

## Delticom veröffentlicht Geschäftsbericht 2010

**Hannover, 23. März 2011 – Für Delticom (WKN 514680, ISIN DE0005146807, Börsenkürzel DEX), Europas führenden Internet-Reifenhändler, war 2010 ein überaus erfolgreiches Jahr. Gemäß des heute veröffentlichten Geschäftsberichts wurde der Umsatz im abgelaufenen Geschäftsjahr um 34,8% auf 419,6 Mio. € und das EBIT um 60,1% auf 47,1 Mio. € gesteigert. Mit einer EBIT-Marge von 11,2% hat sich die Profitabilität erneut verbessert. Das Ergebnis je Aktie legte um 59,4% auf 2,72 € zu. Wie in den Jahren zuvor werden Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung vorschlagen, den Gewinn an die Aktionäre voll auszuschütten.**

### **Q4'10: knappes Angebot, hohe Preise.**

Maßgeblichen Anteil an der positiven Geschäftsentwicklung hatte das außergewöhnlich vorteilhafte Winterwetter im Schlussquartal. Heftige Schneefälle beeinträchtigten vielerorts den Verkehr, insbesondere in solchen Ländern, in denen der Winter typischerweise eher mild ausfällt. In Deutschland wurde die Reifennachfrage zusätzlich durch die Neuregelung der Winterreifenpflicht angeheizt. Diese erhöhte Nachfrage traf auf ein verknapptes Warenangebot, da die Reifenhersteller die Produktion nach rezessionsbedingten Kapazitätsanpassungen erst vergleichsweise spät hochfahren konnten. In diesem Marktumfeld stiegen die Verkaufspreise europaweit überdurchschnittlich an. Die positiven Mengen- und Preiseffekte führten im Schlussquartal zu einem Umsatz von 162,6 Mio. € – eine Steigerung um 48,2% gegenüber dem Vorjahreswert von 109,7 Mio. €.

Im Ergebnis war die im Q4'10 erzielte EBIT-Marge von 15,0% nochmals deutlich höher als die des bereits ungewöhnlich erfolgreichen Vorjahrs (Q4'09: 13,4%). Zwar werden auch zukünftig die Vorteile unseres Geschäftsmodells mit vorteilhaftem Wetter und positiven gesetzlichen Regelungen zusammen wirken, jedoch werden sich diese Effekte nicht notwendigerweise immer so zu unseren Gunsten verstärken wie im letzten Jahr.

### **Das Geschäftsjahr 2010**

**Umsatz.** Über das Gesamtjahr hinweg entwickelten sich die Verkaufspreise vorteilhaft, der Mix blieb stabil und die Mengenentwicklung war gut. Insgesamt erzielte Delticom Umsätze in Höhe von 419,6 Mio. €, ein Plus von 34,8% gegenüber dem Vorjahreswert von 311,3 Mio. €. Der Umsatz im Geschäftsbereich E-Commerce legte im Jahresvergleich um 36,2% von 296,5 Mio. € auf 403,7 Mio. € zu. Im Geschäftsbereich Großhandel stieg der Umsatz um 7,6%. Er betrug 15,9 Mio. €, nach einem Vorjahresumsatz von 14,8 Mio. €. Die sonstigen betrieblichen Erträge stiegen 2010 mit dem Umsatz um 33,3% auf 5,8 Mio. € (Vorjahr: 4,3 Mio. €).

**Rohhertrag.** Der Materialaufwand betrug im Berichtszeitraum 300,7 Mio. € nach 225,8 Mio. € in 2009 (+33,2%). In einem Umfeld steigender Einkaufspreise konnte Delticom durch frühzeitige Warenbeschaffung den Preisauftrieb zumindest teilweise abmildern. Dank des höheren Einkaufsvolumens profitierte Delticom auch von Skaleneffekten im Einkauf. Delticom hat 2010 darüber hinaus planmäßig einen größeren Anteil

am Gesamtumsatz mit eigener Lagerware erzielt als im Jahr zuvor. Hierdurch konnte die Nachfrage auch in Spitzenzeiten zu guten Margen bedient werden. Im Ergebnis verbesserte sich der Rohertrag im Berichtszeitraum gegenüber dem entsprechenden Vorjahreswert um 38,9% von 89,8 Mio. € auf 124,7 Mio. €. Die Rohertragsmarge (als Verhältnis von Rohertrag zu Gesamtleistung) hat sich damit von 28,5% auf 29,3% verbessert.

