

Antworten auf Fragen unserer Aktionäre

I. Fragen unserer Aktionäre auf dem Aktionärsportal zur HV 2022

1. a Zum Aspekt der Abhaltung einer Präsenz-Hauptversammlung fragt Herr Matthias Zettler

Aufgrund der unruhigen Zeit der letzten Wochen und der Absage des Börsengangs wäre es dringend an der Zeit gewesen, die HV physisch vorzunehmen und nicht wieder digital. Warum ist man nicht diesen Weg gegangen? Es wäre ein Leichtes, die HV mit Abstand und Maske zu veranstalten

1. b sowie ein anderer Aktionär, der nicht wünscht, dass sein Name genannt wird:

Sie haben in der letzten HV Ihr Bedauern zum Ausdruck gebracht, keine Präsenz-HV abhalten zu können. Teilen Sie uns bitte mit, ob dies nur eine Farce war oder ob in Zukunft, so es rechtlich erlaubt ist, wieder eine Präsenz-HV abgehalten wird.

Planung und Einberufung einer Hauptversammlung erfordern eine erhebliche Vorlauf- und Vorbereitungszeit. Als die Hauptversammlung geplant wurde, waren die Inzidenzen der Corona-Pandemie auf neuen Höchstwerten. Auch war nicht absehbar, ob und welche behördlichen Beschränkungen für physische Versammlungen zum Hauptversammlungszeitpunkt gelten werden. Aufsichtsrat und Vorstand der 3U HOLDING AG haben daher in Übereinstimmung mit der großen Mehrheit anderer Gesellschaften entschieden, auch 2022 die gesetzgeberischen Möglichkeiten zu nutzen und die Hauptversammlung erneut virtuell abzuhalten.

Es ist rechtlich ausgeschlossen, die seinerzeit festgelegten Rahmenbedingungen kurzfristig umzustoßen.

Die 3U HOLDING AG hat beim Hotel Vila Vita Rosenpark in Marburg eine Reservierung für eine Präsenz-Hauptversammlung im Mai 2023 vorgenommen. Derzeit gehen wir davon aus, dass sie dort stattfinden kann.

2. Herr Matthias Zettler hat des Weiteren die folgenden Fragen eingereicht, die wir in diesem Abschnitt beantworten.

Wieso hat Selfio 2021 eine dermaßen schlechte Entwicklung in einem boomenden Markt gemacht?

Der sogenannte Renovierungsboom im Jahr 2020 war eine Folge des Lockdowns. Menschen nutzten die Zeit der Absonderung, um ihr Wohnumfeld zu verbessern. Davon profitierte insbesondere das Onlinegeschäft der Baumärkte. Deren Angebot weicht jedoch von dem der Selfio signifikant ab. Farbe und Werkzeug sind schnell gekauft. Der Einbau einer Fußbodenheizung oder einer Lüftungsanlage hingegen bedarf genauer Planung und ist wenig dazu angetan, plötzliche Nachfragespitzen zu erzeugen. Im Gegenteil führte die Verunsicherung durch die lang andauernde Pandemie und die anziehende Inflation dazu, dass viele Vorhaben eher verschoben als beschleunigt wurden. Tatsächlich kam die Sondernachfrage bereits gegen Ende 2020 zum Erliegen. Im Jahr 2021 verzeichnete die Baumarkt- und Heimwerkerbranche insgesamt spürbare Umsatzrückgänge gegenüber 2020. Diese wurden durch die Lieferengpässe verstärkt und durch Preisanpassungen nicht kompensiert. Insofern stand der 3U Onlinehandel nicht besser und nicht schlechter da als die Branche insgesamt. Dies gilt auch für die mittel- und langfristigen Marktperspektiven, die der Branchenverband, aber auch unser Management grundsätzlich positiv einschätzen.

Wieso hat das Zentralcontrolling der 3U bei Selfio zugeschaut und nicht früher reagiert?

Welche personellen Konsequenzen wurden aus dem Jahr 2021 gezogen?

Bitte erläutern Sie mir, wo es für diese Fehlleistung bei dem 3U-Management einen Abzug in der Vergütung gab.

Es ist Aufgabe des Controllings, die Unternehmensführung mit den Informationen zu versorgen, die sie braucht, um informierte Entscheidungen zu treffen. Diese Informationen wurden selbstverständlich laufend erhoben und bereitgestellt, nicht zuletzt dank geeigneter, hochprofessioneller IT-Systeme und bewährter Abläufe. Sie lagen den regelmäßigen Geschäftsführersitzungen vor, an denen auch der Vorstand der 3U HOLDING AG teilnahm. Aber auch ohne dies sind die Geschäftsführer operativ selbst in Beschaffung und Marketing involviert und in direktem Kontakt mit Kunden und Lieferanten, nehmen also das Marktumfeld täglich wahr. Ohne das geschickte Handeln unseres erfahrenen Managements wären die Jahresergebnisse noch stärker rückläufig gewesen: Der 3U Onlinehandel stand 2021 nicht besser und nicht schlechter da als die Branche insgesamt. Insofern war eine zu sanktionierende Fehlleistung nicht zu erkennen. Wir verweisen in diesem Zusammenhang auch auf das separate Dokument mit Fragen und Antworten zum 3U Onlinehandel.

Der Umsatzplan der Selfio für 2022 ist ein Witz, schaut man sich die Inflation an. Was sind die Gründe dafür, dass inflationsbereinigt kein Wachstum stattfindet?

Es wäre unternehmerisch mehr als fahrlässig, die Umsatzplanung an eine wie auch immer geartete Inflationserwartung zu koppeln. Der Planung liegen Annahmen über die Nachfrageentwicklung sowie über die Verfügbarkeit und Einkaufspreise der nachgefragten Produkte zugrunde. Maßnahmen sind getroffen oder noch zu treffen, die geeignet sind, diese Faktoren im gewünschten Maß zu halten oder möglichst ein besser als geplant

ausfallendes Verhältnis zu erreichen. Preiserhöhungen können in diesem Zusammenhang sehr sinnvoll sein. Es muss aber durch genaueste Marktbeobachtung sichergestellt werden, dass unsere Preise wettbewerbsfähig bleiben.

Mit welcher Argumentation soll der Aufsichtsrat auf vier Mitglieder erweitert werden? Wenn Herr Schmidt dort unbedingt sein will, soll er den Posten von Herrn Thies übernehmen. Als ich vor über fünf Jahren einen vierten Aufsichtsrat forderte, hieß es, die Zahl müsse durch drei teilbar sein, und ein Patt sei bei ungerader Zahl ausgeschlossen. Welchen Vorteil soll die Erweiterung bringen, es kostet nur Geld und bringt keinen Mehrwert.

Wir verweisen hier auch auf Michael Schmidts Ausführungen in seiner Rede zur diesjährigen Hauptversammlung.

