

Sendesperrfrist: 11. Mai 2010; 13:00 Uhr

Es gilt das gesprochene Wort

Ausführungen des Vorstands der Delticom AG

Rainer Binder

anlässlich der Hauptversammlung

am 11. Mai 2010 in Hannover

1. Begrüßung

Meine sehr verehrten Aktionärinnen und Aktionäre,
meine Damen, meine Herren, verehrte Gäste,

im Namen des Vorstands sowie der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Delticom AG freue ich mich sehr, Sie heute zu unserer vierten Hauptversammlung als börsennotiertes Unternehmen begrüßen zu dürfen!

Es ist die erste Hauptversammlung in der neuen Delticom-Dekade. Auch das vergangene Geschäftsjahr trug ganz erheblich dazu bei, die Erfolgsgeschichte Ihrer Delticom fortzuschreiben – und direkt an die positive Entwicklung der zehn Jahre davor anzuknüpfen.

Das Geschäftsjahr 2009 war für die Delticom ein außergewöhnliches Jahr:

- Umsatz und Ergebnis erreichten ein Rekordniveau – trotz schwieriger gesamtwirtschaftlicher Rahmenbedingungen
- Insbesondere die außergewöhnlich starken Schneefälle, aber auch die Abwrackprämie bescherten uns zum Jahresende einen Rekordabsatz
- Wir konnten somit unsere selbstgesteckten Ziele für 2009 deutlich übertreffen.

Daraus ergibt sich ein überaus positives Gesamtbild:

- Ihre Delticom ist ein leistungsstarkes und profitables Wachstumsunternehmen.
- Wir sind Marktführer in einem Vertriebskanal, der auch zukünftig weiter an Bedeutung gewinnen wird.
- Die Gesellschaft ist schuldenfrei, verfügt über erhebliche Liquidität und eine solide Bilanz.

Meine Damen und Herren,

im weiteren Verlauf möchte ich gern die Gelegenheit nutzen, Ihnen in aller Kürze die Meilensteine des Jahres 2009 vorzustellen, bevor ich Ihnen im Anschluss eine kurze Vorschau auf die vor uns liegenden Aufgaben gebe – und Sie schließlich mit der strategischen Marschrichtung Ihrer Delticom vertraut mache.

2. Einführung Delticom

Meine Damen und Herren, wenn wir davon sprechen, dass Ihre Delticom beim Online-Reifenhandel von Anfang an eine führende Position einnimmt, so gilt dies nicht nur für die Anfangszeiten des Unternehmens, als der Einkauf im Internet vielerorts noch als exotisch galt. Vielmehr gilt dies für den gesamten Zeitraum seit der Unternehmensgründung.

Auch heute sind wir täglich direkt am Puls der aktuellen Entwicklungen und setzen beim Online-Reifenkauf wesentliche Standards. Permanent arbeiten wir daran, den Reifenkauf im Internet noch einfacher und damit für ein noch breiteres Publikum attraktiv zu gestalten: Enorme Auswahl, eine schnelle Lieferung und kompetenter Service, diese Standards gilt es in unserer täglichen Arbeit zu halten und weiter auszubauen.

In immer mehr Lebensbereichen gehört der Online-Kauf längst zum Alltag; zunehmend erwerben die Menschen ihre Waren und Dienstleistungen im Internet. Auch der Wachstumspfad der Delticom AG spiegelt diese Entwicklung wider:

Seit der Gründung konnten wir Umsatz und Ergebnis Jahr für Jahr steigern.

Für Ihre Delticom steht ganz klar fest: Der E-Commerce ist und bleibt die tragende Säule des unternehmerischen Erfolges – und damit Wachstumstreiber. Unser Geschäftsmodell hat sich auch in einem Jahr 2009 voller Herausforderungen mehr als bewährt. Das wird unter anderem an der Entwicklung unserer Neukunden deutlich: im letz-

ten Jahr haben mehr als 800.000 Kunden erstmalig in einem unserer 105 Online-Shops gekauft. Diese Zahl – und das dahinter stehende, sehr erfolgreiche Geschäftsjahr 2009 – sind ein beeindruckender Beleg für die Leistungsstärke Ihrer Delticom. Wie in den Jahren zuvor konnten wir zum wiederholten Mal beweisen, dass sich die Konzentration auf die eigenen Stärken voll und ganz auszahlt.

