

Delticom veröffentlicht Halbjahresbericht 2019 // Erweiterung im Vorstand

Hannover, 14. August 2019 - Delticom (WKN 514680, ISIN DE0005146807, Börsenkürzel DEX), Europas führender Onlinehändler für Reifen und Autozubehör und Experte auf dem Gebiet effizienter Lagerlogistik, veröffentlicht heute den Bericht für das erste Halbjahr 2019. In den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres erlöste das Unternehmen ein Umsatz von 285 Mio. €, ein Rückgang um 2 % (H1 18: 291 Mio. €). Die Bruttomarge belief sich auf 21,9 %, nach 21,7 % im entsprechenden Vorjahreszeitraum. Der Rohertrag ist mit 76,9 Mio. € nahezu unverändert.

Das Geschäft im ersten Halbjahr

Marktumfeld. Nach einem vergleichsweise milden Winter im Q4 2018 startete das neue Jahr mit einer kalten Wetterlage einhergehend mit Schneefällen bis teilweise in die tiefen Lagen. Folglich hat sich ein Teil der Winterreifennachfrage in das laufende Jahr verschoben. Branchenkenner schätzen, dass im ersten Halbjahr 2019 12,1 % mehr Winterreifen vom deutschen Reifenhandel an die Verbraucher abgesetzt wurden.

Einige milde Tage im März veranlassten zudem - anders als im letzten Jahr - viele Autofahrer dazu, bereits frühzeitig auf Sommerreifen zu wechseln. Nach wie vor rüsten allerdings einige Autofahrer ihr Fahrzeug gemäß der Faustformel von O bis O (Oktober bis Ostern) um. Während Ostern im letzten Jahr auf das erste Wochenende im April fiel, lag das Osterfest in diesem Jahr kalendarisch drei Wochen später. Nach Ostern und somit Ende April erreichte das Sommerreifengeschäft in diesem Jahr den zweiten saisonalen Höhepunkt. Insgesamt wird von Marktexperten für die ersten sechs Monate des laufenden Jahres ein Absatzrückgang von 6,4 % im Geschäft mit Sommerreifen angegeben.

Der Trend zu Ganzjahresreifen setzte sich auf Halbjahressicht mit einem Absatzplus von 23,2 % im Vergleich zu 2018 fort. Nach Schätzungen des Wirtschaftsverbands der deutschen Kautschukindustrie (WdK) und des Herstellerverbands ETRMA wurden in der ersten Jahreshälfte somit insgesamt 1,4 % mehr Pkw-Ersatzreifen vom Handel an den Verbraucher abgesetzt. Auf europäi-

scher Ebene hat sich das PKW-Reifenersatzgeschäft gemäß der European Tyre and Rubber Manufacturers' Association (ETRMA) in der ersten Jahreshälfte rückläufig entwickelt. Im zweiten Quartal hat sich der Abwärtstrend gegenüber den ersten drei Monaten des laufenden Jahres vergrößert. Als Gründe für die niedrigen Absatzzahlen werden die generelle wirtschaftliche Lage und die Zulassungszahlen neuer Autos in der Europäischen Union genannt.

Umsatz. In den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres erlöste die Delticom-Gruppe einen Umsatz von 285 Mio. €, ein Rückgang um 2 % nach 291 Mio. € im Vergleichszeitraum. Insgesamt erzielte die Delticom-Gruppe im ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahres Umsätze in Höhe von 122 Mio. € (Q1 18: 111 Mio. €, +10,2 %). Aufgrund der kalten Wetterlage zu Jahresbeginn, einhergehend mit Schneefällen bis teilweise in die tiefen Lagen, wurden zu Jahresbeginn mehr Winterreifen in unseren Shops nachgefragt als im Jahr zuvor. Nach einem vergleichsweise milden Winter im Q4 2018 hat sich somit ein Teil der Winterreifennachfrage in das laufende Jahr verschoben. Einige milde Tage im März veranlassten zudem - anders als im letzten Jahr - viele Autofahrer dazu, bereits frühzeitig auf Sommerreifen umzurüsten. Dieser wetterbedingte Verschiebungseffekt stützte die positive Umsatzentwicklung im ersten Quartal zusätzlich.

