

The background of the entire page is a dense, close-up photograph of light brown feathers. The feathers are layered and overlapping, creating a rich, textured appearance. The lighting is soft and even, highlighting the natural curves and barbs of the feathers. In the center of the page, there is a white rectangular box with a thin black border. Inside this box, the text is centered. At the top of the box, the word 'WESTWING' is written in a large, black, serif font. Below it, a thin horizontal line separates the title from the subtitle. The subtitle consists of two lines of text: 'HALBJAHRESBERICHT' in a smaller, black, sans-serif font, and '2019' in an italicized, black, sans-serif font below it.

WESTWING

HALBJAHRESBERICHT

2019

WESTWING IM ÜBERBLICK



HÖHEPUNKTE Q2 2019

- Umsatz im zweiten Quartal 2019 bei EUR 58,1 Mio. (- 0,6 % gegenüber dem Vorjahr); Wachstum durch anhaltende Herausforderungen in Italien, eine unter den Erwartungen liegende Neukundengewinnung aus Marketingaktivitäten und nicht genügend hochkonvertierende Niedrigpreisprodukte im DACH-Sortiment belastet
- Profitabilität bei - 8 % bereinigtem EBITDA: Gründe hierfür waren Einmalkosten aus dem verzögerten, zwischenzeitlich aber abgeschlossenen Umzug unseres Berliner Lagers nach Polen, Ineffizienzen in der Logistik, Investitionen in Marketing sowie das Fehlen operativer Leverage-Effekte
- Der Anteil von Own und Private Label lag bei 22% des GMV und stieg damit um +7 Prozentpunkte; neue Westwing Collection Spring/Summer im Mai erfolgreich eingeführt
- Positiver Ausblick für das zweite Halbjahr 2019 und Rückkehr zu profitablen Wachstum im vierten Quartal; Grundlegende Ursachen behoben und Frühindikatoren positiv

KENNZAHLEN (UNGEPRÜFT)

	H1 2019	H1 2018	Veränderung	Q2 2019	Q2 2018	Veränderung
Leistungsindikatoren						
Anteil von Private Label (in % vom GMV)	21%	14%	7pp	22%	15%	7pp
Bruttowarenvolumen (GMV) (in EUR Mio.)	141	139	1,3%	65	67	- 2,6%
Bestellungen, insgesamt (in '000)	1.083	1.166	- 7,1%	492	555	- 11,3%
Durchschnittlicher Warenkorb (in EUR)	130	119	9,0%	132	120	9,5%
Aktive Kunden (in '000)	909	907	0,2%			
Anzahl der Bestellungen pro aktivem Kunden in den letzten 12 Monaten	2,6	2,6	- 2,7%			
Durchschnittliches GMV pro aktivem Kunden in den letzten 12 Monaten (in EUR)	322	305	5,5%			
Anteil der Site-Visits über mobile Endgeräte (in %)	75%	72%	3pp	76%	73%	3pp
Ertragslage						
Umsatzerlöse (in EUR Mio.)	119,5	120,5	- 0,8%	58,1	58,4	- 0,6%
Bereinigtes EBITDA (in EUR Mio.)	- 8,8	2,8	- 11,6	- 4,9	0,8	- 5,7
Bereinigte EBITDA-Marge (in % der Umsatzerlöse)	- 7,3%	2,3%	- 9,7pp	- 8,5%	1,3%	- 9,8pp
Finanzlage						
Free Cashflow (in EUR Mio.)	- 25,1	- 10,7	- 14,4	- 8,9	- 4,2	- 4,7
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente (in EUR Mio.)	92,4	7,0	85,4			
Weitere Kennzahlen						
Anzahl der Vollzeitmitarbeiter (FTE) zum Bilanzstichtag	1.143	1.034	10,6%			

WIRTSCHAFTSBERICHT

1.1 ERTRAGSLAGE ¹

Die verkürzte Gewinn- und Verlustrechnung für das zweite Quartal 2019 zeigt mit einem Umsatz von EUR 58 Mio. (zweites Quartal 2018: EUR 58 Mio.) eine nahezu konstante Entwicklung. Während die Kundenloyalität nach wie vor sehr stark war, waren die Marketinganstrengungen nicht ausreichend, um das Wachstum der Kundenbasis zu stärken. Außerdem umfasste unser Sortiment nicht genügend hochkonvertierende Niedrigpreisprodukte. Darüber hinaus setzten sich die Herausforderungen in Italien weiter fort.

Das DACH Segment zeigte mit 7% Umsatzwachstum im zweiten Quartal eine relative Stärke, während im Internationalen Segment der Umsatz um 9% zurückging.

Die Aufwendungen für den Abschluss des verzögerten Lagerumzugs und die während der Anlaufphase entstandenen Mehrkosten (zum Beispiel der parallele Betrieb beider Läger) waren deutlich höher als ursprünglich geplant und belasteten unseren Deckungsbeitrag. Darüber hinaus standen wir vor Herausforderungen in Bezug auf die Lagerineffizienzen, die wir entsprechend adressiert haben.

Aufgrund dieser Umstände, unserer Investitionen in Marketing und das Fehlen von operativen Leverage-Effekten aufgrund des flachen Umsatzwachstums lag unsere bereinigte EBITDA-Marge im zweiten Quartal 2019 bei - 8%.

Positiv war die Einführung der Westwing Modern Natural Collection Spring/Summer und ein auf 22% gestiegener Private-Label-Anteil, dies entspricht einer Erhöhung um sieben Prozentpunkte.

Wir haben die zugrunde liegenden Ursachen für unsere Herausforderungen im ersten Halbjahr behoben, sodass wir für das zweite Halbjahr deutlich bessere Ergebnisse erwarten und im vierten Quartal, unserem saisonal stärksten Quartal, wieder zu profitabilem Wachstum zurückkehren wollen: Wir haben unseren Deckungsbeitrag verbessert und erwarten einen weiteren Anstieg für die Zukunft; wir haben unsere Marketinginvestitionen in Social Media erhöht, um das Wachstum zu beschleunigen, und sehen positive Frühindikatoren für neue E-Mail-Registrierungen. Das GMV-Wachstum verbessert sich, Juli war der beste Monat in 2019 in Bezug auf GMV-Wachstum.

