

## 3-Monatsbericht 2007

# Inhalt

Highlights des ersten Quartals 2007	2
Aktie im Überblick	2
<b>Konzernzwischenlagebericht</b>	<b>5</b>
Die Delticom AG	5
Marktumfeld	5
Analyse der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage	7
Aussichten für das laufende Geschäftsjahr	10
<b>Konzernzwischenabschluss</b>	<b>13</b>
Konzernbilanz	13
Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	14
Konzernkapitalflussrechnung	15
Eigenkapitalveränderungsrechnung	16
Konzernanhang	19

## Highlights des ersten Quartals 2007

- Umsatzerlöse um 52,3% gegenüber Q1'06 von 25,6 Mio. € auf 38,9 Mio. € gesteigert
- Umsatzwachstum im Bereich eCommerce lag bei 69,4% (gegenüber Q1'06)
- EBIT auf 0,25 Mio. € verbessert (Q1'06: -0,03 Mio. €)
- EBIT-Marge auf 0,7% gestiegen (Vorjahr: -0,1%)
- 125 Tsd. neue Kunden im Bereich eCommerce, mehr als 62 Tsd. Wiederkäufer
- Umfassendes Warenangebot mit über 100 Reifenmarken und 25.000 Reifentypen
- Anzahl der Montagepartner auf über 15.000 gestiegen
- 78 Online-Shops, etablierte Domains mit hohem Bekanntheitsgrad
- Delticom ist zum Quartalsende in 30 Ländern vertreten

## Aktie im Überblick

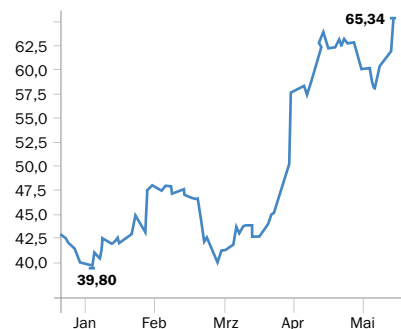
Seit dem 26. Oktober 2006 wird die Aktie der Delticom AG im Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse gehandelt. Der Emissionspreis für die im Rahmen des Börsengangs der Delticom AG angebotenen Anteilsscheine betrug 36,00 €. Der Delticom AG sind aus dem IPO 30,6 Mio. € (abzüglich der Kosten) zugeflossen. Die im Rahmen des IPOs vereinbarte Lock-Up-Periode für die Altaktionäre (ohne Prüfer GmbH und Binder GmbH) ist am 26. April 2007 ausgelaufen. Da die Aktien unter Lock-up definitionsgemäß nicht dem Free Float zuzurechnen sind, hat sich der Free Float nach Ablauf der Lock-Periode auch ohne Aktienverkäufe der Altaktionäre automatisch erhöht: Am Tag der letzten Hauptversammlung, dem 16. Mai 2007, betrug der Free Float 47,84%. Der Lock-Up für die Co-CEOs Rainer Binder und Andreas Prüfer läuft am 26. Oktober 2007 aus.

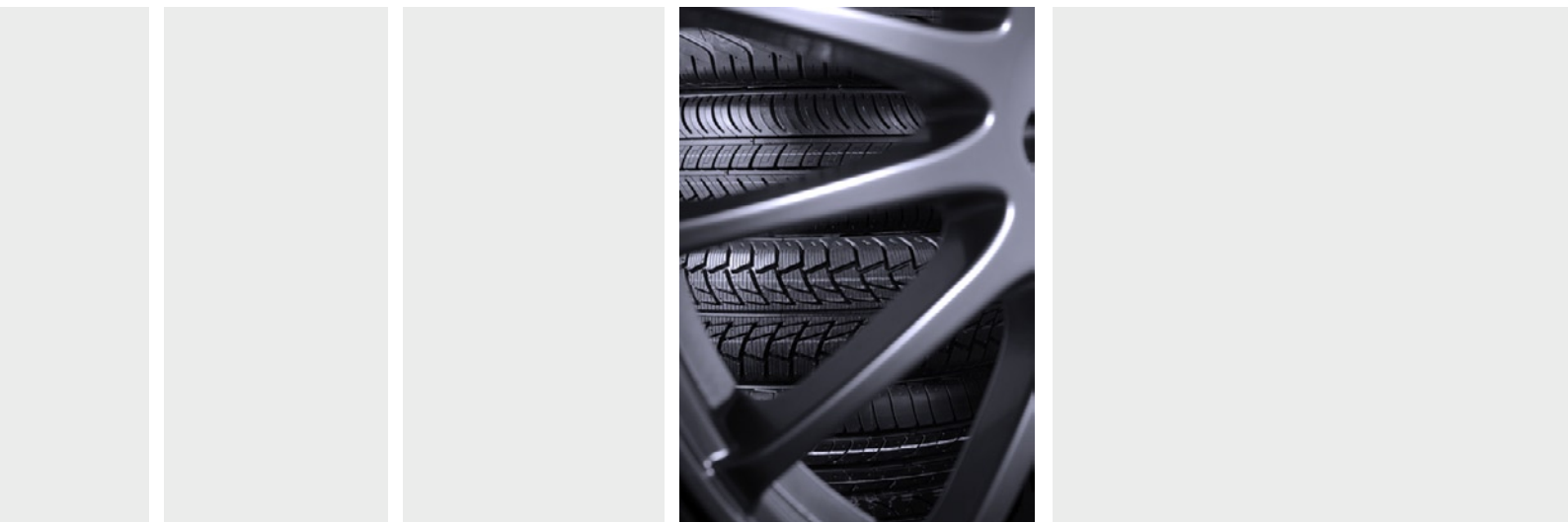
Grund für den Börsengang war, das weitere erwartete Wachstum der Gesellschaft zu unterstützen und das frische Kapital zu einer kontinuierlichen Verbesserung des operativen Geschäfts zu verwenden. Geplant sind dafür unter anderem Investitionen in den Bereichen Lager und Logistik sowie in die IT-Infrastruktur der Delticom. Zudem möchte die Gesellschaft international zusätzliche Internet-Shops eröffnen sowie die Bekanntheit der bestehenden Domains erhöhen. Obwohl das Management aktuell keine Akquisitionen plant, hat die Delticom seit dem Börsengang grundsätzlich die Mittel zur Verfügung, auch nicht-organisch zu wachsen. Im Rahmen der zunehmenden Durchdringung der Märkte, auf denen Delticom tätig ist, nutzt das Management beispielsweise opportunistisch interessante Kaufgelegenheiten für Internet-Domains mit Reifenbezug.