Im Q2 19 erlöste die Gruppe einen Umsatz von 162 Mio. €, ein Rückgang um 9,6 % (Q2 18: 180 Mio. €). Aufgrund vergleichsweise milder Temperaturen Ende März hat sich der Beginn des Sommerreifengeschäfts in diesem Jahr in das erste Quartal vorgeschoben. Zwar erreichte das Sommerreifengeschäft in den klassischen Umrüsländern nach Ostern Ende April eine zweite Saisonspitze, jedoch reichte diese nicht aus, um die marktbedingt schwächere Nachfrage im Rest von Europa im weiteren Verlauf des zweiten Quartals zu kompensieren.

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 2019 haben 497 Tausend Bestandskunden (H1 18: 506 Tausend, -1,8 %) 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 unter anderem auf dem Trend in Richtung Ganzjahresreifen, der sich kurzfristig auf die Wiederkaufsraten auswirkt. 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 H1 19 616 Tausend Neukunden (H1 18: 601 Tausend, +2,5 %) über unsere Reifen- und Autoteileshops in Europa gewonnen werden. Diese Entwicklung basiert im Wesentlichen auf den in den zurückliegenden Monaten ergriffenen Maßnahmen zur Effizienzsteigerung der Marketingaktivitäten. Seit Unternehmensgründung haben damit mehr als 14 Mio. Kunden in unseren Onlineshops eingekauft. Auf Halbjahressicht liegt die Anzahl der aktiven Käufer (Neukunden und Wiederkäufer - letztere werden nur einmal gezählt, unabhängig von der Anzahl der Käufe im H1 19) um 0,5 % 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 222 Mio. € (H1 18: 228 Mio. €, -2,4 %). Das Unternehmen erzielte im Berichtszeitraum eine Bruttomarge von 21,9 %, nach 21,7 % im entsprechenden Vorjahreszeitraum. Trotz eines schwierigen Marktumfelds ist es der Gesellschaft gelungen, die Bruttomarge im Vorjahresvergleich konstant zu halten.

Sonstige betriebliche Erträge. Die sonstigen betrieblichen Erträge stiegen im Berichtszeitraum um 3,8 % auf 14,5 Mio. € (H1 18: 13,9 Mio. €). Hierbei handelt es sich mit 1,3 Mio. € um Gewinne aus Währungskursdifferenzen (H1 18: 2 Mio. €, -34,4 %). Währungsverluste weist Delticom innerhalb der sonstigen betrieblichen Aufwendungen aus. Sie betragen im H1 19 insgesamt 1,4 Mio. € (H1 18: 1,5 Mio. €). Der Saldo aus Währungsgewinnen und -verlusten belief sich im Berichtszeitraum auf -0,1 Mio. € (H1 18: 0,4 Mio. €).

Rohhertrag. Der Rohhertrag ist mit 76,9 Mio. € im Vorjahresvergleich nahezu unverändert (H1 18: 76,9 Mio. €). Im Verhältnis zur Gesamtleistung in Höhe von 299 Mio. € (H1 18: 304 Mio. €) betrug der Rohhertrag 25,7 % (H1 18: 25,3 %).

Personalaufwand. Im Durchschnitt beschäftigte das Unternehmen in den ersten sechs Monaten des laufenden Geschäftsjahres 281 Mitarbeiter (H1 18: 185). Aufgrund der Akquisition von Allyouneed Fresh Anfang November 2018 hat sich die durchschnittliche Mitarbeiteranzahl der Delticom-Gruppe im Vergleich zum Vorjahr deutlich erhöht. Der Personalaufwand belief sich im Berichtszeitraum auf 9,3 Mio. € (H1 18: 6,1 Mio. €, +53,5 %). Während zum Zeitpunkt der Akquisition insgesamt 110 Mitarbeiter bei Allyouneed Fresh beschäftigt gewesen sind, wurde der Personalbestand im Zuge der Restrukturierung im H1 19 schrittweise reduziert und lag Ende Juni 2019 bei 35 Mitarbeitern. Darüber hinaus hat die Gesellschaft zusätzliches Lagerpersonal eingestellt, welches zuvor über Leih- und Zeitarbeit für Delticom tätig war. Die Personalaufwandsquote (Verhältnis von Personalaufwand zu Umsatzerlösen) belief sich im H1 19 auf 3,3 % (H1 18: 2,1 %).

