

## windeln.de mit starken Finanzzahlen im zweiten Quartal; Finanzierung für Wachstum des China-Geschäfts in der zweiten Jahreshälfte geplant

- **Umsatz (ohne Bebitus) im zweiten Quartal 2020 28,8 Mio. EUR (+68% Wachstum gegenüber 17,2 Mio. EUR im zweiten Quartal des Vorjahres); Umsatz im ersten Halbjahr 2020: 43,7 Mio. EUR (+27% gegenüber dem Vorjahr)**
- **Adj. EBIT (ohne Bebitus) nahe Break-Even mit -0,0 Mio. EUR im zweiten Quartal 2020 (-0,2% adj. EBIT-Marge) nach -2,4 Mio. EUR im zweiten Quartal des Vorjahres (-14,0% Marge); H1 2020 adj. EBIT -2,5 Mio. EUR (-5,7% Marge) nach -EUR 5,4 Mio. (-15,8% Marge) im ersten Halbjahr des Vorjahres**
- **Positive Auswirkungen durch Covid-19 im zweiten Quartal mit höheren Online-Verkäufen und dem Verkauf von Hygieneprodukten aus China sowie Umsatzsteuer Erstattung für das chinesische Geschäft aus frühere Perioden**
- **Insgesamt verfügbare Mittel in Höhe von 6,0 Mio. EUR zum 30. Juni 2020; weitere Reduktion durch den kontinuierlichen Aufbau von Lagerbeständen für das China-Geschäft**
- **Ziel des nachhaltigen Break-Evens auf Basis des ber. EBIT Anfang 2021 hängt von Finanzierung im zweiten Halbjahr ab, welche aufgrund der langen Kapitalbindung und den Aufbau des lokalen Teams in China notwendig ist**

**München, 14. August 2020:** windeln.de SE („windeln.de“, „Konzern“ oder „Unternehmen“; ISIN DE000WNDL201) veröffentlicht heute starke Finanzergebnisse für das zweite Quartal (Q2) und das erste Halbjahr (H1) 2020. Das Unternehmen erzielte im zweiten Quartal 2020 einen Umsatz von 28,8 Mio. EUR, was einer Steigerung von +68% gegenüber dem zweiten Quartal des Vorjahres (17,2 Mio. EUR im zweiten Quartal 2019) und einem Umsatz von 43,7 Mio. EUR (+27% gegenüber dem Vorjahr) für die fortgeführten Aktivitäten entspricht (d.h. ohne das Bebitus-Geschäft, das als „aufgegebener Geschäftsbereich“ ausgewiesen wird). Das bereinigte (ber.) EBIT belief sich im zweiten Quartal 2020 auf -0,0 Mio. EUR (Q2 2019: -2,4 Mio. EUR) und im ersten Halbjahr 2020 auf -2,5 Mio. EUR (H1 2019: -5,4 Mio. EUR).

Ab dem zweiten Quartal 2020 veröffentlicht das Unternehmen zwei Segmente: Europa (das effektiv das Geschäft im deutschsprachigen Raum umfasst) und China. Obwohl beide Segmente voneinander abhängig sind, hilft diese Aufteilung dem Unternehmen, die Transparenz zu erhöhen, Ressourcen und Kosten besser zuzuweisen und somit das Unternehmen in Richtung der nachhaltigen Profitabilität zu steuern.

**Starker Umsatz im zweiten Quartal in China mit +83% Wachstum gegenüber dem Vorjahr; Umsatz in Europa (exkl. Bebitus) mit +25% Wachstum gegenüber dem Vorjahr; positive Auswirkungen der Umsatzsteuerkorrektur für das Segment China**

