



Researchstudie (IPO-Studie)



„Elektrifizierung des deutschen/europäischen Volumensegments durch den Direktvertrieb und digitalgestützten Partnernetzvertrieb von vollelektrischen Elektroautos“

„Vermarktung von reinen Elektroautos unter der deutschen Marke ELARIS kombiniert mit einem Full-Service-Angebot mit Fokus auf Privat- und Firmenkunden“

„Der verstärkte Ausbau des E-Mobility-Business über eine sehr skalierbare digitale Vertriebs- und Serviceplattform eröffnet erhebliches Wachstums- und Ertragspotenzial“

Fairer Wert je Aktie: 47,55 €

WICHTIGER HINWEIS:

Bitte beachten Sie den Disclaimer/Risikohinweis
sowie die Offenlegung möglicher Interessenskonflikte nach § 85 WpHG und Art. 20 MAR ab Seite 48

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“

ELARIS AG *5a;6a;11

Fairer Wert je Aktie: 47,55 €

Fairer Wert des Unternehmens: 576,92 Mio. €

Stammdaten:

ISIN: DE000A37FT17
WKN: A37FT1
Aktienanzahl: 12,13 Mio.

Transparenzlevel:
m:access
(Börse München)

Marktsegment:
Freiverkehr
(Open Market)

Rechnungslegung:
HGB

Geschäftsjahr: 31.12.

Analysten:

Marcel Goldmann
goldmann@gbc-ag.de

Cosmin Filker
filker@gbc-ag.de

* Katalog möglicher Interessenskonflikte auf Seite 49

Unternehmensprofil

Branche: E-Mobility

Fokus: Direktvertrieb und Partnernetzvertrieb von vollelektrischen E-Fahrzeugen inkl. After-Sales-Service und ergänzender Geschäfte (Verkauf von E-Ladeinfrastruktur, Stromtankkarten etc.)

Mitarbeiter ELARIS-Gruppe: Ø 24 Mitarbeiter (GJ 2023)

Firmensitz: Grünstadt, Rheinland-Pfalz

Vorstand: Lars Stevenson (CEO)

Die ELARIS AG (ELARIS) ist ein deutsches Unternehmen und als Anbieter von vollelektrischen E-Fahrzeugen und damit verbundenen Geschäftsbereichen (Ersatzteil- und Servicegeschäft, E-Ladesäulengeschäft etc.) im wachstumsstarken E-Mobility-Sektor tätig. ELARIS bezieht als Automobilhersteller seine Elektroautos von namhaften chinesischen E-Fahrzeugherstellern (Auftragsfertigung) und vertreibt diese selbst (Onlineverkauf) und über Vertriebspartner unter ihrer eigenen Marke ELARIS in Deutschland sowie in einigen weiteren europäischen Ländern (z.B. Österreich). Mit diesen Manufakturunternehmen (OEM's) unterhalb die Gesellschaft umfangreiche Technologie-, Entwicklungs- und Fertigungskooperationen. Über die Tochtergesellschaft ELARIS Innovation GmbH sollen Kunden der ELARIS-Gruppe zukünftig zudem umfangreiche Ladeinfrastrukturlösungen angeboten werden. In Deutschland ist ELARIS aktuell mit 82 Autohändlern und 86 Euromasterstandorten eine Kooperation über den Vertrieb (inkl. Service) von ELARIS-Elektroautos und -Ladesäulen eingegangen. Daneben ist das Unternehmen eine Rahmenvereinbarung mit Euromaster (Teil der Michelin-Gruppe) eingegangen, auf deren Basis diese Werkstattkette die Wartung, Reparatur der ELARIS-Elektrofahrzeuge und ebenfalls auch Vertriebstätigkeiten übernimmt.

| Konzern GuV in Mio. € Mio. EUR \ GJ-Ende | 31.12.2022 | 31.12.2023e | 31.12.2024e | 31.12.2025e | 31.12.2026 |
|---|------------|-------------|-------------|-------------|------------|
| Umsatzerlöse | 3,04 | 13,46 | 130,26 | 256,69 | 388,02 |
| EBITDA | -3,14 | -3,81 | 10,78 | 30,57 | 60,19 |
| EBIT | -3,35 | -3,95 | 10,61 | 30,38 | 59,98 |
| Nettoergebnis (EAT) | -3,48 | -4,47 | 5,94 | 20,02 | 40,77 |

Quelle: ELARIS AG; Schätzungen GBC AG

EXECUTIVE SUMMARY

- Die ELARIS AG (ELARIS) ist ein deutsches Unternehmen und als Anbieter von vollelektrischen E-Fahrzeugen und damit verbundenen Geschäftsbereichen (Ersatzteil- und Servicegeschäft, E-Ladesäulengeschäft etc.) im aufstrebenden bzw. wachstumsstarken E-Mobility-Sektor tätig. Bedingt durch die in der EU und Deutschland eingeleitete Verkehrs- und Mobilitätswende, die u.a. ein EU-Verbrenner-Verbot ab 2035 beinhaltet, rechnen Automobilexperten damit, dass die zukünftige Individualmobilität sehr stark durch batteriebetriebene Elektroautos geprägt sein wird, damit die Bundesrepublik und auch die EU ihre umwelt- und klimapolitischen Ziele (Stichwort: langfristige Klimaneutralität) erreichen kann. Die Ampel-Regierung strebt im Zuge ihrer politischen Ausrichtung 15 Mio. Elektrofahrzeuge auf deutschen Straßen bis 2030 an. Laut dem Kraftfahrtbundesamt (KBA) wurden im vergangenen Jahr 2023 524.219 Elektroautos zugelassen, was im Vergleich zum Vorjahr (470.559) einem deutlichen Anstieg um 11,4% und zugleich einem neuen Rekordwert entspricht. Parallel hierzu nahm der E-Auto-Anteil an den Gesamtzulassungen auf 18,4% (VJ: 17,7%) zu.
- Im Geschäftsjahr 2022 hat die ELARIS-Gruppe mit einem deutlichen Umsatzzuwachs um 241,6% auf 3,04 Mio. € (VJ: 0,89 Mio. €) seinen eingeschlagenen Wachstumskurs weiter fortgesetzt. Auch über die ersten zehn Monate des vergangenen Geschäftsjahres 2023 konnte das Unternehmen mit erwirtschafteten Umsatzerlösen in Höhe von 9,39 Mio. € (31.10.2022: 2,29 Mio. €) an diesen deutlich positiven Umsatztrend anknüpfen. Der erzielte Umsatzzuwachs resultierte hierbei primär auf einer signifikanten Ausweitung der Absatzmenge an E-Autos.
- Auf operativer Ergebnisebene (EBITDA) wurde im Geschäftsjahr 2022 bedingt durch hohe Investitionen in den Auf- und Ausbau des E-Mobility-Geschäfts ein negatives Ergebnis in Höhe von -3,14 Mio. € erzielt, welches damit unterhalb des Vorjahresniveaus (VJ: -1,14 Mio. €) lag. An dieser Stelle ist jedoch anzumerken, dass das Vorjahresergebnis durch ein deutlich positiven Sonderertrag (2,02 Mio. €) beeinflusst wurde. Über die ersten zehn Monate des vergangenen Geschäftsjahres 2023 wurde ein EBITDA in Höhe von -1,66 Mio. € (31.10.2022: -4,28 Mio. €) erwirtschaftet.
- Für die zukünftigen Geschäftsjahre rechnen wir mit einer massiven Beschleunigung des Wachstumskurses. Als wesentliche Wachstumstreiber hierfür sollten sich der weitere Ausbau des Produktportfolios und des Vertriebs- und Servicepartnernetzes sowie verstärkte Marketingmaßnahmen erweisen. Zusätzliche Wachstumsimpulse sollten sich auch aus dem Aufbau von ergänzenden Geschäftsfeldern (Ersatzteile- und Ladeinfrastrukturgeschäft etc.) und aus der Erschließung neuer Märkte außerhalb Deutschlands ergeben, die wir aus konservativer Sicht nicht in unseren Prognosen berücksichtigt haben und damit ein (weiteres) deutliches Upside- und Wertsteigerungspotenzial eröffnen.
- Für das vergangene Geschäftsjahr 2023 gehen wir konkret von einem Umsatzsprung im Vergleich zum Vorjahr auf 13,46 Mio. € (VJ: 3,04 Mio. €) und einem operativen Ergebnis (EBITDA) in Höhe von -3,81 Mio. € (VJ: -3,14 Mio. €) aus. Für die Folgejahre 2024 und 2025 rechnen wir basierend auf unserer erwarteten dynamischen Absatz- /Wachstumsentwicklung und einsetzenden Skaleneffekten von einem massiven Umsatzanstieg (EBITDA) auf dann 2024e: 130,26 Mio. € (10,78 Mio. €) bzw. 2025e: 256,69 Mio. € (30,57 Mio. €). Für das Folgejahr 2026 kalkulieren wir mit einem weiteren Umsatz- und EBITDA-Anstieg auf dann 388,02 Mio. € bzw. 60,19 Mio. €. Parallel hierzu sollte die EBITDA-Marge schrittweise von erwarteten 8,3% in 2024 auf 15,5% in 2026 deutlich anwachsen.
- Insgesamt sehen wir die ELARIS-Gruppe mit ihren attraktiven Produktportfolio, umfangreichen Netz an Vertriebs- und Servicepartnern und disruptiven Vertriebsansatz (Kombination von Online-Vertrieb und stationärem Vertrieb) gut positioniert, um vom weiteren Hochlauf der E-Mobilität im deutschen Automarktmarkt signifikant zu profitieren. Durch das hochlaufende und hoch-skalierbare Geschäftsmodell des Unternehmens sollte parallel zum

erwarteten dynamischen Umsatzwachstum deutlich überproportionale Ergebniszuwächse und ein sprunghafter Rentabilitätsanstieg erzielt werden können.

- **Im Rahmen unseres DCF-Modells haben wir auf Basis unserer Schätzungen einen fairen Unternehmenswert zum Ende des Geschäftsjahres 2024 in Höhe von 47,55 € je Aktie ermittelt.**

INHALTSVERZEICHNIS

| | |
|--|-----------|
| Executive Summary | 2 |
| Geplanter Börsengang (IPO) | 5 |
| Unternehmen | 6 |
| Unternehmensprofil und Organisationsstruktur | 6 |
| Gesellschafterstruktur der ELARIS AG | 7 |
| Ausgewählte wichtige Partner der ELARIS-Gruppe | 7 |
| Management | 7 |
| Geschäftsführung der ELARIS AG | 7 |
| Aufsichtsrat | 8 |
| Unternehmenshistorie und Meilensteine von ELARIS | 9 |
| Geschäftsmodell und Geschäftstätigkeitsbereiche | 9 |
| Überblick über die allgemeine Geschäftstätigkeit | 9 |
| Erlösquellen des ELARIS-Geschäftsmodells | 11 |
| Onlineplattform ELARIS World | 12 |
| Anpassungen der E-Fahrzeuge und eigene Entwicklungstätigkeiten | 13 |
| Disruptive Vertriebsstruktur der ELARIS-Gruppe | 16 |
| Marketing-Aktivitäten | 18 |
| Produktportfolio und Dienstleistungen | 19 |
| Markt und Marktumfeld | 23 |
| Weltweiter Automobilmarkt – Starker Trend hin zum E-Auto | 23 |
| Allgemeine Charakteristik des globalen Automobilmarktes | 23 |
| Transformation der weltweiten Automobilbranche | 23 |
| EU-Regulierung im europäischen Mobilitätssektor | 26 |
| Entwicklung der Elektromobilität in wichtigen Kernmärkten | 27 |
| Deutschland will der Leitmarkt für E-Mobilität werden | 29 |
| Unternehmensentwicklung & Prognose | 34 |
| Historische Unternehmensentwicklung | 34 |
| Umsatzentwicklung | 34 |
| Ergebnisentwicklung | 35 |
| Bilanzielle Situation der ELARIS AG | 38 |
| SWOT-Analyse | 40 |
| Prognosen und Modellannahmen | 41 |
| Umsatzprognosen | 41 |
| Ergebnisprognosen | 43 |
| Bewertung | 46 |
| Modellannahmen | 46 |
| Bestimmung der Kapitalkosten | 46 |
| Bewertungsergebnis | 46 |
| DCF-Modell | 47 |
| Anhang | 48 |

GEPLANTER BÖRSENGANG (IPO) IM MÄRZ 2024 AM QUALITÄTSSEGMENT M:ACCESS DER BÖRSE MÜNCHEN UND ANSCHLIEßENDES XETRA-LISTING

Mit dem öffentlichen Angebot sollen im Rahmen des geplanten Börsengangs (IPO) am 14. März am m:access der Börse München keine neuen Aktien, sondern ausschließlich bestehende Aktien angeboten werden. Die ELARIS AG erhofft sich durch die Bewerbung des Unternehmens und aktive Investor Relations Arbeit insbesondere ein gesteigertes Interesse der Öffentlichkeit an der Gesellschaft. ELARIS verspricht sich von diesem Schritt auch eine verbesserte Akzeptanz in Bezug auf zukünftige Kapitalmaßnahmen, insbesondere im Hinblick auf den leichteren Zugang zu institutionellem Kapital. Gerade bei institutionellen Investoren ist ein vorhandenes Börsenlisting oftmals Grundvoraussetzung, um sich an geplanten Kapitalmaßnahmen auch aktiv mitzubeteiligen zu können.

Die angebotenen Aktien im Volumen von bis zu 10.000 Stück stammen ausschließlich aus dem Eigentum der ELARIS Holding GmbH, der bisherigen Hauptgesellschafterin der ELARIS AG. Das aktuelle Grundkapital der ELARIS AG beträgt 12,13 Mio. €, eingeteilt in 12,13 Mio. Aktien.

UNTERNEHMEN

Unternehmensprofil und Organisationsstruktur

Die ELARIS AG wurde mit dem Gesellschaftsvertrag vom 22. April 2020 unter der (damaligen) Firma Epos E-Car GmbH mit dem Sitz in Grünstadt gegründet. Seit seiner Gründung ist ELARIS im E-Mobility-Sektor aktiv und konzentriert sich hierbei auf die Entwicklung, Fertigung und Vermarktung von vollelektrischen Elektrofahrzeugen und damit verbundener Dienstleistungen und Produkte. Die Produktion der Elektroautos wird hierbei von namhaften chinesischen Manufakturunternehmen (OEM's), mit denen ELARIS eine Entwicklungs- und Fertigungskooperation (Auftragsfertigung) unterhält, übernommen.

Am 25. August 2020 hat die Gesellschafterversammlung der Epos E-Car GmbH die Umfirmierung in ELARIS GmbH beschlossen. Durch einen vollzogenen Formwechsel entstand im Oktober 2022 die ELARIS AG (Umwandlung von GmbH in AG).

Im Rahmen einer Sachkapitalerhöhung wurden im Dezember 2023 100,0% der Geschäftsanteile an der ELARIS Innovation GmbH von der ELARIS Holding GmbH in die ELARIS AG eingebracht. Über die ELARIS Innovation GmbH sollen Kunden der ELARIS-Gruppe zukünftig umfangreiche E-Ladeinfrastrukturlösungen angeboten werden.

Aktuelle Unternehmensstruktur



Quelle: ELARIS AG; GBC AG

Die ELARIS Innovation GmbH (ELARIS Innovation) mit ihrem Schwerpunkt auf Ladeinfrastrukturlösungen für E-Fahrzeuge ist aktuell die alleinige Beteiligung (bzw. Tochtergesellschaft) der ELARIS AG und stellt damit auch einen bedeutenden Teil des operativen Geschäfts der ELARIS-Gruppe dar.

Die Muttergesellschaft (ELARIS AG) bildet darüber hinaus die strategische Management- und Finanzholding der Tochtergesellschaft und übt hierbei zentrale Leitungsfunktionen aus und stellt gemeinsam genutzte Dienstleistungen insbesondere in den Bereichen Finanzen, Administration, Human Resources, IT, Strategie und Public Relations zur Verfügung.

Gesellschafterstruktur der ELARIS AG

| Wesentliche Anteilseigner in % | Stand: März 2024 |
|--------------------------------|------------------|
| ELARIS Holding GmbH* | ca. 91,1% |
| Neon Equity AG | ca. 5,0% |

Quelle: ELARIS-Wertpapierprospekt *dem Vorstand der ELARIS AG Lars Stevenson zuzurechnen

Hauptgesellschafterin der ELARIS AG ist die ELARIS Holding GmbH, die aktuell rund 85,0% der Geschäftsanteile an dieser Gesellschaft hält. Daneben hält u.a. die Investmentgesellschaft Neon Equity AG mit einer Beteiligung von rund 5,0% ebenfalls bedeutende Anteile an der ELARIS AG.

Wesentliche Gesellschafter der ELARIS Holding GmbH sind der Alleinvorstand der ELARIS AG, Herr Lars Stevenson, und dessen Ehefrau, die jeweils eine mittelbare Beteiligung (über die LB Holding GmbH) von 42,5% und somit insgesamt 85,0% der Anteile halten. Daneben hält die factonet Holding GmbH 10,0% und Herr Zheng Yao 3,0% der Geschäftsanteile an der ELARIS Holding GmbH.

Ausgewählte wichtige Partner der ELARIS-Gruppe



Quelle: ELARIS AG; GBC AG

Management

Geschäftsführung der ELARIS AG

Lars Stevenson (CEO/Alleinvorstand)

Lars Stevenson besitzt rund 30 Jahre an Berufserfahrung bei der Gründung und Führung von Unternehmen. Erste Erfahrungen als Gründer und Geschäftsführer hat er bei der Gründung eines IT-Systemhauses (Herstellung und Vertrieb von PCs, Notebooks und IT-Lösungen) gesammelt. Daneben war Herr Stevenson 2008 Gründer und bis 2013 Geschäftsführer der HMI Human Machine Intelligence GmbH (Entwicklung & Vertrieb von KI-Software), die im Jahr 2011 mit dem deutschen Innovationspreis bedacht und 2012 an Investoren veräußert wurde. Im Jahr 2010 hat er ein Unternehmen gegründet, das als Automobilzulieferer (Herstellung und Vertrieb von LED-Leuchtmitteln) tätig war und 2014 an Investoren verkauft wurde. Zudem war und ist Herr Stevenson als Co-Gründer mehrerer Unternehmen im Bereich Produkt-Vertrieb und Technologieentwicklung tätig. Er ist mittelbarer Gründer und Alleinvorstand der ELARIS AG und war bereits vor der Formwandlung (damals ELARIS GmbH) in eine Aktiengesellschaft ihr Geschäftsführer.

Aufsichtsrat

Lutz L. Linden (Aufsichtsratsvorsitzender)

Herr Lutz Leif Linden hat an der Technischen Hochschule in Darmstadt Wirtschaftsingenieurwesen studiert. Nach seinem Studium hat er im Jahr 1992 die MCL Management Consult by Linden gegründet, die inzwischen auch international in Europa und Asien (speziell in China und Japan) tätig ist und sich auf die Beratung von Automobilherstellern, Autzulieferern sowie Motorsport hinsichtlich Kommunikation, Public Relations sowie Marketing fokussiert. Seit der Gründung 1992 ist Herr Linden bei der MCL Management Consult by Linden als Geschäftsführer tätig und kann damit inzwischen eine rund 30-jährige Erfahrung bei der Führung und Beratung von Unternehmen in der Automobilbranche vorweisen. Daneben ist er für den Automobilclub von Deutschland (AvD) in diversen Gesellschaften u.a. als Geschäftsführer oder Generalsekretär und für die Fédération Internationale de l'Automobile (FIA) als Finanzprüfer und Präsident der GT-Kommission tätig. Seit dem vergangenen Jahr 2023 ist Herr Linden Aufsichtsratsvorsitzender der ELARIS AG.

Max E. M. Koller

Herr Max Emilian Koller ist Mitgründer und Anteilsinhaber diverser Unternehmen aus der Koller-Gruppe. Er hat im Anschluss an seine Ausbildung zum Werkzeugmacher den Meistertitel erworben und war von 1989 bis 1994 bei der Firma EBRO Elektronik als Werkstattleiter für Werkzeugbau und Kunststofffertigung tätig, bis er im Jahr 1994 gemeinsam mit seinem Bruder Thomas Sebastian Koller die Koller Formenbau GmbH mitgegründet hat. Bei dieser Gesellschaft ist er bis heute als Geschäftsführer bestellt. In den Folgejahren hat die Koller-Gruppe diverse weitere Unternehmen wie die Koller Kunststofftechnik GmbH gegründet und ist 1999 mit der Honsa Kft. nach Ungarn expandiert. Seit 2015 ist die Koller-Gruppe zudem auch in Mexiko aktiv. Die Koller-Gruppe fertigt Autobauteile, wie die CFRTP-Heckfensterrahmen in Zusammenarbeit mit BMW und ist Zulieferer für weitere Automobilhersteller wie Volkswagen und Audi. Herr Koller hat damit eine bald 30-jährige Erfahrung in der Gründung und Führung von Unternehmen im In- und Ausland und verfügt über umfangreiche Verbindungen zu bekannten Automobilherstellern. Seit dem September 2023 gehört Herr Koller dem Aufsichtsrat der ELARIS-Gruppe an und ist zugleich Vorsitzenden dieses Gremiums.

