

Westwing Group GmbH

Berlin

Konzernabschluss und Konzernlagebericht

31. Dezember 2016

Westwing Group GmbH

Berlin

Konzernabschluss

31. Dezember 2016

Inhaltsverzeichnis

Konzernabschluss

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	1
Konzern-Gesamtergebnisrechnung	2
Konzern-Bilanz	3
Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung	4
Konzern-Kapitalflussrechnung.....	5

Anhang zum Konzernabschluss

1. Allgemeine Angaben	6
2. Rechnungslegungsmethoden	6
2.1. Grundlagen der Aufstellung des Abschlusses	6
2.2. Neue Standards, Änderungen und Interpretationen, die noch nicht in Kraft getreten sind	7
2.3. Änderung des Ausweises und Anpassung von Vorjahreszahlen gemäß IAS 8	8
2.4. Konsolidierung	9
2.4.1. Konsolidierungskreis	9
2.4.2. Tochterunternehmen	9
2.4.3. Nicht beherrschende Anteile	9
2.4.4. Abgang von Tochterunternehmen	10
2.5. Währungsumrechnung	10
2.6. Umsatzrealisierung	11
2.7. Aufwendungen	11
2.8. Sachanlagen	11
2.9. Immaterielle Vermögenswerte	12
2.9.1. Erworbene Markenrechte, Lizenzen und Software	12
2.9.2. Selbst entwickelte Software	13
2.9.3. Abschreibung auf immaterielle Vermögenswerte	13
2.9.4. Wertminderung von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	13
2.10. Leasingverhältnisse	13
2.11. Vorräte	14
2.12. Finanzielle Vermögenswerte	14
2.13. Wertminderung von finanziellen Vermögenswerten	15
2.14. Finanzielle Verbindlichkeiten	15
2.15. Bemessung des beizulegenden Zeitwerts	16
2.16. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	16
2.17. Stammkapital	16
2.18. Rückstellungen für Verbindlichkeiten und Aufwendungen	17
2.19. Anteilsbasierte Vergütung	17
2.20. Tatsächliche und latente Ertragsteuern	18
3. Wesentliche Schätzungen und Ermessensentscheidungen	18
3.1. Überblick	18

3.2. Wertberichtigung für veraltete Vorräte (Anhangangabe 12)	19
3.3. Ertragsteuern (Anhangangabe 25)	19
3.4. Anteilsbasierte Vergütung (Anhangangabe 16)	19
3.5. Rückstellung für Retouren (Anhangangabe 21)	19
4. Analyse der Umsatzerlöse	20
5. Zusätzliche Angaben zu Erträgen und Aufwendungen	20
6. Personalaufwand	21
7. Sonstige betriebliche Erträge und Aufwendungen	21
8. Finanzergebnis	22
9. Sachanlagen	23
10. Immaterielle Vermögenswerte	25
11. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen	27
12. Vorräte	28
13. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	28
14. Sonstige Vermögenswerte	28
15. Stammkapital und Rücklagen	29
16. Anteilsbasierte Vergütung	29
17. Darlehen	34
18. Derivative Finanzinstrumente und finanzielle Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten	35
19. Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing	35
20. Kurzfristige und langfristige Verbindlichkeiten	35
21. Rückstellungen	36
22. Finanzrisikomanagement	37
22.1. Finanzielle Risikofaktoren	37
22.1.1. Überblick	37
22.1.2. Marktrisiko	38
22.1.3. Kreditrisiko	38
22.1.4. Liquiditätsrisiko	40
22.2. Kapitalsteuerung	41
22.3. Bemessung des beizulegenden Zeitwerts	42
23. Finanzinstrumente nach Kategorie	42
24. Tochterunternehmen mit wesentlichen nicht beherrschenden Anteilen	44
25. Ertragsteuern	46
26. Sonstige finanzielle Verpflichtungen	48
27. Salden und Geschäftsvorfälle mit nahestehenden Unternehmen und Personen	49
28. Tochterunternehmen	50
29. Ereignisse nach Ende der Berichtsperiode	51

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

Für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2016 bzw. 2015

<i>TEUR</i>	Anhang	2016	2015
Umsatzerlöse	4	250.372	219.194
Umsatzkosten		(144.081)	(126.617)
Bruttoergebnis		106.291	92.578
Fulfillmentkosten		(65.698)	(69.628)
Marketingkosten		(18.000)	(31.491)
Allgemeine Verwaltungskosten		(42.431)	(48.262)
Sonstige betriebliche Aufwendungen	7	(1.570)	(1.450)
Sonstige betriebliche Erträge	7	942	951
Betriebliches Ergebnis		(20.466)	(57.302)
Finanzaufwendungen	8	(6.147)	(1.852)
Finanzerträge	8	65	10
Sonstiges Finanzergebnis	8	2.032	(2.374)
Finanzergebnis		(4.050)	(4.215)
Ergebnis vor Ertragsteuern		(24.516)	(61.517)
Ertragsteueraufwand	25	(392)	(166)
Periodenergebnis		(24.908)	(61.683)
Davon entfallen auf:			
Anteilseigner des Mutterunternehmens		(22.944)	(53.079)
Nicht beherrschende Anteile		(1.964)	(8.604)
Periodenergebnis		(24.908)	(61.683)

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

Für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2016

<i>TEUR</i>	2016	2015
Periodenergebnis	(24.908)	(61.683)
In Folgeperioden in die Gewinn- und Verlustrechnung umzu- gliederndes sonstiges Ergebnis:		
Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	(2.787)	3.167
Sonstiges Ergebnis nach Steuern	(2.787)	3.167
Davon entfallen auf:		
Anteilseigner des Mutterunternehmens	(2.373)	2.692
Nicht beherrschende Anteile	(414)	475
Gesamtergebnis für die Periode	(27.695)	(58.516)
Davon entfallen auf:		
Anteilseigner des Mutterunternehmens	(25.317)	(50.387)
Nicht beherrschende Anteile	(2.378)	(8.129)
Gesamtergebnis für die Periode	(27.695)	(58.516)

Konzern-Bilanz

TEUR	Anhang	31.12.2016	31.12.2015	01.01.2015
Aktiva				
Langfristige Vermögenswerte				
Sachanlagen	9	6.494	6.104	5.348
Immaterielle Vermögenswerte	10	3.632	2.608	1.489
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen	11	3.457	2.467	1.278
Summe langfristige Vermögenswerte		13.583	11.179	8.115
Kurzfristige Vermögenswerte				
Vorräte	12	18.728	14.722*	12.339*
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen	11	6.921	5.763	9.857
Sonstige Vermögenswerte	14	1.844	2.645	1.731
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	13	17.899	18.674	20.699
Summe kurzfristige Vermögenswerte		45.392	41.803	44.626
Bilanzsumme		58.975	52.982	52.741
Passiva				
Eigenkapital / (Fehlbetrag)				
Stammkapital	15	92	92	81
Eigene Anteile		(998)	-	-
Kapitalrücklage	15	210.343	210.343	155.111
Sonstige Rücklagen	15	17.765	17.279	13.661
Gewinnrücklagen		(240.758)	(216.262)*	(162.668)*
Rücklage sonstiges Ergebnis	15	6.840	9.138	6.554
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital		(6.717)	20.589	12.739
Nicht beherrschende Anteile		(32.996)	(33.241)*	(27.619)*
Summe Eigenkapital / (nicht durch Eigenkapital gedeckter Fehlbetrag)		(39.713)	(12.652)	(14.880)
Langfristige Verbindlichkeiten				
Darlehen	17	-	-	1.708
Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing	19	-	-	1.365
Sonstige Verbindlichkeiten	18, 20	37.501	10.542	11.696
Rückstellungen	21	337	296	296
Summe langfristige Verbindlichkeiten		37.838	10.837	15.065
Kurzfristige Verbindlichkeiten				
Darlehen	17	-	1.708	3.249
Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing	19	-	-	268
Verbindlichkeiten und abgegrenzte Schulden aus Lieferungen und Leistungen	20	38.720	34.116*	31.522*
Vorauszahlungen von Kunden	20	10.400	9.115	9.898*
Sonstige Verbindlichkeiten	20	10.181	8.331	6.240
Rückstellungen	21	1.548	1.527	1.378
Summe kurzfristige Verbindlichkeiten		60.849	54.797	52.556
Summe Verbindlichkeiten		98.687	65.634	67.621
Bilanzsumme		58.975	52.982	52.741

* Die Vorjahreszahlen wurden gemäß IAS 8 angepasst, siehe Textziffer 2.3 im Konzernanhang

Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung

Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Eigenkapital

TEUR	Anhang	Stammkapital	Kapitalrücklage	Eigene Anteile	Sonstige Rücklagen	Gewinnrücklagen*	Rücklage sonstiges Ergebnis	Summe	Nicht beherrschende Anteile	Summe Eigenkapital
Stand 1. Januar 2015		81	155.111	-	13.661	(162.668)	6.554	12.739	(27.619)	(14.880)
Periodenergebnis		-	-	-	-	(53.079)	-	(53.079)	(8.604)	(61.683)
Sonstiges Ergebnis		-	-	-	-	-	2.692	2.692	475	3.167
Gesamtergebnis		-	-	-	-	(53.079)	2.692	(50.387)	(8.129)	(58.516)
Ausgabe von Stammkapital	15	11	55.232	-	-	-	-	55.243	-	55.243
Anteilsbasierte Vergütung	16	-	-	-	3.596	-	-	3.596	1.867	5.464
Erwerb / Verkauf von nicht beherrschenden Anteilen / Umgliederungen / Sonstiges		-	-	-	22	(515)	(109)	(602)	640	38
Stand 31. Dezember 2015 / 1. Januar 2016		92	210.343	-	17.279	(216.262)	9.138	20.589	(33.241)	(12.652)
Periodenergebnis		-	-	-	-	(22.944)	-	(22.944)	(1.964)	(24.908)
Sonstiges Ergebnis		-	-	-	-	-	(2.373)	(2.373)	(414)	(2.787)
Gesamtergebnis		-	-	-	-	(22.944)	(2.373)	(25.317)	(2.378)	(27.695)
Ausgabe von Stammkapital	15	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Transaktionen mit eigenen Anteilen	16	-	-	(998)	-	-	-	(998)	-	(998)
Anteilsbasierte Vergütung	16	-	-	-	2.567	-	-	2.567	189	2.756
Erwerb / Verkauf von nicht beherrschenden Anteilen / Sonstiges	16	-	-	-	(2.081)	(1.551)	76	(3.557)	2.434	(1.123)
Stand 31. Dezember 2016		92	210.343	(998)	17.765	(240.758)	6.840	(6.717)	(32.996)	(39.713)

* Die Vorjahreszahlen wurden gemäß IAS 8 angepasst, siehe Textziffer 2.3 im Konzernanhang

Konzern-Kapitalflussrechnung

<i>TEUR</i>	Anhang	2016	2015
Betriebliche Geschäftstätigkeit:			
Ergebnis vor Ertragsteuern		(24.516)	(61.517)
<i>Anpassungen:</i>			
Abschreibungen / Wertminderung von Sachanlagen	9	1.630	1.744
Abschreibungen / Wertminderung von immat. Vermögenswerten	10	1.046	972
Verlust / (Gewinn) aus Verkauf von Sachanlagen		(7)	79
Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung	16	4.011	4.641
Verlust aus zum beizulegenden Zeitwert bewerteten finanziellen Verbindlichkeiten		33	4
Finanzerträge	8	(65)	(10)
Finanzaufwendungen		6.114	1.847
Ergebnis aus der Aufgabe eines Tochterunternehmens		-	(329)
Wechselkurseffekte		(1.958)	2.356
Sonstige zahlungswirksame Veränderungen		(1.260)	-
Veränderungen der Rückstellungen		(194)	234
Betriebsergebnis vor Veränderungen des Nettoumlaufvermögens		(15.166)	(49.979)
<i>Anpassungen aus Veränderungen des Nettoumlaufvermögens:</i>			
Veränderungen der Forderungen und geleisteten Anzahlungen		327	1.248
Veränderungen der Vorräte		(3.288)	(3.113)*
Veränderungen der Verbindlichkeiten		4.688	6.608*
Mittelabfluss aus betrieblicher Geschäftstätigkeit		(13.459)	(45.237)
Erhaltene Zinsen		65	10
Gezahlte Zinsen und sonstige Finanzierungskosten		(1.281)	(1.847)
Gezahlte Steuern		(392)	(315)
Nettomittelabfluss aus betrieblicher Geschäftstätigkeit		(15.068)	(47.390)
Investitionstätigkeit:			
Erlöse aus Verkauf von Sachanlagen		52	14
Erwerb von Sachanlagen		(1.681)	(2.842)*
Kautionen		(860)	-
Erwerb von immateriellen Vermögenswerten		(2.085)	(2.000)
Nettomittelabfluss aus Investitionstätigkeit		(4.574)	(4.828)*
Finanzierungstätigkeit:			
Einzahlungen der Gesellschafter aus Kapitalerhöhungen		-	55.240
Einzahlungen aus Finanzierungsrunden		23.068	-
Erwerb von Minderheitenanteilen		(1.850)	-
Tilgung von Darlehen		(1.708)	(3.249)
Tilgung von Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing		-	(1.694)*
Erwerb von eigenen Anteilen		(998)	-
Nettomittelzufluss aus Finanzierungstätigkeit		18.513	50.297*
Veränderung von Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten		(1.130)	(1.920)
Wechselkursbedingte Änderungen des Zahlungsmittelbestands		355	(105)
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 1. Januar	13	18.674	20.699
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 31. Dezember		17.899	18.674

* Die Vorjahreszahlen wurden gemäß IAS 8 angepasst, siehe Textziffer 2.3 im Konzernanhang

1. Allgemeine Angaben

Der Konzernabschluss der Westwing Group GmbH und ihrer Tochterunternehmen (im Folgenden die „Gesellschaft“ oder „Westwing“; zusammen der „Konzern“) für das Geschäftsjahr zum 31. Dezember 2016 wurde am 29. März 2017 durch Beschluss der Unternehmensleitung zur Vorlage an die Gesellschafterversammlung freigegeben.

Der Konzern ist eines der führenden eCommerce-Unternehmen im Home&Living-Markt. Der erste und größte Geschäftsbereich des Konzerns ist ein Shopping-Club, über den Mitgliedern hochwertige Möbel und Einrichtungsaccessoires angeboten werden. Seit Februar 2015 betreibt Westwing zudem den Onlineshop WestwingNow, über den Produkte dauerhaft angeboten werden.

Die Gesellschaft wurde 2011 gegründet und ist im Handelsregister Berlin unter der Nummer HRB 136693 eingetragen. Ihren Sitz hat sie in der Moosacher Str. 88, 80809 München (vormals: Dingolfinger Str. 2, 81673 München). Zum 31. Dezember 2016 war der Konzern in 14 Ländern tätig (Deutschland, Österreich, Schweiz, Italien, Brasilien, Spanien, Niederlande, Frankreich, Polen, Russland, Belgien, Kasachstan, Tschechische Republik und Slowakische Republik) und umfasste 28 eigenständige Unternehmen, die alle in diesen Konzernabschluss einbezogen wurden.

2. Rechnungslegungsmethoden

2.1. Grundlagen der Aufstellung des Abschlusses

Dieser Konzernabschluss wurde unter Anwendung von § 315a HGB in Übereinstimmung mit den International Financial Reporting Standards (IFRS) sowie den Interpretationen (IFRIC), wie sie zum Abschlussstichtag anwendbar und von der Europäischen Union (EU) übernommen waren, erstellt.

Die bei der Aufstellung dieses Konzernabschlusses angewandten wesentlichen Rechnungslegungsmethoden werden im Folgenden näher erläutert. Diese Rechnungslegungsmethoden wurden in allen dargestellten Berichtsperioden konsistent angewandt. Erstmals im Geschäftsjahr verpflichtend 2016 anzuwendende Änderungen von Standards hatten keinen Einfluss auf den Konzernabschluss.

Die Erstellung des Konzernabschlusses erfolgt grundsätzlich unter Anwendung des Anschaffungskostenprinzips. Hiervon ausgenommen sind bestimmte finanzielle Vermögenswerte und Verbindlichkeiten (einschließlich derivative Finanzinstrumente), die zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden.

Die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung wurde nach dem Umsatzkostenverfahren aufgestellt.

Die Gliederung der Konzernbilanz basiert auf der Fristigkeit der Vermögenswerte und Verbindlichkeiten. Vermögenswerte, die innerhalb von zwölf Monaten veräußert oder innerhalb des normalen Geschäftszyklus realisiert oder verbraucht werden, gelten als kurzfristig. Verbindlichkeiten sind als kurzfristig einzustufen, wenn die Erfüllung der Schuld innerhalb von zwölf Monaten nach dem Abschlussstichtag zu erwarten ist. Vermögenswerte und Verbindlichkeiten mit einer Fristigkeit von mehr als einem Jahr gelten als langfristig.

Das Geschäftsjahr entspricht dem Kalenderjahr. Sofern nichts anderes angegeben ist, sind die Zahlen in diesem Konzernabschluss in Tausend Euro (TEUR) dargestellt. Die Zahlenangaben im vorliegenden Konzernabschluss sind nach etablierten kaufmännischen Grundsätzen gerundet. Additionen der Zahlenangaben können daher zu anderen als den ebenfalls in den Tabellen dargestellten Summen führen. Die Angaben in der Konzern-Kapitalflussrechnung basieren auf tatsächlichen Zahlungsströmen der Periode.

Die Aufstellung eines Abschlusses nach IFRS erfordert wesentliche Schätzungen sowie Ermessensentscheidungen der Unternehmensleitung bei der Anwendung der Rechnungslegungsmethoden des Konzerns. Jene Bereiche, bei denen komplexe Ermessensentscheidungen erforderlich sind oder bei denen Annahmen und Schätzungen eine wesentliche Bedeutung für den Konzernabschluss haben, sind in Anhangangabe 3 dargestellt.

2.2. Neue Standards, Änderungen und Interpretationen, die noch nicht in Kraft getreten sind

Der folgende Abschnitt behandelt neue Standards und Änderungen, die zwar veröffentlicht wurden, aber für Berichtsperioden ab dem 1. Januar 2016 noch nicht anzuwenden sind, sondern erst für spätere Geschäftsjahre in Kraft treten.

Die folgende Übersicht zeigt zusammengefasst die für den Konzern relevanten neuen Standards und Ergänzungen sowie die zu erwarteten Auswirkungen.

Änderungen, die sich aus den jeweiligen Standards, welche noch nicht verabschiedet worden sind, ergeben würden, werden im Anschluss an die Tabelle erläutert.

		Verpflichtende Anwendung gemäß IASB / EU	Übernahme durch die EU bis 31. Dez. 2016	Erwartete Auswirkungen
IFRS 15	Umsatzerlöse aus Verträgen mit Kunden	01.01.2018	Ja	Keine wesentlichen Auswirkungen
IFRS 9	Finanzinstrumente (Juli 2014)	01.01.2018	Ja	Keine wesentlichen Auswirkungen
IFRS 16	Leasing	01.01.2019	Nein	Erhebliche Auswirkungen (Details s.u.)
IAS 12	Änderungen an IAS 12: Ansatz von aktiven latenten Steuern bei nicht realisierten Verlusten	01.01.2017	Nein	Keine wesentlichen Auswirkungen
IAS 7	Änderungen an IAS 7: Kapitalflussrechnung	01.01.2017	Nein	Keine wesentlichen Auswirkungen
IFRS 2	Klassifizierung und Bewertung anteilsbasierter Vergütung (Juni 2016)	01.01.2018	Nein	Keine wesentlichen Auswirkungen

IFRS 15 *Umsatzrealisierung bei Verträgen mit Kunden* wurde im Mai 2014 veröffentlicht und enthält ein Fünf-Schritte-Modell, das auf Umsatzerlöse aus Verträgen mit Kunden anzuwenden ist. Nach IFRS 15 werden Umsatzerlöse in Höhe der Gegenleistung erfasst, mit der das Unternehmen im Gegenzug für die Übertragung von Gütern oder Dienstleistungen auf einen Kunden rechnen kann. Die Grundsätze des IFRS 15 ermöglichen einen strukturierteren Ansatz bei der Bewertung und Erfassung von Umsatzerlösen. Der neue Standard für Umsatzerlöse gilt branchenübergreifend für alle Unternehmen und ersetzt sämtliche bestehenden IFRS-Vorschriften (IAS 18 *Umsatzerlöse*, IAS 11 *Fertigungsaufträge*, IFRIC 13 *Kundenbindungsprogramme*, IFRIC 15 *Verträge über die Errichtung von Immobilien*, IFRIC 18 *Übertragung von Vermögenswerten durch einen Kunden* und SIC 31 *Umsatzerlöse – Tausch von Werbedienstleistungen*). IFRS 15 ist erstmals vollständig oder in modifizierter Form rückwirkend auf Berichtsperioden anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2018 beginnen. Eine frühere Anwendung ist zulässig. Der Konzern hat die Auswirkungen des IFRS 15 analysiert. Durch das kurzfristige Endkundengeschäft, dem keine Mehrkomponentenverträge zugrunde liegen, sowie die Tatsache, dass Westwing seine Umsätze bereits in die Einzelbestandteile unterteilt, erwartet der Konzern keine wesentlichen Auswirkungen und plant die Anwendung des neuen Standards zum vorgeschriebenen Anwendungszeitpunkt.

IFRS 9 *Finanzinstrumente* wurde im Juli 2014 veröffentlicht. Der Standard berücksichtigt nun alle Phasen des Projekts „Finanzinstrumente“ und ersetzt den bisherigen Standard IAS 39 *Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung* sowie alle vorherigen Versionen von IFRS 9. Der Standard führt neue Vorschriften für die Klassifizierung und Bewertung, Wertminderung sowie die Bilanzierung von Sicherungsgeschäften ein. IFRS 9 ist erstmals auf Berichtsperioden anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2018 beginnen. Eine frühere Anwendung ist zulässig. Der Standard ist rückwirkend anzuwenden, Vergleichsinformationen sind jedoch nicht erforderlich. Der Konzern hat den Standard analysiert und erwartet durch sein kurzfristi-

ges Endkundengeschäft und das Nichtvorhandensein von klassischen derivativen Finanzinstrumenten sowie Eigenkapitalinstrumenten keine wesentlichen Auswirkungen und plant die Anwendung des neuen Standards zum vorgeschriebenen Anwendungszeitpunkt.

Im Januar 2016 hat das IASB IFRS 16 *Leasing* veröffentlicht. IFRS 16 löst IAS 17 "Leasingverhältnisse" sowie die zugehörigen Interpretationen ab. Gemäß den Neuregelungen haben Leasingnehmer grundsätzlich alle Leasingverhältnisse in Form eines Nutzungsrechts und einer korrespondierenden Leasingverbindlichkeit zu bilanzieren. Die Darstellung in der Gewinn- und Verlustrechnung erfolgt grundsätzlich als Finanzierungsvorgang, sodass das Nutzungsrecht im Regelfall linear abzuschreiben und die Leasingverbindlichkeit nach der Effektivzinsmethode fortzuschreiben ist. Von diesem Grundsatz sind Leasingverträge mit einer Gesamtlaufzeit von maximal zwölf Monaten sowie Leasingverhältnisse über sogenannte geringwertige Vermögenswerte (Neuwert von bis zu USD 5.000) ausgenommen. In diesen Fällen hat der Leasingnehmer die Möglichkeit, eine Bilanzierung vergleichbar dem bisherigen Operating-Leasing zu wählen. IFRS 16 ist für Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2019 beginnen. Eine vorzeitige Anwendung ist zulässig, sofern auch IFRS 15 zu diesem Zeitpunkt bereits angewendet wird. Die Übernahme des IFRS 16 in europäisches Recht steht noch aus. Der Konzern hat den Einfluss von IFRS 16 auf den Konzern analysiert und erwartet folgende Auswirkungen für den Konzernabschluss:

- Verlängerung der Bilanz im niedrigen bis mittleren zweistelligen Mio.-EUR-Bereich.
- Die Erfassung von Zinsaufwand im niedrigen einstelligen Mio.-EUR-Bereich
- Erfassung von Abschreibungen im niedrigen bis mittleren einstelligen Mio.-EUR-Bereich
- Den Ausweis der Tilgungskomponente der Leasingraten im mittleren einstelligen Mio.-EUR-Bereich

Der Westwing-Konzern plant die Anwendung des neuen Standards zum vorgeschriebenen Anwendungszeitpunkt.

2.3. Änderung des Ausweises und Anpassung von Vorjahreszahlen gemäß IAS 8

Im Geschäftsjahr 2016 wurde festgestellt, dass im veröffentlichten Konzernabschluss zum 31. Dezember 2014 Sachverhalte in Bezug auf die Buchung von Umsatzkosten, Vorräten und Verbindlichkeiten in einer lokalen Tochtergesellschaft nicht vollständig erfasst wurden und damit auch die Eröffnungsbilanz bzw. Vergleichswerte des Jahres 2015 in diesen Positionen nicht korrekt waren. Die Vorjahresangaben wurden im vorliegenden Abschluss gemäß IAS 8.41 ff. angepasst.

Die Sachverhalte wurden dabei in Abweichung zu dem veröffentlichten Konzernabschluss zum 31. Dezember 2014 und zur Eröffnungsbilanz der Vergleichsperiode zum 1. Januar 2015 gemäß IAS 8.42 dargestellt und angepasst. Daraus ergeben sich, wie in der nachfolgenden Tabelle dargestellt, Änderungen auf das Eigenkapital und einzelne Bilanzpositionen der Vergleichsperiode 2015. Es ergaben sich hieraus keine Auswirkungen auf das Jahresergebnis 2015.

TEUR	1. Januar 2015	31. Dezember 2015
Vorräte	(265)	222
Kurzfristige Vermögenswerte	(265)	222
Bilanzsumme	(265)	222
Gewinnrücklage	(913)	(913)
Eigenkapital	(913)	(913)
Verbindlichkeiten und abgegrenzte Schulden		
aus Lieferungen und Leistungen	809	1.135
Vorauszahlungen von Kunden	(162)	-
Kurzfristige Verbindlichkeiten	648	1.135
Bilanzsumme	(265)	222

Des Weiteren wurden im Geschäftsjahr 2015 TEUR 1.542 vom Cashflow aus Investitionstätigkeit in den Cashflow aus Finanzierungstätigkeit umgegliedert. Es handelte sich hierbei um den vorzeitigen Erwerb von geleaster Lagerausstattung, die gemäß IAS 7.17 dem Cashflow aus Finanzierungstätigkeit zuzuordnen ist.

2.4. Konsolidierung

2.4.1. Konsolidierungskreis

In den Konzernabschluss sind die Abschlüsse der Gesellschaft und der durch die Gesellschaft beherrschten Unternehmen („Tochterunternehmen“) unter Anwendung der Vollkonsolidierungsmethode einbezogen.

Die Gesellschaft beherrschte zum 31. Dezember 2016 20 inländische Tochterunternehmen (31. Dezember 2015: 20). Darüber hinaus beherrschte sie zum 31. Dezember 2016 sieben ausländische Tochterunternehmen indirekt (2015: sieben). Die Struktur des Konzerns sowie Änderungen an seiner Struktur sind in Anhangangabe 28 beschrieben.

Den Jahresabschlüssen der Gesellschaft und ihrer Tochterunternehmen liegen einheitliche Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze zugrunde. Soweit erforderlich, werden in den Einzelabschlüssen der Tochterunternehmen Anpassungen an konzerneinheitliche Rechnungslegungsmethoden vorgenommen. Die Einzelabschlüsse der Gesellschaft und ihrer Tochterunternehmen sind zum selben Stichtag aufgestellt wie der Konzernabschluss. Konzerninterne Forderungen und Verbindlichkeiten sowie Zwischenergebnisse zwischen Konzernunternehmen wurden im Konzernabschluss eliminiert.

2.4.2. Tochterunternehmen

Als Tochterunternehmen gelten alle Unternehmen, die der Konzern beherrscht. Beherrschung liegt vor, wenn der Konzern aufgrund seiner Verfügungsmacht über das Unternehmen über dessen variable Rückflüsse verfügen kann und die Möglichkeit hat, diese Rückflüsse zu beeinflussen, indem er relevante Aktivitäten des Unternehmens steuert. Tochterunternehmen werden ab diesem Zeitpunkt im Wege der Vollkonsolidierung in den Konzernabschluss einbezogen, zu dem die Beherrschung auf den Konzern übergeht. Ein Tochterunternehmen wird an dem Tag endkonsolidiert, an dem der Konzern die Beherrschung über das Tochterunternehmen verliert.

2.4.3. Nicht beherrschende Anteile

Wenn ein Erwerber weniger als 100% der Anteile an einem Unternehmen erwirbt, entsteht ein nicht beherrschender Anteil. Ein nicht beherrschender Anteil ist als das Eigenkapital eines Tochterunternehmens definiert, das weder direkt noch indirekt einem Mutterunternehmen zurechenbar ist.

