

# Halbjahresbericht 2008



## Delticom AG Kennzahlen

		30.06.2008	30.06.2007
Umsatz	in Tsd. €	121.533	101.985
Anteil eCommerce am Umsatz	in %	92,9	92,3
Neukunden	in Tsd.	342	319
Kundenbasis	in Tsd.	2.272	1.624
Umsatz Deutschland	in Tsd. €	43.041	41.279
Umsatz übrige Länder der EU	in Tsd. €	61.494	48.196
Umsatz USA und sonstige	in Tsd. €	16.998	12.510
Gesamtleistung	in Tsd. €	122.879	102.554
Rohertragsmarge <sup>(1)</sup>	in %	24,8	24,1
Konzernergebnis vor Finanzergebnis und Steuern (EBIT)	in Tsd. €	5.571	5.449
Umsatzrendite (EBIT-Marge) <sup>(2)</sup>	in %	4,58	5,34
Konzernergebnis vor Steuern (EBT)	in Tsd. €	6.056	6.041
Konzernjahresüberschuss	in Tsd. €	4.103	3.743
Konzernjahresüberschuss pro Aktie (EPS)	in €	1,04	0,95
Dividende ausgezahlt	in €	2,00	1,20
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	in Tsd. €	9.101	5.763
Flüssige Mittel	in Tsd. €	36.397	34.874
Bilanzsumme	in Tsd. €	95.466	88.996
Gezeichnetes Kapital	in Tsd. €	3.946	3.946
Eigenkapitalquote	in %	44,59	46,93
durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter		79	72
Umsatz pro Mitarbeiter	in Tsd. €	1.538	1.416
Personalaufwand	in Tsd. €	2.501	2.088
Personalaufwandsquote <sup>(3)</sup>	in %	2,06	2,05
Marketingquote <sup>(4)</sup>	in %	2,31	2,19

(1) Rohertrag bezogen auf die Gesamtleistung in %, (2) Konzernergebnis vor Finanzergebnis und Steuern (EBIT) bezogen auf den Umsatz in %, (3) Personalaufwand bezogen auf Umsatz in %, (4) Marketingaufwand bezogen auf Umsatz in %

## Delticom-Aktie – wichtigste Eckdaten

Wertpapierkennnummer (WKN)		514680
ISIN		DE0005146807
Reuters/Bloomberg		DEXGn.DE/DEX GR
Aktiengattung		Stückaktien
Handelssegment		Amtlicher Markt, Prime Standard, Frankfurt
Indices		CXPR, NISAX, GEX
Grundkapital	in €	3.946.480
Anzahl Aktien		3.946.480
Free float <sup>(1)</sup>	in %	47,72
Erstnotiz		26. Oktober 2006
Schlusskurs am 2. Januar 2008	in €	49,30
Schlusskurs am 31. Juli 2008	in €	44,79
Höchstkurs/Tiefstkurs	in €	49,30 / 37,05
Jahresentwicklung <sup>(2)</sup>	in %	-9,15
Durchschnittliches Handelsvolumen pro Tag (XETRA)	Aktien	2.872
Marktkapitalisierung <sup>(3)</sup>	in Mio. €	176,8

## Coverage

Buy		4
Overweight		1
Outperform		1
Sell		1

(1) nach Definition der Deutsche Börse AG, (2) auf Basis Schlusskurse, (3) am 31. Juli 2008

# Das Halbjahr 2008 im Überblick

Die Umsatzerlöse konnten im ersten Halbjahr um **+19,2%** auf 121,5 Mio. € gesteigert werden (Vorjahr: 102,0 Mio. €).

