

Creditreform Rating-Summary zum Unternehmensrating

Informationstableau

getgoods.de AG (Konzern)		Rating: BB	PD 1-jährig: 1,05%
		Erstellt am:	04.09.2013
Creditreform ID:	5050168852	Gültig bis max.:	03.09.2014
Vorstände:	Markus Rockstädt-Mies (CEO) Sebastian Jarantowski (CFO) Dr. Thomas-Markus Dubon (COO)	Mitarbeiter 2012	184
		Gesamt- leistung	402,58 Mio. € (Gj 2012)
Branche:	Sonstiger Versand- und Internet-Einzelhandel		

Hinweis:

Zu dieser Rating-Summary wurde der getgoods.de AG ein umfassender Ratingbericht inkl. Zertifikat ausgehändigt. Dieser enthält umfassende Informationen zum Rating des Unternehmens. Bei Unstimmigkeiten ist der Ratingbericht maßgeblich. Eine Veröffentlichung der Inhalte des Berichts von Seiten der Creditreform Rating AG ist ausgeschlossen.

Zusammenfassung

Die getgoods.de AG betreibt seit rd. sechs Jahren verschiedene Online-Shops im schnell wachsenden E-Commerce-Geschäft in Deutschland. Der Produktfokus liegt neben Telekommunikations- und IT-Produkten auf Unterhaltungselektronik, weißer und brauner Ware. Darüber hinaus bietet das Unternehmen auch Spielzeug sowie Freizeit- und Baumarktartikel an. Der Konzern erzielte auf Basis des konsolidierten Jahresabschlusszahlen im Geschäftsjahr 2012 mit durchschnittlich 184 Mitarbeitern einen Umsatz von 402,6 Mio. € (Vorjahr 316,9 Mio. €) und einen Jahresüberschuss von 1,0 Mio. € (Vorjahr 4,1 Mio. €).

getgoods.de AG (Konzern) Konzernabschluss zum 31.12.	Strukturbilanz (Konzern)	
	2012	2011 ¹
Bilanzsumme	108,54 Mio. €	54,32 Mio. €
Eigenkapitalquote	32,02 %	24,30 %
Umsatz	402,58 Mio. €	316,86 Mio. €
Jahresüberschuss	1,01 Mio. €	4,13 Mio. €
Gesamtkapitalrendite	3,71 %	8,73 %
Umsatzrendite	0,72 %	2,01 %
Cashflow zur Gesamtleistung	0,72 %	1,47 %

Der getgoods.de AG (Konzern) wird eine befriedigende Bonität attestiert, die im Vergleich zur Gesamtwirtschaft einer überdurchschnittlichen Beurteilung entspricht.

Strukturinformationen

Die getgoods.de AG mit Sitz in Frankfurt (Oder) ist eine börsennotierte Aktiengesellschaft nach deutschem Recht, welche unter der WKN/ISIN: 556060/DE0005560601 seit dem 27. März 2012 im Entry Standard der Frankfurter Wertpapierbörse notiert ist.

¹ Hierbei handelt es sich um den Pro-forma Konzernjahresabschluss der getgoods.de AG

Die getgoods.de AG ist die Obergesellschaft des getgoods.de Konzerns und fungiert als Holdinggesellschaft für ihre im E-Commerce-Handel tätigen Tochtergesellschaften. Die beiden bisherigen 100% igen Tochtergesellschaften, die HTM Handy-Trends + More GmbH und die HOH Home of Hardware GmbH haben zwischenzeitlich umfirmiert in die getgoods.de Vertriebs GmbH (im Folgenden getgoods Vertrieb genannt) und in die getgoods.de Media GmbH (im Folgenden getgoods Media genannt). Hinzu gekommen sind im ersten Halbjahr 2013 die Logistik-Tochter getgoods.de Logistik GmbH und die xgsm.com GmbH, welche seit 2007 insbesondere IT- und Telekommunikationsprodukte an den internationalen Großhandel vertreibt. Zu den Hauptaufgaben der getgoods.de AG gehören die Strategieentwicklung und die Finanzierung ihrer Konzerngesellschaften.

Aufgrund einer zum Ende des Geschäftsjahres 2012 durchgeführten Kapitalerhöhung hat sich die Aktionärsstruktur der getgoods.de AG gegenüber Vorjahr verändert. Hinzugekommen ist ein institutioneller Investor. Da die Altaktionäre von Ihrem Bezugsrecht weitgehend kein Gebrauch gemacht haben, hat der neue Investor im Wege einer Nachplatzierung neue Aktien (4.000.000 Stk.) zum Bezugspreis von 2,90 € je Aktie erworben. Die Aktionärsstruktur setzt sich aktuell wie folgt zusammen: TM Invest GmbH (23,56 %), institutioneller Investor (22,17%), Free Float (20,26%), Markus Rockstädt-Mies (18,72 %) und Matthias Lingk (15,29 %). Das Management des Unternehmens hält nunmehr in Summe 57,57 % der Aktien.