Ziel der vorgeschlagenen Erweiterung des Aufsichtsrats ist es, Kompetenz und Erfahrung des langjährigen Vorstandsvorsitzenden Michael Schmidt, weiter an das Unternehmen zu binden, ohne im Aufsichtsrat schon vorhandene Kompetenzen zu verlieren.

Die früher geltende gesetzliche Anforderung, nach der die Zahl der Aufsichtsratsmitglieder durch drei teilbar sein musste, ist inzwischen dahingehend geändert, dass die Satzung auch eine nicht durch drei teilbare Zahl vorsehen kann. Über eine solche Satzungsänderung wird heute unter TOP 7 beschlossen.

Bitte beachten Sie, dass der Aufwand der Gesellschaft für die Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat insgesamt durch Michael Schmidts Wechsel in den Aufsichtsrat deutlich rückläufig sein wird.

3U hat schon immer sensationell hohe Vorstandsvergütungen gezahlt. So wundert es nicht dass man sich 2021 wieder mit großflächigen Planerfüllungen die Boni ausbezahlt hat. Für eine Firma mit nicht einmal EUR 60 Mio. Umsatz finde ich TEUR 600 Vergütung für den CEO nach wie vor einfach nur realitätsfern.

Diese Frage richtet sich an den Aufsichtsrat, mit dem sich der Vorstand hierzu abgestimmt hat. Der Aufsichtsrat hat (mich/uns) gebeten, die Beantwortung vorzunehmen.

Die Vergütung des Managements entsprach im Geschäftsjahr 2021, wie im Vergütungsbericht ausgeführt, noch dem Vergütungssystem 2010. Seit dem 1. Januar 2022 entsprechen sämtliche Vorstandsdiensverträge dem von der Hauptversammlung 2021 verabschiedeten Vergütungssystem.

Der letzte horizontale Vergütungsvergleich, den der Aufsichtsrat unter Heranziehung der aktuellen Vergütungsstudie von Kienbaum vorgenommen hat, zeigte: Die Vergütung des Vorstands der 3U HOLDING AG, auch die des Vorstandssprechers, liegt unterhalb des Durchschnitts der Vorstandsvergütungen vergleichbarer börsennotierter Beteiligungs- und Managementholdings.

Wofür hat Herr Hellrung, Finanzchef der 3U HOLDING AG bis Ende Oktober, einen Sonderbonus von TEUR 75 erhalten?

In einer außerordentlich aufreibenden Phase der Entwicklung sowohl der 3U als auch der weclapp SE hat Christoph Hellrung der vorzeitigen Aufhebung seines Vertrags bei der Muttergesellschaft zugestimmt, um die Verantwortung für den Aufbau des Finanzbereichs bei der Tochter zu übernehmen. Im Vorfeld und in der heißen Phase des Börsengangs galt es zudem, in engster und aufwendiger Abstimmung mit Banken, Anwälten und Wirtschaftsprüfer die umfangreichen Dokumentationen für die Erstellung des Börsenprospekts und der vielfältigen begleitenden Materialien sicherzustellen. Zugleich war er immer noch in zentrale Prozesse der Vorbereitung der Jahresabschlüsse der Konzerngesellschaften und des Konzernabschlusses involviert, was einen nennenswerten zusätzlichen Aufwand mit sich brachte. Zum Ausgleich der hohen Belastung und des für 3U geleisteten zusätzlichen Aufwands wurde ihm ein einmaliger Ausgleichsbetrag gewährt

Ich bitte um detaillierte Aufstellung, wie viele Aktienoptionen ausgegeben sind, und ab wann diese zu welchem Kurs gezogen werden können.

Wir verweisen hierzu auch auf die Geschäftsberichte. In den jeweiligen Vergütungsberichten sind die Aktienoptionen für die Organmitglieder aufgeführt, im Anhang finden Sie die Angaben zur Entwicklung des Aktienoptionsplans insgesamt. Aber gerne beantworten wir Ihre Frage auch in diesem Rahmen.

Zum 31. März 2022 waren aus dem Aktienoptionsplan 2018 insgesamt ausgegeben: 2.771.998 Optionen, davon waren 610.000 Optionen verfallen. Es können folglich aktuell noch 2.161.998 Optionen ausgeübt werden.

Die Aktienoptionen wurden in den folgenden Tranchen ausgegeben:

08.12.2018:	2.379.998 Stück
09.09.2019:	248.000 Stück
09.12.2019:	8.000 Stück
09.09.2020:	124.000 Stück
09.12.2020:	12.000 Stück

Das Programm ist indessen beendet, weitere Ausgaben sind nicht möglich.

Die Bezugsrechte aus den Aktienoptionen können erstmals nach Ablauf einer Wartezeit ausgeübt werden. Die Wartezeit beträgt vier Jahre.

Zum 31.03.2022 sind aus der ersten Tranche 1.781.998 Optionen noch nicht verfallen. Sie können frühestens am 08.12.2022 ausgeübt werden. Die Ausübung ist möglich bis spätestens acht Jahre nach Ausgabe, also für die erste Tranche bis zum 08.12.2026. Gleiche Fristen gelten für alle Tranchen.

Es liegt einzig im Ermessen der Optionsinhaber, ob und wann sie ihre Bezugsrechte ausüben. Der Ausübungspreis ist jedoch in den Bezugsbedingungen einheitlich geregelt:

Der Ausübungspreis für die Optionsrechte entspricht dem Basispreis zuzüglich eines Aufschlags von 20 % als Erfolgsziel. Basispreis ist der Preis, der sich aus dem Durchschnitt der an der Frankfurter Wertpapierbörse im XETRA-Handel (oder einem vergleichbaren Nachfolgesystem) festgestellten Schlusskurse der Aktie der Gesellschaft

der letzten fünfzehn Handelstage vor dem Tag ergibt, an welchem die Beschlussfassung über die Ausgabe der Optionsrechte erfolgte (06.12.2018). Der Basispreis lag bei EUR 1,03, der Ausübungspreis ist folglich für sämtliche Optionsrechte EUR 1,24.

Als weiteres Erfolgsziel ist festgelegt: Aus den Aktienoptionen können Bezugsrechte nur ausgeübt werden, wenn der Kurs der 3U HOLDING-Aktie an der Frankfurter Wertpapierbörse im XETRA-Handel an den letzten zehn Handelstagen vor dem Tag der Ausübung des Bezugsrechts aus der Aktienoption den Ausübungspreis um mindestens 20 % übersteigt.

Nach der Absage des Börsengangs interessiert den Aktionär natürlich, ob am Spielfeldrand Investoren stehen und für weclapp bieten. Wenn ja, wie viele? Zu welchem Umsatz Multiple wäre die/der Investor aktuell schon bereit zu investieren? Was ist ein Zielwert für die 3U HOLDING bei dem man über Anteilsverkauf nachdenkt

Uns haben zahlreiche Anfragen erreicht, unter anderem drei aus den USA, drei aus UK, eine aus den Niederlanden.

