

Delticom AG: Trotz 10 % Umsatzrückgang EBITDA im zweiten Quartal nahezu verdoppelt

Hannover, den 13. August 2020 – Delticom AG (WKN 514680, ISIN DE00005146807, Börsenkürzel DEX), Europas führender Onlinehändler für Reifen und Kompleträder, veröffentlicht heute den Bericht für das erste Halbjahr 2020.

- **Umsatz im H1 20 coronabedingt um 16,4 % rückläufig, Nachholeffekte im Verlauf des Q2 eingetreten**
- **15 Mio. € weniger Umsatz im H1 durch Geschäftseinstellungen**
- **Konzernumsatz im Q2 -10 % yoy, ohne Effekt aus Geschäftseinstellungen -6 % yoy**
- **EBITDA im 2. Quartal mit 3,8 Mio. € nahezu verdoppelt (Q2 19: 1,9 Mio. €)**
- **Positiver Free Cashflow im H1 durch optimiertes Working Capital Management**
- **Ergebnisprognose für das Gesamtjahr aufgrund der positiven Entwicklung im Q2 nach oben angepasst**

Das Geschäft im ersten Halbjahr

Marktumfeld. Einem im Vergleich zum Vorjahr milden Winter und der damit im Vorjahresvergleich niedrigeren Nachfrage nach Winterreifen zu Jahresbeginn folgten in diesem Jahr kalte Temperaturen in der letzten Märzdekade, wodurch sich der Start in die Sommersaison in den klassischen Umrüsländern um wenige Wochen und damit in das zweite Quartal verzögerte. Zudem wirkten sich auch die Shutdown-Entscheidungen verschiedener europäischer Länder zur Eindämmung der Corona-Pandemie auf die Ersatzreifennachfrage aus.

Nach jüngst vorgelegten Marktdaten des Wirtschaftsverbands der deutschen Kautschukindustrie (WdK) und des Herstellerverbands European Tyre and Rubber Manufacturers' Association (ET-RMA) wurden in den ersten sechs Monaten des laufenden Jahres hierzulande insgesamt 19,5 % weniger Pkw-Ersatzreifen vom Handel an den Verbraucher abgesetzt. Während der Absatz im Geschäft mit Sommerreifen um 23,3 % sank, legte das Geschäft mit Ganzjahresreifen um 1,2 % zu. Der Absatz an Winterreifen fiel um 29,6 % geringer aus als im Vorjahr.

Mit Blick auf den europäischen Reifenersatzmarkt verzeichnen die Zahlen der ETRMA ebenfalls eine rückläufige Entwicklung für die Reifenindustrie. Im volumenmäßig größten Teilsegment Consumer-Reifen (Pkw-, SUV- und Lkw-Reifen) wurden auf Halbjahressicht 21,7 % weniger abgesetzt. Das Absatzminus lag im zweiten Quartal bei 31,3 %, ein Rückgang um mehr als 15 Mio. Stück.

Umsatz. In den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres erlöste die Delticom-Gruppe einen Umsatz von 238 Mio. €, ein Rückgang um 16,4 % nach 285 Mio. € im Vergleichszeitraum. Der Rückgang resultiert zu einem Teil aus der Schließung nicht profitabler Tochtergesellschaften. Der Umsatzeffekt aus den Geschäftseinstellungen (Gourmondo Food GmbH, All you need GmbH, Autoersatzteile und Öle) beläuft sich im H1 2020 insgesamt auf rund -15 Mio. €.

Insgesamt erzielte die Delticom-Gruppe im ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahres Umsatzerlöse in Höhe von 93 Mio. € (Q1 19: 122 Mio. €, -23,9 %). Bereinigt um den Effekt aus der Geschäftseinstellung beläuft sich der Umsatzrückgang im Q1 auf 20 %. Im Kerngeschäft wirkten sich im ersten Quartal 2020 neben wetterbedingten Verschiebungseffekten zudem auch die Lockdown-Maßnahmen der einzelnen Staaten zur Eindämmung der Corona-Pandemie ab Mitte März (tendenziell Beginn der Sommerreifensaison) auf die Umsatzentwicklung aus.

