daher nicht weiter erläutert.

11.1 Transaktionen mit nahestehenden Unternehmen und Personen

Der Konzern hat für zwei Arten von nahestehenden Unternehmen und Personen identifiziert: Das Management in Schlüsselpositionen und die Gruppe der anderen nahestehenden Unternehmen und Personen.

Die Transaktionen in den Geschäftsjahren 2021 und 2020 und die offenen Salden mit dem Management in Schlüsselpositionen lauten wie folgt:

in TEUR	2021	2020
Erlöse aus dem Verkauf von Waren und Dienstleistungen	0	0
Zinsaufwand	0	2
Zinsertrag	0	0

in TEUR	31.12.2021	31.12.2020
Darlehensforderungen	0	0
davon besichert	0	0
Darlehensverbindlichkeiten	177	27
davon besichert	0	0

Die Transaktionen in den Geschäftsjahren 2021 und 2020 und die offenen Salden mit anderen nahestehenden Unternehmen und Personen lauten wie folgt:

in TEUR	2021	2020
Erlöse aus dem Verkauf von Waren und Dienstleistungen	1	114
Rechts- und Beratungskosten	1.500	0
Zinsaufwand	986	283
Zinsertrag	1.241	4

in TEUR	31.12.2021	31.12.2020
Darlehensforderungen	352	150
davon besichert	0	0
Darlehensverbindlichkeiten	45.863	19.488
davon besichert	0	0

Andere nahestehende Unternehmen und Personen beziehen sich hauptsächlich auf Beteiligungen des Schlüsselmanagements.

Der Verkauf von Waren und Dienstleistungen wurde zu marktüblichen Konditionen vorgenommen.

Die ausstehenden Beträge werden in bar beglichen. Es wurden keine Rückstellungen für zweifelhafte Forderungen in Bezug auf die von nahestehenden Unternehmen und Personen geschuldeten Beträge gebildet.

Die von nahestehenden Unternehmen und Personen erhaltenen Darlehen wurden mit Zinssätzen von 3 % bis 6 % versehen. Die Zinserträge mit anderen nahestehenden

Unternehmen und Personen resultieren aus der Abzinsung der Darlehensverbindlichkeiten bei Zugang aufgrund einer Verzinsung unter dem Marktzins. Diese Zinserträge gleichen sich im Zeitablauf durch höhere Zinsaufwendungen wieder aus.

11.2 Vergütung des Managements in Schlüsselpositionen

Vergütung des Vorstands

Die Mitglieder des Vorstands sind:

Name	Position
Wanja S. Oberhof	Vorstand (CEO)
Christian Senitz	Finanzvorstand (CFO) seit 1. März 2021
Ralf Dümmel	Produkt- und Dienstleistungsvorstand (CPO) seit 8. Dezember 2021

Die Vergütung des Vorstands stellt sich wie folgt dar:

in TEUR	31.12.2021	31.12.2020
Kurzfristig fällige Leistungen an Arbeitnehmer	802	669
Vorsorgeleistungen	20	18
Andere langfristige Vorteile	0	0
Aktienbasierte Vergütung	268	2.132
Summe	1.090	2.819

Die Vergütung des Vorstands umfasst Gehälter und Sachleistungen. Die Mitglieder des Vorstands nehmen auch am Aktienoptionsprogramm des Konzerns teil.

Die weiteren Angaben zur Vergütung des Vorstands nach § 314 Abs. 1 Nr. 6a HGB sind dem Vergütungsbericht zu entnehmen, der auf der Internetseite der TSC AG unter <https://socialchain.com/investor-relations/corporate-governance> öffentlich zugänglich ist.

Vergütung des Aufsichtsrates

Die Bezüge des Aufsichtsrates der Muttergesellschaft für die Wahrnehmung der Aufgaben im Mutterunternehmen und den Tochtergesellschaften beliefen sich auf TEUR 150 (Vorjahr TEUR 150) und bestehen ausschließlich aus kurzfristig fälligen Leistungen. Die Mitglieder des Aufsichtsrates erhielten keine Kredite und Vorschüsse.

Die Mitglieder des Aufsichtsrates sowie weitere Angaben nach § 314 Abs. 1 Nr. 6a HGB sind dem Vergütungsbericht zu entnehmen, der auf der Internetseite der TSC AG unter <https://socialchain.com/investor-relations/corporate-governance> öffentlich zugänglich ist.

Das Management in Schlüsselpositionen kontrolliert 53,12 % (Vorjahr 57,72 %) der stimmberechtigten Aktien der Gesellschaft. Eine Reihe von Mitgliedern des Managements in Schlüsselpositionen hat Positionen in anderen Unternehmen inne, die dazu führen, dass sie die Kontrolle oder einen wesentlichen Einfluss auf diese Unternehmen haben. Eine Reihe dieser Unternehmen tätigte im Berichtsjahr Transaktionen mit dem Konzern (siehe hierzu Anhangsangabe 11.1.).

12 Zusätzliche Pflichtangaben gemäß HGB

12.1 Mitarbeiter

Die durchschnittliche Mitarbeiterzahl nach Funktionen stellt sich wie folgt dar:

	2021	2020
Einkauf	113	23
Vertrieb	240	133
Verwaltung	258	110
Operations	397	214
Logistik	162	54
Product & IT Development	67	49
Andere	34	18
Summe	1.271	601

12.2 Honorar des Abschlussprüfers

Das von dem Abschlussprüfer für das Geschäftsjahr berechnete Gesamthonorar beträgt TEUR 897 (Vorjahr TEUR 649) und teilt sich wie folgt auf:

in TEUR	2021	2020
Abschlussprüfungsleistungen	782	492
Andere Bestätigungsleistungen	115	0
Steuerberatungsleistungen	-	41
Sonstige Leistungen	-	116
Summe	897	649

13 Ereignisse nach dem Ende des Berichtszeitraums

Mit Datum vom 2. Februar 2022 hat die TSC AG eine Inhaberschuldverschreibung (Zinssatz 8,5%) (ISIN DE000A3MQL79) platziert. Der Nettoemissionserlös für die im Rahmen der Eigenemission ausgegebenen 5.000 Teilschuldverschreibungen im Nennwert von je EUR 1.000,00 betrug EUR 5.000.000,00.