Zu Bewertungen seitens der Investoren und unseren Zielvorstellungen werden wir jedoch nicht Stellung nehmen. Derartige Aussagen würden unsere Verhandlungsposition in möglicherweise zu führenden Verhandlungen gefährden und schlimmstenfalls zum Scheitern derartiger Gespräche führen.

Bitte beachten Sie: Die Vorbereitungen für einen Börsengang sind indessen nur ausgesetzt. Eine Wiederaufnahme ist unter geeigneten Rahmenbedingungen weiterhin möglich.

Betrachtet man weclapp und die teils genannten Bewertungen und die Bewertung der 3U HOLDING AG müsste die 3U HOLDING AG eigentlich von einem Finanzinvestor gekauft und zerschlagen werden. Gibt es aktuell Investoren, die Interesse an einem Kauf der 3U HOLDING AG haben?

Uns ist kein derartiges Vorhaben bekannt.

3. Ein Aktionär, der nicht wünscht, dass sein Name genannt wird, hat sechs Fragen eingereicht, deren erste wir gemeinsam mit der entsprechenden Frage des Herrn Zettler unter Ziffer 1. bereits beantwortet haben. Die übrigen fünf beantworten wir im folgenden Abschnitt.

Erläutern Sie bitte Ihre zukünftige Dividendenpolitik. Erläutern Sie uns bitte dazu Ihre Planungen in Bezug auf Umsatz, EBITDA und EBIT bis 2025.

Die erklärte Dividendenpolitik sieht unverändert vor, rund die Hälfte des operativen Konzernergebnisses in Form einer Dividende auszuschütten.

Angesichts des Geschäftsmodells der 3U HOLDING AG, Kauf, Betrieb und Verkauf von Vermögensgegenständen, ist jede Langfristplanung erheblichen Unsicherheiten unterworfen. In unserer Prognose weisen wir stets darauf hin, dass die tatsächlichen Ergebnisse aufgrund von Käufen oder Verkäufen von Vermögensgegenständen oder Unternehmensbeteiligungen von den prognostizierten Zahlen substanziell nach oben oder unten abweichen können. Vor diesem Hintergrund sind die aktuellen Planungen, die eben darauf basieren, dass der Konsolidierungskreis und die Geschäftsmodelle unverändert bleiben, bestenfalls ein Anhaltspunkt. Eine detaillierte Erläuterung wäre daher wenig hilfreich, wenn nicht tendenziell irreführend. Vielleicht ist Ihnen gedient, wenn wir hier andeuten, dass nach derzeitiger Planung, also bei völlig unveränderter Konzernstruktur, der Konzernumsatz im Jahr 2024 die Marke von 100 Millionen Euro überschreiten soll, das EBITDA die von 20 Millionen und das EBIT die von 17 Millionen Euro.

Uns ist bekannt, dass Sie Inhaberaktien ausgegeben haben. Erläutern Sie bitte die Aktionärsstruktur der Gesellschaft und teilen Sie uns dazu bitte mit, wie viele Aktien von inländischen natürlichen Personen und von inländischen juristischen Personen gehalten werden. Nutzen Sie dazu bitte auch die § 20 AktG- und § 20 WpHG-Mitteilungen sowie die Anmeldungen zur heutigen Hauptversammlung.

Der § 20 WpHG regelt die Zusammenarbeit mit der Europäischen Kommission im Rahmen des Energiewirtschaftsgesetzes. Mitteilungen in diesem Zusammenhang liegen uns nicht vor. Auch Mitteilungen gemäß § 20 AktG liegen uns nicht vor. Alle Angaben nach § 160 Abs. 1 Nr. 8 AktG finden Sie im Konzernhang (S. 200 des diesjährigen Geschäftsberichts).

Während Namensaktien den Unternehmen eine tagesaktuelle Übersicht über die Aktionärsstruktur gewähren, ist dies bei Inhaberaktien gerade nicht der Fall.

Der europäische Gesetzgeber hat mit der 2. Aktionärsrechterichtlinie allerdings die Möglichkeit geschaffen, sogenannte Aktionärsidentifikationen durchzuführen. Auf eine solche Anfrage hin sind die Depotbanken verpflichtet, die Aktieninhaber namhaft zu machen.

Die 3U HOLDING AG hat zuletzt im März 2022 eine Aktionärsidentifikation durchgeführt. Diese ergab folgende Verteilung:

122 juristische Personen hielten 15,10 % des Kapitals, und
5.916 natürliche Personen hielten 84,59 % des Kapitals.

Die Differenz zu 100 % betrifft die sehr wenigen nicht offengelegten Bestände.

Von den natürlichen Personen hatten zum Zeitpunkt der Erhebung 5.286 ihren Wohnsitz in Deutschland. Sie hielten 27.252.683 Aktien, entsprechend 77,2 % des Kapitals 81 der juristischen Personen waren in Deutschland ansässig. Sie hielten 3.571.331 Aktien, entsprechend 10,1 % des Kapitals.

Erläutern Sie bitte

a) wie viele Aktionäre in der letzten Präsenz-HV im Jahr 2019 anwesend waren und welchen Stimmrechtsanteil im Verhältnis zum Grundkapital diese dort vertraten.

b) wie hoch die Kosten der letzten Präsenz-HV 2019 waren

c) wie viele Aktionäre 2020 virtuell anwesend waren und wie viele Stimmen diese dort vertraten

d) wie viele Aktionäre 2021 virtuell anwesend waren und wie viele Stimmen diese dort vertraten

e) wie viele Aktionäre in der heutigen Hauptversammlung anwesend sind und wie viele Stimmen heute vertreten werden

f) wie hoch die jeweiligen Kosten der HV 2019, 2020 und 2021 waren

g) wie hoch die Kosten der heutigen Hauptversammlung sein werden.

Gerne geben wir Ihnen hierzu einen Überblick:

Die Präsenz-HV 2019 besuchten 24 angemeldete Aktionäre/Aktionärsvertreter, sie vertraten 42,26 % des Kapitals. Die Kosten beliefen sich auf rund TEUR 47,4

An der virtuellen HV des Jahres 2020 vertraten 15 angemeldete Aktionäre/Aktionärsvertreter 30,40 % des Kapitals. Die Kosten beliefen sich auf rund TEUR 45,9

An der virtuellen HV des Jahres 2021 vertraten 20 angemeldete Aktionäre/Aktionärsvertreter 47,42 % des Kapitals. Die Kosten beliefen sich auf rund TEUR 51,2.

