

## Rocket Internet Veröffentlicht Jahreszahlen 2014

- Entwicklung der Proven Winners entspricht den Erwartungen
  - Volumen-gewichteter Nettoumsatz gegenüber 2013 um 82% gewachsen
  - Durchschnittliches GMV der General-Merchandise-Unternehmen um 195% zugenommen
  - Bereinigte durchschnittliche EBITDA-Marge der Proven Winners in 2014 um 21% gestiegen
- LPV Anstieg von EUR 0,5 Milliarden zwischen Börsengang und Jahresende 2014 sowie von EUR 2,0 Milliarden bis heute unter Berücksichtigung der Global Online Takeaway Group Transaktionen
- Signifikanter Ausbau der Global Online Takeaway Group durch die Akquisitionen von Yemeksepeti und e-Food durch Delivery Hero sowie Erhöhung des Rocket-Anteils an Delivery Hero auf 40%
- Kontinuierliche Investitionen in Rocket-Plattform, um Wachstum und Expansion der Netzwerkunternehmen zu forcieren; nun mehr als 30.000 Beschäftigte in mehr als 110 Ländern

**Berlin, Deutschland, 5. Mai 2015** – Die Rocket Internet SE („Rocket Internet“, „Rocket“, „das Unternehmen“, ISIN DE000A12UKK6, RKET) hat heute ihre Zahlen zum Jahr 2014 sowie die Ergebnisse der Proven Winners bekanntgegeben und den neuesten Stand ihres globalen Unternehmensnetzwerk veröffentlicht. Rocket konzentriert sich weiterhin auf das signifikante Marktpotential außerhalb der USA und Chinas; die Entwicklung der Unternehmen im Netzwerk entspricht den Erwartungen. Sowohl Rockets Proven Winners als auch die Emerging Stars zeigten eine starke Entwicklung in ihren jeweiligen Bereichen und Märkten.

Die Proven Winners verzeichneten ein durchschnittliches gewichtetes Umsatzwachstum von 82%. Das durchschnittliche Gross Merchandise Volume („GMV“)-Wachstum der Unternehmen aus dem Bereich General Merchandise betrug 195%. HelloFresh wies mit

380% das stärkste Umsatzwachstum auf. Die bereinigte EBITDA-Marge vor anteilsbasierter Vergütung stieg 2014 um durchschnittlich 21 Prozentpunkte. Rockets Emerging Stars unterstreichen die positive Entwicklung im Jahr 2014. Die Anzahl der Bestellungen/Transaktionen der Emerging Stars stieg um 213%, während die Anzahl der Besucher 2014 um 200% im Vergleich zu 2013 stieg (beide Raten basieren auf den Zahlen der jeweils relevanten Emerging Stars). Das Jahr 2014 sowie Anfang 2015 waren darüber hinaus von erfolgreichen Finanzierungsrunden für bedeutende Rocket-Unternehmen geprägt: Lazada sammelte EUR 200 Millionen ein, HelloFresh EUR 110 Millionen Euro. Die starke Entwicklung von Rocket und dem Unternehmensnetzwerk ist in einem signifikanten Anstieg des Last Portfolio Values („LPV“) in Höhe von EUR 0,5 Milliarden vom Börsengang am 2. Oktober bis Jahresende reflektiert. Werden die Transaktionen bis heute, inklusive jene im Zusammenhang mit der Global Online Takeaway Group, berücksichtigt, beträgt der LPV-Anstieg EUR 2,0 Milliarden. Rocket Internet hat darüber hinaus die Struktur seines Netzwerks aus Unternehmen durch die Gründung der Global Fashion Group und der Global Online Takeaway Group weiter vereinfacht. Während die Global Fashion Group die Aktivitäten im Bereich Online-Fashion in Schwellenländern bündelt, wurde die Global Online Takeaway Group geschaffen, um die Beteiligungen im Bereich der Online- und mobilen Essenslieferdienste zusammenzufassen und ist jetzt Weltmarktführer in diesem Segment.

