

Creditreform Rating-Summary zum Unternehmensrating

Informationstableau

getgoods.de AG (Konzern)		Rating: BBB-	PD 1-jährig: 0,40%
		Erstellt am:	07.09.2012
Creditreform ID:	5050168852	Gültig bis max.:	06.09.2013
Vorstände:	Markus Rockstädt-Mies Armin Schulz	Mitarbeiter 2011	174
		Gesamt- leistung	316,9 Mio. € (Gj 2011)
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 mehr als fünf Jahren verschiedene Online-Shops im schnell wachsenden E-Commerce Markt. Der Produktfokus liegt neben IT- und Telekommunikationsprodukten auf Unterhaltungselektronik und weißer Ware. Darüber hinaus bietet das Unternehmen auch Spielzeug sowie Freizeit- und Baumarktartikel an. Der Konzern erzielte auf Basis der Pro-forma Konzernzahlen im Geschäftsjahr 2011 mit durchschnittlich 174 Mitarbeitern einen Umsatz von 316,8 Mio. € (Vj. 163,3 Mio. €) und einen Jahresüberschuss von 4,1 Mio. € (Vj. 3,2 Mio. €).

getgoods.de AG (Konzern) Pro-forma Konzernabschluss zum 31.12.	Strukturbilanz (Konzern)	
	2011	Vorjahr
Bilanzsumme	54,32 Mio. €	21,57 Mio. €
Eigenkapitalquote	24,30 %	18,84 %
Umsatz	316,86 Mio. €	163,26 Mio. €
Jahresüberschuss	4,13 Mio. €	3,18 Mio. €
Gesamtkapitalrendite	8,73 %	14,89 %
Umsatzrendite	2,01 %	2,68 %
Cashflow zur Gesamtleistung	1,47 %	2,06 %

Der getgoods.de AG (Konzern) wird eine stark 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.

Die getgoods.de AG ist die Obergesellschaft des getgoods.de Konzerns und fungiert als Holdinggesellschaft für ihre beiden im E-Commerce-Handel tätigen Tochtergesellschaften HTM GmbH Handy-Trends + More (im

Folgenden HTM genannt) und HOH Home of Hardware GmbH (im Folgenden HOH genannt). Zu den Hauptaufgaben der getgoods.de AG gehört die Strategieentwicklung sowie die Finanzierung der Konzerngesellschaften.

Die Aktionärsstruktur der getgoods.de AG setzt sich aktuell wie folgt zusammen: TM Invest GmbH (30,36 %), Free Float (27,07 %), Markus Rockstädt-Mies (22,86 %) und Matthias Lingk (19,71 %).

Markt und Produkte

Die getgoods.de AG (Konzern) ist hauptsächlich im B2C-Online-Versandhandel in Deutschland tätig. In geringem Umfang wird auch der Online-Versandhandel mit B2B-Kunden (z.B. Universitäten) getätigt. Die getgoods.de AG vertreibt am Standort in Frankfurt (Oder) IT- und Telekommunikationsprodukte über verschiedene Online-Plattformen im schnell wachsenden E-Commerce Markt. Der Produktfokus liegt auf Handys, Smartphones, Festnetztelefonen, Notebooks und Tablet PC's. Darüber hinaus bietet das Unternehmen auch Unterhaltungselektronik und weiße Ware an. Mit den wesentlichen Onlineshops wie www.getgoods.de, www.hoh.de oder www.handyshop.de, diversen Preissuchmaschinen sowie externen E-Commerce Plattformen auf Amazon und eBay, verfügt die Gesellschaft über ein breit diversifiziertes Angebotsportfolio bzw. entsprechende Vertriebskanäle. Rund 95 % der Shopumsätze werden in Deutschland getätigt.

Der Mehrwert für Internet-Kunden, welche die Onlineshops der getgoods.de AG besuchen und dort einkaufen, lässt sich wie folgt zusammenfassen:

- Produktfotos werden von ausgebildeten Produktfotografen im professionellen Fotostudio erstellt
- Seit August 2012 werden sukzessiv zunehmend echte 3D / 360 ° Ansichten der Produkte angeboten
- Zur Erläuterung und Produktbeschreibung werden seit Februar 2012 über eine internetbasierte TV-Plattform Videos über einzelne Produkte angeboten
- Das Social Media Team wird ergänzt durch erfahrene Internet-Blogger und freie Autoren.

