

windeln.de veröffentlicht H1 2018-Ergebnisse: Fortschritte bei Restrukturierung, schwächeres Marktumfeld in China

- **H1-Umsatz 56,4 Mio. Euro (Q2 2018: 23,5 Mio. Euro) und H1 bereinigtes EBIT -11,1 Mio. Euro (Q2 2018: -5,9 Mio. Euro); niedrigere Umsätze aufgrund schwacher Nachfrage in China**
- **Gute Fortschritte bei Konzernrestrukturierung mit Margenverbesserung in europäischen Shops, Senkung der Vertriebs- und Verwaltungskosten sowie Verkauf von Feedo**
- **Nettoumlaufvermögen und Liquiditätsposition gegenüber dem Vorquartal verbessert; verfügbare Liquidität von 17,1 Mio. Euro zum 30. Juni 2018**
- **Ziel, bereinigtes EBIT Break Even Anfang 2019 bestätigt**

München, 9. August 2018: windeln.de SE (“windeln.de” oder “Konzern”), einer der führenden Onlinehändler für Baby-, Kleinkinder- und Kinderprodukte in Europa und für Kunden in China erzielte im ersten Halbjahr (H1) 2018 einen Umsatz von 56,4 Mio. Euro (H1 2017: 94,9 Mio. Euro). Der Umsatz des zweiten Quartals (Q2) 2018 belief sich auf 23,5 Mio. Euro (Q2 2017: 48,3 Mio. Euro). Das bereinigte EBIT belief sich im ersten Halbjahr 2018 auf -11,1 Mio. Euro (H1 2017: -11,5 Mio. Euro) und im zweiten Quartal 2018 auf -5,9 Mio. Euro (Q2 2017: -5,0 Mio. Euro).

Umsatzentwicklung in H1/Q2 2018 von schwächerem Marktumfeld in China sowie laufenden Effizienz- und Profitabilitätsmaßnahmen im europäischen Geschäft beeinflusst

Um Break Even auf Basis des bereinigten EBITs Anfang 2019 zu erreichen, hat windeln.de im Februar dieses Jahres mehrere Effizienz- und Profitabilitätsmaßnahmen beschlossen. Dazu gehörte die Straffung des internationalen Geschäfts und die Ausrichtung aller europäischen Shops auf Margenverbesserung sowie die Senkung von Allgemeinkosten. Der Konzern hat bei diesen Maßnahmen erhebliche Fortschritte erzielt – zulasten geringerer Umsätze. Die Umsätze in der DACH-Region (Deutschland, Österreich, Schweiz) beliefen sich in H1 2018 auf 12,6 Mio. Euro (H1 2017: 24,3 Mio. Euro) und in Q2 2018 auf 5,3 Mio. Euro (Q2 2017: 11,0 Mio. Euro). DACH machte in H1 2018 rund 22% des Konzernumsatzes aus. Für das deutschsprachige Geschäft wurden die Marketingaufwendungen reduziert (Q2 2018: -68% im Vergleich zum Vorjahreswert) und auf ertragsstarke Umsätze ausgerichtet. Rund 26% des Konzernumsatzes in H1 2018, 14,7 Mio. Euro (H1 2017: 19,7 Mio. Euro) bzw. 6,6 Mio. Euro in Q2 2018 (Q2 2017: 10,1 Mio. Euro), entfallen auf die südeuropäischen Bebitus Shops, die die Länder Spanien, Portugal und Frankreich bedienen. Ähnlich wie in der DACH-Region konzentriert sich Bebitus auf die Verbesserung der Profitabilität durch die Erhöhung der Produktmargen und Fokussierung von Marketingaufwendungen (Q2 2018: - 55% gegenüber Vorjahr).

