

A young man and woman are lying in bed, looking at a laptop screen. The man is on the left, smiling, and the woman is on the right, smiling and resting her chin on her hand. The scene is warmly lit, suggesting a comfortable and relaxed environment.

Bequem shoppen

GESCHÄFTSBERICHT 2012

Inhalt

| | |
|--|----|
| 1. Vorwort des Vorstands | 4 |
| 2. Bericht des Aufsichtsrats | 6 |
| 3. Aktie | 8 |
| 4. Anleihe | 10 |
| 5. Unsere Kunden stellen sich vor | 12 |
| 6. Pro-forma Gewinn- und Verlustrechnung | 18 |
| 7. Konzernlagebericht | 19 |
| 8. Konzernabschluss | 32 |
| 9. Konzernanhang | 39 |
| 10. Bestätigungsvermerk des Prüfers | 43 |
| 11. Impressum | 44 |



Weihnachtsaktion der getgoods AG: Entspannt surfen



Gebäude und Team der getgoods AG

Vorwort

Sehr geehrte Investoren und Geschäftspartner, liebe Mitarbeiter,

die Dynamik des E-Commerce Marktes hat im Geschäftsjahr 2012 weiter angehalten. So ist es auch unserem Unternehmen gelungen, erfolgreich und profitabel weiter zu wachsen. Wir haben unser Produktangebot deutlich ausgebaut und diversifiziert. Neben dem ursprünglichen Fokus auf IT, Unterhaltungs- und Haushaltselektronik ist es uns auch gelungen, weitere margenstarke Produktgruppen erfolgreich einzuführen. Nach einigen Testphasen können unsere Kunden seit dem Jahr 2012 jetzt auch Artikel aus den Produktgruppen Spielzeug, Haushalts- und Baumarktartikel sowie alles für Haus und Garten in unseren Shops einkaufen.

Darüber hinaus haben wir im Geschäftsjahr 2012 unsere Shops kontinuierlich optimiert und somit die Basis für zufriedene Kunden geschaffen. Unsere Kunden profitieren nicht nur von einer detaillierten Produktbeschreibung, sie haben auch die Möglichkeit sich die gewünschten Artikel im 360Grad Modus anzuschauen. Darüber hinaus haben wir durch tiefgreifende Usability-Maßnahmen auf den Online-Portalen der getgoods.de AG, die Einführung saisonaler Marketingaktionen, gezielte Brandkampagnen, den Ausbau der Medien- und Businesskooperationen oder die Einführung täglicher „get good deals“ die Attraktivität der Online-Shops für unsere Kunden weiter gesteigert.

Die Steigerung der Bekanntheit unserer Premiummarke getgoods.de hatte im Geschäftsjahr 2012 ebenfalls einen hohen Stellenwert. Im vergangenen Jahr haben wir umfangreiche Maßnahmen zur Verbesserung der Reichweite, Markenbekanntheit und Visibilität ergriffen. Neben den üblichen Maßnahmen wie Search Engine Optimization, Search Engine Marketing oder Search Engine Advertising umfasste dies auch verstärkte Aktivitäten und massiven Reichweitenausbau im Bereich Social-Media/Portale/Media. Mit der groß umworbene Weihnachtsaktion sowie mit Fernsehwerbe- und Sponsoringmaßnahmen konnte die Bekanntheit der Marke und somit auch die Anzahl der Kunden, die ohne Umwege über Suchmaschinen direkt zu getgoods.de kommen, nachhaltig gesteigert werden.

Zur Finanzierung dieser Maßnahmen hat die getgoods.de AG im Oktober 2012 eine 5-jährige Unternehmensanleihe mit einem Volumen von EUR 30,0 Mio. und einem festen Zinssatz von 7,75% p. a. begeben. Die zugeflossenen Mittel haben wir zur Wachstumsfinanzierung verwendet. Insbesondere haben wir hier in die Erweiterung des Produktangebots und des Warenlagers investiert. Zudem wurden Teile des Nettoemissions-

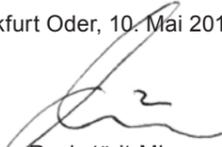
erlöses für die angesprochenen Maßnahmen zur Stärkung der Marke und der Kundenbindung genutzt. Aufgrund des anhaltenden starken Wachstums und zur Optimierung unserer Finanzierungsstruktur haben wir mit Zustimmung des Aufsichtsrats im Dezember eine Bezugsrechtskapitalerhöhung beschlossen und durchgeführt. Da die Altaktionäre von ihrem Bezugsrecht keinen Gebrauch machten, wurden im Wege der Nachplatzierung insgesamt 4.040.427 neue Aktien bei einem institutionellen Investor platziert. Der Bruttoerlös für die getgoods.de AG aus der Kapitalerhöhung belief sich auf ca. EUR 11,7 Mio. Auch diese zugeflossenen Mittel dienen zum Großteil der beschriebenen Wachstumsfinanzierung.

Vor diesem Hintergrund ist es uns gelungen den Konzernumsatz im Geschäftsjahr 2012 um 27,1 % auf EUR 402,6 Mio. (Pro-forma 2011: EUR 316,9 Mio.) zu steigern, womit wir voll im allgemeinen Markttrend lagen. Das operative Ergebnis (EBIT) des Konzerns wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr durch die Einmalkosten der Anleiheemission und der Kapitalerhöhung belastet. Diese beliefen sich insgesamt auf EUR 3,0 Mio. Dementsprechend betrug das Konzern-EBIT im Geschäftsjahr 2012 nur EUR 5,9 Mio. (Pro-forma 2011: EUR 7,0 Mio.). Das entspricht einer EBIT-Marge von 1,5% (Pro-forma 2011: 2,2%). Vor den Einmalkosten der durchgeführten Finanzierungsmaßnahmen erwirtschafteten wir ein EBIT in Höhe von EUR 8,9 Mio. (Pro-forma 2011: EUR 7,0 Mio.). Damit lagen wir 28% über dem vergleichbaren Vorjahreswert. Die entsprechende EBIT-Marge betrug 2,2%.

Für das Geschäftsjahr 2013 möchten wir unserem eingeschlagenen Weg treu bleiben und die Produktgruppen sowie das Sortiment weiter ausbauen. Dabei werden wir uns verstärkt auf margenstarke Produktgruppen fokussieren. Auch das Marktumfeld im Online-Handel zeigt sich weiter positiv, hier erwartet der bvH (Bundesverband des Deutschen Versandhandels e. V.) ein Marktwachstum von 21,3 %. Darüber hinaus prüfen wir auch laufend Unternehmenszukäufe um aktiv an der Konsolidierung des Marktes teilzunehmen.

Auf dieser Basis wollen wir auch im laufenden Geschäftsjahr an den wirtschaftlichen Erfolg des Vorjahres anknüpfen und rechnen dabei mit einem weiteren Umsatzanstieg auf EUR 480 - 500 Mio. mit einer EBIT-Marge von ca. 2,5%.

Frankfurt Oder, 10. Mai 2013,


Markus Rockstädt-Mies
Vorstandsvorsitzender



Weihnachtsaktion der getgoods AG: Entspannt surfen

Bericht des Aufsichtsrats

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

die getgoods.de AG hat sich vor dem Hintergrund des weiterhin boomenden Online-Handels im Geschäftsjahr 2012 erneut positiv entwickelt und durch strategische Maßnahmen, wie die kontinuierliche Erweiterung des Produktportfolios oder die Stärkung der Kapitalbasis, die Grundlagen für weiteres Wachstum gelegt.

Der Aufsichtsrat der getgoods.de AG hat die ihm nach Gesetz, Satzung und Geschäftsordnung obliegenden Aufgaben im Geschäftsjahr 2012 mit großer Sorgfalt wahrgenommen. Er hat den Vorstand bei der Leitung des Unternehmens fortlaufend begleitet und überwacht. In alle Entscheidungen von grundlegender Bedeutung für das Unternehmen war der Aufsichtsrat unmittelbar eingebunden. In seinen regelmäßigen mündlichen und schriftlichen Berichten informierte der Vorstand den Aufsichtsrat stets umfassend und zeitnah über alle Vorgänge von wesentlicher Bedeutung sowie über die Entwicklung der wichtigsten Unternehmenskennzahlen. Dabei ging er insbesondere auf strategische Fragen der Unternehmensplanung und -weiterentwicklung (wie Potenziale für organisches und anorganisches Wachstum), der Geschäftspolitik, des Geschäftsverlaufs, der Risikolage und des Risikomanagements ein. Die Mitglieder des Aufsichtsrats hatten stets ausreichend Gelegenheit, sich mit den vorgelegten Berichten und Beschlussvorschlägen des Vorstands kritisch auseinanderzusetzen und eigene Anregungen einzubringen. Die Berichte des Vorstands wurden dabei intensiv erörtert und auf Plausibilität überprüft. Zu den Beschlussvorschlägen des Vorstands hat der Aufsichtsrat den Erfordernissen von Gesetz und Satzung sein Votum abgegeben. Dies betraf im Geschäftsjahr 2012 insbesondere die Durchführung einer Bezugsrechtskapitalerhöhung gegen Bareinlage.

Auch abseits der Gremiumssitzungen stand der Aufsichtsratsvorsitzende in regelmäßigem Kontakt mit dem Vorstand und war somit stets über die aktuelle Unternehmensentwicklung unterrichtet.

Arbeit des Aufsichtsrats

Im Berichtsjahr fanden fünf ordentliche Aufsichtsratssitzungen statt. Der Aufsichtsrat war in der Regel bei allen ordentlichen Sitzungen vollständig anwesend. Kein Mitglied des Aufsichtsrates hat an weniger als der Hälfte der Aufsichtsratssitzungen teilgenommen. Bei Bedarf wurden Aufsichtsratssitzungen auch telefonisch durchgeführt. Auch Beschlussfassungen konnten bei Bedarf telefonisch oder im Umlaufverfahren erfolgen. Aus Gründen der Effizienz und der geringen Größe des Aufsichtsrats wurde auf die Bildung von Ausschüssen verzichtet.

Zu den wichtigsten Beratungs- und Überwachungsthemen zählten im vergangenen Jahr:

- Prüfung, Billigung und Feststellung des Jahresabschlusses 2011
- Prüfung des Abhängigkeitsberichts 2011
- Vorschlag zur Wahl des Abschlussprüfers
- Kennzahlen und Geschäftsentwicklung 2012
- Finanzplanung und Unternehmensfinanzierung
- Durchführung einer Barkapitalerhöhung
- Personalthemen im Vorstand
- Geschäftsordnung des Vorstands
- Vereinfachung der Konzernstruktur
- Zukünftige Wachstumsstrategie der getgoods.de
- Geschäftsplanung
- Erweiterung der Logistikkapazitäten

Interessenskonflikte der Aufsichtsratsmitglieder im Zusammenhang mit ihrer Tätigkeit als Mitglieder des Aufsichtsrates der getgoods.de AG sind nicht aufgetreten.

Zusammensetzung von Aufsichtsrat und des Vorstand

Die Zusammensetzung des Vorstands blieb im Geschäftsjahr 2012 unverändert.

Am 25. März 2013 hat Herr Armin Schulz sein Vorstandsmandat aus persönlichen Gründen mit sofortiger Wirkung niedergelegt. Gleichzeitig hat der Aufsichtsrat Herrn Dr. Markus Dubon mit Wirkung zum 1. Juni 2013 neu in den Vorstand der Gesellschaft berufen.

Im Aufsichtsrat gab es im Geschäftsjahr 2012 folgende Veränderungen:

Herr Dr. Yann Samson hat sein Aufsichtsratsmandat mit Ablauf der Hauptversammlung am 22. August 2012 aus persönlichen Gründen niederlegt. Als Nachfolger hat die Hauptversammlung Herrn Peter Heinz als neues Mitglied in den Aufsichtsrat der Gesellschaft gewählt.

Konzern- und Jahresabschluss

Die Hauptversammlung am 22. August 2012 hat die Warth & Klein Grant Thornton AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Düsseldorf, zum Abschlussprüfer und Konzernabschlussprüfer des Geschäftsjahres 2012 gewählt.

Die Warth & Klein Grant Thornton AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft hat den Jahresabschluss, den Lagebericht, den Konzernjahresabschluss und den Konzernlagebericht geprüft. Der Jahresabschluss sowie der Konzernabschluss haben einen uneingeschränkten Bestätigungsvermerk erhalten.

Die Prüfungsberichte sowie die vollständigen Abschlussunterlagen wurden allen Aufsichtsratsmitgliedern rechtzeitig zugesandt. In der bilanzfeststellenden Aufsichtsratssitzung am 08. Mai 2013, an der auch der Abschlussprüfer teilnahm, wurden diese Unterlagen ausführlich besprochen und geprüft. Der Abschlussprüfer berichtete über die Prüfungsschwerpunkte sowie die wesentlichen Ergebnisse seiner Prüfung und stand für ergänzende Fragen und Erläuterungen zur Verfügung. Nach eigener detaillierter Prüfung des Jahresabschlusses, des Lageberichts, des Konzernabschlusses sowie des Konzernlageberichts, hat sich der Aufsichtsrat dem Ergebnis des Abschlussprüfers angeschlossen und den vom Vorstand aufgestellten Jahresabschluss und den Konzernabschluss der getgoods.de AG gebilligt. Der vorgelegte Jahresabschluss und der Konzernjahresabschluss sind damit festgestellt.

Der Aufsichtsrat dankt dem Vorstand sowie allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihren hohen persönlichen Einsatz und ihre Leistungen im Geschäftsjahr 2012. Sie alle haben erneut zu einem erfolgreichen Jahr für die getgoods.de AG beigetragen.

Frankfurt Oder, 8. Mai 2013



Frank Kochan, Vorsitzender des Aufsichtsrats

Aktie

Listing

Seit dem 27. März 2012 wird die Aktie der getgoods.de AG im Entry Standard Segment der Deutschen Börse gehandelt und ist Teil des 30 Werte umfassenden Entry Standard Index. Die getgoods.de AG erfüllt alle von der Deutschen Börse festgelegten Transparenzpflichten für dieses Segment und veröffentlicht darüber hinaus Mitteilungen zur quartalsweisen Geschäftsentwicklung.

Kapitalmaßnahmen

Im Dezember 2012 beschloss der Vorstand der getgoods.de AG mit Zustimmung des Aufsichtsrates die Durchführung einer Kapitalerhöhung gegen Bareinlage unter vollständiger Ausnutzung des bestehenden genehmigten Kapitals (Genehmigtes Kapital 2012). Der zugehörige Wertpapierprospekt wurde von der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) gebilligt. Den Aktionären wurde das gesetzliche Bezugsrecht im Verhältnis 2:1 in Form des mittelbaren Bezugsrechts gewährt. Dabei wurden den Aktionären im Zeitraum vom 07. Dezember 2012 bis 21. Dezember 2012, 24:00 Uhr, insgesamt bis zu 7.000.000 neue, auf den Inhaber lautende Stückaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital der Gesellschaft in Höhe von EUR 1,00 je Aktie zum Bezugspreis von EUR 2,90 je Aktie angeboten. Die von den bezugsberechtigten Aktionären nicht bezogenen Aktien wurden nach Ablauf der Bezugsfrist interessierten Investoren zum Bezugspreis zur Zeichnung angeboten. Bis zum Ende der Bezugsfrist machten die Altaktionäre keinen Gebrauch von ihrem Bezugsrecht. Daher wurden anschließend insgesamt 4.040.427 bei einem institutionellen Investor platziert. Durch die Transaktion sind dem Unternehmen zusätzliche liquide Mittel in Höhe von EUR 11,7 Mio. zugeflossen.

