



Präsentation anlässlich der Veröffentlichung der
Ergebnisse für das 1. Quartal 2007

23. Mai 2007

Agenda

I 1. Quartal 2007 im Überblick

II Geschäftsmodell der Delticom

III Saisonalität im Reifenhandel

IV Finanzen Q1'07

V Key Investment Highlights



Agenda

I

1. Quartal 2007 im Überblick

II

Geschäftsmodell der Delticom

III

Saisonalität im Reifenhandel

IV

Finanzen Q1'07

V

Key Investment Highlights





II

III

IV

V

Delticom Profil

- **Geschäftsmodell:** Verkauf von Reifen über das Internet
- **78 Online-Shops in 30 Ländern**, etablierte Domains mit hohem Bekanntheitsgrad
- **Umfassendes Warenangebot** mit mehr als 100 Reifenmarken und 25,000 Reifentypen
- Mehr als **1,5 Mio. Kunden**
- Weltweites Netz von mehr als **15,000 Servicepartnern**, e.g.
 -  DE 4373
 -  DE 2843
 -  FR 1304
 -  UK 1232
- **Kundenvorteile:** Qualitätsreifen zu günstigen Preisen rund um die Uhr bestellbar, hohe Transparenz durch umfangreiches Angebot, kurze Lieferzeiten (2-5 Werkstage), Ortsunabhängig, kostenlose Testergebnisse, Service und Beratung durch Call-Center

▶ **Delticom ist Europas führender Internet-Reifenhändler**



Q1'07 im Überblick

1 Redesign der Vertriebswege im Reifenmarkt



Umsatz **38,9 Mio. €**
(+52 % ggü. Vj.)

2 Internationale Wachstumsgeschichte



EU, USA, Japan – ↑ im
Ausland: **+57 %** ggü. Vj.

3 Leistungsfähige, kostengünstige Prozesse



EBIT: **0,25 Mio. €**
(vs. -0,03 Mio € Q1'06)

4 Ausgezeichnetes Potential



Marktanteil in Europa
erst ca. **1,5 %**

5 Nachhaltig profitables Geschäftsmodell



Gezahlte Dividende
1,20 € (+20 % ggü. Vj.)



