

Delticom veröffentlicht vorläufige Zahlen zum Geschäftsjahr 2011

Hannover, 19. Januar 2012 – Für Delticom (WKN 514680, ISIN DE0005146807, Börsenkürzel DEX), Europas führenden Internet-Reifenhändler, war 2011 erneut ein erfolgreiches Jahr. Gemäß der heute veröffentlichten vorläufigen Zahlen wurde der Umsatz im abgelaufenen Geschäftsjahr um 14,4% auf 480,0 Mio. € und das EBIT um 9,6% auf 52,2 Mio. € gesteigert. Das Ergebnis je Aktie legte um 8,4% auf 2,99 € zu.

Q4'11: Erfolgreiches Quartal trotz mildem Winter

Nachdem im Winter 2010 heftige Schneefälle für einen hervorragenden Saisonverlauf gesorgt hatten, sah sich der europäische Reifenhandel im Schlussquartal 2011 mit sehr milden, schneearmen Wetterbedingungen konfrontiert. Branchenverbände gehen aktuell davon aus, dass der Reifenfachhandel deutlich weniger Reifen abgesetzt hat als 2010.

Delticom hingegen konnte mit der Inbetriebnahme eines neuen Großlagers frühzeitig Ware einlagern und den Kunden über die gesamte Saison hinweg attraktive Preise anbieten. Damit ist es dem Unternehmen gelungen, trotz der ungewöhnlich starken Vorjahresbasis den Absatz nochmals zu steigern. Der Quartalsumsatz legte um 12,1% auf 182,3 Mio. € zu (Q4'10: 162,6 Mio. €).

Knappheitsbedingt sprunghaft ansteigende Preise wie im Winter 2010 hat es in den zurückliegenden Monaten erwartungsgemäß nicht gegeben. Demzufolge ist die Bruttomarge (Handelsspanne ohne sonstige betriebliche Erträge) mit 28,4% auf ein normaleres Niveau zurückgekommen (Q4'10: 30,6%). Die im Q4'11 erzielte EBIT-Marge betrug 13,2% (Q4'10: 15,2%).

Das Geschäftsjahr 2011

Umsatz. Über das Gesamtjahr hinweg entwickelten sich die Verkaufspreise vorteilhaft, der Mix blieb stabil und die Mengenentwicklung war zufriedenstellend. Insgesamt erzielte Delticom Umsätze in Höhe von 480,0 Mio. €, ein Plus von 14,4% gegenüber dem Vorjahreswert von 419,6 Mio. €. Der Umsatz im Geschäftsbereich E-Commerce legte im Vorjahresvergleich um 12,9% von 403,7 Mio. € auf 455,6 Mio. € zu. Im Geschäftsbereich Großhandel stieg der Umsatz um 53,4%. Er betrug 24,4 Mio. €, nach einem Vorjahresumsatz von 15,9 Mio. €.

Bruttomarge. Der Materialaufwand erhöhte sich im Berichtszeitraum von 300,1 Mio. € um 16,3% auf 349,1 Mio. €. Delticom hat 2011 dabei mit eigener Lagerware einen größeren Anteil am Gesamtumsatz erzielt als in den zurückliegenden Jahren. In einem Umfeld steigender Einkaufspreise konnte dadurch der Preisauftrieb zumindest teilweise abgemildert werden. Dank des höheren Volumens profitierte das Unternehmen auch von Skaleneffekten im Einkauf. Vorallem aufgrund des Winterquartals fiel die Bruttomarge 2011 allerdings mit 27,3% niedriger aus als im vorangegangenen Jahr (2010: 28,5%).

Personalaufwand. Aufgrund der effizienten betrieblichen Abläufe konnte die Anzahl der Mitarbeiter 2011 trotz des gestiegenen Transaktionsvolumens weiterhin niedrig gehalten werden: Im Berichtszeitraum beschäftigte das Unternehmen im Durchschnitt 116 Mitarbeiter (2010: 101). Der Personalaufwand belief sich auf 7,2 Mio. € (Vorjahr: 6,8 Mio. €). Die Personalaufwandsquote (Verhältnis von Personalaufwand zu Umsatzerlösen) in Höhe von 1,5% ist im Berichtszeitraum gegenüber Vorjahr leicht gesunken (2010: 1,6%).

Sonstige betriebliche Aufwendungen. Insgesamt stiegen im abgelaufenen Geschäftsjahr die sonstigen betrieblichen Aufwendungen im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum von 69,5 Mio. € um 11,8% auf 77,7 Mio. €.

Innerhalb der sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind die Transportkosten die größte Einzelposition. Diese erhöhte sich mit dem gestiegenen Geschäftsvolumen von 34,5 Mio. € um 8,5% auf 37,5 Mio. €. Der Anteil der Transportkosten am Umsatz hat sich von 8,2% auf 7,8% verringert. Grund hierfür war der Preiseffekt im Umsatz im abgelaufenen Geschäftsjahr. Zusätzlich wirkten Skaleneffekte aus der zentralisierten Lagerinfrastruktur kostendämpfend.

Der Marketingaufwand betrug 9,9 Mio. €, nach 9,0 Mio. € für 2010. Wie im Vorjahr entspricht dies einer Quote von 2,1% vom Umsatz.

Abschreibungen. Im Zuge des schrittweisen Ausbaus der Lagerkapazität und der dafür notwendigen Ausstattungsinvestitionen stiegen die Abschreibungen von 1,3 Mio. € in 2010 um 62,3% auf 2,1 Mio. € an. Die wertmäßig geringen Abschreibungen zeigen, dass das Geschäft der Delticom nach wie vor wenig kapitalintensiv ist.

