



Hauptversammlung windeln.de SE

6. Juni 2019



Wesentliche Entwicklungen in 2018

Matthias Peuckert



2018 war ein Jahr der Restrukturierung und der Veränderung. In 2019 wollen wir uns auf nachhaltiges und profitables Wachstum fokussieren



Phase 1: Transformation

2018

Synergien nutzen

Effizienz steigern

Kosten sparen

Phase 2: Wachstum

2019/
2020

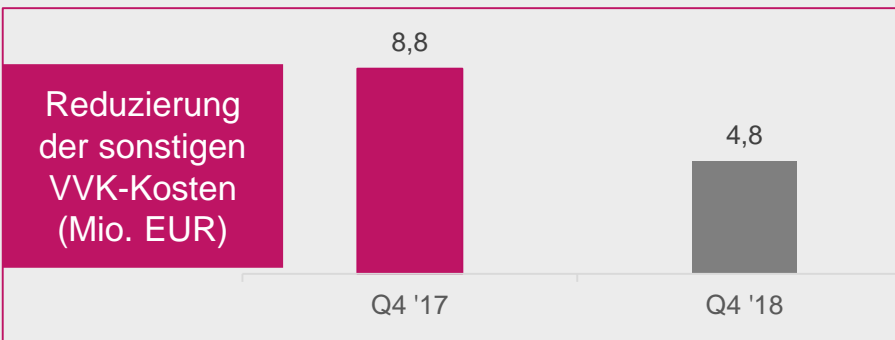
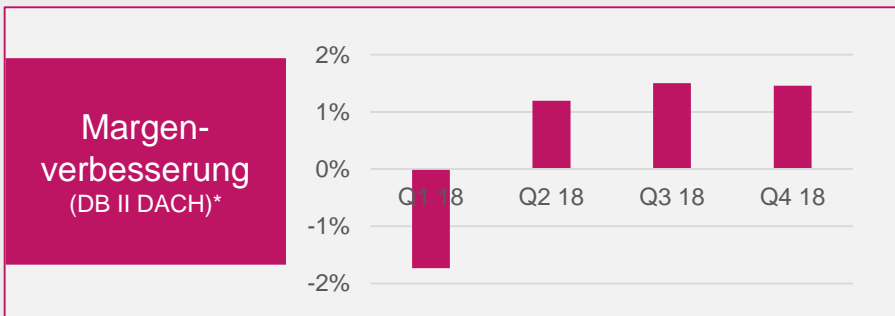
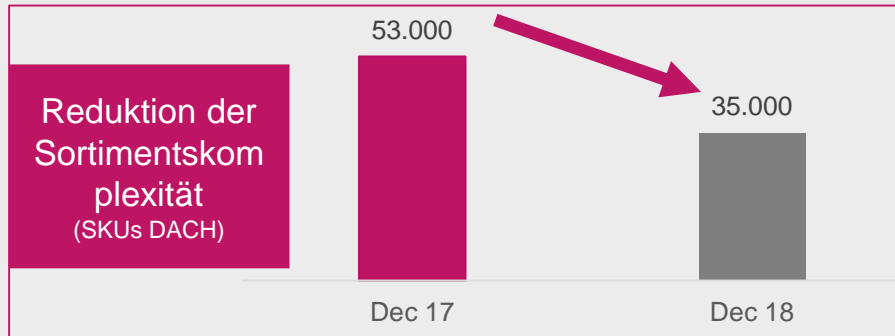
- Erkundung neuer Wachstumsbereiche (z.B. neue Produktkategorien und Kanäle)
- Erhöhung des Anteils an Spezialprodukten
- Schaffung eines neuen Einkaufserlebnisses für junge Familien
- Partnerschaft mit allen relevanten Marken und Dienstleistern
- Mehr Services:
 - Hebammenunterstützung
 - Inhalt von Experten, z.B. Ärzte und Influencer

2022

Vision
2022

Führender Onlineshop für junge Familien zu sein,
der auf informativen und emotionalen Inhalten aufbaut

Wichtige Themen in 2018 – Europa



Verbesserung des Einkaufserlebnisses

- Personalisierte Produktangebote (z.B. Schwangerschaftskalender und Storchenbox)
- Neue Suchfunktion implementiert
- Neuer Check-Out-Prozess

Kategorieerweiterung

- Erweiterung des Kundenlebenszyklus und Warenkorbs durch die Einführung neuer Kategorien (Nahrungsergänzungsmittel, Drogerie- und Partnerschaftsartikel)

Einführung des dynamischen Pricing-Tools

- Preisüberwachung & -abgleich
- Definierte Margenuntergrenzen
- Maßgeschneiderte Preisstrategien für Kategorien

Fokus auf Profitabilität

- Veräußerung von Feedo im August 2018
- Schließung von pannolini.it (Büro und Lager) im Februar 2018

Wechsel im Management

- Reduzierung von vier auf zwei Vorstände in Deutschland
- Deutliche Reduzierung des Senior Management Teams

* Deckungsbeitrag II: Bruttogewinnmarge abzüglich Logistikkosten inkl. Werbekostenzuschüsse und vor Retouren.