Agenda

I 1. Quartal 2007 im Überblick

II **Geschäftsmodell der Delticom**

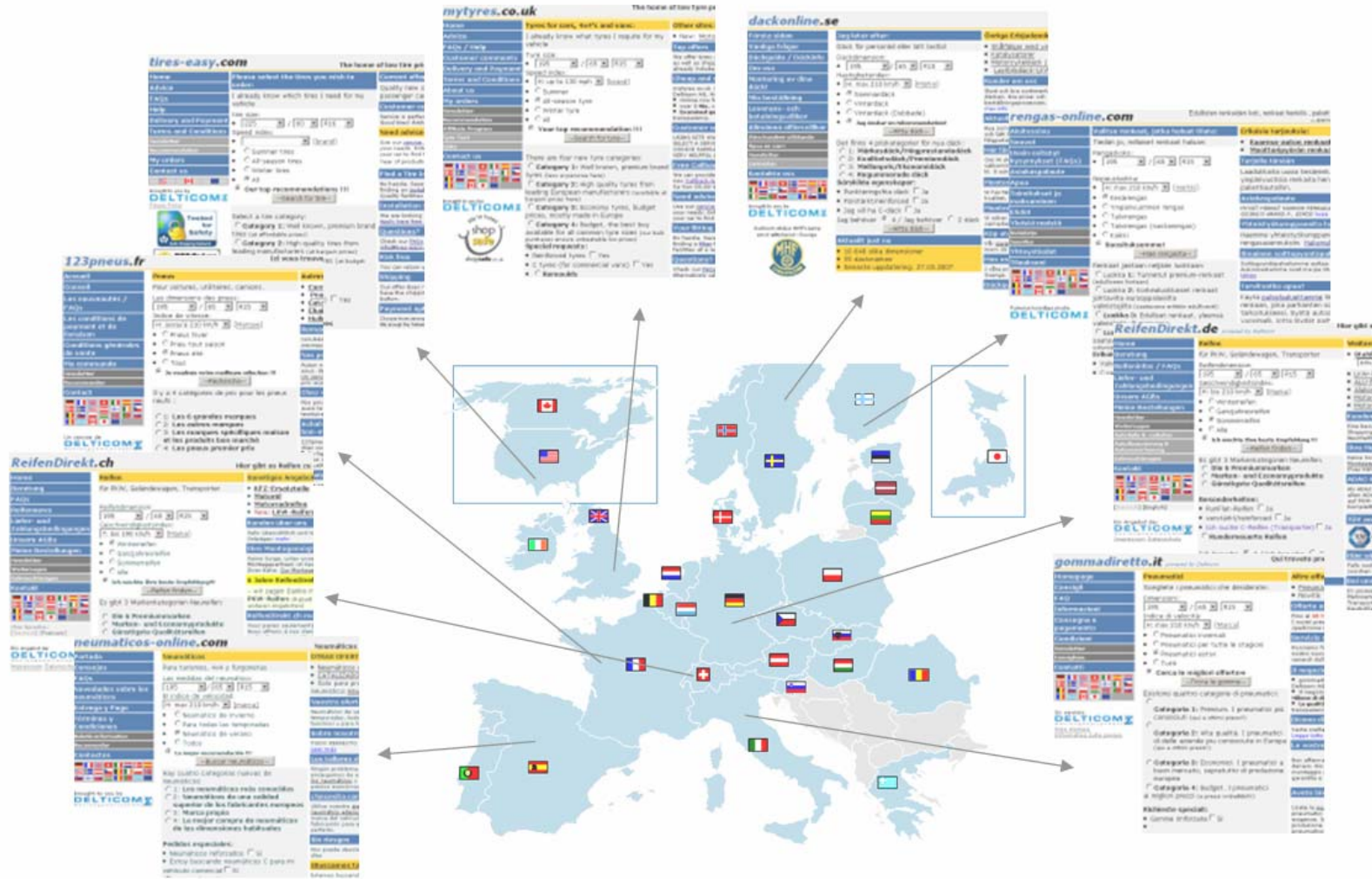
III Saisonalität im Reifenhandel

IV Finanzen Q1'07

V Key Investment Highlights



Delticom ist europäischer Marktführer

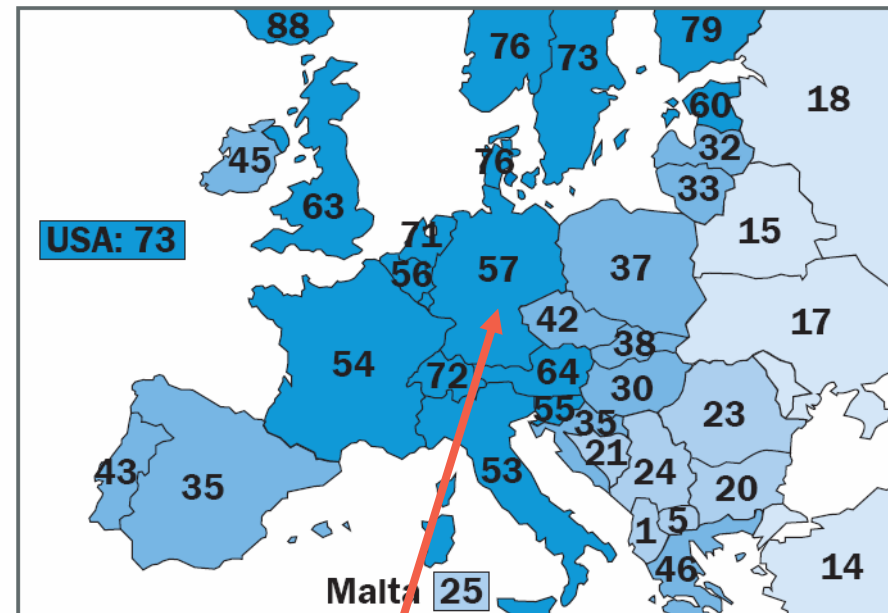


Internet

- Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und Internet (BITKOM):
 - In Deutschland waren in 2006 6% mehr Bundesbürger regelmäßig online als vor 2 Jahren
 - steigt bis 2010 auf >70% (aktuell 57%)
- Frankreich und Osteuropa werden aufholen
- ~ 70 % aller Nordamerikaner sind im Internet, aber nur 40% der Europäer (und lediglich 15 % der Asiaten)
- 2006 wurden in D 16,3 Mrd. € im Online-Handel mit Endverbrauchern umgesetzt

Internet-Nutzer in Europa 2007

Erwachsene in %



Desk research GfK Austria, Austria, April 2007

2010: >70%

► Weitere Internet-Durchdringung treibt Umsatz von Delticom

Reifen

- Relevant: **Reifenersatzmarkt**,
 - Europa 10-12 Mrd. € / year
 - USA 12-15 Mrd. € / year
- Absatz PKW-Reifen 2006:
 - 47,4 Mio Stück (genau wie 2005, prognostiziert waren 1%) , davon Runderneuerte 0,7 Mio. Stück
 - Winterreifen: 24,7 Mio. Stück + 2% (Prognose war 6,2%)
 - Sommerreifen: 22,7 Mio. Stück – 2,2% (Prognose war –4,3%)
- Prognosen 2007 (BRV): +2,1% Absatzwachstum
- **ADAC „Reifenmonitor“ 2007**
 - 2,5% haben das letzte Mal ihre Reifen im Internet gekauft (Vj.: 1,8%)
 - Bei den 18-29 jährigen lag der Wert bei 4,8% (Vj.: 3,3%)
 - Zukünftig über das Internet Reifen kaufen wollen 15% (Vj.: 14%)

