



Bilanzpresse- und Analystenkonferenz

anlässlich der Veröffentlichung der
Ergebnisse für das Geschäftsjahr 2006

4. April 2007, Frankfurt am Main

Agenda

I Geschäftsjahr 2006 im Überblick

II Geschäftsmodell der Delticom

III Q4 erfolgreich trotz warmen Winters

IV Finanzen 2006

V Key Investment Highlights



Agenda

I **Geschäftsjahr 2006 im Überblick**

II Geschäftsmodell der Delticom

III Q4 erfolgreich trotz warmen Winters

IV Finanzen 2006

V Key Investment Highlights



Geschäftsjahr 2006 im Überblick

1 Redesign der Vertriebswege im Reifenmarkt



Umsatz **173,1 Mio. €**
(+34 % ggü. Vj.)

2 Internationale Wachstumsgeschichte



EU, USA, Japan – ↑ im
Ausland: **+42 %** ggü. Vj.

3 Leistungsfähige, kostengünstige Prozesse



EBIT: **10,2 Mio. €**
(+79 % ggü. Vj.)

4 Ausgezeichnetes Potential



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

5 Nachhaltig profitables Geschäftsmodell



Dividendenvorschlag
1,20 € (+20 % ggü. Vj.)



Agenda

I **Geschäftsjahr 2006 im Überblick**

II **Geschäftsmodell der Delticom**

III **Q4 erfolgreich trotz warmen Winters**

IV **Finanzen 2006**

V **Key Investment Highlights**



Reifen

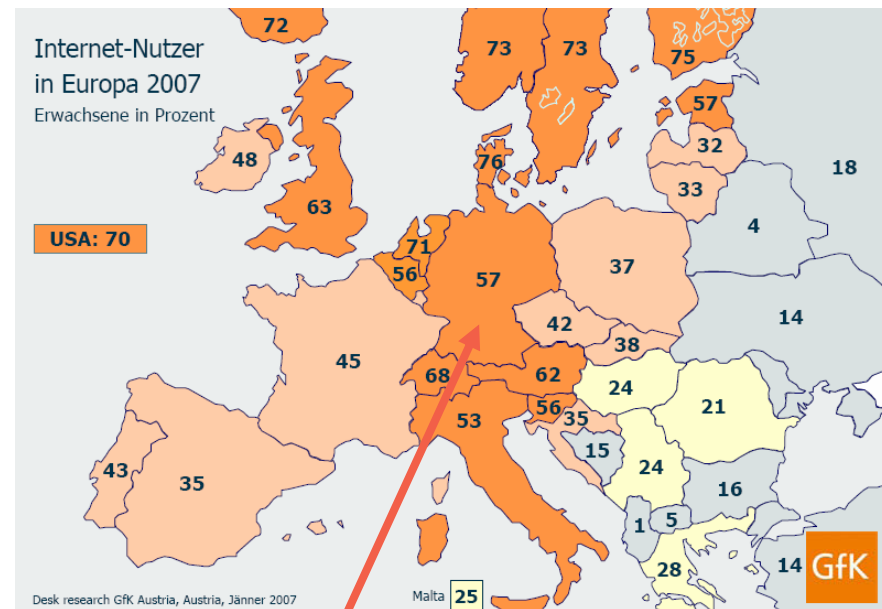
- Relevant: **Reifenersatzmarkt**
- Absatzzahlen 2006
 - PKW-Reifen gesamt: 47,4 Mio Stück genau wie 2005 (Prognose war + 1%)
davon Runderneuerte 0,7 Mio. Stück
 - Winterreifen: 24,7 Mio. Stück + 2% (Prognose war + 6,2%)
 - Sommerreifen: 22,7 Mio. Stück – 2,2% (Prognose war –4,3%)
 - „Umrüstquote“: 57% (2005: 54%)
 - Bestandsaufbau in Deutschland beim Handel: 3,4 Mio. Stück
 - Prognose des BRV für 2007: + 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



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 38,9 % der Europäer (und lediglich 10,7 % der Asiaten)
- 2006 wurden in D 16,3 Mrd. € im Online-Handel mit Endverbrauchern umgesetzt