Das Gesamtmarktvolumen des Versandhandels in Deutschland betrug 2011 rd. 34,0 Mrd. € (Vj. 30,3 Mrd. €). Der Anteil des Online-Handels ist gegenüber Vorjahr von 60,4 % auf 63,8 % in 2011 gestiegen. Der Umsatz hat sich in diesem Zeitraum von 18,3 Mrd. € auf 21,7 Mrd. EUR erhöht und ist somit um 18,5 % gestiegen. In den für den getgoods.de Konzern relevanten Waren- bzw. Produktgruppen ist der Umsatz in 2010 von in Summe 7,12 Mrd. € auf 8,59 Mrd. € (+20,65 %) angestiegen. Im Vergleich zum Branchenwachstum für diese relevanten Produktgruppen hat der getgoods.de Konzern seinen Umsatz gegenüber Vorjahr überproportional um rd. 94 % auf 317 Mio. € steigern können. Da das Unternehmen durchschnittlich mit dem Markt und im Rahmen der Nachfrage wächst, ist das vorgenannte Wachstum wesentlich darauf zurückzuführen, dass im Rahmen der vor zwei Jahren begonnenen breiten Diversifizierung in weitere Produktfelder investiert wurde. Entsprechend ist die reine Spezialisierung auf das Online-Geschäft mit Handys aufgegeben worden. Aufgrund der hohen Wachstumsraten ist die getgoods.de AG der derzeit am schnellsten wachsende Online-Händler für Konsumenten Elektronik-Artikel in Deutschland und hat sich seit Gründung 2007 eine führende Position in diesem Marktsegment aufgebaut.

Die getgoods.de AG verfügt derzeit über eine registrierte Kundenbasis von ca. 5 - 6 Mio. Internet-Anwendern, welche derzeit weiter dynamisch wächst. Die Anzahl der kaufenden Kunden beträgt aktuell ca. 1,8 Mio. Davon wurden 800.000 Kunden im 2. Halbjahr 2011 dazu gewonnen. Aufgrund der hohen Transparenz des Internets und des intensiven Preiswettbewerbs handelt es sich hierbei jedoch nicht um langjährige Stammkunden, sondern um Kunden, die in erster Linie auf Basis eines Preisvergleichs im Internet einkaufen. Servicequalität, schnelle Abwicklung der Kauforder und Zufriedenheit mit dem Produkt entscheidet wesentlich darüber, ob Kunden erneut bei der getgoods.de AG einkaufen.

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 Produktgruppen kontinuierlich im B2C-Geschäft weiter zu wachsen. Durch eine verstärkte Nutzung von Saisonprodukten sollen zusätzliche Geschäftspotentiale erschlossen werden. Neben den bestehenden IT- und Telekommunikationsartikeln handelt es sich bei den neuen Produktgruppen insbesondere um margenträchtige Artikel wie braune Ware, Haushaltselektronik sowie Freizeitartikel und Spielwaren. Mit dieser 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, eine Marke aufzubauen und auf diesem Wege den Bekanntheitsgrad der beiden wesentlichen Onlineshops getgoods.de und hoh.de weiter zu erhöhen. Dadurch soll der Kostenaufwand für Preis-Suchmaschinen und E-Commerce-Plattformen kontinuierlich reduziert werden.

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. Ziel ist es, das Produktportfolio bis 2013/2014 von 25.000 Produkten in 2011 auf 70.000 – 80.000 Produkte zu erweitern.

Die Stärkung der Finanzkraft des Unternehmens soll durch Etablierung eines negativen Working Capitals erfolgen und durch die Kombination aus längeren Zahlungszielen bei den Lieferanten und gleichzeitiger Nutzung alternativer Finanzierungsinstrumente wie z.B. Avale, Bürgschaften, etc. erreicht werden. Die für die Finanzierung des weiteren Wachstums insbesondere im Einkauf benötigte Liquidität, soll kurzfristig über die Begebung einer Anleihe generiert werden.