Markt und Produkte

Die getgoods.de AG (Konzern) ist im B2C-Online-Versandhandel sowie im B2B-Handel (z.B. mit Universitäten, öffentlichen Einrichtungen sowie Händlern- und Fachhändlern) in Deutschland tätig. Die getgoods.de AG vertreibt am Standort in Frankfurt (Oder) Telekommunikations- und IT-Produkte über verschiedene Online-Plattformen im weiterhin weltweit schnell wachsenden E-Commerce-Geschäft. 2012 hat der Konzern sein Produktangebot deutlich ausgebaut und gegenüber 2011 weiter diversifiziert. Dies spiegelt sich auch in der Entwicklung des abgesetzten Produktmixes wider. Konzentrierte sich das Geschäft in 2011 noch auf Mobiltelefone (85 %), IT und Zubehör (15 %), so ist der Umsatzanteil der Mobiltelefone in 2012 auf 44 % gesunken und der Anteil der IT und des Zubehörs auf in Summe 38 % angestiegen. Durch die Ausweitung des Online-Handels mit weißer Ware (10 %) und brauner Ware (8 %) hat sich das Unternehmen im Endkundengeschäft nunmehr wesentlich breiter aufgestellt. Darüber hinaus bietet die getgoods.de AG zwischenzeitlich auch Spielzeug sowie Freizeit- und Baumarktartikel an. Entsprechend ist die reine Spezialisierung auf das Online-Geschäft mit Handys aufgegeben worden. Mit den wesentlichen Onlineshops wie www.getgoods.de, www.hoh.de und www.handyshop.de, diversen Preissuchmaschinen sowie externen E-Commerce Plattformen auf Amazon und eBay, verfügt der Konzern über ein breit diversifiziertes Angebotsportfolio und Vertriebskanäle. In der Gesamtentwicklung ist somit ein konsequenter Ausbau des Produktportfolios hin zum Vollsortimenter erfolgt. Rund 92 % der Shop-Umsätze werden in Deutschland getätigt. Die im Ausland getätigten Umsätze von 8 % entfallen hierbei wesentlich auf den Online-Handel mit Endkunden im europäischen Ausland.

Nach Angaben des Bundesverbandes des Deutschen Versandhandels e. V. (bvvh) betrug das Gesamtmarktvolumen des Versandhandels in Deutschland 2012 rd. 39,3 Mrd. € (Vorjahr 34,0 Mrd. €) und ist somit gegenüber Vorjahr um 15,6 % angewachsen. Der Anteil des Online-Handels am Versandhandel ist gegenüber Vorjahr von 63,8 % auf 70,2 % gestiegen. Die Umsatzerlöse haben sich in diesem Zeitraum von 21,7 Mrd. € auf 27,6 Mrd. € erhöht und sind somit überproportional zum Versandhandel um 27,1 % gestiegen. Der Umsatz des getgoods.de Konzerns ist im abgelaufenen Geschäftsjahr ebenfalls um rd. 27 %² angestiegen. Entsprechend ist die Unternehmensgruppe in den relevanten Produktgruppen im Gleichschritt mit dem Marktwachstum bzw. der gestiegenen Nachfrage im wettbewerbsintensiven und preissensiblen Online-Handel gewachsen. Trotz der gegenüber Vorjahr gesunkenen Wachstumsrate des Umsatzes gehört die getgoods.de AG weiterhin zu den derzeit am schnellsten wachsenden Online-Händlern für Konsumenten-Elektronik-Artikel bzw. Unterhaltungselektronik in Deutschland. Nach Gründung im Jahr 2007 hat die Unternehmensgruppe nunmehr eine führende und für seine marktmächtigen Wettbewerber wie Amazon, wahrnehmbare und relevante Position in diesem Marktsegment aufgebaut.

Die verschiedenen Online-Shops des getgoods.de Konzerns wurden 2012 in Summe von rd. 15 Mio. "Unique Visitors" besucht. Die Gesamtzahl der Internet-Aufrufe bzw. Besuche betrug 21 Mio. Die Anzahl der kaufenden Kunden beträgt aktuell ca. 3,4 Mio. Aufgrund der hohen Transparenz des Internets und des intensiven Preiswettbewerbs besteht eine relative Abhängigkeit von Preisvergleichsportalen, dennoch konnte der Anteil der Stammkunden von getgoods.de von 4 % in 2011 auf 12 % ausgeweitet werden. Servicequalität, schnelle

² Im Vergleich zu den Pro-forma Konzern-Umsatzerlösen der getgoods.de AG von 2011

Abwicklung der Kauforder und Zufriedenheit mit dem Produkt entscheidet wesentlich darüber, ob Kunden erneut bei der getgoods.de AG einkaufen. Der Mehrwert für Internet-Kunden, welche die Onlineshops der getgoods.de AG besuchen und dort einkaufen, lässt sich wie folgt zusammenfassen:

- Es erfolgt ein permanenter Ausbau des Warenspektrums in Qualität und Quantität
- Durch echte 3D-Scans bzw. 360 ° Ansichten der Produkte, Unboxing Videos, Kundenbindung über Social Media, tagesaktuelle News und regelmäßige Verlosungen im Blog wird ein Käuferlebnis für die Kunden generiert
- Mit der Erweiterung/Vergrößerung des Logistikzentrums in Frankfurt (Oder) wird die getgoods.de AG zunehmend als Dienstleister in diesem Bereich auftreten und die bereits in 2013 begonnenen Logistikdienstleistungen durch die zu diesem Zweck gegründete getgoods.de Logistik GmbH als weitere strategische Geschäftssäule ausweiten.