Die Zahl derjenigen, die über das Aktionärsportal dem Live-Stream beigewohnt haben, haben wir 2020 nicht erhoben. Im Jahr 2021 lag sie bei 81 Personen mit Aktionärszugang und 24 Personen mit Gastzugang.

Die Kosten der diesjährigen Hauptversammlung werden nach aktuellem Budget zwischen TEUR 47 und TEUR 50 liegen. Die zur Abstimmung ermittelte Präsenz wird vor den Abstimmungsergebnissen durch den Versammlungsleiter mitgeteilt. Die Zahl der dem Live-Stream Bewohnenden wird ebenfalls im Laufe der HV bekanntgegeben.

Erläutern Sie bitte in welcher Höhe und in welcher zeitlichen Verzögerung Sie die Kostensteigerungen 2021 und 2022 an Ihre Kunden weitergeben können. Falls Sie keine Kostensteigerungen an die Kunden weitergeben können oder wollen, erläutern Sie bitte die Höhe der Kostensteigerungen 2021 und bislang 2022 und Ihre Strategie, die Kosten intern zu senken.

Kosten- und Kundenstrukturen sind in unseren drei Segmenten höchst unterschiedlich.

Im Segment Erneuerbare Energien fallen Kosten für Personal und Wartungsarbeiten an. Bislang haben sich dort Kostensteigerungen aufgrund der bestehenden Vertragsstrukturen nicht bemerkbar gemacht. Die Veränderungen im allgemeinen Energiepreisniveau konnten wir uns jedoch zunutze machen und mit Stromversorgungsunternehmen vorteilhafte Stromlieferverträge für 2022 und teilweise bereits für 2023 abschließen. Wenn

Wartungsarbeiten erforderlich werden, wählen wir Anbieter mit dem besten Preis-Leistungs-Verhältnis. Das ist nicht nur monetär zu verstehen; ein wesentlicher Faktor ist immer auch die schnelle Behebung von Störungen. Angesichts der lang laufenden Stromlieferverträge ist eine Weitergabe an Kunden ausgeschlossen.

Im Segment SHK beobachten wir – wie ja bereits mehrfach berichtet – seit Mitte 2021 deutliche Preissteigerungen bei der Beschaffung von Komponenten und Produkten. Dies schlägt sich unter anderem im Anstieg des Materialaufwands nieder. Wir betrachten es als eine tägliche Herausforderung, unsere Verkaufspreise an die Entwicklung der Beschaffungspreise anzupassen. Dabei muss aber durch genaueste Marktbeobachtung sichergestellt werden, dass unsere Preise wettbewerbsfähig bleiben.

Interne Kostensenkungen realisieren wir durch Verschlankung des Managements und laufende interne Effizienzverbesserungen, unter anderem in Marketing, Vertrieb und Logistik.

Im strategischen Geschäftsbereich Cloud Computing nehmen wir aktuell hohe Kostensteigerungen in Kauf. Sie resultieren aus strategischen Entscheidungen und sind also gewollt. Die Erweiterung des Marketing-Ansatzes um bezahlte, internetspezifische Werbeformen („SEA“ – Search Engine Advertising) führt ebenso zu höheren sonstigen Aufwendungen wie die Provisionen, die wir erfolgreichen Vertriebspartnern zahlen. In Summe steigt schon jetzt die Zahl der Interessenten schneller als früher. Anspruchsvollere Interessenten und Kunden in den neuen Marktsegmenten erwarten mehr persönliche Ansprache, daher bauen wir unsere Vertriebs- und Kundenbetreuungsteams aus. Dies dient auch der Optimierung wesentlicher Steuerungskennzahlen. Der Vertrieb wird die Konvertierungsrate (Interessenten werden Kunden) erhöhen; die Kundenbetreuung dafür sorgen, dass weniger Kunden ihre Verträge nicht erneuern („Churn“ senken) oder zusätzliche Verträge buchen. Um den Wettbewerbsvorsprung unserer Plattformen nicht zu verspielen, sondern durch innovative Erweiterungen auszubauen, stocken wir auch die Entwicklerkapazitäten auf. Diese Maßnahmen haben einen Hauptzweck: Alles dafür zu tun, um das Umsatzwachstum zu wahren und zu steigern – und auf diese Weise auch die Ertragskraft zu stärken.

Gleichwohl planen wir, die Preise für neue Kundenverträge im Lauf des Jahres angemessen zu erhöhen. Das wäre die erste Preiserhöhung seit 2019.

Erläutern Sie bitte, weshalb der Link zum HV-Portal „<https://3u.hvanmeldung.de/>“ nicht ordentlich gekennzeichnet und das Wort „hier“ noch nicht einmal unterstrichen war, sodass der Zugang zum HV-Portal alles andere als leicht aufzufinden war.

Wir haben bis zum Eingang Ihrer Frage von keinem Aktionär gehört, der Probleme mit dem Auffinden des Zugangs gehabt hätte. Gleichwohl haben wir Ihren Hinweis zum Anlass genommen, den Blickfang umgehend zu verstärken.

* * *

II. Cloud Computing

Welche Bedeutung hat das Cloud Computing für das Geschäft im 3U Konzern?

Das Cloud Computing ist einer der strategischen Schwerpunkte im 3U Konzern. Die Aktivitäten sind im Teilkonzern der weclapp SE fokussiert, ein wachstums- und margenstarker Geschäftsbereich. Er entstand mit Erwerb und Konsolidierung zweier Unternehmen, die im Verlauf des Geschäftsjahrs 2021 erworben wurden.

Die Konzerngesellschaft weclapp SE entwickelt und betreibt eine cloudbasierte Transaktionsplattform für Unternehmenssoftware. Als wesentliche Funktionalitäten bietet weclapp das Enterprise Resource Planning (ERP) sowie das Customer-Relationship-Management (CRM) an. Kunden sind kleine und mittelständische Unternehmen (KMU), die ihre Geschäftsvorfälle umfassend über die weclapp-Plattform abwickeln und hierfür Nutzungsrechte, meist für ein oder mehrere Jahre, erwerben (Software-as-a-Service (SaaS)).

Mit dem Erwerb der ITscope GmbH zum Ende des dritten Quartals 2021 wurde das SaaS-Leistungsangebot deutlich erweitert. ITscope hat als Grundlage eines wachsenden und profitablen Geschäfts eine B2B-Plattform entwickelt, die neben dem Kundenstamm und dem hochqualifizierten IT-Personal zu den Hauptmotivationen für den Erwerb des Unternehmens zählte. Mit dieser modularen, cloudbasierten Plattform unterstützt ITscope aktuell insbesondere Systemhäuser, deren B2B-Kunden, IT-Hardwarehersteller und Distributoren bei der effizienten Abwicklung ihrer E-Commerce-, Vertriebs- und Beschaffungsprozesse.

