



SHOP APOTHEKE

E U R O P E

ZWISCHENMITTEILUNG

30. SEPTEMBER 2016

BRIEF AN DIE AKTIONÄRE.

Venlo, 23. November 2016

Sehr geehrte Aktionäre, sehr geehrte Damen und Herren,

SHOP APOTHEKE EUROPE ist im Geschäftsjahr 2016 weiter auf einem starken Wachstumskurs unterwegs. Die europäische Marktführerschaft im stark und nachhaltig wachsenden Onlinehandel mit OTC- und apothekenüblichen BPC (Beauty- und Personal-Care)-Produkten ist der zentrale Erfolgsfaktor unserer Wachstumsstrategie.

Mit der erfolgreichen Akquisition von der in Kontinentaleuropa breit aufgestellten Online-Apotheke FARMALINE im September 2016 expandiert SHOP APOTHEKE EUROPE nun auch in Italien und Spanien und ist Marktführer in allen relevanten OTC-Online-Märkten Kontinentaleuropas.

Der erfolgreiche IPO an der Frankfurter Wertpapierbörse (Prime Standard) am 13. Oktober 2016 hat die Basis für ein starkes internationales Wachstum in den nächsten Jahren und die hierfür nötige Kapazitätserweiterung geschaffen.

Wir freuen uns als Vorstand der SHOP APOTHEKE EUROPE, auf dieser Basis den Ausbau des Geschäfts in den kontinentaleuropäischen Märkten mit dem Ziel der langfristigen Wertsteigerung für unsere Kunden, Aktionäre und Mitarbeiter voranzutreiben.

Der Vorstand

KENNZAHLEN.

2015

2016

Leistungsindikatoren Konzern	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3
Seitenbesuche (Mio.)	6,3	6,0	6,1	7,1	8,4	9,1	10,3
Mobile Seitenbesuche (Mio.)	2,2	2,0	2,0	2,7	3,3	3,9	4,6
Anteil mobil (in %)	35	33	33	39	39	43	44
Bestellungen (Mio.)	0,7	0,7	0,7	0,8	0,9	0,9	1,0
Bestandskundenbestellungen (in %)	71	71	74	74	75	73	73
Rücklaufquote (in %)	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,8
Aktive Kunden (Mio.)	1,0	1,1	1,2	1,3	1,4	1,5	1,6
Brutto-Warenkorb (in €)	52,1	51,8	52,2	53,1	52,2	51,3	51,6

INHALT.

01

HIGHLIGHTS.

Fortsetzung des starken internationalen Wachstumskurses.

05

02

WACHSTUMSSTORY SHOP APOTHEKE EUROPE.

Geschäftsmodell.

07

Konzernstruktur und Unternehmensstrukturpraktiken.

09

Steuerung.

10

03

GESCHÄFTSENTWICKLUNG.

Umsatz- und Ertragslage Konzern.

12

Entwicklung der Segmente.

14

Vermögens- und Finanzlage.

15

Prognosebericht.

16

04

NACHTRAGSBERICHT.

Nachtragsbericht.

18

05

ANHANG.

Segmentergebnisrechnung.

20

GuV.

21

Bilanz.

22

Kapitalflussrechnung.

23



SHOP APOTHEKE

E U R O P E

01

HIGHLIGHTS.

Fortsetzung des starken internationalen Wachstumskurses.

- Umsatz steigt in den ersten neun Monaten 2016 auf € 124,7 Millionen (Vorjahr € 91,0 Millionen).
- Internationales Geschäftsvolumen mehr als verdreifacht.
- Anzahl aktiver Nutzer erhöht sich zum Stichtag 30.09.2016 auf über 1,6 Millionen (Vorjahresstichtag ca. 1,2 Millionen).
- Expansion nach Italien und Spanien: Präsenz in Europa durch erfolgreiche FARMALINE-Akquisition weiter ausgebaut.
- Beschleunigtes Wachstum im vierten Quartal erwartet.



€ 125 Mio.
(+37 %)
Umsatz
9M 2016



1,6 Mio.
(+37 %)
Aktive
Kunden



73 %
Bestandskunden-
bestellungen



3,1 Mio.
Seitenbesuche
(durchschnittlich)



> 100.000
Verfügbare
Produkte



SHOP APOTHEKE

E U R O P E

02

WACHSTUMSSTORY
SHOP APOTHEKE EUROPE.

Geschäftsmodell.

Eine führende OTC-Online Apotheke in Europa.

SHOP APOTHEKE EUROPE ist eine der führenden Online-Apotheken in Deutschland und Österreich und führend in Kontinentaleuropa. Der Schwerpunkt des Geschäfts liegt auf rezeptfreien Arzneimitteln, sogenannten OTC-Medikamenten sowie auf apothekenüblichen Beauty- und Pflegeprodukten. Das gründergeführte Unternehmen bietet in seinen Online-Shops ein breites Sortiment von über 100.000 Produkten zu attraktiven Preisen und mit einem umfassenden pharmazeutischen Beratungsservice an. Eine moderne und zentrale Logistikinfrasturktur erlaubt es SHOP APOTHEKE EUROPE das Geschäftsvolumen deutlich auszuweiten und gleichzeitig von Skaleneffekten zu profitieren. Alle Prozesse in den Bereichen Technologie und Logistik sind bereits auf weiteres Wachstum ausgerichtet.