2010: >70%

► Weitere Internet-Durchdringung treibt Umsatz von Delticom

Delticom – Geschäftseinheiten

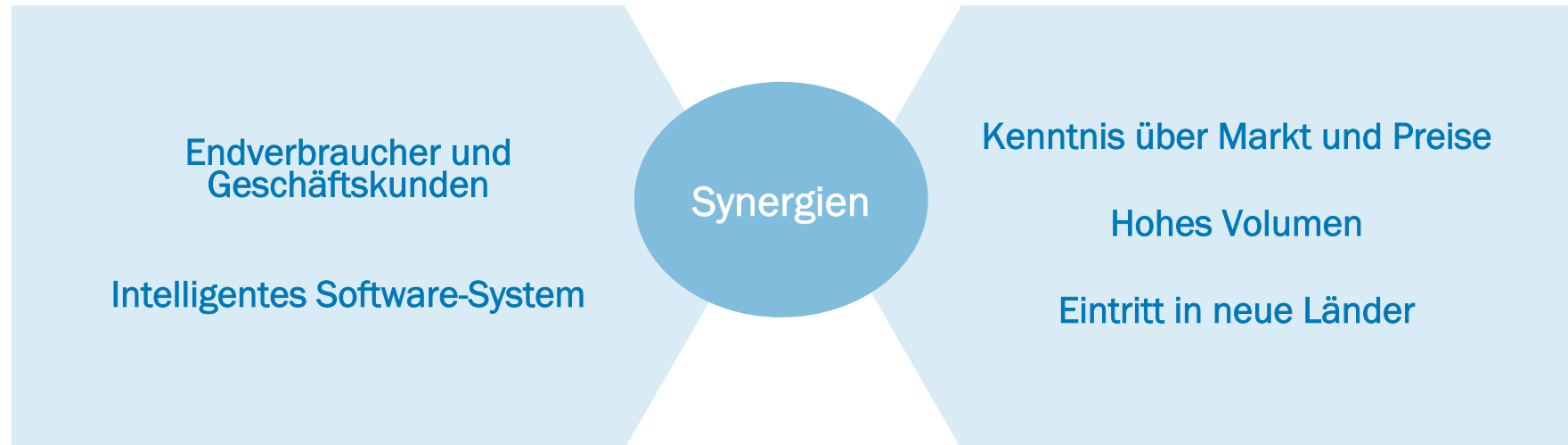


eCommerce (seit 2000)

Internet-Geschäft

Großhandel (seit 1999)

Offline-Geschäft / Beschaffung



Delticom ist europäischer Marktführer

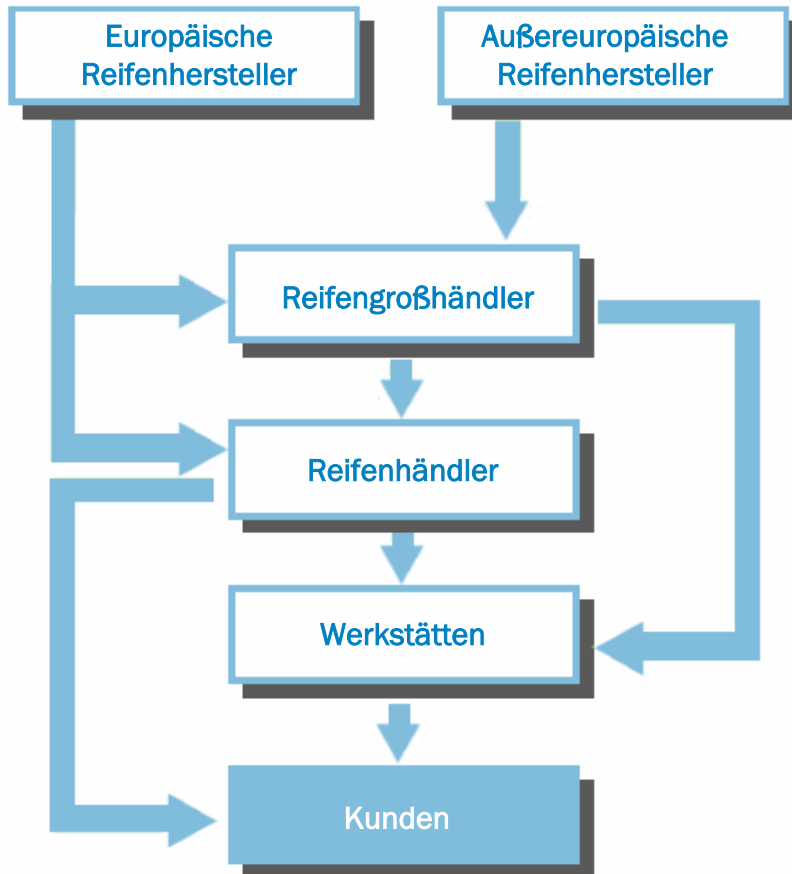
The image displays a central map of Europe with arrows pointing to several national Delticom websites. The websites shown are:

- mytyres.co.uk**: UK website for tires.
- dackonline.se**: Swedish website for tires.
- rengas-online.com**: Finnish website for tires.
- 123pneus.fr**: French website for tires.
- ReifenDirekt.de**: German website for tires.
- gommadiretto.it**: Italian website for tires.
- neumaticos-online.com**: Spanish website for tires.