Delivery Hero, ein global führendes Unternehmen im Bereich von Online- und mobilen Essenslieferdiensten und bedeutender Bestandteil von Rockets Global Online Takeaway Group, hat Yemeksepeti, den profitablen Marktführer im Bereich Online-Lieferdienste in der Türkei, übernommen. Die Transaktion basierte auf einer Bewertung von USD 589 Millionen. Die Übernahme wird durch Barmittel sowie Ausgabe von Delivery Hero Anteilen finanziert, wobei einige bestehende Anteilseigner von Yemeksepeti, darunter General Atlantic und Rocket Internet, Anteile an Delivery Hero erhalten. Delivery Hero hat außerdem den griechischen Marktführer e-Food akquiriert. Zusätzlich zur Einbringung des 11,4%-Anteils an Yemeksepeti, hat Rocket Internet EUR 61,3 Millionen im Rahmen der Transaktionen in Delivery Hero investiert. Dadurch erhöht sich Rockets Anteil an Delivery Hero auf 40% auf einer voll verwässerten Basis. Die Aufnahme von Yemeksepeti und e-Food stärkt die globale Marktführerschaft der Global Online Takeaway Group, die nun 71 Länder, 120 Millionen abgewickelte Bestellungen (auf das Jahr hochgerechnete Run Rate im Monat Dezember) sowie ein 2014 generiertes GMV in Höhe von mehr als EUR 1 Milliarde umfasst.

Rocket Internets konsolidierte Jahreszahlen 2014 sind geprägt durch Wachstum, das Ausbleiben von Veräußerungen im Vergleich zu den Vorjahren, sowie den Einfluss des Börsengangs im Oktober 2014. Da Rocket den Großteil seiner Unternehmen, darunter auch die Proven Winners und Emerging Stars, nicht vollkonsolidiert, spiegeln die Umsätze vor allem das Wachstum der brasilianischen E-Commerce-Unternehmen für Sportartikel und für Kinderprodukte, Kanui beziehungsweise Tricae, wider. Zusammen mit einem erhöhten Volumen an Dienstleistungen, die für das Netzwerk erbracht wurden, resultierte dies in einem Umsatz von EUR 104 Millionen, einem Anstieg von 43% verglichen mit 2013. Das EBIT lag mit EUR 17 Millionen signifikant unter dem Vorjahr, da in 2014 keine wesentlichen Unternehmensveräußerungen durchgeführt wurden. Rockets erfolgreicher Börsengang sowie die vorherigen Kapitalerhöhungen, lieferten die Grundlage für die starke Liquiditätslage in Höhe von EUR 2,1 Milliarden zum Jahresende, führten jedoch zu außerordentlichen Ausgaben und einem Nettoverlust für das Jahr.

Andere wichtige Meilensteine im Jahr 2014 beinhalteten den Start von zehn neuen Unternehmen sowie kontinuierliche Investitionen in die Rocket-Plattform.

Oliver Samwer, Gründer und Chief Executive Officer von Rocket Internet, sagte: „Rocket Internet hat 2014 erneut eine starke Entwicklung gezeigt. Wir sind weiterhin auf dem richtigen Weg und sind mit der Leistung unserer Unternehmen sehr zufrieden, die vollends unseren Erwartungen entspricht. Wir werden uns weiterhin auf die signifikanten Markt- und Wachstumsmöglichkeiten und die Vereinfachung unserer Strukturen fokussieren. Die Etablierung der Global Fashion Group und der Global Online Takeaway Group unterstreicht dies. Unser Netzwerk von Unternehmen ist einzigartig positioniert, um von dem Wachstum des Onlinehandels außerhalb der USA und China zu profitieren. In 2015 planen wir erneut mindestens zehn Unternehmen zu gründen und werden weiterhin in unsere bestehenden Unternehmen, unsere Technologie, unsere geografische Präsenz, unsere Infrastruktur und Prozesse sowie unsere hervorragenden Mitarbeiter auf der ganzen Welt zu investieren.“

## **Jahreszahlen 2014 der Proven Winners**

Alle Proven-Winners-Unternehmen in den Bereichen Food & Grocery, Fashion, General Merchandise und Home & Living zeigen weiterhin kontinuierlich starkes Wachstum.

## **Food & Grocery**

Unsere Investitionen in HelloFresh, in die Global Online Takeaway Group mit foodpanda und Delivery Hero sowie weitere jüngere Unternehmen unterstreichen, dass wir den Bereich Food in den kommenden Jahren als sehr vielversprechenden Wachstumsmarkt im Bereich E-Commerce betrachten.

