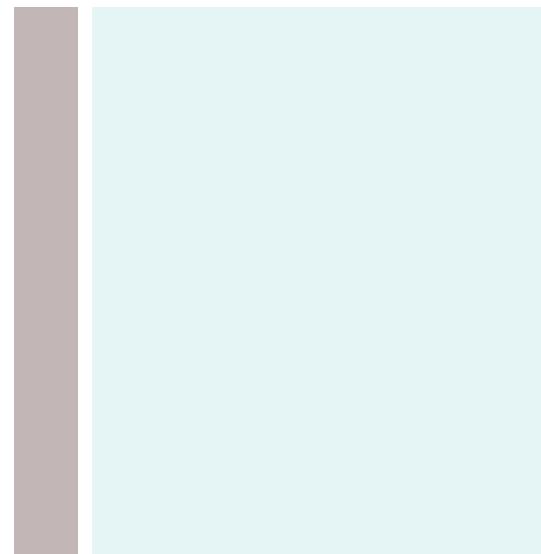


Dreimonatsbericht 2015
Januar – März 2015



Inhaltsverzeichnis

1. windeln.de Konzern auf einen Blick

2. Konzern-Zwischenlagebericht

2.1 Grundlagen des Konzerns

- 2.1.1 Konzernstruktur
- 2.1.2 Geschäftsmodell
- 2.1.3 Strategie

2.2 Wirtschaftsbericht

- 2.2.1 Gesamtwirtschaftliche Situation
- 2.2.2 Branchenbezogene Rahmenbedingungen
- 2.2.3 Geschäftsverlauf
- 2.2.4 Ertragslage
- 2.2.5 Finanzlage
- 2.2.6 Vermögenslage
- 2.2.7 Mitarbeiter

2.3 Nachtragsbericht

- 2.3.1 Änderungen in der Unternehmensstruktur
- 2.3.2 IPO (Börsengang)
- 2.3.3 Akquisition der Feedo Sp. z o.o.
- 2.3.4 Gründung einer weiteren Konzerngesellschaft
- 2.3.5 Liquidation der Urban-Brand Schweiz GmbH
- 2.3.6 Kreditlinie

2.4 Risiken

- 2.4.1 Strategische Risiken
- 2.4.2 Operative Risiken

2.5 Chancenbericht

2.6 Ausblick

3. Konzern-Zwischenabschluss

- 3.1 Konzern-Gesamtergebnisrechnung
- 3.2 Konzernbilanz
- 3.3 Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung
- 3.4 Konzern-Kapitalflussrechnung
- 3.5 Konzernanhang

4. Service

- 4.1 Glossar
- 4.2 Finanzkalender
- 4.3 Impressum



1. windeln.de Konzern auf einen Blick

	31.03.2015	31.03.2014	Veränderungen
Leistungsindikatoren			
Seitenaufrufe	14.298.837	7.323.268	95,3 %
Anteil mobiler Seitenaufrufe (in % der Seitenaufrufe)	65,5 %	47,9 %	17,6pp
Bestellungen von mobilen Endgeräten (in % der Bestellungen)	46,7 %	32,7 %	14,0pp
Aktive Kunden	555.984	334.340	66,3 %
Anzahl Bestellungen	453.793	272.808	66,3 %
Durchschnittliche Bestellungen pro aktivem Kunden (in Anzahl Bestellungen)	2,8	2,7	3,4 %
Anzahl Bestellungen von Stammkunden (in den letzten 12 Monaten)	1.282.397	736.962	73,9 %
Stammkundenrate (in % der Bestellungen)	83,6 %	82,6 %	1,0pp
Bruttoauftragswert (in €)	41.969.972 €	23.240.594 €	80,6 %
Durchschnittlicher Bestellwert (in €)	92,5 €	85,2 €	8,7 %
Retourenquote (in % des Nettowarenwerts)	6,0 %	5,1 %	0,9pp
Marketingkostenverhältnis (in % der Umsatzerlöse)	5,0 %	4,8 %	0,2pp
Fulfillmentkostenverhältnis (in % der Umsatzerlöse)	10,5 %	12,4 %	-1,5pp
Bereinigte sonstige VVG-Kosten (in % der Umsatzerlöse)	13,6 %	17,0 %	-3,4pp
	Q1 2015	Q1 2014	Veränderung
Ertragslage			
Umsatzerlöse (in TEUR)	35.649	19.083	86,7 %
Bruttoergebnis vom Umsatz (in TEUR)	9.129	4.447	105,3 %
Bruttoergebnis vom Umsatz (in % der Umsatzerlöse)	25,6 %	23,3 %	2,3pp
Operativer Deckungsbeitrag	3.581	1.157	209,4 %
Operativer Deckungsbeitrag (in % der Umsätze)	10,0 %	6,1 %	3,9pp
Bereinigtes EBIT (in TEUR)	-1.276	-2.091	39,0 %
Bereinigtes EBIT (in % der Umsatzerlöse)	-3,6 %	-11,0 %	-7,4pp
Vermögens- und Finanzlage Konzern			
Mittelzu-/abfluss aus betrieblicher Geschäftstätigkeit (in TEUR)	1.202	-2.237	153,7 %
Mittelzu-/abfluss aus Investitionstätigkeit (in TEUR)	-585	-210	178,6 %
Finanzmittelfonds am Ende der Periode (in TEUR)	33.065	7.003	372,2 %
Sonstige Kennzahlen			
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)	-0,03	-0,27	-88,9 %
Verwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)	-0,03	-0,26	-92,3 %

PP = Prozentpunkte

2. Konzern-Zwischenlagebericht zum 31. März 2015

2.1 Grundlagen des Konzerns

2.1.1 Konzernstruktur

Die windeln.de GmbH ist Muttergesellschaft des windeln.de Konzerns und hat im April 2015 ihre Rechtsform von einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) in eine deutsche Aktiengesellschaft (AG) umgewandelt mit dem Namen windeln.de AG („windeln.de“). Der Rechtsformwechsel wurde mit Eintragung in das Handelsregister des Amtsgerichts München am 16. April 2015 wirksam.

2.1.2 Geschäftsmodell

Seit der Gründung in 2010 hat sich die windeln.de AG zu einem der führenden und wachstumstärksten Online-Anbieter von Produkten für Babys, Kleinkinder und Kinder in Deutschland, Österreich und der Schweiz entwickelt. Der Konzern bietet einen bequemen E-Commerce-Einkauf, der auf die Bedürfnisse junger Familien abgestimmt ist. Im Angebot sind circa 100.000 Produkte von rund 1.000 Markenherstellern, die junge Eltern bequem von zu Hause aus bestellen können. Das Spektrum reicht von Windeln, Babynahrung und Hautpflegeartikeln bis zu Sicherheitsprodukten wie Absperrgitter, Überwachungsgeräte und Autositze. Baby-Kleidung und Baby-Spielzeug runden das Angebot ab und machen die Internetseiten des Konzerns zu einer zentralen Anlaufstelle für Eltern.

Im Konzern werden zwei unterschiedliche Geschäftsmodelle eingesetzt. Auf den Internetseiten „windeln.de“, „windeln.ch“, „kindertraum.ch“ und „toys.ch“ wird eine breite Palette sofort verfügbarer Produkte angeboten, die vorrätig gehalten wird und dadurch eine schnelle Lieferung ermöglicht.

Ferner wird über die Internetseite „windelbar.de“ ein so genannter „Flash Sale“-Shopping-Club betrieben, in dem Kunden nach erfolgter Registrierung unter „windelbar.de“ ein sich schnell änderndes Sortiment an Artikeln mit erheblichen Rabatten gegenüber den regulären Einzelhandelspreisen angeboten wird. Diese Artikel werden in der Regel zwei bis drei Wochen nach Bestellung geliefert.

Zusätzlich hat der Konzern ein Online-Geschäft mit dem Vertrieb von Produkten für Babys an Kunden in China aufgebaut. Chinesischen Kunden wird über die Internetseite windeln.de ein komfortables Einkaufserlebnis geboten: Unter anderem wird seit 2013 das Zahlen über Alipay ermöglicht und im Jahr 2014 wurde eine chinesische Version der „windeln.de“ Internetseite eingeführt.

Der Konzern bedient seine Kunden aus drei Warenlagern (Grossbeeren bei Berlin, München, Uster/Schweiz). Die Auslieferung an den Kunden übernehmen in der Regel nationale und internationale Paketdienstleister. Darüber hinaus betreibt der Konzern ein Ladengeschäft in Grünwald bei München sowie einen Showroom in Uster/Schweiz.

2.1.3 Strategie

Der Konzern hat sich zum Ziel gesetzt, der führende reine Online-Händler zu werden, der auf die Bedürfnisse junger Familien in Europa und von Kunden in China spezialisiert ist. Vor diesem Hintergrund werden folgende Strategien verfolgt:

- Steigerung des Anteils am gesamten Zielmarkt in der DACH-Region und in China durch Ausbau des Kundenstamms in diesen Regionen und Steigerung des Bestellvolumens pro Kunden.
- Ausweitung der regionalen Präsenz auf andere Länder Europas durch eine Kombination aus gezielten Akquisitionen von lokal etablierten Unternehmen mit starker Marktposition und organischem Wachstum in solchen Märkten.
- Erweiterung des Produktangebots um neue Artikel, um einerseits die Attraktivität für den Kunden zu steigern, was gleichzeitig ein Cross-Selling von Gebrauchsgütern mit höheren Margen zu ermöglicht. Um dies zu erreichen, konzentriert sich der Konzern darauf, das Produktangebot für Babys, Kleinkinder und Kinder in der DACH-Region um Produkte für junge Mütter zu erweitern. In China plant windeln.de das Wertangebot für Kunden so ändern, dass auch andere deutsche Qualitätsprodukte als Verbrauchs- und Gebrauchsartikel für Babys und Kleinkinder angeboten werden.

2.2 Wirtschaftsbericht

2.2.1 Gesamtwirtschaftliche Situation

Als reiner Onlineanbieter von Produkten für Babys, Kleinkinder und Kinder ist der Konzern von der allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung, dem Konsumklima aber insbesondere der Entwicklung des Internet- und Versandhandels beeinflusst.

Der anhaltend schwache Euro, beeinflusst durch die anhaltende Niedrigzinspolitik der Europäischen Zentralbank, sowie die sinkenden Energiekosten haben im abgelaufenen Quartal zu einer weiteren Steigerung der Konjunkturerwartungen beigetragen. Das Institut für Weltwirtschaft (IfW) in Kiel prognostiziert einen Anstieg des Bruttoinlandsprodukts von 1,8 % in den Jahren 2015 und 2016.¹ Der positive Ausblick wurde auch durch einen wiederholten Anstieg des ifo Geschäftsklimaindexes für Deutschland bekräftigt, welcher im März 2015 den höchsten Stand seit Juli 2014 erreichte.²

Vom gestiegenen Konsumklima profitierte auch der Einzelhandel, der, den Angaben des Statistischen Bundesamtes zu Folge, seinen Umsatz im Vergleich zum Vorjahreszeitraum real um 3,5 % steigern konnte. Der größte Wachstumstreiber war der Internet- und Versandhandel, welcher Zuwachsraten von real 11,5 % verbuchen konnte. Der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) bestätigte diese Zahlen in seiner fortlaufenden Verbraucherstudie. Im Vergleich zum Vorjahresquartal stieg der Umsatz im E-Commerce auf EUR 10,2 Mrd., was einem Wachstum von rund 10 % entspricht.³

2.2.2 Branchenbezogene Rahmenbedingungen

Deutscher und europäischer Markt

Der Gesamtmarkt für Baby-, Kleinkind-, und Kinderprodukte in Deutschland wurde im Jahr 2014 für auf eine Größe von EUR 4,2 Mrd. geschätzt (für Babys im Alter von 0-3 Jahren).⁴ Für Babys und Kinder im Alter von 0-6 Jahren beläuft sich der Markt gemäß eigener Schätzung des Konzerns auf eine Größe von EUR 8,4 Mrd. Die Verbrauchernachfrage in diesem Markt ist geprägt von geringer Zyklizität, unterstützt durch eine relativ stabile Geburtenrate sowie einem in

¹ IfW 2015

² ifo Institut 2015

³ Statistisches Bundesamt 2015, bevh 2015 (<http://geldanlagen-nachrichten.de/2015/05/interaktiver-handel-startet-mit-deutlichem-plus-ins-neue-jahr/>)

⁴ Euromonitor International Ltd., Analysis of Baby and Toddler Products Retail in Germany, Februar 2015 (Erstellt im Auftrag von windeln.de) („Euromonitor“)

hohem Maße vorhersehbaren Bedarf und damit Einkaufsverhalten. Von 2009 bis 2013 ist die Bruttogeburtenziffer⁵ in Deutschland um 4,9 % von 8,1 auf 8,5 gestiegen.⁶

Der europäische Markt für Produkte für Babys, Kleinkinder und Kinder ist fragmentiert und in den meisten Ländern Europas gibt es keinen klaren Marktführer. Nach den Schätzungen des Konzerns belief sich der europäische Markt (ohne Deutschland) für Produkte für Babys, Kleinkinder und Kinder im Jahr 2014 auf ein Gesamtvolumen von EUR 28,2 Mrd. (für Babys in der Altersgruppe von 0 bis 3 Jahren) und ein Gesamtvolumen von EUR 56,5 Mrd. (für Babys und Kinder in der Altersgruppe von 0 bis 6 Jahren). Damit hat der europäische Markt jeweils die rund 7-fache Größe des gesamten Zielmarktes in Deutschland.⁷

Deutscher und europäischer E-Commerce Markt

Das Wachstum des E-Commerce Markts für Baby-Verbrauchsgüter und andere Baby-, und Kleinkinderprodukte ist entscheidend für das Unternehmen.

