

## **Delticom erzielt in 2013 erstmals über einer halben Milliarde Euro Umsatz**

**Hannover, 20. März 2014 - Für Delticom (WKN 514680, ISIN DE0005146807, Börsenkürzel DEX), Europas führenden Internet-Reifenhändler, war 2013 ein äußerst spannendes und erfolgreiches Jahr. In einem schwierigen Marktumfeld erzielte das Unternehmen einen Umsatz von 505,5 Mio. €, ein Anstieg um 10,8 % gegenüber dem Vorjahreswert von 456,4 Mio. €. Delticom hat damit erstmals in der Unternehmensgeschichte die Marke von einer halben Milliarde Euro Umsatz übersprungen. Das Ergebnis je Aktie belief sich auf 0,97 € je Aktie (2012: 1,87 €).**

### **Q4 13: Erfolgreiches Quartal trotz schlechter Rahmenbedingungen**

**Umsatz.** Nach einem rückläufigen Ersatzgeschäft im europäischen Reifenhandel in den ersten neun Monaten, brachte auch das Winterreifengeschäft zum Jahresende nicht die erhoffte Trendwende. Trotz des milden Winterwetters ist es Delticom auch im Schlussquartal gelungen, den Absatz gegenüber Vorjahr zu steigern. Insgesamt erzielte Delticom im vierten Quartal einen Umsatz von 196,5 Mio. € (Q4 12: 175,9 Mio. €, +11,7 %). Hiervon wurden 17,8 Mio. € über die Tirendo-Shops Erlöst. Die zum 16.09.2013 erworbene Tirendo mit Sitz in Berlin hat damit bereits im Q4 13 maßgeblich zum Umsatzwachstum der Gesellschaft beigetragen.

**EBIT.** Für das EBIT im vierten Quartal ergibt sich gegenüber dem Vorjahreswert von 15,1 Mio. € ein Rückgang um 46,2% auf 8,1 Mio. € oder 4,1 % vom Umsatz (Q4 12: 8,6 %). Tirendo erzielte im Schlussquartal ein EBIT in Höhe von -5,8 Mio. €. Lässt man Tirendo und damit einhergehende Sonderbelastungen und Abschreibungen sowie weitere Einmalaufwendungen im Q4 außer Acht, so hätte der Delticom-Altkonzern im Schlussquartal ein EBIT vor Einmalaufwendungen in Höhe von 15,1 Mio. € erzielt (Q4 12: 15,4 Mio. €, -2,2 %). Bezogen auf den Delticom-Umsatz im Q4 in Höhe von 178,6 Mio. € (ohne Tirendo, Q4 12: 175,9 Mio. €) betrug die EBIT-Marge vor Einmalaufwendungen im Altkonzern 8,4 % (Q4 12: 8,8 %).

## Das Geschäftsjahr 2013

Mit Tirendo haben wir uns im letzten Jahr in zentralen Bereichen des Geschäfts wesentlich verstärkt und Delticom damit für zukünftiges Wachstum optimal aufgestellt. Mit den Tirendo-Onlineshops sprechen wir zusätzliche Kundengruppen an, die nun ebenso wie die Kunden der Delticom-Shops vom dem langjährigen Branchen- und Logistiknetzwerk unserer Gruppe profitieren. Gemeinsam können Delticom und Tirendo den Kunden einen optimierten Service anbieten. Dies ist einer der Gründe, weshalb wir im abgeschlossenen Geschäftsjahr auch bei den Kundenzahlen eine neue Bestmarke aufstellen konnten: Über die Onlineshops von Delticom und Tirendo haben in 2013 insgesamt mehr als 1 Mio. Neukunden ihre Reifen bei uns gekauft.

**Umsatz.** In einem schwierigen Marktumfeld erzielte die Gesellschaft einen Umsatz von 505,5 Mio., ein Anstieg um 10,8 % gegenüber dem Vorjahreswert von 456,4 Mio. €. Delticom hat damit in 2013 erstmals in der Unternehmensgeschichte die Marke von einer halben Milliarde Euro Umsatz übersprungen.

Wie in den Jahren zuvor wurde das Wachstum wesentlich durch die zunehmende Bereitschaft zum Onlinekauf getrieben. Im Kernsegment E-Commerce betrug der Umsatz 493,1 Mio. €, gegenüber dem Vorjahreswert von 441,4 Mio. € eine Steigerung um 11,7 %.

**Bruttomarge.** Der Materialaufwand stieg im Berichtszeitraum auf 380,3 Mio. € (2012: 338,9 Mio. €, +12,2%). Die Bruttomarge betrug 24,8 % nach 25,7% im Vorjahr. Für Q4 13 belief sich die quartalsweise Bruttomarge auf 25,6 % (Q4 12: 25,0 %).