Kursverlauf

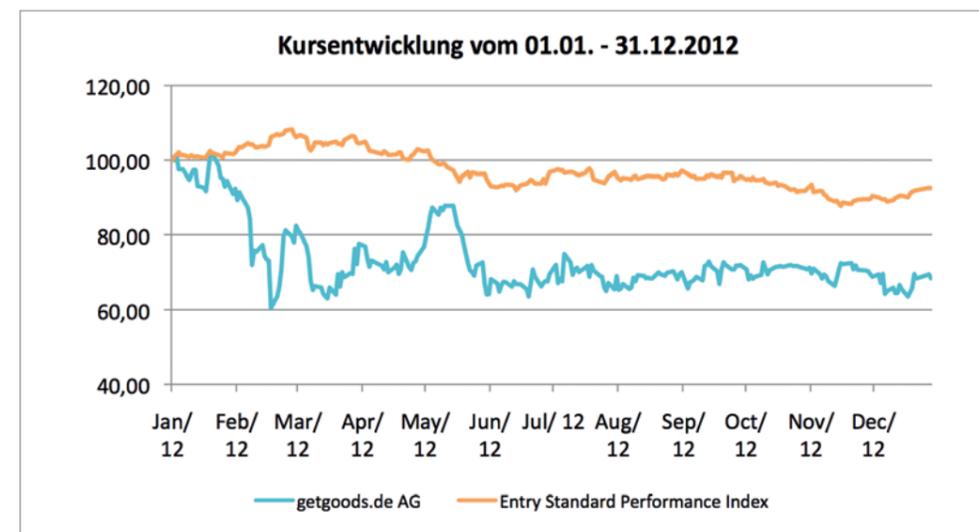
Die beherrschenden Themen des Börsenjahres 2012 drehten sich hauptsächlich um die weitere Entwicklung der europäischen und der US-amerikanischen Staatsschuldenkrise und führten an den Aktienmärkten weiterhin zu hoher Volatilität. Dieser Entwicklung folgte auch der für die getgoods.de AG maßgebliche Entry Standard Index, der nach einem kurzen Höhenflug in den ersten zwei Monaten des Jahres bis zur Jahresmitte deutlich abrutschte. Nach einer mehrmonatigen Seitwärtsbewegung kam es im November zu einem weiteren Kursrutsch, in dessen Verlauf auch das Jahrestief markiert

Eckdaten zur Kapitalerhöhung

| | |
|---|------------------------------------|
| Emittent | getgoods.de AG |
| WKN | 556060 |
| ISIN | DE0005560601 |
| Erstlisting | Entry Standard, Frankfurt |
| Art | Barkapitalerhöhung mit Bezugsrecht |
| genehmigter Umfang | bis zu 7.000.000 neue Aktien |
| tatsächlich ausgegebene Aktien in Stück | 4.040.427 |
| Zeitpunkt | Dezember 2012 |
| Ausgabekurs | EUR 2,90 je Aktie |
| altes Grundkapital | EUR 14.000.000,00 |
| altes Grundkapital in Stück | 14.000.000 |
| neues Grundkapital | EUR 18.040.427,00 |
| neues Grundkapital in Stück | 18.040.427 |
| rechnerischer Anteil am Grundkapital | EUR 1,00 |
| Bruttoemissionserlös | 11.717.238,3 |

wurde, bevor zum Jahresende nochmals eine leichte Erholung einsetzte. Insgesamt verlor der Entry Standard Index dadurch im Jahresvergleich 7,5% an Wert.

Nach einem drastischen Kurseinbruch ohne besondere Unternehmensnachrichten gleich zu Jahresbeginn entwickelte sich die getgoods.de AG Aktie über das Gesamtjahr hinweg deutlich schlechter als der Vergleichsindex. Insgesamt war der Kursverlauf der Aktie im XETRA-Handel dabei von hoher Volatilität und zumeist geringen Umsätzen geprägt. Ihren Höchstkurs erreichte die Aktie am 20. Januar 2012 mit EUR 4,18. Der Tiefstkurs lag bei EUR 2,48 am 17. Februar 2012. Zum Jahresende notierte die Aktie der getgoods.de AG mit EUR 2,80 um 32% unter dem Schlusskurs des Vorjahres von EUR 4,10 was teilweise auch auf die im Dezember durchgeführte Kapitalerhöhung zurückzuführen ist.



Aktionärsstruktur

Die Aktionärsstruktur der getgoods.de AG zum Jahresende stellte sich wie folgt dar:

Die Gesamtzahl der ausstehenden Aktien der getgoods.de AG zum 31.12.2012 belief sich auf 18,04 Mio. Aktien. Gründer und Vorstandsvorsitzender Markus Rockstädt-Mies, Matthias Lingk und Management hielten mittelbar und unmittelbar 56,6% der Anteile. Der im Rahmen der Kapitalerhöhung neu gewonnene institutionelle Investor hielt 22,4% am Unternehmen und die restlichen 21,0% der Aktien befanden sich im Streubesitz.



Stand: 31. Dezember 2012

Eckdaten der Aktie

| | |
|------------------------------------|---------------------------------|
| Branche: | E-Commerce |
| Land: | Deutschland |
| Börsenplätze: | Xetra, Frankfurt, Berlin |
| Segment: | Freiverkehr (Open Market) |
| Transparenzlevel: | Entry Standard (seit 27.3.2012) |
| WKN / ISIN: | 556060 / DE0005560601 |
| Ticker: | GGO |
| Anzahl der ausstehenden Aktien: | 18.040.427 |
| Marktkapitalisierung (31.12.2012): | EUR 50,55 Mio. |
| Aktienkurs (31.12.2012): | EUR 2,80 (XETRA) |
| Durchschnittliches Handelsvolumen: | 47.228 Stück* |
| Durchschnittlicher Tagesumsatz: | EUR 139.130* |

* (XETRA & Frankfurt)

Anleihe

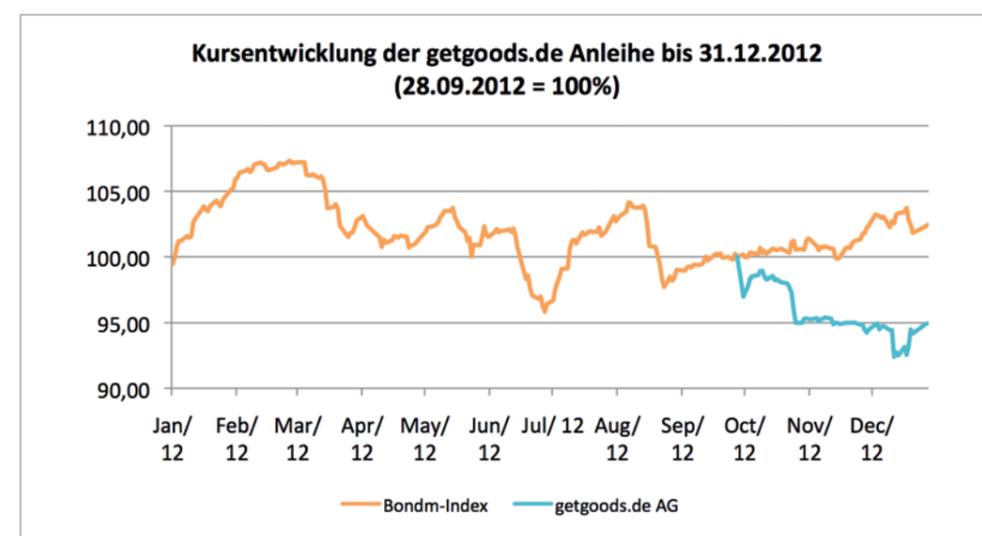
Emission einer Mittelstandsanleihe

Zur weiteren Finanzierung des starken Unternehmenswachstums hat die getgoods.de AG im Oktober 2012 eine 5-jährige Unternehmensanleihe mit einem Volumen von EUR 30,0 Mio. und einem festen Zinssatz von 7,75% p. a. begeben. Die Zinszahlung erfolgt vierteljährlich jeweils am 16. November, 16. Februar, 16. Mai und 16. August. Die Laufzeit der Anleihe endet mit Ablauf des 01. Oktober 2017. Die Anleihe, die im Mittelstandssegment Bondm der Börse Stuttgart gehandelt wird, bietet außerdem weitreichende Anleger-Rechte (Covenants) wie Kündigungsrechte bei Zahlungsverzug des Emittenten, eine Ausschüttungssperre sowie eine Change of Control Klausel.

Im Rahmen der börslichen Zeichnungsfrist vom 17. - 28. September 2012 und der anschließenden Nachplatzierung konnte die getgoods.de AG die Anleihe bis zum 26. Oktober 2012 vollständig bei privaten und institutionellen Anlegern platzieren. Der Mittelzufluss aus der Anleihe diente im Wesentlichen zur weiteren Finanzierung des starken Unternehmenswachstums. Im Vordergrund standen dabei die Erweiterung des Produktangebots und des Warenlagers sowie die Erhöhung des Handlungsspielraums für den Einkauf. Zudem wurden Teile des Nettoemissionserlöses in Maßnahmen zur Stärkung der Marke und der Kundenbindung investiert.

Eckdaten der Anleihe

| | |
|--|---|
| Emittentin | getgoods.de AG |
| WKN | A1PGVS |
| ISIN | DE000A1PGVS9 |
| Börsennotierung | Bondm, Börse Stuttgart |
| Volumen | EUR 30,0 Mio. |
| Stückelung | EUR 1.000 |
| Kupon | 7,75% p. a. |
| Zahlungsweise | vierteljährlich |
| Zinstermine | 16. November, 16. Februar, 16. Mai und 16. August |
| Effektivrendite für Erstzeichner | 7,98% p. a. |
| Laufzeit | 5 Jahre |
| Zinslaufbeginn | 02. Oktober 2012 |
| Laufzeitende | 01. Oktober 2017 (einschließlich) |
| Kündigungsmöglichkeiten der Emittentin | nach 3 Jahren zu 103,00% nach 4 Jahren zu 101,50% |
| Unternehmensrating | BBB- (Creditreform) |
| Investorensicherungsrechte (Covenants) | u.a. Change of Control, Negativverpflichtung, Ausschüttungsbeschränkungen |



Kursverlauf

Unter dem Eindruck der Ereignisse um die europäische Staatsschuldenkrise entwickelte sich auch der Bondm-Index der Börse Stuttgart sehr volatil, konnte das Jahr jedoch insgesamt mit einem leichten Kurszuwachs von 3,4% beenden.

Der Kurs der getgood.de Anleihe entwickelte sich in den ersten Monaten nach der Emission schwächer als der Vergleichsindex und schloss das Jahr mit einem Kursverlust von 5,1% und einem Kurs von 94,95% ab. Obwohl die Anleiheemission insgesamt erfolgreich verlief, fehlte es trotz der attraktiven Rendite an dem starken Nachfrageüberhang, der verschiedenen anderen Anleihen zu starken Kurszuwächsen verholfen hatte. Der Höchstkurs im Berichtszeitraum war der Ausgabekurs von 100,00%. Den Tiefstkurs erreichte die Anleihe am 12. Dezember 2012 mit 92,40%.

Tina (30), Berlin Köpenick

Hobby: Fitness, Musik

Warum kaufen Sie bei getgoods.de ein?

Durch mein Kind habe ich viel zu tun und kaufe daher oft online ein.

Was kaufen Sie bei getgoods.de?

Ein Babyfon und Spielzeug. Neulich habe ich mir sogar eine neue Waschmaschine bei getgoods.de gekauft.

Wie sind Sie auf getgoods.de aufmerksam geworden?

Durch eine Preissuchmaschine. Das Angebot im Shop fand ich super und habe seitdem schon mehrmals dort bestellt.

Was finden Sie bei getgoods.de besonders gut?

Beim Waschmaschinenkauf habe ich mich beraten lassen. Die Beratung war sehr kompetent und hat super geklappt.

Was würden Sie empfehlen zu verbessern?

Der Versand ist eigentlich immer sehr schnell, allerdings musste ich auf die Waschmaschine etwas länger warten als sonst.



Frauen und Männer

- Frauen sorgen für 55% des Gesamtumsatzes im interaktiven Handel...
 - ◀ ...aber nur für 42% der Umsätze im Online-Handel
- Hoher Frauenanteil bei Multi-Channel-Versendern und Teleshopping
- Männer bevorzugen Internet Pure Player und Ebay-Powerseller
- Frauen suchen in Online-Shops nicht nur Produkte für sich selbst sondern immer auch für andere
- Frauen sind loyale Kunden
- Frauen kaufen gerne spontan, Männer eher gezielt
- Frauen interessieren sich stark für Cross-Selling-Angebote



Klaus (46), Frankfurt Oder

Hobby: Radfahren, Sport

Warum kaufen Sie bei getgoods.de ein?

Es ist günstig und bei mir vor Ort.

Was kaufen Sie bei getgoods.de?

Ich habe mir einen Tablet-PC gekauft.

Wie sind Sie auf getgoods.de aufmerksam geworden?

Ich kenne getgoods aus der Presse und aus den lokalen Nachrichten. Außerdem bin ich ein großer Handball-Fan; da ist mir getgoods natürlich auch als Sponsor aufgefallen. Auch der Werbespott mit Axel Schulz hat mir gut gefallen.

Was finden Sie bei getgoods.de besonders gut?

Die Preise sind gut und ich kann meine Bestellung selbst abholen.

Was würden Sie empfehlen zu verbessern?

Leider muss ich bei der Selbstabholung erst anrufen, online ist dies nicht möglich und ein Geschäft gibt es nicht.

M-Commerce

- 37% der Deutschen besitzen ein Smartphone, 13% besitzen ein Tablet
- 40% der Deutschen nutzen bereits mobiles Internet
- 10% der Internetnutzer nutzen das mobile Internet für Online-Einkäufe
- Der M-Commerce-Umsatz in Deutschland hat sich im Jahr 2012 mehr als verdoppelt
- Der Umsatzanteil des M-Commerce am gesamten E-Commerce beträgt 5%
- Das durchschnittliche Bestellvolumen beträgt 237 Euro
- iPad-Nutzer sorgen für mehr als die Hälfte des gesamten M-Commerce Umsatzes
- M-Commerce soll bis 2015 um 34,6% p. a. wachsen

Björn (26), Berlin

Hobby: Angeln, Snowboarden, MMO's

Warum kaufen Sie bei getgoods.de ein?

Für mich sind der Preis und die Lieferzeit wichtig und die sind bei getgoods.de bisher immer klasse gewesen.

Was kaufen Sie bei getgoods.de?

Mein Macbook, außerdem will ich demnächst meinen Rechner aufrüsten. Da werde ich auf jeden Fall wieder bei getgoods.de zuschlagen, das Angebot ist echt gut.

Wie sind Sie auf getgoods.de aufmerksam geworden?

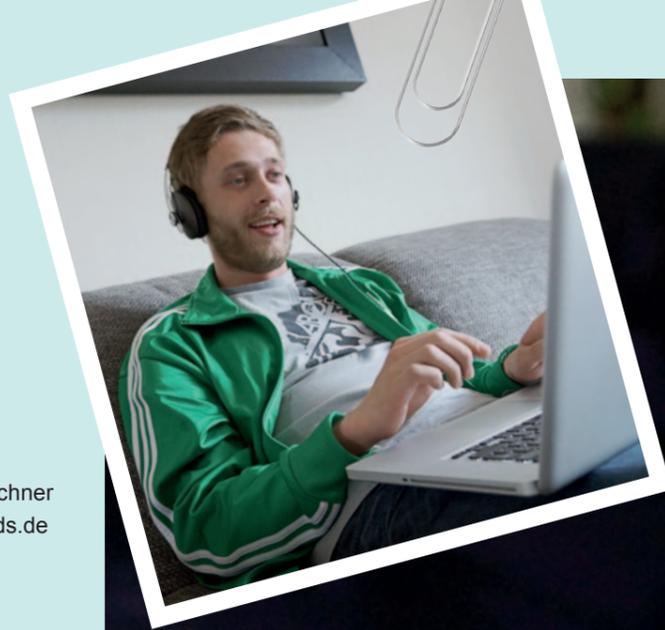
Ich habe bei Youtube den Channel von Geekworld abonniert. Die Geräte dort werden oft von getgoods.de vorgestellt. Dann habe ich mir den Shop mal genauer angeschaut.

Was finden Sie bei getgoods.de besonders gut?

Die Auslieferung ging schnell und ohne Komplikationen.

Was würden Sie empfehlen zu verbessern?

Es gab wenig Infos zum Status der Bestellung, deswegen hab ich angerufen, aber der Service-Mitarbeiter war sehr nett und es war dann auch sofort da.



Online-Handel 2012

- 42,3 Millionen Menschen in Deutschland kauften Waren und Dienstleistungen über das Internet ein.
 - ↳ Das sind fast 75% aller deutschen Internetnutzer
- Insgesamt wurden im deutschen Online-Handel 37,3 Mrd. Euro mit Waren und Dienstleistungen umgesetzt.
 - ↳ Das waren 25,6% mehr als im Vorjahr (29,7 Mrd. Euro)
 - ↳ 27,6 Mrd. Euro entfielen auf den Handel mit Waren – ein Zuwachs von 27,1% (2011: 27,1 Mrd. Euro)
- Der Online-Anteil am gesamten interaktiven Handel (Online + Versand) mit Waren betrug 70,2%.
 - ↳ Das waren 6,4 Prozentpunkte mehr als im Vorjahr (63,8%)

Pro-forma-Gewinn- und Verlustrechnung

Im testierten konsolidierten Konzernabschluss der getgoods.de AG sind die Finanzzahlen der getgoods.de AG für das Gesamtjahr 2011, der HTM GmbH Handy-Trends + More für den Zeitraum vom 01.07.2011 bis 31.12.2011 und der Home of Hardware GmbH für den Zeitraum vom 01.08.2011 bis 31.12.2011 enthalten.