### **HELLOFRESH**

Als Antwort auf die steigende Nachfrage nach gesundem, zuhause zubereitetem Essen in Europa und den Vereinigten Staaten setzte HelloFresh seine positive Entwicklung in besonderem Maße fort. Der Nettoumsatz stieg 2014 um 380% auf EUR 70 Millionen. Die Anzahl der zugestellten Mahlzeiten betrug 2014 12,5 Millionen (+427% im Vergleich zum Jahr 2013). Die Anzahl aktiver Kunden stieg bis Ende Dezember 2014 auf 172 Tausend. Ein bedeutender Wachstumstreiber war der Markteintritt in die Vereinigten Staaten mit der anschließenden landesweiten Expansion.

Im Hinblick auf die Profitabilität verbesserte sich die bereinigte EBITDA-Marge erheblich, auf -17%, was einer Verbesserung um 19 Prozentpunkte im Vergleich zum Jahr 2013 entspricht. HelloFresh sammelte Anfang 2015 EUR 110 Millionen in einer Finanzierungsrunde ein und ist somit finanziell hervorragend aufgestellt, um auch zukünftig von den signifikanten Wachstumsmöglichkeiten zu profitieren.

### **FOODPANDA**

Das Jahr 2014 war insbesondere durch starkes organisches Wachstum sowie eine Vielzahl erfolgreicher Investitionen geprägt. Inklusive aller Investitionen und Asset-Swaps hätte foodpanda im Jahr 2014 insgesamt 8,7 Millionen Bestellungen abgewickelt, was einem GMV in Höhe von EUR 117 Millionen entsprach. Das organische Wachstum der Bestellungen sowie des GMV betrug 430% beziehungsweise 386%. foodpandas Partnernetzwerk umfasste im Dezember 46 Tausend Restaurants. Der Nettoumsatz stieg um 839% auf EUR 6,7 Millionen.

Hinsichtlich der Profitabilität konnte foodpanda 2014 einen Bruttogewinn von EUR 6,5 Millionen verzeichnen; dies entspricht einer Marge von 97%. Der absolute, bereinigte EBITDA-Verlust betrug EUR 34 Millionen.

Kürzlich hat foodpanda Just Eat India, FoodbyPhone in Thailand, Koziness in Hongkong, EatOye in Pakistan sowie das Foodrunner-Netzwerk mit Niederlassungen in Singapur, Malaysia und auf den Philippinen übernommen.

Ende April 2015 haben Goldman Sachs sowie bestehende Anteilseigner EUR 79 Millionen investiert und damit eine solide finanzielle Basis für foodpanda gelegt.

## **Fashion**

Der bedeutendste Meilenstein 2014 war die Gründung der Global Fashion Group („GFG“), der Zusammenschluss von fünf führenden, in Schwellenländern tätigen Fashion-E-Commerce-Unternehmen. GFG umfasst die Proven Winners Dafiti, Lamoda, Jabong, Namshi und Zalora. Zusammengefasst sind die Unternehmen in 27 Märkten tätig und haben ein GMV in Höhe von mehr als EUR 1 Milliarde generiert. Mit fast 19 Millionen Bestellungen und derzeit mehr als neun Millionen Kunden (Jabong ausgenommen) ist die GFG die weltweit führende Online Fashion-Unternehmensgruppe in Schwellenländern.

### **DAFITI**

Mit einem Nettoumsatz von BRL 592 Millionen im Jahr 2014 hat Dafiti sein kräftiges Wachstum fortgesetzt (+41% im Vergleich zum Jahr 2013). Dieses Wachstum überstieg die Erhöhung des GMV auf BRL 626 Millionen (+37% im Vergleich zum Jahr 2013) sowie die Zunahme an Bestellungen auf 4,4 Millionen (+34% im Vergleich zum Jahr 2013). Ende Dezember 2014 betrug die Anzahl der aktiven Kunden (auf Basis der vergangenen zwölf Monate) 2,1 Millionen. Insgesamt hatten bis Ende Dezember 2014 3,7 Millionen Kunden einen Kauf bei Dafiti getätigt. Die Brutto-Marge verbesserte sich 2014 auf 38%, was einem Zuwachs von drei Prozentpunkten im Vergleich zum Jahr 2013 entspricht. Die bereinigte EBITDA-Marge konnte 2014 weiterhin verbessert werden; sie betrug -35%, was einem Plus von 13 Prozentpunkten entspricht.