Ergebnisentwicklung. Das EBIT verbesserte sich von 47,6 Mio. € um 9,6% auf 52,2 Mio. €. Insbesondere aufgrund des außerordentlich margenstarken Schlussquartals 2010 hatte das Management mit einem deutlichen Rückgang der Profitabilität für das Gesamtjahr gerechnet. Allerdings fiel die EBIT-Marge mit 10,9% (2010: 11,3%) dann doch etwas besser aus als erwartet.

In Folge anhaltend geringer Euro-Geldmarktzinsen verharnte der Finanzertrag unverändert bei 0,1 Mio. €. Dem stand ein Zinsaufwand in annähernd gleicher Höhe für Provisionen sowie Zinskosten für die kurzfristige Ausnutzung von Kreditlinien gegenüber.

Der Ertragsteueraufwand belief sich auf 16,8 Mio. € (Vorjahr: 15,1 Mio. €). Die Steuerquote betrug 32,2% (2010: 31,6%). Das Konzernergebnis belief sich auf 35,4 Mio. €, nach einem Vorjahreswert von 32,6 Mio. €. Für das abgelaufene Geschäftsjahr errechnet sich ein Ergebnis je Aktie von 2,99 € (unverwässert, 2010: 2,76 €), ein Plus von 8,4%.

Working Capital. Ausgehend von den Beständen zu Jahresbeginn (31.12.2010: 52,2 Mio. €), die aufgrund marktweiter Knappheiten ungewöhnlich niedrig waren, stiegen die Vorräte bis zum Bilanzstichtag auf 106,5 Mio. € an. Dies entspricht 64,0% der Bilanzsumme von 166,5 Mio. €. Das Unternehmen ist für die kommende Sommersaison gut gerüstet. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sind

im Vorjahresvergleich lediglich um 29,0% von 53,6 Mio. € auf 69,1 Mio. € gestiegen. Das Management plant, auch weiterhin einen erheblichen Anteil der Verbindlichkeiten vorfristig abzulösen. Einschließlich der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von 10,1 Mio. € (31.12.2010: 10,9 Mio. €) belief sich die Kapitalbindung im Working Capital zum Bilanzstichtag auf 43,6 Mio. € (31.12.2010: 1,8 Mio. €).

Cashflow und Liquiditätsentwicklung. Aufgrund der Ausweitung des Working Capitals betrug der Cashflow aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit –9,6 Mio. € (2010: 51,7 Mio. €). Delticom hat im Verlauf des Jahres 8,4 Mio. € in Sachanlagen investiert, überwiegend in Infrastruktur im Zusammenhang mit der Inbetriebnahme des neuen Lagers. Mit einer Liquidität von 22,2 Mio. € (31.12.2010: 67,8 Mio. €) und der zusätzlichen Finanzierungsmöglichkeit aus bislang ungenutzten Kreditlinien hat das Unternehmen genügend flüssige Mittel, um das Geschäft in den nächsten Monaten weiter voranzutreiben.

Ausblick

In den vergangenen Monaten haben Volkswirte die Wachstumsraten für Europa schrittweise nach unten revidiert. Allgemein wird erwartet, dass der Sparkurs der Regierungen und die zunehmende Arbeitslosigkeit ein schwächeres Konsumklima zur Folge haben werden. Branchenexperten erwarten, dass dies auch am europäischen Reifenhandel nicht spurlos vorüber gehen wird.

Der Anteil online verkaufter Reifen in Europa ist allerdings noch vergleichsweise gering. Gleichzeitig kommen immer mehr Autofahrer ins Internet und suchen nach günstigen Angeboten. Delticom als Marktführer im Online-Reifenhandel wird von dieser Entwicklung profitieren. Selbst für den Fall, dass sich in 2012 Markt- und Wetterbedingungen nicht besser darstellen sollten als im letzten Jahr, hält das Management ein Umsatzplus von 10% für erreichbar. Bei Margen auf Vorjahresniveau sollte das Ergebnis entsprechend der Umsatzentwicklung wachsen können.

Der vollständige Bericht für das Geschäftsjahr 2011 wird am 22.03.2012 auf der Internetseite www.delti.com im Bereich "Investor Relations" zum Download zur Verfügung gestellt.

Unternehmensprofil:

Delticom, Europas führender Reifenhändler im Internet, wurde 1999 in Hannover gegründet. Das Unternehmen bietet Privat- und Geschäftskunden in über 100 Online-Shops in 41 Ländern ein beispiellos breites Sortiment aus Pkw-Reifen, Motorradreifen, Fahrradreifen, Leicht-Lkw- und Lkw-Reifen, Busreifen, Spezialreifen, Komplettträgern (vormontierte Reifen auf Felgen), ausgesuchten Pkw-Ersatzteilen und Zubehör, Motoröl und Batterien. Die unabhängige Testplattform reifentest.com bietet Kunden eine neutrale Entscheidungshilfe, bevor sie aus mehr als 100 Reifenmarken und 25.000 Modellen den passenden Reifen auswählen. Geliefert wird je nach Kundenwunsch direkt nach Hause, an einen der weit mehr als 30.000 Servicepartner – Werkstätten, mit denen Delticom kooperiert und die eine Direktlieferung von Reifen an ihre Adresse zur Montage am Kundenfahrzeug ermöglichen – oder an eine andere gewünschte Lieferadresse. Im Geschäftsbereich Großhandel verkauft Delticom Reifen an Großhändler im In- und Ausland.

Im Internet unter www.delti.com

Deutschsprachige Online-Reifen-Shops: www.reifendirekt.de, www.reifendirekt.at, www.reifendirekt.ch

Kontakt:

Melanie Gereke
Brühlstraße 11
30169 Hannover
Telefon: +49-511-93634-8903
E-Mail: melanie.gereke@delti.com