Aus Gründen der besseren Vergleichbarkeit und in Fortführung der bisherigen Berichterstattung hat die getgoods.de AG daher eine proforma-Gewinn- und Verlustrechnung für den Konzern aufgestellt, in der auch die Finanzzahlen der HTM GmbH Handy-Trends + More für das Gesamtjahr 2011 berücksichtigt sind.

Pro-forma-Gewinn- und Verlustrechnung für den Zeitraum vom 01.01. bis 31.12.

| € | 2012 Konzern | 2011 Konzern |
|---|-----------------------|-----------------------|
| Umsatzerlöse | 402.577.920,28 | 316.859.728,91 |
| Materialaufwand | 367.480.740,51 | 291.689.526,68 |
| Rohhertrag | 35.097.179,77 | 25.170.202,23 |
| sonstige betriebliche Erträge | 528.333,31 | 621.862,21 |
| Personalaufwand | 5.473.401,14 | 3.821.958,56 |
| Abschreibungen | 2.226.289,98 | 547.324,03 |
| sonstige betriebliche Aufwendungen | 22.000.996,29 | 14.447.465,11 |
| Abschreibungen auf Wertpapiere | 156.197,90 | 348.054,37 |
| sonstige Zinsen und ähnliche Erträge | 28.091,45 | 6.288,63 |
| sonstige Zinsen und ähnliche Aufwendungen | 3.010.940,63 | 612.951,66 |
| Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit | 2.785.778,59* | 6.020.599,34 |
| Ertragsteuern & sonstige Steuern | 1.775.155,20 | 1.891.920,55 |
| Ergebnis nach Steuern | 1.010.623,39 | 3.286.067,03 |

*darin enthalten Einmalkosten in Höhe von EUR 3,0 Mio. für die Anleiheemission und die Kapitalerhöhung

Konzernlagebericht 2012

Strategie und Geschäftsmodell

Als Online-Handelshaus betreibt die getgoods.de AG seit mehr als 5 Jahren erfolgreich eigene Web-Shops mit dem Fokus auf IT, Unterhaltungs- und Haushaltselektronik. Seit 2011 wird das Produktportfolio vermehrt um margenstarke Artikel wie Spielzeug, Garten- oder Baumarktartikel erweitert. Mit den Online-Shops www.getgoods.de, www.hoh.de und www.handysshop.de sowie Plattformen auf Amazon und eBay setzt die Gesellschaft dabei auf einen Multi-Channel-Vertrieb. 85 % der Shop-Umsätze generiert das Unternehmen dabei in Deutschland. Es folgen Österreich, Italien, Großbritannien und die Schweiz als weitere Ländermärkte. Der operative Hauptsitz der Gesellschaft befindet sich in Frankfurt/Oder, wo 170 der insgesamt rund 220 Mitarbeiter des Konzerns in den Bereichen Einkauf, Logistik, Marketing, Service, Administration und IT beschäftigt sind.

Die ursprünglich auf den Vertrieb von IT- und Telekommunikationsprodukten spezialisierten operativen Tochtergesellschaften der getgoods.de AG haben ihr Produktangebot seit dem Geschäftsjahr 2011 deutlich ausgeweitet und diversifiziert. Die getgoods.de AG verfolgt so konsequent ihre Strategie, sich als Vollsortimenter im deutschen Online-Handel zu etablieren.

Zu den wesentlichen Elementen der Strategie gehören:

- die weitere Stärkung der Finanzkraft des Unternehmens, um durch höhere Liquidität mehr Flexibilität und bessere Zahlungskonditionen an den Beschaffungsmärkten zu erhalten. Als Zielvorgabe wird mittel- bis langfristig weiterhin ein negatives Working Capital angestrebt;
- die konsequente Weiterentwicklung zum Vollsortimenter durch den kontinuierlichen Ausbau des Produktangebots, sowohl in der Breite (mehr Warengruppen) als auch in der Tiefe (mehr Artikel innerhalb der angebotenen Warengruppen). Ein Schwerpunkt liegt dabei insbesondere auf der Einbeziehung margenträchtigerer Produkte. Durch die zunehmende Entwicklung zu einem Komplettanbieter für mobile Endgeräte, IT, Unterhaltungselektronik, Haushalt, Sport und Freizeit verringert das Unternehmen außerdem die Abhängigkeit von einzelnen Herstellern, Produktgruppen und Fokusprodukten;
- der weitere Ausbau von Kooperationen (mit Partnern wie Vodafone, Travelcheck, Zalando, Handyliga.de oder wirkaufens.de), Markenshops und der Marke getgoods.de;

- die Generierung von Wachstum und Marktanteilsgewinnen durch die Übernahme kleinerer, spezialisierter Wettbewerber. Die getgoods.de AG möchte hierbei als Konsolidierer am Markt auftreten und sich bietende Chancen gezielt nutzen;
- die konsequente Weiterführung der in 2012 begonnenen Marketingmaßnahmen zur Steigerung des Bekanntheitsgrads der drei Kernmarken getgoods.de, hoh.de und handysshop.de. Dazu zählen neben der verstärkten Nutzung von Social Media Plattformen wie Facebook, Google+ oder Twitter auch TV- und Radiowerbung, Sportmarketing, Herstellerkampagnen und sonstige vertrauensbildende Maßnahmen wie Zertifikate, Gütesiegel, Kundenbewertungen, weitere Zahlungsmöglichkeiten, etc.

Forschung und Entwicklung

Getgoods betreibt als Handelskonzern keine wissenschaftlichen Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten.

Organisationsstruktur

Die getgoods.de AG ist operativ an den beiden Standorten Frankfurt/Oder und Berlin vertreten. Der Hauptsitz der Gesellschaft, befindet sich in Frankfurt/Oder, wo auch die zentralen Unternehmensbereiche IT, Logistik, das Warenlager und die Finanzabteilung angesiedelt sind. Darüber hinaus befindet sich hier auch das Service-Center für die telefonische Betreuung der Kunden sowie eine eigene Reparaturabteilung. Die Unternehmensbereiche Marketing und Einkauf sind im Kern am Standort Berlin angesiedelt.

Kundenstruktur

Im abgelaufenen Geschäftsjahr zählten die drei wesentlichen Portale der getgoods.de AG, getgoods.de, hoh.de und handysshop.de insgesamt mehr als 14 Millionen Unique Visitors. Die Zahl der Visits lag dabei deutlich über der 20-Millionen-Marke.

Die Gesellschaft profitierte dabei nicht nur von der nach wie vor stark wachsenden Beliebtheit des Online-Handels sondern auch von der zunehmenden Bekanntheit der Marke getgoods.de.

Neben den Retailkunden der eigenen Online-Shops befinden sich unter anderem auch B2B-Kunden wie Städte und Gemeinden, Universitäten, öffentliche Einrichtungen, Händler- und Fachhändler etc. im Kundenstamm der getgoods.de AG.

Einkauf

Neben dem Tagesgeschäft (Einkaufsverhandlungen und Bedarfsanalysen, Listing neuer Produkte, Verfügbarkeits- und Bestandsanalysen der top 100 Produkte und Analysen zu Lagerreichweite und Warenumserschlagshäufigkeit bis auf Einzelproduktebene) bestimmen vor allem Postenverhandlungen und Strategiemeetings mit Herstellern und Distributoren den Alltag des Produktmanagements.

In wöchentlichen Meetings mit dem Marketing werden Herstelleraktionen und deren Umsetzung in den Shops besprochen und gemeinsam mit der Geschäftsführung, Marketing und Vertrieb neueste Markttrends, Prognosen, Zahlen und Analysen ausgewertet (z. B. GfK) und anschließend entsprechende Fokusprodukte in den Shops gelistet und die produktstrategische Ausrichtung der Shops angepasst.

Marketing & Vertrieb

Die getgoods.de AG verfügt über ein schlagkräftiges Marketing- und Kommunikationsteam, u. a. mit Shu On Kwok, dem bekannten Giga.de Moderator, und Carsten Knobloch, Deutschlands Techblogger Nr. 1. Ein wesentliches Ziel ist es, in enger Abstimmung mit dem Einkauf, der IT und der Kundenbetreuung die Wünsche der Kunden und die Erfordernisse des Marktes frühzeitig zu erkennen und in entsprechende Maßnahmen umzusetzen. In enger Zusammenarbeit mit führenden deutschen Performance-Marketing Agenturen wie Metapeople, eProfessional, zanox oder Tradedoubler werden sämtliche Performance-orientierten Marketingmaßnahmen und Werbekanäle, angefangen von Affiliate-Programmen, über Google Kampagnen bis hin zu klassischem Displaymarketing (Real Time Bidding) gezielt von der Marketing Abteilung gesteuert und intern einem Controlling unterzogen.

Die getgoods.de AG steht für vielfältige und direkte Kommunikation. Neben den klassischen Kommunikationswegen wie Telefon & E-Mail, stehen auch die Social Media Kanäle wie Facebook, Google+ und Twitter im Fokus. Darüber hinaus verfügt die getgoods.de AG bundesweit über eines der größten Teststellungs- und Partnerprogramme mit Partnern wie c't (Heise Verlag), PC Games Hardware & Golem (Computec Media), Netzwelt, Computerbild (Axel Springer AG) und zahlreichen weiteren Portalen und Blogs aus dem Hardware-, IT-, Consumer Electronics und Mobilebereich, das auch das zielgruppenorientierte Werben um neue Kunden erleichtert.

Mittels erfolgsbasierter Online-Werbung erschließt sich die getgoods.de AG zahlreiche, interessante neue Absatzkanäle.

Über das Affiliate Marketing Netzwerk zanox arbeitet getgoods mit mehreren hundert kleinen wie großen Partnern zusammen. Jeder Blogger bzw. Webseitenbetreiber kann sich bewerben und mitmachen. Auf diese Weise erzielt die getgoods.de AG eine hohe Reichweite und kann in enger Zusammenarbeit mit allen Partnern die neuesten Produkte schnell am Markt kommunizieren und gemeinsam bewerben.

Darüber hinaus sorgt umfangreiches gesellschaftliches Engagement wie z. B. Sportmarketing, die Teilnahme am RTL Spenden-Marathon oder die Unterstützung regionaler Sportvereine für bundesweite Reichweite über ein breitgefächerte Präsenz in verschiedensten Sportarten und trägt damit auch zur Steigerung der Markenbekanntheit bei.

Wettbewerbssituation

Der ursprüngliche Produkt-Fokus der getgoods.de AG lag auf IT & Telekommunikations-Produkten wie Handys, Smartphones, Festnetztelefonen, Notebooks und Tablets. Ausgehend von dieser Basis weitet das Unternehmen sein Produktportfolio kontinuierlich aus und strebt eine Entwicklung zum Vollsortimenter an. Inzwischen umfasst das Produktangebot daher auch Unterhaltungselektronik, weiße Ware, Spielzeug, Freizeit- und Baumarktartikel. Im März 2013 eröffnete die getgoods.de AG zudem ein Reiseportal.

Vor diesem Hintergrund steht die getgoods.de AG im Wettbewerb sowohl mit den großen Playern wie Amazon oder Otto, als auch mit einer Vielzahl kleinerer Konkurrenten. Nach Schätzungen von Experten werden in Deutschland weit über 100.000 Online-Shops betrieben, was die hohe Wettbewerbsintensität in diesem sehr preistransparenten Markt verdeutlicht. Im Oktober 2012 wurde das jüngste iBusiness-Ranking der 1.000 umsatzstärksten Onlineshops Deutschlands veröffentlicht, das weiterhin von Amazon angeführt wird. Nach den Berechnungen von iBusiness entfallen auf die zehn umsatzstärksten Online-Händler bereits fast ein Drittel der Gesamtumsätze. Die Top 100 haben einen Umsatzanteil von 64,4% und die Top 500 vereinen bereits 87,3% des Gesamtumsatzes auf sich. Der Online-Umsatz auf Platz 100 lag bei EUR 33,1 Mio.; auf Platz 500 betrug der Umsatz lediglich EUR 8,5 Mio.

Als weitere Wettbewerber kommen die zahlreichen stationären Händler mit ihren jeweiligen Produktangeboten hinzu, die jedoch aufgrund ihrer unterschiedlichen Kostenstruktur in der Regel nicht mit den Preisangeboten reiner Online-Händler konkurrieren können.

Abgemildert wird der Wettbewerbsdruck dadurch, dass der E-Commerce Markt in Deutschland weiterhin deutlich zweistellige jährliche Wachstumsraten erzielt, so dass alle in diesem Markt tätigen Online-Händler auch ohne großen Konkurrenzkampf gut vom allgemeinen Marktwachstum profitieren können.

Neben dem Wettbewerb am Absatzmarkt konkurrieren die Online-Händler auch um wichtige Ressourcen, wie z. B. qualifiziertes Personal. Da die Branche insgesamt noch relativ jung ist, gibt es nur wenige spezialisierte Mitarbeiter, die über die spezifischen Fachkenntnisse im Online-Handel verfügen, die für den erfolgreichen Aufbau und Betrieb eines solchen Geschäfts notwendig sind. Diese Fachkräfte sind nicht nur bei den bestehenden Online-Händlern sehr gefragt, sondern auch bei stationären Händlern, die sich ein neues Standbein im Online-Handel aufbauen wollen. Daher ist es möglich, dass es in diesem Bereich zukünftig zu einer Personalknappheit kommt.

Unternehmenssteuerung

Der Vorstand steuert das Unternehmen anhand von strategischen und operativen Vorgaben sowie verschiedenen finanziellen Kenngrößen. Zu den wichtigsten Steuerungsgrößen zählen die Conversion Rate, die monatlichen Unique User, der Wert des Warenkorbs, der Umsatz, sowie der Lagerbestand.

Die Grundlage für die interne Unternehmenssteuerung bildet ein Planungs- und Kontrollsystem, das fortlaufend ausgebaut wird. Auf monatlicher Basis werden dabei die Plan- und Ist-Werte der verschiedenen Steuerungsgrößen analysiert und die Ergebnisse an den Vorstand berichtet. So können Planabweichungen frühzeitig identifiziert, entsprechende Maßnahmen ergriffen sowie Ziele an sich ändernde Rahmenbedingungen angepasst werden.

Rahmenbedingungen

Gesamtwirtschaft

Auch wenn sich die Lage an den Finanzmärkten im Jahresverlauf 2012 deutlich entspannte, waren die Auswirkungen und Lösungsversuche der europäischen Staatsschuldenkrise doch auch im abgelaufenen Geschäftsjahr ein wesentlicher Faktor für die Entwicklung der Weltkonjunktur. Zum Jahresende 2012 kam mit der „Fiscal Cliff“ Debatte in den USA ein weiterer Unsicherheitsfaktor hinzu. Nach Berechnungen des Internationalen

Währungsfonds (IWF) verringerte sich das weltweite Wirtschaftswachstum nochmals von 4,0% in 2011 auf 3,2% in 2012. Hiervon waren besonders die Schwellen- und Entwicklungsländer betroffen, deren Wachstum von 6,4% in 2011 auf 5,1% in 2012 zurückging. In den Industrienationen betrug die Wachstumsrate nur noch 1,2% (2011: 1,6%).

Der Euroraum fiel mit einem Rückgang des Bruttoinlandsprodukts (BIP) um 0,6% im Jahr 2012 wieder in die Rezession zurück (2011: +1,4%). Wesentlichen Anteil daran hatten die großen Kernländer Deutschland und Frankreich, die sich der allgemeinen Konjunkturschwäche nicht mehr entziehen konnten und deutliche Wachstumseinbußen hinnehmen mussten. So verringerte sich das BIP-Wachstum in Deutschland von 3,1% auf 0,9%, während die französische Wirtschaft mit einem minimalen Wachstum von 0,0% (2011: 1,7%) sogar stagnierte.

Wesentliche Triebfeder des Wachstums in Deutschland waren die Exporte, die um 4,1% zulegten. Da die Importe nur um 2,3% ansteigen, trug der Außenbeitrag insgesamt mit 1,1 Prozentpunkten zum BIP-Wachstum bei. Hinzu kamen die privaten Konsumausgaben mit 0,4 Prozentpunkten und die staatlichen Konsumausgaben mit 0,2 Prozentpunkten. Negativ wirkten sich dagegen die rückläufige Investitionstätigkeit sowie Vorratsveränderungen (und ähnliches) aus, die mit -0,3 bzw. -0,5 Prozentpunkten in das BIP-Wachstum eingingen. Das schwächer werdende gesamtwirtschaftliche Umfeld spiegelte sich auch in der Entwicklung des deutschen Einzelhandels wider. Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes verbuchte der Einzelhandel im Jahr 2012 nominal ein Umsatzwachstum von 1,9%; real ergab sich jedoch ein Umsatzrückgang von 0,3%.