Verbraucher haben ihre Ausgaben für Online Shopping für Baby-Verbrauchsgüter und andere Baby-, und Kleinkinderprodukte von EUR 265,8 Mio. im Jahr 2011 auf EUR 392,8 Mio. im Jahr 2014 erhöht. Aus Sicht des Konzerns ist daher das mittelfristige Wachstum des Online-Anteils am gesamten Markt für Baby-, und Kleinkindprodukte sehr wahrscheinlich. Euromonitor erwartet ein Wachstum des Online-Anteils von 12,1 % pro Jahr von 2014 bis 2017, was in 2017 einem Anteil von 12,7 % am Gesamtmarkt entspricht, im Vergleich zu 9,3 % in 2014. Dieser Anstieg ermöglicht das Wachstum des für windeln.de relevanten Gesamtmarkts auf EUR 4,4 Mio.⁸

Der Online-Kanal ist grundsätzlich gut geeignet, um Verbrauchsgüter für Babys anzubieten, da diese Produkte ähnliche Eigenschaften wie andere Produktkategorien aufweisen, welche bereits zu einem erheblichen Teil online verkauft werden, wie z.B. Verbraucherelektronik, Verbrauchsgeräte und Mode (mit Kleidung und Schuhen). Produkte für Babys, Kleinkinder und Kinder sind typischerweise Markenartikel, unverderblich und werden häufig gekauft. Das bietet eine bedeutende Chance für das Wachstum des Online-Anteils. Ferner ist die Nachfrage in hohem Maße vorhersehbar mit geringem Individualisierungsbedarf. Zusätzlich bietet die Möglichkeit immer und von überall einkaufen zu können mit bequemer Lieferung nach Hause einen bedeutenden Komfort im Vergleich zum traditionellen Einkaufserlebnis.

Der Online-Anteil für Baby-, Kleinkinder- und Kinderprodukte in Deutschland liegt im Vergleich zu anderen Produktkategorien wie z.B. Verbraucherelektronik, Verbrauchsgeräte oder Mode (mit Kleidung und Schuhen) noch weit zurück.

In Deutschland wird sich der Online-Anteil in allen Produktkategorien voraussichtlich von 6,1 % in 2013 auf 11,2 % in 2018 erhöhen, aber weiterhin hinter den Anteilen in Großbritannien und in geringerem Umfang hinter Norwegen zurückbleiben.⁹ Der Online-Anteil auf anderen großen Märkten in Europa wie Frankreich, Spanien und Italien ist noch niedriger und wird voraussichtlich mit in etwa der gleichen Dynamik wachsen. Der Konzern rechnet mit einem Wachstum des E-Commerce-Anteils und der Online- Infrastruktur und einer weiter zunehmenden Nutzung von Online-Angeboten in allen Teilen Europas.

⁵ Die Bruttogeburtenziffer gibt die Anzahl der Lebendgeborenen pro Jahr bezogen auf 1000 Einwohner an.

⁶ Eurostat Data European Commission, January 2015, Crude birth rate: <http://ec.europa.eu/eurostat/tgm/download.do?tab=table&plugin=1&language=en&pcode=tps00112>

⁷ Schätzungen der Gesellschaft, abgeleitet von Daten von Eurostat

⁸ S. Fn 4: Euromonitor

⁹ eMarketer Inc., Retail Sales Worldwide Will Top \$22 Trillion This Year, <http://www.emarketer.com/Article/Retail-Sales-Worldwide-Will-Top-22-Trillion-This-Year/1011765#sthash.iJARW0lp.dpuf>

Cross-Border E-Commerce Markt in China

windeln.de ist auch im chinesischen Cross-Border E-Commerce Markt vertreten. Verbraucher in China kaufen hier direkt bei ausländischen Onlinehändlern ein. Das Gesamtvolumen wird auf EUR 18,4 Mrd. geschätzt.¹⁰ Während das verfügbare Einkommen der Bevölkerung fortlaufend ansteigt, wächst auch die Nachfrage nach hochwertigen Produkten aus dem Ausland. Dabei werden vorwiegend Produktkategorien wie Kosmetik und Körperpflege (56,8 %) sowie Produkte für Mutter und Kind (55,3 %) gekauft.¹¹ Es wird erwartet, dass der Chinesische Cross-Border E-Commerce Markt von CNY 128,4 Mrd. (ca. EUR 18,4 Mrd.) auf über CNY 372,2 Mrd. (ca. EUR 53,5 Mrd.) in 2017 wächst. Im Jahr 2014 hat der Cross-Border E-Commerce Markt für Mutter-, und Kinderprodukte ein Gesamtvolumen von CNY 53,2 Mrd. (ca. EUR 7,6 Mrd.) erreicht. Das entspricht 41,5 % des gesamten Cross-Border E-Commerce Markts in China.¹²

Der Einkauf im Cross-Border E-Commerce Markt wird unterstützt durch folgende Wachstumstreiber: Mit mehr als 16,9 Mio. Geburten in 2014 und einer prognostizierten Steigerung auf 17,9 Mio. Geburten in 2015¹³ ist der chinesische Markt für Baby-Produkte auf Wachstum ausgelegt. Dieser Trend wird auch unterstützt durch die Entspannung der Ein-Kind-Politik in China, welche im November 2013 erlassen wurde. Ferner wächst auch die Mittelschicht in China mit einem prognostizierten CAGR von 7,9 % BIP pro Kopf von 2014 bis 2019.¹⁴ Aus diesen Gründen wird aus Sicht des Konzerns der Markt für Babyprodukte in China in den kommenden Jahren weiter erheblich wachsen.

2.2.3 Geschäftsverlauf

Im ersten Quartal 2015 konnte der Konzern seine Wachstumsziele weiterhin erfolgreich umsetzen.

Die Kundenanzahl ist im ersten Quartal 2015 weiter gewachsen. Die Zahl der Kunden, die in den vergangenen zwölf Monaten mindestens eine Bestellung getätigt haben, betrug rund 556 Tsd. (im Vergleich dazu im ersten Quartal 2014 334 Tsd.).

Die Ausweitung des Sortiments im Shop windeln.de wurde erfolgreich fortgesetzt und beispielsweise die Produktkategorie „Kindermöbel & Wohnen“ im Februar 2015 in das Sortiment aufgenommen. windeln.de bietet in dieser Kategorie nun Produkte namhafter Marken wie Haba, babybay und Pinolino an.

Das Wachstum des Konzerns war konsistent über alle Segmente. Im ersten Quartal 2015 hat das Segment windeln.de ein Umsatzwachstum von 83,6 % erzielt, das Segment windelbar ein Umsatzwachstum von 114,7 % und das Segment windeln.ch ein Umsatzwachstum von 96,9 %, verglichen jeweils mit entsprechenden Vorjahreszeitraum.

¹⁰ IResearch Consulting Group, 2015 China cross-border online shopper behaviour report, January 2015, statistical model and online survey conducted on iClick, (erstellt im Auftrag des Konzerns) ("IResearch")

¹¹ IResearch, S. Fn. 10

¹² IResearch, S. Fn. 10

¹³ China Population Association read on China Internet Information Center, January 2015, http://www.china.org.cn/china/2015-02/10/content_34781027.htm

¹⁴ International Monetary Fund, October 2014, <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2014/02/weodata/weorept.aspx?pr.x=24&pr.y=7&sy=2010&ey=2019&scsm=1&ssd=1&sort=country&ds=.&br=1&c=924&s=NGDPDPC&grp=0&a=>

2.2.4 Ertragslage

Konzern Gewinn- und Verlustrechnung

In TEUR	Q1 2015	In % vom Umsatz	Q1 2014	In % vom Umsatz	Veränderung in pp
Umsatzerlöse	35.649	100,0 %	19.083	100,0 %	0,0pp
Umsatzkosten	-26.520	-74,4 %	-14.636	-76,7 %	-2,3pp
Bruttoergebnis vom Umsatz	9.129	25,6 %	4.447	23,3 %	2,3pp
Vertriebskosten	-8.979	-25,2 %	-5.483	-28,7 %	3,5pp
Verwaltungskosten	-5.451	-15,3 %	-1.949	-10,2 %	-5,1pp
Sonstige betriebliche Erträge	386	1,1 %	69	0,4 %	0,7pp
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-263	-0,7 %	-7	0,0 %	-0,7pp
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	-5.178	-14,5 %	-2.923	-15,3 %	0,8pp
Finanzergebnis	-9	0,0 %	2.291	12,0 %	-12,0pp
Ergebnis vor Steuern (EBT)	-5.187	-14,6 %	-632	-3,3 %	-11,3pp
Periodenergebnis	-5.382	-15,1 %	-670	-14,8 %	-0,3pp

In TEUR	Q1 2015	Q1 2014	Veränderung
Sonstige Konzern-Finanzdaten			
Bruttoergebnis vom Umsatz (in % der Umsatzerlöse)	25,6 %	23,3 %	2,3pp
Bereinigtes EBIT	-1.276	-2.091	-39,0 %
Bereinigtes EBIT (in % der Umsatzerlöse)	-3,6 %	-11,0 %	7,4pp

Das EBIT wird für Konzernsteuerungszwecke bereinigt.

Im EBIT in Höhe von TEUR -5.178 sind u.a. Aufwendungen aus anteilsbasierter Vergütung enthalten.

In TEUR	Q1 2015	Q1 2014	Veränderung
Aufwendungen durch anteilsbasierte Vergütung	2.871	832	187,1 %
Umsatzkosten	-	-	-
Vertriebskosten	173	80	
Verwaltungskosten	2.698	752	

Im bereinigten EBIT sind die entsprechenden Aufwendungen nicht enthalten.

Zudem wird das EBIT um Aufwendungen für Akquisitionen und Integration (Q1 2015: TEUR 105; Q1 2014: -) und Aufwendungen für den bevorstehenden Börsengang (Q1 2015: TEUR 926, Q1 2014: -) bereinigt. Die Aufwendungen sind in den Verwaltungskosten enthalten.

In TEUR	Q1 2015	Q1 2014	Veränderungen
EBIT	-5.178	-2.923	77,1 %
<i>in % der Umsatzerlöse</i>	<i>-14,5 %</i>	<i>-15,3 %</i>	<i>0,8pp</i>
Aufwendungen durch anteilsbasierte Vergütung	2.871	832	
Transaktionskosten	105	-	
IPO-bezogene Aufwendungen	926	-	
Bereinigtes EBIT	-1.276	-2.091	-39,0 %
<i>in % der Umsatzerlöse</i>	<i>-3,6 %</i>	<i>-11,0 %</i>	<i>7,4pp</i>

Im ersten Quartal 2015 erzielte der Konzern Umsatzerlöse in Höhe von TEUR 35.649, was einer Steigerung um 86,7 % im Vergleich zum ersten Quartal 2014 (TEUR 19.083) entspricht.

Der Konzern konnte seine Umsatzerlöse in allen Regionen, in sämtlichen betriebenen Onlineshops und in allen Produktkategorien erheblich steigern.

Die positive Margenentwicklung im Vergleich zum ersten Quartal 2014 kann insbesondere auf den Ausbau des Absatzes mit margenstärkeren Produkten sowie auf verbesserte Lieferantenkonditionen zurückgeführt werden. Insgesamt konnte die Bruttomarge von 23,3 % auf 25,6 % gesteigert werden.

Die Vertriebskosten sind zwar insgesamt im Vergleich zum Vorjahresquartal gestiegen, jedoch im Verhältnis zum Bruttoergebnis vom Umsatz von 123 % im Vorjahreszeitraum auf 98 % gesunken. Dies ist auch auf die durchschnittlich gesunkenen Transportkosten aufgrund von verbesserten Konditionen zurückzuführen.

Die Verwaltungskosten sind im Vergleich zum Bruttoergebnis vom Umsatz in den ersten drei Monaten von 44 % auf 60 % angestiegen.