Sonstige betriebliche Aufwendungen. Insgesamt beliefen sich die sonstigen betrieblichen Aufwendungen im Berichtszeitraum auf 71 Mio. € (H1 18: 64 Mio. €, +11,2 %). Größte Einzelposition innerhalb der sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind die Transportkosten. Trotz des Absatzrückgangs beliefen sich diese im Berichtszeitraum auf 28,9 Mio. € nach 24,8 Mio. € im Vergleichszeitraum (+16,3 %). Der Anstieg der Transportkosten im Vorjahresvergleich resultiert zum einen aus der im H1 18 durchgeführten Korrektur zu hoch ausgewiesener Transportkosten für die Jahre 2016 und 2017. Zum anderen bedingt sich die Kostensteigerung durch den Länder-Mix im Umsatz und der damit einhergehenden Distanz der Lieferwege. Der Anteil der Transportkosten am Umsatz belief sich im Berichtszeitraum auf 10,1 % (H1 18: 8,5 %).

Marketing. Im Berichtszeitraum wurden 13,7 Mio. € (H1 18: 13,1 Mio. €, +4,5 %) für Marketing aufgewendet. Den Anstieg gegenüber dem Vorjahr begründen insbesondere höhere Verkaufsprovisionen und Listing-Gebühren für Online-Marktplätze, über welche Delticom neben den reinen Onlineshops ihre Produkte zunehmend vertreibt. Der Marketingaufwand im Verhältnis zum Umsatz betrug 4,8 % (H1 18: 4,5 %). Eingeleitete Maßnahmen zur Effizienzsteigerung der Marketingaktivitäten zeigten im weiteren Verlauf des Berichtszeitraums erste Wirkungen, sodass sich der Marketingaufwand im Verhältnis zum Umsatz von 5,0 % im Q1 19 auf 4,6 % im Q2 19 verringerte.

EBITDA. Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) belief sich im Berichtszeitraum auf –3,7 Mio. € (H1 18: 6,8 Mio. €, –154 %). Dies entspricht einer EBITDA-Marge

von –1,3 % (H1 18: 2,3 %). Die erhöhte Kostenbasis im ersten Halbjahr 2019 resultiert im Wesentlichen aus der Akquisition von Allyouneed Fresh im letzten Viertel des vorangegangenen Geschäftsjahres. Da Allyouneed Fresh aktuell noch keinen positiven Ergebnisbeitrag liefert, ergibt sich im Vorjahresvergleich im Gesamtkonzern ein entsprechender Ergebniseffekt. Der in Berlin laufende Restrukturierungsprozess wird bis zum Ende des laufenden Jahres abgeschlossen sein.

Die Umstrukturierung von Lägern und der Anstieg der Transportkosten wirken im Berichtszeitraum zudem ergebnisbelastend. Die ergriffenen Maßnahmen zur Effizienzsteigerung der Marketingaktivitäten mit dem Ziel der Kostensenkung entfalten seit dem zweiten Quartal die entsprechende Wirkung. Der Kostenanstieg im ersten Quartal konnte bis zur Jahresmitte dennoch nicht vollständig kompensiert werden. Ein positiver Effekt auf das operative Ergebnis vor Abschreibungen entsteht aus der erstmaligen Anwendung des IFRS 16 durch die Umgliederung von Mietaufwendungen in Abschreibungen.

Abschreibungen. Die Abschreibungen betragen im Berichtszeitraum 6,8 Mio. € nach 3,6 Mio. € im H1 18. Der Anstieg um 88 % resultiert im Wesentlichen aus den Neuregelungen im Zuge der erstmaligen Anwendung von IFRS 16 - Leasingverhältnisse zum 01. Januar 2019.

Finanzen und Recht. Der Aufwand für Finanzen und Recht beliefen sich im Berichtszeitraum auf 3,2 Mio. €, nach 2,6 Mio. € im Vorjahr (+25,6 %). Der Anstieg resultiert im Wesentlichen aus Mehrkosten im Zusammenhang mit der verzögerten Jahresabschlussprüfung 2018.

