



WESTWING

QUARTALSMITTEILUNG

Januar – März 2019

WESTWING IM ÜBERBLICK



HÖHEPUNKTE Q1 2019

- Umsatz von EUR 61 Mio. mit einem Wachstum von – 1% im ersten Quartal 2019 beeinflusst durch das internationale Geschäft/Italien, Wachstumsinvestitionen, deren Erfolg noch nicht sichtbar ist, sowie den hohen Vergleichswert aus dem ersten Quartal 2018
- Solides DACH Segment mit + 11% Wachstum; DACH-Geschäftsmodell wird weiter auf das Internationale Segment ausgerollt
- Profitabilität beeinträchtigt durch Deckungsbeitrag und Investitionen in zukünftiges Wachstum
- Anteil an Own & Private Label stieg um + 8 Prozentpunkte auf 21% des GMV
- Anpassung der Prognose für das Geschäftsjahr 2019

KENNZAHLEN (UNGEPRÜFT)¹

	Q1 2019	Q1 2018	Veränderung
Leistungsindikatoren			
Anteil von Private Label (in % vom GMV)	21%	13%	8pp
Bruttowarenvolumen (GMV) (in EUR Mio.)	76	72	4,8%
Bestellungen, insgesamt (in '000)	591	611	– 3,3%
Durchschnittlicher Warenkorb (in EUR)	129	119	8,4%
Aktive Kunden (in '000)	927	881	5,3%
Anzahl der Bestellungen pro aktivem Kunden in den letzten 12 Monaten	2,6	2,6	– 2,5%
Durchschnittliches GMV pro aktivem Kunden in den letzten 12 Monaten (in EUR)	318	302	5,1%
Anteil der Site-Visits über mobile Endgeräte (in %)	75%	72%	3pp
Ertragslage			
Umsatzerlöse (in EUR Mio.)	61,4	62,1	– 1,0%
Bereinigtes EBITDA (in EUR Mio.)	– 3,9	2,1	– 5,9
Bereinigte EBITDA-Marge (in % der Umsatzerlöse)	– 6,3%	3,3%	– 9,6pp
Finanzlage			
Free Cashflow (in EUR Mio.)	– 16,2	– 6,5	– 9,7
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente (in EUR Mio.)	105,4	5,4	100,0
Weitere Kennzahlen			
Anzahl der Vollzeitmitarbeiter (FTE) zum Bilanzstichtag	1.136	1.005	13,0%

¹ Nur fortzuführende Geschäftsbereiche

WIRTSCHAFTSBERICHT

1.1 ERTRAGSLAGE²

Die verkürzte Gewinn- und Verlustrechnung für den Dreimonatszeitraum bis zum 31. März 2019 zeigt einen nahezu unveränderten Umsatz von EUR 61 Mio. gegenüber dem Vorjahreswert (erstes Quartal 2018: EUR 62 Mio.). Während diese Entwicklung vor allem aufgrund der guten Vorjahreswerte erwartet worden ist, belastete die schwache Entwicklung des internationalen Geschäfts, insbesondere Italien, das Ergebnis. Die solide Entwicklung des DACH Segments mit +11% Wachstum konnte diesen Effekt teilweise kompensieren.

Im ersten Quartal 2019 haben wir zahlreiche Investitionen getätigt, um die Weichen für zukünftiges profitables Wachstum zu stellen: Im Rahmen der Übertragung des DACH-Geschäftsmodells auf das Internationale Segment ist unser permanentes Sortiment WestwingNow bereits in 9 von 11 Märkten etabliert. Zuletzt wurde WestwingNow im Februar 2019 in Spanien eingeführt. Der Anteil an Own & Private Label, einem wichtigen strategischen Treiber für unser profitables Wachstum, liegt bereits bei 21% des umgesetzten Bruttowarenvolumens („GMV“) des Konzerns (+8 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahreszeitraum). Darüber hinaus haben wir unsere organischen Marketingaktivitäten einhergehend mit einer Vergrößerung des Teams intensiviert und zum ersten Quartal 2019 die Zahl unserer Instagram-Follower auf 1,7 Mio. erhöht. Schließlich haben wir den Umzug unseres größten Lagers von Berlin in ein neues, 35.000 qm großes Lager in Posen, Polen, erfolgreich abgeschlossen. Trotz einiger Verzögerungen und Herausforderungen bei der Inbetriebnahme ist das neue Lager nun voll einsatzbereit und wird ab dem zweiten Halbjahr 2019 zu Kosteneinsparungen führen.

