



Researchstudie (IPO Research)

EasyMotionSkin



**Hoch innovatives Trainingssystem mit
dynamischen Wachstumsplänen**

-

**Patentierete Trockenelektrode als
wichtiges Alleinstellungsmerkmal**

Kursziel: 21,00 CHF (19,28 €)

Rating: KAUFEN

WICHTIGER HINWEIS:

Bitte beachten Sie den Disclaimer/Risikohinweis
sowie die Offenlegung möglicher Interessenskonflikte nach § 85 WpHG und Art. 20 MAR ab Seite 47

Hinweis gemäß MiFID II Regulierung für Research „Geringfügige Nichtmonetäre-Zuwendung“: Vorliegendes Research erfüllt die Voraussetzungen für die Einstufung als „Geringfügige Nichtmonetäre-Zuwendung“. Nähere Informationen hierzu in der Offenlegung unter „I. Research unter MiFID II“

EasyMotionSkin Tec AG*5a,11

Rating: KAUFEN
 Kursziel: 21,00 CHF (19,28 €)

Währung: CHF

Stammdaten:

ISIN:
 WKN:
 Börsenkürzel:
 Nennwert: 0,10 CHF
 Aktienanzahl³: 10,00
 Marketcap³:
 EnterpriseValue³:
³ in Mio. / in Mio. CHF

Marktsegment: Freiverkehr
 Rechnungslegung: PGR

Designated Sponsor:

Geschäftsjahr: 31.12.

Analysten:

Matthias Greiffenberger
 greiffenberger@gbc-ag.de

Marcel Schaffer
 schaffer@gbc-ag.de

Unternehmensprofil

Branche: Trainingssysteme, Fitness, Gesundheit, Lifestyle und Technologie

Fokus: Fitnesssystem auf Basis von Elektromuskelstimulation

Mitarbeiter: 15 Stand: 01.09.2021

Gründung: 11.06.2014

Firmensitz: Triesen, Liechtenstein

Verwaltungsrat: Jürgen Baltes (Präsident), Christian Jäger, Werner Murr

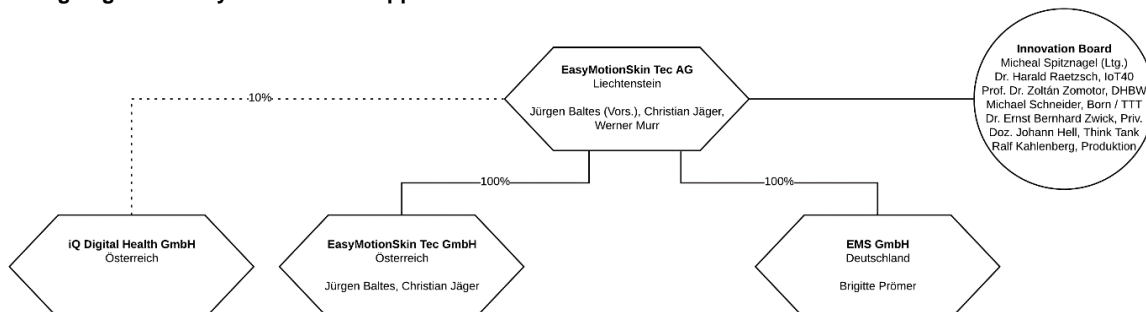
Die EasyMotionSkin Tec AG und ihre Tochtergesellschaften, die EMS GmbH (Leipzig) und die EasyMotionSkin Tec GmbH (Seefeld, Österreich), (gemeinsam die EasyMotionSkin Gruppe) sind auf dem Markt der Trainings- und Fitnessgeräte unter Einsatz der Elektromuskelstimulation (kurz: EMS) tätig. Die EasyMotionSkin Gruppe verfügt dabei über eine kabellose Lösung für EMS-Trainingsgeräte unter Einsatz von Trockenelektroden (EasyMotionSkin-System). Bei der Trockenelektrode handelt es sich um eine patentierte Lösung, die in dieser Form nicht vom Wettbewerb genutzt werden kann.

Die Gesellschaften der EasyMotionSkin-Gruppe sind sowohl in den Bereichen der Konzeption und der Entwicklung als auch in der Produktion und im Vertrieb dieser EMS-Systeme tätig und steuern somit einen Großteil der Wertschöpfungskette bei. Mit dem EasyMotionSkin-System soll der deutsche Astronaut Matthias Maurer täglich zweieinhalb Stunden auf der ISS trainieren - ein Experiment von der Berliner Charité und der Deutschen Raumfahrtagentur DLR.

GuV in Mio. CHF \ GJ.-Ende	31.12.2020	31.12.2021e	31.12.2022e	31.12.2023e
Umsatz	4,11	4,25	14,20	28,21
EBITDA	2,25	-1,00	1,64	4,40
EBIT	2,25	-1,04	1,56	4,28
Jahresüberschuss	1,52	-1,17	1,02	2,88

Kennzahlen in EUR				
Gewinn je Aktie	0,15	-0,12	0,10	0,29
Dividende je Aktie	0,00	0,00	0,00	0,00

Organigramm EasyMotionSkin Gruppe



* Katalog möglicher Interessenskonflikte auf Seite 48

Finanztermine

IPO: Q4 2021

**letzter Research von GBC:

Datum: Veröffentlichung / Kursziel in EUR / Rating

** oben aufgeführte Researchstudien können unter www.gbc-ag.de eingesehen, bzw. bei der GBC AG, Halderstr. 27, D86150 Augsburg angefordert werden

EXECUTIVE SUMMARY

- Die EasyMotionSkin Gruppe, besteht aus der EasyMotionSkin Tec AG (EMS Tec AG) und ihren 100%igen Tochtergesellschaften EasyMotionSkin Tec GmbH (EMS Tec GmbH) und EMS GmbH. Die Gruppe produziert und vertreibt vornehmlich EMS-Trainingssysteme, bestehend aus einem Anzug, einer PowerBox und einer App-Lösung. EMS steht für Elektro-Muskel-Stimulation, hierbei geht es darum, die Muskulatur mittels elektrischer Impulse anzusteuern und zu stimulieren. Mit einem EMS-System können mit vergleichsweise wenig Trainingsaufwand gute Erfolge im Bereich Fitness und allgemeine Gesundheit erzielt werden. Es gibt bereits Wettbewerber im Markt mit EMS-Studio-Ketten oder eigenen Systemen, jedoch hat die EMS Gruppe eine patentierte Lösung, die ein deutlicher Wettbewerbsvorteil sein sollte: Die Trockenelektrode und das kabellose Training. Bei anderen EMS-Systemen müssen die Elektroden vor dem Training befeuchtet werden, um so einen Kontakt zum Körper herzustellen. Das EasyMotionSkin-Produkt kann ohne vorherige Befeuchtung genutzt werden. Dies ist einerseits hygienischer und andererseits angenehmer für den Nutzer. Der Anzug ist ein Hightech-Strickprodukt, welches hohen Belastungen standhält und in der Produktion eine Strickzeit pro Anzug von über 6 Stunden erfordert. Darüber hinaus wurde ein innovativer eingewebter und flexibler Kabelbaum eingewebt, um keine äußeren Kabel zu verwenden.
- In den letzten drei Jahren wurden laut dem Management bereits über 5.000 EMS-Systeme verkauft und das Produkt wurde stetig verbessert. Nun soll das Unternehmen in die Wachstumsphase übergehen und es soll ein umfangreiches Vertriebsnetz in der DACH-Region aufgebaut werden.
- Die Muttergesellschaft EasyMotionSkin Tec AG wurde vormals vom Eigentümer (Christian Jäger, 97,7%) auch als Investitionsvehikel genutzt und somit waren Geschäftsbereiche außerhalb der EasyMotionSkin Gruppe in der Gesellschaft enthalten. Dieses Altgeschäft wurde Anfang 2021 ausgegliedert. Daher ist eine Vergleichbarkeit der Historie mit der Prognose nur eingeschränkt möglich. Es wurde bisher auch keine konsolidierte Konzernbilanz erstellt. Am aussagekräftigsten ist das erste Halbjahr 2021 mit dem reinen EasyMotionSkin Geschäft, hier erzielte die EMS Tec AG Umsatzerlöse in Höhe von 1,36 Mio. CHF, die EMS Tec GmbH 3,00 Mio. € und die EMS GmbH 0,80 Mio. €. Zu beachten ist zudem die Lieferkette, in der die EMS GmbH die Produkte produzieren lässt, diese an die EMS Tec AG weiterverkauft und diese wiederum einen Weiterverkauf an die EMS Tec GmbH tätigt. Respektiv wurden Jahresüberschüsse in Höhe von 0,16 Mio. CHF (EMS Tec AG), 0,24 Mio. € (EMS Tec GmbH) und -0,07 Mio. € (EMS GmbH) erzielt.
- Für die Prognose setzen wir auf eine konsolidierte Betrachtung und erwarten eine sehr dynamische Umsatzentwicklung. Bei der Absatzanzahl haben wir uns an der dynamischen Entwicklung des aktuellen Marktführers Body Street orientiert, welcher innerhalb von vier Jahren 29.000 Mitglieder erreicht hat und haben unsere Prognose etwas konservativer gestaltet. Das aktuelle Geschäftsjahr 2021 ist noch durch die Covid-19 Pandemie beeinträchtigt, so dass zwar die Nachfrage angestiegen ist, es aber zu Lieferengpässen kam. Daher erwarten wir zunächst Umsatzerlöse in Höhe von 4,25 Mio. CHF im Jahr 2021, gefolgt von 14,20 Mio. CHF im Jahr 2022 bzw. 28,21 Mio. CHF im Jahr 2023. Das starke Wachstum soll über einen breiten

Netzwerkvertrieb, eine optimierte Online-Präsenz und Studio-Partnerschaften erzielt werden. Auch wird auf eine moderne App-Lösung gesetzt, die zukünftig eine Community und einen Wettbewerbsbereich abbilden soll. Insbesondere über die Skaleneffekte beim Einkauf soll die Marge gesteigert werden und wir prognostizieren ein Netto-Ergebnis von -1,17 Mio. CHF im Jahr 2021, 1,02 Mio. CHF im Jahr 2022 und 2,88 Mio. CHF im Jahr 2023.

- **Auf Basis unseres DCF Modell haben wir einen fairen Wert je Aktie in Höhe von 21,00 CHF (19,28 €) bestimmt und vergeben das Rating KAUFEN.**

INHALTSVERZEICHNIS

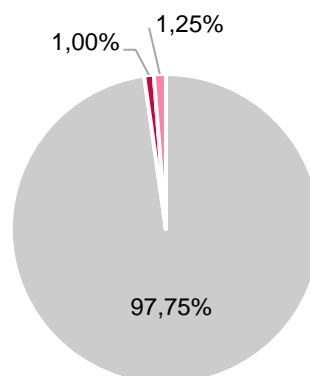
Executive Summary	2
Unternehmen	5
Aktionärsstruktur	5
Geschäftstätigkeit der EasyMotionSkin.....	5
Verwaltungsrat.....	6
Aufsichtsrat	7
Geschäftstätigkeit	9
Unternehmenshistorie im Kurzüberblick.....	9
Geschäftsmodell.....	9
EMS (Elektrische Muskelstimulation)	10
Produkte	11
Vertrieb.....	13
Organisation und interne Lieferkette	14
Innovation Board	15
Marketing	16
Patente.....	17
Forschung und Entwicklung	17
Markt und Marktumfeld	19
Entwicklung Gesamtmarkt: Fitness-Wirtschaft in Deutschland	19
Entwicklung der Mikrostudios - EMS-Markt in Deutschland	21
Wandel der Branche – aktuelle Fitnesstrends.....	24
ESG - Environment Social Governance.....	27
Unternehmerischer Beitrag zur Zielerreichung der UN-Nachhaltigkeitszielen	28
Nachhaltigkeitsfazit	30
Unternehmensentwicklung.....	31
Kennzahlen im Überblick	31
Geschäftsentwicklung 2020	32
Umsatzentwicklung	32
Ergebnisentwicklung	33
Geschäftsentwicklung 1. Halbjahr 2021	34
Bilanzielle und finanzielle Situation zum 30.06.2021	35
Entwicklung der Tochterunternehmen zum 30.06.2021	37
SWOT-Analyse	38
Prognose und Bewertung.....	39
Umsatzprognose	39
Ergebnisprognose	43
Bewertung.....	45
Modellannahmen.....	45
Bestimmung der Kapitalkosten.....	45
Bewertungsergebnis.....	45
DCF-Modell.....	46
Anhang	47

UNTERNEHMEN

Aktionärsstruktur

Aktionäre	Anteil
Maonos Holding AG (Christian Jäger)	97,75%
Jürgen Baltes	1,00%
Werner Murr	1,25%
Freefloat	0,00%

Quelle: EasyMotionSkin; GBC AG



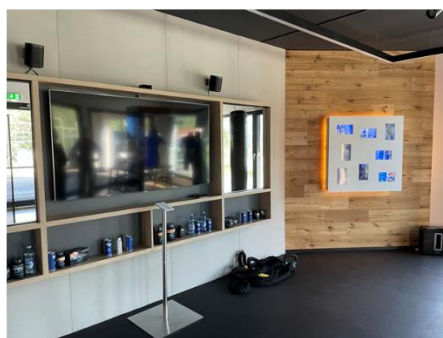
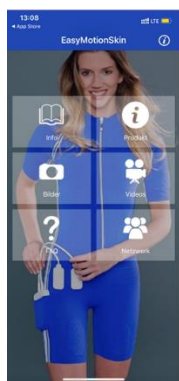
- Christian Jäger
- Jürgen Baltes
- Werner Murr

Geschäftstätigkeit der EasyMotionSkin

Die EasyMotionSkin Tec AG und ihre Tochtergesellschaften, die EMS GmbH (Leipzig) und die EasyMotionSkin Tec GmbH (Seefeld, Österreich), (gemeinsam die EasyMotionSkin Gruppe) sind auf dem Markt der Trainings- und Fitnessgeräte unter Einsatz der Elektromuskelstimulation (kurz: EMS) tätig. Die EasyMotionSkin-Gruppe verfügt dabei über eine kabellose Lösung für EMS-Trainingsgeräte unter Einsatz von Trockenelektroden (EasyMotionSkin-System). Bei der Trockenelektrode handelt es sich um eine patentierte Lösung, die in dieser Form nicht vom Wettbewerb genutzt werden kann. Neben den EMS-Systemen soll auch der Ernährungsmarkt über Lifestyle-Produkte adressiert werden.

Die Gesellschaften der EasyMotionSkin-Gruppe sind sowohl in den Bereichen der Konzeption und der Entwicklung als auch in der Produktion und im Vertrieb dieser EMS-Systeme tätig und steuern somit einen Großteil der Wertschöpfungskette.

Das EasyMotionSkin Produktangebot umfasst neben den EMS-Systemen auch private und professionelle App-Lösungen, Studio-Konzepte, Vertriebskonzepte und Fitness- sowie Lifestyle-Produkte



Quelle: GBC AG

Verwaltungsrat

Jürgen Baltes



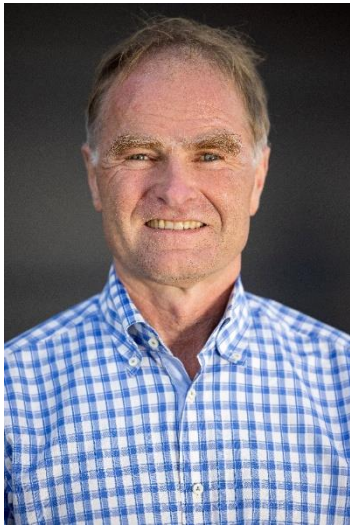
Jürgen Baltes wurde 1957 in Köln geboren. Nach dem Abitur absolvierte Herr Baltes das Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Universität in Köln, was er 1981 als Diplom-Kaufmann abschloss. Von 1981 bis 1984 war Herr Baltes bei der Nordstern Allgemeine Versicherung AG, Köln, (heute AXA-Gruppe) im Bereich Betriebsorganisation, Planung und Controlling beschäftigt, bevor er in den Gothaer-Konzern wechselte. Dort war Herr Baltes bis 1996 in verschiedenen Funktionen tätig, bis er 1996 zum Vorstandsmitglied der Gothaer Credit Versicherung AG, Köln, bestellt wurde. Daneben war Herr Baltes Vorstandsmitglied der Gothaer Allgemeine Versicherung AG (1998-2000), Vorstandsmitglied der Berlin-Kölnische Sachversicherung AG (1999-2000) und Vorstandsmitglied der Gothaer Versicherungsbank VVaG (1999-2000) jeweils verantwortlich für das Privatkundengeschäft. In 2000 wechselte Herr Baltes zur ABIT AG, Meerbusch, (heute Collenda), wo er zunächst als Vorstandssprecher und CFO, seit 2002 als Alleinvorstand und von 2004 bis 2005 als Vorstandsvorsitzender die Führung des Unternehmens und den Ausbau zum Finanzdienstleister verantwortete. Es folgte die Integration der ABIT AG in GFKL-Gruppe in Essen. Von 2005 bis 2011 war Herr Baltes Vorstand/COO der GFKL Financial Services AG, (heute Lowell). Seit 2011 ist Herr Baltes freiberuflich als Unternehmensberater tätig (jb-Unternehmensberatung). Seit 1994 hatte Herr Baltes zudem diverse Aufsichtsratsmandate inne. Herr Baltes ist seit März 2021 Verwaltungsrat der EasyMotionSkin Tec AG und Geschäftsführer der EasyMotionSkin Tec GmbH. Seit August 2021 ist Herr Baltes Präsident des Verwaltungsrats der AG.

Christian Jäger



Christian Jäger (1965) begann 1988 seine Selbständigkeit mit Gründung des Unternehmens Cris Press - Pressevertrieb- Christian Jäger e. K. Im Jahr 1990 kaufte Herr Jäger mit seinem Jäger Immobilien Service die ersten Immobilien in Leipzig und baute den Immobilienbestand im Bereich Wohn- und Gewerbeimmobilien bis 1998 erheblich aus. 1995 erfolgte der Bau des „Hotel Leonardo“ in Leipzig. 1999 führte Herr Jäger das Telemarketing als Vertriebsform für diverse Produkte am deutschen Markt ein. Ab 2008 war Herr Jäger auf den Bereich Venture Capital fokussiert sowie auf die Verwaltung des Portfolios seiner Unternehmensgruppe Jäger. Seit 2015 investiert Herr Jäger verstärkt in Aktien und Beteiligungen mit dem Fokus auf deutsche Gewerbeimmobilien. 2016 gründete Herr Jäger zudem „Global Sports Management“. Die Unternehmensgruppe Jäger ist derzeit an über 20 Unternehmen beteiligt und verfügt über eine Vielzahl an Beteiligungen im VC-Bereich sowie über ein diversifiziertes Immobilien- und Aktienportfolio. In jüngster Zeit fokussiert Herr Jäger einige seiner geschäftlichen Aktivitäten auf die Bereiche Fitness und „gesundes Altern“. Dabei sieht er in dem EasyMotionSkin-System ein universell einsetzbares Produkt in diesen Bereichen und es ist ihm ein persönliches Anliegen, die sich durch das EasyMotionSkin-System erschließenden Möglichkeiten einem breiten Publikum bekannt zu machen.

Werner Murr



Werner Murr wurde 1966 geboren. Nach Abschluss der schulischen Ausbildung und der Ausbildung zum Reserveoffizier beim österreichischen Bundesheer absolvierte Herr Murr das Studium der Rechtswissenschaften in Innsbruck und Wien. 1991 erwarb Herr Murr den Diplom Mag. iur. 1995 wurde Herr Murr zudem als Steuerberater bestellt. Herr Murr ist Geschäftsführer mehrerer Unternehmen, insbesondere in der Beratungsbranche und dort vornehmlich mit dem Schwerpunkt auf Wirtschafts- und Steuerberatung, an denen er teilweise auch als Gesellschafter beteiligt ist. Daneben ist Herr Murr Vorstand der Richard Rieder Privatstiftung, Verwaltungsrat der Maonos Holding AG sowie Stifter der Hoppel Privatstiftung.

