



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 Werkzeuge), 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**

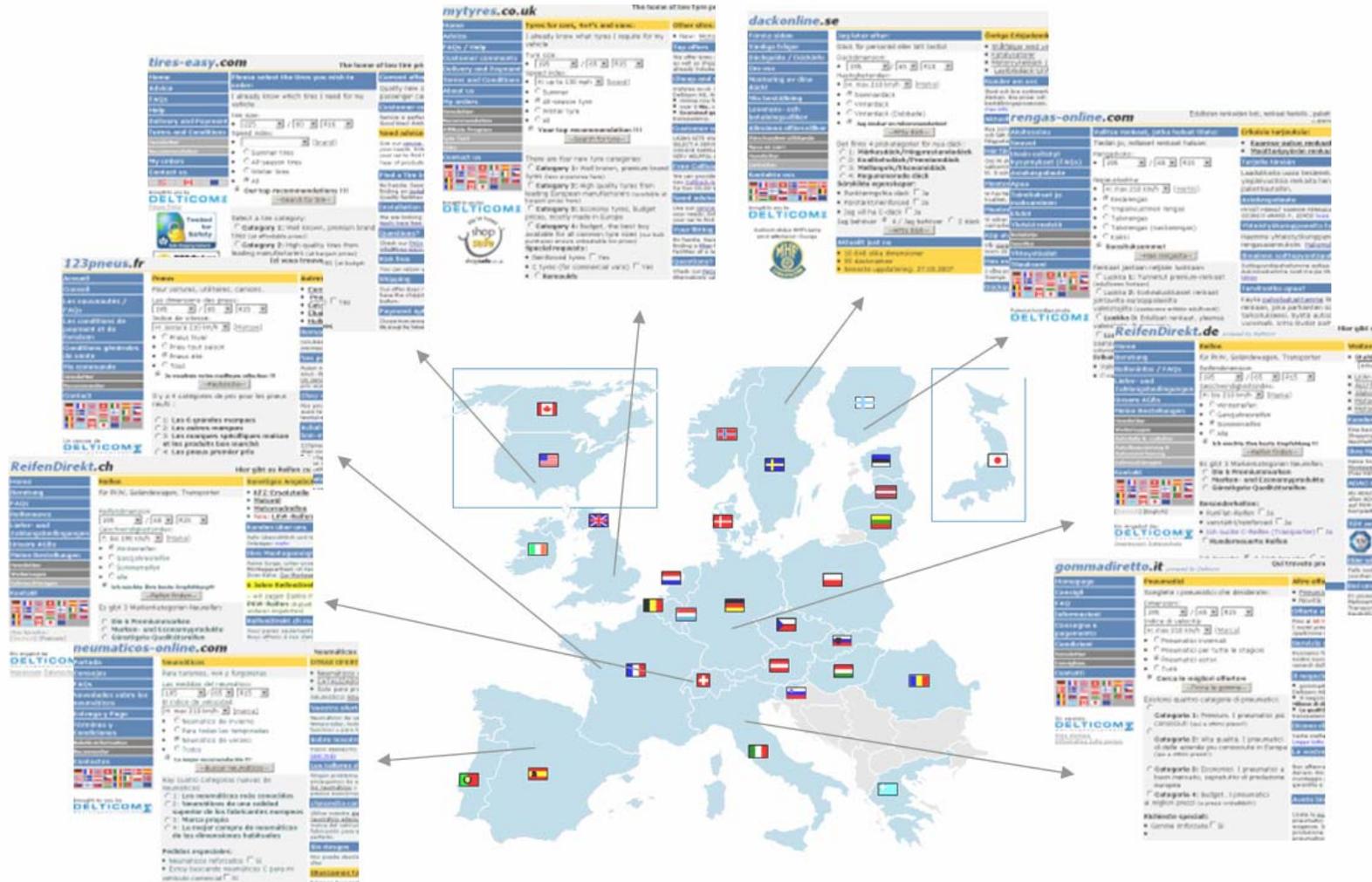
III Saisonalität im Reifenhandel

IV Finanzen Q1'07