Thomas S. Koller

Herr Thomas Sebastian Koller ist Mitgründer und Anteilsinhaber diverser Unternehmen aus der Koller-Gruppe. Er hat im Anschluss an seine Ausbildung zum Werkzeugmacher den Meistertitel erworben und im Jahr 1994 gemeinsam mit seinem Bruder Max Emilian Michael Koller die Koller Formenbau GmbH mitgegründet, bei der er auch bis heute Geschäftsführer ist. In den Folgejahren hat die Koller-Gruppe diverse weitere Unternehmen wie die Koller Kunststofftechnik GmbH gegründet und ist 1999 mit der Honsa Kft. nach Ungarn expandiert. Seit 2015 ist die Koller-Gruppe zudem auch in Mexiko tätig. Die Koller-Gruppe fertigt Autobauteile, wie die CFRTP-Heckfensterrahmen in Zusammenarbeit mit BMW und ist Zulieferer für weitere Automobilhersteller wie Volkswagen und Audi. Wie sein Bruder, Herr Max Koller, hat Herr Thomas Koller damit eine bald 30-jährige Erfahrung in der Gründung und Führung von Unternehmen im In- und Ausland und besitzt umfangreiche Verbindungen zu bekannten Automobilherstellern. Seit dem September 2023 gehört Herr Koller dem Aufsichtsrat der ELARIS-Gruppe an.

Unternehmenshistorie und Meilensteine von ELARIS

| Jahr | Ereignis |
|------------|--|
| April 2020 | Gründung der Epos E-Car GmbH |
| Aug. 2020 | Umfirmierung der Epos E-Car GmbH in ELARIS GmbH |
| 2021 | Beginn des Verkaufs von Fahrzeugen der Modellreihe DY0 als eigenes entwickeltes E-Fahrzeug und der Modellreihe PIO und BEO auf der Grundlage vorgefertigter E-Modelle |
| 2021 | Digitalisierung von E-Fahrzeugen durch ELARIS: Datenhoheit, Telematik, Software für Head Unit und Apps |
| Dez. 2021 | Kooperation mit Gothaer, Versicherungskonzern bietet ELARIS-Kunden zugeschnittene Versicherungsangebote für E-Autos und fördert über ihr Kundennetzwerk den Vertrieb der ELARIS-Produkte |
| Okt. 2022 | Umwandlung der ELARIS GmbH in ELARIS AG |
| Okt. 2022 | Kooperation mit Euromaster (Michelin-Gruppe), die Reifen- und Auto-Service-Kette übernimmt für ELARIS als exklusiver Partner den Service (Reparatur, Wartung etc.) und vermittelt auch Neufahrzeuge |
| 2022 | Der ELARIS-Gruppe ist es gelungen, über einen Genussschein rund 11,80 Mio. € an liquiden Mitteln bei Investoren einzuwerben. Der überwiegende Teil der zugeflossenen Mittel stammt von einem Investor aus dem Automobilsektor (Familie Koller / Koller Automotive) |
| Dez. 2023 | Im Rahmen einer Sachkapitalerhöhung wurde die ELARIS Innovation GmbH (Fokus: E-Ladeinfrastrukturlösungen) in die ELARIS AG eingebracht |
| Jan. 2023 | Kooperation mit autohelden.com, die an den digitalen Marktplatz angebotenen Händler bzw. Partner übernehmen zukünftig auch Vertriebs- und Serviceleistungen für die ELARIS-Gruppe |
| Juni 2023: | ELARIS ist eine Kooperation mit der digitalen Plattform autohelden.com eingegangen und wird den Händlervertrieb zukünftig darüber steuern. Die Varianten einer gegenseitigen Beteiligung werden aktuell geprüft. |
| Juli 2023 | ELARIS wird neuer Top-Sponsor bei dem Fußballbundesligisten und Championsleague Teilnehmer 1. FC Union |
| 2023 | Mit den E-Autos Jaco und Leo werden zwei Modelle ausschließlich für ELARIS hergestellt |
| 2023 | Planungsbeginn für eigenen Design- und Produktbaukasten Limousine, zudem erster Transporter als Eigenentwicklung bei Asiastar Manufaktur |
| 2023 | Media-Kooperation mit SevenVentures (ProSiebenSat.1) für reichweitenstarke Medienkampagnen |
| 2024 | Geplanter Börsengang (IPO) am 14. März 2024 im m:access (Börse München), mit geplantem zusätzlichem Xetra-Listing |

Quelle: ELARIS AG; GBC AG

Geschäftsmodell und Geschäftstätigkeitsbereiche

Überblick über die allgemeine Geschäftstätigkeit

Der Schwerpunkt der Geschäftstätigkeit der ELARIS-Gruppe liegt auf der Entwicklung, Fertigung und Vermarktung von vollelektrischen Elektrofahrzeugen und E-Ladesäulen (sog. Wallboxes für E-Autos). Hierbei hat sich die Gesellschaft als deutscher Hersteller (OEM) von leistungsstarken, technologieführenden Elektroautos und als Technologie- und Entwicklungspartner von chinesischen Elektroautobauern mit einem Full-Service-Angebot (360°-Angebot) positioniert.

Die Gesellschaft bezieht ihre Elektrofahrzeuge und E-Ladesäulen von namhaften chinesischen Herstellern (OEMs), die diese Elektroautos nach der gemeinsamen Entwicklung und Konzeption mit den Manufakturbetrieben im Auftrag von ELARIS fertigen. Durch diese Kooperation hat ELARIS Zugang zu einer kosteneffizienten und modernen

Fahrzeugproduktion im größten Automobilmarkt in China. In punkto Elektroautoabsatz verfolgt ELARIS einen Multichannel-Ansatz, d.h. die Gesellschaft vertreibt ihre E-Fahrzeuge selbst (Direktvertrieb) und über verschiedene Vertriebspartner (Autohändler, Affiliate-Partnerunternehmen etc.) unter der eigenen Marke ELARIS. Der Hauptfokus in Bezug auf die Absatzgebiete liegt derzeit primär auf Deutschland, dem größten europäischen PKW-Markt. Aus diesem Grund werden wir in den nachfolgenden Erläuterungen insbesondere auf die Geschäftsaktivitäten in diesem Absatzgebiet eingehen.

Die von ELARIS vermarkteten Elektroautos basieren primär auf bereits bestehenden und etablierten Elektroautomodellen, die vorrangig im chinesischen Automarkt bereits produziert und vertrieben wurden. Damit greift das Unternehmen auf bewährte Automobilplattformen von seinen chinesischen Fahrzeugherstellern zurück, mit denen ELARIS umfangreiche Kooperationen auf verschiedenen Ebenen unterhält.

Die notwendigen Anpassungen bei den bereits bestehenden Elektrofahrzeugmodellen, die vor einem angestrebten Verkauf in den einzelnen Zielmärkten im Auftrag von ELARIS vorgenommen werden müssen, beziehen sich hierbei insbesondere auf die Bereiche Fahrzeuginnenausstattung, Fahrzeug-Software-Architektur sowie Homologation (techn. Fahrzeugprüfung und anschließende Typengenehmigung). In Bezug auf die Fahrzeug-Software-Architektur liefert ELARIS den Auftragsfertigern einzelne Softwarebausteine und eine digitale Plattform (sog. ELARIS Fahrzeugplattformsystem) für die Elektrofahrzeuge, die v.a. das Frontend bzw. User-Interface (Fahrzeug-Head Unit) betreffen. Diese Softwarelösungen konzentrieren sich u.a. auf die Themen Lademanagement, Fahrzeugfunktionen und Infotainment.

Zum aktuellen Zeitpunkt hat das Unternehmen in Deutschland mit 82 Autohändlern und 86 Euromaster-Standorten eine Kooperation über den Vertrieb von ELARIS-PKW und -Ladesäulen abgeschlossen. Neben dem Vertrieb der Elektrofahrzeuge übernehmen die Händler ebenfalls auch Servicetätigkeiten für die ELARIS-Elektrofahrzeuge.

Vertriebs- und Service-Kooperationen der ELARIS-Gruppe

Exklusivverträge mit EUROMASTER, AvD & Gothaer Versicherung für den Vertrieb und Service von ELARIS EV-Car und EV-Transporter

- EUROMASTER ELARIS E-Competence Center - rund 92 in Deutschland und 14 in Österreich
- Gothaer beginnt mit der Vermittlung von ELARIS-Fahrzeugen in ihren 1.600 Agenturen - im ersten Monat bereits > 250 ELARIS-Finn verkauft
- Der AvD plant, eine AvD-Mitgliedschaft mit einem ELARIS-Fahrzeug im ersten Jahr anzubieten + spezielles ELARIS-Angebot für ihre 1,2 Mio. Mitglieder
- IRS-Standorte werden in ELARIS-Werkstätten umgewandelt
- Mehr als 2.300 markengebundene ELARIS/EUROMASTER Vertriebs- und Servicestandorte in Deutschland / Österreich bis 2022
- Autohändler hat mit der Vermittlung von ELARIS-Fahrzeugen an seine 1.300 Autohändler begonnen

EUROMASTER
EUROMASTER ist ein 100%iges Michelin-Unternehmen, betreibt 2.300 Niederlassungen in 71 europäischen Ländern und beschäftigt 11.000 Mitarbeiter, davon rund 2.000 in Deutschland. Der Hauptsitz ist in Mannheim.

Gothaer
GOTHAER ist mit 1.600 Agenturen und einem Umsatz von 4,6 Milliarden Euro einer der führenden Versicherer in der Kfz-Branche.
Ab Mai wird die über alle Agenturen ELARIS E-Autos anbieten.

AvD
Die Automobilclubs von Deutschland (AvD) ist einer der größten deutschen Automobilclubs und der zweitgrößte Automobilclub in Deutschland mit 1,2 Millionen Mitgliedern.
Er hat mit der Förderung von ELARIS Autos bereits begonnen.

Quelle: ELARIS AG; GBC AG

Über lokale Distributoren, die von der ELARIS-Gruppe eine Vertriebslizenz erhalten haben, werden ELARIS-Fahrzeuge und -Ladesäulen auch in weiteren europäischen Ländern (u.a. in Österreich) neben dem Kernmarkt Deutschland vertrieben.

In punkto Fahrzeugvertrieb und -service kooperiert ELARIS ebenso mit Euromaster (Teil der Michelin-Gruppe). Mit dieser Werkstattkette besteht eine Rahmenvereinbarung, auf deren Basis Euromaster die Wartung und Reparatur der ELARIS-Elektrofahrzeuge und zugleich auch Vertriebstätigkeiten in Bezug auf ELARIS-PKWs übernimmt. In Bezug auf das Ersatzteilmanagement und die damit verbundene Logistik greift ELARIS auf externe Partner zurück, die diese Dienste für ELARIS übernehmen. Die von der ELARIS-Gruppe

bezogenen Ersatzteile stammen hierbei ebenfalls von den Auftragsfertigern der ELARIS-E-Fahrzeuge.

ELARIS Wertschöpfungskette – 360-Grad-Angebot durch starke Partner



Quelle: ELARIS AG; GBC AG

Um den Verkauf und die Vermarktung von eigenen Elektroautos zu verstärken, ist ELARIS auch eine Kooperation mit dem zweitgrößten Automobilclub AvD und dem bekannten Versicherungskonzern Gothaer eingegangen. Letzterer bietet durch diese Zusammenarbeit ELARIS-Kunden zugeschnittene Versicherungsangebote für deren Elektrofahrzeuge an und fördert über ihr Kundennetzwerk den Vertrieb von ELARIS-Fahrzeugen.

Darüber hinaus sollen über die Tochtergesellschaft ELARIS Innovation außerdem zukünftig umfassende Ladeinfrastrukturlösungen rund um das Elektrofahrzeug angeboten werden und damit diese Tochtergesellschaft zu einem Full-Service-Anbieter ausgebaut werden. Dies umfasst einerseits den Vertrieb einzelner Hardware- und Softwareprodukte (z.B. Wallbox oder Ladekarte für die Bezahlung an öffentlichen Ladepunkten) für Privat- und Firmenkunden und zum anderen insbesondere auch die Beratung, Erstellung und Umsetzung von ganzheitlichen Ladelösungen für Flottenbetreiber und Gewerbekunden. Der Vertrieb der damit verbundenen Ladesäulen erfolgt in Eigenregie durch ELARIS und auch über Vertriebspartner (Autohäuser, Händler etc.).

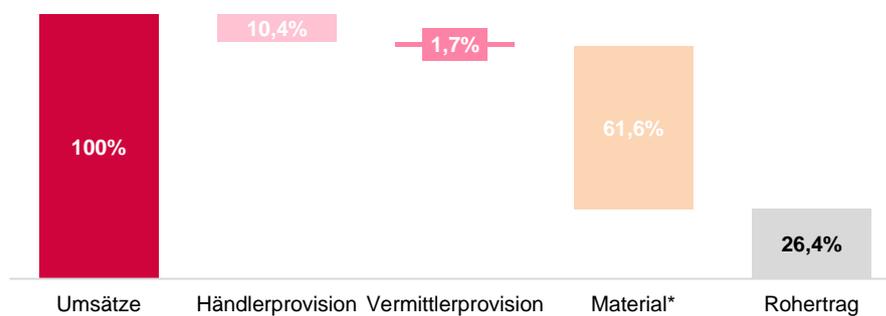
Die mit der Vermarktung der Wallboxen bzw. Ladesäulen verbundenen Serviceleistungen (Erstberatung, Konzepterstellung etc.), können von den Kunden auf Wunsch hinzugebucht werden. Die Beratung, Installation und Wartung der Ladesäulen wurde in der Vergangenheit ausschließlich über Kooperationspartner durchgeführt. Dies soll jedoch zukünftig bis auf die Wartungs- und Installationstätigkeiten durch die Tochtergesellschaft ELARIS Innovation erfolgen. Lediglich vereinzelte Bausteine der Gesamtlösung, wie z.B. das Fördermanagement oder Fuhrpark-Consulting, sollen durch hierauf spezialisierte Partnerunternehmen (u.a. Experts4Mobility) abgedeckt bzw. übernommen werden.

Erlösquellen des ELARIS-Geschäftsmodells

Das Geschäftsmodell der ELARIS ist primär darauf ausgerichtet, Handelsmargen bzw. Handelsgewinne mit denen von den Auftragsfertigern erworbenen und anschließend weiterverkauften Elektrofahrzeugen zu generieren.

In Anbetracht dessen, dass es unserer Einschätzung nach dem Unternehmen regelmäßig gelingt, bei seinen ausländischen Auftragsfertigern im Rahmen der Vertriebskooperation vorteilhafte Konditionen für den Bezug der Fahrzeugmodelle auszuhandeln, rechnen wir damit, dass ELARIS auch zukünftige hohe Rohergebnisse bzw. Rohmargen auf ihre erwirtschafteten Umsatzerlöse aus den Fahrzeugverkäufen erzielt. Die in den kommenden Geschäftsperioden von uns erwartete Rohertragsmarge aus dem veräußerten Fahrzeugflottenmix sollte sich durchschnittlich auf einem Niveau von mind. 17,0% (GBCe) bewegen. Damit verfügt ELARIS im Kerngeschäft (PKW-Handel) grundsätzlich über sehr renditeträchtige Umsatzerlöse, die einen sehr hohen Deckungsbeitrag ermöglichen.

Margenbrücke der ELARIS im Stammgeschäft (Schätzwerte bezogen auf den aktuell angebotenen Fahrzeugmix)



Quelle: GBC AG *beinhaltet PKW-Einkäufe bei den Auftragsherstellern (OEM's)

Daneben beabsichtigt die Gesellschaft zukünftig auch zusätzliche After-Sales-Erlöse zu erwirtschaften. Diese sollen v.a. aus dem margenstarken Handel mit Ersatzteilen und dem Verkauf von klassischem Fahrzeugzubehör (Dachbox, Anhängenzugvorrichtung etc.) resultieren. ELARIS plant die Ersatzteile für seine Elektrofahrzeuge bei den entsprechenden chinesischen Auftragsfertigern bzw. Herstellern zu beziehen und dann anschließend an die jeweiligen Partner, mit denen Vertriebs- und Service-Kooperationen bestehen, weiter zu verkaufen.

Vor dem Hintergrund des geplanten Ausbaus der ELARIS Innovation GmbH zu einem Full-Service-Anbieter von Ladeinfrastrukturlösungen, sollte es ELARIS mit diesem strategischen Schritt zukünftig auch gelingen, in diesem Geschäftsfeld wesentliche Umsatzerlöse mit Privat- und Businesskunden zu erzielen. Die möglichen Erlöse in diesem Geschäftsbereich resultieren einerseits aus dem Verkauf von Hardware- und Softwareprodukten (z.B. Wallboxen oder Ladekarten für die Bezahlung an öffentlichen Ladepunkten). Andererseits ermöglicht die mit der Lade-Hardware zusammenhängende Beratung, Erstellung und Umsetzung von umfassenden Ladeinfrastrukturlösungen weitere beratungsspezifische Erlösquellen.

Entsprechend eröffnet das Ladeinfrastrukturgeschäft primär Umsatzerlöse aus dem Hardware-Handel (Handelsmarge) und angebotenen Beratungsleistungen (Beratungserlöse). Zudem ergeben sich weitere Einnahmepotenziale aus dem Verkauf von Ladekarten (Vermittlungsprovisionen).

Onlineplattform ELARIS World zur Digitalisierung, Steuerung und Verwaltung der ELARIS-Gruppe

Mit der Onlineplattform „ELARIS World“ verfolgt die ELARIS-Gruppe das Ziel, alle Geschäftsprozesse vollständig digital abzubilden und manuelle Arbeiten komplett zu strukturieren und zu automatisieren. Dabei steht im Fokus, die Pro-Kopf-Effektivität zu

maximieren, um menschliche Ressourcen effizienter einzusetzen und folglich die Margen zu maximieren.

Überblick über wesentliche Elemente der ELARIS World



Quelle: ELARIS AG; GBC AG

Die ELARIS World ist eine zentrale digitale Plattform, welche die Schnittstelle zwischen den diversen Partnern (Lieferanten, Händlern, Vermittlern etc.), den Endkunden (B2B und B2C) sowie dem ELARIS-Team vereinfacht und messbar macht.

Hauptfunktionen der ELARIS-World-Plattform



Quelle: ELARIS AG; GBC AG

Jede dieser Zielgruppen hat folglich einen eigenen Plattformzugang (Log-In), über welchen jegliche Informationen und Aufgaben eingesehen und verwaltet werden können. Außerdem kann das Management über diverse Dashboards verschiedene KPI's mit wenigen Klicks abrufen und hat somit die maximale Durchsicht bzw. Transparenz, ohne aktiv im Tagesgeschäft eingebunden zu sein. In der ELARIS World wird sich zudem künftig eine sog. ELARIS-Akademie befinden, wodurch neue Mitarbeiter anhand von Erklärvideos hocheffizient innerhalb weniger Tage in neu Aufgabengebiete eingearbeitet werden können.

Anpassungen der E-Fahrzeuge und eigene Entwicklungstätigkeiten

Sämtliche von ELARIS entwickelten und vertriebenen Fahrzeuge und Ladesäulen werden von Auftragsfertigern (OEMs) in China hergestellt. Bei diesen chinesischen Industrieunternehmen handelt es sich um Produzenten, die sich auf die Entwicklung und Herstellung

von Elektrofahrzeugen und Elektroniksystemen spezialisiert haben. Mit diesen chinesischen Fahrzeugherstellern unterhält ELARIS umfangreiche Technologie- und Entwicklungskooperationen.

An dieser Stelle ist zu betonen, dass ELARIS bei ihren Auftragsfertigern keine Produkte bzw. Fahrzeuge auf Vorrat ordert, sondern lediglich solche, für die bereits eine verbindliche Bestellung vorliegt, sei es von Endkunden (Direktverkauf), Händlern/Vertriebspartnern oder Distributoren aus dem Ausland.

Vor dem Hintergrund, dass ELARIS bei der Entwicklung und Vermarktung seiner Elektroautos typischerweise auf bereits bestehende und etablierte Elektroautomodelle bzw. Fahrzeugplattformen seiner Partnerunternehmen (chinesische OEMs) zurückgreift, benötigt die Gesellschaft keine umfangreichen F&E-Ressourcen. Jedoch entwickelt das Unternehmen i.d.R. für seine Modelllinien selbst die softwarebezogenen Lademanagementlösungen und weitere Autosoftware für das Infotainment des Elektrofahrzeugs und stellt den Auftragsfertigern seine eigene digitale Plattform für die Elektrofahrzeuge zur Verfügung.