Im zweiten Quartal erwirtschaftete das Unternehmen einen Umsatz von 145,0 Mio. €, ein Rückgang um 10,7 % im Vergleich zum Vorjahresquartal. Bereinigt um den Effekt aus der Geschäftseinstellung fällt der Umsatz im Q2 um 6 % niedriger aus. Mit den milden Temperaturen im April hat die Nachfrage in den relevanten Umrüttländern an Dynamik gewonnen. Obwohl wir auch auf dem heimischen Markt Auswirkungen der Corona-Krise in Bezug auf Volumen- und Umsatzentwicklung sahen, fielen diese im Vergleich zum Gesamtmarkt jedoch geringer aus. Viele Kunden nutzten hierzulande während der Krise die Vorteile des kontaktlosen Online-Kaufs von Reifen. Im übrigen Europa zeigte das zweite Quartal ein gemischtes Bild. In ausgewählten Ländern führten die schrittweisen Lockerungen der Corona-Restriktionen zu einem Anstieg der Nachfrage nach Ersatzreifen und entsprechend zu einem gewissen Aufholeffekt beim Absatz. In den süd-europäischen Ländern, die von der Corona-Krise hart getroffen wurden, blieb die Nachfrage auch im zweiten Quartal deutlich hinter dem Vorjahresquartal zurück.

Bruttomarge. Die größte Aufwandsposition ist der Materialaufwand, in dem die Einstandspreise für die verkauften Waren (vorwiegend Reifen) erfasst werden. Er betrug im Berichtszeitraum 182 Mio. € (H1 19: 222 Mio. €, -18,3 %). Das Unternehmen erzielte im Berichtszeitraum eine Bruttomarge von 23,7 %, nach 21,9 % im entsprechenden Vorjahreszeitraum. Trotz eines schwierigen Marktumfelds ist es der Gesellschaft entsprechend ihrer Zielsetzung zur Profitabilitätssteigerung im Berichtszeitraum gelungen, die Margen im Kerngeschäft mittels einer Vielzahl von Maßnahmen zu erhöhen.

Sonstige betriebliche Erträge. Die sonstigen betrieblichen Erträge verringerten sich im Berichtszeitraum um 38,8 % auf 8,9 Mio. € (H1 19: 14,5 Mio. €). Dieser Rückgang geht in Teilen mit dem gegenüber Vorjahr schwächeren Absatz einher.

Rohhertrag. Angesichts eines rückläufigen Umsatzes belief sich der Rohhertrag auf 65,3 Mio. €. Nach einem Vorjahreswert von 76,9 Mio. € entspricht dies einem Rückgang um 15,0 %. Im Verhältnis zur Gesamtleistung in Höhe von 247 Mio. € (H1 19: 299 Mio. €) betrug der Rohhertrag 26,5 % (H1 19: 25,7 %).

Personalaufwand. Im Durchschnitt beschäftigte das Unternehmen in den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres 207 Mitarbeiter (H1 19: 281). Zum Stichtag 30.06.2020 waren insgesamt 188 Mitarbeiter für die Gruppe tätig (30.06.2019: 274). Der Personalaufwand belief sich im Berichtszeitraum auf 7,5 Mio. € (H1 19: 9,3 Mio. €). Der Rückgang um 19,3 % resultiert im Wesentlichen aus der Schließung nicht profitabler Tochtergesellschaften und dem damit einhergehenden schrittweisen Personalabbau bis zur vollständigen Geschäftseinstellung.