In China wurden im zweiten Quartal 2020 23,2 Mio. EUR Umsatz erzielt, was einer Steigerung von +83% gegenüber dem Vorjahr entspricht (H1 2020 33,4 Mio. EUR; +34% gegenüber dem Vorjahr), einschließlich Umsatzerlösen aus dem neuen Geschäftsmodell mit dem Verkauf von Hygieneartikeln an Firmenkunden in Höhe von 6,9 Mio. EUR im zweiten Quartal 2020 und der Umsatzsteuerrückerstattung für das China-Geschäft für frühere Jahre (Umsatz Effekt 2,8 Mio. EUR im zweiten Quartal 2020 und 3,6 Mio. EUR im ersten Halbjahr 2020). Ohne die Umsatzsteuerrückerstattung für das China-Geschäft hätte der Konzernumsatz 26,1 Mio. EUR im zweiten Quartal (+52% gegenüber dem Vorjahr) und 40,2 Mio. EUR im ersten Halbjahr (+17% gegenüber dem Vorjahr) betragen. Das China-Geschäft machte im zweiten Quartal 2020 rund 80% der Umsatzerlöse des Unternehmens aus (78% ohne Rückerstattung der chinesischen Umsatzsteuer).

Der Umsatz in Europa (ohne Bebitus) belief sich im zweiten Quartal 2020 auf 5,6 Mio. EUR. Gegenüber dem Vorjahresquartal bedeutet dies eine Steigerung von +25% (2. Quartal 2019: 4,5 Mio. EUR). Covid-19, das im März und April zu einer höheren Nachfrage führte, Verbesserungen im neuen Pricing Tool Omnia und mehr vom Lieferanten finanzierte Werbeaktionen sind Treiber dieser positiven Entwicklung in Europa bzw. den deutschsprachigen Märkten, auf die im zweiten Quartal 2020 rund 20% des Umsatzes des Unternehmens entfielen (22% ohne China Umsatzsteuerrückerstattung).

In den veröffentlichten Konzernumsätzen ist das Bebitus-Geschäft in Spanien, Portugal und Frankreich nicht enthalten, das als „aufgegebenen Geschäftsbereich“ ausgewiesen wird. Der Umsatz von Bebitus belief sich im zweiten Quartal 2020 auf 3,8 Mio. EUR, was einer Wachstumsrate von +28% gegenüber dem Vorjahr entspricht. Das Umsatzwachstum wurde durch eine höhere Nachfrage durch Covid-19 und operative Verbesserungen wie die Einführung des Pricing Tools Omnia in Portugal unterstützt. Dies spiegelt sich auch in den höheren Seitenaufrufen wider, die seit Jahresbeginn stetig zugenommen haben. Die Prüfung der Veräußerung von Bebitus ist noch nicht abgeschlossen.

### **Signifikante Verbesserung im ber. EBIT im zweiten Quartal 2020 auch ohne Effekt durch Umsatzsteuerrückerstattung aus China**

Der kontinuierliche Fokus auf die Verbesserung der Profitabilität spiegelt sich im Deckungsbeitrag (der Differenz zwischen Bruttogewinn und Aufwand für Marketing und Fulfillment) als wichtigem Indikator für die Steuerung des Unternehmens wider. Während die Bruttogewinnmarge im zweiten Quartal 2020 aufgrund des Geschäftsmix mit einem höheren Anteil an Geschäftskunden auf 23,3% zurückging (2. Quartal 2019: 25,4%), konnten die Marketingkosten von 4,6% des Umsatzes im 2. Quartal 2019 auf 1,6% deutlich gesenkt werden. Die Fulfillmentkosten konnten von 13,1% im zweiten Quartal 2019 auf 5,2% im zweiten Quartal 2020 erheblich gesenkt werden. Diese Entwicklung ist auf den Geschäftsmix, die gestiegene Belieferung aus unseren Zolllagern in China und niedrigere Lagermietkosten nach der Sortimentsreduzierung in Deutschland zurückzuführen. Es werden weiterhin verschiedene Alternativen im Hinblick auf den geplanten Lagerumzug in Deutschland geprüft. Der sich daraus ergebende