V Key Investment Highlights



# Delticom ist europäischer Marktführer

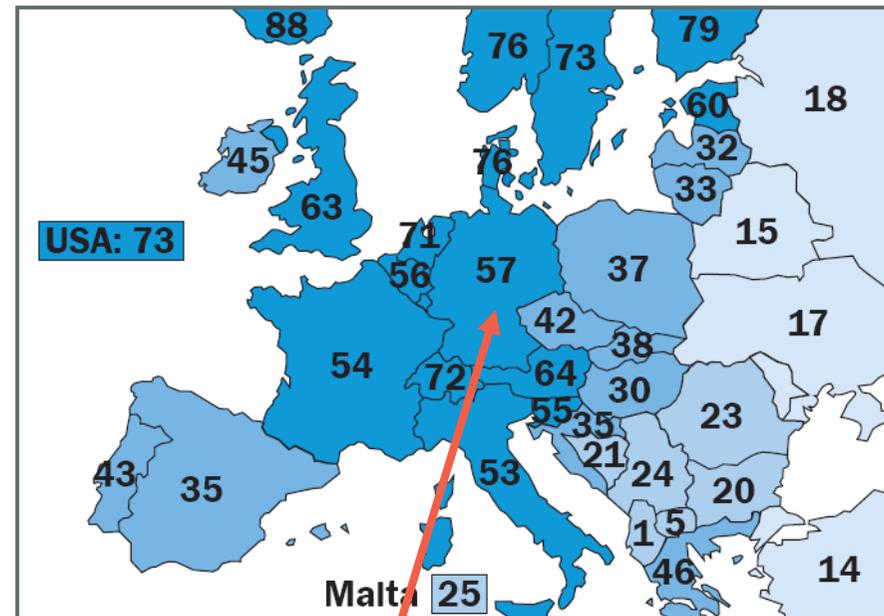


# Internet

- 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

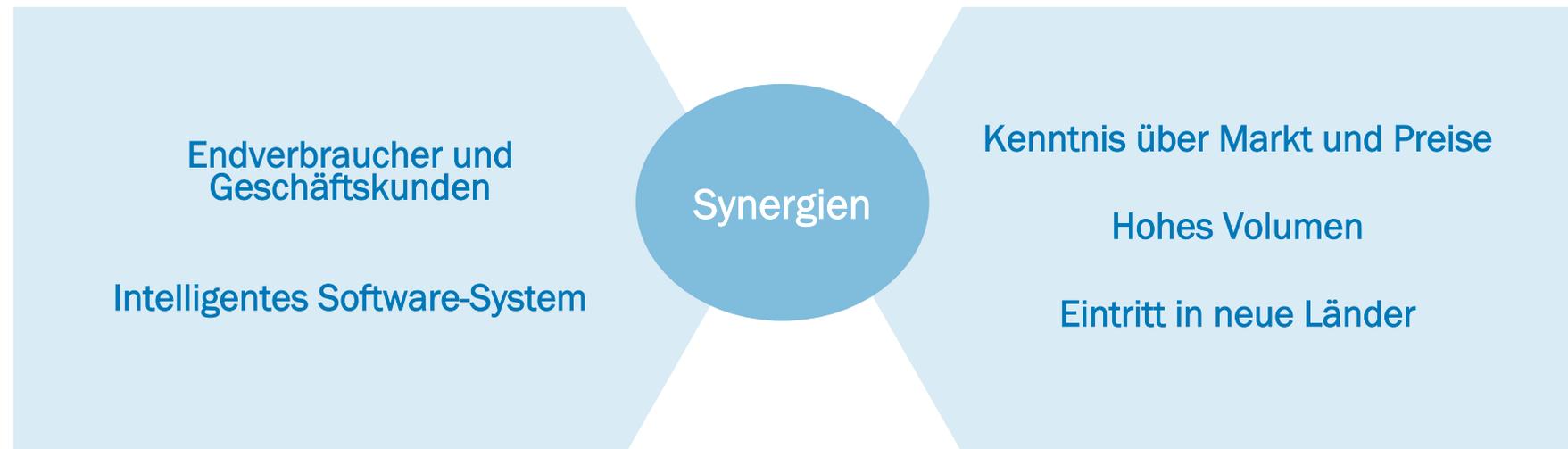


eCommerce (seit 2000)

