

## [Investor Information Shopimore AG / 7.3.2018](#)

### Das Jahr 2017 im Rückblick

Der Vorstand der Shopimore AG möchte Sie kurz über aktuelle Entwicklungen im Unternehmen informieren.

Das zweite Halbjahr 2017 stand im Zeichen der erstmaligen intensiven Vermarktung unserer Software sowohl im Bereich Einzelkunden, als auch im Bereich der Marktplätze. Vor allem bei den Marktplätzen konnten erste spektakuläre Erfolge eingefahren werden:

- Nussbaum Medien – ein in Baden-Württemberg ansässiges Verlagshaus mit 1,1 Mio. wöchentlicher Auflage mit Amts- und privaten Mitteilungsblättern – lanciert den Marktplatz ‚KAUFinBW.de‘, der sich derzeit als Beta-Version mit den Premium-Kunden des Verlages in der Pre-Launch Phase befindet.
- Nach dem Muster von Nussbaum Medien konnten auch weitere Regionen (München, Berlin, Rheinland-Pfalz, ein deutschlandweiter Verlag) gewonnen werden. Wir sind in intensiven Verhandlungen zum Abschluss weiterer regionaler Marktplätze.
- Erste Marktplätze werden auch in Österreich ausgerollt. Die Palette reicht dabei von landwirtschaftlichen Produkten direkt von den Herstellern bis hin zu Maßmöbeln.

Im Einzelkundenvertrieb wird die Software laufend an kleine Händler verkauft, sodass insgesamt bereits 880 Einzelkunden registriert haben, wovon 540 bereits intensiv mit unserer Software arbeiten. Damit liegen wir über der von uns für Ende 2017 gegebenen Guidance von 840 registrierten Kunden.

Wir testen derzeit in Deutschland verschiedene Vertriebswege und haben auch eine Partnerschaft mit einem professionellen externen Vertriebsteam abgeschlossen.

Weiters wird aufgrund der wesentlich schnelleren Markterschließung der Schwerpunkt des Vertriebs auf den Marktplätzen liegen, wo wir zusammen mit unseren Partnern sehr schnell größere Kundenkreise erschließen werden.

Unsere Marktplätze werden gemeinsam mit unseren Partnern im Jahr 2018 zu unverwechselbaren regionalen Plattformen weiter entwickelt, die meisten der neuen Features sind bereits in der Testphase.

## Finanzielle Entwicklung

Die folgenden Zahlenangaben beziehen sich jeweils auf die Shopimore AG (Deutschland) und die 100% Tochter Shopimore GmbH (Österreich). Beide Gesellschaften sind operativ tätig, österreichische Kunden werden über die GmbH abgerechnet, deutsche und internationale Kunden über die AG.

Die Zahlen sind vorläufig und nicht geprüft. Ein geprüfter Jahresabschluss der AG wird zeitnah veröffentlicht. Wir werden jedoch auch zukünftig immer konsolidiert informieren, um eine Sicht auf die gesamten Geschäftsaktivitäten der Gruppe zu gewährleisten.

Beim Umsatz schafften wir im Vergleich zu unserer Guidance beinahe eine Punktlandung. Von den TEUR 344 Umsatz konnten bereits TEUR 98 in Deutschland erzielt werden – ein schöner Beweis für den gelungenen Markteintritt in Deutschland.

Im EBITDA zeigt sich das Ergebnis wesentlich besser als in unserer Vorhersage. Statt der prognostizierten TEUR -687 erreichten wir ein EBITDA von TEUR -360. Der Hauptgrund liegt in wesentlich geringer als geplant in Anspruch genommener Fremdleistungen bei der Software-Entwicklung.

Bei den Personalkosten liegen wir mit TEUR 296 etwa 18% unter den prognostizierten Kosten, die sonstigen Kosten sind mit TEUR 237 um TEUR 95 höher als erwartet. Gründe dafür finden sich vor allem im Rechts- und Beratungsaufwand, der durch die zahlreichen rechtlich notwendigen Schritte in der Strukturierung der beiden Gesellschaften über unseren Erwartungen lag.

Der Jahresüberschuss 2017 lag mit TEUR -372 um TEUR 316 besser als geplant.

Die Bilanz der Shopimore AG weist nach der 2017 durchgeführten ersten Tranche der Kapitalerhöhung bei einer Bilanzsumme von TEUR 745 eine Eigenkapitalquote von 94% auf.

Die Shopimore GmbH wurde 2017 von der Shopimore AG gegen Barkaufpreis erworben. In der Bilanz der Shopimore AG befindet sich daher kein Goodwill, sondern ausschließlich tangible Vermögenswerte (Cash, Forderungen, etc.).



## Ausblick auf 2018

2018 wird von weiter intensivierten Vertriebsaktivitäten und dem „go-live“ verschiedener Regional- und Themen-Marktplätze in Deutschland und Österreich geprägt sein.

Außerdem planen wir die Expansion nach Spanien, die gemeinsam mit regionalen Partnern erfolgen wird. Wir planen eine Art Franchise-Modell, bei dem für uns neben den Gründungskosten und der technischen Unterstützung keine weiteren Kosten anfallen, wir aber über einen Profit Share an den Erfolgen der Tochter partizipieren. Sollte das Modell in Spanien Erfolg haben, planen wir den Eintritt in weitere interessante e-commerce Länder in Westeuropa und CEE.

Ein weiterer strategischer Meilenstein wird das Closing der geplanten 50%-Beteiligung an unserem Kundenbindungsprogramm mc mycard und deren Integration in die Shopimore AG.

Im Lichte der Erfahrungen aus 2017 und vor dem Hintergrund der geplanten Aktivitäten haben wir auch unseren Business Plan und damit die Guidance für 2018 überarbeitet. In dieser Guidance sind mycard pro-forma vollkonsolidiert und Spanien at-equity enthalten.

Für 2018 erwarten wir

- ca. 1700 registrierte Kunden Ende 2018
- Umsatz 1,5 Mio. EUR
- EBITDA positiv

Wir hoffen, Ihnen mit dieser Kurzinformation einen interessanten Einblick in unsere Aktivitäten gegeben zu haben und werden weiterhin laufend über Neuigkeiten rund um Shopimore informieren.

Mit freundlichen Grüßen

Der Vorstand der Shopimore AG

**Kontakt für alle Anliegen unserer Investoren:**

Martin Hinteregger

CFO

Mail: [martin.hinteregger@shopimore.at](mailto:martin.hinteregger@shopimore.at)

Tel.: +43 699 136 95 950