Mehr als 1,6 Millionen aktive Kunden (Stand: 30. September 2016) nutzen bereits das Angebot der Online-Shops von SHOP APOTHEKE EUROPE.

Seit 2010 betreibt die SHOP APOTHEKE EUROPE Gruppe ihr Geschäft aus den Niederlanden heraus, weil hier im Gegensatz zu den meisten anderen EU-Ländern auch eine juristische Person Eigentümer einer Apotheke sein kann. Der grenznahe Standort Venlo (NL) für das Logistikzentrum ermöglicht nicht nur den unkomplizierten Versand nach Deutschland, sondern bietet durch seine zentrale Lage mitten in Europa auch optimale Voraussetzungen für die weitere Expansion.

Europäische Präsenz deutlich ausgebaut.

Die nutzerfreundlichen Online-Shops von SHOP APOTHEKE EUROPE sind lokal auf die Anforderungen und Bedürfnisse der sieben europäischen Märkte Deutschland, Österreich, Frankreich, Belgien, Italien, Spanien und Niederlande zugeschnitten.



Kern der Expansionsstrategie ist – neben dem Wachstum in den etablierten Märkten – die Ausweitung der Aktivitäten auf weitere große kontinentaleuropäische Märkte. Mit der Akquisition von FARMALINE im September 2016 baut SHOP APOTHEKE EUROPE die internationale Präsenz in den relevanten Märkten weiter aus und beschleunigt den Roll-Out in Europa.

 Etablierte Märkte

 Expansionsmärkte – FARMALINE

First Mover in einem großen und attraktiven Markt.

Basierend auf Schätzungen von Sempora Managementberatung umfasste der kontinentaleuropäische Markt für rezeptfreie Medikamente sowie Beauty- und Pflegeprodukte im Jahr 2015 ein Volumen von € 33 Milliarden. In vielen kontinentaleuropäischen Ländern wird die derzeit noch geringe Online-Durchdringung von lediglich zwei Prozent (außerhalb Deutschlands) in diesem Segment in den kommenden Jahren voraussichtlich stark ansteigen. Als First Mover verfügt SHOP APOTHEKE EUROPE über führende Positionen in den adressierten Zielmärkten. SHOP APOTHEKE EUROPE ist also bereits heute hervorragend positioniert, um von der weiter zunehmenden Verlagerung vom stationären zum Online-Handel zu profitieren.

Der demographische Wandel, das steigende Gesundheitsbewusstsein und der Trend zur Selbstmedikation treiben das Wachstum des Marktes für rezeptfreie Medikamente und apothekenübliche Beauty- und Pflegeprodukte zudem langfristig.

Konzernstruktur und Unternehmensführungspraktiken.

Die Steuerung des Geschäfts von SHOP APOTHEKE EUROPE erfolgt durch die in Venlo, Niederlande, ansässige Muttergesellschaft SHOP APOTHEKE EUROPE N.V. Die Gesellschaft ist eine naamloze vennootschap (Aktiengesellschaft), die in den Niederlanden gegründet wurde und niederländischem Recht unterliegt. Das Geschäftsjahr der Gesellschaft entspricht dem Kalenderjahr.

SHOP APOTHEKE EUROPE N.V. hat eine duale Führungsstruktur, bestehend aus Vorstand und Aufsichtsrat. Dem Vorstand obliegt die Verantwortung für die Strategie des Konzerns und seine Steuerung. Der Aufsichtsrat berät den Vorstand und überwacht dessen Geschäftsführung.

Vorstand und Aufsichtsrat arbeiten im Interesse des Unternehmens eng zusammen. Gemeinsames Ziel ist die internationale Expansion des Geschäftes und nachhaltige Steigerung des Unternehmenswerts. Dazu berichtet der Vorstand dem Aufsichtsrat regelmäßig, umfassend und zeitnah über alle für das Unternehmen bedeutsamen Fragen der Strategie, der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Risikolage und des Risikomanagements sowie über Compliance-Themen.

Dem Vorstand gehören aktuell fünf Mitglieder an. Die Anzahl der Vorstandsmitglieder wird entsprechend der Satzung durch den Aufsichtsrat bestimmt. Ihre Berufung erfolgt durch Beschlussfassung der Hauptversammlung. Die internen Abläufe und Entscheidungsprozesse sowie die Aufgabenverteilung der Vorstände regelt die Geschäftsordnung des Vorstands. Insbesondere sind auch der Katalog der Informations- und Berichtspflichten festgelegt und die Angelegenheiten, die der Zustimmung des Aufsichtsrats bedürfen.