Aufsichtsrat

Dr. Martin Zanon

Herr Dr. Martin Zanon wurde 1956 in Leisach, Österreich, geboren. Im Anschluss an seine schulische Ausbildung absolvierte Herr Dr. Zanon das Studium der Rechtswissenschaften an der Leopold-Franzens-Universität Innsbruck, das er 1980 mit Doktorat abschloss. Bis 1985 absolvierte Herr Dr. Zanon das Gerichts- und Anwaltspraktikum (Ausbildung zum Rechtsanwalt). Seit 1985 arbeitet er als selbständiger Rechtsanwalt mit Kanzleisitz in Innsbruck und Seefeld, Österreich.

Prof. Dr. Zoltán Ádam Zomotor

Herr Prof. Dr. Zoltán Ádam Zomotor wurde 1964 in Stuttgart geboren. 1985 begann Herr Prof. Dr. Zomotor sein Studium im Maschinenbauwesen an der Universität Stuttgart und der University of Arizona, Vereinigte Staaten von Amerika, welches er 1992 erfolgreich zum Abschluss brachte. Im Anschluss war Herr Prof. Dr. Zomotor von 1992 bis 2012 knapp 20 Jahre lang bei der Daimler AG in verschiedenen Funktionen, insbesondere in den Bereichen Forschung, Vorentwicklung und Serienentwicklung, tätig. Im Jahre 2002 schloss Herr Prof. Dr. Zomotor zusätzlich seine Promotion ab. Nach seiner Tätigkeit für die Daimler AG trat Herr Prof. Dr. Zomotor 2012 eine Professur im Studiengang Informatik an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) in Stuttgart an, die er bis heute innehat. Seit Anfang 2016 ist Herr Prof. Dr. Zomotor Studiengangsleiter Informatik an der DHBW. Seit 2020 ist Herr Prof. Dr. Zomotor Mitglied des Aufsichtsrats der PREOS Global Office Real Estate & Technology AG, Frankfurt am Main, und weiteren Gesellschaften des PREOS-Konzerns. Seit 2021 wirkt Herr Prof. Dr. Zomotor zudem an der Gründung des Steinbeis-Transferzentrums für Informationstechnik und Fahrzeugsysteme mit.

Markus Prock

Herr Markus Prock wurde 1964 geboren. Nach seiner schulischen Laufbahn war Herr Prock von 1984 bis 2002 Leistungssportler beim Österreichischen Bundesheer und feierte als Rennrodler diverse Erfolge im professionellen Bereich, darunter fünf Weltmeistertitel (Einzel und Mannschaft), drei Europameistertitel, zehn Gesamtweltcup-Siege und mehrere Medaillen bei Olympischen Spielen. Von 1988 bis 1990 absolvierte Herr Prock zudem die Ausbildung zum staatlich geprüften Trainer (Schwerpunkt Rodeln). Seit 1995 ist Herr Prock Geschäftsführer der Sportagentur Prock & Partner Sportconsulting KG, wo er insbesondere Marketing- und Sponsoring-Aktivitäten sowie Athletenbetreuung für Sportler des Österreichischen Rodelverbandes (ÖRV) und des Österreichischen Skiverbandes

(ÖSV) wahrnimmt, verschiedene Unternehmen in Sachen Sportsponsoring berät und die Organisation von Veranstaltungen (wie Rodel-Weltcuprennen und der Rodel-WM in Innsbruck) übernimmt. Seit 2002 ist Herr Prock Sportdirektor des ÖRV und seit 2018 dessen Präsident. Dort war und ist er federführend verantwortlich für den Aufbau von Strukturen und Prozessen (z.B. Aufbau von Werkstätten bzw. Kompetenzzentren und Kunsteisbahnen, Aufbau eines Scouting-Programms und des neuen Bundesleistungszentrums). Daneben sitzt Herr Prock seit 2009 als Vorstand im Österreichischen Olympischen Comité (ÖOC). Seit 2017 ist Herr Prock zudem Geschäftsführer und Alleingesellschafter der Markus Prock Sport & Innovation GmbH.

Geschäftstätigkeit

Unternehmenshistorie im Kurzüberblick

Datum	Entwicklung
2012	Gründung EMS GmbH
	Beteiligung durch Christian Jäger
2015	Ralf Kalenberg wird alleiniger Geschäftsführer der EMS GmbH
2016	Entwicklungsbeginn des EMS Home-Systems
	Entwicklung neuer elektronischer Leiter
	Einführung eines Westensystems
2019	Gründung EasyMotionSkin Tec GmbH (damals noch firmierend unter iNMO-TION24 GmbH) als Netzwerkvertrieb für den DACH-Raum
	Gründung EMS Marketing GmbH (Vertrieb außerhalb Europas)
	Etablierung der Maonos Invest AG als Bindeglied und strategische Muttergesellschaft
	Umbenennung der Maonos Invest AG in EasyMotionSkin Tec AG
2021	Börsengang

Quelle: EasyMotionSkin; GBC AG

Geschäftsmodell

Die EasyMotionSkin Tec AG (EasyMotionSkin) entwickelt und vertreibt EMS-Trainingsysteme (Made in Germany). EMS steht für Elektrische Muskelstimulation und bedeutet die Stimulation von Muskelkontraktionen durch elektrische Impulse. Die wichtigsten Alleinstellungsmerkmale der EasyMotionSkin Lösung im Vergleich zu anderen Anbietern ist zum einen, dass die **Trockenelektroden** nicht aufgeklebt oder befeuchtet werden müssen. EasyMotionSkin hat hierfür eine patentierte Trockenelektrode entwickelt. Zum anderen ist die Lösung von EasyMotionSkin **kabellos** und dadurch überall (Indoor sowie Outdoor) einsetzbar. Die meisten Wettbewerber setzen auf kabelgebundene stationäre Lösungen, was das Trainieren im jeweiligen Studio erforderlich macht bzw. ausschließlich dort ermöglicht.

EMS-System von EasyMotionSkin



Quelle: GBC AG

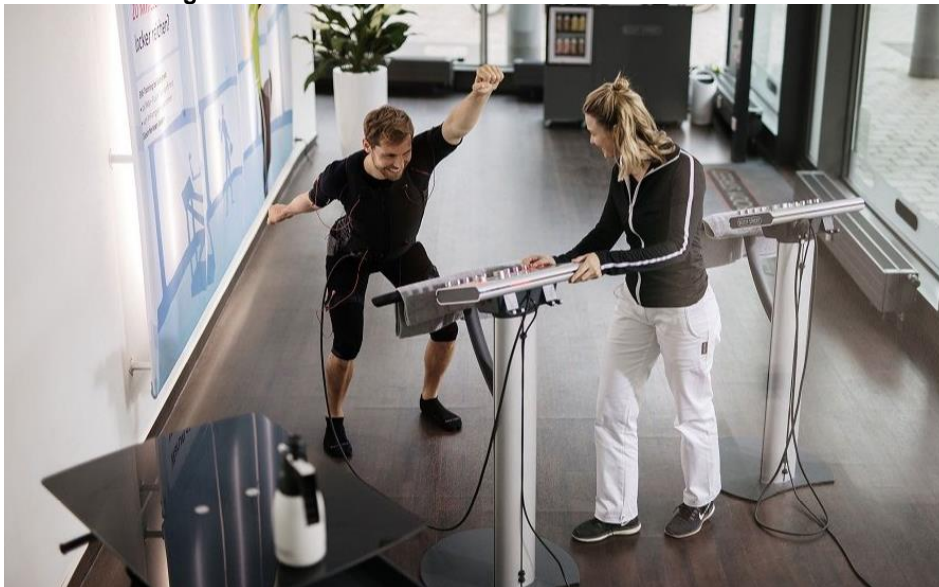
EMS (Elektrische Muskelstimulation)

EMS ist vielseitig einsetzbar und kann genutzt werden zur (1) Erholung, (2) Muskelaufbau, (3) Rehabilitations- und Präventionsinstrument für teilweise oder vollständig immobilisierte Patienten, (4) Testinstrument zur Bewertung der neuralen und/oder muskulären Funktion und (5) als Erholungsinstrument für Sportler nach dem Training.

Die Impulse werden von einem Gerät erzeugt und über Elektroden auf der Haut in der Nähe der zu stimulierenden Muskeln abgegeben. Bei den Elektroden handelt es sich im Allgemeinen um Pads, die auf die Haut geklebt werden. Die Impulse imitieren das Aktionspotenzial, das vom zentralen Nervensystem ausgeht und die Muskeln zur Kontraktion bringt.

EMS kann individuell an Trainingsarten- und Ziele angepasst werden. Gesteuert wird dies über die Stromfrequenz, die Dauer bzw. die Amplituden. Hierdurch ergeben sich Trainingsmöglichkeiten in den Bereichen Krafttraining, Muskelaufbau, Abnehmen, Ausdauertraining oder auch kosmetische Bereiche, die durch herkömmliche Trainingsmethoden nicht oder weniger intensiv erreicht werden. Zudem ist der Zeitaufwand deutlich geringer. So soll eine Trainingseinheit von 20 Minuten pro Woche ausreichen, um sichtbare Erfolge zu erzielen. Daneben werden im Vergleich zum klassischen Krafttraining mit Gewichten die Gelenke und die Bandscheiben geschont sowie das Verletzungsrisiko minimiert.

Der aktuelle Marktführer und Wettbewerber miha bodytec erfordert eine kabelgebundene Lösung sowie nasse Elektroden



Quelle: *bodystreet*

EasyMotionSkin verfügt im Vergleich zu anderen Anbietern über eine einzigartige patentierte Lösung: Eine Trockenelektrode. Im Rahmen der Wettbewerbsanalyse haben wir auch andere Anbieter identifiziert, die eine vermeintliche Trockenelektrode anbieten, jedoch zeigt sich bei genauerer Recherche, dass diese Anzüge „angeschwitzt“ werden müssen z.B. mit Aufwärmübungen. Zudem können diese vermeintlichen Trockenelektroden schmerzhaft sein oder nicht übertragen, sofern auf das Anschwitzen verzichtet wird.

Die Wirksamkeit der von EasyMotionSkin Gruppe patentierten Trockenelektrode wurde in zahlreichen wissenschaftlichen Studien nachgewiesen. So z.B. von Schuhbeck E, Birkenmaier C, Schulte-Göcking H, Pronnet A, Jansson V, Wegener B. in "The Influence of WB-EMS-Training on the Performance of Ice Hockey Players of Different Competitive Status." (Deutsch: Der Einfluss von Ganzkörper-EMS-Training auf die Leistung von

Eishockeyspielern mit unterschiedlichem Leistungsstand.) Nach 12 Wochen Ganzkörper-EMS-Training stieg die Sprungkraft in den Ganzkörper-EMS-Gruppen um 5,15 %, die 10-Meter-Skating-Zeit sank um 5 % und die isokinetische Maximalkraft stieg um 7 %. Im Gegensatz dazu zeigte die Schussgeschwindigkeit nach dem Training keine signifikante Veränderung. Nach Beendigung des Ganzkörper-EMS und Fortsetzung des normalen Trainings zeigte sich, dass der Trainingseffekt zurückging. Somit sollte sich mit zusätzlichem Ganzkörper-EMS-Training eine Leistungssteigerung erreichen lassen.

Produkte

Es existieren zwei Produktreihen. Zum einen die professionelle Ausführung (StudioEdition) und zum anderen die Privatnutzer-Version (HomeEdition). Das Unternehmen setzt bei den Produkten auf die patentierte Trockenelektrode, welche den Nutzern das Tragen des EMS-Systems im trockenen Zustand ermöglicht. Die Produkte der Wettbewerber benötigen entweder ein vorheriges Befeuchten der Elektrode über Wasser oder ein Gel oder durch Anschwitzen durch Aufwärmübungen.

Weiterhin sind alle Produkte kabellos und können über die private oder professionelle App-Lösung über Bluetooth gesteuert werden. Der EMS-Anzug ist aus einer strapazierfähigen, elastischen, antibakteriellen Baumwoll-Faser gefertigt und kann einfach in einer Waschmaschine gewaschen werden. Der Anzug ist ein Hightech-Strickprodukt, welches hohen Belastungen standhält und in der Produktion eine Strickzeit pro Anzug von über 6 Stunden erfordert. Um eine Langlebigkeit trotz vieler Waschzyklen zu gewährleisten, wurde ein innovatives eingewebtes elastisches Kabelsystem entwickelt. Hierdurch befinden sich keinerlei Kabel sichtbar am Anzug. Durch die anzuginterne Verkabelung mit einem flexiblen und dehnfähigen elektrischen Leiter kommt es auch bei starken Dehnungen des Anzugs nicht zu Kabelbrüchen. Die Elektroden und Kabel sind vollständig in den Anzug integriert und dauerhaft waschbar. Dies optimiert den Anzug für die Sportanwendung des Kunden und auch für die Produktpflege.

Betrieben werden die Anzüge über die sogenannte **PowerBox**, welche als Batterie fungiert und über Bluetooth angesteuert wird. Es können Reizströme zwischen 7 Hz und 100 Hz gesendet werden. Die Batterie ist ein Lithium-Ionen-Akku, welcher mit einem Ladezyklus bis zu 50 Trainingseinheiten à 20 Minuten ermöglicht. Zudem wurde ein Sicherheitssystem integriert, um den Nutzer vor Überlastungen zu schützen. Die aktuelle PowerBox wird in der HomeEdition und in der StudioEdition vertrieben. Die HomeEdition hat zusätzliche Sicherheitsfunktionen für den Privatanwender, sodass höher frequente 85 Hz Trainings nur zwei Mal pro Woche möglich sind.

Aktuell ist eine neue PowerBox in der Entwicklung. Ziel des neuen Produktes ist es, die normativen Vorgaben des Medizinproduktegesetzes zu erfüllen. Dies ist eine notwendige Bedingung, um erfolgreich in bestimmte Länder exportieren zu können. Zudem soll sich ein Stimulationskanal direkt über Tasten an der PowerBox steuern lassen und die Intensität soll direkt ablesbar sein. Dies würde die aktuell notwendige App-Nutzung überflüssig machen. Wobei die Steuerung sehr vereinfacht ist und auch zukünftig die App notwendig sein sollte, um mit unterschiedlichen Trainingseinheiten zu trainieren. Aktuell werden zwei unterschiedliche PowerBoxen (Home und Studio) produziert. Zukünftig sollen diese baugleich sein und die Sicherheitsbestimmungen für die HomeEdition-Powerboxen über eine eingebaute Softwarelösung geregelt werden. Zusätzlich sollen weitere Verbesserungen für die PowerBox erzielt werden, wie die Verkleinerung der Maße sowie eine höhere Bauteilintegration, der Wegfall der Paddles mit einem direkten Anschluss der PowerBox an den Anzug, eine Kostenreduzierung und höhere Bauteilverfügbarkeit gewährleistet werden.

StudioEdition

Die EasyMotionSkin StudioEdition wurde für Trainer und Studios entwickelt. Für die StudioEdition wird eine separate App-Lösung angeboten, die mehr Funktionen als die HomeEdition bietet.

Die StudioEdition App ermöglicht die Steuerung von bis zu vier EMS-Systeme



Quelle: EasyMotionSkin Tec

So können über die App Kunden registriert werden und die Ergebnisse in der Cloud gespeichert werden. Zudem können bis zu vier EMS-Systeme gleichzeitig angesteuert werden, wodurch ein Gruppentraining ermöglicht wird. Bei der Gruppensteuerung können individuelle Parameter für die einzelnen Teilnehmer eingegeben werden. Zudem bietet die StudioEdition die Möglichkeit höhere Frequenzen als die HomeEdition einzustellen.

Neben dem klassischen EMS-System bietet EasyMotionSkin Tec in der StudioEdition auch ein Westensystem an, welches über einer Funktionswäsche getragen wird. Die Weste wird mit feuchten Elektroden über der leitenden Funktionswäsche getragen. Durch das Westensystem über der Funktionswäsche können beliebig viele Kunden direkt nacheinander trainiert werden. Das Westensystem setzt genau wie der EMS-Anzug auf eine kabellose Technik mit einem modularen System. Die antibakterielle Faser ermöglicht eine hygienische Mehrfach-Nutzung. Somit kann der Studioablauf effizienter gestaltet werden, ohne durch Waschzyklen eines EMS-Anzugs aufgehalten zu werden.

EasyMotionSkin Westensystem



Quelle: EasyMotionSkin Tec

HomeEdition

Die HomeEdition ist für Privatanwender, welche entweder eigenständig oder im Studio mit dem eigenen EMS-System trainieren wollen. Die HomeEdition hat eine separate App für iOS und Android mit über 30 vorinstallierten Trainingsprogrammen. In der privaten App-Lösung sind nahezu alle Funktionen der StudioEdition enthalten. So können auch einzelne

Elektroden angesteuert werden und individuelle Frequenzen in unterschiedlichen Kategorien eingestellt werden.

EasyMotionSkin HomeEdition Finanzierungsangebot und HomeEdition App



Quelle: EasyMotionSkin Tec

EasyMotionSkin Tec bietet zudem die Finanzierung über einen externen Dienstleister an. Die Finanzierung ist bereits in die Webseite vollständig integriert. So können Kunden die EMS-Systeme bereits ab 49,00 Euro pro Monat finanzieren oder für etwa 3.000 € erwerben.

Vertrieb

Die EMS-Systeme mit der App-Steuerung sind leicht verständlich, dennoch sollte vor der ersten Nutzung eine Einweisung stattfinden. Daher ist kein reiner Online-Vertrieb angestrebt, sondern Vertriebswege mit Beraterkontakt. Es wird unterschieden in B2C-Vertrieb (Business to Customer) und B2B-Vertrieb (Business to Business).

B2C-Vertrieb

Es soll zum einen auf den **Direktvertrieb** gesetzt werden und ein Vertriebsteam aufgebaut werden. Darüber hinaus sollen viele eigenständige Vertriebler genutzt werden, sogenannte **BusinessPartner**. BusinessPartner verfügen über eine eigene Gewerbeanmeldung und sollen die HomeEdition-Systeme vertreiben sowie weitere BusinessPartner gewinnen. Hier wird auf ein Multi-Level Marketing System gesetzt.

Weiterhin soll es Anreize für Bestandskunden geben, damit diese zum einen über Weiterempfehlungen provisioniert werden und zum anderen Anreize bekommen, um selbst ein BusinessPartner zu werden.

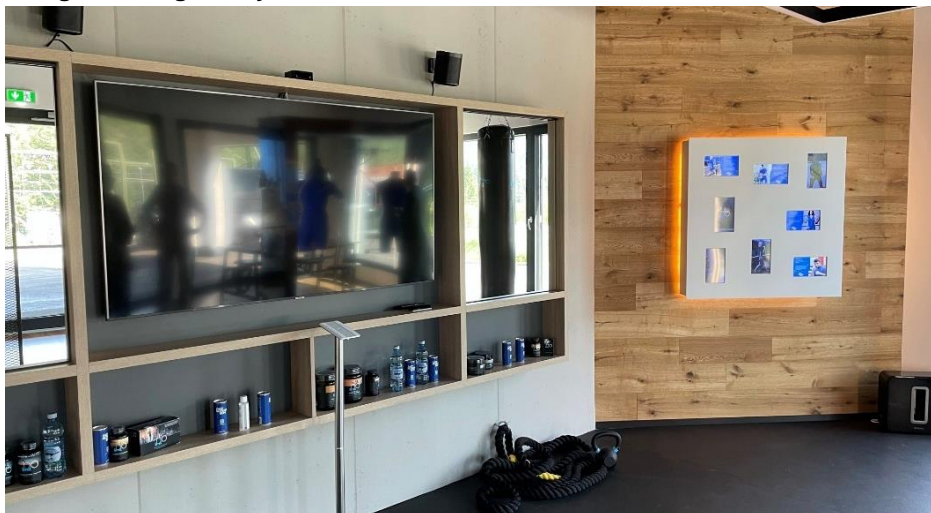
BusinessPartner sollen zunächst in der **EMS Academy GmbH** geschult werden. Die Inhalte umfassen unter anderem die Produktpalette, geltendes Recht, Trainingsmethoden und auch Verkaufstechniken. Wobei die vermittelten Inhalte sich bewusst auf den gesamten EMS-Markt beziehen und nicht exklusive auf EasyMotionSkin-Produkte.