Im Wesentlichen aufgrund der hohen Transparenz und Preisvorteile sowie der Zeitersparnis beim Einkauf im Internet ist zu erwarten, dass sich die Verschiebung der Nachfrage vom stationären Einzelhandel und Versandhandel zum Online-Versandhandel im B2C- und B2B-Geschäft weiter fortsetzen wird. Entsprechend gehen wir davon aus, dass auch die getgoods.de AG von diesem Marktwachstum weiter profitieren wird.

Strategie

Die getgoods.de AG verfolgt die Strategie, über die Erhöhung der auf den eigenen Internetseiten gelisteten Produkte sowie über den Auf- und Ausbau neuer Warengruppen kontinuierlich und insbesondere im B2C-Geschäft weiter zu wachsen und sich als Vollsortimenter im deutschen Onlinehandel zu etablieren. Zur Vergrößerung der Kundenbasis und Erhöhung des Marktanteils plant das Unternehmen auch, weitere Akquisitionen bzw. Übernahmen von Online-Shops zu tätigen. Durch die Erweiterung des Produktportfolios mit insbesondere margenstarken Artikeln sowie eine verstärkte Nutzung von Saisonprodukten sollen zusätzliche Geschäftspotentiale erschlossen werden und saisonale Schwankungen außerhalb des Weihnachtsgeschäftes geglättet werden. Mit ihrer Mehrmarkenstrategie sowie der Etablierung von interaktiven Onlineshops beabsichtigt die getgoods.de AG sich zunehmend von der Vielzahl ihrer Wettbewerber erfolgreich abzugrenzen.

Im Rahmen dieser Wachstums- und Expansionsstrategie sollen höhere Skaleneffekte in der Beschaffung, beim Marketing und in der Logistik realisiert werden. Ziel ist es die Kundenbindung zu festigen, den bisher durch konsequente Marketingaktivitäten (Sportsponsoring / Webmarketing etc.) erfolgten Markenaufbau der Marke getgoods weiter voranzutreiben und auf diesem Wege, den Bekanntheitsgrad der Dachmarke getgoods weiter zu erhöhen. Dadurch soll der Kostenaufwand für Preis-Suchmaschinen und E-Commerce-Plattformen kontinuierlich reduziert werden. Um die Möglichkeiten einer zusätzlichen Zielkundenansprache von eher stationär orientierten Kunden Rechnung tragen zu können, ist derzeit ein Pilotkonzept eines getgoods Abholshops in Berlin geplant. Sollte sich hier eine entsprechende positive Kundenresonanz ergeben, ist beabsichtigt, eine kontrollierte Ausweitung des Abholshop-Konzepts vorzunehmen.

Wesentliche Einflussgröße zur Generierung des weiteren Wachstums ist die Kapazität des Lagers bzw. der Logistik. Bereits im November 2011 wurde ein neues Logistikzentrum in Frankfurt (Oder) in Betrieb genommen. Dadurch wurde die vorhandene Logistikfläche auf 4.000 qm vervierfacht und die Versandkapazität deutlich erhöht. Zwischenzeitlich wurde neben dem Logistikzentrum eine weitere Lagerhalle mit rd. 3.500 qm angemietet, um insbesondere das Weihnachtsgeschäft 2013 abwickeln zu können. Zur Generierung des weiteren Wachstums plant das Unternehmen derzeit den Neubau eines Logistik- und Verwaltungszentrums mit rd. 11.000 qm. Ziel ist es, das lagernde Produktportfolio bis 2013/2014 auf 70.000 – 80.000 Produkte zu erweitern.

Durch ein umfassendes Konzept über SEO/SEA (Suchmaschinen-Optimierung und Suchmaschinen-Werbung), Social Media, Sportmarketing, neue TV-Kampagnen und Offline-Aktionen soll die Reichweite, der Bekanntheitsgrad und die Visibilität von getgoods.de weiter gesteigert werden. In diesem Zusammenhang wird kurzfristig ein neues Layout der Internetseite von getgoods.de online gehen, welches in höherem Maße und übersichtlicher verschiedene Produkt-Kategorien und Markenshops als sogenannte Kacheln abbildet. Zusätzlich wird hier ein Focus für die Nutzbarkeit der e-commerce Funktionalitäten mit mobilen Endgeräten (Smartphones und Tablets) gelegt.

Zur Stärkung der Finanzkraft des Unternehmens und zur Generierung des weiteren Wachstums plant das Unternehmen kurzfristig weitere zinstragende Finanzierungsmittel aufzunehmen. Dadurch soll eine höhere Liquidität, mehr Flexibilität und bessere Zahlungskonditionen an den Beschaffungsmärkten erreicht werden.

Als Zielvorgabe wird weiterhin ein negatives Working Capital angestrebt. Auch die Nutzung alternativer Finanzierungsinstrumente wie z.B. Avale, Bürgschaften, etc. soll vertieft werden.