Nach einem zwischenzeitlichen Hoch von 48,00€ im Februar 2007 schloss die Aktie der Delticom AG am 30. März 2007, dem letzten Handelstag des Berichtsquartals, mit 46,00€. Der Schlusskurs schloss am Tag der letzten Hauptversammlung, dem 16. Mai 2007, mit einem Preis von 65,34€.

#### Wichtigste Eckdaten

Wertpapierkennnummer	514680
ISIN	DE0005146807
Börsenkürzel	DEX
Handelssegment	Amtlicher Markt mit gleichzeitiger Zulassung zum Prime Standard an der Frankfurter Wertpapierbörse
Art der Aktien	Auf den Namen lautende Stammaktien ohne Nennbetrag (Stückaktien)
Grundkapital	3.946.480€
Dividendenberechtigung	ab dem 1. Januar 2006
Erstnotiz	26. Oktober 2006
Ausgabepreis	36€





# Konzernzwischenlagebericht

## 1. Die Delticom AG

Delticom wurde 1999 in Hannover gegründet und hat sich zum führenden Internet-Reifenhändler Europas entwickelt. Die Geschäftstätigkeit der Gesellschaft ist in die beiden Geschäftsbereiche eCommerce und Großhandel unterteilt.

Im **Geschäftsbereich eCommerce** ist Delticom in 30 Ländern mit 78 Online-Shops aktiv, und der Geschäftsbereich soll in den kommenden Jahren weiterhin stark zum Unternehmenswachstum beitragen. Delticom verfügt über etablierte und im Markt eingeführte Internet-Domains, die bereits einen hohen Bekanntheitsgrad in der Zielgruppe erreicht haben. Das Unternehmen bietet im Internet das gesamte Reifenprogramm, Felgen und komplett vormontierte Reifen auf Felgen einschließlich Beratung und Hinweise auf Servicepartner an. Die Kunden der Delticom erhalten Informationen über Produkteigenschaften und Alternativen; sie profitieren von einem umfangreichen Warenangebot, mit mehr als 100 Reifenmarken und über 25.000 Reifentypen. Bei der Lieferung der Reifen kann der Versand an einen von über 15.000 Servicepartnern weltweit erfolgen (davon über 4.300 in Deutschland), bei denen die Montage am Kundenfahrzeug erfolgt.

Im **Geschäftsbereich Großhandel** verkauft Delticom Reifen an Großhändler und große Einzelhändler im In- und Ausland. In diesem Segment erwartet die Gesellschaft in den kommenden Jahren kein wesentliches Wachstum, verfolgt aber wichtige strategische Zielsetzungen mit dem Großhandelsgeschäft. Zum Einen erhält Delticom aus diesem Bereich wertvolle Informationen über den Markt und Kenntnis über das aktuelle Preisgefüge sowie Lagerbestände in der Branche. Zum Anderen versetzt das Großhandelsgeschäft die Gesellschaft in die Lage, auch kurzfristig größere Volumina bewegen zu können sowie zügig in neuen Ländern Fuß zu fassen.

## 2. Marktumfeld

Der Internet-Reifenhandel wird von zwei wesentlichen Faktoren bestimmt: Dem grundsätzlichen Kaufverhalten von Internetnutzern sowie der Entwicklung des Reifenmarktes.

### 2.1. Internet

Im Jahr 2006 waren erstmals eine Milliarde Nutzer im **World Wide Web**. Jeder achte Mensch auf der Erde hat heute, entweder von zu Hause oder vom Arbeitsplatz aus, Zugang zum Internet. Die Anzahl erwachsener Internetnutzer ist auch in Europa stark gestiegen.

Das Internet wird zunehmend zum Einkaufen genutzt. Der Grund hierfür sind häufig die niedrigen Preise, aber auch die Bequemlichkeit des Bestellens von zu Hause aus spielt eine wichtige Rolle. Laut der Studie „Europe's eCommerce Forecast: 2006 to 2011“ von Forrester wird der **eCommerce Umsatz** im Jahr 2011 250 Mrd. € betragen und die Zahl der europäischen Internetnutzer im Alter von mindestens 16 Jahren von rund 171 Mio. im Jahr 2005 auf rund 217 Mio. bis zum Jahr 2008 anwachsen. Allein die deutschen Verbraucher werden das Umsatzvolumen beim eCommerce von 23 Mrd. € im Jahr 2006 auf 62 Mrd. € im Jahr 2011 heben. Dieses Wachstum wird ganz entscheidend von der steigenden Popularität des Internets als Vertriebskanal und der immer selbstverständlicheren Internet-Nutzung angetrieben.