EBIT. Das EBIT sank im Berichtszeitraum um 426 % auf –10,5 Mio. € (H1 18: 3,2 Mio. €). Dies entspricht einer Umsatzrendite in Höhe von –3,7 % (EBIT in Prozent vom Umsatz, H1 18: 1,1 %).

Ertragsteuern. Das Steuerergebnis für die ersten sechs Monate belief sich auf 2,9 Mio. € (H1 18: –1 Mio. €) und betrifft im Wesentlichen latente Steuern. Dies entspricht einer Steuerquote von 26,5 % (H1 18: 32,5 %).

Konzernergebnis. Das Konzernergebnis betrug im Berichtszeitraum –8 Mio. €, nach einem Vorjahreswert von 2 Mio. €. Das Ergebnis je Aktie belief sich auf –0,64 € (H1 18: 0,16 €).

Vorräte. Größte Position im kurzfristig gebundenen Vermögen sind die Vorräte. Seit Jahresanfang haben sich die Bestände um 0,4 Mio. € auf 99,2 Mio. € verringert (31.12.2018: 99,6 Mio. €). Im Stichtagsvergleich fallen die Vorräte um 5,4 Mio. € höher aus (30.06.2018: 93,8 Mio. €). Dies resultiert zum einen aus dem Absatzrückgang im Geschäft mit Sommerreifen im H1 19, wodurch der Bestand an Sommerreifen im Vorjahresvergleich leicht höher ausfällt. Zudem hat die Gesellschaft in diesem Jahr aufgrund erweiterter Lagerkapazitäten etwas früher mit der Winterbevorratung begonnen. Der Anteil der Vorräte an der Bilanzsumme belief sich zum 30.06.2019 auf 38,4 % (31.12.2018: 42,8 %, 30.06.2018: 42,6 %).

Forderungen. Die Forderungen folgen üblicherweise der Saisonkurve, allerdings sind Stichtags-effekte unvermeidbar. Der Forderungsbestand belief sich zum zurückliegenden Quartalsende auf 43,2 Mio. € (31.12.2018: 43,7 Mio. €, 30.06.2018: 43 Mio. €). Hierbei handelt es sich mit 20 Mio. € um Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (31.12.2018: 24,3 Mio. €, 30.06.2018: 25 Mio. €).

Verbindlichkeiten. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen wurden seit Jahresanfang von 131 Mio. € um 24,5 Mio. € auf 107 Mio. € verringert. Im Stichtagsvergleich fallen die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 18,9 Mio. € höher aus (30.06.2018: 88,1 Mio. €). Im letzten Jahr hatte die Gesellschaft aufgrund der schwierigen Marktsituation einen Teil der zu Ende Juni fälligen Verbindlichkeiten noch vor dem Bilanzstichtag an die Lieferanten beglichen. Im laufenden Jahr hingegen wurden die eingeräumten Zahlungsziele verstärkt genutzt. Der Anteil der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen an der Bilanzsumme betrug 41,4 % (31.12.2018: 56,5 %, 30.06.2018: 40 %).

Liquidität. Die flüssigen Mittel beliefen sich zum 30.06.2019 auf 3,8 Mio. € (31.12.2018: 3,4 Mio. €, 30.06.2018: 4 Mio. €).

Delticom hat im Berichtszeitraum verstärkt vorhandene Kreditlinien zur unterjährigen Finanzierung des Working Capitals in Anspruch genommen. Die Netto-Liquidität (Liquidität abzüglich kurzfristiger Finanzschulden) belief sich zum Stichtag 30.06.2019 dementsprechend auf –63,9 Mio. € (31.12.2018: –23,7 Mio. €, 30.06.2018: –51,6 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 19 auf –25,3 Mio. € (H1 18: –41,3 Mio. €).

Die Investitionen in Sachanlagen beliefen sich im H1 19 auf 1,5 Mio. € (H1 18: 2,2 Mio. €). Hierbei handelt es sich hauptsächlich um Lagerausstattungsinvestitionen. Darüber hinaus hat Delticom im Berichtszeitraum 2,2 Mio. € in immaterielle Vermögenswerte investiert (H1 18: 1 Mio. €). Im Ergebnis betrug der Cashflow aus Investitionstätigkeit –3,6 Mio. € (H1 18: –3,2 Mio. €).

