

Delticom veröffentlicht Halbjahresbericht 2018

Hannover, 14. August 2018 - 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 Bericht für das erste Halbjahr 2018. In den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres erlöste das Unternehmen ein Umsatz von 291 Mio. €, ein Rückgang um 2,2 % (H1 17: 297 Mio. €). Das EBITDA belief sich auf 6,8 Mio. €, nach 5 Mio. € im Vorjahr (+37 %). Das EBIT stieg im Berichtszeitraum um 138 % auf 3,2 Mio. € (H1 17: 1,3 Mio. €).

Das Geschäft im ersten Halbjahr

Marktumfeld. Der heimische Reifenhandel konnte im ersten Halbjahr nicht von steigenden Absatzzahlen profitieren. Anhaltend kalte Temperaturen in den ersten drei Monaten des laufenden Jahres hatten viele Autofahrer dazu veranlasst, die Umrüstung des Fahrzeugs auf Sommerreifen hinauszuzögern. Dementsprechend lief das Sommerreifengeschäft in diesem Jahr erst nach den Osterfeiertagen Anfang April an. Trotz des Nachholeffekts im zweiten Quartal wird von Marktexperten für das erste Halbjahr 2018 ein Absatzrückgang von 5,4 % im Geschäft mit Sommerreifen angegeben. Insgesamt wurden in der ersten Jahreshälfte nach Schätzungen des Wirtschaftsverbands der deutschen Kautschukindustrie (WdK) und des Herstellerverbands ETRMA 2,4 % weniger Pkw-Ersatzreifen vom Handel an die Verbraucher abgesetzt.

Umsatz. Der Umsatz der Delticom-Gruppe belief sich im Berichtszeitraum auf 291 Mio. €, ein Rückgang um 2,2 % nach 297 Mio. € im entsprechenden Vergleichszeitraum. In den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres erzielte das Unternehmen Umsätze in Höhe von 111 Mio. € (Q1 17: 127 Mio. €, -12,6 %). Die ersten drei Monate des laufenden Jahres waren hierzu-lande durch winterliche Wetterverhältnisse geprägt. Erst nach den Osterfeiertagen Anfang April gewann das Sommerreifengeschäft vielerorts an Fahrt. Im entsprechenden Vorjahresquartal hatten milde Temperaturen ab Mitte März frühzeitig die Umrüstsaison eingeläutet. Die Gesellschaft erlöste im Q2 18 einen Umsatz von 180 Mio. €, ein Anstieg um 5,5 % (Q2 17: 170 Mio. €). Damit ist es uns nicht gelungen, den rückläufigen Umsatz des ersten Quartals vollständig aufzuholen. Im zweiten Quartal hat die Gesellschaft die Abverkäufe in ihrem Kerngeschäft entsprechend ihrer

Profitabilitätsziele gesteuert. Aufgrund des verspäteten Saisonbeginns war das Sommerreifengeschäft im Juni stärker als im Vorjahresmonat. Zu einem Teil der Auftragseingänge Ende Juni erfolgte die Auslieferung und damit die Umsatzrealisierung erst im Juli.

Kundenzahlen. Bei den nachfolgend dargestellten Kundenzahlen handelt es sich um die Kundenzahlen in unserem Kerngeschäft – dem Onlinehandel mit Reifen und Autoersatzteilen in Europa. In den ersten sechs Monaten 2018 haben 506 Tausend Bestandskunden (H1 17: 538 Tausend, –5,9 %) zum wiederholten Mal Reifen und Autoersatzteile in einem der Onlineshops der Delticom-Gruppe gekauft. Der Rückgang in den Wiederkäufern vollzog sich im Wesentlichen in unserem Kerngeschäft – dem Ersatzreifengeschäft mit privaten Endkunden. Unserer Einschätzung nach basiert diese Entwicklung zum einen auf der starken Geschäftsentwicklung im H1 17 und dem damit einhergehenden Basiseffekt. Zum anderen wirkt sich auch der Trend in Richtung Ganzjahresreifen kurzfristig auf die Wiederkaufsraten aus. Wer Ganzjahresreifen gekauft hat, benötigt in den nächsten 2-4 Jahren, in Abhängigkeit des individuellen Fahrverhaltens, keine neuen Reifen. Durch die zunehmende Ganzjahresreifennachfrage wird sich der Ersatzzyklus unserer Einschätzung nach allerdings verkürzen, sodass wir die Kunden schneller wieder in einem unserer Onlineshops werden begrüßen können.