Zum einen sind die Personalaufwendungen im Verwaltungsbereich aufgrund von gestiegenen Mitarbeiterzahlen angestiegen. V.a. in den Bereichen Finanzen, Recht, Strategie & Expansion wurden zusätzliche Mitarbeiter eingestellt, um bevorstehende Projekte wie den geplanten Börsengang und Akquisitionen zu realisieren sowie die weitere Internationalisierung voranzutreiben. Zudem wurden an weitere Mitglieder des Managements Aktienoptionen ausgegeben, die teilweise bereits in der Vergangenheit verdient worden sind. Durch den im ersten Quartal 2015 gestiegenen Unternehmenswert wurde außerdem ein zusätzlicher Aufwand aus anteilsbasierter Vergütung mit Barausgleich erfasst.

Zum anderen ist der Anstieg der Verwaltungskosten durch bereits angefallene Aufwendungen in Vorbereitung auf den geplanten Börsengang, im Wesentlichen verursacht durch Rechts-, Beratungs-, und Prüfungskosten, zurückzuführen. Im ersten Quartal 2015 waren hierfür TEUR 926 Aufwendungen in den Verwaltungsaufwendungen enthalten.

Die sonstigen betrieblichen Erträge und Aufwendungen sind im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um TEUR 317 bzw. TEUR 256 angestiegen. Dies ist im Wesentlichen auf höhere Kursgewinne (insgesamt TEUR 268 in Q1 2015) und Kursverluste (insgesamt TEUR 262 in Q1 2015) zurückzuführen. Der Konzern betreibt vermehrt Geschäfte in einer anderen Währung als der Konzernwährung. Auf der Forderungsseite ist ein gestiegenes Forderungsvolumen in Schweizer Franken zu verzeichnen gewesen. Zudem hat das Einkaufsvolumen bei ausländischen Lieferanten außerhalb der Eurozone insbesondere in Zusammenhang mit der windeln.de zugenommen.

Das bereinigte EBIT ist auf TEUR -1.276 angestiegen. Das entspricht einer bereinigten EBIT-Marge von -3,6 % für das erste Quartal 2015, welche sich um 7,4pp im Vergleich zum Vorjahresquartal mit einer EBIT-Marge von -11,0 % verbessert hat.

Das Finanzergebnis hat sich von TEUR 2.291 Ertrag im ersten Quartal 2014 auf TEUR 9 Aufwand im ersten Quartal 2015 verschlechtert. Im ersten Quartal 2014 hat sich aus der Bewertung eines Derivats (bedingte Kaufpreisrückerstattung im Zusammenhang mit der Akquisition der windeln.ch AG) zum beizulegenden Zeitwert ein Ertrag in Höhe von TEUR 2.316 ergeben. Im ersten Quartal 2015 wurde in diesem Zusammenhang ein Aufwand von TEUR 2 erfasst.

Der Anstieg des Steueraufwands von TEUR 38 auf TEUR 195 ist im Wesentlichen durch Auflösung aktiver latenter Steuern bei der windeln.de AG bedingt, da die Gesellschaft aufgrund fehlender Gewinnhistorie keine aktiven latenten Steuern bilanziert.

Das Periodenergebnis hat sich von TEUR -670 im ersten Quartal 2014 auf TEUR -5.382 im ersten Quartal 2015 verschlechtert. Dies liegt im Wesentlichen an den in 2015 überproportional gestiegenen Verwaltungskosten und zum anderen an den hohen Finanzerträgen in 2014.

Leistungsindikatoren

	31.03.2015	31.03.2014	Veränderungen
Seitenaufrufe (in Tausend)	14.299	7.323	95,3 %
Anteil der Site-Visits über mobile Endgeräte (in %)	65,5 %	47,9 %	17,6pp
Anzahl Bestellungen über mobile Endgeräte (in % der Bestellungen)	46,7 %	32,7 %	14,0pp
Aktive Kunden (in Tausend)	556	334	66,3 %
Anzahl Bestellungen (in Tausend)	454	273	66,3 %
Durchschnittliche Anzahl Bestellungen pro aktivem Kunden	2,8	2,7	3,4 %
Anzahl Bestellungen von Stammkunden (letzte 12 Monate) (in Tausend)	1.282	737	73,9 %
Anteil von Bestellungen von Wiederkäufern (in % der Bestellungen)	83,6%	82,6%	2,6pp
Bruttoauftragswert (in Tausend €)	41.970 €	23.241 €	80,6 %
Durchschnittlicher Bestellwert (in €)	92,5 €	85,2 €	8,6 %
Retourenquote (in % des Nettowarenwerts)	6,0 %	5,1 %	0,9pp
Marketingkostenverhältnis (in % der Umsatzerlöse)	5,0 %	4,8 %	0,2pp
Fulfillmentkostenverhältnis (in % der Umsatzerlöse)	10,5 %	12,4 %	-1,9pp
Bereinigte sonstige VVG-Kosten (in % der Umsatzerlöse)	13,6 %	17,0 %	-3,4pp

Zur Umsatzsteigerung trug ferner auch sowohl die gestiegene Menge an Bestellungen als auch die erhöhte Anzahl aktiver Kunden, die in den vergangenen zwölf Monaten mindestens einmal bei einem der Konzernshops eingekauft haben, bei. So wurde die Anzahl aktiver Kunden von 334 Tsd. zum 31. März 2014 auf 556 Tsd. zum 31. März 2015 erhöht. Die Menge an Bestellungen hat im Vergleich zum Vorjahreszeitraum deutlich zugenommen, sodass im ersten Quartal 2015 mit 454 Tsd. Bestellungen eine Steigerung von 66,3 % erreicht wurde (273 Tsd. im Vorjahresquartal). Sowohl die gestiegene Anzahl Kunden als auch die höhere Anzahl an Bestellungen wurde vor allem durch deutlich erhöhten Traffic auf der Webseite begünstigt. Die Anzahl der Seitenbesuche stieg um 95,3 % von 7.323 Tsd. zum 31. März 2014 auf 14.299 Tsd. zum 31. März 2015.

Ertragslage Segmente

In TEUR	Q1 2015	Q1 2014	Veränderungen
Umsatzerlöse	35.649	19.083	86,8 %
windeln.de	30.698	16.721	83,6 %
windelbar.de	3.549	1.653	114,7 %
windeln.ch	1.445	734	96,9 %
EBIT	-5.178	-2.923	77,1 %
windeln.de EBIT-Beitrag	1.417	93	1423,7 %
windelbar.de EBIT-Beitrag	-786	-412	90,8 %
windeln.ch EBIT-Beitrag	-570	-547	4,2 %
Bereinigtes EBIT (1)	-1.276	-2.091	-39,0 %
windeln.de bereinigter EBIT-Beitrag	1.703	135	1161,5 %
windelbar.de bereinigter EBIT-Beitrag	-773	-374	106,7 %
windeln.ch bereinigter EBIT-Beitrag	-534	-512	4,3 %

Das Wachstum des Konzerns war konsistent über alle Segmente. Im ersten Quartal 2015 hat das Segment windeln.de ein Umsatzwachstum von 83,6 % erzielt, das Segment windelbar ein Umsatzwachstum von 114,7 % und das Segment windeln.ch ein Umsatzwachstum von 96,9 %, verglichen jeweils mit dem entsprechenden Vorjahreszeitraum.

Zur Beurteilung der operativen Leistung der Segmente betrachtet der Konzern auch das EBIT und die EBIT-Marge vor Aufwendungen durch anteilsbasierte Vergütung, Transaktionskosten und IPO-bezogenen Aufwendungen. Die errechneten Kennzahlen werden als bereinigtes EBIT und bereinigtes EBIT-Marge bezeichnet.

Zur positiven Entwicklung des bereinigten EBIT haben alle Segmente des Konzerns beigetragen, vor allem aber die

Segmente windeln.de und windeln.ch. So erwirtschaftete windeln.de im ersten Quartal 2015 eine bereinigte EBIT-Marge von 5,5 % im Vergleich zu 0,8 % im Vorjahresquartal. Das Segment windeln.ch konnte die bereinigte EBIT-Marge von -72,2 % auf -38,1 % verbessern.

Ertragslage Regionen

In TEUR	Q1 2015	Q1 2014	Veränderungen
Umsatzerlöse	35.649	19.083	86,8 %
DACH-Region	15.443	8.052	91,8 %
China	19.578	10.636	84,1 %
Sonstige/restliches Europa	628	395	59,0 %

Der Konzern konnte seine Umsätze in allen geografischen Regionen erheblich steigern. Im ersten Quartal 2015 wurde in der DACH-Region ein Umsatzwachstum von 91,8 % erzielt, in der Region China war eine Steigerung von 84,1 % zu verzeichnen, ebenso stiegen die Umsatzerlöse in der Region „sonstige/restliches Europa“ um 59,0 % - verglichen jeweils mit dem entsprechenden Vorjahreszeitraum.

2.2.5 Finanzlage

In TEUR	Q1 2015	Q1 2014
Mittelzu-/ -abfluss aus betrieblicher Geschäftstätigkeit	1.202	-2.237
Mittelzuabfluss aus Investitionstätigkeit	-585	-210
Mittelzu-/ -abfluss aus Finanzierungstätigkeit	-1.382	9.183
Finanzmittelfonds am Beginn der Periode	33.830	267
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds	-765	6.736
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	33.065	7.003

windeln.de hat im ersten Quartal 2015 einen positiven Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit in Höhe von TEUR 1.202 erwirtschaftet. Die positive Entwicklung im Vergleich zum Vorjahreszeitraum resultiert unter anderem aus dem Aufbau kurzfristiger Schulden.

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit stieg im ersten Quartal 2015 auf TEUR -585 an (Vorjahreszeitraum: TEUR -210). Der Mittelabfluss resultiert aus vermehrten Investitionen in den Webshop, was im Einklang mit dem Anstieg der immateriellen Vermögenswerte steht.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit war im ersten Quartal 2015 negativ mit TEUR -1.382. Dies ist v.a. auf die Rückzahlung von Kontokorrentkrediten zurückzuführen. Im ersten Quartal 2014 war der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit aufgrund einer Finanzierungsrunde positiv (TEUR 9.183).

Die Eigenkapitalquote hat sich von 61 % zum 31. Dezember 2014 auf 69 % zum 31. März 2015 erhöht. Dies ist durch zwei gegenläufige Effekte zu erklären. Zum einen werden die Verpflichtungen aus ausgegebenen Aktienoptionen, bedingt durch die im ersten Quartal 2015 durchgeführte Modifikation des Programms, zum 31. März 2015 in der Kapitalrücklage ausgewiesen (TEUR 9.220). Zum anderen ist zum 31. März 2015 ein negatives Gesamtergebnis aus dem ersten Quartal 2015 in Höhe von TEUR -5.128 im Eigenkapital erfasst.

Im ersten Quartal 2015 wurden innerhalb des Konzerns zwei neue Kreditlinienverträge abgeschlossen, um weiteren Finanzierungsspielraum über die Eigenkapitalfinanzierung hinaus zu gewährleisten.

Am 18. März 2015 hat die windeln.de AG einen besicherten Borrowing Base Kreditrahmenvertrag mit der Commerzbank in Höhe von EUR 5 Mio. abgeschlossen. Der Kreditrahmenvertrag ist besichert insbesondere durch das Vorratsvermögen und Forderungsabtretung (Globalzession). Er enthält zudem übliche Covenants, beispielsweise

muss der Konzern bestimmte Liquiditätskennzahlen einhalten. Der Kreditvertrag endet am 18. März 2016.

Am 20. März 2015 hat die windeln.de AG einen besicherten revolvingenden Barkreditlinienvertrag mit der Deutschen Bank in Höhe von EUR 5 Mio. abgeschlossen. Der revolvingende Barkreditlinienvertrag wurde auf unbestimmte Zeit geschlossen und ist durch das Vorratsvermögen und Forderungsabtretung (Globalzession) besichert.

Zum 31. März 2015 wurde keiner dieser Kredite in Anspruch genommen.

2.2.6 Vermögenslage

In TEUR	31.03.2015	In % zur Bilanzsumme	31.12.2014	In % zur Bilanzsumme	Veränderung	
Langfristige Vermögenswerte	4.915	8,8 %	4.523	7,9 %	392	8,7 %
Kurzfristige Vermögenswerte	50.951	91,2 %	52.521	92,1 %	-1.570	-3,0 %
Bilanzsumme	55.866	100,0 %	57.044	100,0 %	-1.178	-2,1 %

In TEUR	31.03.15	In % zur Bilanzsumme	31.12.14	In % zur Bilanzsumme	Veränderung	
Eigenkapital	38.707	69,3 %	34.621	60,7 %	4.086	11,8 %
Langfristige Schulden	517	0,9 %	6.813	11,9 %	-6.296	-92,4 %
Kurzfristige Schulden	16.642	29,8 %	15.610	27,4 %	1.032	6,6 %
Bilanzsumme	55.866	100,0 %	57.044	100,0 %	-1.178	-2,1 %

Die langfristigen Vermögenswerte sind zum 31. März 2015 auf insgesamt TEUR 4.915 angestiegen (31. Dezember 2014: TEUR 4.523), was im Wesentlichen durch zusätzlich aktivierte Entwicklungskosten für die Webshops, welche die Abschreibungen im selben Zeitraum überstiegen haben, zurückzuführen ist.

