

Delticom veröffentlicht Halbjahresbericht 2017

Hannover, 14. August 2017 - Delticom (WKN 514680, ISIN DE0005146807, Börsenkürzel DEX), Europas führender Onlinehändler für Reifen und Autozubehör sowie Spezialist im eFood und Experte auf dem Gebiet effizienter Lagerlogistik, veröffentlicht heute den vollständigen Bericht für das erste Halbjahr 2017. In den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres erzielte das Unternehmen mit einem Umsatz von 297,1 Mio. € einen Anstieg um 8,0 % (H1 16: 275,1 Mio. €).

Das Geschäft im ersten Halbjahr

Marktumfeld. Die Hoffnung auf eine Trendwende im europäischen Ersatzreifenmarkt erfüllte sich in den ersten sechs Monaten des laufenden Jahres nicht. Im ersten Halbjahr liegt der Absatz von PKW-Ersatzreifen in Richtung Vermarkter in Europa gemäß dem Herstellerverband ETRMA um 1 % unter Vorjahr. Hierzulande hatte das frühlingshafte Wetter viele Autofahrer dazu bewogen, bereits frühzeitig im März auf Sommerreifen umzurüsten. Entsprechend ließ das Geschäft mit Sommerreifen im zweiten Quartal spürbar nach. Gemäß aktuellen Zahlen der Branchenverbände wurden in den ersten sechs Monaten des laufenden Jahres 2,8 % weniger Pkw-Ersatzreifen vom heimischen Reifenhandel an den Verbraucher abgesetzt. Für das Geschäft mit Pkw-Sommerreifen wird für das erste Halbjahr 2017 ein Absatzrückgang von 4,9 % angegeben.

Umsatz. Der Umsatz der Delticom-Gruppe belief sich im Berichtszeitraum auf 297,1 Mio. €, eine Steigerung um 8,0 % nach 275,1 Mio. € im entsprechenden Vergleichszeitraum. In den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres erzielte das Unternehmen Umsätze in Höhe von 126,8 Mio. € (Q1 16: 105,8 Mio. €, +19,9 %). Einige frühlingshafte Tage im März hatten - anders als im Vorjahresquartal - einen frühen Start in das Sommerreifengeschäft begünstigt. Aufgrund des wetterbedingten Vorzieheffekts fiel der Umsatzzuwachs im zweiten Quartal schwächer aus. Die Gesellschaft erlöste im Q2 17 einen Umsatz von 170,3 Mio. €, ein Anstieg um 0,6 % (Q2 16: 169,3 Mio. €).

Neukunden. Im H1 17 konnten 599 Tausend Neukunden (H1 16: 545 Tausend, +9,9 %) gewonnen werden. Zudem haben im Berichtszeitraum 538 Tausend Bestandskunden (H1 16: 505 Tausend, +6,5 %) zum wiederholten Mal in den Onlineshops der Delticom-Gruppe gekauft. Seit Unternehmensgründung haben mehr als 11,4 Millionen Kunden in einem unserer Onlineshops eingekauft.

Bruttomarge. Die größte Aufwandsposition ist der Materialaufwand, in dem die Einstandspreise für die verkauften Waren (vorwiegend Reifen) erfasst werden. Er betrug im Berichtszeitraum 234,8 Mio. € (H1 16: 210,1 Mio. €, +11,8 %). Die Bruttomarge belief sich auf 21,0 %, nach 23,6 % im entsprechenden Vorjahreszeitraum. Entsprechend ihrer Absatzziele für das H1 17 hat die Gesellschaft in den ersten sechs Monaten die Preise in den Onlineshops gestaltet.

Personalaufwand. Im Durchschnitt beschäftigte das Unternehmen in den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres 156 Mitarbeiter (H1 16: 144). Der Personalaufwand belief sich auf 5,2 Mio. € (H1 16: 5,0 Mio. €, +5,4 %). Aufgrund der Ausweitung der Geschäftstätigkeit wurden in den letzten 12 Monaten weitere Neueinstellungen getätigt, um die Entwicklung in den einzelnen Bereichen voranzutreiben.

Sonstige betriebliche Aufwendungen. Insgesamt beliefen sich die sonstigen betrieblichen Aufwendungen im Berichtszeitraum auf 64,2 Mio. €, ein Anstieg um 2,1 % gegenüber dem Vorjahreswert von 62,9 Mio. €. Größte Einzelposition innerhalb der sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind die Transportkosten. Sie beliefen sich im Berichtszeitraum auf 28,1 Mio. € nach 27,3 Mio. € im Vergleichszeitraum (+3,1 %). Der moderate Anstieg der Transportkosten geht mit dem Länder-Mix im Umsatz einher.