Seit Oktober 2021 ist auch die FinanzGeek GmbH, Worms, Teil des weclapp-Teilkonzerns. Das Start-up-Unternehmen hat eine Plattform entwickelt, die Selbstständigen und Kleinstunternehmen branchenunabhängig die grundlegenden Vorteile einer Business-Software bietet. Die Plattform befindet sich im finalen Entwicklungsstadium.

Im Fokus der weiteren Wachstumsstrategie stehen die intensive Entwicklungsarbeit am Ausbau der Plattformen im Teilkonzern sowie die Ergänzung des Funktionsumfangs um Elemente der Künstlichen Intelligenz, die Fortführung und Weiterentwicklung von Marketing und Vertrieb, der Eintritt in internationale Märkte, sowie gegebenenfalls weitere Zukäufe von Technologien, Unternehmen oder Kundenstämmen.

Wie läuft die Integration von ITscope? Sind schon konkrete Synergien erkennbar und werden diese bereits ausgeschöpft?

Ziel ist es, gemeinsame Potenziale zu erschließen, gemeinsam zu wachsen und Chancen zu ergreifen, den Kunden beider Unternehmen auch Leistungsangebote des jeweils anderen Unternehmens anzubieten. Synergien im Sinne von „Kosten sparen“ gehen damit natürlich immer einher, sind aufgrund der Komplexität und in Anbetracht eines andauernden dynamischen Wachstums nur schwer quantifizierbar.

ITscope ist im Kern eine cloudbasierte E-Procurement Plattform. Mit ITscope zusammen werden die Beschaffungsfunktionalitäten bei weclapp auf ein neues Level gebracht. Die

Zielvorstellung ist: Der Nutzer meldet sich bei weclapp an, wählt eine Branche und hat sofort Zugriff auf Lieferanten, Lagerbestände, Preise und Konditionen.

Wie war die Transaktionsstruktur beim Kauf von ITscope?

Mit Vollzug des Geschäftsanteilskauf- und Übertragungsvertrags vom 8. Juli 2021 hat die weclapp SE 100 % der Geschäftsanteile an der ITscope erworben. Die ITscope-Geschäftsanteile sind durch einen Einbringungsvertrag im Wege einer sogenannten gemischten Sachkapitalerhöhung (Sachkapitalerhöhung mit barer Zuzahlung) auf die weclapp SE übergegangen. Die Hauptversammlung der weclapp SE hat hierzu eine Kapitalerhöhung gegen Sacheinlage von EUR 70.120.000 auf EUR 74.120.000 durch die Ausgabe von 4.000.000 neuen Aktien im Nennwert von EUR 1,00 und einem Ausgabebetrag in Höhe von EUR 2,00 je Stück mit Gewinnbezugsrecht ab dem 1. Januar 2021 beschlossen. Der Anteil der früheren ITscope-Verkäufer von 5,4 % am Kapital der weclapp SE blieb auch mit der im November 2021 vollzogenen Kapitalherabsetzung unverändert.

Zu den zum Erwerbszeitpunkt übertragenen Gegenleistungen (Anschaffungskosten) gehörte neben den Aktien aus der Kapitalerhöhung eine bare Zuzahlung von EUR 13,00 Mio.

Weitere Details sind dem Konzernanhang zu entnehmen.

Gibt es Earnout-Vereinbarungen bei ITscope?

Es bestehen keine Earnout-Vereinbarungen.

Der Umsatz im Teilkonzern ist im ersten Quartal 2022 niedriger als im vierten Quartal 2021. Worauf ist das zurückzuführen?

Umsatzerlöse erzielen wir im Cloud Computing überwiegend im Geschäftsmodell SaaS. Kunden buchen Nutzungsrechte an den Angeboten unserer Plattform für einen definierten, meist mehrjährigen Zeitraum. Zahlungen der Kunden werden über die Laufzeit der Verträge monatlich abgegrenzt (daher als wiederkehrende Umsätze oder „Recurring Revenues“ bezeichnet). Einmalige Umsätze erzielen wir unter anderem, wenn Kunden sich für eine Private-Cloud-Lösung entschließen, die durch Verkauf von Lizenzen vertrieben wird. Ein Förderprogramm der Bundesregierung, das ausschließlich den Kauf von Software unterstützte, hatte zu einer gestiegenen Nachfrage nach unserer Private-Cloud-Lösung geführt. Dieser Effekt geht jetzt spürbar zurück. Die wiederkehrenden Umsätze aus dem SaaS-Modell sind hingegen auch im direkten Quartalsvergleich weiter gestiegen.

Wie hoch waren die Sonderaufwendungen für die Vorbereitung von Unternehmenskäufen und des Börsengangs 2021 und bisher im Geschäftsjahr 2022? Bei welchen Gesellschaften sind diese angefallen?

Die Sonderaufwendungen für die Vorbereitung von Unternehmenskäufen und des Börsengangs sind in der weclapp SE in folgender Höhe angefallen:

(in TEUR)	2021 Q1	2021 Q2	2021 Q3	2021 Q4	2022 Q1
für IPO	5	22	222	329	153
für M&A	0	127	134	241	13
Gesamt	5	149	356	570	166

Die EBITDA-Marge scheint auch ohne diese Einmalaufwendungen deutlich rückläufig zu sein. Warum ist die Marge so unter Druck?

In der HV-Rede skizzierte der Vorstand noch einmal, welcher immensen Aufwand an Geld, aber insbesondere auch an Zeit die Vorbereitung des IPO und die Verfolgung von insgesamt vier M&A-Projekten gekostet hat. Die Einbindung des weclapp-Managements führte dazu, dass Wachstumsinitiativen nicht in der gewünschten Intensität vorangetrieben werden konnten (etwa im Bereich Internationalisierung). Daneben wurden eigenständige Management- und Organisationsstrukturen aufgebaut, die für ein börsennotiertes Unternehmen zwingend geboten sind. Dazu zählte unter anderem die Erweiterung auf einen dreiköpfigen Vorstand und die volle Integration unserer Prozessorientierten Organisation. Die IPO-Vorbereitungen gingen zu Lasten des EBITDA und des organischen Wachstums.

Aus der Verschiebung des Börsengangs resultieren nunmehr zwangsläufig und marktüblich entsprechende Gegenmaßnahmen. Als Resultat dieser Umstände und Maßnahmen, die für den Börsengang und infolge der Verschiebung unverzichtbar waren und sind, sehen wir 2022 als ein außerordentliches Übergangsjahr an. Auch zu berücksichtigen ist, dass unser Start-up FinanzGeek in der laufenden Markteintrittsphase, wie nicht anders zu erwarten, Verluste schreibt.

Spätestens ab 2023 werden wir bei organischem Wachstum und Margen wieder auf Kurs sein. Die Grundlagen schaffen wir jetzt mit dem stetigen Anstieg der wiederkehrenden Umsätze und der fortschreitenden Integration der Angebote im weclapp-Konzern.