Dem Aufsichtsrat von SHOP APOTHEKE EUROPE N.V. gehören aktuell vier Mitglieder an. Die Festlegung der Anzahl der Mitglieder und ihre Berufung obliegen der Hauptversammlung der Gesellschaft.

Die ordentliche Hauptversammlung findet innerhalb von sechs Monaten nach Geschäftsjahresende statt. Sofern nicht abweichend durch niederländisches Recht oder Satzung geregelt, erfolgen Beschlussfassungen durch Abstimmungen mit einfacher Mehrheit. Jede Aktie gewährt in der Hauptversammlung der Gesellschaft eine Stimme. Es bestehen keine Beschränkungen der Stimmrechte.

Der Erfolg von SHOP APOTHEKE EUROPE basiert auf dem Vertrauen von Konsumenten, Kunden, Investoren und Mitarbeitern. Deswegen werden hohe Maßstäbe in Sachen Verantwortung gesetzt – sowohl an das Unternehmen als auch an jeden Einzelnen. Der Verhaltenskodex (Code of Conduct) und ein Hinweisgebersystem (Whistleblower-Policy) sollen den Mitarbeitern helfen, die zentralen Unternehmensgrundsätze und die Werte der Gesellschaft im Arbeitsalltag umzusetzen. Diese und weitere Richtlinien stehen auf der Internetseite der Gesellschaft im Bereich Corporate Governance zur Verfügung.

Steuerung.

Die interne Berichtsstruktur von SHOP APOTHEKE EUROPE basiert auf einer geografischen Segmentierung, wobei in Deutschland darüber hinaus eine absatzkanalbezogene Differenzierung erfolgt. Aus dieser Betrachtung ergeben sich die Geschäftssegmente Germany, International und Germany Services. Die Kernsegmente Germany und International umfassen den Verkauf von Medikamenten, Arzneimitteln sowie apothekenüblichen Beauty- und Pflegeprodukten, während das Segment Germany Services Webshop-Dienstleistungen der Tochtergesellschaft Xsite GmbH mit Sitz in Düsseldorf (Deutschland) zusammenfasst.

Wichtig für den Geschäftserfolg von SHOP APOTHEKE EUROPE sind das internationale Umsatzwachstum und die europäische Marktführerschaft. Zu den ergebnisorientierten finanziellen Leistungsindikatoren zur Steuerung des Konzerns zählen Bruttomarge und Segment-EBITDA.

Daneben verwendet SHOP APOTHEKE EUROPE folgende operative Leistungsindikatoren zur Steuerung des Konzerns:

Anzahl Webseitenbesuche/Anzahl Webseitenbesuche mobil.

Die Gesamtzahl der Webseitenbesuche ist eine Kennzahl, die das Wachstum der SHOP APOTHEKE EUROPE Gruppe wesentlich beeinflusst und daher im Fokus der Unternehmenssteuerung steht. Da eine steigende Zahl von Nutzern über mobile Endgeräte im Internet surfen, wird auch die Anzahl mobiler Webseitenbesuche erfasst. Diese Kennzahl dient zugleich der Erfolgskontrolle der mobilen Webseiten-Angebote und Apps, die SHOP APOTHEKE EUROPE eigens für diese Zielgruppe stetig ausbaut und weiterentwickelt.

Anzahl aktiver Kunden.

SHOP APOTHEKE EUROPE misst den geschäftlichen Erfolg an der Entwicklung der Kundenanzahl. Als aktiver Kunde wird jeder Kunde mit mindestens einer Bestellung innerhalb der vergangenen zwölf Monate (bezogen auf den Berichtszeitpunkt) betrachtet.

Anzahl Bestellungen.

Die Anzahl der Bestellungen ist ein wichtiger Wachstumstreiber, der unabhängig vom Warenkorb ermittelt wird.

Durchschnittliche Warenkorbgröße.

Neben der Anzahl der Bestellungen steht auch die durchschnittliche Größe des Warenkorbs im direkten Zusammenhang mit der Entwicklung des Konzernumsatzes.

Repeat Orders (Bestandskundenbestellungen).

Die Kennzahl zeigt, welcher Anteil der Bestellungen durch Bestandskunden getätigt wurde und ist ein wichtiger Indikator für die Kundenloyalität. Da die Marketingaufwendungen für Bestandskunden niedriger sind als für die Neukundenakquisition, besteht auch ein Zusammenhang zum Konzernergebnis.

Return Rate (Rücklaufquote).

Ein wesentlicher Vorteil des Handels mit Arzneimitteln und Medikamenten liegt in der verschwindend geringen Rücklaufquote. Da Rücksendungen im E-Commerce einen erheblichen Kostenfaktor darstellen, besteht ein direkter Zusammenhang zum Unternehmenserfolg.