### **LAMODA**

Lamoda hat 2014 einen Nettoumsatz in Höhe von RUB 9,5 Milliarden generiert. Das starke Nettoumsatzwachstum (+84% im Vergleich zum Jahr 2013) lag leicht unter dem Anstieg des GMV auf RUB 23,5 Milliarden (+100% im Vergleich zum Jahr 2013), gleichzeitig jedoch über dem Anstieg der Anzahl an Bestellungen auf 3,9 Millionen (+70% im Vergleich zum Jahr 2013). Ende Dezember 2014 betrug die Anzahl aktiver Kunden (auf Basis der vergangenen

zwölf Monate) 1,7 Millionen. Insgesamt hatten bei Lamoda bis Ende Dezember 2014 2,7 Millionen Kunden bestellt.

Im Hinblick auf die Profitabilität betrug die Bruttomarge 41%, was einer Steigerung von einem Prozentpunkt im Vergleich zum Jahr 2013 entspricht. Die bereinigte EBITDA-Marge verbesserte sich um 14 Prozentpunkte von -37% auf -23%.

## ZALORA

Zaloras Nettoumsatz betrug 2014 EUR 117 Millionen, was einer Steigerung von 70% verglichen mit dem Jahr 2013 entspricht. Das GMV in Höhe von EUR 152 Millionen sowie die Gesamtzahl an Transaktionen in Höhe von 3,9 Millionen verzeichneten einen leicht höheren Anstieg (+80% beziehungsweise +91% verglichen mit 2013). Ende Dezember 2014 betrug die Anzahl der aktiven Kunden (auf Basis der vergangenen zwölf Monate) 1,8 Millionen. Insgesamt zählte Zalora bis Ende Dezember 2014 2,7 Millionen Kunden.

Die bereinigte EBITDA-Marge verbesserte sich auf -58%, ein Plus von 32 Prozentpunkten verglichen mit dem Jahr 2013.

## JABONG

Das Jahr 2014 war für Jabong von kontinuierlichem, starkem Wachstum geprägt (+136% verglichen mit 2013), resultierend in einem Nettoumsatz von INR 8,1 Milliarden. Diese Zunahme lag leicht unter der Erhöhung des GMV auf INR 13,2 Milliarden (+158% verglichen mit 2013) sowie der Zunahme an Transaktionen auf 8,7 Millionen (+159% verglichen mit 2013).

Im Hinblick auf die Profitabilität im Jahr 2014 verbesserte sich die bereinigte EBITDA-Marge kontinuierlich auf -56%, eine Verbesserung von 13 Prozentpunkten im Vergleich zum Jahr 2013.

## NAMSHI

Namshi zeigte 2014 erneut sehr starkes Wachstum. Der Nettoumsatz betrug AED 168 Millionen (+215% verglichen mit 2013). Dieses Wachstum ging einher mit einer Zunahme des GMV auf AED 200 Millionen (+219% gegenüber 2013) sowie einer Erhöhung der Anzahl an Bestellungen auf 467 Tausend (+207% im Vergleich mit dem Jahr 2013). Ende Dezember 2014 betrug die Anzahl aktiver Kunden (auf Basis der vergangenen zwölf Monate) 235 Tausend; die Gesamtzahl an Kunden erreichte 318 Tausend.

Namshi erzielte erhebliche Fortschritte hinsichtlich der Profitabilität. Die Bruttomarge des

Unternehmens verbesserte sich von einem bereits hohen Wert auf 54%, was einer Verbesserung von 9 Prozentpunkten gegenüber 2013 entspricht. Die bereinigte EBITDA-Marge verbesserte sich auf -3% – ein signifikantes Plus von 67 Prozentpunkten gegenüber 2013.