Am 3. März 2022 hat die DS Produkte GmbH, Stapelfeld, eine 100%-ige Tochtergesellschaft der TSC AG, mit notariell beurkundetem Verkaufsvertrag ihre gesamten Betriebsgrundstücke in Stapelfeld, mit insgesamt 10.623 qm Grundstücksfläche, zu einem Verkaufspreis in Höhe von EUR 11,7 Mio. veräußert, sowie, mit Wirkung zu gleichem Zeitpunkt, von der Käufergemeinschaft zu einer vereinbarten Laufzeit von 15 Jahren (plus mieterseitiger Verlängerungsoption von zwei Mal fünf Jahren) angemietet. Der monatliche Mietzins wurde in Höhe von TEUR 66,7 vereinbart.

Am 15. März 2022 hat die The Social Chain AG mit notariell beurkundeten Verkaufs- und Übertragungsvertrag 19.249 ihrer zum 31. Dezember 2021 direkt und indirekt gehaltenen 26.442 Anteile an der KoRo Handels GmbH mit Sitz in Berlin (die „KoRo“) veräußert. Der Verkauf erfolgt im Rahmen des Einstiegs mehrerer international renommierter institutioneller Finanzinvestoren sowie verschiedener weiterer Angel-Investoren bei der KoRo, mit denen ebenfalls zu diesem Tag eine Investment- und Gesellschaftervereinbarung abgeschlossen worden ist.

Im Rahmen der vorgenannten Transaktion wurden die unter den bisherigen Altgesellschaftern der KoRo bestehenden gesellschaftsrechtlichen Verhältnisse umfangreich sortiert, einschließlich der einvernehmlichen Aufhebung von vertraglichen Put-Optionen mit Wirkung für die Vergangenheit und die Zukunft.

Nach erfolgtem Vollzug des Verkaufs und der Übertragung der Geschäftsanteile wird die Gesellschaft an der KoRo Handels GmbH weiterhin als wesentlicher strategischer Minderheitsgesellschafter beteiligt bleiben und einen ständigen Sitz im neu eingerichteten Advisory Board unter dem Vorsitz von Dr. Georg Kofler erhalten.

Die Anteilsbesitzquote der TSC AG ist durch die Transaktion von 58,18 % auf 14,41 % gesunken, sodass die TSC AG keinen beherrschenden Einfluss mehr auf die Gesellschaft ausübt. Der Konzern wird die KoRo entsprechend in Q1 2022 entkonsolidieren und zukünftig als sonstige Beteiligung erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert (FVTPL) bilanzieren.

Die Gesellschaft erzielt aus dem Verkauf der Geschäftsanteile einen signifikanten Veräußerungsgewinn im mittleren zweistelligen Millionenbereich. Über die weiteren Parameter der Transaktion haben die Parteien vertraglich Stillschweigen vereinbart.

Am 25. März 2022 hat die The Social Chain AG nach Maßgabe eines Verkaufs- und Übertragungsvertrag ihren 49%-Anteil an der FFLV Inc., einer Gesellschaft nach dem Gründungsrecht von Delaware, USA an den bisherigen Mehrheitsgesellschafter gegen Zahlung eines Kaufpreises in Höhe von USD 1,0 Mio. veräußert. Für die Kaufpreiszahlung für die Anteile an der FFLV wurde statt der sofortigen Zahlung eine vollständig abgesicherte Schuldverschreibung seitens des Käufers gegenüber der TSC AG erklärt und vereinbart.

Mit gleichem Vertrag hat die SC Fun Inc., eine Tochtergesellschaft der FFLV Inc. ihre in Höhe von 10% bestehende Beteiligung an der A4D Holdings II LLC an den Mehrheitsgesellschafter der A4D Holdings II LLC gegen Zahlung eines Kaufpreises in Höhe von USD 1,0 Mio. veräußert. Der Kaufpreis für die Beteiligung an der A4D Holdings II LLC wurde vollständig an die TSC AG gezahlt, wodurch von dieser an die FFLV Inc. (und sodann von der FFLV Inc. an die SC Fun Inc.) ausgegebene Darlehen in gleicher Höhe schuldbefreiend für die SC Fun Inc. und die FFLV Inc. zurückgezahlt worden sind. Im Zuge der Transaktion wurde zudem ein in Höhe von USD 1,5 Mio. bestehendes Darlehen der TSC AG an die A4D Holdings II LLC einschließlich aufgelaufener Zinsen zum 31. März 2022 vollständig an die TSC AG zurückgeführt.

Am 24.02.2022 hat Russland die Ukraine militärisch angegriffen. Zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts halten die kriegerischen Auseinandersetzungen weiter an und es ist nicht vorhersehbar, welchen Verlauf dieser Konflikt noch nehmen wird. Diese Situation führt zu Unsicherheiten und Risiken hinsichtlich der Entwicklung der Weltwirtschaft sowie der Branchen, in denen unser Konzern tätig ist. Auf unsere Geschäftstätigkeit wirkt der Krieg zwischen Russland und der Ukraine – sei es in Form einer erhöhten Risikoexposition oder teilweise bereits materialisierter Risiken – gleich in mehrfacher Hinsicht negativ.