Unser erklärtes Ziel ist es, auch zukünftig unsere Stellung als europäischer Marktführer im Online-Reifenhandel zu halten und weiter auszubauen.

Die wesentlichen Triebfedern, um dieses Ziel zu erreichen, sind:

- Erstens: ein weiterhin gesundes Wachstum aufgrund von Kontinuität.
- Zweitens: die internationale Ausrichtung des Geschäfts als Stabilitäts Pfeiler in schwierigen Situationen, ob wetter- oder konjunkturbedingt.
- Drittens: ein besonders hohes Maß an Lieferfähigkeit dank eigener Lagerstandorte und moderner Lager-Infrastruktur.
- Viertens: eine niedrige Kostenbasis aufgrund weitgehend automatisierter Geschäftsprozesse.

Meine Damen und Herren,

lassen Sie mich an dieser Stelle ein Jahr der Delticom skizzieren, das sich trotz aller Herausforderungen als sehr erfolgreich für Ihr Unternehmen herausstellte.

3. Geschäftsumfeld 2009

Der gesamtwirtschaftliche Rahmen des vergangenen Jahres war vor allem zu Beginn nicht dazu angetan, positive Erwartungen zu schüren. Die Weltwirtschaft erholte sich jedoch schneller als erwartet vom tiefen Einbruch im Winterhalbjahr 2008/2009.

Staatliche Konjunkturprogramme in Frankreich, Italien und vor allem in Deutschland kurbelten mit ihren Abwrackprämien den Neuwagenabsatz kräftig an. Vorherrschend durch den Export getrieben fand die Wirtschaft in den Euroländern im zweiten Halbjahr allmählich den Weg aus dem Rezessionstal.

Als eine wesentliche Stütze erwiesen sich das stabile Verbraucherverhalten und das damit einhergehende recht gute Konsumklima: Entgegen vieler Prognosen gaben die Menschen ihr Geld weiter aus – wenn auch zum Teil preisbewusster: Viele Verbraucher suchten vermehrt nach kostengünstigen Alternativen. Diese Reaktion auf die Krise kam vor allem Discountern und damit auch E-Commerce-Unternehmen wie Delticom zugute.

Die Reifenbranche hatte mit 2009 das dritte schwierige Jahr in Folge zu bewältigen. Insbesondere der Reifenhandel spürte die Abwrackprämien in Deutschland und anderswo in der ersten Jahreshälfte zunächst als Belastung: Die Käufer von Neuwagen fielen im Sommergeschäft für die Nachfrage nach Ersatzreifen aus. Dennoch ist es Ihrer Delticom in diesem schwierigen Marktumfeld gelungen, sich dem allgemeinen Trend zu entziehen.

4. Meilensteine 2009

2009 war für uns ein außergewöhnlich erfolgreiches Jahr. Hierfür lassen sich mehrere Gründe nennen.

Zum einen bescherten uns die frühen Schneefälle im Oktober ein erstes deutliches Absatzplus von Winterreifen. Zum anderen hielt das strenge Winterwetter in vielen Teilen Europas auch im weiteren Verlauf der kalten Jahreszeit an.

Und auch die anfangs vom Reifenhandel noch eher skeptisch beurteilte Abwrackprämie erschloss uns im Winter zusätzliche Abverkaufsmöglichkeiten. Denn kaum ein Neuwagenbesitzer wollte bei schwierigen Straßenverhältnissen auf eine sichere Winterbereifung verzichten.

Aber nicht nur externe Faktoren sorgten für das Rekordniveau bei Umsatz und Ergebnis im vierten Quartal. Mit der Eröffnung unseres neuen Großlagers zu Jahresbeginn konnten wir uns frühzeitig auf das Wintergeschäft vorbereiten und ausreichend Ware für die anstehende Saison einlagern.

Unsere in 2009 verfolgte Investitionsstrategie hat sich bereits im Winter 2009 / 2010 voll ausgezahlt, da wir in der Saison und gerade auch in den Spitzenzeiten jederzeit lieferfähig waren – zu guten Preisen und mit einträglichen Margen.