## **General Merchandise**

Rockets Unternehmen aus dem Bereich General Merchandise haben in Hinblick auf die Entwicklung vom E-Commerce-Geschäftsmodell (Verkauf von Produkten aus eigenen Lagerbeständen) zum Marktplatz-Geschäftsmodell (Verkauf von Produkten Dritter) bedeutende Fortschritte erzielt.

## **LAZADA**

Lazada, die führende E-Commerce-Plattform in Südostasien, konnte im Jahr 2014 bedeutende Weiterentwicklungen auf dem Weg zum Marktplatzmodell vollziehen. Das Unternehmen wies 2014 ein GMV von USD 384 Millionen auf, was einem Wachstum von 305% gegenüber 2013 entspricht. Die Anzahl an Transaktionen wuchs noch stärker auf insgesamt 6,9 Millionen (+432% verglichen mit 2013). Ende Dezember 2014 hatte Lazada über 3,3 Millionen aktive Kunden (auf Basis der vergangenen zwölf Monate) sowie 3,9 Millionen Kunden insgesamt.

Die Bruttomarge stieg 2014 signifikant auf 14%, was einem Plus von acht Prozentpunkten gegenüber 2013 entspricht. Die bereinigte EBITDA-Marge als Prozentsatz des Gross Merchandise Volumes erhöhte sich signifikant von -62% auf -38%.

Lazada konnte mit Temasek aus Singapur einen renommierten globalen Investor gewinnen, der an einer 200-Millionen-Euro-Finanzierungsrunde teilnahm. Die Finanzierungsrunde diente der Stärkung von Lazadas Kapitalbasis, um die Marktführerschaft weiter auszubauen und in die signifikanten Marktmöglichkeiten in Südostasien zu investieren.

## **LINIO**

Linio hat 2014 ebenfalls seine Entwicklung hin zu einem Marktplatz-Geschäftsmodell vorangetrieben und dabei ein GMV in Höhe von EUR 127 Millionen verzeichnet, was einer Zunahme von 107% im Vergleich zu 2013 entspricht. Die Anzahl an Transaktionen betrug 2014 insgesamt 1,5 Millionen (+165% verglichen mit dem Jahr 2013). Ende Dezember 2014 hatte das Unternehmen 0,8 Millionen aktive Kunden (auf Basis der vergangenen zwölf

Monate) bei 1,0 Millionen Kunden insgesamt.

Im Hinblick auf die Profitabilität betrug die Bruttomarge 8% in 2014. Die bereinigte EBITDA-Marge als Prozentsatz des Gross Merchandise Volumes erhöhte sich von -48% auf -41% im Jahr 2014.

## JUMIA

Jumia konnte ebenfalls nennenswerte Erfolge bei der Entwicklung hin zum Marktplatz-Modell verzeichnen. Das GMV betrug EUR 94 Millionen, was mehr als eine Verdopplung gegenüber 2013 darstellt (+172%). Die Anzahl an Transaktionen betrug 1,2 Millionen in 2014 (+159% gegenüber 2013). Ende Dezember 2014 wies das Unternehmen 0,5 Millionen aktive Kunden (auf Basis der vergangenen zwölf Monate) auf; insgesamt hatten zu diesem Zeitpunkt 0,6 Millionen Kunden bei Jumia eingekauft.

Mit Blick auf die Profitabilität konnte Jumia eine Bruttomarge in Höhe von 18% erzielen (Zunahme von drei Prozentpunkten verglichen mit 2013). Die bereinigte EBITDA-Marge als Prozentsatz des GMV hat sich 2014 signifikant auf -50% gesteigert (ein Anstieg von 37 Prozentpunkten gegenüber 2013).

## Home & Living

Westwing und Home24 haben 2014 eine sehr positive Entwicklung gezeigt, die auch in starkem Investoreninteresse Ausdruck fand. Beide Unternehmen konnten ihre geografische Präsenz in Europa ausbauen und haben in ihre Logistikinfrastuktur investiert.

## WESTWING

Der Nettoumsatz betrug 2014 EUR 183 Millionen, was einem Zuwachs von 66% gegenüber dem Jahr 2013 entspricht. Die Gesamtzahl an Bestellungen summierte sich auf 2,2 Millionen, ein Anstieg von +85% im Vergleich zum Jahr 2013. Ende Dezember 2014 betrug die Anzahl aktiver Kunden (auf Basis der vergangenen zwölf Monate) 0,8 Millionen, während insgesamt 1,2 Millionen Kunden bis Ende Dezember 2014 Produkte über Westwing bestellt hatten.