► Großer, reifer Markt

Delticom – Geschäftseinheiten

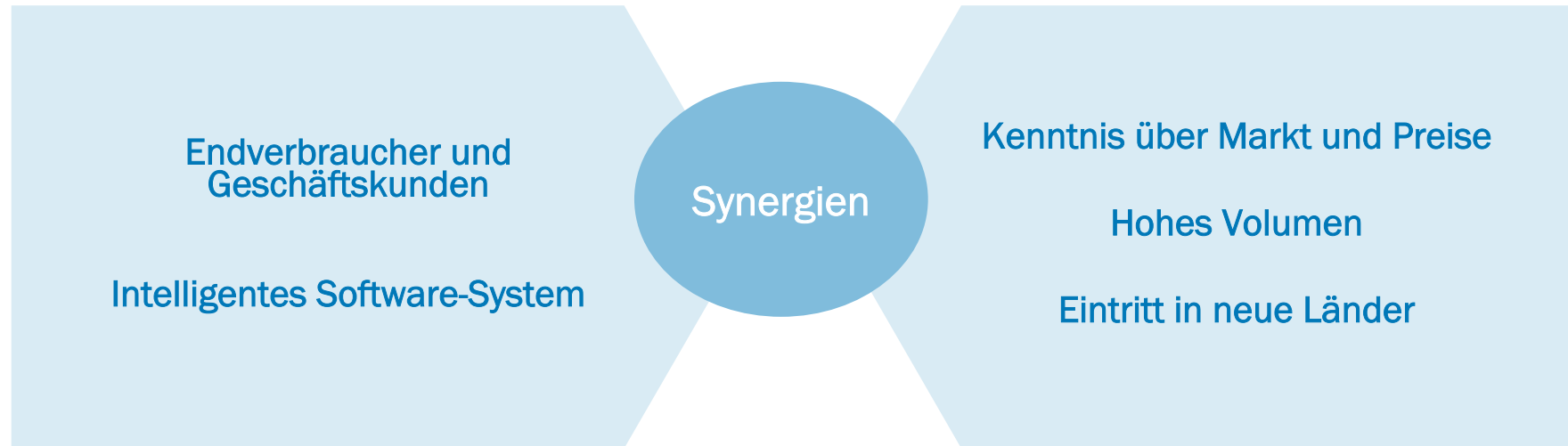


eCommerce (seit 2000)

Internet-Geschäft

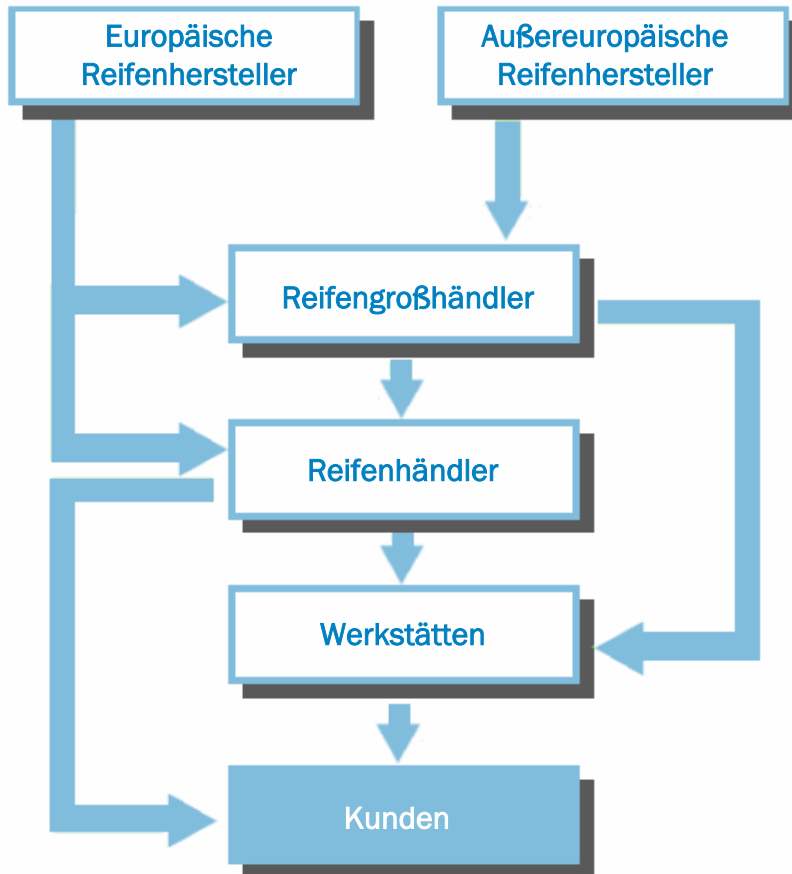
Großhandel (seit 1999)