Internet-Geschäft

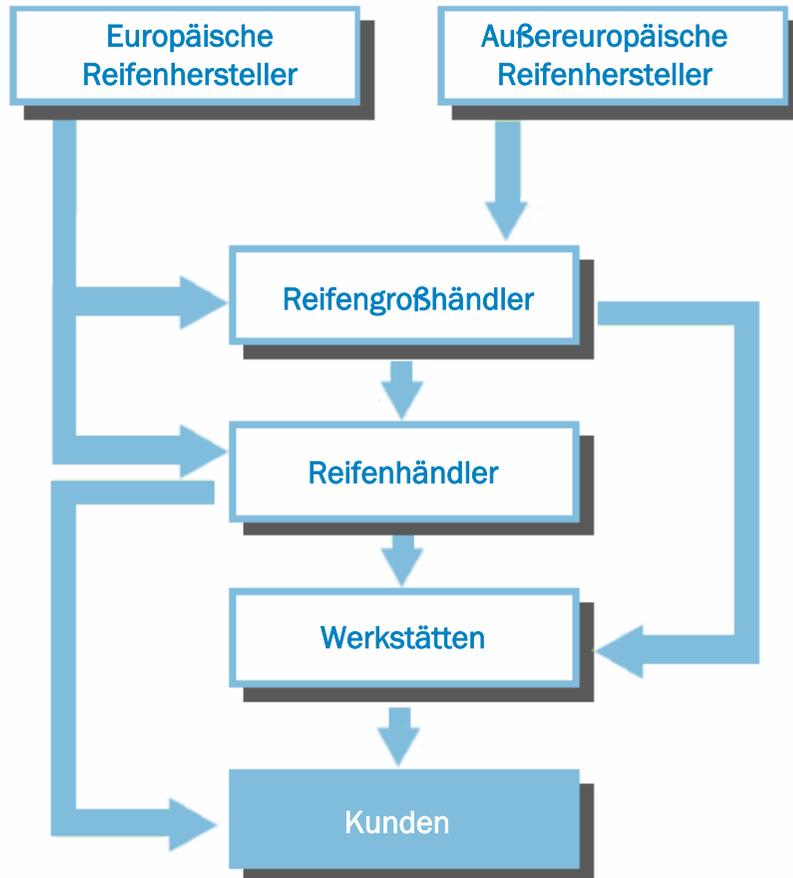
Großhandel (seit 1999)