Zu nennen sind hierbei insbesondere nachfolgende Risiken:

- Zunahme der Störungen der globalen Liefer- und Logistikketten. So hat der TSC-Konzern bspw. bislang Holzprodukte aus der Ukraine bezogen. Diese Lieferungen können derzeit nicht aufrechterhalten werden.

- Weiterer Anstieg der Energie-, Material- und Fracht- und Transportkosten. Diese Mehrkosten werden nicht oder nur in geringem Maße durch Erhöhung der Verkaufspreise aufgefangen werden können.
- Abflauen oder gar Einbruch der Konsumnachfrage (u.a. als Reaktion auf die stark gestiegenen Lebenshaltungskosten).
- Anstieg der Anzahl an Cyber-Attacken.

Wir beobachten und analysieren die Entwicklungen kontinuierlich und leiten für uns konkrete Gegenmaßnahmen ab, um etwaige negative Auswirkungen zu minimieren.

Dieser Krieg hat bis zu diesem Zeitpunkt bereits deutlich negativere Auswirkungen auf die Weltwirtschaft als andere militärische Auseinandersetzungen der jüngeren Vergangenheit. Der mögliche Verlauf, die Dauer und der Ausgang des Konflikts sowie die damit verbundenen Auswirkungen auf die (weltweite) politische und wirtschaftliche Gesamtlage sind allerdings nach wie vor sehr unklar. Ferner muss das mit diesem Krieg verbundene weitere Eskalationspotential als besorgniserregend eingestuft werden.

Wir monitoren die Lage sehr genau und werden die sich aus dem Konflikt ergebenden Belastungen in den regelmäßigen Forecasts der Konzernergebnisvorschau berücksichtigen.

Es fanden keine weiteren Ereignisse von besonderer Bedeutung für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage nach dem Ende des Geschäftsjahres statt.

14 Corporate Governance

Vorstand und Aufsichtsrat der The Social Chain AG haben eine Erklärung zum Corporate Governance Kodex nach § 161 AktG abgegeben und diese Erklärung auf der Internetseite der Gesellschaft <https://socialchain.com/investor-relations/corporate-governance> dauerhaft zugänglich gemacht.

15 Genehmigung des Abschlusses zur Veröffentlichung

Der Aufsichtsrat wird voraussichtlich den vorliegenden Konzernabschluss am 27. April 2022 billigen. Die Veröffentlichung ist ebenfalls für den 27. April 2022 vorgesehen.

Berlin, den 27. April 2022

Wanja S. Oberhof

Ralf Dümmel

Christian Senitz

Bestätigungsvermerk des unabhängigen Abschlussprüfers

Vermerk über die Prüfung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts

Prüfungsurteile

Wir haben den Konzernabschluss der The Social Chain AG und ihrer Tochtergesellschaften (der Konzern) – bestehend aus der Konzernbilanz zum 31. Dezember 2021, der Konzern-Gesamtergebnisrechnung, der Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung und der Konzern-Kapitalflussrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2021 bis zum 31. Dezember 2021 sowie dem Konzern-Anhang, einschließlich einer Zusammenfassung bedeutsamer Rechnungslegungsmethoden – geprüft. Darüber hinaus haben wir den Konzernlagebericht der The Social Chain AG, der mit dem Lagebericht der Gesellschaft zusammengefasst ist, nachfolgend „Konzernlagebericht“ genannt, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2021 bis zum 31. Dezember 2021 geprüft. Die im Abschnitt „Sonstige Informationen“ unseres Bestätigungsvermerks genannten Bestandteile haben wir in Einklang mit den deutschen gesetzlichen Vorschriften nicht inhaltlich geprüft.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse

- entspricht der beigefügte Konzernabschluss in allen wesentlichen Belangen den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315e Abs. 1 HGB anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens- und Finanzlage des Konzerns zum 31. Dezember 2021 sowie sei-

ner Ertragslage für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2021 bis zum 31. Dezember 2021 und

- vermittelt der beigefügte Konzernlagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns. In allen wesentlichen Belangen steht dieser Konzernlagebericht in Einklang mit dem Konzernabschluss, entspricht den deutschen gesetzlichen Vorschriften und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar. Unser Prüfungsurteil zum Konzernlagebericht erstreckt sich nicht auf den Inhalt der im Abschnitt „Sonstige Informationen“ genannten Bestandteile des Konzernlageberichts.

Gemäß § 322 Abs. 3 Satz 1 HGB erklären wir, dass unsere Prüfung zu keinen Einwendungen gegen die Ordnungsmäßigkeit des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts geführt hat.

Grundlage für die Prüfungsurteile

Wir haben unsere Prüfung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts in Übereinstimmung mit § 317 HGB und der EU-Abschlussprüferverordnung (Nr. 537/2014; im Folgenden „EU-APrVO“) unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführt. Unsere Verantwortung nach diesen Vorschriften und Grundsätzen ist im Abschnitt „Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Konzernabschlusses und des

Konzernlageberichts“ unseres Bestätigungsvermerks weitergehend beschrieben. Wir sind von den Konzernunternehmen unabhängig in Übereinstimmung mit den europarechtlichen sowie den deutschen handelsrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und haben unsere sonstigen deutschen Berufspflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt. Darüber hinaus erklären wir gemäß Artikel 10 Abs. 2 Buchst. f) EU-APrVO, dass wir keine verbotenen Nichtprüfungsleistungen nach Artikel 5 Abs. 1 EU-APrVO erbracht haben. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zum Konzernabschluss und zum Konzernlagebericht zu dienen.