Nicht beherrschende Anteile werden bei der Bilanzierung eines Unternehmenszusammenschlusses entweder zum beizulegenden Zeitwert (Full-Goodwill-Methode) oder mit dem proportionalen Anteil am identifizierbaren Nettovermögen des erworbenen Unternehmens (Partial-Goodwill-Methode) bewertet.

Geschäftsvorfälle mit nicht beherrschenden Anteilen, die nicht zum Verlust der Beherrschung führen, werden als Eigenkapitaltransaktionen bilanziert, d. h. als Geschäftsvorfälle mit Eigentümern, die in ihrer Eigenschaft als Eigentümer handeln. Der Unterschiedsbetrag zwischen dem beizulegenden Zeitwert der gezahlten bzw. erhaltenen Gegenleistung und dem erworbenen bzw. veräußerten Anteil am Buchwert des Nettovermögens des Tochterunternehmens wird im Eigenkapital erfasst.

2.4.4. Abgang von Tochterunternehmen

Wenn die Beherrschung des Konzerns über ein Tochterunternehmen endet, wird der Gewinn oder Verlust aus dem Abgang als Unterschiedsbetrag zwischen dem Nettoveräußerungserlös abzüglich des Nettovermögens des Tochterunternehmens und dem nicht beherrschenden Anteil berechnet. Verbleibende Anteile an dem Unternehmen sind zum beizulegenden Zeitwert zum Stichtag des Verlusts der Beherrschung neu zu bewerten, wobei die Änderung des Buchwerts ergebniswirksam zu erfassen ist.

2.5. Währungsumrechnung

Funktionale Währung und Darstellungswährung

Die in den Einzelabschlüssen der Konzernunternehmen ausgewiesenen Posten werden in der Währung des primären Wirtschaftsumfelds, in dem das jeweilige Unternehmen geschäftstätig ist, bewertet (die „funktionale Währung“). Der Konzernabschluss wird in Euro, der Darstellungswährung des Konzerns, aufgestellt.

Fremdwährungstransaktionen und Salden

Fremdwährungstransaktionen werden mit den Umrechnungskursen, die am Tag der jeweiligen Transaktion oder im Falle einer Neubewertung von Posten am Tag der Bewertung gelten, in die funktionale Währung umgerechnet. Fremdwährungsgewinne und -verluste aus der Abwicklung solcher Transaktionen sowie aus der Neubewertung von in Fremdwährungen lautenden monetären Vermögenswerten und Verbindlichkeiten zum Jahresendkurs werden in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung im sonstigen Finanzergebnis erfasst.

Konzernunternehmen

Die Umrechnung aller in Fremdwährung erstellten Jahresabschlüsse der Konzernunternehmen, von denen keines ein Hochinflationsland ist, in die Darstellungswährung Euro erfolgt folgendermaßen:

- Vermögenswerte und Verbindlichkeiten werden zum Abschlussstichtagskurs umgerechnet.
- Erträge und Aufwendungen werden zum Durchschnittskurs umgerechnet, es sei denn, dieser Durchschnittskurs stellt keinen angemessenen Näherungswert für die kumulierten Auswirkungen der an den Tagen der jeweiligen Transaktionen geltenden Kurse dar. In diesem Fall werden Erträge und Aufwendungen zu den an den Transaktionstagen geltenden Kursen umgerechnet.
- Alle entstehenden Umrechnungsdifferenzen werden im sonstigen Ergebnis erfasst. Der für einen ausländischen Geschäftsbetrieb im sonstigen Ergebnis erfasste Betrag wird bei der Veräußerung dieses ausländischen Geschäftsbetriebs in die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert.

Die wesentlichen verwendeten Wechselkurse stellen sich wie folgt dar:

Umrechnungskurs für EUR 1	Devisenkassamittelkurs:		Durchschnittskurs:	
	Vermögenswerte und Verbindlichkeiten		Erträge und Aufwendungen	
	31.12.2016	31.12.2015	2016	2015
Brasilianischer Real	3,43	4,31	3,86	3,74
Russischer Rubel	64,30	80,67	74,22	68,77
Polnischer Zloty	4,41	4,26	4,36	4,18

2.6. Umsatzrealisierung

Westwing realisiert Umsatzerlöse im Wesentlichen aus dem Verkauf von Waren über ihre Website. Umsatzerlöse werden zum beizulegenden Zeitwert der erhaltenen oder ausstehenden Gegenleistung abzüglich von Rabatten, Marketinggutscheinen, Kundenretouren und Umsatzsteuer ermittelt. Der Konzern erfasst Umsatzerlöse zum Zeitpunkt der Warenübergabe an den Kunden, da zu diesem Zeitpunkt die Höhe der Erlöse verlässlich bestimmt werden kann, es wahrscheinlich ist, dass der künftige wirtschaftliche Nutzen zufließen wird, und die mit den Gütern verbundenen Risiken und Chancen übertragen wurden. Da der Kunde in den meisten Fällen bereits bei der Bestellung zahlt, wird der entsprechende Betrag bis zur Auslieferung als Kundenvorauszahlung passiviert. Vorauszahlungen von Kunden werden in der Bilanz separat ausgewiesen.

Das Risiko von Kundenretouren ist über eine Retourenrückstellung abgedeckt. Diese berechnet sich auf Grundlage von historischen Retourenraten und unter Berücksichtigung des zeitlichen Verzugs. Die Retourenrückstellung wird von den Umsatzerlösen und Umsatzkosten abgesetzt.

2.7. Aufwendungen

Umsatzkosten bestehen im Wesentlichen aus dem Kaufpreis von Konsumgütern und Versandkosten für eingehende Waren.

Die Fulfillmentkosten setzen sich aus Porto-, Fracht-, Verpackungs- und Verladekosten sowie Gebühren im Zusammenhang mit dem Zahlungsverkehr zusammen. Darüber hinaus umfassen Fulfillmentkosten Personalaufwand, Lagermiete, Abschreibungen und sonstige betriebliche Aufwendungen im Zusammenhang mit der Logistik, der Kundenbetreuung, der Lieferkette sowie dem Einkauf des Konzerns.

Marketingkosten enthalten Kosten für Werbemaßnahmen im Rahmen des Online- und Offline-Marketing sowie Personalaufwand, sonstige betriebliche Aufwendungen und Abschreibungen im Zusammenhang mit den Marketingfunktionen innerhalb des Konzerns.

Die allgemeinen Verwaltungskosten setzen sich aus Personalaufwand, Aufwendungen für Miete und Nebenkosten, Abschreibungen und sonstigen betrieblichen Aufwendungen im Zusammenhang mit Technologie, Content-Management sowie administrativen Tätigkeiten des Konzerns zusammen. Die allgemeinen Verwaltungskosten enthalten des Weiteren Rechts- und Beratungskosten sowie sonstige Honorare, einschließlich Kosten für externe Rechnungslegung, Recruiting, Steuerberatung und Prüfungsleistungen.

Die sonstigen betrieblichen Erträge und Aufwendungen umfassen im Wesentlichen Mieterträge und Kosten im Zusammenhang mit Wertberichtigungen auf Forderungen.

Im Finanzergebnis sind Zinserträge und Zinsaufwendungen sowie sonstige Finanzaufwendungen und Fremdwährungsgewinne und -verluste (sonstiges Finanzergebnis) enthalten.

2.8. Sachanlagen

Das Sachanlagevermögen setzt sich im Wesentlichen aus Betriebs- und Geschäftsausstattung sowie Mietereinbauten zusammen.

Sachanlagen werden zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten abzüglich kumulierter planmäßiger Abschreibungen und, sofern erforderlich, kumulierter Wertminderungsaufwendungen angesetzt. Die Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten umfassen alle dem Erwerb der Sachanlage direkt zurechenbaren Kosten.

Kosten für geringfügige Reparaturen und Instandhaltung werden sofort aufwandswirksam erfasst. Kosten für den Ersatz wesentlicher Bestandteile oder Komponenten des Sachanlagevermögens werden aktiviert.

Gewinne und Verluste aus dem Abgang von Sachanlagen ermitteln sich auf Basis der Erlöse aus dem Verkauf sowie des Buchwerts der abgehenden Anlage und werden in der Gewinn- und Verlustrechnung des Geschäftsjahres erfasst.

Sachanlagen werden linear abgeschrieben, d. h. die Kosten werden unter Berücksichtigung ihrer Restwerte über die geschätzte Nutzungsdauer verteilt:

Vermögenswert	Nutzungsdauer in Jahren
Betriebs- und Geschäftsausstattung	2 bis 15
Computer und Drucker	2 bis 5
Telekommunikationsausrüstung (Mobiltelefone, Kopier- und Faxgeräte)	2 bis 5
Hardware (Server)	5 bis 7
Büroausstattung	10 bis 13
Lagerausstattung und -einrichtung	10 bis 15
Pkw und andere Fahrzeuge	3 bis 8
Mietereinbauten	Nutzungsdauer bzw. Laufzeit des zugrundeliegenden Leasingvertrags (falls kürzer)
Im Rahmen von Finanzierungs-Leasingverhältnissen gehaltene Vermögenswerte	Nutzungsdauer bzw. Laufzeit des zugrundeliegenden Leasingvertrags (falls kürzer)

Der Restbuchwert eines Vermögenswerts ist der geschätzte Betrag, den die Gesellschaft gegenwärtig bei Abgang des Vermögenswerts nach Abzug der geschätzten Veräußerungskosten erhalten würde, wenn der Vermögenswert alters- und zustandsgemäß schon am Ende der Nutzungsdauer angelangt wäre.

Die Restbuchwerte und Nutzungsdauern der Vermögenswerte werden am Ende jeder Berichtsperiode überprüft und bei Bedarf angepasst.

Des Weiteren sind in den Sachanlagen Vorauszahlungen für Vermögenswerte enthalten, die als Sachanlagen zu klassifizieren sind. Auf diese Beträge werden keine planmäßigen Abschreibungen vorgenommen.

2.9. Immaterielle Vermögenswerte

2.9.1. Erworbene Markenrechte, Lizenzen und Software

Erworbene Markenrechte, Lizenzen und Software haben eine begrenzte Nutzungsdauer und werden mit ihren historischen Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten abzüglich kumulierter Abschreibungen und, sofern erforderlich, kumulierter Wertminderungsaufwendungen angesetzt.

Neben den Anschaffungskosten für erworbene Markenrechte, Lizenzen und Software werden auch Anschaffungsnebenkosten sowie Entwicklungskosten für die Weiterentwicklung von erworbenen Softwarelizenzen aktiviert.

Des Weiteren sind in den immateriellen Vermögenswerten Vorauszahlungen für Vermögenswerte enthalten, die als immateriell zu klassifizieren sind. Auf diese Beträge werden keine planmäßigen Abschreibungen vorgenommen.

2.9.2. Selbst entwickelte Software

Forschungs- und Entwicklungskosten werden sofort aufwandswirksam erfasst. Davon ausgenommen sind bestimmte Entwicklungskosten, die aktiviert werden können.

Entwicklungskosten, die direkt der Entwicklung und der Erprobung identifizierbarer und einzigartiger Software, welche sich unter der Kontrolle der Gesellschaft befinden, zuzurechnen sind, werden als immaterielle Vermögenswerte erfasst, wenn die folgenden Kriterien erfüllt sind:

- Die Fertigstellung der Software ist technisch realisierbar.
- Das Management beabsichtigt, die Software fertigzustellen und sie zu nutzen oder zu verkaufen.
- Es besteht die Fähigkeit, die Software zu nutzen oder zu verkaufen.
- Es kann nachgewiesen werden, wie die Software möglichen künftigen wirtschaftlichen Nutzen erzielen wird.
- Es sind angemessene technische, finanzielle und andere Ressourcen verfügbar, um die Entwicklung abzuschließen.
- Es sind angemessene technische, finanzielle und andere Ressourcen verfügbar, um die Software zu nutzen oder zu verkaufen.
- Die der Software während ihrer Entwicklung zurechenbaren Ausgaben können zuverlässig bewertet werden.

Die direkt zurechenbaren Kosten, die als Teil der Software aktiviert werden, enthalten den für die Software-Entwicklung angefallenen Personalaufwand sowie die Kosten für externe Dienstleistungen. Entwicklungskosten, welche die obigen Kriterien nicht erfüllen, werden sofort aufwandswirksam erfasst. Entwicklungskosten, die bereits als Aufwand erfasst wurden, werden in einer Folgeperiode nicht nachträglich als Vermögenswert aktiviert.

2.9.3. Abschreibung auf immaterielle Vermögenswerte

Immaterielle Vermögenswerte werden linear über ihre jeweilige Nutzungsdauer abgeschrieben:

Vermögenswert	Nutzungsdauer in Jahren
Selbst entwickelte Software	3
Erworbene Software und Lizenzen	2 bis 5
Markenrechte	15 Jahre oder Laufzeit gemäß Markenrechtsvertrag (falls kürzer)

2.9.4. Wertminderung von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten

Sollten Ereignisse oder veränderte Bedingungen darauf hindeuten, dass der Restbuchwert eines materiellen oder immateriellen Vermögenswerts nicht mehr vollständig erzielbar sein könnte, werden diese Vermögenswerte auf Wertminderungen überprüft. Ein Wertminderungsaufwand wird in Höhe des Betrags angesetzt, um den der Buchwert eines Vermögenswerts den erzielbaren Betrag übersteigt. Der erzielbare Betrag ist der höhere der beiden Beträge aus beizulegendem Zeitwert abzüglich Veräußerungskosten und dem Nutzungswert. Zum Zwecke der Werthaltigkeitsprüfung werden Vermögenswerte für sich beurteilt bzw. sofern nicht möglich zu der kleinsten Gruppe von Vermögenswerten zusammengefasst, deren Mittelzuflüsse einzeln identifizierbar sind (zahlungsmittelgenerierende Einheit). In Vorjahren erfasste Wertminderungen werden zu jedem Abschlussstichtag auf eine mögliche Wertaufholung hin überprüft.

2.10. Leasingverhältnisse

Der Konzern mietet bestimmte Sachanlagen im Rahmen von Leasingverhältnissen. Leasingverhältnisse für Sachanlagen, bei denen im Wesentlichen alle mit dem Eigentum verbundenen Chancen und Risiken auf den Konzern übertragen werden, werden als Finanzierungs-Leasingverhältnisse klassifiziert. Finanzie-

rungs-Leasingverhältnisse werden zu Beginn der Laufzeit des Leasingverhältnisses aktiviert. Der Leasinggegenstand wird mit dem beizulegenden Zeitwert angesetzt oder mit dem Barwert der Mindestleasingzahlungen, sofern dieser Wert niedriger ist. Leasingzahlungen werden in Finanzierungskosten und den Tilgungsanteil der Restschuld aufgeteilt, sodass sich ein konstanter Zinssatz auf die verbleibende Leasingverbindlichkeit ergibt. Der Zinsanteil wird als Finanzaufwendungen in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst. Im Rahmen von Finanzierungs-Leasingverhältnissen erworbene Vermögenswerte werden über die Nutzungsdauer des Vermögenswerts planmäßig abgeschrieben. Ist der Eigentumsübergang auf den Konzern am Ende der Laufzeit des Leasingverhältnisses jedoch nicht hinreichend sicher, wird der Leasinggegenstand über den kürzeren der beiden Zeiträume aus erwarteter Nutzungsdauer und Laufzeit des Leasingverhältnisses abgeschrieben.

Leasingverhältnisse, bei denen ein wesentlicher Teil der mit dem Eigentum verbundenen Chancen und Risiken beim Leasinggeber verbleibt, werden als Operating-Leasingverhältnisse eingestuft. Leasingzahlungen für Operating-Leasingverhältnisse (abzüglich jeglicher vom Leasinggeber erhaltenen Leasinganreizen) werden linear über die Laufzeit des Leasingverhältnisses als betriebliche Aufwendungen in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

Zum 31. Dezember 2016 wies kein Konzernunternehmen Finanzierungs-Leasingverhältnisse auf.

2.11. Vorräte

Vorräte werden mit dem niedrigeren Wert aus Anschaffungskosten und Nettoveräußerungswert bewertet. Der Nettoveräußerungswert ist der geschätzte, im normalen Geschäftsgang erzielbare Verkaufspreis abzüglich der geschätzten notwendigen Vertriebskosten.

In den Anschaffungskosten von Vorräten sind Kosten des Erwerbs enthalten sowie Kosten, die angefallen sind, um die Vorräte an ihren derzeitigen Ort und in ihren derzeitigen Zustand zu versetzen.

Wertminderungen auf den Nettoveräußerungswert werden vorgenommen, wenn am Ende der Berichtsperiode der Buchwert der Vorräte deren erzielbaren Nettoveräußerungswert übersteigt. Um den Wert von Vorräten in der Bilanz sachgerecht abzubilden und Wertminderungsaufwendungen aufgrund von alten oder beschädigten Vorräten oder Vorräten mit geringer Umschlagshäufigkeit zu berücksichtigen, wird eine Wertminderung berechnet. Diese wird in Form einer Wertminderungsrückstellung innerhalb der Vorräte abgebildet, um den Nettobetrag in der Bilanz auszuweisen.

Die in der Bilanz ausgewiesenen Vorräte umfassen im Wesentlichen erworbene Fertigerzeugnisse und geleistete Anzahlungen auf zukünftige Vorratslieferungen.

2.12. Finanzielle Vermögenswerte

Die Klassifizierung von finanziellen Vermögenswerten richtet sich nach dem jeweiligen Zweck, für den die finanziellen Vermögenswerte erworben wurden. Das Management legt die Klassifizierung der finanziellen Vermögenswerte beim erstmaligen Ansatz fest. Alle finanziellen Vermögenswerte des Konzerns werden als Kredite und Forderungen klassifiziert.

Kredite und Forderungen sind nicht derivative finanzielle Vermögenswerte mit festen oder bestimmbareren Zahlungen, die nicht an einem aktiven Markt notiert sind. Sie zählen zu den kurzfristigen Vermögenswerten, es sei denn, sie haben eine Fälligkeit von mehr als 12 Monaten nach dem Ende der Berichtsperiode. In diesem Fall werden sie als langfristige Vermögenswerte eingestuft. Die finanziellen Vermögenswerte des Konzerns in der Bilanz sind Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen sowie Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente (Anhangangaben 11 und 13).

Kredite und Forderungen werden bei ihrer erstmaligen Erfassung zum beizulegenden Zeitwert zuzüglich direkt zurechenbarer Transaktionskosten bewertet. In der Folgezeit werden sie zu fortgeführten Anschaffungskosten unter Anwendung der Effektivzinsmethode bewertet.

Finanzielle Vermögenswerte werden ausgebucht, wenn die Rechte auf den Bezug von Cashflows aus einem finanziellen Vermögenswert erloschen sind oder übertragen wurden und der Konzern im Wesentlichen

alle mit dem Eigentum an einem finanziellen Vermögenswert verbundenen Risiken und Chancen übertragen hat.

2.13. Wertminderung von finanziellen Vermögenswerten

Der Konzern ermittelt am Ende jeder Berichtsperiode, ob objektive Hinweise auf eine Wertminderung eines finanziellen Vermögenswerts oder einer Gruppe von finanziellen Vermögenswerten vorliegen. Bei einem finanziellen Vermögenswert oder einer Gruppe von finanziellen Vermögenswerten liegt nur dann eine Wertminderung vor, wenn infolge eines oder mehrerer Ereignisse, die nach dem erstmaligen Ansatz des Vermögenswerts eingetreten sind (ein „Schadensfall“), ein objektiver Hinweis auf eine Wertminderung vorliegt und dieser Schadensfall (oder -fälle) eine verlässlich schätzbare Auswirkung auf die erwarteten künftigen Cashflows des finanziellen Vermögenswerts oder der Gruppe der finanziellen Vermögenswerte hat.

Hinweise auf eine Wertminderung können dann gegeben sein, wenn Anzeichen dafür vorliegen, dass der Schuldner oder eine Gruppe von Schuldnern erhebliche finanzielle Schwierigkeiten haben, bei Ausfall oder Verzug von Zins- oder Tilgungszahlungen, die Wahrscheinlichkeit einer Insolvenz oder eines sonstigen Sanierungsverfahrens gegeben ist und wenn beobachtbare Daten auf eine messbare Verringerung der erwarteten künftigen Cashflows hinweisen, wie Änderungen der Rückstände oder wirtschaftlichen Bedingungen, die mit Ausfällen korrelieren.

In Fällen, in denen die Einbringlichkeit zweifelhaft ist, wird eine Wertminderung für den bestimmten finanziellen Vermögenswert in Form einer Wertminderung erfasst. Sobald der Konzern der Ansicht ist, dass der Betrag uneinbringlich ist, wird der finanzielle Vermögenswert vollständig ausgebucht.

Bei Krediten und Forderungen ergibt sich die Höhe der Wertminderung als Differenz zwischen dem Buchwert des Vermögenswerts und dem Barwert der erwarteten künftigen Cashflows (mit Ausnahme künftiger, noch nicht eingetretener Kreditausfälle), abgezinst mit dem ursprünglichen Effektivzinssatz des finanziellen Vermögenswerts. Der Buchwert des Vermögenswerts wird durch eine Wertminderung reduziert und der Wertminderungsaufwand erfolgswirksam erfasst.

Verringert sich die Höhe der Wertminderung in einer der folgenden Perioden und kann diese Verringerung objektiv auf einen nach der Erfassung der Wertminderung aufgetretenen Sachverhalt (wie beispielsweise die Verbesserung des Bonitätsratings eines Schuldners) zurückgeführt werden, wird eine Wertaufholung in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

2.14. Finanzielle Verbindlichkeiten

Die Klassifizierung finanzieller Verbindlichkeiten ist von der Art und dem Zweck der Verbindlichkeit abhängig und wird von der Geschäftsleitung beim erstmaligen Ansatz festgelegt.

Ergebniswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Verbindlichkeiten

Ergebniswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Verbindlichkeiten werden zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses zum beizulegenden Zeitwert angesetzt und in den Folgeperioden zum beizulegenden Zeitwert neu bewertet. Veränderungen des beizulegenden Zeitwertes der Instrumente werden direkt in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung erfasst. In Bezug auf ergebniswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Verbindlichkeiten unterscheidet IAS 39 zwischen zu Handelszwecken gehaltenen Instrumenten und Instrumenten, die beim erstmaligen Ansatz als erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet eingestuft werden.

Der mit der Kreos Capital IV (Luxembourg) S.à r.l. (im Folgenden: „Kreos“) abgeschlossene Kreditvertrag enthält eine Optionsvereinbarung, die Kreos die Möglichkeit einräumt, bei Ausübung des Optionsscheins (*warrants*) Anteile an der Westwing zu erhalten. Der Optionsschein steht zwar mit dem Darlehen im Zusammenhang, ist aber mit dem Kreditvertrag nicht eng verbunden. Der Optionsschein von 2013 wurde als finanzielle Verbindlichkeit eingestuft und getrennt von dem Kredit bilanziert.

Aufgrund der Verknüpfung zum sich ändernden Anteilspreis und der Wertschwankungen des Optionsscheins, erfüllt dieser die Definition von derivativen Finanzinstrumenten nach IAS 39. Der Optionsschein

wurde entsprechend als zu Handelszwecken gehaltene finanzielle Verbindlichkeit eingestuft. Folglich wird er zu jedem Abschlussstichtag mit dem beizulegenden Zeitwert neu bewertet.

Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten

Die sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten des Konzerns werden als zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten klassifiziert.

Beim erstmaligen Ansatz werden solche finanziellen Verbindlichkeiten zum beizulegenden Zeitwert abzüglich direkt zurechenbarer Transaktionskosten bewertet. Der beizulegende Zeitwert beim erstmaligen Ansatz entspricht dem Transaktionspreis der finanziellen Verbindlichkeiten.

Nach dem erstmaligen Ansatz werden verzinsliche Kredite und Darlehen unter Anwendung der Effektivzinsmethode zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet. Ein etwaiger Unterschiedsbetrag zwischen dem erhaltenen Betrag und dem Erfüllungsbetrag wird über die Laufzeit des Kredits in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

Die zu fortgeführten Anschaffungskosten bewerteten finanziellen Verbindlichkeiten des Konzerns umfassen Verbindlichkeiten und abgegrenzte Schulden aus Lieferungen und Leistungen sowie Darlehen.

Die Finanzierungsrunde mit den Investoren der Westwing Group vom Mai 2016 muss nach IFRS als finanzielle Verbindlichkeit ausgewiesen werden und wurde als zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet klassifiziert. In HGB wird diese Finanzierung als Eigenkapital klassifiziert, was aus Sicht des Managements der ökonomischen Natur dieser Finanzierungsrunde entspricht. Beim erstmaligen Ansatz solch einer Finanzierung werden die angefallenen Transaktionskosten in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung erfasst bzw. je nach vertraglicher Ausgestaltung über die Laufzeit verteilt.

2.15. Bemessung des beizulegenden Zeitwerts

Der Konzern bewertet seine finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten beim erstmaligen Ansatz mit dem beizulegenden Zeitwert. Darüber hinaus werden Derivate zum Abschlussstichtag erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet.

Der beizulegende Zeitwert ist der Preis, der in einem geordneten Geschäftsvorfall zwischen Marktteilnehmern unter marktüblichen Konditionen am Bemessungsstichtag für den Verkauf eines Vermögenswerts eingenommen bzw. für die Übertragung einer Schuld gezahlt würde.

2.16. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente umfassen den Kassenbestand, Bankeinlagen und sonstige kurzfristige, äußerst liquide Finanzinvestitionen mit Laufzeiten von bis zu drei Monaten, die jederzeit in Zahlungsmittel umgewandelt werden können und bei denen das Risiko von Wertänderungen als unwesentlich eingestuft wird.

Für bestimmte Zwecke designierte Zahlungsmittel über die der Konzern daher nicht verfügen kann, werden als gebundene Zahlungsmittel eingestuft und gegebenenfalls in die kurzfristigen oder langfristigen Vermögenswerte umgliedert.

2.17. Stammkapital

Das Stammkapital ist voll einbezahlt.

Fallen im Zusammenhang mit einer Kapitalerhöhung zusätzliche Kosten an, die dieser direkt zugerechnet werden können, werden die Kosten im Eigenkapital als Abzug von den Einzahlungen aus Kapitalerhöhungen (unter Berücksichtigung des Steuereffekts) bilanziert. Der Betrag, um den die Einzahlung den Nennwert der ausgegebenen Anteile übersteigt, wird im Eigenkapital in der Kapitalrücklage erfasst.

2.18. Rückstellungen für Verbindlichkeiten und Aufwendungen

Rückstellungen für Verbindlichkeiten und Aufwendungen sind nicht-finanzielle Verbindlichkeiten, die bezüglich ihrer Fälligkeit oder ihrer Höhe ungewiss sind. Sie werden gebildet, wenn für die Gesellschaft eine gegenwärtige rechtliche oder faktische Verpflichtung aufgrund von vergangenen Ereignissen besteht, der Abfluss von Ressourcen mit wirtschaftlichem Nutzen zur Erfüllung der Verpflichtung wahrscheinlich ist und eine verlässliche Schätzung der Höhe der Verpflichtung möglich ist. Für künftige betriebliche Verluste werden keine Rückstellungen ausgewiesen.

Der als Rückstellung erfasste Betrag stellt den Barwert und die bestmögliche Schätzung der zur Erfüllung der gegenwärtigen Verpflichtung zum Abschlussstichtag erforderlichen Gegenleistung dar und berücksichtigt die Risiken und Unsicherheiten, die sich aus der Verpflichtung ergeben. Kurzfristige Rückstellungen werden nicht abgezinst.

Die Mehrheit der in der Bilanz ausgewiesenen Rückstellungen sind Rückstellungen für Retouren sowie Rückstellungen für Rückbauverpflichtungen. Westwing erfasst Retourenrückstellungen, um dem Rückgaberecht der Kunden innerhalb eines gewissen Zeitraums nach Kauf der Produkte Rechnung zu tragen. Rückstellungen für Rückbauverpflichtungen werden im Zusammenhang mit Verpflichtungen zur Demontage bestimmter Mietereinbauten angesetzt.

2.19. Anteilsbasierte Vergütung

Als Entlohnung für die geleistete Arbeit erhalten bestimmte berechnete Mitarbeiter des Konzerns eine anteilsbasierte Vergütung in Form von Eigenkapitalinstrumenten des Konzerns (sog. Transaktionen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente). Darüber hinaus werden bestimmten berechtigten Mitarbeitern Wertsteigerungsrechte gewährt, die in bar ausgeglichen werden (sog. Transaktionen mit Barausgleich).