operative Deckungsbeitrag auf Konzernebene betrug im zweiten Quartal 2020 4,8 Mio. EUR (16,5% des Umsatzes) und lag damit relativ gesehen um 8,8 Prozentpunkte über dem Vorjahresniveau (Q2 2019: 1,3 Mio. EUR oder 7,7% des Umsatzes). In China stieg der Deckungsbeitrag von 1,6 Mio. EUR im zweiten Quartal 2019 auf 4,8 Mio. EUR im zweiten Quartal 2020, unter anderem aufgrund der Rückerstattung der chinesischen Umsatzsteuer und des Verkaufs von Hygieneprodukten aus China. Im Segment Europa (DACH) verbesserte sich der Deckungsbeitrag auf -0,0 Mio. EUR (zweites Quartal des Vorjahres -0,3 Mio. EUR), obwohl er durch Abverkäufe von sich langsam drehenden Lagerbeständen im ersten Halbjahr 2020 negativ beeinflusst wurde. Der Deckungsbeitrag von Bebitus verbesserte sich von -0,0 EUR im Vorjahr auf 0,3 Mio. EUR im zweiten Quartal 2020. Gemäss interner Managementberichterstattung war auch die Marge IV für Bebitus, d.h. der Deckungsbeitrag nach Kosten des Channel Managements, mit 0,1 Mio. EUR im zweiten Quartal 2020 positiv (nach -0,2 Mio. EUR im Vorjahr).

Die ber. sonstigen Vertriebs- und Verwaltungskosten gingen im Verhältnis zum Konzernumsatz zurück und machten im zweiten Quartal 2020 16,7% des Umsatzes aus (4,8 Mio. EUR), verglichen mit 21,7% des Umsatzes (3,7 Mio. EUR) im gleichen Zeitraum des Vorjahres. Der absolute Anstieg gegenüber dem zweiten Quartal 2019 ist hauptsächlich auf die Vergütung im Zusammenhang mit der Rückerstattung der Umsatzsteuer für das China-Geschäft und den Aufbau des lokalen Teams in China zurückzuführen, das zum 31. Juli aus 41 Mitarbeitern bestand.

Die ber. EBIT-Marge des Konzerns verbesserte sich im zweiten Quartal des laufenden Jahres deutlich auf -0,0 Mio. EUR (-0,2% Marge) nach -2,4 Mio. EUR (-14,0% Marge) im gleichen Zeitraum des Vorjahres. Für das erste Halbjahr 2020 verbesserte sich das ber. EBIT auf -2,5 Mio. EUR (-5,7% Marge) gegenüber -5,4 Mio. EUR (-15,8% Marge) im Vorjahr. Ohne Berücksichtigung des EBIT Effekts der chinesischen Umsatzsteuerrückerstattung in Höhe von 2,0 Mio. EUR aus früheren Jahren im zweiten Quartal 2020 (2,6 Mio. EUR im ersten Halbjahr 2020) hätte das ber. EBIT im zweiten Quartal 2020 -2,1 Mio. EUR (-8,0% Marge) und im ersten Halbjahr 2020 -5,1 Mio. EUR (-12,7% Marge) betragen. Das nach gemäß IFRS ermittelte EBIT verbesserte sich im zweiten Quartal 2020 auf positive 0,7 Mio. EUR gegenüber -2,8 Mio. EUR im Vorjahr.

### **Der Mittelabfluss im zweiten Quartal stieg aufgrund des Lageraufbaus in China. Wachstum in China erfordert weitere Finanzierung in H2**

Im zweiten Quartal 2020 belief sich der Mittelabfluss (inkl. Bebitus) auf 5,9 Mio. EUR, hauptsächlich aufgrund des Aufbaus von Lagerbeständen / Nettoumlaufvermögen für wichtige Verkaufsergebnisse in der zweiten Jahreshälfte in China (11.11., 12.12. und Cyber Week). Der Aufbau von Lagerbeständen ist erforderlich, da der Verkauf über die Zolllager in China eine lange Kapitalbindung von mehr als 100 Tagen hat, da Produkte bestellt, nach China versendet und den Zoll- und Lagerprozess durchlaufen müssen, bevor Kundenzahlungen empfangen werden können. Das Nettoumlaufvermögen belief sich zum 30. Juni 2020 auf 10,1 Mio. EUR gegenüber 4,1 Mio. EUR zum 31. März 2020, d.h. 6 Mio. EUR höher.