Im Konzern der weclapp erwarten wir für das Geschäftsjahr 2022 ein Wachstum auf einen Bereich zwischen EUR 18 Mio. und EUR 20 Mio. mit einer EBITDA-Marge von zwischen 10 % und 15 %.

Wie schreitet die Internationalisierung voran?

Die erheblichen Einschränkungen bei den Managementkapazitäten wurden hier bereits erwähnt. Dies macht es aktuell erforderlich, die angekündigten Markteintritte in Spanien und Frankreich vorläufig zurückzustellen. Der strategische Fokus der kommenden Monate

liegt auf der Marktdurchdringung in der DACH-Region. In Italien sehen wir in Kooperation mit unserem dortigen Vertriebspartner und nach Stand der intensiven Vorbereitungen die größten kurzfristigen Erfolgsaussichten. Hinzu kommt die weitere Marktdurchdringung seitens ITscope in den Benelux-Ländern.

Was verstehen Sie unter der „laufenden Umstellung des Vertriebs“, von der in der Quartalsmitteilung die Rede ist?

Zur Intensivierung der Marktdurchdringung im In- und Ausland ergänzen wir seit 2021 unser weiterhin erfolgreiches Inbound-Marketing (SEO) verstärkt um internetsspezifische Werbeformen (SEA). Dies hat bereits zum Ansteigen der Zahl der Leads (Interessenten) geführt. Um diese Leads auch zu zahlenden Kunden zu machen, also die sogenannte Konvertierungsrate zu erhöhen, erweitern wir derzeit unser Vertriebsteam. Um gleichzeitig die Abwanderung von Kunden (sogenannter „Churn“) noch weiter zu vermindern, braucht es auch zusätzliche Beschäftigte in der aktiven Kundenbetreuung.

Ist der Börsengang der weclapp SE wirklich nur verschoben oder doch ganz abgesagt?

Ziel eines möglichen Börsengangs war und ist es, frisches Wachstumskapital für unsere Cloud-Computing-Aktivitäten einzuwerben. Dieses Ziel wurde niemals aufgegeben. Sobald sich das Kapitalmarktumfeld wieder aufhellt, und insbesondere die Investitionsneigung bei den internationalen Technologiefonds wieder auf einem hohen Niveau liegt, ist eine Wiederaufnahme der IPO-Vorbereitungen unverzüglich möglich.

* * *

III. Erneuerbare Energien

Welche Bedeutung hat das Segment Erneuerbare Energien für das Geschäft im 3U Konzern?

Im Segment Erneuerbare Energien agiert 3U insbesondere als Eigentümer und Betreiber von Windenergie- und Photovoltaikanlagen. Der Geschäftserfolg in diesem Segment ist daher abhängig von den Witterungsbedingungen und der technischen Qualität und Verfügbarkeit der jeweiligen Anlagen. Während das Photovoltaikkraftwerk bis 2032 durch feste Einspeisevergütung nach dem Erneuerbare-Energien-Gesetz (EEG) gefördert wird, werden für die Windkraftanlagen, die keine Förderung nach dem EEG in Anspruch nehmen können, Stromlieferverträge geschlossen. Unternehmerisch kann Wachstum derzeit durch den Zukauf weiterer Erzeugungskapazitäten erreicht werden. Wertsteigerungen im Portfolio können bei Gelegenheit durch den Verkauf von Anlagen realisiert werden.

Wie lange können die Anlagen in den Windparks noch weiterbetrieben werden?

Hier sind vor allem zwei Aspekte zu nennen: Die Nutzungs- oder Pachtverträge für die Grundstücke und die technische Lebensdauer der Anlagen.

Zur technischen Lebensdauer: Wir betreiben derzeit 29 Windkraftanlagen in unseren drei Windparks. Gutachterlich bescheinigt ist uns der Weiterbetrieb der Anlagen hinsichtlich der Standfestigkeit für weitere fünf bis zehn Jahre nach Auslaufen der 20-jährigen EEG-Förderung, die für sechs Anlagen am 31.12.2019, für vier Anlagen am 31.12.2020 und für 19 Anlagen am 31.12.2021 endete. Eine Neubewertung vor Ablauf der bescheinigten Laufzeiten ist möglich. Die Anlagen werden professionell gemanagt und gewartet. Dafür spricht unter anderem auch eine hohe technische Verfügbarkeit von bis zu 99 %.

Die Nutzungsverträge haben unterschiedliche Laufzeiten, sind aber grundsätzlich so vereinbart, dass die technisch erwartbare Lebensdauer erreicht oder gegebenenfalls überschritten werden kann. Wo wir derzeit ein mögliches Repowering vorbereiten, sind die relevanten Nutzungsverträge bereits entsprechend angepasst. Wo wir derzeit ein mögliches Repowering prüfen, liegen den Grundstückseigentümern im Wesentlichen bereits Entwürfe für die Anpassung oder Neufassung der Nutzungsverträge vor.

Wie hoch sind die jährlichen Wartungsaufwendungen?

Die jährlichen Kosten für Pachten und Instandhaltung beliefen sich im Geschäftsjahr 2021 auf rund EUR 1,1 Mio.

Gibt es eine Indikation für den Zeitwert der Bestandsanlagen?

Im vierten Quartal 2020 verkauften wir den damals vier Jahre alten Windpark Lüdersdorf II mit einer Leistung von 6,6 MW auf Grundlage einer Bewertung von rund EUR 11 Mio.

Die Analysten von GSC Research legen für ihre Bewertung unserer Bestandsanlagen einen Marktwert von EUR 1 Mio. pro MW Leistung zugrunde.

Angesichts der derzeit stark gestiegenen Energiepreise könnte sich im Falle konkreter Verkaufsverhandlungen gegebenenfalls auch eine höhere Bewertung erzielen lassen. Auf den letzten beiden Hauptversammlungen haben wir betont, dass ein Verkauf weiterer Anlagen dann in Frage käme, wenn sich rentablere Anlagemöglichkeiten für das gebundene Kapital böten und dass es in diesem Fall an Interessenten nicht mangeln werde. An dieser Strategie und Einschätzung hat sich auch und gerade in der gegenwärtigen Situation nichts geändert. Allerdings finden derzeit keine derartigen Verhandlungen zum Verkauf von Windparks statt. Es gibt hierzu keine Planung oder Beschlusslage.

Wie steht es mit den Repoweringplanungen für Langendorf?

Lassen Sie uns einige grundsätzliche Hinweise voranschicken. Jedes Repowering stellt ein umfangreiches und höchst komplexes Projekt dar. Es steht nicht im Belieben eines Windparkbetreibers, neue, und das heißt: größere Anlagen zu errichten. Vielmehr entspricht der Aufwand für ein damit verbundenes Genehmigungsverfahren ungefähr dem für die Entwicklung eines neuen Windparks „auf der grünen Wiese“.

