



**Onderwerp: Halfjaarbericht STAK Goodroll Investors**

**Datum: 11 september 2024**

Beste investeerder. In bijgaand overzicht vind u de cijfers van het afgelopen half jaar, met toelichting op de gebeurtenissen en vooruitblik op de komende periode. Zoals hoort bij een scale up is er weer veel gebeurd, zijn we tot goede inzichten gekomen en zetten we stappen om het bedrijf volwassener en succesvol te maken. Ook is de bouw van de Ghana fabriek gestart. Een grote stap voor onze toekomst!

**Resultaten & balans eerste halfjaar**

<b>Opbrengsten &amp; kosten</b>	<b>1 januari - 30 juni 2024</b>	<b>1 januari - 30 juni 2023</b>
Omzet	<b>2.724.179</b>	<b>2.383.992</b>
Kostprijs van de omzet	<b>1.928.741</b>	<b>1.703.494</b>
Brutomarge	<b>795.438</b>	<b>680.498</b>
Bedrijfskosten	<b>865.625</b>	<b>1.258.613</b>
EBITDA	<b>-70.187</b>	<b>-578.115</b>
Afschrijvingen	<b>31.990</b>	<b>25.206</b>
EBIT	<b>-102.177</b>	<b>-603.321</b>
Financiële baten en lasten	<b>22.130</b>	<b>17.439</b>
EBT	<b>-124.307</b>	<b>-620.760</b>
Belastingen	<b>0</b>	<b>0</b>
Nettowinst	<b>-124.307</b>	<b>-620.760</b>

<b>Balans</b>	<b>30 juni 2024</b>	<b>30 juni 2023</b>
Immateriële vaste activa	<b>120.579</b>	<b>67.530</b>
Materiële vaste activa	<b>150.135</b>	<b>166.634</b>
Financiële vaste activa	<b>0</b>	<b>0</b>
Totaal vaste activa	<b>270.113</b>	<b>234.163</b>
Vorraden	<b>638.558</b>	<b>294.788</b>
Vorderingen	<b>1.209.953</b>	<b>343.079</b>
Overige vlottende activa	<b>0</b>	<b>0</b>
Liquide middelen	<b>-127.309</b>	<b>-95.560</b>
Totaal vlottende activa	<b>1.721.203</b>	<b>542.307</b>
<b>Totaal</b>	<b>1.991.916</b>	<b>776.471</b>
Eigen vermogen	<b>-2.750.265</b>	<b>-3.118.597</b>
Langlopende schulden	<b>1.652.645</b>	<b>1.851.469</b>
Kortlopende schulden	<b>3.089.536</b>	<b>2.043.599</b>
<b>Totaal</b>	<b>1.991.916</b>	<b>776.471</b>

## **Toelichting op de balans, halfjaarcijfers en het afgelopen halfjaar**

### Winst & verliesrekening

In de omzet zien we dat de B2C stagneert. Dit komt deels door tekortkomende systemen/webshop, waardoor het lastig is om onze doelgroep te bereiken. Daarnaast zien we dat de doelgroep die meer missie dan prijs gedreven is, steeds moeilijker is om te bereiken, omdat mensen steeds meer op de prijs letten, helemaal als het gaat om commodity producten.

Om meer zichtbaarheid te krijgen hebben we in april een tv campagne gelanceerd. In mei hebben wij meer mensen bereikt doordat we een grote actie bij de Albert Heijn hebben gelanceerd. Ook voor de webshop moet dit voor meer tractie zorgen. In juli gaan we mee met de Linda Magazine. Ons doel is om hiermee een nieuwe doelgroepen aan te kunnen spreken.

In de B2B zien we structurele groei oplopen van 90/100k per maand naar de 150/160k per maand. De strategie van eind 2023 zien we hier in zijn werk, waarbij hospitality bedrijven worden aangesloten en zorgen voor terugkerende omzet.

In de Retail liggen we per april in de Albert Heijn.

Het afgelopen halfjaar stond in het teken van de groei naar een positieve EBITDA en winst. Om dit mogelijk te maken hebben we efficiency slagen gemaakt, door ons fulfilment uit te besteden en betere prijzen voor ons bamboe toiletpapier te realiseren door onze bestaande handelspartner ertussen te zetten. De overstap hiervan was in februari en maart. Door de opstart zien we dan ook in deze maanden nog een dipje Dit is terug te zien in de transport/fulfilmentkosten. Daarna houden we de positieve trend er in. De maanden april tot en met juni zijn dan ook positief afgesloten. Omdat we de loods niet meer nodig hadden, zijn we in april verhuisd naar een kantoor en hebben daarmee de huisvestingskosten kunnen verlagen.

### Balans

We zijn begonnen per februari met de implementatie van Shopify. De nieuwe site moet daarmee in september live gaan. Dit zorgt technisch voor meer marketing en verkoopmogelijkheden in de B2C en kleine B2B bestellingendie via de webshop lopen.

Met de overgang naar fulfilment, kregen wij meer uitdagingen om de voorraad te beheersen. Dit kwam vooral omdat de functie met taken en verantwoordelijkheden, zoals we deze hadden ingericht, is veranderd van operations/floor management naar Supply Chain management. Hiervoor hebben we iemand kunnen aannemen die de voorraad onder controle moet krijgen en deze naar beneden moet brengen tot een max van 300k ongeacht de groei die we doormaken. Dit is te doen, door de doorloop tijd bij de fulfilment partijen te optimaliseren. Wij hebben opslag mogelijkheid bij een van onze externe werkplaatsen, welke alleen in noodgevallen gebruikt dient te worden.

