

windeln.de mit Fokus auf strukturellen Verbesserungen im ersten Quartal 2017

- **Erstes Quartal 2017 mit Umsatz in Höhe von 51,9 Mio. Euro**
- **Segment „International Shops“ Wachstumstreiber mit 35,6% Umsatzanstieg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum, China Umsatz ebenfalls erhöht**
- **Neues Shopsystem für deutschen Shop und starker Ertragsfokus; Kundenservice erfolgreich verlagert**
- **Profitabilität auf Basis bereinigten EBIT im Vergleich zum ersten Quartal 2016 auf gleichem Niveau, starke Verbesserung bei Segment International Shops**
- **Negativer operativer Cash-Flow von -7,1 Mio. Euro im ersten Quartal nach -9,6 Mio. Euro im vierten Quartal 2016**

München, 9. Mai 2017: windeln.de SE, einer der führenden Online-Händler für Baby- und Kleinkinderprodukte in Europa und für Kunden in China, hat im ersten Quartal 2017 einen Umsatz in Höhe von 51,9 Mio. Euro erzielt. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum entspricht dies einer Steigerung um 10,3% (Q1 2016: 47,0 Mio. Euro).

Internationaler Wachstumstrend setzt sich fort, Ertragsfokus in Deutschland

Der Umsatz des Segments German Shop, der die Umsätze an chinesische Kunden beinhaltet, belief sich in den ersten drei Monaten auf 35,3 Mio. Euro (Q1 2016: 34,8 Mio. Euro).

Der darin enthaltene China Umsatz konnte im Vergleich zum ersten Quartal 2016 um 8,6% auf nunmehr 23,6 Mio. Euro gesteigert werden. Aufgrund des starken Jahresendgeschäfts ist der China Umsatz des ersten Quartals 2017 im Vergleich zum vierten Quartal 2016, wie auch in den Vorjahren, niedriger. Dies ist ähnlich wie in Europa. Um den Service für die Kunden in China zu verbessern und Kosten zu senken, arbeitet windeln.de seit dem Ende des ersten Quartals zusätzlich mit dem niederländischen Versanddienstleister PostNL zusammen. Des Weiteren wurde die in Asien sehr populäre Zahlungsmethode Unionpay eingeführt und auch ein eigenes Büro in Shanghai eröffnet. „Die physische Präsenz vor Ort bietet uns vielfältige Vorteile: Wir sind näher an unseren Kunden und können Entwicklungen sowie unseren Wettbewerb genauer beobachten. Insgesamt sehe ich uns in China auf dem richtigen Weg. Dies belegt auch die Auszeichnung von windeln.de als *beliebteste ausländische Marke*, die uns bei der Tmall Global Preisverleihung der Alibaba Gruppe im April verliehen wurde“, führt Konstantin Urban, Gründer und Vorstandsmitglied von windeln.de, aus.

Die Umsätze für die DACH Region betragen in den ersten drei Monaten 13,3 Mio. Euro (Q1 2016: 14,3 Mio. Euro), was einer Reduktion von 6,6% entspricht. Der Grund dafür liegt in dem Fokus auf Profitabilität und der damit in 2016 vorgenommenen Reduktion an Produkten sowie geringeren Marketingausgaben (Q1 2017: 1,3 Mio. Euro gegenüber 1,8 Mio. Euro in Q1 2016 was einer Reduktion von -24% entspricht). Im ersten Quartal wurde auch der deutsche Online Shop auf das gruppenweite, neue IT Shopsystem umgestellt, was windeln.de Kunden über Responsive Design eine optimierte Shop Nutzung unabhängig vom Endgerät ermöglicht. Die Vereinheitlichung des Shop-Systems führt innerhalb von windeln.de zu nachhaltigen Effizienzvorteilen. Konstantin Urban setzt

fort: „Wir haben in unserem deutschsprachigen Heimatmarkt die Shop-Infrastruktur und das Produktsortiment deutlich weiterentwickelt. Die Fokussierung auf Profitabilität steht dabei für uns an erster Stelle. So haben wir beispielsweise unseren Kundenservice komplett nach Ungarn verlagert und die zusätzliche Eigenmarke Avani in den Markt eingeführt.“ In Q1 2017 führte die Verlagerung des Kundenservices von Deutschland nach Ungarn allerdings zu Mehrkosten, da der Kundenservice in Deutschland bis Ende April 2017 parallel betrieben wurde, um mögliche Migrationsrisiken zu minimieren.