Die beschriebene strategische Positionierung und Stoßrichtung wurde durch den neuen Vorstand plausibel erläutert und konnte mit bereits umgesetzten operativen Maßnahmen untermauert werden. Insbesondere mit Blick auf das bisher realisierte Wachstum und die kurzfristig erreichte kritische Unternehmensgröße, wird das uns dargelegte Strategiekonzept als durchdacht, zukunftsfähig und plausibel erachtet. Einen limitierenden Faktor für das weitere Wachstum und die Umsetzung der Strategie stellt jedoch derzeit die Qualität des Rechnungswesen und Controllings bzw. des externen Berichtswesens dar, dessen Strukturen u. E. mit dem Unternehmenswachstum nicht mitgewachsen sind. Dies auch bedingt durch zu spät erfolgte und finale Besetzung des Postens der CFOs, erst im Juli 2013.

Rechnungswesen/Controlling

Das Rechnungswesen und Controlling sowie das Reporting des getgoods.de Konzerns basiert wesentlich auf den Erfordernissen des Aktiengesetzes, der Börsennotierung der Gesellschaft und den branchenspezifischen Anforderungen. Da die Aktien der getgoods.de AG an einem organisierten Markt, dem Entry Standard der Frankfurter Wertpapierbörse gehandelt werden, gelten im Rahmen der Rechnungslegungspflicht für den Jahresabschluss die Vorschriften für große Kapitalgesellschaften. Ein WP-testierter Konzernjahresabschluss wird seit 2011 freiwillig erstellt und alle Tochterunternehmen der getgoods.de AG im Konsolidierungskreis berücksichtigt.

Der Vorstand steuert das Unternehmen anhand von strategischen und operativen Vorgaben sowie auf Basis für den Online-Handel spezifischer Kenngrößen. Zu den wichtigsten Steuerungsgrößen zählen die Conversion Rate (Bestellquote), die monatlichen Unique User (Anzahl Besucher der Website), der Wert des Warenkorbs, der Umsatz und der Lagerbestand.

Grundlage für die interne Unternehmenssteuerung bildet derzeit eine Software der Firma MENTION, mit den Modulen Finanzbuchhaltung und Warenwirtschaft, welche jedoch keine vollintegrierte ERP-Software-Lösung darstellt. Unterjährige konsolidierte Abschlüsse werden mit Unterstützung des Steuerberaters, DATEV-basierend aktuell vierteljährlich erstellt und beim Unternehmen mit einem EXCEL-Tool für das Berichtswesen weiterverarbeitet. Konsolidierte Monatsabschlüsse und ein entsprechendes externes Reporting können derzeit nicht zur Verfügung gestellt werden, sollen jedoch angabegemäß ab Oktober diesen Jahres bereitstehen. Zur Verbesserung der Qualität des Rechnungswesens und Controllings sowie des in- und externen Berichtswesens führt das Unternehmen derzeit eine neue Business-Software mit vollintegrierter ERP-Lösung ein, welche speziell auf die Anforderungen von E-Commerce-Unternehmen ausgerichtet ist. Eine Umstellung der Systeme soll noch in diesem Geschäftsjahr unter Leitung des neuen CFOs begonnen werden.

Die uns im Rahmen des Erstratings avisierte Besetzung des Vorstandspostens für Finanzen (CFO) hat sich bis Anfang Juli dieses Jahres herausgezögert. Ursächlich hierfür ist, dass der ursprünglich für diesen Posten vorgesehene Interims-Manager vom Aufsichtsrat nicht zum Vorstand bestellt worden ist und somit ein neuer CFO gesucht werden musste. Anfang Juli 2013 wurde die vakante Vorstandspostion des CFO durch Herrn Jarantowski besetzt. Insbesondere aufgrund des schnellen Wachstums der Unternehmensgruppe und der u. E. zu langen Vakanz für die Vorstandspostion des CFO, sind die Systeme für ein der Größe der Unternehmensgruppe entsprechendes Rechnungswesen und Controlling nicht mitgewachsen und weisen derzeit qualitative Schwächen auf, die zwischenzeitlich identifiziert und mit der Behebung begonnen wurde.

Zusammenfassend wird das Rechnungswesen und Controlling inkl. der Planungs-, Analyse- und Berichtsaktivitäten der getgoods.de AG derzeit als nicht ausreichend beurteilt. Dem Unternehmen ist zugute zu halten, dass damit begonnen wurde, die Schwachstelle zu beheben.

Finanzen

Das weiterhin rasante Wachstum des getgoods.de Konzerns in 2012 wurde im Wesentlichen durch eine Kapitalerhöhung gegen Barleinlage eines institutionellen Investors bei der getgoods.de AG sowie durch die Aufnahme einer 5-jährigen Unternehmensanleihe im Oktober 2012 finanziert. Die Anleihe notiert mit der ISIN DE000A1PGVS9 im bondm-Segment an der Börse Stuttgart. Bei der Anleihe handelt es sich um Inhaberschuldverschreibungen, welche durch Anleihegläubiger nicht vorzeitig ordentlich gekündigt werden können. Zu den außerordentlichen Kündigungsrechten und Covenants (u.a. cross-default, Ausschüttungssperre und Change of Control) wird im Detail auf den Wertpapierprospekt verwiesen. Aus der Kapitalerhöhung sind dem

Unternehmen rd. 11,7 Mio. € und aus der Emission der Anleihe weitere 30 Mio. € zugeflossen. Die Anleihenmittel wurden über ein Gesellschafterdarlehen an die getgoods Vertrieb zur Finanzierung des operativen Geschäftes durchgeleitet. Zur Finanzierung des weiteren Wachstums wurde Anfang Juli 2013 eine Anleiheaufstockung von 10 Mio. € vorgenommen und rd. 7,5 Mio. € konnten davon erfolgreich kurzfristig platziert werden. Durch den Zufluss der Anleihenmittel konnte die per 30.06.2013 angespannte Liquiditätssituation der Unternehmensgruppe wieder verbessert werden.