Das Vorhaben treiben wir professionell voran. Die für die geplanten Windenergieanlagen erforderlichen Nutzungsverträge haben wir mit den Grundstückseigentümern bereits abgeschlossen. Die Planungen für Infrastruktur und Netzanschluss werden derzeit verfeinert, während die Begutachtungen durch externe Sachverständige, wie z.B. für Avifauna, fast vollständig vorliegen. Der Antrag auf Genehmigung des Projekts soll voraussichtlich noch in der ersten Hälfte des laufenden Jahres eingereicht werden. Das Genehmigungsverfahren dauert dann erfahrungsgemäß mindestens zwölf Monate. Ob und inwieweit die derzeitigen Lieferprobleme für Rohstoffe und Komponenten oder andere, derzeit nicht absehbare Umstände allerdings die Umsetzung beeinträchtigen werden, ist derzeit noch nicht abschließend zu bewerten.

Können die anderen beiden Parks nicht repowered werden?

Erste Konzepte wurden bereits 2018 aufgesetzt. Aufgrund der aktuellen politischen Entwicklung und der in diesem Zuge angekündigten Erleichterungen beim Repowering sehen wir die Möglichkeit, dass für die bestehenden Windparks oder für Teile davon die Weiternutzung von Windenergie durch Repowering ermöglicht werden könnte. Vor diesem Hintergrund finden derzeit Gespräche mit den jeweiligen Landes- beziehungsweise Kommunalverwaltungen statt, unter anderem mit Bezug auf die geltenden Raumordnungs- beziehungsweise Bebauungspläne.

Für 2022 und 2023 sind sehr gute Stromabnahmepreise verhandelt worden, hieß es. Wie gut sind sie im Vergleich zu 2021?

Die Einspeisevergütung auf Basis des EEG belief sich auf rund EUR 90 pro MWh, die ersten Stromlieferverträge sahen zunächst eine nur etwa halb so hohe Vergütung vor. Die zuletzt neu abgeschlossenen Verträge für eine Anzahl Windkraftanlagen liegen bei über EUR 100 pro MWh.

Wie soll es mit dem Segment Erneuerbare Energien weitergehen? Gibt es neue Projekte?

Auf den letzten beiden Hauptversammlungen haben wir betont, dass ein Verkauf weiterer Anlagen dann in Frage käme, wenn sich rentablere Anlagemöglichkeiten für das gebundene Kapital böten und dass es in diesem Fall an Interessenten nicht mangeln werde. An dieser Strategie und Einschätzung hat sich auch und gerade in der gegenwärtigen Situation nichts geändert. Es gibt hierzu jedoch keine konkrete Planung oder Beschlusslage.

Eine erfolgreiche Umsetzung der Repoweringvorhaben wird jedenfalls zu einer nennenswerten Steigerung unserer Stromerzeugung führen. Wir prüfen regelmäßig, wie sich die Rahmenbedingungen für die derzeit auf Eis gelegten Neubauprojekte im Bundesland Brandenburg entwickeln, insbesondere auf Grund von Änderungen der planungsrechtlichen Grundlagen, und evaluieren entsprechend, ob deren Entwicklung wieder aufgenommen werden kann.

Seit Jahren wurde im Segment Erneuerbare Energien kaum mehr investiert. Wurde da eine Chance versäumt?

Im Gegenteil eröffnen die angekündigte Klimapolitik der neuen Bundesregierung und das weltwirtschaftliche Umfeld jetzt Chancen, die sich in den Vorjahren so nicht abzeichneten.

* * *

IV. Onlinehandel

Welche Bedeutung hat der Onlinehandel für das Geschäft im 3U Konzern?

Derzeit findet das Geschäft im Segment SHK (Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik) fast ausschließlich auf dem Wege des Onlinehandels statt. Der Onlinehandel trägt ungefähr 50 % zum Konzernumsatz bei. Die Selfio GmbH bietet Bauherren, Sanierern und Heimwerkern (überwiegend Privatkunden, B2C) ein breites Spektrum von Haustechnik-Systemen und -Produkten und unterstützt sie von Anfang an bei der Realisierung ihrer Projekte mit teils kostenfreien, aber auch kostenpflichtigen Beratungs- und Planungsleistungen. Das umfangreiche Online-Beratungsangebot unter anderem durch Erklärvideos kann als ein Wettbewerbsvorteil der Selfio angesehen werden. Erfolgskritisch zur Wahrung und Generierung von Wettbewerbsvorteilen im Onlinehandel ist neben der allgemeinen Baukonjunktur vor allem der kontinuierliche Ausbau des Produktportfolios, die Weiterentwicklung lösungsorientierter Angebote, unterstützt durch effizientes Preismanagement und durch effiziente Prozesse in Lager und Logistik.

Die Preissteigerungen durch die weltweiten Lieferengpässe werden zukünftig zu vermehrter Eigenleistung von Bauherren führen. Auch die Preissteigerungen im Energiesektor machen Onlineshops mit dem Schwerpunkt Heizung zum Megatrend!

Welche Gründe gibt es für den Rückgang von Umsatz und Ertrag im Geschäftsjahr 2021, nachdem das Segment SHK im ersten Quartal so gut gestartet war?

Neben dem Wegfall der Umsatzerlöse der 2020 aus dem Konzern ausgeschiedenen Gesellschaft führten die weltweite Krise der Lieferketten und die damit verbundenen Schwierigkeiten bei der Beschaffung von Waren, insbesondere von absatzstarken Produkten, zu dem deutlichen Rückgang der Umsatzerlöse. Diese Effekte stellten sich ab dem 2. Quartal des Geschäftsjahrs 2021 ein. Der Umsatzrückgang konnte angesichts des typischerweise hohen Wareneinstands durch die Effizienzgewinne nicht kompensiert werden, die wir durch unsere Maßnahmen erzielt haben.

Warum hat Selfio weder 2020 noch 2021 signifikant vom Renovierungsboom profitiert?