Transaktionen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente

Die Kosten für die anteilsbasierte Vergütung in Form von Eigenkapitalinstrumenten werden unter Anwendung eines geeigneten Bewertungsmodells mit dem beizulegenden Zeitwert zu dem Zeitpunkt bewertet, zu dem die Gewährung erfolgt. Bei anteilsbasierten Vergütungszusagen untersucht die Gesellschaft, ob der von einem Planteilnehmer ggf. gezahlte oder bei Ausübung zu zahlende Preis dem geschätzten Marktpreis des zugrundeliegenden Eigenkapitalinstruments zum Gewährungsdatum entspricht. Ergibt sich ein positiver Unterschiedsbetrag zwischen (i) dem geschätzten Marktwert der Eigenkapitalinstrumente und (ii) dem Kaufpreis bzw. Ausübungspreis, wird der beizulegende Zeitwert als Aufwand für anteilsbasierte Vergütung ausgewiesen. Der zum Gewährungsdatum ermittelte beizulegende Zeitwert wird über den jeweiligen Erdienungszeitraum der Vereinbarung (basierend auf der von der Gesellschaft vorgenommenen Schätzung der Anzahl der Eigenkapitalinstrumente, die möglicherweise in Abhängigkeit nicht-marktbasierter Ausübungsbedingungen ausübbar werden) linear als Aufwand mit einer entsprechenden Gegenbuchung im Eigenkapital erfasst. Die an jedem Abschlussstichtag bis zum Zeitpunkt der ersten Ausübungsmöglichkeit ausgewiesenen kumulierten Aufwendungen aus der Gewährung der anteilsbasierten Vergütung in Form von Eigenkapitalinstrumenten reflektieren den bereits abgelaufenen Teil des Erdienungszeitraums sowie die Anzahl der Eigenkapitalinstrumente, die nach bestmöglicher Schätzung des Konzerns mit Ablauf des Erdienungszeitraums tatsächlich ausübbar werden. Der in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasste Aufwand bzw. Ertrag reflektiert die Entwicklung der zu Beginn und am Ende der Berichtsperiode erfassten kumulierten Aufwendungen.

Transaktionen mit Barausgleich

Die Kosten von Transaktionen mit Barausgleich werden unter Anwendung eines geeigneten Bewertungsmodells mit dem beizulegenden Zeitwert bewertet. Der beizulegende Zeitwert wird erstmals zum Gewährungsdatum ermittelt und danach an jedem Abschlussstichtag berechnet, bis die Vergütungsvereinbarung erfüllt ist. Während des Erdienungszeitraums wird eine Schuld erfasst, die den beizulegenden Zeitwert der Vergütungszusage und den Grad, zu dem der Erdienungszeitraum zum Abschlussstichtag abgelaufen ist, widerspiegelt. Änderungen des Buchwerts der Schuld werden über den Erdienungszeitraum als Aufwand in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

2.20. Tatsächliche und latente Ertragsteuern

Ertragsteuern umfassen tatsächliche und latente Steuern. Ein Ertragsteueraufwand wird in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst, es sei denn der Ertragsteueraufwand bezieht sich auf Posten, die direkt im Eigenkapital ausgewiesen werden. In diesem Fall ist der Ertragsteueraufwand direkt im Eigenkapital zu erfassen.

Der tatsächliche Steueraufwand wird anhand der steuerlichen Vorschriften berechnet, die zum Abschlussstichtag in den Ländern gelten, in denen die Tochterunternehmen tätig sind und zu versteuerndes Einkommen erzielen. Die Geschäftsleitung überprüft in regelmäßigen Abständen Steuererklärungen, vor allem im Hinblick auf Sachverhalte, bei denen Beurteilungsspielräume vorhanden sind. Sofern angemessen, werden Rückstellungen für Beträge gebildet, die voraussichtlich an die Steuerbehörden abzuführen sind.

Latente Ertragsteuern werden auf temporäre Unterschiede zwischen den steuerlichen und bilanziellen Wertansätzen von Vermögenswerten und Verbindlichkeiten erfasst. Latente Steuern werden jedoch nicht für temporäre Unterschiede bei der erstmaligen Erfassung eines Vermögenswerts oder einer Schuld aus einer Transaktion gebildet, sofern es sich nicht um einen Unternehmenszusammenschluss handelt und die Transaktion bei der erstmaligen Erfassung weder den handelsrechtlichen noch den zu versteuernden Gewinn beeinflusst. Gleichermaßen werden keine latenten Steuerverbindlichkeiten für temporäre Unterschiede erfasst, wenn sie beim erstmaligen Ansatz eines Geschäfts- oder Firmenwerts oder bei der Folgebewertung eines steuerlich nicht abzugsfähigen Geschäfts- oder Firmenwerts entstehen.

Latente Steuern werden anhand der Steuersätze ermittelt, die zum Ende der Berichtsperiode in Kraft sind oder in Kürze in Kraft treten werden und die voraussichtlich für die Berichtsperiode gelten werden, in der sich die temporären Unterschiede umkehren oder in der die steuerlichen Verlustvorträge verwendet werden.

Latente Steueransprüche für abzugsfähige temporäre Unterschiede und steuerliche Verlustvorträge werden nur in dem Maße erfasst, in dem es wahrscheinlich ist, dass ausreichend zu versteuerndes Einkommen verfügbar sein wird, gegen das die temporären Unterschiede verwendet werden können.

Latente Ertragsteuerverbindlichkeiten werden für temporäre Unterschiede gebildet, die im Zusammenhang mit Beteiligungen an Tochterunternehmen stehen, mit Ausnahme von latenten Ertragsteuerverbindlichkeiten, bei denen der zeitliche Verlauf der Umkehrung der temporären Unterschiede vom Konzern gesteuert werden kann und es wahrscheinlich ist, dass sich die temporären Unterschiede in absehbarer Zeit nicht umkehren werden.

3. Wesentliche Schätzungen und Ermessensentscheidungen

3.1. Überblick

Bei der Erstellung des Konzernabschlusses werden von der Unternehmensleitung Ermessensentscheidungen, Schätzungen und Annahmen getroffen, die sich auf die Höhe der ausgewiesenen Erträge, Aufwendungen, Vermögenswerte, Verbindlichkeiten und jeweils zugehörigen Angaben sowie auf die Angabe von Eventualverbindlichkeiten auswirken. Durch die mit diesen Annahmen und Schätzungen verbundene Unsicherheit könnten Ergebnisse entstehen, die in zukünftigen Perioden zu erheblichen Anpassungen des Buchwerts der betroffenen Vermögenswerte oder Verbindlichkeiten führen.

Schätzungen und Ermessensentscheidungen werden kontinuierlich überprüft und basieren auf den historischen Erfahrungswerten der Geschäftsleitung und anderen Faktoren, darunter Erwartungen hinsichtlich künftiger Ereignisse, die unter den gegebenen Umständen als angemessen angesehen werden. Neben den auf Schätzungen beruhenden Ermessensentscheidungen trifft die Geschäftsleitung bestimmte Ermessensentscheidungen in Bezug auf die Anwendung der Rechnungslegungsmethoden. Änderungen rechnungslegungsbezogener Schätzungen werden in der Periode erfasst, in der die Änderungen auftreten.

Die Ermessensentscheidungen, die den größten Einfluss auf die im Abschluss erfassten Beträge haben, und die Schätzungen, die zu einer wesentlichen Berichtigung der Buchwerte von Vermögenswerten und Verbindlichkeiten im nächsten Geschäftsjahr führen, werden nachfolgend dargestellt.

3.2. Wertberichtigung für veraltete Vorräte (Anhangangabe 12)

Die Wertberichtigung für veraltete Vorräte spiegelt die Schätzungen der Geschäftsleitung hinsichtlich der Verluste aus dem Verkauf solcher Vorräte wider, und wurde auf Basis historischer Erfahrungswerte sowie historischer und erwarteter Marktentwicklungen berechnet.

3.3. Ertragsteuern (Anhangangabe 25)

Latente Ertragsteuern

Der Konzern erfasst aktive latente Steueransprüche nur in dem Maße, wie es wahrscheinlich ist, dass in Zukunft zu versteuernde Ergebnisse zur Verfügung stehen, gegen welche die abzugsfähigen temporären Differenzen und die steuerlichen Verlustvorträge verwendet werden können.

Westwing berücksichtigt zahlreiche Faktoren, die die Wahrscheinlichkeit der künftigen Realisierung latenter Steueransprüche beeinflussen. Dazu zählen die aktuelle Ertragssituation in den einzelnen Ländern, Erwartungen über künftige zu versteuernde Erträge, die dem Konzern für Steuerzwecke zur Verfügung stehenden Vortragszeiträume sowie andere relevante Faktoren. Aufgrund der durch die Art der Geschäftstätigkeit bedingten Komplexität sowie künftiger Änderungen der Ertragsteuergesetze oder Abweichungen zwischen unseren tatsächlichen und prognostizierten operativen Ergebnissen beurteilt die Geschäftsführung die Wahrscheinlichkeit der künftigen Realisierung von latenten Steueransprüchen auf der Grundlage von Ermessensentscheidungen und Schätzungen. Daher können die tatsächlichen Ertragsteuern erheblich von diesen Ermessensentscheidungen und Schätzungen abweichen.

Auf Basis der aktuellen Planungen und Schätzungen werden deshalb aktive latente Steuern nur in dem Umfang aktiviert, in dem sie die passiven latenten Steuern saldieren.

3.4. Anteilsbasierte Vergütung (Anhangangabe 16)

Die Kosten aus der Gewährung von Eigenkapitalinstrumenten an Mitarbeiter und Vergütungen mit Barausgleich werden im Konzern mit dem beizulegenden Zeitwert dieser Eigenkapitalinstrumente zum Zeitpunkt ihrer Gewährung bewertet. Zur Schätzung des beizulegenden Zeitwerts anteilsbasierter Vergütungen muss das am besten geeignete Bewertungsverfahren bestimmt werden; dieses ist abhängig von den Bedingungen der Gewährung. Für diese Schätzung ist weiterhin die Bestimmung der am besten geeigneten in dieses Bewertungsverfahren einfließenden Inputparameter, darunter insbesondere die voraussichtliche Optionslaufzeit, Volatilität und Rendite, sowie entsprechender Annahmen, erforderlich. Der Konzern überprüft am Ende jeder Berichtsperiode seine Schätzungen der Anzahl von Vergütungszusagen, die voraussichtlich ausübbar werden und erfasst die Auswirkung etwaiger Änderungen ursprünglicher Schätzungen in der Gewinn- und Verlustrechnung sowie im Eigenkapital.

3.5. Rückstellung für Retouren (Anhangangabe 21)

Kunden, die Produkte online bestellt haben, haben das Recht, diese Produkte, innerhalb einiger Wochen, abhängig vom Verkaufsland, nach dem Erwerb zurückzugeben. Westwing erfasst eine Rückstellung für solche Retouren, um sicherzustellen, dass der Umsatz nicht zu hoch ausgewiesen wird. Die Höhe der Rückstellung wird auf der Grundlage von historischen Erfahrungswerten und aktuellen Informationen zu den Bruttoverkäufen berechnet. Die Berechnung erfolgt für jedes Land unter Anpassung der Umsatzerlöse und Umsatzkosten.

4. Analyse der Umsatzerlöse

Die Umsatzerlöse für das Geschäftsjahr gliedern sich wie folgt auf:

<i>TEUR</i>	2016	2015
Erlöse aus dem Verkauf von Produkten	237.611	208.587
Erlöse aus Versandkosten	14.455	12.391
Erlöse aus Zahlungsgebühren	641	657
Sonstige Umsatzerlöse	1.662	1.378
Verringerung der Umsatzerlöse aus der Einlösung von Gutscheinen und Kulanz	(3.997)	(3.819)
Summe	250.372	219.194

Die geographische Aufgliederung der Umsatzerlöse des Konzerns ist wie folgt:

<i>TEUR</i>	2016	2015
DACH	79.260	61.707
Andere Länder	171.112	157.487
Summe	250.372	219.194

Die geografischen Regionen werden wie folgt definiert:

- Die Region „DACH“ umfasst Deutschland, die Schweiz und Österreich.
- Die Region „Andere Länder“ umfasst Spanien, Italien, Frankreich, Polen, Tschechien, die Slowakei, Belgien und die Niederlande sowie Brasilien, Russland und Kasachstan.

5. Zusätzliche Angaben zu Erträgen und Aufwendungen

Das Periodenergebnis enthält die folgenden Erträge und Aufwendungen:

<i>TEUR</i>	2016	2015
Miet- und sonstige Aufwendungen aus Operating-Leasingverhältnissen	5.552	5.603
Abschreibungen	2.675	2.716
Verlust / (Gewinn) aus der Neubewertung einer finanziellen Verbindlichkeit	4.928	4
Abschlussprüferhonorar:		
Honorar für die Abschlussprüfung iSd § 314 Abs. 1 Nr. 9a HGB	250	434
davon für Vorjahr TEUR 9 (Vorjahr: TEUR 105)		
Honorar für andere Bestätigungsleistungen iSd § 314 Abs. 1 Nr. 9b HGB	-	9
Honorar für sonstige Leistungen iSd § 314 Abs. 1 Nr. 9d HGB	2	10

6. Personalaufwand

Leistungen an Arbeitnehmer und Personalaufwand des Geschäftsjahres gliedern sich wie folgt auf:

<i>TEUR</i>	2016	2015
Löhne, Gehälter und sonstige kurzfristige Leistungen an Arbeitnehmer	42.874	47.132
Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung	4.011	4.641
Sozialabgaben und ähnliche Aufwendungen	9.693	10.525
Summe	56.577	62.298

2016 beschäftigte Westwing durchschnittlich 1.523 Mitarbeiter (2015: 1.713 Mitarbeiter) in den folgenden Bereichen:

	2016	2015
Fulfillment	891	1.017
Marketing	115	139
Verwaltung	517	557
Summe	1.523	1.713

7. Sonstige betriebliche Erträge und Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Erträge des Geschäftsjahres gliedern sich wie folgt auf:

<i>TEUR</i>	2016	2015
Mieterträge	288	153
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	243	140
Erträge aus Endkonsolidierung	-	329
Sonstige betriebliche Erträge	411	328
Summe	942	951

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen des Geschäftsjahres gliedern sich wie folgt auf:

<i>TEUR</i>	2016	2015
Aufwendungen für Forderungsausfälle	691	613
Sonstige betriebliche Aufwendungen	879	836
Summe	1.570	1.450

8. Finanzergebnis

Das Finanzergebnis des Geschäftsjahres gliedert sich wie folgt auf:

TEUR	2016	2015
Finanzerträge:		
Zinserträge	65	10
Summe Finanzerträge	65	10
Finanzaufwendungen:		
Zinsaufwendungen	(6.114)	(1.740)
Zinsen für Finanzierungsleasing	-	(49)
Sonstige Finanzaufwendungen	(33)	(63)
Summe Finanzaufwendungen	(6.147)	(1.852)
Nettofinanzergebnis	(6.082)	(1.842)
Sonstiges Finanzergebnis		
Fremdwährungsgewinne	4.303	7.850
Fremdwährungsverluste	(2.271)	(10.224)
Summe sonstiges Finanzergebnis	2.032	(2.374)
Finanzergebnis	(4.050)	(4.215)

Der Zinsaufwand resultiert im Wesentlichen aus der im Mai 2016 mit den Investoren der Westwing Group abgeschlossenen Finanzierungsrunde, bei der Westwing EUR 24,0 Mio. zuflossen. Die Finanzierung ist als langfristige zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeit bewertet und wurde entsprechend aufgezinnt. Dabei entstand im Geschäftsjahr 2016 ein Zinsaufwand in Höhe von EUR 4,9 Mio. Der Zinsaufwand für das im Juni 2016 zurückgezahlte Kreos-Darlehen betrug TEUR 122. Darüber hinaus sind in den Zinsaufwendungen die aus Kreditkartenzahlungen in Brasilien resultierenden Gebühren enthalten.

Die sonstigen Finanzaufwendungen enthalten die Änderungen des beizulegenden Zeitwerts der mit Kreos geschlossenen Optionsvereinbarung aus dem Jahr 2013.

9. Sachanlagen

Die betrieblich genutzten Sachanlagen gliedern sich wie folgt auf:

<i>TEUR</i>	Mieter- einbauten	Betriebs- und Geschäftsaus- stattung	Im Rahmen von Finanzierungs- Leasingverhält- nissen gehaltene Vermögens- werte	Anzahlungen auf Sachanla- gen	Summe
Anschaffungs- oder Herstellungskosten zum 1. Januar 2015	1.311	4.404	2.135	1	7.851
Zugänge	495	2.285	60	3	2.843
Umgliederung	410	1.778	(2.187)	(1)	-
Abgänge	-	(172)	-	-	(172)
Effekt aus Wechselkursän- derungen	(66)	(393)	(8)	-	(466)
Anschaffungs- oder Herstellungskosten zum 31. Dezember 2015	2.151	7.902	-	3	10.056
Kumulierte Abschreibungen zum 1. Januar 2015	850	1.300	353	-	2.503
Abschreibungen	294	1.459	106	-	1.859
Umgliederung	48	407	(455)	-	-
Abgänge	-	(82)	-	-	(82)
Effekt aus Wechselkursän- derungen	(38)	(287)	(4)	-	(329)
Kumulierte Abschreibungen zum 31. Dezember 2015	1.154	2.797	-	-	3.952
Buchwert zum 31. Dezem- ber 2015	996	5.105	-	3	6.104

<i>TEUR</i>	Mieter- einbauten	Betriebs- und Geschäftsaus- stattung	Im Rahmen von Finanzierungs- Leasingverhält- nissen gehal- tene Vermö- genswerte	Anzahlungen auf Sachanla- gen	Summe
Anschaffungs- oder Herstellungskosten zum 1. Januar 2016	2.151	7.902	-	3	10.056
Zugänge	404	1.496	-	-	1.901
Umgliederungen	-	-	-	-	-
Abgänge	-	(145)	-	-	(145)
Effekt aus Wechselkursän- derungen	81	201	-	-	283
Anschaffungs- oder Herstellungskosten zum 31. Dezember 2016	2.636	9.455	-	3	12.094
Kumulierte Abschreibungen zum 1. Januar 2016	1.154	2.797	-	-	3.952
Abschreibungen	306	1.324	-	-	1.630
Umgliederungen	-	1	-	-	1
Abgänge	-	(120)	-	-	(120)
Effekt aus Wechselkursän- derungen	54	84	-	-	138
Kumulierte Abschreibungen zum 31. Dezember 2016	1.514	4.087	-	-	5.600
Buchwert zum 31. Dezem- ber 2016	1.123	5.369	-	3	6.494

Während des Geschäftsjahres 2015 hat die Gesellschaft die in den Vorjahren im Rahmen von Finanzierungs-Leasingverhältnissen gemieteten Mieteinbauten vom Leasinggeber abgekauft. Die Vermögensgegenstände wurden zum Wert der Leasingverbindlichkeit in Höhe von insgesamt TEUR 1.542 abgekauft.

In allen Konzerngesellschaften wurde Betriebs- und Geschäftsausstattung erworben. Dazu zählten Server und IT-Hardware sowie Geschäfts- und Lagerausstattung.

10. Immaterielle Vermögenswerte

Die betrieblich genutzten immateriellen Vermögenswerte gliedern sich wie folgt auf:

<i>TEUR</i>	Software und Lizenzen	Marken- rechte	Selbst ge- schaffene im- materielle Vermögens- werte	In der Ent- wicklung be- findliche im- materielle Vermögens- werte	Summe
Anschaffungs- oder Herstellungskosten zum 1. Januar 2015	356	261	1.104	1.412	3.133
Zugänge	255	12	1.711	18	1.995
Umgliederung	-	-	658	(658)	-
Abgänge	(9)	-	(6)	(754)	(768)
Effekt aus Wechselkursän- derungen	(19)	-	(18)	-	(36)
Anschaffungs- oder Herstellungskosten zum 31. Dezember 2015	584	273	3.450	18	4.324
Kumulierte Abschreibungen zum 1. Januar 2015	123	24	743	754	1.644
Abschreibungen	165	27	676	-	867
Wertminderungsaufwand	-	-	-	-	-
Umgliederung	-	-	-	-	-
Abgänge	(7)	-	(6)	(754)	(767)
Effekt aus Wechselkursän- derungen	(10)	-	(18)	-	(29)
Kumulierte Abschreibungen zum 31. Dezember 2015	270	50	1.395	-	1.716
Buchwert zum 31. Dezem- ber 2015	314	222	2.054	18	2.608

<i>TEUR</i>	Software und Lizenzen	Marken- rechte	Selbst ge- schaffene immaterielle Vermögens- werte	In der Entwick- lung befindliche immaterielle Ver- mögenswerte	Summe
Anschaffungs- oder Herstellungskosten zum 1. Januar 2016	584	273	3.450	18	4.325
Zugänge	123	2	1.676	284	2.085
Umgliederungen	-	-	18	(18)	-
Abgänge	(3)	-	(26)	-	(29)
Effekt aus Wechselkurs- änderungen	18	-	(5)	-	13
Anschaffungs- oder Herstellungskosten zum 31. Dezember 2016	721	275	5.114	284	6.394
Kumulierte Abschreibun- gen zum 1. Januar 2016	270	50	1.395	-	1.715
Abschreibungen	161	28	857	-	1.046
Wertminderungsaufwand	-	-	-	-	-
Umgliederungen	-	-	-	-	-
Abgänge	(3)	-	(6)	-	(9)
Effekt aus Wechselkurs- änderungen	12	-	(2)	-	10
Kumulierte Abschreibungen zum 31. Dezember 2016	440	78	2.244	-	2.762
Buchwert zum 31. De- zember 2016	281	197	2.870	284	3.632

Die Zuführungen zu den immateriellen Vermögenswerten in Höhe von TEUR 2.085 resultieren im Wesentlichen aus zusätzlichen Entwicklungskosten für die beiden IT-Systeme OMS (Warehouse Management System) und Partner Portal (Plattform zur Interaktion mit Lieferanten) sowie aus der Entwicklung eigener Software unter anderem für die Bereiche Consumer Apps, Integration WestwingNow und Produktinformationssysteme. Die Entwicklungsprojekte wurden in Teilprojekte unterteilt, die durch die Entwicklungen neuer Funktionen gekennzeichnet sind. Sobald ein Teilprojekt finalisiert ist und die neu entwickelte Funktion eingeführt wurde, werden die Kosten von in der Entwicklung befindliche immaterielle Vermögenswerte in selbst geschaffene immaterielle Vermögenswerte umgebucht. Zu diesem Zeitpunkt beginnt die Abschreibung über die Nutzungsdauer von drei Jahren.

Im Geschäftsjahr 2016 gab es wie im Vorjahr keine Indikatoren, die auf eine Wertberichtigung immaterieller Vermögenswerte hingedeutet hätten.

11. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und die sonstigen Forderungen setzen sich folgendermaßen zusammen:

<i>TEUR</i>	31.12.2016	31.12.2015
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	5.198	4.989
Mietsicherheiten	3.908	2.558
Sonstige Forderungen	1.272	684
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen (netto)	10.378	8.230
<i>davon:</i>		
Langfristig	3.457	2.467
Kurzfristig	6.921	5.763

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden abzüglich Wertminderungen für zweifelhafte Forderungen dargestellt. Mietsicherheiten und sonstige Forderungen enthalten keine wertgeminderten Vermögenswerte.

Die Altersstruktur der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen basierend auf dem Datum der Rechnungsstellung vor der Bereinigung um Wertminderungen stellt sich wie folgt dar:

<i>TEUR</i>	31.12.2016	31.12.2015
Bis zu 3 Monaten	4.882	4.453
3 Monate bis 1 Jahr	744	1.129
1 bis 5 Jahre	1.192	873
Über 5 Jahre	-	-
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (brutto)	6.817	6.455
Wertminderungen für zweifelhafte Forderungen	(1.619)	(1.467)
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (netto)	5.198	4.989

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen nach Berücksichtigung der Wertminderungen für zweifelhafte Forderungen in Höhe von TEUR 5.198 (2015: TEUR 4.989) sind weder überfällig noch wird deren Begleichung für zweifelhaft gehalten.

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, die überfällig sind, wurden in voller Höhe wertberichtigt. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, die zwischen drei Monaten und einem Jahr alt sind, resultieren im Wesentlichen aus Kreditkartentransaktionen in Brasilien sowie aus Nachnahmetransaktionen in Italien und Polen. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen bereits ausstehend zwischen einem bis fünf Jahre sind überfällig und vollständig wertberichtigt.

Die Entwicklung der Wertminderungen für zweifelhafte Forderungen stellt sich wie folgt dar:

<i>TEUR</i>	2016	2015
Zum 1. Januar	1.467	1.403
Zuführung	167	279
Inanspruchnahme	(21)	-
Auflösung	(38)	(215)
Wechselkursdifferenzen	45	-
Zum 31. Dezember	1.619	1.467

Wertminderungen für zweifelhafte Forderungen ergeben sich im Wesentlichen aus realisierten Debitorenrisiken.

Aufgrund der Kurzfristigkeit der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Forderungen ergeben sich keine wesentlichen Differenzen zwischen deren Buchwerten und beizulegenden Zeitwerten.

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen beinhalten im Wesentlichen Forderungen gegenüber Zahlungsdienstleistern für Kreditkartenzahlungen von Kunden. Diese werden normalerweise innerhalb eines Tages beglichen, nachdem der Kunde die Bestellung getätigt und bezahlt hat. Bei keinem der Zahlungsdienstleister wurden in der Vergangenheit Zahlungsausfälle festgestellt, sodass das Kreditrisiko hinsichtlich dieser Beträge als gering einzustufen ist.

Die Gesellschaft hält keine Sicherheiten.

Für Angaben im Zusammenhang mit finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten wird auf Anhangangaben 22 und 23 verwiesen.

12. Vorräte

Die Vorräte setzen sich folgendermaßen zusammen:

<i>TEUR</i>	31.12.2016	31.12.2015*
Produkte und Handelswaren	16.757	13.725
Anzahlungen auf Vorräte	1.971	997
Summe	18.728	14.722

* Die Vorjahreszahlen wurden gemäß IAS 8 angepasst, siehe Textziffer 2.3 im Konzernanhang

Zum Verkauf stehende Produkte und Handelswaren sind unter Berücksichtigung einer Abwertung in Höhe von TEUR 4.019 (2015: TEUR 2.404) dargestellt.

13. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente setzen sich wie folgt zusammen:

<i>TEUR</i>	31.12.2016	31.12.2015
Guthaben bei Kreditinstituten und Kassenbestand	17.899	18.674
Summe	17.899	18.674

14. Sonstige Vermögenswerte

<i>TEUR</i>	31.12.2016	31.12.2015
Anzahlungen	998	2.098
Umsatzsteuerforderungen	414	155
Sonstige Steuererstattungsansprüche	276	171
Sonstige Forderungen	156	221
Summe	1.844	2.645

15. Stammkapital und Rücklagen

Stammkapital

Das Stammkapital hat sich wie folgt entwickelt:

<i>in Tausend</i>	Stammkapital
Stand 1. Januar 2015	81
Ausgabe von Stammkapital im Geschäftsjahr 2015	11
Stand 31. Dezember 2015 / 1. Januar 2016	92
Ausgabe von Stammkapital im Geschäftsjahr 2016	-
Stand 31. Dezember 2016	92

Das Stammkapital zum 31. Dezember 2016 beläuft sich auf 91.702 Anteile (31. Dezember 2015: 91.702) mit einem Nennwert von EUR 1 je Anteil. Der Nennwert des Stammkapitals ist in voller Höhe eingezahlt.

Im Geschäftsjahr 2016 fand keine Kapitalerhöhung statt.

Rücklagen

Die sonstigen Rücklagen enthalten die Rücklage für die Umstellung auf IFRS sowie die Rücklage für anteilsbasierte Vergütung. Die Rücklage für die Umstellung auf IFRS beinhaltet den Effekt der Umstellung von HGB auf IFRS zum 1. Januar 2013. Die Rücklage für anteilsbasierte Vergütungen beinhaltet den Wert der in Form von Eigenkapitalinstrumenten gewährten anteilsbasierten Vergütung.

Die Rücklage für sonstiges Ergebnis enthält die Währungsdifferenzen aus der Umrechnung von in Fremdwährung bilanzierenden Tochterunternehmen in die Darstellungswährung. Die eingestellten Beträge werden bei Veräußerung oder Abgang dieser Tochterunternehmen in die Gewinn- und Verlustrechnung umgliedert.

16. Anteilsbasierte Vergütung

Die Gesellschaft und ihre Tochterunternehmen unterhalten seit 2011 anteilsbasierte Vergütungspläne; diese bieten berechtigten Mitarbeitern (i) die Möglichkeit, in Anteile der Gesellschaft oder eines Tochterunternehmens zu investieren, oder (ii) es wurden ihnen Optionen auf Anteile der Gesellschaft oder Anteile eines Tochterunternehmens der Gesellschaft gewährt.

Der Erdienungszeitraum für die anteilsbasierten Vergütungszusagen beträgt 36 bzw. 48 Monate. Die erste Tranche wird nach 3-12 Monaten unverfallbar, während die übrigen Vergütungszusagen zu jeweils gleichen Teilen vierteljährlich über den restlichen Erdienungszeitraum unverfallbar werden. Grundsätzlich können die Vergütungszusagen erst ausgeübt werden, wenn eine Sperrfrist abgelaufen ist.