Die vorliegenden Halbjahreszahlen für 2013 dokumentieren insbesondere umsatzseitig eine weiterhin positive und planmäßige Entwicklung im Konzern. Auch die Ertragsentwicklung ist weiterhin positiv, jedoch liegt das Halbjahresergebnis mehr als 50 % unter dem Niveau des Vorjahreszeitraums. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass das Online-Geschäft zyklisch verläuft und rd. 20 % der Umsatzerlöse im Rahmen des Weihnachtsgeschäftes generiert werden. Vor diesem Hintergrund sind die Halbjahreszahlen nur eingeschränkt als Indikator für die positive Hochrechnung 2013 zu verwenden. Zu den Details verweisen wir auf den Gliederungspunkt Aktuelle Entwicklung.

Die getgoods.de AG erstellt eine konsolidierte GuV-, Bilanz- und Cashflow-Planung, welche auf den Konzern-Zahlen aufsetzt und über einen 3-jährigen Planungshorizont verfügt. Auf Basis dieser Planung benötigt die Unternehmensgruppe im 2. Halbjahr weitere Finanzierungsmittel, um das geplante Wachstum bzw. insbesondere das Weihnachtsgeschäft und geplante Zukäufe vorfinanzieren zu können. Gespräche mit potentiellen Finanzierungspartnern werden derzeit geführt und befinden sich angabegemäß in einem fortgeschrittenen Stadium.

Durch die Kapitalerhöhung und Berücksichtigung der langfristigen und mit Rangrücktritt ausgestatteten Gesellschafterdarlehen von in Summe 15,7 Mio. € im wirtschaftlichen Eigenkapital, hat sich die bereinigte Eigenmittelausstattung gegenüber 2011 von 24,35 % auf 32,02 % verbessert. Da die Tilgung aller Gesellschafterdarlehen erst nach Rückführung der Anleihenmittel erfolgt, wurde seitens der Aktionäre und des Vorstands ein nicht unerheblicher Risikobeitrag zur langfristigen Unternehmensfinanzierung geleistet. Die Eigenkapitalquote ohne Berücksichtigung der Gesellschafterdarlehen hat sich gegenüber 2011 von rd. 8,6 % auf rd. 17,5 % zwar verbessert, ist jedoch im Mittelstand nur als unterdurchschnittlich zu bezeichnen. Die Finanzierung des rasanten Wachstums hat die Verschuldung und Bilanzsumme der getgoods.de AG (Konzern) deutlich ansteigen lassen. Durch die Zuführung von Eigenkapital und unter Berücksichtigung der eigenkapitalähnliche Mittel haben sich die Bilanzrelationen 2012 verbessert. Wir gehen davon aus, dass durch die geplante Finanzierung des weiteren Wachstums die Bilanzrelationen sich zukünftig wieder verschlechtern werden.

Die Aktie (WKN/ISIN: 556060 / DE0005560601) der getgoods.de AG, notiert aktuell mit einem Kurs von rd. 1,90 EUR. Lt. Finanzen.net verfügt das Unternehmen über eine Marktkapitalisierung von rd. 35 Mio. € (Vorjahr rd. 41,15 Mio. €). Der Kurs der getgoods.de Anleihe beträgt derzeit rd. 80,50.

Nur rd. 20 % des Sortiments werden auf dem Lager des Unternehmens vorgehalten und dieses wird durchschnittlich einmal im Monat umgeschlagen. Der Forderungsbestand im Jahresabschluss resultiert wesentlich aus der durchschnittlich 5 - 6 tägigen Frist, bis der Zahlungseingang der Kunden auf dem Konto der getgoods.de AG erfolgt ist. Unter Berücksichtigung des umsatzstarken Weihnachtsgeschäftes und des hohen Anteils von Forderungen aus dem B2B, ist der Forderungsbestand stichtagbezogen und zum Geschäftsjahresende zu relativieren. Da in der Regel die bestellte Ware erst nach Zahlungseingang an die Endkunden versendet wird und für die Debitoren aus dem B2B-Geschäft Rahmenverträge bestehen und diese Forderungen größtenteils kreditversichert sind, besteht ein Forderungsausfallsrisiko insbesondere im Endkundengeschäft angabegemäß nur in geringem Maße. Auch mit Blick auf das Forderungsmanagement des Unternehmens belief sich die Forderungsausfallquote in 2012 auf < 1 %. In diesem Zusammenhang belief sich die Retourenquote auf 3 % und hat sich gegenüber Vorjahr nicht verschlechtert.