Besonders wichtige Prüfungssachverhalte in der Prüfung des Konzernabschlusses

Besonders wichtige Prüfungssachverhalte sind solche Sachverhalte, die nach unserem pflichtgemäßen Ermessen am bedeutsamsten in unserer Prüfung des Konzernabschlusses für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2021 bis zum 31. Dezember 2021 waren. Diese Sachverhalte wurden im Zusammenhang mit unserer Prüfung des Konzernabschlusses als Ganzem und bei der Bildung unseres Prüfungsurteils hierzu berücksichtigt; wir geben kein gesondertes Prüfungsurteil zu diesen Sachverhalten ab.

Aus unserer Sicht waren folgende Sachverhalte am bedeutsamsten in unserer Prüfung:

- Werthaltigkeit der Geschäfts- oder Firmenwerte
- Unternehmenserwerb DS Gruppe

Unsere Darstellung dieser besonders wichtigen Prüfungssachverhalte haben wir wie folgt strukturiert:

1. Sachverhalt und Problemstellung
2. Prüferisches Vorgehen und Erkenntnisse
3. Verweis auf weitergehende Informationen

Nachfolgend stellen wir die besonders wichtigen Prüfungssachverhalte dar:

Werthaltigkeit des Geschäfts- oder Firmenwerts

1. Im Konzernabschluss der The Social Chain AG zum 31. Dezember 2021 wird unter dem Bilanzposten „Geschäfts- oder Firmenwert“ ein Wert in Höhe von EUR 201,4 Mio. ausgewiesen. Die Gesellschaft ordnet die Geschäfts- oder Firmenwerte der relevanten Gruppe von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten zu. Die Geschäfts- oder Firmenwerte werden jährlich zum Bilanzstichtag (anlassunabhängig) oder anlassbezogen von der Gesellschaft einem Werthaltigkeitstest („Impairment Test“) unterzogen. Hierbei wird der Buchwert mit dem erzielbaren Betrag der jeweiligen zahlungsmittelgenerierenden Einheit verglichen. Liegt der Buchwert über dem erzielbaren Betrag, ergibt sich ein Abwertungsbedarf. Der erzielbare Betrag ist der höhere Wert aus dem beizulegenden Zeitwert abzüglich Kosten der Veräußerung und dem Nutzungswert der zahlungsmittelgenerierenden Einheit. Grundlage dieser Bewertung ist regelmäßig der Barwert künftiger Zahlungsströme der zahlungsmittelgenerierenden Einheit, der der Geschäfts- oder Firmenwert zuzuordnen ist. Der Bewertung liegt die Planungsrech-

nung der zahlungsmittelgenerierenden Einheit zugrunde, die auf dem vom Vorstand erstellten und vom Aufsichtsrat gebilligten Finanzplan beruht. Die Abzinsung erfolgt mittels der gewichteten durchschnittlichen Kapitalkosten der zahlungsmittelgenerierenden Einheit.

The Social Chain AG ermittelt den Nutzungswert in einem komplexen Berechnungsmodell mittels eines DCF-Verfahrens. Dabei ist neben den Prognosen künftiger Zahlungsströme im Wesentlichen die Bestimmung des WACC als ermessensbehaftet einzustufen. Da sich bereits geringe Änderungen der Prognosen künftiger Zahlungsströme bzw. des WACC wesentlich auf den erzielbaren Betrag auswirken können, bestehen im Hinblick auf die Bewertung der Geschäfts- oder Firmenwerte erhebliche Schätzunsicherheiten, weswegen dieser Sachverhalt im Rahmen unserer Prüfung von besonderer Bedeutung ist.

2. Um dieses Risiko zu adressieren, haben wir die Annahmen und Schätzungen des Managements kritisch hinterfragt und dabei unter anderem die folgenden Prüfungshandlungen durchgeführt:
 - Im Rahmen unserer Prüfungshandlungen haben wir uns ein Verständnis über den Prozess der Gesellschaft zum Impairment Test verschafft.
 - Wir haben das methodische Vorgehen zur Durchführung des Impairment Tests nachvollzogen und die Ermittlung der gewichteten durchschnittlichen Kapitalkosten beurteilt.
 - Wir haben uns davon überzeugt, dass die der

Bewertung zugrundeliegenden künftigen Zahlungsmittelzuflüsse und die verwendeten Diskontierungszinssätze insgesamt eine sachgerechte Grundlage für den Impairment Test der zahlungsmittelgenerierenden Einheit bilden.

- Bei unserer Einschätzung haben wir uns unter anderem auf einen Abgleich mit den aktuellen Planzahlen aus der von The Social Chain AG erstellten Detailplanung gestützt. Wir haben weiterhin geprüft, dass die Plandaten aus den jeweiligen vom Vorstand verabschiedeten und vom Aufsichtsrat gebilligten Fünfjahresplanungen richtig abgeleitet wurde. Die Plausibilität der Planungsannahmen haben wir auch anhand branchenspezifischer Markterwartungen beurteilt.
- Mit der Kenntnis, dass bereits relativ kleine Veränderungen des Diskontierungszinssatzes wesentliche Auswirkungen auf die Höhe des auf diese Weise ermittelten Nutzungswertes haben können, haben wir uns mit den bei der Bestimmung des verwendeten Diskontierungszinssatzes herangezogenen Parametern einschließlich der gewichteten durchschnittlichen Kapitalkosten („Weighted Average Cost of Capital“) beschäftigt und das Berechnungsschema der Gesellschaft nachvollzogen.
- Ferner haben wir ergänzend Sensitivitätsanalysen durchgeführt, um ein mögliches Wertminderungsrisiko bei einer für möglich gehaltenen Änderung einer wesentlichen Annahme der Bewertung einschätzen zu können. Die Auswahl basierte auf qualitativen Aspekten,

insbesondere hinsichtlich der Fortführung des Wachstumspfad.