Vergütungszusagen

Die nachstehenden Tabellen geben einen Überblick über die Entwicklung der anteilsbasierten Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente in Bezug auf Anteile an der Muttergesellschaft oder Anteile an deren Tochterunternehmen sowie über die Phantomoptionen.

Entwicklung der gewährten Eigenkapitalanteile:

	2016	2015*
Anzahl der zu Beginn der Berichtsperiode ausstehenden, noch nicht unverfallbaren Vergütungszusagen	1.286	4.634
In der Berichtsperiode verfallen	113	250
In der Berichtsperiode unverfallbar geworden	757	3.098
Anzahl der am Ende der Berichtsperiode ausstehenden, noch nicht unverfallbaren Vergütungszusagen	416	1.286
In der Berichtsperiode verwirkt	1.383	-
In der Berichtsperiode annulliert	29	-
Gesamtzahl der am Ende der Berichtsperiode ausstehenden, unverfallbaren Vergütungszusagen	23.818	24.473

* Vorjahreswerte angepasst, um fehlerhafte Darstellungen zu korrigieren.

Entwicklung der gewährten Optionen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente:

	2016	2015*
Anzahl der zu Beginn der Berichtsperiode ausstehenden, noch nicht unverfallbaren Vergütungszusagen	7.016	8.888
In der Berichtsperiode gewährt	3.573	85
In der Berichtsperiode verfallen	1.112	469
In der Berichtsperiode unverfallbar geworden	1.514	1.488
Anzahl der am Ende der Berichtsperiode ausstehenden, noch nicht unverfallbaren Vergütungszusagen	7.963	7.016
In der Berichtsperiode verwirkt	708	-
In der Berichtsperiode annulliert	23	-
Gesamtzahl der am Ende der Berichtsperiode ausstehenden, unverfallbaren Vergütungszusagen	3.544	2.761

* Vorjahreswerte angepasst, um fehlerhafte Darstellungen zu korrigieren.

Entwicklung der gewährten Optionen mit Barausgleich:

	2016	2015*
Anzahl der zu Beginn der Berichtsperiode ausstehenden, noch nicht unverfallbaren Vergütungszusagen	420	1.284
In der Berichtsperiode gewährt	-	56
In der Berichtsperiode verfallen	66	93
In der Berichtsperiode unverfallbar geworden	146	827
Anzahl der am Ende der Berichtsperiode ausstehenden, noch nicht unverfallbaren Vergütungszusagen	208	420
In der Berichtsperiode verwirkt	402	-
Gesamtzahl der am Ende der Berichtsperiode ausstehenden, unverfallbaren Vergütungszusagen	5.511	5.767

* Vorjahreswerte angepasst, um fehlerhafte Darstellungen zu korrigieren.

Anteilsoptionen und Phantomoptionen

Berechtigten Mitarbeitern wurden Anteilsoptionen und Phantomoptionen in Bezug auf Anteile der Gesellschaft oder Anteile eines Tochterunternehmens gewährt. Die den Mitarbeitern gewährten Anteilsoptionen sind als „Optionen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente“ klassifiziert. Die Phantomoptionen sind als „Optionen mit Barausgleich“ klassifiziert, da die Gesellschaft eine rechtliche oder faktische Verpflichtung hat diese Optionen bei Eintritt eines Exitereignisses in bar zu begleichen.

Der Ausübungspreis der gewährten Optionen basiert auf dem Marktpreis der Anteile zum Zeitpunkt der Gewährung bzw. in bestimmten Fällen auf einem Betrag von EUR 1. Bedingung für die Gewährung der Anteilsoptionen und der Phantomoptionen ist, dass der betreffende Mitarbeiter eine Dienstzeit von mindestens vier Jahren erreicht hat (Erdienungszeitraum) oder, in bestimmten Fällen, dass der Mitarbeiter zum Zeitpunkt eines Exitereignisses bei der Gesellschaft beschäftigt ist. Des Weiteren sind die Phantomoptionen nur bei Eintritt eines Exitereignisses ausübbar.

Die zahlenmäßigen Bewegungen der ausstehenden Anteilsoptionen und Phantomoptionen sowie ihrer gewichteten durchschnittlichen Ausübungspreise stellen sich wie folgt dar:

	2016		2015*	
	Gewichteter durchschnittlicher Ausübungspreis	Anzahl der Optionen	Gewichteter durchschnittlicher Ausübungspreis	Anzahl der Optionen
Optionen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente				
Zum 1. Januar ausstehend	921,84	9.777	884,76	10.161
In der Berichtsperiode gewährt	42,98	3.573	5.732,05	85
In der Berichtsperiode verfallen	500,34	1.112	990,38	469
In der Berichtsperiode verwirkt	251,40	708	-	-
In der Berichtsperiode annulliert	1,00	23		
Zum 31. Dezember ausstehend	732,77	11.507	921,84	9.777
<i>Davon ausübbar</i>	<i>1.282,80</i>	<i>3.544</i>	<i>1.240,02</i>	<i>2.761</i>

* Vorjahreswerte angepasst, um fehlerhafte Darstellungen zu korrigieren.

	2016		2015*	
	Gewichteter durchschnittlicher Ausübungspreis	Anzahl der Optionen	Gewichteter durchschnittlicher Ausübungspreis	Anzahl der Optionen
Optionen mit Barausgleich				
Zum 1. Januar ausstehend	175,54	6.187	151,73	6.224
In der Berichtsperiode gewährt	-	-	5.228,69	56
In der Berichtsperiode verfallen	1.583,65	66	1.624,22	93
In der Berichtsperiode verwirkt	89,46	402	-	-
Zum 31. Dezember ausstehend	165,35	5.719	175,54	6.187
<i>Davon ausübbar</i>	<i>99,50</i>	<i>5.511</i>	<i>78,90</i>	<i>5.767</i>

* Vorjahreswerte angepasst, um fehlerhafte Darstellungen zu korrigieren.

Im Geschäftsjahr 2016 wurden keine Optionen ausgeübt (2015: 0 Optionen).

Der Zeitpunkt der ersten Ausübungsmöglichkeit und der Ausübungspreis für die zum Ende des Geschäftsjahres ausstehenden Anteilsoptionen und Phantomoptionen stellen sich wie folgt dar:

Optionen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente		Gewichteter durchschnittlicher Ausübungspreis je Anteilsoption		Anteilsoptionen	
Zeitpunkt der Gewährung	Zeitpunkt der ersten Ausübungsmöglichkeit	2016	2015*	2016	2015*
2011	2015	257,63	293,74	328	401
2012	2016	1,00	1,00	655	655
2013	2017	80,42	72,60	458	508
2014	2018	1.320,36	1.139,75	5.821	7.138
2015	2019	463,08	671,58	1.017	1.075
2016	2020	47,46	-	3.228	-
		732,77	921,84	11.507	9.777

* Vorjahreswerte angepasst, um fehlerhafte Darstellungen zu korrigieren.

Optionen mit Barausgleich		Gewichteter durchschnittlicher Ausübungspreis je Anteilsoption		Anteilsoptionen	
Zeitpunkt der Gewährung	Zeitpunkt der ersten Ausübungsmöglichkeit	2016	2015*	2016	2015*
2011	2015	54,21	53,70	5.009	5.373
2012	2016	292,00	292,00	88	88
2013	2017	292,00	292,00	183	185
2014	2018	1.470,23	1.340,73	216	279
2015	2019	1.243,77	1.312,23	223	262
2016	2020	-	-	-	-
		165,35	175,54	5.719	6.187

* Vorjahreswerte angepasst, um fehlerhafte Darstellungen zu korrigieren.

Die Vertragslaufzeiten der Optionen sind in den Optionsvereinbarungen nicht festgelegt. Daher sind die gewichteten durchschnittlichen Vertragsrestlaufzeiten für die jeweils zum Abschlussstichtag ausstehenden Anteilsoptionen von zukünftigen Exitereignissen abhängig.

Beizulegender Zeitwert von Anteilsoptionen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente und von Phantomoptionen mit Barausgleich

Die beizulegenden Zeitwerte der gewährten Anteilsoptionen und Phantomoptionen werden nach dem Black-Scholes-Optionspreismodell bemessen. Künftige Wertschwankungen werden unter Heranziehung historischer Durchschnittsvolatilitäten des Anteilspreises vergleichbarer Unternehmen ermittelt. Die erwarteten Laufzeiten der Optionen hängen von zukünftigen Exitereignissen ab. Daher hat die Gesellschaft auf der Grundlage von Ermessensentscheidungen der Unternehmensleitung angemessene Annahmen bezüglich des Eintrittszeitpunkts solcher Exitereignisse getroffen.

Der gewichtete durchschnittliche beizulegende Zeitwert für die im Geschäftsjahr 2016 gewährten Anteilsoptionen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente betrug zum Gewährungszeitpunkt EUR 3.999 (2015: EUR 888). Bei der Bemessung der beizulegenden Zeitwerte dieser Anteilsoptionen zum Gewährungszeitpunkt wurden folgende Inputdaten zugrunde gelegt:

Zeitpunkt der Gewährung	2016 (Anteile der Gesellschaft)	2015 (Anteile von Tochterunternehmen)	2015 (Anteile der Gesellschaft)
Anteilspreis (EUR)	3.445 - 4.167	976 - 36.886	3.817 - 3.983
Ausübungspreis der Optionen (EUR)	1 - 1.830	260,70 - 15.428	4.352 - 5.229
Volatilität in Abhängigkeit von der Laufzeit	47,2%	51,0%	51,0%
Voraussichtliche Laufzeit	4,0	4,0	4,0
Dividendenrendite	nil	nil	nil
Risikoloser Zinssatz	0%	0%	0%
Beizulegender Zeitwert je Option (EUR)	1.986 - 4.167	727 - 3.050	732 - 1.286

Die Phantomoptionen werden in bar beglichen. Dementsprechend sind die beizulegenden Zeitwerte der zugrundeliegenden Anteile und der Phantomoptionen zu jedem Abschlussstichtag zu bemessen.

Der gewichtete durchschnittliche beizulegende Zeitwert der zum 31. Dezember 2016 ausstehenden Phantomoptionen betrug TEUR 1,6 (2015: TEUR 1,8). Bei der Bemessung der beizulegenden Zeitwerte der Phantomoptionen mit Barausgleich zu den jeweiligen Abschlussstichtagen wurden im Wesentlichen folgende Inputdaten zugrunde gelegt:

Abschlussstichtag	2016 (Anteile von Tochterunternehmen)	2016 (Anteile der Gesellschaft)	2015 (Anteile von Tochterunternehmen)	2015 (Anteile der Gesellschaft)
Anteilspreis (EUR)	1.804	3.405	1.863	3.889
Gewichteter durchschnittlicher Ausübungspreis der Optionen (EUR)	90,97	4.714,16	96,11	4.732,50
Volatilität in Abhängigkeit von der Laufzeit	43,7% - 46,4%	46,4%	48,1% - 53,4%	51,0%
Voraussichtliche Laufzeit	1,1 - 1,5	3,0	2,1 - 2,5	4,0
Dividendenrendite	nil	nil	nil	nil
Risikoloser Zinssatz	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Beizulegender Zeitwert je Option (EUR)	1.031 - 1.803	333 - 1.204	1.089 - 1.783	650 - 877

Aufwendungen und Verbindlichkeiten für anteilsbasierte Vergütungen

Der beizulegende Zeitwert wird über den Erdienungszeitraum (basierend auf der vom Konzern vorgenommenen Schätzung der Anzahl der Anteile, die möglicherweise unverfallbar werden) linear als Aufwand erfasst. Bei Vergütungsinstrumenten mit gestaffelten Erdienungsmerkmalen wird jede Tranche des Instruments als separate Gewährung behandelt. Das bedeutet, dass jede Tranche separat über den entsprechenden Erdienungszeitraum als Aufwand erfasst wird.

Geschätzte Verwirkungen werden korrigiert, wenn die Anzahl der Vergütungszusagen, die voraussichtlich unverfallbar werden, von früheren Schätzungen abweicht. Differenzen zwischen den geschätzten und den tatsächlichen Verwirkungen werden in der Berichtsperiode erfasst, in der sie anfallen.

Im Geschäftsjahr 2016 wurden Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen in Höhe von insgesamt TEUR 4.011 erfasst (2015: TEUR 4.641). Darin sind Aufwendungen aus Sozialversicherungsbeiträgen in Höhe von TEUR 284 (2015: TEUR 335) enthalten. Die Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente betragen dabei TEUR 4.216 (2015: TEUR 5.464). Zudem gab es erfolgsneutrale Rückkäufe von Eigenkapitalinstrumenten in Höhe von TEUR 1.441. Davon waren TEUR 767 zahlungsunwirksam. Im Rahmen der Neubewertung der Optionen mit Barausgleich wurde hingegen ein Ertrag in Höhe von TEUR 489 realisiert (2015: TEUR 1.154), wodurch sich die zum 31. Dezember 2016 erfasste Verbindlichkeit nun auf TEUR 9.600 (2015: TEUR 10.542) beläuft. Daneben gab es auch erfolgsneutrale Rückkäufe von Optionen mit Barausgleich. Der gesamte am Ende der Berichtsperiode festgestellte innere Wert der Verbindlichkeiten für Phantomoptionen, die zum Ende der Berichtsperiode unverfallbar geworden waren, beläuft sich auf TEUR 9.472 (2015: TEUR 10.327). Diese unverfallbaren Phantomoptionen sind nur bei Eintritt eines Exitereignisses ausübbar.

Neues Beteiligungsprogramm 2016

Im Jahr 2016 hat Westwing ein neues Beteiligungsprogramm aufgesetzt, das aus drei Elementen besteht.

- Rückkauf bereits erdienter Unternehmensbeteiligungen bzw. Anteilsoptionen
- Zuteilung neuer Anteilsoptionen an der Westwing Group GmbH
- Verlängerung des Andienungszeitraums bereits bestehender Anteilsoptionen

Rückkauf von Anteilsoptionen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente und Eigenkapitalanteilen

Im Rahmen dieses Beteiligungsprogrammes wurden im Juli 2016 bereits erdiente Anteilsoptionen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente und Barausgleich sowie Eigenkapitalanteile von der Westwing Group GmbH von berechtigten Mitarbeitern zurückgekauft. Insgesamt wurden 708 Anteilsoptionen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente zu einem Durchschnittspreis von EUR 898, 402 Anteilsoptionen mit Barausgleich zu einem Durchschnittspreis von EUR 691 sowie 1.383 Eigenkapitalanteile zu einem Durchschnittspreis von EUR 2.059 (jeweils ohne Steuern und Sozialversicherung) zurückgekauft. TEUR 998 sind als eigene Anteile innerhalb des Eigenkapitals ausgewiesen. Die Veränderung der Anzahl der Optionen zum 31. Dezember 2016 ist in den oben beschriebenen Bewertungen enthalten.

Ausgabe von neuen Anteilsoptionen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente

Im Jahr 2016 wurden von der Westwing Group GmbH 3.485 neue Anteilsoptionen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente an ausgewählte Mitarbeiter ausgegeben (oben enthalten in der Tabelle Optionen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente). Die neuen Optionen haben einen Ausübungspreis von EUR 1,00. Die neuen Anteilsoptionen werden beim jeweils späteren Zeitpunkt (geleistete Dienstzeit von mindestens drei Jahren (Erdienungszeitraum) und ein Jahr nach einem Exit) gewährt. Verlässt der Mitarbeiter das Unternehmen, bevor die drei Jahre erbracht sind, verfällt die Option. 345 dieser neuen Optionen sind 2016 durch Ausscheiden von Mitarbeitern verfallen. Der beizulegende Zeitwert je Option lag 2016 bei EUR 4.167.

Verlängerung des Erdienungszeitraums

Im Jahr 2016 wurde für die Teilnehmer des neuen Beteiligungsprogramms vereinbart, dass sich der Erdienungszeitraum für 40% ihrer bereits zuvor bestehenden Optionen bis zum Juni 2019 verlängert. Die Vereinbarung sieht vor, dass diese 40% bei Kündigung des Arbeitsverhältnisses durch den Mitarbeiter verfallen. Wird der Mitarbeiter gekündigt oder endet das Arbeitsverhältnis auf andere Weise, gilt der ursprüngliche Erdienungszeitraum. Die Neuregelung des Erdienungszeitraums stellt eine nicht vorteilhafte Modifikation dar und hatte keinen Einfluss auf den beizulegenden Zeitwert der Optionen.

17. Darlehen

Die Gesellschaft wies zum 31. Dezember 2016 keine Darlehen aus (31. Dezember 2015: TEUR 1.708).

Am 12. April 2013 hatte die Gesellschaft einen Kreditvertrag mit Kreos über EUR 10 Mio. in zwei Tranchen geschlossen. Die beiden Tranchen in Höhe von jeweils EUR 5 Mio. wurden am 1. Juli 2013 bzw. am 27. August 2013 abgerufen. Beide Tranchen wurden vertragsgemäß innerhalb von 36 Monaten nach Gewährung in 2016 vollständig zurückgezahlt.

18. Derivative Finanzinstrumente und finanzielle Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten

Neben dem Kreditvertrag haben Westwing und Kreos im April 2013 auch eine Optionsvereinbarung unterzeichnet, die Kreos das Recht einräumt, bei Ausübung der Option (*warrant*) Anteile an der Westwing zu erhalten. Für eine Zahlung in Höhe von TEUR 1.250 erhielt Kreos Eigenkapital, wobei der Preis je Anteil von Kreos festgelegt werden kann. Jedoch muss sich der festgelegte Preis im Rahmen der seit Kreditgewährung in einer Finanzierungsrunde vereinbarten Preise bewegen. Die Option stellt ein derivatives Finanzinstrument dar und wird erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet. Der Wert erhöhte sich zum 31. Dezember 2016 auf TEUR 868 (31. Dezember 2015: TEUR 835).

Im Mai 2016 hat Westwing mit seinen Investoren einen Finanzierungsvertrag abgeschlossen, der den Investoren für eine Zahlung von TEUR 24.000 Optionen gewährt, die zum Zeitpunkt eines vordefinierten Ereignisses in Anteile an Westwing getauscht werden können. Der Preis bemisst sich dabei an der Unternehmensbewertung zum Zeitpunkt der Wandlung. Nach der erstmaligen Erfassung werden die finanziellen Verbindlichkeiten unter Anwendung der Effektivzinsmethode zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet. Bei der Effektivzinsmethode werden die fortgeführten Anschaffungskosten einer finanziellen Verbindlichkeit berechnet und die Zinsaufwendungen über die betreffende Periode zugeordnet. Die Folgebewertung erfolgt zu fortgeführten Anschaffungskosten unter der Berücksichtigung der jährlich aktualisierten Unternehmensbewertung. Der Wert der Verbindlichkeit lag zum 31. Dezember 2016 bei TEUR 27.901.

19. Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing

Im Geschäftsjahr 2015 hat die Gesellschaft die in den Vorjahren im Rahmen von Finanzierungs-Leasingverhältnissen gemieteten Stahlgestelle sowie sonstige Lagerausstattung vom Leasinggeber abgekauft. Die Vermögensgegenstände wurden zum Wert der Leasingverbindlichkeit in Höhe von insgesamt TEUR 1.542 abgekauft.

20. Kurzfristige und langfristige Verbindlichkeiten

Finanzielle Verbindlichkeiten

Zum 31. Dezember setzen sich die finanziellen Verbindlichkeiten wie folgt zusammen:

<i>TEUR</i>	31.12.2016	31.12.2015
Darlehen	-	1.708
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	29.482	25.070*
Abgegrenzte Schulden aus Lieferungen und Leistungen	9.237	9.046*
Verbindlichkeiten gegenüber Mitarbeitern	13.480	14.007
Umsatzsteuer-Verbindlichkeiten	2.854	2.453
Steuerverbindlichkeiten	395	259
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	28.769	861
Summe	84.217	53.404
<i>davon kurzfristig</i>	46.717	42.862*
<i>davon langfristig</i>	37.501	10.542

* Die Vorjahreszahlen wurden gemäß IAS 8 angepasst, siehe Textziffer 2.3 im Konzernanhang

Die finanziellen Verbindlichkeiten gegenüber Mitarbeitern in Höhe von TEUR 13.480 (31. Dezember 2015: TEUR 14.007) beinhalten die Verbindlichkeiten für anteilsbasierte Vergütung mit Barausgleich in Höhe von TEUR 9.600 (31. Dezember 2015: TEUR 10.542). Für weitere Informationen wird auf Anhangangabe 16 verwiesen.

Für Angaben im Zusammenhang mit finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten wird auf Anhangangaben 22 und 23 verwiesen.

Nicht-finanzielle Verbindlichkeiten

Zum 31. Dezember setzen sich die nicht- finanziellen Verbindlichkeiten wie folgt zusammen:

<i>TEUR</i>	31.12.2016	31.12.2015
Vorauszahlungen von Kunden	10.400	9.115
Verbindlichkeiten gegenüber Mitarbeitern (Urlaub)	1.455	1.217
Sonstige nicht finanzielle Verbindlichkeiten	728	76
Summe	12.584	10.408
<i>davon kurzfristig</i>	12.584	10.408
<i>davon langfristig</i>	-	-

* Die Vorjahreszahlen wurden gemäß IAS 8 angepasst, siehe Textziffer 2.3 im Konzernanhang

21. Rückstellungen

Die Veränderungen der Rückstellungen für Verbindlichkeiten und Aufwendungen stellen sich wie folgt dar:

<i>TEUR</i>	Rechtsstreitigkeiten	Rückbauverpflichtungen	Retouren	Sonstige	Summe
Stand 1. Januar 2016	154	296	1.308	65	1.823
Zuführung	148	220	1.357	16	1.740
Auflösung	(72)	(179)	-	-	(250)
Inanspruchnahme	(68)	-	(1.316)	(65)	(1.449)
Umrechnungsdifferenzen	13	-	8	-	21
Stand 31. Dezember 2016	175	337	1.357	16	1.885

Übersicht der gesamten Rückstellungen:

<i>TEUR</i>	Rechtsstreitigkeiten	Rückbauverpflichtungen	Retouren	Sonstige	Summe
<i>Enthalten in:</i>					
Kurzfristige Verbindlichkeiten	175	-	1.357	16	1.548
Langfristige Verbindlichkeiten	-	337	-	-	337
Stand 31. Dezember 2016	175	337	1.357	16	1.885

Die Rückstellung für Retouren in Höhe von TEUR 1.357 (2015: TEUR 1.308) spiegelt das Risiko wider, dass Produkte innerhalb der gesetzlichen Frist zurückgegeben werden. Die Rückstellung wird für jedes Land anhand einer geschätzten Retourenquote berechnet.

Die Rückstellung für Rückbauverpflichtungen bildet die Verpflichtungen zur Wiederherstellung des ursprünglichen Zustands gemieteter Immobilien zum Ende der Mietlaufzeit ab. Der Zeitpunkt des Mittelabflusses ist abhängig vom Zeitpunkt, zu dem die gemietete Immobilie, für die die Rückstellung gebildet

wurde, geräumt wird. Für die vorigen Geschäftsräume in der Dingolfinger Straße 2 wird davon ausgegangen, dass die zurückgestellten Beträge im Geschäftsjahr 2017 ausgezahlt werden. Die Zuführung betrifft die Rückbauverpflichtung für die neuen Büroräume in der Moosacher Straße 88. Der Zeitpunkt der Auszahlung ist ungewiss.

Die Rückstellung für Rechtsstreitigkeiten spiegelt die bestmögliche Schätzung von aus Rechtsstreitigkeiten resultierenden, etwaigen Verpflichtungen wider. Die Erhöhung der Rückstellung um TEUR 148 resultiert im Wesentlichen aus Klagen in Bezug auf die Verletzung von Markenrechten. Der Zeitpunkt der Mittelabflüsse aus der Rückstellung für Rechtsstreitigkeiten ist ungewiss, wird aber voraussichtlich innerhalb von einem Jahr eintreten.

Im Vorjahr stellten sich die Veränderungen der Rückstellungen für Verbindlichkeiten und Aufwendungen stellen sich wie folgt dar:

<i>TEUR</i>	Rechtsstreitigkeiten	Rückbauverpflichtungen	Retouren	Sonstige	Summe
Stand 1. Januar 2015	223	296	1.096	59	1.674
Zuführung	127	-	1.308	65	1.500
Auflösung	(137)	-	-	(3)	(140)
Inanspruchnahme	(59)	-	(1.077)	(55)	(1.191)
Umrechnungsdifferenzen	-	-	(19)	(1)	(20)
Stand 31. Dezember 2015	154	296	1.308	65	1.823

Übersicht der gesamten Rückstellungen:

<i>TEUR</i>	Rechtsstreitigkeiten	Rückbauverpflichtungen	Retouren	Sonstige	Summe
<i>Enthalten in:</i>					
Kurzfristige Verbindlichkeiten	154	-	1.308	65	1.527
Langfristige Verbindlichkeiten	-	296	-	-	296
Stand 31. Dezember 2015	154	296	1.308	65	1.823

22. Finanzrisikomanagement

22.1. Finanzielle Risikofaktoren

22.1.1. Überblick

Finanzielle, betriebliche und rechtliche Risiken werden im Konzern aktiv gesteuert. Der Konzern ist einer Vielzahl finanzieller Risiken ausgesetzt: Marktrisiken (einschließlich Währungs- und Zinsrisiken), Kreditrisiken und Liquiditätsrisiken. Das konzernweite Risikomanagementprogramm konzentriert sich auf die unvorhersehbaren Entwicklungen der Finanzmärkte und ist darauf ausgerichtet, mögliche negative Auswirkungen auf die Ertragslage des Konzerns zu minimieren. Die primären Ziele des Finanzrisikomanagements bestehen darin, Risikolimits festzulegen und sicherzustellen, dass die Risikogefährdung diese Limits nicht übersteigt. Die Funktionen des betrieblichen und rechtlichen Risikomanagements sollen die Einhaltung von internen Regelungen und Verfahrensweisen sicherstellen, damit betriebliche und rechtliche Risiken minimiert werden. Das Risikomanagement erfolgt zentral im Konzern und umfasst alle konsolidierten Gesellschaften.

22.1.2. Marktrisiko

Der Konzern ist Marktrisiken ausgesetzt. Diese ergeben sich aus offenen Posten in Fremdwährung (Währungsrisiko) sowie verzinslichen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten (Zinsrisiko), die eine Sensitivität gegenüber allgemeinen bzw. besonderen Marktentwicklungen aufweisen. Diese Risiken werden laufend durch die Unternehmensleitung überwacht, um sicherzustellen, dass diese bestimmte Limits nicht übersteigen. Im Falle stärkerer Marktbewegungen lassen sich Verluste jedoch nicht vermeiden. In der nachfolgenden Sensitivitätsanalyse für das Marktrisiko wird angenommen, dass sich ein Faktor verändert, während alle übrigen Faktoren konstant bleiben. In der Realität ist dies jedoch eher unwahrscheinlich, da Änderungen bei einem Faktor mit Änderungen bei einem anderen Faktor einhergehen können.

Währungsrisiko

Der Konzern ist international tätig und daher Wechselkursrisiken aus verschiedenen Fremdwährungspositionen ausgesetzt, darunter insbesondere in polnischen Zloty, russischen Rubel, brasilianischen Real und Schweizer Franken. Wechselkursrisiken bestehen, wenn künftige Transaktionen oder bilanzierte Vermögenswerte und Verbindlichkeiten auf eine andere als die funktionale Währung lauten.

Das Wechselkursrisiko wird durch das Geschaftmodell des Konzerns minimiert. Umsätze sowie Kosten werden größtenteils in den jeweils lokalen Währungen generiert. Damit kann ein Teil der Währungsrisiken natürlich abgesichert werden. Fremdwährungsgewinne und -verluste, die in der konsolidierten Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesen sind, ergeben sich im Wesentlichen aus der konzerninternen Finanzierung.

Die folgende Tabelle zeigt die Sensitivität des Konzernergebnisses sowie des Eigenkapitals gegenüber einer nach vernünftigem Ermessen grundsätzlich möglichen Wechselkursänderung zum Abschlussstichtag. Alle anderen Variablen bleiben konstant.

<i>TEUR</i>	31.12.2016	31.12.2015
Aufwertung / (Abwertung) des Polnischen Zloty um 10%	+67 / (67)	+94 / (94)
Aufwertung / (Abwertung) des Russischen Rubel um 10%	+274 / (274)	+1.692 / (1.692)
Aufwertung / (Abwertung) des Schweizer Franken um 10%	+23 / (23)	+21 / (21)
Summe	+364 / (364)	+1.807 / (1.807)

Das Risiko wurde ausschließlich für monetäre Posten quantifiziert, die in anderen Währungen als der funktionalen Währung lautend sind. Da keine Bilanzierung von Sicherungsbeziehungen erfolgt, ergaben sich keine Auswirkungen auf das sonstige Ergebnis.

Zinsrisiko

Das Zinsrisiko ist das Risiko, dass der beizulegende Zeitwert oder die künftigen Cashflows eines Finanzinstruments aufgrund von Änderungen der Marktzinssätze schwanken. Da der Konzern nur über festverzinsliche Darlehen verfügt, hätte eine grundsätzlich mögliche Änderung der Zinssätze am Abschlussstichtag daher keine Auswirkung auf das Ergebnis oder das Eigenkapital.

