

Delticom veröffentlicht Q3-Geschäftsverlauf

Hannover, 14. November 2017 – Die Delticom AG (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 mit der vorliegenden Zwischenmeldung die wesentlichen Eckpunkte zum Geschäftsverlauf im dritten Quartal 2017.

Im dritten Quartal erzielte die Gesellschaft Umsatzerlöse in Höhe von 129 Mio. € (2016: 117 Mio. €, +9,8 %). Damit weist die Delticom-Gruppe in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres einen Umsatz von 426 Mio. € aus. Dies entspricht einer Steigerung von 8,5 % gegenüber dem Vorjahr (9M 16: 393 Mio. €). In ihrem Kerngeschäft – dem Online-Reifenhandel in Europa – hat die Delticom-Gruppe in 9M17 den Umsatz planmäßig gesteigert. In den USA wurde der Wachstumstrend der ersten Jahreshälfte im Q3 weiter fortgesetzt. Auch die positive Entwicklung in den neuen Geschäftsbereichen eFood und Logistikservices sowie dem Gebrauchtwagenhandel trug auf Neunmonatssicht zur Umsatzsteigerung im Konzern bei.

Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) liegt nach Ablauf der ersten neun Monate auf Vorjahresniveau. Um Autofahrer frühzeitig zum Kauf neuer Winterreifen zu animieren, hat Delticom schon im September begonnen, attraktivere Preise anzubieten.

Dank der in der zweiten Jahreshälfte getätigten Investitionen in die Infrastruktur der bestehenden Reifenlager in Höhe von 1,5 Mio. €, hat die Gesellschaft die tägliche Versandkapazität pünktlich vor Beginn der Wintersaison weiter erhöht. Zur Finanzierung der Ausstattungsinvestitionen hat Delticom im dritten Quartal ein Mittelfrist-Darlehen in Höhe von 5 Mio. € aufgenommen.

Die Liquidität belief sich zum Quartalsende auf 5,0 Mio. € (30.09.2016: 6,6 Mio. €, 31.12.2016: 6,7 Mio. €).

Aktuelle Entwicklungen

Marktexperten gehen davon aus, dass der Absatz von Pkw-Ersatzreifen vom Handel an den Verbraucher in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres mit -1 % hierzulande erneut leicht rückläufig war. Die von Delticom in ihrem Kerngeschäft erzielten Umsatzzuwächse unterstreichen nicht nur die stetig zunehmende Online-Akzeptanz der Autofahrer, sondern auch die hohe E-Commerce-Kompetenz des in Hannover ansässigen Unternehmens. Wenngleich in den USA die Internetpenetration bei Reifen nach Meinung von Experten noch deutlich geringer ausfällt als in Europa, entdecken auch dort immer mehr Autofahrer die Vorteile des Online-Reifenkaufs. Dank der Umstellung auf ein neues Shopsystem und verstärktes Multi-Channel-Marketing erschließt Delticom in den USA zunehmend neue Kundengruppen und verzeichnete dementsprechend in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres ein deutliches Umsatzplus gegenüber Vorjahr.

Im September dieses Jahres wurde Delticom's Expertise im Onlinehandel und Automotive von Verbrauchern bestätigt: ReifenDirekt.de landete im Rahmen einer großen Befragung des deutschen Nachrichtensenders n-tv und des Deutschen Instituts für Servicequalität (DISQ) in der Kategorie Kfz-Zubehör unter den Top 3 und ist damit Preisträger des Awards „Deutschlands beste Online-Shops 2017“.

Kunden von Delticom sollen auch zukünftig von umfassenden Serviceangeboten profitieren. Um den Reifenkauf für sie noch einfacher und komfortabler zu machen, setzt die Gesellschaft bereits seit vielen Jahren erfolgreich auf das Konzept der Montage-Partnerschaft. Mit dem Ziel, die Offline- und die Online-Welt noch stärker miteinander zu verknüpfen, hat Delticom das MobileMech-Franchise-Konzept für den mobilen Reifen- und Autoservice entwickelt und die ersten Fahrzeuge im Oktober an ausgewählte deutsche Franchisenehmer übergeben. Bis Jahresende soll die regionale Abdeckung hierzulande dank weiterer Partner zusätzlich erhöht werden.

Mit AutoPink, ein in Frankreich beheimateter Online-Anbieter für Gebrauchtwagen, hat Delticom im November des letzten Jahres durch den Erwerb der wesentlichen Vermögenswerte ihr Produktangebot im Bereich Automotive vervollständigt. In Filialen oder beim Kunden zu Hause nehmen ausgewählte Experten anhand der zuvor vom Kunden online bereit gestellten

Informationen eine Überprüfung des Fahrzeugs vor und erstellen anschließend ein Ankaufsangebot. Das Filialnetz von AutoPink wurde in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres auf rund 20 Niederlassungen in Frankreich erweitert. Kunden profitieren von einer umfassenden und kostenlosen Bewertung der Fahrzeuge durch die Autoexperten sowie von fairen und marktgerechten Ankaufspreisen.