Die kurzfristigen Vermögenswerte beliefen sich zum 31. März 2015 auf TEUR 50.951, nach TEUR 52.521 zum Jahresende 2014 und haben sich somit mit 3 % nur geringfügig verringert.

Das Eigenkapital lag zum 31. März 2014 mit TEUR 38.707 über dem Niveau zum 31. Dezember 2014 (TEUR 34.621), vgl. hierzu die Ausführungen zur Finanzlage.

Die langfristigen Schulden sind zum 31. März 2015 um TEUR 6.296 im Vergleich zum 31. Dezember 2014 zurückgegangen. Dies ist auf die Modifikation der bisher bestehenden anteilsbasierten Vergütungsvereinbarungen und den dadurch geänderten Ausgleich mit Eigenkapitalinstrumenten zurückzuführen. Die Verpflichtungen wurden zum 31. Dezember 2014 als anteilsbasierte Vergütungsvereinbarungen mit Barausgleich unter den langfristigen Schulden bilanziert (TEUR 6.349). Im ersten Quartal 2015 wurde die Verpflichtung in die Kapitalrücklage umgegliedert. Zum 31. März 2015 sind TEUR 9.220 als anteilsbasierte Vergütung mit Eigenkapitalausgleich in der Kapitalrücklage ausgewiesen.

Die kurzfristigen Schulden sind insbesondere infolge der im Rahmen der Vorbereitung auf den Börsengang erhöhten Verbindlichkeiten in Bezug auf Rechts- und Beratungskosten von TEUR 15.610 auf TEUR 16.642 angestiegen. Gegenläufig ist der Effekt, dass zum 31. März 2015 kein Kontokorrentkredit in Anspruch genommen worden ist (31. Dezember 2014: TEUR 1.505).

Insgesamt lag die Bilanzsumme zum 31. März 2015 bei TEUR 55.866 und damit leicht unter dem Wert vom 31. Dezember 2014 in Höhe von TEUR 57.044.

Gesamtaussage

Insgesamt ist das erste Quartal 2015 für den windeln.de Konzern positiv verlaufen, da sowohl die Umsatzerlöse stark gewachsen sind, als auch die bereinigte EBIT-Marge deutlich verbessert werden konnte.

2.2.7 Mitarbeiter

Die Mitarbeiterzahl ist zum 31. März 2015 von 359 am 31. Dezember 2014 auf 398 Mitarbeiter angewachsen. Dieser Anstieg ist v.a. dem Personalzuwachs im Verwaltungsbereich sowie im IT-Bereich geschuldet.

2.3 Nachtragsbericht

2.3.1 Änderungen in der Unternehmensstruktur

Die windeln.de GmbH ist Muttergesellschaft des windeln.de Konzerns und hat im April 2015 ihre Rechtsform von einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) in eine deutsche Aktiengesellschaft (AG) umgewandelt. Der Rechtsformwechsel wurde mit Eintragung in das Handelsregister des Amtsgerichts München am 16. April 2015 wirksam.

2.3.2 IPO (Börsengang)

Am 6. Mai begann der Handel mit windeln.de-Aktien am Regulierten Markt (Prime Standard) an der Frankfurter Börse.

Es wurden 11.404.899 auf den Inhaber lautende Stammaktien ohne Nennbetrag (Stückaktien) mit einem anteiligen Betrag am Grundkapital von jeweils EUR 1,00 und mit voller Gewinnanteilsberechtigung ab dem 1. Januar 2015 zum Verkauf angeboten. Das Angebot setzte sich zusammen aus 5.400.000 neu ausgegebenen, auf den Inhaber lautenden Stammaktien ohne Nennbetrag (Stückaktien) aus der IPO-Kapitalerhöhung, 4.517.304 auf den Inhaber lautenden Stammaktien ohne Nennbetrag (Stückaktien) aus den Beteiligungen der Abgebenden Aktionäre und 1.487.595 auf den Inhaber lautenden Stammaktien ohne Nennbetrag (Stückaktien) im Zusammenhang mit einer möglichen Mehrzuteilung.

In der Preisspanne von EUR 16,50 bis EUR 20,50 wurden die Aktien den Anlegern vom 23. April 2015 bis zum 5. Mai 2015 angeboten. Die außerordentlich hohe Nachfrage der Anleger hat die Anzahl der angebotenen Aktien deutlich überstiegen. Der Angebotspreis wurde am 5. Mai 2015 von der Gesellschaft auf EUR 18,50 festgelegt.

Der windeln.de AG flossen durch den Börsengang liquide Mittel in Höhe von EUR 97 Mio. nach Abzug der von den Banken einbehaltenen Basisgebühr zu. Die den platzierten Banken eingeräumten Mehrzuteilungsoptionen sind noch bis einschließlich 7. Juni 2015 ausübbar.

Im Rahmen des IPO wurde allen Mitarbeitern die Teilnahme an einem Programm zur bevorrechtigten Zuteilung angeboten, um sie direkt an der Wertentwicklung von windeln.de partizipieren zu lassen. Die Mitarbeiter konnten so Gratisaktien, vergünstigte Aktien sowie Aktien zum Vollpreis mit einer garantierten Zuteilung erwerben. Das Mitarbeiterprogramm wurde sehr gut angenommen, 270 Mitarbeiter haben teilgenommen.

2.3.3 Akquisition der Feedo Sp. z o.o.

Am 17. April 2015 hat die Gesellschaft einen Vertrag zum Kauf der Feedo Sp. z o.o. und ihrer Online-Shops

“www.feedo.cz”, “www.feedo.sk”, “www.feedo.pl” abgeschlossen. Feedo Sp. z o.o. ist ein schnell wachsender reiner Onlinehändler, der sich auf Baby- und Kleinkinderprodukte spezialisiert hat. Mit Sitz in Polen richtet sich das Angebot an Kunden in Polen, Tschechien und der Slowakei. Der Gesamtkaufpreis beträgt voraussichtlich EUR 11 Mio. zuzüglich einer bedingten Kaufpreiszahlung, die davon abhängt, ob die Gesellschaft bestimmte Umsatzziele für die Jahre bis 2017 erreicht. Der Abschluss der Transaktion steht unter dem Vorbehalt bestimmter aufschiebender Bedingungen, die teilweise bereits erfüllt sind.

2.3.4 Gründung einer weiteren Konzerngesellschaft

Zum 24. April 2015 hat die windeln.de AG eine 100 %ige Tochtergesellschaft, die pannolini.it S.r.l., gegründet. Die Gesellschaft wird als Servicegesellschaft konzerninterne Leistungen im Zusammenhang mit der Erschließung des italienischen Marktes erbringen.

2.3.5 Liquidation der Urban-Brand Schweiz GmbH

Im April 2015 wurde die Entscheidung getroffen die Urban-Brand Schweiz GmbH mit Sitz in Männedorf, Schweiz, in Liquidation zu geben. Die Gesellschaft führt keine operativen Tätigkeiten mehr aus, da alle Tätigkeiten nun über die windeln.ch AG mit Sitz in Uster, Schweiz, ausgeführt werden. Durch die Liquidation ergeben sich keine wesentlichen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

2.3.6 Kreditlinie

Am 9. April 2015 hat die windeln.de AG einen besicherten Rahmenkreditvertrag mit der DZ BANK AG Deutsche Zentral-Genossenschaftsbank in Höhe von EUR 4 Mio. abgeschlossen. Der Rahmenkreditvertrag ist durch Vorratsvermögen und Forderungsabtretung (Globalzession) besichert und enthält übliche Covenants, beispielsweise dass die Gesellschaft bestimmte monatliche Liquiditätskennzahlen einhalten muss. Der Rahmenkreditvertrag kann für die allgemeinen Gesellschaftszwecke in Anspruch genommen werden. Der Vertrag endet am 31. März 2016.

2.4 Risiken

2.4.1 Strategische Risiken

Eine Verschlechterung der allgemeinen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen könnte die Verbraucherausgaben in einigen der Produktkategorien des Konzerns nachteilig beeinflussen. Der künftige Erfolg von windeln.de hängt ferner vom anhaltenden Wachstum des E-Commerce im Allgemeinen und des Flash-Sales-Modells im Besonderen ab.

Der Konzern ist einem intensivem Wettbewerb ausgesetzt, der eine ständige Gefahr für den Erfolg unseres Geschäfts darstellt. Sollte es ihm nicht gelingen seinen Kunden ein attraktives Online-Einkaufserlebnis zu bieten, könnte dies das Wachstum begrenzen und verhindern, dass der Konzern profitabel wird oder bleibt.

Aufgrund des Plans zur internationalen Expansion ihres Geschäfts wird windeln.de verschiedenen lokalen gesetzlichen, regulatorischen, steuerrechtlichen und kulturellen Normen unterliegen, die windeln.de unter Umständen nicht erfüllen kann. Der Konzern begegnet diesen Risiken mit entsprechender Rechtsberatung.

Um das Angebot auf andere Länder Europas auszuweiten und um neue Produktkategorien zu erweitern, wird windeln.de voraussichtlich Akquisitionen anderer Unternehmen, Geschäftsbereiche oder Vermögenswerte

anstreben, die jeweils mit erheblichen zusätzlichen Ausgaben verbunden sein könnten, nicht die erwarteten Vorteile bieten könnten oder nicht richtig integriert werden könnten.

windeln.de hängt stark von dem Absatz von Babynahrungsprodukten in der Volksrepublik China ab. Sollten sich hier Änderungen im Geschäftsumfeld ergeben, könnten sich diese negativ auf die Vermögens,- und Ertragslage des Unternehmens auswirken.

Der künftige Erfolg wird davon abhängen, ob der Konzern in der Lage ist, seinen Kunden im Rahmen des Cross-Selling neue Produkte mit höheren Margen zu verkaufen.

2.4.2 Operative Risiken

Da der Konzern von einer begrenzten Anzahl an Lieferanten von Babynahrung und Windeln abhängig ist, ist er dem Risiko ausgesetzt, dass seine Lieferanten Waren nicht mehr zu finanziell rentablen Konditionen verkaufen oder Waren liefern, die keine hohe Qualität aufweisen, die nicht den Vorgaben entsprechen oder einschlägige Gesetze oder Vorschriften verletzen. Durch eine enge Zusammenarbeit mit den Lieferanten sowie durch kontinuierliche Qualitätskontrollen der Ware wird dieses Risiko minimal gehalten.

Sollte windeln.de nicht in der Lage sein, die mobile und Netzwerkinfrastruktur und sonstige Technologie zu betreiben, instand zu halten, zu integrieren und zu skalieren, könnte dies erhebliche nachteilige Auswirkungen auf das Geschäft sowie auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage haben. Sollte es nicht gelingen, technologische Fortschritte zeitnah anzuwenden und umzusetzen, könnte dies das Wachstum des Konzerns begrenzen und verhindern, dass er profitabel wird oder bleibt.

windeln.de hängt von Schlüsselmitarbeitern im Management ab und ist unter Umständen nicht in der Lage ausreichend qualifizierte Mitarbeiter zu gewinnen. Außerdem besteht das Risiko, dass Führungskräfte das Unternehmen verlassen und nicht zeitnah Ersatz gefunden wird. Der Konzern begegnet diesem Risiko, in dem er langfristig ausgerichtete Vergütungsmodelle einsetzt.

2.5 Chancenbericht

Der im Vergleich zu anderen Produktbereichen (z.B. Heimelektronik; Schuhe; etc.) vergleichsweise niedrigere Online-Anteil im Markt für Baby- und Kleinkindprodukte in Deutschland bietet ein großes zukünftiges Wachstumspotential. Studien gehen von einem jährlichen Wachstum des Online-Anteils um jeweils 12,1 % von 2014 bis 2017 aus.¹⁵ Auch außerhalb Deutschlands hat der Konzern großes Potenzial weitere Märkte zu erschließen. In ganz Europa verzeichnet der Online-Handel wie in Deutschland hohe Wachstumsraten – in den meisten europäischen Ländern ist jedoch der Anteil des Online-Handels an Baby- und Kleinkindprodukten derzeit noch deutlich niedriger als in Deutschland – und bietet somit weiteres Wachstumspotential.