Damit greift ELARIS allgemein auf bereits entwickelte und bewährte Elektroautomodelle der verschiedenen (OEM) Hersteller zurück. Eine Ausnahme hiervon stellt das Fahrzeugmodell DY0 dar, welches als bislang erstes von ELARIS vertriebenes Elektrofahrzeug zunächst nur für das Unternehmen und in Abstimmung mit diesem entwickelt wurde.

Daneben hat ELARIS im Rahmen der technischen und rechtlichen Möglichkeiten Einfluss darauf, welche Fahrzeugkomponenten und Ausstattung von den Elektroautoherstellern für die jeweiligen Modelllinien von ELARIS genutzt werden sollen. In Bezug auf die Einflussnahme bzw. Modifikation orientiert sich ELARIS an europäischen Standards (Einhaltung von gesetzlichen Sicherheitsstandards im Rahmen der Typengenehmigung etc.) und Kundenerwartungen (z.B. hinsichtlich Umfang und Design der Innenausstattung).

Eine bedeutende, speziell für ELARIS vorgenommene Anpassung des angebotenen Fahrzeugs des Auftragsfertigers stellt die digitale Plattform, bestehend aus Betriebssystem und darauf aufbauenden Softwareanwendungen (zusammen sog. Trusted Service Plattform, TSP) dar, die von ELARIS selbst beigesteuert bzw. zur Verfügung gestellt wird.

Bei vielen PKW-Herstellern lässt sich seit geraumer Zeit beobachten, dass sie in punkto Autosoftware den Fokus auf Software für Infotainment oder automatisiertes Fahren legen, um sich voneinander abzugrenzen. Laut Einschätzung vieler Automobilexperten sind zukünftig die Fahrzeugsoftwareanwendungen einer der wichtigsten Faktoren beim Autokauf.

Neben der Software für das Infotainment gibt es auch einen großen Teil an Software, der für den komfortablen und sicheren Betrieb der Fahrzeuge elementar ist. Hierzu gehört das Betriebssystem und die darauf aufbauenden Basisfunktionen. Gemeinsam mit den dafür erforderlichen Rechnern bzw. der Rechenleistung bilden sie das zentrale Nervensystem zukünftiger Elektroautos.

Die TSP ist v.a. bei Elektrofahrzeugen von großer Bedeutung und die Basis des Infotainmentsystems und der Kommunikation mit externen Netzen und Diensten (z.B. dem mobilen Internet). ELARIS stellt hierbei die Softwarebestandteile und auch die Hardware des TSP den Elektroautoherstellern zur Verfügung. Neben einer auf die europäischen Standards angepassten Lademanagementsoftware liefert ELARIS damit auch eine zugeschnittene Infotainment-Software, die eine breite Bandbreite an Softwareanwendungen (z.B. mobiles Internet, Navigation über Google-Maps, Online-Postfach Gmail etc.) für den PKW-Fahrer umfasst.

ELARIS-Infotainmentsystem mit umfassenden Softwareanwendungen



Quelle: ELARIS AG; GBC AG

Die TSP fußt auf dem Android-Automotive-Betriebssystem. Das Graphik-Design und die Entwicklung und Integration von Anwendungen in die TSP lässt ELARIS von Drittentwicklern vornehmen. Daneben betreibt ELARIS über eigene Server eine sogenannte „Connected-Car-Plattform“, auf der über die TSP gesammelte Fahrzeugdaten und Nutzerdaten gebündelt und gespeichert werden. Die (Connected-Car-Plattform-)Server des Unternehmens befinden sich in Deutschland. Hierdurch soll eine bestmögliche Datensicherheit für die Kunden gewährleistet werden.

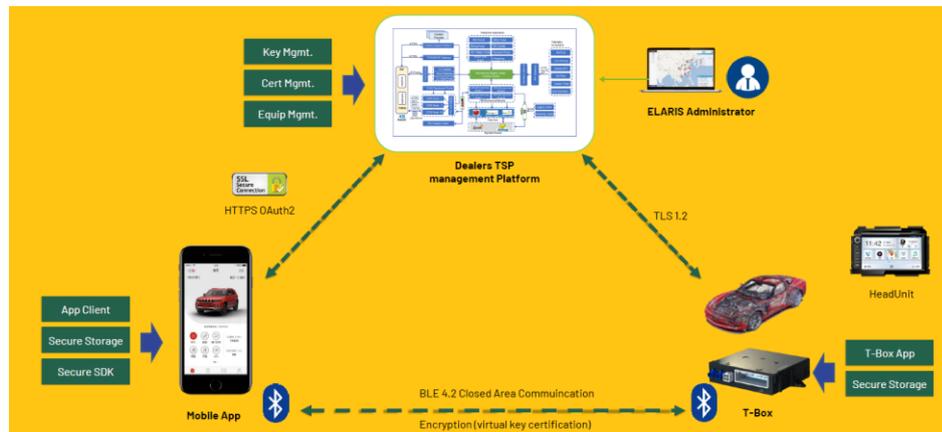
In Bezug auf die Hardware bezieht das Unternehmen ihre eigenen Displays für die Mittelkonsole (ELARIS HeadUnit) bei Zulieferern in China, die direkt an die chinesischen Auftragsfertiger geliefert und von diesen auch eingebaut werden. Die von ELARIS bereitgestellte TSP wird von den Autoherstellern bzw. Auftragsfertigern direkt bei der Fahrzeugproduktion aufgespielt bzw. installiert. Updates oder die Integration neuer Softwareanwendungen bei bereits ausgelieferten Elektroautos werden von der Gesellschaft selbst durchgeführt (Over-the-air-Updates).

Zudem kümmert sich ELARIS um die Anpassung der Lademanagementsoftware der Elektroautos an die europäische Ladeinfrastruktur. Auch in diesem Fall werden die von der Gesellschaft entwickelten Anpassungen direkt von den Auftragsentwicklern umgesetzt und ELARIS kann Software-Updates an den bereits ausgelieferten Elektrofahrzeugen selbst erledigen (Over-the-air-Updates).

Während ELARIS im Bereich der TSP keine Softwareanwendungen für die Fahrzeuge selbst entwickelt, sondern stattdessen Programmierertätigkeiten durch Dritte vornehmen lässt, ist die Gesellschaft in punkto Lademanagementsoftware auch selbst mit eigenen Entwicklertätigkeiten aktiv.

Nach Abstimmung mit dem jeweiligen Elektroautohersteller (OEM) in Bezug auf die gewünschten Anpassungen, werden die jeweiligen Modelle auftragsbezogen für ELARIS produziert und vom Unternehmen unter der Marke ELARIS in den entsprechenden Zielmärkten vertrieben. Die Grundlage hierfür bilden die zwischen ELARIS und den Herstellern bzw. Auftragsfertigern geschlossenen Vertriebsverträge, die dem Unternehmen regelmäßig exklusive Vertriebsrechte für jeweilige Elektroautomodelle in vertraglich festgelegten europäischen Ländern einräumen.

Das ELARIS-Fahrzeugplattformsystem



Quelle: ELARIS AG; GBC AG

Disruptive Vertriebsstruktur der ELARIS-Gruppe

Die ELARIS-Gruppe verfolgt in Bezug auf ihre Vertriebsaktivitäten, die sich aktuell hauptsächlich auf den deutschen Automarkt konzentrieren, einen disruptiven Vertriebsansatz ohne eigene Vertragshändler, der damit von der klassischen Vertriebsstruktur von deutschen Fahrzeugherstellern bzw. Fahrzeuganbietern abweicht.

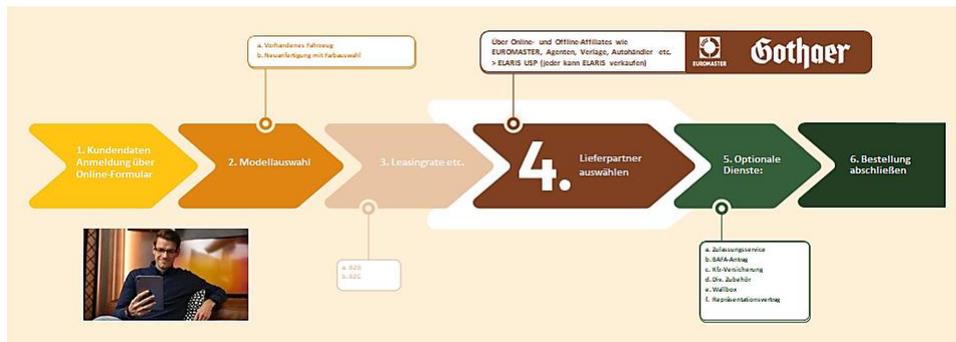
Der Vertrieb, der von ELARIS angebotenen Elektrofahrzeuge, erfolgt über Kooperationspartner (z.B. Euromaster oder Händler/Autohäuser), die als Händler gegenüber dem Unternehmen agieren und über entsprechende Weiterverkaufsmargen verdienen oder als Vermittler über Provisionen am Vertriebs Erfolg beteiligt werden. Zudem können Kunden die E-Autos auch direkt bei ELARIS (Direktvertrieb) über deren Internetseite (www.ELARIS.eu) und anschließendem Kontakt mit der ELARIS-Kundenabteilung erwerben. Die Gesellschaft ist hierbei mit ihrem disruptiven Vertriebsansatz bestrebt, den Online- als auch den Offline-Vertrieb miteinander zu kombinieren. Entsprechend erfolgt auch der Verkauf über Vertriebspartner mit digitalisierten Prozessen, d.h. auch Zwischenhändler nutzen bei ELARIS-Fahrzeugverkäufen digitale Endgeräte/Geräte (z.B. iPad Sales Tools), die an die digitale Plattform (ELARIS World) des Unternehmens angebunden sind.

Neben ELARIS-Fahrzeugen bietet das Unternehmen im Rahmen ihres **Direktvertriebs** auch Ladesäulen bzw. Lade-Hardware über ihre eigene Internetseite an. Sobald Kunden bei einem Homepagebesuch über einen Bestellvorgang Kaufinteresse signalisieren, setzt sich die ELARIS-Kundenabteilung mit diesen für den Vertragsabschluss in Verbindung. Zudem können sich über die eigene Telefonhotline potenzielle Kunden umfassend zu allen ELARIS-Produkten beraten lassen. Die vom Unternehmen angebotenen Fahrzeuge können nicht nur (klassisch) gekauft, sondern auch geleast und gemietet werden: Abo-Modell. Im Leasing-Modell erfolgt dies unter Einbeziehung eines ELARIS-Leasingpartners (CA Autobank Deutschland), der gegenüber dem Kunden als Leasinggeber agiert. Die Auslieferung der erworbenen oder geleasten Fahrzeuge erfolgt dann über einen zum Kunden nahegelegenen ELARIS-Vertriebspartner, der hierfür eine entsprechende Auslieferungsprovision erhält.

Durch ihren zweiten **Vertriebskanal Händler/Autohäuser** unterhält ELARIS mit derzeit 82 Autohändlern Vertriebspartnerschaften in Deutschland, die sowohl die Elektrofahrzeuge als auch die damit verbundenen Ladesäulen beinhalten. Die mit den Händlern geschlossenen Kooperationsverträge räumen den jeweiligen Händlern beim Vertrieb ein hohes Maß an Flexibilität ein. Daher besteht keine Händlerverpflichtung zur Abnahme von

ELARIS-Elektrofahrzeugen. Stattdessen kann ein Händler je nach Einzelfall stets entscheiden, ob er lediglich als Vermittler zwischen ELARIS und dem Endkunden oder als Händler tätig sein möchte. Im letzteren Fall erwirbt der Händler das Elektrofahrzeug für den anschließenden Weiterverkauf an den Privat- oder Firmenkunden direkt von ELARIS und stellt damit aus Sicht von ELARIS dessen Kunden dar. Daneben übernehmen die Händler, sofern notwendig, die Verkaufsberatung und ermöglichen bei Bedarf Probefahrten für die Kunden.

Disruptive Verkäufe – Der digitale Weg des Zwischenhändlers



Quelle: ELARIS AG; GBC AG

Ein weiterer Vertriebskanal besteht über die eingegangene Kooperation mit der Werkstattkette **Euromaster** (Teil der Michelin-Gruppe). Euromaster bewirbt auf ihrer deutschen Internetseite die Elektroauto-Partnerschaft mit ELARIS und ermöglicht zugleich über ihren Internetauftritt direkt Termine für Probefahrten an den Service-Standorten von Euromaster zu vereinbaren. Neben Testfahrten haben interessierte Kunden an diesen Standorten die Möglichkeit, sich von Euromaster-Mitarbeitern beraten zu lassen und schließlich auch ELARIS-Elektroautos zu kaufen oder zu leasen. Im Verhältnis zu potenziellen Kunden tritt Euromaster hierbei jedoch nicht als Händler, sondern als Vermittler auf. Das bedeutet, dass im Falle eines Autoverkaufs immer ELARIS Vertragspartner bleibt, oder im Falle eines Leasingvertrags der jeweilige ELARIS-Leasingpartner als Leasinggeber.

Die Basis für diese Kooperationstätigkeit ist ein im April 2021 zwischen ELARIS und Euromaster abgeschlossener Rahmenvertrag, der neben der Übernahme von Wartungs- und Servicetätigkeiten auch Vertriebstätigkeiten durch die Werkstattkette umfasst. In Anbetracht dessen nehmen aktuell 86 der rund 260 Euromaster-Service-Standorte in Deutschland an dieser Kooperation teil.

Umfangreiche Kooperationen der ELARIS-Gruppe ermöglichen ein flächendeckendes Service- und Vertriebsnetz im Kernmarkt Deutschland



Quelle: ELARIS AG; GBC AG

Marketing-Aktivitäten

In Bezug auf ihre Marketing-Aktivitäten ist die ELARIS-Gruppe aktuell überwiegend auf den bekannten Social-Media-Plattformen LinkedIn, TikTok, Instagram und Facebook aktiv und verbreitet dort eigene Videos und verschiedenen weiteren Marketing-Content. In der jüngsten Vergangenheit hat ELARIS jedoch damit begonnen, seine Marketingmaßnahmen deutlich zu verstärken. So ist das Unternehmen Ende Juli des vergangenen Geschäftsjahres 2023 eine Sponsoring-Partnerschaft mit dem Bundesligisten 1. FC Union Berlin eingegangen.

Absatzspezifische Kooperationen mit Union Berlin und NTV

ELARIS x FC Union Berlin

Maßnahmen:

- **FC Union Podcast-Platzierung**
→ große Podcast-Fanbase für sich gewinnen
- **Fan-Kombi-Paket**
→ Auto + Dauerkarte
- **Exklusives FC-Union-Berlin-Sondermodell**
→ Erhöhung des Marken-Brandings

ELARIS x NTV (Januar 2023)

NTV-Leasing-Angebot zu Top-Konditionen

Quelle: ELARIS AG; GBC AG

Die Gesellschaft begleitet den 1. FC Union Berlin seit diesem Einstieg als Top-Sponsor und nachhaltiger Mobilitätspartner mit elektrisch angetriebenen PKWs. Daneben unterstützt ELARIS den Fußballclub auch bei der weiteren Professionalisierung des Frauenfußballs und wird mit seinem Logo zukünftig die Trikots der Frauen-Profimannschaft von Union Berlin in der Regionalliga Nord-Ost zieren.

Media-Kooperation mit SevenVentures

seven VENTURES

Über gezielte Partnerschaften verbinden wir die Online- und Offline-Welt und erreichen Top-Mediaplatzierungen gegen Equity. Somit schaffen wir neue Vertriebswege und bauen bestehende aus.

**Eine echte Win-Win-Situation:
Media gegen Cash & Beteiligung am Fahrzeugverkauf.**

Die Vorteile:

- **Massive Reichweitenerhöhung**
- **Stärkere Markenbildung**
- **Deutlicher Anstieg der Autoverkäufe erwartet**

Quelle: ELARIS AG; GBC AG

Daneben ist ELARIS im vergangenen Jahr 2023 eine weitere Partnerschaft mit SevenVentures, dem Investmentarm von ProSiebenSat.1, eingegangen. Im Rahmen der Kooperation erhält ELARIS ein umfangreiches Medienpaket gegen ein (fixes) Entgelt und eine Verkaufsbeteiligung (Erfolgsprovision). Durch diese Kooperation soll die Online- und Offline-Welt verbunden und über die Top-Mediaplatzierungen die bisherige Reichweite dynamisch gesteigert werden. Durch eine massive Reichweitenerhöhung und stärkere Markenbildung soll der ELARIS-Fahrzeugabsatz deutlich erhöht werden. Alles in allem hat die ELARIS-Gruppe für zukünftige und bereits getätigte Marketing-Ausgaben, die v.a. das

vergangene Geschäftsjahr 2023 betrafen, ein Medien-Budget von rund 4,00 Mio. € eingeplant.

Produktportfolio und Dienstleistungen

Vollelektrisches ELARIS PKW-Portfolio



Quelle: ELARIS AG; GBC AG

Elektrofahrzeuge

Die Marke ELARIS ist auf das Volumensegment des deutschen und europäischen Automobilmarktes ausgerichtet und steht für hochwertige Elektrofahrzeuge mit einer guten Ausstattung, die Fahrspaß bieten, sehr gut verarbeitet und sehr sicher sind. Zudem steht die Marke für bezahlbare Mobilität, d.h. die Elektroautos werden in den jeweiligen Zielmärkten typischerweise mit einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis angeboten. Damit konkurriert ELARIS im deutschen Automobilmarkt mit traditionellen Volumenherstellern wie z.B. Volkswagen, Hyundai, Kia oder Opel. Der kundenseitige Fokus liegt neben den Privatkunden v.a. auch auf Firmenkunden.

Das von der ELARIS-Gruppe angebotene Elektrofahrzeugangebot umfasst derzeit fünf verschiedene Fahrzeugtypen. Diese reichen vom Kleinwagen (ELARIS DYO) und dem SUV (ELARIS BEO) bis hin zum Transporter (ELARIS CARO). Seit dem Sommer 2023 wurde das Fahrzeugangebot durch den Kompaktwagen „ELARIS LEO“ und die sportliche Limousine „ELARIS JACO“ erweitert bzw. abgerundet. Damit bietet das Unternehmen ein Komplettes Sortiment vom Kleinwagen bis hin zum Transporter an, welches zukünftig noch weiter ausgebaut werden soll.

ELARIS DYO – Der selbstentwickelte Kleinwagen

| | | |
|--------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------|
| 230km-275km Reichweite WLTP | 1 Stunde Ladezeit von 30% auf 80% | 24.200€ Mit voller Ausstattung |
|--------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------|



Quelle: ELARIS AG; GBC AG

Nachdem in der Vergangenheit mehrere Automobilhersteller ihre Produktpalette im Kleinwagensegment deutlich reduziert haben, ist das Fahrzeugangebot in diesem Marktsegment recht überschaubar. Vor diesem Hintergrund sieht das Unternehmen mit dem attraktiven und günstigen Modell DY0 gute Vermarktungs- und Absatzmöglichkeiten insbesondere in dieser Nische.

Alle Elektrofahrzeuge, die durch ELARIS vermarktet und vertrieben werden, werden auf Basis einer verbindlichen Kundenbestellung von Auftragsfertigern produziert, d.h. es findet keine Produktion auf Vorrat statt. Bei den Auftragsfertigern handelt es sich i.d.R. um große chinesische Elektrofahrzeughersteller, wie z.B. Skywell, Dorcen oder JAC, die über mehrjährige Erfahrung und Expertise auf dem E-Mobility-Feld verfügen.

ELARIS BEO – Das Familien-Auto

465 km
Reichweite WLTP

30 min
Ladezeit für 300 km

48.800€
Mit voller Ausstattung



Quelle: ELARIS AG; GBC AG

Bei allen vom Unternehmen angebotenen Modellen handelt es sich um reine batteriebetriebene Elektrofahrzeuge (und damit um keine Plug-In-Hybrid-Fahrzeuge), die derzeit i.d.R. mit einer Lithium-Ionen-Batterie ausgestattet sind.

ELARIS LEO – Der kompakte Allrounder

510 km
Reichweite WLTP

25 min
Ladezeit für 255 km

Ab 46.200 €
Mit mittlerer Ausstattung



Quelle: ELARIS AG; GBC AG

In Bezug auf die Ausstattung ist eine individuelle Konfiguration derzeit nicht möglich, jedoch kann bei einigen Modellen zwischen vorgegebenen Ausstattungspaketen gewählt werden. Für manche ELARIS-Modelle kann daneben auch zwischen unterschiedlich starken Batterien gewählt werden und damit im Hinblick auf die gewünschte Fahrzeugreichweite eine präferierte Auswahl getroffen werden.

ELARIS JACO – Die sportliche Limousine

630 km
Reichweite WLTP

25 min
Ladezeit für 345 km

43.100€
Mit voller Ausstattung



Quelle: ELARIS AG; GBC AG

Neben einen Kleinwagen und verschiedenen SUVs bietet ELARIS ebenfalls speziell für Firmenkunden mit dem ELARIS CARO einen praktischen und kompakten Transporter an. Dieser ist in zwei verschiedenen Modellvarianten (CARO, CARO S), die sich hauptsächlich in der Zuladung und der Batteriereichweite unterscheiden, erhältlich.

