



Onderwerp: Halfjaarbericht Fixers

Datum: 24 Februari 2023

Voor u een eerste update over en van Fixers Holding BV. Met de NPEX-notering heeft Fixers dankzij u circa 1.8 miljoen euro (2 miljoen minus de kosten van de notering) opgehaald voor de verdere groei van Fixers. Helaas minder dan de 3 miljoen euro die we wilden ophalen. De prognoses in het prospectus zijn gebaseerd op 3 miljoen euro groeifinanciering vandaar dat we de prognoses moeten aanpassen.

Halfjaarcijfers

Halfjaar cijfers	1 juli – 31 december 2022	1 juli – 31 december 2021
Omzet	1.234.739	1.588.475
Kostprijs van de omzet	695.268	949.659
Brutomarge	539.471	638.816
Bedrijfskosten	1.474.571	1.313.073
EBITDA	-935.100	-674.257
Afschrijvingen	68.393	33.049
EBIT	-1.003.493	-707.306
Financiële baten en lasten	246.663	26.753
EBT	-1.250.156	-734.059
Belastingen		
Nettowinst		

Toelichting op de halfjaarcijfers en het afgelopen halfjaar

Het afgelopen jaar is de markt, door de oorlog in Oekraïne, inflatiegevolgen en de daardoor dreigende recessie, flink veranderd. Het consumentengedrag heeft zich aangepast. Dat is aan de ene kant goed nieuws: er wordt minder snel een vervangend toestel aangeschaft. Maar aan de andere kant wordt er langer doorgelopen met, bijvoorbeeld een kapot scherm of een trage accu. Mensen houden de vingers op de knip. Dat is niet wat alleen Fixers merkt maar wat in de hele markt gevoeld wordt. De omzet stijgt niet conform verwachting en blijft achter op budget. De omzet is lager ten opzichte van vorig jaar door de overgang van Apple Service Provider naar Apple Independent Repair Partner zoals nadrukkelijk in het prospectus vermeldt. Het brutomarge percentage ontwikkelt zich conform verwachting. Financiële lasten zijn gestegen door onder andere de NPEX afsluitkosten. Verder verwachten we dat in de komende jaren er een consolidatie slag zal plaatsvinden binnen de onafhankelijke repair shop markt en schatten we in dat vele van de thans duizenden kleinere repairshops gaan verdwijnen.



Eventuele relevante wijzigingen binnen de onderneming

Per 1 december 2022 is Jurgen Smit in dienst getreden als de nieuwe Retail Manager verantwoordelijk voor alle Fixers winkels. Jurgen heeft een achtergrond in diverse managementfuncties bij o.a. Amac en MediaMarkt. Alexander van Wijngaarden is nu verantwoordelijk voor de B2B “afdeling” van Fixers en gaat zich focussen op Sales- en Marketing activiteiten rondom Fix & Go. Maarten Prins is aan boord gekomen als de nieuwe Marketing Manager van Fixers. De locaties Breda en Rosmalen zijn gesloten in verband met onvoldoende perspectief op deze locaties qua omzet groei. We konden gebruik maken van de break in de huurovereenkomst en hebben dit ook gedaan. De locatie Utrecht CS is vertraagd en verwachten we pas in Februari 2023 te kunnen openen. De locatie Almere was al in September 2022 gesloten, ook conform de break in het huurcontract. De locaties Den Haag en Haarlem zijn nieuw geopend. Onlangs, in de 2^e week van Februari hebben we de nieuwe locatie op Utrecht CS geopend.

Vooruitblik op de komende periode

De in de prospectus opgenomen strategie is voor een groot deel gebaseerd op het openen van nieuwe service points en hierdoor de omzet op een snelle manier te vergroten. Ook ligt de nadruk op het winstgevend krijgen van alle service points. Hierdoor kan de overhead verdeeld worden over de service points en kunnen er bottom line zwarte cijfers geschreven worden. Na ampel overleg is Fixers tot de conclusie gekomen dat ze, gezien de huidige marktontwikkelingen en het niet ophalen van het gewenste investeringsbedrag van 3 miljoen, de strategie in die zin moet wijzigen naar dat ze eerst moet zorgen dat de huidige service points allemaal positief draaien voordat er nieuwe service points worden geopend (op Utrecht CS na). De tijd en het geld welke nodig is om, en te kunnen groeien, en tevens naar zwarte cijfers toe te werken is ons niet gegeven. We moeten dus een keuze maken en kiezen voor de focus op de winstgevendheid van de bestaande service points.