SHOP APOTHEKE

E U R O P E

03

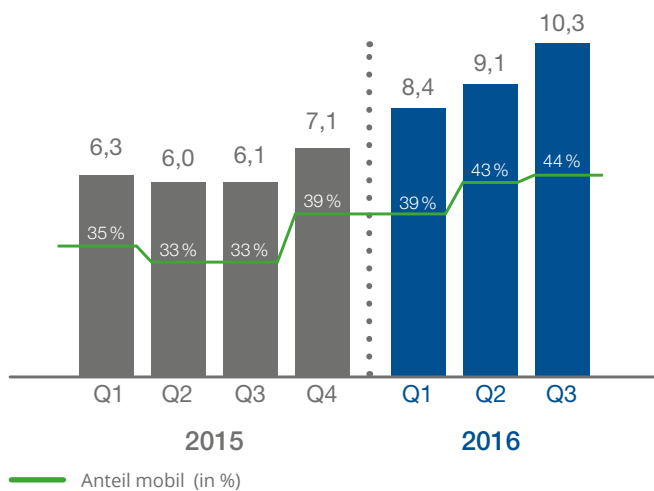
GESCHÄFTSENTWICKLUNG.

Umsatz- und Ertragslage Konzern.

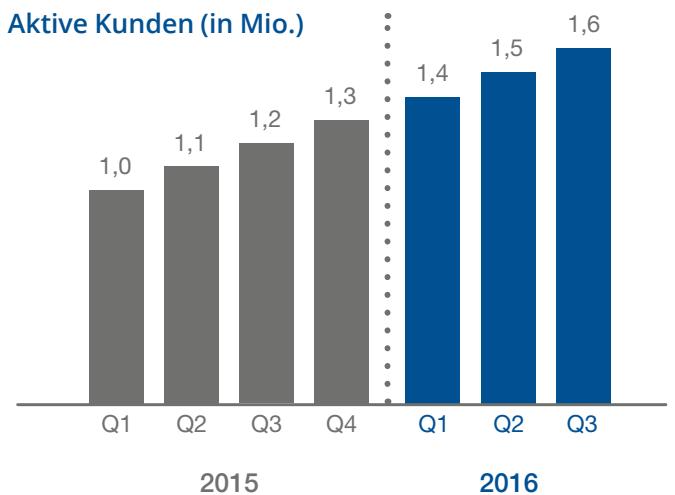
Der Handel mit Arzneimitteln, Medikamenten sowie mit apothekenüblichen Beauty- und Pflegeprodukten ist zum Teil saisonalen Schwankungen unterworfen. Insbesondere im Bereich der Arzneimittel und Medikamente besteht ein erhöhter Bedarf im jeweils ersten und vierten Quartal eines Kalenderjahres.

In den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres erhöhte sich der Umsatz von SHOP APOTHEKE EUROPE auf € 124,7 Millionen. Im vergleichbaren Vorjahreszeitraum betrug der Umsatz € 91,0 Millionen. Dies entspricht einem Anstieg um rund 37 Prozent. Dabei verzeichnete die Gruppe in den Kernsegmenten Germany und International deutliche Umsatzzuwächse. Die Akquisition der in Belgien beheimateten Online-Apotheke FARMALINE wird aufgrund der Konsolidierung ab 14. September 2016 erst im vierten Quartal 2016 spürbar zu einer Steigerung des Umsatzvolumens beitragen, wodurch ein mit den vergangenen Jahren vergleichbares Umsatzwachstum erzielt werden soll. Der Umsatzanstieg im Berichtszeitraum basiert im Wesentlichen auf einem Anstieg der Bestellungen um 37 Prozent auf insgesamt 2,8 Millionen (Vorjahresperiode: 2,0 Millionen). Diese Entwicklung wurde ferner durch eine deutliche Erhöhung der Webseitenbesuche (Site Visits) begleitet. Der kontinuierliche Anstieg des Anteils mobiler Webseitenbesuche auf zuletzt 44 Prozent im dritten Quartal 2016 unterstreicht zudem die Bedeutung des Angebotes über mobile Endgeräte.

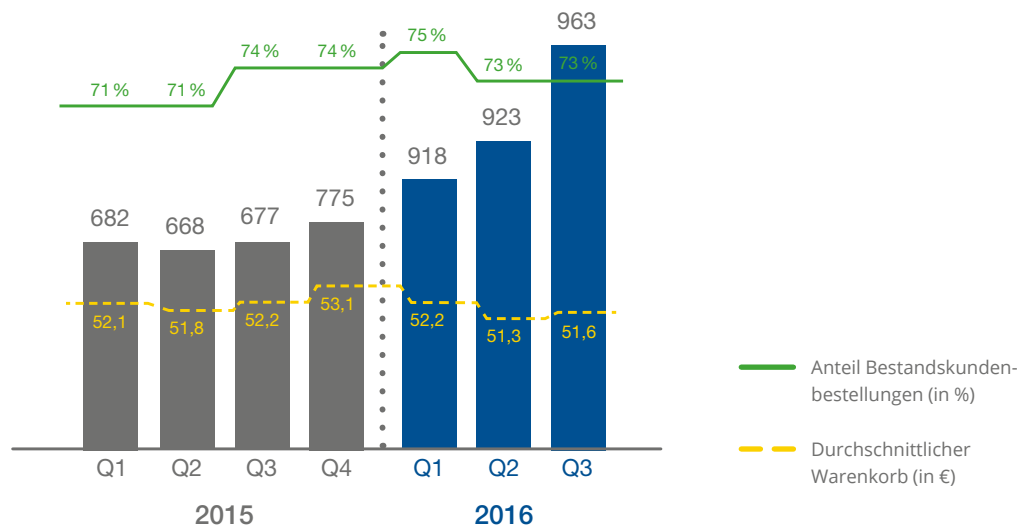
Webseitenbesuche (in Mio.)