Versand- und Online-Handel

Der Versandhandel als Teil des gesamten Einzelhandels ist im Jahr 2012 erneut deutlich gewachsen. Nach Angaben des Bundesverbands des Deutschen Versandhandels e.V. (bvvh) stieg der Versandhandelsumsatz in Deutschland im Jahr 2012 um 15,6% auf EUR 39,3 Mrd. an (2011: EUR 34,0 Mrd.). Der Anteil des Versandhandels am gesamten Einzelhandelsumsatz erhöhte sich damit um einen Prozentpunkt von 8,2% in 2011 auf 9,2% in 2012.

Der Online-Handel setzte sein überdurchschnittliches Wachstum weiter fort und erreichte mit EUR 27,6 Mrd. einen Umsatzzuwachs von 27,1% (2011: EUR 21,7 Mrd.). Dadurch erhöhte sich auch der Anteil des Online-Handels am Versandhandel um mehr als sechs Prozentpunkte und überschritt mit 70,2%

¹⁾ World Economic Outlook, April 2013 des Internationalen Währungsfonds

²⁾ Statistisches Bundesamt: Pressemitteilung Nr. 017 vom 15.01.2013: Deutsche Wirtschaft trotz 2012 europäischer Wirtschaftskrise

³⁾ Statistisches Bundesamt: Pressemitteilung Nr. 038 vom 31.01.2013: Einzelhandelsumsatz im Dezember 2012 real um 4,7 % niedriger als im Dezember 2011

⁴⁾ bvvh: Interaktiver Handel 2012: Erneuter Umsatzrekord, Pressemitteilung vom 12.02.2013

erstmalig die 70%-Marke (2011: 63,8%). Der größte Umsatzanteil entfiel dabei mit EUR 12,2 Mrd. (2011: EUR 9,7 Mrd.) auf die sogenannten Multi-Channel-Versender (inklusive Apothekenversand, Teleshopping-Versender und Versender mit Heimat im stationären Handel). Knapp dahinter folgten die reinen Online-Händler (IPP: Internet-Pure-Player) mit EUR 10,7 Mrd. (2011: EUR 7,5 Mrd.), die mit 42% auch das größte Umsatzwachstum verzeichneten.

Das Umsatzvolumen der zehn wichtigsten Warengruppen im Online-Handel stieg im Jahr 2012 um 29,3% und machte mit 77,4% mehr als drei Viertel des Gesamtumsatzes aus.

Fünf der zehn wachstumsstärksten Warengruppen gehören auch zum Online-Angebot von getgoods.de:

| Warengruppe | € Mio. 2012 | € Mio. 2011 | Veränderung |
|---|---------------|---------------|--------------|
| Bekleidung | 5.960 | 4.600 | 29,6% |
| Unterhaltungselektronik / Elektronikartikel | 3.540 | 2.570 | 37,7% |
| Computer und Zubehör | 2.280 | 2.060 | 10,7% |
| Bücher | 2.190 | 1.970 | 11,2% |
| Hobby, Sammel- und Freizeitartikel | 1.980 | 1.480 | 33,8% |
| Schuhe | 1.270 | 1.110 | 14,4% |
| Möbel und Dekorationsartikel | 1.230 | 780 | 57,7% |
| Haushaltsgeräte | 990 | 720 | 37,5% |
| Telekommunikation, Handy und Zubehör | 970 | 500 | 94,0% |
| DIY / Garten / Blumen | 960 | 740 | 29,7% |
| Gesamt | 21.370 | 16.530 | 29,3% |

Quelle: Bundesverband des Deutschen Versandhandels e. V.

Fünf der zehn wachstumsstärksten Warengruppen gehören auch zum Online-Angebot von getgoods.de:

| Warengruppe | Umsatzwachstum 2012 | € Mio. 2012 | getgoods.de |
|---|---------------------|-------------|-------------|
| Telekommunikation, Handy und Zubehör | 94,0% | 970 | ✓ |
| Drogerieartikel, Kosmetik und Parfüm | 66,7% | 500 | |
| Haushaltswaren und Haushaltskleinartikel | 61,1% | 580 | |
| Möbel und Dekorationsartikel | 57,7% | 1.230 | |
| Textilien | 55,8% | 670 | |
| Unterhaltungselektronik / Elektronikartikel | 37,7% | 3.540 | ✓ |
| Haushaltsgeräte | 37,5% | 990 | ✓ |
| Hobby, Sammel- und Freizeitartikel | 33,8% | 1.980 | ✓ |
| Bürobedarf | 31,3% | 210 | |
| DIY / Garten / Blumen | 29,7% | 960 | ✓ |

Quelle: Bundesverband des Deutschen Versandhandels e. V.

Das Marktumfeld im deutschen Online-Handel war auch im Geschäftsjahr 2012 unverändert positiv. Der Anteil der Online-Umsätze am gesamten Einzelhandel, insbesondere im Non-Food Bereich, hat sich weiter erhöht und bestätigt damit den langfristigen Wachstumstrend in diesem Bereich, von dem auch die getgoods.de AG profitiert.

Geschäftsentwicklung

Der Konzern der getgoods.de AG hat sein Produktangebot im Geschäftsjahr 2012 deutlich ausgebaut und diversifiziert. Dies spiegelt sich auch in der Entwicklung des abgesetzten Produktmixes wider. War das Geschäft in 2011 noch auf Mobiltelefone (85%), IT und Zubehör (9% + 6%) beschränkt, so war die Gesellschaft mit Mobiltelefonen (44%), IT und Zubehör (35% + 3%), Weißer Ware (10%) und brauner Ware (8%) im Endkundengeschäft im Geschäftsjahr 2012 bereits wesentlich breiter aufgestellt. Hierin zeigt sich deutlich die strategische Weiterentwicklung zum Vollsortimenter, die in den kommenden Jahren konsequent fortgesetzt wird.

Zur Finanzierung dieser Maßnahmen hat die getgoods.de AG im Oktober 2012 eine 5-jährige Unternehmensanleihe mit einem Volumen von EUR 30,0 Mio. und einem festen Zinssatz von 7,75% p. a. begeben. Die Zinszahlung erfolgt vierteljährlich jeweils am 16. November, 16. Februar, 16. Mai und 16. August. Die Laufzeit der Anleihe endet mit Ablauf des 01. Oktober 2017. Die Anleihe, die im Mittelstandssegment Bondm der Börse Stuttgart gehandelt wird, bietet außerdem weitreichende Anleger-Rechte (Covenants) wie Kündigungsrechte bei Zahlungsverzug des Emittenten, eine Ausschüttungssperre sowie eine Change of Control Klausel. Im Rahmen der börslichen Zeichnungsfrist vom 17. - 28. September 2012 und der anschließenden Nachplatzierung konnte die getgoods.de AG die Anleihe bis zum 26. Oktober 2012 vollständig bei privaten und institutionellen Anlegern platzieren. Der Mittelzufluss aus der Anleihe diente im Wesentlichen zur weiteren Finanzierung des starken Unternehmenswachstums. Im Vordergrund standen dabei die Erweiterung des Produktangebots und des Warenlagers sowie die Erhöhung des Handlungsspielraums für den Einkauf. Zudem wurden Teile des Nettoemissionserlöses in Maßnahmen zur Stärkung der Marke und der Kundenbindung investiert.

Im Dezember 2012 hat die getgoods.de AG unter Ausnutzung des genehmigten Kapitals (Genehmigtes Kapital 2012) von bis zu EUR 7.000.000,00 eine Kapitalerhöhung gegen Bareinlage durchgeführt. Dabei wurde den Altaktionären das gesetzliche Bezugsrecht in Form eines mittelbaren Bezugsrechts gewährt.

Insgesamt wurden den Aktionären im Rahmen dieser Kapitalmaßnahme bis zu 7.000.000 neue, auf den Inhaber lautende Stückaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital der Gesellschaft in Höhe von EUR 1,00 je Aktie angeboten. Der Bezugspreis wurde auf EUR 2,90 je Aktie festgelegt. Das Bezugsverhältnis betrug 2:1. Die von den Bezugsberechtigten nicht bezogenen Aktien wurden nach Ablauf der Bezugsfrist interessierten Investoren zum Bezugspreis zur Zeichnung angeboten. Da die Altaktionäre von ihrem Bezugsrecht keinen Gebrauch machten, wurden somit im Wege der Nachplatzierung insgesamt so 4.040.427 neue Aktien bei einem institutionellen Investor platziert. Das Grundkapital der Gesellschaft erhöhte sich durch die Kapitalmaßnahme von EUR 14.000.000,00 auf EUR 18.040.427,00 eingeteilt in 18.040.427 auf den Inhaber lautende Stückaktien. Der Bruttoerlös für die getgoods.de AG aus der Kapitalerhöhung belief sich auf gut EUR 11,7 Mio.

Im Geschäftsjahr 2012 hat die getgoods.de AG umfangreiche Maßnahmen zur Verbesserung der Reichweite, Markenbekanntheit und Visibilität ergriffen. Neben den üblichen Maßnahmen wie Search Engine Optimization, Search Engine Marketing oder Search Engine Advertising umfasste dies auch verstärkte Aktivitäten und massiven Reichweitemausbau im Bereich Social-Media/Portale/Media. Dazu gehörte unter anderem der Launch des Firmenblogs, diverse Medienkooperationen, gezielte Nutzung von Facebook, Google+, Twitter, Pinterest, Youtube und weiteren Videoportalen oder auch die Einführung der Unboxing-Videos. Hinzu kommen reichweitenstarke bundesweite Radio-, Fernseh-, Online- und Offlinekampagnen zur nachhaltigen Stärkung der Marke „getgoods.de“ wie z. B. die Weihnachtscampagne „Entspannt surfen“, die TV-Kampagne „Ick koof lieber online“, Gewinnspiele mit Rundfunkstationen und der SevenOne Media (Pro7, Sat1, Kabel1) und Sportmarketingkampagnen („Handball-WM“, Boxen SES, Klitschko, Felix Sturm, Arminia Bielefeld, VfL Gummersbach, u. a.). Gestartet wurden außerdem die beiden Affiliateprogramme „getgoods.de“ und „hoh.de“, wobei die Partner auf ihren Seiten für die Onlineportale werben und nach erfolgreichem Kaufabschluss auf Orderbasis honoriert werden werden.

Durch tiefgreifende Usability-Maßnahmen auf den Online-Portalen der getgoods.de AG (Shop-Optimierungen, Benutzerfreundlichkeit, Trustaufbau), die Einführung saisonaler Marketingaktionen, gezielte Brandkampagnen, den Ausbau der Medien- und Businesskooperationen oder die Einführung täglicher Deals „get good deals“ wurde die Attraktivität der Online-Shops für die Kunden weiter gesteigert. Hierzu zählen auch der Ausbau von Contentmaßnahmen und die Schaffung von USPs für die Kunden wie die Einführung einer Videoplattform,

Produktvideos, „How to“ Videos, 3D Scans, ausführliche Produkttests, Produktbewertungen, Firmenblog oder Medienpartnerschaften. Die wachsende Beliebtheit der eigenen Online-Portale spiegelt sich auch im deutlichen Ausbau des Newsletter-Kundenstamms wider, der mehr als verdreifacht werden konnte.

Durch Kooperationen wie Zalando (Paketbeileger), Vodafone (Prepaid-Karten), Chip Xonio/Chip Online (IFA-Veranstaltungen) und Scanbull (3D Scans) und den starken Ausbau der Zusammenarbeit mit Herstellern, z. B. in Form zahlreicher erfolgreicher Herstellerkampagnen (Produktvideos, Themenwelten, Produktlaunchkampagnen, Displaykampagnen) oder Markenschops, konnte getgoods außerdem seine Position als zuverlässiger Partner im deutschen Online-Markt weiter festigen.

Insgesamt konnte getgoods durch die vorgenannten Maßnahmen eine deutliche Steigerung des Traffics auf seinen Online-Portalen sowie aller erfolgsrelevanten Kernkennzahlen im Online-Handel wie Unique Visitors, Visits, Anzahl besuchter Seiten pro Visit, Seitenverweildauer, usw. erzielen und so auch die positive Geschäftsentwicklung der Vorjahre weiter fortsetzen.

Umsatzentwicklung

Der konsolidierte Konzernumsatz der getgoods.de AG für das Geschäftsjahr 2012 belief sich auf EUR 402,6 Mio. Der ausgewiesene Vergleichswert des Vorjahres in Höhe von EUR 193,7 Mio. beinhaltet den Umsatz der getgoods.de AG für das Gesamtjahr 2011, den Umsatz der damaligen HTM GmbH Handy-Trends + More für den Zeitraum vom 01.07.2011 bis 31.12.2011 sowie den Umsatz der Home of Hardware GmbH für den Zeitraum vom 01.08.2011 bis 31.12.2011, so dass ein Vergleich dieser Werte nur bedingt aussagekräftig ist.

Unter den Online-Shops des Konzerns waren der Premium-Shop getgoods.de und das IT-Portal hoh.de sind umsatzseitig die stärksten Plattformen, danach folgten handyshop.de und packein.de.

Ertragslage

Die sonstigen betrieblichen Erträge beliefen sich auf EUR 0,5 Mio. (2011: EUR 0,5 Mio.). Unter Berücksichtigung des Materialaufwands in Höhe von EUR 367,5 Mio. (2011: EUR 176,1 Mio.) ergab sich ein Rohertrag in Höhe von

EUR 35,6 Mio. (2011: EUR 18,1 Mio.). Die Rohertragsmarge bezogen auf den Umsatz lag bei 8,8% gegenüber 9,3% im Vorjahr. Diese Entwicklung ist hauptsächlich auf bewusste Margenverzichte, z. B. im Rahmen von Sonderaktionen zur Einführung neuer Produktgruppen, zu Gunsten des Umsatzwachstums zurückzuführen.

Der Personalaufwand im Konzern betrug EUR 5,5 Mio. (2011: EUR 2,5 Mio.) und stieg damit leicht überproportional zum Umsatz, was vor allem durch den kontinuierlichen Personalaufbau zur Bewältigung des starken Unternehmenswachstums bedingt ist. Die Personalaufwandsquote stieg ebenfalls leicht auf 1,4% (2011: 1,3%) an. Die Abschreibungen entwickelten sich planmäßig und beliefen sich auf insgesamt EUR 2,2 Mio. (2011: EUR 1,1 Mio.). Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen betragen insgesamt EUR 22,0 Mio. (2011: EUR 10,3 Mio.). Die wesentlichen Einzelpositionen hierbei waren die Kosten der Warenabgabe mit EUR 9,3 Mio. (2011: EUR 5,7 Mio.), Werbe- und Reisekosten mit EUR 3,5 Mio. (2011: EUR 2,2 Mio.) und andere betriebliche Kosten, wozu auch die Rechts- und Beratungskosten im Zusammenhang mit den Wertpapieremissionen zählen, mit EUR 6,8 Mio. (2011: EUR 1,5 Mio.). Die Werbekosten betrafen im Wesentlichen Maßnahmen zur Steigerung des Bekanntheitsgrades der Marke getgoods.de, wie z. B. verschiedene Sponsoring-Aktivitäten insbesondere im Sportbereich.

Das Finanzergebnis des Konzerns belief sich insgesamt auf EUR -3,1 Mio. (2011: EUR -0,9 Mio.) und war im Wesentlichen durch Zinsaufwendungen zur Finanzierung des operativen Geschäftes geprägt.

Daraus ergab sich für das Geschäftsjahr 2012 ein Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit des Konzerns in Höhe von EUR 2,8 Mio. (2011: EUR 3,4 Mio.). Gegenüber dem Vorjahr wurde das Ergebnis insbesondere durch die einmaligen Kosten der Anleiheemission und der Kapitalerhöhung in Höhe von insgesamt EUR 3,0 Mio. belastet.

Der Steueraufwand des Konzerns im Geschäftsjahr 2011 belief sich auf EUR 1,8 Mio. (2011: EUR 1,3 Mio.).

Damit betrug der Konzernjahresüberschuss der getgoods.de AG im Geschäftsjahr 2012 insgesamt EUR 1,0 Mio. (2011: EUR 2,1 Mio.). Wesentliche Ursache für den Ergebnismrückgang waren die zuvor genannten Einmalkosten.