Mittelfristig sollen auch Pop-Up Stores und Shop-in-Shop Konzepte mit großen **Handelsketten** (wie z.B. Media Markt oder Intersport) eingerichtet werden.

Zudem sollen **Bodyclubs** als Franchise-System angeboten werden. Bodyclubs sind EMS-Studios im Lizenzsystem, welche ebenfalls den Verkauf von EMS-Systemen als Ziel haben. In den Bodyclubs trainieren die Kunden dann im eigenen EMS-System und können weitere Trainingseinheiten privat absolvieren. Ein Vorzeige-Bodyclub wurde in der Zentrale in Reith bei Seefeld bereits gebaut, wobei den einzelnen Bodyclubs abhängig von der Immobilie und den Raumaufteilungen eine gewisse Freiheit zur Umsetzung des Konzepts gelassen werden soll. Die Bodyclubs gehören nicht zur EasyMotionSkin Gruppe und fallen nicht in den Umsatzbereich der Gruppe.

Darüber hinaus können Fitnessstudios und Personal Trainer in das EasyMotionSkin-Konzept eingegliedert werden und erhalten dann die Bezeichnung „... operated by Bodyclub“. Anschließend können sie sich auch zu einem BusinessPartner entwickeln.

Fertiger Vorzeige-Bodyclub in Reith bei Seefeld



Quelle: GBC AG

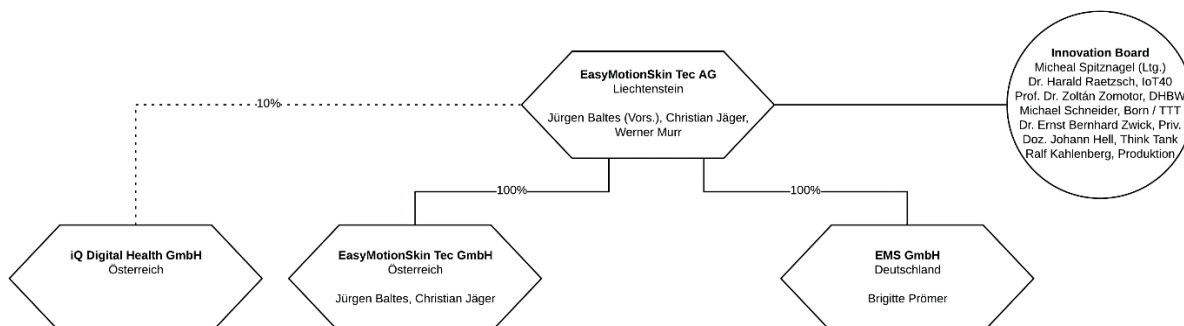
B2B-Vertrieb

Für den B2B-Vertrieb sind BusinessPartner mit exklusiven Zielgebieten vorsehen. Diese sogenannten Pro-Vertriebsteams vertreiben die Studio-Systeme und haben individuelle Umsatzziele. Um Teil des Pro-Vertriebsteams zu werden, muss sowohl eine erfolgreiche Historie im Vertrieb nachgewiesen werden als auch umfangreiche EMS-Kenntnisse. Die Pro-Vertriebsteams sind in ihrem Gebiet für den Vertrieb von HomeEditions und Studio-Editions sowie den Aufbau weiterer BusinessPartner zuständig und gelten als Markenrepräsentanten. In den jeweiligen Regionen sollen auch eigenständige Auftritte auf lokalen Veranstaltungen wie z.B. Messen durchgeführt werden.

Organisation und interne Lieferkette

Das Dach der Organisation ist die **EasyMotionSkin Tec AG** (vormals Maponos Invest AG), mit Sitz in Liechtenstein.

Organigramm



Quelle: EasyMotionSkin Tec AG

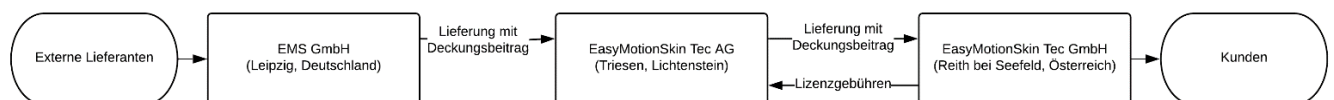
Aus historischen Gründen liegt der Unternehmenssitz in Liechtenstein, da es sich bereits vor EasyMotionSkin um ein Unternehmen des Gründers Christian Jäger handelte. Die Konzernmutter EasyMotionSkin Tec AG übernimmt vornehmlich die strategische Leitung sowie Teile der Lieferkette. Gleichzeitig ist die EasyMotionSkin Tec AG die Inhaberin aller

EasyMotionSkin Lizenzen. Somit fallen in der Lieferkette Lizenzgebühren innerhalb der Konzernunternehmen an. So ist im ersten Schritt die EMS GmbH verantwortlich für die Produktion der EasyMotionSkin Produkte und verkauft diese mit einem Deckungsbeitrag an die EasyMotionSkin Tec AG, welche wiederum die Produkte mit einem Deckungsbeitrag an die EasyMotionSkin Tec GmbH weiterverkauft. Zusätzlich erhält die EasyMotionSkin Tec AG Lizenzgebühren von der EasyMotionSkin Tec GmbH für die Nutzung der Namens- und Lizenzrechte.

Die EasyMotionSkin Tec AG besitzt zwei 100%ige Tochtergesellschaften. Die EMS GmbH in Leipzig, Deutschland und die EasyMotionSkin Tec GmbH in Reith bei Seefeld, Österreich. Zudem gehören 10% der iQ Digital Health GmbH zur EasyMotionSkin Tec AG. Die iQ Digital Health GmbH ist verantwortlich für die gesamte Software-Architektur im Umfeld der EasyMotionSkin Gruppe sowie für die App-Lösung.

Die **EMS GmbH** ist für die Entwicklung und Produktion der EasyMotionSkin-Produkte verantwortlich. Es wird mit unterschiedlichen Unternehmen zusammengearbeitet, um die Softwareentwicklung, Hardwareentwicklung und die Textilentwicklung zu gewährleisten. Es wird bewusst auf eine deutsche Produktion Wert gelegt, um auch aktiv mit dem Slogan „Made in Germany“ werben zu können.

Lieferkette innerhalb der EasyMotionSkin-Unternehmen



Quelle: EasyMotionSkin Tec AG

In der Lieferkette erwirbt die EMS GmbH die Hardware-Komponenten und veräußert diese über die EasyMotionSkin Tec AG weiter an die EasyMotionSkin Tec GmbH. Die EasyMotionSkin Tec GmbH unterhält ein Warenlager und veräußert die Produkte an die Endkunden. Innerhalb der Lieferkette liegt der Verkaufspreis jeweils über den Herstellungskosten/Einkaufskosten, was zu einer positiven Bruttomarge führt. Der Grund für diese Struktur liegt in den gruppeninternen Zuständigkeiten. So wird das Finanzierungsrisiko von der EasyMotionSkin Tec AG getragen mit den Zuständigkeitsbereichen Gruppensteuerung, Strategie, Finanzierung und Softwareentwicklung. Die EMS GmbH übernimmt den Bereich Einkauf und die EasyMotionSkin Tec GmbH betreut die Bereiche Personal, Vertrieb, Großkundenakquise und Marketing. Weiterhin erhält die EasyMotionSkin Tec AG von der EasyMotionSkin Tec GmbH eine Lizenzgebühr für die Nutzung der App-Lösung, für jede Aktivierung eines EasyMotionSkin-Systems ist ein Einmalbetrag zu leisten.

Innovation Board

Neben der EasyMotionSkin Tec AG besteht das Innovation Board. Hierfür wurden innovative Köpfe und Vordenker gewonnen, damit die Produkte der EasyMotionSkin Gruppe auch in Zukunft noch über Wettbewerbsvorteile verfügen.

Das Innovation Board soll neue Produkte und Dienstleistungen zunächst ohne Restriktionen erdenken und als primärer Ideengeber fungieren. Dazu gehört auch intensives Feedback und die Beratung, in welche Richtung Ideen entwickelt werden sollen und welche Innovationsprozesse angestoßen werden sollen.

Die Leitung des Innovation Boards hat **Michael Spitznagel** inne. Mit über 20 Jahren Erfahrung in der Automobilindustrie und Unternehmensführung verfügt der international

tätige Unternehmer und Manager über umfassendes Know-how in strategischen Fragen und detaillierte Einblicke in unterschiedliche Produktionsprozesse.

Dr. Harald Raetzsch ist Unternehmer und erfahrener Investor, der als ausgewiesener IT-Experte das Wachstum von Betrieben mit Schwerpunkt auf Internetanwendungen vorantreibt. Seine fundierte Erfahrung, die er auch im Silicon Valley sammeln konnte, bringt er in Form von Produkt- und Projektmanagement und industriellem Internet of Things (IoT)/ Industrie 4.0 ein. Er unterstützt bei der strategischen Definition und Entwicklung der Plattformtechnologien und Plattformarchitekturen.

Mit **Michael Schneider** wurde ein führender Spezialist im Bereich „Smart Textile“ gewonnen, der sein detailliertes Fachwissen einbringt. Er ist zudem geschäftsführender Gesellschafter eines der Zulieferunternehmen.

Als renommierter Sportmediziner und Orthopäde mit vertiefender Spezialisierung bringt sich **Dr. Ernst Bernhard Zwick** mit wissenschaftlichen Erkenntnissen und Erfahrungen aus der medizinischen Praxis ein. Er ist unter anderem Mitglied in der Österreichischen Gesellschaft für Sportmedizin und Prävention (ÖGSMP), am International College für Applied Kinesiology Austria (ICAK-A) sowie am Institute for Functional Medicine – und hat damit Einblicke in Themen, die einen wesentlichen Mehrwert für das Unternehmen darstellen.

Dr. Zoltán Ádam Zomotor, Professor an der DHBW Stuttgart für Informatik sowie Studienlehrgangleiter Informatik, verfügt über ausgewiesene IT-Expertise aus einem 20-jährigen Erfahrungshorizont bei einem der führenden deutschen Automobilkonzerne. Mit seinen Kernkompetenzen in den Bereichen Steuerungstheorie, Systemdynamik und Simulation wird er die Diskussion über zukünftige Entwicklungen wesentlich bereichern. Dr. Zomotor ist auch Mitglied im Aufsichtsrat des Unternehmens.

Johann Hell kennt als langjähriger Mitarbeiter von EasyMotionSkin das Unternehmen seit Gründung und weiß um die innerbetrieblichen Dynamiken genauso wie um die Wünsche der Kunden und die Bedürfnisse der BusinessPartner in den einzelnen Ländern. Er betreut den Bereich Think Tank innerhalb des Unternehmens.

Ralf Kahlenberg kennt EasyMotionSkin seit der ersten Stunde und bringt umfassendes Wissen rund um die Unternehmensgeschichte und -entwicklung ein. Seit der Gründung verantwortet er zudem die Produktion aller Komponenten des EasyMotionSkin-Systems.

Zukünftig soll das Innovation Board noch mit einer namhaften Persönlichkeit auf dem Gebiet der allgemeinen Zukunftsforschung ergänzt werden.

Marketing

EasyMotionSkin setzt stark auf Marketing, ist in zahlreichen Pressepublikationen vertreten und konnte zahlreiche prominente Fürsprecher für sich gewinnen. Auf der Website von EasyMotionSkin finden sich zahlreiche Presseartikel, unter anderem von Bild der Frau, Bild, Forbes, Kurier oder Die Welt. Hierüber soll im Allgemeinen das Thema EMS weiter in die Öffentlichkeit getragen werden und im Speziellen die EasyMotionSkin EMS-Systeme vorgestellt werden.

Darüber hinaus wurden zahlreiche prominente Fürsprecher für EasyMotionSkin gewonnen. Unter anderem Ralf Möller, Giulia Siegel, Maria Höfl-Riesch, Christina Hammer, Peter Stöger, Sonja Zietlow, und viele weitere.

Zahlreiche prominente EasyMotionSkin-Fürsprecher



Quelle: EasyMotionSkin Tec

Patente

Das Patent für die Trockenelektrode („Verfahren zur Herstellung einer textilbasierten Elektrode, Elektrode und Verwendung“) liegt weiterhin beim Erfinder, Herrn Rembert Born. Die EMS GmbH hat sich vertraglich die Exklusivität für das Patent von der Born GmbH gesichert. Der Patentinhaber und Erfinder für die „Vorrichtung zur komplexen Elektromyostimulation“ ist Herr Prof. Dr. Dirk Fritzsche, der ebenfalls eine ausschließliche Lizenz an die EMS GmbH erteilt hat.

Forschung und Entwicklung

Die Hochwertigkeit des EasyMotionSkin-Systems zeigt sich auch darin, dass die Deutsche Raumfahrtagentur und die Berliner Charité auf EasyMotionSkin-Lösungen in ihren Experimenten setzen. Matthias Maurer wird als zweiter ESA-Astronaut im Rahmen des Commercial Crew Programme der NASA im Herbst 2021 zur ISS fliegen. Der deutsche ESA-Astronaut wird dann etwa sechs Monate lang im Orbit leben und arbeiten. Im Zuge dessen wird er zahlreiche Experimente durchführen und unter anderem täglich zweieinhalb Stunden im EasyMotionSkin-System gegen Muskelschwund trainieren. Das Training wird aus Laufen, Radfahren und Krafttraining bestehen.

Astronaut Matthias Maurer trainiert mit dem EasyMotionSkin-System (links) und ein EasyMotionSkin-Anzug in der Schwerelosigkeit (rechts)



Quelle: NASA, Deutsche Raumfahrtagentur

Die Technologie-Demonstration von EasyMotionSkin wird im Auftrag der Deutschen Raumfahrtagentur durchgeführt. Die wissenschaftliche Leitung übernimmt das Zentrum für Weltraummedizin an der Berliner Charité und das Projekt wird technisch begleitet vom Europäischen Astronautenzentrum EAC der europäischen Weltraumorganisation ESA.

MARKT UND MARKTUMFELD

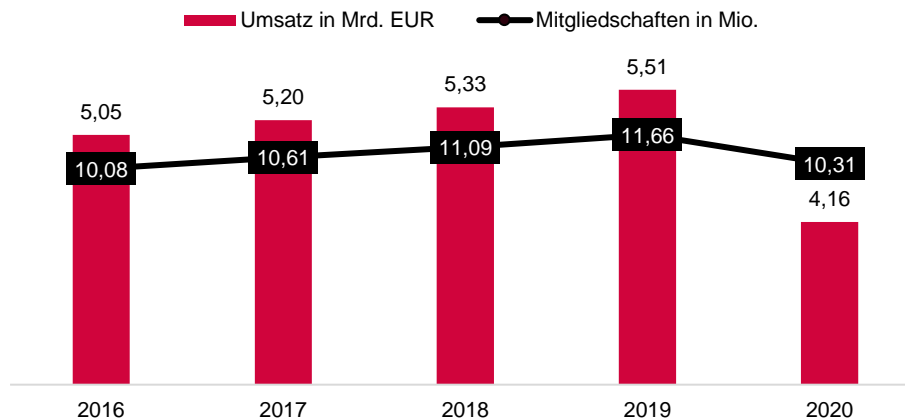
Die EasyMotionSkin Tec AG ist im Fitness- und Gesundheitssegment tätig und agiert als Hersteller von Trainings- respektive Fitnessgeräten auf Basis von Elektromyostimulation oder Elektromuskelstimulation (kurz: EMS). Die Haupttätigkeitsfelder des Unternehmens bestehen in der Entwicklung, Produktion und Distribution von proprietären EMS-Trainings-systemen, welche kabellos und unter Anwendung von patentierten Trockenelektroden konzipiert sind. Das Unternehmen fungiert somit als Innovator und Allrounder im EMS-Markt, da EasyMotionSkin nahezu die komplette Wertschöpfungskette abdeckt.

Entwicklung Gesamtmarkt: Fitness-Wirtschaft in Deutschland

Grundsätzlich ist die Fitness- beziehungsweise Gesundheitsbranche ein florierendes Marktsegment. Die Fitnessbranche war über mehrere Jahre hinweg bis 2020 von hohen Wachstumsraten geprägt, bevor aufgrund Covid-19 erstmalig starke Wachstumseinbrüche ersichtlich wurden. Bis zu den pandemiebedingten Schließungen entwickelte sich die deutsche Fitnessindustrie nachhaltig positiv und hatte sich als ein Wachstumsmarkt etabliert. Der Gesamtmarkt der Fitnessindustrie unterteilt sich dabei in drei Betriebsstrukturen: Einzelbetriebe, Kettenbetriebe und Mikrostudios.

In der Periode vor der Corona-Pandemie 2016 bis 2019 wurde in der Fitnessbranche ein stetiges Wachstum generiert. Dabei stieg der Branchenumsatz in Deutschland durchschnittlich um 3% jährlich (CAGR), und im Jahr 2019 konnte die Fitness- und Gesundheitsbranche einen Umsatzrekord verzeichnen. Laut der Eckdatenstudie zur Fitnessbranche von Deloitte & Co. betrug der Branchenumsatz im Jahr 2019 insgesamt 5,51 Mrd. EUR (+3,4% im Vergleich zum Vorjahr).

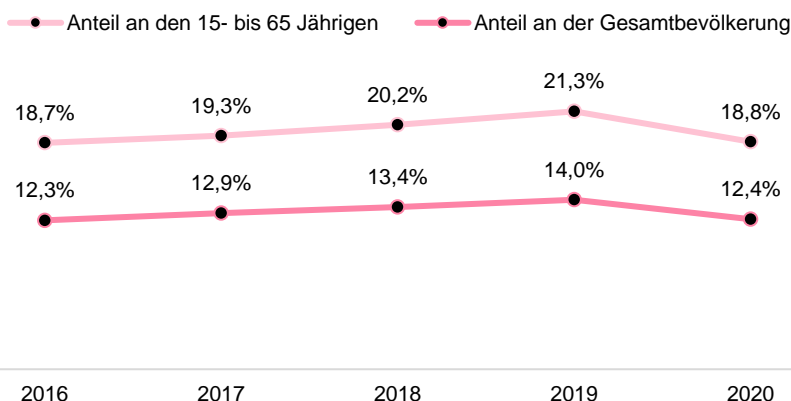
Entwicklung der Umsätze und Mitgliederzahlen der Fitnessbranche in Deutschland von 2016 bis 2020



Quelle: Arbeitgeberverband deutscher Fitness- und Gesundheitsanlagen (DSSV), GBC

Nach dem konstanten Wachstum der dargestellten Periode kam es im Jahr 2020 erwartungsgemäß zu einem starken Einbruch beim Umsatz und bei den Mitgliedszahlen. Maßgeblicher Grund für diese rückläufige Entwicklung sind die pandemiebedingten Schließungen. Auch die Einnahmen mit dem essenziellen Neukundengeschäft sind eingebrochen, was in der Gesamtbranche zu erheblichen Einbußen geführt hatte. Aus der Eckdatenstudie von Deloitte & Co. geht hervor, dass der Umsatz von 5,51 Mrd. EUR im Jahr 2019 erheblich auf 4,16 Mrd. EUR im Jahr 2020 eingebrochen ist.

