

Delticom veröffentlicht Geschäftsbericht 2015

Hannover, 17. März 2016 - Delticom (WKN 514680, ISIN DE0005146807, Börsenkürzel DEX), Europas führender Internet-Reifenhändler, erzielte im abgelaufenen Geschäftsjahr einen Umsatz von 559,8 Mio. €, ein Anstieg um 11,6 % gegenüber dem Vorjahreswert von 501,7 Mio. €. Im Geschäftsbereich E-Commerce wurde ein Umsatz von 551,3 Mio. € erzielt (2014: 493,4 Mio. €). Das EBITDA sank im Berichtszeitraum von 15,3 Mio. € auf 14,3 Mio. €. Der Rückgang um 6,6 % geht im Wesentlichen mit Einmalaufwendungen im abgeschlossenen Geschäftsjahr einher. Das EBITDA vor Einmalaufwendungen betrug 15,9 Mio. €. Das Ergebnis je Aktie belief sich auf 0,28 € je Aktie (2014: 0,24 €).

Q4 15: Wechselhaftes Wetter

Marktumfeld. Kalte Temperaturen begünstigten hierzulande zu Beginn des vierten Quartals einen frühen Start in das Winterreifengeschäft. Trotz deutlich höherer Absatzzahlen im Oktober wurden im weiteren Verlauf des Schlussquartals die Hoffnungen des Handels auf eine Absatzsteigerung im Geschäft mit Winterreifen enttäuscht. Vorläufige Marktzahlen zeigen eine rückläufige Absatzentwicklung auch für die letzten drei Monaten des Geschäftsjahres 2015.

Umsatz. Insgesamt erzielte die Gesellschaft im vierten Quartal einen Umsatz von 205,6 Mio. € (Q4 14: 187,6 Mio. €, +9,6 %).

Bruttomarge. Um die selbstgesteckten Absatzziele zu erreichen, hat die Gesellschaft in den Onlineshops attraktivere Verkaufspreise angeboten. Für Q4 15 belief sich die quartalsweise Bruttomarge im Konzern auf 23,1 % (Q4 14: 23,3 %).

Marketing. Im vierten Quartal wurden 11,4 Mio. € für Marketingmaßnahmen ausgegeben, ein Anstieg um 29,2 % gegenüber dem Vorjahr (Q4 14: 8,8 Mio. €). Der Aufwand im Verhältnis zum Umsatz im Schlussquartal betrug 5,5 % (Q4 14: 4,7 %).

Personalaufwand. Der Personalaufwand in der Delticom-Gruppe belief sich im Schlussquartal auf 2,2 Mio. € (Q4 14: 4,2 Mio. €, -48,0 %).

EBITDA. Im Q4 15 erzielte die Delticom-Gruppe ein EBITDA in Höhe von 5,7 Mio. €, nach 7,3 Mio. € im Vorjahresquartal. Der Rückgang um 1,6 Mio. € bzw. um 21,8 % resultiert im Wesentlichen aus der reduzierten Bruttomarge im Schlussquartal und dem Anstieg der volumenabhängigen Kosten aufgrund des höheren Absatzes.

Das Geschäftsjahr 2015

Für das europäische Ersatzreifengeschäft rechnen Experten für das abgeschlossene Geschäftsjahr mit einem leichten Absatzplus. In Deutschland hingegen hat sich die Hoffnung des Reifenhandels auf eine positive Trendwende im Geschäft mit privaten Endkunden in 2015 erneut nicht erfüllt. Zum aktuellen Zeitpunkt liegen noch keine verbindlichen Aussagen über die Stückzahlenentwicklung im Geschäft mit Winterreifen vor. In einer ersten vorsichtigen Schätzung zu Beginn des laufenden Jahres geht der Bundesverband Reifenhandel und Vulkaniseur Handwerk e.V. davon aus, dass das Winterreifengeschäft national betrachtet auch 2015 hinter den Zahlen des Vorjahres zurückgeblieben ist.

Umsatz. Im abgelaufenen Geschäftsjahr erlöste die Delticom-Gruppe insgesamt Umsätze in Höhe von 559,8 Mio. €, ein Anstieg um 11,6 % gegenüber dem Vorjahreswert von 501,7 Mio. €. Über die 245 Onlineshops wurde im Geschäftsbereich E-Commerce ein Umsatz von 551,3 Mio. € erzielt (2014: 493,4 Mio. €).

Bruttomarge. Die Bruttomarge (Handelsspanne ohne sonstige betriebliche Erträge) betrug für das abgelaufene Geschäftsjahr 23,6 %, nach 24,5 % im entsprechenden Vorjahreszeitraum.