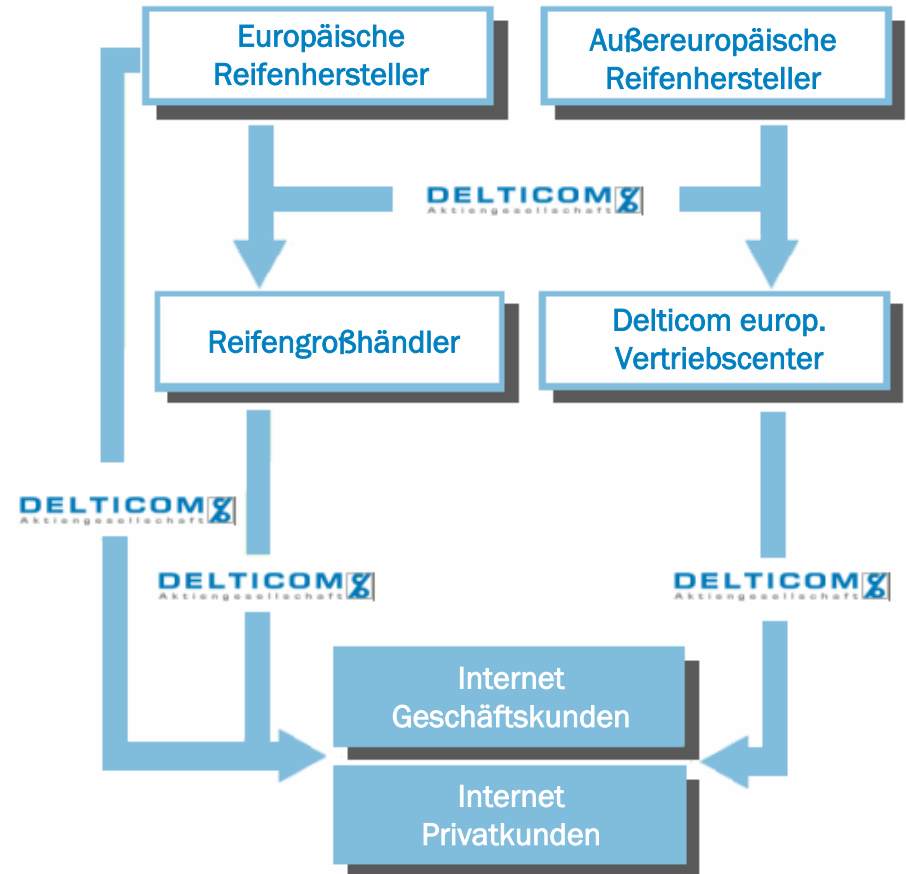
Each website snippet shows a search interface for tires with filters for size, brand, and price. The Delticom logo is visible on each website snippet.

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 Geschäftsjahr 2006 im Überblick