Entwicklung der Penetrationsquoten deutscher Fitnessbetreiber im Betrachtungszeitraum 2016 bis 2020

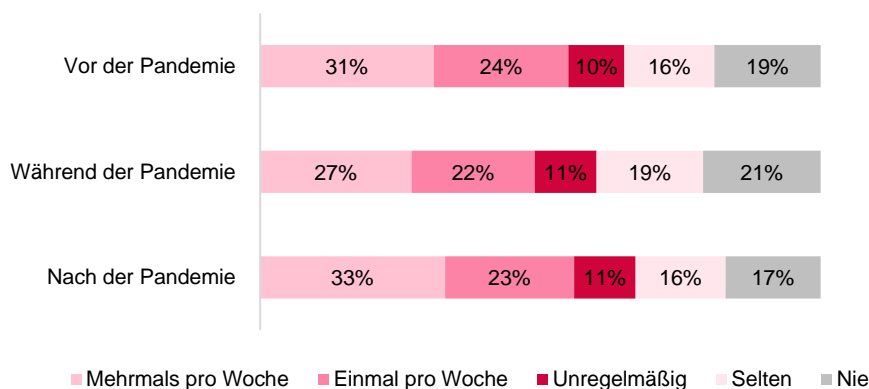


Quelle: DESTATIS, DSSV, DHfPG, Deloitte-Analyse, GBC

Grundsätzlich befindet sich aber die Fitnessbranche in einem Aufwärtstrend, der von einem Anstieg der Mitgliedschaften zwischen 2016 und 2019 geprägt war. In diesem Zusammenhang geht aus der Branchenstudie hervor, dass das Fitnessstraining in Deutschland zur mitgliederstärksten Trainingsform, sogar noch vor Sportarten wie Fußball (7 Mio. Mitglieder) und Turnen (5 Mio. Mitglieder) zählt. Der Zulauf bei Fitnessbetrieben hat sein Peak im Boomjahr 2019 erreicht, als insgesamt 14,0 % der Gesamtbevölkerung in Deutschland Mitglied in einem Fitnessstudio waren. Im Jahr 2020 war diese Penetrationsquote pandemiebedingt erstmalig rückläufig. Basierend auf einer Mitgliederbasis von 10,31 Millionen im Jahr 2020 sank diese dann auf 12,4 %. Wichtige Markttreiber wie z.B. das zunehmende Gesundheitsbewusstsein sind aber weiterhin intakt. Somit rechnen die Marktexperten von Deloitte damit, dass nach der Pandemie und den damit verbundenen Schließungen, die Penetrationsquote auf das Vorkrisenlevel zurückkehren und sich die Wachstumsdynamik bei den Mitgliedschaften fortsetzen wird.

Trotz der rückläufigen Entwicklung im Pandemiejahr 2020 prognostizieren die Experten der Branchenstudie von Deloitte, DSSV & DHfPG damit zukünftig eine weiterhin positive Entwicklung für die Fitness-Wirtschaft. Denn die Einbrüche sind nicht auf strukturelle Probleme der Fitnessbranche zurückzuführen, sondern ausschließlich als Konsequenz der Corona-Pandemie zu sehen. Daher wird für den Zeitraum nach der Pandemie mit hohen Aufhol- beziehungsweise Erholungseffekten gerechnet.

Häufigkeit des Fitnessstrainings



Quelle: Deloitte-Analyse

Anfang 2021 führte Deloitte eine repräsentative Konsumentenbefragung in 20 europäischen Ländern durch. Dabei wurden die Teilnehmer gezielt zu ihrem Fitnessverhalten vor,

während sowie dem zu erwartenden Trainingsverhalten nach Covid-19 befragt. Erwartungsgemäß geht aus der Auswertung der Ergebnisse hervor, dass das Trainingsverhalten infolge der Corona-Pandemie stark eingeschränkt war. Demnach gab mehr als die Hälfte der Befragten (>55 %) an, vor der Pandemie mindestens einmal pro Woche trainiert zu haben. Während der Pandemie hingegen ging die Quote auf weniger als 49 % zurück. Das Befragungsergebnis lässt den Schluss zu, dass die Trainingshäufigkeiten beziehungsweise das Fitnessverhalten wieder auf das Vorkrisenniveau zurückkehren wird.

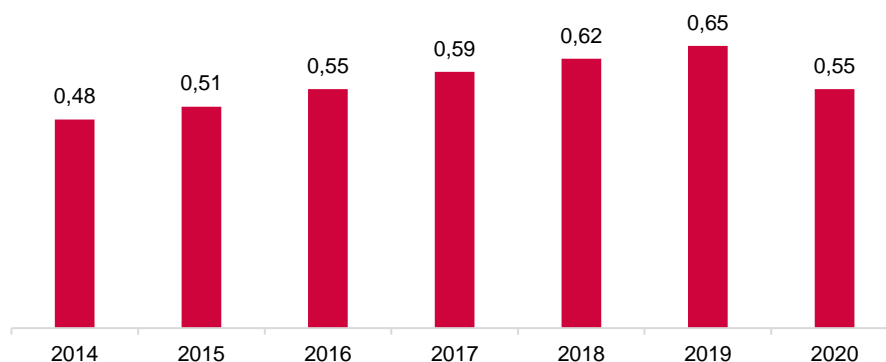
Abschließend ist zu erwähnen, dass die Fitnessbranche laut Branchenexperten zu den Schlüsselbranchen im Bereich Prävention und Gesundheit zählt und diese in diesem Zusammenhang einen hohen Stellenwert in der Gesellschaft genießt. Mittlerweile zählen Fitnessstudios als ein essenzieller Bestandteil der Gesundheitsversorgung und tragen somit zum Wohlbefinden der Bevölkerung bei. Letztlich wird darauf verwiesen, dass Bewegung und sportliche Aktivität, wie sie beispielsweise in Fitnessstudios betrieben wird, die physische und die psychische Gesundheit positiv beeinflussen und zudem das Immunsystem stärken. Daher wird die Fitnessbranche nach der Pandemie eine Schlüsselrolle einnehmen und zählt somit zu den Branchen der Zukunft im Bereich Gesundheit und Wohlbefinden.

Entwicklung der Mikrostudios - EMS-Markt in Deutschland

Zu den sogenannten Mikrostudios zählen Anbieter, die eine Trainingsfläche von weniger als 200 m² darstellen, ein spezielles Segment bedienen und gezielt mit einem begrenzten Angebot eine spezifische Gruppe adressieren. Die Mikrostudio-Anbieter treten sowohl als Einzelbetreiber als auch im Ketten- und Franchisesystem am Markt auf.

In diesem Zusammenhang zählt die EMS-Trainingsmethode, als spezifisches Trainingskonzept, zum Mikrosegment. Beim EMS-Training handelt es sich um eine Trainingsmethode unter Reizstromanwendung zum Muskelaufbau, die zur Regeneration oder auch im Bereich der Schmerztherapie angewendet werden kann. Durch den Einsatz von Stromimpulsen werden die körpereigenen Effekte in der Muskelstimulation verstärkt. Dies führt zu stärkeren und intensiveren Muskelkontraktionen. In Deutschland gewinnt das Elektromyostimulations-Training (kurz: EMS-Training) in der deutschen Fitness- und Gesundheitsbranche dabei zunehmend an Bedeutung und der EMS-Markt zählt mittlerweile zu den Boom-Märkten der Fitnessindustrie

Entwicklung der Mitgliedschaften bei Mikrostudios im Betrachtungszeitraum 2014 bis 2020 (in Mio.)

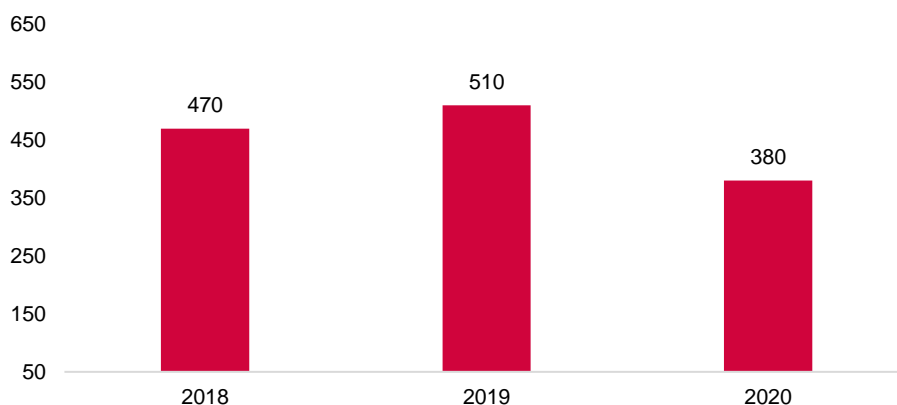


Quelle: Arbeitgeberverband deutscher Fitness- und Gesundheitsanlagen (DSSV), GBC AG

Da uns keine konkreten statistischen Auswertungen zum EMS-Markt vorliegen, ziehen wir die vorliegenden Zahlen für das Untersegment der Mikrostudios heran. Unseres

Erachtens haben Mikrostudios mit ihrer klaren Nischenpositionierung eine große Schnittmenge mit dem EMS-Bereich. Im Übrigen, viele Mikrostudios bieten im Gegensatz zu den großen Fitnesseinrichtungen ausschließlich einzelne Trainings-Produkte, darunter auch das EMS-Training, an. Die Entwicklung der Mitgliedszahlen bei den Mikrostudios erreicht bis ins Jahr 2019 Rekordwerte und spiegelt das dynamische Wachstum des Gesamtmarkts wider. Der Rekordwert an Mitgliedschaften im Jahr 2019 belief sich auf 650.000, dies entspricht einem Anstieg in Höhe von 35 % im Vergleich zum Jahr 2014 (Mitgliedschaften 2014: 480.000). Neben der Mitgliederentwicklung spiegelt sich das dynamische Wachstum dieses Nischensegments auch in der Umsatzentwicklung wider. Demnach beläuft sich der Umsatz im Rekordjahr 2019 auf über 500 Millionen EUR, ein Umsatzwachstum in Höhe von 8,5 % gegenüber dem Vorjahr (2018: 470 Millionen EUR).

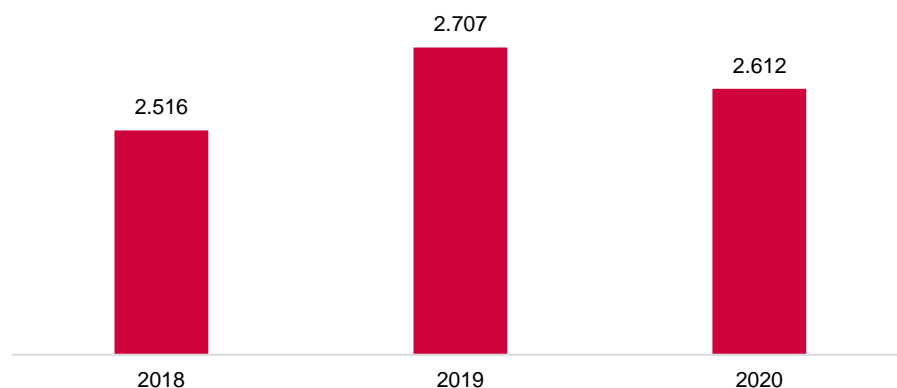
Umsatzentwicklung Mikrostudios (in Mio. €)



Quelle: DSSV& Deloitte, GBC

Analog zur Umsatzentwicklung kam es nach der starken Wachstumsphase im Bereich der Anlagenentwicklung (CAGR 2016 bis 2019: 9,6%) pandemiebedingt in 2020 zu einer rückläufigen Entwicklung. Bei den Anlagen handelt es sich um Fitness- und Gesundheitsanlagen, wobei unterschieden wird zwischen Einzelbetrieben, Kettenbetrieben oder Mikrostudios. Demnach verzeichneten Mikrostudios in der Gesamtbetrachtung einen Anlagenrückgang von 3,5 % im Vergleich zum Vorjahr.

Anlagenentwicklung im Mikrosegment



Quelle: DSSV, GBC

Allerdings ist festzuhalten, dass sich das EMS-Training im Pandemiejahr als besonders resistent erwiesen hat, beziehungsweise sich gegenläufig zum Gesamtmarkt entwickelt hatte. Der Branchenstudie von Deloitte & Co. zufolge konnte im EMS-Bereich ein Anlagen- und Mitgliederwachstum im Pandemiejahr 2020 verzeichnet werden. Konkret konnten

EMS-Anbieter den Bestand bei den aktiven Anlagen um 80 erhöhen (+6,0%). Zudem wurden im Jahr 2020 mehr als 10.000 Mitglieder akquiriert (+8,1%). Der stark wachsende EMS-Bereich ist als eine Folge der zunehmenden Beliebtheit des EMS-Trainings zu verstehen. Zu den renommiertesten EMS-Anbietern in Deutschland zählen unter anderem Bodystreet (Marktführer), Körperformen, fitbox, EMS-Lounge und terra sports.

Marktübersicht: Die größten EMS-Studio-Ketten in Deutschland

Unternehmen	Unternehmensportrait (Kurzbeschreibung)	Gründung	Durchschnittliche Studiogröße / An- lagen	Hersteller EMS-System
BODYStreet	Bei Bodystreet handelt es sich um eine bundesweite Fitnesskette mit Fokus auf Ganzkörpertrainingseinheiten auf Basis von EMS-Geräten. Mit über 270 Special-Interest-Studios in der DACH-Region und Großbritannien zählt das Unternehmen zu den größten Systemen der EMS-Branche.	2007	80 – 100 m ² / 240	Fremdbezug von Miha Bodytec
KÖRPERFORMEN	Körperformen ist seit Jahren ein stark wachsendes Lizenzkonzept auf dem EMS-Markt. Es handelt sich um ein offenes Konzept, sodass man innovative Ideen in das bestehende System integrieren kann.	2011	80 – 100 m ² / 141	Fremdbezug von Miha Bodytec
Terra Sports	Terra Sports ist Betreiber deutschlandweit operierender EMS-Studio Ketten. Das Unternehmen betreibt über 54 Studios mit mehr als 8.000 Mitgliedern. Der Fokus liegt auf einer engen professionellen Kundenbetreuung.	2014	100 m ² / 42	Fremdbezug von Miha Bodytec
25Minutes	Das Unternehmen zählt zu den größten EMS-Franchisesystemen (First Mover im EMS-Segment) Der Fokus des Trainingskonzepts liegt auf Personal-EMS-Training und Cardio-EMS	2009	100– 120 m ² / 26	Fremdbezug von Miha Bodytec
EMSLounge	EMSLounge hat ein erfolgreiches EMS-Lizenzkonzept etabliert und konnte in der noch jungen Unternehmenshistorie schon zahlreiche Auszeichnungen im EMS-Segment ausweisen. Zu den Erfolgsfaktoren zählen die Kombination aus EMS-Nutrition für die Ernährung und dem 20-minütigen EMS-Training pro Woche.	2008	EMS-Lounge: 80 – 100 m ² EMS-Lounge Cube: 25 m ² / 36	Fremdbezug von Miha Bodytec
FitBox	FitBox ist das weltweit erste sogenannte „One-Stop“ EMS-Mikrostudio. Der proprietäre	2011	93 m ² / 42	Fremdbezug von Miha Bodytec

fitbox 3-ECK Ansatz ist eine Kombination aus den Komponenten EMS-Ernährungsprogramm, EMS-Cardio und EMS-Krafttraining.

Quelle: *Fitness Management Magazine, GBC*

Aus der Marktübersicht zu den größten EMS-Studio-Ketten wird ersichtlich, dass die Top 6 Player im EMS-Segment die Anlagen über den Hersteller Miha Bodytec beziehen. Miha Bodytec ist der führende deutsche Premiumhersteller für EMS-Trainingsgeräte im Bereich Fitness und Gesundheit. Die Technologie, das Knowhow und letztendlich die EMS-Trainingsgeräte von Miha Bodytec werden neben der reinen Trainingsanwendung (Muskelaufbau, Körperfettreduktion) auch umfassend in den Bereichen Prävention, Therapie und im Gesundheitssektor angewendet.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass es sich beim EMS-Markt um ein dynamisch wachsendes Marktsegment handelt. Die schnell steigende Anbieterbasis zählt zu den Wachstumstreibern der Branche. Die EMS-Ketten-Anbieter revolutionieren mit ihren innovativen, systembasierten Konzepten die Fitnessindustrie. Demnach avanciert das Mikrosegment - zu dem die EMS-Branche zählt - vom Nischensegment zur etablierten Größe im Fitnesssegment.

Wandel der Branche – aktuelle Fitnesstrends

Die derzeitigen Fitnesstrends sind größtenteils auf die Covid-19-Pandemie und deren Auswirkungen zurückzuführen. Die Corona-Pandemie hat die Fitnessbranche nachhaltig verändert. Demnach ist die Fitnessbranche, von einer zunehmenden Digitalisierung, einem Wertewandel in der Gesellschaft sowie der Verlagerung sportlicher Aktivitäten nach Hause oder Outdoor geprägt.

Die Schließungen der stationären Fitnessbetriebe führte dazu, dass immer mehr Menschen in Deutschland dazu tendiert haben, digitale sowie Outdoor-Fitnessangebote in Anspruch zu nehmen. Dies stützt den Trend hin zu digitalen und individuellen Fitnessangeboten. Demnach stellen stationäre Fitnessstudiobetreiber vermehrt ihr Konzept um und entwickeln sich zu hybriden Fitnessanbietern. Diese bieten neben der reinen Fitnessdienstleistung in den Studios auch vermehrt digitale und individuelle Fitnessangebote wie Streamings von Live-Kursen via YouTube, Skype, Zoom oder ähnlichen Plattformen an.

Das American College of Sports Medicine (ACSM) Health & Fitness Journal führt jährlich eine Umfrage zum Thema internationaler Fitnesstrends durch. An der Online-Befragung („Worldwide Survey of Fitness Trends) haben im Jahr 2020 mehr als 4.300 Fitnessexperten, Studiobetreiber und Trainer teilgenommen. Die Resultate der Branchenumfrage dienen mittlerweile als wichtiger Indikator für aktuelle Marktentwicklungen, Trends sowie Innovationen innerhalb der Fitness- und Gesundheitsbranche. Die Resultate und gewonnenen Erkenntnisse der Branchenumfrage basieren insbesondere auf den eigenen Erfahrungen der Befragten innerhalb der Corona-Krise und untermauern die zunehmende Bedeutung der Digitalisierung im Bereich der Trainingssteuerung sowie der Mitgliederbetreuung.

Die ACSM Fitnesstrends 2021 (Ranking auf Basis der „Worldwide Survey of Fitness Trends“)

Trend	Beschreibung
1. Online-Training	Anwendung digitaler Streaming-Technologien (Stichwort: virtuelle Trainingssessions), um Gruppen-, Einzel- oder Lehrtrainingsprogramme online anzubieten

2. Wearable Technology	Unterstützung des Trainings mithilfe von Hardware wie Smart-Watches, GPS-Tracker, Fitness-Tracker, um Trainingsleistung aufzuzeichnen beziehungsweise Gesundheitsaspekte wie Herzfrequenz unter Belastung zu überprüfen.
3. Body Weight Training	Trainingseinheiten mit Fokus auf Übungen mit dem eigenen Körpergewicht. Keine Gewichte, Geräte oder sonstige Ausrüstung notwendig.
4. Outdoor Activities	Umfasst Fitnessworkouts im Park, Spaziergänge in kleinen Gruppen oder organisierte Wandertouren als Gruppen-Event etc.
5. High Intensity Interval Training (HIT)	30-minütige Powerworkouts, kurze hochintensive Trainingseinheiten.
6. Virtual Training	Gruppentrainingseinheiten in Kombination mit technologischer Unterstützung wie Videoanimation der Trainingsübungen.
7. Initiative: „Exercise is Medicine“	Gesundheitsdienstleister sollen zukünftig bei jedem Patientenbesuch eine Bewertung der körperlichen Aktivität/Verfassung der Patienten vornehmen und dann gegebenenfalls direkt eine Überweisung zu Fitnessexperten veranlassen.
8. Strength Training with Free Weights	Geschulter Fitnesstrainer vermittelt spezielle Fitnessübungen, unterstützt durch Langhanteln, Kettleballs und/oder Medizinbällen.
9. Fitness Programs for Older Adults	Entwicklung/Konzeption altersgerechter Fitnessprogramme, um ältere Erwachsene fit und gesund zu halten. Dies vor dem Hintergrund einer immer älter werdenden Gesellschaft.
10. Personal Training	Einzeltraining ist ein weiterhin anhaltender Trend. Die Trainingsgestaltung ist sehr flexibel und kann online, im Fitnessstudio, zu Hause oder auch Outdoor durchgeführt werden. Personal Training umfasst eine individuelle Vereinbarung von sportlichen Zielen.