Die beschriebene strategische Positionierung und Stoßrichtung wurde durch den 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.

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 Rechnungslegungspublizität für den Jahresabschluss die Vorschriften für große Kapitalgesellschaften. Ein Konzernjahresabschluss wurde erstmalig für das Geschäftsjahr 2011 freiwillig erstellt und WP-testiert. Die Konsolidierungsvorgänge wurden unter Einsatz der Software DATEV und unterstützend mit EXCEL-Tabellen zusammengeführt.

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.

Die Grundlage für die interne Unternehmenssteuerung bildet ein Planungs- und Kontrollsystem, das fortlaufend ausgebaut wird. Auf Basis spezifischer Steuerungsgrößen erfolgt eine Analyse der monatlichen Plan- und Ist-Werte. Die Ergebnisse werden dem Vorstand im Rahmen eines Reporting zur Verfügung gestellt. So können Planabweichungen frühzeitig identifiziert, entsprechende Maßnahmen ergriffen sowie Ziele an sich ändernde Rahmenbedingungen zeitnah angepasst werden.

Zusammenfassend wird das Rechnungswesen und Controlling inkl. der Planungs-, Analyse- und Berichtsaktivitäten der getgoods.de AG als angemessen beurteilt.

Finanzen

Erstmalig für das Geschäftsjahr 2011 wurde ein konsolidierter Jahresabschluss erstellt und WP-testiert. Die Finanzzahlen der HTM und HOH sind jedoch nur zeitanteilig berücksichtigt, da die HTM erst im Juni 2011 in die getgoods.de AG eingebracht bzw. die HOH im Juli 2011 durch diese erworben wurde. Aus Gründen der besseren Vergleichbarkeit und zur Fortführung einer geeigneten Dokumentation der Zahlen wurde zusätzlich eine betriebswirtschaftliche Pro-forma-Konzern-GuV für 2011 erstellt. In dieser Pro-forma-GuV ist jedoch nicht enthalten die Firmenwertabschreibung von 0,7 Mio. € für den erstmalig in 2011 bilanzierten Geschäfts- und Firmenwert von 8,2 Mio. € für die HTM und HOH. Der Firmenwert wird über 5 Jahre abgeschrieben.

Die getgoods.de. AG verfügt über eine geordnete konsolidierte GuV- und Bilanzplanung, welche auf den Pro-Forma-Konzern-Zahlen aufsetzt und über einen 1 bzw. 3-jährigen Planungshorizont verfügt. Die vorliegenden Halbjahreszahlen 2012 für den Konzern dokumentieren sowohl umsatz- als auch ertragsseitig eine weiterhin positive und planmäßige Entwicklung im Konzern. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass das Online-Geschäft

zyklisch verläuft und rd. 38 % der Umsatzerlöse im Rahmen des Weihnachtsgeschäftes generiert werden. Vor diesem Hintergrund sind die Halbjahreszahlen nur eingeschränkt als Indikator für die positive Hochrechnung 2012 zu verwenden.

Das rasante Wachstum des getgoods.de Konzerns in 2011 wurde über die Zuführung von Eigenkapital von 10,0 Mio. € im Wege einer Kapitalerhöhung durch Sacheinlage bei der getgoods.de AG sowie durch die Aufnahme von Kontokorrentkrediten i.H.v. 7,5 Mio. € finanziert, welche durch zwei Geschäftsbanken der Konzerntochter HTM b.a.w. zur Verfügung gestellt wurden. Per 31.07.2012 betrug die Auslastung dieser Linien in Summe rd. 4,0 Mio. €, so dass der Konzern über freie Mittel von derzeit rd. 3,5 Mio. € verfügt. Ergänzend wurden von der TM Invest GmbH und Herrn Rockstädt-Mies in 2011 Gesellschafterdarlehen von in Summe 9,5 Mio. € sowie im März 2012 ein weiteres Darlehen von 7,2 Mio. € der getgoods.de AG bzw. der HTM zur Verfügung gestellt. Aufgrund der langfristigen Restlaufzeitenstruktur (> 5 Jahre) und des Rangrücktritts verfügen die Gesellschafterdarlehen von in Summe 15,7 Mio. € über einen eigenkapitalähnlichen Charakter, was nach Abzug der Firmenwerte zu einer wesentlichen Verbesserung der Eigenmittelquote in 2011 beigetragen hat bzw. in 2012 noch beitragen wird. Im Laufe des Geschäftsjahres 2012 ist lt. Planung vorgesehen, dass weitere Gesellschafterdarlehen der getgoods.de AG (Konzern) von in Summe 7,3 Mio. € zugeführt werden.

