

windeln.de mit erfolgreichem ersten Halbjahr 2015

- **Umsatz legt im Halbjahresvergleich um 85 Prozent zu**
- **Bereinigte EBIT-Marge verbessert sich von -11,0 Prozent auf -5,3 Prozent**
- **Erfolgreiche Forcierung der europaweiten Expansion**

München, 27. August 2015. Die windeln.de AG, der führende auf Baby- und Kleinkinderprodukte spezialisierte Online-Händler in Europa, hat in den ersten sechs Monaten 2015 ein Umsatzwachstum von 85 Prozent erzielt und zugleich die Margen im operativen Geschäft maßgeblich verbessert. Die bereinigte EBIT-Marge lag mit -5,3 Prozent (Vorjahr - 11,0 %) auf Höhe der anspruchsvollen Erwartungen. Damit ist das Unternehmen auf einem guten Weg, auf Ganzjahressicht die Wachstums- und Ergebnisziele zu erreichen.

Hinter der erfolgreichen Entwicklung im ersten Halbjahr steht ein Zuwachs um rund 117 Tsd. aktive Kunden – bei gleichzeitigem Anstieg der Bestellungen und des Bestellwerts pro Kunde, sowie einer im Branchenvergleich nach wie vor sehr geringen Zahl von Retouren unter 10 Prozent.

Zum Umsatzwachstum leisteten alle bearbeiteten Märkte einen Beitrag, wobei das Geschäft in Europa überproportional um 88 Prozent zulegen konnte. Das größte Segment, windeln.de, steigerte den Umsatz um 80 Prozent auf 64 Millionen Euro; hiervon entfielen rund 41 Millionen Euro auf Kunden in China, wo der Anteil von Non-Food-Produkten weiter zulegen konnte. Der Online-Shopping Club windelbar erreichte mit 7,2 Millionen Euro ein Umsatzplus von 113 Prozent. Das Segment windeln.ch wuchs um 124 Prozent auf 3,4 Millionen Euro. Der kürzlich übernommene Online-Shop feedo wird ab dem zweiten Halbjahr zur Umsatzentwicklung beitragen.

„windeln.de steht für beides: organisches und akquisitives Wachstum“, sagt Alexander Brand, Mitgründer und Vorstandsmitglied des Unternehmens. „Das dynamische organische Wachstum in unseren Kernmärkten erhält laufend neue Impulse durch gezieltes Marketing, die Erschließung neuer Märkte und den Ausbau unserer Produktpalette. Zusätzlich nutzen wir über den Erwerb attraktiver Online-Shops mit großer Geschwindigkeit das Potenzial weiterer europäischer Länder.“

Profitabilität deutlich verbessert

Das Bruttoergebnis vom Umsatz des Konzerns kletterte auf 19,6 Millionen Euro. Dies entspricht einer Bruttomarge von 26,2 Prozent (H1 2014: 9,2 Millionen Euro oder 22,7 Prozent). Der Anstieg spiegelt sowohl die systematische Erweiterung des Produktportfolios um margenstärkere Produkte als auch verbesserte Einkaufskonditionen wider.

Die bereinigte EBIT Marge¹ lag mit -5,3 Prozent deutlich über dem Vorjahreswert (-11,0 Prozent) und hat sich auch im absoluten Vergleich verbessert. Dabei standen den durch Skaleneffekte anteilig gesunkenen Vertriebskosten höhere Marketingaufwendungen gegenüber, die vor allem auf eine im zweiten Quartal gestartete TV-Kampagne zum Ausbau der Markenbekanntheit zurückgehen. Nur noch 15,0 Prozent des Umsatzes (H1 2014: 16,6 Prozent) entfielen im Berichtszeitraum auf sonstige Verwaltungskosten, obwohl im zweiten Quartal Mehrkosten im Zuge der Börsennotierung sowie des Markteintritts in Italien zu bewältigen waren.