Sonstige betriebliche Aufwendungen. Größte Einzelposition innerhalb der sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind die Transportkosten. Vor dem Hintergrund des rückläufigen Umsatzes beliefen sich diese im Berichtszeitraum auf 24,1 Mio. € nach 28,9 Mio. € im Vergleichszeitraum (-16,4 %). Der Anteil der Transportkosten am Umsatz ist im Berichtszeitraum mit 10,1 % nahezu unverändert (H1 19: 10,1 %).

Marketing. Im Berichtszeitraum wurden 8,4 Mio. € (H1 19: 13,7 Mio. €, -38,5 %) für Marketing aufgewendet. Der Rückgang der Marketingkosten fällt deutlich stärker aus als der Umsatzrück-

gang im H1 2020. Die Entwicklung der Marketingkosten im Berichtszeitraum begründet sich neben der Einstellung von Geschäftsbereichen insbesondere auch durch die im letzten Jahr eingeleiteten Maßnahmen zur Kostensenkung und Effizienzsteigerung im Kerngeschäft. Der Marketingaufwand im Verhältnis zum Konzernumsatz betrug 3,5 % (H1 19: 4,8 %).

EBITDA. Das EBITDA für das zweite Quartal fällt mit 3,8 Mio. € (Q2 2019: 1,9 Mio. €, +99,4 %) deutlich höher aus als im Vorquartal (Q1 2020: -5,3 Mio. €, Q1 2019: -5,6 Mio. €). Dank der positiven Effekte aus der Schließung verlustbringender Tochtergesellschaften und der ergriffenen Maßnahmen zur Effizienzsteigerung und Kostenoptimierung im Kerngeschäft konnte im H1 2020 eine Verbesserung des EBITDA gegenüber dem Vergleichszeitraum um insgesamt 2,2 Mio. € erzielt werden. Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) beläuft sich im Berichtszeitraum auf -1,5 Mio. € (H1 19: -3,7 Mio. €, +59,8 %). Dies entspricht einer EBITDA-Marge von -0,6 % (H1 19: -1,3 %). Auf Halbjahressicht wird das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen durch Restrukturierungskosten in Höhe von 3,9 Mio. € belastet. Das operative EBITDA fällt dementsprechend um diesen Betrag höher aus.

Abschreibungen. Die Abschreibungen betrugen im Berichtszeitraum 4,7 Mio. € nach 6,8 Mio. € im H1 19. Der Rückgang um 31,0 % resultiert im Wesentlichen aus der Schließung nicht profitabler Tochtergesellschaften, auf deren Anlagevermögen zum Ende des Geschäftsjahres 2019 entsprechende außerplanmäßige Abschreibungen vorgenommen worden waren.

Finanzen und Recht. Der Aufwand für Finanzen und Recht belief sich im Berichtszeitraum auf 6,3 Mio. €, nach 3,2 Mio. € im Vorjahr (+93,6 %). Der deutliche Anstieg resultiert im Wesentlichen aus angefallenen Rechts- und Beratungskosten in Höhe von 3,9 Mio. € im Zusammenhang mit der Restrukturierung der Gesellschaft.

EBIT. Angesichts der Profitabilitätssteigerung und der im Vorjahresvergleich niedrigeren Abschreibungen beläuft sich das EBIT im Berichtszeitraum auf -6,2 Mio. € nach -10,5 Mio. € im H1 19, eine Verbesserung um 4,3 Millionen €. Die Umsatzrendite (EBIT in Prozent vom Umsatz) beträgt -2,6 % (H1 19: -3,7 %). Für das zweite Quartal ergibt sich ein positives Ergebnis vor Zinsen und Steuern in Höhe von 1,5 Mio. € (Q2 2019: -1,7 Mio. €, +191,1 %) nach -7,7 Mio. € im Q1 2020 (Q1 2019: -8,8 Mio. €, +13,0 %).

Ertragsteuern. Das Steuerergebnis für die ersten sechs Monate belief sich auf 1,5 Mio. € (H1 19: 2,9 Mio. €) und resultiert aus latenten Steuern.