Infolge der getätigten Investitionen, einiger operativer Herausforderungen, die sich auf den Deckungsbeitrag auswirkten, und des flachen Umsatzwachstums, betrug unsere bereinigte EBITDA-Marge im ersten Quartal 2019 –6%. Während wir derzeit die Kosten für unsere Investitionen schon tragen, sind die Ergebnisse vieler dieser Initiativen noch nicht sichtbar. Wir erwarten allerdings, dass sich der Erfolg unserer Maßnahmen im zweiten Halbjahr 2019 zeigen wird.

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

EUR Mio.	Q1 2019	In % vom Umsatz	Q1 2018	In % vom Umsatz
Umsatzerlöse	61,4	100,0%	62,1	100,0%
Umsatzkosten	-35,4	-57,6%	-35,8	-57,7%
Bruttoergebnis	26,0	42,4%	26,2	42,3%
Fulfillmentkosten	-14,6	-23,8%	-12,9	-20,8%
Deckungsbeitrag	11,4	18,6%	13,3	21,4%
Marketingkosten	-4,5	-7,3%	-3,7	-5,9%
Allgemeine Verwaltungskosten	-12,7	-20,7%	-9,5	-15,3%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-0,4	-0,6%	-0,4	-0,6%
Sonstige betriebliche Erträge	0,3	0,5%	0,3	0,4%
Zentrale Kosten nicht fortgeführter Aktivitäten	-	0,0%	0,5	0,8%
Abschreibungen und Wertminderungen	2,0	3,2%	1,6	2,5%
Bereinigtes EBITDA	-3,9	-6,3%	2,1	3,3%

² Die Werte in diesem Abschnitt werden auf bereinigter Basis angegeben, d. h. sie wurden um Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung (in den Positionen Fulfillmentkosten, Allgemeine Verwaltungskosten und Marketingkosten) bereinigt. Für das bereinigte EBITDA wird das EBITDA bereinigt um (i) Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung, und (ii) für 2018 zentrale Kosten, die den angegebenen Geschäftsbereichen zuzuordnen sind.

Umsatzerlöse

Der Umsatz von Westwing bewegt sich mit EUR 61,4 Mio. im ersten Quartal 2019 beinahe auf dem Vorjahresniveau von EUR 62,1 Mio. Diese Entwicklung lag vor dem Hintergrund des starken ersten Quartals 2018 mit einem Wachstum von 30 % im Rahmen unserer Erwartungen.

Wir konnten unser Own- und Private-Label-Geschäft weiterhin erfolgreich ausbauen. Der Anteil von Private Label (in % des GMV) hat sich um acht Prozentpunkte von 13 % im Vorjahreszeitraum auf 21 % im ersten Quartal 2019 erhöht.

Zum 31. März 2019 hatte der Konzern 927 Tausend aktive Kunden im Vergleich zu 881 Tausend aktiven Kunden zum 31. März 2018.

Deckungsbeitrag

Die Bruttomarge blieb im ersten Quartal 2019 stabil bei 42,4 % im Vergleich zu 42,3 % im Vorjahreszeitraum. Vor dem Hintergrund eines Anstiegs des Private-Label-Anteils am GMV um acht Prozentpunkte hätte sich unsere Bruttomarge um etwa einen Prozentpunkt verbessern müssen. Diese Verbesserung trat jedoch nicht ein. Gründe dafür waren operative Probleme in unserem Retouren-Prozess, die wir mittlerweile gelöst haben, unzureichende Margen-Disziplin in unseren täglichen Themen sowie zu aggressive Preise für Produkte von Drittanbietern in unserem permanenten Sortiment. Inzwischen haben wir die Zielmargen in unseren täglichen Themen, im permanenten Sortiment und im Private-Label-Geschäft erhöht.