Das Segment windeln.de, das im Vorjahr nur knapp ausgeglichen abgeschlossen hatte, erreichte mit 5,2 Prozent eine deutlich positive bereinigte EBIT-Marge. Zur Jahresmitte summierte sich die Liquiditätsposition des Konzerns auf komfortable 122,6 Millionen Euro. „Der insgesamt überschaubare Cashbedarf aus dem operativen Geschäft gibt uns

ausreichend Spielraum für weitere Wachstumsinvestitionen“, betont Konstantin Urban, Vorstandsmitglied und Mitgründer von windeln.de. „So können wir nach dem Erwerb von feedo und bebitus und dem Markteintritt in Italien weitere europäische Länder ins Auge fassen und ein flächendeckendes Angebot in Kontinentaleuropa schaffen.“

Bestätigung der Prognosen

Für das Gesamtjahr 2015 erwartet windeln.de, auch unter Berücksichtigung einer saisonalen Abschwächung in den Sommermonaten in Europa und China, in den bisherigen Kernmärkten weiterhin einen Umsatzanstieg um ca. 70 Prozent gegenüber 101 Millionen Euro im Vorjahr. Der erwartete zusätzliche anteilige Umsatzbeitrag aus Unternehmenserwerben und der Neugründung von pannolini.it in Italien wird ca. 10 Millionen Euro Umsatz für 2015 betragen.

Auch nach Einbeziehung der neuen Gesellschaften, deren Marge noch nicht ganz an das bisherige Konzernniveau heranreicht, strebt windeln.de für das Gesamtjahr unverändert eine Bruttomarge von rund 25 Prozent in 2015 an (2014: 23 Prozent). Auf dieser Basis soll eine bereinigte EBIT-Marge von -6 bis -8 Prozent erreicht werden.

Übersicht der Zahlen für das erste Halbjahr¹

(in Mio. Euro)	H1 2015	H1 2014	Q2 2015	Q2 2014
Umsatzerlöse	75,0	40,6	39,4	21,6
	Umsatzerlöse nach Geschäftsbereichen			
windeln.de	64,4	35,7	33,7	19,0
windelbar	7,2	3,4	3,7	1,7
windeln.ch	3,4	1,5	1,9	0,8
	Umsatzerlöse nach Regionen			
DACH-Region	32,5	17,3	17,1	9,2
China	41,1	22,6	21,5	12,0
Sonstige / Restliches Europa	1,4	0,7	0,8	0,3
	Bruttoergebnis v. Umsatz			
	19,6	9,2	10,5	4,8
<i>in % vom Umsatz</i>	26,2 %	22,7 %	26,6 %	22,2 %
	Bereinigtes EBIT			
	-4,0	-4,5	-2,7	-2,4
<i>in % vom Umsatz</i>	-5,3 %	-11,0 %	-6,8 %	-11,0 %

EBIT Beitrag, bereinigt nach Geschäftsbereichen				
windeln.de	3,4	-0,02	1,7	-0,2
<i>in % vom Umsatz</i>	5,2 %	-0,1 %	5,0 %	-0,8 %
windelbar	-2,4	-0,9	-1,6	-0,5
<i>in % vom Umsatz</i>	-32,9 %	-26,6 %	-43,6 %	-30,3 %
windeln.ch	-1,0	-1,1	-0,5	-0,5
<i>in % vom Umsatz</i>	-31,3 %	-70,1 %	-26,4 %	-68,3 %

¹ Bereinigtes EBIT vor Aufwendungen aus anteilsbasierter Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente, IPO Kosten und Kosten für Akquisitionen, Integration und Expansion.

Pressekontakt

Amelie Heinz

Telefon: +49 (89) 41 61 71 52 75

E-Mail: presse@windeln.de

Über windeln.de

windeln.de ist einer der führenden reinen Onlinehändler für Baby- und Kinderprodukte in Deutschland, Österreich, der Schweiz und der Tschechischen Republik. Das Geschäft in der Slowakei und Polen sowie in Italien befindet sich derzeit im Aufbau. Darüber hinaus betreibt das Unternehmen ein erfolgreiches e-Commerce-Geschäft mit Baby- und Kleinkinderprodukten für Kunden in China. windeln.de bietet mehr als 100.000 Produkte von rund 1.000 Marken an, die größtenteils unter eigener Marke und darüber hinaus über das Portal feedo sowie dem Online-Shopping-Club windelbar vertrieben werden. Das Spektrum reicht von Windeln und Babynahrung über Kindermöbel, Spielzeug, Kleidung bis hin zu Kinderwagen und Autokindersitzen. windeln.de wurde im Oktober 2010 gegründet und beschäftigt aktuell mehr als 400 Mitarbeiter. Seit dem 6. Mai 2015 ist windeln.de im Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse notiert.

Weitere Informationen finden Sie unter <http://corporate.windeln.de>.