Offline-Geschäft / Beschaffung

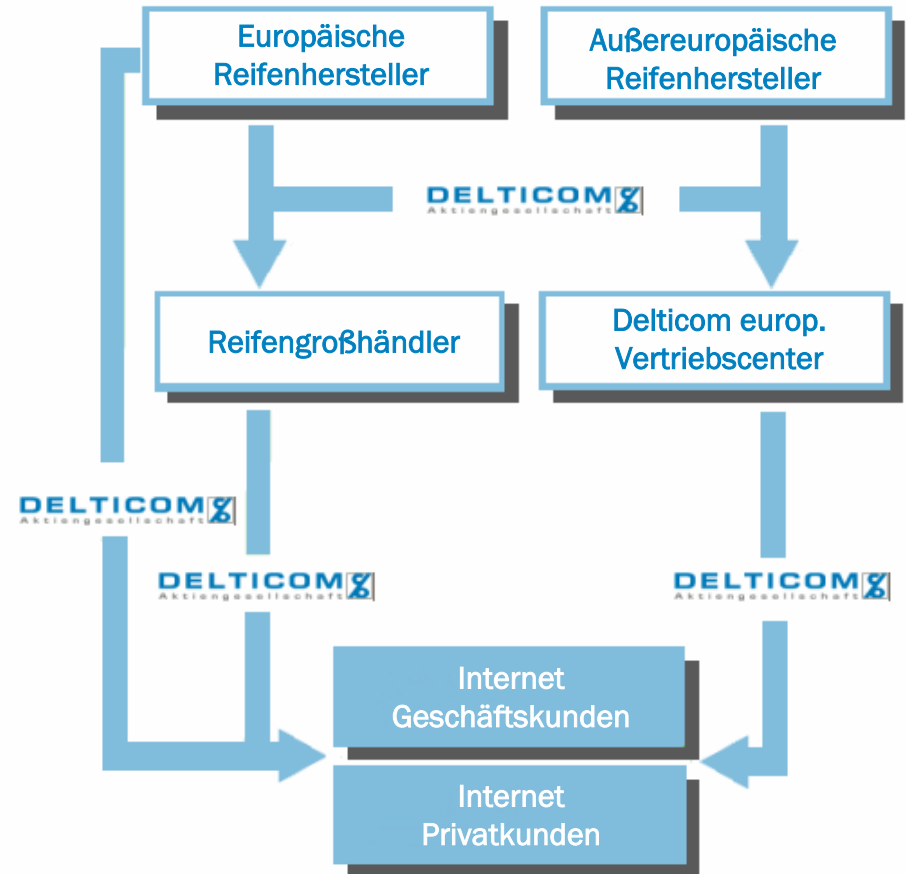


Redesign der Vertriebswege

Klassische Vertriebswege



Vertriebswege mit Delticom



Strategie

Kundenorientierung

- In Saisonzeiten **hohe Lieferfähigkeit** erreichen, durch engere Kooperationen mit Lieferanten und Warenmanagement
- **Attraktivität für Kunden ↑**
 - Zeit- und geldsparender Beschaffungsprozess
 - Breiteres Produktangebot
 - Größeres Netzwerk von Montagepartnern
 - Mehrwert Kundenservice

Kostenführerschaft

- **Günstigere Einkaufspreise** durch erhöhtes Einkaufsvolumen und durch frühzeitige Bestellung
- **Transportkosten ↓** durch Bündeln von Transporten in EU-Länder
- Organisationsstruktur schlank halten durch weitere **Automatisierung** und zusätzliches **Outsourcing**

Wachstumsfokus

- **First-Mover-Vorteil** durch rasche geografische Expansion in neue Märkte
- **Gründung neuer Shops** in bestehenden Märkten in Europa
- neue Kunden werden durch **kreatives, preiswertes Marketing** gewonnen
- **Kundenwert ↑** durch Cross-Selling und Wiederkäufe