**Sonstige betriebliche Erträge.** Die sonstigen betrieblichen Erträge stiegen im Berichtszeitraum um 44,0 % auf 5,4 Mio. € (2012: 3,8 Mio. €). Hierbei handelt es sich mit 2,8 Mio. € mehrheitlich um Gewinne aus Währungskursdifferenzen (2012: 1,6 Mio. €). Im Verhältnis zur Gesamtleistung in Höhe von 510,9 Mio. € (2012: 460,1 Mio. €) betrug der Rohertrag 25,6 % (2012: 26,3 %).

**Personalaufwand.** Zum Stichtag 31.12.2013 waren insgesamt 254 Mitarbeiter im Unternehmen beschäftigt, davon 144 bei Delticom und 110 bei Tirendo in Berlin. Im Berichtszeitraum beschäftigte das Unternehmen im Durchschnitt 179 Mitarbeiter (2012: 144). Der Personalaufwand belief

sich in 2013 auf 11,3 Mio. € (2012: 8,8 Mio. €). Der Anstieg geht im Wesentlichen mit der Erweiterung des Mitarbeiterstamms im Rahmen der Tirendo-Akquisition einher. Zudem sind im Personalaufwand Einmalkosten in Höhe von 746 Tsd. € enthalten. Die Personalaufwandsquote (Verhältnis von Personalaufwand zu Umsatzerlösen) betrug im Berichtszeitraum 2,2 % (2012: 1,9 %).

**Sonstige betriebliche Aufwendungen.** Insgesamt beliefen sich die sonstigen betrieblichen Aufwendungen im abgelaufenen Geschäftsjahr auf 97,2 Mio. €, ein Anstieg um 26 % gegenüber dem Vorjahreswert von 77,1 Mio. €.

Innerhalb der sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind die Transportkosten die größte Einzelposition. Mit dem höheren Geschäftsvolumen stiegen die Transportkosten im Berichtszeitraum von 38,2 Mio. € um 14,1 % auf 43,6 Mio. €. Der Anteil der Transportkosten am Umsatz belief sich auf 8,6 % (2012: 8,4 %).

**Marketing.** Der Marketingaufwand betrug im Berichtszeitraum 21,1 Mio. €, nach 11,3 Mio. € für 2012. Dies entspricht einer Quote von 4,2 % vom Umsatz (2012: 2,5 %). Im vierten Quartal wurde mit 10,7 Mio. € deutlich mehr als im Vorjahr für Marketing ausgegeben (Q4 12: 4,6 Mio. €). Der Aufwand im Verhältnis zum Umsatz im Quartal betrug 5,5 % (Q4 12: 2,6 %).

Von den Marketingaufwendungen im Q4 sind 5,8 Mio. € Tirendo zuzuordnen. Hierbei berücksichtigt ist der neue Werbefilm mit Sebastian Vettel als Tirendo-Markenbotschafter. Der Winter-Spot wurde ab Mitte September regelmäßig in mehreren Ländern im TV ausgestrahlt.

**Finanzen/Recht.** Für den gesamten Berichtszeitraum fielen als Aufwand für Finanzen und Recht insgesamt 3,7 Mio. € an. Im Vorjahr war der Betrag mit 0,9 Mio. € aufgrund der Auflösung von Rückstellungen deutlich niedriger gewesen. Im zweiten Halbjahr betrug der Aufwand 2,4 Mio. € (H2 12: 0,5 Mio. €). Hierbei handelt es sich im Wesentlichen um Prüfungs-, Bilanzierungs-, Steuer- und Rechtsberatungskosten im Zusammenhang mit dem Erwerb der Tirendo.

**Abschreibungen.** Die Abschreibungen stiegen im Berichtszeitraum von 2,7 Mio. € um 61,4 % auf 4,3 Mio. € an. Der Anstieg begründet sich im Wesentlichen durch planmäßige Abschreibun-

gen der im Rahmen der Kaufpreisallokation identifizierten immateriellen Vermögenswerte in Höhe von 17,5 Mio. €.

**Ergebnis.** Das EBITDA sank im Berichtszeitraum um 37,2 % von 35,3 Mio. € auf 22,2 Mio. €. Das EBIT betrug 17,8 Mio. € (2012: 32,6 Mio. €, -45,3 %). Dies entspricht einer Umsatzrendite von 3,5 % (2012: 7,1 %). Die Abschreibungen auf die im Rahmen der Tirendo-Übernahme identifizierten immateriellen Vermögenswerte belasteten das EBIT im Berichtszeitraum mit 1,5 Mio. €. Aufgrund des von Tirendo ab Konsolidierungszeitpunkt 16.09.2013 erzielten EBIT in Höhe von -6,9 Mio. fiel das operative Ergebnis im Konzern gegenüber Vorjahr nochmal geringer aus.