Der europäische Markt für Produkte für Babys, Kleinkinder und Kinder ist stark fragmentiert und in den meisten Ländern Europas gibt es keinen eindeutigen Marktführer; dies bedeutet Potential für Konsolidierung. Die windeln.de AG hat mit der Akquisition der windeln.ch AG (ehemals Kindertraum.ch AG) erfolgreich einen der am schnellsten wachsenden Online-Händler für Baby- und Kleinkindprodukte in der Schweiz im ersten Quartal 2014 integriert. Auch zukünftig plant die windeln.de AG mögliche Akquisitionen umzusetzen, um neben dem organischen Wachstum auch die Chancen des anorganischen Wachstums auszunutzen.

¹⁵ Fn 4: Euromonitor

windeln.de ist der Ansicht, dass sich wie in der Vergangenheit auch zukünftig erfolgreich prozess- und logistikseitige Skaleneffekte sowohl in Bezug auf die Logistikinfrastruktur als auch bezüglich der Technologieinfrastruktur realisieren lassen werden.

Um optimal auf die Bedürfnisse der Hauptzielgruppe junge Familien eingehen zu können, wird der Konzern auch zukünftig weiter sein Sortiment um neue Produktkategorien ausweiten. Mit über 100.000 Produkten von über 1.000 Marken bietet windeln.de bereits jetzt seinen Kunden eine breite, ansprechende Auswahl an Produkten für die junge Familie. Mit der deutlichen Erhöhung des Anteils der Nicht-Verbrauchsgüter in den letzten drei Jahren hat die windeln.de AG bereits gezeigt, dass sie in margenträchtigeren Produktbereiche vorstoßen kann.

Das erfolgreiche Wachstum des Konzerns ist den Kompetenzen und der Motivation der qualifizierten Mitarbeiter geschuldet. windeln.de ist auf die Verstärkung seines starken Teams angewiesen und setzt sich die Rekrutierung neuer und die Motivation bereits eingestellter Fachkräfte als Priorität.

2.6 Ausblick

Die positive Entwicklung im Internethandel wird auch zukünftig weiter fortschreiten. Eine Prognose für den gesamten Online-Handel in Deutschland sieht für das Jahr 2015 ein Marktvolumen von EUR 43,6 Mrd. vor (im Vergleich zu 2014 von EUR 39,0 Mrd.).¹⁶

Die Prognose für den Gesamtmarkt Baby- und Kleinkindprodukte (sowohl stationär wie online) nimmt für das Jahr 2015 eine Marktgröße von EUR 4,3 Mrd. an. Dabei wird ein Online-Anteil von 10,3 % angesetzt, was einen für den Konzern relevanten Markt in Höhe von EUR 439,6 Mio. bedeutet.¹⁷ Richtet man den Blick auf Länder außerhalb Deutschlands, so ist dieses Marktpotential im Online-Bereich noch erheblich höher, da beim Online-Anteil von einem niedrigeren Ausgangswert als in Deutschland auszugehen ist.

Der Konzern strebt an, im deutschsprachigen Raum weiter organisch zu wachsen. In dieser Region und anderen europäischen Ländern sagen wir für 2015 eine leicht niedrigere Wachstumsrate als in der Vergangenheit voraus, gehen aber mittelfristig von Wachstumsraten aus, die über der für den Babyprodukte-Markt in Deutschland erwarteten Wachstumsrate (26,7 % in den Jahren 2014 bis 2017¹⁸) liegen. Dieses Wachstum wird getragen von einer steigenden Zahl von Kunden, Bestellungen und steigendem durchschnittlichem Bestellwert.

Die Ausweitung des Geschäfts soll sowohl geografisch als auch durch Verbreiterung der Produktkategorien ermöglicht werden. Die Expansionsstrategie in Europa setzt windeln.de, mit Hilfe der Einnahmen aus dem Börsengang, einerseits durch gezielte Akquisitionen von im Ausland lokal etablierten Unternehmen, andererseits durch organisches Wachstum innerhalb dieser Märkte, um. Für das Jahr 2015 liegt der Fokus hierbei auf Italien und dem osteuropäischen Raum (Tschechien, Slowakei und Polen).

Das Unternehmen erwartet in China weiter organisch zu wachsen und mittelfristig ein annähernd vergleichbares jährliches Wachstum zu dem, welches zum 31. Dezember 2014 erzielt wurde.

¹⁶ Handelsverband Deutschland: Entwicklung der E-Commerce-Umsätze in den vergangenen Jahren, November 2014.

¹⁷ S. Fn 4: Euromonitor

¹⁸ S. Fn 4: Euromonitor

In allen diesen Märkten wird der Konzern sein Angebot erweitern und neue Produkte hinzufügen, um die Attraktivität für die Kunden weiter zu steigern und den Anteil von margenstärkeren Produkten zu vergrößern.

Mittelfristig wird ferner geplant den Fokus weiter auf profitables Umsatzwachstum zu setzen, insbesondere durch:

- Senkung der Umsatzkosten in % von den Umsatzerlösen - unterstützt einerseits durch die starke Partnerschaft mit Lieferanten, die die Verhandlung attraktiverer Einkaufskonditionen ermöglicht, andererseits durch die fortlaufende Verbesserung der Preisfindungsalgorithmen und zuletzt die Steigerung des Verkaufs von margenstärkeren Produkten durch Erweiterung der Produktkategorien.
- Geringhaltung der Fulfillmentkosten in % vom Umsatz durch weitere Effizienzsteigerung.
- Stabil bleibende Marketingkosten in % vom Umsatz im Vergleich mit dem Niveau von 2014 durch Steigerung von „Share of Wallet“ der Neu- und Stammkunden.
- Stabil bleibende bis sinkende Aufwendungen durch weitere Optimierung in den Kernprozessen und Skaleneffekte und Synergien durch Akquisitionen.

Sowohl der starke Umsatzzuwachs also auch die deutliche Verbesserung der Margen im ersten Quartal 2015 stellen eine gute Basis für die weitere Geschäftsentwicklung im Jahr 2015 dar.

3. Konzern-Zwischenabschluss

3.1 Konzern-Gesamtergebnisrechnung vom 1. Januar bis 31. März 2015

in TEUR	Q1 2015	Q1 2014
Umsatzerlöse	35.649	19.083
Umsatzkosten	-26.520	-14.636
Bruttoergebnis vom Umsatz	9.129	4.447
Vertriebskosten	-8.979	-5.483
Verwaltungskosten	-5.451	-1.949
Sonstige betriebliche Erträge	386	69
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-263	-7
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	-5.178	-2.923
Finanzerträge	2	2.316
Finanzaufwendungen	-11	-25
Finanzergebnis	-9	2.291
Ergebnis vor Steuern (EBT)	-5.187	-632
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-195	-38
Periodenergebnis	-5.382	-670
<i>Posten, die zu einem späteren Zeitpunkt nicht in den Gewinn oder Verlust umgliedert werden: Latente Steuern auf Posten, die zu einem späteren Zeitpunkt nicht in den Gewinn oder Verlust umgliedert werden</i>	-	-
<i>Posten, die zu einem späteren Zeitpunkt in den Gewinn oder Verlust umgliedert werden können:</i>		
Unterschiede aus Währungsumrechnung	254	10
Sonstiges Ergebnis nach Steuern	254	10
Gesamtergebnis nach Steuern	-5.128	-660
Unverwässertes Ergebnis je Anteil (in EUR)	-0,27	-0,03
Verwässertes Ergebnis je Anteil (in EUR)	-0,26	-0,03

3.2 Konzernbilanz

Vermögenswerte		
in TEUR	31.03.15	31.12.14
LANGFRISTIGE VERMÖGENSWERTE		
Immaterielle Vermögenswerte	4.403	4.043
Sachanlagen	512	480
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	0	0
Summe langfristige Vermögenswerte	4.915	4.523
KURZFRISTIGE VERMÖGENSWERTE		
Vorratsvermögen	10.821	10.754
Geleistete Anzahlungen	241	285
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.752	1.725
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	3.442	3.939
Sonstige nicht finanzielle Vermögenswerte	1.630	1.988
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	33.065	33.830
Summe kurzfristige Vermögenswerte	50.951	52.521
BILANZSUMME	55.866	57.044
Eigenkapital und Schulden		
in TEUR	31.03.15	31.12.14
EIGENKAPITAL		
Gezeichnetes Kapital	163	163
Kapitalrücklage	78.124	68.911
Bilanzverlust	-39.870	-34.488
Kumuliertes sonstiges Ergebnis	290	35
Summe Eigenkapital	38.707	34.621
LANGFRISTIGE SCHULDEN		
Rückstellungen für Leistungen an Arbeitnehmer	70	6.406
Finanzverbindlichkeiten	88	85
Latente Steuerschulden	359	322
Summe langfristige Schulden	517	6.813
KURZFRISTIGE SCHULDEN		
Sonstige Rückstellungen	1.440	1.246
Finanzverbindlichkeiten	175	1.532
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	9.191	8.830

3.3 Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

in TEUR	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Bilanzverlust	Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste aus Pensionen	Unterschiede aus Währungsumrechnung	Sonstiges Ergebnis	Summe Eigenkapital
Stand zum 01.01.2015	163	68.911	-34.488	10	25	35	34.621
Gesamtergebnis der Periode			-5.382	0	254	254	-5.128
Kapitalerhöhungen							-
Transaktionskosten		-7					-7
Anteilsbasierte Vergütung		9.220					9.220
Stand zum 31.03.2015	163	78.124	-39.870	10	279	290	38.707
Stand zum 01.01.2014	124	27.587	-24.661	-1	-8	-9	3.041
Gesamtergebnis der Periode			-670		10	10	-660
Kapitalerhöhungen	14	11.136					11.150
Transaktionskosten		-21					-21
Anteilsbasierte Vergütung							-
Stand zum 31.03.2014	138	38.702	-25.331	-1	2	1	13.510

3.4 Konzern-Kapitalflussrechnung

in TEUR	Q1 2015	Q1 2014
Periodenergebnis	-5.382	-670
Abschreibungen / Zuschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte	163	135
Abschreibungen / Zuschreibungen auf Sachanlagen	48	44
Zunahme / Abnahme der sonstigen kurzfristigen Rückstellungen	194	26
Zahlungsunwirksamer Aufwand aus Leistungen an Arbeitnehmer	2.884	832
sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	48	5
Zunahme / Abnahme der Vorräte	-67	-1.774
Zunahme / Abnahme der geleisteten Anzahlungen	44	-14
Zunahme / Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-27	-531
Zunahme / Abnahme der sonstigen Vermögenswerte	908	-2.034
Zunahme / Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	356	1.125
Zunahme / Abnahme der erhaltenen Anzahlungen	355	115
Zunahme / Abnahme der sonstigen Verbindlichkeiten	1.478	441
Zinsaufwand /-ertrag	5	25
Ertragsteueraufwand / -ertrag	195	38
Mittelzu-/ -abfluss aus betrieblicher Geschäftstätigkeit	1.202	-2.237
Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-494	-172
Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen	-92	-38
Erhaltene Zinsen	1	0
Mittelzu-/ -abfluss aus Investitionstätigkeit	-585	-210
Einzahlungen aus Eigenkapitalzuführung	-	11.150
Ausahlungen aus Transaktionskosten für Eigenkapitalzuführung	-10	-32
Tilgung der Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing	-7	-4
Einzahlungen aus der Veränderung von Finanzverbindlichkeiten	146	-
Auszahlungen aus der Veränderung von Finanzverbindlichkeiten	-1.505	-1.906
Gezahlte Zinsen	-6	-25
Mittelzu-/ -abfluss aus Finanzierungstätigkeit	-1.382	9.183
Finanzmittelfonds am Beginn der Periode	33.830	267
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds	-765	6.736
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	33.065	7.003

3.5 Verkürzter Konzernanhang zum 31. März 2015

3.5.1 Allgemeine Informationen

Die windeln.de GmbH ist Muttergesellschaft des windeln.de Konzerns und wurde mit Wirkung zum 16. April 2015 in die windeln.de AG umgewandelt.

Der verkürzte und ungeprüfte Konzern-Zwischenabschluss zum 31. März 2015 wurde am 21. Mai 2015 durch den Beschluss des Vorstands zur Veröffentlichung freigegeben.

3.5.2 Grundlagen der Rechnungslegung

Der verkürzte Konzern-Zwischenabschluss zum 31. März 2015 wurde in Übereinstimmung mit den International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der Europäischen Union (EU) anzuwenden sind, erstellt. Der Konzern-Zwischenabschluss stimmt mit IAS 34 „Zwischenberichterstattung“ überein.

Der verkürzte Konzern-Zwischenabschluss enthält nicht alle für einen Konzernabschluss zum Geschäftsjahresende erforderlichen Informationen und Angaben und ist daher in Verbindung mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2014 zu lesen.