Die Finanzsituation der getgoode.de AG stellt sich derzeit insgesamt zufriedenstellend dar. Auf Grundlage des bestehenden Finanzierungs-Mixes konnte das bisherige Unternehmenswachstum und die damit verbundenen strategischen Maßnahmen finanziert werden. Da uns neu abgeschlossene Finanzierungsverträge bis dato nicht vorgelegt wurden, besteht aus heutiger Sicht das Risiko, dass die für das geplante Wachstum erforderliche Durchfinanzierung des Konzerns bis zum Geschäftsjahresende nicht sichergestellt werden kann. Dies insbesondere mit Blick auf die derzeit noch bestehenden qualitativen Schwächen bei der Dokumentation des externen Berichtswesens.

Risiken

Die Risikolage des Unternehmens wird fortlaufend überwacht. Durch gezielte Analysen im operativen Geschäft ist derzeit zu großen Teilen eine zeitgerechte Erkennung und angemessene Begegnung wesentlicher unternehmerischer Risiken gewährleistet. Insgesamt schätzt der Vorstand das Gesamtrisiko für die getgoods.de AG als überschaubar und beherrschbar ein. Betriebsbezogene Risiken sind zudem durch Versicherungen im üblichen Umfang abgedeckt. Mit Blick auf das rasante Wachstum ist in regelmäßigen Abständen zu überprüfen, ob der Versicherungsschutz insbesondere für die Ware im Lager noch zu angemessenen Konditionen verfügbar ist.

Insbesondere aufgrund der Vakanz für die Position des CFO bis zum Juli 2013 und der Besetzung der Position des COO durch Herrn Dr. Dubon, ebenfalls im Juli 2013, bestand u. E. bis Mitte 2013 ein Schlüsselpositionsrisiko für den Alleinvorstand Herrn Rockstädt-Mies. Mit den kürzlich erfolgten Neubesetzungen auf der ersten Führungsebene des Unternehmens verfügt die getgoods.de AG entsprechend seiner Größe und Struktur nunmehr über eine angemessene Besetzung und Ressortverteilung im Vorstand.

Das größte Risiko für die Unternehmensgruppe besteht u. E. darin, dass das geplante Wachstum derzeit nicht finanziert werden kann bzw. der getgoods.de Konzern zum Ende des Jahres 2013 nicht durchfinanziert ist. Ursächlich hierfür sehen wir die derzeit bestehenden qualitativen Schwächen im Rechnungswesen und Controlling sowie im externen Reporting. Die Systeme und das Berichtswesen sind mit dem Unternehmenswachstum nicht mitgewachsen und stellen einen möglichen limitierenden Faktor für das Einwerben weiterer erforderlicher Finanzierungsmittel dar. Sollte bis zum Beginn des Weihnachtsgeschäftes die benötigte Liquidität nicht zur Verfügung stehen, halten wir die 2013er Planung für ambitioniert und gefährdet.

Als wesentliches Risiko werden informationstechnische Risiken gesehen und hierbei insbesondere mögliche Hackerangriffe auf die Online-Shopsysteme des getgoods.de Konzerns. Diese könnten die Server der Unternehmensgruppe lahmlegen. Modernste Software, umfangreiche Datenbanken, sichere IT-Infrastrukturen und sichere elektronische Zahlungssysteme bilden die Grundlage für den Erfolg des Geschäftsmodells. Mögliche Risiken minimiert die getgoods.de AG durch den Einsatz führender Serversicherheitstechnologie, SSL-Verschlüsselungen von personenbezogenen Daten, einem mehrstufigen Backup zur Datensicherung und der Erteilung von Zugangsberechtigungen zur IT nur durch den Vorstand. Die Online-Shop-Systeme werden in einem Sicherheitsserverzentrum betrieben, welches auf einen Cluster aufgesetzt ist. Die Abhängigkeit von einzelnen Servern und deren Abhängigkeit ist somit auf ein Minimum beschränkt.

Zwischen der getgoods.de AG und ihren operativ tätigen Tochtergesellschaften bestehen keine Ergebnisabführungsverträge. Die Aktionäre sind somit nur mittelbar an etwaigen Gewinnen der Tochtergesellschaften beteiligt. Da die getgoods.de AG als Holdinggesellschaft ohne operative Geschäftstätigkeit im Geschäftsjahr 2012 einen Jahresfehlbetrag von rd. 1,2 Mio. € erwirtschaftet hat, ist diese zur Bedienung aller zinstragenden Verbindlichkeiten darauf angewiesen, dass sie Ausschüttungen von ihren operativen Tochtergesellschaften erhält. Sofern und soweit Ausschüttungsbeschlüsse aus den Gesellschafterversammlungen der Tochtergesellschaften unterbleiben sollten, könnte dies negative Auswirkungen die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der getgoods.de AG haben und diese ihren Bedienstungsverpflichtungen für zinstragende Verbindlichkeiten nicht mehr nachkommen können. Mit einer Verschlechterung der Ergebnissituation in der Unternehmensgruppe ist insbesondere zu rechnen, wenn Ware im eigenen Lagerbestand der getgoods.de AG nicht mehr oder nicht mehr zum ursprünglichen Preis veräußert werden kann und entsprechende Wertberichtigungen vorgenommen werden müssen.