ELARIS CARO – Der praktische und kompakte Transporter

380km-500km
Reichweite NEFZ

30 Minuten
30-80%

Ab 62.700€
Mit voller Ausstattung



Quelle: ELARIS AG; GBC AG

Ladeinfrastruktur

Daneben vertreibt die ELARIS-Gruppe unter ihrer Marke „ELARIS“ auch Ladehardware, die ELARIS Wallbox, und bietet sie zur bundesweiten Installation an. Die Installation wird hierbei durch externe Dienstleister durchgeführt (zertifizierte Installateure). Mit der ELARIS Wallbox CLASSIC und der ELARIS Wallbox Smart werden vom Unternehmen zwei unterschiedliche Ladehardware-Versionen angeboten.

Erstere Variante (Classic) eignet sich hauptsächlich zur Installation und zum Betrieb im privaten Raum. Die ELARIS Wallbox Smart eignet sich hingegen auch zur Installation und zum Betrieb im halböffentlichen Raum, da sie Zugangsschutz über eine Chipkarte (RFID) bietet und netzwerkfähig ist und zudem über das Anwendungsprotokoll OCPP (Open Charge Point Protocol) mit einem zentralen Managementsystem kommunizieren kann.

Die ELARIS WALLBOX mit bundesweiter Installation

| Elaris Wallbox Classic | Elaris Wallbox Smart |
|---|--|
| → Ladeleistung Mode 3 bis 11 kW | → Ladeleistung Mode 3 bis 22 kW |
| → Steckertyp Typ 2 | → Steckertyp Typ 2 |
| → Ladekabellänge 5 m | → Ladekabellänge 5 m |
| → Anzeige Betriebszustand, Frontbeleuchtung, LED-Multifunktions-taster | → Hochwertiges Touch-Display |
| → Nennspannung 230 V / 400 V (1/3-phasig AC) | → Nennspannung 230 V / 400 V (1/3-phasig AC) |
| → Nennstrom bis 16 A (bei Installation einstellbar ab 6 A in 2 A Schritten) | → Fehlerstromerkennung AC 30 mA, DC 6mA (integriert) |
| → Fehlerstromerkennung AC 30 mA, DC 6mA (integriert) | → Netzwerkfähig |
| | → Für privaten und halböffentlichen Gebrauch |
| | → Zugangsschutz per RFID-Karte |
| | → Basis-Monitoring |
| | → OCPP-Kommunikation |
| | → 5 Jahre Garantie |

595€
inkl. MwSt.
Bundesweit zum Pauschalpreis installiert!

895€
inkl. MwSt.
Bundesweit zum Pauschalpreis installiert!



Quelle: ELARIS AG; GBC AG

Nach dem Erwerb der ELARIS Innovation GmbH im Rahmen einer Sachkapitalerhöhung (Dezember 2023) soll diese zukünftig zu einem Full-Service-Anbieter von Ladeinfrastrukturlösungen weiterentwickelt und ausgebaut werden. Dies umfasst neben dem Vertrieb einzelner Hardware- und Softwareprodukte insbesondere die Beratung, Erstellung und Umsetzung von umfassenden Lösungen für Flottenbetreiber und Gewerbekunden.

Zu den Ladehardware-Produkten, die künftig vertrieben werden sollen, gehören neben den ELARIS-Produkten (Wallbox und Ladekarte für das Bezahlen an öffentlichen Ladestationen) auch Ladesäulen und mobile Ladestationen anderer Hersteller bzw. Marken sowie Photovoltaik-Anlagen. Im Hinblick auf die mit der Hardware verbundenen Software sollen v.a. Softwarelösungen für die Integration in die Kundenbuchhaltung angeboten werden.

Die Erstellung, Konzeption und Umsetzung von Ladeinfrastrukturlösungen umfasst typischerweise eine Erstberatung mit Standortbewertung, die Erstellung des Mobilitäts- und Ladeinfrastrukturkonzepts (inkl. Machbarkeitsstudie), die Auswahl der Ladehardware und der Software für die Vernetzung mit der Buchhaltung und das Stromlastenmanagement (Integration ins Backend). Die Installation der Ladeinfrastruktur wird hierbei ebenfalls durch externe Dienstleister durchgeführt. Im Rahmen des gesamten Prozesses unterstützt ELARIS seine Kunden bei der Organisation und Umsetzung sämtlicher rechtlicher Vorgaben und Betreiberpflichten und übernimmt auf Wunsch auch das Fördermittelmanagement für die Kunden.

ELARIS – umfassende Ladeinfrastrukturlösungen

Konzeption und Aufbau einer funktionalen Ladeinfrastruktur

Über Ihren ELARIS Ansprechpartner Beratung und Projektsteuerung bei der Umstellung des Fuhrparks und dem Aufbau einer zukunftsgerichteten, wirtschaftlich sinnvollen und modular erweiterbaren Ladeinfrastruktur:

- Elektrofahrzeuge & alt. Antriebskonzepte
- Fuhrpark-Consulting
- Backend & Abrechnungshandling
- Prüfung & Erweiterung Netzanschluss-situation
- Fördermanagement
- Von der Fördermittelbeantragung über Standortauswahl, Beschaffung, Aufbau, Anschluss und technischer Wartung der Ladeinfrastruktur bis zur Integration ins Backend kann die gesamte Prozesskette aus einer Hand abgebildet werden



Quelle: ELARIS AG; GBC AG

MARKT UND MARKTUMFELD

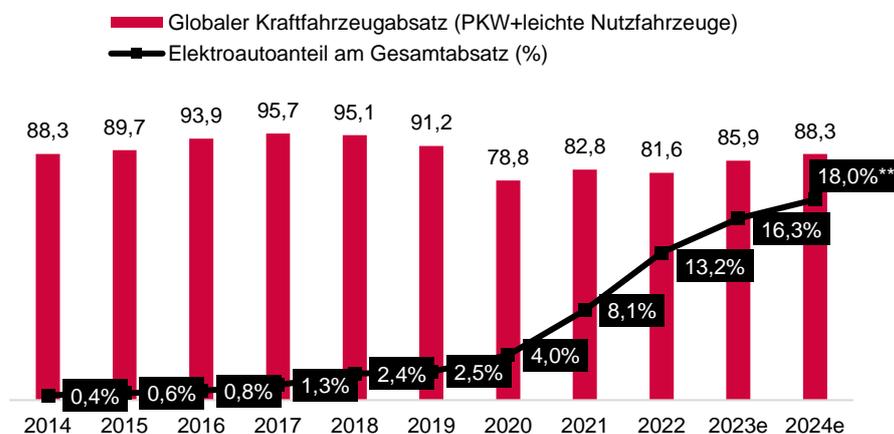
Weltweiter Automobilmarkt – Starker Trend hin zum E-Auto

Allgemeine Charakteristik des globalen Automobilmarktes

Die ELARIS-Gruppe positioniert sich als deutscher Anbieter von Elektroautos mit dem Schwerpunkt auf den deutschen Elektroautomarkt. Zudem stehen weitere europäische Länder (z.B. Niederlande oder Österreich) im Fokus der Geschäftsexpansionsstrategie des Unternehmens.

Vor diesem Hintergrund werden wir nachfolgend primär neben dem europäischen Automarkt insbesondere auf den deutschen Automarkt eingehen und hierbei v.a. das wachstumsstarke Elektroautosegment des Gesamtmarktes beleuchten.

Entwicklung des Fahrzeugabsatzes im weltweiten Automobilmarkt (in Mio.) und dem Elektroautoanteil* (in %) am Gesamtabsatz



Quelle: OICA; ZSW; S&P Global Mobility; IEA GBC AG *reine Elektroautos (BEV) und Plug-In-Hybride (PHEV) **eigene Schätzung

Der weltweite Automarkt gilt allgemein als ein Multimilliarden-schwerer Sektor. In dieser Branche wurden in der vergangenen Dekade laut Marktstudien jährlich zwischen rund 79,0 Mio. bis teilweise sogar rund 96,0 Mio. (Verbrenner-)Fahrzeuge weltweit verkauft. Dominiert wird der Automobil-Weltmarkt durch einige wenige Marktakteure bzw. Konzerne, wie z.B. Toyota, Volkswagen, Hyundai, General Motors, Stellantis und die Renault-Nissan-Mitsubishi-Allianz, die im vergangenen Jahr 2023 laut unserer Einschätzung für über 50,0% des weltweiten PKW-Absatzes gestanden haben.

Die weltweite Automobilbranche wird allgemein als ein zyklischer Sektor eingestuft, d.h. das abgesetzte Fahrzeugvolumen des Gesamtmarktes wird durch die aktuelle konjunkturelle Entwicklung (Einkommenslage etc.) maßgeblich beeinflusst. Neben gesamtwirtschaftlichen Aspekten werden die Autoverkäufe traditionell u.a. auch durch Faktoren wie das Ölpreisniveau (Stichwort: Betriebskosten) und das Zinsniveau (Finanzierungskosten) entscheidend mitbestimmt.

Transformation der weltweiten Automobilbranche

Seit geraumer Zeit befindet sich die weltweite Automobilbranche in einer starken Transformation in Richtung E-Mobilität, autonomes Fahren und einer verstärkten Digitalisierung.

Der weiter voranschreitende Wandel hin zum E-Auto lässt sich an einem nahezu stetig ansteigenden Elektroautomarktanteil am weltweiten Gesamtabsatz der verkauften PKW

beobachten. So ist der Anteil der E-Autos am globalen PKW-Gesamtabsatz laut Marktstudien (OICA, ZSW, S&P, IEA) von 1,3% in 2017 auf 16,3% in 2023 massiv angestiegen. Damit war im vergangenen Jahr bereits mehr als jedes siebte weltweit verkaufte Fahrzeug ein Elektroauto. Parallel zur verstärkten Elektrifizierung des PKW-Sektors nimmt die Digitalisierung und Vernetzung der Fahrzeuge einen immer größeren Stellenwert ein und PKWs werden zunehmend zu einer Art rollendem mit dem Internet verbundenen Computer mit immer schnellerer Rechenleistung und umfangreicher Fahrzeugsoftware.

Nachdem in der Vergangenheit die Hardware das Fahrzeug dominiert hat, gilt unter vielen Automobilfachleuten in Bezug auf die automobilen Zukunft, dass künftig die Fahrzeugsoftware für eine klare Differenzierung sorgt. Somit machen zukünftig unzählige Apps, Software-Funktionen wie ChatGPT, autonomes Fahren, die Auto-Reichweite und Ladezeiten der Batterie den Unterschied.

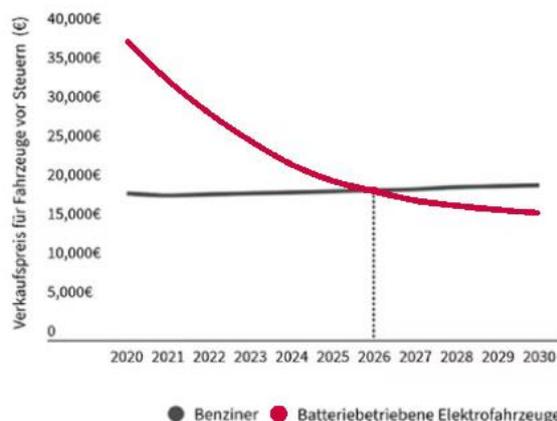
Für viele Automobilexperten gilt in Bezug auf die Antriebsart das vollelektrische Auto bzw. das batteriebetriebene Elektroauto als das Auto der Zukunft und der klassische Verbrenner wird als eine Auslaufmodell angesehen. Einige Branchenkenner rechnen bereits jetzt damit, dass das Elektroauto noch vor dem Jahr 2030 beim Kauf preisgünstiger sein wird als ein herkömmliches Verbrennerfahrzeug, z.B. in Form eines Benzin-PKWs.

Laut einer Studie (BloombergNEF) aus dem Jahr 2021 soll in Europa im Bereich der Mittelklassewagen (Fahrzeugklasse C) bereits im Jahr 2026 ein Elektrofahrzeug genauso viel kosten, wie ein traditionelles Verbrennerfahrzeug und damit bereits zu diesem Zeitpunkt zwischen beiden Antriebsarten Preisparität herrschen. Hierzu sollen v.a. niedrigere Herstellungskosten im Zusammenhang mit Skaleneffekten führen.

Damit würde das Elektroauto seinen bisherigen Kostennachteil bei den Anschaffungskosten verlieren und damit beim Kaufpreis deutlich an Wettbewerbsstärke hinzugewinnen. In punkto Wartungs- und Verschleißkosten gilt das Elektroauto aufgrund der geringeren Anzahl an verbauten Fahrzeugteilen und -komponenten ohnehin als kostengünstiger für den Verbraucher bzw. Autofahrer.

Andererseits wird ein Verbrenner-PKW durch seine CO₂-Belastungen im Betrieb immer teurer, da der CO₂-Ausstoß v.a. in der EU besteuert wird und damit die Benzin- und Dieselpreise sukzessive ansteigen lässt. Zusätzlich führen die von den Automobilherstellern einzuhaltenden schadstoffspezifischen Grenzwerte (Stichwort: EU-Flottengrenzwerte) zu immer komplexeren Abgasreinigungssystemen bzw. neuen Abgasreinigungsvorschriften und machen damit ein klassisches Verbrennerfahrzeug zukünftig in der Produktion immer kostenintensiver, was sich dann auch in höheren Verkaufspreisen widerspiegelt.

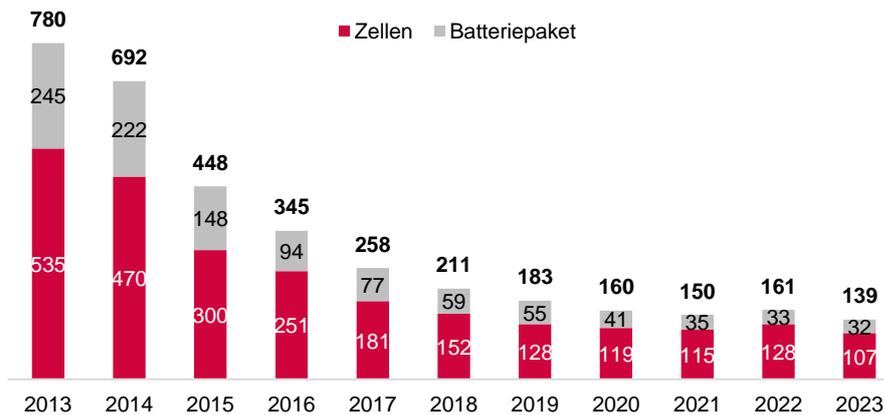
Erwartete zukünftige Preisparität zwischen Elektro- und Verbrennerfahrzeug*



Quelle: BloombergNEF; GBC AG *bezogen auf Mittelklassewagen (Klasse C)

Da die Batterie und die Software als wesentlicher Kern der Elektroautos gelten, entfallen typischerweise bis zu 40,0% der Fahrzeugkosten auf die Batterie. Nachdem in der Vergangenheit bereits die (Lithium-Ionen-)Batteriekosten von den Autoherstellern signifikant gesenkt und damit die Elektrofahrzeuge deutlich erschwinglicher wurden, sehen Autobauer im Bereich der Fahrzeugbatterie noch weitere deutliche Kostensenkungspotenziale.

Volumengewichteter Durchschnittspreis von Lithium-Ionen-Batterien und Zellen (reale 2022 Dollar / kWh)



Quelle: BloombergNEF; GBC AG

So sieht bspw. der führende Elektroautohersteller BYD im Bereich der lithiumunabhängigen Batterien deutliches Optimierungspotenzial, da aufgrund des knappen Rohstoffs Lithium diese Batterieart recht kostenintensiv in der Herstellung ist. BYD hat im Sommer 2023 ein Elektroauto auf den Markt gebracht, das den Strom statt in einer klassischen Lithium-Ionen-Batterie in einer innovativen Natrium-Ionen-Batterie speichert.

Diese Batterieart ist zwar schwerer als eine Lithium-Ionen-Batterie, jedoch ist diese Batterievariante aufgrund des überall verfügbaren und billigen Natriums wesentlich günstiger und sollte damit Elektroautos zukünftig deutlich preiswerter machen. Einige asiatische Automobilhersteller rechnen bereits damit, dass durch die neue Natrium-Ionen-Batterie bzw. neue Batteriegeneration (Feststoffbatterien) die Batterieherstellungskosten zukünftig zwischen 30,0% und 40,0% gesenkt werden können. Hierdurch würden die Listenpreise der Elektroautos deutlich sinken.

Die historisch umfassende Transformation der Autobranche in Richtung E-Mobilität wurde v.a. durch umwelt- und klimapolitische Bestrebungen von verschiedenen Staaten („Pariser Klimaschutzabkommen“; „European Green Deal“, USA Netto-Null-Emissionen bis 2050 etc.), staatliche Subventionsprogramme (z.B. hinsichtlich der Autoindustrie in China) und den technologischen Fortschritt (stetige Innovationen ermöglichten günstigere und bessere E-PKWs) entscheidend befeuert bzw. eingeleitet.

So haben führende Industrienationen wie China die Elektromobilität recht früh als Schlüsselbereich bzw. zukunftssträchtige Technologie für sich entdeckt und den Ausbau dieses Sektors stark gefördert (z.B. durch Elektroautoabsatzquoten für inländische Hersteller) und damit massiv vorangebracht. Neben China mit verschiedenen aufgelegten Fördermaßnahmen wie z.B. Steuererleichterungen für den Elektroautokauf haben aktuell auch andere führende Industrieländer wie bspw. USA eigene (Förder-)Programme (Inflation Act; Kaufprämie für E-Autokauf) auf den Weg gebracht, um damit den weiteren Hochlauf der Elektromobilität zu forcieren. Auch Industriestaaten wie Deutschland haben im Zuge ihrer voranschreitenden Mobilitätswende mit speziellen Subventionsinstrumenten, wie z.B. der damaligen Umweltpremie, die Etablierung bzw. den Hochlauf der E-Mobilität deutlich gefördert.

EU-Regulierung im europäischen Mobilitätssektor

Einen sehr bedeutenden Faktor in Bezug auf die Entwicklung der E-Mobilität im europäischen Automarkt, dem drittgrößten PKW-Markt der Welt, stellt die europäische Regulierung seitens der Europäischen Union (EU) dar. An dieser Stelle ist zu betonen, dass sich die Europäische Union als globaler Vorreiter im Bereich des Umwelt- und Klimaschutzes sieht und hierbei eine ambitionierte und konsequente Politik (Stichwort: „European Green Deal“; „Fit for 55-Initiative“) verfolgt. Dies spiegelt sich unter anderem auch im Europäischen Klimagesetz wider, in dem festgeschrieben wurde, dass bis 2050 im Rahmen der Energiewende in Europa eine klimaneutrale Wirtschaft und Gesellschaft etabliert werden soll.

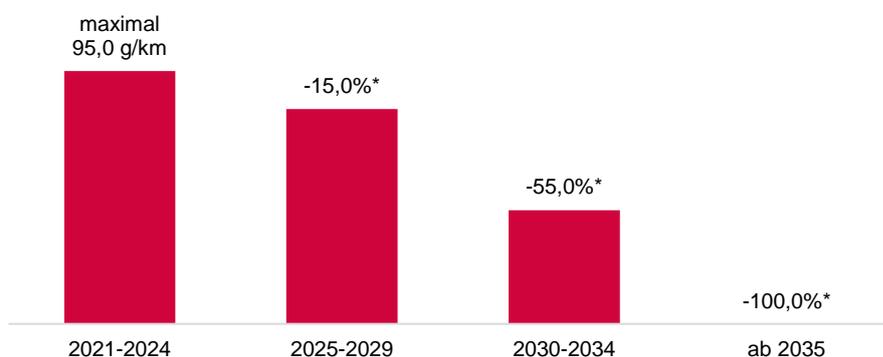
Ein wesentliches Schlüsselement zur Erreichung der Klimaneutralität ist der verstärkte Einsatz sauberer und umweltfreundlicher Verkehrsmittel bzw. Mobilitätsträger. In Bezug hierauf sieht die EU das Elektroauto bzw. die E-Mobilität als klimaneutralen und klimafreundlichen Mobilitätsträger an. Entsprechend unterstützt und fördert die EU-Politik sehr stark den Hochlauf und die Etablierung des Elektroautos innerhalb der EU.

Gemäß den Zielen des europäischen „Green Deal“ will Europa bis 2050 der erste klimaneutrale Kontinent ohne Netto-Treibhausgasemissionen werden. Auf dem Weg dorthin sollen die Netto-Treibhausgasemissionen bis 2030 um mindestens 55,0% gegenüber 1990 gesenkt werden.

Das EU-Klimaschutzgesetz beinhaltet ein langfristiges Maßnahmenpaket bzw. Marschroute, um das Ziel der Klimaneutralität bis 2050 schrittweise zu erreichen. Es umfasst unter anderem Emissionssenkungen, Investitionen in klimafreundliche Technologien und den Umweltschutz.