In Q2 2018 blieb das Geschäft in China herausfordernd. Erstens führten temporär verschärfte Grenzkontrollen, die aktuell nicht mehr bestehen, zu Lieferverzögerungen bei chinesischen Kunden von 4 bis 8 Wochen, was zu Stornierungen und Rückerstattungen von Bestellungen führte (ca. 0,6 Mio. Euro negative EBIT-Auswirkung). Zweitens waren Produktpreise kompetitiv, da der Markt durch Überbestände aus Q1 beeinflusst wurde, die in Q3 jedoch voraussichtlich ausgeglichen sind. Drittens halten sich die Kunden mit Orders zurück, da größere Lieferanten in der zweiten Jahreshälfte Produkt-Relaunches (neue

Rezeptur und neue Verpackung) planen und chinesische Kunden grundsätzlich weniger bereit sind, alte Produkte zu lagern. Infolgedessen lag der Umsatz in China in H1 2018 mit 29,1 Mio. Euro (H1 2017: 50,9 Mio. Euro) und 11,6 Mio. Euro in Q2 2018 (Q2 2017: 27,3 Mio. Euro) deutlich unter dem Vorjahr. Dies entspricht etwa 52% des Konzernumsatzes in H1 2018. Generell wird jedoch erwartet, dass die Produkt-Relaunches in H2 zu spürbaren Markterholungen führen werden.

Verbesserung der Produktmargen und Kostenstruktur¹

Im Vergleich zum Vorjahr stiegen die Produktmargen für alle europäischen Shops aufgrund der fortgesetzten Optimierung der Sortiments- und Produktpreise. Im Gesamtkonzern lag die Rohertragsmarge in % des Umsatzes mit 24,4% in H1 2018 und 24,0% in Q2 2018 unter dem Vorjahreswert (H1 2017: 25,4% und Q2 2017: 26,8%). Gründe waren die Kundenstornierungen und Erstattungen in China aufgrund temporär erhöhter Zollkontrollen sowie aggressive Preisaktionen in der DACH-Region zur Senkung der Lagerbestände.

Aufgrund der umgesetzten Restrukturierungsmaßnahmen weist der Konzern signifikante Verbesserungen der sonstigen Vertriebs- und Verwaltungskosten (VVG-Kosten) auf. Die sonstigen VVG-Kosten liegen deutlich unter dem Vorjahr und auf dem niedrigsten Stand seit 2015. Sie beliefen sich in H1 2018 auf 12,3 Mio. Euro (H1 2017: 16,4 Mio. Euro) bzw. 5,8 Mio. Euro in Q2 2018 (Q2 2017: 8,6 Mio. Euro). Haupttreiber ist der geringe Personalbestand: seit Jahresbeginn hat windeln.de den Personalbestand des Konzerns von 387 aktiven Vollzeitstellen (FTE) auf 237 FTE (ohne Feedo) per Ende Juni 2018 reduziert, was bereits unter dem Zielwert von 250 FTE für 2018 liegt. Die Fulfillmentkosten lagen in H1 2018 mit 9,8 Mio. Euro und in Q2 2018 mit 4,6 Mio. Euro aufgrund des niedrigeren Volumens unter dem Vorjahr (H1 2017: 14,3 Mio. Euro und Q2 2017: 7,0 Mio. Euro). Die Marketingkosten betrugen in H1 2018 2,6 Mio. Euro oder 4,6% des Umsatzes und lagen aufgrund der Fokussierung der Marketingaufwendungen auf profitablen Umsatz unter dem Vorjahr (H1 2017: 4,9 Mio. Euro oder 5,2% des Umsatzes).