Update: Fortschritte bei der Rohertragsmarge und operativen Verbesserungen in DACH-Region und Bebitus



Fokus Europa 2019: Steigerung von Bruttogewinn und Deckungsbeitrag

Update 2019

DACH

- Pricing tool Omnia eingeführt
- Neuer Zahlungsanbieter Afterpay
- Storch in Logo auf "Ellie" getauft → Kundenkommunikationstool
- „Storchentreff“ Facebook Gruppe eingeführt

Verbesserung der DB 2 Marge um +6% im Jahresvergleich

BEBITUS

- Neuer Leiter Bebitus (Santiago Jocano) seit März 2019
- Fokus auf Werbekostenzuschüsse für Promotionen
- Einführung von Dynamic Yield Produktempfehlungen
- Schwangerschaftskalender live in Portugal und Frankreich

Wichtige Themen in 2018– China



Herausforderndes Marktumfeld in China in 2018 führte zu einem geringeren Deckungsbeitrag

Überangebot	<ul style="list-style-type: none"> • Produktionsüberangebot Q1/2018 • Überangebot dauerte bis Q3/2018 • Hoher Druck auf die Verkaufspreise 	Einführung der China iOS App	<ul style="list-style-type: none"> • Verfügbar seit 1. August 2018 • Neue Tools: spezielle Kategoriennavigation, Sortierfunktionen und Promotions-Funktionalitäten
Zollabfertigung	<ul style="list-style-type: none"> • Änderungen in Zollvorschriften • Sehr strenge Kontrollen im zweiten Quartal • Lösung: 5-Häfen-Strategie 	Kategorieerweiterung um europäische Qualitätsprodukte	<ul style="list-style-type: none"> • Nutzung bestehender Kundenbeziehungen durch Hinzufügen weiterer hochwertiger europäischer Familienprodukte, einschließlich strat. Partnerschaften
Produkt-Relaunch IMF	<ul style="list-style-type: none"> • Aptamil Profutura und Pronutra Advance • Relaunch am 19. September 2018 	Verbesserung des Einkaufserlebnisses	<ul style="list-style-type: none"> • Permanentes Bonded Warehouse beschleunigt die Lieferzeiten und senkt die Versandkosten für die Kunden • Verbesserte Kundenservice-Tools

2019 Update: Wir sehen nach wie vor starkes Wachstumspotenzial für das China-Geschäft und wollen unsere lokale Präsenz dafür ausbauen



Fokus China 2019: Erweiterung von Vertriebskanälen und Produktkategorien

Update 2019

- Neue asiatische Investoren durch Kapitalerhöhung an Bord
- Erweiterung des lokalen Teams in Shanghai für chinesisches Geschäft → Ernennung eines weiteren Vorstandsmitglieds
- Neues Verpackungskonzept (Einsparung ca. EUR ~100,000 p.a.)