Der Gesamtbetrag der verfügbaren liquiden Mittel des Konzerns belief sich zum 30. Juni 2020 auf 6,0 Mio. EUR. Aufgrund des weiteren erforderlichen Lageraufbaus liegt er zum heutigen Zeitpunkt niedriger bei 3,9 Mio. EUR. Das Ziel, Anfang 2021 die Gewinnschwelle auf Basis des ber. EBIT zu erreichen, bleibt bestehen, aber unterliegt einer erfolgreichen Finanzierung, um das profitable Umsatzwachstum auf dem chinesischen Markt weiter voranzutreiben.

Matthias Peuckert, CEO von windeln.de, und Nikolaus Weinberger, CFO von windeln.de, erklären: „Wir freuen uns, dass sich der Umsatz stark entwickelt hat und sich die Schritte zur Verbesserung unserer Margen im zweiten Quartal ausgezahlt haben. Wir haben ein deutliches Umsatzwachstum und eine Verbesserung des EBIT erzielt. Das Ziel des nachhaltigen Break-evens auf Basis des bereinigten EBIT Anfang 2021, auf das wir in den letzten Monaten so hart hingearbeitet haben, hängt von der Sicherung weiterer Finanzierung ab, wozu auch eine mögliche weitere Kapitalerhöhung zählt. Dies ist vor allem angesichts der langen Kapitalbindung für das chinesische Geschäft und des notwendigen Bestands- und Teamaufbaus in diesem sich schnell verändernden, aber äußerst attraktiven Markt, erforderlich.“

### Ausgewählte Kennzahlen für das zweite Quartal 2020

|   | Q2 2020 | Q2 2019 | H1 2020 | H1 2019 |
|---|---------|---------|---------|---------|
| Umsatz (Mio. EUR)                           | 28,8    | 17,2    | 43,7    | 34,4    |
| China                                       | 23,2    | 12,6    | 33,4    | 25,0    |
| Europa (DACH)                               | 5,6     | 4,5     | 10,4    | 9,4     |
| Operativer Deckungsbeitrag (Mio. EUR)       | 4,8     | 1,3     | 6,4     | 2,2     |
| China                                       | 4,8     | 1,6     | 6,6     | 3,0     |
| Europa (DACH)                               | -0,0    | -0,3    | -0,2    | -0,8    |
| <i>in % vom Umsatz</i>                      | 16,5%   | 7,7%    | 14,5%   | 6,5%    |
| Bereinigtes EBIT (Mio. EUR)                 | -0,0    | -2,4    | -2,5    | -5,4    |
| <i>in % vom Umsatz</i>                      | -0,2%   | -14,0%  | -5,7%   | -15,8%  |
|   |         |         |         |         |
| Aufgegebener Geschäftsbereich<br>(Bebitus): |         |         |         |         |
| Umsatz                                      | 3,8     | 3,0     | 6,3     | 6,5     |
| Deckungsbeitrag (Mio. EUR)                  | 0,3     | -0,0    | 0,2     | -0,1    |
| Bereinigtes EBIT (Mio. EUR)                 | -0,5    | -0,9    | -1,4    | -1,9    |

## Corporate Communications

Judith Buchholz

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

email: [investor.relations@windeln.de](mailto:investor.relations@windeln.de)

## About windeln.de

windeln.de is one of the leading online retailers for baby, toddler and children's products in Europe. The Group also operates a successful e-commerce business with products for babies and toddlers for customers in China. The broad product portfolio includes everything from diapers, baby food, children's furniture, toys, clothes and strollers to child car seats. windeln.de was founded in October 2010. The Company has been listed in the Prime Standard of the Frankfurt Stock Exchange since May 6, 2015. For more information, go to <https://corporate.windeln.de/>.

**Our shops:** [www.windeln.de](http://www.windeln.de), [www.windeln.ch](http://www.windeln.ch), [www.bebitus.es](http://www.bebitus.es), [www.bebitus.pt](http://www.bebitus.pt), [www.bebitus.fr](http://www.bebitus.fr), [www.windeln.com.cn](http://www.windeln.com.cn), <https://windeln.de.tmall.hk/>