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit betrug im Berichtszeitraum insgesamt 29,4 Mio. €. Dieser resultiert aus Einzahlungen aus der Aufnahme kurzfristiger Finanzschulden aus Kontokorrent in Höhe von 35,4 Mio. €. Die Tilgung von Finanzschulden in Höhe von 6 Mio. € beinhaltet neben der Rückführung bestehender Darlehen insbesondere die Tilgung von Leasingverbindlichkeiten in Zusammenhang mit der erstmaligen Anwendung von IFRS 16 zum 01. Januar 2019.

Ausblick

Aufgrund der schwachen Marktentwicklung liegt die Geschäftsentwicklung im ersten Halbjahr 2019 hinter den Erwartungen zurück. In den zurückliegenden Monaten hat Delticom Maßnahmen zur Effizienzsteigerung hauptsächlich im Marketing und in der Lagerlogistik mit dem Ziel der Kostensenkung ergriffen und verzeichnete in den letzten Monaten eine positive Entwicklung. Zudem werden die planmäßigen Restrukturierungskosten von Allyouneed Fresh im zweiten Halbjahr 2019 deutlich geringer ausfallen als im Berichtszeitraum. Auch in diesem Jahr wird das Wintergeschäft im vierten Quartal für die Entwicklung im Gesamtjahr maßgeblich sein. Für das zweite Halbjahr rechnen wir mit einem positiven Absatztrend.

Vor diesem Hintergrund erwarten wir weiterhin, einen Gesamtjahresumsatz in einer Spanne zwischen 660 Mio. € und 690 Mio. €, einhergehend mit einem EBITDA zwischen 8 Mio. € und 12,5 Mio. €, erreichen zu können.

Erweiterung des Vorstands

Der Aufsichtsrat der Delticom AG hat mit Wirkung zum 15.08.2019 Herrn Thomas Loock zum Finanzvorstand der Gesellschaft berufen. Der Dienstvertrag wurde zunächst für die Dauer von einem Jahr geschlossen. Mit der Erweiterung des Vorstands trägt der Aufsichtsrat den gestiegenen Anforderungen an das Management der Delticom AG vor dem Hintergrund der aktuell schwierigen Markt- und der rückläufigen Geschäftsentwicklung Rechnung. Herr Loock ist 53 Jahre alt und verfügt über mehr als 25 Jahre Berufserfahrung im kaufmännischen Bereich. Seit 2006 hat Herr Loock die Funktion des CFO in verschiedenen international tätigen Unternehmen inne, darunter TNT, DPD und Bofrost. Er ist eine langjährige, international erfahrene und unternehmerisch handelnde Führungspersönlichkeit mit einem breiten Spektrum an Erfahrungswerten in Konzern- und Familienunternehmen mit Hauptaugenmerk auf Kulturentwicklung, Mitarbeiterförderung und Ergebnisorientierung. Damit bringt Herr Loock nicht nur langjährige Erfahrungen aus dem Bereich der internationalen Rechnungslegung (IFRS, HGB, US GAAP) mit, sondern bringt zudem auch zusätzliches Know-how aus dem Bereich der Transportlogistik in das Unternehmen ein.

Der Bericht für das erste Halbjahr 2019 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 Onlinehandel mit Gebrauchtwagen und hochwertigen Gourmet- und Biolebensmitteln 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 und Online-Gebrauchtwagenhandel 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.

2018 hat die Delticom AG einen Umsatz von mehr als 645 Mio. € generiert. In 73 Ländern betreibt der E-Commerce-Spezialist 475 Onlineshops und -vertriebsplattformen und betreut über 14 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 Komplettträder. Kunden können die bestellten Produkte zur Montage auch zu einem der weltweit rund 40.000 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 hochwertiger Gourmet- und Biolebensmittel bietet die Delticom AG ein umfassendes Sortiment aus rund 14.000 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)511-93634-8903

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

E-Mail: melanie.gereke@delti.com