Ein Forderungsausfallrisiko besteht wie zuvor beschrieben nur in geringem Maße. Für einen aktuell bestehenden Rechtsstreit und bestehende Schadensforderungen in nicht unerheblichen Umfang wurden derzeit keine Rückstellungen gebildet, da der Vorstand das Risiko einer Inanspruchnahme als unwahrscheinlich einschätzt.

Für den Unternehmensstandort in Frankfurt (Oder) besteht das Risiko, dass gut ausgebildete Fach- und insbesondere Führungskräfte nicht bzw. nicht zeitnah rekrutiert werden können. Durch die Eröffnung eines zweiten Standortes in Berlin wird diesem Risiko entgegengewirkt.

Insbesondere mit Blick auf das Finanzierungs- und Liquiditätsrisiko halten wir das Risikomanagement derzeit nur für eingeschränkt angemessen.

Aktuelle Entwicklung

Auf Basis der Konzernjahresabschlusszahlen 2012 hat die getgoods.de AG (Konzern) Umsatzerlöse in Höhe von 402,6 Mio. € (Vj. 316,9 Mio. €³) und ein EAT i.H.v. 1,0 Mio. € (Vj. 4,1 Mio. €⁴) erwirtschaftet. Der Umsatzanstieg resultierte im Wesentlichen aus dem operativen Geschäft der getgoods Vertrieb, welches aufgrund des Marktwachstums im deutschen E-Commerce-Geschäft und der Diversifizierung des B2C-Online-Handels in weitere Produktfelder erfolgreich ausgeweitet werden konnte. Die Umsatzausweitung konnte kapazitätsseitig insbesondere durch das im November 2011 in Betrieb genommene neue Logistikzentrum in Frankfurt (Oder) gewährleistet und durch den Mittelzufluss aus der Anleihe-Emission und der Kapitalerhöhung finanziert werden. Die vorhandene Logistikfläche wurde auf 4000 qm vervierfacht und die Versandkapazität – beginnend mit dem Weihnachtsgeschäft – deutlich erhöht. Einhergehend mit der höheren Kapazität konnte die Kundenbasis gegenüber Vorjahr von ca. 1,8 Mio. auf derzeit rd. 3,4 Mio. gesteigert werden. Trotz einer gegenüber Vorjahr von 7,94 % auf 8,72 % gestiegenen Rohertragsmarge bzw. Handelsspanne, wurde das Vorjahresergebnis bei Weitem nicht erreicht und die ursprüngliche Planung für 2012 verfehlt. Insbesondere haben Rechts- und Beratungskosten für die Kapitalerhöhung und die Anleihebegebung sowie eine höhere Personalaufwandsquote zur Verschlechterung des Konzernergebnisses geführt. Auch die erheblich gestiegenen Zinsaufwendungen für die Anleihe und die Ende 2011 zugeführten Gesellschafterdarlehen haben die Ertragslage eingetrübt.

Wie in nachstehender Tabelle dargestellt, plant der Vorstand für das laufende Geschäftsjahr einen erneut deutlichen Anstieg des Umsatzes um rd. 20 % auf 485,0 Mio. € und ein Konzernergebnis i.H.v. 4,9 Mio. €:

getgoods.de AG (Konzern)					
in T€	Ist 2011 ⁵	Ist 2012	Plan 2013	Plan 2014	Plan 2015
Umsatzerlöse	316.860	402.578	485.000	585.000	705.000
Rohertragsquote	7,94 %	8,72 %	8,80 %	8,75 %	8,80 %
EBITDA	7.523	8.151	13.353	15.652	18.680
EBIT	6.975	5.925	11.173	13.472	16.500
EAT	4.129	1.011	4.856	6.466	8.585

Die Aktuelle Geschäftsentwicklung im 1. Halbjahr 2013 stellt sich wie folgt dar. Bei Umsatzerlösen von 224,4 Mio. € (1. Halbjahr 2012: 173,5 Mio. €) hat die getgoods.de AG (Konzern) ein EBIT von 4,5 Mio. € (1. Halbjahr 2012: 5,8 Mio. €) und ein EAT von 1,5 Mio. € (1. Hj 2012: 3,6 Mio. €) erwirtschaftet. Die Rohertragsquote liegt mit 8,85 % derzeit leicht über Plan. Bei den aktuellen Ist-Zahlen ist zu berücksichtigen, dass das Geschäft der Unternehmensgruppe zyklisch verläuft und rd. 20 % des Jahresumsatzes mit dem Weihnachtsgeschäft bis Mitte/Ende Januar des Folgejahres generiert wird. Da die Nachplatzierung der Anleihe von rd. 7,5 Mio. € Anfang Juli erfolgte sind angabegemäß diesbezügliche Beratungs- und Emissionskosten bereits in den Halbjahreszahlen als Aufwand verarbeitet bzw. berücksichtigt worden. Hauptsächlich aufgrund der Rechts- und Beratungskosten ist das Ergebnis im Vorjahresvergleich um 2,1 Mio. € niedriger ausgefallen. Das Verhältnis der Nettoverschuldung zum EBITDA hat sich deutlich verschlechtert und der Faktor seit 2010 wie folgt entwickelt:

getgoods.de AG (Konzern)					
in T€	Ist 2010	Ist 2011	06/2012	Ist 2012	06/2013
Nettoverschuldung ⁶	1.900	19.800	19.900	45.100	57.040
EBITDA	4.577	7.523	6.077	8.151	5.691
Net Debt/EBITDA	0,4	2,6	3,3	5,5	10,0