Die Bruttomarge im Jahr 2014 verbesserte sich auf 43%, was einem Anstieg von drei Prozentpunkten gegenüber 2013 entspricht. Die bereinigte EBITDA-Marge verbesserte sich um acht Prozentpunkte von -33% im Jahr 2013 auf -26% in 2014.

## HOME24

Home24 konnte den Ausbau seiner starken Marktposition fortsetzen. Das Unternehmen wies 2014 einen Nettoumsatz von EUR 160 Millionen auf, was eine Steigerung von 73% im Vergleich zum Jahr 2013 darstellt. Die Gesamtzahl an Bestellungen betrug 1,0 Millionen (+80% gegenüber 2013). Ende Dezember 2014 nutzten 0,8 Millionen aktive Kunden (auf Basis der vergangenen zwölf Monate) Home24. In Q2 verzeichnete Home24 seinen einmillionsten Kunden; bis Ende 2014 hatte Home24 insgesamt 1,4 Millionen Kunden.

Die bereinigte EBITDA-Marge von Home24 verbesserte sich von -34 % im Jahr 2013 auf -31% im Jahr 2014.

## Update Emerging Stars

Rockets standardisierter Plattform-Ansatz und die Fähigkeit neue Unternehmen in kurzer Zeit operativ an den Markt zu bringen, zeigt sich anhand von Helpling, einem Marktplatz für Dienstleistungen. Helpling wurde in weniger als drei Monaten nach der Entscheidung das Geschäftsmodell weiter zu verfolgen, operativ tätig. Nach erfolgreicher Aufnahme der Tätigkeit in Deutschland im März 2014 wurde bereits im Juli die zehntausendste Wohnung gereinigt. Im März 2015 konnte das Unternehmen EUR 43 Millionen im Rahmen einer Finanzierungsrunde einsammeln.

Mit TravelBird und Traveloka als Emerging Stars fokussiert sich Rocket seit 2014 auf einen vierten zentralen Sektor: Reisen. Ausgehend von seiner Präsenz in 17 europäischen Ländern konnte TravelBird ein bedeutsames Wachstum verzeichnen. Das Transaktionsvolumen stieg von EUR 37 Millionen in 2013 auf EUR 96 Millionen im Jahr 2014 an.

Auch die Entwicklung der Emerging Stars im Sektor Finanztechnologie Lendico, Zencap und PAYMILL war hervorragend. Die Anzahl der von Lendico vergebenen Kredite wurde innerhalb eines Jahres mehr als verdreifacht, während Zencap das Volumen neu vergebener Kredite erheblich von EUR 433 Tausend in H1 2014 auf EUR 4,5 Millionen in H2 2014 steigerte.

## Update Regional Internet Groups

Die Regional Internet Groups sind weiterhin erfolgreich darin, Wissen über lokale

Marktgegebenheiten und die Rocket Erkenntnisse über einzelne Geschäftsmodelle zusammenzuführen und den gegenseitigen Erfahrungsaustausch voranzutreiben.

Die Africa Internet Group, die im vergangenen Jahr kontinuierliches Wachstum aufweisen konnte, betreibt Unternehmen in 23 Ländern und erreicht damit 822 Millionen Menschen auf dem afrikanischen Kontinent. Sie beschäftigt ca. 2.700 Angestellte (ohne Jumia) in den vielversprechendsten Ländern Afrikas. Den Unternehmen der Africa Internet Group gelang es, marktführende Positionen in den wichtigsten afrikanischen Ländern, darunter Nigeria und Südafrika, zu etablieren.

Als wichtiger Bestandteil der Latin America Internet Group, gelang es Easy Taxi, sich zur führenden Taxi-App Lateinamerikas zu entwickeln. Mehr als fünf Millionen Fahrten werden jeden Monat über die App gebucht. Bisher haben sich 317 Tausend Fahrer und 18 Millionen Nutzer für den Dienst registriert.