Zweites Zolllager – niedrigere Kosten und schnellere Lieferzeiten

Weiterer Vertriebskanal Kaola

Neue Produktkategorien

Steigerung der grenzüberschreitenden Bestellwertschwellen

Erholung der Nachfrage nach Milchpulver



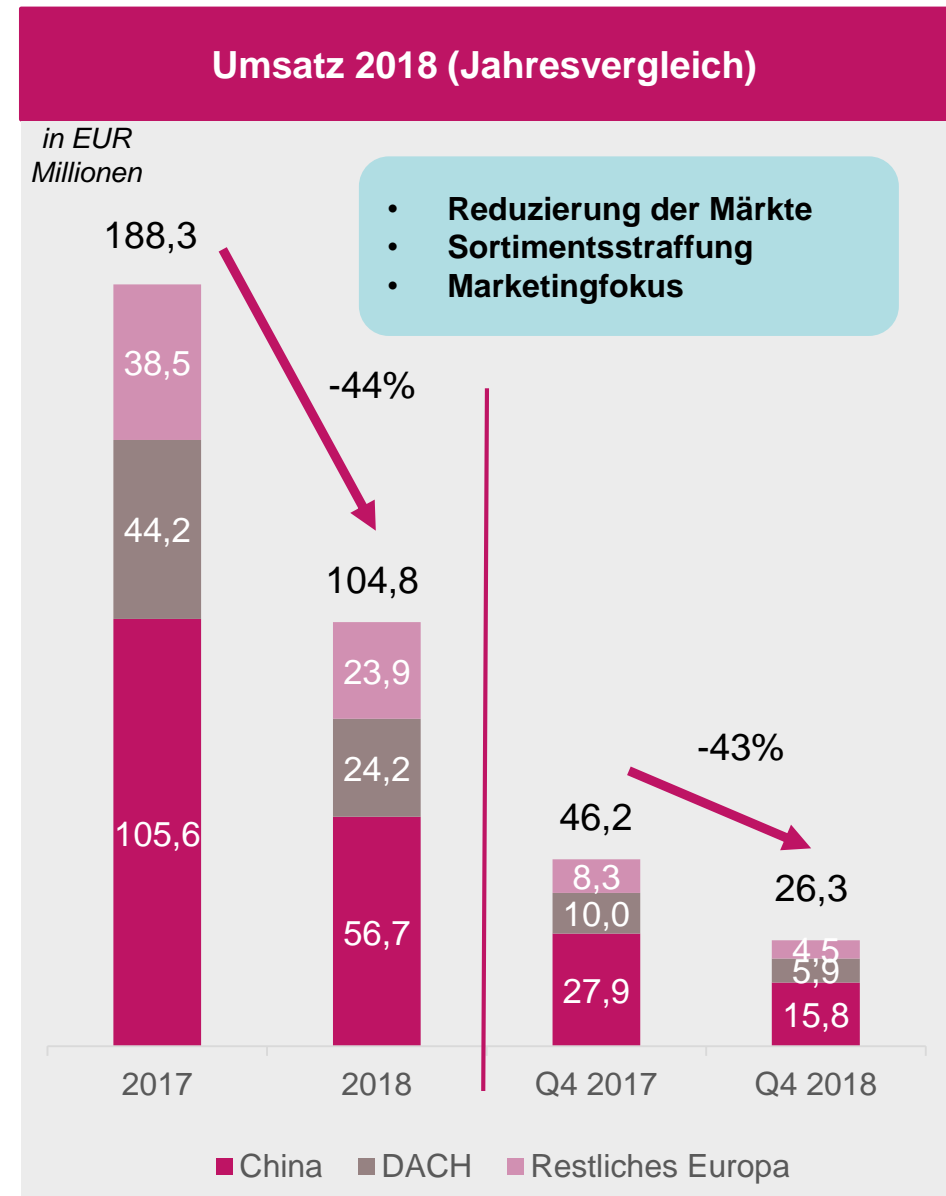
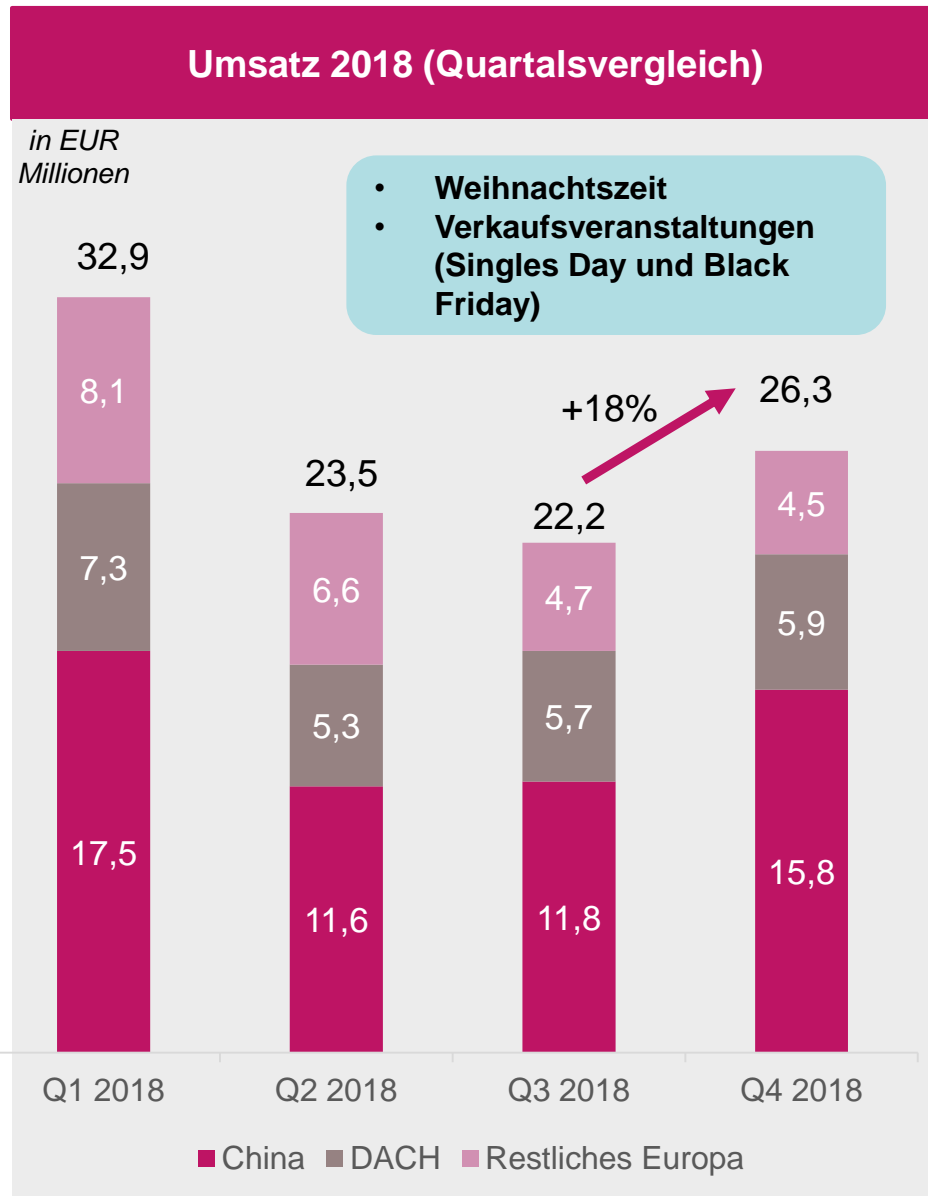


