

## **Design-Community MONOQI setzt Wachstums- und Profitabilitätskurs auch 2016 fort**

Berlin, 24. März 2017 – MONOQI, die Online-Destination für handverlesenes Design, blickt auch 2016 auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurück. Das Berliner Unternehmen konnte den Bestellumsatz auf 31 Mio. Euro (Vj. 23 Mio.) steigern und damit ein Plus von 35 Prozent verzeichnen. Die Neukundenzahl wuchs 2016 weiter, aber auch die Bestandskunden leisteten einen wesentlichen Beitrag zu diesem Wachstum. Zum Jahresende waren rund 2,7 Mio. Nutzer registriert (Vj. 1,8 Mio.). Der Nettoumsatz stieg auf 23,2 Mio. Euro (Vj. 17,2 Mio.) an. Gleichzeitig wurde mit dem Erreichen von Break-Even vor Marketing ein großer Schritt in Richtung Profitabilität realisiert. So festigt MONOQI seine Rolle als führender Anbieter ausgewählter Designprodukte.

Hinter dem E-Commerce Unternehmen liegt ein Jahr, in dem sich die Berliner nicht nur auf Wachstum und Profitabilität, sondern auch auf die Schärfung der Unternehmensstrategie und die Neuorganisation ihres operativen Geschäfts konzentrierten. Dazu zählten neben dem Umbau des Managements und der Mitarbeiterstrukturen auch die Optimierung der IT-Prozesse und der Website für die mobile Nutzung. Im Zuge dessen entschied sich MONOQI, das Business-to-Business Geschäft auf unbestimmte Zeit auszusetzen, um das ertrags- und wachstumsstarke Endkundengeschäft im Hinblick auf die gesetzten Profitabilitätsziele zu optimieren. Die Geschäftsführung wurde nach dem Ausscheiden des Mitgründers Felix Schlegel aus dem Unternehmen um Manfred Ritter erweitert, der als ehemaliger Manufactum-Geschäftsführer den weiteren Ausbau des Geschäfts seit November 2016 mitgestaltet.

„Trotz großer Herausforderungen ist es uns gelungen, 2016 zu einem der erfolgreichsten Jahre in der MONOQI-Geschichte zu machen“, erklärt Simon Fabich, Gründer und Geschäftsführer von MONOQI. „Wir haben im vierten Quartal 2016 Profitabilität vor Marketing erreicht und sind damit in der Position, strategisch zwischen Wachstum und Break-Even entscheiden zu können.“ Finanzgeschäftsführer Wolfgang Jünger ergänzt: „Wir befinden uns in der besten Cash-Situation seit

Gründung des Unternehmens und sind zum Betrieb unseres Geschäft nicht mehr auf Cash-Zufluss von außen angewiesen. “

Trotz des erreichbaren Break-Even legt MONOQI die Priorität für dieses Jahr auf weiteres Wachstum im Kerngeschäft und kündigt eine neue Finanzierungsrunde in zweistelliger Millionenhöhe an. Entsprechende Vereinbarungen mit neuen Investoren sind bereits getroffen. Ziel ist es, die Expansion des Geschäfts in neue Märkte im europäischen und außereuropäischen Raum voranzutreiben. „Es gibt für MONOQI noch viel Potenzial, das es zu heben gilt. Erste Weichen in diese Richtung haben wir 2016 bereits gestellt. 2017 werden wir mit zusätzlichem Kapital verstärkt in die Umsetzung gehen “, betont Fabich.

Im vergangenen Jahr erwirtschaftete MONOQI bereits 42 Prozent des Umsatzes im Ausland und unterhält aktuell neben Deutschland Online-Shops in Großbritannien, der Schweiz, Österreich, Belgien, Luxemburg und den Niederlanden. Der größte Umsatzanteil im Ausland entfällt auf die Schweiz gefolgt von Großbritannien.

Während 2015 noch rund 400.000 Produkte aus dem vielfältigen Sortiment verkauft wurden, waren es 2016 mehr als 500.000 Design-Artikel. Zu den beliebtesten Produktkategorien zählten Möbel, Leuchten und Wohnaccessoires.

Für 2017 will MONOQI das permanente Angebot im Sortimentsshop deutlich erweitern und so seine Marktposition in den bestehenden Märkten ausbauen. Neben der weiteren Internationalisierung mit frischem Kapital soll das Kerngeschäft auch 2017 ein positives operatives Ergebnis erzielen. Verfügbares Kapital soll auch in den Ausbau der Infrastruktur investiert werden. „Ziel ist es, MONOQI in seiner Position als richtungsweisende Plattform für designaffine Kunden zu stärken und Wachstum zu forcieren “, erklärt Geschäftsführer Fabich.

Aktuell arbeiten in Berlin 100 Mitarbeiter am Erfolg des Unternehmens.

### **Über MONOQI**

MONOQI ist die Online-Destination für handverlesenes Design. Seit 2012 bietet das Berliner Unternehmen außergewöhnliche Produkte internationaler Designer auf MONOQI.com an, die das

Potenzial dazu haben, die Klassiker von morgen zu werden. Dafür arbeiten Scouts daran, weltweit die talentiertesten Designer und deren Highlights aus Interieur, Tech und Accessoires aufzuspüren und auf MONOQI für einen begrenzten Zeitraum von 7 bis 10 Tagen zu präsentieren. Täglich wird eine neue Auswahl von über 100 Produkten von bis zu 10 verschiedenen Designern kuratiert. Über 1.000 handverlesene Stücke sind außerdem dauerhaft im Shop verfügbar. MONOQI hat 2,7 Millionen Mitglieder und bis heute mit über 7.500 Designern aus der ganzen Welt zusammengearbeitet.

### Pressebilder:

Für druckfähiges Bildmaterial melden Sie sich gern unter [k.roth@hoschke.de](mailto:k.roth@hoschke.de)



Geschäftsführung MONOQI (v.l.n.r.):  
Wolfgang Jünger, Simon Fabich; Manfred Ritter  
Bildquelle: MONOQI.com



Bei MONOQI gibt es alles was das Designherz begehrt.

Bildquelle: MONOQI.com

### Pressezugang:

Wenn Sie keinen eigenen Account haben, nutzen Sie gern die folgenden Daten, um sich auf der Website umzusehen Bitte beachten Sie: Dieser Zugang ist ausschließlich zum Besichtigen der Website gedacht. Käufe sind nicht möglich!

Benutzername: [info@hoschke.de](mailto:info@hoschke.de)

Passwort: presse\_monoqi

### Pressekontakt:

HOSCHKE & CONSORTEN Public Relations GmbH

Kathrin Roth/Christina Siebels

Tel.: 040 – 3690 50-48/-58

E-Mail: [k.roth@hoschke.de](mailto:k.roth@hoschke.de)/[c.siebels@hoschke.de](mailto:c.siebels@hoschke.de)