Offline-Geschäft / Beschaffung

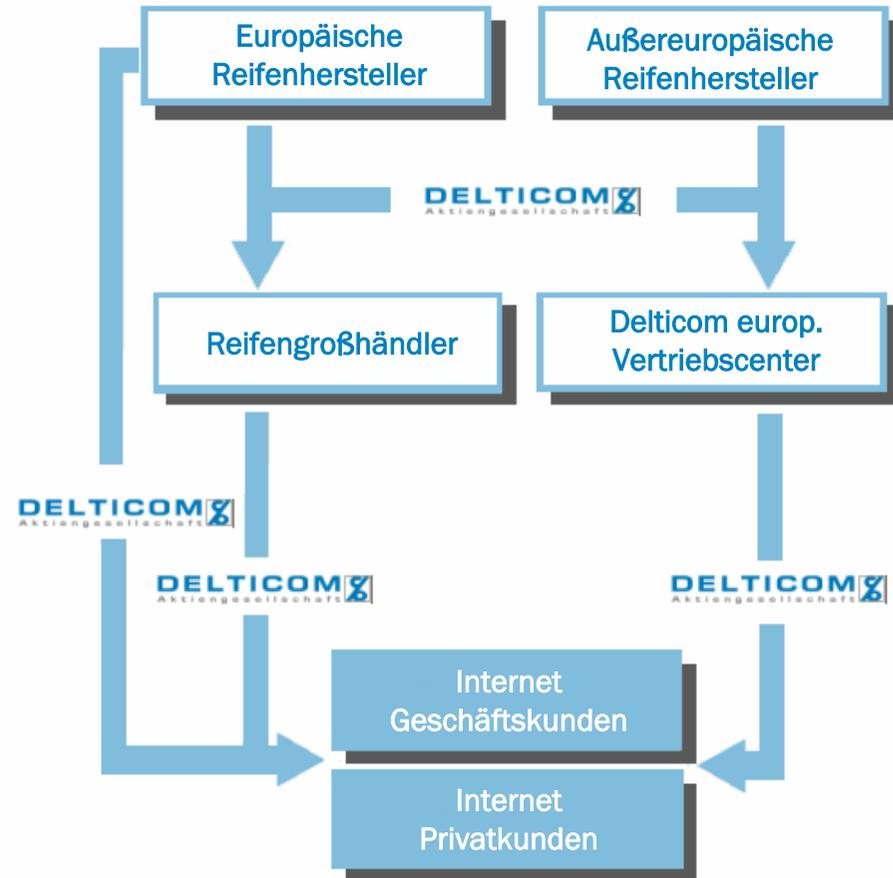


# Redesign der Vertriebswege

## 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):

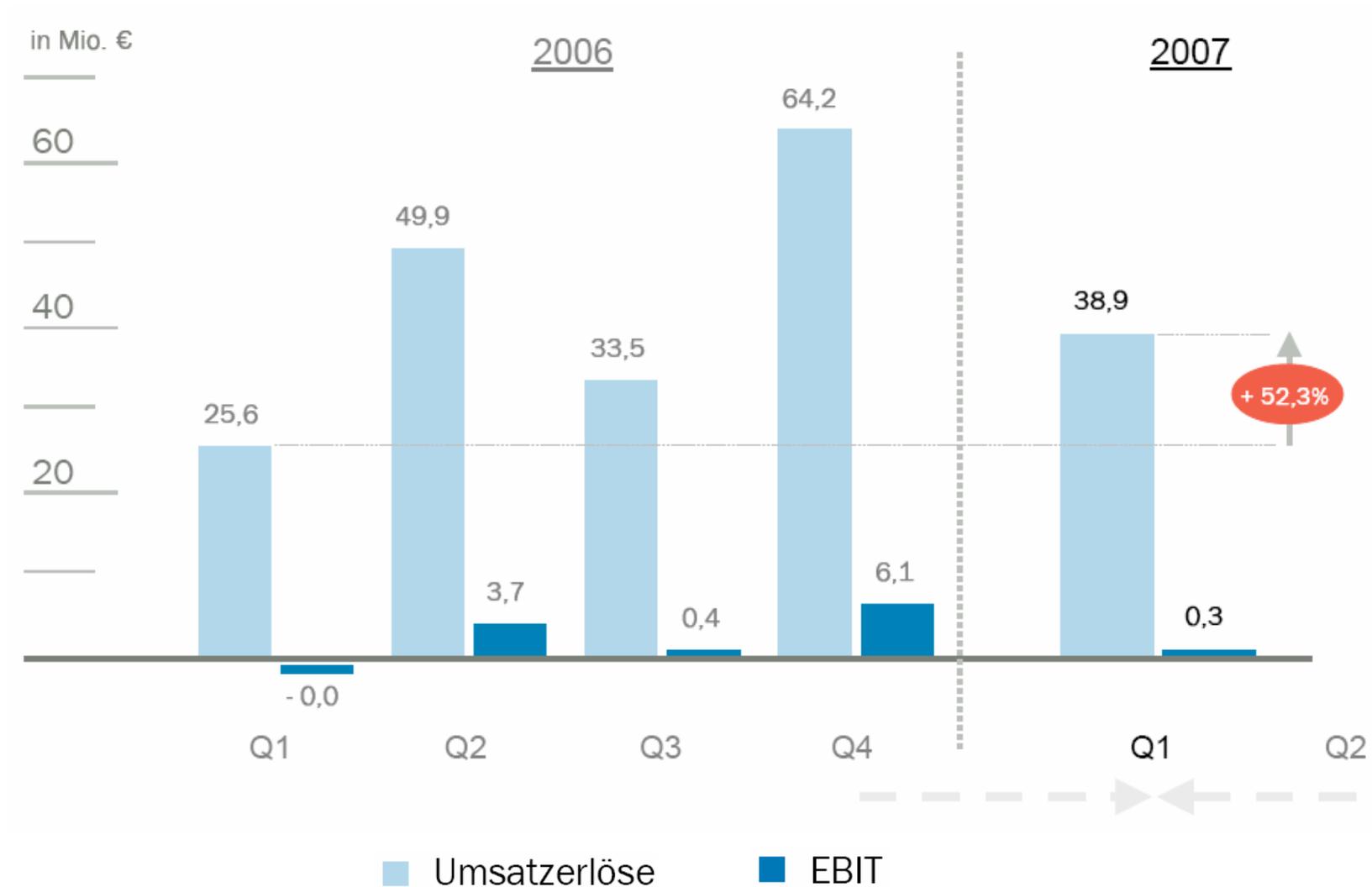
*„Der viel zu warme Winter ließ den in Folge der StVO-Novelle (Stichwort: geeignete Bereifung) erwarteten Winterreifen-Boom ausbleiben.“*