Der Umsatzbeitrag des Segments International Shops, das die Aktivitäten im europäischen Ausland (feedo, bebitus, pannolini.it und windeln.ch) beinhaltet, hat sich mit 16,6 Mio. Euro im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 35,6% weiter deutlich erhöht (Q1 2016: 12,2 Mio. Euro). Damit stammten bereits 32% der Umsätze auf Gruppenebene aus den europäischen Ländern nach 27% im vierten Quartal 2016 sowie 26% in den ersten drei Monaten 2016. Alexander Brand, Gründer und Vorstandsmitglied von windeln.de: „Wir sind mit der Umsatz- und Margenentwicklung unseres internationalen europäischen Geschäfts sehr zufrieden. Auch machen wir gute Fortschritte in Bezug auf die Integration.“

Bereinigte EBIT-Marge auf ähnlichem Niveau wie Q1 2016

Das bereinigte EBIT lag im ersten Quartal 2017 bei -7,2 Mio. Euro, die bereinigte EBIT-Marge bei -14,0% nach -13,8% im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Dabei ist hervorzuheben, dass sich insbesondere das Segment International Shops auch ertragsseitig sehr gut entwickelte. Eine strukturelle Verbesserung sieht man auch an der Reduktion der sonstigen Vertriebs- und Verwaltungskosten in der Gruppe trotz des Mehraufwands für den temporären Parallelbetrieb des Kundenservices. Diese beliefen sich im Verhältnis zum Konzernumsatz auf 15,8%, nachdem sie im ersten Quartal 2016 noch 16,5% ausmachten. Ein höherer Anteil an niedrig-margigen Verbrauchsgüterprodukten hat zu geringeren Rohertragsmargen geführt, die teilweise jedoch durch niedrigere Marketing- und Fulfilmentkosten kompensiert wurden. Die für die Unternehmenssteuerung wichtige Kennzahl des operativen Deckungsbeitrags (Differenz aus Rohertrag und Aufwendungen für Marketing und Fulfilment) bleibt im ersten Quartal 2017 im Vergleich zum vierten Quartal 2016 im Verhältnis zum Konzernumsatz konstant bei 1,9% (Q1 2016: 2,8%).

Das im Jahresvergleich stark verbesserte Nettoumlaufvermögen lag zum Stichtag 31. März 2017 bei ca. 6,7 Mio. Euro (Q1 2016: 15,1 Mio. Euro). Ursächlich hierfür war in erster Linie die Verringerung der Lagerbestände im Laufe des Jahres 2016, die eng mit der Aufgabe des Geschäftssegments Shopping Clubs in Verbindung steht. Die liquiden Mittel (einschließlich Termingelder) der windeln.de beliefen sich zum 31. März 2017 auf rund 48 Mio. Euro.

CFO Dr. Nikolaus Weinberger erklärt: „Die Entwicklung des bereinigten EBITs im ersten Quartal liegt im Rahmen unserer Erwartungen. Wir sind dabei die im letzten Jahr angekündigten Maßnahmen zur Verbesserung der Kosten- und Margenpositionen umzusetzen. Wir machen guten Fortschritt und werden daraus positive Effekte über die Zeit erzielen. Wir sind auf unser Ziel fokussiert, im Laufe des Jahres 2019 auf Basis des bereinigten EBIT den Break-even zu erreichen.“

Ausgewählte Kennzahlen zum ersten Quartal 2017 (ohne den aufgegebenen Geschäftsbereich Shopping Clubs)

| | Q1 2017 | Q1 2016 |
|-------------------------------|---------|---------|
| Umsatzerlöse (Mio. Euro) | 51,9 | 47,0 |
| Deutscher Shop | 35,3 | 34,8 |
| Internationale Shops | 16,6 | 12,2 |
| Deckungsbeitrag (Mio. Euro) | 1,0 | 1,3 |
| <i>in % vom Umsatz</i> | 1,9% | 2,8% |
| Bereinigtes EBIT (Mio. Euro) | -7,2 | -6,5 |
| <i>in % vom Umsatz</i> | -14,0% | -13,8% |
| Deutscher Shop | -1,2 | -0,2 |
| <i>in % vom Umsatz</i> | -3,3% | -0,7% |
| Internationale Shops | -2,4 | -2,9 |
| <i>in % vom Umsatz</i> | -14,3% | -23,7% |
| Überleitung ber. Konzern-EBIT | -3,7 | -3,4 |

Corporate Communications

Judith Buchholz

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

E-Mail: investor.relations@windeln.de

Über windeln.de

windeln.de ist einer der führenden Online-Händler für Baby- und Kleinkinderprodukte in Europa. Die windeln.de-Shops sind lokal auf die Bedürfnisse der Kunden in 10 europäischen Ländern zugeschnitten: Deutschland, Österreich, Schweiz, Tschechien, Polen, Slowakei, Spanien, Portugal, Frankreich und Italien. Darüber hinaus betreibt das Unternehmen ein erfolgreiches E-Commerce Geschäft mit Baby- und Kleinkinderprodukten für Kunden in China. Das breite Produktsortiment reicht von Windeln und Babynahrung über Kindermöbel, Spielzeug und Kleidung bis hin zu Kinderwagen und Autokindersitzen. windeln.de wurde im Oktober 2010 gegründet und beschäftigt aktuell mehr als 500 Mitarbeiter in Deutschland und im Ausland. Seit dem 6. Mai 2015 ist windeln.de im Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse notiert. Weitere Informationen finden Sie unter <http://corporate.windeln.de>.

windeln.de Shops: www.windeln.de, www.nakiki.de, www.windeln.ch, www.kindertraum.ch, www.toys.ch, www.pannolini.it, www.feedo.cz, www.feedo.sk, www.feedo.pl, www.bebitus.es, www.bebitus.pt, www.bebitus.fr, www.windeln.com.cn, windeln.de.tmall.hk