Klar feststellen lässt sich, dass das Abschlussquartal 2009 einen wesentlichen Einfluss auf das hervorragende Gesamtergebnis hatte –

und dass hier außergewöhnlich viele positive Faktoren zusammenkamen.

In diesem Zusammenhang von Einmaleffekten zu sprechen wäre falsch. Denn auch in Zukunft werden Wetter, rechtliche Rahmenbedingungen und unsere gute Kapitalausstattung den Unternehmenserfolg beeinflussen. Wann jedoch wieder so viele positive Faktoren in einem einzelnen Jahr zusammenkommen, lässt sich unmöglich vorhersagen.

Im zurückliegenden Geschäftsjahr kletterte der Umsatz Ihrer Delticom um +20,2% auf 311,3 Millionen Euro, das EBIT stieg im Vorjahresvergleich um 78,8% auf 29,4 Millionen Euro.

Die erzielte EBIT-Marge von 9,4% lag deutlich über unserer Prognose. Zum Jahresanfang hatten wir noch eine EBIT-Marge von 6% für das Gesamtjahr erwartet, da wir in Folge der schweren Rezession mit fallenden Preisen in der zweiten Jahreshälfte rechnen mussten. Allerdings blieben im ersten Halbjahr der Arbeitsmarkt, die Einkommenssituation der europäischen Verbraucher und auch ihre Konsumneigung überraschend stabil.

Das vorteilhafte Konsumklima bescherte Delticom im Sommergeschäft erfolgreiche Verkäufe bei stabilen Preisen. Nach guten Ergebnissen in der ersten Jahreshälfte entschlossen wir uns darauf hin im Juli, die Prognose für die EBIT-Marge auf 7% anzuheben.

Das saisonal geprägte Reifengeschäft erreichte im vierten Quartal seinen Höhepunkt: Der schneereiche Winter in vielen Absatzländern sorgte für kräftige Nachfrage bei Winterreifen. Hier zeigte sich einmal mehr die Stärke des Geschäftsmodells Ihrer Delticom. In praktisch allen 105 Online-Shops in 35 Ländern verzeichneten wir einen posi-

tiven Geschäftsverlauf, der mit steigenden Absatzzahlen und weite-
rer Marktdurchdringung einherging.

Mit den anhaltend kräftigen Schneefällen im Dezember gelang es
uns, das von uns prognostizierte Ergebnisziel deutlich zu übertreffen.

Das Gros der Umsätze in 2009 erlösten wir innerhalb der EU –insge-
samt 254,7 Mio. € (+15,6%). Außerhalb der EU sind wir unter ande-
rem in der Schweiz und Norwegen, aber auch in den USA aktiv. Da-
bei stieg der Umsatz in den Nicht-EU-Ländern auf 56,5 Mio. € und
lag damit +46,6% höher als im Jahr 2008.

Meine Damen und Herren, unser Geschäftsbereich E-Commerce er-
wies sich auch 2009 wie in den Jahren zuvor als wesentlicher
Wachstumstreiber. Der Einkauf im Internet hat im letzten Jahr noch-
mals an Dynamik gewonnen, und immer mehr Kunden entscheiden
sich für die bequeme Online-Bestellung unabhängig von Ladenöff-
nungszeiten.

Diese Entwicklung spiegelt sich nicht zuletzt auch in den Kundenzah-
len wider: Seit Gründung haben bislang 3,4 Millionen Kunden in un-
seren Online-Shops eingekauft. Für die Reifenmontage standen im
letzten Jahr weltweit mehr als 25.000 Partnerwerkstätten zur Aus-
wahl, 7.000 davon allein in Deutschland.

Dass das Internet als Vertriebskanal im Reifenhandel zunehmend an
Bedeutung gewinnt, bestätigt auch eine repräsentative Umfrage, die
wir kürzlich gemeinsam mit dem unabhängigen Meinungsinstitut For-
sa unter 1001 deutschen Autofahrern durchgeführt haben. Ihre Kern-
aussage lässt aufhorchen: 40% der Befragten zwischen 18 und 39
Jahren können sich vorstellen, ihre Reifen im Internet zu kaufen. Das

zukünftige Potenzial ist demzufolge enorm, die Chancen für Ihre Delticom ebenso.