In der Regel wird die bestellte Ware erst nach Zahlungseingang versendet. Der Forderungsbestand im Jahresabschluss ist wesentlich zurückzuführen auf Zahlungsziele, die im Rahmen von Kreditkartenzahlungen entstehen. Grundsätzlich trägt das Kreditkartenunternehmen das Risiko des Zahlungsausfalls. Somit besteht ein Forderungsausfallsrisiko nur in geringem Maße. Für das Liquiditätsmanagement ist von Bedeutung, dass nur rd. 15 % des Online-Warenangebots (mit hoher Umschlagshäufigkeit) auf dem Lager vorgehalten wird.

Die Finanzierung des weiteren Unternehmenswachstums soll im Herbst 2012 durch die Begebung einer 5-jährigen Unternehmensanleihe i.H.v. 30,0 Mio. € erfolgen. Der Wertpapierprospekt wurde bereits von der BAFIN gebilligt und der Zeichnungsstart ist für den 17.09.2012 im bondm-Segment an der Börse Stuttgart vorgesehen. Aufgrund der blockendfälligen Tilgungsstruktur der Gesellschafterdarlehen erfolgt deren Tilgung erst nach Rückführung der geplanten Anleihe. Entsprechend wird zur langfristigen Unternehmensfinanzierung ein nicht unerheblicher Risikobeitrag durch die Gesellschafter geleistet. Mit dem Wachstum und unter Berücksichtigung der Anleihe-Finanzierung werden Verschuldung und Bilanzsumme deutlich steigen. Durch Zuführung der weiteren eigenkapitalähnlichen Mittel ist davon auszugehen, dass eine Verschlechterung der Bilanzstrukturen ein Stück weit kompensiert werden kann. Durch die Begebung der Anleihe erfolgt keine Verwässerung der im Entry Standard der Wertpapierbörse Frankfurt notierten Aktie (WKN/ISIN: 556060 / DE0005560601) der getgoods.de AG, welche aktuell mit einem Kurs von derzeit rd. 2,9 EUR notiert und das Unternehmen über eine Marktkapitalisierung lt. Finanzen.net von 41,15 Mio. verfügt.

Die Finanzsituation der getgoode.de AG stellt sich insgesamt zufriedenstellend dar. Auf Grundlage des bestehenden Finanzierungs-Mixes konnte das bisherige Unternehmenswachstum und die damit verbundenen strategischen Maßnahmen finanziert werden. Die eingeleiteten Maßnahmen halten wir für insgesamt geeignet, auch zukünftig das geplante Wachstum darstellen und finanzieren zu können. Mit dem Wachstum steigende Anforderungen an die Strukturen und Organisation ist insoweit Rechnung getragen worden, dass seit dem 18.09.2012 Herr Dr. Gros interimistisch als CFO im Unternehmen tätig ist und verantwortlich das Finanzmanagement leitet.

Risiken

Die Risikolage des Unternehmens wird fortlaufend überwacht. Durch eine umsichtige Unternehmensführung sowie gezielte Analysen im operativen Geschäft ist derzeit zu großen Teilen eine zeitgerechte Erkennung und angemessene Begegnung wesentlicher unternehmerischer Risiken gewährleistet.

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 angemessen ist.

Als wesentliches Risiko werden informationstechnische Risiken gesehen und hierbei insbesondere mögliche Hackerangriffe auf die Online-Shopsysteme des getgoods.de Konzerns. Diese könnten den Internetzugang lahm legen. 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.

Mit einer Verschlechterung der Ergebnissituation 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.

In der Regel erfolgt die Versendung der Ware erst nach Zahlungseingang bzw. bei Kreditkartenzahlung. Somit besteht ein Forderungsausfallrisiko nur in geringem Maße.