Es wurden die gleichen Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze wie im Konzernabschluss für das am 31. Dezember 2014 abgeschlossene Geschäftsjahr angewendet. Ausnahmen bilden die seit dem Geschäftsjahr 2015 anzuwendenden neuen bzw. überarbeiteten Rechnungslegungsvorschriften. Hierzu verweisen wir für diesen Zwischenbericht auf die Ausführungen im Konzernanhang zum 31. Dezember 2014 im Abschnitt 4.2 „Neue Rechnungslegungsvorschriften des IASB“. Erstmals im Berichtszeitraum anzuwendende IFRS Standards bzw. Änderungen von Standards hatten keine Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des windeln.de Konzerns.

3.5.3 Konsolidierungskreis

Der Vollkonsolidierungskreis des Konzerns zum 31. März 2015 ist unverändert im Vergleich zum 31. Dezember 2014. Es wurden die gleichen Konsolidierungsmethoden wie im Konzernabschluss für das am 31. Dezember 2014 abgeschlossene Geschäftsjahr angewendet.

3.5.4 Erläuterungen zur Konzernbilanz und Konzern-Gesamtergebnisrechnung

Eigenkapital

Zum 31. März 2015 beträgt das Gezeichnete Kapital der Konzernmuttergesellschaft EUR 162.557 (31. Dezember 2014: EUR 162.557). Es ist in voller Höhe eingezahlt. Insgesamt hat die Gesellschaft 162.557 Anteile mit einem Nennwert von EUR 1 ausgegeben.

Die Kapitalrücklage zum 31. März 2015 beträgt TEUR 78.124 (31. Dezember 2014: TEUR 68.911). Die Erhöhung der Kapitalrücklage resultiert im Wesentlichen aus der Modifikation des bisherigen virtuellen Aktienoptionsprogramms.

Die Kapitalrücklage setzt sich wie folgt zusammen:

In TEUR	31.03.2015	31.12.2014
Aufgeld aus Finanzierungsrunden	69.906	67.906
Transaktionskosten der Finanzierungsrunden	-436	-429
Anteilsbasierte Vergütung	10.654	1.434
Gesamt	78.124	69.911

Der Bilanzverlust resultiert aus den Verlustvorträgen der vergangenen Berichtsperioden sowie aus dem in der aktuellen Berichtsperiode entstandenen Periodenergebnis. Die Entwicklung des Eigenkapitals ist in der Eigenkapitalveränderungsrechnung detailliert dargestellt.

Ergebnis je Anteil

Das unverwässerte Ergebnis je Anteil wird als Quotient aus dem den Gesellschaftern des Mutterunternehmens zuzurechnenden Konzernperiodenergebnisses und dem gewichteten Durchschnitt der während der Berichtsperiode ausgegebenen Gesellschaftsanteile ermittelt. Der gewichtete Durchschnitt der während der Berichtsperiode ausgegebenen Gesellschaftsanteile ist gemäß IAS 33.26 durch die im April 2015 neu ausgegebenen Gesellschaftsanteile in Höhe von 19.831.954 zu berichtigen, da die Erhöhung der Anteile ohne eine entsprechende Änderung der Ressourcen einhergegangen ist. Das Konzernergebnis für die ersten drei Monate 2015 beträgt TEUR -5.382 (Q1 2014: TEUR -670). Die durchschnittliche Anzahl der Gesellschaftsanteile in den ersten drei Monaten 2015 beträgt, unter Berücksichtigung der Kapitalerhöhung im April 2015, 19.994.511 (Q1 2014, unter Berücksichtigung der Kapitalerhöhung im April 2015: 19.961.990). Dementsprechend ergibt sich ein unverwässertes Ergebnis je Anteil von EUR -0,27 (Q1 2014: EUR -0,03).

Das verwässerte Ergebnis je Aktie wird ermittelt, indem das den Gesellschaftern des Mutterunternehmens zuzurechnende Konzernperiodenergebnis durch die gewichtete durchschnittliche Anzahl an während der Berichtsperiode im Umlauf befindlichen ausgegebenen Gesellschafteranteilen und der im April 2015 ausgegebenen neuen Gesellschafteranteile zuzüglich der zu einer Verwässerung führenden Aktienäquivalente geteilt wird. Dies ergibt ein rechnerisches Ergebnis von EUR -0,26 pro Anteil (Q1 2014: EUR 0,03).

Anteilsbasierte Vergütung

Im ersten Quartal 2015 wurden die bestehenden anteilsbasierten Vergütungsvereinbarungen mit neun aktiven und ehemaligen Mitarbeitern des Konzerns aufgrund des möglichen bevorstehenden Börsengangs modifiziert. Gemäß IFRS 2 werden die modifizierten Verträge künftig als anteilsbasierte Vergütungen mit Eigenkapitalausgleich behandelt. Der inkrementelle beizulegende Zeitwert aller modifizierten Optionen beträgt zum Tag der Modifikation EUR 15,064 (EUR 0,02 pro Option). Der beizulegende Zeitwert der modifizierten Optionen wird anhand von einer Monte Carlo Simulation bestimmt. Die Markt-Input-Parameter sind sowohl vor als auch nach der Modifikation unverändert gewählt.

Zusätzlich zu den bereits zum 31. Dezember 2014 bestehenden anteilsbasierten Vergütungsvereinbarungen wurden im ersten Quartal 2015 weitere acht anteilsbasierte Vergütungsvereinbarungen mit Mitarbeitern des Konzerns getroffen. Diese werden analog den bestehenden modifizierten Vereinbarungen als anteilsbasierte Vergütungen mit Eigenkapitalausgleich behandelt.

Der im ersten Quartal 2015 aus anteilsbasierten Vergütungszusagen erfasste Aufwand beträgt TEUR 2.871 (erstes Quartal 2014: TEUR 832).

Zum 31. Dezember 2014 betrug der Buchwert der Verbindlichkeit aus anteilsbasierter Vergütung mit Barausgleich TEUR 6.349 (31. März 2015: -). Die Verpflichtung wurde unter den langfristigen Schulden bilanziert.

Zum 31. März 2015 waren aus anteilsbasierter Vergütung mit Eigenkapitalausgleich TEUR 9.220 in der Kapitalrücklage erfasst (31. Dezember 2014: -).

Die Aktienoptionen veränderten sich wie folgt:

Zu Beginn der Berichtsperiode ausstehend (01.01.2015)	825.268
In der Berichtsperiode verfallen	0
In der Berichtsperiode ausgeübt	0
In der Berichtsperiode gewährt	55.188
Zum Ende der Berichtsperiode ausstehend (31.03.2015)	880.456

* Diese Darstellung berücksichtigt die Anzahl der Optionen nach Modifikation.

Die folgenden Input-Parameter wurden in der Monte-Carlo-Simulation verwendet:

	31.03.2015
Erwartete Volatilität (%)	37,46 % - 40,80 %
Risikoloser Zinssatz (%)	0,00 %
Erwartete Dividendenrendite (%)	0,00 %
Antizipierte Laufzeit der Optionen (Jahre)	0,25 – 4
Durchschnittlicher Kurs des Anteilswerts (in EUR)	13,25

Finanzverbindlichkeiten

Kreditvertrag mit der Commerzbank

Am 18. März 2015 hat die windeln.de AG einen besicherten Borrowing Base Kreditrahmenvertrag mit der Commerzbank in Höhe von EUR 5 Mio. abgeschlossen. Der Kreditrahmenvertrag ist besichert insbesondere durch das Vorratsvermögen und Forderungsabtretung (Globalzession). Er enthält zudem übliche Covenants, beispielsweise muss die Gesellschaft bestimmte Liquiditätskennzahlen einhalten. Der Kreditvertrag endet am 18. März 2016.

Kreditvertrag mit der Deutschen Bank

Am 20. März 2015 hat die windeln.de AG einen besicherten revolvingenden Barkreditlinienvertrag mit der Deutschen Bank in Höhe von EUR 5 Mio. abgeschlossen. Der revolvingende Barkreditlinienvertrag wurde auf unbestimmte Zeit geschlossen und ist durch das Vorratsvermögen und Forderungsabtretung (Globalzession) besichert.

Zum 31. März 2015 wurde keiner dieser beiden Kredite in Anspruch genommen.

Angaben zum beizulegenden Zeitwert

Alle Vermögenswerte und Schulden, für die der beizulegende Zeitwert bestimmt oder im Abschluss ausgewiesen wird, werden in die nachfolgend beschriebene Fair-Value Hierarchie eingeordnet:

- Stufe 1: Nicht angepasste, auf aktiven Märkten notierte Preise für identische Vermögenswerte und Verbindlichkeiten;
- Stufe 2: Direkt oder indirekt beobachtete Inputfaktoren, die nicht der Stufe 1 zuzuordnen sind;
- Stufe 3: nicht beobachtbare Inputfaktoren.

Bei Vermögenswerten oder Schulden, die auf wiederkehrender Basis im Abschluss erfasst werden, bestimmt der Konzern, ob Umgruppierungen zwischen den Stufen der Hierarchie stattgefunden haben, indem am Ende jeder Berichtsperiode die Klassifizierung, basierend auf dem Inputparameter der niedrigsten Stufe, der für die Bewertung zum beizulegenden Zeitwert insgesamt wesentlich ist, überprüft wird.

Wenn ein Finanzinstrument in Stufe 3 einzuordnen ist, trifft der Vorstand die Entscheidung, welches Bewertungsverfahren angewendet wird. Zur Entscheidungsfindung werden dem Vorstand von der hausinternen Bewertungsabteilung verschiedene Bewertungsalternativen vorgestellt. Nach einer erfolgten Auswahl eines Bewertungsverfahrens wird dieses stetig in Bezug auf dieses Finanzinstrument angewendet. Der beizulegende Zeitwert wird mindestens vierteljährlich berechnet und bilanziert.

Die folgende Tabelle zeigt die Vermögenswerte und Schulden, die am 31. März 2015 zum beizulegenden Zeitwert bemessen werden:

TEUR	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3
Vermögenswerte bewertet zum beizulegenden Zeitwert			
Bedingte Rückvergütung	-	-	2.209
Schulden für die ein beizulegender Zeitwert ausgewiesen wird			
Verpflichtungen aus Finanzierungsleasing	-	117	-

Die folgende Tabelle zeigt die Vermögenswerte und Schulden, die am 31. Dezember 2014 zum beizulegenden Zeitwert bemessen werden:

TEUR	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3
Vermögenswerte bewertet zum beizulegenden Zeitwert			
Bedingte Rückvergütung	-	-	2.211
Schulden für die ein beizulegender Zeitwert ausgewiesen wird			
Verpflichtungen aus Finanzierungsleasing	-	112	-

Umgliederungen innerhalb der jeweiligen Stufen haben im Berichtszeitraum nicht stattgefunden. Wenn Umstände eintreten, die eine andere Einstufung erfordern, werden diese quartalsweise umgliedert.

Bedingte Rückvergütung

Als Teil der Kaufvereinbarung, die mit den früheren Eigentümern der windeln.ch AG geschlossen wurde, wurde eine bedingte Vergütungskomponente vereinbart. Demnach wird es unter bestimmten Bedingungen zu einer Rückgabe von bis zu 2.784 Anteilen durch die ehemaligen Eigentümer an den Konzern kommen. Der beizulegende Zeitwert der bedingten Rückvergütung wird quartalsweise berechnet. Die Vorgehensweise der Bewertung wird detailliert im Konzernanhang zum 31. Dezember 2014 im Abschnitt 7 „Konsolidierungskreis“ beschrieben und wurde im Berichtszeitraum unverändert stetig angewendet. Das Finanzinstrument ist in Stufe 3 einzustufen, da in die Berechnung des beizulegenden Zeitwerts geschätzte künftige Umsatzerlöse und EBITDA-Werte einfließen. Für die relevante Zeitspanne der möglichen Rückvergütung wird zum 31. März 2015 mit einem erwarteten kumulierten Umsatz von TEUR 11.473 (31. Dezember 2014: TEUR 11.600) und einem erwarteten kumulierten EBITDA unter TEUR -1.575 (31. Dezember 2014: TEUR -1.575) für den relevanten Geschäftsbereich ausgegangen.

Zum 31. März 2015 betrug der beizulegende Zeitwert der bedingten Rückvergütung TEUR 2.209 im Vergleich zu TEUR 2.211 zum 31. Dezember 2014.

Änderungen des beizulegenden Zeitwerts werden erfolgswirksam in der Gesamtergebnisrechnung in den Finanzerträgen oder Finanzaufwendungen ausgewiesen. Im ersten Quartal 2015 wurden aufgrund der Änderung des beizulegenden Zeitwerts des Finanzinstruments Finanzaufwendungen in Höhe von TEUR 2 (Q1 2014: Finanzerträge in Höhe von TEUR 2.316) erfasst.

Bezüglich künftiger Umsätze und EBITDA für den Geschäftsbereich wurden statistische Modelle zur Berechnung herangezogen. Die tatsächliche Entwicklung dieser Umsätze und des EBITDA kann von den getroffenen Annahmen abweichen. Eine Abweichung würde zu einer niedrigeren (Rückgabe von 0 Anteilen) oder höheren (Rückgabe von maximal 2.784 Anteilen) Rückvergütung führen.