Finanzielle Entwicklung und Ausblick

Dr. Nikolaus Weinberger



In Q4 2018 gab es wieder eine positive Umsatzentwicklung nach dem Restrukturierungsjahr

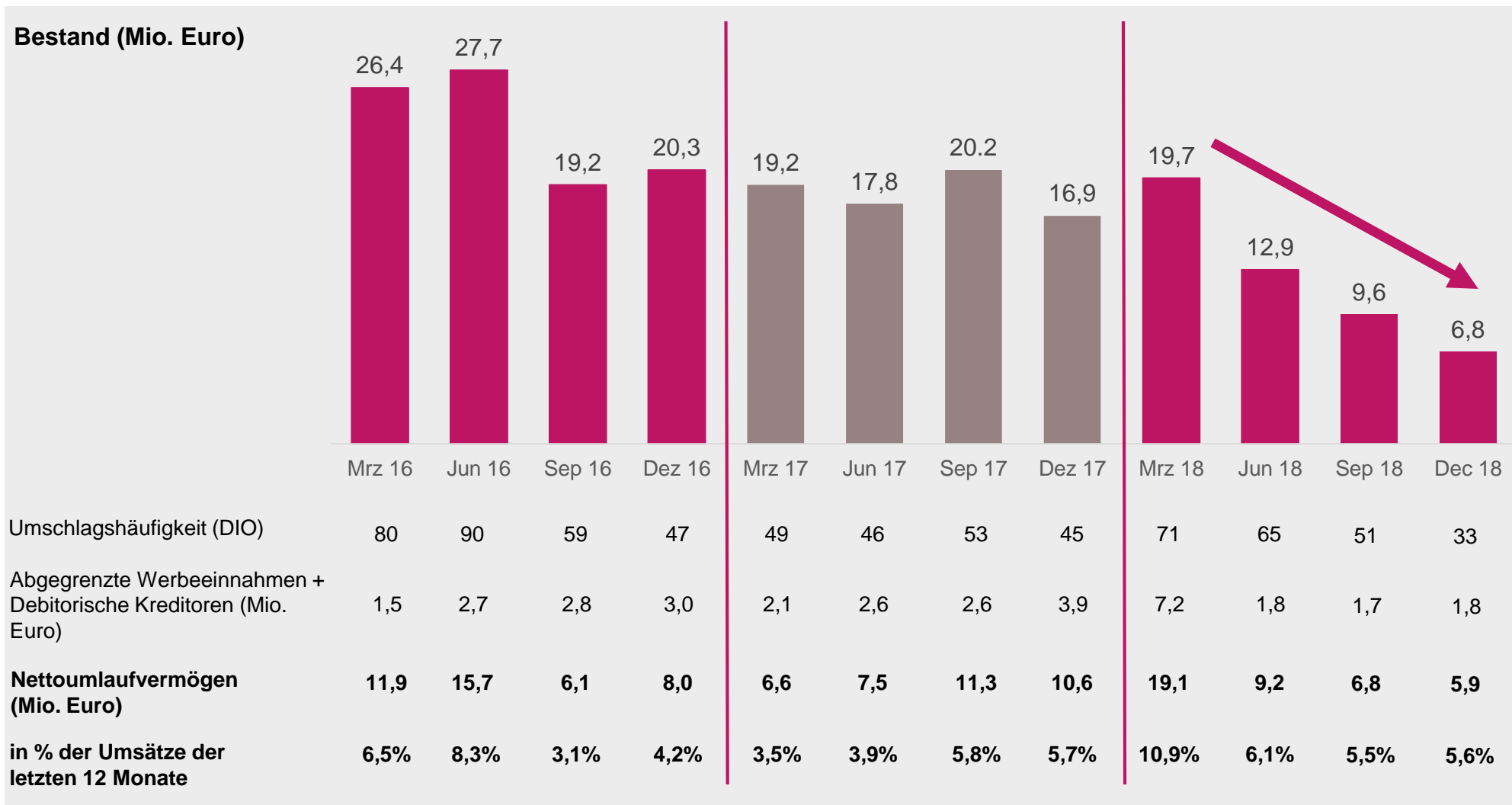


Finanzkennzahlen in Q4 verbessert

	Mio. Euro % von Umsatz	2017	Q1 2018	Q2 2018	Q3 2018	Q4 2018	2018
Variable Kosten	Umsätze	188,3	32,8	23,5	22,2	26,3	104,8
	Bruttoertrag	25,6%	24,7%	24,0%	22,4%	27,7%	24,8%
	Logistik- und Versandkosten	(14,9)%	(15,9)%	(19,7)%	(15,8)%	(14,0)%	(16,3)%
	Marketingkosten	(4,8)%	(4,6)%	(4,6)%	(4,8)%	(5,1)%	(4,8)%
	Deckungsbeitrag	11,0	1,3	(0,1)	0,4	2,3	3,9
	Deckungsbeitrag	5,8%	4,1%	(0,2)%	1,8%	8,7%	3,8%
Allgemein- kosten	Sonstige Vertriebs- und Verwaltungskosten ⁴	(32,3)	(6,5)	(5,8)	(5,3)	(4,8)	(22,5)
	Sonstige Vertriebs- und Verwaltungskosten	(17,1)%	(20,3)%	(24,6)%	(24,0)%	(18,3)%	(21,6)%
Operatives Ergebnis	Bereinigtes EBIT	(21,3)	(5,2)	(5,9)	(4,9)	(2,5)	(18,5)
	<i>inkl. Feedo</i>	(24,9)	(5,9)	(6,8)	(5,1)	(2,5)	(20,4)
	Bereinigte EBIT-Marge	(11,3)%	(16,2)%	(24,9)%	(22,2)%	(9,7)%	(17,8)%
Cash	Liquidität	29,0	14,2	16,9	12,8	11,1	11,1

Restrukturierung →

Nettoumlaufvermögen wurde deutlich reduziert



Anmerkung: Nettoumlaufvermögen. Definiert als Vorräte, Vorauszahlungen auf Vorräte, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, abgegrenzte Werbekostenzuschüsse, debitorische Kreditoren, Nettoumsatzsteuerforderungen bzw. -verbindlichkeit abzüglich Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und abgeerhaltene Anzahlungen. Nur fortzuführende Geschäftstätigkeiten (ohne Feedo Gruppe)

Wir haben erfolgreich eine Kapitalerhöhung zur Finanzierung der weiteren Unternehmensentwicklung durchgeführt



Transaktions- details

- 6.850.023 Neue Aktien
- Zwei neue Investoren aus dem asiatischen Raum zeichneten 4,5 Millionen Aktien
- Bruttoerlös: 10,1 Mio. Euro
- Gesamtzahl der Aktien nach der Kapitalerhöhung: 9.963.670
- Eintragung der Kapitalerhöhung am 14. März 2019