Marketing. Der Marketingaufwand belief sich im H1 17 auf 12,0 Mio. € (H1 16: 12,4 Mio. €). Der Rückgang um 3,2 % geht zum einen mit dem veränderten Marketing-Mix einher. Zum anderen entfallen seit Mitte 2016 die TV-Werbekosten für die Tirendo-Shops. Der Marketingaufwand im Verhältnis zum Umsatz betrug 4,0 % (H1 16: 4,5 %).

EBITDA. Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) belief sich im Berichtszeitraum auf 5,0 Mio. € (H1 16: 6,1 Mio. €, -18,8 %). Dies entspricht einer EBITDA-Marge von 1,7 % (H1 16: 2,2 %).

Abschreibungen. Die Abschreibungen sanken in den ersten sechs Monaten des laufenden Jahres von 4,5 Mio. € um 19,0 % auf 3,6 Mio. €. Der Rückgang begründet sich im Wesentlichen durch geringere planmäßige Abschreibungen auf die immateriellen Vermögenswerte.

EBIT. Das EBIT sank im Berichtszeitraum um 18,1 % auf 1,3 Mio. € (H1 16: 1,6 Mio. €). Dies entspricht einer Umsatzrendite in Höhe von 0,5 % (EBIT in Prozent vom Umsatz, H1 16: 0,6 %). Dank niedrigerer Abschreibungen fällt der Rückgang des EBIT im Vergleich zum EBITDA weniger stark aus. Die Gesellschaft hat den verminderten Abschreibungsbetrag im H1 17 aufwandsseitig nahezu vollständig in neue Projekte investiert.

Ertragsteuern. Der Ertragsteueraufwand im H1 17 belief sich auf 0,4 Mio. € (H1 16: 0,5 Mio. €). Dies entspricht einer Steuerquote von 31,7 % (H1 16: 34,3 %).

Konzernergebnis. Das Konzernergebnis betrug im Berichtszeitraum 0,8 Mio. €, nach einem Vorjahreswert von 0,9 Mio. €. Das Ergebnis je Aktie belief sich auf 0,06 € (H1 16: 0,07 €).

Vorräte. Größte Position im kurzfristig gebundenen Vermögen sind die Vorräte. Seit Jahresanfang wurden die Bestände um 27,9 Mio. € oder 44,4 % auf 90,6 Mio. € erhöht (31.12.2016: 62,7 Mio. €, 30.06.2016: 91,9 Mio. €).

Forderungen. Die Forderungen folgen üblicherweise der Saisonkurve, allerdings sind Stichtags-effekte unvermeidbar. Der Forderungsbestand belief sich zum zurückliegenden Quartalsende auf 45,2 Mio. € (31.12.2016: 35,5 Mio. €, 30.06.2016: 38,0 Mio. €).

Verbindlichkeiten. Im Zuge des Bestandsaufbaus wurden die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen seit Jahresanfang von 89,0 Mio. € um 20,6 % auf 107,3 Mio. € erhöht. Dies entspricht einem Anteil von 49,6 % an der Bilanzsumme (31.12.2016: 48,6 %, 30.06.2016: 39,5 %).

Liquidität. Die Liquidität belief sich zum 30.06.2017 auf 3,0 Mio. € (31.12.2016: 6,7 Mio. €, 30.06.2016: 8,3 Mio. €).

Delticom hat im Berichtszeitraum vorhandene Kreditlinien zur unterjährigen Finanzierung des Lagerbestandsaufbaus in Anspruch genommen. Die Netto-Liquidität (Liquidität abzüglich kurzfristiger Finanzschulden) belief sich zum Stichtag 30.06.2017 dementsprechend auf –29,2 Mio. € (31.12.2016: –6,2 Mio. €, 30.06.2016: –29,9 Mio. €).

Cashflow. Aufgrund der Entwicklung im Working Capital fiel der Cashflow aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit für H1 17 mit –12,4 Mio. € geringer aus als im Vergleichszeitraum (H1 16: –9,1 Mio. €).

Die Investitionen in Sachanlagen beliefen sich im H1 17 auf 1,8 Mio. €. Darüber hinaus hat Delticom im Berichtszeitraum 1,2 Mio. € in immaterielle Vermögenswerte investiert (H1 16: 0,2 Mio. €). Im Ergebnis betrug der Cashflow aus Investitionstätigkeit –3,1 Mio. € (H1 16: –20,2 Mio. €). Der Vorjahreswert resultierte aus der Akquisition der eFood- und Logistikgesellschaften im H1 16.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit betrug im Berichtszeitraum insgesamt 11,9 Mio. €. Den Auszahlungen für die Dividende in Höhe von 6,2 Mio. € und der Rückzahlung langfristiger Darlehen in Höhe von 1,3 Mio. € stehen Einzahlungen aus der Aufnahme von Finanzschulden in Höhe von 19,4 Mio. € gegenüber.