¹ Die Werte in dieser Tabelle werden auf bereinigter Basis angegeben, d. h. sie wurden um Aufwendungen für (i) anteilsbasierte Vergütung (in den Positionen Fulfillmentkosten, Marketingkosten und Allgemeine Verwaltungskosten), (ii) Aufwendungen für die Zentralisierung des französischen Geschäfts (im Geschäftsjahr 2019), (iii) erfolgswirksam in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung erfasste IPO-Kosten (in der Position Allgemeine Verwaltungskosten, im Geschäftsjahr 2018) und (iv) zentrale Kosten, die den nicht fortgeführten Aktivitäten zuzuordnen sind (im Geschäftsjahr 2018), bereinigt. Für das bereinigte EBITDA wird das EBITDA um diese Effekte bereinigt.

**VERKÜRZTE KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG FÜR DAS ERSTE HALBJAHR 2019
AUF BEREINIGTER BASIS (UNGEPRÜFT)**

EUR Mio.	H1 2019	In % vom Umsatz	H1 2018	In % vom Umsatz
Umsatzerlöse	119,5	100,0%	120,5	100,0%
Umsatzkosten	- 68,3	- 57,1%	- 69,3	- 57,5%
Bruttoergebnis	51,2	42,9%	51,1	42,5%
Fulfillmentkosten	- 29,1	- 24,3%	- 25,5	- 21,2%
Deckungsbeitrag	22,1	18,5%	25,7	21,3%
Marketingkosten	- 9,3	- 7,8%	- 7,6	- 6,3%
Allgemeine Verwaltungskosten	- 25,5	- 21,4%	- 19,6	- 16,3%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	- 0,7	- 0,6%	- 0,3	- 0,3%
Sonstige betriebliche Erträge	0,6	0,5%	0,3	0,3%
Zentrale Kosten aufgebener Geschäftsbereiche	-	-	1,2	1,0%
Abschreibungen und Wertminderungen	4,0	3,4%	3,2	2,7%
Bereinigtes EBITDA	- 8,8	- 7,3%	2,8	2,3%

**VERKÜRZTE KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG FÜR DAS ZWEITE QUARTAL 2019
AUF BEREINIGTER BASIS (UNGEPRÜFT)**

EUR Mio.	Q2 2019	In % vom Umsatz	Q2 2018	In % vom Umsatz
Umsatzerlöse	58,1	100,0%	58,4	100,0%
Umsatzkosten	- 32,9	- 56,6%	- 33,5	- 57,3%
Bruttoergebnis	25,2	43,4%	24,9	42,7%
Fulfillmentkosten	- 14,5	- 24,9%	- 12,6	- 21,5%
Deckungsbeitrag	10,7	18,5%	12,4	21,2%
Marketingkosten	- 4,8	- 8,4%	- 3,9	- 6,7%
Allgemeine Verwaltungskosten	- 12,8	- 22,1%	- 10,1	- 17,3%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	- 0,3	- 0,5%	0,0	0,1%
Sonstige betriebliche Erträge	0,2	0,4%	0,1	0,1%
Zentrale Kosten aufgebener Geschäftsbereiche	-	-	0,7	1,2%
Abschreibungen und Wertminderungen	2,1	3,6%	1,6	2,8%
Bereinigtes EBITDA	- 4,9	- 8,5%	0,8	1,3%

Umsatzerlöse

Unser Umsatz blieb im zweiten Quartal 2019 mit EUR 58,1 Mio. gegenüber EUR 58,4 Mio. im Vorjahreszeitraum nahezu unverändert, ursächlich hierfür sind die oben beschriebenen Effekte.

Im ersten Halbjahr 2019 betrug der Umsatz EUR 119,5 Mio. und lag damit auf dem Niveau des Vorjahreszeitraums (EUR 120,5 Mio.).

Zum 30. Juni 2019 hatte der Konzern 909 Tausend aktive Kunden im Vergleich zu 907 Tausend aktiven Kunden zum 30. Juni 2018.

Deckungsbeitrag

Unsere Bruttomarge stieg im zweiten Quartal 2019 leicht auf 43,4 % gegenüber 42,7 % im Vorjahreszeitraum. Lange hatten wir im ersten Halbjahr für unsere operativen Geschäftsthemen eine unzureichende Margendisziplin sowie darüber hinaus eine zu aggressive Preispolitik für Produkte von Drittanbietern für unser dauerhaftes Sortiment. Diese Schwachstellen haben wir am Ende des zweiten Quartals erfolgreich adressiert.

Unsere Fulfillment-Kosten stiegen im zweiten Quartal 2019 auf 24,9 % vom Umsatz gegenüber 21,5 % im Vorjahreszeitraum. Der wesentliche Grund hierfür war die Verzögerung des Lagerumzugs von Berlin nach Posen, Polen, was auf zum Teil auf regulatorische Aspekte zurückzuführen ist. Wir haben im ersten Quartal unser neues Lager in Posen eröffnet und verzeichneten im zweiten Quartal negative Kostenbelastungen aus dem verspäteten Umzug, dazu zählen Anlaufkosten und Kosten für den Parallelbetrieb des Berliner Lagers. All diese Kosten waren deutlich höher als ursprünglich geplant. Mit dem Wegfall des Parallelbetriebs der beiden Läger konzentrieren wir uns nun darauf, im zweiten Halbjahr von den Vorteilen des ursprünglichen Plans zu profitieren.

Außerdem wirkten sich erhöhte Frachtkosten unserer Spediteure, die vor allem Ende 2018/Anfang 2019 in Kraft traten, negativ auf unsere Fulfillmentkosten aus – diesen haben wir gegen Ende des Quartals durch eine kostenoptimierte Spediteur-Auswahl teilweise entgegengewirkt.

Infolgedessen lag unser Deckungsbeitrag im zweiten Quartal 2019 bei 18,5 %, verglichen mit 21,2 % im Vorjahreszeitraum. In den ersten sechs Monaten des Jahres 2019 betrug der Deckungsbeitrag 18,5 %, der Vergleichswert im ersten Halbjahr 2018 lag bei 21,3 %.

Private Label ist nach wie vor der wichtigste Treiber für die weitere Steigerung unseres Deckungsbeitrags. Die Steigerung des Umsatzanteils ist eine unserer strategischen Prioritäten.

Marketingkosten

Die Marketingaufwendungen stiegen im zweiten Quartal 2019 auf EUR 4,8 Mio. oder 8,4 % vom Umsatz gegenüber EUR 3,9 Mio. oder 6,7 % vom Umsatz im Vorjahreszeitraum. Einen hohen Anteil der zusätzlichen Marketinginvestitionen geben wir für Social Media aus. Diese Aktivitäten stehen in Einklang mit unserer Marketingstrategie. Außerdem haben wir unsere Marketingtätigkeiten noch mehr auf die Akquisition von Neukunden fokussiert.

Im ersten Halbjahr 2019 beliefen sich die Marketingaufwendungen auf EUR 9,3 Mio. oder 7,8 % vom Umsatz, während sie im gleichen Zeitraum 2018 bei EUR 7,6 Mio. oder 6,3 % vom Umsatz lagen.