Insgesamt konnten im Berichtszeitraum 601 Tausend Neukunden (H1 17: 599 Tausend, +0,4 %) über unsere Reifen- und Autoteileshops in Europa gewonnen werden. Seit Unternehmensgründung haben damit knapp 13 Mio. Kunden in unseren Onlineshops eingekauft. Auf Halbjahressicht liegt die Anzahl der aktiven Käufer ähnlich wie der Umsatz um 2,6 % unter dem Vergleichszeitraum.

Bruttomarge. Die größte Aufwandsposition ist der Materialaufwand, in dem die Einstandspreise für die verkauften Waren (vorwiegend Reifen) erfasst werden. Er betrug im Berichtszeitraum 228 Mio. € (H1 17: 235 Mio. €, –3,1 %). Die Bruttomarge belief sich auf 21,7 %, nach 21 % im entsprechenden Vorjahreszeitraum. Entsprechend ihrer Profitabilitätsziele hat die Gesellschaft in den ersten sechs Monaten des laufenden Jahres die Preise in den Onlineshops gestaltet.

Personalaufwand. Im Durchschnitt beschäftigte das Unternehmen in den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres 185 Mitarbeiter (H1 17: 156). Der Personalaufwand belief sich auf

6,1 Mio. € (H1 17: 5,2 Mio. €, +15,8 %). 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 Mio. € (H1 17: 64,2 Mio. €, –0,2 %). Größte Einzelposition innerhalb der sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind die Transportkosten. Sie beliefen sich im Berichtszeitraum auf 24,8 Mio. € nach 28,1 Mio. € im Vergleichszeitraum (–11,8 %). Der Rückgang der Transportkosten im Vorjahresvergleich resultiert neben der im H1 18 durchgeführten Korrektur zu hoch ausgewiesener Transportkosten für die Vorjahre 2016 und 2017 unter anderem aus dem Absatzrückgang und einem höheren Streckenanteil am Umsatz. Darüber hinaus trug der Länder-Mix im Umsatz und das gegenüber Vorjahr gestiegene Geschäft mit gewerblichen Kunden, in welchem die Auslieferung teilweise gebündelt oder per Palettenversand erfolgt, zu einem Rückgang der Transportkosten bei. Durch den späteren Saisonbeginn war das Geschäft im Juni zudem stärker als im Vorjahresmonat. Für Bestelleingänge im Juni mit Auslieferung im Juli haben sich die Transportkosten entsprechend in den Leistungsmonat und damit ins H2 18 verschoben.

Marketing. Der Marketingaufwand belief sich im H1 18 auf 13,1 Mio. € (H1 17: 12 Mio. €, +9,2 %). Neben den reinen Onlineshops vertreibt die Gesellschaft ihre Produkte inzwischen auch zunehmend über Online-Marktplätze im In- und Ausland. Zudem hat die Gesellschaft mehr für Werbung ausgegeben, um in einem schwierigen Marktumfeld verstärkt auf die Onlineshops aufmerksam zu machen. Der Marketingaufwand im Verhältnis zum Umsatz betrug 4,5 % (H1 17: 4 %).

EBITDA. Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) belief sich im Berichtszeitraum auf 6,8 Mio. € (H1 17: 5 Mio. €, +37 %). Dies entspricht einer EBITDA-Marge von 2,3 % (H1 17: 1,7 %).

Abschreibungen. Die Abschreibungen sind im Vorjahresvergleich mit 3,6 Mio. € nahezu unverändert (H1 17: 3,6 Mio. €, –0,5 %).