Hoe gaan we dat doen?

Marketinginspanningen en budget verhogen:

Om meer klanten in de service points te krijgen en de omzet komend vanuit de bestaande service points verder te laten groeien investeert Fixers in 2023 extra in onderstaande marketingactiviteiten. Deze activiteiten zijn gericht op het vergroten van de naamsbekendheid van Fixers, het stimuleren van traffic naar de service points en het vergroten/verhogen van de conversie op de website en in de service points.

- Google Marketing: extra investeren in SEO en Google Bedrijfsprofiel om zo op de belangrijke keywords beter gevonden te worden in Google. Extra investeren in SEA pilots (Google Ads) om zo wederom ook betaald op Google te kunnen adverteren.
- Social Advertising. Via de relevante social mediakanalen investeren in relevante content om de naamsbekendheid te vergroten en de autoriteit van Fixers te verhogen
- Online Advertising. Via relevante online kanalen investeren in ads rondom het merk en de dienstverlening van Fixers.
- Website. Via een externe partner investeren in extra conversie elementen op de website en CRO om zodoende de traffic die op de site komt beter om te zetten in o.a. online afspraken
- Local Marketing. Rondom de bestaande winkels lokale marketingplannen maken om zodoende lokaal ook de naamsbekendheid te vergroten en de traffic naar de service points te verhogen.



Meer focus op aanpalende producten en diensten:

Naast de reparatie dienstverlening zal Fixers in 2023 nog meer aandacht geven aan de verkoop van aan reparatie gerelateerde producten en diensten om zo de omzet per service point te vergroten. De volgende producten en/of diensten zijn reeds actief of worden dat op korte termijn:

- Aanbieden Refurshished producten (iPhone, laptops, iPad etc)
- Verkoop van nieuwe Apple hardware via onze externe officiële partners (Fixers is lid van het Apple Distributie Partner Programma)
- Optimaliseren van het accessoire assortiment
- Aanbieden SIM-kaarten
- Uitbreiden assortiment merken te repareren devices.

Meer traffic naar de service points door Fix&Go:

Met de Fix&Go dienstverlening richt Fixers zich op bedrijven met meer dan 100 FTE en met een substantieel deel een 'device van de zaak'. Hiervoor hebben we een totaalpakket (concept) voor ontwikkeld welke we via allerlei marketingactiviteiten in de markt zetten richting de doelgroep. Deze activiteiten bestaan uit Marketing campagnes via LinkedIn, acquisitie campagnes via een call centre en Lead generation marketing campagnes via een extern bureau. De Fix&Go klanten komen naar de service points voor hun reparatie. Om hierin te kunnen investeren is budget verschoven om zodoende de omzet die we uit het concept Fix&Go willen halen te vergroten.

Naast focus op omzetverhoging bij consumenten en zakelijke klanten binnen de bestaande service points ligt de nadruk ook op het vergroten van de B2B omzet door 'bulk' reparaties op het hoofdkantoor. Voor deze bulk reparaties richten we ons op ondernemingen met een grote hoeveelheid reparaties die we in volume op het dedicated business centre in Nieuw-Vennep kunnen repareren. Dit zijn vaak maatwerk trajecten op een specifieke doelgroep. Deze benadering gaat 1 op 1 en is intensief qua accountmanagement en operationeel management.

Ter ondersteuning van de B2B sales en Marketing activiteiten is een dedicated B2B manager aangesteld en wordt in Q2 een extra account manager geworven.

Met bovengenoemde acties hopen we een tegenwicht te bieden tegen de veranderende marktomstandigheden. Uiteraard zullen de prognoses en budget op deze wijziging aangepast moeten worden. Die aanpassingen zijn 'work in progress' en zullen we in onze volgende update presenteren.

Dank voor uw aandacht

Marcel Honsbeek

Algemeen Directeur – Fixers BV