Unsere Fulfillmentkosten stiegen im ersten Quartal 2019 auf 23,8 % gegenüber 20,8 % im Vorjahreszeitraum. Mit einer geringen Verzögerung haben wir unser neues Lager im polnischen Posen erfolgreich eröffnet. Der Umzug unseres Lagers von Berlin nach Posen wirkte sich negativ auf unsere Kosten aus, insbesondere die Anlaufkosten, um die volle Effizienz zu erreichen. Für das zweite Quartal 2019 erwarten wir weitere negative Auswirkungen des Lagerumzugs, ab dem zweiten Halbjahr 2019 rechnen wir mit Kosteneinsparungen. Als Folge der Unterauslastung unseres italienischen Lagers hatten wir weitere negative Effekte in unseren Fulfillmentkosten, die wir durch die Verschiebung zusätzlicher europäischer Volumina nach Italien adressieren. Wie erwartet haben unsere Spediteure unsere Frachtkosten erhöht, was sich auch negativ auf unsere Fulfillmentkosten auswirkte – wir werden dieser Situation durch eine kostenoptimierte Spediteur-Auswahl entgegenwirken.

Als Folge lag der Deckungsbeitrag im ersten Quartal 2019 bei 18,6 %, im Vergleich zu 21,4 % in der Vorjahresperiode.

Private Label bleibt weiterhin der Haupttreiber, um unseren Deckungsbeitrag in Zukunft zu erhöhen. Somit ist die Steigerung des Private-Label-Anteils an unseren Umsätzen eine unserer strategischen Prioritäten.

Marketingkosten

Unsere Marketingkosten sind im ersten Quartal 2019 auf EUR 4,5 Mio. oder 7,3 % des Umsatzes gestiegen, im Vergleich zu EUR 3,7 Mio. oder 5,9 % des Umsatzes in der Vorjahresperiode. Dieser Anstieg spiegelt unsere Strategie wider, mehr in organisches Marketing zu investieren, insbesondere in Social Media und die Erstellung von Content.

Allgemeine Verwaltungskosten

Im ersten Quartal 2019 lagen die allgemeinen Verwaltungskosten bei EUR 12,7 Mio., eine Erhöhung um 5,4 Prozentpunkte auf 20,7 % vom Umsatz im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Diese Entwicklung resultiert hauptsächlich aus Investitionen in künftiges Wachstum in den Bereichen Technologie, Private Label und permanentes Sortiment. Während wir derzeit die Kosten für diese Investitionen tragen, sehen wir die Ergebnisse für viele davon noch nicht. Wir erwarten, dass sich die Ergebnisse ab der zweiten Jahreshälfte materialisieren werden. Wir werden weitere Investitionen limitieren und Kosten sowie Komplexität in unserem Unternehmen gezielt reduzieren.

Bereinigtes EBITDA

Im ersten Quartal 2019 betrug das bereinigte EBITDA im Konzern EUR – 3,9 Mio. im Vergleich zum Vorjahresergebnis von EUR 2,1 Mio. Das entspricht einem Rückgang der bereinigten EBITDA-Marge von 3,3 % im ersten Quartal 2018 auf – 6,3 % in der gleichen Periode 2019.

1.2 SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Das Konzernergebnis gliedert sich in die Segmente DACH (Deutschland, Österreich und Schweiz) sowie International (übrige europäische Märkte) auf. Die verkürzte Segmentergebnisrechnung im ersten Quartal 2019 wies ein solides Umsatzwachstum im DACH Segment auf, während die Umsätze des Internationalen Segments im Vergleich zum Vorjahreszeitraum zurückgingen. Das bereinigte EBITDA war sowohl im DACH Segment als auch im Internationalen Segment negativ.