In allen wesentlichen Märkten Europas und in den USA ist ein **Trend zum Kauf auch von Reifen über das Internet** zu erkennen. Dies belegte jüngst auch eine aktuelle Studie des Allgemeinen Deutschen Automobil-Clubs ADAC („Reifenmonitor 2007“). Autofahrern wurde die Frage gestellt: „Wo haben Sie das letzte Mal Ihre Autoreifen gekauft?“ 2,5 % der Befragten gaben „Internet“ an gegenüber nur 1,8% im Vorjahr. Bei den jüngeren Zielgruppen im Alter von 18–39 Jahre lag dieser Wert sogar bei 4,8% (Vorjahr 3,3%). Diese Entwicklung sollte sich in Zukunft weiter verstärken.

## 2.2. Der Reifenmarkt

Der Weltreifenmarkt kann unterteilt werden in Erstausrüstungsreifen (auf Neufahrzeugen vormontiert) und Ersatzreifen. Der gesamte Reifenmarkt für alle Fahrzeugtypen wird weltweit jährlich auf rund 1 Milliarde Reifen beziffert, davon entfallen etwa drei Viertel auf den Reifenersatzmarkt, in dem die Unternehmen der Delticom-Gruppe im Wesentlichen tätig sind. Verbände und Experten prognostizieren, dass sich die Rahmendaten im Pkw-Ersatzgeschäft ähnlich wie bisher entwickeln werden: Der Pkw-Bestand steigt stetig, die Fahrleistungen bleiben stabil und die Laufleistung der Reifen in etwa unverändert.

Das Geschäft wird im nördlichen Teil Europas und vor allem im deutschen, österreichischen und Schweizer Markt wesentlich von den Jahreszeiten aufgrund stark unterschiedlicher **Witterungs- und Straßenverhältnisse** beeinflusst. Daher ist das Geschäftsjahr in Deutschland – dem größten geographischen Einzelmarkt der Delticom – grundsätzlich von zwei Spitzenzeiten geprägt: Dem Erwerb von Sommerreifen im Frühjahr und von Winterreifen im Herbst und Winter. Das erste Quartal ist traditionell schwach, da ein überwiegender Teil der Winterreifen bereits vor dem Jahreswechsel gekauft und montiert wird, nämlich in der Regel dann, wenn die erste Kälte einbricht und Schneefall bringt. Das zweite Quartal ist umsatzstark, da in den Monaten April, Mai, Juni das Wetter zum Teil schon sehr warm ist und die PKW-Fahrer ihre neuen Sommerreifen einkaufen. Im dritten Quartal als Übergangsquartal zwischen Sommer- und Winterreifengeschäft schwächen sich Verkaufs- und Umsatzzahlen wieder deutlich ab, dafür werden Bestände für die Winterreifen-Saison eingekauft. Die letzten drei Monate stellen in Deutschland dann traditionell das stärkste Quar-

tal des Jahres dar, da bei schwierig befahrbaren Straßen vielen Kunden die Notwendigkeit neuer Reifen bewusst wird.

Für das **Winterreifengeschäft 2006** war in der Branche aufgrund des zusätzlichen Effektes der neu eingeführten Winterreifenverordnung in Deutschland mit hohen Verkaufszahlen gerechnet worden. Im vierten Quartal 2006 brachte der Winter in Deutschland und den Alpenländern jedoch verhältnismäßig hohe Temperaturen und wenig Schneefall. Daher verlief das Winterreifengeschäft für den deutschen Reifenhandel insgesamt nicht so positiv, wie es von einigen Marktteilnehmern erwartet worden war. Die Delticom konnte sich jedoch trotz dieser Effekte aufgrund der bereits fortgeschrittenen Internationalisierung auch im vierten Quartal positiv entwickeln. Teile der in Q4'06 auf Lager genommenen Ware konnte zusätzlich im Berichtsquartal zu guten Margen verkauft werden, da sich offenbar im Januar, bedingt durch den plötzlichen Kälteeinbruch, einige Endkunden doch noch entschlossen, ihre Fahrzeuge adäquat zu bereifen.

Der März war ausgesprochen mild, und es muss vermutet werden, dass einige Autofahrer ihre **Sommerreifen** nicht wie üblich im zweiten und dritten, sondern bereits im ersten Quartal gekauft haben.

### 3. Analyse der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

Insgesamt konnten die Umsatzerlöse und das Ergebnis deutlich gesteigert werden. In den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres konnte Delticom die Umsatzerlöse gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum um rund 52,3% auf 38,9 Mio. € verbessern (Q1'06: 25,6 Mio. €). Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EBIT) erhöhte sich von -0,03 Mio. € in Q1'06 auf 0,25 Mio. €. Der Periodenüberschuss stieg auf 0,37 Mio. € (gegenüber Vorjahr von -0,04 Mio. €).

#### 3.1. Umsatzentwicklung

Der Umsatz im wichtigsten **Segment eCommerce** konnte in der abgelaufenen Periode gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum um 69,4% von 20,9 Mio. € auf 35,5 Mio. € gesteigert werden. Der Anteil des eCommerce am Gesamtumsatz der Delticom ist in den vergangenen Geschäftsjahren immer größer geworden. Nach den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres betrug der Anteil des eCommerce bereits 91,1% im Vergleich zu 81,9% im Vorjahr.