EBIT. Das EBIT stieg im Berichtszeitraum um 138 % auf 3,2 Mio. € (H1 17: 1,3 Mio. €). Dies entspricht einer Umsatzrendite in Höhe von 1,1 % (EBIT in Prozent vom Umsatz, H1 17: 0,5 %).

Ertragsteuern. Der Ertragsteueraufwand für die ersten sechs Monate belief sich auf 1 Mio. € (H1 17: 0,4 Mio. €). Dies entspricht einer Steuerquote von 32,5 % (H1 17: 31,7 %).

Konzernergebnis. Das Konzernergebnis betrug im Berichtszeitraum 2 Mio. €, nach einem Vorjahreswert von 0,8 Mio. €. Das Ergebnis je Aktie belief sich auf 0,16 € (H1 17: 0,06 €).

Vorräte. Größte Position im kurzfristig gebundenen Vermögen sind die Vorräte. Seit Jahresanfang wurden die Bestände um 14 Mio. € oder 17,5 % auf 93,8 Mio. € erhöht (31.12.2017: 79,8 Mio. €). Im Stichtagsvergleich fielen die Vorräte um 3,2 Mio. € höher aus (30.06.2017: 90,6 Mio. €). Dies resultiert zum einen aus dem verspäteten Saisonbeginn und dem damit einhergehenden Absatzrückgang im H1 18. Zum anderen hat die Gesellschaft früher als im letzten Jahr mit der Winterbevorratung begonnen.

Forderungen. Die Forderungen folgen üblicherweise der Saisonkurve, allerdings sind Stichtags-effekte unvermeidbar. Der Forderungsbestand belief sich zum zurückliegenden Quartalsende auf 43 Mio. € (31.12.2017: 39,3 Mio. €, 30.06.2017: 45,2 Mio. €).

Verbindlichkeiten. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen wurden seit Jahresanfang von 114,4 Mio. € um 26,3 Mio. € auf 88,1 Mio. € verringert. Im Stichtagsvergleich fallen die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 19,3 Mio. € niedriger aus (30.06.2017: 107,3 Mio. €). In einem schwierigen Marktumfeld hat Delticom die zum Ende des ersten Halbjahres zur Zahlung fälligen Lieferantenverbindlichkeiten noch vor dem Bilanzstichtag abgelöst.

Liquidität. Die Liquidität belief sich zum 30.06.2018 auf 4 Mio. € (31.12.2017: 3,9 Mio. €, 30.06.2017: 3 Mio. €).

Delticom hat im Berichtszeitraum vorhandene Kreditlinien zur unterjährigen Finanzierung des Working Capitals in Anspruch genommen. Die Netto-Liquidität (Liquidität abzüglich kurzfristiger Finanzschulden) belief sich zum Stichtag 30.06.2018 dementsprechend auf –51,6 Mio. € (31.12.2017: –4,4 Mio. €, 30.06.2017: –29,3 Mio. €). Diese deutliche Veränderung verglichen mit

dem Jahresende 2017 sowie dem H1 17 basiert ausschließlich auf dem nachfolgend beschriebenen Stichtageffekt im Cashflow aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit. Im Juli und August bewegt sich die Kreditlinienbeanspruchung nahezu auf Vorjahresniveau. Wir rechnen damit, dass die kurzfristige Verschuldung zum Jahresende ähnlich niedrig ausfallen wird wie im Geschäftsjahr 2017.

Cashflow. Aufgrund des deutlichen Abbaus der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen seit Jahresbeginn und der damit einhergehenden Entwicklung im Working Capital belief sich der Cashflow aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit für H1 18 auf –41,3 Mio. € (H1 17: –12,4 Mio. €). Während die Gesellschaft im letzten Jahr den überwiegenden Teil der Lieferantenverbindlichkeiten zum Stichtag 30.06.2017 in der ersten Juliwoche gezahlt hatte, wurden in diesem Jahr die vorhandenen Kreditlinien mit Blick auf die aktuelle Marktsituation genutzt, um die Verbindlichkeiten noch vor dem Bilanzstichtag auszugleichen. Die Gesellschaft betreibt ein aktives Liquiditätsmanagement und nimmt unterjährig entsprechende Stichtageffekte wie im H1 18 aus strategischen Gründen in Kauf.