Quelle: ACSM, GBC

Das international anerkannte Top 10 Trends-Ranking verdeutlicht, dass insbesondere digitalgetriebene Trends wie Online-Training, die Wearable-Technologie oder auch virtuelle Trainingssessions, neben den konventionellen Fitnessdienstleistungen und den entsprechenden Trainingsangeboten immer mehr an Bedeutung gewinnen.

In diesem Zusammenhang geht aus der Deloitte Sport-Konsumentenbefragung 2021 hervor, dass insbesondere die Anwendung individueller Trainingsformen während der Pandemie signifikant zugenommen hat. Demnach haben die Konsumenten aufgrund der veränderten Rahmenbedingungen die Form ihres Trainings umgestellt, so dass etwa 87 % der Befragten mindestens eine individuelle Trainingsform wie Home- oder Outdoor-Fitness, mit oder ohne digitalen Support via App oder Hardware-Devices während der Pandemie nutzen. Die Branchenexperten von Deloitte gehen davon aus, dass die Nutzung individueller Trainingsformen nach der Pandemie circa bei 81% liegen wird.

Des Weiteren hat sich im Rahmen der Pandemie herauskristallisiert, dass das sogenannte At-Home-Fitness immer mehr an Bedeutung gewinnt. Es besteht eine erhöhte Nachfrage nach digitalen Fitnesslösungen innerhalb der Fitness-Community. Somit etablieren sich Anbieter digitaler Fitnesslösungen zunehmend am Fitness- und Gesundheitsmarkt.

Übersicht ausgewählter digitaler Fitnessanbieter und deren erhaltene Finanzierungssummen seit Gründung bis Ende 2020

Unternehmen Gründung Geschäftsmodell			Kumulierte Finanzierungssumme (in Mio. US-Dollar)
Peloton	2012	Hersteller innovativer Fitnessgeräte wie Indoor-Spinning Bikes etc.(B2C)	995
Tonal	2015	Anbieter digitaler Trainingssessions über Heim-Fitnessgeräte (vertikaler Fernsehbildschirm) im B2C Bereich	200
Zwift	2010	Online-Plattform für virtuelles Training in den Bereichen Rad- und Laufsport (B2C)	620
Calm	2020	App-Anbieter für Meditation- und Atemübungen (B2C)	218
Strava	2009	Soziales Netzwerk zum internetbasierten Tracking sportlicher Aktivitäten wie Radfahren, Joggen, Schwimmen etc. (B2C)	152
Mindbody	2001	Cloud-basierte Online-Planungs- und andere Unternehmensverwaltungssoftware für den Wellness- und Dienstleistungssektor (B2B)	115
Glofox	2014	Anbieter innovativer Fitness Management-Software (B2B)	23

Quelle: Deloitte-Analyse, GBC

Der grundsätzliche Wandel in der Fitnessbranche wird auch anhand der Finanzierungsbereitschaft erkennbar. Anhand der Übersichtstabelle wird deutlich, dass derzeit viel Kapital besonders zur Förderung der Digitalisierung der Fitnessbranche investiert wird und somit digitale Fitnessanbieter infolge der Pandemie in der Fitnessszene einen starken Auftrieb erleben. In diesem Zusammenhang erleben Gesundheits- und Fitness-Apps eine enorme Nachfrage. Laut Angaben des Datendienstleisters App Annie verzeichneten Gesundheits- und Fitnessapplikationen in der Woche vom 22.03.2020 (zu Beginn der Coronapandemie) weltweit einen Anstieg von 40% bei den App-Downloads. Dies untermauert die Tendenz der zunehmenden Bedeutung/Relevanz der Digitalisierung der Fitness- und Gesundheitsbranche.

Insbesondere das stark wachsende Mikrosegment respektive EMS-Training gewinnt immer mehr an Bedeutung und profitiert von der verstärkten Digitalisierung der Fitness- und Gesundheitsbranche. In diesem Zusammenhang wächst in der Fitness-Community auch das Bedürfnis nach Individualtrainingsangeboten in Kombinationen mit App-basierten Trainingssessions, wofür das EMS-Training konzipiert wurde, respektive prädestiniert ist.

Insgesamt zeigt sich, dass die EasyMotionSkin Gruppe in dynamischen Märkten unterwegs ist, welche sich trotz der Covid-Pandemie behaupten konnten. Insbesondere der Trend zu digitalen Lösungen und Einzelfitness sollte sich positiv auf die Entwicklung der EasyMotionSkin Gruppe auswirken.

ESG - ENVIRONMENT SOCIAL GOVERNANCE

Das Thema Nachhaltigkeit hat in den letzten Jahren immens an Bedeutung gewonnen. Die Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsfaktoren spielt bei Unternehmen eine immer größere Rolle, insbesondere um den nachhaltigen Unternehmenserfolg in Einklang mit den globalen Energie- und Klimazielen zu bringen. In diesem Zusammenhang fordern Investoren, Ratingagenturen und die Regulierer verstärkt, dass die ESG-Kapitalmarktkommunikation der Unternehmen transparenter und umfassender wird.

Der Trend hin zu nachhaltigen Investments läutet somit den Paradigmenwechsel der Finanzwirtschaft ein, indem zukünftig nicht nur Fundamentaldaten, sondern auch der Beitrag zu einer nachhaltigen Kreislaufwirtschaft einen wesentlichen Stellenwert einnehmen und somit nachhaltige Kapitalströme erzeugt werden. Die gesetzliche Rahmenwerke wie die EU-Taxonomie (European Green Deal) oder die Offenlegungsverordnung sollen als Richtungsweiser für eine nachhaltige Kreislaufwirtschaft dienen, um die global avisierten Nachhaltigkeitsziele erreichen zu können.

Vor diesem Hintergrund haben wir die EasyMotionSkin Gruppe einem ESG/Nachhaltigkeitscheck auf Basis unseres standardisierten bzw. proprietären GBC ESG/Nachhaltigkeits-Fragebogens unterzogen.

ESG-Impact: Nachhaltigkeitsansatz des Unternehmens im Bereich Arbeitsumfeld, Unternehmensphilosophie und der generellen Unternehmensausrichtung (auf Basis der Antworten aus dem GBC-Nachhaltigkeitsfragebogen)

E – Beitrag zum Umweltschutz

- Strombezug aus Ökostrom
- Ökologisches Betriebsgebäude mit integrierter Photovoltaikanlage
- E-Mobilitäts-Fahrzeuge

S – Maßnahmen für ein nachhaltiges Arbeitsumfeld und Mitarbeiterentwicklung

- Kostenfreie Trainings-/Schulungsmöglichkeiten wie IT-Fortbildungen für die Mitarbeiter
- Gleitzeit/Flexible Arbeitszeitgestaltung und Bereitstellung von Gesundheitsangeboten wie Rückenprogramme und Stresseminare für die Mitarbeiter
- Ausbildung zum EMS-Trainer
- Zuschüsse zu öffentlichen Verkehrsmitteln

G – Unternehmensführung: Unternehmerische Impulse zur Förderung der Nachhaltigkeit / Nachhaltigkeitsaspekte der Unternehmensführung

- Berücksichtigung nachhaltiger Gesichtspunkte als integraler Bestandteil der Unternehmensphilosophie beziehungsweise der Strategieausrichtung bei EasyMotionSkin
- Regelmäßige Sponsoring & Spendenaktivitäten sowie ehrenamtliches Engagement für Initiativen zum Beispiel regionale Unterstützung des Reitclub Seefeld /Tirol & Vogeltier-Gruppe Seefeld
- Leistungsgerechte Vergütung ist bei EasyMotionSkin üblich

Unternehmerischer Beitrag zur Zielerreichung der UN-Nachhaltigkeitszielen

Das Unternehmen leistet primär einen nachhaltigen Beitrag durch die Entwicklung, Herstellung und Distribution seiner Kernprodukte. Denn durch die Anwendung der EMS-Trainingssysteme wird das Wohlempfinden eines jeden Nutzers gefördert. EasyMotionSkin trägt somit dazu bei, die psychische und physische Gesundheit der Kunden zu fördern und zugleich das Immunsystem zu stärken.

Das Unternehmen leistet einen aktiven Beitrag zu den Zielen: 3,4,7,8,13 und 16.

Dadurch trägt EasyMotionSkin Tec zu **6 von 17 UN-Nachhaltigkeitszielen** aktiv bei. Somit wird deutlich, dass die Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsfaktoren ein elementarer Bestandteil des Geschäftsmodells beziehungsweise der Unternehmensstrategie darstellt und das Thema Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert in der Unternehmensphilosophie einnimmt.



Beitrag zu den UN-Nachhaltigkeitszielen im Detail (SDG-Referenz)

3. Gesundheit und Wohlergehen – „Ein gesundes Leben für alle Menschen jeden Alters gewährleisten und ihr Wohlergehen fördern“



Durch die proprietären EMS-Trainingssysteme von EasyMotionSkin wird die Gesundheit und das Wohlempfinden der Kunden nachhaltig gestärkt. Somit trägt das Unternehmen durch seine EMS-Produkte nachhaltig dazu bei die psychische und physische Gesundheit der EMS-Anwender zu fördern und das Immunsystem zu stärken. Zudem unterstützt das Unternehmen Initiativen im Gesundheitssektor, die beispielsweise in der Rückenmarkforschung aktiv sind und zur Heilung von Querschnittlähmung beitragen wollen (Wings for Life World Run)

4. Hochwertige Bildung – „Inklusive, gerechte und hochwertige Bildung gewährleisten und Möglichkeiten des lebenslangen Lernens für alle fördern“



Mitarbeiterförderung respektive die Weiterentwicklung der Personals ist integraler Bestandteil der Unternehmensphilosophie. In diesem Zusammenhang forciert das Unternehmen intern einen außerordentlichen Teamspirit zu entwickeln und stets ein leistungsorientiertes aber ebenso harmonisches Arbeitsumfeld zu schaffen. Des Weiteren engagiert sich EasyMotionSkin vor allem bei regionalen Vereinen im Bereich Kinder- und Jugendförderung. Zudem bietet das Unternehmen Support zur Existenzgründung an : Mikrostudios mit BodyClub oder Ausbildung zum EMS-Trainer.

7. Bezahlbare und saubere Energie – „Zugang zu bezahlbarer, verläSSLicher, nachhaltiger und zeitgemäßer Energie für alle sichern“



Die Berücksichtigung nachhaltiger Gesichtspunkte spiegelt sich bei EasyMotionSkin auch beim Bezug Strom beziehungsweise Energiequellen wider. Demnach bezieht das Unternehmen ausschließlich Energie aus sauberen Energiequellen wie Ökostrom. Zudem existiert eine integrierte PV-Anlage im Betriebsgebäude in Seefeld.

8. Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum – „Dauerhaftes, inklusives und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle fördern“



Das Unternehmen agiert in einem prosperierenden Marktsegment. Der Fitnessmarkt respektive EMS-Markt ist ein Wachstumsmarkt. Dadurch trägt das Unternehmen durch die Distribution der Kernprodukte zu einem nachhaltigen Wirtschaftswachstum bei.

13. Maßnahmen zum Klimaschutz – „Umgehend Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen ergreifen“



Das Geschäftsgebäude in Seefeld wurde unter dem Gesichtspunkt der Nachhaltigkeit mittels energieeffizienten/nachhaltigen Bauens konzipiert und errichtet. Zudem wird ein nachhaltiger Beitrag geleistet, indem der Firmenfuhrpark auf ein E-Mobilität-Konzept umgestellt worden ist.

EasyMotionSkin fördert Nachhaltigkeit im Bereich der Arbeitswege, indem die Mitarbeiter Zuschüsse zu

öffentlichen Verkehrsmittel erhalten. Somit forciert das Unternehmen Arbeitswege der Belegschaft nachhaltig auszurichten im Sinne des Klima- und Umweltschutzes.

16. Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen – „Friedliche und inklusive Gesellschaften im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung fördern, allen Menschen Zugang zur Justiz ermöglichen und effektive, rechenschaftspflichtige und inklusive Institutionen auf allen Ebenen aufbauen“



EasyMotionSkin unterstützt aktiv diverse Community-Projekte, die humanitäre Hilfe oder Hilfe zur Selbsthilfe ermöglichen.

Nachhaltigkeitsfazit

Die avisierte Zielsetzung im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie der EasyMotionSkin besteht darin, durch die proprietäre EMS-Technologie Produkte für den Fitness- und Gesundheitssektor das Wohlergehen respektive die Gesundheit der Menschen nachhaltig zu fördern (Nachhaltigkeits-Impact).

Zusammenfassend adressiert das Unternehmen insgesamt 6 der 17 UNESCO Nachhaltigkeitsziele und leistet somit einen aktiven Beitrag zur Erreichung SDGs der UN. Dadurch eignet sich das Unternehmen unter dem Gesichtspunkt der Nachhaltigkeit als ideales Investment für ein nachhaltigkeitsorientiertes (ESG-konformes) Portfolio.

UNTERNEHMENSENTWICKLUNG

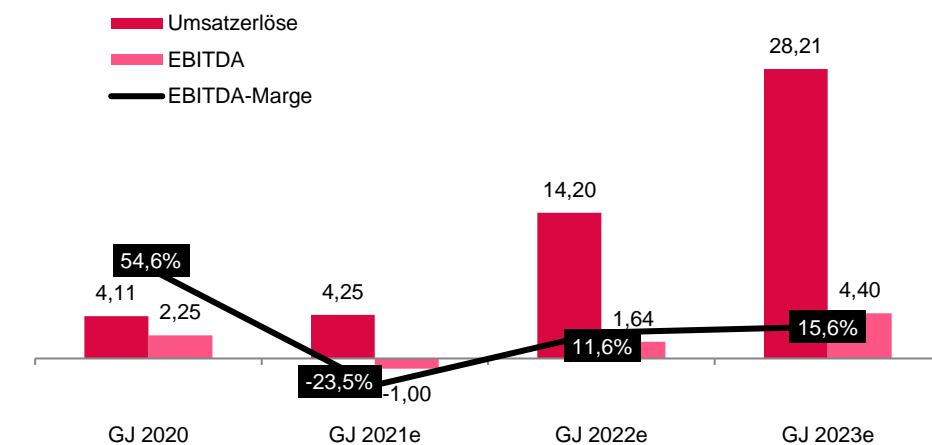
Kennzahlen im Überblick

	GJ 2019	GJ 2020	GJ 2021e	GJ 2022e	GJ 2023e
Umsatzerlöse	1,90	4,11	4,25	14,20	28,21
Materialaufwand	-1,79	-1,56	-2,80	-8,51	-16,78
Personalaufwand	-0,02	-0,02	-1,10	-2,15	-3,74
Sonstige betriebliche Erträge	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-0,16	-0,29	-1,35	-1,90	-3,30
EBITDA	-0,07	2,25	-1,00	1,64	4,40
Abschreibungen	0,00	0,00	-0,04	-0,08	-0,12
Abschreibungen auf Finanzanlagen	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
EBIT	-0,07	2,25	-1,04	1,56	4,28
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-0,14	-0,20	-0,12	-0,11	-0,16
Zinsen und ähnliche Erträge	2,24	0,04	0,00	0,00	0,00
Finanzaufwand	-0,10	-0,37	0,00	0,00	0,00
Finanzerträge	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
EBT	1,93	1,72	-1,16	1,45	4,12
Ertragssteuern	0,00	-0,20	-0,01	-0,44	-1,24
sonstige Steuern	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Netto-Ergebnis	1,93	1,52	-1,17	1,02	2,88

Umsatzerlöse	1,90	4,11	4,25	14,20	28,21
EBITDA	-0,07	2,25	-1,00	1,64	4,40
<i>EBITDA-Marge</i>	-3,8%	54,6%	-23,5%	11,6%	15,6%
EBIT	-0,07	2,25	-1,04	1,56	4,28
<i>EBIT-Marge</i>	-3,8%	54,6%	-24,5%	11,0%	15,2%
Nettoergebnis	1,93	1,52	-1,17	1,02	2,88
<i>Netto-Marge</i>	101,1%	37,0%	-27,5%	7,2%	10,2%

Quelle: GBC AG

Entwicklung des Umsatzes, des EBITDA (in Mio. CHF) und der EBITDA-Marge (in %)



Quelle: GBC AG

Geschäftsentwicklung 2020

GuV (in Mio. CHF)	GJ 2018	GJ 2019	GJ 2020
Umsatzerlöse	1,67	1,90	4,11
EBITDA	-0,10	-0,07	2,25
EBITDA-Marge	-5,9%	-3,8%	54,6%
EBIT	-0,10	-0,07	2,25
EBIT-Marge	-6,0%	-3,8%	54,6%
Jahresüberschuss	2,29	1,93	1,52
EPS in CHF	0,23	0,19	0,15

Quelle: EasyMotionSkin Tec, GBC AG

Für den Börsengang wurden die Gesellschaften sauber strukturiert und Altgeschäft, welches keine Verbindung mit EasyMotionSkin hatte, ausgegliedert. Die EasyMotionSkin Tec AG (vormals Maponos Invest AG) wurde vom Eigentümer Christian Jäger als Vermögensveranlagungsobjekt genutzt und es wurden kleinere Unternehmensbeteiligungen gehalten. Darüber hinaus war das Unternehmen ebenso operativ aktiv in der EasyMotionSkin-Gruppe. Zur Schaffung einer strukturellen Klarheit wurden 2021 die Aktivitäten außerhalb der EasyMotionSkin-Gruppe ausgegliedert. Daher ist das historische Zahlenwerk nicht nur der EasyMotionSkin-Gruppe zuzurechnen. Zudem erwarb die EasyMotionSkin Tec AG alle Anteile (vormals beteiligt zu 75%) an der EasyMotionSkin Tec GmbH (vormals iNMO-TION24 GmbH) von der EUROINVEST Servicing GmbH und der Dr. Manfred Jäger Vertrieb von Verlagserzeugnissen e.K. (Inhaber: Christian Jäger). Im Zuge dessen wurden die Vertriebslizenzen der EMS Marketing GmbH an die EasyMotionSkin Tec GmbH übertragen.

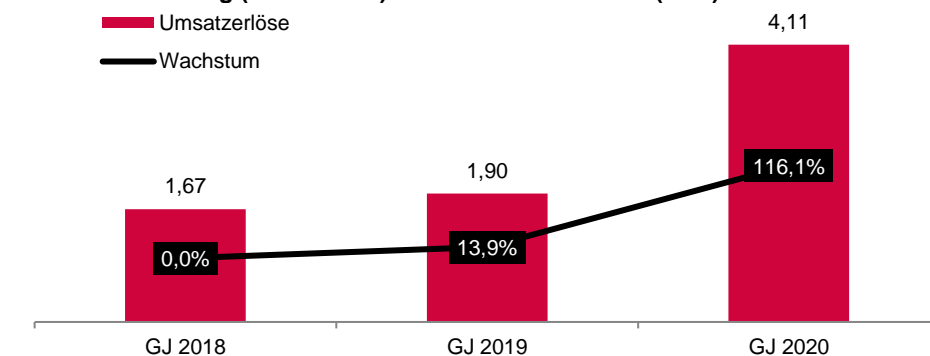
In den abgelaufenen Geschäftsjahren vor 2021 wurde das Produkt finalisiert und das Unternehmen aus der Start-up Phase in die erste Wachstumsphase bewegt. Mit den Folgejahren soll eine deutlich dynamischere Expansionspolitik betrieben werden, welche kaum vergleichbar mit den Vorjahren ist. Daher beleuchten wir die historische Entwicklung vergleichsweise knapp.

Betrachtet wird hier die Emittentin EasyMotionSkin Tec AG, jedoch fällt ein Großteil der Geschäftstätigkeit auch in der EMS GmbH und der EasyMotionSkin Tec GmbH an. Aktuell liegt kein konsolidierter Konzernabschluss vor, was die Aussagekraft der Zahlen der EasyMotionSkin Tec AG schwieriger macht.