- 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

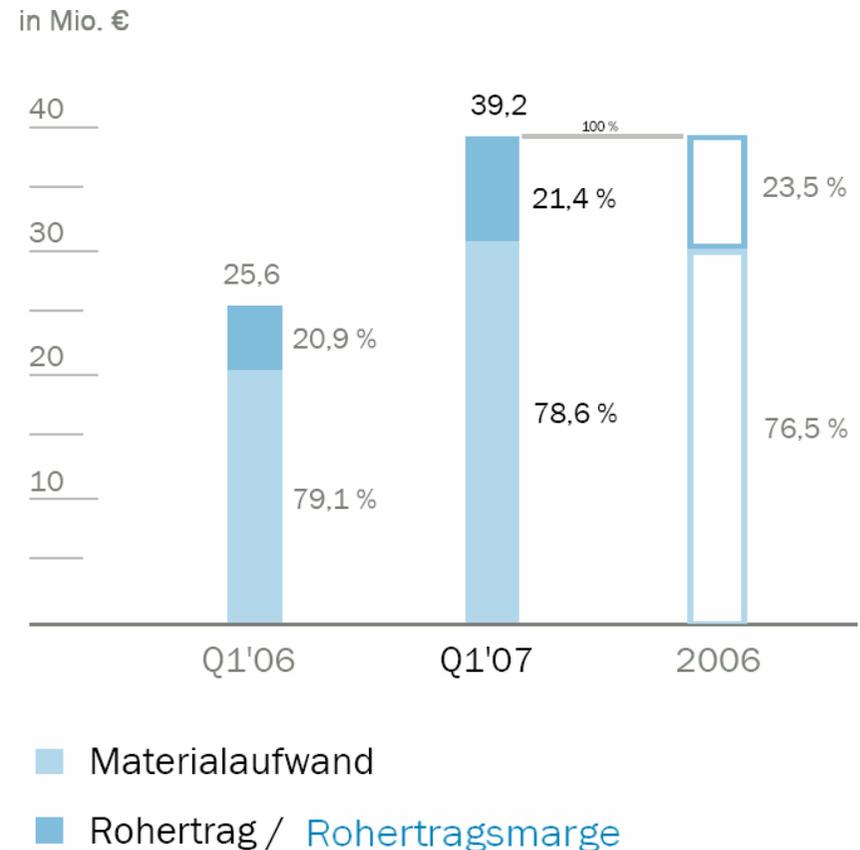
IV **Finanzen Q1'07**

V Key Investment Highlights



# Wo die Reifen herkommen – Beschaffung

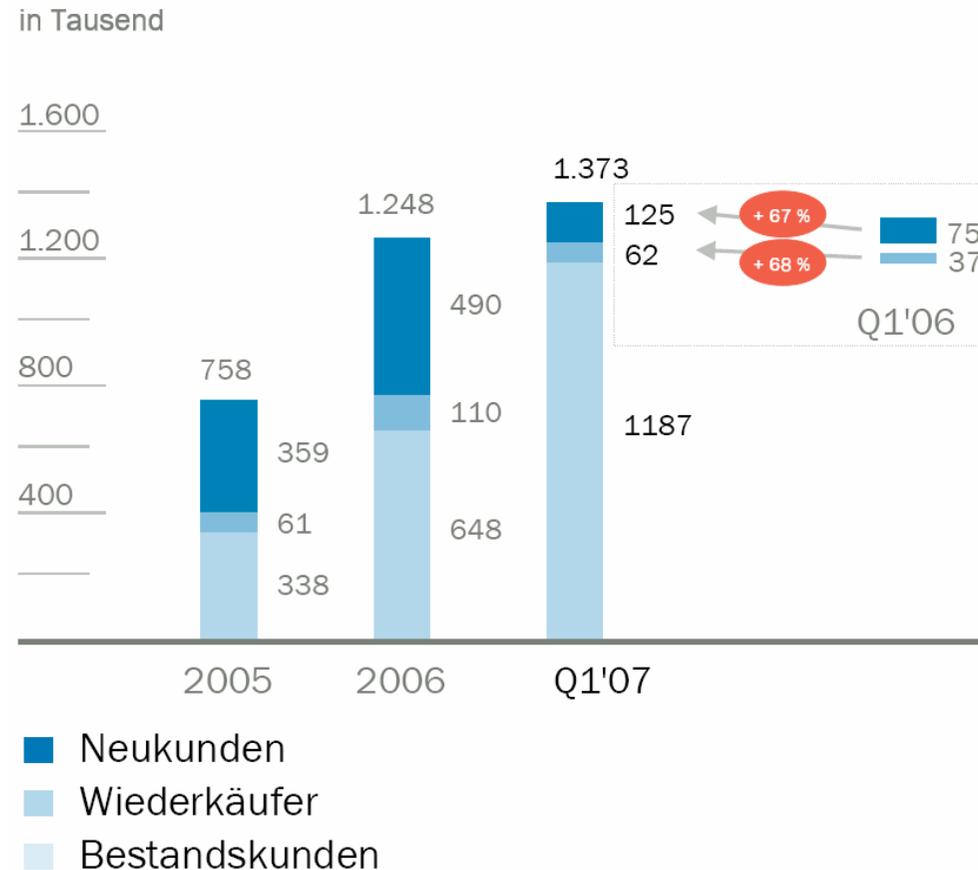
- **Global best price sourcing:** Händler / Hersteller mit dem besten Preis + Fracht weltweit (pro Artikel und pro Dimension) bekommt den Auftrag.
- Bei Preisveränderungen im Markt wird der **Markenführer** exklusiv umgehend informiert.
- Statt auf allgemeine „Hersteller an Handel“ – Daten angewiesen 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 %
<b>Preisvorteile</b>			- 0,3 %
Werbekosten planmäßig gestiegen	- 1,7 %	- 2,7 %	- 1,0 %
Skaleneffekte	- 6,4 %	- 5,7 %	0,8 %
<b>Kostenvorteile</b>			- 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 %
<b>EBIT-Marge</b>	- 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