Allgemeine Verwaltungskosten

Die allgemeinen Verwaltungskosten betragen im zweiten Quartal 2019 EUR 12,8 Mio. Dies entspricht einem Anstieg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 4,8 Prozentpunkte auf 22,1 % des Umsatzes. Diese Entwicklung ist seit dem dritten und vierten Quartal 2018 vor allem auf Wachstumsinvestitionen in Technologie, Private Label und das permanente Sortiment zurückzuführen. Das nicht vorhandene Umsatzwachstum im zweiten Quartal dieses Jahres führte zu fehlenden operativen Leverage-Effekten. In Zukunft werden wir weitere Investitionen fokussieren und die Komplexität in unserem Geschäft reduzieren, wie wir es auch mit der laufenden Zentralisierung unseres französischen Retail-Geschäfts in München getan haben.

Im ersten Halbjahr 2019 beliefen sich die allgemeinen Verwaltungskosten auf EUR 25,5 Mio. (H1 2018: EUR 19,6 Mio.), was einem Umsatzanteil von 21,4 % entspricht (H1 2018: 16,3 %).

Bereinigtes EBITDA

Das bereinigte EBITDA des Konzerns betrug im zweiten Quartal 2019 EUR – 4,9 Mio. gegenüber dem Vorjahresergebnis von EUR 0,8 Mio. Dies entspricht einem Rückgang der bereinigten EBITDA-Marge von + 1,3 % im zweiten Quartal 2018 auf – 8,5 % im gleichen Zeitraum 2019.

In den ersten sechs Monaten des Jahres 2019 lag das bereinigte EBITDA bei EUR – 8,8 Mio. (H1 2018: EUR 2,8 Mio.) bei einer bereinigten EBITDA-Marge von – 7,3 % (H1 2018: 2,3 %).

Die Zentralisierung des französischen Geschäfts schreitet voran. Die Aufwendungen für die Zentralisierung werden auf bis zu EUR 2,4 Mio. geschätzt, von denen EUR 2,3 Mio. im zweiten Quartal 2019 angefallen sind. Sie beinhalten Restrukturierungskosten und Rückstellungen in Frankreich sowie Aufbaukosten für die Steuerung des französischen Geschäfts in München und kleinere andere Effekte. Aufgrund ihrer nicht wiederkehrenden Art sind diese Aufwendungen in unserem bereinigten EBITDA nicht enthalten.

1.2 SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Die Ergebnisse des Konzerns werden in die Segmente DACH (Deutschland, Österreich und Schweiz) und International (übrige europäische Märkte) unterteilt. Die verdichteten Segmentergebnisse für das zweite Quartal 2019 zeigen ein solides Umsatzwachstum im DACH Segment, während im Internationalen Segment ein Umsatzrückgang gegenüber dem Vorjahreszeitraum zu verzeichnen war. Das bereinigte EBITDA war sowohl für das DACH als auch für das Internationale Segment negativ.

SEGMENTERGEBNISSE (UNGEPRÜFT)

EUR Mio.	H1 2019	H1 2018	Veränderung	Q2 2019	Q2 2018	Veränderung
Umsatzerlöse						
DACH	65,4	59,8	9,4%	31,9	29,8	7,2%
International	54,1	60,7	-10,8%	26,2	28,6	-8,7%
Bereinigtes EBITDA						
DACH	-2,8	2,9	-5,7	-1,9	1,7	-3,6
International	-5,8	0,1	-5,9	-2,9	-0,8	-2,1
Headquarter/Überleitung	-0,2	-0,1	-0,0	-0,1	-0,1	0,0
Bereinigte EBITDA-Marge						
DACH	-4,3%	4,8%	-9,1pp	-6,0%	5,7%	-11,6pp
International	-10,8%	0,1%	-10,9pp	-11,2%	-2,9%	-8,3pp

Segmentumsatz

In unserem DACH Segment verzeichneten wir im zweiten Quartal 2019 ein Umsatzwachstum von +7,2%. Während wir derzeit unser DACH-Sortiment auf einen höheren Anteil an hochkonvertierenden Niedrigpreisprodukten ausrichten und bedeutende Fortschritte gemacht haben, belastete dies das Wachstum weiterhin. Die geringe Wachstumsrate im DACH Segment ist zum Teil auch auf Basiseffekte aufgrund des starken zweiten Quartals im Vorjahr mit einem Wachstum von 39% zurückzuführen.

Im zweiten Quartal zeigte das Internationale Segment einen Umsatzrückgang von 8,7%, der unter anderem vom negativen Wachstum in unserem italienischen Geschäft beeinflusst wurde. Ein Transformationsprogramm ist aufgesetzt, jedoch hat dies noch nicht zu wesentlichen Verbesserungen geführt.

Wir werden unser erfolgreiches DACH-Geschäftsmodell weiter international replizieren, z. B. haben wir Mitte Juli (nach Ende des Berichtszeitraums) unser permanentes Sortiment WestwingNow in der Tschechischen Republik und der Slowakischen Republik eingeführt. Darüber hinaus haben wir den Anteil von Private Label am GMV im Internationalen Segment im zweiten Quartal 2019 gegenüber dem Vorjahreszeitraum von 6% auf 14% erhöht.

Bereinigtes EBITDA der Segmente

Im zweiten Quartal 2019 lag die bereinigte EBITDA-Marge im DACH Segment bei -6,0% gegenüber +5,7% im Vorjahreszeitraum. Im Internationalen Segment belief sich die bereinigte EBITDA-Marge im zweiten Quartal 2019 auf -11,2% gegenüber -2,9% im Vorjahreszeitraum.

1.3 FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

VERKÜRZTE CASHFLOW-RECHNUNG (UNGEPRÜFT)

EUR Mio.	H1 2019	H1 2018	Q2 2019	Q2 2018
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	-20,2	-7,6	-7,1	-2,7
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-4,9	-3,1	-1,8	-1,5
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-5,2	5,1	-4,0	5,9
Cashflow aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	-	-0,2	-	0,2
Netto-Veränderung der liquiden Mittel	-30,3	-5,8	-12,8	1,9
Einfluss von Wechselkursänderungen auf den Zahlungsmittelbestand	-0,2	-0,3	-0,1	-0,2
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 1. Januar	123,0	13,8	105,4	6,0
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 30. Juni	92,4	7,7	92,4	7,7
Davon aufgegebene Geschäftsbereiche	-	0,6	-	0,6
Davon fortzuführende Geschäftsbereiche	92,4	7,0	92,4	7,0
Free Cashflow	-25,1	-10,7	-8,9	-4,2

Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit betrug in den ersten sechs Monaten 2019 EUR -20,2 Mio. gegenüber EUR -7,6 Mio. im gleichen Zeitraum 2018. Diese Entwicklung ist vor allem auf das negative Betriebsergebnis sowie auf einige Investitionen in das Working Capital zurückzuführen.