Verwendung der Einnahmen

Wachstum in China

- Zweites Zolllager
- Kanal-/Plattformerweiterung
- Kategorieerweiterung
- Kooperationen mit anderen deutschen Qualitätsmarken
- Organisches Wachstum in weiteren Märkten
- Nettoumlaufvermögen

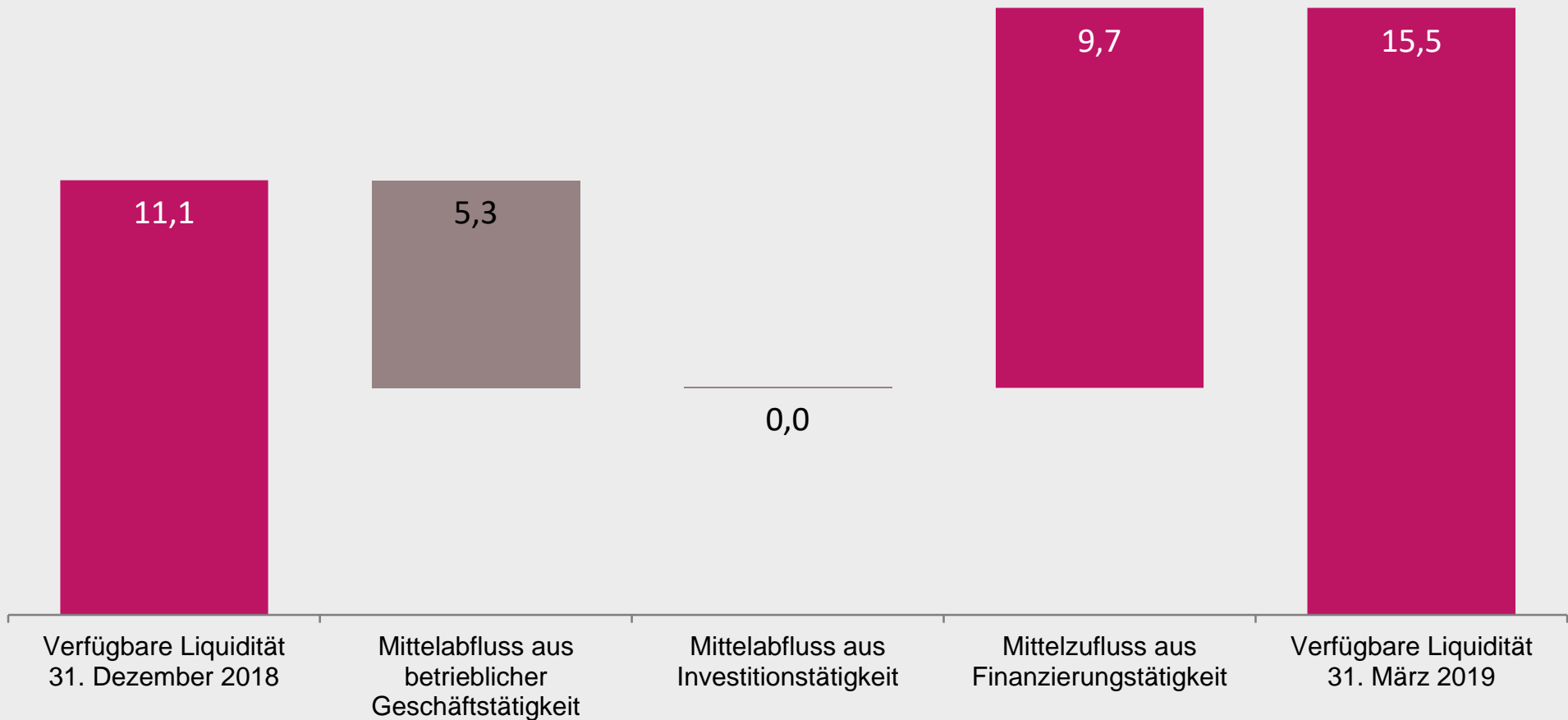
Restrukturierung abschließen

- Sortimentsoptimierung
- Lagerumzug
- Stärkung des Direktverkehrs
- Intensivierung Social Media Marketing

Durch die Kapitalerhöhung konnten wir die Liquiditätsposition im ersten Quartal 2019 deutlich stärken



in Mio. Euro



Durch die Kapitalerhöhung haben wir auch asiatische Investoren an Bord geholt, die das chinesische Geschäft unterstützen werden