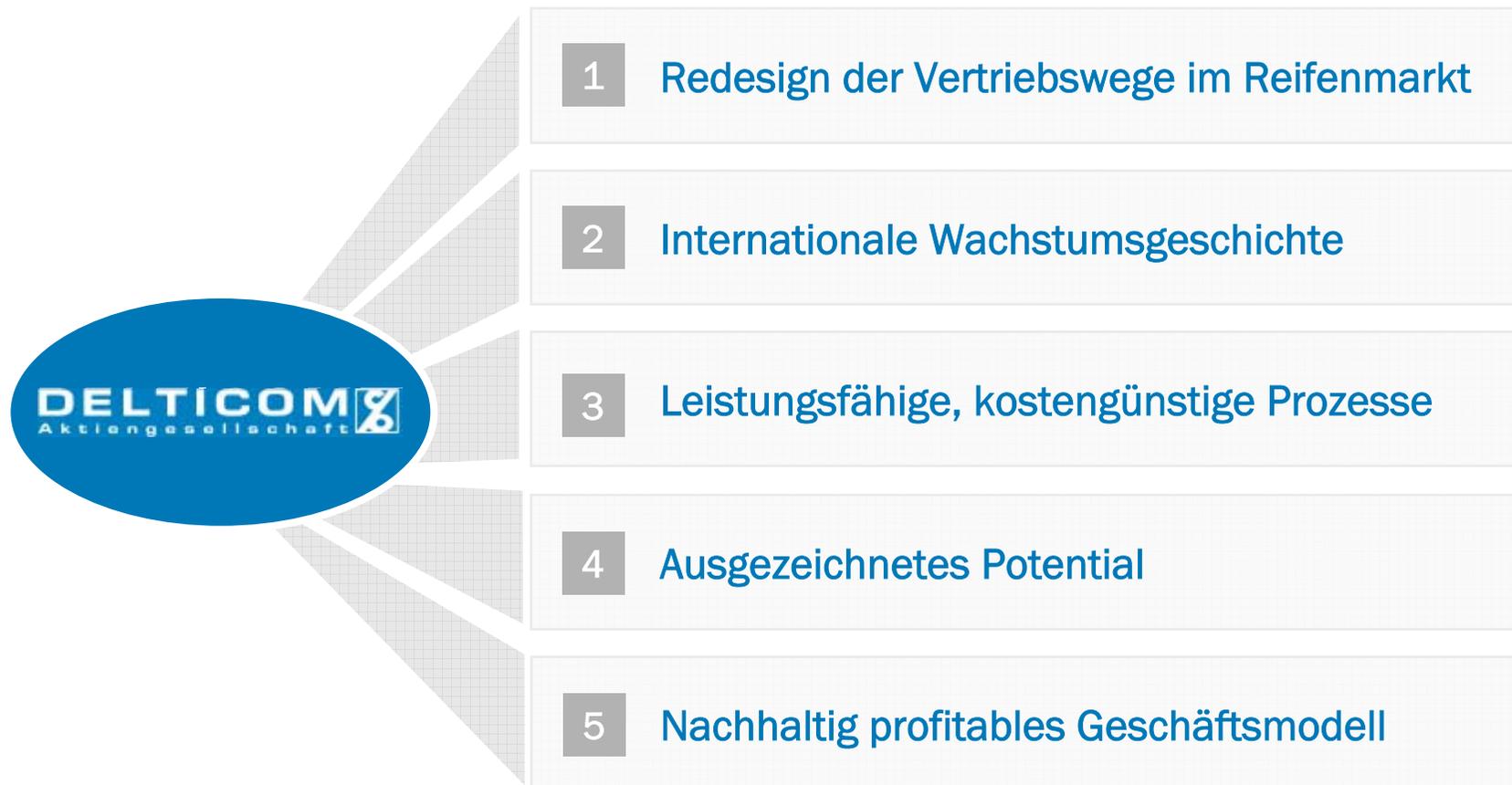
IV Finanzen Q1'07

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](mailto:ir@delti.com)  
Telefon: +49-511-93634-844

Konzernzwischenabschluss  
zum 31. März 2007

# Bilanz – Aktiva

Aktiva		
in €	31. März 2007	31. Dezember 2006
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>		
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
<b>Langfristiges Vermögen gesamt</b>	<b>2.103.388,98</b>	<b>1.992.347,47</b>
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>		
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
<b>Kurzfristiges Vermögen gesamt</b>	<b>82.492.854,12</b>	<b>66.218.986,69</b>
<b>Summe Vermögenswerte</b>	<b>84.596.243,10</b>	<b>68.211.334,16</b>

# Bilanz – Passiva

Passiva		
in €	31. März 2007	31. Dezember 2006
<b>Eigenkapital</b>		
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
<b>Eigenkapital gesamt</b>	<b>43.121.672,57</b>	<b>42.757.504,19</b>
<b>Langfristige Schulden</b>		
Langfristige Rückstellungen	20.618,00	18.681,62
Latente Steuerverbindlichkeiten	282.711,12	227.450,02
<b>Langfristige Schulden gesamt</b>	<b>303.329,12</b>	<b>246.131,64</b>
<b>Kurzfristige Schulden</b>		
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
<b>Kurzfristige Schulden gesamt</b>	<b>41.171.241,41</b>	<b>25.207.698,33</b>
<b>Summe Schulden</b>	<b>84.596.243,10</b>	<b>68.211.334,16</b>