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit stieg von EUR -3,1 Mio. im ersten Halbjahr 2018 auf EUR -4,9 Mio. im gleichen Zeitraum 2019. Diese Entwicklung wird im Wesentlichen durch selbst entwickelte Software sowie kleinere Investitionen in Sachanlagen getragen.

Der Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit resultiert unter anderem aus der Tilgung von Leasingverbindlichkeiten gemäß IFRS 16.

Unser Netto-Liquiditätsbestand blieb mit einem Nettowert von EUR 78 Mio. (definiert als EUR 92,4 Mio. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente abzüglich EUR 14,7 Mio. Darlehen) sehr stark. Wir betreiben weiterhin ein effizientes Cash-Management, indem wir ein weitgehend neutrales Working Capital und ein Asset-Light-Geschäftsmodell (Capex-Ratio von 4 % für das erste Halbjahr 2019) beibehalten.

VERKÜRZTE BILANZ (UNGEPRÜFT)

	30.06.2019		31.12.2018	
	EUR Mio.	In % der Bilanzsumme	EUR Mio.	In % der Bilanzsumme
Aktiva	183,4	100,0%	197,5	100,0%
Langfr. Vermögenswerte	50,7	27,7%	33,3	16,9%
Kurzfr. Vermögenswerte	132,7	72,3%	164,2	83,1%
Passiva	183,4	100,0%	197,5	100,0%
Eigenkapital	87,8	47,9%	104,9	53,1%
Langfr. Verbindlichkeiten	27,8	15,2%	32,4	16,4%
Kurzfr. Verbindlichkeiten	67,8	37,0%	60,2	30,5%

Zum 30. Juni 2019 belief sich die Bilanzsumme auf EUR 183,4 Mio. (31. Dezember 2018: EUR 197,5 Mio.).

Der Anstieg der langfristigen Vermögenswerte um EUR 17,4 Mio. auf EUR 50,7 Mio. ist im Wesentlichen auf eine Erhöhung der Nutzungsrechte um EUR 12,5 Mio. sowie höhere selbst entwickelte immaterielle Vermögenswerte zurückzuführen, die um EUR 2,9 Mio. gestiegen sind. Der Anstieg der Nutzungsrechte hängt insbesondere mit dem neuen Lager in Polen und neuen Büroflächen für die Zentrale in München zusammen. Die kurzfristigen Vermögenswerte verringerten sich um EUR 31,5 Mio. auf EUR 132,7 Mio., auch bedingt durch den Rückgang der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente.

Das Eigenkapital hat sich von EUR 104,9 Mio. zum 31. Dezember 2018 auf EUR 87,8 Mio. zum 30. Juni 2019 reduziert, was vor allem auf den Verlust der Periode zurückzuführen ist.

Die langfristigen Verbindlichkeiten gingen um EUR 4,6 Mio. auf EUR 27,8 Mio. zurück, getrieben durch zwei wesentliche Effekte: Langfristige Finanzverbindlichkeiten wurden im zweiten Quartal in Höhe von EUR 14,7 Mio. in den kurzfristigen Bereich umgliedert (wir planen unsere Darlehen bei Global Growth Capital im dritten Quartal zurückzuzahlen) und die langfristigen Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing stiegen um EUR 11,4 Mio. aufgrund der oben genannten Leasing-Effekte nach IFRS 16.

Die kurzfristigen Verbindlichkeiten erhöhten sich um EUR 7,6 Mio. auf EUR 67,8 Mio., ursächlich hierfür war vor allem die Umgliederung der Darlehensverbindlichkeiten, die teilweise durch saisonal niedrigere Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und Rückstellungen sowie einen Rückgang der Rückerstattungsverbindlichkeiten kompensiert wurde.

1.4 AUSBLICK

Wie in unserer Veröffentlichung für das erste Quartal 2019 betont, erwarten wir eine Beschleunigung des Wachstums und bessere Ergebnisse in der zweiten Jahreshälfte 2019, insbesondere die Rückkehr zu profitablen Wachstum im vierten Quartal 2019. Basierend auf einer breiten Palette von Initiativen, die derzeit umgesetzt werden, und mit sich positiv entwickelnden Frühindikatoren erwarten wir für den Rest des Jahres – insbesondere für unser saisonal stärkstes viertes Quartal – deutlich bessere Ergebnisse als in den ersten sechs Monaten.

Wir werden uns in der zweiten Jahreshälfte 2019 auf die folgenden Bereiche konzentrieren:

- **Bruttomarge:** Wir erhöhen kontinuierlich unseren Anteil an Private Label und stellen Margendisziplin sicher.
- **Logistik:** Nach dem Umzug des Lagers konzentrieren wir uns nun auf operative Verbesserungen in der Lieferkette.
- **Marketing:** Wir haben die Marketinginvestitionen im zweiten Quartal mit anhaltendem Fokus auf Social Media erhöht und gehen davon aus, sie auch im dritten Quartal 2019 auf einem höheren Niveau zu halten.

Der aktuelle Geschäftsverlauf stimmt uns zuversichtlich: Juli war der beste Monat in 2019 in Bezug auf GMV-Wachstum, und das Wachstum unseres Frühindikators „Neue E-Mail-Registrierungen“ hat sich von negativ von Januar bis Mai auf zweistellig positiv in Juni und Juli verbessert. Gegen Ende des zweiten Quartals war der Deckungsbeitrag bereits stärker und hatte ebenfalls eine positive Dynamik.

Wir gehen davon aus, dass wir unsere aktualisierte Prognose von 6–12% Umsatzwachstum für das Geschäftsjahr 2019 am unteren Ende erreichen werden. Für die bereinigte EBITDA-Marge gehen wir ebenfalls davon aus die aktualisierte Prognose von –1% bis 1% für das Geschäftsjahr 2019 am unteren Ende zu erfüllen.

Wir verfügen über eine solide Bilanz mit einer Nettoliquidität von EUR 78 Mio. (definiert als Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente von EUR 92 Mio. abzüglich Darlehen in Höhe von EUR 15 Mio.). Wir planen, unsere bestehenden Darlehen in Höhe von EUR 15 Mio. vollständig im dritten Quartal zurückzuzahlen. Wir gehen davon aus, dass der Free Cash Flow für den Rest des Jahres nahezu neutral sein wird – saisonal negativ im dritten Quartal und positiv im saisonal stärksten vierten Quartal.