Verpflichtungen aus Finanzierungsleasing

Es wurden gemietete Vermögenswerte, bei denen es sich wirtschaftlich um Anlagenkäufe mit langfristiger Finanzierung handelt, in Einklang mit IAS 17 als Finanzierungsleasingverhältnisse eingestuft. Die entsprechenden Vermögenswerte werden im Zugangszeitpunkt mit dem beizulegenden Zeitwert des Leasinggegenstandes oder mit dem niedrigeren Barwert der Mindestleasingzahlungen angesetzt. Die entsprechende Verbindlichkeit wird in der Bilanz als Leasingverbindlichkeit unter den Finanzverbindlichkeiten ausgewiesen und ist in Stufe 2 einzuordnen.

Zusätzliche Angaben über Finanzinstrumente

Die nachfolgenden Tabellen zeigen die Buchwerte und die beizulegende Zeitwerte sämtlicher im Konzernabschluss erfasster Finanzinstrumente und die Zuordnung der Aktiva und Passiva bzw. von Teilen der Bilanzposten auf die Bewertungskategorien nach IAS 39 bzw. die Bewertung gemäß IAS 17:

Wertansatz Bilanz nach IAS 39

TEUR	Bewertungs- kategorie gemäß IAS 39	Buchwert 31.03.2015	Fortgeführte Anschaf- fungskosten	Beizulegender Zeitwert erfolgsneutral	Beizulegender Zeitwert erfolgs- wirksam	Wertansatz Bilanz nach IAS 17	Beizu- legender Zeitwert 31.03.2015
Finanzielle Vermögenswerte							
Sonstige langfristige finanzielle Vermögenswerte	aus afs	0	0	-	-	-	0
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	LaR	1.752	1.752	-	-	-	1.752
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	kurzfristige LaR / afs / hft	3.442	1.233	-	2.2209	-	3.442
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	LaR	33.065	33.065	-	-	-	33.065
Finanzielle Verbindlichkeiten							
Langfristige Verbindlichkeiten Finanzierungsleasing	aus n.a.	88	-	-	-	88	88
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	aus und FLAC	9.191	9.191	-	-	-	9.191
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	FLAC	146	146	-	-	-	146
Kurzfristige Verbindlichkeiten Finanzierungsleasing	aus n.a.	29	-	-	-	29	29
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	kurzfristige FLAC	2.983	2.983	-	-	-	2.983
Aggregiert nach Bewertungskategorien gemäß IAS 39							
Zur Veräußerung verfügbare Vermögenswerte (Available for sale (afs))	Veräußerung finanzielle afs	4	4	-	-	-	4
Zu Handelszwecken gehaltene Vermögenswerte (Financial Asset Held for Trading (hft))	Handelszwecken finanzielle hft	2.209	-	-	2.209	-	2.209
Ausleihungen und Forderungen (Loans and receivables (LaR))	LaR	36.046	36.046	-	-	-	36.046
Finanzielle Verbindlichkeiten fortgeführten Anschaffungskosten	zu FLAC	12.320	12.320	-	-	-	12.320

Wertansatz Bilanz nach IAS 39

TEUR	Bewertungs- kategorie gemäß IAS 39	Buchwert 31.12.2014	Fortgeführte Anschaf- fungskosten	Beizulegender Zeitwert erfolgsneutral	Beizulegender Zeitwert erfolgs- wirksam	Wertansatz Bilanz nach IAS 17	Beizu- legender Zeitwert 31.12.2014
Finanzielle Vermögenswerte							
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	langfristige afs	0	0	-	-	-	0
Forderungen Lieferungen Leistungen	aus und LaR	1.725	1.725	-	-	-	1.725
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	kurzfristige LaR / afs / hft	3.939	1.728	-	2.211	-	3.939
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	LaR	33.830	33.830	-	-	-	33.830
Finanzielle Verbindlichkeiten							
Langfristige Verbindlichkeiten Finanzierungsleasing	aus n.a.	85	-	-	-	85	85
Verbindlichkeiten Lieferungen Leistungen	aus und FLAC	8.830	8.830	-	-	-	8.830
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	FLAC	1.532	1.532	-	-	-	1.532
Kurzfristige Verbindlichkeiten Finanzierungsleasing	aus n.a.	26	-	-	-	26	26
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	kurzfristige FLAC	1.629	1.629	-	-	-	1.629
Aggregiert nach Bewertungskategorien gemäß IAS 39							
Zur Verfügung verfügbare Vermögenswerte (Available for sale (afs))	Veräußerung finanzielle afs	4	4	-	-	-	4
Zu Handelszwecken gehaltene Vermögenswerte (Financial Asset Held for Trading (hft))	finanzielle hft	2.211	-	-	2.211	-	2.211
Ausleihungen und Forderungen (Loans and receivables (LaR))	LaR	37.279	37.279	-	-	-	37.279
Finanzielle Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten (Financial liabilities measured at amortised	zu FLAC	11.991	11.991	-	-	-	11.991

Aufgrund der kurzen Laufzeiten der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente, Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie der kurzfristigen sonstigen Forderungen und Vermögenswerte und kurzfristigen sonstigen Verbindlichkeiten wird für diese Posten angenommen, dass die beizulegenden Zeitwerte den Buchwerten entsprechen.

In den sonstigen langfristigen finanziellen Vermögenswerten ist die Beteiligung an der Urban-Brand Management Ltd. mit einem Wert von EUR 1 (31. Dezember 2014: EUR 1) enthalten. In den sonstigen kurzfristigen finanziellen Vermögenswerten sind Genossenschaftsanteile in Höhe von TEUR 4 (31. Dezember 2014: TEUR 4) enthalten. Beide Vermögenswerte sind in die Kategorie „zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte“ einzuordnen. Da zur Bewertung weder auf einen aktiven Markt oder notierte Preise zurückgegriffen werden kann noch der beizulegende Zeitwert anderweitig bestimmt werden kann, werden beide Vermögenswerte mangels Bewertbarkeit „at cost“ bewertet.

Die beizulegenden Zeitwerte der kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten entsprechen ihren Buchwerten, da die vertraglich vereinbarten Zinssätze nicht wesentlich von den marktüblichen Zinssätzen abweichen. Änderungen bezüglich der Klassifizierung haben im Berichtszeitraum nicht stattgefunden.

3.5.5 Segmentberichterstattung

Zum Zweck der Unternehmenssteuerung ist der windeln.de Konzern nach Shops in Geschäftseinheiten organisiert und verfügt, entsprechend den Regelungen des IFRS 8, über die folgenden berichtspflichtigen Geschäftssegmente:

- Das Geschäftssegment „windeln.de“ betreibt den Onlineshop windeln.de.
- Das Geschäftssegment „windelbar“ betreibt den Onlineshop windelbar.de, welcher seine Leistungen im Rahmen einer kostenlosen Mitgliedschaft in einem Shopping-Club anbietet.
- Das Geschäftssegment „windeln.ch“ betreibt die Onlineshops windeln.ch, kindertraum.ch und toys.ch.

Die Umsatzerlöse und modifizierten Betriebsergebnisse werden jeweils vom Vorstand überwacht, um Entscheidungen über die Verteilung der Ressourcen zu fällen und um die Ertragskraft der Einheiten zu bestimmen. Die Entwicklung der Segmente wird anhand des Ergebnisses beurteilt und in Übereinstimmung mit dem Ergebnis im Konzernabschluss bewertet. Finanzergebnis, Steuerergebnis, Mieten für Bürogebäude sowie teilweise Abschreibungen werden konzerneinheitlich gesteuert und nicht den einzelnen Geschäftssegmenten zugeordnet. Die Steuerungskennzahl „EBIT Contribution“ je Geschäftssegment setzt sich zusammen aus dem Bruttoergebnis vom Umsatz abzüglich der zugeordneten Vertriebs- und Verwaltungskosten sowie anteiligem sonstigem Ertrag und sonstigem Aufwand. Des Weiteren erbringen die Personalabteilung, die IT-Abteilung, die Finanzabteilung sowie das Management-Team Dienstleistungen für den Gesamtkonzern (Shared Services). Diese Aufwendungen werden nicht auf Einzelsegmentebene gesteuert, sondern in der Position Corporate ausgewiesen.

Intersegmentäre Transaktionen gibt es in der internen Berichtsstruktur nicht. Informationen über Segmentvermögenswerte und -schulden sind nicht vorhanden.

Das vom Konzern betriebene operative Geschäft unterliegt keinen wesentlichen saisonalen Schwankungen.

Im ersten Quartal haben sich die Geschäftssegmente wie folgt entwickelt:

In TEUR	Q1 2015				Gesamt
	windeln.de	windelbar	windeln.ch	Sonst./Kons	
Umsatzerlöse	30.698	3.549	1.402	0	35.649
EBIT contribution	1.417	-786	-570	-184	-123
<i>Anpassung anteilsbasierte Vergütung</i>	286	13	36		335
adjusted EBIT contribution	1.703	-773	-534	-184	212
<i>in%</i>	5,5%	-21,8%	-38,1%		0,6%
Corporate					-5.055
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)					-5.178
Finanzergebnis					-9
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag					-195
Periodenergebnis					-5.382

In TEUR	Q1 2014				Gesamt
	windeln.de	windelbar	windeln.ch	Sonst./Kons	
Umsatzerlöse	16.721	1.653	709	0	19.083
EBIT contribution	93	-412	-547	-255	-1.121
<i>Anpassung anteilsbasierte Vergütung</i>	42	38	35		115
adjusted EBIT contribution	135	-374	-512	-255	-1.006
<i>in%</i>	0,81%	-22,6%	-72,2%		-5,3%
Corporate					-1.802
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)					-2.923
Finanzergebnis					2.291
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag					-38
Periodenergebnis					-670

3.5.6 Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen

Bei den Geschäften mit nahestehenden Unternehmen und Personen gab es im Berichtszeitraum gegenüber dem Konzernabschluss 2014 keine wesentlichen Veränderungen.

Im Zusammenhang mit der Akquisition der windeln.ch AG besteht eine bedingte Rückvergütung in Höhe von TEUR 2.209 (31. Dezember 2014: TEUR 2.211) gegen ein Mitglied der Geschäftsführung. Zudem wurde im Rahmen dieser Transaktion an ein Mitglied der Geschäftsführung eine Vorauszahlung auf anteilsbasierte Vergütung geleistet. Zum 31. März 2015 ist in diesem Zusammenhang ein kurzfristiger sonstiger nicht-finanzieller Vermögenswert in Höhe

von TEUR 538 (31. Dezember 2014: TEUR 717) bilanziert.

3.5.7 Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Kapitalerhöhungen, Formwechsel und genehmigtes Kapital

Mittels Beschluss vom 25. März 2015 wurde ein Teil der Kapitalrücklage in Höhe von EUR 19.831.954 durch Ausgabe neuer Geschäftsanteile mit einem Nennbetrag in Höhe von EUR 1 in Stammkapital umgewandelt. Die Kapitalerhöhung wurde erst mit Eintragung in das Handelsregister zum 16. April 2015 wirksam.

Das nach Wirksamwerden der Kapitalerhöhung bestehende Stammkapital der Gesellschaft in Höhe von EUR 19.994.511 wurde zum Grundkapital der neu errichteten windeln.de AG. Das Grundkapital ist eingeteilt in 19.994.511 auf den Inhaber lautende Stückaktien (Aktien ohne Nennbetrag).

Zudem wurde ein genehmigtes Kapital in Höhe von EUR 9.997.255 geschaffen (Genehmigtes Kapital 2015). Mittels Beschluss vom 4. Mai 2015 wurde das Grundkapital aus dem Genehmigten Kapital 2015 um EUR 5.400.000 erhöht. Die Kapitalerhöhung wurde mit Eintragung ins Handelsregister am 5. Mai 2015 wirksam. Das Genehmigte Kapital 2015 beträgt nach teilweiser Ausschöpfung EUR 4.597.255.

Mittels Beschluss vom 4. Mai 2015 wurde das Genehmigte Kapital 2015 auf EUR 12.697.255 erhöht. Die Eintragung in das Handelsregister erfolgte am 19. Mai 2015.

Vorstand

Die bisherigen Geschäftsführer der windeln.de GmbH, Alexander Brand und Konstantin Urban, wurden zu Mitgliedern des Vorstands der windeln.de AG bestellt. Zusätzlich wurde Dr. Nikolaus Weinberger zum Mitglied des Vorstands bestellt.

Aufsichtsrat

Zu den Mitgliedern des ersten Aufsichtsrats der windeln.de AG wurden die folgenden sechs Mitglieder bestellt: Dr. Christoph Braun, Fausto Boni, Nenad Marovac, David Reis, Francesco Rigamonti und Willi Schwerdtle. Der Vorsitzende des Aufsichtsrats ist Willi Schwerdtle.