Na aansluiten van Albert Heijn hebben we ruim 2 maanden problemen gehad met de facturering, waarbij de facturen niet juist bij de Albert Heijn in het systeem kon komen. Hierdoor en door de groei van B2B liep de debiteurenstand op. In juli is Albert Heijn opgelost en zitten we strak op de overige openstaande debiteuren.

Leningen worden per 2024 volgens schema zoveel mogelijk afgelost. Dit zien we terug in de langlopende schulden.

Crediteuren zijn opgelopen, omdat we eind 2023 langere betaaltermijnen hebben onderhandeld. We hebben langere betaaltermijnen om het gat tussen inkoop en verkoop zo klein mogelijk te houden. Waar nodig hebben we betaalafspraken met leveranciers voor opgelopen achterstanden. Dit zijn leveranciers waar we al lang een goede relatie mee hebben en die aangeven daar geen probleem van te maken.

Daarnaast zijn de belastingschulden in 2023 verder opgelopen. Vanaf 2024 hebben wij een regeling om dit terug te betalen. Naast betaling van de reguliere belastingschulden.

### **Relevante wijzigingen binnen de onderneming**

Per januari zijn er 8 informals bijgekomen als aandeelhouders. Per juli is Doen Participaties erbij aangesloten als aandeelhouder.

Per augustus hebben we de Ghanese entiteit opgezet.

### **Vooruitblik op de komende periode**

#### Omzet

Inzake de B2C hebben we meerdere kanalen om de groei van de afgelopen jaren door te kunnen zetten.

- De nieuwe website wordt gelanceerd in september, waardoor we toegang hebben tot meer marketingtools, wat de prestaties moeten verbeteren.
- We gaan onze producten op meerdere platformen lanceren, om een nieuwe doelgroep hierin aan te spreken.
- We gaan actiever inzetten op de uitbreiding van onze klanten in België en Duitsland.
- We lanceren een aantal nieuwe producten die vast in het assortiment komen. Deze producten zijn aanverwant aan alles wat je nodig hebt voor het kleinste kamertje. Hiermee beogen we een groei in gemiddelde orderwaarde.

In de Retail hebben wij een grote deal met Aldi UK en Ierland gerealiseerd. Dit gaat goed zijn van +/- 600k omzet uit te leveren in september november en december.

De B2b heeft een veel prospects lopen die goed moeten zijn om de huidige groei in de komende maanden door te kunnen zetten tot een 200k per maand.

#### Marge

Door de verbeterde fulfilment moet met de optimalisatie van supply chain het komende half jaar zorgen voor een verbeterde marge. Ook moet het de voorraad verder naar beneden te brengen. De marge zal een vertekend beeld laten zien door de Aldi deal waar de marges lager liggen dan normaal.

#### Personeel

Om meer senioriteit op alle afdelingen te krijgen en de groeiverwachtingen waar te kunnen maken, hebben we meerdere vacatures uit staan op marketing, sales en Finance.

### Marketing

Er wordt met de nieuwe website rekening gehouden met een groter marketing budget t/m einde van het jaar.

### Ghana

De eerste aanbetalingen voor de machines hebben in april al plaatsgevonden. Vanaf augustus begint de bouw van de fabriek. De fabriek wordt voor het grootste gedeelte in 2024 afgebouwd. Eind 2024 worden de bamboe teams operationeel gemaakt. Alles wordt er aan gedaan om de fabriek in 2025 afgebouwd te hebben.

### Belastingen

Naast de betaling van reguliere belastingen. Beginnen we vanaf september met de afbetaling van de opgelopen belastingschuld.

### Leningen

Om de cashflow zo goed mogelijk te blijven beheersen, hebben we uitstel gevraagd bij de lening van CrowdAboutNow. Dit hebben we voor 60% gekregen, waardoor de afbetaling last goed te beheersen is en we wat meer tijd hebben voor een gezonde cashflow met de afbetaling last van alle leningen die we hebben. Voor de overige leningen volgen we de overeenkomst.

### Producten

In ons basisassortiment zit tot op heden recycled, bamboe en craft. Wij zien al jaren dat er door verschillende marktpartijen steeds meer vraag komt naar recycled papier, wat de prijs ook steeds meer op drijft, tot een punt waarop het niet meer haalbaar wordt voor ons om wc papier tegen een betaalbare prijs aan te bieden en daar nog marge op te pakken. In anticipatie hier op zijn we het avontuur met bamboe begonnen. We hebben besloten met de nieuwe prijsverhogingen vanaf september, om volledig in te gaan zetten op bamboe. Craft bieden we nog aan als alternatief. Recycled gaan wij in de komende maanden uitfaseren. Dit past ook volledig binnen onze doelstelling van controle over de gehele supply chain door bamboe uit Ghana te halen.

### Funding

We zijn zelf een crowdfundingcampagne gestart waarin we obligaties uitgeven.

We zijn in vergevorderde onderhandelingen met Start Foundation voor een CLA van 750k.

Met de opbrengsten van de crowdfundingcampagne en Start Foundation verwachten we dat we voldoende financiële middelen ophalen om de fabriek in Ghana volledig te kunnen financieren.

## **The Good Roll**

**Casper Willemsen, CFO**