Unser Geschäftsmodell und unser Kerngeschäft DACH sind nach wie vor grundsätzlich stark und basieren auf einer hohen Kundenbindung, einem effizienten Marketingmodell und einem steigenden Private-Label-Anteil, trotz der jüngsten operativen Herausforderungen.

1.5 EREIGNISSE NACH ENDE DER BERICHTSPERIODE

Am 12. August 2019 hat der Vorstand entschieden und der Aufsichtsrat genehmigt, Aktien in Höhe von bis zu EUR 4 Mio. am Markt zurückzukaufen, um die Ausübung von Optionen im Rahmen der anteilsbasierten Vergütung zu bedienen.

Daneben ergaben sich nach Ende des Berichtszeitraums keine Ereignisse, die einen wesentlichen Einfluss auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage von Westwing gehabt hätten.

München, 13. August 2019

Stefan Smalla

Delia Fischer

Dr. Dr. Florian Drabeck

Chief Executive Officer

Chief Creative Officer

Chief Financial Officer

2

Ausgewählte

FINANZINFORMATIONEN (UNGEPRÜFT)

2.1 KONZERN-GEWINN-UND-VERLUSTRECHNUNG

EUR Mio.	H1 2019	H1 2018	Q2 2019	Q2 2018
Umsatzerlöse	119,5	120,5	58,1	58,4
Umsatzkosten	- 68,3	- 69,3	- 32,9	- 33,5
Bruttoergebnis	51,2	51,1	25,2	24,9
Fulfillmentkosten	- 29,9	- 24,6	- 15,2	- 11,6
Marketingkosten	- 9,4	- 7,6	- 4,9	- 3,9
Allgemeine Verwaltungskosten	- 33,7	- 17,4	- 17,5	- 6,7
Sonstige betriebliche Aufwendungen	- 0,7	- 0,3	- 0,3	- 0,0
Sonstige betriebliche Erträge	0,6	0,3	0,2	0,1
Betriebliches Ergebnis	- 21,8	1,6	- 12,5	2,7
Finanzaufwendungen	- 1,5	- 6,7	- 0,8	- 3,2
Finanzerträge	0,7	-	0,2	0,0
Sonstiges Finanzergebnis	- 0,2	- 0,2	- 0,1	- 0,1
Finanzergebnis	- 1,1	- 6,8	- 0,7	- 3,3
Ergebnis vor Ertragsteuern	- 22,9	- 5,3	- 13,2	- 0,5
Ertragsteueraufwand	0,0	- 0,1	0,0	- 0,1
Periodenergebnis aus fortzuführenden Geschäftsbereichen	- 22,9	- 5,4	- 13,2	- 0,6
Periodenergebnis aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	-	0,7	-	0,4
Periodenergebnis	- 22,9	- 4,7	- 13,2	- 0,2
Davon entfallen auf:				
Anteilseigner des Mutterunternehmens	- 22,9	- 6,9	- 13,2	- 2,5
Nicht beherrschende Anteile	- 0,0	2,3	- 0,0	2,3
Durchschnittliche Anzahl der Aktien im Umlauf; unverwässert (= verwässert)	20.732.288	13.726.650 ¹	20.740.146	13.726.650 ¹
Den Anteilseignern des Mutterunternehmens zurechenbares Ergebnis je Aktie (in EUR) aus fortzuführenden Geschäftsbereichen; unverwässert (= verwässert)	- 1,11	- 0,54	- 0,63	- 0,21
Den Anteilseignern des Mutterunternehmens zurechenbares Ergebnis je Aktie (in EUR) aus aufgegebenen Geschäftsbereichen; unverwässert (= verwässert)	-	0,04	-	0,03

1 Nach Aktiensplit

2.2 GESAMTERGEBNISRECHNUNG

EUR Mio.	H1 2019	H1 2018
Periodenergebnis	-22,9	-4,7
Sonstiges Ergebnis:		
In Folgeperioden in die Gewinn- und Verlustrechnung umzugliederndes sonstiges Ergebnis:		
Umrechnungsdifferenzen ausländischer Geschäftsbetriebe	0,0	0,4
Sonstiges Ergebnis nach Steuern	0,0	0,4
Davon entfallen auf:		
Anteilseigner des Mutterunternehmens	0,0	0,4
Nicht beherrschende Anteile	-	0,1
Periodengesamtergebnis	-22,9	-4,3
Anteil der:		
Anteilseigner des Mutterunternehmens	-22,9	-6,6
Nicht beherrschende Anteile	-0,0	2,3
Periodengesamtergebnis	-22,9	-4,3

2.3 ÜBERLEITUNGSRECHNUNG DES BEREINIGTENEBITDA

EUR Mio.	H1 2019	H1 2018	Q2 2019	Q2 2018
Betriebliches Ergebnis	-21,8	1,6	-12,5	2,7
Anpassungen				
Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung	6,7	-3,2	3,2	-4,4
Aufwendungen für die Zentralisierung des französischen Geschäfts	2,3	-	2,3	-
Erfolgswirksame IPO-Kosten	-	0,1	-	0,1
Zentrale Kosten, die den aufgegebenen Geschäftsbereichen zuzuordnen sind	-	1,2	-	0,7
Abschreibungen	4,0	3,2	2,1	1,6
Bereinigtes EBITDA	-8,8	2,8	-4,9	0,8

2.4 KONZERN-BILANZ

EUR Mio.	30.06.2019	31.12.2018
Aktiva		
Langfristige Vermögenswerte		
Sachanlagen	35,0	21,9
Immaterielle Vermögenswerte	10,9	8,0
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen	4,3	2,9
Latente Steuern	0,5	0,5
Summe langfristige Vermögenswerte	50,7	33,3
Kurzfristige Vermögenswerte		
Vorräte	25,6	22,6
Anzahlungen auf Vorräte	3,6	2,5
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen	7,0	10,0
Sonstige Vermögenswerte	4,0	6,1
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	92,4	123,0
Summe kurzfristige Vermögenswerte	132,7	164,2
Bilanzsumme	183,4	197,5
Passiva		
Eigenkapital		
Grundkapital	20,7	20,7
Kapitalrücklage	349,8	349,1
Eigene Aktien	-	- 0,8
Sonstige Rücklagen	47,9	43,6
Gewinnrücklagen	- 328,2	- 305,2
Rücklage sonstiges Ergebnis	0,3	0,3
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital	90,5	107,7
Nicht beherrschende Anteile	- 2,8	- 2,7
Summe Eigenkapital	87,8	104,9
Langfristige Verbindlichkeiten		
Darlehen	-	14,9
Leasingverbindlichkeiten	27,1	15,8
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	-	-
Sonstige nichtfinanzielle Verbindlichkeiten	0,0	1,5
Rückstellungen	0,7	0,2
Summe langfristige Verbindlichkeiten	27,8	32,4
Kurzfristige Verbindlichkeiten		
Darlehen	14,7	-
Leasingverbindlichkeiten	3,3	2,3
Verbindlichkeiten und abgegrenzte Schulden aus Lieferungen und Leistungen	25,4	32,0
Vertragsverbindlichkeiten	9,3	7,9
Rückerstattungsverbindlichkeiten	4,3	6,2
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	0,0	0,7
Sonstige nichtfinanzielle Verbindlichkeiten	8,4	10,4
Rückstellungen	2,4	0,7
Summe kurzfristige Verbindlichkeiten	67,8	60,2
Summe Verbindlichkeiten	95,6	92,5
Bilanzsumme	183,4	197,5