# Gewinn- und Verlustrechnung

in €	01. Januar 2007– 31. März 2007	01. Januar 2006– 31. März 2006
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>38.924.070,03</b>	<b>25.555.192,44</b>
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
<b>Ergebnis vor Finanzergebnis und Steuern (EBIT)</b>	<b>254.440,64</b>	<b>-25.643,29</b>
Finanzaufwand	-24.186,41	-65.169,88
Finanzertrag	295.312,00	14.432,52
<b>Finanzergebnis (netto)</b>	<b>271.125,59</b>	<b>-50.737,36</b>
<b>Ergebnis vor Steuern (EBT)</b>	<b>525.566,23</b>	<b>-76.380,65</b>
Steuern vom Einkommen und Ertrag und sonstige Steuer	-157.752,19	32.343,03
<b>Konzernperiodenüberschuss</b>	<b>367.814,04</b>	<b>-44.037,62</b>
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
<b>Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit</b>	<b>1.781.501,82</b>	<b>-42.465,89</b>
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
<b>Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit</b>	<b>-150.195,35</b>	<b>-81.605,03</b>
Gezahlte Dividende der Delticom AG	0,00	0,00
Ein-/ Auszahlungen aus Kapitalzuführungen	0,00	0,00
<b>Mittelzufluss aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Zahlungswirksame Veränderung der liquiden Mittel</b>	<b>1.631.306,47</b>	<b>-124.070,92</b>
Wechselkursbedingte Veränderungen der liquiden Mittel	-3.645,66	-1.787,01
Liquide Mittel am Jahresanfang	34.660.936,37	2.104.823,60
<b>Liquide Mittel am Ende der Periode</b>	<b>36.288.597,18</b>	<b>1.978.965,67</b>