Die Investitionen in Sachanlagen beliefen sich im H1 18 auf 2,2 Mio. € (H1 17: 1,8 Mio. €). Hierbei handelt es sich zum einem um Lagerausstattungsinvestitionen. Zum anderen hat die Gesellschaft im H1 18 ein Grundstück inklusive Gebäude zu einem Kaufpreis in Höhe von 1 Mio. € erworben, um dort eine Produktionsstätte für hochmoderne Logistik-Anlagen zu errichten. Darüber hinaus hat Delticom im Berichtszeitraum 1 Mio. € in immaterielle Vermögenswerte investiert (H1 17: 1,2 Mio. €).

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit betrug im Berichtszeitraum insgesamt 44,6 Mio. €. Den Auszahlungen für die Dividende in Höhe von 1,2 Mio. € und der Rückzahlung langfristiger Darlehen in Höhe von 0,8 Mio. € stehen Einzahlungen aus der Aufnahme von Finanzschulden, die ausschließlich kurzfristiger Natur sind, in Höhe von 46,7 Mio. € gegenüber.

Ausblick

Trotz eines verspäteten Saisonbeginns ist es Delticom in einem schwierigen Marktumfeld in den ersten sechs Monaten des laufenden Jahres gelungen, die Profitabilität im Konzern gegenüber

dem Vergleichszeitraum zu steigern. Auch für die zweite Jahreshälfte planen wir, die Balance zwischen Umsatzwachstum und Profitabilität weiter feinzustimmen und die Marktetablierung der Start-ups im Unternehmensportfolio voranzutreiben.

Heutzutage nutzen bereits mehr als 4 Milliarden Menschen das Internet. Neben steigenden Nutzerzahlen nimmt auch die Zeit zu, welche die Menschen online sind. Der durchschnittliche Internetnutzer verbringt inzwischen täglich etwa sechs Stunden mit internetfähigen Geräten und Diensten.

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. Für das zweite Halbjahr rechnen wir mit einem positiven Absatztrend. Auch in diesem Jahr wird das Wintergeschäft im vierten Quartal für die Entwicklung im Gesamtjahr maßgeblich sein. Aufgrund der getätigten Investitionen in die Lagerinfrastruktur und die Erweiterung unserer Lagerkapazität sind wir für die kommende Wintersaison gut gerüstet.

Wir rechnen weiterhin damit, den Umsatz der Delticom-Gruppe im laufenden Geschäftsjahr auf 690 Mio. € zu erhöhen. Für das EBITDA im Konzern planen wir für das Gesamtjahr unverändert mit rund 14 Mio. €.

Erläuterung zum vorliegenden Halbjahresabschluss

Die Hauptversammlung vom 08.05.2018 hat die KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Prinzenstraße 23, 30159 Hannover, zum Jahresabschlussprüfer und Konzernabschlussprüfer für das Geschäftsjahr 2018 und zum Prüfer für eine prüferische Durchsicht des verkürzten Abschlusses und des Zwischenlageberichts für das erste Halbjahr 2018 bestellt. Für die Vorjahre war die PricewaterhouseCoopers GmbH dafür bestellt. Zum Veröffentlichungszeitpunkt des vorliegenden Halbjahresberichts waren zwei Themen noch nicht final geklärt: latente Steueransprüche und Transportkosten aus den Geschäftsjahren 2016 bis 2018. Weiterführende Erläuterungen finden sich im Nachtragsbericht auf Seite 12f. des Halbjahresberichts 2018.

Der Bericht für das erste Halbjahr 2018 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.

2017 hat die Delticom AG einen Umsatz von mehr als 667,7 Mio. € generiert. In 74 Ländern betreibt der E-Commerce-Spezialist mehr als 460 Onlineshops und -vertriebsplattformen und betreut über 12,8 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 Komplettäder. Kunden können die bestellten Produkte zur Montage auch zu einem der weltweit rund 42.000 Servicepartner der Delticom AG schicken lassen.

Über 500.000 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