II Geschäftsmodell der Delticom

III **Q4 erfolgreich trotz warmen Winters**

IV Finanzen 2006

V Key Investment Highlights



Schwacher Winter

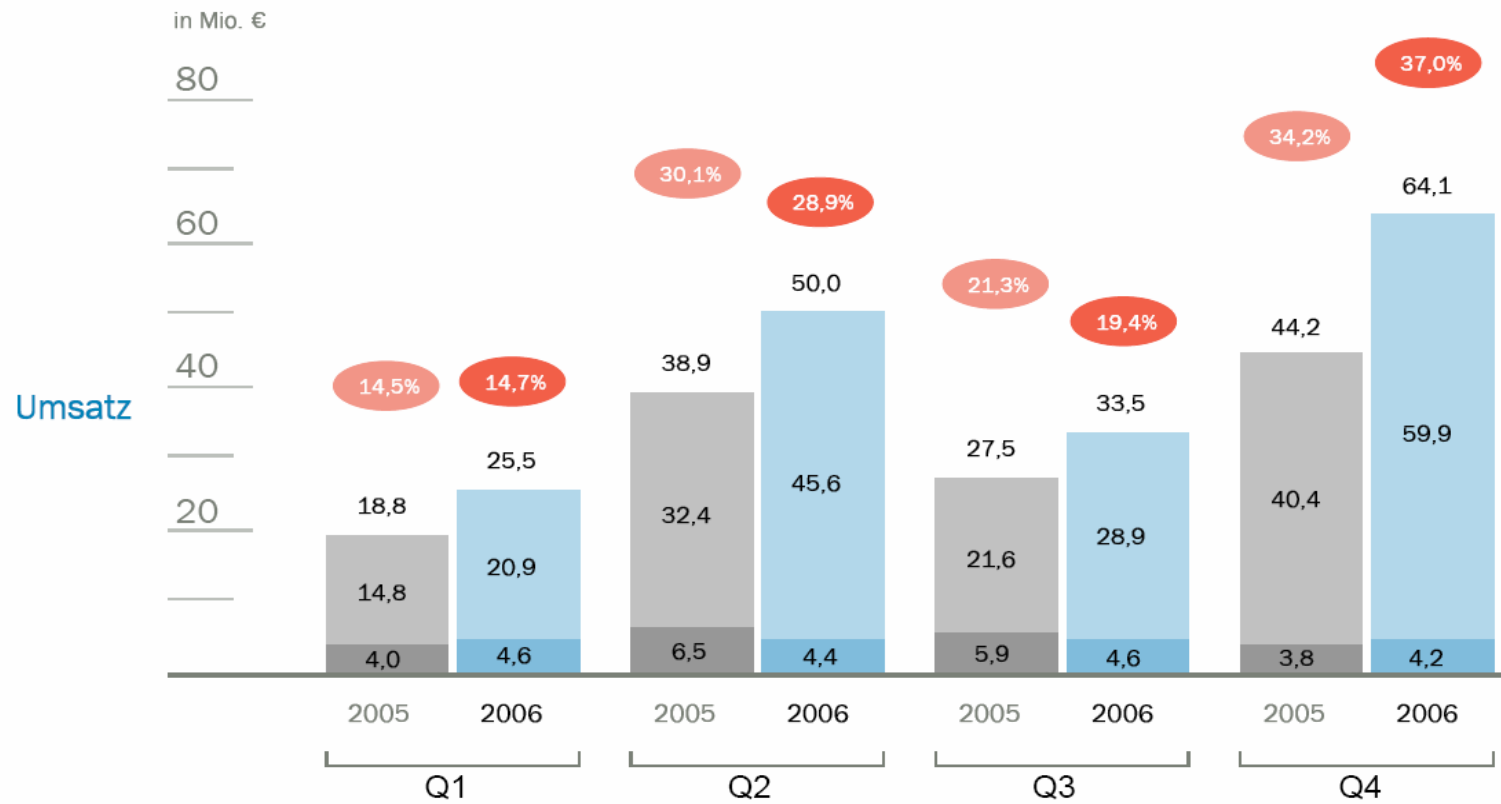
- Das Winterreifengeschäft startete im Oktober vielversprechend.
- Für die Saison wurden 1,5 Mio. mehr Reifen produziert als in 2005.
- Leider wurde der **Nachfrageeffekt der Reifenverordnung verwässert** (BRV):

„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 weiterhin **Fokus auf Profitabilität** des Geschäfts
- **Börsengang** aktivierte zusätzliches Umsatzpotential
- Außerdem: **niedrige Preiselastizität** der Nachfrage bei wärmerem Winter

▶ **Margen konnten gehalten und verbessert werden**

Starkes Q4'06



EBIT (in % von Gesamt-EBIT) 0 - 10 % 35 - 40 % 0 - 10 % 40 - 60 %

Saison
(in Deutschland)