SEGMENTERGEBNISSE (UNGEPRÜFT)

EUR Mio.	Q1 2019	Q1 2018	Veränderung
Umsatzerlöse			
DACH	33,5	30,0	11,5%
International	28,0	32,1	-12,8%
Bereinigtes EBITDA			
DACH	-0,9	1,2	-2,1
International	-2,9	0,9	-3,8
Headquarter/Überleitung	-0,1	-0,0	-0,1
Bereinigte EBITDA-Marge			
DACH	-2,7%	3,9%	-6,5pp
International	-10,3%	2,9%	-13,2pp

Segmentumsatz

In unserem DACH Segment verzeichneten wir ein solides Umsatzwachstum von +11,5% und relative Stärke. Unser Sortiment, das nicht ausreichend auf Produkte mit niedrigem Preisniveau fokussiert war, begrenzte stärkeres Wachstum. Wir arbeiten daran, unser Sortiment in der DACH-Region durch einen höheren Anteil an conversion-starken Niedrigpreisprodukten zu optimieren, um das Wachstum weiter zu fördern.

Unser Internationales Segment verzeichnete einen Umsatzrückgang von 12,8%, der maßgeblich auf die anhaltenden Herausforderungen und das negative Wachstum unseres italienischen Geschäfts zurückzuführen ist. Wir arbeiten weiterhin an unserem Transformationsprogramm für Italien, das zukünftig auch messbare Ergebnisse zeigen muss. Während sich der Aufbau des internationalen Marketings fortsetzt, stehen die daraus resultierenden Verbesserungen im Wachstum noch aus.

Wir werden unser erfolgreiches DACH-Geschäftsmodell weiterhin auf das Internationale Segment ausweiten, beispielsweise durch die Fortsetzung unseres Transformationsprogramms in Italien und die Einführung unseres permanenten Sortiments WestwingNow in der Tschechischen Republik und in der Slowakischen Republik. Außerdem haben wir den Private-Label-Anteil am GMV im Internationalen Segment im ersten Quartal 2019 gegenüber dem Vorjahreszeitraum von 5% auf 12% erhöht.

Wir überprüfen unsere Marketing-Budgets und -Allokation in Bezug auf kurzfristige Wachstumseffekte, insbesondere für das Internationale Segment.

Bereinigtes EBITDA der Segmente

Im ersten Quartal 2019 betrug die bereinigte EBITDA-Marge im DACH Segment -2,7% im Vergleich zu +3,9% in der Vorjahresperiode. Im Internationalen Segment lag die bereinigte EBITDA-Marge im ersten Quartal 2019 bei -10,3% im Vergleich zu 2,9% in der Vorjahresperiode, was die Investitionen in zukünftiges Wachstum reflektiert.

1.3 FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

VERKÜRZTE CASHFLOW-RECHNUNG (UNGEPRÜFT)

EUR Mio.	Q1 2019	Q1 2018
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	-13,1	-4,8
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-3,1	-1,6
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-1,3	-0,8
Cashflow aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	-	-0,4
Netto-Veränderung der liquiden Mittel	-17,5	-7,7
Einfluss von Wechselkursänderungen auf den Zahlungsmittelbestand	-0,1	-0,1
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 1. Januar	123,0	13,8
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 31. März	105,4	6,0
Davon aufgegebene Geschäftsbereiche	-	0,6
Davon fortzuführende Geschäftsbereiche	105,4	5,4
Free Cashflow	-16,2	-6,5

Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit betrug in den ersten drei Monaten 2019 EUR -13,1 Mio. im Vergleich zu EUR -4,8 Mio. in der Vorjahresperiode. Diese Entwicklung resultiert vor allem aus dem negativen operativen Ergebnis und Investitionen in das Working Capital.

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit verringerte sich von EUR -1,6 Mio. im ersten Quartal 2018 auf EUR -3,1 Mio. für den gleichen Zeitraum 2019. Dieser Anstieg ist im Wesentlichen bedingt durch Investitionen in selbst erstellte Software sowie in das Anlagevermögen.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit betrifft primär die Zahlungen von Leasingverbindlichkeiten nach IFRS 16.

Wir werden weiterhin unseren Cash-Bestand hocheffizient einsetzen und auch künftig auf unser nahezu neutrales Net Working Capital und ein Asset-Light-Geschäftsmodell (Capex-Quote von 4 % für das erste Quartal 2019) setzen.