Bezogen auf die zum Jahresende ausstehenden 18,04 Mio. Aktien der getgoods.de AG entspricht das einem Ergebnis je Aktie von EUR 0,06 (2011: EUR 0,15).

Vermögenslage

Die Konzernbilanzsumme der getgoods.de AG hat sich aufgrund des gestiegenen Geschäftsvolumens zum 31.12.2012 nahezu verdoppelt und betrug insgesamt EUR 114,3 Mio. (31.12.2011: EUR 61,7 Mio.). Davon entfielen EUR 8,7 Mio. (31.12.2011: EUR 9,9 Mio.) auf das Anlagevermögen und EUR 104,6 Mio. (31.12.2011: EUR 51,6 Mio.) auf das Umlaufvermögen. Rechnungsabgrenzungsposten machten EUR 1,0 Mio. (2011: EUR 0,2 Mio.) aus.

Die größte Position im Anlagevermögen stellten mit EUR 6,2 Mio. (2011: EUR 7,6 Mio.) weiterhin die immateriellen Vermögensgegenstände dar. Diese beinhalteten insbesondere Geschäfts- und Firmenwerte in Höhe von EUR 5,7 Mio. (2011: EUR 7,4 Mio.), die aus der Einbringung der HTM GmbH Handy-Trends + More und der Akquisition der Home of Hardware GmbH im Geschäftsjahr 2011 resultierten und planmäßig über fünf Jahre abgeschrieben werden. Die Sachanlagen beliefen sich auf EUR 2,6 Mio. (2011: EUR 2,2 Mio.), wovon EUR 2,3 Mio. (2011: EUR 1,6 Mio.) auf Betriebs- und Geschäftsausstattung entfielen. Der Zuwachs ist insbesondere auf die Bewältigung des gestiegenen Geschäftsvolumens zurückzuführen.

Im Umlaufvermögen stiegen die Vorräte von EUR 33,3 Mio. auf EUR 43,0 Mio. an, wobei die im Lager befindlichen Waren von EUR 25,5 Mio. auf EUR 42,9 Mio. zunahmen und die geleisteten Anzahlungen von EUR 7,7 Mio. auf EUR 0,1 Mio. zurückgingen. Die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände erhöhten sich von EUR 18,2 Mio. auf EUR 53,9 Mio. Vor dem Hintergrund des gesteigerten Geschäftsvolumens nahmen dabei insbesondere die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen stark auf EUR 52,7 Mio. (31.12.2011: EUR 15,5 Mio.) zu. Die liquiden Mittel verbesserten sich von zum 31.12.2012 auf EUR 7,7 Mio. (31.12.2011: EUR 0,1 Mio.), was insbesondere auf die zugeflossenen Mittel aus der Anleiheemission und der Kapitalerhöhung zurückzuführen ist.

Auf der Passivseite nahm das Eigenkapital des Konzerns aufgrund der Kapitalerhöhung und des positiven Jahresergebnisses deutlich auf EUR 24,8 Mio. (31.12.2011: EUR 12,1 Mio.) zu. Die Eigenkapitalquote verbesserte sich infolge der ebenfalls stark gestiegenen Bilanzsumme zum 31.12.2012 dagegen nur leicht auf 21,7% (31.12.2011: 19,6%).

Die Rückstellungen betragen EUR 3,6 Mio. (31.12.2011: EUR 2,9 Mio.), wovon der Großteil mit EUR 2,3 Mio. (31.12.2011: EUR 2,6 Mio.) auf Steuerrückstellungen entfiel. Die sonstigen Rückstellungen erhöhten sich von EUR 0,3 Mio. auf EUR 1,2 Mio. Davon entfielen EUR 0,1 Mio. auf Personalkosten,

EUR 0,5 Mio. auf Rückstellungen für Warenrücksendungen und Frachtkosten sowie weitere EUR 0,4 Mio. auf Werbekosten. Die erhöhten Rückstellungen sind hauptsächlich auf die steigenden Umsätze zurückzuführen.

Die Verbindlichkeiten beliefen sich insgesamt auf 85,9 Mio. und lagen damit deutlich über dem Vorjahreswert von EUR 46,7 Mio. Hiervon entfielen EUR 30,0 Mio. (31.12.2011: EUR 0,0 Mio.) auf die im Oktober 2012 begebene Unternehmensanleihe, EUR 6,1 Mio. (31.12.2011: EUR 10,4 Mio.) auf Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten, EUR 4,5 Mio. (31.12.2011: EUR 1,0 Mio.) auf erhaltene Anzahlungen sowie EUR 28,3 Mio. (31.12.2011: EUR 20,7 Mio.) auf Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen. In den sonstigen Verbindlichkeiten in Höhe von EUR 17,1 Mio. (31.12.2011: EUR 14,5 Mio.) waren Gesellschafterdarlehen in Höhe von EUR 15,7 Mio. enthalten (31.12.2011: EUR 9,5 Mio.). Der kurzfristige Teil der sonstigen Verbindlichkeiten betrug EUR 1,4 Mio. (31.12.2011: EUR 6,2 Mio.).

Finanzlage

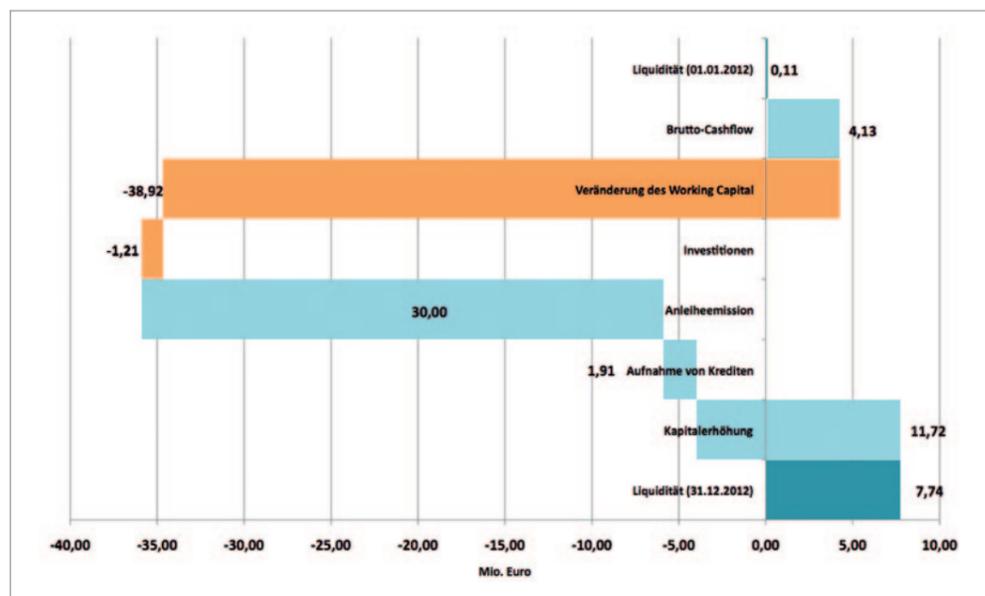
Im Geschäftsjahr 2012 erwirtschaftete die getgoods.de AG im Konzern einen Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit in Höhe von EUR -34,8 Mio. (2011: EUR -18,8 Mio.). Wesentliche Ursache hierfür war die fortgesetzte starke Expansion des Geschäftsmodells, die sich insbesondere in einem Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um EUR 37,1 Mio., einer Zunahme der Vorräte um EUR 9,8 Mio. und einem Anstieg der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um EUR 7,6 Mio. widerspiegelt.

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit belief sich auf EUR -1,2 Mio. (2011: EUR -11,0 Mio.), wovon 64% auf Investitionen in Sachanlagen und 36% auf Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände entfielen.

Aus der Finanzierungstätigkeit wurde ein Cashflow in Höhe von insgesamt EUR 43,6 Mio. (2011: EUR 29,9 Mio.) erzielt. Davon entfielen EUR 30,0 Mio. auf die Begebung der Unternehmensanleihe, EUR 11,7 Mio. auf die durchgeführte Kapitalerhöhung sowie EUR 1,9 Mio. auf die Aufnahme Finanzkrediten.

Insgesamt ergaben sich damit für das Geschäftsjahr 2012 zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds in Höhe von EUR 7,6 Mio. (2011: EUR 0,1 Mio.), woraus zum 31.12.2012 ein Bestand an liquiden Mitteln in Höhe von EUR 7,7 Mio. (2011: EUR 0,1 Mio.) resultierte.

Entwicklung der Konzernliquidität



Die Liquiditätslage des Konzerns der getgoods.de AG stellte sich zum 31.12.2012 wie folgt dar:

Liquidität 1. Grades: Liquide Mittel / kurzfristige Verbindlichkeiten = 19,2% (31.12.2011: 0,3%)

Liquidität 2. Grades: (Liquide Mittel + Wertpapiere + kurzfristige Forderungen) / kurzfristige Verbindlichkeiten = 153,1% (31.12.2011: 47,9%)

Liquidität 3. Grades: Umlaufvermögen / kurzfristige Verbindlichkeiten = 260,1% (31.12.2011: 134,7%)

Auf Basis dieser Liquiditätskennziffern verfügt der Konzern zum 31.12.2012, trotz der weiterhin relativ geringen Barliquidität, insgesamt über eine gute Liquiditätsausstattung. Dennoch gehört die Stärkung der Finanzkraft auch weiterhin zu den wesentlichen strategischen Zielen des Konzerns im Geschäftsjahr 2013 und darüber hinaus.

Gesamtaussage zur Geschäftsentwicklung

Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für die getgoods.de AG waren, insbesondere aufgrund der dynamischen Entwicklung im deutschen Online-Handel, im abgelaufenen Geschäftsjahr weiterhin positiv. Durch gezielte strategische Maßnahmen

wie die kontinuierliche Erweiterung des Produktportfolios, die Begebung einer Unternehmensanleihe oder die Durchführung einer Kapitalerhöhung, hat sich die Gesellschaft sowohl auf der Angebots- wie auch auf der Finanzierungsseite wesentlich breiter aufgestellt und damit den Grundstein für das weitere Unternehmenswachstum gelegt. Mit gut EUR 400 Mio. konnte der Konzernumsatz im Geschäftsjahr 2012 erneut deutlich gesteigert werden. Obwohl die Ertragslage durch die Kosten der durchgeführten Finanzierungsmaßnahmen stark belastet wurde, erwirtschaftete die Gesellschaft abermals ein klar positives Konzernergebnis. Insgesamt hat die Entwicklung der Gesellschaft im Geschäftsjahr 2012 die Erwartungen des Vorstands voll erfüllt. Der Vorstand ist davon überzeugt, dass das Unternehmen den eingeschlagenen Wachstumspfad auf dieser Basis weiter erfolgreich fortsetzen kann. Die genauen Aussichten für die Geschäftsjahre 2013 und 2014 sind dem Prognosebericht zu entnehmen.

Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

Die getgoods.de AG verfügt über eine Reihe wesentlicher nicht-finanzieller Leistungsindikatoren, die sich auf die Geschäftsentwicklung auswirken. Dazu zählen neben den Mitarbeitern auch die Markenbekanntheiten der einzelnen Shops, das IT und E-Commerce Know-How sowie die Umwelt.

Die Domainnamen www.getgoods.de, www.hoh.de und www.handysshop.de haben sich über die vergangenen Jahre zunehmend zu starken Marken und somit zu immateriellen Werten für die getgoods.de AG entwickelt. Das erarbeitete positive Image der Marken ist für den Geschäftserfolg von hoher Bedeutung und wird durch die zahlreichen Marketingmaßnahmen weiter ausgebaut.

Mit Online Shops, die sich hinter diesen Marken befinden, verfügt die getgoods.de AG über eigens entwickelte und optimierte Shops die den Endkunden 24h am Tag und das 365 Tage im Jahr für das Online Shopping zur Verfügung stehen.

Da im Bereich E-Commerce die Fachkräfte rar sind, ist die Personalentwicklung ein wesentlicher Bestandteil der Personalpolitik. Die langfristige Bindung guter und qualifizierter Mitarbeiter ist somit ein wesentlicher Faktor für den Erfolg der Gesellschaft. Dabei fokussiert sich die Mitarbeiterentwicklung auf mögliche Ungleichgewichte in Verantwortung und Entlohnung und fördert den Dialog zwischen Mitarbeitern und Führungskräften. Dies soll zu einer deutlich höheren Identifikation des Mitarbeiters mit dem Unternehmen führen.

Zu den angebotenen Förderungsmaßnahmen gehören On-the-job-Training, In-House-Schulungen (z.B. Einführung von neuen Systemen, Programmen), Freistellung zur Teilnahme an arbeitsplatzrelevanten Seminaren/Weiterbildungen, Finanzielle Unterstützung zur Teilnahme an Weiterbildungen, Bereitstellung von aktueller Fachliteratur oder auch Newsletter zu aktuellen arbeitsrechtlichen Themen an Führungskräfte.

Im Rahmen der Mitarbeiterbindung legt getgoods großen Wert darauf, neue Mitarbeiter von Beginn an schnell zu integrieren (z. B. Bekanntmachung der neuen Mitarbeiter über E-Mail-Verteiler, gezielter Unternehmensdurchlauf in relevanten Abteilungen). Darüber hinaus bietet getgoods attraktive Aufstiegsmöglichkeiten innerhalb des Unternehmens (interne Bewerbungen ausdrücklich erwünscht), Möglichkeiten zur Teilnahme an Weiterbildungen (ggf. Freistellung, finanzielle Unterstützung) oder, bei Interesse und Bedarf, die Möglichkeit zur Übernahme von zusätzlichen Verantwortungsbereichen. Flache Hierarchien sorgen für kurze Entscheidungswege und helfen bei der Berücksichtigung und Umsetzung von Verbesserungsvorschlägen. Mitarbeiter bei getgoods haben außerdem die Möglichkeit zur teilweisen Flexibilisierung der Arbeitszeit entsprechend den Bedürfnissen der Arbeitnehmer, eventuell auch Arbeit im Home Office (Verwirklichung der Work Life Balance), es gibt eine moderne, ergonomische Arbeitsplatzausstattung und es wird ein Arbeitszeitkonto geführt, so dass geleistete Überstunden

durch Freizeitausgleich abgegolten werden können. Weitere Zusatzleistungen beinhalten betriebliche Altersvorsorge, Zuschüsse zu Kinderbetreuungskosten, Dienstwagen, (Benzin-) Gutscheine bei besonderen Leistungen, kostenlose Getränkebereitstellung, Weihnachtsgeld, Bonuszahlungen (Beteiligung am Erfolg), Incentives, Gehaltserhöhungen. Durch teambildende Maßnahmen wie Mitarbeiterfeste, Mitarbeiterveranstaltungen und Charity-Aktionen (Firmentypisierung DKMS, Golfturnier, Sportförderung, Ausstattung Kindertagesstätten mit elektronischen Artikeln) fördert getgoods ein starkes Gemeinschaftsgefühl.

Als wichtiger regionaler Arbeitgeber spielt für getgoods auch das Thema Ausbildung eine wichtige Rolle. So erhöhte sich die Zahl der Auszubildenden im Konzern von drei im Geschäftsjahr 2011 auf sieben im Geschäftsjahr 2012. Dabei bietet getgoods folgende Ausbildungsberufe an: Informations- und Telekommunikationssystemelektroniker/-in, Informations- und Telekommunikationssystemkaufmann/-frau, Kaufmann/-frau für Bürokommunikation und Fachkraft für Lagerlogistik. Im Geschäftsjahr 2013 kommt hier voraussichtlich außerdem der Ausbildungsberuf Kaufmann/-frau im Groß- und Außenhandel (Fachrichtung Großhandel) hinzu.

Die getgoods.de AG nicht nur ein wichtig werdender Arbeitgeber in der Region, sondern zeichnet sich auch durch ein hohes soziales Engagement aus. Wir sehen uns auch hier der Region verpflichtet und wir unterstützen diverse soziale und sportliche Einrichtungen im Raum Frankfurt/Oder durch Sponsoring, Sach- und Geldspenden

wie z. B.

- der FFC Viktoria 91 e.V. Frankfurt (Oder),
- der SV Blau-Weiss Markendorf e.V.,
- das Deutsche Rote Kreuz (DRK-Wasserwacht OG Frankfurt (Oder)),
- der 1. FC Fürstenberg/Oder 1912 e.V.,
- der Verein der Freunde Rotary Frankfurt (Oder) e.V.,
- der Müllroser Sportverein 1898 e.V.,
- der FC Union Frankfurt (Oder) e.V.,
- die kath. Kirchengemeinde Heilig Kreuz,
- das Helene Beach Festival,
- der Judoclub JC 90 Frankfurt (Oder)
- oder die Regenbogen Werbedruck GmbH.