Der sogenannte Renovierungsboom im Jahr 2020 war eine Folge des Lockdowns. Menschen nutzten die Zeit der Absonderung, um ihr Wohnumfeld zu verbessern. Davon profitierte insbesondere das Onlinegeschäft der Baumärkte. Deren Angebot weicht jedoch von dem der Selfio signifikant ab. Farbe und Werkzeug sind schnell gekauft. Der Einbau einer Fußbodenheizung oder einer Lüftungsanlage hingegen bedarf genauer Planung und ist wenig dazu angetan, plötzliche Nachfragespitzen zu erzeugen. Im Gegenteil führte die Verunsicherung durch die lang andauernde Pandemie und die anziehende Inflation dazu, dass viele Vorhaben eher verschoben als beschleunigt wurden. Tatsächlich kam die Sondernachfrage bereits gegen Ende 2020 zum Erliegen. Im Jahr 2021 verzeichnete die Baumarkt- und Heimwerkerbranche insgesamt spürbare Umsatzrückgänge gegenüber 2020. Diese wurden durch die Lieferengpässe verstärkt und durch Preisanpassungen nicht kompensiert. Insofern stand der 3U Onlinehandel nicht besser und nicht schlechter da als

die Branche insgesamt. Dies gilt auch für die mittel- und langfristigen Marktperspektiven, die der Branchenverband, aber auch unser Management grundsätzlich positiv einschätzen.

Was ist aus dem 12-Punkte-Plan zur Ertragsverbesserung geworden, von dem vor anderthalb Jahren die Rede war?

Aufgabe des 12-Punkte-Plans war es, Produktmix, Vertriebswegemix und Marketingmaßnahmen im Hinblick auf margenstärkere Optionen zu optimieren. Die in diesem Zusammenhang getroffenen Maßnahmen haben spätestens seit Ende 2020 die erstrebten Effekte auch gezeitigt. Ein Großteil ist in die tägliche Arbeit eingegangen.

Diese Effekte wurden aber 2021 zunehmend von den Beeinträchtigungen durch die globalen Lieferprobleme und die Preissteigerungen verdeckt, eine Situation, die weiter andauert. Der 3U Onlinehandel ist überzeugt, dass die Resultate in einem „normalisierten“ wirtschaftlichen Umfeld auch wieder bilanziell ablesbar werden.

Kann man Selfio überhaupt profitabel bekommen?

Bei jedem Handelsgeschäft begrenzt der hohe Anteil des Wareneinstands die Profitabilität. Die Deckungsbeiträge des 3U Onlinehandels (im Wesentlichen Umsatz minus Materialaufwand) liegen derzeit bei rund 20 % vom Umsatz und sind im Verlauf des Geschäftsjahres 2021 unter anderem aufgrund der Preisentwicklung in der gesamten Baubranche und trotz hoher Beschaffungskompetenz im Management-Team um drei Prozentpunkte gesunken. Wir betrachten es als eine wichtige Herausforderung, unsere Verkaufspreise an die aktuelle Entwicklung anzupassen und die Materialaufwandsquote auch dadurch wieder zu senken. Die Verwaltungs- und Vertriebskosten sind ebenfalls laufend im Fokus des Managements. Mit unserem 12-Punkte-Plan sind wir grundsätzlich auf dem richtigen Weg. Aktuell fahren wir zudem Maßnahmen zu weiteren Effizienzsteigerungen in den internen Abläufen, haben auch Veränderungen beim Führungspersonal vorgenommen. Wir halten unser strategisches Ziel einer EBITDA-Marge von fünf Prozent aufrecht und für erreichbar.

Welche Rolle spielt das neue Logistikcenter dabei?

Bekanntlich war der Grund für die Investition in das neue Distributionszentrum das wachsende Geschäftsvolumen im Onlinehandel. Die Lagermöglichkeiten am Standort Montabaur waren ausgeschöpft, zusätzliche Flächen mussten angemietet werden, was Zeitverluste mit sich brachte und zusätzliches Aushilfspersonal erforderte. Diese Beeinträchtigungen gehören seit einem Jahr der Vergangenheit an. Die erwarteten und angestrebten Effizienzvorteile haben sich eingestellt. Sie werden aktuell aber in der Segmentbilanz überschattet von den bekannten Problemen mit den globalen Lieferketten. Das neue Logistikzentrum bietet die Möglichkeit, den Lagerbestand für Kernprodukte bei Gelegenheit hochzufahren, um eine möglichst hohe Lieferbereitschaft sicherzustellen. Beachten Sie auch, dass das neue Distributionszentrum auf Zuwachs angelegt ist. Die Hallen sind so gebaut, dass einzelne Bereiche abgetrennt werden können. Dies eröffnet grundsätzlich auch die Möglichkeit einer Vermietung von nicht selbst benötigten Teilflächen.

Stellt der Trend zur Abkehr von fossilen Energieträgern für Selfio eher ein Risiko oder eine Chance dar?

In der Selfio verfügen wir über langjähriges, praxisbewährtes Know-how bei Technologien zur Steigerung der Energieeffizienz in Wohngebäuden. Das beginnt bei Heizsystemen mit niedrigerer Vorlauftemperatur wie Fußbodenheizungen, geht über Dämmungs- und Lüftungssysteme und hört bei Wärmepumpen nicht auf. Dabei gibt es in diesem sensiblen Bereich des Wohnklimas viele Einflussfaktoren, die individuelle Konzepte erfordern. Gerade hierfür sind wir dank unserer Beratungs- und Planungskompetenz gut aufgestellt. Der 3U Onlinehandel sieht daher grundsätzlich gute Chancen, von diesem Trend zu profitieren. Dabei wird es angesichts der derzeitigen Engpässe insbesondere darauf ankommen, lieferfähiger zu sein als der Wettbewerb und sich durch innovative Konzepte auszuzeichnen.

Im Vergütungsbericht ist von einem möglichen Börsengang der Selfio die Rede. Gibt es dazu konkrete Pläne?

Unternehmenszweck der 3U HOLDING AG ist Wertsteigerung für unsere Aktionäre, Beschäftigten und alle Stakeholder. Der operative Geschäftserfolg in unseren strategischen Schwerpunkten in den drei Megatrends Cloud Computing, Onlinehandel und Erneuerbare Energien schafft stille Reserven, die durch Veräußerung, ganz oder teilweise, monetarisiert werden können. Die Wertsteigerung – zum Beispiel der ehemaligen 3U-Liegenschaft Marburg oder des Windparks Lüdersdorf – trat durch deren Verkauf zutage und kam den Aktionären in Form der Dividenden 2020 und 2021 teilweise direkt zugute, die generierten Mittel wurden aber auch operativ in den Zukauf von Unternehmen im Cloud Computing investiert. Den größten Hebel zur Realisierung von Wertsteigerungen bieten nach Auffassung des Vorstands Börsengänge: unter der Voraussetzung eines günstigen Kapitalmarktumfelds und eines Geschäftsmodells und Geschäftserfolgs, die für Investoren attraktiv sind. Insofern kann ein eventueller Börsengang der Selfio eine äußerst reizvolle Option für unsere Aktionäre darstellen. Ein solches Projekt würde jedoch keinesfalls übers Knie gebrochen. Wir arbeiten, wie erwähnt, aktuell an weiteren Optimierungen des Geschäfts und streben mit der Selfio eine führende Position in ihrem Marktsegment und im Umfeld des deutschen Onlinehandels an.

* * *