Wir haben festgestellt, dass die Geschäfts- oder Firmenwerte und insgesamt der Buchwert der relevanten Gruppe von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten zum Bilanzstichtag durch die diskontierten künftigen Cashflows gedeckt ist.

3. Die Angaben der Gesellschaft zum Geschäfts- oder Firmenwert sind in den Textziffern 1.7.7 und 4.1 des Anhangs enthalten.

Unternehmenserwerb DS-Gruppe

1. Mit Kaufvertrag vom 19. Oktober 2021 und Closing zum 08. Dezember 2021 hat die The Social Chain AG sämtliche Anteile der DS Holding GmbH übernommen und somit seit dem 08. Dezember 2021 (Erwerbszeitpunkt) Beherrschung über die DS Holding GmbH und deren mittel- und unmittelbaren Tochtergesellschaften erlangt.

Die Gesamtgegenleistung zum Erwerbszeitpunkt beträgt EUR 212,2 Mio. Unter Berücksichtigung des im Rahmen der zum 31. Dezember 2021 noch vorläufigen Kaufpreisallokation ermittelten erworbenen Nettovermögens in Höhe von EUR 67,1 Mio. und den Nicht beherrschenden Anteilen in Höhe von EUR 0,0 Mio. ergibt sich ein Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von EUR 145,1 Mio.

Das Nettovermögen ergibt sich als Saldo aus den erworbenen Vermögenswerten und den übernommenen Schulden, die nach IFRS 3 im Regelfall zum

beizulegenden Zeitwert im Erwerbszeitpunkt angesetzt werden. Zur Identifikation und Bewertung der erworbenen Vermögenswerte und übernommenen Schulden hat The Social Chain AG einen unabhängigen Sachverständigen hinzugezogen.

Die Identifikation und die Bewertung der erworbenen Vermögenswerte und übernommenen Schulden sind komplex und beruhen teils auf ermessensbehafteten Annahmen des Vorstands. Insbesondere bei der Bestimmung der beizulegenden Zeitwerte von erworbenen Vermögenswerten und übernommenen Schulden sind Ermessensentscheidungen des Vorstands bezüglich der in die Bewertung einfließenden Annahmen erforderlich. Wesentliche Annahmen betreffen insbesondere die künftigen Zahlungsströme und die Diskontierungszinssätze.

Es besteht das Risiko für den Konzernabschluss, dass die erworbenen Vermögenswerte und übernommenen Schulden unzutreffend identifiziert bzw. fehlerhaft bewertet sind. Außerdem besteht das Risiko, dass die Angaben im Konzernanhang nicht vollständig und sachgerecht sind.

2. Die Identifikation und die Bewertung der erworbenen Vermögenswerte und übernommenen Schulden sind komplex und beruhen teils auf ermessensbehafteten Annahmen des Vorstands. Insbesondere bei der Bestimmung der beizulegenden Zeitwerte von erworbenen Vermögenswerten und übernommenen Schulden sind Ermessensentscheidungen des Vorstands bezüglich der in die Bewertung einfließenden Annahmen erforderlich. Wesentliche Annahmen betreffen insbesondere die künftigen Zahlungsströme und die Diskontierungszinssätze.

Zunächst haben wir uns durch Befragungen des Vorstands und weiterer relevanter Ansprechpartner der The Social Chain AG und den Kaufvertrag ein Verständnis von der Transaktion (einschließlich Bestandteile und Betrag der Gegenleistung), der Geschäftstätigkeit sowie des wirtschaftlichen und rechtlichen Umfelds der DS Holding GmbH verschafft.

Den Prozess der Identifikation der erworbenen Vermögenswerte und übernommenen Schulden haben wir vor dem Hintergrund unserer Branchenkenntnisse und gewonnenen Erkenntnisse der Geschäftstätigkeit sowie des wirtschaftlichen und rechtlichen Umfelds der DS Holding GmbH auf Übereinstimmung mit den Anforderungen nach IFRS 3 gewürdigt.

Hierzu haben wir auch den externen Sachverständigen befragt und dessen Vorgehensweise bei der Identifizierung der erworbenen Vermögenswerte und übernommenen Schulden, die einer Bewertung zum beizulegenden Zeitwert unterzogen wurden, beurteilt. Die von dem externen Sachverständigen erstellte Übersicht mit den identifizierten und zu bewertenden Vermögenswerten und Schulden haben wir hinsichtlich ihrer Vollständigkeit analysiert. Hierzu haben wir den Erkenntnissen des externen Sachverständigen auch unsere eigenen Erkenntnisse und Erwartungen gegenübergestellt und diese miteinander verglichen. Zudem haben wir die Kompetenz, Fähigkeiten und Objektivität des von The Social Chain AG beauftragten unabhängigen Sachverständigen beurteilt.

Die Bewertung der identifizierten erworbenen Vermögenswerte und übernommenen Schulden haben wir risikoorientiert unter Einbeziehung unserer Bewertungsspezialisten gewürdigt.

Hierzu haben wir unter anderem die Angemessenheit der Bewertungsverfahren sowie der in die Bewertung eingeflossenen wesentlichen Annahmen und Daten beurteilt. Die den künftigen Zahlungsströmen und Diskontierungszinssätzen zugrunde liegenden Annahmen und Daten haben wir mit den Planungsverantwortlichen erörtert sowie mit eigenen Annahmen und öffentlich verfügbaren Daten verglichen.