Emissionssenkungen gelten hierbei u.a. für mehrere Sektoren. Neben dem Verkehrssektor betrifft dies bspw. auch den Automobilsektor. So müssen die europäischen Automobilhersteller zukünftig nochmals strengere CO₂-Flottengrenzwerte einhalten. Die EU-Staaten und das Europaparlament haben Ende 2022 eine politische Einigung über strengere CO₂-Emissionsnormen für neue PKW und leichte Nutzfahrzeuge erzielt und damit das quasi Aus für Neuwagen mit Verbrennungsmotor ab 2035 auf den Weg gebracht.

Geschätzte CO₂-Emissionsreduktion für neue PKW – Verbrenner-Aus ab 2035



Quelle: *Europäischer Rat; Rat der Europäischen Union; GBC AG *im Vgl. zu den Zielvorgaben für 2021*

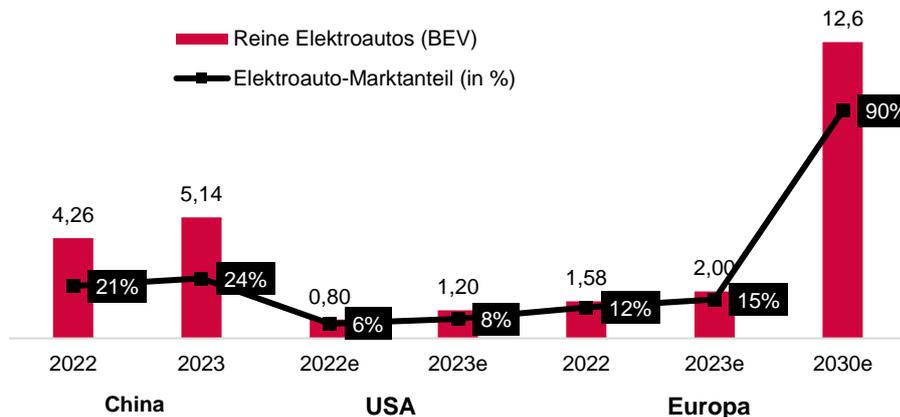
Konkret bedeutet diese Einigung, dass die CO₂-Emissionen für neue PKW bis 2030 im Vergleich zu 2021 um 55,0% und bei leichten Nutzfahrzeugen um 50,0% gesenkt werden müssen. Bis zum Jahr 2035 muss der CO₂-Ausstoß von neuen PKW und leichten Nutzfahrzeugen um 100,0% sinken. Dies wiederum bedeutet, dass ab 2035 praktisch nur noch

PKW und leichte Nutzfahrzeuge zugelassen werden dürfen, die im Betrieb kein CO₂ ausstoßen, was einem Verbrenner-PKW-Verbot gleichkommt. Und damit wird gleichzeitig der europäischen E-Mobility-Branche, die verstärkte Investitionen in diesen Sektor anstrebt bzw. bereits getätigt hat, eine gewisse Planungssicherheit in Bezug auf ihre kapitalintensiven Projekte gegeben.

Entwicklung der Elektromobilität in wichtigen Kernmärkten

In den vergangenen Jahren hat sich China zum größten Elektroautoeinzelmarkt aufgeschwungen und bildet zugleich den Leitmarkt des globalen E-Mobility-Sektors. Laut einer aktuellen Studie des CAM (Center of Automotive Management) wurden im vergangenen Jahr 2023 in China 5,14 Mio. reine Elektroautos (BEVs) verkauft, was einem Anstieg im Vergleich zum Vorjahr (VJ: 4,26 Mio. €) um 20,7% entspricht. Zugleich stieg der BEV-Anteil am Gesamtabsatz deutlich auf 23,7% (VJ: 20,7%). Damit war im vergangenen Jahr rund jedes vierte verkaufte Fahrzeug im chinesischen Automarkt ein vollelektrischer PKW.

Entwicklung der Elektroautoverkäufe in automobilen Kernregionen (in Mio.) und Elektroautomarktanteil am Gesamtabsatz (%)



Quelle: CAM; GBC AG

In dem zweitgrößten Automobilmarkt USA wurden im vergangenen Jahr laut Schätzungen der Studienautoren 1,20 Mio. reine Elektroautos (BEVs) abgesetzt, was einer Steigerung im Vergleich zum Vorjahr (VJ: 0,80 Mio. €) um 50,0% gleichkommt. Parallel hierzu stieg der Anteil der vollelektrischen Fahrzeuge an den gesamten Neuverkäufen auf 7,7% (VJ: 5,8%).

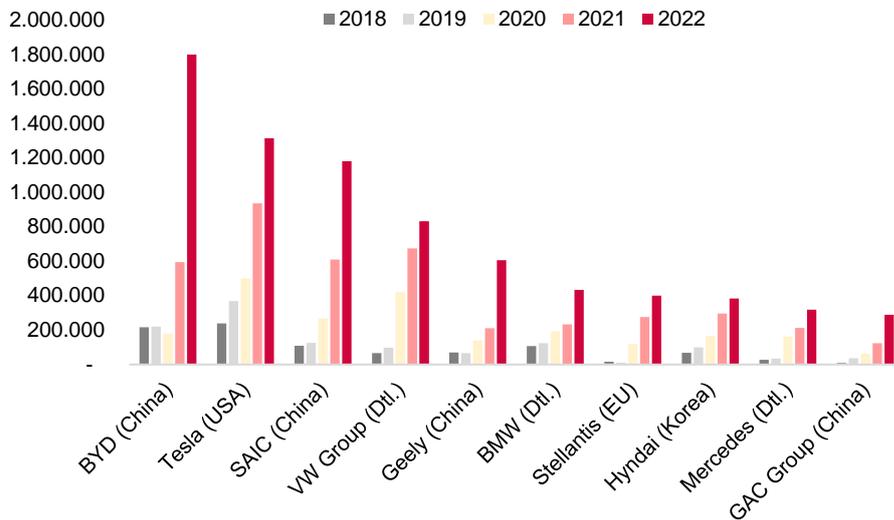
Im europäischen Automobilmarkt hat der Hochlauf der Elektromobilität im vergangenen Jahr 2023 ebenfalls weiter Fahrt aufgenommen. So ist die Anzahl der verkauften voll-elektrischen Fahrzeuge im Vergleich zum Vorjahr deutlich um 26,6% auf 2,00 Mio. (VJ: 1,58 Mio.) angestiegen. Im gleichen Zuge hat der Anteil der batteriebetriebenen Elektroautos (BEV-Anteil) an den Gesamtverkäufen signifikant auf 15,4% (VJ: 12,2%) zugelegt.

In Bezug auf die marktführenden Autohersteller in den verschiedenen Automärkten zeigt sich ein differenziertes Bild. In der Vergangenheit haben bei den klassischen Verbrennerfahrzeugen v.a. deutsche Autobauer (VW-Gruppe etc.) und japanische Hersteller (Toyota, Renault-Nissan-Mitsubishi-Allianz) wesentliche Kernregionen der Automärkte dominiert.

Jedoch mit dem sukzessiven Anstieg des Elektroautoanteils an den Gesamtverkäufen machten sich auch neue Akteure auf den Weg, die globalen Automärkte zu verändern. So ist es bspw. Tesla innerhalb weniger Jahre gelungen, mit ihren innovativen PKWs die traditionelle Konkurrenz zu überflügeln. Durch seine starke Positionierung konnte sich Tesla mit ihrem wichtigen Modell Y im ersten Quartal 2023 an die Spitze der Neuzulassungen

setzen und war damit nach Auswertung von Jato Dynamics das meistverkaufte Auto der Welt. Laut einer ZEW-Studie war Tesla mit 1,31 Mio. (+39,4% im Vgl. zum VJ: 0,94 Mio.) neuzugelassenen bzw. verkauften E-Autos im Jahr 2022 der weltweit zweitgrößte Elektroautohersteller.

Entwicklung der weltweiten Neuzulassungen von Elektro-PKW* nach wichtigen Automobilherstellern (Mio.)

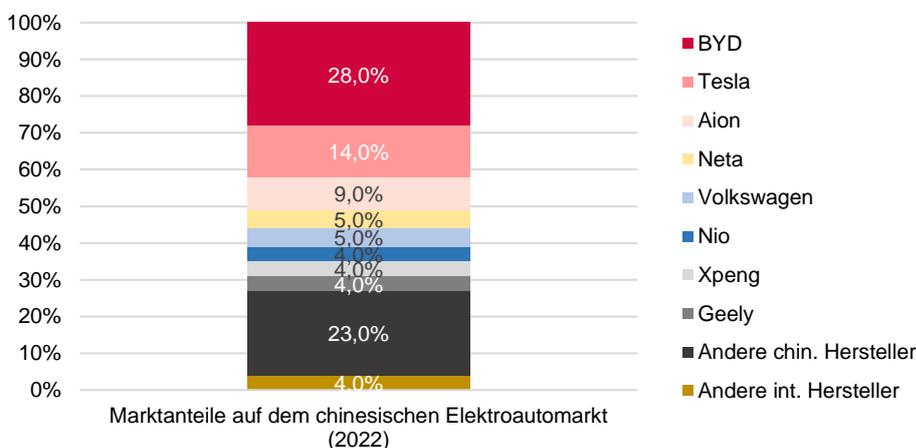


Quelle: ZSW; GBC AG *Vollelektrische Fahrzeuge (BEV) und Hybride (PHEV)

Neben dem amerikanischen Elektroautobauer Tesla streben auch verstärkt chinesische Fahrzeuganbieter, wie z.B. BYD mit innovativen Elektroautos auf den Weltmarkt und fordern traditionelle Automobil-Riesen, wie z.B. die Volkswagen-Gruppe, die noch sehr stark vom Verbrenner-Geschäft abhängig sind, heraus. Gemäß einer ZSW-Datenerhebung war BYD im Jahr 2022 mit 1,80 Mio. (+205,0% im Vgl. zum VJ: 0,59 Mio.) neuzugelassenen bzw. abgesetzten Fahrzeugen der weltweit größte Elektroautohersteller.

Im Zuge des epochalen Umbruchs der Automobilindustrie eröffnet sich für die chinesischen Autobauer mit dem starken Fokus auf E-Mobility die Chance, die Kräfteverhältnisse im Automobilssektor auf den Kopf zu stellen. Bei den Elektrofahrzeugen wird nämlich laut Experten der Entwicklungsvorsprung der chinesischen E-Autohersteller bei den Schlüsselkomponenten Akkus und Autosoftware auf mehrere Jahre taxiert.

Marktanteile bedeutender Autohersteller auf dem chinesischen Elektroautomarkt

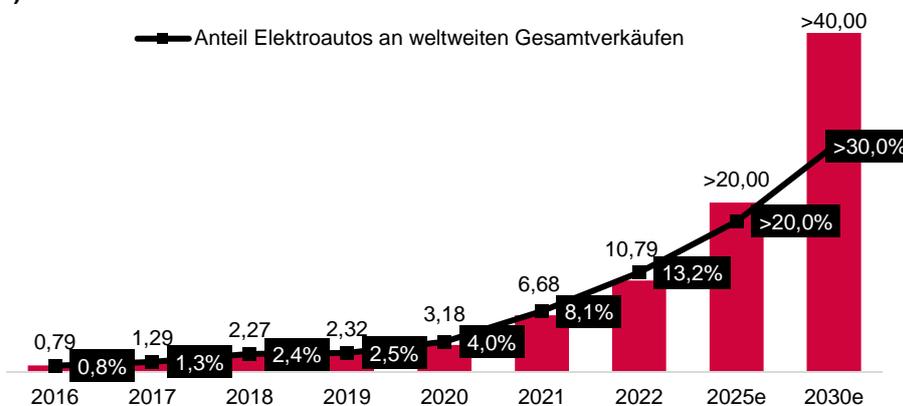


Quelle: Unternehmensangaben; GBC AG

Auf dem Heimatmarkt in China ist es BYD sogar im Jahr 2022 gelungen, dem VW-Konzern die Marktführerschaft im automobilen Gesamtmarkt zu entreißen und selbst die Top-Position einzunehmen. Auf dem chinesischen Elektroautomarkt hatte BYD im Jahr 2022 mit einem Marktanteil von 28,0% klar die marktführende Position inne. Auf den weiteren Plätzen folgten Tesla (14,0%), Aion (9,0%), Neta (5,0%) und Volkswagen (5,0%).

Auch für die kommenden Jahre rechnen verschiedene Automobilexperten mit einer Fortsetzung des weltweiten Hochlaufs der Elektromobilität. So rechnet die internationale Energiebehörde IEA damit, dass die Anzahl der Elektroautos von 10,79 Mio. im Jahr 2022 bis zum Jahr 2025 bzw. 2030 dynamisch auf über 20,0 Mio. bzw. über 40,0 Mio. ansteigen wird. Parallel hierzu soll der Elektroautoanteil an den weltweiten Gesamtverkäufen auf über 20,0% (2025e) bzw. über 40,0% (2030e) zulegen.

Entwicklung der weltweiten Verkäufe (bzw. Neuzulassungen) von Elektro-PKW* (in Mio.)



Quelle: ZSW; IEA; GBC AG

Deutschland will der Leitmarkt für E-Mobilität werden

Die deutsche Klimaschutz- und Umweltschutzpolitik ist mit der europäischen Politik in diesen Bereichen eng verbunden und verfolgt ebenfalls ehrgeizige Ziele in Bezug auf die umwelt- und klimaschutzpolitischen Bestrebungen.

Im Sommer 2021 hat der Deutsche Bundestag stärkere Klimaschutzziele beschlossen und hierfür das neue Klimaschutzgesetz 2021 verabschiedet. Darin verankert wurde das Ziel, das Deutschland bis 2045 klimaneutral sein soll. Auf dem Weg dorthin sollen bis 2030 insgesamt 65,0% aller Treibhausgas-Emissionen eingespart werden (im Vergleich zu 1990) und bis 2040 88,0% der Emissionen. Zum Erreichen dieser Ziele wurden hierbei verschiedene konkrete Maßnahmen festgelegt.

Um die klimapolitischen Ziele Deutschlands zu erreichen, muss v.a. der bedeutende Mobilitäts- bzw. Verkehrssektor in Richtung klimafreundlicher E-Mobilität transformiert werden. Gerade der große PKW-Bestand in Deutschland mit einem Volumen von über 40,0 Mio. Fahrzeugen steht laut verschiedenen Studien für einen Großteil der klimaschädlichen Emissionen im Verkehrssektor (davon 60,0% PKW-Anteil laut dena-Studie).

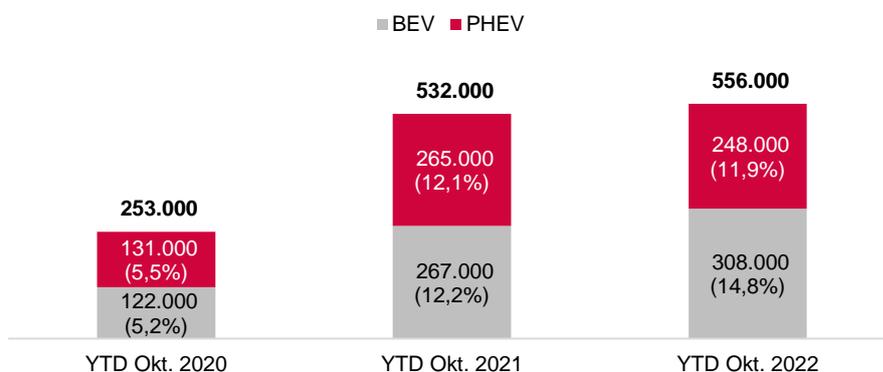
Im Rahmen der begonnenen Transformation im Automobil- bzw. Verkehrssektor strebt Deutschland laut dem Ampel-Koalitionsvertrag an, zukünftig der Leitmarkt für E-Mobilität in Europa zu werden. So sollen laut den Plänen der aktuellen Regierung bis 2030 mindestens 15 Mio. vollelektrische Elektrofahrzeuge (BEV) auf deutschen Straßen unterwegs sein. Parallel hierzu soll die Anzahl der öffentlich zugänglichen Ladepunkten auf 1,0 Mio. bis 2030 anwachsen, wobei hierbei der Schwerpunkt auf der Schnellladeinfrastruktur

liegen soll. Zudem ist die Regierung bestrebt, dass der Ausbau der Ladeinfrastruktur dem Bedarf vorausgeht.

Um die E-Mobilität in Deutschland verstärkt zu etablieren und das weitere Wachstum dieses Sektors voranzutreiben, förderte und unterstützte die Regierung sowohl den Verkauf von E-Autos als auch die hiermit verbundene Ladeinfrastruktur (Stichwort: Umweltbonus für E-Auto-Kauf, Förderung Wallbox-Kauf etc.).

Beim deutschen E-Mobility-Sektor handelt es sich allgemein um einen noch relativ jungen Wachstumsmarkt, der in der Vergangenheit sehr dynamisch gewachsen ist. Gerade auch durch staatliche Subventionen (v.a. die damalige Umweltprämie) konnte der E-Mobility-Markt hohe Wachstumsraten verzeichnen.

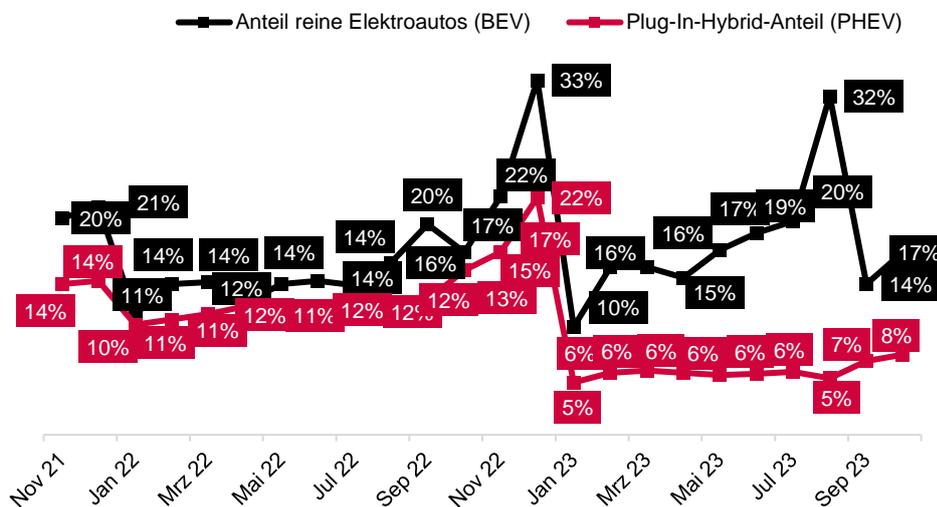
Elektroautoneuzulassungen im deutschen PKW-Markt (Stand Okt. 2022)



Quelle: GBC AG; CAM

In den ersten zehn Monaten des Jahres 2022 wurden in Deutschland 308.000 batteriebetriebene Elektroautos (BEV) zugelassen, was einem deutlichen Anstieg im Vergleich zum Vorjahr von 15,4% entspricht (YTD Okt. 2021: 267.000). Der Neuzulassungsanteil der vollelektrischen Fahrzeuge stieg zugleich signifikant auf 14,8% (YTD Okt. 2021: 12,2%). Bedingt durch gesenkte staatliche Subventionen für Plug-in-Hybridfahrzeuge (PHEV) ist die Anzahl der zugelassenen Fahrzeuge in diesem Segment im gleichen Zeitraum moderat gesunken auf 248.000 Fahrzeuge (YTD Okt. 2021: 265.000). Die Neuzulassungsquote der Plug-in-Hybridfahrzeuge betrug 11,9% und verharrte damit nahezu auf dem Vorjahresniveau. Im Oktober des vergangenen Jahres betrug laut den Marktexperten des CAM der Anteil der reinen Elektroautos (BEV) 17,1% und der Plug-In-Hybride (PHEV) 7,5%.