**Delticom ohne Tirendo.** Unter der Annahme, dass im abgeschlossenen Geschäftsjahr keine Übernahme von Tirendo und auch keine dahingehende Prüfung erfolgt wäre, hätte der Delticom-Altkonzern in 2013 ein EBIT von 26,3 Mio. € erzielt (2012: 32,6 Mio. €). Bezogen auf den Umsatz im Altkonzern in Höhe von 484,8 Mio. € (2012: 456,4 Mio. €) entspricht dies einer EBIT-Marge von 5,4 % (2012: 7,1 %).

**Ertragsteueraufwand.** Der Ertragsteueraufwand belief sich im Berichtszeitraum auf 6,2 Mio. € (2012: 10,3 Mio. €). Dies entspricht einer Steuerquote von 34,8 % (2012: 31,8 %). Die Steuerquote fällt unüblich hoch aus, weil die im Rahmen der Akquisition von Tirendo angefallenen Prüf- und Beratungskosten in der Steuerbilanz in Höhe von 1,1 Mio. € als Anschaffungsnebenkosten aktiviert werden müssen.

**Konzernergebnis.** Insgesamt belief sich das Konzernergebnis auf 11,6 Mio. € oder 0,97 € je Aktie – nach einem Vorjahresergebnis von 22,2 Mio. €. Trotz des Ergebnisrückgangs um 47,9 % hat sich unser Geschäftsmodell einmal mehr bewährt: Auch in schwierigen Marktsituationen kann Delticom sich bietende Wachstumschancen ergreifen und dabei profitabel bleiben. Dies ist wichtig, um den eingeschlagenen Wachstumskurs auch in Zukunft ungebremst fortsetzen zu können und damit den Wettbewerbsvorsprung weiterhin aufrechtzuerhalten.

**Dividende.** Vorstand und Aufsichtsrat werden der Hauptversammlung am 29.04.2014 eine gegenüber dem Vorjahr um 73,7 % niedrigere Dividende von 0,50 € pro Aktie vorschlagen (Vorjahr: 1,90 €). Das im Unternehmen verbleibende Ergebnis wird die Gesellschaft im laufenden

Jahr für die Reduzierung von Finanzschulden gegenüber Banken verwenden, welche für die Akquisition von Tirendo aufgenommen wurden.

**Ausblick.** Für das laufende Geschäftsjahr planen wir mit einem Umsatzplus von 10 % selbst für den Fall, dass sich Markt- und Wetterbedingungen nicht wesentlich besser darstellen als im letzten Jahr. Als Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen streben wir absolut gesehen mindestens ein Resultat in der Höhe des Geschäftsjahres 2013 an.

Vor dem Hintergrund der stetig zunehmenden Beliebtheit des Internets als Einkaufskanal erhält auch der Online-Reifenkauf seitens der Konsumenten Rückenwind. Branchen-Experten prognostizieren dem Online-Verkauf von Reifen an Endverbraucher für die kommende Jahre weiteres Zuwachs-Potential: Bis 2020 könnte der Anteil online verkaufter Reifen nach Schätzungen des BRV (Bundesverband Reifenhandel und Vulkaniseurhandwerk) auf 15 bis 22 Prozent steigen. Als Marktführer in einem wachsenden Vertriebskanal werden wir weiterhin von diesem Trend profitieren.

**Der vollständige Bericht für das Geschäftsjahr 2013 steht auf der Internetseite [www.delti.com](http://www.delti.com) im Bereich "Investor Relations" zum Download zur Verfügung.**

**Unternehmensprofil:**

Delticom ist Europas führender Reifenhändler im Internet. Gegründet im Jahr 1999 betreibt das Unternehmen aus Hannover heute in 42 Ländern über 100 Onlineshops, darunter ReifenDirekt in Deutschland, der Schweiz und Österreich. Zur Delticom-Gruppe gehören auch die Shops von Tirendo, die sich nicht zuletzt durch Markenbotschafter Sebastian Vettel großer Bekanntheit erfreuen. Die breite Produktpalette für Privat- und Geschäftskunden umfasst mehr als 100 Marken und über 25.000 Modelle von Reifen für Pkw, Motorräder, Lkw und Busse, außerdem Kompleträder, Motoröl und Pkw-Ersatzteile und -Zubehör. Kunden genießen alle Vorteile des modernen E-Commerce: einfaches Bestellen von zu Hause, hohe Lieferfähigkeit und nicht zuletzt attraktive Preise. Die Lieferung erfolgt in durchschnittlich zwei Werktagen nach Hause oder an jede andere Wunschadresse. Alternativ können Kunden ihre Reifen zu einem der weltweit über 37.000 Servicepartner liefern lassen (allein 8.800 in Deutschland), die professionell und kostengünstig die Reifen am Kundenfahrzeug montieren.

Im Internet unter: [www.delti.com](http://www.delti.com)

**Kontakt:**

Delticom AG Investor Relations  
Melanie Gereke  
Brühlstraße 11  
30169 Hannover  
Tel.: +49 (0)511-936 34-8903  
Fax: +49 (0)89-208081147  
Email: [melanie.gereke@delti.com](mailto:melanie.gereke@delti.com)