Schließlich haben wir beurteilt, ob die Anhangangaben zu dem Erwerb der DS Holding GmbH vollständig und sachgerecht sind.

Wir haben festgestellt, dass das der Identifikation und Bewertung der erworbenen Vermögenswerte und übernommenen Schulden zugrunde liegende Vorgehen sachgerecht ist und im Einklang steht mit den anzuwendenden Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätzen. Die wesentlichen Annahmen und Daten sind angemessen, die Darstellung im Konzernanhang ist sachgerecht.

3. Die Angaben der Gesellschaft zum Erwerb der DS Gruppe sind in der Textziffer 1.5.2 und 1.7.2 des Anhangs enthalten.

Sonstige Informationen

Die gesetzlichen Vertreter sind für die sonstigen Informationen verantwortlich. Die sonstigen Informationen umfassen:

- die im Abschnitt „nichtfinanzielle Erklärung (Nachhaltigkeitsbericht)“ des Konzernlageberichts verwiesene nichtfinanzielle Erklärung nach § 289b Abs. 1 HGB und § 315b Abs. 1 HGB
- die im Abschnitt „Erklärung zur Unternehmensführung“ des Konzernlageberichts verwiesene Erklärung zur Unternehmensführung nach § 289f HGB und § 315d HGB einschließlich der Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG
- die übrigen Teile des Geschäftsberichts, mit Ausnahme des geprüften Konzernabschlusses und Konzernlageberichts sowie unseres Bestätigungsvermerks und
- die Versicherung nach § 297 Abs. 2 Satz 4 HGB zum Konzernabschluss und die Versicherung nach § 315 Abs. 1 Satz 5 HGB zum Konzernlagebericht.

Unsere Prüfungsurteile zum Konzernabschluss und zum Konzernlagebericht erstrecken sich nicht auf die sonstigen Informationen, und dementsprechend geben wir weder ein Prüfungsurteil noch irgendeine andere Form von Prüfungsschlussfolgerung hierzu ab.

Im Zusammenhang mit unserer Prüfung haben wir die Verantwortung, die sonstigen Informationen zu lesen und dabei zu würdigen, ob die sonstigen Informationen

- wesentliche Unstimmigkeiten zum Konzernabschluss, zum Konzernlagebericht oder unseren bei der Prüfung erlangten Kenntnissen aufweisen oder
- anderweitig wesentlich falsch dargestellt erscheinen.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter und des Aufsichtsrats für den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht

Die gesetzlichen Vertreter sind verantwortlich für die Aufstellung des Konzernabschlusses, der den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315e Abs. 1 HGB anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften in allen wesentlichen Belangen entspricht, und dafür, dass der Konzernabschluss unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung eines Konzernabschlusses zu ermöglichen, der frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen ist.

Bei der Aufstellung des Konzernabschlusses sind die gesetzlichen Vertreter dafür verantwortlich, die Fähigkeit des Konzerns zur Fortführung der Unternehmens-tätigkeit zu beurteilen. Des Weiteren haben sie die Verantwortung, Sachverhalte in Zusammenhang mit der Fortführung der Unternehmenstätigkeit, sofern einschlägig, anzugeben. Darüber hinaus sind sie dafür verantwortlich, auf der Grundlage des Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmens-

tätigkeit zu bilanzieren, sofern dem nicht tatsächliche oder rechtliche Gegebenheiten entgegenstehen.

Außerdem sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Aufstellung des Konzernlageberichts, der insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Konzernabschluss in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Vorkehrungen und Maßnahmen (Systeme), die sie als notwendig erachtet haben, um die Aufstellung eines Konzernlageberichts in Übereinstimmung mit den anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften zu ermöglichen, und um ausreichende geeignete Nachweise für die Aussagen im Konzernlagebericht erbringen zu können.

Der Aufsichtsrat ist verantwortlich für die Überwachung des Rechnungslegungsprozesses des Konzerns zur Aufstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts.

Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts

Unsere Zielsetzung ist, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob der Konzernabschluss als Ganzes frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen ist, und ob der Konzernlagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Konzernabschluss sowie mit den bei der Prüfung gewonnenen Erkennt-

nissen in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt, sowie einen Bestätigungsvermerk zu erteilen, der unsere Prüfungsurteile zum Konzernabschluss und zum Konzernlagebericht beinhaltet.

Hinreichende Sicherheit ist ein hohes Maß an Sicherheit, aber keine Garantie dafür, dass eine in Übereinstimmung mit § 317 HGB und der EU-APrVO unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführte Prüfung eine wesentliche falsche Darstellung stets aufdeckt. Falsche Darstellungen können aus Verstößen oder Unrichtigkeiten resultieren und werden als wesentlich angesehen, wenn vernünftigerweise erwartet werden könnte, dass sie einzeln oder insgesamt die auf der Grundlage dieses Konzernabschlusses und Konzernlageberichts getroffenen wirtschaftlichen Entscheidungen von Adressaten beeinflussen.

Während der Prüfung üben wir pflichtgemäßes Ermessen aus und bewahren eine kritische Grundhaltung. Darüber hinaus

- identifizieren und beurteilen wir die Risiken wesentlicher – beabsichtigter oder unbeabsichtigter – falscher Darstellungen im Konzernabschluss und im Konzernlagebericht, planen und führen Prüfungshandlungen als Reaktion auf diese Risiken durch sowie erlangen Prüfungsnachweise, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zu dienen. Das Risiko, dass wesentliche falsche Darstellungen nicht aufgedeckt werden, ist bei Verstößen höher als bei

Unrichtigkeiten, da Verstöße betrügerisches Zusammenwirken, Fälschungen, beabsichtigte Unvollständigkeiten, irreführende Darstellungen bzw. das Außerkraftsetzen interner Kontrollen beinhalten können.