Im Januar 2015 haben PLDT und Rocket Internet die Partnerschaft von PLDT und Asia Pacific Internet Group im Rahmen der Philippines Internet Group bekanntgegeben, die sich auf den Aufbau und die Weiterentwicklung von Internetgeschäftsmodellen auf den Philippinen konzentriert. PLDT investierte EUR 30 Mio. für eine Beteiligung in Höhe von 33,3%.

## **Update Rocket-Plattform**

Als Reaktion auf das stetige Wachstum Rockets und den damit verbundenen steigenden Bedarf an IT-Spezialisten, hat Rocket seit dem Börsengang weitere 60 IT-Ingenieure eingestellt.

Darüber hinaus gab Rocket seinen Umzug in ein neues Hauptquartier zum Jahresbeginn 2016 bekannt. Der sogenannte „Rocket Tower“ im Berliner Stadtzentrum bietet 22.000 Quadratmeter Platz für alle Abteilungen Rockets, sowie zahlreiche Unternehmen aus dem Rocket-Netzwerk.

Zusätzlich zur Philippines Internet Group, führte die starke Partnerschaft mit PLDT zur Gründung von „MePay“, einer Bezahlösung für Kunden ohne Bank- oder Kreditkartenverbindung in den Philippinen und Schwellenländern weltweit.

Am 13. Februar 2015 schloss Rocket Internet eine Kapitalerhöhung mit einem Bruttoerlös von EUR 588,5 Millionen (vor Emmissionskosten) ab. Dieser strategische Schritt erhöht Rockets Flexibilität sich bietende Gelegenheiten für den Ausbau von Beteiligungen an bestehenden Unternehmen, die Gründung neuer Unternehmen in allen unseren Sektoren und den Aufbau von Markführern zu ergreifen.

Die internationale Ausrichtung war auch der Auslöser für die Rechtsformumwandlung Rockets in eine Societas Europaea (SE) am 18. März. Die neue Rechtsform schlägt eine Brücke zwischen dem internationalen Charakter und den internationalen Zielen Rockets und seinen deutschen und europäischen Wurzeln.

All dies schafft die Basis zur Verfolgung des angestrebten Ziels: die größte Internetplattform außerhalb der USA und Chinas zu werden.

**Ende**

## **Pressekontakt Rocket Internet**

Andreas Winiarski, Senior Vice President Global Communications

T: +49 30 300 13 18 68

E: [andreas.winiarski@rocket-internet.com](mailto:andreas.winiarski@rocket-internet.com)

## **Über Rocket Internet**

Rockets Ziel ist es, die größte Internet-Plattform außerhalb der USA und Chinas zu werden. Rocket identifiziert und baut bewährte Internetgeschäftsmodelle auf und überträgt diese in neue, unterversorgte oder unerschlossene Märkte. Dort strebt Rocket an, diese zu skalieren und zu marktführenden Internetunternehmen auszubauen. Im Mittelpunkt der Tätigkeiten von Rocket stehen bewährte Internetgeschäftsmodelle, welche die grundlegenden Bedürfnisse der Verbraucher in vier Bereichen erfüllen: e-Commerce, Marktplätze, Reise und Finanztechnologie. Rocket wurde im Jahr 2007 gegründet und beschäftigt in seinem Unternehmensnetzwerk heute über 30.000 Mitarbeiter in mehr als 110 Ländern auf sechs Kontinenten. Die Rocket Internet SE ist an der Frankfurter Wertpapierbörse notiert (ISIN DE000A12UKK6, RKET). Der Sitz der Rocket Internet SE ist in der Johannisstraße 20, 10117 Berlin, Deutschland. Weitere Informationen: [www.rocket-internet.com](http://www.rocket-internet.com)

## **Disclaimer**

*Dieses Dokument wird ausschließlich zu Informationszwecken zur Verfügung gestellt und darf nicht als Anlageempfehlung verstanden werden. Es ist nicht als alleinige Grundlage für jegliche Analysen oder sonstige Beurteilungen gedacht und darf als solche nicht verwendet werden. Alle darin enthaltenen Beurteilungen oder Einschätzungen geben unsere persönliche Meinung wieder. Wir weisen Sie darauf hin, dass einige der Informationen auf Aussagen Dritter basieren und dass keine wie auch immer geartete Verantwortung oder*