2.5 KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG

EUR Mio.	H1 2019	H1 2018	Q2 2019	Q2 2018
Ergebnis vor Ertragsteuern	-22,9	-5,3	-13,2	-0,5
Anpassungen:				
Abschreibungen/Wertminderung von Sachanlagen	3,0	2,4	1,6	1,3
Abschreibungen/Wertminderung von immat. Vermögenswerten	1,0	0,8	0,5	0,4
Verlust/(Gewinn) aus Verkauf von Sachanlagen	0,0	0,0	0,0	0,0
Aufwendungen/(Erträge) für anteilsbasierte Vergütung	6,7	-3,2	3,2	-4,4
Verlust aus zum beizulegenden Zeitwert bewerteten finanziellen Verbindlichkeiten	-0,7	0,1	-0,2	0,0
Finanzerträge	-0,0	-	-	-
Finanzaufwendungen	1,5	1,2 ¹	0,8	0,6
Wechselkurseffekte	0,2	0,2	0,1	0,2
Sonstige zahlungsunwirksame Veränderungen	1,0	6,9 ¹	0,5	3,0
Veränderungen der Rückstellungen	-0,3	0,3	3,0	0,2
Zahlungswirksames Betriebsergebnis vor Veränderung des Nettoumlaufvermögens	-10,4	3,4	-3,7	0,6
Anpassungen aus Veränderungen des Nettoumlaufvermögens:				
Veränderungen der Forderungen und geleisteten Anzahlungen	3,1	-2,5 ¹	3,2	-1,4
Veränderungen der Vorräte	-4,7	-4,1 ¹	-0,8	-1,5
Veränderungen der Verbindlichkeiten	-8,2	-4,2 ¹	-5,8	-0,4
Cashflow aus betrieblicher Geschäftstätigkeit	-20,3	-7,4	-7,1	-2,6
Gezahlte Steuern	0,1	-0,1	-0,0	-0,1
Netto-Cashflow aus betrieblicher Geschäftstätigkeit aus fortzuführenden Geschäftsbereichen	-20,2	-7,6	-7,1	-2,7
Netto-Cashflow aus betrieblicher Geschäftstätigkeit aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	-	0,5	-	0,6
Netto-Cashflow aus betrieblicher Geschäftstätigkeit aus fortzuführenden und aufgegebenen Geschäftsbereichen	-20,2	-7,1	-7,1	-2,1
Investitionstätigkeit:				
Einzahlungen aus dem Verkauf von Sachanlagen	0,0	0,2	0,0	0,2
Erwerb von Sachanlagen	-1,4	-0,6	-0,8	-0,3
Erwerb von immateriellen Vermögenswerten	-3,9	-2,7	-1,9	-1,3
Veräußerung von Tochterunternehmen	1,6	0,0	1,6	0,0
Erhaltene/(geleistete) Sicherheitseinlagen	-1,2	-0,0	-0,7	-0,0
Netto-Cashflow aus Investitionstätigkeit aus fortzuführenden Geschäftsbereichen	-4,9	-3,1	-1,8	-1,5
Netto-Cashflow aus Investitionstätigkeit aufgegebene Geschäftsbereiche	-	-0,2	-	-0,1
Netto-Cashflow aus Investitionstätigkeit fortzuführender und aufgebener Geschäftsbereiche	-4,9	-3,3	-1,8	-1,6
Finanzierungstätigkeit:				
Gezahlte Zinsen und sonstige Finanzierungsaufwendungen	-1,7	-1,0	-1,4	-0,5
Aufnahme/(Tilgung) von Darlehen	-	7,7	-	7,3
Tilgung von Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing	-2,2	-1,6	-1,2	-0,9
Erwerb von Eigenkapitalinstrumenten	-1,0	-	-1,0	-
Erwerb von Minderheitenanteilen	-0,3	-	-0,3	-
Netto-Cashflow aus Finanzierungstätigkeit aus fortzuführenden Geschäftsbereichen	-5,2	5,1	-4,0	5,9
Netto-Cashflow aus Finanzierungstätigkeit aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	-	-0,6	-	-0,3
Netto-Cashflow aus Finanzierungstätigkeit aus fortzuführenden und aufgegebenen Geschäftsbereichen	-5,2	4,5	-4,0	5,6
Veränderung von Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	-30,3	-5,8	-12,8	1,9
Wechselkursbedingte Änderungen des Zahlungsmittelbestands	-0,2	-0,3	-0,1	-0,2
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 1. Januar	123,0	13,8	105,4	6,0
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 30. Juni	92,4	7,7	92,4	7,7
Davon aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	-	0,6	-	0,6
Davon aus fortzuführenden Geschäftsbereichen	92,4	7,0	92,4	7,0

¹ Für mehr Klarheit in Bezug auf zahlungsunwirksame Effekte bei Finanzaufwendungen und dem Nettoumlaufvermögen wurden die Vorjahreswerte teilweise innerhalb des Cashflows umgegliedert.