Insgesamt halten wir das Risikomanagement derzeit für angemessen, da pro aktiv auf mögliche Risiken eingegangen wird.

Aktuelle Entwicklung

Auf Basis der betriebswirtschaftlichen Pro-forma Jahresabschlusszahlen 2011 hat der getgoods.de Konzern Umsatzerlöse in Höhe von 316,9 Mio. € (Vj. 163,3 Mio. €) und ein EAT i.H.v. 4,1 Mio. € (Vj. 3,2 Mio. €) erwirtschaftet. Der Umsatzanstieg resultierte im Wesentlichen aus dem operativen Geschäft der HTM, welches im Rahmen des Marktwachstums aufgrund der Diversifizierung des B2C-Online-Handels in weitere Produktfelder überproportional ausgeweitet werden konnte.

Im November 2011 hat die getgoods.de AG in Frankfurt (Oder) ein neues Logistikzentrum in Betrieb genommen. Dadurch wurde die vorhandene Logistikfläche auf 4000 qm vervierfacht und die Versandkapazität – beginnend mit dem Weihnachtsgeschäft – deutlich erhöht. Einhergehend mit der höheren Kapazität konnte die breite Kundenbasis auf ca. 1,8 Mio. gesteigert werden. Trotz leicht rückläufiger Rohertragsmarge bzw. Handelsspanne, welche gegenüber Vorjahr von 8,6 % auf 7,9 % gesunken ist, hat sich aufgrund der Fixkostendegression das Jahresergebnis verbessert.

Wie in nachstehender Tabelle dargestellt, plant der Vorstand für das laufende Geschäftsjahr einen deutlichen Anstieg des Umsatzes um rd. 31 % auf 416,1 Mio. € und ein Jahresergebnis i.H.v. 4,7 Mio. €, welches insbesondere einen a.o. Aufwand i.H.v. 1,4 Mio. € u. a. für Anleihekosten berücksichtigt.

getgoods.de AG Konzern					
in T€	Ist 2010	Ist 2011	Plan 2012	Plan 2013	Plan 2014
Umsatzerlöse	163.256	316.860	416.075	501.370	604.151
Rohertragsquote	8,61 %	7,94 %	8,50 %	8,65 %	8,75 %
EBITDA	4.577	7.523	12.267	14.288	17.114
EBIT	4.399	6.975	10.167	12.188	15.014
EAT	3.181	4.129	4.737	5.584	7.563

Die Aktuelle Geschäftsentwicklung im 1. Halbjahr 2012 hat sich wie folgt entwickelt. Bei Umsatzerlösen von 173,4 Mio. € hat der getgoods.de AG Konzern ein EBIT von 5,0 Mio. € und ein EBT von 4,3 Mio. € erwirtschaftet. Die Rohertragsquote liegt mit 9,10 % derzeit über Plan. Bei den aktuellen Ist-Zahlen ist zu berücksichtigen, dass das Geschäft der Unternehmensgruppe zyklisch verläuft und rd. 38 % des Jahresumsatzes mit dem Weihnachtsgeschäft bis Mitte/Ende Januar des Folgejahres generiert wird. Die a. o. Aufwendungen u. a. für die Anleihekosten wurden in den Halbjahreszahlen noch nicht berücksichtigt.

Mit Blick auf die aktuelle Geschäftsentwicklung im 1. Halbjahr, der für das Weihnachtsgeschäft zur Verfügung stehenden und vergrößerten Logistikkapazitäten sowie des erwarteten Liquiditätszuflusses aus der geplanten Anleihe, halten wir die Unternehmensplanung insgesamt für plausibel und realisierbar. Sollte die Anleihe nicht oder nur in unzureichender Höhe gezeichnet werden, besteht das Risiko, dass das geplante Wachstum nicht umgesetzt werden kann. 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
Fritz-Vomfelde-Str. 34
D-40547 Düsseldorf

Telefon +49 (0)3212-14 06 601
Telefax +49 (0)3212-14 06 601
E-Mail ir@getgoods.de
www.getgoods.de

Vorstände: Markus Rockstädt-Mies und Armin Schulz
Aufsichtsratsvorsitzender: Frank Kochan
HR Düsseldorf B 23039