- gewinnen wir ein Verständnis von dem für die Prüfung des Konzernabschlusses relevanten internen Kontrollsystem und den für die Prüfung des Konzernlageberichts relevanten Vorkehrungen und Maßnahmen, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit dieser Systeme abzugeben.
- beurteilen wir die Angemessenheit der von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsmethoden sowie die Vertretbarkeit der von den gesetzlichen Vertretern dargestellten geschätzten Werte und damit zusammenhängenden Angaben.
- ziehen wir Schlussfolgerungen über die Angemessenheit des von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit sowie, auf der Grundlage der erlangten Prüfungsnachweise, ob eine wesentliche Unsicherheit im Zusammenhang mit Ereignissen oder Gegebenheiten besteht, die bedeutsame Zweifel an der Fähigkeit des Konzerns zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit aufwerfen können. Falls wir zu dem Schluss kommen, dass eine wesentliche Unsicherheit besteht, sind wir verpflichtet, im Bestätigungsvermerk auf die dazugehörigen Angaben im Konzernabschluss und im Konzernlagebericht aufmerksam zu machen oder,

falls diese Angaben unangemessen sind, unser jeweiliges Prüfungsurteil zu modifizieren. Wir ziehen unsere Schlussfolgerungen auf der Grundlage der bis zum Datum unseres Bestätigungsvermerks erlangten Prüfungsnachweise. Zukünftige Ereignisse oder Gegebenheiten können jedoch dazu führen, dass der Konzern seine Unternehmenstätigkeit nicht mehr fortführen kann.

- beurteilen wir die Gesamtdarstellung, den Aufbau und den Inhalt des Konzernabschlusses einschließlich der Angaben sowie ob der Konzernabschluss die zugrunde liegenden Geschäftsvorfälle und Ereignisse so darstellt, dass der Konzernabschluss unter Beachtung der IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und der ergänzend nach § 315e Abs. 1 HGB anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt.
- holen wir ausreichende geeignete Prüfungsnachweise für die Rechnungslegungsinformationen der Unternehmen oder Geschäftstätigkeiten innerhalb des Konzerns ein, um Prüfungsurteile zum Konzernabschluss und zum Konzernlagebericht abzugeben. Wir sind verantwortlich für die Anleitung, Überwachung und Durchführung der Konzernabschlussprüfung. Wir tragen die alleinige Verantwortung für unsere Prüfungsurteile.
- beurteilen wir den Einklang des Konzernlageberichts mit dem Konzernabschluss, seine Gesetzesentsprechung und das von ihm vermittelte Bild von der Lage des Konzerns.

- führen wir Prüfungshandlungen zu den von den gesetzlichen Vertretern dargestellten zukunftsorientierten Angaben im Konzernlagebericht durch. Auf Basis ausreichender geeigneter Prüfungsnachweise vollziehen wir dabei insbesondere die den zukunftsorientierten Angaben von den gesetzlichen Vertretern zugrunde gelegten bedeutsamen Annahmen nach und beurteilen die sachgerechte Ableitung der zukunftsorientierten Angaben aus diesen Annahmen. Ein eigenständiges Prüfungsurteil zu den zukunftsorientierten Angaben sowie zu den zugrundeliegenden Annahmen geben wir nicht ab. Es besteht ein erhebliches unvermeidbares Risiko, dass künftige Ereignisse wesentlich von den zukunftsorientierten Angaben abweichen.

Wir erörtern mit den für die Überwachung Verantwortlichen unter anderem den geplanten Umfang und die Zeitplanung der Prüfung sowie bedeutsame Prüfungsfeststellungen, einschließlich etwaiger Mängel im internen Kontrollsystem, die wir während unserer Prüfung feststellen.

Wir geben gegenüber den für die Überwachung Verantwortlichen eine Erklärung ab, dass wir die relevanten Unabhängigkeitsanforderungen eingehalten haben, und erörtern mit ihnen alle Beziehungen und sonstigen Sachverhalte, von denen vernünftigerweise angenommen werden kann, dass sie sich auf unsere Unabhängigkeit auswirken, und die hierzu getroffenen Schutzmaßnahmen.

Wir bestimmen von den Sachverhalten, die wir mit den für die Überwachung Verantwortlichen erörtert haben, diejenigen Sachverhalte, die in der Prüfung des Konzernabschlusses für den aktuellen Berichtszeitraum

am bedeutsamsten waren und daher die besonders wichtigen Prüfungssachverhalte sind. Wir beschreiben diese Sachverhalte im Bestätigungsvermerk, es sei denn, Gesetze oder andere Rechtsvorschriften schließen die öffentliche Angabe des Sachverhalts aus.

Sonstige gesetzliche und andere rechtliche Anforderungen

Vermerk über die Prüfung der für Zwecke der Offenlegung erstellten elektronischen Wiedergaben des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts nach § 317 Abs. 3a HGB

Prüfungsurteil

Wir haben gemäß § 317 Abs. 3a HGB eine Prüfung mit hinreichender Sicherheit durchgeführt, ob die in der beigefügten Datei [TSC_Konzernabschluss_2021.zip] enthaltenen und für Zwecke der Offenlegung erstellten Wiedergaben des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts (im Folgenden auch als „ESEF-Unterlagen“ bezeichnet) den Vorgaben des § 328 Abs. 1 HGB an das elektronische Berichtsformat („ESEF-Format“) in allen wesentlichen Belangen entsprechen. In Einklang mit den deutschen gesetzlichen Vorschriften erstreckt sich diese Prüfung nur auf die Überführung der Informationen des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts in das ESEF-Format und daher weder auf die in diesen Wiedergaben enthaltenen noch auf andere in der oben genannten Datei enthaltene Informationen.