*Haftung oder Garantie übernommen wird für und kein absolutes Vertrauen gesetzt werden darf in die Wahrheit, Genauigkeit, Vollständigkeit und Richtigkeit der in dieser Darstellung enthaltenen Informationen und Meinungen. Diese Darstellung enthält bestimmte zukunftsgerichtete Aussagen in Bezug auf Geschäftslage, Ertragslage und Ergebnisse der Rocket Internet SE, ihren Tochtergesellschaften und verbundenen Unternehmen (gemeinsam als „Rocket“ bezeichnet) und/oder der Branche, in der Rocket tätig ist. Zukunftsgerichtete Aussagen betreffen zukünftige Umstände und Ergebnisse sowie andere Aussagen, die keine historischen Tatsachen sind, und an Begriffen wie „glauben“, „erwarten“, „prognostizieren“, „beabsichtigen“, „projizieren“, „planen“, „schätzen“, „zielen“, „vorhersagen“, „antizipieren“, „abzielen“ und ähnlichen Ausdrücken zu erkennen sind. Bei den in dieser Mitteilung enthaltenen zukunftsgerichteten Aussagen, einschließlich Annahmen, Meinungen und Ansichten von Rocket oder solche, die aus Drittquellen zitiert werden, handelt es sich um Meinungen und Prognosen, die ungewiss und damit Risiken ausgesetzt sind. Die tatsächlichen Ereignisse können wesentlich von der voraussichtlichen Entwicklung abweichen aufgrund von verschiedenen Faktoren, einschließlich, ohne Einschränkung, Veränderungen des allgemeinen wirtschaftlichen Umfelds, des speziellen wirtschaftlichen Umfelds in den Märkten, in denen Rocket aktiv ist, Veränderungen des Zinsniveaus, Veränderungen der Wettbewerbssituation, Veränderungen in Gesetzen und Vorschriften, Umweltschäden, mögliche Auswirkungen von Rechtsstreitigkeiten und Maßnahmen sowie Rockets Fähigkeit, bei Akquisitionen operative Synergien zu erzielen. Rocket garantiert nicht, dass die den zukunftsgerichteten Aussagen in dieser Darstellung zugrunde liegenden Annahmen fehlerfrei sind, und Rocket übernimmt keine Verantwortung dafür, dass sich die in dieser Darstellung wiedergegebenen Meinungen in Zukunft als korrekt erweisen, und Rocket übernimmt keine Verpflichtung, die in dieser Darstellung gemachten Aussagen unter Berücksichtigung späterer Ereignisse zu aktualisieren. Die in dieser Darstellung enthaltenen zukunftsgerichteten Aussagen besitzen nur am Tag ihrer Bekanntgabe Gültigkeit. Weder die Bereitstellung dieser Darstellung noch weitere Gespräche, die Rocket hierüber mit irgendwelchen Empfängern dieser Darstellung führt, implizieren unter irgendwelchen Umständen, dass in den Angelegenheiten von Rocket seit dem Datum dieser Darstellung keine Änderungen eingetreten sind. Infolgedessen lehnt Rocket jegliche Verpflichtung ab, Erwartungen oder Einschätzungen von Empfängern zu prüfen, zu aktualisieren oder zu bestätigen, oder eine Aktualisierung oder Überarbeitung irgendeiner zukunftsgerichteten Aussage zu publizieren, um eingetretene Ereignisse oder entstandene Umstände in Verbindung mit dem Inhalt der Darstellung zu reflektieren. Weder*

*Rocket Internet SE noch irgendeine andere Person übernimmt irgendeine Haftung (aus Fahrlässigkeit oder anderweitig) für irgendwelche Verluste, die durch die Verwendung dieser Darstellung oder der darin enthaltenen Aussagen entstehen, in Bezug auf ungeprüfte Aussagen Dritter, irgendwelche Aussagen über zukünftige Erwartungen und sonstige zukunftsgerichtete Aussagen, oder in Bezug auf Fairness, Genauigkeit, Vollständigkeit oder Richtigkeit der darin enthaltenen Aussagen, oder die anderweitig im Zusammenhang mit dieser Darstellung entstehen.*