Wesentliche Ursache für die positive Entwicklung dieses Segments war dabei vor allem die signifikante Vergrößerung der **Kundenbasis**. Die Anzahl der registrierten Kunden, d.h. der Kunden, die in der Vergangenheit (einschließlich dem laufenden Geschäftsjahr) bereits mindestens einmal bei Delticom gekauft haben, stieg im Bereich eCommerce von rund 833 Tsd. zum Ende Q1'06 im Laufe des Q1'07 auf ca. 1,4 Mio. an. Im Q1'07 konnte die Delticom im Bereich eCommerce in etwa 125 Tsd. Neukunden gewinnen. Erfreulich ist



zudem, dass im Berichtszeitraum über 62 Tsd. Kunden Reifen bei Delticom gekauft haben, die bereits in einem früheren Quartal als Kunden registriert worden waren (Wiederkäufer).

Die Umsatzerlöse in Deutschland wachsen weiterhin stark, wurden jedoch vom Wachstum im Ausland noch übertroffen. Der **Auslandsanteil** am Gesamtumsatz steigt daher als direkte Folge der Internationalisierung der Delticom AG: Delticom verzeichnet in allen 30 Ländern über seine insgesamt 78 Online-Shops jeweils steigende Absatzzahlen und eine weitere Marktdurchdringung. Insgesamt wurden in Deutschland 14,2 Mio. € (+45,5% gegenüber Vorjahr), in den anderen Ländern der EU 20,4 Mio. € (+69,9% gegenüber Vorjahr) und in sonstigen Ländern 4,4 Mio. € (+14,8% gegenüber Vorjahr) umgesetzt.

Die Erlöse in den **USA** haben sich im Vergleich zum Vorjahr bereits deutlich mehr als verdoppelt. Zwar ist unsere Wettbewerbssituation in den Vereinigten Staaten aufgrund bereits etablierter Online-Reifenhändler etwas schwieriger; dem begegnen wir aber, indem wir uns vor allem auf die Endkunden fokussieren – und damit analog unseres in Europa erfolgreichen Konzepts arbeiten.

Im **Segment Großhandel** werden im Zeitverlauf ungefähr gleich bleibende Umsätze in jedem Geschäftsjahr generiert. Der Großhandel dient der Gesellschaft in erster Linie als Möglichkeit, in neuen Ländern Fuß zu fassen und gute Geschäftsbeziehungen in den diversen Reifenmärkten zu knüpfen. Im Geschäftsbereich Großhandel wurden 3,5 Mio. € umgesetzt (-25,0% gegenüber Vorjahr).

## 3.2. Entwicklung wesentlicher GuV-Posten

### 3.2.1. Materialaufwand

Die größte Aufwandsposition im Geschäftsmodell der Delticom AG ist der Materialaufwand, d.h. die als Handelsware eingekauften Reifen. Der Anstieg des Materialaufwands von 20,4 Mio. € in Q1'06 um 51,1% auf 30,8 Mio. € ist wie im Vorjahr im Wesentlichen auf den erhöhten Umsatz zurückzuführen. So stieg der Materialaufwand im Bereich eCommerce von 16,2 Mio. € in Q1'06 um 70,3% auf 27,7 Mio. € in Q1'07.

Im Bereich Großhandel fiel infolge des niedrigeren Umsatzes der Materialaufwand um -24,8% von 4,1 Mio. € in Q1'06 auf 3,1 Mio. € in Q1'07.

### 3.2.2. Personalaufwand

Einer der wesentlichen Faktoren für die erfolgreiche Entwicklung der Delticom besteht darin, dass Prozesse weitgehend automatisiert ablaufen. Aus diesem Grund müssen nur wenige Geschäftsvorfälle manuell nachbearbeitet werden, und der Anteil dieser Fälle an der Gesamtzahl der Transaktionen nimmt im Zeitablauf immer weiter ab. Durch die hohe Effizienz der betrieblichen Abläufe konnte die Anzahl der Mitarbeiter trotz steigendem Transaktionsvolumen weiter gering gehalten werden: Zum Ende des Berichtsquartals waren

bei Delticom 70 Mitarbeiter beschäftigt. Der Personalaufwand erhöhte sich gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum um 0,4 Mio.€ auf 1,0 Mio.€. Die Erhöhungen resultieren aus der Einstellung weiterer Mitarbeiter, die unter anderem auch zur Umsetzung der Anforderungen einer Notierung im Prime Standard der Deutschen Börse notwendig wurden.

Auch durch Outsourcing auf externe Dienstleister, die teilweise in Osteuropa tätig sind, konnten die Personalkosten auf einem niedrigen Niveau gehalten werden. Die Personalaufwandsquote (Verhältnis von Personalaufwendungen zu Umsatzerlösen) ist mit 2,5% Ausdruck der unverändert schlanken Strukturen des Unternehmens. Das Management erwartet, auch bei anhaltendem Wachstum des Geschäfts auf Grund der Automatisierung der Prozesse und der Skalierbarkeit des Geschäftsmodells die Personalaufwandsquote mittelfristig weiter zu reduzieren.

### 3.2.3. Sonstige

Insgesamt sind die sonstigen betrieblichen Aufwendungen im Vergleich zum Vorjahr von 4,7 Mio.€ um 50,3% auf 7,1 Mio.€ gestiegen. Bedingt durch das erhöhte Geschäftsvolumen nahmen hierbei die Transportkosten um 1,2 Mio.€ und die Kosten der Lagerhaltung um 0,2 Mio. € zu. Die Abschreibungen auf immaterielle Wirtschaftsgüter und Sachanlagen betragen 60 Tsd.€ gegenüber 47 Tsd.€ in Q1'06.