Umsatzentwicklung

Die Umsatzerlöse stiegen im Geschäftsjahr 2020 um 116,1% auf 4,11 Mio. CHF (VJ: 1,90 Mio. CHF) an. Hiervon entfallen jedoch 2,23 Mio. CHF auf Provisionen, welche keinen Zusammenhang mit der EasyMotionSkin Gruppe haben. Bereinigt um diesen Effekt stiegen die Umsatzerlöse um 1,5% auf 1,89 Mio. CHF (VJ: 1,86 Mio. CHF).

Umsatzentwicklung (in Mio. CHF) und Umsatzwachstum (in %)



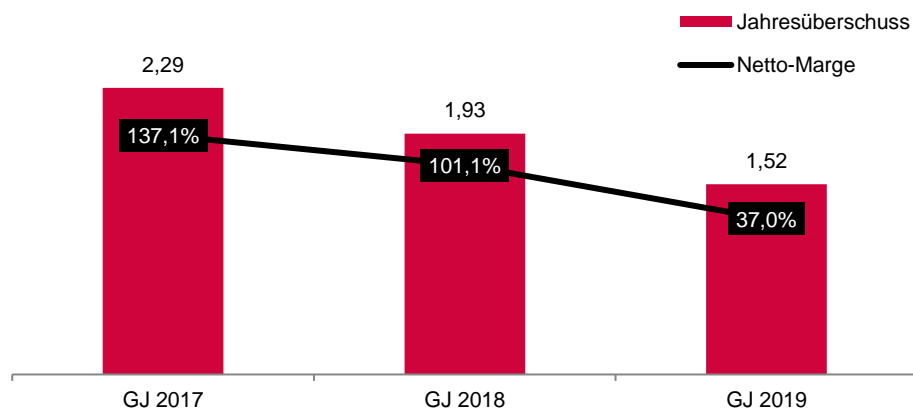
Quelle: EasyMotionSkin Tec, GBC AG

Die Geschäftsentwicklung war maßgeblich durch die Covid-19-Pandemie beeinflusst. Durch die hohe allgemeine Hardware-Nachfrage kam es auch in der EasyMotionSkin Gruppe zu Lieferengpässen von elektronischen Bauteilen. Gleichzeitig stieg die Nachfrage für HomeEdition EasyMotionSkin-Produkte im Rahmen von Homeoffice und Home-schooling an. Diese Nachfrage konnte durch den Mangel an Halbleiter-Bauelementen, die notwendig für die PowerBoxen sind, nicht gedeckt werden.

Ergebnisentwicklung

Da die EasyMotionSkin Tec AG in der Lieferkette zwischen der EMS GmbH und der EasyMotionSkin Tec GmbH steht und die Produkte nur zu einem geringen Deckungsbeitrag weitergereicht werden, ist die Materialaufwandsquote sehr hoch. Der Materialaufwand lag bei 1,56 Mio. CHF (VJ: 1,79 Mio. CHF), was einer Quote von 82,4% (VJ: 96,2%) entspricht. Die sonstigen betrieblichen Leistungen beliefen sich auf 0,29 Mio. CHF (VJ: 0,16 Mio. CHF) und spielten eine untergeordnete Rolle, ähnlich dem Personalaufwand von 0,02 Mio. CHF (VJ: 0,02 Mio. CHF). Es fielen keine Abschreibungen an. Damit lag das EBIT bei 0,29 Mio. CHF (VJ: 0,16 Mio. CHF), was einer EBIT-Marge von 15,1% (VJ: 9,1%) entspricht.

Entwicklung des Jahresüberschusses (in Mio. CHF) und der Netto-Marge (in %)



Quelle: EasyMotionSkin Tec, GBC AG

Ein Großteil des Finanzergebnisses ist nicht dem originären EasyMotionSkin-Geschäft zuzurechnen. Daher ist auch der Jahresüberschuss nur bedingt aussagekräftig. Der Jahresüberschuss reduzierte sich auf 1,52 Mio. CHF (VJ: 1,93 Mio. CHF), was einer Margenreduktion von 101,1% auf 37,0% entspricht.

Geschäftsentwicklung 1. Halbjahr 2021

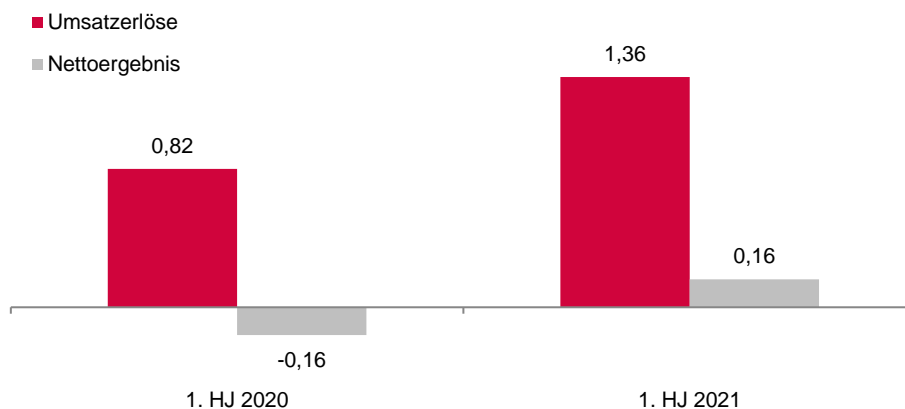
in Mio. CHF	1. HJ 2020	1. HJ 2021
Umsatzerlöse	0,82	1,36
EBITDA	-0,09	0,09
EBITDA-Marge	-10,6%	6,3%
EBIT	-0,09	0,09
EBIT-Marge	-10,6%	6,3%
Nettoergebnis	-0,16	0,16
EPS in CHF	-0,02	0,02

Quelle: EasyMotionSkin Tec, GBC AG

Nachdem das Altgeschäft Anfang 2021 aus der EasyMotionSkin Tec AG ausgegliedert wurde, sollte sich mit dem ersten Halbjahr 2021 nahezu ausschließlich das EasyMotionSkin-Geschäft in der EasyMotionSkin Tec AG widerspiegeln.

Im ersten Halbjahr 2021 wurden Umsatzerlöse in Höhe von 1,36 Mio. CHF (VJ: 0,82 Mio. CHF) erzielt, was einer Umsatzsteigerung von 66,5% entspricht. Ähnlich wie im Geschäftsjahr 2020 kam es zu Engpässen in der Produktion der PowerBoxen, wodurch die hohe Nachfrage nicht vollständig bedient werden konnte. Einhergehend mit den Beschaffungsengpässen kam es auch zu steigenden Beschaffungskosten und längeren Lieferfristen. Insgesamt sind die Umsatzerlöse zum Vorjahr dennoch angestiegen, was auf einen Abverkauf der EasyMotionSkin-Systeme aus dem Lagerbestand zurückzuführen ist.

Umsatz- und Netto-Ergebnis-Entwicklung (in Mio. CHF)



Quelle: EasyMotionSkin Tec, GBC AG

Die Materialaufwandsquote reduzierte sich auf 64,4% (VJ: 90,2%), was 0,87 Mio. CHF (VJ: 0,74 Mio. CHF) entspricht und gemäß unseren Erwartungen auf den Abverkauf zurückzuführen ist. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen stiegen um 153,2% auf 0,39 Mio. CHF (VJ: 0,15 Mio. CHF) und die Personalkosten verblieben stabil zu den Vorjahren auf 0,01 Mio. CHF. Hierdurch wurde eine EBIT-Verbesserung auf 0,09 Mio. CHF erzielt (VJ: -0,09 Mio. CHF). Zudem wurden Finanzerträge aus der Zuschreibung der EasyMotionSkin Tec GmbH in Höhe von 0,14 Mio. CHF erzielt. Die EasyMotionSkin Tec GmbH wurde vormals zu 1,10 CHF in der Bilanz geführt. Durch die wesentlichen Verbesserungen der wirtschaftlichen Situation der Gesellschaft sind die Gründe der Abschreibung weggefallen und somit wird die Gesellschaft wieder zu den ursprünglichen Anschaffungskosten in der Bilanz geführt.

Abzüglich der angefallenen Zinskosten von 0,04 Mio. CHF (VJ: 0,08 Mio. CHF) wurde final ein Netto-Ergebnis von 0,19 Mio. CHF erzielt (VJ: -0,16 Mio. CHF).

Bilanzielle und finanzielle Situation zum 30.06.2021

in Mio. CHF	31.12.2018	31.12.2019	31.12.2020	30.06.2021
Eigenkapital	1,57	3,50	5,02	1,26
EK-Quote (in %)	23,0%	34,3%	31,6%	59,4%
Operatives Anlagevermögen	0,00	0,00	0,00	0,00
Working Capital	0,00	-0,10	2,07	-0,63
Net Debt	-1,94	-4,96	-3,28	-0,79

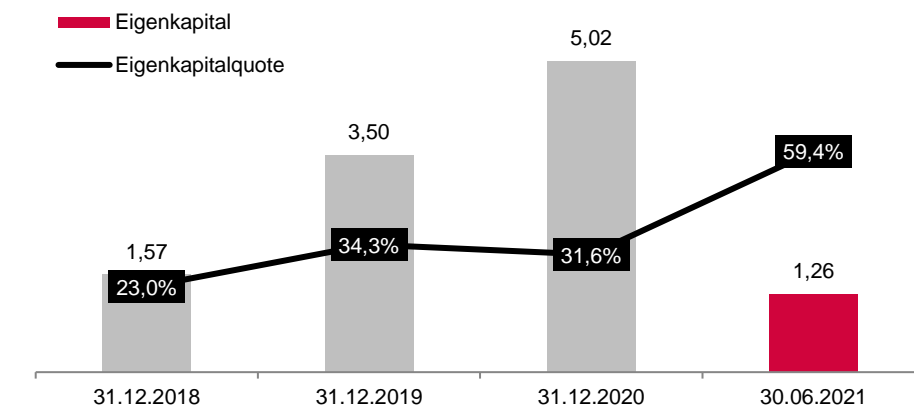
Quelle: EasyMotionSkin; GBC AG

Die EasyMotionSkin Tec AG mit Sitz in Liechtenstein bilanziert gemäß dem liechtensteinischen Personen- und Gesellschaftsrecht (PGR).

Wie bereits beschrieben wurden alle Assets, die nicht im Zusammenhang mit der EasyMotionSkin Gruppe stehen, aus den Gesellschaften ausgegliedert. So wurden Anfang 2021 alle Wirtschaftsgüter und der Bilanzgewinn weitestgehend ausgeschüttet und es verblieben nur die Assets in dem Unternehmen die im Zusammenhang mit der EasyMotionSkin Gruppe stehen. Somit ist eine Vergleichbarkeit zu den Vorjahren nur sehr eingeschränkt möglich.

Zudem wurde die Beteiligung an der EasyMotionSkin Tec GmbH (vormals iNMOTION24 GmbH) wieder auf den Anschaffungswert von 0,14 Mio. CHF zugeschrieben (von vormals 1,10 CHF). Durch die Bereinigungen ist eine Vergleichbarkeit der bilanziellen Verhältnisse nur eingeschränkt möglich.

Entwicklung des Eigenkapitals (in Mio. CHF) und der Eigenkapitalquote in (in %)



Quelle: EasyMotionSkin; GBC AG

Das Eigenkapital reduzierte sich zum 30.06.2021 auf 1,26 Mio. CHF (31.12.2020: 5,02 Mio. CHF) und gleichzeitig erhöhte sich die Eigenkapitalquote auf 59,4% (31.12.2020: 31,6%). Hintergrund hierfür ist die vollständige Ausschüttung des Bilanzgewinns in Höhe von 4,97 Mio. CHF zum 31.12.2020 und im Gegenzug wurde das gezeichnete Kapital von 0,05 Mio. CHF vom 31.12.2020 auf 1,00 Mio. CHF zum 30.06.2021 angehoben. Die Steigerung der Eigenkapitalquote ist auf eine deutliche Verschlinkung der Bilanz zurückzuführen von einer Bilanzsumme von 15,88 Mio. CHF zum 31.12.2020 auf 2,13 Mio. CHF zum 30.06.2021.

Im Rahmen der Bilanzverschlinkung wurden die Verbindlichkeiten von 10,86 Mio. CHF (31.12.2020) auf 0,86 Mio. CHF (30.06.2021) runtergefahren. Nahezu alle Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern, gegenüber Kreditinstituten und sonstige Verbindlichkeiten wurden abgebaut, sodass die verbleibenden Verbindlichkeiten zum 30.06.2021 im Wesentlichen aus Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen (0,66 Mio. CHF) bestehen.

Die Aktiva zum 30.06.2021 setzt sich größtenteils zusammen aus dem Kassenbestand von 0,79 Mio. CHF, Ausleihungen an verbundene Unternehmen (0,77 Mio. CHF), Anteilen an verbundenen Unternehmen (0,38 Mio. CHF) und Forderungen gegen Gesellschafter (0,15 Mio. CHF).

Die Ausleihungen gegenüber verbundenen Unternehmen beziehen sich größtenteils auf ein zweckgebundenes Darlehen von der EasyMotionSkin Tec AG an die EasyMotionSkin Tec GmbH in Höhe von 0,70 Mio. CHF. Hiervon werden 0,50 Mio. € zzgl. Mehrwertsteuer genutzt, um die Vertriebsrechte der EasyMotionSkin-Systeme in Deutschland und Österreich aus der EMS Marketing GmbH zu erwerben. Der darüberhinausgehende Betrag soll zur Tilgung von Lieferverbindlichkeiten genutzt werden.

Entwicklung der Tochterunternehmen zum 30.06.2021

Da keine konsolidierte Fassung vorliegt, zeigen wir die Entwicklungen der 100%igen Tochterunternehmen EasyMotionSkin Tec GmbH und EMS GmbH auf. Es gibt zahlreiche Verrechnungsposten innerhalb der Gruppe (siehe Lieferkette), daher können die Ergebnisse nicht einfach summiert werden.

EasyMotionSkin Tec GmbH

in Mio. €	1. HJ 2020	1. HJ 2021
Umsatzerlöse	2,08	3,00
EBITDA	0,23	0,37
EBIT	0,23	0,32
Nettoergebnis	0,19	0,24

Quelle: EasyMotionSkin Tec GmbH

Die EasyMotionSkin Tec GmbH konnte die Umsatzerlöse zum 30.06.2021 um 44,2% auf 3,00 Mio. € (VJ: 2,08 Mio. €) erhöhen. Dieser Umsatz wurde direkt mit den Endkunden erzielt. Das EBITDA stieg überproportional zum Umsatz um 60,9% auf 0,37 Mio. € an (VJ: 0,23 Mio. €). Gleichsam stieg das Nettoergebnis auf 0,24 Mio. € (VJ: 0,19 Mio. €) an.

EMS GmbH

in Mio. €	1. HJ 2021
Umsatzerlöse	0,80
EBITDA	0,04
EBIT	0,00
Nettoergebnis	-0,08

Quelle: EMS GmbH

Bei der EMS GmbH lag uns zum Zeitpunkt der Research-Erstellung nur der vorläufige Halbjahresbericht vor, daher können sich noch Änderungen im Zahlenwerk ergeben. Der Umsatz belief sich zum 30.06.2021 auf 0,80 Mio. €, wobei der Umsatz nahezu vollständig aus dem Warenweiterverkauf an die EasyMotionSkin Tec AG erzielt wird. Die EMS GmbH ist primär für die Beschaffung und Produktion der Produkte verantwortlich, daher wird nur mit einer geringen Marge an die Muttergesellschaft weiterverkauft. Somit belief sich der Materialaufwand auf 0,65 Mio. €. Entsprechend gering fiel das EBITDA mit 0,04 Mio. € aus, bzw. das Nettoergebnis von -0,08 Mio. €.

SWOT-Analyse

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> • Exklusive Nutzungsrechte der patentierten Trockenelektrode • Kabellose Lösung sollte für Kunden deutlich attraktiver sein • Internationale Vertriebsbemühungen stellen das Unternehmen breit auf, um schnell wachsen zu können. • Bereits sehr positive Berichterstattung in der Presse über das Produkt sowie über prominente Markenbotschafter • Sehr erfahrenes Management • Innovation Board zur Hebung zukünftiger Produktpotenziale • Bereits 5.000 verkaufte EMS-Systeme beweisen, dass das Unternehmen die Start-up Phase verlassen hat und in die Wachstumsphase übergegangen ist 	<ul style="list-style-type: none"> • Konzentrierter Lieferantenkreis kann zu Lieferengpässen führen • Das Unternehmen befindet sich noch in der Wachstumsphase und ist mit den üblichen entsprechenden Herausforderungen konfrontiert • Schlüsselpersonen-Risiko durch das Management und den Eigentümer • Währungsrisiko zwischen CHF und EUR • Sehr geringe Handelsliquidität durch die Ausgabe von 0,1% der Aktien bzw. kein nennenswerter Freefloat • Noch kein Konzernabschluss vorhanden (ab 2022 geplant)
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> • Der EMS-Markt wächst dynamisch, hiervon sollte EasyMotionSkin profitieren können. • Wettbewerber und/oder andere EMS-Studios könnten zur EasyMotionSkin-Lösung wechseln, was einen deutlichen Wachstumsschub auslösen würde • Zulassung als Medizinprodukt kann weitere Märkte öffnen • Internationale Expansion geplant • Innovation Board könnte den Wettbewerbsvorteil weiter ausbauen • Sportmangel während der Covid-19-Zeit könnte zu einem Sporthype nach der Pandemie führen • Die Bodyclubs und die geplanten Lifestyle-Produkte könnten die Marke EasyMotionSkin sehr wahrnehmbar machen und positiv verstärken 	<ul style="list-style-type: none"> • Anhaltende Covid-19-Maßnahmen können den Vertrieb im Studio-Segment weiterhin stark einschränken sowie zu weiteren Lieferengpässen führen • Hardware- oder Software-Fehler könnten zu Personenschäden führen, was mit einem hohen Reputationsrisiko einhergeht. • Neue Produktlösungen von Wettbewerbern könnten den aktuellen Technologievorsprung von EasyMotionSkin reduzieren • Internationale Expansion (z.B. China) könnte zu unautorisierten Kopien der EasyMotionSkin-Technologie führen • Hohe Abhängigkeit der IT-Verfügbarkeit. Ein längerer Ausfall der Apps könnte negative Folgen haben

PROGNOSE UND BEWERTUNG

GuV (in Mio. CHF)	GJ 2021e	GJ 2022e	GJ 2023e
Umsatzerlöse	4,25	14,20	28,21
EBITDA	-1,00	1,64	4,40
EBITDA-Marge	-23,5%	11,6%	15,6%
EBIT	-1,04	1,56	4,28
EBIT-Marge	-24,5%	11,0%	15,2%
Jahresüberschuss	-1,17	1,02	2,88
EPS in CHF	-0,12	0,10	0,29

Quelle: GBC AG

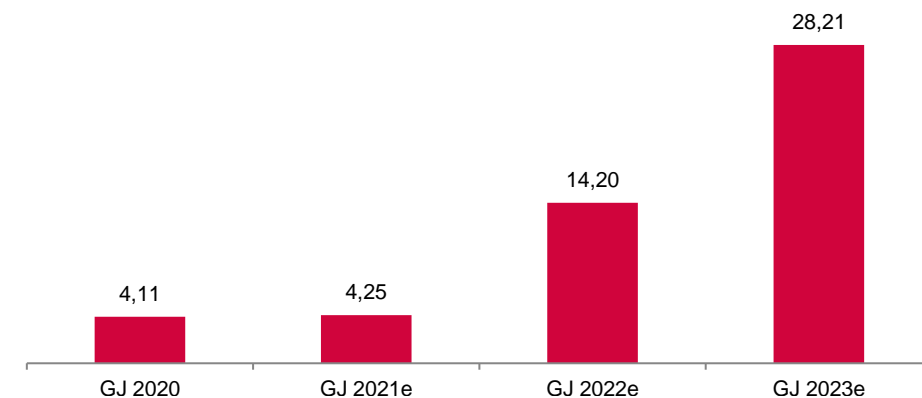
Unsere Prognosen basieren auf einer konsolidierten Betrachtung der gesamten EasyMotionSkin Gruppe, sprich EasyMotionSkin Tec AG, EasyMotionSkin Tec GmbH und EMS GmbH (die beiden letztgenannten sind 100%-Tochtergesellschaften der EasyMotionSkin Tec AG). Gemäß dem Management ist geplant, ab dem Jahr 2022 einen konsolidierten Konzernabschluss zu veröffentlichen. Aktuell wird gemäß PGR-Rechnungslegung bilanziert, mit einem Wechsel zu IFRS würde eine Konzern-Konsolidierung verpflichtend werden.