Sommerreifen

Winterreifen

■ eCommerce ■ Großhandel ● % vom Jahresumsatz

Agenda

I Geschäftsjahr 2006 im Überblick

II Geschäftsmodell der Delticom

III Q4 erfolgreich trotz warmen Winters

IV **Finanzen 2006**

V Key Investment Highlights



Wo die Reifen herkommen – Beschaffung

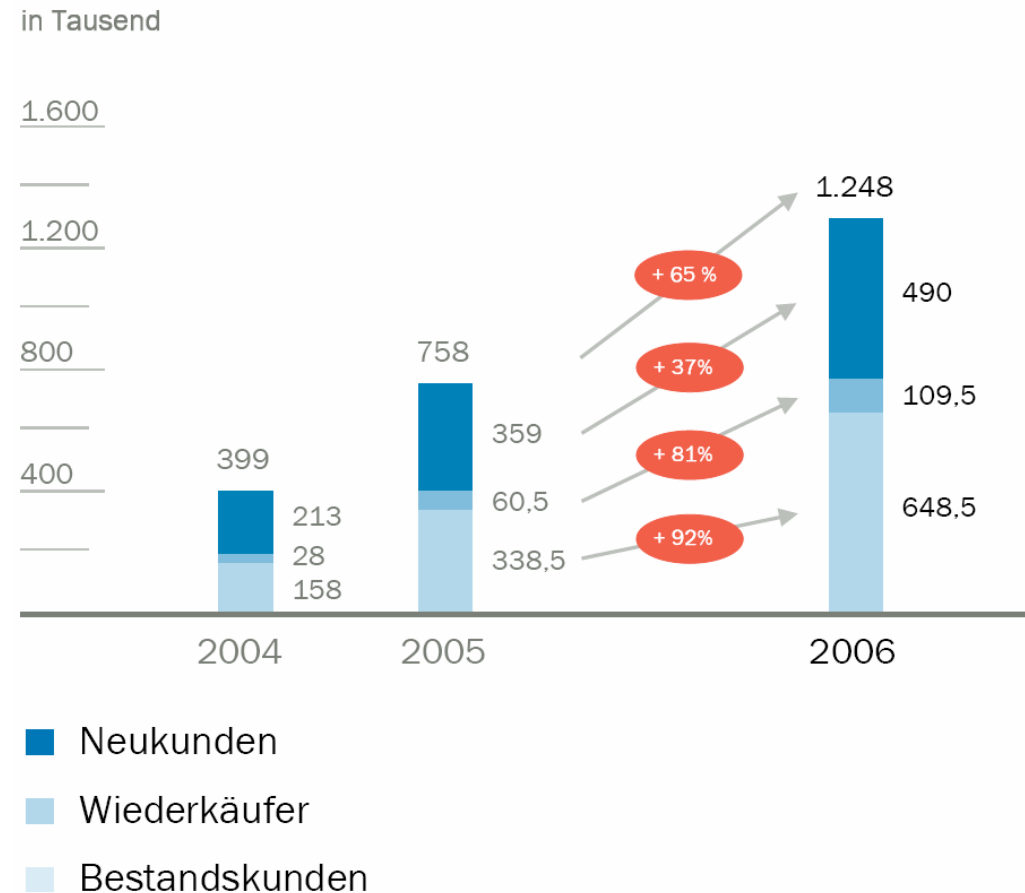
- **Global best price sourcing:** Händler / Hersteller mit dem besten Preis + Fracht weltweit (pro Artikel und pro Dimension) bekommt den Auftrag.
- Bei Preisveränderungen im Markt wird der **Markenführer** exklusiv umgehend informiert.
- Statt auf allgemeine „Hersteller an Handel“ – Daten angewiesen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



► Margenverbesserung auf hohem Niveau

Wo die Reifen hingehen – Kunden

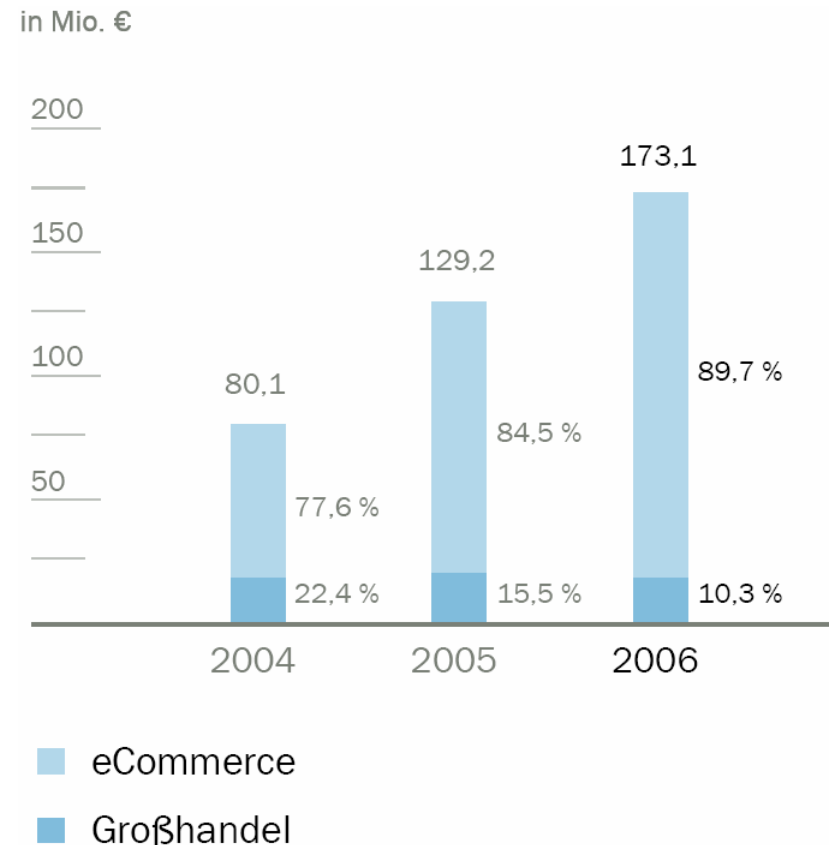
- **Bestandskunden** erhöhen die Unabhängigkeit von der Saisonalität
- Anteil der **Wiederkäufer** steigt (2005: 8,0%, 2006: 8,7%)
- Geschäft immer noch getrieben durch **Neukunden** (2005: 47,4% der Kundenbasis, 2006: 39,3%)
- Eigene Umfragen zeigen: **hohe Zufriedenheit** der Kunden mit Preis, Waren und Bestellprozess