Die Anzahl der registrierten Kunden im Bereich eCommerce wird maßgeblich durch den Bekanntheitsgrad der Shops getrieben. Damit sind neben der Zufriedenheit bestehender Kunden, die die Shops Neukunden weiterempfehlen, insbesondere die **Werbeaufwendungen** zur Steigerung des Bekanntheitsgrades von Bedeutung. Diese beinhalten vor allem Online-Werbemaßnahmen, die zum Teil direkt, zum Teil über Websites Dritter ergriffen werden. Die Akquisitionskosten hängen insbesondere vom Preisniveau im Werbemarkt sowie der Effizienz der gewählten Werbemaßnahmen ab. Die Kosten für Werbung betragen im Berichtsquartal 1,05 Mio.€, d.h. ca. 2,7% des Umsatzes. Delticom misst die Effizienz getroffener Werbemaßnahmen täglich und stellt sich auf verändertes Kundenverhalten kurzfristig ein.

### 3.3. Ergebnisentwicklung

Der **Rohertrag** der Delticom AG stieg von 5,4 Mio.€ in Q1'06 auf 8,4 Mio.€ (56,4%). Dies entspricht einer Steigerung der Rohertragsmarge von 20,9% auf 21,4%, bedingt durch weitere Verbesserung der Einkaufsbedingungen und dem Verkauf von Winterreifen, die in Q4'06 zu guten Konditionen eingelagert wurden.

Das Ergebnis vor Finanzergebnis und Steuern (**EBIT**) verbesserte sich im Berichtszeitraum auf 0,25 Mio.€ (Vorjahr: -0,03 Mio.€). Die EBIT-Marge stieg auf 0,7% nach -0,1% im Vorjahr. Gründe für diese deutliche Verbesserung sind die erhöhte Rohertragsmarge und Effizienzgewinne in den Fixkosten.

Das **Finanzergebnis** hat sich – aufgrund des höheren Bestands an liquiden Mitteln und der dadurch resultierenden Zinseinnahmen, überwiegend bedingt durch das im Rahmen des Börsengangs zugeflossene Kapital – von -0,1 Mio. € in Q1'06 auf 0,3 Mio. € erhöht.

Der **Periodenüberschuss** betrug im Berichtszeitraum 0,37 Mio. € oder 0,09 pro Aktie (unverwässert, Q1'06: -0,01).

### 3.4. Vermögens- und Liquiditätslage

Das langfristig gebundene Vermögen betrug zum Ende Q1'07 lediglich 2,1 Mio. € und damit nur rund 2,5 % (Q1'06: 5,9 %) der Bilanzsumme. Im Berichtszeitraum hat Delticom Investitionen in Höhe von insgesamt 150 Tsd. € getätigt, davon 80 Tsd. € in Sachanlagen und 70 Tsd. € in immaterielle Vermögensgegenstände. Die wesentlichen Zugänge betrafen den Bereich der Büro- und Geschäftsausstattung sowie den Erwerb von Domains.

Im kurzfristig gebundenen Vermögen machen die **Vorräte** mit 30,6 Mio. € ca. 36,2 % der Bilanzsumme aus (Q1'06: 19,6 Mio. € / 55,2 %, Q4'06: 20,8 Mio. € / 30,5 %). Der Anstieg der Vorräte resultiert aus einer Erhöhung der Waren und Lagerbestände, um den erhöhten saisonal bedingten Bedarf an Sommerreifen im zweiten und dritten Quartal abdecken zu können. Aufgrund günstiger Beschaffungspreise wurden außerdem in Q4'06 Vorräte aufgebaut, um im kommenden Wintergeschäft bei Preisen und Margen noch flexibler als bisher im Markt agieren zu können. Um die Wirtschaftlichkeit der Lager weiter verbessern zu können, wurden im Berichtsquartal in enger Abstimmung mit den Logistikdienstleistern auch Ausstattungsinvestitionen vorgenommen; dies wird in den nächsten Monaten fortgesetzt werden.

Die **Forderungen** betragen zum Stichtag 15,6 Mio. €, davon 10,2 Mio. € Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und 5,4 Mio. € sonstige Forderungen. Der Grund für die Erhöhung des Bestandes an Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 6,8 % (Q1'06: 9,6 Mio. €) liegt in der Ausweitung des Geschäfts mit eCommerce-Kunden. Delticom arbeitet den Forderungsbestand effizient ab: Das rechnerische Kundenziel im Berichtszeitraum betrug 21 Tage gegenüber 27 Tage im entsprechenden Vorjahreszeitraum; die Forderungsausfälle sind in Q1'07 lediglich um 3,6 % gegenüber Q1'06 von 263,2 Tsd. € auf 272,8 Tsd. € angestiegen. Die liquiden Mittel der Gesellschaft beliefen sich zum Ende Q1'07 auf 36,3 Mio. €.

### 3.5. Finanzierung

Die Delticom AG hatte zum Ende des Berichtszeitraums eine **Eigenkapitalquote** von 51,0 % gegenüber dem Vorjahreswert von 20,6 %. Durch den Börsengang am 26. Oktober 2006 waren dem Unternehmen über 29 Mio. € Eigenmittel (netto) zugeflossen.

Die **Verbindlichkeiten** lagen insgesamt bei 41,5 Mio. € und waren zu 99,3 % kurzfristiger Natur. Den weitaus größten Teil bilden Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen (31,9 Mio. €). Diese sind um 63,2 % gegenüber Q1'06 und 69,4 % gegenüber

Q4'06 gestiegen. Der Grund ist auch hier das starke Wachstum und der damit verbundene Anstieg der Einkaufsvolumina der Gesellschaft. Lieferantenkredite werden jeweils als günstige Finanzierungsart ausgeschöpft, wenn es dem Management sinnvoll erscheint.