22.1.3. Kreditrisiko

Das Kreditrisiko wird definiert als die Gefahr, dass ein Vertragspartner bei einem Geschäft über ein Finanzinstrument bei dem anderen Partner finanzielle Verluste verursacht, da er seinen Verpflichtungen nicht nachkommt. Kreditrisiken ergeben sich aus Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten sowie Einlagen bei Kredit- bzw. Finanzinstituten und aus Ausfallrisiken bei Geschäft- und Privatkunden und schließen offene Forderungen ein. Das Kreditrisiko entsteht aufgrund von Produktverkäufen mit Zahlungsziel und sonstigen Geschäftsvorfällen mit Vertragspartnern, die zu finanziellen Vermögenswerten führen. Das Kreditrisiko gegenüber Kunden wird auf Ebene der Tochterunternehmen mit Hilfe von sowohl internen als auch externen Informationsquellen systematisch erfasst, analysiert und gesteuert.

Das maximale Kreditrisiko des Konzerns entspricht den nachfolgend dargestellten Buchwerten der jeweiligen Klassen von finanziellen Vermögenswerten in der Konzernbilanz:

<i>TEUR</i>	Anhang	31.12.2016	31.12.2015
<i>Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen</i>	11		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (netto)		5.198	4.989
Sonstige finanzielle Forderungen		5.180	3.241
<i>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente</i>	13		
Kassenbestand		5	13
Guthaben bei Kreditinstituten		17.894	18.661
Kurzfristige Einlagen bei Kreditinstituten		-	-
Summe Bilanzrisiko		28.277	26.903

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen

Aufgrund der Geschäftstätigkeit des Konzerns ist das Kreditrisiko mit Vertragspartnern begrenzt, da bei der Mehrzahl der Transaktionen der Zahlungseingang entweder zum Verkaufszeitpunkt oder im Fall der Zahlung bei Lieferung zum Zeitpunkt der Lieferung erfolgt. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen beschränken sich daher im Wesentlichen auf Forderungen gegenüber Zahlungsdienstleistern und Kreditkartengesellschaften.

Der Konzern steuert das eingegangene Kreditrisiko durch Festlegung von Risikolimits für einzelne Vertragspartner oder Gruppen von Vertragspartnern. Das Kreditrisiko wird regelmäßig überwacht und mindestens einmal jährlich überprüft.

Der Konzern kontrolliert regelmäßig die Fälligkeitsstruktur der ausstehenden Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und ergreift Maßnahmen bei überfälligen Posten.

Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

Die nachstehende Tabelle zeigt eine Analyse der Bonität der Finanzinstitute, bei denen Konten bestehen, anhand der Ratingeinstufungen von Standard & Poor's:

<i>TEUR</i>	31.12.2016	31.12.2015
AAA	-	-
AA- bis AA+	143	66
A- bis A+	5	3
BBB- bis BBB+	13.493	17.871
Rating unter BBB-	4.040	354
Kein Rating	213	368
Summe	17.894	18.661

Konzentration von Kreditrisiken

Das Kreditrisiko des Konzerns ist aufgrund seiner Geschäftstätigkeit auf eine Vielzahl verschiedener Parteien verteilt; daher besteht keine Konzentration von Kreditrisiken.

22.1.4. Liquiditätsrisiko

Das Liquiditätsrisiko ist das Risiko, dass ein Unternehmen möglicherweise Schwierigkeiten hat, seine Verpflichtungen aus finanziellen Verbindlichkeiten zu erfüllen, ohne das Tagesgeschäft oder die Finanzlage des Konzerns zu beeinträchtigen. Liquide Mittel erhöhen die Fähigkeit den erwarteten und unerwarteten Liquiditätsbedarf zu decken.

Ziel des Konzerns ist es, ein stabiles Gleichgewicht zwischen der kontinuierlichen Deckung des Finanzmittelbedarfs bei gleichzeitiger Sicherstellung der Flexibilität durch die Nutzung von Kapitalerhöhungen und Krediten zu wahren.

Der Konzern ist täglichen Liquiditätsbedarfen ausgesetzt. Um sicherzustellen, dass jegliche Liquiditätsentnahmen gedeckt sind, werden von den operativen Gesellschaften monatliche Cashflow-Prognosen vorgenommen und in einer Konzern-Cashflow-Prognose aggregiert. Das Konzernfinanzwesen überwacht diese rollierenden Prognosen des Liquiditätsbedarfs des Konzerns, um sicherzustellen, dass genügend liquide Mittel für die betrieblichen Erfordernisse zur Verfügung stehen.

Die nachfolgende Tabelle zeigt die nicht derivativen finanziellen Verbindlichkeiten des Konzerns zum 31. Dezember 2016 gegliedert nach der vertraglichen Restlaufzeit. Die in der Tabelle angegebenen Beträge sind die nicht abgezinsten vertraglich vereinbarten Cashflows.

Die nicht abgezinsten Cashflows weichen von den in der Bilanz ausgewiesenen Beträgen ab, da der Bilanzansatz auf abgezinsten Cashflows beruht.

Die Fälligkeitsanalyse der finanziellen Verbindlichkeiten stellt sich zum 31. Dezember 2016 wie folgt dar:

<i>TEUR</i>	Bis zu 3 Monate	3 Monate bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	Mehr als 5 Jahre	Summe
Verbindlichkeiten					
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	29.482	-	-	-	29.482
Abgegrenzte Schulden aus Lieferungen und Leistungen	9.237	-	-	-	9.237
Verbindlichkeiten gegenüber Mitarbeitern (anteilsbasierte Vergütung und Boni)	3.880	-	9.600	-	13.480
Verbindlichkeiten aus Steuern	3.249	-	-	-	3.249
Summe der künftigen Zahlungen, einschließlich künftige Tilgungs- und Zinszahlungen	45.848	-	9.600	-	55.449

Die finanziellen Verbindlichkeiten, die in Anhangangabe 18 beschrieben sind, werden in obiger Tabelle nicht dargestellt, da diese zahlungsunwirksam sind.

Die Fälligkeitsanalyse der finanziellen Verbindlichkeiten stellt sich zum 31. Dezember 2015 wie folgt dar:

<i>TEUR</i>	Bis zu 3 Monate	3 Monate bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	Mehr als 5 Jahre	Summe
Verbindlichkeiten					
Darlehen	993	837	-	-	1.830
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	24.204*	866	-	-	25.070
Abgegrenzte Schulden aus Lieferungen und Leistungen	9.046*	-	-	-	9.046
Verbindlichkeiten gegenüber Mitarbeitern (anteilsbasierte Vergütung und Boni)	3.465	-	10.542	-	14.007
Verbindlichkeiten aus Steuern	2.712	-	-	-	2.712
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	27	-	-	-	27
Summe der künftigen Zahlungen, einschließlich künftige Tilgungs- und Zinszahlungen	40.447	1.703	10.542	-	52.692

* Die Vorjahreszahlen wurden gemäß IAS 8 angepasst, siehe Textziffer 2.3 im Konzernanhang

22.2. Kapitalsteuerung

Der Konzern steuert seine Kapitalstruktur zur Finanzierung der Geschäftstätigkeit des Konzerns und des weiteren Wachstums. Ein besonderes Augenmerk gilt dabei der Erwirtschaftung von liquiden Mitteln aus der betrieblichen Tätigkeit sowie aus Kapitalzuführungen durch neue oder bisherige Investoren. Vorrangiges Ziel des konzerninternen Kapitalmanagements ist es, die Fähigkeit des Konzerns zur Unternehmensfortführung aufrecht zu erhalten und so eine Rendite für die Anteilseigner sowie den Wert für andere Stakeholder zu erwirtschaften. Ein weiteres Ziel besteht in der Sicherstellung einer optimalen Kapitalstruktur, um so die Kapitalkosten zu senken.

22.3. Bemessung des beizulegenden Zeitwerts

Gemäß IFRS 13 sind die beizulegenden Zeitwerte der finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten den drei Stufen der Fair-Value-Hierarchie zuzuordnen. Die Hierarchiestufen werden wie folgt definiert:

- *Stufe 1:* Notierte (unverändert übernommene) Preise auf aktiven Märkten für identische Vermögenswerte oder Verbindlichkeiten, zu denen die Gesellschaft zum Bewertungsstichtag Zugang hat
- *Stufe 2:* Andere Inputfaktoren als die in Stufe 1 enthaltenen notierten Preise, die für den Vermögenswert oder die Verbindlichkeit entweder direkt oder indirekt beobachtbar sind
- *Stufe 3:* Input-Parameter für den Vermögenswert oder die Verbindlichkeit, die nicht auf beobachtbaren Marktdaten basieren

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Buchwerte der finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten des Konzerns bewertet zum beizulegenden Zeitwert und die jeweiligen beizulegenden Zeitwerte gegliedert nach Hierarchiestufe:

TEUR	31. Dezember 2016				31. Dezember 2015			
	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	Buchwert	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	Buchwert
Verbindlichkeiten								
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten:								
Derivative Finanzinstrumente	-	-	868	868	-	-	834	834
Summe Verbindlichkeiten	-	-	868	868	-	-	834	834

Im Geschäftsjahr fanden keine Umgliederungen zwischen den verschiedenen Hierarchiestufen des beizulegenden Zeitwerts statt.

Für Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen, Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten sowie sonstige finanzielle Verbindlichkeiten wird aufgrund ihrer Kurzfristigkeit angenommen, dass ihr Buchwert zum Ende der Berichtsperiode dem beizulegenden Zeitwert entspricht.

Die Kategorie „derivative Finanzinstrumente“ enthält zwei Optionen (*warrants*), im Rahmen dessen die Kreditgeber das Recht haben, bei Ausübung der Option Anteile an der Westwing zu erhalten. Der beizulegende Zeitwert der Optionen wird unter Verwendung des Black-Scholes-Modells anhand von Inputdaten ermittelt, die auf nicht beobachtbaren Marktdaten basieren (Stufe 3). Die als Inputdaten für das Black-Scholes-Modell verwendeten Marktdaten entsprechen den Inputdaten für die Bewertung anteilsbasierter Vergütungen nach IFRS 2.

23. Finanzinstrumente nach Kategorie

Die nachstehende Tabelle zeigt eine Analyse der Bilanzposten unter Angabe, ob die Folgebewertung zu fortgeführten Anschaffungskosten oder erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert erfolgt.

Die angegebenen Beträge stellen den Buchwert dar, der angesichts der kurzen Laufzeit der betroffenen Posten ihrem beizulegenden Zeitwert entspricht.

Finanzielle Vermögenswerte:

TEUR	Anhang	Kredite und Forderungen
		31. Dezember 2016
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	13	17.899
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen	11	10.378
Summe		28.277

31. Dezember 2015		
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	13	18.674
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen	11	8.230
Summe		26.904

Finanzielle Verbindlichkeiten:

31. Dezember 2016				
<i>TEUR</i>	Anhang	Finanzielle Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten	Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Verbindlichkeiten – zu Handelszwecken gehalten	Summe
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	20	29.482	-	29.482
Abgegrenzte Schulden aus Lieferungen und Leistungen	20	9.237	-	9.237
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten				
- Sonstige Verbindlichkeiten		16.729	-	16.729
- Derivative Finanzinstrumente	18		868	868
Darlehen	17	-	-	-
Summe		55.448	868	56.317

31. Dezember 2015				
<i>TEUR</i>	Anhang	Finanzielle Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten	Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Verbindlichkeiten – zu Handelszwecken gehalten	Summe
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	20	25.070*	-	25.070*
Abgegrenzte Schulden aus Lieferungen und Leistungen	20	9.046*	-	9.046*
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten				
- Sonstige Verbindlichkeiten		27	-	27
- Derivative Finanzinstrumente	18	-	834	834
Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing*	19	-	-	-
Darlehen	17	1.708	-	1.708
Summe		34.715	834	35.549

* Die Vorjahreszahlen wurden gemäß IAS 8 angepasst, siehe Textziffer 2.3 im Konzernanhang

Gewinne und Verluste aus Finanzinstrumenten

Die erfolgswirksamen Gewinne und Verluste aus Finanzinstrumenten für das Geschäftsjahr 2016 betragen TEUR -6.937 (2015: TEUR -2.455).

Die Gewinne und Verluste aus Finanzinstrumenten lassen sich wie folgt aufgliedern:

<i>TEUR</i>	Kategorie	2016	2015
Zinserträge	Kredite und Forderungen	65	10
Zinsaufwand	Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten	(1.228)	(1.740)
Zinsen Finanzierungsleasing	IAS 17	-	(49)
Finanzaufwand Investoren-Option	Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten	(4.928)	-
Bewertung der Kreos-Optionen	Zu Handelszwecken gehalten	(33)	(4)
Sonstige Finanzaufwendungen	Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten	(122)	(59)
Wertminderung von finanziellen Vermögenswerten	Kredite und Forderungen	(691)	(613)
Summe		(6.937)	(2.455)

24. Tochterunternehmen mit wesentlichen nicht beherrschenden Anteilen

Die Finanzinformationen zu Tochterunternehmen mit wesentlichen nicht beherrschenden Anteilen stellen sich wie folgt dar:

	Gründungsland und Hauptniederlassung	31.12.2016 Nicht beherrschende Anteile in %	31.12.2015 Nicht beherrschende Anteile in %
Westwing Home & Living GmbH	Deutschland	27,97%	29,37%
Westwing Comércio Varejista Ltda.	Brasilien	22,71%	24,02%

<i>TEUR</i>	31.12.2016	31.12.2015
Kumulierter Saldo der wesentlichen nicht beherrschenden Anteile:		
Westwing Home & Living GmbH	(17.890)	(17.866)
Westwing Comércio Varejista Ltda.	(3.943)	(4.070)
Den wesentlichen nicht beherrschenden Anteilen zurechenbarer Gewinn (Verlust):		
Westwing Home & Living GmbH	(1.031)	(3.828)
Westwing Comércio Varejista Ltda.	75	(892)

In den Geschäftsjahren 2016 und 2015 wurden in keiner der beiden Gesellschaften Dividenden an nicht beherrschende Anteile ausgezahlt.

Nachfolgend finden sich Finanzinformationen dieser Tochterunternehmen in zusammengefasster Form. Diese Darstellung basiert auf Angaben vor Zwischenergebniseliminierung und Eliminierungen von konzern-internen Forderungen und Verbindlichkeiten.

Westwing Group GmbH
Anhang zum Konzernabschluss

Zusammengefasste Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr 2016:

<i>TEUR</i>	Westwing Home & Living GmbH	Westwing Comércio Varejista Ltda.
Umsatzerlöse	86.136	30.424
Periodenergebnis	(3.688)	331
Gesamtergebnis	(3.688)	331

Zusammengefasste Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr 2015:

<i>TEUR</i>	Westwing Home & Living GmbH	Westwing Comércio Varejista Ltda.
Umsatzerlöse	67.032	28.251
Periodenergebnis	(13.035)	(3.715)
Gesamtergebnis	(13.035)	(3.715)

Zusammengefasste Bilanz zum 31. Dezember 2016:

<i>TEUR</i>	Westwing Home & Living GmbH	Westwing Comércio Varejista Ltda.
Zahlungsmittel und Zahlungsmittel- äquivalente	3.737	3.091
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen	5.141	747
Vorräte	5.005	2.120
Summe kurzfristige Vermögenswerte	22.524	6.338
Summe langfristige Vermögenswerte	3.654	803
Summe kurzfristige Verbindlichkeiten	(80.539)	(10.723)
Summe langfristige Verbindlichkeiten	(9.601)	-

Zusammengefasste Bilanz zum 31. Dezember 2015:

<i>TEUR</i>	Westwing Home & Living GmbH	Westwing Comércio Varejista Ltda.
Zahlungsmittel und Zahlungsmittel- äquivalente	3.432	328
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Forderungen	6.155	399
Vorräte	5.442	1.556
Summe kurzfristige Vermögenswerte	15.121	2.299
Summe langfristige Vermögenswerte	3.694	658
Summe kurzfristige Verbindlichkeiten	(69.126)	(6.567)
Summe langfristige Verbindlichkeiten	(10.521)	-

Zusammengefasste Kapitalflussrechnung für das Geschäftsjahr 2016:

Westwing Group GmbH
Konzernabschluss

<i>TEUR</i>	Westwing Home & Living GmbH	Westwing Comércio Varejista Ltda.
Cashflows aus laufender Geschäftstätigkeit	906	2.234
Cashflows aus der Investitionstätigkeit	(342)	(206)
Cashflows aus Finanzierungstätigkeit	(257)	450
Nettozunahme / (-abnahme) von Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	307	2.478

Zusammengefasste Kapitalflussrechnung für das Geschäftsjahr 2015:

<i>TEUR</i>	Westwing Home & Living GmbH	Westwing Comércio Varejista Ltda.
Cashflows aus laufender Geschäftstätigkeit	(9.162)	(275)
Cashflows aus der Investitionstätigkeit	(2.569)	(362)
Cashflows aus Finanzierungstätigkeit	13.115	930
Nettozunahme/(-abnahme) von Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	1.384	293

25. Ertragsteuern

Tatsächliche Ertragsteuern

Die wesentlichen Bestandteile des Ertragssteueraufwands für die Geschäftsjahre 2016 und 2015 setzen sich wie folgt zusammen:

<i>TEUR</i>	2016	2015
<i>Tatsächliche Ertragsteuern:</i>		
Tatsächlicher Steueraufwand / -ertrag	392	166
In der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesener Steueraufwand	392	166

Überleitungsrechnung zwischen dem erwarteten Steuerertrag als dem Produkt aus Periodenergebnis und dem in Deutschland anzuwendenden Körperschaft- und Gewerbesteuersatz für das Geschäftsjahr 2016 (2015) zu dem in Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesenen Ertragssteueraufwand:

<i>TEUR</i>	2016	2015
Periodenergebnis vor Steuern	(27.415)	(61.517)
Anzuwendender Steuersatz	32,975%	32,975%
Erwarteter Steueraufwand / -ertrag	(9.040)	(20.285)
Nicht erfasste steuerliche Verlustvorträge	6.134	16.463
Steuerlich nicht abzugsfähige Aufwendungen:		
- Nicht abzugsfähige Aufwendungen	2.478	1.335
Steuereffekt aus unterschiedlichen Steuersätzen ausländischer Tochtergesellschaften	36	2.321
Ertragsteueraufwand ausgewiesen in Gewinn- und Verlustrechnung	392	166

Latente Steuern

Die latenten Steuern setzen sich im Konzern wie folgt zusammen:

TEUR	Konzern-Bilanz		Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	
	31.12.2016	31.12.2015	2016	2015
Aktivierung selbst entwickelter Software	(527)	(613)	86	(554)
Unterschiede zu steuerlicher Abschreibung	1	1	-	-
Aktivierung Finanzierungsleasing	-	0	-	11
Wertberichtigung Vorräte	3	25	(22)	(6)
Bewertung von Forderungen	5	(499)	504	(524)
Bewertung von Rückstellungen	24	58	(34)	52
Abgrenzung und Zuführung zu Rückstellungen	45	233	(188)	449
Bewertung von Anteilsbezugsrechten	449	795	(346)	572
Latenter Steueraufwand / (-ertrag)	-	-	-	-
Latente Steueransprüche / (-Verbindlichkeiten), netto	-	-	-	-
In der Bilanz wie folgt ausgewiesen:				
Latente Steuerverbindlichkeiten	-	-		
Latente Steueransprüche	-	-		
Nettoposition latenter Steuern	-	-		

Latente Steueransprüche und latente Steuerverbindlichkeiten werden miteinander verrechnet, wenn diese sich auf Ertragsteuern des gleichen Steuersubjekts beziehen, die von der gleichen Steuerbehörde erhoben werden.

Latente Steueransprüche aufgrund temporärer Unterschiede in Höhe von TEUR 3.179 (2015: TEUR 3.749) und steuerliche Verlustvorträge in Höhe von TEUR 211.755 (2015: TEUR 185.972) wurden nicht aktiviert, da diese nicht mit ausreichender Wahrscheinlichkeit zum Ausgleich steuerlicher Gewinne genutzt werden können. Sie entstanden in Gesellschaften, die seit einiger Zeit Verluste schreiben und für die keine Steuerplanungen oder andere Möglichkeiten für eine Realisierung in naher Zukunft bestehen.

In verschiedenen Ländern sind steuerliche Verluste in Höhe von TEUR 211.755 (2015: TEUR 185.972) angefallen. Diese steuerlichen Verluste können wie folgt mit den künftigen zu versteuernden Ergebnissen der Unternehmen, in denen diese Verluste entstanden sind, verrechnet werden.

<i>TEUR</i>	2016	2015	Beschränkung bei steuerlichen Verlustvorträgen
Deutschland	(81.044)	(61.846)	Nein
Brasilien	(15.836)	(15.914)	Nein
Frankreich	(26.815)	(23.308)	Nein
Italien	(20.773)	(23.079)	Nein
Niederlande	(17.439)	(13.748)	Nein
Polen	(13.815)	(12.903)	Ja
Russland	(18.721)	(20.399)	Ja
Spanien	(17.312)	(14.775)	Ja
Summe	(211.755)	(185.972)	

Die folgenden Verlustvorträge verfallen wie folgt:

<i>TEUR</i>	2016	2015	Beschränkung bei steuerlichen Verlustvorträgen
Polen	(13.815)	(12.903)	Verfall 2017-2021
Russland	(17.044)	(20.399)	Verfall 2022-2026
Spanien	(17.312)	(14.775)	Verfall 2030-2034
Summe	(48.171)	(48.077)	

Latente Steueransprüche wurden nur in Höhe der erfassten latenten Steuerverbindlichkeiten unter Berücksichtigung der Mindestbesteuerungsvorschriften angesetzt.

Der Konzern hat festgestellt, dass es aufgrund der Verlustvorträge in absehbarer Zukunft keine ausschüttungsfähigen, bislang nicht ausgeschütteten Gewinne seiner Tochterunternehmen, Gemeinschaftsunternehmen und assoziierten Unternehmen gibt.

26. Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Verpflichtungen aus Operating-Leasingverhältnissen

Zum 31. Dezember bestehen folgende künftige Mindestleasingzahlungsverpflichtungen aufgrund von unkündbaren Operating-Leasingverhältnissen:

<i>TEUR</i>	31.12.2016	31.12.2015
Bis zu 1 Jahr	4.702	2.792
1 bis 5 Jahre	15.513	5.929
Mehr als 5 Jahre	8.696	-
Summe	28.911	8.721

Der Konzern hat Mietverträge für diverse Geschäftsräume, Lager und Geschäftsausstattung mit unterschiedlichen Konditionen, Kündigungsfristen und Verlängerungsoptionen abgeschlossen.

Wesentliche Operating-Leasingverhältnisse betreffen das Mietverhältnis für die Büroräume in der Dingolfinger Straße (ab 2017 Moosacher Straße), München, Deutschland, sowie für die Lagerhalle in Großbeeren, Deutschland. Beide Mietverträge sind bzw. waren bis zum Ablauf der jeweiligen Vertragslaufzeit unkündbar.

Verpflichtungen aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen

Bis Ende Juni 2015 hat der Konzern bestimmte Sachanlagen im Rahmen von Finanzierungs-Leasingverhältnissen gemietet, die vom Leasinggeber vor dem Ende der Laufzeit abgekauft wurden. Der Konzern verfügt über keine weiteren Finance-Leasing-Verhältnisse.

27. Salden und Geschäftsvorfälle mit nahestehenden Unternehmen und Personen

Die Rocket Internet SE, Berlin, Deutschland ist das oberste Mutterunternehmen der Westwing. Somit stellen alle Unternehmen, die von der Rocket Internet SE beherrscht oder gemeinschaftlich beherrscht werden und auf die die Rocket Internet SE einen maßgeblichen Einfluss ausübt, nahestehende Unternehmen des Konzerns dar.

Zum 31. Dezember 2016 bzw. 2015 stellten sich die offenen Salden mit diesen nahestehenden Unternehmen wie folgt dar:

<i>TEUR</i>	31.12.2016	31.12.2015
Bruttobetrag der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-	26
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten	9	18

Forderungen gegen nahestehende Unternehmen ergeben sich im Wesentlichen aus Verkaufstransaktionen und sind zwei Monate nach dem Zeitpunkt des Verkaufs fällig. Die Forderungen sind ihrer Art nach unbesichert und nicht zinstragend. Es bestand, wie im Vorjahr, kein Wertberichtigungsbedarf für Forderungen gegen nahestehende Unternehmen zum 31. Dezember 2016.

Verbindlichkeiten gegenüber nahestehenden Unternehmen ergeben sich im Wesentlichen aus Einkäufen und sind zwei Monate nach dem Zeitpunkt des Kaufs fällig. Die Verbindlichkeiten sind nicht verzinst.

Die Ergebnisse aus Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen stellen sich wie folgt dar:

<i>TEUR</i>	2016	2015
Verkauf von Gütern und Dienstleistungen	146	62
Bezogene Lieferungen und Leistungen	138	524

Vergütung von Personen in Schlüsselpositionen

Als Personen in Schlüsselpositionen gelten 7 Führungskräfte innerhalb des Konzerns (2015: 8 Führungskräfte). Die nachfolgende Übersicht zeigt die an die Personen in Schlüsselpositionen für ihre Tätigkeit gezahlte oder noch zu zahlende Vergütung:

<i>TEUR</i>	2016	2015
<i>Leistungen an Arbeitnehmer:</i>		
Gehälter	1.242	1.201
Anteilsbasierte Vergütung	1.327	79
Summe	2.569	1.280

Auf die Angabe der Bezüge der Geschäftsführung nach § 314 Abs. 1 Nr. 6 HGB wird in analoger Anwendung zu § 286 Abs. 4 HGB verzichtet.

28. Tochterunternehmen

Der Konsolidierungskreis des Konzerns umfasst zum 31. Dezember die folgenden unmittelbaren Tochterunternehmen:

Name	Gründungs- land und Geschäfts- sitz	Sitz	Beteiligungsquote 31.12.2016	Beteiligungsquote 31.12.2015
Westwing Home & Living GmbH	GER	München	72,03	70,63
Westwing Commercial GmbH	GER	Berlin	100,00	100,00
Juwel 183. V V UG	GER	Berlin	100,00	100,00
Westwing Spain Holding UG	GER	Berlin	94,96	94,12
Westwing France Holding UG	GER	Berlin	94,56	94,56
Westwing Italy Holding UG	GER	Berlin	91,24	88,76
Westwing Netherlands Holding UG	GER	München	87,64	87,12
Tekcor 1. V V UG	GER	Bonn	92,76	90,96
Brillant 1256. GmbH & Co. Dritte Verwaltungs KG	GER	Berlin	88,80	88,03
Brillant 1256. GmbH	GER	Berlin	100,00	100,00
Bambino 65. V V UG	GER	Berlin	100,00	100,00
Bambino 68. V V UG	GER	Berlin	93,72	93,72
Bambino 66. V V UG	GER	Berlin	94,20	93,92
wLabels GmbH	GER	Berlin	100,00	100,00
VRB GmbH & Co. B-156 KG	GER	Berlin	90,00	90,00
VRB GmbH & Co. B-157 KG	GER	Berlin	77,30	75,99
VRB GmbH & Co. B-160 KG	GER	Berlin	97,50	90,00
VRB GmbH & Co. B-165 KG	GER	Berlin	90,00	90,00
VRB GmbH & Co. B-166 KG	GER	Berlin	90,00	90,00
VRB GmbH & Co. B-167 KG	GER	Berlin	90,00	90,00

Des Weiteren umfasst der Konsolidierungskreis des Konzerns die folgenden mittelbaren Tochterunternehmen:

Name	Gründungs- land und Geschäfts- sitz	Sitz	Beteiligungsquote 31.12.2016	Beteiligungsquote 31.12.2015
WW E-Services Iberia S.L.	ES	Barcelona	94,96	94,12
WW E-Services Italy S.r.l.	IT	Mailand	91,24	88,76
WW E-Services France SAS	FR	Paris	94,56	94,56
Westwing Home and Living Poland S.P.Z.O.O.	PL	Warschau	92,76	90,96
WW E-Services The Netherlands B.V.	NL	Amsterdam	87,64	87,12
Westwing Comercio Varejista Ltda.	BR	Sao Paulo	77,29	75,98
Westwing Russia OOO	RU	Moskau	88,80	88,03

In den Konsolidierungskreis werden sämtliche Tochterunternehmen einbezogen. Der Anteil an unmittelbar vom Mutterunternehmen gehaltenen Stimmrechten an den Tochterunternehmen entspricht jeweils dem Anteil des gehaltenen Stammkapitals. Darüber hinaus hält das Mutterunternehmen keine Anteile an Vorzugsanteilen der konsolidierten Tochterunternehmen.