► **Wiederkäufer stellen wichtiges Wachstumspotential dar**

Beitrag von eCommerce gestiegen

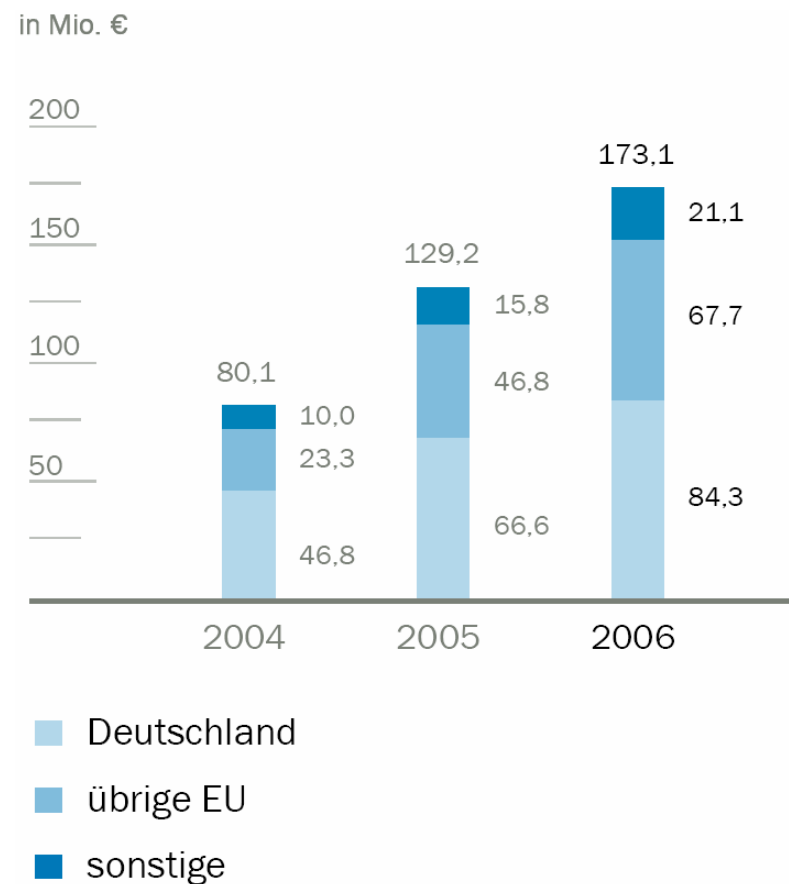
- **eCommerce wird immer wichtiger**
 - Delticom ist europäischer Marktführer
 - Online-Shopping + Online-Marketing: Immer mehr Konsumenten finden den Weg ins Internet
- **Großhandel bleibt wichtig**
 - Aufbau der Logistikkette in neuen Regionen
 - Offtake-Agreements (Privatmarken) nur bei hohen Abnahmemengen möglich
 - sichert Lieferfähigkeit im eCommerce



► **Delticom ist europäischer Marktführer**

Bedeutung des Auslandsgeschäfts gewachsen

- überragende Bedeutung des deutschen Heimatmarktes
 - knapp ½ von Gesamtumsatz
 - Wachstum ungebrochen
 - hohes Potential
- **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
- Planmäßiger Ramp-Up in **USA** in 2006
- erste Schritte in CAN, J und RU