Im Fall der Regenbogen Werbedruck GmbH wurde beispielsweise eine große Hüpfburg mit Anhänger gesponsert, die reihum an die Kindertagesstätten in der Umgebung weitergereicht wird.

Somit versuchen wir insbesondere einen Beitrag für die Jugend in unserer Region zu leisten, denn die Jugend ist unsere Zukunft und viele kleine Hilfen können viel bewegen.

Als E-Commerce Unternehmen spielt der Umweltschutz keine kritische Rolle. Nichtsdestotrotz, bemüht sich die Gesellschaft im Rahmen seiner Möglichkeiten und unterstützt einen verantwortungsvollen Umgang mit den eingesetzten Ressourcen und schärft somit auch kontinuierlich das Umweltbewusstsein der Mitarbeiter. Durch den Einsatz sparsamer Peripheriegeräte wird der Stromverbrauch reduziert. Die Geräte werden stetig an den neuesten Stand der Umwelttechnologie angepasst und falls notwendig erneuert. Darüber hinaus hat die getgoods.de AG weitestgehend papierfreie Büros etabliert und versucht, auch im Umgang mit Kunden und Geschäftspartnern soweit möglich auf die papierhafte Kommunikation zu verzichten. Weitere Umweltschutzmaßnahmen betreffen die sparsame und bewusste Regulierung der Heiz- und Beleuchtungssysteme sowie die Trennung der Abfälle.

Nachtragsbericht

Am 14. Mai 2013 hat die getgoods.de AG mit Zustimmung des Aufsichtsrates den Groß- und Einzelhändler xgsm.com erworben. Seit 2007 vertreibt die xgsm.com GmbH IT und Telekommunikationsprodukte an den internationalen Großhandel. Auf Basis der guten und langfristigen Strukturen sowie der umfangreichen Erfahrungen, die das Unternehmen mitbringt, möchte die getgoods.de AG ihr Angebot mit einem zusätzlichen Absatzweg (B2B) abrunden. Von diesem zusätzlichen Geschäftszweig kann die getgoods.de AG auch langfristig profitieren, indem z. B. große Restwarenbestände in einem Block abgesetzt werden können. Im letzten Jahr hat die xgsm.com GmbH einen Umsatz in Höhe von 75 Mio. Euro erwirtschaftet. Über den Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart.

Chancen- und Risikobericht

Zu den Grundsätzen einer verantwortungsbewussten und wertorientierten Unternehmensführung gehört das Nutzen unternehmerischer Chancen bei gleichzeitig vorausschauender Steuerung der damit verbundenen Risiken. Bei der getgoods.de AG erfordert insbesondere das aktuell schnelle Wachstum ein permanentes Abwägen von Chancen und Risiken.

Die Gesamtverantwortung für die Überwachung und Berichterstattung der Chancen- und Risikolage liegt beim Management der getgoods.de AG, das dabei von den einzelnen Fachbereichen unterstützt wird. Plötzlich auftretende gravierende

Risiken werden unverzüglich an den Vorstand berichtet. So können nach detaillierter Analyse bei Bedarf umgehend Gegenmaßnahmen eingeleitet werden.

Nachfolgend werden die für die getgoods.de AG wesentlichen Chancen und Risiken erläutert.

Chancen

Trotz des derzeit verlangsamten gesamtwirtschaftlichen Wachstums hierzulande kann die getgoods.de AG in ihrem Hauptabsatzmarkt von einem verhältnismäßig gesunden Verbrauchervertrauen ausgehen. Gleichzeitig profitiert das Unternehmen von der weiter zunehmenden Beliebtheit des Online-Handels.

Die Umsetzung der bestehenden Werbemaßnahmen trägt zur Steigerung des Bekanntheitsgrades und damit zur Erhöhung des Traffics in den Shops bei. Gleichzeitig soll die Konvertierungsrate in den Shops durch Weiterentwicklung der Webseiten und Bestellprozesse für den Kunden gesteigert werden.

Wesentliche Wachstumschancen sieht getgoods vor allem in der kontinuierlichen Weiterentwicklung zum Vollsortimenter, und hier insbesondere in der Erweiterung des Produktangebots um margenträchtigere Artikel. Dadurch soll die erzielbare Rohgewinnmarge gesteigert werden.

Darüber hinaus kann durch die Gewinnung von neuen Käuferschichten in den übrigen DACH-Regionen, wie Österreich und Schweiz, zusätzliches Umsatzpotenzial generiert werden.

Unternehmensbezogene Risiken

Um das weitere Unternehmenswachstum voranzutreiben und mittelfristig eine marktführende Stellung zu erreichen, setzt die getgoods.de AG einerseits die Ausweitung der Produktpalette konsequent fort und bemüht sich andererseits kontinuierlich um neue Kundenkreise. Dies kann durch organische Wachstumsmaßnahmen aber auch durch Akquisitionen realisiert werden. Durch diese Wachstumsstrategie steigt die Komplexität der Geschäftsaktivitäten der getgoods.de AG stetig an, die Management-Kapazitäten sowie die finanziellen, technischen und logistischen Ressourcen werden zunehmend in Anspruch genommen. Dies könnte dazu führen, dass das Wachstum nicht effektiv genug organisiert wird.

Durch detaillierte Analysen des Nachfrageverhaltens (u.a. mit Hilfe des Call Centers und des Einkaufs) und die ständige Pflege und Weiterentwicklung der Produktkategorien sowie die technische Weiterentwicklung der Shops wird diese Gefahr minimiert. Gleichzeitig wird mit zunehmendem Wachstum auch das mittlere Management weiter ausgebaut.

Wettbewerbsbezogene Risiken

Darüber hinaus verschärft sich mit zunehmender Geschäftstätigkeit das Wettbewerbsumfeld der Gesellschaft. Wie auch in anderen E-Commerce-Branchen herrscht dabei vor allem ein Geschwindigkeitswettbewerb, bei dem es darauf ankommt, frühzeitig die Wünsche der Kunden zu erkennen (z.B. Tablets o.ä.) und skalierbare Backend-Strukturen vorzuweisen um den jeweiligen Verkaufsandrang bedienen zu können.

Um den hohen Wettbewerbsanforderungen im Onlinehandel zu entsprechen, treibt die getgoods.de AG die Weiterentwicklung der Web Shops, das Produktangebot und des Service intensiv voran.

Marktbezogene Risiken

Die weitere weltwirtschaftliche Entwicklung unterliegt nach wie vor erheblichen Risiken. Ein geringes Wirtschaftswachstum oder gar eine Rezession könnten sich negativ auf den Online-Handel auswirken. Jedoch geht die getgoods.de AG davon aus, dass selbst bei einem rückläufigen Konsumverhalten die Verschiebung vom stationären Handel in den Online-Handel mögliche Nachfragerückgänge überkompensiert.

Das vierte Quartal ist bei der getgoods.de AG traditionell das stärkste. Durch Fehleinschätzung der Nachfrage oder Dispositionsfehler könnten Über- oder Fehlbestände im logistischen System entstehen. Falls die Gesellschaft nicht in der Lage sein sollte, beliebte/populäre Produkte rechtzeitig und in ausreichenden Mengen zu lagern bzw. zu beschaffen, könnte dies das Umsatzwachstum und die Geschäftsentwicklung erheblich beeinflussen. Falls ein bestimmtes Produkt im Gegensatz dazu im Übermaß gelagert würde oder im Zeitverlauf unpopulär werden, könnten bei Nicht-Abnahme Wertberichtigungen des Vorratsbestands notwendig werden, die das Ergebnis der Gesellschaft negativ beeinflussen könnten.

Die Einkäufer bei getgoods.de halten sich jedoch bezüglich der aktuellen Markttrends, Absatzstrukturen und Produktentwicklungen ständig auf dem Laufenden und begegnen so bestmöglich dem Risiko von Fehl-, Unter- oder Überbestellungen.

Kundenbezogene Risiken

Die getgoods.de AG generiert ihren Umsatz hauptsächlich durch den Verkauf an Privatkunden. Die Lieferung von Bestellungen erfolgt allerdings in der Regel erst bei Geldeingang. Somit besteht ein Forderungsausfallrisiko im Endkundengeschäft nur in geringem Maße.

Lieferantenbezogene Risiken

Die getgoods.de AG arbeitet mit einer überschaubaren Zahl von Zulieferern. Insbesondere bei den Schlüssel-Zulieferern kommt es darauf an, für beide Seiten akzeptable Liefer- und Zahlungsbedingungen auszuhandeln. Sollte dies in dem ein oder anderen Fall nicht mehr möglich sein, oder ein Lieferant aus einem anderen Grund ausfallen, könnte dies das Geschäftsergebnis von getgoods.de sowie die Zufriedenheit der Endkunden erheblich beeinflussen.

Daher bemüht sich die Gesellschaft mit den jeweiligen Produktbetreuern um ein ausgezeichnetes Verhältnis mit den Schlüssel-Zulieferern und sorgt für ausreichendes Working Capital bzw. für entsprechende Zahlungsgarantien zur zeitgemäßen Bedienung der Verbindlichkeiten.

Darüber hinaus kann der Erhalt der Ware und die Lieferbarkeit der Produkte durch schlechte Wetterbedingungen, Streiks und sonstige Ereignisse höherer Gewalt beeinträchtigt werden. Obwohl ein Großteil dieser Fälle versichert ist, kann eine verspätete oder Nicht-Lieferung von Produkten einen erheblichen Imageschaden für getgoods und die Beeinträchtigung des Geschäftsergebnisses nach sich ziehen.

Informationstechnische Risiken

Modernste Software, umfangreiche Datenbanken, sichere IT-Infrastrukturen und sichere elektronische Zahlungssysteme bilden die Grundlage für den Erfolg des Geschäftsmodells der getgoods.de AG. Sollte die Erreichbarkeit der Online-Shops zeitweise eingeschränkt sein, der elektronische Zahlungsverkehr beeinträchtigt sein, Sicherheitsbestimmungen missachtet werden oder es zu einem unerlaubten Datenzugriff kommen, würde dies u.a. zu Umsatzverlusten und einem nicht unerheblichen Imageschaden führen. Gleiches gilt für eine beeinträchtigte Nutzung des Warenwirtschaftssystems, die u.a. zu Lieferverzögerungen führen kann.

Diese Risiken minimiert die getgoods.de AG durch den Einsatz führender Serversicherheitstechnologie, SSL-Verschlüsselungen von personenbezogenen Daten, einem mehrstufigen Backup zur Datensicherung und der Erteilung von Zugangsberechtigungen zur IT nur durch den Vorstand. Darüber hinaus werden in die IT laufend neue Technologien, Know-how und Kapital investiert, um ausreichende Skaleneffekte sicherzustellen.

Die Shop-Systeme werden in einem Sicherheitsserverzentrum betrieben, welches auf einem Cluster aufgesetzt ist. Die Abhängigkeit von einzelnen Servern und deren Erreichbarkeit ist somit auf ein Minimum beschränkt. Durch das Angebot aller gängigen Zahlungssysteme wird eine Abgängigkeit von einzelnen Zahlungssystemanbietern vermieden. Eine klare IT-Richtlinie, der alle Mitarbeiter laut Arbeitsvertrag unterworfen sind, sowie die zentrale Verwaltung der Zugriffsrechte auf sämtliche für den Geschäftsbetrieb notwendigen Anwendungen und Systeme schließen den Missbrauch von Daten faktisch aus. Mittels entsprechender Back-up-Lösungen für Warenwirtschaft und alle sonstigen In-house-IT-Systeme wird sicher gestellt, dass im Falle einer Störung der Geschäftsbetrieb reibungslos fortgesetzt werden kann.

Lagerisiko

Ein Verlust des Lagers beispielsweise aufgrund von höherer Gewalt würde zu einem teilweisen Ausfall der Lieferfähigkeit und infolgedessen zu deutlichen Umsatzeinbußen und einem Imageschaden führen.

Dieses Risiko wird dadurch teilweise ausgeräumt, dass das Unternehmen nur etwa 15 Prozent der Produktpalette (in der Regel Produkte mit hoher Umschlagshäufigkeit) im eigenen Lager hält. Der Rest wird direkt beim Lieferanten gelagert, und wird erst bei Bestellung durch den Kunden in das Logistikcenter von getgoods.de geliefert. Im Übrigen ist die Gesellschaft gegen einen Verlust des Lagers in bestimmten Fällen versichert so wie auch ggf. gegen daraus entstehende Umsatzausfälle.

Personalrisiko

Wesentliche Wettbewerbsvorteile der getgoods.de AG sind das Know-how und das Engagement der Führungskräfte und der Mitarbeiter in Schlüsselpositionen. Eine der wichtigsten Aufgaben besteht deshalb darin, qualifizierte Mitarbeiter einzustellen, zu integrieren und dauerhaft an das Unternehmen zu binden. Aus diesem Grund legt das Personalmanagement der getgoods.de AG großen Wert auf verschiedenste Maßnahmen zur Personalbindung und -entwicklung.

Finanzwirtschaftliche Risiken

Die wesentlichen durch das Unternehmen verwendeten Finanzierungsinstrumente umfassen Versicherungsgarantien (Avale), Kontokorrentkredite sowie Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen. Der Hauptzweck dieser Finanzierungsinstrumente ist die kontinuierliche Deckung des Finanzmittelbedarfs und die Sicherstellung der finanziellen Flexibilität. Bei erschwertem

Zugang des Unternehmens zum Kreditmarkt könnte die Geschäftstätigkeit wesentlich beeinträchtigt werden. Auch könnte ein allgemeines Ansteigen des Zinsniveaus zu einer deutlichen Erhöhung der Finanzierungskosten des Unternehmens führen.

Die getgoods.de AG generiert den größten Teil des Umsatzes in Deutschland. Bezüglich des Produkteinkaufs operiert das Unternehmen außerhalb des Euro-Raumes auch in Fremdwährungsmärkten. Da das Unternehmen bisher nicht mit Hedging Instrumenten arbeitet, ergeben sich hieraus Währungskursrisiken. Das Unternehmen überprüft regelmäßig die Sinnhaftigkeit möglicher Hedging-Instrumente, die gegebenenfalls zum Einsatz kommen könnten. Die Umsätze mit Fremdwährungen liegen allerdings weit unter einem 1 % des Gesamtumsatzes.

Gesamtrisiko

Die Risikolage des Unternehmens wird fortlaufend überwacht. Insgesamt schätzt der Vorstand das Gesamtrisiko für die getgoods.de AG als überschaubar und beherrschbar ein. Generell sieht der Vorstand derzeit keine Risiken, die alleine oder in Kombination mit anderen Risiken das Unternehmen in absehbarer Zeit wesentlich gefährden könnten.

Prognosebericht

Gesamtwirtschaftliche Entwicklung und Branchenumfeld
Während die Wirtschaft des Euroraums erneut schrumpfen soll, wird die deutsche Wirtschaft auch im Jahr 2013 wieder ein moderates Wachstum aufweisen. Zu diesen Ergebnissen kommt der Internationale Währungsfonds (IWF) in seinem World Economic Outlook vom April 2013. Demnach rechnet der IWF für den Euroraum mit einer Wachstumsrate von -0,3% und für Deutschland mit einem Wachstum von 0,6%. Eine deutliche Verbesserung der Lage wird für das Jahr 2014 in Aussicht gestellt; dann soll das BIP im Euroraum um 1,1% steigen und in Deutschland um 1,5%.

In ihrem am 18. April 2013 veröffentlichten Frühjahrgutachten prognostizieren die Experten der Projektgruppe Gemeinschaftsdiagnose für das Gesamtjahr 2012 sogar einen Anstieg des deutschen BIP um 0,8%. Dieser soll im Wesentlichen von der Inlandsnachfrage, insbesondere den privaten und öffentlichen Konsumausgaben, getragen werden, während die Investitionen und der Außenbeitrag keine wesentlichen Wachstumsbeiträge leisten dürften.

Vor diesem Hintergrund ist auch das weiterhin positive Konsumklima in Deutschland zu sehen. Während sich die leicht abgeschwächten Einkommenserwartungen und die Anschaffungsneigung nach wie vor auf hohem Niveau bewegten, konnten die Konjunkturerwartungen im März bereits zum dritten Mal in Folge zulegen. Die gute Konsumstimmung der deutschen Verbraucher ist damit weiterhin ungebrochen.

Die Risiken für die weitere wirtschaftliche Entwicklung bleiben jedoch hoch und ranken sich hauptsächlich um die Krisenherde im Euroraum, wie z. B. die Folgen der Bankenkrise in Zypern oder die politische Unsicherheit in Italien. Zumindest mittelfristig besteht darüber hinaus auch in Japan und den USA die dringende Notwendigkeit zur fiskalischen Konsolidierung, woraus sich negative Wachstumseffekte für die Weltwirtschaft und die deutschen Exporte ergeben könnten.