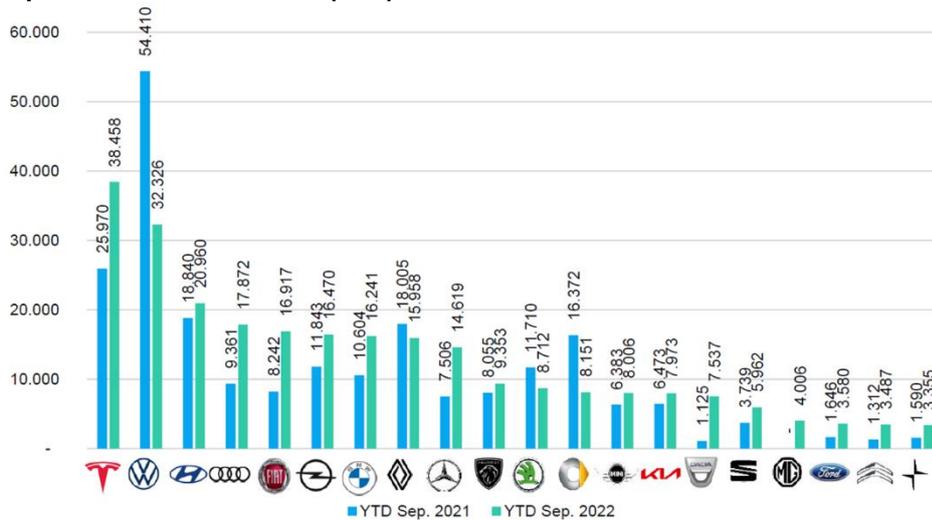
E-Automarktanteil in Deutschland im Jahresverlauf



Quelle: CAM; GBC AG

In Bezug auf den Absatz von reinen Elektroautos (BEV) auf dem deutschen PKW-Markt gab es in den ersten drei Quartalen des Jahres 2022 laut einer aktuellen CAM-Studie einen Führungswechsel im Vergleich zum Vorjahr. Während die Marke Volkswagen signifikante Absatzverluste erleiden musste und dadurch auf den zweiten Platz zurückfiel, konnte der US-Elektroautobauer Tesla seine Fahrzeugauslieferungen erneut steigern und hierdurch die Marktführerschaft erlangen. Die koreanische Marke Hyundai konnte durch ein ähnlich hohes Absatzniveau wie im Vorjahreszeitraum seinen dritten Platz verteidigen, dicht gefolgt von den Marken Audi und Fiat, die ihre Neuzulassungszahlen deutlich steigern konnten.

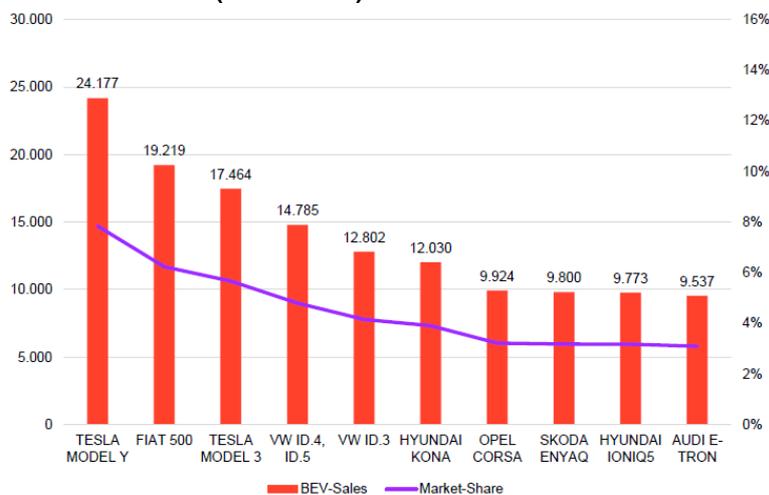
Top 20- Elektro-PKW-Absatz (BEV) nach Marken am deutschen Automarkt*



Quelle: CAM; GBC AG *Stand: Oktober 2022

In punkto Fahrzeugmodelle ergab sich laut einer CAM-Studie über die ersten drei Quartale des Jahres 2022 bei den Toppositionen ein ähnliches Marktbild. Auch hier hat der US-Autobauer Tesla mit seinen Modellreihen Model Y und Model 3 den deutschen vollelektrischen Elektroautomarkt (BEV-Markt) dominiert. Mit kumulierten Fahrzeugverkäufen von über 40.000 lag Teslas Marktanteil bei 13,5%.

Top 10 – Absatz und Marktanteil von reinen Elektroautos (BEVs) in Deutschland nach Modellreihen (Q1-Q3 2022)

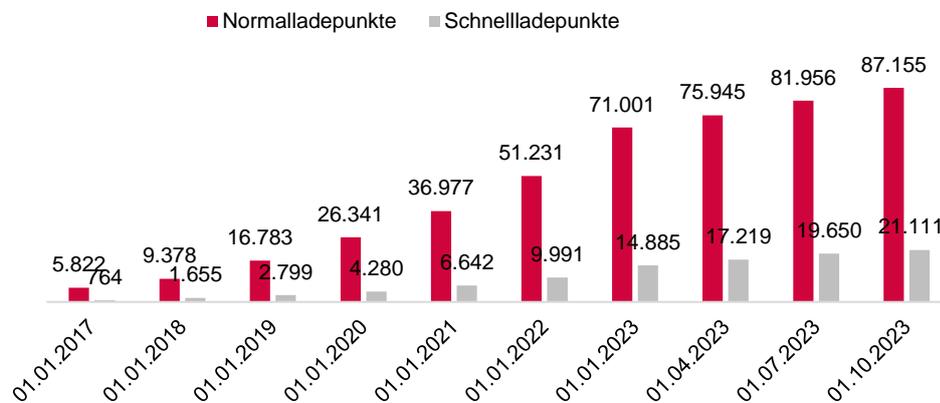


Quelle: CAM; GBC AG

Die Marke Fiat konnte von seinem Dauerbrenner Fiat 500 profitieren und erreichte damit den zweiten Platz. Der Absatz des Kleinwagens lag zwischen Januar und September des Jahres 2022 bei über 19.000 E-Fahrzeugen. Der Volkswagen-Konzern als Marktführer des Gesamtmarktes lag mit seinen Elektromodellen ID.3, ID.4 und ID.5 auf den Plätzen vier und fünf. Insgesamt wurden im Jahr 2022 über die ersten drei Quartale über 27.000 Elektroautos dieser beiden Modellreihen verkauft bzw. neu zugelassen.

Für den weiteren Hochlauf der E-Mobilität in Deutschland ist ein weiterer Ausbau der Ladeinfrastruktur entscheidend und auch ein wichtiger Faktor für die allgemeine Attraktivität von Elektrofahrzeugen. Zu Beginn des Oktobers des vergangenen Jahres 2023 betrug die Anzahl der öffentlich zugänglichen Ladepunkte in Deutschland 108.266 und konnte im Vergleich zum Jahresbeginn (Jan. 2023: 85.886) signifikant um 26,1% zulegen.

Entwicklung der öffentlichen Ladepunkte für E-Fahrzeuge in Deutschland



Quelle: GBC AG; Bundesnetzagentur

Trotz des deutlichen Wachstums bei den Ladepunkten hinkt der Ausbau der Ladeinfrastruktur zum gesetzten Ziel der Bundesregierung (1 Mio. öffentliche Ladepunkte bis 2030) aus dem Eckpunktepapier „Klimaschutz 2030“ weiterhin massiv hinterher.

Basierend auf einer durchgeführten Studie rechnet die Nationale Leitstelle Ladeinfrastruktur bis zum Jahr 2030 in Abhängigkeit vom prognostizierten Bestand an E-Fahrzeugen mit 5,40 bis 8,70 Mio. privaten Ladepunkten an Wohnorten. Im Bereich des Arbeitsplatzes sehen die Experten einen Bedarf von etwa 2,50 Mio. bis 2,70 Mio. Ladepunkten. Für den öffentlich zugänglichen Ladeinfrastrukturbereich rechnen die Marktforscher im Jahr 2030 mit mindestens 0,44 Mio. bis 0,84 Mio. benötigten Ladepunkten.

Bedarf an Ladepunkten nach Sektoren (in Mio.)



Quelle: GBC AG; Nationale Leitstelle Ladeinfrastruktur

Darüber hinaus geht die Nationale Leitstelle für Ladeinfrastruktur laut eigenen statistischen Erhebungen davon aus, dass die Anzahl der Elektrofahrzeuge in Deutschland bis zum Jahr 2030 auf insgesamt 14,80 Mio. Elektro-PKW (batterieelektrische Fahrzeuge und Plug-in-Hybridfahrzeuge), darunter ca. 9,6 Mio. batterieelektrische PKW (BEV), ansteigen wird.

Zu Beginn des Jahres (Jan. 2024) betrug laut dem Kraftfahrtbundesamt (KBA) der Bestand an reinen E-Fahrzeugen in Deutschland rund 1,41 Mio. und hat damit im Vergleich zum Vorjahr (2023: 1,08 Mio. €) deutlich um rund 30,6% zugelegt.

In der Vergangenheit war zu beobachten, dass der Bestand an Elektrofahrzeugen schneller anstieg als die neu installierte Ladeinfrastruktur. Einige Experten sehen sogar schon den weiteren Hochlauf der E-Mobilität gefährdet, sollte der Ausbau der hierfür notwendigen Infrastruktur nicht mit den Neuzulassungszahlen der E-Fahrzeuge schritthalten.

Nachdem in den vergangenen Jahren vor allem öffentliche Betriebe, Energieversorger, Mineralölkonzerne und der private Sektor (primär zur Eigenversorgung) überwiegend in Ladeinfrastruktur investiert haben, war seit geraumer Zeit zu beobachten, dass nun auch die Automobilkonzerne neben dem deutlichen Ausbau und der Verbesserung des Elektroautoangebots nun auch verstärkt in die eigene Ladeinfrastruktur investieren. Damit erweitern die Automobilkonzerne ihr bisheriges Geschäftsmodell und betreiben nun auch eigene Stromtankstellen und Ladestationen. Hierdurch soll ebenfalls der Hochlauf der E-Mobility und die Marktdurchdringung von E-Autos zusätzlich unterstützt werden. Gerade ein gut ausgebautes und flächendeckendes Ladenetz ist einer der entscheidenden Faktoren für die Attraktivität der E-Mobilität.

Parallel zum angestrebten dynamischen Wachstum des Elektroautobestands steigt im gleichen Zuge ebenso stark der damit verbundene Strombedarf zum Betrieb der Fahrzeuge. Laut einer Studie des Fraunhofer Instituts wird für den prognostizierten Elektroauto-Bestand im Jahr 2030 mit einem zusätzlichen Strombedarf von 44 Terawattstunden (TWh) gerechnet. Dies würde rund 6,6% des von dem Bundeswirtschaftsministeriums im Jahr 2030 geschätzten Strombedarfs von 665 TWh entsprechen. Andere Schätzungen von Marktexperten rechnen sogar mit einem Strombedarf von rund 1.000 TWh bis 2050.

Durch ihre gute Positionierung mit einem starken E-Autoangebot und dem disruptiven Vertriebsansatz (Kombination Direktvertrieb und Händler- bzw. Vertriebspartnernetz), sollte es der ELARIS-Gruppe gelingen, von dem weiteren Hochlauf der E-Mobility in Deutschland bzw. in Europa deutlich zu profitieren.

UNTERNEHMENSENTWICKLUNG & PROGNOSE

Historische Unternehmensentwicklung

| GuV (in Mio. €) | GJ 2021 | GJ 2022 | 01.01.-31.10.2023** |
|---------------------|---------|---------|---------------------|
| Umsatzerlöse | 0,89 | 3,04 | 9,39 |
| EBITDA | -1,14* | -3,14 | -1,66 |
| EBIT | -1,39* | -3,35 | -1,80 |
| Nettoergebnis (EAT) | -1,51* | -3,48 | -2,24 |

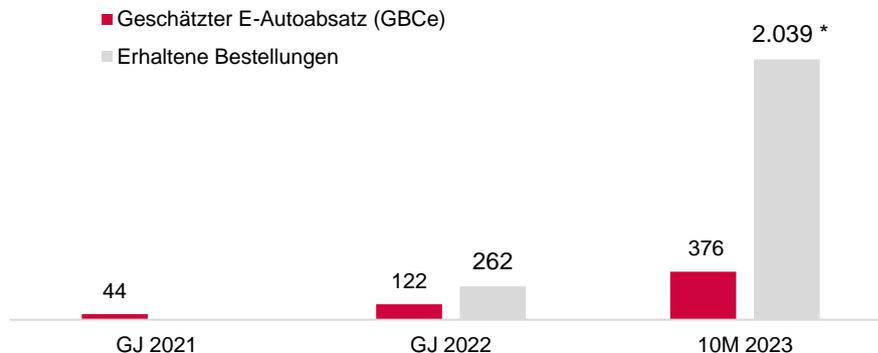
Quelle: GBC AG; ELARIS AG *positiv beeinflusst durch einen Sonderertrag von 2,02 Mio.€
**gemäß ungeprüfter Angaben des Wertpapierprospekts

Umsatzentwicklung

Die vergangenen Geschäftsjahre der ELARIS-Gruppe waren v.a. geprägt durch den Auf- und Ausbau des E-Mobility-Business. Dies beinhaltet insbesondere den für das Mobilitätsgeschäft traditionell zwingend notwendigen Aufbau von Vertriebs- und Servicestrukturen (Autohäuser/Händler, Direktvertrieb, Wartungs-/Reparatur-Service etc.).

Bezüglich des bisherigen Aufbaus von Vertriebskanälen ist ELARIS u.a. eine Kooperation mit der Werkstatt- und Autoservicekette Euromaster (Teil der Michelin-Gruppe) eingegangen. Im Rahmen dieser Partnerschaft übernimmt Euromaster für ELARIS in Deutschland den Service und vermittelt daneben auch ELARIS-Neufahrzeuge.

Entwicklung des E-Autoabsatzes und der Bestellungen

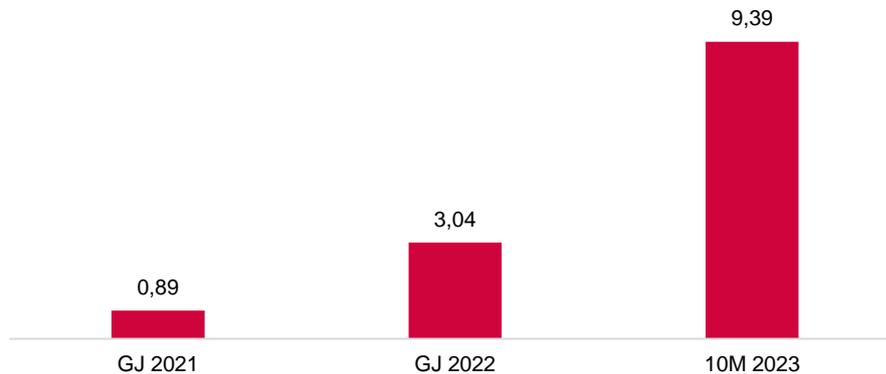


Quelle: ELARIS AG; GBC AG *Gesamtjahreswert der Gesellschaft bzgl. des GJ 2023

In Bezug auf die Absatzseite ist es dem Unternehmen im Geschäftsjahr 2022 gelungen die E-Autoverkäufe laut unserer Einschätzung im Vergleich zum Vorjahr (Startjahr) deutlich um 177,3% auf 122 (GJ 2021 GBCe: 44 E-Autos) zu steigern. Über den Zeitraum von Januar bis Oktober des vergangenen Geschäftsjahres 2023 konnte der Fahrzeugabsatz dann deutlich auf 376 E-Autos gesteigert werden und damit einen signifikanten Anstieg gegenüber dem Vorjahresabsatz erreichen.

In punkto eingegangene Kundenbestellungen hat ELARIS im abgelaufenen Geschäftsjahr 2023 laut eigenen Angaben Bestellungen für Elektrofahrzeuge in Höhe von 2.039 erhalten, was einer Vervielfachung gegenüber dem Vorjahresniveau (VJ: 262 Bestellungen) entspricht und eine gute Basis für die erwarteten massiven Umsatzsteigerung liefert.

Entwicklung der Umsatzerlöse (in Mio. €)



Quelle: ELARIS AG; GBC AG

Basierend auf den erzielten E-Auto-Fahrzeugabsätzen, wurde im Geschäftsjahr 2022 ein Umsatz in Höhe von 3,04 Mio. € erwirtschaftet, was einem deutlichen Erlösanstieg im Vergleich zum Vorjahr (VJ: Umsatz von 0,89 Mio. €) von 241,6% entspricht. Zum Ende Oktober des vergangenen Geschäftsjahr 2023 betragen die Umsatzerlöse bereits 9,39 Mio. € und bewegten sich damit deutlich oberhalb des Niveaus des gesamten Vorjahres und auch des Vergleichszeitraums (10M 2022: 2,29 Mio. €).

Unserer Einschätzung nach entfielen hierbei bislang nahezu sämtliche generierten Umsatzerlöse auf Neufahrzeugverkäufe. Diese sollten unserer Meinung nach überwiegend aus dem Absatz des Kleinwagenmodells „ELARIS DYO“ (vormals: ELARIS PIO) resultieren.

Ergebnisentwicklung

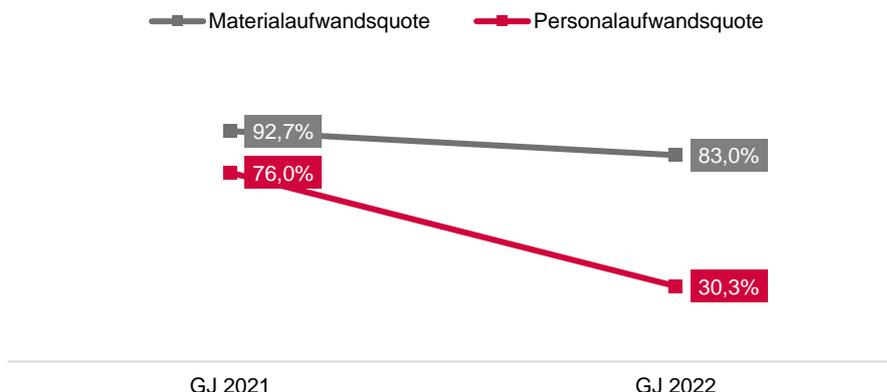
In Bezug auf die Ergebnisentwicklung musste die ELARIS-Gruppe jedoch bedingt durch das aktuell noch niedrige Geschäftsvolumen und den zugleich hohen Investitionen in den Auf- und Ausbau des E-Mobility-Geschäfts weiterhin ein negatives Ergebnis auf allen Ergebnisebenen ausweisen.

Die getätigten Investitionen spiegeln sich ebenfalls in den verschiedenen Kostenpositionen des Unternehmens wider. Die wesentlichen Kostenfaktoren für die Gesellschaft stellen traditionell die Personal- und Materialaufwendungen (bezogene E-Autos von Auftragsfertigung) dar.

Die Personalaufwendungen beliefen sich im Geschäftsjahr 2022 auf 0,92 Mio. € und sind aufgrund des Aus- und Aufbaus des Geschäftsmodells im Vergleich zum Vorjahr (VJ: 0,68 Mio. €) deutlich um 35,3% angewachsen. Entgegengesetzt entwickelte sich durch den überproportionalen Geschäftszuwachs die Personalaufwandsquote mit einem signifikanten Rückgang auf 30,3% (VJ: 76,0%).

Ebenso sind die Materialaufwendungen bedingt durch die Geschäftsexpansion bzw. die rasant zugenommenen E-Autoverkäufe deutlich um 203,6% auf 2,52 Mio. € (VJ: 0,83 Mio. €) angestiegen. In Kombination mit dem erzielten Umsatzanstieg sank die Materialaufwandsquote auf 83,0% (VJ: 92,7%).

Entwicklung wichtiger Kostenquoten (in Relation zum Umsatz / in %)

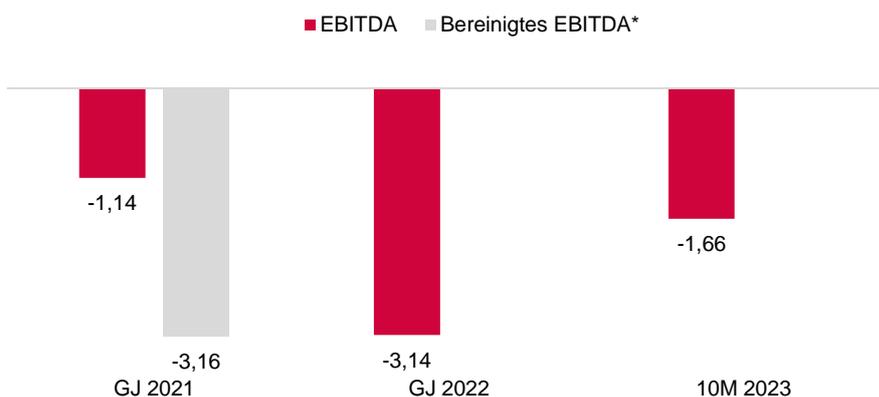


Quelle: ELARIS AG; GBC AG

In Summe wurde damit im Geschäftsjahr 2022 ein negatives operatives Ergebnis (EBITDA) in Höhe von -3,14 Mio. € erzielt, welches sich damit im Vergleich zum Vorjahresergebnis (VJ: -1,14 Mio. €) nochmal verschlechtert hat. An dieser Stelle ist jedoch zu berücksichtigen, dass das Vorjahresergebnis durch einen eingetretenen Sonderertrag (aus einem Forderungsverzicht) in Höhe von 2,02 Mio. € deutlich positiv beeinflusst wurde. Korrigiert um diesen Effekt lag das ausgewiesene EBITDA auf dem Niveau des bereinigten EBITDA des Vorjahres (Bereinigtes EBITDA GBCe: -3,16 Mio. €) und zu berücksichtigen ist, dass in der Start-Phase Verluste naturgemäß zu erwarten sind

Zum Ende Oktober des vergangenen Geschäftsjahres 2023 belief sich das EBITDA auf -1,66 Mio. € und verbesserte sich damit deutlich gegenüber der operativen Ertragslage der Vorjahresperiode und des vergleichbaren Vorjahreszeitraums (10M 2022 EBITDA: -4,13 Mio. €).