2.6 KONZERN-EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG

EUR Mio.	Grundkapital	Kapitalrücklage	Eigene Aktien	Sonstige Rücklagen	Gewinnrücklagen	Rücklage sonstiges Ergebnis	Gesamt	Nicht beherrschende Anteile	Summe Eigenkapital
Zum 1. Januar 2018	0,1	210,3	-1,0	22,7	-269,3	7,2	-30,0	-35,8	-65,8
Periodenergebnis	-	-	-	-	-6,9	-	-6,9	2,3	-4,7
Sonstiges Ergebnis der Periode	-	-	-	-	-	0,4	0,4	0,1	0,4
Periodengesamtergebnis	-	-	-	-	-6,9	0,4	-6,6	2,3	-4,3
Anteilsbasierte Vergütung	-	-	-	12,5	-	-	12,5	0,1	12,5
Erwerb/Veräußerung von nicht beherrschenden Anteilen/Sonstiges	-	-	-	0,0	-0,0	-	0,0	-	0,0
Zum 30. Juni 2018	0,1	210,3	-1,0	35,1	-276,2	7,5	-24,1	-33,4	-57,5
Zum 1. Januar 2019	20,7	349,1	-0,8	43,6	-305,3	0,3	107,6	-2,7	104,9
Periodenergebnis	-	-	-	-	-22,9	-	-22,9	-0,0	-22,9
Sonstiges Ergebnis der Periode	-	-	-	-	-	0,0	0,0	-	0,0
Periodengesamtergebnis	-	-	-	-	-22,9	0,0	-22,9	-0,0	-22,9
Anteilsbasierte Vergütung	-	0,7	0,8	4,3	-	-	5,8	-	5,8
Erwerb/Veräußerung von nicht beherrschenden Anteilen/Sonstiges	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Zum 30. Juni 2019	20,7	349,8	-0,0	47,9	-328,2	0,3	90,5	-2,7	87,8

2.7 AUSGEWÄHLTE ANHANGANGABEN

2.7.1 Informationen über die Gesellschaft und den Konzern

Die Westwing Group AG (nachfolgend „Gesellschaft“ oder „Westwing“ genannt) und ihre Tochtergesellschaften (nachfolgend „Konzern“ genannt) sind eines der führenden eCommerce-Unternehmen im europäischen Home & Living-Sektor.

Die Gesellschaft wurde 2011 gegründet und ist beim Amtsgericht Berlin unter der Nummer HRB 199007 B eingetragen. Der Hauptsitz der Gesellschaft befindet sich in der Moosacher Str. 88, 80809 München. Zum 30. Juni 2019 war der Konzern in elf Ländern (Deutschland, Österreich, Schweiz, Italien, Spanien, Niederlande, Frankreich, Polen, Belgien, Tschechische Republik und Slowakische Republik) tätig und bestand aus 25 Gesellschaften, die alle in diesem verkürzten Konzernzwischenabschluss konsolidiert sind.

2.7.2 Grundsätze für die Erstellung des Zwischenabschlusses

Der vorliegende verkürzte Konzernzwischenabschluss für den Zeitraum vom 1. Januar 2019 bis 30. Juni 2019 wurde in Übereinstimmung mit IAS 34, Zwischenberichterstattung, und unter Anwendung der von der EU übernommenen IFRS erstellt und ist ungeprüft. Dementsprechend enthält dieser verkürzte Konzernzwischenabschluss nicht alle Informationen und Erläuterungen, die für einen Konzernabschluss nach IFRS erforderlich sind, und sollte im Zusammenhang mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2018 gelesen werden.

Im Rahmen der Erstellung des verkürzten Konzernzwischenabschlusses für die Zwischenberichterstattung in Übereinstimmung mit IAS 34 ist das Management verpflichtet, Beurteilungen, Schätzungen und Annahmen vorzunehmen, die sich auf die Anwendung der Rechnungslegungsgrundsätze im Konzern und die Erfassung von Vermögenswerten, Schulden, Erträgen und Aufwendungen auswirken. Die tatsächlichen Beträge können von diesen Schätzungen abweichen.

Die im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2018 angewandten Bilanzierungsgrundsätze sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden wurden im Wesentlichen unverändert angewendet. Einige Ergänzungen und Interpretationen waren 2019 zum ersten Mal anzuwenden, haben aber keine Auswirkung auf den Konzernzwischenabschluss der Westwing Group AG.

Der Zwischenabschluss wurde in Millionen Euro (EUR Mio.) dargestellt. Die Werte des Zwischenabschlusses wurden entsprechend kaufmännischer Rundung auf- oder abgerundet. Es könnte daher sein, dass die Summe einer Tabelle nicht exakt mit der Addition einzelner Zahlen übereinstimmt und es zu Differenzen kommt, wenn einzelne Beträge oder Prozentzahlen addiert werden.

2.7.3 Segmentinformationen

Informationen zu den operativen Segmenten für das Geschäftsjahr zum 30. Juni 2019 (sofern nicht anders angegeben, sind alle Beträge in EUR Mio.):

H1 2019	DACH	International	Headquarter/ Überleitung	Konzern
Ergebnis vor Steuern	-11,1	-9,5	-2,4	-22,9
Zinsaufwendungen	1,4	0,2	-	1,5
Zinserträge	-0,7	-0,0	-	-0,7
Sonstiges Finanzergebnis	0,1	0,1	-	0,2
Betriebsergebnis	-10,2	-9,2	-2,4	-21,8
Abschreibungen	0,7	1,1	2,2	4,0
Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung	6,7	-	-	6,7
Kosten für die Zentralisierung des französischen Geschäfts	-	2,3	0,0	2,3
Bereinigtes EBITDA	-2,8	-5,8	-0,2	-8,8
Bereinigte EBITDA-Marge	-4,3%	-10,8%	-	-7,3%
Umsatz	65,4	54,1	-	119,5
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	3,6	4,1	84,8	92,4

Informationen zu den operativen Segmenten für das Geschäftsjahr zum 30. Juni 2018 (sofern nicht anders angegeben, sind alle Beträge in EUR Mio.):

H1 2018	DACH	International	Headquarter/ Überleitung	Konzern
Ergebnis vor Ertragsteuern für fortgeführte Aktivitäten	-1,1	-1,1	-3,1	-5,3
Zinsaufwendungen	6,5	0,2	-	6,7
Zinserträge	-	-	-	-
Sonstiges Finanzergebnis	0,0	0,1	-	0,2
Betriebsergebnis	5,4	-0,8	-3,1	1,6
Abschreibungen	0,8	0,8	1,7	3,2
Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung	-3,3	0,1	-	-3,2
Zentrale Kosten, die den aufgegebenen Aktivitäten zuzuordnen sind	-	-	1,2	1,2
Erfolgswirksam erfasste IPO-Kosten	-	-	0,1	0,1
Bereinigtes EBITDA	2,9	0,1	-0,1	2,8
Bereinigte EBITDA-Marge	4,8%	0,1%	-	2,3%
Umsatz	59,8	60,7	-	120,5
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1,5	3,4	2,1	7,0

Die Konzerngesellschaften mit ihrem eingetragenen Firmensitz in Deutschland erzielten einen Umsatz in Höhe von EUR 74,1 Mio. (H1 2018: EUR 61,6 Mio.) und wiesen zum Bilanzstichtag langfristige Vermögenswerte (ohne Finanzinstrumente) in Höhe von EUR 41,6 Mio. aus (H1 2018: EUR 26,2 Mio.).