Zudem ist der Franchise Bereich mit den Bodyclubs noch nicht in der EasyMotionSkin Gruppe enthalten. Der Bodyclub (Bodyclub24 GmbH) soll perspektivisch mit der EasyMotionSkin Gruppe zusammenwachsen.

Umsatzprognose

Das erste Halbjahr 2021 war betroffen von der Covid-19-Pandemie mit positiven und negativen Folgen für die EasyMotionSkin Gruppe. Positiv war, dass die Nachfrage nach HomeEditions durch Homeoffice und Homeschooling deutlich angestiegen ist. Der Nachteil war, dass es zu Lieferengpässen kam und die Nachfrage nicht gedeckt werden konnte. Auch die Vertriebsmöglichkeiten, welche bei EasyMotionSkin stark auf einen ersten persönlichen Kontakt inklusive Einweisung zugeschnitten sind, wurden deutlich ausgebremst. Wir gehen davon aus, dass auch die zweite Jahreshälfte 2021 durch die aktuelle Delta-Mutation des Covid-19-Virus stark beeinträchtigt sein wird. Daher sollte sich die zweite Hälfte des Jahres ähnlich entwickeln wie die erste und wir erwarten im laufenden Geschäftsjahr 2021 Umsatzerlöse in Höhe von 4,25 Mio. CHF.

Umsatzprognose der EasyMotionSkin Gruppe (in Mio. CHF)



Quelle: GBC AG

Die Folgejahre nach der Pandemie sollten sich deutlich dynamischer entwickeln. Die Umsatzerlöse sollten sich aus den Bereichen HomeEdition, StudioEdition und der App zusammensetzen. Unseres Erachtens wird der Bereich der HomeEdition der wichtigste Umsatztreiber, gefolgt von den StudioEditions und der App.

Nach Rücksprache mit dem Management gehen wir von einer sehr dynamischen Absatzzahl aus. Nachdem 2021 noch durch Covid-19 a usgebremst wurde, erwarten wir Verkäufe von HomeEdition-Systeme von 900 im laufenden Geschäftsjahr 2021, 4.000 im Jahr 2022, gefolgt von 9.000 in 2023. Eine vergleichbar dynamische Entwicklung wurde bereits vom aktuellen Marktführer Body Street in der Vergangenheit erzielt mit 4.000 Mitgliedern in 2010, gefolgt von 10.000 in 2011 und 29.000 in 2014.

Die StudioEdition soll ähnlich dynamisch wachsen, wobei der Wachstumsfokus auf den Jahren 2021 und 2022 liegen soll und anschließend ein geringeres Wachstum vorherrschen soll. Konkret erwarten wir 65 StudioEdition im laufenden Geschäftsjahr gefolgt von 200 (2022) und 250 (2023). Das hohe Anfangswachstum sollte auf die Besetzung der A-Lagen in Ballungsgebieten und Großstädten zurückzuführen sein, um anschließend auch B-Lagen zu adressieren.

Die App Nutzer setzen sich zusammen aus den Studio-Nutzern und den privaten Nutzern der Bodyclub-App. Somit sollte die Wachstumsgeschwindigkeit eine Funktion aus der Wachstumsgeschwindigkeit der HomeEdition und der StudioEdition sein. Wobei deutlich mehr Nutzerprofile pro StudioEdition anfallen werden.

Insgesamt erwarten wir eine Umsatzsteigerung von 4,25 Mio. CHF im Jahr 2021 auf 14,20 Mio. CHF im Jahr 2022 bzw. 28,21 Mio. CHF im Jahr 2023.

Dieses sehr hohe Wachstum basiert auf einem fokussierten Marketing und einer Vertriebsstrategie der nun vollständig ausgereiften Produkte. Über die letzten drei Jahre wurden bereits rund 5.000 Systeme verkauft. Das Produkt ist marktreif und jetzt soll der Vertrieb stark ausgebaut werden. Zunächst mit dem Fokus auf die DACH-Region. Somit hat das Unternehmen die Startup-Phase hinter sich gelassen, um nun dynamisch in die Wachstumsphase zu starten. Auch der EMS-Markt im Allgemeinen steht noch am Anfang und wächst stark. Viele Menschen kennen EMS noch gar nicht. Daher wäre der Markteintritt von weiteren Unternehmen sogar hilfreich, um EMS noch bekannter zu machen und den Markt weiter wachsen zu lassen.

EasyMotionSkin setzt auch in Zukunft unter anderem auf prominente Aushängeschilder. Im Bild Ralf Möller, Aaron Keller, Mark Keller und Vorstand Christian Jäger



Quelle: EasyMotionSkin

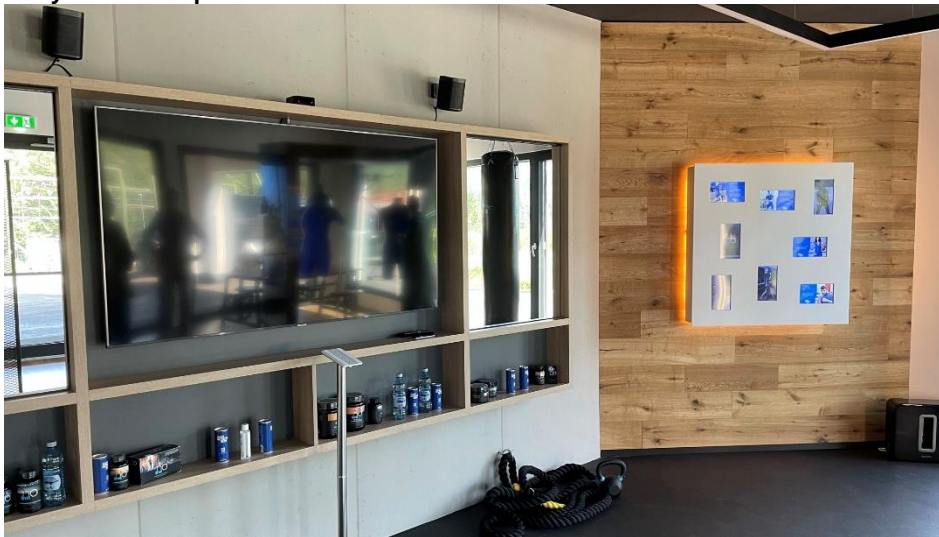
Im Rahmen der EMS-Systemverkäufe und des Kundenfeedbacks wurden die Produkte nochmals leicht verbessert. Es zeigte sich aber auch, dass das Kundenfeedback insgesamt bereits sehr positiv war und einer der stärksten Vertriebswege die

Kundenweiterempfehlung ist. So waren viele Kunden derart begeistert, dass zumeist weitere Kunden geworben wurden. Dieses Empfehlungsmarketing soll auch zukünftig ein essenzieller Teil der Vertriebsstrategie sein. So sollen Kunden finanzielle Anreize für Weiterempfehlungen erhalten und auch die Chance geboten werden, BusinessPartner zu werden, um noch mehr vom Vertrieb zu profitieren.

Auch soll das Marketing komplett neu ausgerichtet werden, um das Branding und die Reichweite zu erhöhen. Noch im laufenden Geschäftsjahr soll die Webpräsenz neugestaltet werden und die Kernbotschaft vorangestellt werden, dass die EasyMotionSkin-Produkte technisch und qualitativ der Marktführer sind. Darüber hinaus wird die Markenbotschaft breiter aufgestellt, um nicht nur bereits Sportbegeisterte anzusprechen, sondern alle Menschen. Denn auch ohne sportliche Vergangenheit und bei geringem Bewegungsaufwand können die EasyMotionSkin-Produkte einen stark positiven Effekt auf den Körper haben. Parallel hierzu werden auch die prominenten Repräsentanten fokussierter ausgewählt und neben Ralf Möller wird Mark Keller & Söhne den Markenauftritt verstärkt begleiten.

Darüber hinaus sollen die zahlreich existierenden Mikro EMS-Studios angesprochen und die EasyMotionSkin-Produkte vorgestellt werden. Hier könnten zahlreiche Studios auf die EasyMotionSkin-Lösungen wechseln, da diese Lösung einerseits kabellos ist und andererseits die Elektroden nicht vor dem Training befeuchtet werden müssen. Insbesondere in Zeiten von Covid-19 sollte mit dem starken Fokus auf Hygiene auf den Einsatz von feuchten Elektroden verzichtet werden. Nachdem viele Studios während der Covid-19-Lockdowns geschlossen bleiben mussten, könnten die Studiobesitzer mit den EasyMotionSkin-Systemen auch eine neue Technologie präsentieren und ein höheres Kundeninteresse erzielen.

Bodyclub-Konzept-Studio in Reith bei Seefeld



Quelle: GBC

Das Management der EasyMotionSkin Gruppe sieht das Training im eigenen EMS-System als Konzept der Zukunft an. So können Nutzer wählen zwischen dem Heimtraining mit der App oder dem gelegentlichen gemeinsamen Training im Studio im eigenen EMS-System. Hierzu sollen 25 bis 30 Bodyclub-Studios bis Ende 2022 eröffnet werden (Bodyclub gehört nicht zur EasyMotionSkin Gruppe und ist nicht in den Umsätzen berücksichtigt). Mittelfristig soll das Ziel rund 70 Studios in Deutschland sein.

Die Studios dienen gleichzeitig als Händlernetzwerk für EasyMotionSkin. Da das Produkt nicht ohne Einweisung übergeben werden soll, wären die Studios der nächstbeste

Anlaufpunkt. Mit der genannten Neugestaltung der Website sollten sich zahlreiche Leads (Kundenkontakte) generieren lassen. Diese Leads werden dann in das nächstgelegene Studio eingeladen. Vor Ort kann die korrekte Größe des Anzugs bestimmt werden und eine erste Einweisung findet statt. Langfristig wäre auch eine eigene Logistikkette vorstellbar, bei der das EMS-System zum Kunden ausgeliefert wird und direkt vor Ort eine Einweisung stattfindet. Da die Einweisung ein elementarer Punkt des Produktes ist, ist ein reiner Online-Vertrieb eher ungeeignet.

Im Rahmen der App-Entwicklung soll auch der Community und Competition (Wettbewerb) Aspekt gestärkt werden. Vergleichbare Lösungen finden sich z.B. beim Fitnessgeräte-Hersteller Peloton. Während der Community-Bereich wahrscheinlich gut aufgebaut werden kann, wird der Bereich Competition wahrscheinlich deutlich schwieriger sein. Im Vergleich zu anderen Sportarten wie z.B. Radfahren, bei denen die gleiche Strecke im zeitlichen Wettbewerb steht, ist es beim EMS-Training deutlich schwieriger eine Wettbewerbssituation zu simulieren. Erste Ansätze sind in der Entwicklung, aber es wurde noch kein finales Konzept präsentiert. Mit der neuen App sollten sich erhebliche Mengen an Daten sammeln lassen, z.B. wann und wer trainiert, was zu weiteren Produkt- und Vertriebsverbesserungen führen könnte.

Die Basis-Version der App soll kostenlos sein aber die Bodyclub-Erweiterung mit Trainingsvideos, in denen auch über das Video die Intensität des EMS-Systems gesteuert wird, soll 19,90 € pro Monat kosten. Es wird zunächst ein Testzeitraum von 60 Tagen angeboten und sollte eine Großzahl der HomeEdition-Nutzer ansprechen. Zudem wird die App auch in den Studios genutzt und ebenfalls an EasyMotionSkin Tec AG vergütet. Wir gehen aber davon aus, dass im Vergleich zum Verkauf der EMS-Systeme die App nur einen kleinen Umsatzanteil (< 10%) ausmachen wird, dieser aber sehr margenstark sein wird. In den nächsten Jahren kann es aber auch hier ein starkes Wachstum erfolgen.

EasyMotionSkin gebrandete Produkte und Produkte aus der Produktlinie no limit



Quelle: EasyMotionSkin

Darüber hinaus soll auch der Lifestyle-Bereich über Nahrungs- und Nahrungsergänzungserzeugnisse abgedeckt werden. Hierfür sollen gebrandete Getränke und die Nahrungsergänzungsmarke „no limit“ eingesetzt werden. Die Produktlinie „no limit“ gehört nicht zur EasyMotionSkin Gruppe, daher fließen die geplanten Umsätze nicht in unsere Prognose ein. Dennoch dient es der Markenstärkung von EasyMotionSkin und auch das Neukundenspektrum wird verbreitert. Hierdurch werden nicht nur Neukunden im Bereich Sport angesprochen, sondern auch Interessierte aus dem Bereich Ernährung.

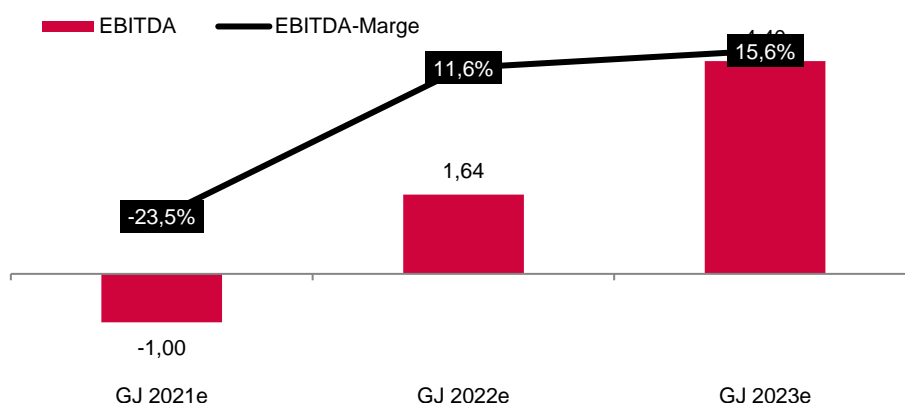
Mittel- bis langfristig sollen noch positive Effekte aus dem Innovation Board hervorgehen sowie aus der Expansion außerhalb der DACH Region, konkret Europa und Asien. Diese

Effekte sind noch nicht in unserer Prognose enthalten. Das Innovation Board könnte zu weiteren Produkt- und Prozessoptimierungen führen, wobei die weitere Innovation schwer prognostizierbar ist.

Ergebnisprognose

Das laufende Geschäftsjahr 2021 sollte noch durch den Aufbau von Personal sowie Sonderkosten im Rahmen des Börsengangs und der Umstrukturierung ein negatives operatives Ergebnis ausweisen. In den Folgejahren gehen wir bereits von einem deutlich positiven Jahresüberschuss aus. Für das Jahr 2021 erwarten wir ein EBITDA von -1,00 Mio. CHF, gefolgt von 1,64 Mio. CHF im Jahr 2022 bzw. 4,40 Mio. CHF im Jahr 2023.

Entwicklung des EBITDA (in Mio. CHF) und der EBITDA-Marge (in %)

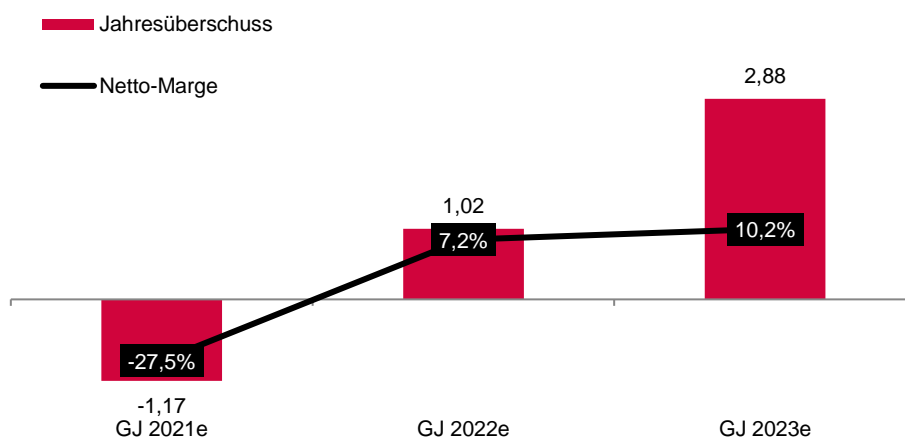


Quelle: GBC

Der Materialaufwand sollte die wichtigste Stellschraube für die zukünftige Margenverbesserung sein. Bei größeren Bestellmengen sollten sich die Produktionskosten senken lassen. Wir prognostizieren eine sukzessive Margenverbesserung in der Materialaufwandsquote von 65,9% (2021) auf 59,9% (2022) bzw. 59,5% (2023).

Auch der Personalbestand wird mit dem Unternehmenswachstum ansteigen. Wir erwarten, aber dass dieser dennoch deutlich unterproportional zum Umsatz ansteigt. Insbesondere da das BusinessPartner-Vertriebsnetz nicht als Personal eingestellt wird.

Entwicklung des Netto-Ergebnisses (in Mio. CHF) und der Netto-Marge (in %)



Quelle: GBC

Da die Produktion ausgelagert ist, gehen wir auch von keinen wesentlichen Abschreibungen aus, da kaum operatives Anlagevermögen aufgebaut werden muss. Insgesamt

erwarten wir mittelfristig eine überproportionale Ergebnisentwicklung und prognostizieren eine stetige Netto-Ergebnisverbesserung mit -1,17 Mio. CHF im laufenden Geschäftsjahr 2021, 1,02 Mio. CHF im Jahr 2022 und 2,88 Mio. CHF im Jahr 2023.

Bewertung

Modellannahmen

Die EasyMotionSkin Tec AG wurde von uns mittels eines dreistufigen DCF-Modells bewertet. Angefangen mit den konkreten Schätzungen für die Jahre 2021 - 2023 in Phase 1 erfolgt von 2024 bis 2028 in der zweiten Phase die Prognose über den Ansatz von Werttreibern. Dabei erwarten wir starke Steigerungen beim Umsatz von jährlich 49,9 %. Als Ziel EBITDA-Marge haben wir 17,0 % angenommen. Die Steuerquote haben wir mit 30,0 % in Phase 2 berücksichtigt. In der dritten Phase wird zudem nach Ende des Prognosehorizonts ein Restwert mittels der ewigen Rente bestimmt. Im Endwert unterstellen wir eine Wachstumsrate von 2,0 %.

Bestimmung der Kapitalkosten

Die gewogenen Kapitalkosten (WACC) der EasyMotionSkin werden aus den Eigenkapitalkosten und den Fremdkapitalkosten kalkuliert. Für die Ermittlung der Eigenkapitalkosten sind die faire Marktprämie, das gesellschaftsspezifische Beta sowie der risikolose Zinssatz zu ermitteln.

Der risikolose Zinssatz wird gemäß den Empfehlungen des Fachausschusses für Unternehmensbewertungen und Betriebswirtschaft (FAUB) des IDW aus aktuellen Zinsstrukturkurven für risikolose Anleihen abgeleitet. Grundlage dafür bilden die von der Deutschen Bundesbank veröffentlichten Zerobond-Zinssätze nach der Svensson-Methode. Zur Glättung kurzfristiger Marktschwankungen werden die Durchschnittsrenditen der vorangegangenen drei Monate verwendet und das Ergebnis auf 0,25 Basispunkte gerundet. **Der aktuell verwendete Wert des risikolosen Zinssatzes beträgt 0,25. Der aktuelle Wert stellt gleichzeitig derzeit die Untergrenze in unserem Bewertungsmodell dar.**

Als angemessene Erwartung einer Marktprämie setzen wir die historische Marktprämie von 5,50 % an. Diese wird von historischen Analysen der Aktienmarktrenditen gestützt. Die Marktprämie gibt wieder, um wie viel Prozent der Aktienmarkt erwartungsgemäß besser rentiert als die risikoarmen Staatsanleihen.