29. Ereignisse nach Ende der Berichtsperiode

Nach dem Ablauf des Geschäftsjahres 2016 sind folgende Ereignisse eingetreten, die einen wesentlichen Einfluss auf die zukünftige Vermögens-, Finanz- und Ertragslage von Westwing haben:

Am 10. Januar 2017 haben Westwing und Kreos einen Vertrag über eine Kreditlinie in Höhe von EUR 10 Mio. sowie eine Optionsvereinbarung unterzeichnet. Der Optionsschein ist einzeln zu bewerten, da er unabhängig von der vereinbarten Kreditlinie ist. Das Ziehen der Kreditlinie liegt im alleinigen Ermessen von Westwing und ist gemäß Vertrag bis zum 1. Januar 2018 möglich. Der Wert der Option beträgt TEUR 210 und wird als Ereignis des Jahres 2017 künftig unter den finanziellen Verbindlichkeiten ausgewiesen. Am 8. März 2017 hat Westwing eine Tranche der mit Kreos vereinbarten Kreditlinie in Höhe von EUR 5 Mio. gezogen, deren Zahlungseingang für Anfang April 2017 geplant ist.

Westwing Group GmbH
Berlin

Konzernlagebericht

31. Dezember 2016

Inhalt

1. Allgemeine Informationen	3
1.1 Geschäftstätigkeit	3
1.2 Konzernstruktur	5
1.3 Strategie und Ziele.....	5
1.4 Forschung und Entwicklung.....	6
2. Wirtschaftsbericht.....	7
2.1 Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen	7
2.2 Geschäftsverlauf.....	9
2.3 Erläuterungen zur Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage.....	10
2.3.1. Ertragslage	10
2.3.2. Finanzlage.....	13
2.3.3. Vermögenslage	14
2.4 Personal	15
3. Nachtragsbericht	16
4. Risiko- und Chancenbericht.....	16
4.1 Risikomanagementsystem.....	16
4.2 Risikobericht	17
4.2.1 Finanzwirtschaftliche Risiken	17
4.2.2 Strategische und operative Risiken	18
4.2.3 IT Risiken	19
4.2.4 Risikoberichterstattung in Bezug auf die Verwendung von Finanzinstrumenten	20
4.3 Chancenbericht.....	20
4.3.1 Gesamtwirtschaftliche Chancen	21
4.3.2 Strategische und operative Chancen	21
5. Prognosebericht	24

1. Allgemeine Informationen

1.1 Geschäftstätigkeit

Der Westwing-Konzern (nachfolgend: Westwing) ist eines der führenden eCommerce-Unternehmen im Home&Living-Markt. Das operative Geschäft erfolgt unverändert in 14 Ländern auf drei Kontinenten.

Das Unternehmen mit Hauptsitz in München wurde 2011 von Delia Fischer, Georg Biersack, Matthias Siepe, Stefan Smalla und Tim Schäfer gegründet. Der Konzern ist in den europäischen Kernmärkten Deutschland, Österreich und Schweiz (DACH), Italien, Frankreich, Spanien, Niederlande, Belgien, Polen, Tschechische Republik und Slowakei sowie in den aufstrebenden Märkten Brasilien, Russland und Kasachstan tätig. In den meisten Ländern hat sich Westwing als führendes Unternehmen in der Branche etabliert.

Westwings erster und größter Geschäftsbereich ist ein Shopping-Club, über den Mitgliedern hochwertige Möbel und Einrichtungsaccessoires angeboten werden. Mitglieder¹ werden bei Westwing – ähnlich wie in einem Magazin – täglich von neuen Einrichtungsideen inspiriert.

Das Geschäftsmodell von Westwing ist so konzipiert, dass ausschließlich Mitglieder Zugang zur Website und somit zum Produktangebot erhalten. Um Mitglied zu werden, ist eine Registrierung unter Angabe einer E-Mail-Adresse erforderlich. Die Mitgliederzahl stieg bis Ende Dezember 2016 auf mehr als 30 Millionen und wächst weiterhin.

Mitglieder werden organisch durch PR, Social Media, redaktionelle Beiträge, Empfehlungen („referrals“) und Suchmaschinenoptimierung (Search Engine Optimization, „SEO“) sowie über bezahlte Kanäle wie Suchmaschinen-Marketing (Search Engine Marketing, „SEM“), Facebook, Display Marketing und punktuell durch TV gewonnen. Für die Werbung eines Neukunden über kostenpflichtige Kanäle fallen bei Westwing einmalig Kosten bei Registrierung an, die sich durch einen prognostizierbaren „Return on Investment“ auszeichnen. Über 80% der monatlichen Bestellungen werden durch Wiederkäufer auf der Westwing-Homepage getätigt, die sich regelmäßig durch sorgfältig ausgewählte Produkte und professionell gestaltete Inhalte inspirieren lassen.

Mit täglich neu gestalteten Newslettern versucht Westwing seine Mitglieder zu begeistern und sie dadurch zu treuen Kunden zu machen. Die konsequente Ausrichtung auf die Bedürfnisse der Kunden (Customer Relationship Management, „CRM“) ist für Westwing von strategischer Bedeutung. Jeden Morgen erhalten die Mitglieder einen Newsletter mit Informationen über die aktuellen Verkaufsaktionen („Kampagnen“), die jeweils nur für wenige Tage verfügbar sind. Das Produktportfolio von Westwing umfasst hochwertige Wohnungsausstattung und Inneneinrichtung mit bis zu 70% Rabatt gegenüber der unverbindlichen Preisempfehlung der Hersteller.

Während sich Geschmack und Erwartungen der Kunden von Land zu Land unterscheiden, sind sich typische Westwing-Kunden dennoch relativ ähnlich: der Großteil dieser Kunden ist weiblich, zwischen 30 und 55 Jahren alt und verfügt über ein leicht überdurchschnittliches Einkommen. Ein Grund dafür ist, dass in den meisten Haushalten Frauen bei Einrichtungsfragen die Kaufentscheidung treffen. Dies zeigt sich unter anderem daran, dass die meisten Home&Living-Magazine primär auf Frauen ausgerichtet sind.

¹ Westwing definiert „Mitglieder“ als Personen, die sich auf der Website unter Angabe einer E-Mail-Adresse anmelden

Westwing bietet seinen Mitgliedern zudem ein kostenloses Online-Magazin mit zahlreichen Dekorationstipps, vielseitigen Einrichtungsideen, den neuesten Trends und Hintergrundinformationen zu den aktuellen Kampagnen an. Das Ziel dieses Magazins ist es, den Kunden ein umfassendes Produktangebot zu präsentieren, das den Leitspruch des Unternehmens unterstreicht, zu inspirieren und aus jedem Zuhause ein schönes Zuhause zu machen („To inspire and make every home a beautiful home“).

Mitglieder haben über ihren Computer jederzeit Zugriff auf die Homepage und die regelmäßig wechselnden Angebote. Daneben besteht ebenfalls die Möglichkeit, mobil über Smartphone- und Tablet-optimierte Seiten sowie über spezielle Apps für iOS- und Android-Geräte auf die Seite zuzugreifen. So können Mitglieder Westwing auch erreichen, wenn sie nicht vor ihrem Computer sitzen. Folglich profitiert Westwing vom anhaltenden Trend zur Nutzung mobiler Geräte, indem bereits über 50% aller Bestellungen über mobile Kanäle, wie Smartphones oder Tablets, eingehen.

Weltweit kooperiert Westwing mit mehr als 6.000 Lieferanten, darunter sowohl exklusive und sehr bekannte wie auch junge und aufstrebende Marken. Die individuelle Zusammenstellung sämtlicher Produkte erfolgt durch Style-und-Sales-Experten von Westwing und garantiert damit den einzigartigen ‚Look & Feel‘ der Homepage. Das Produktangebot und die Präsentation auf der eigenen Homepage wurden auch im Jahr 2016 fortwährend den immer steigenden Kundenansprüchen angepasst. Der Einkauf basiert auf dezentral gesteuerten lokalen Einkaufsabteilungen, die jeweils eigene Lieferantenportfolien betreuen und relevante Lieferanten aus diesen Portfolien kontinuierlich für andere lokale Märkte öffnen. Westwing ermöglicht Lieferanten somit den sofortigen Zugang zu bis zu 14 Märkten. Ein Erfolgsfaktor des Geschäftsmodells liegt darin, Ware der Lieferanten erst nach Kundenbestellung zu ordern und damit einerseits eine große Produktvielfalt zu attraktiven Preisen anzubieten, gleichzeitig aber auch Lagerbestände und damit verbundene Lager- und Kapitalkosten auf ein Minimum zu reduzieren.

Westwing möchte seinen Kunden ein modernes, interaktives Einkaufserlebnis durch zahlreiche Einrichtungsideen bieten und setzt dabei auf eine Kombination aus einem persönlich ausgewählten und gleichzeitig breit aufgestellten Produktsortiment zu attraktiven Preisen sowie der standortunabhängigen Verfügbarkeit unter Berücksichtigung des länderspezifischen Kundengeschmacks.

Als ergänzendes Geschäftsmodell betreibt Westwing den Online-Shop WestwingNow seit Februar 2015 in Deutschland, um eine ständige Auswahl an Wohnaccessoires und Möbeln anbieten zu können. Eine vorherige Registrierung ist hierbei nicht erforderlich, um die Website aufrufen zu können. Das Shopping-Club-Modell ist auf spontane Käufe ausgerichtet; während viele Menschen solche spontanen Einkäufe genießen, suchen viele Kunden aber auch bestimmte Produkte, die sie zu einem bestimmten Zeitpunkt benötigen. WestwingNow ist darauf ausgelegt, diese Menschen anzusprechen, da die Produkte hier in einem ständigen Sortiment angeboten werden. WestwingNow bietet die Möglichkeit, sich von ‚shoppable looks‘ inspirieren zu lassen und einen Eindruck davon zu erhalten, wie die angebotenen Produkte in den eigenen Räumen aussehen könnten: die Einrichtungsexperten von Westwing gestalten ganze Räume und stellen sie in verschiedenen Stilen aus. Die meisten dort gezeigten Produkte (oder sehr ähnliche Alternativen) sind auf der Website verfügbar und können direkt über das jeweilige Bild ausgewählt und gekauft werden. Die Einführung von WestwingNow als zusätzliches, ergänzendes Geschäftsmodell erfordert signifikante Investitionen in Mitarbeiter, Technologie und Lagerbestand, aber schafft auch viele Synergien und sich gegenseitig verstärkende Effekte zwischen den beiden Geschäftsmodellen, insbesondere gemeinsame Kunden und Synergien im Bereich Infrastruktur. WestwingNow wurde erfolgreich in 2016 auch in den Österreichischen und Schweizer Markt eingeführt.

1.2 Konzernstruktur

Der Westwing-Konzern wird von der Muttergesellschaft, der Westwing Group GmbH, geführt, einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung, die im Handelsregister des Amtsgerichts Berlin unter HRB 136693 eingetragen ist. Der Hauptsitz der Gesellschaft befindet sich seit dem 10. Januar 2017 in der Moosacher Str. 88, 80809 München (vormals: Dingolfinger Str. 2, 81673 München), Deutschland.

Der Westwing-Konzern umfasste Ende 2016 27 Tochtergesellschaften, die alle in den Konzernabschluss der Muttergesellschaft Westwing Group GmbH einbezogen sind.

In den letzten Jahren fanden mehrere Eigenkapitalerhöhungen statt. Zum Jahresende 2016 hatte Westwing mehr als 20 Investoren, unter anderem Rocket Internet, Kinnevik, Summit Partners und AI European Holdings.

1.3 Strategie und Ziele

Die strategische Ausrichtung und Zielsetzung von Westwing ergibt sich aus dem Unternehmens-Leitspruch („To inspire and make every home a beautiful home“) und der Vision („Be the worldwide leader in home & living eCommerce, by creating the most inspiring customer experience and the most loved brand“). Westwing ist eine eCommerce-Unternehmensgruppe, bei der Mitglieder und Kunden Zugang zu einzigartigen Home&Living-Produkten und tägliche Inspiration zu aktuellen sowie zukünftigen Einrichtungstrends erhalten. Der Konzern möchte seinen Mitgliedern jederzeit ein sorgfältig ausgewähltes Angebot an schönen Produkten zu attraktiven Preisen präsentieren.

Inspirationsquelle für Home & Living

Westwing sieht sich selbst als Inspirationsquelle für Home&Living-Einrichtungsideen. Das Unternehmen bietet seinen Kunden ein breites Spektrum an Produktkategorien an, wie Dekoration und Accessoires, Textilware, Beleuchtung, Küchengeschirr und -utensilien, kleine und große Möbel, Outdoor- und Gartenausstattung, Teppiche, Kunst sowie diverse weitere Produkte.

Das Kernziel von Westwing ist zum einen, die führende Marktposition weiter auszubauen und für seine Mitglieder die primäre Anlaufstelle für neue Einrichtungsideen zu sein, zum anderen den Unternehmenswert zu steigern. Um dieses Ziel zu erreichen, konzentriert sich Westwing primär auf den Ausbau der Marktanteile in den bestehenden Märkten sowie das Erreichen der Profitabilität. Das Unternehmen prüft dennoch selektiv die Möglichkeit, neue Märkte zu erschließen.

Überlegene Kundenakquise

Um Umsatz und Marktanteile zu steigern, setzt Westwing auf ein Wachstum der aktiven Kundenbasis. Um die Wachstumsziele erreichen zu können, sollen einerseits durch interessante, professionell aufbereitete Inhalte bestehende Kunden gehalten werden, sodass sie weiterhin regelmäßig die Website besuchen und die angebotenen Produkte bestellen. Andererseits wird in die Gewinnung neuer Mitglieder über die bereits beschriebenen organischen und kostenpflichtigen Marketingkanäle investiert.

Enge Lieferantenbeziehungen

Durch das kontinuierlich wachsende internationale Lieferantennetzwerk und einen trendgetriebenen, dynamischen Sales-Prozess hat das proaktive Lieferantenmanagement im letzten Jahr noch mehr an Bedeutung gewonnen. Ein intensives Key-Account-Management und Netzwerkveranstaltungen schaffen noch mehr Nähe und Austausch mit den Lieferanten. Heute ist Westwing nicht nur Vertriebspartner für seine Lieferanten, sondern auch ein wichtiger Marketingkanal und somit ein wichtiger strategischer Partner für alle Home&Living-Marken. Mit einer Reichweite von mehr als 30 Millionen Mitgliedern weltweit bietet Westwing seinen Lieferanten die Möglichkeit, reichweitenstarke Markenkommunikation zu betreiben, um neue Fans, neue Vertriebskooperationen und die Aufmerksamkeit der Branchenmedien zu gewinnen.

Außergewöhnliche Umsetzung

Ein wesentlicher Erfolgsfaktor für jeden Online-Händler ist seine Logistik-Kompetenz. Westwing hat ein internationales Logistiknetzwerk mit sieben Logistikzentren geschaffen. Diese Zentren sind so aufgebaut, dass sie nicht nur die Anforderungen eines eCommerce-Unternehmens erfüllen, sondern auch die eines Unternehmens mit internationalem Warenverkehr. Die Beschaffungskette ist in einer Vielzahl der Fälle so konzipiert, dass Westwing Produkte lokal einkauft, sie zum nächstgelegenen lokalen Logistikzentrum transportiert und von dort aus international verteilt. Die in 2014 im ersten Land eingeführte, selbst angepasste Lagerverwaltungssoftware wurde weiterentwickelt und um zusätzliche Funktionalitäten ergänzt, um das Geschäftsmodell von Westwing optimal zu unterstützen. Zusätzlich wurden Software-Einführungen in weiteren Ländern durchgeführt und vorbereitet.

Westwings erfahrenes Führungsteam, die Kombination aus intensiver Datenanalyse, kreativen Köpfen und Style-Experten sind wesentliche Erfolgsfaktoren zur Erreichung der gesetzten Ziele. Westwing möchte für bestehende und potenzielle neue Mitarbeiter ein attraktives Arbeitsumfeld bieten. Seit der Gründung investiert die Gesellschaft daher erheblich in die Mitarbeiter und hat nun ein erfahrenes Team etabliert, das über die notwendigen fachlichen Kenntnisse verfügt, um jeden Tag herausragende Leistung zu liefern.

1.4 Forschung und Entwicklung

Für ein eCommerce Unternehmen wie Westwing ist es von außerordentlich großer Bedeutung, einen Online-Auftritt zu entwickeln, der die Inspirationen und Ideen von Westwing vermittelt und gleichzeitig agil und flexibel ist.

Die in 2012 lizenzierte Webshop-Software deckt genau diese Ansprüche ab. Seitdem hat Westwing weiter in diese Software investiert und diese gezielt weiterentwickelt, um den wachsenden internen und externen Anforderungen aus dem operativen Geschäft gerecht zu werden. Ein wichtiger Meilenstein war der Ausbau der Software-Landschaft in 2013, um die steigende Bedeutung mobiler Plattformen zu adressieren. Westwing bietet Apps für iOS und Android Geräte sowie Smartphone- und iPad-optimierte Websites an. Im Herbst 2015 wurde eine völlig neue Version der iOS App eingeführt, welche nun sowohl das iPhone als auch das iPad unterstützt. Zusätzlich begann Westwing eine Software zu entwickeln, welche die Zusammenarbeit mit den Lieferanten unterstützt und erleichtert (Partner Portal). Daneben sind auch Funktionen integriert, die es ermöglichen, Analysen über Lieferanten, Kampagnen und Produkte durchzuführen. Die Software erleichtert zudem den Einsatz von Drop-Shipments, wodurch Westwing in der Lage ist, schneller an die Kunden zu liefern.

Um sämtlichen Anforderungen in Bezug auf dieses komplexe Software-Umfeld länderübergreifend gerecht zu werden, hat Westwing zentral ein erfahrenes Technologie-Team aufgebaut. Im Geschäftsjahr 2016 erhöhten sich die immateriellen Vermögenswerte um EUR 1,0 Mio. auf EUR 3,6 Mio. Der Anteil der aktivierten Entwicklungskosten der Periode an den gesamten IT-Kosten betrug im Jahr 2016 17,3%. Die Abschreibungen auf aktivierte Entwicklungskosten lagen bei TEUR 857.

2. Wirtschaftsbericht

2.1 Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen

Westwing bietet Home&Living-Produkte in 14 Ländern an. Der Umsatz und die Profitabilität hängen von der wirtschaftlichen Lage und Entwicklung des entsprechenden Markts ab. Diese Entwicklung wird primär von der allgemeinen Marktlage und dem anhaltenden Wechsel von Kunden zu Online- bzw. mobilen Vertriebskanälen getrieben.

Gesamtwirtschaftlich betrachtet hat sich Europa im Jahr 2016 positiv entwickelt: die Schätzung für das reale BIP-Wachstum beträgt 1,7%, was grundsätzlich für ein gutes Geschäftsklima sorgt. In Deutschland, dem größten Markt in dem Westwing aktiv ist, betrug das reale BIP-Wachstum ebenfalls 1,7% und setzt damit die positive Entwicklung der letzten Jahre fort. In einigen Märkten jedoch herrscht Gegenwind: für Russland wird von einem Rückgang des realen BIP in 2016 von -0,6% ausgegangen, in Brasilien von -3,5%. Dies spiegelt die große wirtschaftliche Unsicherheit in diesen Ländern wider². Die jeweiligen Währungen, der Brasilianische Real und der Russische Rubel, erfuhren in 2016 eine Abwertung gegenüber dem Euro. Dabei stieg der Euro-Wechselkurs des Brasilianischen Reals von 0,2319 in 2015 auf 0,2915 in 2016 (entspricht 26%) und der Euro-Wechselkurs des Russischen Rubel von 0,0124 in 2015 auf 0,0156 in 2016 (entspricht 26%). Dieser Effekt wirkt sich insbesondere bei der Umrechnung der entsprechenden Umsätze von lokaler Währung in Euro aus.

Das Gesamtvolumen des weltweiten Markts für Home&Living-Produkte beträgt ca. EUR 550 Mrd³. Jene 14 Länder, in denen Westwing tätig ist, decken dabei einen Anteil von ca. EUR 200 Mrd. ab. Dieser Markt spricht über 720 Mio. Menschen⁴ an.

Der Anteil des Online-Vertriebs im Bereich Home & Living ist im Gegensatz zu anderen Marktsegmenten bislang gering. Allerdings wächst das Onlinegeschäft dieser Sparte im Vergleich zu anderen Produktkategorien schneller. Diese Entwicklung wurde in jüngsten Untersuchungen des Möbelmarkts belegt und wird von Westwing als wesentliche Referenz gesehen. Im Jahr 2013 wurden im weltweiten Markt für Möbel lediglich 2,6% des Gesamtumsatzes online erzielt⁵. Als eine der größten Konsumgütersparten verfügt die Möbelbranche über ein enormes Entwicklungspotenzial und gehört zu den neuesten und am geringsten entwickelten Produktkategorien des Onlinehandels.

Die Verlagerung des herkömmlichen, auf Einkaufsstraßen konzentrierten Kundenverhaltens zum Online-Shopping ist allen voran durch die folgenden Faktoren bedingt:

- Breiteres Produktangebot:

Der Online-Vertrieb macht Verbrauchern ein erheblich breiteres und dementsprechend kundenspezifischeres Produktangebot zugänglich als jemals zuvor. Onlinehändler können eine Produktpalette anbieten, die Ladengeschäfte aufgrund knapper Fläche nie anbieten könnten. Die riesige Auswahl an Produkten oder Dienstleistungen kombiniert mit der großen geografischen Reichweite führte dazu, dass einige Unternehmen innerhalb kürzester Zeit zu führenden Anbietern verschiedener Produktkategorien aufstiegen.

² Internationaler Währungsfonds: World Economic Outlook (WEO) Update, Januar 2017

³ Datamonitor, Morgan Stanley, Management Schätzung

⁴ Internationaler Währungsfonds: World Economic Outlook Database 2016

⁵ CSIL survey: eCommerce for the furniture industry

- Bessere Erreichbarkeit für Kunden:

Für einen Großteil der Verbraucher ist der Besuch in einem Ladengeschäft, das ihre Bedürfnisse erfüllt, mit einem längeren Weg und somit einem höheren Aufwand verbunden, als online zu bestellen. In einigen Ländern gehört die Lieferung nach Hause zum Standard, was die Erreichbarkeit der Produkte einmal mehr erhöht. Des Weiteren ist der Onlinehandel für den Kunden rund um die Uhr, sieben Tage die Woche verfügbar und dadurch komfortabel und spart Zeit und Kosten, die sonst in den Besuch der einzelnen Geschäfte investiert werden müssten. Viele Abholstationen, beispielsweise Postämter, Tankstellen, Lebensmitteleinzelhändler und ähnliche Anbieter, verfügen über verlängerte Öffnungszeiten und erlauben damit die problemlose Abholung und Aufgabe von Lieferungen für den Fall, dass Produkte nicht direkt nach Hause geliefert werden.

- Zunehmende Vertrautheit mit den Vorteilen des Onlinehandels:

Die insgesamt zunehmende Vertrautheit mit dem Internet ist ein wichtiger Faktor für den Onlinehandel über alle Konsumgütersegmente hinweg. Es gibt eine Vielzahl an möglichen Ursachen für die anfängliche Zurückhaltung der Kunden, Produkte online zu erwerben. Das Onlinegeschäft, das erstmals in den 1990er Jahren aufkam, profitiert seitdem von einem zunehmenden Maß an Vertrautheit und Vertrauen in Bezug auf die Nutzung des Internets zum Einkauf. Außerdem führt die umfangreiche Nutzung sozialer Netzwerke zu einer höheren Vertrautheit des Konsumenten mit Online-Shoppingangeboten, da solche Netzwerke als Plattform für das Marketing von Onlinehändlern und die Kommunikation mit den Kunden genutzt werden können.

- Mobiler Onlinehandel (mCommerce):

Die zunehmende Nutzung mobiler Geräte, Smartphones und Tablets wird eine bedeutende Rolle bei der Entscheidungsfindung im Onlineeinkauf spielen. Der Anteil des mit mobilen Endgeräten getätigten Onlineumsatzes nimmt stark zu, da Kunden von einer höheren Markttransparenz profitieren und die Möglichkeit der ständigen und örtlich ungebundenen Interaktion erhalten. Dies birgt neue Herausforderungen und Möglichkeiten sowohl für den Einzelhandel als auch die Werbebranche, da Märkte jederzeit und überall zugänglich sind.

Dies sind wichtige Argumente dafür, dass sich eCommerce in einer guten Ausgangslage befindet, um in den kommenden Jahren deutlich schneller als der traditionelle Einzelhandel zu wachsen. Unter Berücksichtigung der gestiegenen Vertrautheit der Konsumenten mit Onlinegeschäften, die erhöhte Sicherheit von Online-Transaktionen sowie die verbesserten Services der Onlinehändler, kann davon ausgegangen werden, dass der eCommerce die anfänglichen Bedenken überwunden hat.

Anders als in anderen Segmenten konnte sich bisher kein Marktteilnehmer einen klaren Vorsprung auf globaler oder regionaler Ebene im Home&Living-eCommerce verschaffen, wie es beispielsweise bei Unterhaltungselektronik, Büchern oder Mode und Schuhen der Fall war. Westwing erwartet, dass der Home&Living-Markt eine ähnlich rasante Entwicklung erfahren wird wie die Märkte anderer Konsumgüter, die bereits stärker im Onlinegeschäft vertreten sind.

Als Pionier im Home&Living-eCommerce hat sich Westwing eine gute Ausgangslage geschaffen, um vom prognostizierten Trend des Markts und der Industrie zu profitieren. Das Unternehmen zählt sich selbst in den meisten seiner geografischen Märkte, in denen es tätig ist, zu den Marktführern seines Segments.

Das Management glaubt an ein signifikantes Wachstumspotenzial im Online-Markt für Home&Living-Produkte und sieht Westwing gut vorbereitet, um die steigende Zahl an Möglichkeiten des Markts zu ergreifen.

2.2 Geschäftsverlauf

Westwing hatte, gemessen an den Kennzahlen, seine positive Entwicklung in 2016 fortgesetzt. Das Unternehmen konnte in 2016 die Umsätze auf EUR 250,4 Mio. steigern. Dies entspricht einem Zuwachs von 14,2% gegenüber dem Vorjahr (2015: EUR 219,2 Mio.). Unter Verwendung der Fremdwährungskurse des Geschäftsjahres 2015 wäre der Umsatz um ca. EUR 3 Mio. höher ausgefallen (d.h. etwa EUR 253,2 Mio. in 2016) und das Wachstum hätte bei 15,6% gelegen.

Westwing konnte dabei alle Profitabilitätskennzahlen inklusive der EBITDA-Marge deutlich verbessern. Die bereinigte EBITDA-Marge⁶, eine der wesentlichen Kennzahlen, die das Management zur Messung der Profitabilität des operativen Geschäfts verwendet, verbesserte sich von -22,8% im Jahr 2015 auf -5,5% im Jahr 2016. Im vierten Quartal des Geschäftsjahres 2016, dem saisonal stärksten Quartal im Home&Living-Segment, hat Westwing eine bereinigte EBITDA-Marge im positiven Bereich (2,8%) erreicht. Der Free Cashflow (d.h. die Summe aus den Cashflows aus operativer und Investitionstätigkeit) war in jedem Monat des vierten Quartals 2016 positiv.

Das Management ist überzeugt, dass die zunehmende Stärkung der Marktposition in bestehenden Märkten, die hohe Kundenloyalität und die erfolgreiche Neukundengewinnung ausschlaggebend für das Wachstum und die Steigerung der Profitabilität sind. Im Fokus stehen bei Westwing immer eine sorgfältige Produktauswahl, sowie eine für die Kunden inspirierende Darstellung. Das Management sieht darin einen der Schlüsselfaktoren, um sich von Wettbewerbern zu differenzieren und einen maßgeblichen Grund für die Treue der Kunden. Verbesserungen der Website, detaillierte Produktbeschreibungen mit anregenden Fotos sowie neue und aufregende Produkte leisteten ihren Beitrag zur erfolgreichen Neukundengewinnung und Kundenbindung.

Die DACH-Region (Deutschland, Österreich und Schweiz) erreichte den höchsten absoluten Umsatzbeitrag zum Gesamtumsatz. Das ausgewogene Länderportfolio umfasst drei Kontinente. Diese internationale Ausrichtung gleicht die Auswirkungen saisonaler Schwankungen aus den Ländern aus und eröffnet darüber hinaus hohe Wachstumspotenziale für die Zukunft.

Die Kundenbasis stieg auf 997 tausend aktive Kunden⁷ im Jahr 2016 (2015: 926 tausend). Mehr als 86% der Kunden waren Frauen. Entsprechend der hohen Treue unserer Kunden betrug der Anteil an Wiederkäufern über 80% der monatlichen Bestellungen.

Ein zunehmender Anteil an Mitgliedern besucht die Website über die Westwing-App, die bis Ende 2016 insgesamt bereits 3,8 Mio. Downloads verzeichnen konnten. In 2016 wurden im Club über 50% der Bestellungen mit mobilen Endgeräten wie Smartphones und Tablets generiert.