Mit Blick auf weiterhin positive Wachstumsraten im Online-Handel in Deutschland, die aktuelle Geschäftsentwicklung im 1. Halbjahr sowie die positiven Aussichten für das zu erwartende umsatzstarke Weihnachtsgeschäft

^{3, 4 u. 5} Hierbei handelt es sich um die 2011er Zahlen des Pro-forma Konzernjahresabschlusses der getgoods.de AG

⁶ Alle zinstragenden Verbindlichkeiten zur Finanzierung des Unternehmens abzüglich der Kasse

geschäft halten wir insbesondere die Umsatzplanung für das Gesamtjahr 2013 für plausibel und realisierbar. Sollten im 2. Halbjahr wie bereits im Vorjahr weitere hohe Rechts- und Beratungskosten zur Generierung der zusätzlich benötigten Finanzierungsmittel entstehen, halten wir die Ertragsplanung für ambitioniert. Sollten die benötigten Finanzierungsmittel zur Generierung des weiteren Wachstums und Weihnachtsgeschäftes nicht oder nur teilweise eingeworben werden, besteht das Risiko, dass die Unternehmensplanung nicht umgesetzt bzw. erreicht werden kann. Auf vorstehende Gliederungspunkte wird in diesem Zusammenhang verwiesen. Die Erreichung der Planung steht auch unter dem Einfluss, dass weiterhin die positive Verbraucherstimmung für das Wachstum der Einzelhandelsumsätze Bestand haben wird.

Disclaimer

Maßgeblich für die Durchführung eines Ratings ist der auf der Internetseite der Creditreform Rating AG veröffentlichte „Verhaltenskodex der Creditreform Rating AG“. Die Creditreform Rating AG erarbeitet danach systematisch und mit der gebotenen fachlichen Sorgfalt ihre unabhängige und objektive Meinung über die Zukunftsfähigkeit, die Risiken und die Chancen des beurteilten Unternehmens zum Stichtag, an dem das Rating erteilt wird.

Künftige Ereignisse sind ungewiss, ihre Vorhersage beruht notwendigerweise auf Einschätzungen. Das Rating ist somit keine Tatsachenbehauptung, sondern eine Meinungsäußerung. Die Creditreform Rating AG haftet daher nicht für Schäden, die darauf beruhen, dass Entscheidungen auf ein von ihr erstelltes Rating gestützt werden. Diese Ratings sind auch keine Empfehlungen für Investoren, Käufer oder Verkäufer. Sie sollen von Marktteilnehmern (Unternehmen, Banken, Investoren etc.) nur als ein Faktor im Rahmen von Unternehmens- oder Anlageentscheidungen betrachtet werden. Sie können Eigenuntersuchungen und Bewertungen nicht ersetzen.

Wir unterstellen, dass die uns vom Mandanten zur Verfügung gestellten Dokumente und Informationen vollständig sind sowie deren Inhalt korrekt ist und dass vorgelegte Kopien unverändert und vollständig den Inhalt der Originale wiedergeben. Die Creditreform Rating AG übernimmt keine Garantie für die Richtigkeit und Vollständigkeit der verarbeiteten Informationen.

Dieser Bericht ist urheberrechtlich geschützt. Die gewerbsmäßige Verwertung, ohne eine schriftliche Zustimmung der Creditreform Rating AG, ist unzulässig. Um die Gesamtaussage des Inhaltes nicht zu verfälschen, darf grundsätzlich nur der vollständige Bericht veröffentlicht werden. Auszüge dürfen nur mit Zustimmung der Creditreform Rating AG verwendet werden. Eine Veröffentlichung des Ratings ohne Kenntnis der Creditreform Rating AG ist nicht zulässig. Ausschließlich Ratings, die auf der Internetseite der Creditreform Rating AG veröffentlicht sind, sind als aktuell anzusehen.

Creditreform Rating AG

Kontakte

Creditreform Rating AG
Hellersbergstraße 11
D-41460 Neuss

Telefon +49 (0) 2131 / 109-626
Telefax +49 (0) 2131 / 109-627
E-Mail info@creditreform-rating.de
www.creditreform-rating.de

Vorstand: Dr. Michael Munsch
Aufsichtsratsvorsitzender: Prof. Dr. Helmut Rödl
HR Neuss B 10522

getgoods.de AG
Josef-Gesing-Straße 10
D-15234 Frankfurt (Oder)

Telefon +49 (0)335-665 876 1658
Telefax +49 (0)335-665 876 1690
E-Mail ir@getgoods.de
www.getgoods.de

Vorstände: Markus Rockstädt-Mies, Dr. Thomas Markus
Dubon und Sebastian Jarantowski
Aufsichtsratsvorsitzender: Frank Kochan
HR Frankfurt (Oder) B 14281 FF