Personalaufwand. Im Berichtszeitraum beschäftigte der Konzern im Durchschnitt 129 Mitarbeiter, nach 247 im Vorjahr. Im Zuge der vollständigen Integration von Tirendo wurde der Personalbestand in der Gruppe ab der zweiten Jahreshälfte 2014 schrittweise reduziert. Aufgrund der deutlichen Reduzierung des Personalbestands belief sich der Personalaufwand im Berichtszeitraum auf 9,5 Mio. €, ein Rückgang um 39,4 % gegenüber dem Vorjahreswert von 15,6 Mio. €.

Die Personalaufwandsquote (Verhältnis von Personalaufwand zu Umsatzerlösen) betrug im Berichtszeitraum 1,7 % (2014: 3,1 %).

Sonstige betriebliche Aufwendungen. Innerhalb der sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind die Transportkosten die größte Einzelposition. Der Anstieg der Transportkosten von 44,6 Mio. € um 21,3 % auf 54,1 Mio. € geht mit dem höheren Geschäftsvolumen und dem Länder-Mix im Umsatz einher. Der Anteil der Transportkosten am Umsatz belief sich auf 9,7 % (2014: 8,9 %).

Marketing. Der Marketingaufwand betrug im Berichtszeitraum 27,2 Mio. € (2014: 24,2 Mio. €). Der Marketingaufwand im Verhältnis zum Umsatz entspricht einer Quote von 4,9 % (2014: 4,8 %).

EBITDA. Das EBITDA sank im Berichtszeitraum von 15,3 Mio. € auf 14,3 Mio. €. Der Rückgang um 6,6 % geht im Wesentlichen mit Einmalaufwendungen im abgeschlossenen Geschäftsjahr einher. Das EBITDA vor Einmalaufwendungen belief sich auf 15,9 Mio. €.

Abschreibungen. Die Abschreibungen stiegen im Berichtszeitraum von 8,3 Mio. € um 5,2 % auf 8,7 Mio. € an. Der Anstieg begründet sich im Wesentlichen durch eine außerplanmäßige Abschreibung auf Sachanlagen im geschlossenen Lager in Lehrte. Bei Abschreibungen in Höhe von 4,6 Mio. € handelt es sich um sogenannte PPA-Abschreibungen (2014: 5,2 Mio. €).

Einmalaufwendungen. Neben der außerplanmäßigen Abschreibung auf Sachanlagen in Höhe von 1,0 Mio. € im Lager Lehrte sind im Verlauf des Geschäftsjahres auch in den Bereichen Personal, Marketing und Logistik Einmalaufwendungen angefallen. Personalaufwendungen in Höhe von 0,9 Mio. € fielen durch den Weggang früherer Mitarbeiter an. Die Marketingaufwendungen beinhalten 0,4 Mio. € für eine in 2015 testweise durchgeführte Radiokampagne. Im Zusammenhang mit der Schließung des Lagers Lehrte zum Jahresende waren Rückbaumaßnahmen in Höhe von 0,4 Mio. € erforderlich.

EBIT. Das EBIT belief sich im Berichtszeitraum auf 5,6 Mio. € (2014: 7,0 Mio. €, -20,0 %). Dies entspricht einer Umsatzrendite von 1,0 % (2014: 1,4 %).

Ertragsteueraufwand. Der Ertragsteueraufwand belief sich im Berichtszeitraum auf 1,8 Mio. € (2014: 3,4 Mio. €). Dies entspricht einer Steuerquote von 35,1 % (2014: 54,4 %).

Konzernergebnis. Das Konzernergebnis im Geschäftsjahr 2015 betrug 3,4 Mio. €, nach einem Vorjahreswert von 2,9 Mio. €. Dies entspricht einem Ergebnis je Aktie von 0,28 € (unverwässert, 2014: 0,24 €), ein Anstieg um 16,6 %.

Dividende. Vorstand und Aufsichtsrat werden der Hauptversammlung am 03.05.2016 eine Dividende von 0,50 € pro Aktie vorschlagen (Vorjahr: 0,25 €). Im Geschäftsjahr 2014 – dem Jahr nach der Tirendo-Akquisition – hatte die Gesellschaft erstmals in der Unternehmensgeschichte mit einer Dividende in Höhe von 0,50 € je Aktie nur knapp die Hälfte des im Geschäftsjahr 2013 erzielten Ergebnisses je Aktie im Konzern ausgeschüttet. Die Kürzung geschah unter anderem vor dem Hintergrund möglicherweise notwendiger Investitionen in Tirendo. Aufgrund der abgeschlossenen Restrukturierung und den damit einhergehenden Kosteneinsparungen im abgelaufenen Geschäftsjahr 2015, wird ein Teil der in 2014 gebildeten Reserve für die Dividendenzahlung im laufenden Jahr verwendet.

Vorräte. Größte Position im kurzfristig gebundenen Vermögen sind die Vorräte. Sie wurden im Berichtszeitraum um 5,7 Mio. € oder 10,1 % auf 61,8 Mio. € erhöht. Zum Anfang des Winterquartals betrug der Wert der Vorräte 99,5 Mio. €, ein Rückgang um 17,8 Mio. € gegenüber dem Vorjahreswert von 117,4 Mio. €. Um den Lagerumschlag zu erhöhen, hat Delticom in Zusammenarbeit mit den Partnern die Anlieferzeitpunkte im letzten Jahr weiter optimiert. Bei dem Lagerbestand zum 31.12.2015 handelt es sich neben einem Restbestand an Winterreifen bereits auch um Sommerware.