Konzernergebnis. Die Gesellschaft erzielte im Berichtszeitraum ein Konzernergebnis in Höhe von -5,9 Mio. €, nach einem Vorjahreswert von -8,0 Mio. €. Das Ergebnis je Aktie belief sich auf -0,47 € (H1 19: -0,64 €). Das Periodenergebnis für Q2 2020 belief sich auf 2,5 Mio. €. Der Ergebniseffekt aus latenten Steuern betrug 1,7 Mio. € und kompensierte damit vollumfänglich die Restrukturierungskosten im Q2.

Vorräte. Größte Position im kurzfristig gebundenen Vermögen sind die Vorräte. Seit Jahresanfang verringerten sich die Bestände um 1,4 Mio. € auf 61,5 Mio. € (31.12.2019: 62,9 Mio. €). Im Stichtagsvergleich fallen die Vorräte um 37,6 Mio. € geringer aus (30.06.2019: 99,2 Mio. €). Die Entwicklung über die zurückliegenden zwölf Monate resultiert aus dem stringenten Working Capital Management. Der Anteil der Vorräte an der Bilanzsumme belief sich zum 30.06.2020 auf 34,8 % (31.12.2019: 33,4 %, 30.06.2019: 38,4 %).

Forderungen. Die Forderungen folgen üblicherweise der Saisonkurve, allerdings sind Stichtageeffekte unvermeidbar. Der Forderungsbestand belief sich zum zurückliegenden Quartalsende auf 23,5 Mio. € (31.12.2019: 31,1 Mio. €, 30.06.2019: 43,2 Mio. €). Hierbei handelt es sich mit 14,2 Mio. € um Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (31.12.2019: 10,5 Mio. €, 30.06.2019: 20,0 Mio. €). Der deutliche Rückgang im Stichtagsvergleich ist das Ergebnis eines gestrafften Forderungsmanagements in Hinblick auf säumige Kunden.

Verbindlichkeiten. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen wurden seit Jahresanfang von 69 Mio. € um 5,1 Mio. € auf 64 Mio. € verringert. Im Stichtagsvergleich fallen die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 42,6 Mio. € geringer aus (30.06.2019: 107,0 Mio. €). Die deutliche Reduzierung im Stichtagsvergleich geht im Wesentlichen mit den niedrigeren Lagerbeständen einher. Der Anteil der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen an der Bilanzsumme betrug 36,4 % (31.12.2019: 36,9 %, 30.06.2019: 41,4 %).

Liquidität. Die flüssigen Mittel beliefen sich zum 30.06.2020 auf 4,8 Mio. € (31.12.2019: 5,3 Mio. €, 30.06.2019: 3,8 Mio. €). Die Netto-Liquidität (Liquidität abzüglich kurzfristiger Finanzschulden) belief sich zum Stichtag 30.06.2020 auf -55,7 Mio. € (31.12.2019: -59,0 Mio. €, 30.06.2019: -63,9 Mio. €). Aufgrund der Saisonalität des Geschäfts und der Zahlungsziele im Reifenhandel ist die Kreditlinien-Inanspruchnahme zur Jahresmitte typischerweise am höchsten.

Cashflow. Aufgrund der Entwicklung im Working Capital verbesserte sich der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit für H1 20 auf 6,9 Mio. € (H1 19: -25,3 Mio. €).

Die Investitionen in Sachanlagen beliefen sich im H1 20 auf 0,7 Mio. € (H1 19: 1,5 Mio. €). Darüber hinaus hat Delticom im Berichtszeitraum 0,2 Mio. € in immaterielle Vermögenswerte investiert (H1 19: 2,2 Mio. €). Im Ergebnis betrug der Cashflow aus Investitionstätigkeit -0,9 Mio. € (H1 19: -3,6 Mio. €). Auf Halbjahressicht hat die Gesellschaft einen positiven Free Cashflow in Höhe von 6,0 Mio. € erzielt (H1 19: -28,9 Mio. €).