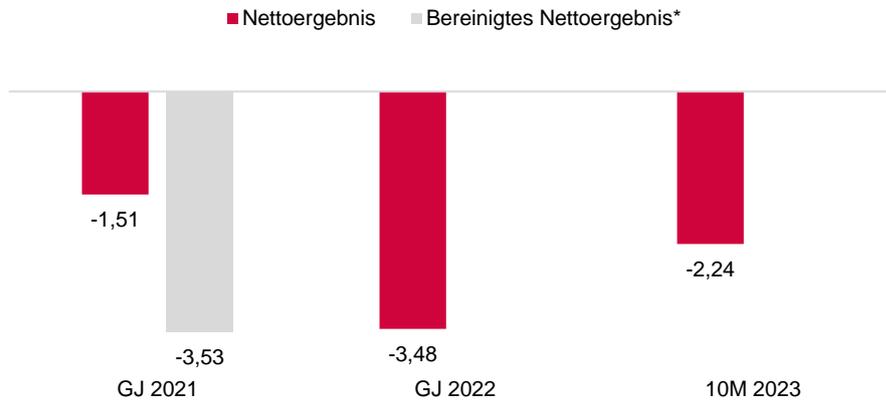
Entwicklung des EBITDA und dem bereinigten EBITDA (in Mio. €)



Quelle: ELARIS AG; GBC AG *EBITDA korrigiert um Sondereffekte

Unter weiterer Berücksichtigung von Abschreibungs-, Finanzierungs- und Steuereffekten ergab sich im Geschäftsjahr 2022 ein Nettoergebnis in Höhe von -3,48 Mio. €, welches damit nahezu auf dem vergleichbaren Vorjahresniveau (Bereinigtes Nettoergebnis GBCe: -3,53 Mio. €) lag. Zum Ende Oktober des abgelaufenen Geschäftsjahres 2023 betrug das Nettoergebnis -2,24 Mio. € und verbesserte sich damit bereits gegenüber der Performance des Vorjahreszeitraums (10M 2022 Nettoergebnis: -4,28 Mio. €).

Entwicklung des Nettoergebnis und dem bereinigten Nettoergebnis (in Mio. €)



Quelle: ELARIS AG; GBC AG *Nettoergebnis korrigiert um Sondereffekte

Insgesamt lässt sich konstatieren, dass der ELARIS-Gruppe im Geschäftsjahr 2022 ein deutlicher Umsatzsprung gelungen ist. Über die ersten zehn Monate des vergangenen Geschäftsjahres 2023 setzte sich dieser positive Umsatztrend mit hoher Dynamik weiter fort. Die bisher noch geringe Umsatzbasis und die umfangreichen Investitionen in den Auf- und Ausbau des E-Mobility-Geschäfts haben zu einem bisher noch negativen Ergebnisausweis geführt. Durch den starken Ausbau der Vertriebs- und Servicestrukturen wurde u.E. aber eine sehr gute Ausgangsbasis geschaffen für das erwartete dynamische Wachstum.

Bilanzielle Situation der ELARIS AG

| Ausgewählte Bilanzpositionen (in Mio. €) | 31.12.2021 | 31.12.2022 | 01.01.-31.10.2023* |
|--|--------------|--------------|--------------------|
| Eigenkapital (Eigenkapitalquote) | 5,81 (72,4%) | 4,82 (28,5%) | 4,48 (19,6%) |
| Forderungen & sonstige Vermögensgegenstände | 0,83 | 0,83 | 10,54 |
| Vorräte | 6,42 | 15,39 | 11,03 |
| Bankkredite | 0,00 | 5,04 | 8,05 |
| Liquide Mittel | 0,48 | 0,20 | 0,15 |
| Bilanzsumme | 8,02 | 16,92 | 22,90 |

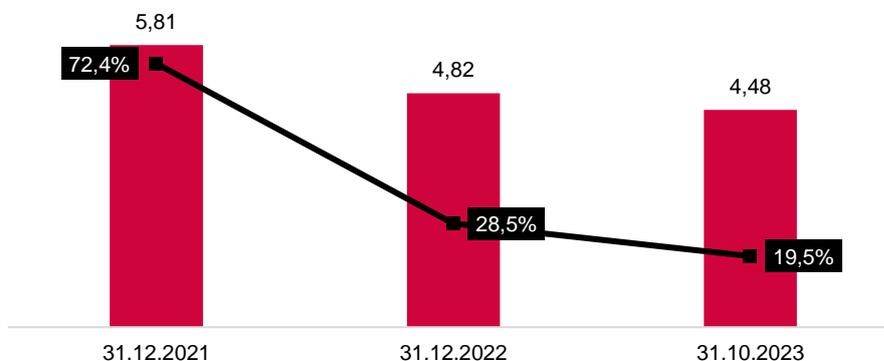
Quelle: ELARIS AG; GBC AG *gemäß ungeprüfter Angaben des Wertpapierprospekts

Die Aktivseite der Bilanz der ELARIS-Gruppe ist aufgrund des vertriebs- und vermarktungsgetriebenen Geschäftsmodells v.a. von einem hohen Anteil an Vorräten geprägt. Diese betragen zum 31.12.2022 insgesamt 15,39 Mio. € und sind im Vergleich zum Vorjahr (31.12.2021: 6,42 Mio. €) aufgrund der stark angestiegenen Geschäftsaktivitäten deutlich um 139,7% angestiegen. Zum 31.10.2023 belief sich das Volumen an Vorräten mit 11,0 Mio. € weiterhin auf einem hohen Niveau.

Daneben hat das negative Nettoergebnis zu einem Rückgang des Eigenkapitals zum Ende des Geschäftsjahres 2022 auf 4,82 Mio. € (31.12.2021: 5,81 Mio. €) geführt. Parallel hierzu sank die Eigenkapitalquote auf 28,5% (31.12.2021: 72,4%). Zum Ende Oktober des vergangenen Geschäftsjahres 2023 betrug das Eigenkapital 4,48 Mio. € (31.10.2022: 2,48 Mio. €) und bewegte sich damit auf Vorjahresendniveau. Bedingt durch den überproportional stärkeren Anstieg der Bankkredite (von 3,90 Mio. € auf 8,05 Mio. €) reduzierte sich die Eigenkapitalquote zum 31.10.2023 auf 19,6% (31.10.2022: 19,2%).

Die umfangreichen Investitionen in den Auf- und Ausbau des Geschäftsmodells und die damit einhergehenden Anlaufverluste wurden in der Vergangenheit primär durch die Herausgabe von Genussscheinen (mit Eigenkapital-Charakter) finanziert. Seit September 2020 bis zum Oktober 2023 hat ELARIS Genussrechtskapital mit Eigenkapitalcharakter in Höhe von rund 12,4 Mio. € bei Investoren akquiriert. Durch dieses zugeflossene Kapital konnten die hierdurch vorgenommenen Investitionen mehr als ausreichend gedeckt werden. Die mit der Ausgabe von Genussscheinen erhaltenen finanziellen Mittel werden von ELARIS als Eigenkapital bilanziert.

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



Quelle: ELARIS AG; GBC AG

Zum Ende des Geschäftsjahres 2022 betragen die Bankkredite 5,04 Mio. € (31.12.2021: 0,00 Mio. €), welche primär aus der Wareneinkaufsfinanzierung resultieren. Bedingt durch das stark ausgeweitete E-Auto-Business sind die Bankverbindlichkeiten zum 31.10.2023 im Vergleich zum Vorjahr deutlich auf 8,05 Mio. € (31.10.2022: 3,90 Mio. €) angestiegen.

Demgegenüber standen zum Bilanzstichtag 31.12.2022 liquide Mittel in Höhe von 0,20 Mio. € (31.12.2021: 0,48 Mio. €). Zum Ende Oktober 2023 betragen diese 0,15 Mio. €.

Nach dem Bilanzstichtag 31.10.2023 hat sich das Eigenkapital durch eine durchgeführte Sachkapitalerhöhung und Barkapitalmaßnahme deutlich erhöht. Eine Sachkapitalerhöhung im Volumen von 12,0 Mio. € erfolgte durch die Ausgabe von 12.000.000 neuen Aktien im Nennwert von 1,00 € je Aktie an die Gesellschafter der Elaris Innovation GmbH, die Elaris Holding GmbH und die Neon Equity AG, gegen Einbringung von insgesamt 96,0% der Geschäftsanteile an der Elaris Innovation GmbH in die ELARIS AG. Infolge dieser Sachkapitalerhöhung (HR-Eintragung Ende Januar 2023) hat sich das Grund bzw. Eigenkapital der Gesellschaft von zuvor 100.000 € auf nun 12,1 Mio. € erhöht.

Ende Januar des aktuellen Geschäftsjahres 2024 hat ELARIS eine weitere Erhöhung des Grundkapitals durch die Ausgaben von 31.707 neuen Aktien zu einem Bezugspreis von 41,00 € je Aktie durchgeführt. Im Rahmen dieser Barkapitalerhöhung hat sich das Grundkapital der ELARIS AG weiter auf 12.131.707 € erhöht und gleichzeitig sind der Gesellschaft zur Wachstumsfinanzierung neue liquide Mittel in Höhe von rund 1,30 Mio. € zugeflossen. Entsprechend erfolgte diese Barkapitalmaßnahme auf einer Unternehmensbewertungsbasis bezüglich der ELARIS AG von rund 497,0 Mio. €.

Damit verfügt ELARIS unserer Einschätzung nach aktuell über ein gesamtes Eigenkapital von rund 18,50 Mio. €.

SWOT-Analyse

| Stärken | Schwächen |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Exklusiver ODM (Original Design Manufacturer) von leistungsstarken, technologieführenden Elektroautoherstellern aus dem Leitmarkt China • Sehr skalierbares Geschäftsmodell mit dem Hauptfokus auf Vertriebs- und Marketingaktivitäten bzgl. Elektrofahrzeugen • Umfangreiche Vertriebs- und Servicekooperationen mit namhaften Partnern (Euromaster, Gothaer, AvD etc.) • Enge Geschäftsbeziehungen zu etablierten chinesischen Elektroautoherstellern, die im Rahmen der Vertriebskooperation auch ELARIS exklusive Vertriebsrechte gewähren • Das Full-Service-Angebot rund um die angebotenen Elektrofahrzeuge sorgen für eine ganzheitliche Endkundenbetreuung • Die eingegangene Medien-Kooperation mit SevenVentures fördert den Fahrzeugabsatz und unterstützt zugleich die Etablierung der Marke „ELARIS“ als Anbieter von bezahlbaren E-Autos, der verschiedene relevante Marktsegmente abdeckt | <ul style="list-style-type: none"> • Es besteht ein Schlüsselpersonenrisiko, insbesondere auf Vorstandsebene • Bisher noch relativ geringe Unternehmensgröße und starke Abhängigkeit von externen Kapitalzuflüssen • Starke Fokussierung auf den deutschen Absatzmarkt und damit hohe Abhängigkeit von diesem volumenstarken Einzelmarkt • Hohe Abhängigkeit von den verschiedenen Vertriebs- und Servicepartnern sowie Auftragsfertigern (OEM's) • Aktuell noch geringe Entwicklungsressourcen, die sich derzeit vor allem auf das Thema Fahrzeugsoftware beschränken |
| Chancen | Risiken |
| <ul style="list-style-type: none"> • Weiterer Ausbau der Marktposition im Stammgeschäft Vertrieb- und Vermarktung von modifizierten Elektroautos; Die Erschließung der Automärkte außerhalb Deutschlands durch Distributoren eröffnet zusätzliches Wachstumspotenzial • Der Erweiterung und Stärkung der bisherigen Vertriebs- und Servicekanäle könnten das avisierte Wachstum zusätzlich voranbringen • Die Transformation des Geschäftsmodells in Richtung einer eigenen Entwicklung von Elektrofahrzeugen würde die bisherigen Marktchancen nochmals spürbar verbessern, ein solch strategischer Schritt vom Generalimporteur zum Hersteller würde das Absatzpotenzial wesentlich erhöhen • Aufbau eines lukrativen Wartungs- und Servicegeschäfts rund um den Fahrzeugverkauf, Die Etablierung eines Ersatzteilegeschäfts ermöglicht sehr hohe Margen, die damit zu deutlichen Ergebnisbeiträgen führen würden • Massiver Ausbau des Geschäftsbereichs Elektroladeinfrastruktur (Projektierung von Ladeinfrastruktur) und damit verbundener Dienste (Wartung, Services etc.) | <ul style="list-style-type: none"> • Das abgesetzte Volumen auf dem deutschen oder europäischen Automarkt könnte sich schwächer als erwartet entwickeln und damit die Umsatzentwicklung der Gesellschaft negativ beeinträchtigen • Der inländische Automobilmarkt gilt als stark umkämpfter Markt mit vielen Fahrzeuganbietern, eine Verschärfung des Wettbewerbs z.B. durch neue Anbieter könnte zu Margendruck führen • Dadurch, dass ELARIS seine E-Fahrzeuge von Auftragsfertigern in China produzieren lässt, ergeben sich mögliche politische Risiken, bspw. in Form von plötzlich auftretenden Handelsbeschränkungen oder deutlich höheren Importzöllen als bisher • Der deutsche E-Mobility-Sektor ist auch sehr stark durch staatliche Subventionen, z.B. in Form der Umweltprämie, geprägt. Die Ende 2023 gestrichene (staatliche) Umweltprämie könnte zu einem stark rückläufigen E-Automarkt führen und damit auch die Geschäftsentwicklung von ELARIS negativ beeinflussen. |

Quelle: GBC AG

Prognosen und Modellannahmen

| in Mio. € | GJ 2022 | GJ 2023e | GJ 2024e | GJ 2025e | GJ 2026e |
|---------------|---------|----------|----------|----------|----------|
| Umsatzerlöse | 3,04 | 13,46 | 130,26 | 256,69 | 388,02 |
| EBITDA | -3,14 | -3,81 | 10,78 | 30,57 | 60,19 |
| EBIT | -3,35 | -3,95 | 10,61 | 30,38 | 59,98 |
| Nettoergebnis | -3,48 | -4,47 | 5,94 | 20,02 | 40,77 |

Quelle: ELARIS AG; Prognosen GBC AG

Umsatzprognosen

Die ELARIS-Gruppe hat sich mit ihrem disruptiven Vertriebsansatz (Kombination von digitalgestützten Partnernetzvertrieb über Händlern/Autohäuser und Direktvertrieb) speziell auf das wachstumsstarke Marktsegment der vollelektrischen E-Autos im europäischen / deutschen Automarkt ausgerichtet. Gerade das Marktsegment der E-Fahrzeuge konnte in den vergangenen Jahren durch den regelrechten Boom der Elektroautos deutlich überproportional zum Gesamtautomarkt wachsen. Automobilexperten erwarten auch für die kommenden Jahre einen weiteren deutlichen Anstieg der Elektroautoquote an den Gesamtmarktabständen der Neufahrzeuge des Automobilmarktes, insbesondere für die Kernautomobilmärkte (USA, China, EU etc.) wird eine weiter ansteigende Elektroautoanteil erwartet. Gerade in Bezug auf den europäischen Automobilmarkt wird der weitere Hochlauf der E-Mobilität durch das von der EU angestrebte Verbrenner-Aus bis zum Jahr 2035 und weiteren EU-Initiativen (Green Deal etc.) begünstigt.

Entsprechend verfolgt ELARIS allgemein eine wachstumsorientierte Unternehmensstrategie. Wesentliche Elemente dieser Wachstumsstrategie bilden der Ausbau des E-Auto-Produktportfolios, die Erweiterung der Vertriebs- und Servicekanäle, die Erhöhung der Marketingmaßnahmen und der Auf- und Ausbau der ergänzenden Geschäftsfelder mit dem Schwerpunkt auf das Ersatzteile- und Ladeinfrastrukturgeschäft.

Wesentliche Elemente der Wachstumsstrategie der ELARIS-Gruppe



Quelle: ELARIS AG; GBC AG

Um das Umsatzwachstum massiv voranzutreiben, soll einerseits das bisherige **E-Auto-Produktportfolio** sukzessive durch weitere elektrische Fahrzeugmodelle ausgebaut werden. Zuletzt wurde das Produktportfolio bereits durch die neuen Modelle ELARIS „LEO“ und ELARIS „JACO“ ergänzt. In Bezug auf neue E-Automodelle sollen diese zukünftig verstärkt in enger Kooperation mit den chinesischen Auftragsfertigern selbst entwickelt werden, um hierdurch noch zugeschnittener Modelle für die Kunden bzw. Kundenbedürfnisse anbieten zu können. Damit strebt das Unternehmen an sich von einem Generalimporteuer von modifizierten E-Autos zu einem (deutschen) Hersteller vollelektrischer Fahrzeuge zu wandeln.

Darüber hinaus soll das Umsatzvolumen durch den weiteren Ausbau und die Erweiterung der bestehenden **Vertriebs- und Servicekanäle** erhöht werden. Aktuell besteht das Vertriebs- und Servicepartnernetz aus 82 Autohäusern/Händlern und 86 Euromaster-Standorten.

Daneben beabsichtigt das Unternehmen durch umfangreiche **Marketingmaßnahmen** das zukünftige Umsatzwachstum deutlich anzukurbeln und parallel hierzu die Marke „ELARIS“ weiter zu etablieren und zu stärken. Für geplante und bereits getätigte Marketingmaßnahmen, die insbesondere das vergangene Geschäftsjahr 2023 betrafen, hat die ELARIS-Gruppe laut eigenen Angaben ein Marketingbudget in Höhe von rund 4,00 Mio. € vorgesehen. Im Rahmen der Umsetzung ihrer Marketingstrategie ist die ELARIS-Gruppe im Sommer des vergangenen Geschäftsjahres ebenfalls als Top-Sponsor bei dem Bundesligisten 1. FC Union Berlin eingestiegen und begleitet diesen Fußballclub nun mit seinen E-Auto-Portfolio als nachhaltiger Mobilitätspartner.

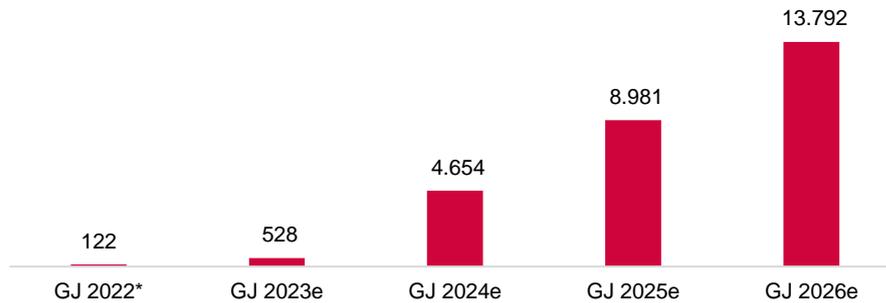
Des Weiteren strebt ELARIS auch die Erschließung ausländischer Märkte über sog. Distributoren an. Im Fokus der geplanten Expansion außerhalb des Heimatmarktes Deutschlands stehen hierbei v.a. die europäischen Nachbarländer Österreich, Schweiz und die Niederlande.

Parallel zum geplanten Ausbau des Stammgeschäfts „Vermarktung von E-Autos“ sollen ebenfalls die hierzu **ergänzenden Geschäftsfelder mit dem Fokus auf Ersatzteile- und Ladeinfrastrukturgeschäft** auf- und ausgebaut werden. Gerade durch den Aufbau eines Ersatzteilegeschäfts würden die bisherigen Kernumsatzerlöse aus dem Fahrzeughandel durch besonders margenstarke After-Sales-Erlöse ergänzt werden und sich damit ein nochmals profitablerer Umsatzmix ergeben. Die vollzogene Einbringung der ELARIS Innovation GmbH, durch die die Planung und Umsetzung von Ladeinfrastrukturlösungen angeboten wird, erfolgte, um das Leistungsangebot im E-Mobility-Bereich weiter abzurunden. Hierdurch soll vor allem die Nachfrage von Firmenkunden (Flottenbetreiber) nach ganzheitlichen nachhaltigen Mobilitätslösungen begegnet werden, da sie oftmals neben E-Fahrzeugen auch Ladeinfrastrukturlösungen (Ladehardware, Ladeinfrastrukturberatung etc.) nachfragen.