Liquidität. Flüssige Mittel verzeichneten einen Netto-Abgang von 18,5 Mio. €. Somit betrug der Finanzmittelbestand zum 31.12.2015 11,5 Mio. € (Vorjahr: 29,9 Mio. €). Zum Stichtag verfügte das Unternehmen über eine Netto-Liquidität (Liquidität abzüglich kurzfristiger Finanzschulden) in Höhe von 7,1 Mio. € (31.12.2014: 25,3 Mio. €).

Free Cashflow. Der Free Cashflow (operativer Cashflow abzüglich Cashflow aus Investitionstätigkeit) ist im Vorjahresvergleich von 35,0 Mio. € auf –11,7 Mio. € gesunken.

Ausblick.

Zum gegenwärtigen Zeitpunkt besteht für das laufende Jahr noch erhebliche Unsicherheit bezüglich der Markt- und Preisentwicklung. Nach einem leichten Absatzplus im europäischen Ersatzreifengeschäft in 2015, gehen wir auch für 2016 von einer ähnlichen Entwicklung aus.

Aufgrund der europaweit kalten Temperaturen konnte das Sommerreifengeschäft bislang nicht von einem frühen Start profitieren. Die Abverkaufspreise liegen aktuell unter dem Niveau des Vorjahres. Die Preisentwicklung in den kommenden Wochen wird wesentlich vom Verlauf der Sommersaison abhängen.

Experten rechnen ab Mitte des Jahres mit steigenden Rohstoffkosten. Es bleibt abzuwarten, inwieweit sich diese Annahme erfüllen wird. Über eine mögliche Preisentwicklung im Geschäft mit Winterreifen sind so früh im Jahr noch keine verlässlichen Aussagen möglich.

Umsatz und EBITDA Reifen & Autozubehör sollten sich erhöhen.

Die Preisentwicklung im europäischen Ersatzreifengeschäft können wir zu Beginn des laufenden Jahres kaum abschätzen. Unser Ziel ist es, den Absatz auch in 2016 gegenüber Vorjahr zu steigern und unsere Marktführerschaft weiter auszubauen. Wir rechnen damit, dass sich der Umsatz mit Reifen und Autozubehör im laufenden Geschäftsjahr auf ca. 600 Mio. € erhöhen wird. Aufgrund von Kosteneinsparungen im Bereich Personal, Marketing und Logistik erachten wir ein EBITDA von 18 Mio. € im Gesamtjahr bei positivem Geschäftsverlauf als erreichbar. Das EBIT sollte in unserem Kerngeschäft von 5,6 Mio. € auf über 13 Mio. € steigen. Diese deutliche Verbesserung des operativen Ergebnisses bedingt sich durch geringere PPA-Abschreibungen resultierend aus dem Kauf von Tirendo und dem Wegfall der Sonderabschreibung auf Sachanlagen.

Food. Im Bereich Food, der Ende Februar 2016 akquiriert wurde, rechnen wir für das Gesamtjahr 2016 mit einem Umsatz in Höhe von ca. 20 - 30 Mio. €. Das EBITDA sollte gemäß unserer Planung bei ca. -2 Mio. € liegen. Zum aktuellen Zeitpunkt rechnen wir mit einem EBIT von

ca. -5 Mio. €. Da die Kaufpreisallokation aktuell noch nicht final abgeschlossen ist, kann die voraussichtliche Höhe der PPA-Abschreibungen bislang nur grob geschätzt werden.

Der vollständige Bericht für das Geschäftsjahr 2015 steht auf der Internetseite www.delti.com im Bereich "Investor Relations" zum Download zur Verfügung.

Unternehmensprofil:

Delticom ist Europas führender Onlinehändler für Reifen und Autozubehör. Gegründet im Jahr 1999 betreibt das Unternehmen aus Hannover heute in 45 Ländern mehr als 300 Onlineshops und Webseiten, darunter ReifenDirekt in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Zur Delticom-Gruppe gehören auch die Shops von Tirendo. Die breite Produktpalette für Privat- und Geschäftskunden umfasst mehr als 100 Marken und über 25.000 Modelle von Reifen für Pkw, Motorräder, Lkw, Nutzfahrzeuge und Busse sowie Komplettträder. Über 300.000 Kfz-Neuteile, darunter Motorenöle, Autoersatzteile und Autozubehör runden das Angebot ab.

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 42.000 Servicepartner liefern lassen (allein 9.500 in Deutschland), die professionell und kostengünstig die Reifen am Kundenfahrzeug montieren.

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
Email: melanie.gereke@delti.com