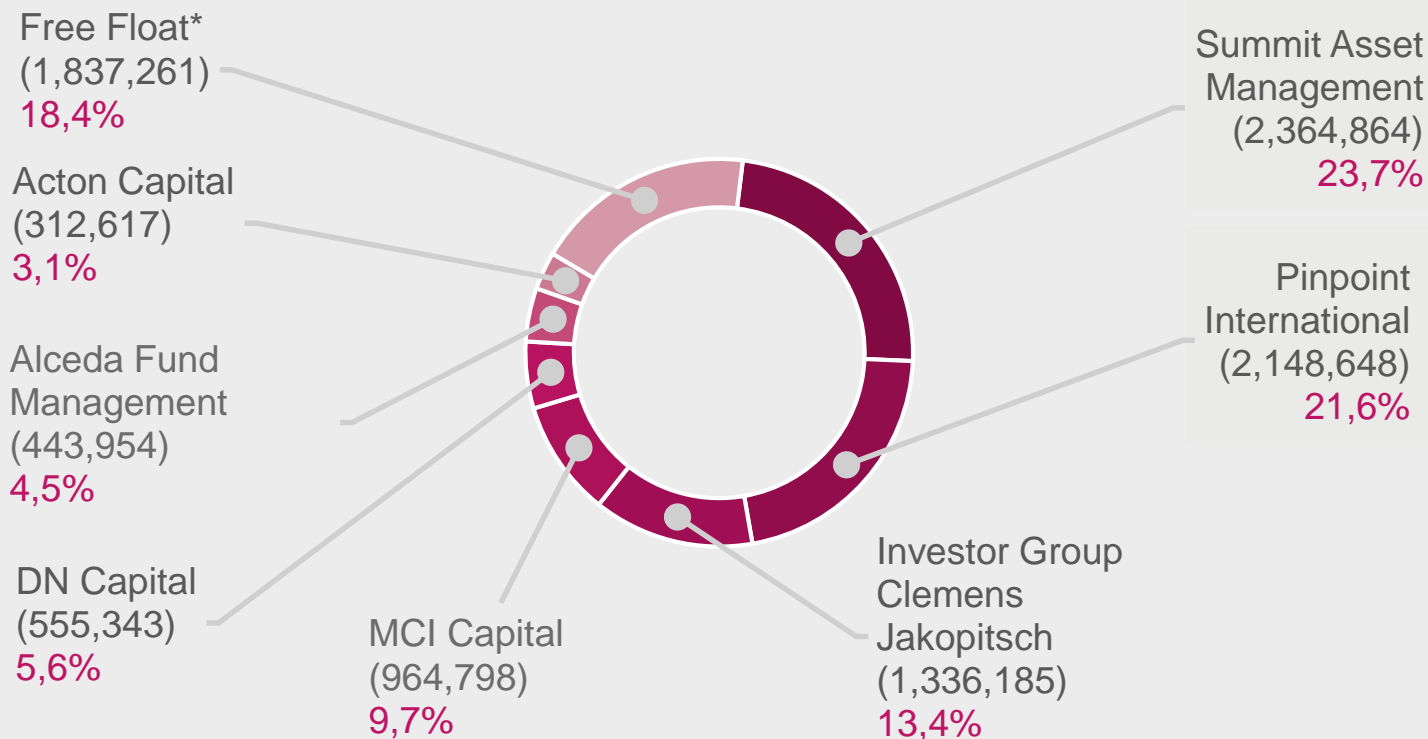


Bruttoemissionserlös
10,1 Mio. Euro

6.850.023 ausgegebene Aktien
@ 1,48 Euro

Neue Aktien am 14. Mai zum Handel zugelassen und am 15. Mai 2019 mit den alten Aktien verschmolzen

Neue Aktionärsstruktur (ISIN DE000WNDL193)