Ausblick

Vor dem Hintergrund eines durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie bedingten rückläufigen Umsatzes im ersten Halbjahr 2020 hat das Management der Delticom AG die Umsatzprognose adjustiert. Wenngleich sich mit den schrittweisen Lockerungsmaßnahmen im Verlauf des zweiten Quartals in ausgewählten Ländern Europas ein Nachholeffekt ergeben hat, so ist eine Aufholung des im H1 ausgebliebenen Umsatzes in der zweiten Jahreshälfte wenig wahrscheinlich. Für das Gesamtjahr wird entsprechend nunmehr ein Konzernumsatz in einer Spanne zwischen 550 bis 570 Mio. € (bisherige Prognose: 600 bis 630 Mio. €) erwartet. Aufgrund des erfolgreichen Turnaround-Managements in den zurückliegenden Monaten und der positiven Ergebnisentwicklung im Q2 2020 hat das Management die Ergebnisprognose für das Gesamtjahr nach oben angehoben. Für das EBITDA der Delticom-Gruppe im Gesamtjahr wird eine Spanne zwischen +5 bis +8 Mio. € (bisherige Prognose: +1 bis +5 Mio. €) als erzielbar angesehen. Die Restrukturierungskosten werden sich in 2020 insgesamt auf rund 5 Mio. € belaufen (bisher: 4 Mio. €). Das operative EBITDA wird mit +10 bis +13 Mio. € (bisher: +5 bis +9 Mio. €) ebenfalls höher als ursprünglich geplant ausfallen.

Der Prozess zum Einwerben von Fremd- und/oder Eigenkapital befindet sich weiterhin in der Umsetzung. Mit Blick auf die planerische Liquiditätslücke im August besteht aufgrund der Optimierung des Working Capitals und der engen Liquiditätssteuerung eine gute Möglichkeit, die Unterdeckung aus dem operativen Geschäft heraus zu schließen.

Der Bericht für das erste Halbjahr 2020 steht auf der Internetseite www.delti.com im Bereich „Investor Relations“ zum Download zur Verfügung.

<Ende der Mitteilung>

Über Delticom:

Mit der Marke ReifenDirekt ist die Delticom AG das führende Unternehmen in Europa für die Onlinedistribution von Reifen und Komplettträgern.

Das Produktportfolio für Privat- und Geschäftskunden umfasst ein beispielloses großes Sortiment aus mehr als 100 Marken und rund 18.000 Reifenmodelle für Pkw und Motorräder. Komplettträger und Felgen komplettieren das Produktangebot. In 73 Ländern betreibt die Gesellschaft 394 Onlineshops sowie Onlinevertriebsplattformen und betreut darüber rund 15 Millionen Kunden.

Zum Service gehört, dass die bestellten Produkte auf Wunsch des Kunden zur Montage zu einem der weltweit rund 39.000 Servicepartner von Delticom geschickt werden können.

Das Unternehmen mit Sitz in Hannover, Deutschland, ist vornehmlich in Europa und den USA tätig und besitzt umfassendes Know-how beim Aufbau und Betrieb von Onlineshops, in der Internet-Kundenakquise, in der Internetvermarktung sowie beim Aufbau von Partnernetzwerken.

Seit der Gründung 1999 hat Delticom eine umfassende Expertise bei der Gestaltung effizienter und systemseitig voll integrierter Bestell- und Logistikprozesse aufgebaut. Eigene Läger gehören zu den wesentlichen Assets der Gesellschaft.

Im Geschäftsjahr 2019 hat die Delticom AG einen Umsatz von rund 626 Millionen Euro generiert. Zum Ende des letzten Jahres waren 242 Mitarbeiter im Unternehmen beschäftigt.

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)511-93634-8903

Fax: +49 (0)511-8798-9138

E-Mail: melanie.gereke@delti.com