Ausblick

Der Umsatz in der ersten Jahreshälfte hat sich planmäßig entwickelt. In einem schwachen Marktumfeld ist es der Gesellschaft gelungen, das Absatzvolumen in ihrem Kerngeschäft gegenüber dem Vorjahreszeitraum zu steigern.

Bereits mehr als die Hälfte der Weltbevölkerung ist online und der Trend nimmt immer weiter zu. In vielen Bereichen stellt der Onlinehandel inzwischen einen wesentlichen Wachstumstreiber dar.

Als Europas führender Onlinehändler für Reifen und Autozubehör sowie Spezialist im eFood und Experte auf dem Gebiet effizienter Lagerlogistik wird Delticom in den kommenden Monaten von dem zunehmenden E-Commerce Trend profitieren. Auch für die zweite Jahreshälfte rechnen wir mit einem positiven Absatztrend. Für die Entwicklung im Gesamtjahr wird das Wintergeschäft im vierten Quartal maßgeblich sein.

Wir rechnen weiterhin damit, dass sich der Umsatz der Delticom-Gruppe im laufenden Geschäftsjahr auf 650 Mio. EUR erhöhen wird. Für das EBITDA im Konzern planen wir für das Gesamtjahr unverändert mit 16 Mio. EUR. Unter der Annahme eines normalen Winters gehen wir für die zweite Jahreshälfte von einem positiven Margeneffekt aus.

Der vollständige Bericht für das erste Halbjahr 2017 steht auf der Internetseite www.delti.com im Bereich „Investor Relations“ zum Download zur Verfügung.

Unternehmensprofil:

Die Delticom AG ist ein vornehmlich in Europa und den USA tätiges E-Commerce-Unternehmen mit Know-how im Aufbau und Betrieb von Onlineshops, in der Internet-Kundenakquise, in der Internetvermarktung, dem Aufbau von Partnernetzwerken sowie im Bereich anspruchsvoller und hocheffizienter Warenkommissionierungs- und Auslieferungslogistik.

Führend ist die Delticom AG bei der Onlinedistribution von Reifen und Autozubehör. Der Online-Gebrauchtwagenhandel und eFood runden die Produktpalette ab. Delticom besitzt umfassende Erfahrung im internationalen Shopaufbau und langjähriges Know-how im grenzüberschreitenden E-Commerce. Neben dem Design gehören auch die Bereitstellung von Produktbeschreibungen sowie ein umfangreicher Kundenservice in Landessprache zu ihrer Kompetenz. Die Etablierung von effizienten Lager- und Logistikprozessen finden nicht nur beim Reifenhandel, Online-Gebrauchtwagenhandel und im eFood-Geschäft Anwendung, sondern wird auch Dritten als Dienstleistung angeboten.

Seit der Gründung 1999 hat die in Hannover, Deutschland, ansässige Gesellschaft eine umfassende Expertise bei der Gestaltung effizienter und systemseitig voll integrierter Bestell- und Logistikprozesse aufgebaut. Eigene Lager, u. a. ein vollautomatisiertes Kleinteilelager, gehören zu den wesentlichen Assets der Gesellschaft.

2016 hat die Delticom AG einen Umsatz von mehr als 600 Mio. € generiert und ein EBITA von 15,1 Mio. € erreicht. In 71 Ländern betreibt der E-Commerce-Spezialist mehr als 430 Onlineshops und -vertriebsplattformen und betreut über 11,4 Mio. Kunden. Die Produktpalette für Privat- und Geschäftskunden umfasst allein im Reifengeschäft mehr als 100 Marken und über 25.000 Modelle von Reifen für Pkw, Motorräder, Lkw, Nutzfahrzeuge und Busse sowie Kompleträder. Kunden können die bestellten Produkte zur Montage auch zu einem der weltweit über 43.000 Servicepartner der Delticom AG schicken lassen.

Über 300.000 Autoteile und Zubehörartikel, darunter Motorenöle, Schneeketten oder Batterien, runden das Angebot ab. Mit dem Einstieg in den Online-Gebrauchtwagenhandel wurde das Angebot im Bereich Automotive vervollständigt. Damit hat sich die Delticom AG in diesem Bereich von einem klassischen Onlinehändler zu einem Online-Lösungsanbieter entwickelt. Im Bereich eFood bietet die Delticom AG ein umfassendes Sortiment aus rund 20.000 verschiedenen Lebensmitteln an.

Die Aktien der Delticom AG sind seit Oktober 2006 im Prime Standard der Deutschen Börse gelistet (ISIN DE0005146807).

Im Internet unter: 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

E-Mail: melanie.gereke@delti.com