Westwing hat seine Infrastruktur und Technologie im Geschäftsjahr 2016 weiter ausgebaut. Durch Investitionen in den Bereichen Technologie, Fulfillment und Mitarbeiter konnte WestwingNow sein Geschäft bereits im zweiten Jahr seines Bestehens deutlich ausbauen. Außerdem setzte Westwing einen Fokus auf Prozess- und Systemstandardisierung entlang der Beschaffungskette und führte in seinem Lager in Berlin eine neue, effizientere Lagerhaltungssoftware ein. Neben Kosteneinsparungen spiegelte sich dies auch in einer verbesserten Lieferqualität wider.

⁶ EBITDA-Marge vor anteilsbasierter Vergütung

⁷ Alle Mitglieder mit mindestens einer Bestellung innerhalb der letzten zwölf Monate

Westwing war im vierten Quartal 2016 zum ersten Mal profitabel in Bezug auf die Kennzahl bereinigtes EBITDA und wies zudem einen positiven Free Cashflow aus. Das Management zieht jedoch langfristige strategische Überlegungen einer kurzfristigen Profitabilität vor. Folglich wurde weiter in die Basis zukünftigen Wachstums, wie beispielsweise WestwingNow oder Technologie, investiert, die zukünftig beitragen werden, die Kostenstruktur zu verbessern. Das erfolgreiche vierte Quartal stellt eine gute Ausgangslage für das Jahr 2017 dar.

2.3 Erläuterungen zur Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Die erfolgreiche Entwicklung und fortlaufenden Verbesserungen in vielen Schlüsselbereichen ist in den Leistungskennzahlen für das Geschäftsjahr 2016 reflektiert und wird im weiteren Verlauf detaillierter beschrieben.

Im Geschäftsjahr 2016 wurde festgestellt, dass im veröffentlichten Konzernabschluss zum 31. Dezember 2014 und 2015 Sachverhalte nicht vollständig erfasst wurden. Bei den im Folgenden auf die Eröffnungsbilanz 2015 Bezug nehmenden Vorjahresangaben handelt es sich um angepasste Werte nach IAS 8. Zudem fand für 2015 eine Umgliederung eines Teilbetrags von TEUR 1.542 aus dem Cashflow aus Investitionstätigkeit in den Cashflow aus Finanzierungstätigkeit statt. Ein detaillierter Ausweis und Erläuterung der Änderungen findet sich unter Punkt 2.3 des Anhangs unter „Änderung des Ausweises und Anpassung von Vorjahreszahlen gemäß IAS 8“.

2.3.1. Ertragslage

Die verkürzte Gewinn- und Verlustrechnung und andere Finanzdaten zeigen ein signifikantes Umsatzwachstum und eine absolute und relative Verbesserung der Marge (Bruttoergebnis).

Verkürzte Gewinn- und Verlustrechnung (ohne Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung, die aus Gründen der Vergleichbarkeit und zur besseren Darstellung der zu Grunde liegenden Ertragslage herausgerechnet wurden):

<i>EUR Mio.</i>	2016	2015	Veränderung in %	2016 in % vom Umsatz	2015 in % vom Umsatz	Veränderung in %-Punkten
Umsatzerlöse	250,4	219,2	+14,2	100,0	100,0	
Umsatzkosten	(144,1)	(126,6)	+13,8	(57,5)	(57,8)	+0,2
Bruttoergebnis	106,3	92,6	+14,8	42,5	42,2	0,2
Fulfillmentkosten ⁸	(66,0)	(69,7)	-5,4	-26,3	-31,8	+5,5
Marketingkosten	(18,0)	(31,5)	-42,8	-7,2	-14,4	+7,2
Allgemeine Verwaltungskosten ⁸	(38,2)	(43,5)	-12,4	-15,2	-19,8	+4,6
Sonstige betriebliche Aufwendungen	(1,6)	(1,4)	+8,3	-0,6	-0,6	+0,0
Sonstige betriebliche Erträge	0,9	0,9	-4,7	0,4	0,4	-0,0
Bereinigtes EBIT	(16,5)	(52,6)	-68,7	-6,6	-24,0	+17,4
Abschreibungen	(2,7)	(2,7)	-1,5	-1,1	-1,2	+0,2
Bereinigtes EBITDA⁸	(13,8)	(49,9)	-72,4	-5,5	-22,8	+17,3

⁸ Durch die Bereinigung um Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung sind die Positionen Fulfillmentkosten und Allgemeine Verwaltungskosten nicht mit der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung abstimmbare. Die anteilsbasierte Vergütung inklusive zu übernehmender Sozialversicherungsbeiträgen betrug in 2016 EUR 4,0 Mio. (2015: EUR 4,6 Mio.). Das EBITDA inklusive der anteilsbasierten Vergütung betrug in 2016 EUR -17,8 Mio. (2015: EUR -54,6 Mio.).

Die Umsatzerlöse für das Geschäftsjahr gliedern sich wie folgt auf:

<i>TEUR</i>	2016		2015	
Erlöse aus dem Verkauf von Produkten	237.611	94,9%	208.587	95,2%
Erlöse aus Versandkosten	14.455	5,8%	12.391	5,7%
Erlöse aus Zahlungsgebühren	641	0,3%	657	0,3%
Sonstige Umsatzerlöse	1.662	0,7%	1.378	0,6%
Verringerung der Umsatzerlöse aus der Einlösung von Gutscheinen und Kulanz	(3.997)	-1,6%	(3.819)	-1,7%
Summe	250.372		219.194	

Im Vergleich zum Vorjahr blieb die Verteilung auf die verschiedenen Erlösarten nahezu konstant.

Die geographische Aufgliederung der Umsatzerlöse des Konzerns ist wie folgt:

<i>TEUR</i>	2016		2015	
DACH	79.260	31,7%	61.707	28,2%
Andere Länder	171.112	68,3%	157.487	71,8%
Summe	250.372		219.194	

Die geografischen Regionen werden dabei wie folgt definiert:

- Die Region „DACH“ umfasst Deutschland, die Schweiz und Österreich.
- Die Region „Andere Länder“ umfasst Spanien, Italien, Frankreich, Polen, Tschechien, die Slowakei, Belgien und die Niederlande sowie Brasilien, Russland und Kasachstan.

In der Berichtsperiode wiesen die folgenden nicht-finanziellen Kennzahlen ebenfalls eine positive Entwicklung auf:

Kennzahlen

	2016	2015	Veränderung
Mitglieder (in Mio.)	30,2	26,4	+14,4%
Aktive Kunden (in '000)	997	926	+7,6%
Anzahl der Bestellungen pro aktivem Kunden pro Jahr	2,8	2,8	+3,3%
Bestellungen, insgesamt (in '000)	2.772	2.547	+8,8%
GMV ⁹ (in EUR Mio.)	267	234	+14,2%
Anteil der mobilen Bestellungen ¹⁰	54,1%	50,7%	+3,4%Pkt

Westwing konnte seinen Umsatz dank einer gestiegenen Zahl an aktiven Kunden und einer hohen Kundenloyalität in den entsprechenden Märkten auf EUR 250,4 Mio. steigern, was einem Anstieg zum Vorjahr (2015: EUR 219,2 Mio.) in Höhe von 14,2% entspricht (ca. 15,6% unter Berücksichtigung der Fremdwährungskurse aus 2015).

Westwing konnte in 2016 eine nahezu stabile Bruttomarge von 42,5% realisieren (2015: 42,2%).

⁹ Gross merchandize volume = Bruttowarenvolumen

¹⁰ Anteil der Bestellungen über mobile Endgeräte per Ende Dezember 2016

Der Anteil der Fulfillmentkosten¹¹ (vor anteilsbasierter Vergütung) im Verhältnis zum Umsatz hat sich im Vergleich zum Vorjahr um 5,5%-Punkte auf 26,3% reduziert, was unter anderem auf eine Reduktion der Logistikkosten sowie auf Effizienzsteigerungen im Lager in Berlin durch die Einführung von verbesserter Software im Bereich Customer Care und Logistik zurückzuführen ist.

Die Marketingaufwendungen konnten um 42,8% auf EUR 18,0 Mio. verringert werden (2015: EUR 31,5 Mio.). Durch den Fokus auf nachhaltiges, profitables Wachstum hat sich das Westwing-Management auf diejenigen Marketing-Kanäle konzentriert, deren Einfluss am effizientesten zum Erfolg führen. Daher wurden TV- und verschiedene Onlinemarketing-Kampagnen reduziert bzw. darauf verzichtet. Dies führte zu einer erheblichen Kostenreduktion, ohne wesentliche Auswirkungen auf die Umsätze.

Der Anteil der allgemeinen Verwaltungskosten (vor anteilsbasierter Vergütung) am Umsatz verringerte sich um 4,6%-Punkte. In absoluten Zahlen reduzierten sie sich im Geschäftsjahr 2016 auf EUR 38,2 Mio. (2015: EUR 43,5 Mio.), was durch gesteigerte Effektivität und Effizienz der Prozesse und die niedrigere durchschnittliche Mitarbeiterzahl begründet ist.

Das Management misst die Unternehmensprofitabilität am bereinigten EBITDA.¹² Die bereinigte EBITDA-Marge stieg um 17,3%-Punkte von -22,8% in 2015 auf -5,5% in 2016 an. Im vierten Quartal 2016 betrug die bereinigte EBITDA-Marge +2,8% und lieferte somit zum ersten Mal einen positiven Ergebnisbeitrag in einem gesamten Quartal. Das um EUR 36,1 Mio. verbesserte bereinigte EBITDA spiegelt die weiteren Economies of Scale sowie die oben aufgeführten Kosteneinsparungen wider. Die Abschreibungen waren faktisch gleich, sodass sich das bereinigte EBIT in absoluten Zahlen ebenfalls um EUR 36,1 Mio. verbesserte. Diese EBIT / EBITDA-Entwicklung wirkte sich auch positiv auf das Jahresergebnis aus, auch wenn die Finanzaufwendungen insbesondere aus der Finanzierungsrunde 2016 anstiegen.

Im Geschäftsjahr 2016 wurde insgesamt ein Jahresfehlbetrag von EUR 24,9 Mio. erzielt. Dieser reduzierte sich damit im Vergleich zum Vorjahr um EUR 36,8 Mio. Diese Entwicklung ist vor allem auf die höheren Umsätze, die höhere Marge sowie die Reduktion von Marketing-, Fulfillment- sowie Verwaltungskosten zurückzuführen.

Das Bruttowarenvolumen (Gross merchandize volume, „GMV“), definiert als der Warenwert aller bestehenden über die Website getätigten Bestellungen (ohne Offline-Stores) nach Stornierungen und vor Rücksendungen, konnte von EUR 234 Mio. in 2015 auf EUR 267 Mio. in 2016 gesteigert werden, ein Wachstum von 14,2%. Der Anstieg basiert auf insgesamt 2,8 Mio. Bestellungen (2015: 2,5 Mio.), die von 997 tausend (2015: 926 tausend) aktiven Kunden getätigt wurden. Der Kreis der aktiven Kunden erhöhte sich im Geschäftsjahr 2016 um 7,6%. Die Anzahl der Bestellungen pro aktiven Kunden und pro Jahr blieb wie bereits in 2015 auf einem konstanten Level von 2,8. Die Bestellungen werden dabei im Regelfall innerhalb von drei bis vier Wochen ausgeliefert.

In 2016 betrug der Anteil der Bestellungen, die über mobile Geräte aufgegeben wurden, über 50%, wobei deren Anteil während des Geschäftsjahres stetig anstieg. Diese Entwicklung bestätigt die Erwartung des Managements, dass mobile Verkaufskanäle zunehmend wichtiger werden.

¹¹ Fulfillmentkosten (vormals Auftragsabwicklungskosten) enthalten Versandkosten.

¹² Die EBITDA Kennzahl wird bereinigt um Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütung. Dies betrifft die Positionen Fulfillmentkosten und Allgemeine Verwaltungskosten.

2.3.2. Finanzlage

Die Finanzlage war im Geschäftsjahr 2016 nachhaltig positiv. Westwing verfügte jederzeit über ausreichende Bestände an liquiden Mitteln.

Zusammengefasste Cashflow-Rechnung

<i>EUR Mio.</i>	2016	2015
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	(15,1)	(47,4)
Cashflow aus Investitionstätigkeit	(4,6)	(4,8)*
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	18,5	50,3*
Netto-Veränderung der liquiden Mittel	(1,1)	(1,9)
Einfluss von Wechselkursänderungen auf den Zahlungsmittelbestand	0,4	(0,1)
Zahlungsmittel zum 1. Januar	18,7	20,7
Zahlungsmittel zum 31. Dezember	17,9	18,7

* Die Vorjahreszahlen wurden gemäß IAS 8 angepasst, siehe Textziffer 2.3 im Konzernanhang

Der Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit betrug im Geschäftsjahr 2016 EUR -15,1 Mio. (2015: EUR -47,4 Mio.) und konnte somit um EUR 32,3 Mio. verbessert werden. Ursächlich hierfür ist vor allem der deutlich reduzierte Jahresfehlbetrag. Das Working Capital, definiert als Vorräte (inklusive Vorauszahlungen) zuzüglich Forderungen aus Lieferung und Leistung und sonstigen Forderungen abzüglich Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, abgegrenzten Schulden und Vorauszahlungen von Kunden, verringerte sich im Geschäftsjahr 2016 um EUR 0,8 Mio. auf EUR -23,5 Mio. (2015: EUR -22,7 Mio.).

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit betrug fast unverändert EUR -4,6 Mio. (2015: EUR -4,8 Mio.). Westwing investierte EUR 1,7 Mio. in Sachanlagen, wie IT-Infrastruktur und Lagerausstattung und EUR 2,1 Mio. in immaterielle Vermögenswerte, insbesondere in selbsterstellte Software.

Der Free Cashflow (d.h. die Summe aus den Cashflows aus operativer und Investitionstätigkeit) war im vierten Quartal des Geschäftsjahres 2016 positiv und bestätigt die erfolgreiche Entwicklung hin zur Profitabilität.

Die erfolgreiche Finanzierungsrunde vom Mai 2016, bei der Investoren Westwing Kapital in Höhe von EUR 24,0 Mio. zur Verfügung stellten, hatte einen maßgeblichen Einfluss auf den Cashflow aus Finanzierungstätigkeit. Er betrug EUR 18,5 Mio. (2015: EUR 50,3 Mio.). Die Finanzierungsrunde vom Mai 2016 gilt handelsrechtlich als Eigenkapital, während diese nach IAS 32.21 als Fremdkapital angesehen, bilanziert und aufgezinst wird. Des Weiteren sind hier die Rückzahlung von Darlehen, die Rückkäufe von Anteilen und der Erwerb eigener Anteile enthalten. Zudem verweisen wir bezüglich der Finanzierungssituation auf die Ereignisse nach dem Bilanzstichtag.

Westwing stellte sicher, dass stets liquide Mittel in ausreichendem Maß zur Verfügung standen, um die betriebliche Tätigkeit aufrecht zu erhalten. Investoren wurden mit ausreichendem Vorlauf über Finanzierungsaktivitäten benachrichtigt und konnten für Finanzierungsrunden gewonnen werden. Westwing konnte seinen Zahlungsverpflichtungen jederzeit nachkommen.

2.3.3. Vermögenslage

Das Nettovermögen unterstreicht das wenig anlagenintensive Geschäftsmodell von Westwing.

Zusammengefasste Konzern-Bilanz

<i>EUR Mio.</i>	31.12.2016	2016 in % der Bilanz- summe	31.12.2015	2015 in % der Bilanz- summe	Verände- rung in EUR Mio.	Verände- rung in %
Aktiva	59,0	100,0	53,0*	100,0	6,0	11,3
Langfr. Vermögenswerte	13,6	23,0	11,2	21,1	2,4	21,5
Kurzfr. Vermögenswerte	45,4	77,0	41,8*	78,9	3,6	8,6
Passiva	59,0	100,0	53,0	100,0	6,0	11,3
Eigenkapital	(39,7)	-67,3	(12,7*)	-23,9	(27,1)	213,9
Langfr. Verbindlichkeiten	37,8	64,2	10,8	20,5	27,0	249,1
Kurzfr. Verbindlichkeiten	60,8	103,2	54,8*	103,4	6,1	11,0

* Die Vorjahreszahlen wurden gemäß IAS 8 angepasst, siehe Textziffer 2.3 im Konzernanhang

Die Bilanzsumme belief sich zum 31. Dezember 2016 auf EUR 59,0 Mio. und ist somit im Vergleich zum Vorjahr ähnlich wie das Geschäftsvolumen gestiegen (2015: EUR 53,0 Mio.). Das Vermögen des Unternehmens besteht vorrangig aus Umlaufvermögen wie Vorräten, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten.

Die kurzfristigen Vermögenswerte lagen zum Ende des Geschäftsjahres 2016 mit EUR 45,4 Mio. über den Vorjahreswerten (2015: EUR 41,8 Mio.). Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente verringerten sich leicht auf EUR 17,9 Mio. (2015: EUR 18,7 Mio.). Die Vorräte erhöhten sich auf EUR 18,7 Mio. (2015: EUR 14,7 Mio.), was mit den gestiegenen Umsatzerlösen und dem Wachstum von WestwingNow einhergeht, der als Bestandsshop größere Teile seines Angebots vorrätig hält. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen kurzfristigen Forderungen stiegen auf EUR 6,9 Mio. (31. Dezember 2015: EUR 5,8 Mio.), was vor allem auf das ausgeweitete Umsatzvolumen zurückzuführen ist.

Die langfristigen Vermögenswerte setzen sich im Wesentlichen aus Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten zusammen. Im Geschäftsjahr 2016 beliefen sich die Nettozugänge zu den Sachanlagen auf EUR 0,4 Mio. Immaterielle Vermögenswerte, insbesondere erworbene Software und aktivierte Kosten für Software-Entwicklungen, stiegen im Geschäftsjahr um EUR 1,0 Mio. an.

Die kurzfristigen Verbindlichkeiten erhöhten sich infolge der Ausweitung des Geschäfts im Jahr 2016 um EUR 6,1 Mio. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen stiegen dabei von EUR 25,1 Mio. im Vorjahr auf EUR 29,5 Mio. in 2016 an. Die geleisteten Vorauszahlungen von Kunden lagen aufgrund einer leicht erhöhten Anzahl offener Bestellungen zum Jahresende um EUR 1,3 Mio. über dem Vorjahr.

Der Anstieg der langfristigen Verbindlichkeiten auf EUR 37,8 Mio. (2015: EUR 10,8 Mio.) ist im Wesentlichen auf eine Finanzierungsrunde in Höhe von EUR 24,0 Mio. im Mai 2016 zurückzuführen. Die nicht-finanziellen Verbindlichkeiten aus anteilsbasierter Vergütung mit Barausgleich reduzierten sich um EUR 0,9 Mio.

Das ausgewiesene Eigenkapital des Unternehmens verringerte sich infolge des Jahresfehlbetrags zum Bilanzstichtag von EUR -12,7 Mio. in 2015 auf EUR -39,7 Mio. in 2016 und repräsentiert vor allem die akkumulierten Fehlbeträge der Vorjahre sowie das aktuelle Ergebnis. Die Rücklage „sonstiges Ergebnis“ weist einen positiven Betrag in Höhe von EUR 6,8 Mio. aus, der hauptsächlich aus Fremdwährungseffekten aus der Umrechnung von Russischem Rubel (RUB) in Euro (EUR) resultiert. Die Finanzierungsrunde vom Mai 2016 gilt handelsrechtlich als Eigenkapital, während sie nach IAS 32.21 als Fremdkapital angesehen wird.

2.4 Personal

Zum Ende des Geschäftsjahres betrug die Mitarbeiteranzahl (Full Time Equivalents; nachfolgend: FTEs¹³) von Westwing 1.453 FTEs (Vorjahr: 1.473).

Im Dezember 2016 war ein Großteil des Personals in den in München ansässigen Gesellschaften Westwing Group GmbH (266 FTEs) und Westwing Home & Living GmbH, die das DACH-Geschäft betreiben (229 FTEs) sowie in der brasilianischen Gesellschaft (280 FTEs) beschäftigt.

Westwing sieht seine Internationalität als einen wichtigen Wettbewerbsfaktor. Die Internationalität zeigt sich in der unterschiedlichen Herkunft der Mitarbeiter. Ende 2016 beschäftigte die Gesellschaft Mitarbeiter aus mehr als 50 verschiedenen Nationen. Desgleichen sieht Westwing die Geschlechtervielfalt als wichtigen Faktor an. 58% aller Mitarbeiter des Westwing-Konzerns sind Frauen.

Zur Erfüllung der Vision und der Erreichung der Ziele baut Westwing auf das Wissen, die Erfahrung und die Motivation der Mitarbeiter. Ohne deren Begeisterung und Beitrag könnte Westwing nicht so dynamisch expandieren. Daher liegt der Fokus auf der Stärkung der derzeitigen Mitarbeiterstruktur und der bedarfsgerechten Erhöhung des Personals.

Um sicherzustellen, dass die bestehenden Mitarbeiter für ihre Aufgaben gut vorbereitet sind und darüber hinaus hochmotiviert bleiben, investiert Westwing in seine Mitarbeiter auf verschiedene Arten:

- In monatlichen „All Hands“-Meetings informiert das Management die Mitarbeiter über jüngste Entwicklungen im Unternehmen und den Fortschritt laufender Projekte.
- Neben kurzfristigem Feedback, das Mitarbeitern fortlaufend gegeben wird, gibt es einen formellen Bewertungsprozess mit zwei Feedback-Gesprächen pro Jahr.
- Regelmäßig führt das Unternehmen Mitarbeiterbefragungen durch, um Einblick in die aktuelle Stimmung zu gewinnen und wertvolles Feedback zu erhalten, auf das innerhalb eines angemessenen Zeitraums reagiert wird.
- Westwing bietet seinen Mitarbeitern Fortbildungen an, die sicherstellen, dass diese über die Fähigkeiten verfügen, die das Unternehmen voranbringen. Sofern bestimmte Schulungen nicht im eigenen Haus abgehalten werden können, können Mitarbeiter an externen Trainingskursen teilnehmen, um ihr Wissen weiter auszubauen.

Westwing versucht auf verschiedenen Wegen die fähigsten Personen für sich zu gewinnen: Es wurde eine sehr attraktive und ansprechende Karriereseite online gestellt, auf der offene Stellen inseriert werden. Das Recruiting Team veröffentlicht zudem vakante Jobs auf bekannten Karriereportalen und nimmt für die Besetzung von Schlüsselrollen die Dienste erfahrener Personalvermittler in Anspruch. Bei entsprechenden Gelegenheiten organisiert oder nimmt Westwing an Firmenbesuchen und Firmenmessen teil, um einen tiefergehenden Einblick in das Unternehmen als Arbeitgeber geben zu können.

¹³ Gemäß der Definition von Westwing ist ein FTE gleichbedeutend mit einem vollzeitbeschäftigten Mitarbeiter.

3. Nachtragsbericht

Nach dem Ablauf des Geschäftsjahres 2016 sind folgende Ereignisse eingetreten, die einen wesentlichen Einfluss auf die zukünftige Vermögens-, Finanz- und Ertragslage von Westwing haben:

Am 10. Januar 2017 haben Westwing und Kreos einen Vertrag über eine Kreditlinie in Höhe von EUR 10 Mio. sowie eine Optionsvereinbarung unterzeichnet. Der Optionsschein ist einzeln zu bewerten, da er unabhängig von der vereinbarten Kreditlinie ist. Das Ziehen der Kreditlinie liegt im alleinigen Ermessen von Westwing und ist gemäß Vertrag bis zum 1. Januar 2018 möglich. Der Wert der Option beträgt TEUR 210 und wird als Ereignis des Jahres 2017 künftig unter den finanziellen Verbindlichkeiten ausgewiesen. Am 8. März 2017 hat Westwing eine Tranche der mit Kreos vereinbarten Kreditlinie in Höhe von EUR 5 Mio. gezogen. Der Zahlungseingang ist für Anfang April 2017 geplant.

4. Risiko- und Chancenbericht

Westwing ist sich bewusst, dass Risiken ein integraler und unvermeidbarer Bestandteil des eigenen Geschäfts sind. Risiken werden bei Westwing gleichermaßen als Gefahr, aber auch als Chance gesehen.

Das Unternehmen pflegt eine risikobewusste Unternehmenskultur, die sich auf alle Entscheidungen auswirkt. Die Implementierung hochwertiger Risikoanalysen und eines Risikomanagementsystems sorgt dafür, dass Mitarbeiter sich Risiken annehmen, indem sie Chancen nutzen, Bedrohungen reduzieren und dadurch einen Wertbeitrag für das Unternehmen und dessen Stakeholder leisten.

Der Risiko- und Chancenbericht beschreibt die wichtigsten Risiken und Chancen des Unternehmens.

4.1 Risikomanagementsystem

Westwing strebt an, Risiken vorausschauend und effektiv zu erkennen und diesen angemessen entgegenzuwirken. Dazu bedarf es eines maßgeschneiderten Risikomanagementsystems, das Entscheidungen der Unternehmensführung über alle Hierarchieebenen kommuniziert. Um diese Verpflichtung zu unterstützen wurde das Risikomanagement in sämtliche Geschäftsprozesse auf entsprechender Ebene integriert.

Das Management trägt Verantwortung dafür, dass bekannte Risiken fortlaufend beobachtet und bewertet werden. Die regelmäßige Überwachung und das konsequente Management von Risiken ist ein wesentlicher Bestandteil in Westwings Unternehmensstrategie, die das Erreichen von strategischen Zielen und das nachhaltige Wachstum des Geschäfts sichern soll. Jedes Mitglied der Unternehmensführung ist verantwortlich für die Identifizierung und Beobachtung der Risiken ihrer Bereiche, für die Dokumentation und systematische Nachverfolgung dieser Risiken und letztlich für das Treffen passender Maßnahmen, um die potentiellen Auswirkungen einzudämmen.

Alle Risiken werden regelmäßig zusammen mit den Entscheidungsträgern hinsichtlich Eintrittswahrscheinlichkeit und möglichem Schadensausmaß analysiert. Im nächsten Schritt werden Präventionsaufwand und mögliches Schadensausmaß gegenübergestellt und auf dieser Grundlage Maßnahmen zur Vermeidung oder Verminderung der Risiken getroffen.

Die Unternehmensführung unterstützt aktiv den Risikomanagementprozess und kommuniziert die identifizierten Risiken regelmäßig an die eigenen Mitarbeiter. Alle Hierarchieebenen sind in das Risikomanagement eingebunden, sodass eine hohe Sensitivität der Mitarbeiter für Risiken vorhanden ist. Die Mitarbeiter sind aufgefordert, neu identifizierte Risiken, die Auswirkungen auf das Unternehmen haben könnten, unverzüglich zu kommunizieren.

Zur weiteren Verbesserung und Standardisierung des unternehmensweiten Risikomanagements und der Corporate-Governance-Strukturen wurde 2014 eine eigene Funktion geschaffen, die die Bereiche Risikomanagement, interne Kontrollen und Compliance verantwortet. Dort wird das Risiko-Feedback der einzelnen Bereiche und Länder gebündelt, ausgewertet und als Entscheidungsgrundlage für Vorstand und Aufsichtsrat aufbereitet.

4.2 Risikobericht

Wie jedes Unternehmen sieht sich Westwing Risiken ausgesetzt, die den Erfolg des Unternehmens gefährden könnten. Diese Risiken lassen sich in finanzwirtschaftliche, strategische, operative und technologische Risiken untergliedern. Die wichtigsten Risiken, denen Westwing im Geschäftsjahr 2016 ausgesetzt war, werden im folgenden Abschnitt dargelegt. Sie wurden nicht quantifiziert, da solch sehr ermessensbehaftete Zahlen aus der Sicht von Westwing keinen Mehrwert zu qualitativen Einschätzungen bieten. Das Management ist sich bewusst, dass sich die Risikosituation laufend verändern kann und demzufolge Risiken, die derzeit in der Risikoanalyse keine oder nur eine untergeordnete Rolle spielen, in Zukunft negative Auswirkungen auf das Geschäft haben könnten.

Das Management ist sich jedoch einig, dass für 2017 keine bestandsgefährdenden Risiken für die Gesellschaft existieren. Das Management sieht sich gut gerüstet und hat die notwendigen Maßnahmen ergriffen, um existierenden Risiken effektiv zu begegnen und deren mögliche Auswirkungen zu reduzieren.

4.2.1 Finanzwirtschaftliche Risiken

Liquiditätsrisiko

Ein Hauptrisiko jedes Unternehmens besteht darin, nicht ausreichend liquide Mittel zur Erfüllung der laufenden Zahlungsverpflichtungen verfügbar zu haben. Das Liquiditätsrisiko ist bei verlustschreibenden Unternehmen höher zu bewerten, da es prinzipiell mehr liquide Mittel benötigt als im Rahmen der Geschäftstätigkeit generiert werden.

Auf Grundlage detaillierter, monatlicher, rollierender Planung der Geschäftsentwicklung sind zukünftige Finanzierungsbedarfe gut kalkulierbar und können zeitnah in die Wege geleitet werden. Die monatliche Liquiditätsplanung wird auch genutzt, um Marketing- und andere Investitionsausgaben verantwortungsvoll zu steuern.