VERKÜRZTE BILANZ (UNGEPRÜFT)

	31.03.2019		31.12.2018	
	EUR Mio.	In % der Bilanzsumme	EUR Mio.	In % der Bilanzsumme
Aktiva	192,8	100,0%	197,5	100,0%
Langfristige Vermögenswerte	43,0	22,3%	33,3	16,9%
Kurzfristige Vermögenswerte	149,8	77,7%	164,2	83,1%
Passiva	192,8	100,0%	197,5	100,0%
Eigenkapital	99,0	51,3%	104,9	53,1%
Langfristige Verbindlichkeiten	37,8	19,6%	32,4	16,4%
Kurzfristige Verbindlichkeiten	56,0	29,1%	60,2	30,5%

Zum 31. März 2019 betrug die Bilanzsumme EUR 192,8 Mio. (31. Dezember 2018: EUR 197,5 Mio.).

Die langfristigen Vermögenswerte sind insbesondere durch höhere Sachanlagen um EUR 9,7 Mio. angestiegen, was vor allem mit der Erfassung von Nutzungsrechten in Bezug auf das neue Lager in Posen zusammenhängt. Der Rückgang der kurzfristigen Vermögenswerte in Höhe von EUR 14,3 Mio. resultiert primär aus der Reduktion der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente, teilweise ausgeglichen durch höhere Vorräte.

Das Eigenkapital reduzierte sich von EUR 104,9 Mio. zum 31. Dezember 2018 auf EUR 99,0 Mio. zum 31. März 2019. Diese Veränderung resultiert im Wesentlichen aus dem negativen Periodenergebnis, während sich die sonstigen Rücklagen infolge der anteilsbasierten Vergütung erhöhten.

Die langfristigen Verbindlichkeiten erhöhten sich vor allem durch neue Leasingverbindlichkeiten im Zusammenhang mit dem Lagerumzug um EUR 5,4 Mio. Die kurzfristigen Verbindlichkeiten haben sich hauptsächlich aufgrund niedrigerer Rückerstattungs- und Umsatzsteuerverbindlichkeiten um EUR 4,2 Mio. reduziert.

1.4 AUSBLICK

Das aktuell umgesetzte Bruttowarenvolumen (GMV) für die Monate März und April 2019 ist hinter unseren Erwartungen zurückgeblieben. Dementsprechend haben wir den Ausblick für das Jahr 2019 neu bewertet. Wir erwarten nun ein Umsatzwachstum von 6 % bis 12 % (vorherige Prognose: auf dem Niveau von 2018, d.h. in einer Spanne von zwei bis drei Prozentpunkten um 16 %). Darüber hinaus erwarten wir, dass das bereinigte EBITDA aufgrund des erwarteten niedrigeren Umsatzwachstums mit ungefähr 0 % (in der Bandbreite von -1 % bis +1 %) leicht niedriger ausfallen wird (bisher: auf dem Niveau von 2018, d.h. in einer Spanne von einem Prozentpunkt um 1 %).

Obwohl unsere aktuellen Ergebnisse nicht unsere Ambitionen für das Gesamtjahr widerspiegeln, sind wir zuversichtlich, dass wir über die richtige Strategie, das richtige Team und über die passenden Ressourcen verfügen, um weiterhin ein profitabel wachsendes Unternehmen aufzubauen. Für das zweite Halbjahr 2019 erwarten wir eine Beschleunigung des Wachstums sowie eine Verbesserung der Profitabilität und werden von niedrigeren Vergleichswerten profitieren. Trotz der angepassten Prognose sind wir davon überzeugt, dass wir auf dem richtigen Weg sind, unsere langfristige Vision zu verwirklichen.

1.5 EREIGNISSE NACH ENDE DER BERICHTSPERIODE

Wir haben ein Projekt zur Zentralisierung unseres derzeit unprofitablen Geschäfts in Frankreich gestartet. Erwarteter Break-Even dieses Projekts ist innerhalb von 24 Monaten; aufgrund der nicht-wiederkehrenden Natur werden wir die damit verbundenen Restrukturierungskosten außerhalb unseres bereinigten EBITDAs ausweisen. Lokale Bestimmungen hindern uns daran, zu diesem Zeitpunkt weitere Details des Projekts mitzuteilen. Wir erwarten, ein Update dazu im Rahmen unserer Ergebnisse für das erste Halbjahr 2019 geben zu können.