Active Kunden (in Mio.)

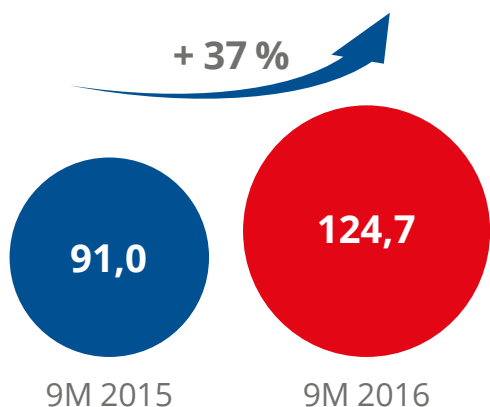


Bestellungen (in '000)

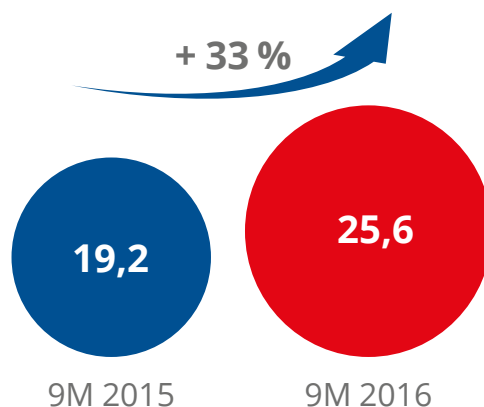


Der Bruttogewinn betrug im Berichtszeitraum € 25,6 Millionen nach € 19,2 Millionen in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2015 und verbesserte sich im dritten Quartal des laufenden Geschäftsjahres in allen Segmenten.

Umsatz Konzern (in € Mio.)



Bruttoergebnis Konzern (in € Mio.)



Entwicklung der Segmente.

Die positive Entwicklung des Konzernumsatzes sowie des Konzernbruttoergebnisses beruht vor allem auf dem deutlichen Wachstum der operativen Kernsegmente Germany und International.

Segment Germany.

In den ersten neun Monaten 2016 sind sowohl Umsatz als auch Segment EBITDA in Deutschland signifikant gestiegen: Der Umsatz erhöhte sich im Zeitraum Januar bis September 2016 auf € 105,1 Millionen im Vergleich zu € 84,2 Millionen im entsprechenden Vorjahreszeitraum. Dies entspricht einer Wachstumsrate von 25 Prozent. Das Bruttoergebnis verbesserte sich im gleichen Zeitraum überproportional von € 16,8 Millionen um 29 Prozent auf € 21,6 Millionen. Entsprechend stieg die Bruttomarge im Berichtszeitraum um 0,5 Prozent auf 20,5 Prozent im Vergleich zu 20,0 Prozent in der Vorjahresperiode. Das bereinigte Segment EBITDA hat sich in den ersten drei Quartalen 2016 auf € 3,0 Millionen nach € 0,5 Millionen im Vorjahreszeitraum entwickelt.

Segment International.

Mit einem deutlichen Anstieg der Bestellungen trug das Segment International wesentlich zur Steigerung des Konzernumsatzes bei: Mit € 18,4 Millionen hat sich der Segmentumsatz im Zeitraum Januar bis September 2016 mehr als verdreifacht. Im entsprechenden Vorjahreszeitraum lag der Segmentumsatz International bei € 5,2 Millionen. Der überproportionale Anstieg des Bruttoergebnisses von € 0,9 Millionen im Jahr 2015 auf € 3,1 Millionen im Berichtszeitraum führte auch im zweiten Kernsegment von SHOP APOTHEKE EUROPE zu einer Verbesserung der Bruttomarge: Sie verbesserte sich gegenüber Vorjahr spürbar von 16,5 Prozent auf 17,1 Prozent.

Einhergehend mit der internationalen Expansionsstrategie verzeichnete das Segment ein erhebliches Neukundenwachstum. Der signifikant höhere Anteil von Bestellungen durch Neukunden – verbunden mit entsprechend höheren Akquisitionskosten – führte zu einer Verringerung des bereinigten Segment EBITDA auf € -3,2 Millionen in den ersten drei Quartalen 2016 im Vergleich zu € -1,2 Millionen im Vorjahreszeitraum.