**Personalaufwand.** Aufgrund der effizienten betrieblichen Abläufe konnte die Anzahl der Mitarbeiter 2010 trotz des gestiegenen Transaktionsvolumens weiterhin niedrig gehalten werden: Im Berichtszeitraum beschäftigte das Unternehmen im Durchschnitt 101 Mitarbeiter (2009: 87). Der Personalaufwand belief sich auf 6,8 Mio. € (Vorjahr: 5,8 Mio. €). Die Personalaufwandsquote (Verhältnis von Personalaufwand zu Umsatzerlösen) in Höhe von 1,6% ist im Berichtszeitraum gegenüber Vorjahr leicht gesunken (2009: 1,9%).

**Sonstige betriebliche Aufwendungen.** Insgesamt stiegen im abgelaufenen Geschäftsjahr die sonstigen betrieblichen Aufwendungen im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum von 53,5 Mio. € um 16,0 Mio. € oder 29,8% auf 69,5 Mio. €.

Innerhalb der sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind die Transportkosten die größte Einzelposition. Delticom lässt die verkauften Reifen von den Lagerstandorten abholen und zu den Kunden oder Montagepartnern liefern. Mit dem höheren Geschäftsvolumen erhöhten sich im Berichtszeitraum daher auch die Transportkosten von 26,8 Mio. € um 28,8% auf 34,5 Mio. €. Der Anteil der Transportkosten am Umsatz hat sich von 8,6% auf 8,2% verringert. Grund hierfür war der Preiseffekt im Umsatz im abgelaufenen Geschäftsjahr, insbesondere im Schlussquartal. Zusätzlich wirkten Skaleneffekte aus der zentralisierten Lagerinfrastruktur kostendämpfend.

Der Marketingaufwand betrug 9,0 Mio. €, nach 7,7 Mio. € für 2009. Dies entspricht einer Quote von 2,1% vom Umsatz, nach 2,5% im entsprechenden Vorjahreszeitraum. Einer der Gründe hierfür war sicherlich der schneereiche Winter, der sicherheitsbewussten Autofahrern auch ohne viel Werbung die Bedeutung einer adäquaten Bereifung vor Augen führte. Kostendämpfend wirkte zudem, dass sich in den vergangenen Jahren die Anzahl der Bestandskunden kontinuierlich erhöht hat.

**Abschreibungen.** Im Zuge des schrittweisen Ausbaus der Lagerkapazität und der dafür notwendigen Ausstattungsinvestitionen stiegen die planmäßigen Abschreibungen von 1,0 Mio. € in 2009 um 24,8% auf 1,3 Mio. € an. Die wertmäßig geringen Abschreibungen zeigen, dass das Geschäft der Delticom nach wie vor wenig kapitalintensiv ist.

**Ergebnisentwicklung.** Das Konzernergebnis vor Finanzergebnis und Steuern (EBIT) verbesserte sich im Berichtszeitraum auf 47,1 Mio. € (2009: 29,4 Mio. €). Dies entspricht einer Umsatzrendite (EBIT-Marge) von 11,2% (2009: 9,4%). Aufgrund anhaltend geringer Euro-Geldmarktzinsen verharrte das Finanzergebnis auf niedrigem Niveau. Es belief sich auf lediglich 102 Tsd. € (2009: 163 Tsd. €). Der Ertragsteueraufwand betrug 14,9 Mio. € (Vorjahr: 9,3 Mio. €). Wie im Vorjahr betrug die Steuerquote 31,6%. Das Konzernergebnis 2010 belief sich auf 32,3 Mio. €, nach einem Vorjahreswert von 20,2 Mio. €. Dies entspricht einem Ergebnis je Aktie von 2,72 € (unverwässert, 2009: 1,71 €), einem Plus von 59,4%.