München, 7. Mai 2019

Stefan Smalla

Chief Executive Officer

Delia Fischer

Chief Creative Officer

Dr. Dr. Florian Drabek

Chief Financial Officer

2

Ausgewählte

FINANZINFORMATIONEN (UNGEPRÜFT)

2.1 KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

EUR Mio.	Q1 2019	Q1 2018
Umsatzerlöse	61,4	62,1
Umsatzkosten	-35,4	-35,8
Bruttoergebnis	26,0	26,2
Fulfillmentkosten	-14,7	-12,9
Marketingkosten	-4,5	-3,7
Allgemeine Verwaltungskosten	-16,2	-10,7
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-0,4	-0,4
Sonstige betriebliche Erträge	0,3	0,3
Betriebliches Ergebnis	-9,4	-1,2
Finanzaufwendungen	-0,7	-3,5
Finanzerträge	0,5	0,0
Sonstiges Finanzergebnis	-0,1	-0,1
Finanzergebnis	-0,4	-3,6
Ergebnis vor Ertragsteuern	-9,7	-4,8
Ertragsteueraufwand	0,0	-0,1
Periodenergebnis aus fortzuführenden Geschäftsbereichen	-9,8	-4,8
Periodenergebnis aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	0,0	0,3
Periodenergebnis	-9,8	-4,5
Davon entfallen auf:		
Anteilseigner des Mutterunternehmens	-9,8	-4,4
Nicht beherrschende Anteile	0,0	-0,0

2.2 ÜBERLEITUNGSRECHNUNG DES BEREINIGTEN EBITDA

EUR Mio.	Q1 2019	Q1 2018
Betriebliches Ergebnis	-9,4	-1,2
Anpassungen		
Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung	3,6	1,2
Zentrale Kosten, die den aufgegebenen Geschäftsbereichen zuzuordnen sind	-	0,5
Abschreibungen	2,0	1,6
Bereinigtes EBITDA	-3,9	2,1

2.3 KONZERN-BILANZ

EUR Mio.

	31.03.2019	31.12.2018
Aktiva		
Langfristige Vermögenswerte		
Sachanlagen	29,4	21,9
Immaterielle Vermögenswerte	9,5	8,0
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen	3,6	2,9
Latente Steuern	0,5	0,5
Summe langfristige Vermögenswerte	43,0	33,3
Kurzfristige Vermögenswerte		
Vorräte	26,5	22,6
Anzahlungen auf Vorräte	2,3	2,5
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen	10,5	10,0
Sonstige Vermögenswerte	5,2	6,1
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	105,4	123,0
Summe kurzfristige Vermögenswerte	149,8	164,2
Bilanzsumme	192,8	197,5
Passiva		
Eigenkapital		
Grundkapital	20,7	20,7
Kapitalrücklage	349,7	349,1
Eigene Aktien	-	- 0,8
Sonstige Rücklagen	46,0	43,6
Gewinnrücklagen	- 315,0	- 305,2
Rücklage sonstiges Ergebnis	0,3	0,3
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital	101,8	107,7
Nicht beherrschende Anteile	- 2,7	- 2,7
Summe Eigenkapital	99,0	104,9
Langfristige Verbindlichkeiten		
Darlehen	13,9	14,9
Leasingverbindlichkeiten	22,1	15,8
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	-	-
Sonstige nichtfinanzielle Verbindlichkeiten	1,2	1,5
Rückstellungen	0,6	0,2
Summe langfristige Verbindlichkeiten	37,8	32,4
Kurzfristige Verbindlichkeiten		
Darlehen	1,4	-
Leasingverbindlichkeiten	2,9	2,3
Verbindlichkeiten and abgegrenzte Schulden aus Lieferungen und Leistungen	26,7	32,0
Vertragsverbindlichkeiten	12,8	7,9
Rückerstattungsverbindlichkeiten	3,2	6,2
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	0,2	0,7
Sonstige nichtfinanzielle Verbindlichkeiten	8,4	10,4
Rückstellungen	0,5	0,7
Summe kurzfristige Verbindlichkeiten	56,0	60,2
Summe Verbindlichkeiten	93,8	92,5
Bilanzsumme	192,8	197,5