► Umsetzung geht in 2007 weiter

Agenda

I 1. Quartal 2007 im Überblick

II Geschäftsmodell der Delticom

III **Saisonalität im Reifenhandel**

IV Finanzen Q1'07

V Key Investment Highlights



Schwacher Winter

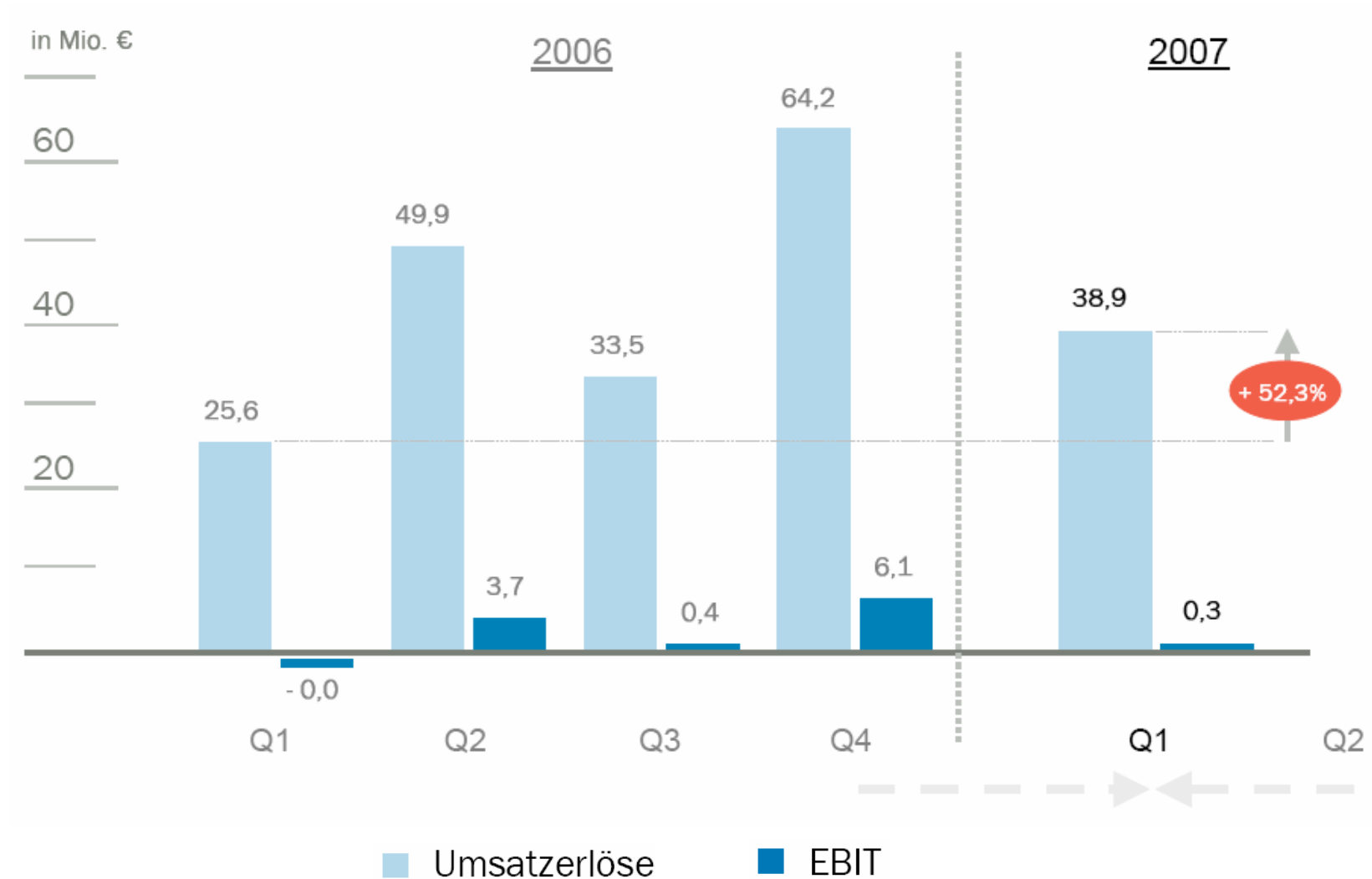
- Das Winterreifengeschäft startete im Oktober vielversprechend.
- Für die Saison wurden 1,5 Mio. mehr Reifen produziert als in 2005.
- Leider wurde der **Nachfrageeffekt der Reifenverordnung verwässert** (BRV):

„Der viel zu warme Winter ließ den in Folge der StVO-Novelle (Stichwort: geeignete Bereifung) erwarteten Winterreifen-Boom ausbleiben.“

- Entscheidung des Vorstandes: auch bei diesem Wetter nur *organisches* Umsatzwachstum ► weiterhin **Fokus auf Profitabilität** des Geschäfts
- **Börsengang** aktivierte zusätzliches Umsatzpotential
- Außerdem: Verkauf von Winterreifen in Q1 wg. Kälteeinbruch im Januar