2.7.4 Umsatzanalyse

Der Umsatz aus Verträgen mit Kunden umfasste im ersten Halbjahr 2019 Folgendes:

EUR Mio.	H1 2019	H1 2018
Umsatz aus dem Verkauf von Produkten	115,5	116,2
Erlöse aus Versandkosten	4,5	5,1
Sonstige Umsatzerlöse	1,5	1,3
Erlösschmälerungen	-2,0	-2,2
Gesamt	119,5	120,5

2.7.5 Salden und Transaktionen mit nahestehenden Unternehmen und Personen

Für die Angaben zu den Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen verweisen wir auf den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2018. Im ersten Halbjahr 2019 hat zudem folgende Transaktion mit nahestehenden Personen stattgefunden.

Im Juni 2019 hat Delia Fischer, Chief Creative Officer bei Westwing, auf der spanischen Insel Ibiza geheiratet. Es handelte sich bei der Hochzeit um eine große Veranstaltung, an der mehrere bekannte Persönlichkeiten teilnahmen und die auf großes Interesse der Westwing-Kundinnen, Follower und Lifestyle-Magazine stieß. Das Westwing Marketing-Team hat die Hochzeit daher zur Monetarisierung durch tägliche Themen, PR, Social Media und Produktplatzierung genutzt. Delia Fischer hat ihr Recht am Bild in Bezug auf Video- und Fotomaterial an der Hochzeit an Westwing übertragen, die Gesamtvergütung dafür betrug TEUR 55, um ihre Mehrkosten zu decken.

2.7.6 Corporate Governance

Die Entsprechenserklärung des Aufsichtsrats und des Vorstands der Westwing Group AG für das Geschäftsjahr 2018 gemäß § 161 AktG zu den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex wurde im Dezember 2018 abgegeben. Sie ist im Bereich Investor Relations auf der Website der Westwing Group AG dauerhaft verfügbar unter <https://ir.westwing.com/websites/westwing/English/5150/declaration-of-conformity.html>.

2.7.7 Sonstige Informationen

Westwing hat im zweiten Quartal 2019 beschlossen, das französische Geschäft am Hauptsitz in München zu zentralisieren. Dafür werden insgesamt Aufwendungen in Höhe von EUR 2,4 Mio. erwartet, von denen EUR 2,3 Mio. bereits im zweiten Quartal 2019 angefallen sind. Darin enthalten sind im Wesentlichen Restrukturierungsaufwendungen. Daher betrug die Restrukturierungsrückstellung zum 30. Juni 2019 EUR 2,2 Mio.

Im ersten Halbjahr gab es folgende Bewegungen im Bereich der Eigenen Anteile: EUR 0,8 Mio. wurden im ersten Quartal 2019 im Rahmen der Ausübung von Aktienoptionen ausgegeben. EUR 0,3 Mio. wurden im zweiten Quartal im Zuge des Rückkaufs von Anteilen von Mitarbeitern erfasst und im Anschluss für die Begleichung von Optionszusagen wieder ausgegeben, sodass das Unternehmen zum 30. Juni 2019 keine eigenen Aktien hält.

In Westwings Konzernzwischenabschluss zum 30. Juni 2019 waren die drei ausstehenden Optionen, die den Kreditgebern bei Ausübung das Anrecht auf den Erhalt von Anteilen an Westwing gewähren, in die Kategorie derivatives Finanzinstrument einbezogen und daher relevant für die Bewertung gemäß IFRS 13. Der beizulegende Zeitwert der Option wird anhand des Aktienkurses zum Bilanzstichtag unter Berücksichtigung der erwarteten Volatilität für die Restlaufzeit berechnet. Aufgrund der Reduktion des Aktienkurses, hat sich der Wert der Optionen verringert und ein Ertrag in Höhe von EUR 0,7 Mio. wurde erfasst. Zum Bilanzstichtag betrug der Wert der Optionen EUR 0,0 Mio. und wurde unter den kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten ausgewiesen.

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Am 12. August 2019 hat der Vorstand entschieden und der Aufsichtsrat genehmigt, Aktien in Höhe von bis zu EUR 4 Mio. am Markt zurückzukaufen, um die Ausübung von Optionen im Rahmen der anteilsbasierten Vergütung zu bedienen.

Daneben ergaben sich nach Ende des Berichtszeitraums keine Ereignisse, die einen wesentlichen Einfluss auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage von Westwing gehabt hätten.

3

Versicherung des VORSTANDS

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Konzernzwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernzwischenlagebericht, der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns beschrieben sind.

München, 13. August 2019

Stefan Smalla

Delia Fischer

Dr. Dr. Florian Drabeck

Chief Executive Officer

Chief Creative Officer

Chief Financial Officer

FINANZKALENDER



7. NOVEMBER 2019

Veröffentlichung der Quartalsmitteilung für das dritte Quartal 2019

IMPRESSUM

**Kontakt:**

Westwing Group AG
Moosacher Straße 88
80809 München

Investor Relations:

ir@westwing.de

Presse:

Hannah Neumann
presse@westwing.de

Konzept, Design und Realisation:

3st kommunikation,
Mainz

**DISCLAIMER**

Bestimmte Aussagen in dieser Mitteilung können zukunftsgerichtete Aussagen darstellen. Diese Aussagen basieren auf Annahmen, die zum Zeitpunkt ihrer Abgabe als angemessen erachtet werden und unterliegen wesentlichen Risiken und Unsicherheiten. Sie sollten sich nicht auf diese zukunftsgerichteten Aussagen als Vorhersagen über zukünftige Ereignisse verlassen, und wir übernehmen keine Verpflichtung, diese Aussagen zu aktualisieren oder zu überarbeiten. Unsere tatsächlichen Ergebnisse können erheblich und nachteilig von den in diesem Bericht dargelegten zukunftsgerichteten Aussagen abweichen, und zwar aufgrund einer Reihe von Faktoren, einschließlich, aber nicht beschränkt auf Risiken aus makroökonomischen Entwicklungen, externen Betrugsfällen, ineffizienten Prozessen in Fulfillment-Zentren, ungenauen Personal- und Kapazitätsprognosen für Fulfillment-Zentren, gefährlichen Materialien/Produktionsbedingungen in Bezug auf Eigenmarken, mangelnder Innovationsfähigkeit, unzureichender Datensicherheit, mangelnder Marktkenntnis, Streikrisiken und Änderungen des Wettbewerbsniveaus.