Das berichtete EBIT verbesserte sich in H1 2018 auf -12,4 Mio. Euro nach -17,1 Mio. Euro in H1 2017 (Q2 2018: -5,4 Mio. Euro im Vergleich zu Q2 2017: -9,2 Mio. Euro). Das bereinigte EBIT belief sich in H1 2018 auf -11,1 Mio. Euro nach -11,5 Mio. Euro in H1 2017 (Q2 2018: -5,9 Mio. Euro im Vergleich zu Q2 2017: -5,0 Mio. Euro). Die Verringerung der Kostenbasis in Q2 2018 wurde durch geringere Umsätze und Deckungsbeiträge aus dem chinesischen Geschäft kompensiert. Der Konzern strebt weiterhin Break Even auf Basis des bereinigten EBITs Anfang 2019 an. Basis dafür ist die Stabilisierung des chinesischen Geschäfts, weiterer Fortschritt in der Margenverbesserung bei den europäischen Shops und die Fortsetzung der Senkung der Vertriebs- und Verwaltungskosten.

Liquiditätslage verbessert sich in Q2 2018 durch Management des Nettoumlaufvermögens; niedriger zukünftiger negativer Cashflow aufgrund der Veräußerung von Feedo

Aufgrund von effizienterem Management des Lagerbestands lag das Nettoumlaufvermögen am 30. Juni 2018 mit 9,2 Mio. Euro deutlich unter dem Wert zum Ende des Vorquartals (31. März 2018: 19,1 Mio. Euro).

¹ Bereinigte Zahlen.

Damit verbesserte sich die verfügbare Liquidität² des Konzerns im letzten Quartal um 2,7 Mio. Euro auf 17,1 Mio. Euro zum 30. Juni 2018 (31. März 2018: 14,4 Mio. Euro). Am 20. Juli 2018 gab windeln.de den Abschluss einer Verkaufsvereinbarung für die osteuropäische Tochtergesellschaft Feedo bekannt, da Feedo seit Jahren negative operative Ergebnisse und Cashflows erzielt hatte und nicht in den Konzern integriert war. windeln.de profitiert deutlich von der Entkonsolidierung des verlustbringenden und Cashflow-negativen Geschäfts (2017 bereinigtes EBIT von -3,4 Mio. Euro). Alle Onlineshops des windeln.de-Konzerns laufen nun auch auf der gleichen technischen Infrastruktur.

CEO Matthias Peuckert: *“Wir befinden uns seit Anfang des Jahres in der Restrukturierung. Trotz des derzeit schwierigen Marktumfelds in China konnten wir unsere Strategie erfolgreich umsetzen und gute Fortschritte bei Margenverbesserung und Profitabilität erzielen. Den Break Even Anfang 2019 zu erreichen ist ein wichtiges Ziel für uns.“*

Ausgewählte Kennzahlen für das erste Halbjahr 2018 (ohne Feedo)

	H1 2018	H1 2017	Q2 2018	Q2 2017
Umsatzerlöse (Mio. Euro)	56,4	94,9	23,5	48,3
China	29,1	50,9	11,6	27,3
DACH	12,6	24,3	5,3	11,0
Sonstiges Europa	14,7	19,7	6,6	10,1
Deckungsbeitrag (Mio. Euro)	1,3	4,8	-0,1	3,7
<i>in % vom Umsatz</i>	2,3%	5,1%	-0,2%	7,6%
Bereinigtes EBIT (Mio. Euro)	-11,1	-11,5	-5,9	-5,0
<i>in % vom Umsatz</i>	-19,8%	-12,1%	-24,9%	-10,3%

² Bei der verfügbaren Liquidität handelt es sich um Zahlungsmittel, Termingelder, Zahlungsmittel mit Verfügungsbeschränkung unter Abzug von Geldmarktkrediten.

Corporate Communications

Sophia Kursawe

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

E-Mail: investor.relations@windeln.de

Über windeln.de

windeln.de ist einer der führenden Onlinehändler für Baby-, Kleinkinder- und Kinderprodukte in Europa. 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. Seit dem 6. Mai 2015 ist windeln.de im Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse notiert. Weitere Informationen finden Sie unter <http://corporate.windeln.de>.

Unsere Shops: www.windeln.de, www.windeln.ch, www.bebitus.es, www.bebitus.pt, www.bebitus.fr, www.windeln.com.cn, windeln.de.tmall.hk/