► **Margen konnten gehalten und verbessert werden**

Q1'07 war überraschend stark



Agenda

I 1. Quartal 2007 im Überblick

II Geschäftsmodell der Delticom

III Saisonalität im Reifenhandel

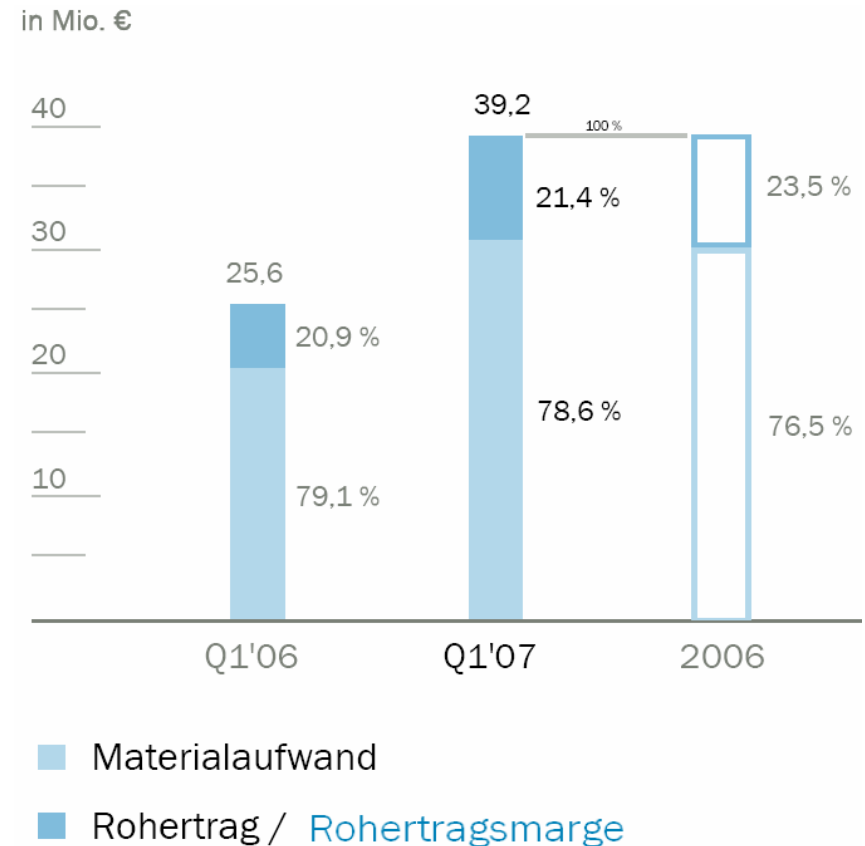
IV **Finanzen Q1'07**

V Key Investment Highlights



Wo die Reifen herkommen – Beschaffung

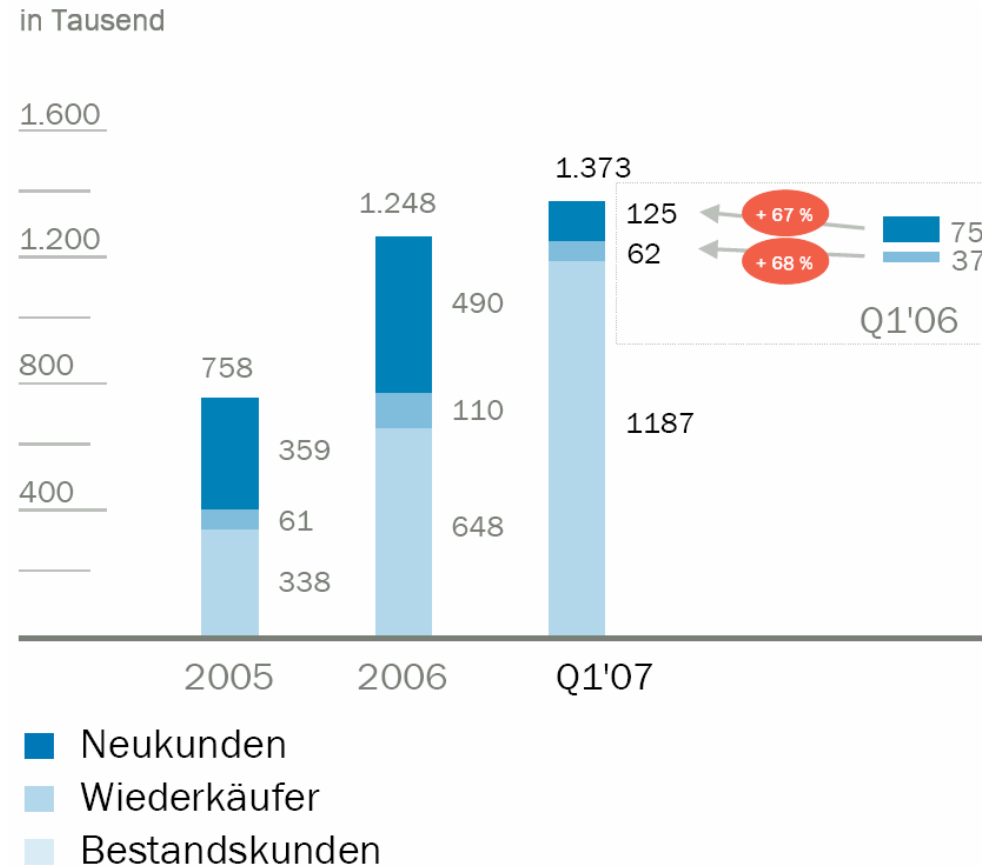
- **Global best price sourcing:** Händler / Hersteller mit dem besten Preis + Fracht weltweit (pro Artikel und pro Dimension) bekommt den Auftrag.
- Bei Preisveränderungen im Markt wird der **Markenführer** exklusiv umgehend informiert.
- Statt auf allgemeine „Hersteller an Handel“ – Daten angewiesen zu sein, erstellt Delticom auf der Grundlage der eigenen Absätze **präzise B2C Forecasts** und kommuniziert diese sogar an die Hersteller (frühzeitige Produktionsplanung).



► Margenverbesserung auf hohem Niveau

Wo die Reifen hingehen – Kunden

- **Bestandskunden** erhöhen die Unabhängigkeit von der Saisonalität
- Anteil der **Wiederkäufer** steigt
- Geschäft immer noch getrieben durch **Neukunden**
- Eigene Umfragen zeigen: **hohe Zufriedenheit** der Kunden mit Preis, Waren und Bestellprozess