Segment Germany Services.

In den ersten neun Monaten 2016 ist der Bruttoumsatz im Segment Germany Services auf € 3,0 Millionen nach € 2,4 Millionen im Vorjahreszeitraum gestiegen. Hierin enthalten sind im Berichtszeitraum Umsatzerlöse für konzerninterne Leistungen in Höhe von € 1,8 Millionen, die im Zuge der Konsolidierung eliminiert werden.

Das Bruttoergebnis lag in der Berichtsperiode mit € 2,6 Millionen ebenfalls über dem Vorjahreswert von € 2,2 Millionen. Unter Berücksichtigung konzerninterner Leistungen in Höhe von € 1,8 Millionen bzw. € 0,7 im vergleichbaren Vorjahreszeitraum ergibt sich ein Bruttoergebnis von € 0,8 Millionen bzw. € 1,5 Millionen.

Das Segment EBITDA für den Bereich Germany Services lag aufgrund von Investitionen in die eigenen Webshops mit € 0,7 Millionen per 30. September 2016 leicht unterhalb des Vorjahreswertes in Höhe von € 0,9 Millionen.

Vermögens- und Finanzlage.

Liquiditätssituation.

Innerhalb des Berichtszeitraums erhöhte sich der Zahlungsmittelbestand von € 3,5 Millionen per 01. Januar 2016 auf nun € 6,3 Millionen zum Bilanzstichtag.

Der Zahlungsmittelzufluss aus der Finanzierungstätigkeit betrug im Berichtszeitraum € 9,2 Millionen gegenüber € 16,1 Millionen im entsprechenden Vorjahreszeitraum und beinhaltet neben Zinsaufwendungen eine im Juni 2016 durchgeführte Kapitalerhöhung im Volumen von € 10,0 Millionen.

Ein Mittelabfluss in Höhe von € -4,4 Millionen resultiert aus der Investitionstätigkeit (Vorjahr: € -2,9 Millionen). Die Investitionen umfassen unter anderem eine Barkomponente im Zusammenhang mit dem Erwerb von FARMALINE im September 2016.

Der operative Cashflow verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum von € -6,0 Millionen um € 4,0 Millionen auf € -2,0 Millionen. Die Verbesserung ist im Wesentlichen auf Optimierungen im Working Capital-Management zurückzuführen.

Working Capital.

Das Working Capital lag bei € 3,7 Millionen zum 30. September 2016 unterhalb des Vorjahreswertes. Bedingt durch Aufbau von Vorräten im Zusammenhang mit der internationalen Expansion des Geschäfts sowie aufgrund saisonaler Anforderungen im Bereich der Medikamente und Arzneimittel wird sich das Working Capital im vierten Quartal voraussichtlich erhöhen.

Investitionen CAPEX.

In den ersten neun Monaten betrugen die Investitionen € 10,4 Millionen einschließlich der Akquisition von FARMALINE.

Prognosebericht.

Insgesamt erwartet SHOP APOTHEKE EUROPE für das Geschäftsjahr 2016 eine Fortsetzung der positiven Entwicklung der operativen Leistungsindikatoren und in der Folge des Umsatzes.

Der Vorstand geht davon aus, dass sich das Wachstum des Konzernumsatzes im vierten Quartal – unterstützt durch die Konsolidierung von FARMALINE ab 14. September 2016 – gegenüber den ersten drei Quartalen 2016 weiter beschleunigen wird. Gleichzeitig strebt SHOP APOTHEKE EUROPE für das Gesamtjahr 2016 eine Verbesserung der Bruttogewinnmarge auf Konzernebene gegenüber dem Vorjahr an.

Für das Kernsegment Germany liegt der Fokus auf profitablen Wachstum, das mittelfristig aufgrund des bereits hohen Marktanteils von SHOP APOTHEKE EUROPE in Deutschland und einer im internationalen Vergleich besseren Online-Durchdringung des Marktes mehrheitlich durch Bestellungen von Bestandskunden getragen wird. Auf den internationalen Zielmärkten Österreich, Frankreich, Belgien, Italien und Spanien erwartet der Vorstand ein signifikant höheres Wachstum durch die Gewinnung von Neukunden. Eine optimierte Preisstrategie, eine verstärkte Fokussierung auf Produkte mit höheren Margen und die Verbesserung der Einkaufskonditionen durch höhere Volumina sollen unter anderem zur weiteren Steigerung der Bruttogewinnmarge beitragen.

SHOP APOTHEKE EUROPE erwartet ferner einen Rückgang der betrieblichen Aufwandsquote bei gleichzeitiger Fortführung kontinuierlicher Investitionen in die weitere internationale Expansion. Die Senkung der betrieblichen Aufwendungen im Verhältnis zum Umsatz resultiert aus geplanten Effizienzsteigerungen im Marketing aufgrund einer größeren Anzahl von Bestellungen durch Bestandskunden sowie Optimierungen im Kundenbeziehungsmanagement (CRM) und allgemeinen operativen Effizienzsteigerungen aufgrund von Skaleneffekten und fortschreitender Prozessautomatisierung. Vor diesem Hintergrund erwartet der Vorstand eine kontinuierliche Verbesserung der EBITDA-Marge, sowohl auf Segment- als auch auf Konzernebene.