Auch im Bereich der Kleinteile-Logistik überzeugt Delticom durch Kompetenz: die Gesellschaft betreibt im Auftrag ihres Kunden Alnatura bereits erfolgreich den Onlineshop alnatura-shop.de. Seit dem 1. August dieses Jahres wickelt die DeltiLog GmbH (ehemals ES Food GmbH, eine 100%ige Tochter der Delticom AG) zusätzlich den kosteneffizienten Versand des Trockensortiments von Büttings Online-Lebensmittelhändler Mytime ab.

Gourmondo, der Onlineshop für Delikatessen, Feinkost, Wein und hochqualitative Lebensmittel, hat in ersten neun Monaten 2017 den Umsatz im Vergleich zum Vorjahr weiter erhöht. Damit zeigt sich, dass sich das Bewusstsein für qualitativ hochwertige Lebensmittel in der Internet-affinen Klientel immer weiter durchsetzt. In Vorbereitung auf das Weihnachtsfest und damit auf die umsatzstärksten Wochen eines Jahres wurde die Auswahl an Gourmet-Lebensmitteln und Spirituosen auf Gourmondo zusätzlich erweitert.

Das Geschäft im vierten Quartal

Der Oktober 2017 gehörte deutschlandweit zu den zehn wärmsten Oktobermonaten seit dem Beginn der flächendeckenden Temperaturlaufzeichnungen im Jahr 1881. In der zweiten Dekade sorgte ein kräftiges Hochdruckgebiet deutschlandweit für ungewöhnlich warme Temperaturen mit örtlich bis zu 28 Grad Celsius (°C). Erst Ende des Monats brachte ein Wetterumschwung landesweit wieder kühlere Temperaturen mit sich. Erste Schätzungen sagen, dass im Oktober 2017 der Absatz von Pkw-Ersatzreifen vom Handel an den Verbraucher in Deutschland etwas über 10 % unter dem des letzten Jahres lag. Im vergangenen Jahr sanken die Temperaturen hierzulande bereits in den letzten Tagen der ersten Monatshälfte nachts gebietsweise in den Frostbereich. (Quelle: Deutscher Wetterdienst, DWD). Dank einer aktiven Preisgestaltung in ihren Onlineshops konnte die Delticom-Gruppe das Winterreifengeschäft dennoch beleben und den Umsatz im Oktober gegenüber Vorjahr steigern.

Gesamtjahresprognose

Wenngleich hierzulande Schneefälle bis in die tiefen Lagen bislang ausgeblieben sind, werden wir selbst im Falle eines milden Winters unser ursprünglich prognostiziertes Umsatzjahresziel von 650 Mio. € sehr wahrscheinlich übertreffen (Umsatz 2016: 606,6 Mio. €). Der anhaltende Konsolidierungseffekt belastet nach wie vor das Preisniveau im europäischen Reifenhandel. Sollte in diesem Jahr der Stimulus Schnee weitestgehend ausbleiben, so könnten in Anlehnung an die Marktentwicklung in den kommenden Wochen weitere Preismaßnahmen erforderlich werden. Die Erreichung unserer Gesamtjahresprognose für das EBITDA in Höhe von 16 Mio. € ist daher zum aktuellen Zeitpunkt mit einer gewissen Unsicherheit behaftet. Diese resultiert sowohl aus dem nicht bis zum Jahresende prognostizierbaren Wettertrend als auch aus der unklaren Markt-, Preis- und Mengenentwicklung. Diese vier Einflussfaktoren – Wetter, Markt, Preis und Menge – lassen sich nur mit einem hohen Grad an Fehleranfälligkeit mit Wahrscheinlichkeiten hinterlegen. Inwieweit ein etwaiger Mehrumsatz ausreichen wird, um einen möglichen Kosten- und Margeneffekt auszugleichen, lässt sich derzeit dementsprechend noch nicht abschätzen.

Unternehmensprofil:

Die Delticom AG ist ein vornehmlich in Europa und den USA tätiges E-Commerce-Unternehmen mit Know-how im Aufbau und Betrieb von Online-Shops, 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. Neben dem Design gehören auch die Bereitstellung von Produktbeschreibungen sowie ein umfangreicher Kundenservice in Landessprache zu ihrer Kompetenz. Das Know-how beim grenzüberschreitenden E-Commerce sowie die Etablierung von effizienten Lager- und Logistikprozessen finden nicht nur beim Reifenhandel, Online-Gebrauchtwagenhandel und im eFood-Geschäft Anwendung, sondern werden 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.

Im ersten Halbjahr 2017 hat die Delticom AG einen Umsatz von mehr als 297 Mio. € generiert. 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 Komplettträder. 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. Im Bereich eFood bietet die Delticom AG ein umfassendes Sortiment aus rund 20.000 verschiedenen Lebensmitteln an.

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