Das Working Capital (Umlaufvermögen abzüglich liquider Mittel und kurzfristiger, nicht zins-tragender Verbindlichkeiten) betrug am Ende des Berichtszeitraums 14,3 Mio. € (gegenüber 11,8 Mio. € zum Ende Q1'06 bzw. 12,7 Mio. € zum Ende Q4'06).

#### 4. Aussichten für das laufende Geschäftsjahr

Aufgrund der guten Witterungsverhältnisse im März muss davon ausgegangen werden, dass ein Teil der (typischerweise erst im zweiten Quartal erzielten) Umsätze im Sommerreifen-geschäft in diesem Jahr bereits in das abgelaufene erste Quartal vorgezogen worden sind. Es ist daher nicht unwahrscheinlich, dass der Anstieg von Umsatz und Ergebnis im zweiten Quartal geringer als derjenige des ersten Quartals ausfallen wird (jeweils gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum). Da im Übrigen das erste Quartal im Reifenhandel und demzufolge auch bei Delticom relativ zu den Folgequartalen traditionell schwach ist, kann aus Umsatz- und Ergebnisentwicklung in dem abgelaufenen Berichtsquartal noch nicht verlässlich auf das Gesamtjahr geschlossen werden.

Das Management arbeitet aktiv daran, die durch die Saisonalität der Warengruppe „Reifen“ bedingten Risiken weiter zu reduzieren. Die saisonalen Effekte werden sich durch die weitere Internationalisierung von Delticom weiter abschwächen, da in vielen Ländern in den Wintermonaten statt Winterreifen mehr Sommer- oder Ganzjahresreifen gefahren werden. Der Absatz von Ganzjahresreifen hat bereits im letzten Winter spürbar zugenommen.

Für das Geschäftsjahr 2007 sieht das Management die Erhöhung der Bekanntheit in den Zielgruppen, die Durchdringung der bestehenden Märkte in Europa sowie die Erschließung neuer Märkte – auch und gerade in Übersee – im Mittelpunkt der Aktivitäten. Hierzu soll die Attraktivität des Angebots für Kunden gestärkt und die Bekanntheit der Delticom-Domains mittels gezielter Marketingmaßnahmen auch in den Folgequartalen weiter gesteigert werden. Ziel ist vorwiegend die Gewinnung von Neukunden, aber auch die Erhöhung der Kundenbindung und Steigerung der Wiederkaufsrate. Kurz- und mittelfristig beabsichtigt die Delticom, die etablierten Shops weiter erfolgreich zu betreiben, einige weitere Shops zu eröffnen (insbesondere weitere Shops für Motorradreifen und auf Geschäftskunden ausgerichtete Shops in verschiedenen europäischen Ländern) sowie die geografische Expansion voranzutreiben und die Zusammenarbeit mit Servicepartnern auszubauen.