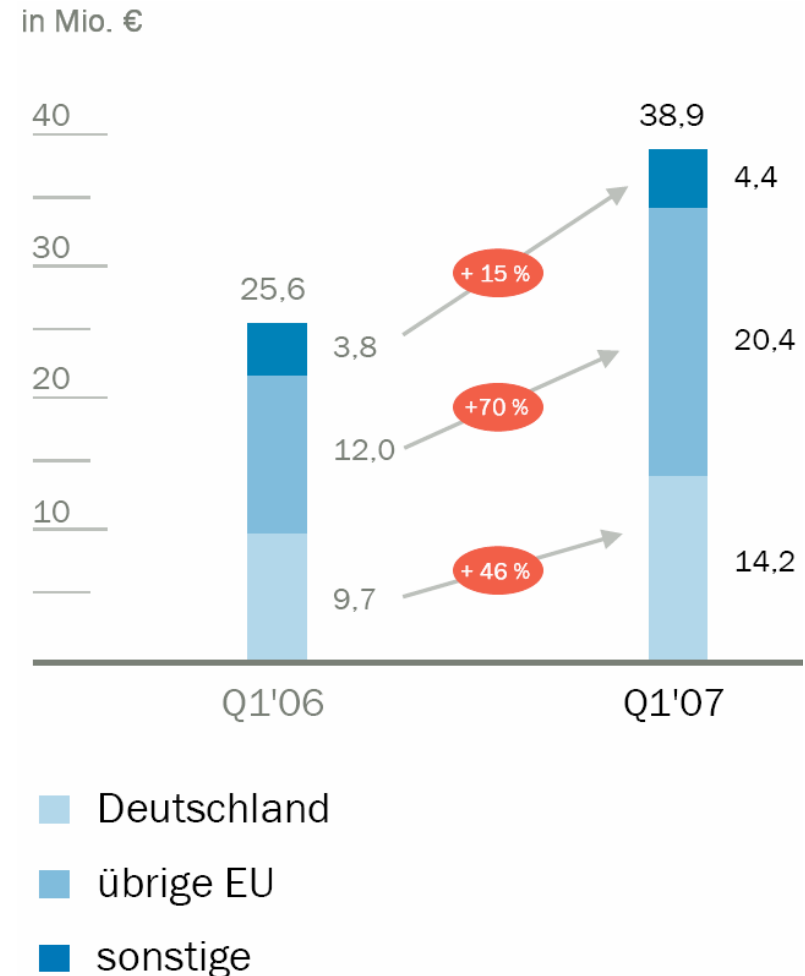


► **Wiederkäufer stellen wichtiges Wachstumspotential dar**

Bedeutung des Auslandsgeschäfts gewachsen

- überragende Bedeutung des deutschen **Heimatmarktes**
 - Mehr als ein Drittel von Gesamtumsatz
 - Wachstum ungebrochen
- **europäisches Ausland** ist wichtiges Standbein
 - große europäische Märkte (F, UK) sind Umsatzbringer und verringern auch die Saisonalität des Geschäfts (Winterreifen)
 - kleinere Spezialmärkte (CH, S, SU) sind alle erschlossen und hochprofitabel
- In einem saisonal schwachen Quartal in D wirken die anderen Märkte in Europa glättend auf die Saisonkurve
- Planmäßiger Ramp-Up in **USA** in 2006, deutliches Umsatzanstieg Q1'07
- erste Schritte in CAN, J und RU

► **Auslandsanteil >> 50%**



Starkes Wachstum wird fortgesetzt

	Q1'06	Q1'07	+ / -
Rohertragsmarge verbessert	21,0 %	21,6 %	0,6 %
Transportkosten gestiegen	- 7,6 %	- 8,2 %	- 0,6 %
Lagerhandling gestiegen	- 0,9 %	- 1,2 %	- 0,3 %
Preisvorteile			- 0,3 %
Werbekosten planmäßig gestiegen	- 1,7 %	- 2,7 %	- 1,0 %
Skaleneffekte	- 6,4 %	- 5,7 %	0,8 %
Kostenvorteile			- 0,2 %
Personalkosten	- 2,4 %	- 2,5 %	- 0,1 %
Einmalaufwendungen IPO	- 0,9 %	0,0 %	0,9 %
andere Kosten	0,5 %	0,4 %	- 0,1 %
EBIT-Marge	- 0,1 %	0,7 %	0,8 %

► Bessere Margen bei stetig steigenden Umsätzen

Erwartungen für Umsatz und Marge

Fortsetzung des Umsatzwachstums

erwartet aufgrund...

... Größe des europäischen PKW-Reifenersatzmarktes

... aktuell niedriger Marktdurchdringung von Reifen im Internet von ca. 1,5% p.a. in Europa

... steigender Durchdringung bestehender und neuer regionaler Märkte

Gute Entwicklung der operativen Margen

erwartet aufgrund...

... günstiger Veränderung des Produktmixes sowie niedrigerer Beschaffungspreise

... Effekte der Kostendegression

... laufender Reduzierung der operativen Kosten



Agenda

I 1. Quartal 2007 im Überblick

II Geschäftsmodell der Delticom

III Saisonalität im Reifenhandel

IV Finanzen Q1'07

V **Key Investment Highlights**



Key Investment Highlights



Vielen Dank!