Diese Chancen werden wir nutzen: Mit Produkten, die den Wünschen unserer Kunden folgen, mit zuverlässiger, schneller Lieferung – und mit attraktiven Preisen.

Ihre Delticom ist hervorragend aufgestellt und verfügt über eine solide Bilanz. Dies hat uns in diesem Jahr auch die Deutsche Prüfstelle für Rechnungslegung, die so genannte Bilanzpolizei, bei ihrer durchgeführten Prüfung der Abschlüsse für das Geschäftsjahr 2008 bestätigt. Solche Prüfungen werden bei allen Börsenunternehmen stichprobenartig durchgeführt.

Die zuständige Kammer der Prüfstelle ist zu dem Ergebnis gekommen, dass keine fehlerhafte Rechnungslegung für das Geschäftsjahr 2008 vorliegt.

Meine Damen und Herren,

lassen Sie mich nun auf das aktuelle Geschäftsjahr zu sprechen kommen.

Ganz sicher werden wir noch auf absehbare Zeit die Auswirkungen der weltweiten Krise spüren, und auch die jüngsten Entwicklungen im Euroraum mahnen zur Vorsicht. Nichts desto Trotz stimmt uns nach einem erfolgreichen Geschäftsjahr 2009 auch die Geschäftsentwicklung im ersten Quartal 2010 optimistisch.

5. Laufendes Geschäftsjahr (Ausblick)

Das laufende Geschäftsjahr ist für uns erfreulich angelaufen. So haben wir den Umsatz im ersten Quartal um 45,9% auf 74,5 Millionen Euro gegenüber 51,0 Millionen Euro im Vorjahresquartal gesteigert, wobei der Umsatz im Kernsegment E-Commerce sogar um 51,3% anstieg. Aufgrund des anhaltenden Winters konnten wir auch noch zu Jahresbeginn Winterreifen absetzen, bevor die frühlingshaften Temperaturen im März viele Autofahrer dazu anregten, ihre Fahrzeuge auf Sommerreifen umzurüsten.

Auch das in den ersten drei Monaten erzielte EBIT von 5,9 Mio. Euro beziehungsweise die EBIT-Marge von 7,9% stimmen uns zuversichtlich, unsere ambitionierten Ziele für das Jahr 2010 zu erreichen: eine Umsatzsteigerung von mindestens 10% bei einer EBIT-Marge von 8%.

Mit einem Konzernergebnis von 4,0 Mio. Euro im ersten Quartal 2010 setzt Delticom den profitablen Wachstumskurs der letzten Jahre weiter fort. Dabei ist jedoch hervorzuheben, dass ein erfolgreiches erstes Quartal noch kein erfolgreiches Geschäftsjahr garantiert.

Dennoch: Die Zahl der Internetnutzer nimmt weiter zu, und entsprechend wird das Segment E-Commerce auch im laufenden Jahr weiterhin maßgeblich zum Wachstum Ihres Unternehmens beitragen.

Schwerpunkt unseres Geschäftes bleibt auch zukünftig der Vertrieb von Ersatzreifen an private Endkunden in ganz Europa.

6. Ende

Meine Damen und Herren, Sie sehen, Ihr Unternehmen hat sich 2009 und auch im ersten Quartal des Jahres 2010 positiv entwickelt.

Das Ergebnis pro Aktie ist im Geschäftsjahr 2009 um 72,4% auf 1,71 Euro gestiegen. An diesem Unternehmenserfolg möchten wir Sie, verehrte Aktionärinnen und Aktionäre, wie auch in den Jahren zuvor, maßgeblich beteiligen.

Vorstand und Aufsichtsrat schlagen die Zahlung einer Dividende in Höhe von 1,70 Euro pro Aktie vor. Wir freuen uns sehr, Sie mit dieser um 70% höheren Ausschüttung wieder voll am Ergebnis Ihrer Firma beteiligen zu können.

Die Delticom befindet sich auf klarem Wachstumskurs. Das Geschäftsmodell ist stabil und erfolgreich. Ich freue mich darauf, mit Ihnen gemeinsam auch zukünftig weiter auf der Erfolgsspur unterwegs zu sein.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!