Die langfristige Planung sieht darüber hinaus in den nächsten Jahren eine beständige Verbesserung des Working Capital Managements vor, obwohl das Vorratsvermögen bedingt durch die starke internationale Expansion voraussichtlich weiter steigen wird.

Investitionen sollen in den nächsten Jahren vor allem in Kapazitätserweiterung und zusätzliche Automatisierung sowie in den Ausbau der IT-Infrastruktur getätigt werden. Die Emissionserlöse des im Oktober 2016 erfolgten Börsengangs von SHOP APOTHEKE EUROPE N.V. dienen der Finanzierung der internationalen Expansion und Kapazitätserweiterung.



SHOP APOTHEKE

E U R O P E

04

NACHTRAGSBERICHT.

Erfolgreicher Börsengang.

Am 13. Oktober erfolgte die Notierungsaufnahme der Aktien von SHOP APOTHEKE EUROPE im regulierten Markt der Frankfurter Börse (Prime Standard) unter dem Börsenkürzel „SAE“, der ISIN NL0012044747 und der Wertpapierkennnummer (WKN) A2AR94. Der Ausgabepreis für die Aktien der SHOP APOTHEKE EUROPE betrug € 28,00 pro Aktie.

Im Rahmen des Börsengangs wurden 3.571.428 neue Inhaber-Stammaktien aus einer Kapitalerhöhung bei Investoren platziert. Der Bruttoemissionserlös betrug rund € 100 Millionen. Weitere 535.714 Inhaber-Stammaktien wurden aus dem Bestand der Altaktionäre im Zuge der Mehrzuteilungsoption bereitgestellt. Diese wurde vorzeitig am 28. Oktober 2016 im Umfang von 532.019 Aktien nahezu vollständig ausgeübt. Einschließlich der Mehrzuteilungen lag das gesamte Angebotsvolumen bei ca. € 115 Millionen.

Infolge der im Rahmen des Börsengangs durchgeführten Kapitalerhöhung beträgt das Grundkapital von SHOP APOTHEKE EUROPE nun insgesamt € 181.398, eingeteilt in 9.069.878 Aktien. Der Streubesitz beträgt aktuell ca. 45 Prozent.

Rückführung Gesellschafterdarlehen.

Ein Teil der im Rahmen des Börsengangs erzielten Mittel diente der Rückführung von Gesellschafterdarlehen in Höhe von nominal € 27,1 Millionen. Die Rückzahlung ist planmäßig am 31. Oktober 2016 erfolgt.

Investitionsprogramm zum Ausbau des Geschäftsvolumens.

Ein wesentlicher Teil des Emissionserlöses ist zur Finanzierung des weiteren Wachstums von SHOP APOTHEKE EUROPE vorgesehen, darunter Investitionen in IT Infrastruktur, Kapazitätserweiterung und zusätzliche Automatisierung. Mit der Installation eines Hochregallagersystems am zentralen Logistikstandort Venlo (NL) ist bereits ein erster Teil des Programms gestartet.

EuGH-Urteil zur Rx-Preisbindung.

Der Europäische Gerichtshof (EuGH) hat am 19. Oktober 2016 entschieden (Rs. C-148/15), dass die deutsche Preisbindung bei verschreibungspflichtigen Arzneimitteln gegen das Unionsrecht verstößt. Das heißt: Im grenzüberschreitenden Arzneimittelversandhandel sind die für deutschen Apotheken geltenden einheitlichen Preise nicht bindend; EU-ausländische Versandapotheken dürfen ihren Kunden also beim Kauf rezeptpflichtiger Arzneimittel Boni gewähren. Grundsätzlich begrüßt SHOP APOTHEKE EUROPE die Rechtsprechung des EuGH im Sinne des freien Warenverkehrs und wird diese zum Nutzen ihrer Kunden umsetzen.



SHOP APOTHEKE

E U R O P E

05

ANHANG.

Segment.

30/09/2016	GERMANY	INTERNATIONAL	GERMANY SERVICES	ELIMINIERUNGEN	KONSOLIDIERT
	€ '000	€ '000	€ '000	€ '000	€ '000
Umsatz	105.132	18.396	2.986	-1.826	124.688
Herstellungskosten	-83.542	-15.250	-342	0	-99.134
Bruttoergebnis in % des Umsatzes	21.590 20,5 %	3.146 17,1 %	2.644 88,6 %	-1.826	25.554 20,5 %
Sonstige Erträge	1.346	232	21	0	1.599
Vertriebskosten (S&D)	-19.984	-6.843	-1.936	1.826	-26.937
<i>Bereinigtes S&D*</i>	-19.961	-6.625	-1.936	1.826	-26.697
Segment EBITDA	2.952	-3.465	729		216
<i>Bereinigtes Segment EBITDA</i>	2.975	-3.247	729		456
Allg. Verwaltungskosten (AE)					-5.054
<i>Bereinigte AE**</i>					-4.788
EBITDA					-4.838
<i>Bereinigtes EBITDA</i>					-4.333
Abschreibungen					-2.283
EBIT					-7.121
<i>Bereinigtes EBIT</i>					-6.615
Zins u.ä. Erträge					1
Zins u.ä. Aufwendungen					-1.912
Finanzergebnis					-1.912
Ergebnis vor Steuern					-9.033
<i>Bereinigtes Ergebnis vor Steuern</i>					-8.527