2.4 KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG

EUR Mio.	Q1 2019	Q1 2018
Ergebnis vor Ertragsteuern	-9,7	-4,8
Anpassungen:		
Abschreibungen / Wertminderung von Sachanlagen	1,5	1,1
Abschreibungen / Wertminderung von immateriellen Vermögenswerten	0,5	0,4
Verlust / (Gewinn) aus Verkauf von Sachanlagen	-0,0	-0,0
Aufwendungen / (Erträge) für anteilsbasierte Vergütung	3,6	1,2
Verlust aus zum beizulegenden Zeitwert bewerteten finanziellen Verbindlichkeiten	-0,5	0,1
Finanzerträge	-0,0	-
Finanzaufwendungen	0,7	0,6
Wechselkurseffekte	0,1	0,1
Sonstige zahlungsunwirksame Veränderungen	0,4	3,9
Veränderungen der Rückstellungen	-3,3	0,1
Zahlungswirksames Betriebsergebnis vor Veränderung des Nettoumlaufvermögens	-6,7	2,8
Anpassungen aus Veränderungen des Nettoumlaufvermögens:		
Veränderungen der Forderungen und geleisteten Anzahlungen	-0,1	-1,1
Veränderungen der Vorräte	-3,9	-2,7
Veränderungen der Verbindlichkeiten	-2,4	-3,8
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	-13,2	-4,8
Gezahlte Steuern	0,1	-0,1
Netto-Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit aus fortzuführenden Geschäftsbereichen	-13,1	-4,8
Netto-Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	-	-0,1
Netto-Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit aus fortzuführenden und aufgegebenen Geschäftsbereichen	-13,1	-4,9
Investitionstätigkeit:		
Einzahlungen aus dem Verkauf von Sachanlagen	0,0	0,0
Erwerb von Sachanlagen	-0,7	-0,3
Erwerb von immateriellen Vermögenswerten	-2,0	-1,4
Übrige Investitionstätigkeiten	0,0	0,0
Mietkautionen	-0,5	-
Netto-Cashflow aus Investitionstätigkeit aus fortzuführenden Geschäftsbereichen	-3,1	-1,6
Netto-Cashflow aus Investitionstätigkeit aufgegebenen Geschäftsbereiche	-	0,1
Netto-Cashflow aus Investitionstätigkeit fortzuführender und aufgebener Geschäftsbereiche	-3,1	-1,7
Finanzierungstätigkeit:		
Verkauf von Minderheitenanteilen	-	-
Gezahlte Zinsen und sonstige Finanzierungsaufwendungen	-0,3	-0,5
Aufnahme / (Tilgung) von Darlehen	-	0,3
Tilgung von Leasingverbindlichkeiten	-1,0	-0,7
Erwerb von Eigenkapitalinstrumenten	0,0	-
Erwerb von Minderheitenanteilen	0,0	-
Netto-Cashflow aus Finanzierungstätigkeit aus fortzuführenden Geschäftsbereichen	-1,3	-0,8
Netto-Cashflow aus Finanzierungstätigkeit aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	-	-0,2
Netto-Cashflow aus Finanzierungstätigkeit aus fortzuführenden und aufgegebenen Geschäftsbereichen	-1,3	-1,1
Veränderung von Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	-17,5	-7,7
Wechselkursbedingte Änderungen des Zahlungsmittelbestands	-0,1	-0,1
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 1. Januar	123,0	13,8
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 31. März	105,4	6,0
Davon aus aufgegebenen Geschäftsbereichen	-	0,6
Davon aus fortzuführenden Geschäftsbereichen	105,4	5,4

FINANZKALENDER



23. MAI 2019

Ordentliche Hauptversammlung 2019

13. AUGUST 2019

Veröffentlichung des Halbjahresfinanzberichts 2019

7. NOVEMBER 2019

Veröffentlichung der Quartalsmitteilung für das dritte Quartal 2019

IMPRESSUM

**Kontakt:**

Westwing Group AG
Moosacher Straße 88
80809 München

Investor Relations:

Vidhi von Liel
ir@westwing.de

Presse:

Hannah Neumann
presse@westwing.de

Konzept, Design und Realisation:

3st kommunikation,
Mainz

**DISCLAIMER**

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