# Konzernzwischenabschluss

## I. Konzernbilanz

der Delticom AG, Hannover, zum 31. März 2007

### 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>

### 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>

## II. Konzern Gewinn- und Verlustrechnung

der Delticom AG, Hannover, zum 31. März 2007

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

### III. Konzernkapitalflussrechnung

der Delticom AG, Hannover, zum 31. März 2007

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>

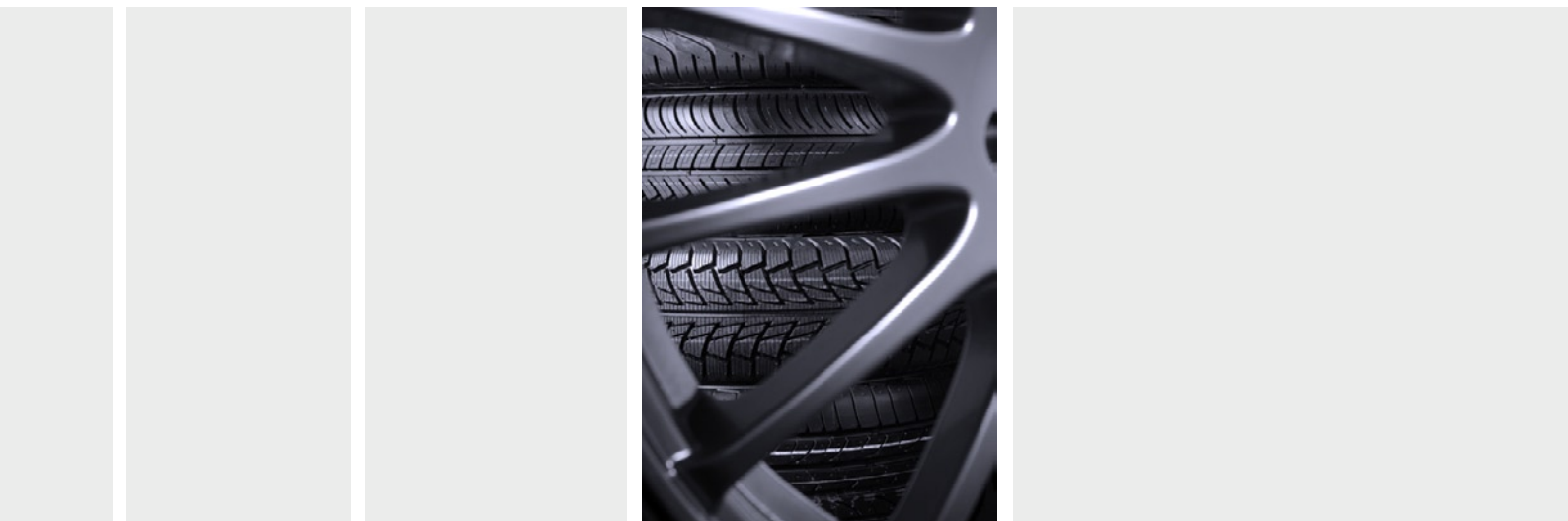


## IV. Eigenkapitalveränderungsrechnung

der Delticom AG, Hannover, zum 31. März 2007

in €	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklage	Ausgleichs- posten aus der Wäh- rungsum- rechnung	angesammelte Ergebnisse			Summe Eigenkapital
				Gewinn- rücklagen	Konzern- bilanz- gewinn	insgesamt	
<b>Stand am 1.1.2006</b>	<b>2.999.700,00</b>	<b>100.297,00</b>	<b>1.690,18</b>	<b>199.673,00</b>	<b>4.051.083,88</b>	<b>4.250.756,88</b>	<b>7.352.444,06</b>
Gezahlte Dividende	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Währungsumrechnungsdifferenzen	0,00	0,00	-1.787,01	0,00	0,00	0,00	-1.787,01
Konzernperiodenüberschuss	0,00	0,00	0,00	0,00	-44.037,62	-44.037,62	-44.037,62
<b>Stand am 31.03.2006</b>	<b>2.999.700,00</b>	<b>100.297,00</b>	<b>-96,83</b>	<b>199.673,00</b>	<b>4.007.046,26</b>	<b>4.206.719,26</b>	<b>7.306.619,43</b>
<b>Stand am 1.1.2007</b>	<b>3.946.480,00</b>	<b>31.701.296,19</b>	<b>5.122,59</b>	<b>199.673,00</b>	<b>6.904.932,41</b>	<b>7.104.605,41</b>	<b>42.757.504,19</b>
Gezahlte Dividende	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Währungsumrechnungsdifferenzen	0,00	0,00	-3.645,66	0,00	0,00	0,00	-3.645,66
Konzernperiodenüberschuss	0,00	0,00	0,00	0,00	367.814,04	367.814,04	367.814,04
<b>Stand am 31.03.2007</b>	<b>3.946.480,00</b>	<b>31.701.296,19</b>	<b>1.476,93</b>	<b>199.673,00</b>	<b>7.272.746,45</b>	<b>7.472.419,45</b>	<b>43.121.672,57</b>





# Anhangangaben und Erläuterungen zum Quartalsabschluss

## 1. Berichtsunternehmen

Die Delticom-Gruppe verkauft in erster Linie Reifen über das Internet. Die Geschäftsbereiche werden in Großhandel und eCommerce unterteilt. Im Bereich Großhandel werden Reifen von Herstellern, u.a. auch unter eigener Marke, an Großhändler veräußert sowie für den Bereich eCommerce beschafft. Im Bereich eCommerce werden Reifen an Händler, Werkstätten und Endverbraucher über 78 Online-Shops in 30 Ländern in Europa, USA und Kanada sowie Japan (derzeit noch als Testshop) vertrieben.

## 2. Grundlagen der Rechnungslegung

Der vorliegende Quartalsbericht zum 31. März 2007 ist in Übereinstimmung mit den International Financial Reporting Standards erstellt. Die Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden für den Quartalsabschluss stehen im Einklang mit IAS 34, DRS 6 und § 63 der Börsenordnung der Frankfurter Wertpapierbörse. Es wurden die gleichen Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze wie im Konzernabschluss für das am 31. Dezember 2006 abgeschlossene Geschäftsjahr angewendet. Der Quartalsbericht beinhaltet neben den Abschlusszahlen auch einen Lagebericht sowie Anhangserläuterungen zu ausgewählten Abschlussposten. Die erforderlichen erläuternden Anhangangaben sind darauf ausgelegt, eine Erläuterung der Ereignisse und Transaktionen zu geben, die für das Verständnis der Veränderungen der finanziellen Position und Leistungsfähigkeit eines Unternehmens seit dem letzten Jahresabschluss von Bedeutung sind.

## 3. Konsolidierungskreis

Die Delticom-Gruppe besteht aus der Delticom AG mit Sitz in Hannover sowie drei weiteren 100 %-igen Tochtergesellschaften. Neben der in Großbritannien im Online-Reifenhandel tätigen Delticom Tyres Ltd. in Oxford hält Delticom die Anteile an der rumänischen Gesellschaft Netix SRL sowie der Reifendirekt GmbH in Hannover. Die Gesellschaft in Rumänien erbringt gegenüber fremden Unternehmen Dienstleistungen, wie z.B. Callcenter-Services. Die Reifendirekt GmbH in Hannover kauft als Werbeagentur teilweise zu Agenturpreisen für die Delticom-Gruppe Werbung ein.

---

## 4. Erläuterungen zur Konzern Gewinn- und Verlustrechnung

### 4.1. Erläuterung zur Berechnung des Ergebnisses je Aktie

Die Berechnung des Ergebnisses je Aktie erfolgte gemäß IAS 33. Da keine potenziellen Aktien (Finanzinstrumente und sonstige Vereinbarungen, die deren Inhaber zum Bezug von Stammaktienberechtigten) vorliegen, entfällt eine Berechnung des verwässerten Ergebnisses je Aktie. Zur Berechnung des Ergebnisses je Aktie wurde als Zähler das Periodenergebnis nach Steuern sowie als Nenner der gewichtete Durchschnitt der Anzahl der ausgegebenen Aktien (3.946.480) verwendet.