Nach der ausgesprochenen positiven Marktentwicklung des Jahres 2012 rechnet der Bundesverband des Deutschen Versandhandels e.V. (bvh) auch für das Jahr 2013 mit einer Fortsetzung des langjährigen Wachstumstrends. In seiner im Rahmen der bvh-Jahrespressekonferenz vorgestellten Studie „Interaktiver Handel in Deutschland 2012“ prognostiziert der bvh für 2013 einen Anstieg des Versandhandelsumsatzes in Deutschland um 10,6% von EUR 39,3 Mrd. auf EUR 43,5 Mrd. Für den Bereich des Online-Handels wird erneut ein überproportionales Wachstum von 21,3% vorhergesagt; das entspricht einem Umsatzanstieg von EUR 27,6 Mrd. auf EUR 33,5 Mrd. Der E-Commerce-Anteil am deutschen Versandhandel würde damit weiter zulegen und sich von 70,2% auf 77,0 erhöhen.

Unternehmensentwicklung

Vor diesem Hintergrund geht der Vorstand der getgoods.de AG davon aus, dass sich die positive Geschäftsentwicklung des Unternehmens auch in den kommenden Jahren weiter fortsetzen wird. Dazu treibt die getgoods.de AG die Entwicklung zum Vollsortimenter durch den Ausbau des Produktangebots weiter voran und setzt dabei insbesondere auf Warengruppen jenseits des bisherigen technikaffinen Kerngeschäfts. Hierzu gehören u. a. Spielwaren, Haushaltswaren, Garten/Freizeit, Baumarktartikel, Bücher, Reisen und Möbel, wobei gerade in den Bereichen Garten/Freizeit und Möbel ein starker Fokus auf Saisonartikel gelegt wird. So wurde bereits im März 2013 auch das neue Reiseportal www.getgoods-reisen.de gestartet.

Um das erwartete weitere Umsatzwachstum bewältigen zu können, muss die getgoods.de AG zusätzliche Investitionen zur Steigerung der operativen Leistungsfähigkeit vornehmen. Dies beinhaltet einerseits die geplante Einstellung von bis zu 50 neuen Mitarbeitern sowie andererseits den Ausbau der eigenen Logistikkapazitäten am Standort Frankfurt Oder, wo der Bau einer neuen Halle mit einer Fläche von 9.000 m² geplant ist. Insgesamt geht der Vorstand für das Geschäftsjahr 2013 derzeit von einem Investitionsvolumen in Höhe von EUR 2,0 Mio. aus.

Zur Sicherstellung der internen Prozesse ist die Einführung eines leistungsfähigen Management Informations-Systems vorgesehen. Neue Mitarbeiter werden insbesondere in den Bereichen Logistik, IT, Personal, Einkauf, Marketing, Buchhaltung, Controlling, Kundenbetreuung, Geschäftsführung und Artikelanlage/-pflege eingestellt.

Die Marketingaktivitäten zur Steigerung der Markenbekanntheit und Neukundengewinnung werden auch im Geschäftsjahr 2013, z. B. auch in Form einer erneuten TV-Kampagne, weiter fortgesetzt. Dazu gehört auch der im April 2013 erfolgte Abschluss eines langfristigen Sponsoring-Vertrags mit dem Deutschen Handballbund. Von diesen Maßnahmen erwartet Vorstand eine höhere Aufmerksamkeit für die eigenen Shop-Portale und einen entsprechenden Anstieg des Traffics auf den Shop-Seiten, was letztlich zu weiter steigenden Umsätzen führen soll.

Auf Basis der zuvor genannten Voraussetzungen rechnet der Vorstand für das Geschäftsjahr 2013 insgesamt mit einem Umsatzanstieg auf ca. EUR 480 - 500 Mio. und einer EBIT-Marge von ca. 2,5%. Für das Geschäftsjahr 2014 geht der Vorstand derzeit von weiterem Umsatzwachstum und einer stabilen EBIT-Marge aus.

Frankfurt Oder, 7. Mai 2013

Der Vorstand der getgoods.de AG



Markus Rockstädt-Mies

⁵⁾ Pressemitteilung der GfK vom 27. März 2013: Konsumklima stabilisiert sich

Konzernabschluss 2012

Konzernbilanz zum 31. Dezember 2012

| Aktiva (€) | 31.12.2012 | 31.12.2011 |
|--|-----------------------|----------------------|
| A. Anlagevermögen | | |
| I. Immaterielle Vermögensgegenstände | | |
| 1. Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten | 426.530,00 | 168.914,17 |
| 2. Geschäfts- und Firmenwert | 5.747.707,13 | 7.377.288,23 |
| 3. Geleistete Anzahlungen | 0,00 | 41.000,00 |
| | 6.174.237,13 | 7.587.202,40 |
| II. Sachanlagen | | |
| 1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken | 1.479,00 | 1.707,00 |
| 2. Technische Anlagen und Maschinen | 281.675,00 | 322.632,00 |
| 3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung | 2.251.658,00 | 1.559.495,02 |
| 4. Geleistete Anzahlungen | 0,00 | 277.426,75 |
| | 2.534.812,00 | 2.161.260,77 |
| III. Finanzanlagen | | |
| Sonstige Ausleihungen | 1,00 | 156.198,90 |
| | 8.709.050,13 | 9.904.662,07 |
| B. Umlaufvermögen | | |
| I. Vorräte | | |
| 1. Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe | 70.845,87 | 69.115,84 |
| 2. Fertige Erzeugnisse und Waren | 42.889.431,84 | 25.504.031,03 |
| 3. Geleistete Anzahlungen | 73.294,95 | 7.683.905,26 |
| | 43.033.572,66 | 33.257.052,13 |
| II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände | | |
| 1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen | 52.664.052,92 | 15.519.082,22 |
| 2. Sonstige Vermögensgegenstände | 1.191.992,00 | 2.694.987,54 |
| | 53.856.044,92 | 18.214.069,76 |
| III. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten | 7.739.887,18 | 106.579,51 |
| | 104.629.504,76 | 51.577.701,40 |
| C. Rechnungsabgrenzungsposten | 953.074,58 | 218.532,35 |
| davon gemäß § 250 Abs. 3 HGB: EUR 369.641,38 (i.Vj. EUR 0,00) | | |
| | 114.291.629,47 | 61.700.895,82 |

| Passiva (€) | 31.12.2012 | 31.12.2011 |
|---|-----------------------|----------------------|
| A. EIGENKAPITAL | | |
| I. Gezeichnetes Kapital | 18.040.247,00 | 14.000.000,00 |
| II. Kapitalrücklage | 7.988.357,35 | 311.888,05 |
| III. Gewinnrücklagen | | |
| 1. Gesetzliche Rücklage | 1.057,00 | 1.057,00 |
| 2. Andere Rücklagen | 556.459,41 | 556.459,41 |
| | 557.516,41 | 557.516,41 |
| IV. Konzernbilanzverlust | 1.778.833,15 | 2.789.456,54 |
| | 24.807.287,61 | 12.079.947,92 |
| B. RÜCKSTELLUNGEN | | |
| 1. Steuerrückstellungen | 2.333.497,27 | 2.562.607,55 |
| 2. Sonstige Rückstellungen | 1.220.657,86 | 347.550,27 |
| | 3.554.155,13 | 2.910.157,82 |
| C. VERBINDLICHKEITEN | | |
| 1. Anleihen | 30.000.000,00 | 0,00 |
| 2. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten | 6.113.481,65 | 10.400.470,03 |
| 3. Erhaltene Anzahlungen | 4.466.988,66 | 1.041.127,75 |
| 4. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen | 28.270.099,82 | 20.684.912,77 |
| 5. Sonstige Verbindlichkeiten | 17.079.616,60 | 14.544.287,53 |
| - davon aus Steuern: EUR 963.247,05 (i.Vj.: EUR 2.663.409,68) | 85.930.186,73 | 46.670.798,08 |
| - davon im Rahmen der sozialen Sicherheit: EUR 0,00 (i.Vj.: EUR 9.474,36) | | |
| D. PASSIVE LATENTE STEUERN | 0,00 | 39.992,00 |
| | 114.291.629,47 | 61.700.895,82 |

Konzerngewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr 2012

| € | 1.1. – 31.12.2012 | 1.1. – 31.12.2011 |
|---|-----------------------|-----------------------|
| 1. Umsatzerlöse | 402.577.920,28 | 193.715.455,98 |
| 2. Sonstige betriebliche Erträge | 528.333,31 | 462.191,19 |
| 3. Materialaufwand | | |
| a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren | 367.480.740,51 | 176.014.845,45 |
| b) Aufwendungen für bezogene Leistungen | 0,00 | 73.404,76 |
| | 367.480.740,51 | 176.088.250,21 |
| 4. Personalaufwand | | |
| a) Löhne und Gehälter | 4.611.616,01 | 2.064.664,40 |
| b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung | | |
| - davon für Altersversorgung: EUR 25.190,83 (i.Vj. EUR 7.477,07) | 861.785,13 | 401.871,90 |
| | 5.473.401,14 | 2.466.536,30 |
| 5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen | 2.226.289,98 | 1.087.385,48 |
| 6. Sonstige betriebliche Aufwendungen | 22.000.996,29 | 10.256.830,82 |
| - davon aus Währungsumrechnung: EUR 9,64 (i.Vj. EUR 12,34) | | |
| 7. Erträge aus Wertpapieren und Ausleihungen des Finanzanlagevermögens | 6.247,94 | 6.132,12 |
| 8. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge | 21.843,51 | 89,73 |
| 9. Abschreibungen auf Finanzanlagen und Wertpapiere des Umlaufvermögens | 156.197,90 | 348.054,37 |
| - davon gemäß § 253 Abs. 3 S.3 HGB EUR 156.197,90 (i.Vj. EUR 348.054,37) | | |
| 10. Zinsen und ähnliche Aufwendungen | 3.010.940,63 | 545.663,63 |
| 11. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit | 2.785.778,59 | 3.391.148,21 |
| 12. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag | 1.771.766,45 | 1.315.732,93 |
| - davon aus der Zuführung und Auflösung latenter Steuern EUR 39.992,00 (i.Vj. EUR 1.722,00) | | |
| 13. Sonstige Steuern | ./3.388,75 | 6.498,29 |
| 14. Konzernjahresüberschuss | 1.010.623,39 | 2.081.913,57 |
| 15. Verlustvortrag | 2.789.456,54 | 4.871.370,11 |
| 16. Konzernbilanzverlust | 1.778.833,15 | 2.789.456,54 |

Eigenkapitalspiegel für das Geschäftsjahr 01. Januar 2012 bis 31. Dezember 2012

| € | Gezeichnetes Kapital | Kapitalrücklage | Erwirtschaftetes Konzernergebnis | Konzern-eigenkapital |
|----------------------------|----------------------|---------------------|----------------------------------|----------------------|
| Stand am 01.01.2012 | 14.000.000,00 | 311.888,05 | ./2.231.940,13 | 12.079.947,92 |
| Kapitalerhöhung | 4.040.247,00 | 7.676.469,30 | - | 11.716.716,30 |
| Konzernjahresüberschuss | - | - | 1.010.623,39 | 1.010.623,39 |
| Stand am 31.12.2012 | 18.040.247,00 | 7.988.357,35 | ./1.221.316,74 | 24.807.287,61 |

Entwicklung des Konzernanlagevermögens im Geschäftsjahr 01. Januar 2011 bis 31. Dezember 2012

| € | Anschaffungs-/Herstellungskosten | | | | | Abschreibungen | | | | Buchwerte 31.12.12 | Buchwerte 31.12.11 |
|--|----------------------------------|---------------------|-------------|-------------------|----------------------|-------------------|---------------------|------------------|---------------------|-----------------------|-----------------------|
| | Stand 01.01.12 | Zugänge | Umbuchung | Abgänge | Stand 31.12.12 | Stand 01.01.12 | Zugänge | Abgänge | Stand 31.12.12 | | |
| Anlagevermögen | | | | | | | | | | | |
| I. Immaterielle Vermögensgegenstände | | | | | | | | | | | |
| 1. Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten | 230.015,48 | 426.817,06 | 41.000,00 | 18.756,60 | 679.075,94 | 61.101,31 | 199.622,23 | 8.177,60 | 252.545,94 | 426.530,00 | 168.914,17 |
| 2. Geschäfts- und Firmenwert | 8.147.905,49 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 8.147.905,49 | 770.617,26 | 1.629.581,10 | 0,00 | 2.400.198,36 | 5.747.707,13 | 7.377.288,23 |
| 3. Geleistete Anzahlungen | 41.000,00 | 0,00 | -41.000,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 41.000,00 |
| | 8.418.920,97 | 426.817,06 | 0,00 | 18.756,60 | 8.826.981,43 | 831.718,57 | 1.829.203,33 | 8.177,60 | 2.652.744,30 | 6.174.237,13 | 7.587.202,40 |
| II. Sachanlagen | | | | | | | | | | | |
| 1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken | 1.821,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 1.821,00 | 114,00 | 228,00 | 0,00 | 342,00 | 1.479,00 | 1.707,00 |
| 2. Technische Anlagen und Maschinen | 331.440,20 | 1.292,11 | 0,00 | 0,00 | 332.732,31 | 8.808,20 | 42.249,11 | 0,00 | 51.057,31 | 281.675,00 | 322.632,00 |
| 3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung | 1.655.727,39 | 784.561,79 | 277.426,75 | 92.573,78 | 2.625.142,15 | 96.232,37 | 354.609,54 | 77.357,76 | 373.484,15 | 2.251.658,00 | 1.559.495,02 |
| 4. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau | 277.426,75 | 0,00 | -277.426,75 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 277.426,75 |
| | 2.266.415,34 | 785.853,90 | 0,00 | 92.573,78 | 2.959.695,46 | 105.154,57 | 397.086,65 | 77.357,76 | 424.883,46 | 2.534.812,00 | 2.161.260,77 |
| III. Finanzanlagen | | | | | | | | | | | |
| Sonstige Ausleihungen | 156.198,90 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 156.198,90 | 0,00 | 156.197,90 | 0,00 | 156.197,90 | 1,00 | 156.198,90 |
| | 10.841.535,21 | 1.212.670,96 | 0,00 | 111.330,38 | 11.942.875,79 | 936.873,14 | 2.382.487,88 | 85.535,36 | 3.233.825,66 | 8.709.050,13 | 9.904.662,07 |

Konzernkapitalflussrechnung für das Geschäftsjahr 01. Januar bis 31. Dezember 2012

| €T | 2012 | 2011 |
|--|----------------|----------------|
| Konzernjahresergebnis | 1.011 | 2.082 |
| Abschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens | 2.382 | 1.087 |
| Zunahme(+)/Abnahme(-) der Rückstellungen | 644 | 2.910 |
| Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen(+)/Erträge(-) | 73 | 0 |
| Gewinn(-)/Verlust(+) aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens | 24 | 0 |
| Brutto-Cashflow | 4.134 | 6.079 |
| Zunahme (-) / Abnahme der Vorräte | -9.850 | -33.257 |
| Zunahme (-) / Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen | -37.145 | -15.519 |
| Zunahme (-) / Abnahme der übrigen Aktiva | 769 | -2.914 |
| Zunahme (+) / Abnahme (-) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen | 7.585 | 20.676 |
| Zunahme (+) / Abnahme (-) der übrigen Passiva | -278 | 6.124 |
| Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit | -34.785 | -18.811 |
| Auszahlungen für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen | -427 | -8.419 |
| Einzahlungen aus dem Abgang von Sachanlagevermögen | 2 | 0 |
| Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen | -786 | -2.417 |
| Auszahlungen für Investitionen in das Finanzanlagevermögen | 0 | -156 |
| Cashflow aus der Investitionstätigkeit | -1.211 | -10.992 |
| Einzahlungen aus Eigenkapitalzuführungen | 11.716 | 10.000 |
| Einzahlungen aus Anleihe | 30.000 | 0 |
| Einzahlungen (+) / Auszahlungen (-) aus der Aufnahme von Finanzkrediten | 1.913 | 19.900 |
| Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit | 43.629 | 29.900 |
| Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds | 7.633 | 97 |
| Finanzmittelfonds am Anfang der Periode | 107 | 10 |
| Finanzmittelfonds am Ende der Periode | 7.740 | 107 |

Konzernanhang für das Geschäftsjahr 01. Januar bis 31. Dezember 2012

Beschreibung der Gesellschaft

Die getgoods-Gruppe vertreibt IT- & Telekommunikationsprodukte über verschiedene Online-Plattformen im schnell wachsenden E-Commerce Markt. Der Produkt-Fokus liegt auf Handys, Smartphones, Festnetztelefonen, Notebooks und Tablets. Darüber hinaus bietet das Unternehmen auch Unterhaltungselektronik und weiße Ware an. Im Berichtsjahr ist die Angebotspalette um Spielzeug, Haushaltswaren, Garten- und Freizeitartikel erweitert worden.