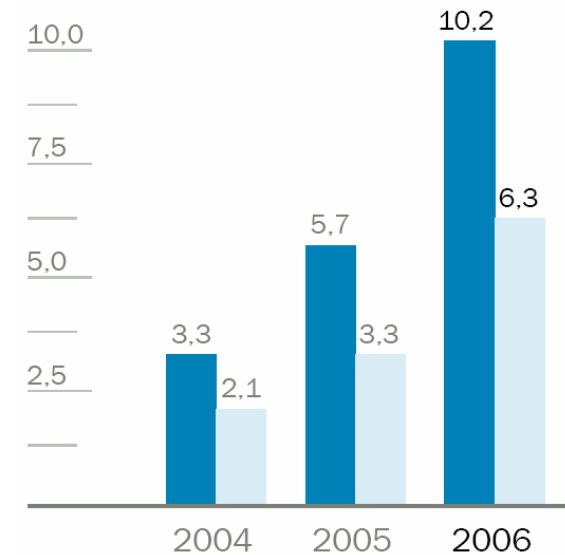


▶ **Auslandsanteil > 50%**

Begründung für Gewinnsprung 2006

	2005	2006	+/-
Rohertragsmarge höher als erwartet	22,2 %	23,5 %	+ 1,3 %
Transportkosten moderat gestiegen	7,1 %	7,3 %	- 0,2 %
Lagerhandling moderat gestiegen	0,9 %	1,0 %	- 0,1 %
Gewinn aus Preisvorteilen			+ 1,0 %
Werbekosten absolut gesunken	2,6 %	1,8 %	+ 0,8 %
Effizienzgewinn früher als erwartet: Forderungsverluste und EWB	0,8 %	0,5 %	+ 0,3 %
Gewinn aus Kostenvorteilen			+ 1,1 %
Personalkosten	1,7 %	1,7 %	0,0 %
Einmalaufwendungen IPO und Heilung	0,0 %	0,6 %	- 0,6 %
andere Kosten	4,7 %	4,7 %	0,0 %
EBIT-Marge	4,4 %	5,9 %	+ 1,5 %

in Mio. €



■ EBIT

■ Jahresüberschuss

► **Bessere Margen bei stetig steigenden Umsätzen**

Starkes Wachstum

		2004	2005	2006	2004-05	2005-06
Umsatz	(Mio. €)	80,1	129,2	173,1	+ 61,3 %	+ 34,0 %
Rohertragsmarge ¹	(%)	20,7	22,2	23,5	+ 7,2 %	+ 5,9 %
EBIT	(Mio. €)	3,3	5,7	10,2	+ 72,7 %	+ 78,9 %
Umsatzrendite ²	(%)	4,2	4,4	6,0	+ 4,8 %	+ 36,4 %
Jahresüberschuss	(Mio. €)	2,1	3,3	6,3	+ 57,1 %	+ 90,9 %
Jahresüberschuss pro Aktie	(€)	0,71	1,11	1,97	+ 56,3 %	+ 77,5 %
Kunden ³	(Tsd.)	399	758	1.248	+ 90,0 %	+ 64,6 %
Mitarbeiter ⁴		40	48	62	+ 20,0 %	+ 29,2 %
Eigenkapitalquote ⁵	(%)	31,7	30,8	62,7	- 2,8 %	+ 103,6 %

1 Rohertrag in % von Gesamtleistung

2 EBIT in % von Umsatzerlösen

3 registrierte, aktive Kunden

4 durchschnittliche Anzahl im Geschäftsjahr

5 Eigenkapital / Bilanzsumme

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 Geschäftsjahr 2006 im Überblick

II Geschäftsmodell der Delticom

III Q4 erfolgreich trotz warmen Winters

IV Finanzen 2006

V **Key Investment Highlights**



Key Investment Highlights



Kontakt



Andreas Prüfer, Vorstand Rainer Binder, Vorstand

Investor Relations:

Frank Schuhardt
Delticom AG
Brühlstr. 11
30169 Hannover
Germany

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

Anhang

Bilanz – Aktiva

in €	31.12.2006	31.12.2005
Langfristige Vermögenswerte		
Immaterielle Vermögenswerte	463.337,00	469.805,00
Sachanlagen	438.999,41	347.388,21
Finanzanlagen	1.000.000,00	1.000.000,00
Sonstige Forderungen	90.011,06	124.433,67
Latente Steuererstattungsansprüche	0,00	0,00
Langfristiges Vermögen gesamt	1.992.347,47	1.941.626,88
Kurzfristige Vermögenswerte		
Vorräte	20.790.724,95	11.932.536,96
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	7.543.893,49	5.566.282,84
Sonstige Forderungen	3.223.431,88	2.301.173,61
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	34.660.936,37	2.104.823,60
Kurzfristiges Vermögen, gesamt	66.218.986,69	21.904.817,01
Summe Vermögenswerte	68.211.334,16	23.846.443,89

Bilanz – Passiva

in €	31.12.2006	31.12.2005
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	3.946.480,00	2.999.700,00
Kapitalrücklage	31.701.296,19	100.297,00
Ausgleichsposten aus der Währungsumrechnung	5.122,59	1.690,18
Gewinnrücklagen	199.673,00	199.673,00
Konzernbilanzgewinn	6.904.932,41	4.051.083,88
Eigenkapital gesamt	42.757.504,19	7.352.444,06
Langfristige Schulden		
Langfristige Rückstellungen	18.681,62	17.393,36
Latente Steuerverbindlichkeiten	227.450,02	107.081,86
Langfristige Schulden gesamt	246.131,64	124.475,22
Kurzfristige Schulden		
Steuerrückstellungen	2.055.300,00	1.273.329,03
Sonstige Rückstellungen	22.056,79	17.487,95
Kurzfristige verzinsliche Schulden	0,00	3.054.516,60
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	18.814.689,39	9.741.774,02
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	4.315.652,15	2.282.417,01
Kurzfristige Schulden gesamt	25.207.698,33	16.369.524,61
Summe Schulden	68.211.334,16	23.846.443,89

Gewinn- und Verlustrechnung

in €	2006	2005
Umsatzerlöse	173.130.826,40	129.227.918,11
Sonstige betriebliche Erträge	982.848,42	571.457,14
Materialaufwand	-133.203.068,12	-101.039.936,75
Personalaufwand	-2.964.643,09	-2.216.681,21
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	-213.336,58	-155.365,71
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-27.515.984,06	-20.707.869,69
Ergebnis vor Finanzergebnis und Steuern (EBIT*)	10.216.642,97	5.679.521,89
Finanzaufwand	-151.008,15	-127.486,40
Finanzertrag	317.333,38	80.937,36
Finanzergebnis (netto)	166.325,23	-46.549,04
Ergebnis vor Steuern (EBT**)	10.382.968,20	5.632.972,85
Steuern vom Einkommen und Ertrag und sonstige Steuer	-4.102.639,67	-2.290.693,65
Konzernjahresüberschuss	6.280.328,53	3.342.279,20
davon entfallen auf:		
Gesellschafter des Mutterunternehmens	6.280.328,53	3.342.279,20
unverwässertes Ergebnis je Aktie	1,97	1,11
verwässertes Ergebnis je Aktie	1,97	1,08

Kapitalflussrechnung

in Tsd. €	2006	2005
Ergebnis vor Finanzergebnis und Steuern (EBIT)	10.217	5.680
Erhaltene Zinsen	127	74
Gezahlte Zinsen	-151	-52
Gezahlte Ertragsteuern	-3.200	-1.760
Abschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	212	155
Verluste aus dem Abgang von Vermögenswerten des langfristigen Vermögens	4	3
Zunahme / Abnahme der sonstigen Rückstellungen	5	-2
Zunahme der Vorräte	-8.858	-6.555
Zu- / Abnahme der Forderungen und sonstigen Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-2.675	210
Zunahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	11.052	489
Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit	6.733	-1.758
Investitionen in		
Immaterielle Vermögensgegenstände	-22	-282
Sachanlagen	-279	-196
Finanzanlagen	0	-1.000
Erlöse aus Abgängen des Sachanlagevermögens	0	13
Erlöse aus dem Abgang von Finanzanlagen	0	17
Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit	-301	-1.448
Einzahlung aus der Begebung einer Wandelschuldverschreibung	0	3.000
Gezahlte Dividende der Delticom AG	-3.426	-1.739
Ein- / Auszahlungen aus Kapitalzuführungen	29.547	0
Mittelzufluss aus Finanzierungstätigkeit	26.121	1.261
Zahlungswirksame Veränderung der liquiden Mittel	32.553	-1.945
Wechselkursbedingte Veränderungen der liquiden Mittel	3	33
Liquide Mittel am Jahresanfang	2.105	4.017
Liquide Mittel am Jahresende	34.661	2.105