Die Investoren des Konzerns kennen und unterstützen die Wachstums- und Expansionspläne des Unternehmens, tragen diese mit und akzeptieren den daraus resultierenden Finanzierungsbedarf. Die Investoren erhalten regelmäßig Berichte über die Investitionsvorhaben sowie die Zahlungsein- und -ausgänge.

Zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Dokuments verfügte das Unternehmen nach Einschätzung und Planung des Managements über ausreichend liquide Mittel bzw. frei verfügbare Kreditlinien, um die Finanzierung des Konzerns sicherzustellen. Das negative Eigenkapital zum Stichtag hat keinen unmittelbaren Effekt auf die Liquidität, da es zu einem wesentlichen Anteil aus der aus den IFRS Regeln abgeleiteten buchhalterischen Darstellung der als Fremdkapital anstatt als Eigenkapital ausgewiesenen Finanzierungsrunde vom Mai 2016 und der anteilsbasierten Vergütung resultiert. Beide Elemente führen künftig zu keinen oder nur in späteren Jahren bedingten Zahlungsabflüssen. Zudem hat die Vergangenheit gezeigt, dass Westwing in der Lage war, sowohl Eigenkapital als auch Fremdkapital am Markt zu beschaffen und sich dauerhaft auch über das negative Net Working Capital zu finanzieren.

Fremdwährungsrisiko

Ein weiteres finanzwirtschaftliches Risiko für die meisten Unternehmen stellen Fremdwährungsrisiken dar. Auch wenn ein Großteil der Transaktionen im Konzern in Euro abgewickelt wird, führt die Präsenz in Ländern wie der Schweiz, Brasilien, Polen und Russland zu einem Fremdwährungsrisiko durch beispielsweise Schweizer Franken, Brasilianischen Real, Polnischen Zloty und Russischen Rubel. Zudem kauft Westwing weltweit Waren ein, unter anderem von asiatischen und amerikanischen Händlern, die meist Rechnungen in US-Dollar stellen.

Obwohl Westwing diesem Risiko nicht aktiv durch Hedging begegnet, ermöglicht das Geschäftsmodell ein gewisses Level an natürlichem Hedging: Umsätze sowie Kosten werden größtenteils in den jeweils lokalen Währungen generiert. Damit kann ein Teil der Währungsrisiken natürlich abgesichert werden. Der Geschäftsführung ist jedoch bewusst, dass ein gewisses Restrisiko im Falle von Ungleichgewichten im Inter-Company-Handel bestehen bleibt.

Das Umrechnungsrisiko aus der Konsolidierung fremder Währungen im Konzernjahresabschluss wird derzeit nicht von Westwing abgesichert.

4.2.2 Strategische und operative Risiken

Wettbewerb

In Zukunft können weitere Wettbewerber versuchen am Wachstum des Home&Living-Markts teilzuhaben und über einen ähnlichen Weg wie Westwing die Kunden anzusprechen. Dadurch würde sich der Wettbewerb in den relevanten Märkten erhöhen, was ein Risiko für die Gesellschaft darstellt. Westwing ist als Pionier in diesem Segment und aufgrund seiner mehr als fünfjährigen Erfahrung jedoch DIE Marke im Home&Living-eCommerce. Im Vergleich zu neuen Marktteilnehmern ist Westwing gut positioniert und verfügt über einen gewissen Wettbewerbsvorteil. Größe, Kundenbasis (997 Tsd. aktive Kunden in 2016), internationales Lieferantennetzwerk, Logistikkompetenz, maßgeschneiderte Software-Architektur und Know-how der Mitarbeiter stellen starke Markt-Eintrittsbarrieren dar.

Zudem beobachtet Westwing das Marktgeschehen genau, um auf mögliche neue Wettbewerber zeitnah reagieren zu können.

Kundenabwanderung

Der Erfolg von Westwing ist zu einem wesentlichen Teil der Loyalität der Kunden zu verdanken. Unvorhergesehene intrinsische (z.B. negative Kundenerfahrung) und extrinsische (z.B. Veränderungen des verfügbaren Einkommens der Kunden) Faktoren können zur Abwanderung von Kunden führen. Westwing begegnet diesen Risiken auf vielfältige Art und Weise, einerseits durch eine genaue Beobachtung des Verhaltens seiner Kunden sowie regelmäßige Befragungen zur Ermittlung deren Zufriedenheit, andererseits bietet das Unternehmen neue Produkte auf der Website an, inspiriert Kunden mit Artikelbeiträgen, fordert Feedback von Kunden über deren Käufererfahrungen an und tritt im Rahmen des Kundenservice in direkten Kundenkontakt.

Qualität und Reputation

Die zuverlässige und qualitativ einwandfreie Lieferung von Waren sorgt für hohe Kundenzufriedenheit und führt langfristig dazu, dass (Erst-)Kunden zu loyalen Wiederkäufern werden und Folgebestellungen auslösen. Verzögerte, stornierte oder defekte Lieferungen können das Vertrauen der Kunden nachhaltig negativ beeinträchtigen.

Westwing genießt bei seinen Kunden, auch durch ein hervorragendes Kundenservicecenter, höchstes Ansehen und große Loyalität. Umso wichtiger ist ein hundertprozentig zufriedenes Einkaufserlebnis. Dafür arbeitet Westwing sehr eng mit allen Lieferanten zusammen an der bestmöglichen Lieferqualität. Ein wesentlicher vertraglicher Bestandteil der Lieferantenbeziehung ist deswegen heute auch die Absicherung gegen signifikante Qualitäts- und Liefermängel.

Um zu vermeiden, dass Produkte, die nicht den hohen Anforderungen von Westwing an deren Qualität entsprechen, an den Kunden verschickt werden, untersuchen Mitarbeiter im eigenen Lager die Wareneingänge auf Qualitätsmängel. Zudem werden die internen Prozesse fortwährend überprüft und gegebenenfalls angepasst.

Logistik

Ein kritischer Erfolgsfaktor für Westwing ist die Logistik. Jede Unterbrechung des Logistikablaufs, beispielsweise bedingt durch einen IT-Systemausfall, Fehlplanung, physische Schäden oder Probleme im Warenbestandsmanagement, kann unmittelbare Auswirkungen auf Logistikkosten und Kundenzufriedenheit haben.

Westwing investiert in sein internationales Logistiknetzwerk mit sieben verschiedenen Logistikstandorten und führt die Standardisierung von Prozessen und Systemen weiter fort, um diesem Risiko zu begegnen. Die bereits erwähnte, auf die eigenen Bedürfnisse zugeschnittene Warenbestandssoftware und die Partner Portal Software spielen hierbei eine wesentliche Rolle, um stabile und skalierbare Prozesse aufzubauen. Zudem hat Westwing enge Geschäftsbeziehungen zu seinen Serviceanbietern abgeschlossen, die auch die Überwachung der Systemperformance einschließen. Diese Anstrengungen schlagen sich außerdem in einer Verbesserung der Lieferqualität nieder.

Verlust wichtiger Angestellter und Einstellung neuer Mitarbeiter

Zur Erreichung seiner Ziele muss sich Westwing auf das Wissen, die Erfahrung und die Motivation seiner Angestellten in Schlüsselpositionen verlassen. Die Begeisterung und der Einsatz der Mitarbeiter sorgen dafür, dass Westwing weiter expandieren und in Zukunft profitabel sein kann. Wichtige Angestellte könnten das Unternehmen verlassen und somit den Unternehmenserfolg negativ beeinflussen.

Zudem sieht sich die Gesellschaft dem Risiko ausgesetzt, dass am Arbeitsmarkt keine ausreichende Zahl an qualifizierten Mitarbeitern zur Verfügung steht, oder es nicht gelingt, diese für einen Job bei Westwing zu begeistern.

Um die Attraktivität von Westwing als Arbeitgeber zu steigern, hat das Unternehmen die nötigen Strukturen (z.B. interne und externe Fortbildungen, Mitarbeiterbefragungen etc.) geschaffen, die es Mitarbeitern ermöglichen, ihre Karriereziele zu erreichen.

4.2.3 IT Risiken

Ausfall der Website

Als Onlinehändler ist Westwing von der Funktionsfähigkeit der Hard- und Software abhängig. Wenn die Website nicht erreichbar ist, können Mitglieder auch keine Bestellungen tätigen. Dies wirkt sich nicht nur kurzfristig auf den Umsatz aus, sondern hat bei einem wiederholten Systemausfall auch langfristige Folgen für die Kundenzufriedenheit und somit für das gesamte Geschäft.

Westwing hat umfangreiche Monitoring- und Backup-Lösungen etabliert, um einem möglichen Systemausfall zu begegnen und im Bedarfsfall die Ausfallzeit der Websites zu minimieren. Diese Lösungen beinhalten unter anderem On- und Off-Site-Backups.

Als Folge war die Website über das gesamte Jahr 2016 hinweg online und funktionstüchtig und erreichte eine durchschnittliche Betriebszeit von über 99,9%.

Datensicherheit

Wie jedes andere Unternehmen mit einem Online-Auftritt und insbesondere wie andere Unternehmen, bei denen Kunden online Zahlungen tätigen, unterliegt auch Westwing Risiken hinsichtlich der Datensicherheit. Mitglieder stellen Westwing bzw. externen Partnern beim Bestellvorgang personenbezogene Informationen sowie Bank- und Kreditkartendaten zur Verfügung, die umfangreichen Datenschutzbestimmungen unterliegen.

Westwing und dessen Partner legen großen Fokus auf Datensicherheit und stellen diese mit zahlreichen Maßnahmen sicher. Westwing selbst speichert keine Zahlungsdaten und arbeitet nur mit PCI-zertifizierten Zahlungsabwicklungspartnern zusammen.

Die Zugriffsrechte auf Westwings Server sind stark eingeschränkt und werden nur als personalisierte Zugänge an wenige ausgewählte Personen vergeben. Alle Änderungen an der Software im Front-End werden zuerst auf einem Testsystem geprüft, sodass Programmierfehler und Sicherheitslücken im Entwicklungsprozess frühzeitig entdeckt werden. Ferner arbeitet Westwing mit aktuellen Verschlüsselungsalgorithmen, VPN-Verbindungen und Authentifizierung, um sich vor unbefugten Zugriffen zu schützen.

Technologischer Fortschritt und Kundenerfahrungen

Westwing tätigt seine Verkäufe über das Internet. Die technologischen Rahmenbedingungen des Internets ändern sich schnell. Eine der wichtigsten technologischen Entwicklungen der letzten Jahre war die Migration von Westwing-Systemen zu einer Cloud-Infrastruktur. Mit Hilfe einer Cloud-basierten Infrastruktur kann Westwing das Geschäft ausbauen und eine bessere Verfügbarkeit der Webseite bieten, was oftmals zu einer schnelleren Kundenerfahrung führt. Allerdings besteht ein gewisses Risiko, dass die Westwing-Systeme nicht den neusten technologischen Entwicklungen entsprechen. Fehlkonfigurationen können ein negatives Kundenerlebnis auslösen und schließlich zu geringeren Besuchen der Seite und rückläufigen Verkäufen führen.

4.2.4 Risikoberichterstattung in Bezug auf die Verwendung von Finanzinstrumenten

In den Geschäftsjahren 2015 und 2016 hat Westwing keine Finanzinstrumente erworben, die signifikanten Risiken ausgesetzt sind. Das Unternehmen nutzt keine derivativen Finanzinstrumente zur Absicherung von Zahlungsströmen oder beizulegenden Zeitwerten. Die Bewertung der Kreos-Optionsvereinbarung erfolgt zum beizulegenden Zeitwert und bemisst sich an der Unternehmensbewertung. Der Wert der Verbindlichkeit aus der Finanzierungsrunde vom Mai 2016 enthält ebenfalls eine Komponente der Unternehmensbewertung, wird aber zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet. Nach Einschätzung des Managements entsteht dem Konzern daraus kein erhöhtes Risiko, da bei diesen Finanzinstrumenten wirtschaftlich vor allem die Anteilseigner Risiken tragen.

4.3 Chancenbericht

Westwing ist einer Vielzahl an Risiken ausgesetzt (siehe oben); gleichzeitig bestehen jedoch auch viele Chancen für das Unternehmen, die ein hohes Potenzial mit sich bringen. Diese bieten Westwing nicht nur die Aussicht auf weiteres Wachstum, sondern auch die Möglichkeit, schneller profitabel zu werden und die Gewinnmarge anschließend zu steigern. Die Chancen können in zwei Kategorien eingeteilt werden: (1) externe Chancen (z.B. Marktwachstum) und (2) interne Chancen (z.B. Stärkung der Marke, Erschließung neuer Produktkategorien). Der folgende Abschnitt fasst die wesentlichen Chancen zusammen.

4.3.1 Gesamtwirtschaftliche Chancen

Wachstum des eCommerce im Home&Living-Sektor

Der Markt für Onlinehandel von Home&Living-Produkten wächst im Vergleich zum traditionellen Markt für Home & Living aufgrund der anhaltenden Migration vom Offline- zum Onlinehandel signifikant. Diese Migration wird vor allem von folgenden Faktoren getrieben:

- **Überlegenes Produktangebot:** Der Onlinehandel gibt Konsumenten Zugang zu relevanteren und größeren Produktpaletten. Ein Onlinehändler kann eine umfangreichere Auswahl an Produkten anbieten, die ein stationäres Einzelhandelsgeschäft nicht bieten kann. Der stationäre Handel ist durch die benötigten Lager- und Ladenflächen im Gegensatz zum Onlinehandel beschränkt.
- **Rund-um-die-Uhr-Erreichbarkeit:** Für die Mehrheit der Verbraucher ist der Besuch eines stationären Ladengeschäfts für Home&Living-Produkte, das ihren Bedürfnissen entspricht, ein zeitaufwändiges Unterfangen. Mehr und mehr Menschen greifen deshalb auf Online-Shopping zurück, wie bereits in vorangegangenen Abschnitten beschrieben wurde. Dies führt zu einer Vereinfachung des Einkaufs von Home&Living-Produkten, was wiederum die Wahrscheinlichkeit, dass überhaupt ein Einkauf getätigt wird, erhöht.
- **Verbesserte Logistik und Zahlungsmethoden:** Die Verbesserung der Qualität von Lieferdienstleistungen und Zahlungsmethoden sind entscheidende Treiber der positiven Entwicklung des eCommerce. Durch eine zunehmend größere Entscheidungsfreiheit der Konsumenten bei der Wahl ihrer Liefer- und Zahlungsmethoden wird das Einkaufen via Onlinehandel immer bequemer, erhöht die Kundenzufriedenheit und steigert letztlich die Wiederholungskaufrate. Zwar ist Westwing bereits hervorragend im Bereich Liefer- und Zahlungsoptionen positioniert, dennoch ist dies ein Bereich, in dem weitere Chancen bestehen.
- **Wie bereits erwähnt, werden mehr und mehr B2C („Business to Consumer“)-Transaktionen online getätigt.** Dementsprechend nimmt das Verbrauchervertrauen in Online-Einkäufe zu. Dieser Trend begann zunächst etwa in den Märkten für Büchern und Mode, ist aber inzwischen auch im Home&Living-Markt angekommen, was Westwing große Chancen eröffnet.
- **Zunehmende Zahl an Kunden:** Online-Shopping-Angebote waren zunächst an jüngere Generationen gerichtet. Jedoch wandelt sich dieser Trend, da auch ältere Generationen zunehmend Vertrauen in Onlinegeschäfte aufbauen und zu einer immer wichtigeren Kundengruppe von Westwing werden. Westwing erwartet, dass dieser Trend anhält. Das allgemein zunehmende Vertrauen in Onlinegeschäfte wird zu einer ansteigenden Zahl an Kunden im eCommerce führen und sich letztlich auch auf Westwings potenzielle Kundenbasis auswirken.

4.3.2 Strategische und operative Chancen

WestwingNow Shop

Der überwiegende Anteil der bereitgestellten Information in diesem Lagebericht basiert auf dem Geschäft mit Westwings Shopping Club, der bis 2014 das alleinige Geschäft von Westwing darstellte. Im Februar 2015 eröffnete Westwing zusätzlich seinen neuen Online-Shop WestwingNow in Deutschland. In 2016, dem ersten vollen Jahr der Geschäftstätigkeit, wurde bereits ein Umsatz von EUR 15,1 Mio. in Deutschland, Österreich und der Schweiz erreicht. Zusätzlich wurde das Geschäftsmodell im Jahr 2016 auf die Schweiz ausgeweitet. WestwingNow bietet ein dauerhaftes Sortiment an Home Accessoires und Einrichtungsgegenständen an. Für den Zugang zu der Website ist keine vorherige Registrierung notwendig.

Das Management ist überzeugt davon, dass dieses neue Geschäft komplementär zum bestehenden Geschäft ist und somit eine natürliche Ausweitung des bisherigen Geschäftsmodells darstellt. Dieser neue Geschäftszweig verfügt über ein signifikantes Wachstums- und Expansionspotenzial.

Das Club-Modell zielt auf Spontaneinkäufe ab. Gleichzeitig gibt es aber viele Personen, die spezielle Produkte suchen und diese zu einem ganz bestimmten Zeitpunkt benötigen. WestwingNow soll diese Kunden ansprechen, indem es Produkte in einem dauerhaften Sortiment führt.

Obwohl die Einführung des neuen Modells hohe Vorausinvestitionen in Team, Technologie und Vorräte erforderte, ergeben sich eine Vielzahl an Synergien sowie sich gegenseitig verstärkende Effekte zwischen den beiden Geschäftsmodellen:

- Kundenteilung: Westwing kann seine bestehenden, loyalen Mitglieder aus dem Shopping-Club-Bereich in den WestwingNow-Bereich transferieren und auf diese Weise den Anteil am Budget des Kunden erhöhen. Auf diese Weise können die Kunden von dem erweiterten, permanent verfügbaren Sortiment profitieren, und WestwingNow kann eine hohe Anzahl von Besuchen auf der Website ohne zusätzliche Kosten erzielen.
- Große Lieferantenbasis: Für die über WestwingNow angebotenen Produkte kann das Unternehmen auf bestehende, weltweite Lieferantenbeziehungen zurückgreifen. Die Vergrößerung der potenziellen Kundenbasis wird Lieferanten zudem für eine weitere Zusammenarbeit begeistern.
- Erfahrung mit Technologie, Logistik und Zahlungsabwicklung: auch wenn Produkte dauerhaft statt vorübergehend angeboten werden, sind die Prozesse im Hintergrund, wie zum Beispiel das Gestalten der Website, Beschaffung oder Zahlungsabwicklung, ähnlich zu den bereits bestehenden Abläufen im Club. Dementsprechend ist der Aufbau der entsprechenden Bereiche des neuen Shops mit nur moderatem Aufwand verbunden.
- Mitarbeiter: Seit mehr als fünf Jahren entwickelt Westwing ein wachsendes eCommerce Geschäft und sammelte wertvolle Erfahrungen für den Aufbau eines erfolgreichen Onlinehandels für Home&Living-Produkte. Diese Erfahrungen und das Wissen sind auch dem neuen Online Shop zugänglich, da Mitarbeiter für beide Geschäftsmodelle arbeiten können.

Private Label

Neben den Produkten zahlreicher Lieferanten bietet Westwing auch eine wachsende Anzahl eigens für Westwing hergestellte und mit eigenen Markennamen versehene Produkte an (z.B. unter den Marken „Port Maine“ oder „by 46“). Private-Label-Produkte sind ein Bereich, in dem Westwing erhebliches Wachstumspotenzial sieht. Derzeit ist der Konzern dabei, die Entwicklung von Private Label aktiv weiter aufzubauen und zu gestalten. Private Label ist so konzipiert, dass der komplette Einkaufsvorgang zentral abläuft und anschließend die Produkte innerhalb des Konzerns verkauft werden.

Das Management sieht zwei wesentliche Vorteile im Private-Label-Geschäft:

- Private Label gibt der Gesellschaft die Möglichkeit, Aspekte wie Design, Verpackung, Preis, Qualität und Branding der Ware noch stärker selbst zu beeinflussen. Westwing ist in direktem Kontakt mit den Produzenten und stimmt Produktdesigns sowie Materialien eng mit ihnen ab. So wird die Erstellung einzigartiger Angebote für die Kunden auf der Website möglich.
- Darüber hinaus sind die Bruttomargen im Bereich Private Label in der Regel höher als für reguläre Produkte anderer Lieferanten, da keine Zwischenhändler involviert sind.

Westwing hat ein Team aufgebaut, das das Geschäft mit Private-Label-Produkten aus der Konzernzentrale in München heraus vorantreiben soll.

Markenpflege

Westwing ist DIE Marke im Bereich Home&Living-eCommerce. Das Management sieht den steigenden Wiedererkennungswert seiner Marke als einen wichtigen Faktor für langfristigen Unternehmenserfolg. Durch gezielte Markenpflege, PR, Content-Erstellung, Social Media und sorgfältig ausgewählten Marketingmaßnahmen, positioniert sich Westwing als eine beliebte Marke, die Vertrauen, Persönlichkeit und uneingeschränktes Stilbewusstsein transportiert. Im Gegensatz zu anderen Märkten, wie beispielsweise dem Modemarkt, in dem die Kunden im Wesentlichen auf die Herstellermarken fokussiert sind, spielen im Home&Living-Bereich die Händlermarken eine zunehmende Rolle. Dies ist eine Folge des stark fragmentierten Home&Living-Markts, in dem Herstellermarken häufig nicht die entscheidende Rolle bei Kaufentscheidungen spielen.

Mobile eCommerce

eCommerce wächst insgesamt mit einer großen Geschwindigkeit, der Teilbereich des mobilen eCommerce wächst jedoch sogar noch schneller. Westwing versteht darunter das Geschäft auf mobilen Endgeräten statt auf PCs oder anderen stationären Geräten. Das Management ist der Überzeugung, dass eine wachsende Anzahl an Transaktionen über mobile Endgeräte abgewickelt werden, da die Konsumenten die Möglichkeit schätzen jederzeit und überall online einkaufen zu können.

Westwing ist durch Smartphone- und Tablet-optimierte Websites sowie dedizierte Apps für iPhone, iPad und Android sehr gut für diesen Trend gerüstet. Dies wurde von den Kunden so gut aufgenommen, dass per Dezember 2016 bereits über 50% der Bestellungen über mobile Endgeräte abgewickelt wurden.

Margenverbesserung

Eine weitere Chance für Westwing besteht in der Verbesserung der Margen. Ausgehend von der Situation, dass Westwing noch ein junges Unternehmen ist und permanent an der Verbesserung der Prozesse und Infrastruktur arbeitet, geht das Management davon aus, Prozesse effizienter gestalten und damit höhere Margen erzielen zu können. Neben anderen Faktoren werden typischerweise Verbesserungspotenziale durch die Identifikation bewährter interner Abläufe innerhalb der Unternehmensgruppe, die Adaption erfolgreicher Marktpraktiken sowie dem Lernen von vergleichbaren Unternehmen erwartet.

Spezifische Bereiche zur Margenverbesserung sind die folgenden, nicht abschließend genannten Punkte:

- **Lieferanten-Key-Account-Management:** Westwing wird die gute Zusammenarbeit mit seinen Lieferanten weiter fördern, um so die operativen Prozesse und die Einkaufskonditionen zu verbessern.
- **Produktmix und Preispolitik:** Der richtige Produktmix ist wichtig und Westwing hinterfragt sich immer wieder selbst, um die Kundenansprache und -zufriedenheit weiter zu verbessern und so attraktive Margen beizubehalten. Zugleich erwachsen aus einer intelligenten Preisfestsetzung weitere Chancen.
- **Logistikprozesse:** Westwing hat in seinen sieben großen Märkten Logistikzentren eröffnet und bereits in drei davon eine auf die eigenen Bedürfnisse zugeschnittene Warenbestandssoftware eingeführt. Für die übrigen wird die Einführung momentan vorbereitet. Dies zeigt, dass Westwing große Fortschritte in seinen Logistikprozessen gemacht hat. Daneben bestehen weiterhin Möglichkeiten zur Verbesserung von Kundenerfahrung und Marge. Aufgrund der Tatsache, dass alle großen Märkte mit einem lokalen Logistiknetzwerk ausgestattet sind (inkl. Lager und Mitarbeiter), wird in Zukunft die Fixkostendegression zur Margenverbesserung eine wesentliche Rolle spielen.

- Skaleneffekte: Ein wesentlicher Faktor in der Verbesserung der Margen liegt in der Nutzung von Skaleneffekten. Bei steigenden Umsätzen werden diese sowohl in der Logistik als auch in anderen Bereichen sichtbar, da Kosten unterproportional zum Umsatzwachstum ansteigen werden.

5. Prognosebericht

Das Management schätzt die Entwicklung der finanziellen und wirtschaftlichen Position von Westwing sowie das Marktumfeld im Geschäftsjahr 2016 insgesamt positiv ein. Der Konzern ist angemessen finanziert und hat solide Strukturen und Prozesse aufgebaut, die die Grundlage für zukünftiges Wachstum und den Weg zur Profitabilität darstellen. Das vierte Quartal 2016 war auf Konzernebene in Bezug auf das operative Ergebnis (bereinigtes EBITDA¹⁴), und den Free Cashflow bereits positiv, teilweise unterstützt durch die Saisonalität zum Jahresende. Westwing wird den Weg zu dauerhafter Profitabilität in 2017 fortsetzen.

Das Management erwartet auch für das Jahr 2017 und darüber hinaus eine positive Entwicklung des Online-Home&Living-Markts. Das Management stützt seine Einschätzung dabei auf die Beobachtung der relevanten geografischen Märkte in den letzten Jahren.

Westwing hat eine einzigartige Wettbewerbsposition in all seinen Märkten und eine starke Position im immer wichtiger werdenden mobilen Vertriebskanal. Bereits 2016 lag der Anteil der Bestellungen über das mobile Internet bei über 50%. Das Management erwartet, dass sich dies in fortgesetztem Wachstum niederschlagen wird.

Für das Jahr 2017 plant Westwing ein operatives Ergebnis (bereinigtes EBITDA), das nur noch im mittleren negativen einstelligen Millionen-Euro-Bereich erwartet wird. Um dies zu erreichen, wird der Schwerpunkt auf die folgenden Bereiche gesetzt:

- Stärkung des Kerngeschäfts „Club“ durch erweiterte attraktive Angebote, frische Trends und attraktive Marken für ein noch größeres Kundenerlebnis
- Profitabilität des Kerngeschäfts durch verbesserte Margen entlang der gesamten Wertschöpfungskette
- Investitionen in die Wachstumsplattformen im Bereich Marketing, Private Label und WestwingNow sowie in Technologie und Infrastruktur

Durch den anhaltenden Fokus auf Profitabilität erwartet das Management für 2017 eine leicht geringere Umsatzsteigerung als in 2016.

Es wird davon ausgegangen, dass die bereits erläuterten Kennzahlen Gross Merchandize Volume („GMV“) und die Anzahl der Bestellungen insgesamt im Einklang mit dem Umsatz leicht ansteigen werden. Darüber hinaus wird mit einem durchschnittlichen Bestellwert auf ähnlichem Niveau wie in 2016 geplant.

Die Grundlage für die moderate Verbesserung des geplanten bereinigten EBITDA bilden höhere Umsätze sowie eine Stärkung der Deckungsbeiträge, was dann auch eine entsprechend verbesserte bereinigte EBITDA-Marge impliziert. Trotz des Fokus auf Profitabilität wird das Management auch weiterhin in strategische Prioritäten wie Technologie und Marke investieren.

¹⁴ EBITDA vor anteilsbasierter Vergütung dient als Kennzahl, um eine bessere Darstellung der zu Grunde liegenden Geschäftsentwicklung zu ermöglichen.

Die Geschäftsführung geht davon aus, dass die operativen Kosten im Jahr 2017 durch den operativen Cashflow, Kreditlinien sowie mögliche weitere Zahlungsmittelzuflüsse gedeckt werden können. Die Entwicklung des Free Cashflows (d.h. die Summe aus den Cashflows aus operativer und Investitionstätigkeit) wird die erwartete moderate Verbesserung des bereinigten EBITDA sowie eine relativ konstante Investitionstätigkeit widerspiegeln.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Prognose aus dem letzten Jahr umsatzseitig eingehalten und in Bezug auf das bereinigte EBITDA übertroffen wurde. Im Mai 2016 wurde eine Finanzierungsrunde über EUR 24,0 Mio. erfolgreich abgeschlossen, die Westwing mit weiteren Mitteln zur Finanzierung der weiteren Geschäftsexpansion und der Investitionen in ein profitables Wachstum versorgte. Das Management ist überzeugt, dass Westwing die notwendigen operativen und finanziellen Ressourcen besitzt, um die für das Jahr 2017 geplante Entwicklung zu erreichen.

München, den 29. März 2017

Stefan Smalla
Geschäftsführer
Westwing Group GmbH

Dr. Dr. Florian Drabeck
Geschäftsführer
Westwing Group GmbH