

Basic-Fit International B.V.
Wegalaan 60
2132 JC Hoofddorp

Vereniging VEB NCVB
T.a.v. Dhr. J. Jansen / Dhr. E. Keyner / Dhr. P. Koster
Postbus 240
2501 CE Den Haag

Hoofddorp, 29 september 2016

Betreft: antwoorden op vragen in uw brief van 1 september 2016

Geachte Heren,

In navolging van ons telefonische overleg van vandaag, sturen wij u hierbij de antwoorden op de vragen die u heeft gesteld in uw brief van 1 september jl.

Wij zijn verheugd te vernemen dat wij u met onze telefonische toelichting gerust hebben kunnen stellen en dat we de door u geuite zorgen hebben kunnen wegnemen.

Hieronder volgende de antwoorden op de vragen.

Antwoorden op de kernvragen

A. *Is de door Basic-Fit gepresenteerde ebitda een voor beleggers betekenisvolle maatstaf voor de operationele winstgevendheid?*

Ja

B. *Heeft de controlerend accountant (EY) erop toegezien dat voldoende toelichting wordt gegeven in financiële publicaties om een foute interpretatie te voorkomen?*

E&Y heeft daarop toegezien

C. *Geven de door Basic-Fit op de balans gepresenteerde materiele activa – en in het bijzonder de fitnessapparatuur – de reële waarde aan van deze activa?*

Ja

D. *Heeft de controlerend accountant erop toegezien dat de waardering van de materiele activa – in het bijzonder de fitnessapparatuur – niet alleen is toegestaan vanuit IFRS-regels, maar ook dat er door Basic-Fit voldoende toelichting wordt gegeven om een foute interpretatie te voorkomen?*

Ja

Antwoorden op de meer specifieke vragen

1. *Wanneer is de overeenkomst tussen Basic-Fit en haar leveranciers exact tot stand gekomen?*

De samenwerking met Matrix is tot stand gekomen in 2012 en met Technogym in 2002.

2. *Volgens het prospectus (pagina 139) waren de "netto-marketingkosten" in 2014 en 2015 respectievelijk 8,2 miljoen euro en 8,8 miljoen euro. Wat zouden de marketingkosten zijn geweest zonder de bijdragen van de leveranciers – dat wil zeggen de bruto-marketingkosten?*

Dit is voor ons en voor onze leveranciers commercieel gevoelige informatie die wij niet communiceren.

3. *Wat waren de marketingkosten van Basic-Fit, zowel inclusief als exclusief de bijdragen van leveranciers, over de eerste helft van 2016?*

Dit is voor ons en voor onze leveranciers commercieel gevoelige informatie die wij niet communiceren.

4. *Overweegt Basic-Fit beleggers in toekomstige financiële (kwartaal)rapportages inzicht te geven in de marketingbijdragen van leveranciers? Indien nee, welke reden(en) heeft Basic-Fit om deze informatie niet met beleggers te delen?*

Nee. Dit is voor ons en voor onze leveranciers commercieel gevoelige informatie die wij niet communiceren.

5. *Was de omgang van Basic-Fit inzake de met elkaar verbonden zijnde verwerking van marketingkosten en de balanswaardering voor de accountant een specifiek punt van aandacht bij zijn werkzaamheden in het kader van het prospectus en de halfjaarresultaten? Indien ja, kunt u een nadere inkleuring geven van de inhoud van de gesprekken die hierover hebben plaatsgevonden?*

Onze accountant heeft de jaarrekening goedgekeurd en daarbij aandacht besteed aan de manier waarop wij de marketingbijdrage verwerken in overeenstemming met IFRS-regelgeving. (verder geven zij geen details)

6. *De post "Property, Plant and Equipment" (PPE) bedroeg blijkens de halfjaarcijfers 283,2 miljoen euro (pagina 8). Welk deel van deze post bestaat uit de waardering van fitnessapparaten die in eigendom zijn?*

Van deze post PPE betreft €85.2 miljoen fitnessapparatuur en overige trainingsmaterialen. Hiervan is een significant deel fitnessapparatuur van Matrix en Technogym. Deze zijn allen in eigendom. Belangrijk is te begrijpen dat wij de apparaten op de balans zetten tegen aankoop prijs, dus na aftrek van de substantiële korting.