Gemäß der GBC-Schätzmethode bestimmt sich aktuell ein Beta von 1,81.

Unter Verwendung der getroffenen Prämissen kalkulieren sich Eigenkapitalkosten von 10,2% (Beta multipliziert mit Risikoprämie plus risikoloser Zinssatz). Da wir eine nachhaltige Gewichtung der Eigenkapitalkosten von 100% unterstellen, ergeben sich gewogene Kapitalkosten (WACC) von 10,2%.

Bewertungsergebnis

Im Rahmen unseres DCF-Bewertungsmodells haben wir ein Kursziel in Höhe von 21,00 CHF bzw. 19,28 € (Wechselkurse 0,91814 CHF/EUR: 26.08.2021, 14:40 UTC) ermittelt.

DCF-Modell

EasyMotionSkin - Discounted Cashflow (DCF) Betrachtung

Werttreiber des DCF - Modells nach der estimate Phase:

consistency - Phase		final - Phase	
Umsatzwachstum	49,9%	ewiges Umsatzwachstum	2,0%
EBITDA-Marge	17,0%	ewige EBITA - Marge	17,0%
AFA zu operativen Anlagevermögen	5,0%	effektive Steuerquote im Endwert	30,0%
Working Capital zu Umsatz	10,0%		

dreistufiges DCF - Modell:

Phase in Mio. CHF	estimate		consistency						final Endwert
	GJ 21e	GJ 22e	GJ 23e	GJ 24e	GJ 25e	GJ 26e	GJ 27e	GJ 28e	
Umsatz (US)	4,25	14,20	28,21	42,30	63,42	95,08	142,56	213,74	
US Veränderung	3,3%	234,2%	98,6%	49,9%	49,9%	49,9%	49,9%	49,9%	2,0%
US zu operativen Anlagevermögen	12,14	28,41	53,23	75,53	107,49	153,36	219,32	314,32	
EBITDA	-1,00	1,64	4,40	7,19	10,78	16,16	24,23	36,34	
EBITDA-Marge	-23,5%	11,6%	15,6%	17,0%	17,0%	17,0%	17,0%	17,0%	
EBITA	-1,04	1,56	4,28	7,16	10,75	16,13	24,20	36,30	
EBITA-Marge	-24,5%	11,0%	15,2%	16,9%	17,0%	17,0%	17,0%	17,0%	17,0%
Steuern auf EBITA	-0,01	-0,47	-1,28	-2,15	-3,23	-4,84	-7,26	-10,89	
zu EBITA	-0,9%	30,0%	30,0%	30,0%	30,0%	30,0%	30,0%	30,0%	30,0%
EBI (NOPLAT)	-1,05	1,09	2,99	5,02	7,53	11,29	16,94	25,41	
Kapitalrendite	-50,7%	141,0%	249,6%	377,1%	157,1%	162,9%	167,3%	170,5%	117,5%
Working Capital (WC)	0,43	0,70	0,80	4,23	6,34	9,51	14,26	21,37	
WC zu Umsatz	10,0%	4,9%	2,8%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	
Investitionen in WC	1,65	-0,28	-0,10	-3,43	-2,11	-3,17	-4,75	-7,12	
Operatives Anlagevermögen (OAV)	0,35	0,50	0,53	0,56	0,59	0,62	0,65	0,68	
AFA auf OAV	-0,04	-0,08	-0,12	-0,03	-0,03	-0,03	-0,03	-0,03	
AFA zu OAV	11,4%	16,0%	22,6%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	
Investitionen in OAV	-0,39	-0,23	-0,15	-0,06	-0,06	-0,06	-0,06	-0,06	
Investiertes Kapital	0,78	1,20	1,33	4,79	6,93	10,13	14,91	22,05	
EBITDA	-1,00	1,64	4,40	7,19	10,78	16,16	24,23	36,34	
Steuern auf EBITA	-0,01	-0,47	-1,28	-2,15	-3,23	-4,84	-7,26	-10,89	
Investitionen gesamt	1,26	-0,51	-0,25	-3,49	-2,17	-3,23	-4,81	-7,18	
Investitionen in OAV	-0,39	-0,23	-0,15	-0,06	-0,06	-0,06	-0,06	-0,06	
Investitionen in WC	1,65	-0,28	-0,10	-3,43	-2,11	-3,17	-4,75	-7,12	
Investitionen in Goodwill	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Freie Cashflows	0,25	0,67	2,86	1,56	5,39	8,10	12,17	18,26	310,38

Wert operatives Geschäft (Stichtag)	185,97	204,29
Barwert expliziter FCFs	28,80	31,07
Barwert des Continuing Value	157,17	173,22
Nettoschulden (Net debt)	-5,15	-5,71
Wert des Eigenkapitals	191,12	210,00
Fremde Gewinnanteile	0,00	0,00
Wert des Aktienkapitals	191,12	210,00
Ausstehende Aktien in Mio.	10,00	10,00
Fairer Wert der Aktie in CHF	19,11	21,00
Fairer Wert der Aktie in EUR	17,55	19,28

Kapitalkostenermittlung:

risikolose Rendite	0,3%
Marktrisikoprämie	5,5%
Beta	1,81
Eigenkapitalkosten	10,2%
Zielgewichtung	100,0%
Fremdkapitalkosten	2,0%
Zielgewichtung	0,0%
Taxshield	25,0%

WACC **10,2%**

Kapitalrendite	WACC				
	9,6%	9,9%	10,2%	10,5%	10,8%
117,0%	22,90	21,87	20,92	20,05	19,23
117,3%	22,95	21,91	20,96	20,08	19,27
117,5%	22,99	21,95	21,00	20,12	19,30
117,8%	23,03	21,99	21,04	20,15	19,34
118,0%	23,07	22,03	21,07	20,19	19,37

ANHANG

I.

Research unter MiFID II

1. Es besteht ein Vertrag zwischen dem Researchunternehmen GBC AG und der Emittentin hinsichtlich der unabhängigen Erstellung und Veröffentlichung dieses Research Reports über die Emittentin. Die GBC AG wird hierfür durch die Emittentin vergütet.
2. Der Research Report wird allen daran interessierten Wertpapierdienstleistungsunternehmen zeitgleich bereitgestellt.

II.

§1 Disclaimer/ Haftungsausschluss

Dieses Dokument dient ausschließlich zu Informationszwecken. Alle Daten und Informationen aus dieser Studie stammen aus Quellen, welche GBC für zuverlässig hält. Darüber hinaus haben die Verfasser die größtmögliche Sorgfalt verwandt, sicherzustellen, dass die verwendeten Fakten und dargestellten Meinungen angemessen und zutreffend sind. Trotz allem kann keine Gewähr oder Haftung für deren Richtigkeit übernommen werden – und zwar weder ausdrücklich noch stillschweigend. Darüber hinaus können alle Informationen unvollständig oder zusammengefasst sein. Weder GBC noch die einzelnen Verfasser übernehmen eine Haftung für Schäden, welche aufgrund der Nutzung dieses Dokuments oder seines Inhalts oder auf andere Weise in diesem Zusammenhang entstehen.

Weiter weisen wir darauf hin, dass dieses Dokument weder eine Einladung zur Zeichnung noch zum Kauf irgendeines Wertpapiers darstellt und nicht in diesem Sinne auszulegen ist. Auch darf es oder ein Teil davon nicht als Grundlage für einen verbindlichen Vertrag, welcher Art auch immer, dienen oder in diesem Zusammenhang als verlässliche Quelle herangezogen werden. Eine Entscheidung im Zusammenhang mit einem voraussichtlichen Verkaufsangebot für Wertpapiere des oder der in dieser Publikation besprochenen Unternehmen sollte ausschließlich auf der Grundlage von Informationen in Prospekten oder Angebotsschreiben getroffen werden, die in Zusammenhang mit einem solchen Angebot herausgegeben werden.

GBC übernimmt keine Garantie dafür, dass die angedeutete Rendite oder die genannten Kursziele erreicht werden. Veränderungen in den relevanten Annahmen, auf denen dieses Dokument beruht, können einen materiellen Einfluss auf die angestrebten Renditen haben. Das Einkommen aus Investitionen unterliegt Schwankungen. Anlageentscheidungen bedürfen stets der Beratung durch einen Anlageberater. Somit kann das vorliegende Dokument keine Beratungsfunktion übernehmen.

Vertrieb außerhalb der Bundesrepublik Deutschland:

Diese Publikation darf, sofern sie im UK vertrieben wird, nur solchen Personen zugänglich gemacht werden, die im Sinne des Financial Services Act 1986 als ermächtigt oder befreit gelten, oder Personen gemäß Definition § 9 (3) des Financial Services Act 1986 (Investment Advertisement) (Exemptions) Erlass 1988 (in geänderter Fassung), und darf an andere Personen oder Personengruppen weder direkt noch indirekt übermittelt werden.

Weder dieses Dokument noch eine Kopie davon darf in die Vereinigten Staaten von Amerika oder in deren Territorien oder Besitzungen gebracht, übertragen oder verteilt werden. Die Verteilung dieses Dokuments in Kanada, Japan oder anderen Gerichtsbarkeiten kann durch Gesetz beschränkt sein und Personen, in deren Besitz diese Publikation gelangt, sollten sich über etwaige Beschränkungen informieren und diese einhalten. Jedes Versäumnis, diese Beschränkung zu beachten, kann eine Verletzung der US-amerikanischen, kanadischen oder japanischen Wertpapiergesetze oder der Gesetze einer anderen Gerichtsbarkeit darstellen.

Durch die Annahme dieses Dokuments akzeptieren Sie jeglichen Haftungsausschluss und die vorgenannten Beschränkungen.

Die Hinweise zum Disclaimer/Haftungsausschluss finden Sie zudem unter:

<http://www.gbc-ag.de/de/Disclaimer>

Rechtshinweise und Veröffentlichungen gemäß § 85 WpHG und FinAnV

Die Hinweise finden Sie zudem im Internet unter folgender Adresse:

<http://www.gbc-ag.de/de/Offenlegung>

§ 2 (I) Aktualisierung:

Eine konkrete Aktualisierung der vorliegenden Analyse(n) zu einem festen Zeitpunkt ist aktuell terminlich noch nicht festgelegt. GBC AG behält sich vor, eine Aktualisierung der Analyse unangekündigt vorzunehmen.

§ 2 (II) Empfehlung/ Einstufungen/ Rating:

Die GBC AG verwendet seit 1.7.2006 ein 3-stufiges absolutes Aktien-Ratingsystem. Seit dem 1.7.2007 beziehen sich die Ratings dabei auf einen Zeithorizont von mindestens 6 bis zu maximal 18 Monaten. Zuvor bezogen sich die Ratings auf einen Zeithorizont von bis zu 12 Monaten. Bei Veröffentlichung der Analyse werden die Anlageempfehlungen gemäß der unten beschriebenen Einstufungen unter Bezug auf die erwartete Rendite festgestellt. Vorübergehende Kursabweichungen außerhalb dieser Bereiche führen nicht automatisch zu einer Änderung der Einstufung, geben allerdings Anlass zur Überarbeitung der originären Empfehlung.

Die jeweiligen Empfehlungen/ Einstufungen/ Ratings sind mit folgenden Erwartungen verbunden:

KAUFEN	Die erwartete Rendite, ausgehend vom ermittelten Kursziel, inkl. Dividendenzahlung innerhalb des entsprechenden Zeithorizonts beträgt $\geq + 10 \%$.
HALTEN	Die erwartete Rendite, ausgehend vom ermittelten Kursziel, inkl. Dividendenzahlung innerhalb des entsprechenden Zeithorizonts beträgt dabei $> - 10 \%$ und $< + 10 \%$.
VERKAUFEN	Die erwartete Rendite, ausgehend vom ermittelten Kursziel, inkl. Dividendenzahlung innerhalb des entsprechenden Zeithorizonts beträgt $\leq - 10 \%$.

Kursziele der GBC AG werden anhand des fairen Wertes je Aktie, welcher auf Grundlage allgemein anerkannter und weit verbreiteter Methoden der fundamentalen Analyse, wie etwa dem DCF-Verfahren, dem Peer-Group-Vergleich und/ oder dem Sum-of-the-Parts Verfahren, ermittelt wird, festgestellt. Dies erfolgt unter Einbezug fundamentaler Faktoren wie z.B. Aktiensplits, Kapitalherabsetzungen, Kapitalerhöhungen M&A-Aktivitäten, Aktienrückkäufe, etc.

§ 2 (III) Historische Empfehlungen:

Die historischen Empfehlungen von GBC zu der/den vorliegenden Analyse(n) sind im Internet unter folgender Adresse einsehbar:

<http://www.gbc-ag.de/de/Offenlegung>

§ 2 (IV) Informationsbasis:

Für die Erstellung der vorliegenden Analyse(n) wurden öffentlich zugängliche Informationen über den/die Emittenten, (soweit vorhanden, die drei zuletzt veröffentlichten Geschäfts- und Quartalsberichte, Ad-hoc-Mitteilungen, Pressemitteilungen, Wertpapierprospekt, Unternehmenspräsentationen etc.) verwendet, die GBC als zuverlässig einschätzt. Des Weiteren wurden zur Erstellung der vorliegenden Analyse(n) Gespräche mit dem Management des/der betreffenden Unternehmen geführt, um sich die Sachverhalte zur Geschäftsentwicklung näher erläutern zu lassen.

§ 2 (V) 1. Interessenskonflikte nach § 85 WpHG und Art. 20 MAR:

Die GBC AG sowie der verantwortliche Analyst erklären hiermit, dass folgende möglichen Interessenskonflikte, für das/ die in der Analyse genannte(n) Unternehmen zum Zeitpunkt der Veröffentlichung bestehen und kommen somit den Verpflichtungen des § 85 WpHG und Art. 20 MAR nach. Eine exakte Erläuterung der möglichen Interessenskonflikte ist im Weiteren im Katalog möglicher Interessenskonflikte unter § 2 (V) 2. aufgeführt.

Bezüglich der in der Analyse besprochenen Wertpapiere oder Finanzinstrumente besteht folgender möglicher Interessenskonflikt: (5a,11)

§ 2 (V) 2. Katalog möglicher Interessenskonflikte:

- (1) GBC AG oder eine mit ihr verbundene juristische Person hält zum Zeitpunkt der Veröffentlichung Anteile oder sonstige Finanzinstrumente an diesem analysierten Unternehmen oder analysierten Finanzinstrument oder Finanzprodukt.
- (2) Dieses Unternehmen hält mehr als 3% der Anteile an der GBC AG oder einer mit ihr verbundenen juristischen Person.
- (3) GBC AG oder eine mit ihr verbundene juristische Person ist Market Maker oder Designated Sponsor in den Finanzinstrumenten dieses Unternehmens.
- (4) GBC AG oder eine mit ihr verbundene juristische Person war in den vorangegangenen 12 Monaten bei der öffentlichen Emission von Finanzinstrumenten dieses Unternehmens betreffend, federführend oder mitführend beteiligt.
- (5) a) GBC AG oder eine mit ihr verbundene juristische Person hat in den vorangegangenen 12 Monaten eine Vereinbarung über die Erstellung von Researchberichten gegen Entgelt mit diesem Unternehmen oder Emittenten des analysierten Finanzinstruments getroffen. Im Rahmen dieser Vereinbarung wurde dem Emittent der Entwurf der Finanzanalyse (ohne Bewertungsteil) vor Veröffentlichung zugänglich gemacht.
- (5) b) Es erfolgte eine Änderung des Entwurfs der Finanzanalyse auf Basis berechtigter Hinweise des Unternehmens bzw. Emittenten
- (6) a) GBC AG oder eine mit ihr verbundene juristische Person hat in den vorangegangenen 12 Monaten eine Vereinbarung über die Erstellung von Researchberichten gegen Entgelt mit einem Dritten über dieses Unternehmen oder Finanzinstrument getroffen. Im Rahmen dieser Vereinbarung wurde dem Dritten und/oder Unternehmen und/oder Emittenten des Finanzinstruments der Entwurf der Analyse (ohne Bewertungsteil) vor Veröffentlichung zugänglich gemacht.
- (6) b) Es erfolgte eine Änderung des Entwurfs der Finanzanalyse auf Basis berechtigter Hinweise des Dritten und/oder Emittent
- (7) Der zuständige Analyst, der Chefanalyst, der stellvertretende Chefanalyst und oder eine sonstige an der Studiererstellung beteiligte Person hält zum Zeitpunkt der Veröffentlichung Anteile oder sonstige Finanzinstrumente an diesem Unternehmen.
- (8) Der zuständige Analyst dieses Unternehmens ist Mitglied des dortigen Vorstands oder des Aufsichtsrats.
- (9) Der zuständige Analyst hat vor dem Zeitpunkt der Veröffentlichung Anteile an dem von ihm analysierten Unternehmen vor der öffentlichen Emission erhalten bzw. erworben.

(10) GBC AG oder eine mit ihr verbundene juristische Person hat in den vorangegangenen 12 Monaten eine Vereinbarung über die Erbringung von Beratungsleistungen mit dem analysierten Unternehmen geschlossen.

(11) GBC AG oder eine mit ihr verbundene juristische Person hat bedeutende finanzielle Interessen an dem analysierten Unternehmen, wie z.B. die Gewinnung und/oder Ausübung von Mandaten beim analysierten Unternehmen bzw. die Gewinnung und/oder Erbringung von Dienstleistungen für das analysierte Unternehmen (z.B. Präsentation auf Konferenzen, Roundtables, Roadshows etc.)

(12) Das analysierte Unternehmen befindet sich zum Zeitpunkt der Finanzanalyse in einem, von der GBC AG oder mit ihr verbundenen juristischen Person, betreuten oder beratenen Finanzinstrument oder Finanzprodukt (wie z.B. Zertifikat, Fonds etc.)

§ 2 (V) 3. Compliance:

GBC hat intern regulative Vorkehrungen getroffen, um möglichen Interessenskonflikten vorzubeugen bzw. diese, sofern vorhanden, offenzulegen. Verantwortlich für die Einhaltung der Regularien ist dabei der derzeitige Compliance Officer, Karin Jägg, E-Mail: jaegg@gbc-ag.de

§ 2 (VI) Verantwortlich für die Erstellung:

Verantwortliches Unternehmen für die Erstellung der vorliegenden Analyse(n) ist die GBC AG mit Sitz in Augsburg, welche als Researchinstitut bei der zuständigen Aufsichtsbehörde (Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin), Marie-Curie-Str. 24-28, 60439 Frankfurt) gemeldet ist.

Die GBC AG wird derzeit vertreten durch Ihre Vorstände Manuel Hölzle (Vorsitz) und Jörg Grunwald.

Die für diese Analyse verantwortlichen Analysten sind:

Matthias Greiffenberger, M.Sc., M.A., Finanzanalyst

Marcel Schaffer, B.A., Finanzanalyst

Sonstige an dieser Studie beteiligte Person:

Manuel Hölzle, Dipl. Kaufmann, Chefanalyst

§ 3 Urheberrechte

Dieses Dokument ist urheberrechtlich geschützt. Es wird Ihnen ausschließlich zu Ihrer Information zur Verfügung gestellt und darf nicht reproduziert oder an irgendeine andere Person verteilt werden. Eine Verwendung dieses Dokuments außerhalb den Grenzen des Urhebergesetzes erfordert grundsätzlich die Zustimmung der GBC bzw. des entsprechenden Unternehmens, sofern es zu einer Übertragung von Nutzungs- und Veröffentlichungsrechten gekommen ist.

GBC AG
Halderstraße 27
D 86150 Augsburg
Tel.: 0821/24 11 33-0
Fax.: 0821/24 11 33-30
Internet: <http://www.gbc-ag.de>

E-Mail: compliance@gbc-ag.de



GBC AG®
- RESEARCH & INVESTMENT ANALYSEN -

GBC AG
Halderstraße 27
86150 Augsburg
Internet: <http://www.gbc-ag.de>
Fax: ++49 (0)821/241133-30
Tel.: ++49 (0)821/241133-0
Email: office@gbc-ag.de