**Cashflow und Liquiditätsentwicklung.** Der Cashflow aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit betrug im Berichtszeitraum 51,7 Mio. €. Der starke Anstieg gegenüber dem Vorjahreswert von 13,1 Mio. € erklärt sich zum Teil aus einer um 11,9 Mio. € geringeren Mittelbindung im Net Working Capital. Im Berichtszeitraum hat Delticom 3,4 Mio. € in Sachanlagen, 0,8 Mio. € in Finanzanlagen und 0,1 Mio. € in immaterielle Anlagen investiert. Die Finanz- und Vermögenslage von Delticom ist gesund. Die Gesellschaft verfügt nach wie vor über genügend Liquidität (67,8 Mio. € am 31.12.2010, Vorjahr: 40,6 Mio. €).

Vorstand und Aufsichtsrat werden der Hauptversammlung am 03.05.2011 eine gegenüber dem Vorjahr um 60,0% höhere **Dividende** von 2,72 € pro Aktie vorschlagen (Vorjahr: 1,70 €).

### **Ausblick**

Ein so gutes Ergebnis legt die Messlatte für das laufende Jahr natürlich besonders hoch. Andererseits darf man nicht erwarten, dass wieder so viele positive Faktoren wie 2010 zusammenkommen werden. Die deutsche Winterreifenpflicht wird in diesem Jahr eine geringere Rolle spielen. Ob der kommende Winter nochmals ähnlich schneereich wird wie der letzte, bleibt abzuwarten. Allerdings rechnen Experten damit, dass Reifen auch in diesem Jahr wieder knapp werden. Viele Reifenhersteller haben bereits ihre Preise erhöht. Allgemein wird erwartet, dass die zweite Jahreshälfte im Vergleich zum Vorjahr für den europäischen Reifenhandel schwächer ausfallen wird.

Wie sich die Zerstörungen in Japan in den nächsten Monaten auf die Reifenlieferkette auswirken werden, können selbst Experten derzeit nicht einschätzen. Zwar ist Delticom nicht in Japan tätig, allerdings können indirekte Effekte in Folge der dortigen Probleme auch für die europäische Reifenbranche nicht ausgeschlossen werden.

Unabhängig von diesen kurzfristigen Entwicklungen ist allerdings im Reifenhandel der Anteil online verkaufter Reifen noch vergleichsweise gering. Mehr und mehr Autofahrer kommen ins Internet und suchen nach günstigen Angeboten, und immer mehr werden ihre Reifen bei uns kaufen. Für 2011 rechnet Delticom trotz der außergewöhnlich starken Vorjahresbasis mit einem Umsatzplus von etwa 10% – eine ambitionierte, aber erreichbare Zielvorgabe.

Für die Schätzung zukünftiger EBIT-Margen richtet sich das Management an einer längerfristigen Entwicklung aus. Für das laufende Jahr wird folglich erwartet, dass die EBIT-Marge gegenüber 2010 um etwa einen Prozentpunkt auf ein normaleres Maß zurück gehen wird. Dennoch könnte aus heutiger Sicht das Ergebnis je Aktie bei gutem Geschäftsverlauf durchaus die Höhe des Vorjahres erreichen.

**Der vollständige Bericht für das Geschäftsjahr 2010 steht auf der Internetseite [www.delti.com](http://www.delti.com) im Bereich "Investor Relations" zum Download zur Verfügung.**

### **Unternehmensprofil:**

Delticom, Europas führender Reifenhändler im Internet, wurde 1999 in Hannover gegründet. Das Unternehmen bietet Privat- und Geschäftskunden in über 100 Online-Shops in 39 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 27.000 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](http://www.delti.com)

Deutschsprachige Online-Reifen-Shops: [www.reifendirekt.de](http://www.reifendirekt.de), [www.reifendirekt.at](http://www.reifendirekt.at), [www.reifendirekt.ch](http://www.reifendirekt.ch)

### **Kontakt:**

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