## 4.2. Segmentkennzahlen

## Q1 2006

in €	eCommerce (B2C)	Großhandel (B2B)	Nicht zugeordnet	Konzern
Umsatzerlöse	20.936.114,80	4.619.077,64	0,00	25.555.192,44
Sonstige betriebliche Erträge	100.163,07	0,00	72.248,72	172.411,79
Materialaufwand	-16.242.145,16	-4.120.313,59	0,00	-20.362.458,75
Rohertrag	4.794.132,71	498.764,05	72.248,72	5.365.145,48
Personalaufwand	-243.622,85	-101.742,78	-267.921,71	-613.287,34
Abschreibungen	-20.015,76	-13.525,09	-13.525,09	-47.065,94
davon auf Sachanlagen	-13.380,94	-13.380,94	-13.380,94	-40.142,82
davon auf immaterielle Vermögenswerte	-6.634,82	-144,15	-144,15	-6.923,12
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-3.686.138,24	-250.057,07	-794.240,18	-4.730.435,49
davon Forderungsverluste und Einzelwertberichtigungen	-170.989,86	-92.246,80	0,00	-263.236,66
Ergebnis vor Finanzergebnis und Steuern	844.355,86	133.439,11	-1.003.438,26	-25.643,29
Finanzergebnis				-50.737,36
Steuern vom Einkommen und Ertrag				32.343,03
<b>Konzernergebnis</b>				<b>-44.037,62</b>

## Q1 2007

in €	eCommerce (B2C)	Großhandel (B2B)	Nicht zugeordnet	Konzern
Umsatzerlöse	35.460.345,08	3.463.724,95	0,00	38.924.070,03
Sonstige betriebliche Erträge	160.456,48	0,00	65.739,48	226.195,96
Materialaufwand	-27.664.185,81	-3.096.534,28	0,00	-30.760.720,09
Rohertrag	7.956.615,75	367.190,67	65.739,48	8.389.545,90
Personalaufwand	-385.042,56	-103.372,78	-475.536,60	-963.951,94
Abschreibungen	-24.360,56	-17.766,46	-17.766,46	-59.893,48
davon auf Sachanlagen	-16.932,73	-16.932,73	-16.932,73	-50.798,19
davon auf immaterielle Vermögenswerte	-7.427,83	-833,73	-833,73	-9.095,29
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-6.329.468,26	-141.977,58	-639.814,00	-7.111.259,84
davon Forderungsverluste und Einzelwertberichtigungen	-272.835,27	0,00	0,00	-272.835,27
Ergebnis vor Finanzergebnis und Steuern	1.217.744,37	104.073,85	-1.067.377,58	254.440,64
Finanzergebnis				271.125,59
Steuern vom Einkommen und Ertrag				-157.752,19
<b>Konzernergebnis</b>				<b>367.814,04</b>

in €	Q1 2007	Q1 2006
<b>Segmente</b>		
eCommerce	35.460.345,08	20.936.114,80
Großhandel	3.463.724,95	4.619.077,64
Gesamt	38.924.070,03	25.555.192,44
<b>Regionen</b>		
Deutschland	14.150.934,84	9.728.742,88
Übrige Länder der EU	20.356.702,70	11.980.633,00
USA u. sonstige	4.416.432,49	3.845.816,56
<b>Gesamt</b>	<b>38.924.070,03</b>	<b>25.555.192,44</b>

### 4.3. Weitere Angaben

#### 4.3.1. Zahl der Mitarbeiter

Es waren im Durchschnitt des Berichtszeitraumes 70 Arbeitnehmer beschäftigt. Diese Berechnung basiert auf der Anzahl der Beschäftigten unter Berücksichtigung der geleisteten Arbeitsstunden.

#### 4.3.2. Aktienbesitz

Die Delticom AG hat zum 31. März 2007 ein eingetragenes Kapital von 3.946.480 Stückaktien.

Der Aktienbestand der Vorstände (zum Stichtag 31. März 2007):

- Rainer Binder (indirekter Aktienbesitz über die Binder GmbH) 1.029.216 (26,08 %)
- Dr. Andreas Prüfer (indirekter Aktienbesitz über die Prüfer GmbH) 1.029.216 (26,08 %)

Der Aktienbestand der Aufsichtsräte (zum Stichtag 31. März 2007)

- Peter Stappen: 1.000 (0,03 %)
- Bernhard Schmid: 250 (0,01 %)
- Alan Revie: 58.635 (1,49 %)

# Finanzkalender

23.05.2007	Veröffentlichung 3-Monatsbericht 2007
22.08.2007	Veröffentlichung 6-Monatsbericht 2007
21.11.2007	Veröffentlichung 9-Monatsbericht 2007

# Impressum

Herausgeber:  
Delticom Aktiengesellschaft  
Brühlstraße 11  
30169 Hannover

Investor Relations:  
Delticom AG  
Frank Schuhardt  
Brühlstraße 11  
30169 Hannover

Konzept, Redaktion, Layout & Satz:  
cometis AG



**Herausgeber**

Delticom AG  
Brühlstraße 11  
30169 Hannover  
Deutschland  
Internet: [www.delti.com](http://www.delti.com)

**Kontakt Investor Relations**

Delticom AG  
Frank Schuhardt  
Brühlstraße 11  
30169 Hannover  
Tel.: +49 (0) 511 / 9 36 34-844  
Fax: +49 (0) 89 / 2 08 08 11 49  
e-mail: [frank.schuhardt@delti.com](mailto:frank.schuhardt@delti.com)