Grundlagen der Abschlusserstellung

Die Gesellschaft hat den Konzernabschluss in Übereinstimmung mit den Vorschriften des Handelsgesetzbuches und des Aktiengesetzes erstellt

Berichtszeitraum für den Konzernabschluss ist der 01. Januar bis 31. Dezember 2012.

Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze

Im Konzernabschluss sind sämtliche Vermögensgegenstände, Schulden, Rechnungsabgrenzungsposten, Sonderposten, Aufwendungen und Erträge enthalten, soweit gesetzlich nichts anderes bestimmt ist.

Die Posten der Aktivseite sind nicht mit Posten der Passivseite, Aufwendungen nicht mit Erträgen verrechnet worden, soweit dies nach den Vorschriften des § 246 HGB nicht ausdrücklich gefordert wird.

Es ist vorsichtig bewertet worden, namentlich sind alle vorhersehbaren Risiken und Verluste, die bis zum Abschlussstichtag entstanden sind, berücksichtigt worden, selbst wenn diese erst zwischen Abschlussstichtag und der Aufstellung des Jahresabschlusses bekannt geworden sind.

Der ausgewiesene Firmenwert setzt sich wie folgt zusammen:

| € | aktiverischer Unterschiedsbetrag | Abschreibung | kumulierte Abschreibung | Buchwert |
|----------------------------|-------------------------------------|---------------------|----------------------------|---------------------|
| getgoods.de Vertriebs GmbH | 5.497.508,39 | 1.099.501,68 | 1.649.252,51 | 3.848.255,88 |
| HOH Home of Hardware GmbH | 2.650.397,10 | 530.079,42 | 750.945,85 | 1.899.451,25 |
| | 8.147.905,49 | 1.629.581,10 | 2.400.198,36 | 5.747.707,13 |

Gewinne sind, soweit dies gesetzlich nicht ausdrücklich gefordert wird, nur berücksichtigt worden, wenn sie bis zum Abschlussstichtag realisiert wurden. Aufwendungen und Erträge des Geschäftsjahres sind unabhängig vom Zeitpunkt der Zahlung berücksichtigt worden.

1. Konsolidierungsgrundsätze

Der Konzernabschluss enthält die Abschlüsse der getgoods.de AG und ihrer Tochtergesellschaften. Folgende Tochtergesellschaften (100 % Beteiligungen) sind einbezogen worden:

Getgoods.de Vertriebs GmbH, Frankfurt Oder
(ehemals HTM GmbH Handy -Trends + More, Frankfurt Oder

HOH Home of Hardware GmbH, Frankfurt Oder

Kapitalkonsolidierung

Die im Vorjahr durchgeführte Erstkonsolidierung der erworbenen Beteiligungen ist auf der Grundlage der Neubewertungsmethode erfolgt. Der nach Verrechnung der Anschaffungskosten mit dem Eigenkapital der Tochterunternehmen verbleibende aktivische Unterschiedsbetrag ist als Geschäfts- bzw. Firmenwert ausgewiesen. Die Abschreibung erfolgt über eine Laufzeit von fünf Jahren.

Die Konsolidierung erfolgte auf der Grundlage der Wertansätze zum Zeitpunkt des Erwerbs.

Das ausgewiesene Ergebnis ist mit Abschreibungen auf den Geschäftswert in Höhe von Euro 1.629.581,10 belastet.

Schuldenkonsolidierung

Bei der Schuldenkonsolidierung wurden Forderungen und Verbindlichkeiten zwischen den in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften eliminiert.

Aufwands- und Ertragskonsolidierung

In der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung wurden Erlöse und sonstige Erträge aus konzerninternen Lieferungen und Leistungen mit den entsprechenden Aufwendungen aufgerechnet.

Eine Zwischenergebniseliminierung war nicht erforderlich.

2. Bilanzerläuterungen

Gliederung und Entwicklung des Konzernanlagevermögens sind im Anlagenspiegel dargestellt.

Entgeltlich erworbene immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens werden zu Anschaffungskosten, vermindert um planmäßige lineare Abschreibungen, bewertet. Als Nutzungsdauer werden regelmäßig drei Jahre zugrunde gelegt.

Das Sachanlagevermögen wird zu Anschaffungskosten bzw. Herstellungskosten vermindert um planmäßige nutzungsbedingte Abschreibungen angesetzt. Die Nutzungsdauer beträgt für Bauten auf fremden Grundstücken 8 Jahre, bei technischen Anlagen und Maschinen 8 Jahre, bei anderen Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung 3 bis 15 Jahre.

Für geringwertige Anlagegüter wird die Regelung des § 6 Abs. 2 bzw. Abs. 2a EStG angewendet.

Die Finanzanlagen werden zu Anschaffungskosten unter Beachtung des Niederstwertprinzips angesetzt.

Soweit der nach vorstehenden Grundsätzen ermittelte Wert von Gegenständen des Anlagevermögens über dem Wert liegt, der ihnen am Abschlussstichtag beizulegen ist, wird dem durch außerplanmäßige Abschreibungen Rechnung getragen. Soweit die Gründe für in früheren Geschäftsjahren vorgenommene außerplanmäßige Abschreibungen nicht mehr bestehen, wird eine Wertaufholung vorgenommen, soweit es sich nicht um einen entgeltlich erworbenen Geschäfts- oder Firmenwert handelt.

Die Vorräte werden zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten bei Anwendung zulässiger Bewertungsvereinfachungsverfahren unter Beachtung des Niederstwertprinzips angesetzt.

Forderungen werden zum Nennbetrag beziehungsweise zu Anschaffungskosten oder niedrigeren Tageswerten angesetzt. Bei den Forderungen werden erkennbare Einzelrisiken durch Wertberichtigungen berücksichtigt. Die Restlaufzeit beträgt unter einem Jahr.

Forderungen und Verbindlichkeiten in fremder Währung sowie Guthaben und Verbindlichkeiten bei Kreditinstituten in Fremdwährung werden im Rahmen der Zugangsbewertung mit dem Kurs am Tage des Geschäftsvorfalles bewertet. Verluste aus Kursänderungen bis zum Abschlussstichtag werden stets, Gewinne aus Kursänderungen nur bei Restlaufzeiten von einem Jahr oder weniger berücksichtigt.

Die sonstigen Rückstellungen berücksichtigen alle erkennbaren Risiken und ungewissen Verpflichtungen und sind in Höhe des nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendigen Erfüllungsbetrags unter Berücksichtigung erwarteter künftiger Preis- und Kostenänderungen angesetzt.

Die übrigen Vermögensgegenstände und Verbindlichkeiten werden zum Nennwert bzw. Erfüllungsbetrag bewertet. Die Restlaufzeit der übrigen Vermögensgegenstände beträgt unter einem Jahr.

Das unter den aktiven Rechnungsabgrenzungsposten ausgewiesene Disagio wird entsprechend der Laufzeit der Anleihe aufgelöst.

Im Berichtsjahr ist das Gezeichnete Kapital von TEUR 14.000 auf TEUR 18.040 erhöht worden. Das gezeichnete Kapital ist eingeteilt in Mio 18 auf den Inhaber lautende Stückaktien ohne Nennbetrag. Die Erhöhung erfolgte durch Ausgabe von Stückaktien zum Ausgabewert von Euro 1,00. Der Bezugspreis belief sich auf Euro 2,90 je Aktie. Das bezahlte Aufgeld in Höhe von EUR 7.676.469,30 ist in die Kapitalrücklage eingestellt worden.

Der Vorstand ist durch Beschluss der Hauptversammlung vom 22.08.2012 ermächtigt, das Grundkapital der Gesellschaft bis zum 21. August 2017 zu erhöhen. Das genehmigte Kapital beträgt nach teilweiser Ausschöpfung noch 2.959.753,00 EUR.

Bei den Rückstellungen wurde allen erkennbaren Risiken Rechnung getragen. Diese betreffen im Wesentlichen Rückstellungen für ausstehende Eingangsrechnungen (TEUR 684,9; VJ: 12,9), Rückstellungen zur Abgeltung von Verpflichtungen aus Resturlaub und Überstunden (TEUR 140,6; VJ: TEUR 141,2), Beratungs- und Prüfungskosten (TEUR 154,6; VJ: TEUR 70,6), der Ausrichtung der Hauptversammlung (TEUR 80,0; VJ: TEUR 75), der Rücknahme Fernabsatzgesetz (TEUR 25,2; VJ: TEUR 17,6).

Im Geschäftsjahr 2012 ist eine Anleihe in Form einer Inhaberteilschuldverschreibung mit einem Nennbetrag von TEUR 30.000 ausgegeben worden. Die Inhaber-Teilschuldverschreibungen

wurden von der Clearstream Banking AG, Frankfurt am Main unter Nutzung des TEFRA D Verfahrens der Clearstream ausgeben und verwahrt. Die Anleihe ist mit 7,25 % p.a. zu verzinsen. Die Laufzeit beginnt am 09. Oktober 2012 und endet mit Ablauf des 08. Oktober 2017. Die Anleihe ist am Fälligkeitstag zum Nennbetrag zurückzuzahlen.

Für die ausgewiesenen Verbindlichkeiten sind folgende Sicherheiten gestellt:

Die Verbindlichkeiten weisen folgende Restlaufzeiten auf:

| €T | gesamt | bis 1 Jahr | 1 bis 5 Jahre |
|--|-------------------------------|-------------------------------|------------------------------|
| Anleihe | 30.000 (VJ: 0) | | 30.000 (VJ: 0) |
| Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten | 6.113 (VJ: 10.400) | 6.113 (VJ: 10.400) | |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen & Leistungen | 28.270 (VJ: 20.685) | 28.270 (VJ: 20.685) | |
| Anzahlungen | 4.467 (VJ: 1.041) | 4.467 (VJ: 1.041) | |
| sonstige Verbindlichkeiten | 17.080 (VJ: 14.544) | 1.380 (VJ: 6.155) | 15.700 (VJ: 4.643) |
| Gesamt | 85.930 (VJ: 46.670) | 40.230 (VJ: 38.281) | 45.700 (VJ: 4.643) |

Latente Steuern

Die im Vorjahr ausgewiesenen passiven latenten Steuern resultierten aus Investitionsabzugsbeträgen. Im Geschäftsjahr ist der Investitionsabzugsbetrag außerbilanziell korrigiert worden. Der gebildete Passivposten ist erfolgswirksam aufgelöst worden.

Aktive latente Steuern ergeben sich aus Differenzen zwischen dem handelsrechtlichen und dem steuerrechtlichen Bilanzansatz der Personalrückstellungen.

Der sich hieraus insgesamt ergebende Überhang aktiver latenter Steuern wurde in Ausübung des Ansatzwahlrechts des § 274 HGB nicht angesetzt.

Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten sind durch Forderungsabtretungen, persönlichen Bürgschaften der Organe sowie der Sicherungsverpfändung eines Wertpapierdepots welches im Eigentum eines Gesellschafters steht besichert.

Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sind mit branchenüblichen Eigentumsvorbehalten belastet.

Für die sonstigen Verbindlichkeiten sind keine Sicherheiten gestellt.

3. Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

Die Gewinn- und Verlustrechnung ist nach § 275 Abs. 2 HGB (Gesamtkostenverfahren) gegliedert.

Die Vergleichbarkeit der Vorjahreszahlen ist nur eingeschränkt möglich. Die Erstkonsolidierungszeitpunkte der Tochtergesellschaften waren der 01.07.2011 bzw. der 01.08.2011.

Umsatzerlöse

Die Umsatzerlöse entfallen mit 92% (i.Vj. 94%) auf das Inland und mit 8% (i.Vj. 6%) auf das Ausland.

Abschreibungen auf Finanzanlagen und auf Wertpapiere des Umlaufvermögens

Im Berichtsjahr sind Abschreibungen auf Finanzanlagen in Höhe von TEUR 156,2 vorgenommen worden.

Steuern vom Einkommen und Ertrag

Der ausgewiesene Betrag betrifft im Wesentlichen die Belastung mit Steuern vom Einkommen und Ertrag für das Berichtsjahr.

4. Sonstige Angaben

Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Sonstige finanzielle Verpflichtungen bestehen aus Werbeverträgen, Mietverträgen und Leasingverträgen. Der Gesamtbetrag der hieraus bestehenden Verpflichtungen beträgt TEUR 4.238,0 (VJ TEUR 4.969,0).

Zum Bilanzstichtag besteht ein Bestellobligo in Höhe von rd. TEUR 32,4 (VJ: TEUR 57,3).

Honorar des Abschlussprüfers

Das von dem Abschlussprüfer für das Geschäftsjahr 2012 berechnete Honorar für die Unternehmensgruppe entfällt in Höhe von TEUR 50 auf Abschlussprüfungsleistungen, in Höhe von TEUR 39 auf sonstige Bestätigungsleistungen sowie in Höhe von TEUR 33 auf sonstige Beratungsleistungen.

Durchschnittliche Zahl der beschäftigten Arbeitnehmer

Nach einbezogenen Unternehmen waren am Bilanzstichtag beschäftigt:

| | Durchschnitt 2012 | Durchschnitt 2011 |
|----------------------------|----------------------|----------------------|
| Getgoods.de AG | 4,00 | 0,00 |
| Getgoods.de Vertriebs GmbH | 179,56 | 141,25 |
| HOH Home of Hardware GmbH | 0,00 | 33,00 |

Geschäfte mit nahestehenden Unternehmen und Personen

Wesentliche Geschäfte mit nahestehende Unternehmen oder Personen zu nicht marktüblichen Bedingungen sind im Geschäftsjahr 2012 nicht ausgeführt worden.

Sonstige Angaben zu den Gesellschaftsorganen

Vorstandsmitglieder:

- Herr Markus Rockstädt-Mies, Kaufmann, Frankfurt (Oder)
- Herr Armin Schulz, Kaufmann, Düsseldorf (bis zum 25. März 2013)

Die Vorstände sind einzelvertretungsberechtigt und von § 181 BGB befreit. Von der Schutzklausel § 286 Abs. 4 HGB wird Gebrauch gemacht.

Aufsichtsratsmitglieder:

Der Aufsichtsrat setzt bzw. setzte sich im abgelaufenen Geschäftsjahr wie folgt zusammen:

Aufsichtsratsvorsitzender:

- Herr Frank Kochan, Peitz, Unternehmer der ffk environment gmbh

Aufsichtsratsmitglieder:

- Herr Dr. Yann Samson, München, Unternehmer, Vorstand der financial.com AG, Aufsichtsratsmitglied (abberufen am 22. August 2012)
- Herr Dr. Klaus Riedle, Zug (Schweiz), Kaufmann, Aufsichtsratsmitglied
- Herrn Peter Heinz, Frankfurt Main, selbständiger Berater (berufen am 22. August 2012)

Alle Aufsichtsratsmitglieder sind ab dem 24. Juni bis zum 23. Juni 2016 gewählt. Das im Berichtsjahr berufene Mitglied Herr Peter Heinz ist bis zum 21. August 2017 gewählt.

Die Gesamtbezüge des Aufsichtsrats beliefen sich im Geschäftsjahr 2012 auf TEUR 45,2.

Frankfurt Oder, den 07. Mai 2013



Markus Rockstädt-Mies

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Wir haben den von der getgoods.de AG, Frankfurt/Oder, aufgestellten Konzernabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Anhang, Kapitalflussrechnung und Eigenkapitalpiegel – und den Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 01. Januar bis 31. Dezember 2012 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Konzernlagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Konzernabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und durch den Konzernlagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben im Konzernabschluss und Konzernlagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss der getgoods.de AG, Frankfurt/Oder, für das Geschäftsjahr vom 01. Januar bis 31. Dezember 2012 den gesetzlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Konzernlagebericht steht in Einklang mit dem Konzernabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Düsseldorf, den 07. Mai 2013

Warth & Klein Grant Thornton AG,
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



Carstens
Wirtschaftsprüfer



Krichel
Wirtschaftsprüfer

Impressum

Herausgeber
getgoods.de AG
Josef-Gesing-Straße 10
D-15234 Frankfurt (Oder)
www.getgoods.de

Investor Relations

Stockheim Media GmbH
Rindermarkt 5
80331 München
www.stockheim-media.com