Andreas Prüfer, Co-CEO

Rainer Binder, Co-CEO

Investor Relations:

Frank Schuhardt
Delticom AG
Brühlstr. 11
30169 Hannover
Germany

eMail: ir@delti.com
Telefon: +49-511-93634-844

Konzernzwischenabschluss
zum 31. März 2007

Bilanz – Aktiva

Aktiva		
in €	31. März 2007	31. Dezember 2006
Langfristige Vermögenswerte		
Immaterielle Vermögenswerte	534.667,10	463.337,00
Sachanlagen	457.971,18	438.999,41
Finanzanlagen	1.000.000,00	1.000.000,00
Sonstige Forderungen	110.750,70	90.011,06
Latente Steuererstattungsansprüche	0,00	0,00
Langfristiges Vermögen gesamt	2.103.388,98	1.992.347,47
Kurzfristige Vermögenswerte		
Vorräte	30.609.511,73	20.790.724,95
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	10.229.509,40	7.543.893,49
Sonstige Forderungen	5.365.235,81	3.223.431,88
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	36.288.597,18	34.660.936,37
Kurzfristiges Vermögen gesamt	82.492.854,12	66.218.986,69
Summe Vermögenswerte	84.596.243,10	68.211.334,16

Bilanz – Passiva

Passiva		
in €	31. März 2007	31. Dezember 2006
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	3.946.480,00	3.946.480,00
Kapitalrücklage	31.701.296,19	31.701.296,19
Ausgleichsposten aus der Währungsumrechnung	1.476,93	5.122,59
Gewinnrücklagen	199.673,00	199.673,00
Konzernbilanzgewinn	7.272.746,45	6.904.932,41
Eigenkapital gesamt	43.121.672,57	42.757.504,19
Langfristige Schulden		
Langfristige Rückstellungen	20.618,00	18.681,62
Latente Steuerverbindlichkeiten	282.711,12	227.450,02
Langfristige Schulden gesamt	303.329,12	246.131,64
Kurzfristige Schulden		
Steuerrückstellungen	2.084.898,98	2.055.300,00
Sonstige Rückstellungen	12.789,91	22.056,79
Kurzfristige verzinsliche Schulden	0,00	0,00
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	31.879.198,76	18.814.689,39
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	7.194.353,76	4.315.652,15
Kurzfristige Schulden gesamt	41.171.241,41	25.207.698,33
Summe Schulden	84.596.243,10	68.211.334,16

Gewinn- und Verlustrechnung

in €	01. Januar 2007– 31. März 2007	01. Januar 2006– 31. März 2006
Umsatzerlöse	38.924.070,03	25.555.192,44
Sonstige betriebliche Erträge	226.195,96	172.411,79
Materialaufwand	-30.760.720,09	-20.362.458,75
Personalaufwand	-963.951,94	-613.287,34
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	-59.893,48	-47.065,94
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-7.111.259,84	-4.730.435,49
Ergebnis vor Finanzergebnis und Steuern (EBIT)	254.440,64	-25.643,29
Finanzaufwand	-24.186,41	-65.169,88
Finanzertrag	295.312,00	14.432,52
Finanzergebnis (netto)	271.125,59	-50.737,36
Ergebnis vor Steuern (EBT)	525.566,23	-76.380,65
Steuern vom Einkommen und Ertrag und sonstige Steuer	-157.752,19	32.343,03
Konzernperiodenüberschuss	367.814,04	-44.037,62
unverwässertes Ergebnis je Aktie	0,09	-0,01

Kapitalflussrechnung

in €	01. Januar 2007- 31. März 2007	01. Januar 2006- 31. März 2006
Ergebnis vor Finanzergebnis und Steuern (EBIT)	254.440,64	-25.643,29
Erhaltene Zinsen	17.865,32	9.082,52
Gezahlte Zinsen	-24.186,41	-65.169,88
Gezahlte Ertragsteuern	-72.892,11	91.248,47
Abschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	59.893,48	47.065,94
Verluste aus dem Abgang von Vermögenswerten des langfristigen Vermögens	0,00	0,00
Zunahme/ Abnahme der sonstigen Rückstellungen	-7.330,50	3.340,29
Zunahme der Vorräte	-9.818.786,78	-7.621.427,06
Zu-/ Abnahme der Forderungen und sonstigen Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-4.570.712,80	-4.031.975,34
Zunahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	15.943.210,98	11.551.012,46
Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit	1.781.501,82	-42.465,89
Investitionen in		
Immaterielle Vermögensgegenstände	-80.298,60	-411,74
Sachanlagen	-69.896,75	-82.163,29
Finanzanlagen	0,00	0,00
Erlöse aus Abgängen des Sachanlagevermögens	0,00	970,00
Erlöse aus dem Abgang von Finanzanlagen	0,00	0,00
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-150.195,35	-81.605,03
Gezahlte Dividende der Delticom AG	0,00	0,00
Ein-/ Auszahlungen aus Kapitalzuführungen	0,00	0,00
Mittelzufluss aus Finanzierungstätigkeit	0,00	0,00
Zahlungswirksame Veränderung der liquiden Mittel	1.631.306,47	-124.070,92
Wechselkursbedingte Veränderungen der liquiden Mittel	-3.645,66	-1.787,01
Liquide Mittel am Jahresanfang	34.660.936,37	2.104.823,60
Liquide Mittel am Ende der Periode	36.288.597,18	1.978.965,67