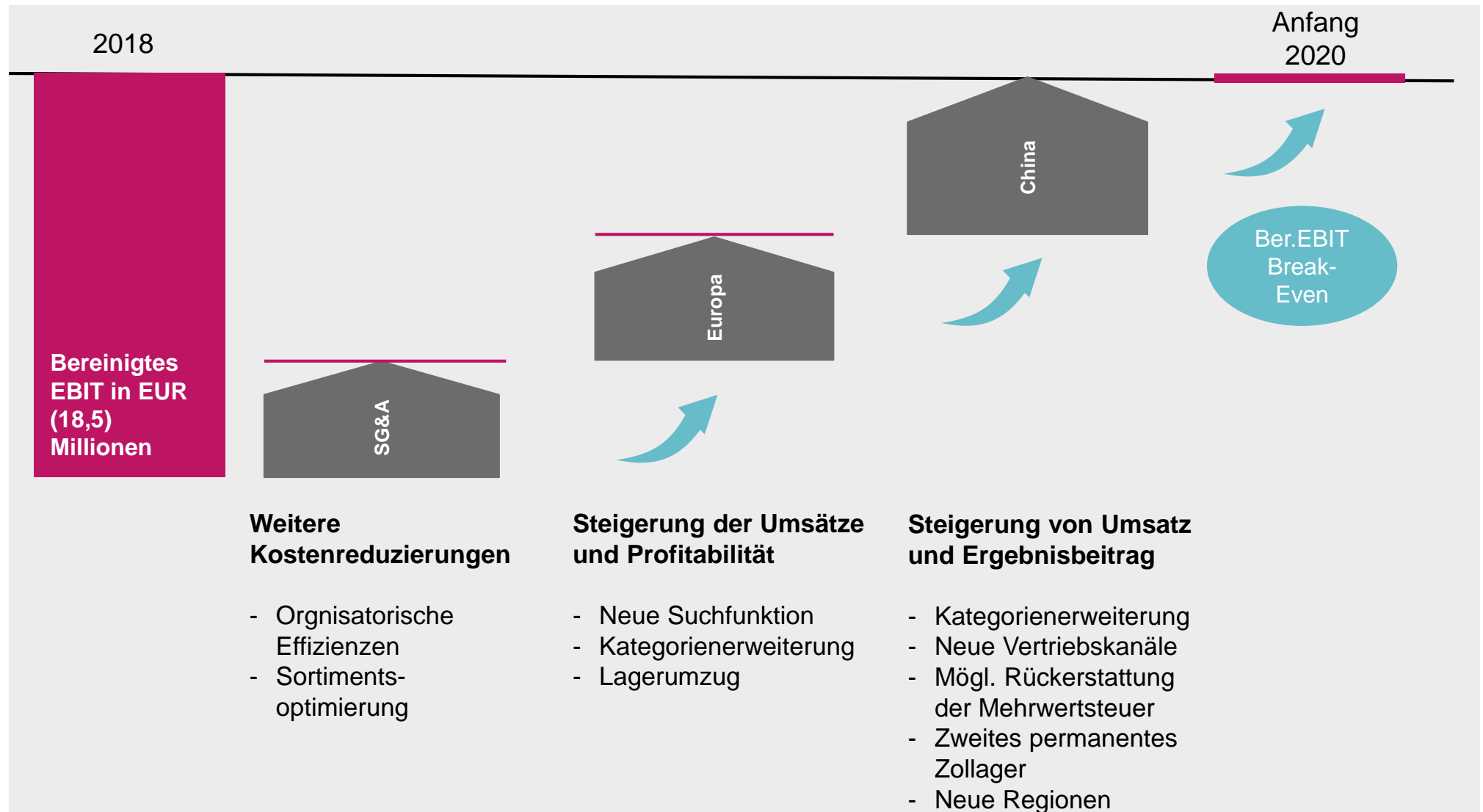


As of May, 2019

Disclaimer:

Die oben dargestellte Aktionärsstruktur basiert auf den veröffentlichten Stimmrechtsmitteilungen und Unternehmensinformationen. Die windeln.de SE übernimmt keine Gewähr für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der Angaben. Gesamtzahl der Aktien: 9.963.670* Streubesitz definiert als alle Anteilseigner unter drei Prozent.

Unser Ziel ist es, Anfang nächsten Jahres Break-Even auf Basis des bereinigten EBIT zu erreichen



Ausblick 2019



Operativ

- Expansion auf dem chinesischen Markt mit Unterstützung asiatischer Investoren (neue Plattformen, neue Kategorien, neue Partner)
- Ausbau des Kundenangebots, Steigerung der Bruttomarge

Finanziell

- Deutliches Umsatzwachstum im Vergleich zu 2018
- Deutliche Verbesserung des operativen Deckungsbeitrags
- Weitere Verbesserung des bereinigten EBIT
- Deutliche Reduzierung des Mittelabflusses (trotz moderatem Anstieg des Nettoumlaufvermögens)



Break-Even auf Basis des bereinigten EBIT Anfang 2020



Fragen