Zum 21. April 2015 gab es einen Wechsel im Aufsichtsrat. Fausto Boni hat den Aufsichtsrat verlassen und Dr. Edgar Carlos Lange wurde zum Mitglied des Aufsichtsrats bestellt.

Kreditvertrag mit der DZ BANK AG Deutsche Zentral-Genossenschaftsbank

Am 9. April 2015 hat die windeln.de AG einen besicherten Rahmenkreditvertrag mit der DZ BANK AG Deutsche Zentral-Genossenschaftsbank in Höhe von EUR 4 Mio. abgeschlossen. Der Rahmenkreditvertrag ist durch Vorratsvermögen und Forderungsabtretung (Globalzession) besichert und enthält übliche Covenants, beispielsweise dass die Gesellschaft bestimmte monatliche Liquiditätskennzahlen einhalten muss. Der Vertrag endet am 31. März 2016.

Börsengang - IPO

Seit dem 6. Mai 2015 werden windeln.de Aktien im Regulierten Markt (Prime Standard) an der Frankfurter Wertpapierbörse gehandelt.

Dem Listing ist ein Angebot für den Verkauf von 11.404.899 auf den Inhaber lautenden Stammaktien ohne Nennbetrag (Stückaktien) mit einem anteiligen Betrag am Grundkapital von jeweils EUR 1 vorausgegangen. Das Angebot setzte sich zusammen aus 5.400.000 neu ausgegebenen, auf den Inhaber lautenden Stammaktien ohne Nennbetrag (Stückaktien) aus der IPO-Kapitalerhöhung, 4.517.304 auf den Inhaber lautende Stammaktien ohne Nennbetrag (Stückaktien) aus den Beteiligungen abgebender Aktionäre und 1.487.595 auf den Inhaber lautenden Stammaktien ohne Nennbetrag (Stückaktien) in Zusammenhang mit einer möglichen Mehrzuteilung.

Die Aktien wurden den Investoren im Zeitraum vom 23. April 2015 bis zum 5. Mai 2015 in einer Preisspanne von EUR 16,50 bis EUR 20,50 zum Kauf angeboten. Die außerordentlich hohe Nachfrage der Investoren hat die Anzahl der angebotenen Aktien deutlich überstiegen. Der Angebotspreis wurde am 5. Mai 2015 von der Gesellschaft auf EUR 18,50 festgelegt.

Windeln.de sind im Zuge des Börsengangs liquide Mittel in Höhe von EUR 97,2 Mio. nach Abzug der von den Banken einbehaltenen Basisgebühr zugeflossen. Die den platzierten Banken eingeräumten Mehrzuteilungsoptionen sind noch bis einschließlich 7. Juni 2015 ausübbar.

Gründung einer weiteren Konzerngesellschaft

Zum 24. April 2015 hat die windeln.de AG eine 100 %ige Tochtergesellschaft, die pannolini.it S.r.l., gegründet. Die Gesellschaft wird als Servicegesellschaft konzerninterne Leistungen im Zusammenhang mit der Erschließung des italienischen Marktes erbringen.

Liquidation der Urban-Brand Schweiz GmbH

Im April 2015 wurde die Entscheidung getroffen, die Urban-Brand Schweiz GmbH mit Sitz in Männedorf, Schweiz, in Liquidation zu geben. Die Gesellschaft führt keine operativen Tätigkeiten mehr aus, da alle Tätigkeiten nun über die windeln.ch AG mit Sitz in Uster, Schweiz, ausgeführt werden. Durch die Liquidation ergeben sich keine wesentlichen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

Vertrag bezüglich der Akquisition von Feedo Sp. z o.o

Am 17. April 2015 hat die windeln.de AG einen Vertrag in Bezug auf die Akquisition der Feedo Sp. z. o.o mit seinen Online Shops "www.feedo.cz", "www.feedo.sk" und „www.feedo.pl" abgeschlossen. Feedo Sp. z. o.o ist ein schnell wachsender reiner Onlinehändler, der sich auf Baby- und Kleinkinderartikel fokussiert. Sitz der Gesellschaft ist Polen, die Zielkunden sind ansässig in Polen, der Tschechische Republik und der Slowakei. Im Geschäftsjahr 2014 hat Feedo. Sp. z o.o konsolidierte Umsätze von ca. EUR 6 Mio. erwirtschaftet, wovon nahezu alle Umsätze mit tschechischen Kunden generiert worden sind.

Die windeln.de AG hat einen gesamten Kaufpreis von ca. EUR 11 Mio. zugesagt, der an die Eigentümer der Feedo Sp. z o.o zu leisten ist. Dieser wird mit ca. EUR 8 Mio. in bar gezahlt und der Rest durch Ausgabe neuer Aktien aus dem bedingten Kapital 2015. Zudem ist ein zusätzlicher Kaufpreis, welcher abhängig von der Erreichung bestimmter

Umsatzziele für jedes Jahr bis 2017 bezüglich des Geschäfts mit Kunden in der Tschechischen Republik, in der Slowakei sowie in Polen ist, vereinbart. Wenn dieser Umsatz für jedes Jahr bis 2017 um eine bestimmte jährliche Wachstumsrate (welche einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 100 % entspricht) ansteigt ist der maximal vereinbarte zusätzliche Kaufpreis fällig. In diesem Fall würde der gesamte Kaufpreis einem Multiplikator von nicht mehr als 0,6x auf den 2017 Umsatz entsprechen.

Die Akquisition steht unter der aufschiebenden Bedingung, dass die Gesellschaft ein externes Wertgutachten erhält, welches die Angemessenheit der Transaktion bestätigt, sowie weiteren üblichen aufschiebenden Bedingungen. Zum Zeitpunkt der Aufstellung des Zwischenabschlusses waren noch nicht alle aufschiebenden Bedingungen erfüllt.

München, den 21. Mai 2015

Alexander Brand

Konstantin Urban

Dr. Nikolaus Weinberger

4. Service

4.1 Glossar

Seitenaufrufe

Wir definieren Seitenaufrufe als die Anzahl von Serien von Seitenaufrufen von demselben Gerät und derselben Quelle in dem betreffenden Zeitraum. Berücksichtigt werden auch die Seitenaufrufe unseres Magazins. Die Serie gilt als beendet, wenn länger als 30 Minuten kein Aufruf verzeichnet wurde. Die Anzahl von Seitenaufrufen ist von einer Vielzahl von Faktoren abhängig, u.a. die Verfügbarkeit unserer Produkte, die wir anbieten; die Effizienz unserer Marketing Kampagnen und die Bekanntheit unserer Online Shops. Gemessen durch Google Analytics.

Anteil mobiler Seitenaufrufe

Wir definieren den Anteil der mobilen Seitenaufrufe als das Verhältnis der Seitenaufrufe mobiler Endgeräte (Smartphones und Tablets) zur Gesamtzahl aller Seitenaufrufe.

Bestellungen von mobilen Endgeräten

Wir definieren Bestellungen von mobilen Endgeräten als das Verhältnis der Bestellungen von mobilen Endgeräten zur Gesamtzahl der Bestellungen.

Aktive Kunden

Wir definieren aktive Kunden als die Anzahl von Kunden, die in den letzten zwölf Monaten (bezogen auf den Stichtag) mindestens eine Bestellung aufgegeben haben (ungeachtet von Retouren).

Anzahl Bestellungen

Wir definieren die Anzahl Bestellungen als die Anzahl der in dem betreffenden Zeitraum von Kunden aufgegebenen Bestellungen (ungeachtet von Retouren). Eine Bestellung wird an dem Tag berücksichtigt, an dem der Kunde die Bestellung aufgibt. Die Anzahl aufgegebener Bestellungen kann von der Anzahl ausgelieferter Bestellungen abweichen, da sich Bestellungen am Ende des betreffenden Zeitraums auf dem Transportweg befinden können.

Durchschnittliche Bestellungen pro aktivem Kunden

Wir definieren die durchschnittlichen Bestellungen pro aktivem Kunden als die Anzahl Bestellungen der letzten zwölf Monate (bezogen auf den Stichtag) geteilt durch die Anzahl aktiver Kunden.

Anzahl Bestellungen von Stammkunden

Wir definieren die Anzahl Bestellungen von Stammkunden als die Anzahl Bestellungen von Kunden, die mehr als eine Bestellung in den letzten 12 Monaten aufgegeben haben.

Stammkundenrate

Wir definieren die Stammkundenrate als das Verhältnis der Bestellungen von Stammkunden zur Gesamtkundenanzahl.

Bruttoauftragswert

Wir definieren den Bruttoauftragswert als den Wert (EUR) aller Kundenaufträge in dem betreffenden Zeitraum abzüglich Stornierungen, inklusive Umsatzsteuer und exklusive Marketing Rabatte.

Durchschnittlicher Bestellwert

Wir definieren den durchschnittlichen Bestellwert als den Bruttoauftragswert dividiert durch die Anzahl Bestellungen.

Retourenquote (in % des Nettowarenwerts)

Wir definieren die Retourenquote als das Verhältnis des retournierten Nettowarenwertes zum gesamten Nettowarenwert in dem betreffenden Zeitraum.

Fulfillmentkostenverhältnis

Wir definieren das Fulfillmentkostenverhältnis als das Verhältnis der Fulfillmentkosten zu den Umsatzerlösen in dem betreffenden Zeitraum. Fulfillmentkosten beinhalten Logistikkosten und Mietkosten.

Marketingkostenverhältnis

Wir definieren das Marketingkostenverhältnis als das Verhältnis der Marketingkosten zu den Umsatzerlösen in dem betreffenden Zeitraum. Marketingkosten beinhalten hauptsächlich Werbungskosten. Diese beinhalten Ausgaben für Suchmaschinenmarketing, Online display und andere Marketingkanäle, als auch Kosten für unsere Marketing Tools, u.a. Tools zur automatischen SEA

Bereinigte sonstige VVG-Kosten (in % der Umsatzerlöse)

Wir definieren bereinigte sonstige VVG-Kosten (in % der Umsatzerlöse) als Verhältnis der sonstigen VVG-Kosten zu den Umsatzerlösen. Wir definieren bereinigte sonstige VVG-Kosten als Vertriebskosten plus Verwaltungskosten und sonstige Betriebsausgaben ohne betriebliche Erträge, aber inklusive Marketing,- und Fulfillmentkosten, Aufwendungen aus anteilsbasierter Vergütung mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente, Transaktionskosten und IPO-bezogene Aufwendungen.

4.2 Finanzkalender

Veröffentlichung der Ergebnisse für das 1. Quartal 2015	28. Mai 2015
Veröffentlichung der Ergebnisse für das 2. Quartal 2015	27. August 2015
Jährliche Analystenkonferenz 2015	10. September 2015
Veröffentlichung der Ergebnisse für das 3. Quartal 2015	26. November 2015

4.3 Impressum

Redaktion und Kontakt

windeln.de AG
Hofmannstraße 51
81379 München, Deutschland
corporate.windeln.de

Investor Relations

Alexandra von Kempis
E-Mail: investor.relations@windeln.de

Presse

Amelie Heinz
E-Mail: presse@windeln.de

Konzeption, Text, Layout und Satz

windeln.de AG

Bildnachweis

Fotolia, iStock

Disclaimer

Dieser Quartalsbericht enthält in die Zukunft gerichtete Aussagen, die auf Annahmen und Schätzungen der Unternehmensleitung der windeln.de AG beruhen. Auch wenn die Unternehmensleitung der Ansicht ist, dass diese Annahmen und Schätzungen zutreffend sind, können die künftige tatsächliche Entwicklung und die künftigen tatsächlichen Ergebnisse von diesen Annahmen und Schätzungen aufgrund vielfältiger Faktoren erheblich abweichen. Zu diesen Faktoren können beispielsweise die Veränderung der gesamtwirtschaftlichen Lage, der gesetzlichen und regulatorischen Rahmenbedingungen in Deutschland und der EU sowie Veränderungen in der Branche gehören. Die windeln.de AG übernimmt keine Gewährleistung und keine Haftung dafür, dass die künftige Entwicklung und die künftig erzielten tatsächlichen Ergebnisse mit den in diesem Quartalsbericht geäußerten Annahmen und Schätzungen übereinstimmen werden. Es ist von der windeln.de AG weder beabsichtigt noch übernimmt die windeln.de AG eine gesonderte Verpflichtung, zukunftsbezogene Aussagen zu aktualisieren, um sie an Ereignisse oder Entwicklungen nach dem Datum dieses Berichts anzupassen.

Der Quartalsbericht liegt ebenfalls in englischer Übersetzung vor und steht in beiden Sprachen im Internet unter <https://corporate.windeln.de/> zum Download bereit. Bei Abweichungen hat die deutsche Fassung des Quartalsbericht Vorrang gegenüber der englischen Übersetzung.



windeln.de
Everything for my baby