In Anbetracht der bisherigen expansiven Geschäftsentwicklung, der guten Marktpositionierung und der vielversprechenden Wachstumsstrategie, rechnen wir auch zukünftig mit einer dynamischen Umsatzentwicklung. Unsere Umsatzprognosen basieren aus konservativer Sicht auf unseren Schätzungen bezüglich der zukünftigen E-Autoabsätze im Heimatmarkt Deutschland. Folglich sind Aftersales-Umsatzerlöse (Ersatzteilegeschäft etc.), Umsatzerlöse aus dem Ladeinfrastrukturgeschäft und Umsätze aus der Expansion in neue ausländische Märkte (v.a. europäische Nachbarländer) nicht in unseren Prognosen enthalten und stellen damit ein zusätzliches signifikantes Upside-Potenzial dar und eröffnen damit auch weiteres (mögliches) Wertsteigerungspotenzial.

Für das vergangene Geschäftsjahr 2023 gehen wir konkret davon aus, dass sich die E-Auto-Absätze im Vergleich zum Vorjahr (GBCe: 122) deutlich erhöht haben auf 528 Fahrzeuge. Für die nachfolgenden Geschäftsjahre 2024 und 2025 rechnen wir mit einem weiteren massiv steigenden Absatzverlauf auf 4.654 (GJ 2024) bzw. 8.981 (GJ 2025) Fahrzeuge. Im darauffolgenden GJ 2026 sollte ein erneuter Absatzanstieg auf 13.792 Fahrzeuge gelingen. Zu diesem rasanten Absatzanstieg sollte vor allem der erwartete weitere massive Ausbau des Vertriebspartnernetzes und prognostizierte umfangreiche Marketingmaßnahmen wesentlich beitragen. Auch das zuletzt deutlich ausgebauten Elektroautoportfolio sollte durch die hierdurch erreichte breitere Marktsegmentabdeckung die künftige Absatzentwicklung zusätzlich ankurbeln können.

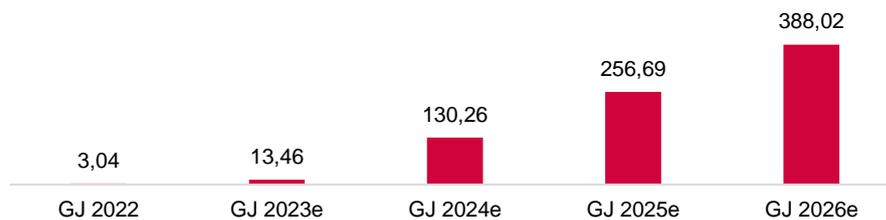
Erwartete E-Auto-Absätze



Quelle: GBC AG *eigene Schätzung (GBCe)

Basierend auf unseren Absatzschätzungen rechnen wir für das vergangene Geschäftsjahr 2023 mit einem Umsatzsprung im Vergleich zum Vorjahr (VJ: 3,04 Mio. €) auf 13,46 Mio. €. Für die Folgejahre 2024 und 2025 rechnen wir bedingt durch erwartete deutliche Absatzzuwächse mit einem weiteren dynamischen Umsatzanstieg auf 130,26 Mio. € bzw. 256,69 Mio. €. Für das Folgejahr 2026 kalkulieren wir mit einem weiteren starken Umsatzzuwachs auf dann 388,02 Mio. €.

Erwartete Umsatzentwicklung (in Mio. €)



Quelle: ELARIS AG; Prognosen GBC AG

Ergebnisprognosen

Die von uns erwartete dynamische Umsatzentwicklung spiegelt sich auch in unseren mittel- und langfristigen Ergebnisprognosen wider.

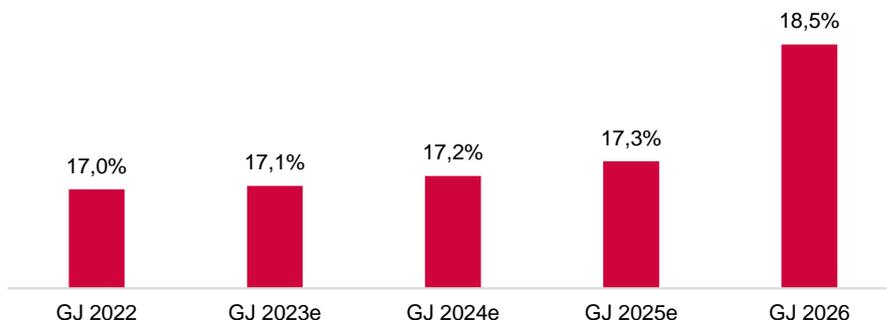
Durch die gute Positionierung des Unternehmens (umfangreiches Vertriebs- und Service-netz etc.) und aggressive Wachstumsstrategie im aufstrebenden inländischen E-Mobility-Markt und hierbei vor allem im weniger wettbewerbsintensiven Kleinwagensegment (Adressierung mit den ELARIS „DYO“), sollte es dem Unternehmen auch zukünftig gelingen attraktive Preisniveaus am E-Automarkt durchzusetzen.

Durch seine guten Beziehungen zu verschiedenen chinesischen Auftragsfertigern und der Bündelung großer Bestellvolumina, kann sich die ELARIS-Gruppe allgemein günstige Einkaufskonditionen in Bezug auf die geordneten E-Autos sichern. Durch den von uns prognostizierten dynamischen Anstieg der zukünftigen Absatzmenge, sollten sich durch die hieraus erwartete Volumeneffekte die künftigen Einkaufskonditionen bei den chinesischen OEM's (E-Fahrzeugherstellern) nochmals weiter verbessern.

Vor diesem Hintergrund rechnen wir damit, dass es dem Unternehmen auch zukünftig gelingt, attraktive Rohermargen von mindestens 17,0% zu erzielen, mit leicht

ansteigender Tendenz durch das Einsetzen von erwarteten Volumeneffekten (Einkaufsvorteile bei stärkerer Volumenabnahme bei Auftragsfertigern).

Erwartete Entwicklung der Rohertragsmarge (in %)



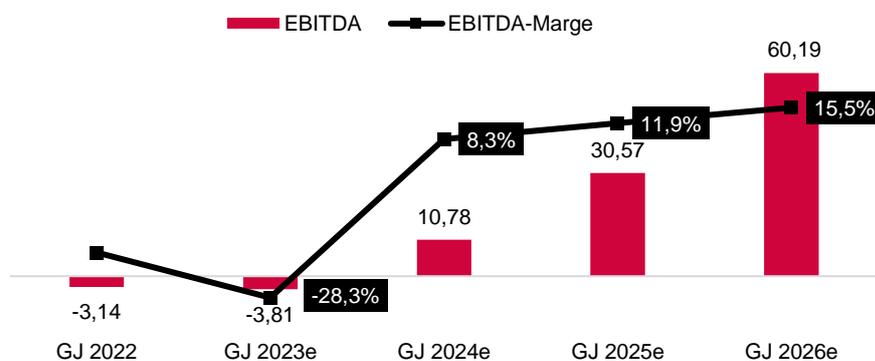
Quelle: ELARIS AG; Prognosen GBC AG

Grundsätzlich ist das Geschäftsmodell der ELARIS wenig kapitalintensiv, da die Gesellschaft nicht wie klassische Automobilhersteller in umfangreiche Produktions-, Vertriebsstrukturen und Forschungsstrukturen investieren muss. Stattdessen übt das Unternehmen zu einem großen Teil insbesondere eine Händlerfunktion aus und der Fokus der Entwicklungs- und Anpassungsleistungen der Gesellschaft liegt derzeit hauptsächlich auf der Autosoftware (Infotainment) und dem Fahrzeuginnenleben (Ausstattung, Sicherheitsstandards etc.).

Zudem greift ELARIS in punkto des Vertriebs neben einem eigenen Direktvertrieb (Onlineverkauf inkl. Onlineberatung) auf ein großes Netz an Vertriebspartnern (Autohäuser/Händler, Euromaster etc.) zurück. Entsprechend kommt ELARIS bei der Umsetzung seiner Wachstumsstrategie mit einer allgemein geringfügigen Personalstruktur aus. In Anbetracht dessen verfügt ELARIS über ein sehr skalierbares Geschäftsmodell.

Der Schwerpunkt der ELARIS-Gruppe liegt allgemein sehr stark auf dem äußeren und inneren Design der E-Autos (Zugang zu etablierten E-Auto-Plattformen), der fahrzeugspezifischen Softwareapplikationen (Infotainment) und dem digitalgestützten Vertriebs- und Marketing. Hierdurch erzielt ELARIS unseres Erachtens nach signifikante Kostenvorteile, die sich auch künftig in überdurchschnittlichen Margenniveaus des Unternehmens wiederfinden sollten.

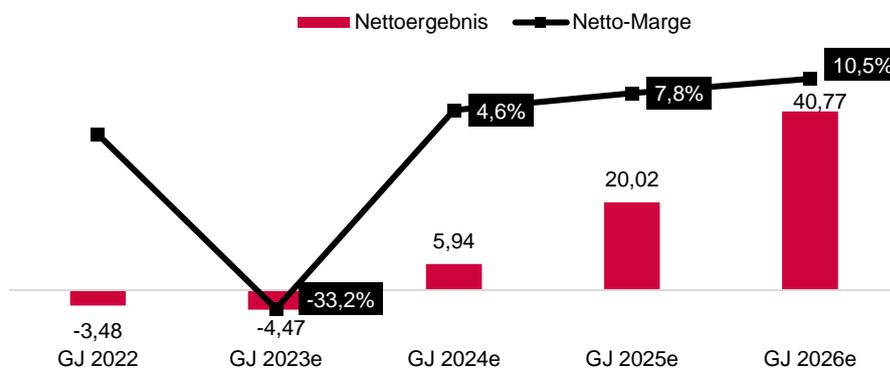
Erwartete Entwicklung des EBITDA und der EBITDA-Marge (in Mio. € / in %)



Quelle: ELARIS AG; Prognosen GBC AG

Für das vergangene Geschäftsjahr 2023 rechnen wir bedingt durch den erst begonnenen Hochlauf der Marketing-Maßnahmen und dem gestarteten Ausbau des Fahrzeugportfolios und der noch in einem recht frühen Stadium befindlichen Ausweitung des Vertriebspartnernetzes mit einem noch negativen operativen Ergebnis (EBITDA) in Höhe von -3,81 Mio. €. In den nachfolgenden Geschäftsjahren sollten diese strategischen Erfolgsfaktoren noch stärker zum Tragen kommen und das Wachstum des Unternehmens entscheidend voranbringen. Entsprechend sollte in den Folgejahren 2024 und 2025 das EBITDA, basierend auf unserer erwarteten dynamischen Umsatzentwicklung und stark einsetzenden Skaleneffekten (durch den Plattformansatz der Gesellschaft), deutlich auf 10,78 Mio. € bzw. 30,57 Mio. € ansteigen. Für das nachfolgende Geschäftsjahr 2026 gehen wir von einem erneuten deutlichen EBITDA-Anstieg auf 60,19 Mio. € aus. Parallel hierzu rechnen wir damit, dass die EBITDA-Marge schrittweise von erwarteten 8,3% im laufenden GJ 2024 auf 15,5% im GJ 2026 signifikant zulegt.

Erwartete Entwicklung des Nettoergebnisses und der Netto-Marge (in Mio. € / in %)



Quelle: ELARIS AG; GBC AG

Auf Nettoebene prognostizieren wir für das vergangene Geschäftsjahr 2023 ein Nettoergebnis (EAT) von -4,47 Mio. €. In den nachfolgenden Geschäftsjahren sollte das Nettoergebnis parallel zur prognostizierten dynamischen Umsatzentwicklung durch erwartete Skaleneffekte überproportional ansteigen auf dann im Ziel 40,77 Mio. € in 2026.

Insgesamt sehen wir die ELARIS-Gruppe mit ihrem attraktiven Produktportfolio, umfangreichen Vertriebs- und Servicepartnern und disruptiven Vertriebsansatz (Kombination von Online-Vertrieb und stationärem Vertrieb) gut positioniert, um vom weiteren sukzessiven Hochlauf der E-Mobilität im deutschen Automobilmarkt sehr deutlich zu profitieren. Durch das stark skalierbare Geschäftsmodell sollten parallel zum erwarteten dynamischen Wachstum deutliche überproportionale Ergebniszuwächse und ein sprunghafter Rentabilitätsanstieg erzielt werden können.

BEWERTUNG

Modellannahmen

Die ELARIS AG wurde von uns mittels eines dreistufigen DCF-Modells bewertet. Angefangen mit den konkreten Schätzungen für die Jahre 2023 bis 2026 in Phase 1 und für die Jahre 2027 bis 2030 in Phase 2. Die Steuerquote haben wir mit 30,0% in Phase 1 und in Phase 2 berücksichtigt. In der dritten Phase wird zudem nach Ende des Prognosehorizonts ein Restwert mittels der ewigen Rente bestimmt und eine nachhaltige Steuerquote von 30,0% unterstellt. Im Endwert unterstellen wir eine Wachstumsrate von 3,0%.

Bestimmung der Kapitalkosten

Die gewogenen Kapitalkosten (WACC) der ELARIS AG 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. **Der aktuell verwendete Wert des risikolosen Zinssatzes beträgt 2,50%.**

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 2,21. Aufgrund des noch jungen Unternehmensalters und des damit noch verbundenen hohen Unternehmensrisikos haben wir aktuell noch ein hohes Beta berücksichtigt.

Unter Verwendung der getroffenen Prämissen kalkulieren sich damit Eigenkapitalkosten von 16,89% (Beta multipliziert mit Risikoprämie plus risikoloser Zinssatz), die ebenfalls das aktuell noch hohe Unternehmensrisiko berücksichtigen. Da wir eine nachhaltige Gewichtung der Eigenkapitalkosten von 80,0% unterstellen, ergeben sich gewogene Kapitalkosten (WACC) von 14,44%.

Bewertungsergebnis

Die Diskontierung der zukünftigen Cashflows erfolgt dabei auf Basis des Entity-Ansatzes. Die entsprechenden Kapitalkosten (WACC) haben wir mit 14,44% errechnet. Der daraus resultierende faire Wert je Aktie zum Ende des Geschäftsjahres 2024 entspricht als Kursziel 47,55 € und spiegelt die erwartete massive Wachstumsdynamik der Gesellschaft wider.

DCF-Modell

Werttreiber des DCF - Modells nach der estimate Phase:

| consistency - Phase | | final - Phase | |
|----------------------------------|-------------|----------------------------------|-------|
| Umsatzwachstum | 20,5% | ewiges Umsatzwachstum | 3,0% |
| EBITDA-Marge | 16,9%-19,4% | ewige EBITA - Marge | 19,4% |
| AFA zu operativen Anlagevermögen | 10,3% | effektive Steuerquote im Endwert | 30,0% |
| Working Capital zu Umsatz | 15,0% | | |

dreistufiges DCF - Modell:

| Phase in Mio. EUR | estimate | | | consistency | | | | | final Endwert |
|---------------------------------|----------|--------|--------|-------------|--------|--------|--------|--------|------------------|
| | GJ 23e | GJ 24e | GJ 25e | GJ 26e | GJ 27e | GJ 28e | GJ 29e | GJ 30e | |
| Umsatz (US) | 13,46 | 130,26 | 256,69 | 388,02 | 467,56 | 563,41 | 678,91 | 818,09 | |
| US Veränderung | 343,4% | 867,8% | 97,1% | 51,2% | 20,5% | 20,5% | 20,5% | 20,5% | 3,0% |
| US zu operativen Anlagevermögen | 18,39 | 164,94 | 294,46 | 361,83 | 361,76 | 373,12 | 389,01 | 399,78 | |
| EBITDA | -3,81 | 10,78 | 30,57 | 60,22 | 79,20 | 103,05 | 131,98 | 159,04 | |
| EBITDA-Marge | -28,3% | 8,3% | 11,9% | 15,5% | 16,9% | 18,3% | 19,4% | 19,4% | |
| EBITA | -3,95 | 10,61 | 30,38 | 60,13 | 79,09 | 102,92 | 131,83 | 158,86 | |
| EBITA-Marge | -29,4% | 8,1% | 11,8% | 15,5% | 16,9% | 18,3% | 19,4% | 19,4% | 19,4% |
| Steuern auf EBITA | 0,84 | -3,18 | -9,11 | -18,04 | -23,73 | -30,87 | -39,55 | -47,66 | |
| zu EBITA | 21,2% | 30,0% | 30,0% | 30,0% | 30,0% | 30,0% | 30,0% | 30,0% | 30,0% |
| EBI (NOPLAT) | -3,11 | 7,42 | 21,27 | 42,09 | 55,37 | 72,04 | 92,28 | 111,20 | |
| Kapitalrendite | -20,3% | 78,3% | 47,2% | 70,3% | 93,4% | 100,9% | 107,3% | 107,4% | 91,8% |
| Working Capital (WC) | 8,75 | 44,29 | 59,04 | 58,20 | 70,13 | 84,51 | 101,84 | 122,71 | |
| WC zu Umsatz | 65,0% | 34,0% | 23,0% | 15,0% | 15,0% | 15,0% | 15,0% | 15,0% | |
| Investitionen in WC | 5,87 | -35,54 | -14,75 | 0,84 | -11,93 | -14,38 | -17,32 | -20,88 | |
| Operatives Anlagevermögen (OAV) | 0,73 | 0,79 | 0,87 | 1,07 | 1,29 | 1,51 | 1,75 | 2,05 | |
| AFA auf OAV | -0,15 | -0,17 | -0,19 | -0,09 | -0,11 | -0,13 | -0,15 | -0,18 | |
| AFA zu OAV | 20,0% | 21,8% | 21,6% | 10,3% | 10,3% | 10,3% | 10,3% | 10,3% | |
| Investitionen in OAV | -0,17 | -0,23 | -0,27 | -0,29 | -0,33 | -0,35 | -0,39 | -0,48 | |
| Investiertes Kapital | 9,48 | 45,08 | 59,91 | 59,27 | 71,43 | 86,02 | 103,58 | 124,76 | |
| EBITDA | -3,81 | 10,78 | 30,57 | 60,22 | 79,20 | 103,05 | 131,98 | 159,04 | |
| Steuern auf EBITA | 0,84 | -3,18 | -9,11 | -18,04 | -23,73 | -30,87 | -39,55 | -47,66 | |
| Investitionen gesamt | 5,70 | -35,77 | -15,02 | 0,55 | -12,26 | -14,73 | -17,71 | -21,36 | |
| Investitionen in OAV | -0,17 | -0,23 | -0,27 | -0,29 | -0,33 | -0,35 | -0,39 | -0,48 | |
| Investitionen in WC | 5,87 | -35,54 | -14,75 | 0,84 | -11,93 | -14,38 | -17,32 | -20,88 | |
| Investitionen in Goodwill | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | |
| Freie Cashflows | 2,73 | -28,17 | 6,43 | 42,73 | 43,21 | 57,45 | 74,72 | 90,02 | 968,33 |

| | | |
|-------------------------------------|--------|--------------|
| Wert operatives Geschäft (Stichtag) | 508,18 | 609,74 |
| Barwert expliziter FCFs | 131,53 | 178,70 |
| Barwert des Continuing Value | 376,65 | 431,04 |
| Nettoschulden (Net debt) | 2,53 | 32,82 |
| Wert des Eigenkapitals | 505,65 | 576,92 |
| Fremde Gewinnanteile | 0,00 | 0,00 |
| Wert des Aktienkapitals | 505,65 | 576,92 |
| Ausstehende Aktien in Mio. | 12,10 | 12,13 |
| Fairer Wert der Aktie in EUR | 41,79 | 47,55 |

Kapitalkostenermittlung:

| | |
|--------------------|--------------|
| risikolose Rendite | 2,5% |
| Marktrisikoprämie | 6,5% |
| Beta | 2,21 |
| Eigenkapitalkosten | 16,9% |
| Zielgewichtung | 80,0% |
| Fremdkapitalkosten | 6,5% |
| Zielgewichtung | 20,0% |
| Taxshield | 28,7% |
| WACC | 14,4% |

| Kapitalrendite | WACC | | | | |
|----------------|-------|-------|--------------|-------|-------|
| | 13,8% | 14,1% | 14,4% | 14,7% | 15,0% |
| 91,3% | 50,50 | 48,88 | 47,35 | 45,92 | 44,56 |
| 91,6% | 50,61 | 48,99 | 47,45 | 46,01 | 44,65 |
| 91,8% | 50,72 | 49,09 | 47,55 | 46,11 | 44,74 |
| 92,1% | 50,83 | 49,19 | 47,65 | 46,20 | 44,83 |
| 92,3% | 50,94 | 49,30 | 47,75 | 46,30 | 44,93 |

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:

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

Rechtshinweise und Veröffentlichungen gemäß § 85 WpHG und FinAnV

Die Hinweise finden Sie zudem im Internet unter folgender Adresse:

<https://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;6a;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 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, Kristina Heinzlbecker, Email: heinzlbecker@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:

Marcel Goldmann, M.Sc., Finanzanalyst
Cosmin Filker, Dipl. Betriebswirt (FH), stellvertr. Chefanalyst

Sonstige an dieser Studie beteiligte Person

Manuel Hölzle, Dipl. Kfm., 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 der 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: <https://www.gbc-ag.de>

E-Mail: compliance@gbc-ag.de



GBC AG®
- RESEARCH & INVESTMENT ANALYSEN -

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