* Bereinigtes S&D beinhaltet keinen Einmalaufwand im Zusammenhang mit der Integration von FARMALINE

** Bereinigte AE ohne Einmalaufwand im Zusammenhang mit dem IPO

Gewinn- und Verlustrechnung Konzern.

	9M 2016	9M 2015
	€ '000	€ '000
Umsatz	124.688	91.043
Herstellungskosten	-99.134	-71.873
Bruttoergebnis	25.554	19.170
Sonstige Erträge	1.599	758
Vertriebskosten (S&D)	-28.877	-21.053
allg. Verwaltungsaufwand (A&E)	-5.397	-4.413
Operatives Ergebnis	-7.121	-5.539
Zinsen u.ä. Erträge	1	591
Zinsen u.ä. Aufwendungen	-1.912	-1.688
Finanzergebnis	-1.912	-1.097
Ergebnis vor Steuern	-9.033	-6.636
Steuern	4	-37
Jahresfehlbetrag	-9.029	-6.673

Konzernbilanz.

AKTIVA	30 SEP 16	30 SEP 15	PASSIVA	30 SEP 16	30 SEP 15
	€ '000	€ '000		€ '000	€ '000
Anlagevermögen			Eigenkapital und Rücklagen		
Sachanlagen	2.370	2.256	Wirtschaftliches Eigenkapital		6.492
Immaterielle Vermögensgegenstände	21.815	13.233	Eigenkapital	8.054	
	24.185	15.489		8.054	6.492
Umlaufvermögen			Langfristige Verbindlichkeiten		
Vorräte	15.452	6.151	Gesellschafterdarlehen	20.071	18.669
Vorbestellte Waren	3.414	4.554	Passive latente Steuern	2.560	2.572
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	7.440	4.020	Sonstige Verbindlichkeiten	3.000	
Sonstiges Umlaufvermögen	2.692	2.476		25.631	21.241
Cash	6.271	7.446	Kurzfristige Verbindlichkeiten		
	35.269	24.647	Verbindlichkeiten aus Lieferungen & Leistungen	16.096	7.190
Aktiva Gesamt	59.454	40.135	Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	2.030	
			Sonstige kurzfr. Verbindlichkeiten	7.643	5.212
				25.769	12.402
			Passiva Gesamt	59.454	40.135

Konzernkapitalflussrechnung.

CASH FLOW AUS LAUFENDER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT	30 SEP 16	30 SEP 15
	€ '000	€ '000
Betriebsergebnis	-7.121	-5.539
- Abschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	2.283	1.525
- Veränderungen im Working Capital:		
- (Zu-)/Abnahme des Forderungsbestands	-3.694	-1.565
- (Zu-)/Abnahme des Lagerbestands	-5.040	-1.559
- (Zu-)/Abnahme vorbestellter Waren	2.239	978
- (Zu-)/Abnahme der Rückstellungen	-1	-78
- (Zu-)/Abnahme d. Verbindlichkeiten aus Lieferungen & Leistungen	10.479	190
- (Zu-)/Abnahme d. Verbindlichkeiten ggü. verbundenen Unternehmen	-1.173	0
Veränderungen im Working Capital	2.810	-2.034
Kapitalfluss aus laufender Geschäftstätigkeit	-2.028	-6.047
Zinseinnahmen	1	0
Mittelzuflüsse (Mittelabflüsse)/aus laufender Geschäftstätigkeit	-2.027	-6.047
CASH FLOW AUS INVESTITIONSTÄTIGKEIT		
Investitionen in Sachanlagen	-526	-966
Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände	-2.231	-1.893
Investitionen in Akquisitionen	-1.650	0
Mittelzuflüsse (Mittelabflüsse)/aus der Investitionstätigkeit	-4.407	-2.859
CASH FLOW AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEIT		
Zinsaufwand	-833	-695
Nettoerhöhung der Finanzierung durch verbundene Unternehmen		16.750
Kapitalerhöhung	10.008	
Mittelzuflüsse (Mittelabflüsse)/aus Finanzierungstätigkeit	9.175	16.055
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestands	2.741	7.148
Finanzmittelbestand zu Beginn des Geschäftsjahrs	3.529	297
Finanzmittelbestand zum Ende der Berichtsperiode	6.271	7.446