Nach unserer Beurteilung entsprechen die in der oben genannten beigefügten Datei enthaltenen und für Zwecke der Offenlegung erstellten Wiedergaben des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts in allen wesentlichen Belangen den Vorgaben des § 328 Abs. 1 HGB an das elektronische Berichtsformat. Über dieses Prüfungsurteil sowie unsere im voranstehenden „Vermerk über die Prüfung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts“ enthaltenen Prüfungsurteile zum beigefügten Konzernabschluss und zum beigefügten Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1.

Januar 2021 bis zum 31. Dezember 2021 hinaus geben wir keinerlei Prüfungsurteil zu den in diesen Wiedergaben enthaltenen Informationen sowie zu den anderen in der oben genannten Datei enthaltenen Informationen ab.

Grundlage für das Prüfungsurteil

Wir haben unsere Prüfung der in der oben genannten beigefügten Datei enthaltenen Wiedergaben des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts in Übereinstimmung mit § 317 Abs. 3a HGB unter Beachtung des IDW Prüfungsstandards: Prüfung der für Zwecke der Offenlegung erstellten elektronischen Wiedergaben von Abschlüssen und Lageberichten nach § 317 Abs. 3a HGB (IDW PS 410) durchgeführt. Unsere Verantwortung danach ist im Abschnitt „Verantwortung des Konzernabschlussprüfers für die Prüfung der ESEF-Unterlagen“ weitergehend beschrieben. Unsere Wirtschaftsprüferpraxis hat die Anforderungen an das Qualitätssicherungssystem des IDW Qualitätssicherungsstandards: Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüferpraxis (IDW QS 1) angewendet.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter und des Aufsichtsrats für die ESEF-Unterlagen

Die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft sind verantwortlich für die Erstellung der ESEF-Unterlagen mit den elektronischen Wiedergaben des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts nach Maßgabe des § 328 Abs. 1 Satz 4 Nr. 1 HGB und für die Auszeichnung des Konzernabschlusses nach Maßgabe des § 328 Abs. 1 Satz 4 Nr. 2 HGB.

Ferner sind die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig erachten, um die Erstellung der ESEF-Unterlagen zu ermöglichen, die frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – Verstößen gegen die Vorgaben des § 328 Abs. 1 HGB an das elektronische Berichtsformat sind.

Die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft sind zudem verantwortlich für die Einreichung der ESEF-Unterlagen zusammen mit dem Bestätigungsvermerk und dem beigefügten geprüften Konzernabschluss und geprüften Konzernlagebericht sowie weiteren offenzulegenden Unterlagen beim Betreiber des Bundesanzeigers.

Der Aufsichtsrat ist verantwortlich für die Überwachung der Erstellung der ESEF-Unterlagen als Teil des Rechnungslegungsprozesses.

Verantwortung des Konzernabschlussprüfers für die Prüfung der ESEF-Unterlagen

Unsere Zielsetzung ist, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob die ESEF-Unterlagen frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – Verstößen gegen die Anforderungen des § 328 Abs. 1 HGB sind. Während der Prüfung üben wir pflichtgemäßes Ermessen aus und bewahren eine kritische Grundhaltung. Darüber hinaus

- identifizieren und beurteilen wir die Risiken wesentlicher – beabsichtigter oder unbeabsichtigter – Verstöße gegen die Anforderungen des § 328 Abs. 1 HGB, planen und führen Prüfungshandlungen als Reaktion auf diese Risiken durch sowie erlangen Prüfungsnachweise, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unser Prüfungsurteil zu dienen.
- gewinnen wir ein Verständnis von den für die Prüfung der ESEF-Unterlagen relevanten internen Kontrollen, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit dieser Kontrollen abzugeben.
- beurteilen wir die technische Gültigkeit der ESEF-Unterlagen, d. h. ob die die ESEF-Unterlagen enthaltende Datei die Vorgaben der Delegierten Verordnung (EU) 2019/815 in der zum Abschlussstichtag geltenden Fassung an die technische Spezifikation für diese Datei erfüllt.
- beurteilen wir, ob die ESEF-Unterlagen eine inhaltsgleiche XHTML-Wiedergabe des geprüften Konzernabschlusses und des geprüften Konzernlageberichts ermöglichen.
- beurteilen wir, ob die Auszeichnung der ESEF-Unterlagen mit Inline XBRL-Technologie (iXBRL) eine angemessene und vollständige maschinenlesbare XBRL-Kopie der XHTML-Wiedergabe ermöglicht.

■ Übrige Angaben gemäß Artikel 10 EU-APrVO

Wir wurden von der Hauptversammlung am 30. Juli 2021 als Konzernabschlussprüfer gewählt. Wir wurden am 20. August 2021 vom Aufsichtsrat beauftragt. Wir sind im Geschäftsjahr 2021 erstmals als Jahres-/Konzernabschlussprüfer der The Social Chain AG tätig.

Wir erklären, dass die in diesem Bestätigungsvermerk enthaltenen Prüfungsurteile mit dem zusätzlichen Bericht an den Aufsichtsrat nach Artikel 11 EU-APrVO (Prüfungsbericht) in Einklang stehen.

Verantwortlicher Wirtschaftsprüfer

Der für die Prüfung verantwortliche Wirtschaftsprüfer ist Herr Arno Kramer.

Frankfurt am Main, den 27. April 2022

RSM GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Steuerberatungsgesellschaft

D. Hanxleden
Wirtschaftsprüfer

A. Kramer
Wirtschaftsprüfer