7. *Welk deel van de fitnessapparaten verantwoord onder PPE is door middel van een leaseconstructie tot stand gekomen? In het laatste geval gaat het om de contante waarde van de toekomstige (minimale) leasebetalingen.*

Met de herfinanciering ten tijde van de IPO hebben wij vrijwel alle leaseverplichtingen op apparatuur afgelost. We maken geen gebruik meer van leaseconstructies voor apparatuur.

8. *Op pagina 118 van het prospectus is de volgende zin opgenomen: "In each case, we recognise these contributions as reductions against our marketing expenses instead of recognising them as discounts to the purchase price of equipment from the relevant supplier." Wat wordt precies verstaan onder de "purchase price". In welk opzicht wijkt de "purchase price" af van de catalogusprijzen van Technogym en Matrix?*

De purchase price is de prijs waarvoor wij de apparaten, na aftrek van de korting, kopen. De kortingen die wij realiseren, doen zoals eerder aangegeven, recht aan onze positie en schaalgrootte in de fitness industrie.

9. *Wordt de fitnessapparatuur tegen de "purchase price" in de boeken verantwoord, of is sprake van een andere waarderingsgrondslag? In hoeverre is dit in overeenstemming met de gegeven toelichting op de verwerking van financial leases in de balans zoals vermeld op pagina F-39 in het prospectus: "Finance leases are capitalised at the lease's inception at the fair value of the leased property or, if lower, the present value of the minimum lease payments"?*

Ja, wij nemen fitnessapparatuur op tegen purchase price (prijs na korting). Zie ook het antwoord op vraag 8. Zoals bij antwoord 7 genoemd, maken wij geen gebruik meer van leaseconstructies voor apparatuur.

10. *Is de achterliggende systematiek van de afspraken omtrent de bijdragen van leveranciers door de tijd heen ongewijzigd, of is deze aan verandering onderhevig geweest? Hoe kunnen beleggers de impact van de afspraken op het ebitda-resultaat door de tijd heen kwantificeren.*

De afspraken zijn de afgelopen jaren ongewijzigd. De hoogte van de bijdragen communiceren wij niet, omdat dit voor ons en voor onze leveranciers commercieel gevoelige informatie is.

11. *Bijdragen schommelen afhankelijk van de behoefte van onze leveranciers ten aanzien van exposure en de piekmomenten in de marketingactiviteiten van Basic-Fit. Wat is, in het algemeen, de met leveranciers overeengekomen periode waarover bijdragen worden geleverd. Op welke wijze wordt de hoogte van de bijdragen vastgesteld, en in hoeverre schommelen deze bijdragen?*

In het prospectus wordt aangegeven dat de marketingbijdragen van leveranciers maandelijks worden vastgesteld op basis van de evaluatie van de marketingactiviteiten die hebben plaatsgevonden.

12. Kunt u inzicht geven in de omvang en het verloop van de geldstromen inzake de bijdragen in marketinguitgaven door leveranciers? In dit verband rijst de vraag ook of sprake is van een vordering van Basic-Fit op leveranciers?

Wij communiceren deze niet, omdat dit voor ons en voor onze leveranciers commercieel gevoelige informatie is. Er kan op enig moment uiteraard sprake zijn van een kortlopende vordering als een factuur inzake de marketing bijdrage nog niet betaald of er nog niet gefactureerd is.

13. Tijdens de analistenpresentatie over de tweede kwartaalcijfers meldde ceo René Moos dat de afschrijvingsmethodiek wordt aangepast. In plaats van een termijn van 6 jaar voor alle apparaten wordt nu een termijn gehanteerd van 4,5 jaar voor cardio-apparaten en tussen de 9 en 10 jaar voor krachtapparaten. Ook de restwaarde voor cardio-apparaten wordt aangepast. Wat was de aanleiding om de afschrijvingsmethodiek aan te passen? Zou nader toegelicht kunnen worden wat de impact van de nieuwe methodiek is op toekomstige afschrijvingen?

Wij passen de afschrijvingsmethodiek aan om deze beter in lijn te brengen met de feitelijke situatie, namelijk dat cardio apparatuur korter meegaat dan kracht apparatuur en dat ze een restwaarde hebben. Het resultaat zal zijn dat de afschrijvingen iets lager zullen zijn als percentage van de omzet en zal uitkomen binnen de aangegeven bandbreedte van 16%-17% van de omzet.

Wij vertrouwen erop u hiermee voldoende te hebben geïnformeerd.

Hoogachtend,

R.M. Moos
CEO