Im Segment eCommerce stieg der Umsatz gegenüber H1'07 um **+20%**

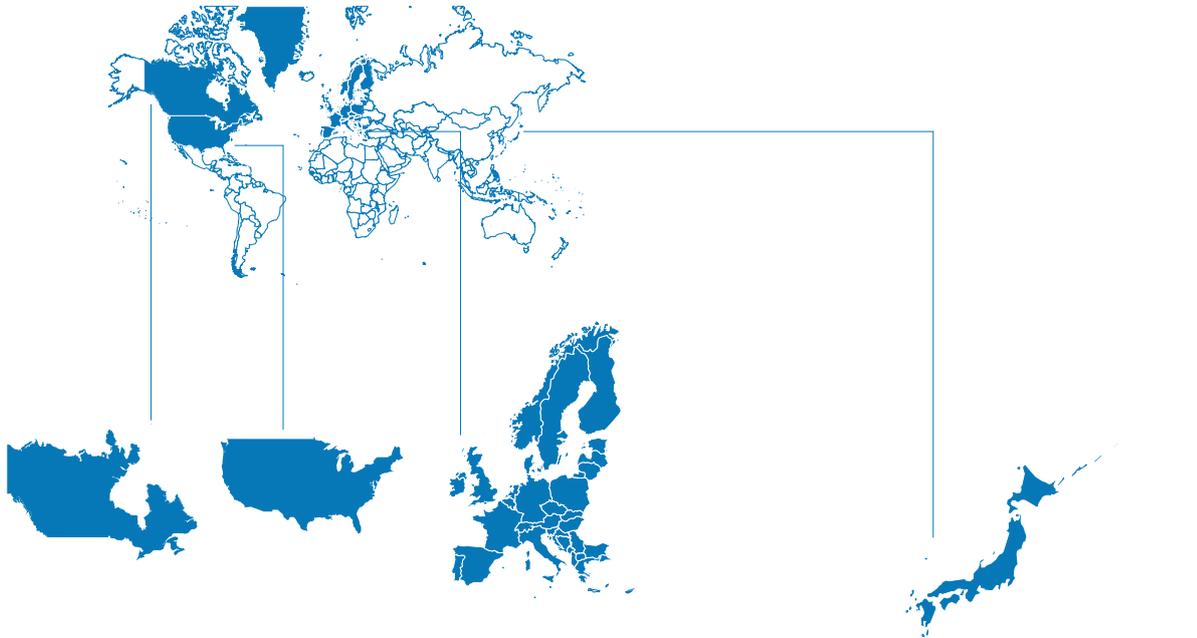
Das EBIT konnte von 5,4 Mio. € auf **5,6 Mio. €** erhöht werden. Dies entspricht einer EBIT-Marge von 4,6 %.

Im ersten Halbjahr konnten über 340.000 neue Kunden gewonnen werden. Die Kundenbasis ist damit auf **2,2 Millionen** gewachsen.

Die Anzahl der Montagepartner ist auf **22.100** gestiegen, davon über 5.400 in Deutschland.

# Europäischer Marktführer im Online-Reifenhandel

93 Online-Shops in 35 Ländern



## Nordamerika

- USA
- Kanada

## Europa

- Belgien
- Bulgarien
- Dänemark
- Deutschland
- Estland
- Finnland
- Frankreich
- Griechenland
- Irland
- Italien
- Kroatien
- Lettland
- Liechtenstein
- Litauen
- Luxemburg
- Monaco
- Niederlande
- Norwegen
- Österreich
- Portugal
- Polen
- Rumänien
- Schweden
- Schweiz
- Slowenien
- Slowakei
- Spanien
- Tschechische Republik
- Ungarn
- United Kingdom
- Zypern

## Asien

- Japan

## Russland



## Profil

Delticom ist Europas führender Internet-Reifenhändler. Gegründet im Jahr 1999 betreibt das Unternehmen aus Hannover heute in 35 Ländern 93 Online-Shops, darunter [ReifenDirekt](#) in Deutschland, der Schweiz und Österreich, [www.mytyres.co.uk](#) und [www.123pneus.fr](#). Die breite Produktpalette für Privat- und Geschäftskunden umfasst mehr als 100 Marken und über 25.000 Typen von Reifen für Pkw, Motorräder, Lkw und Busse, außerdem Komplettträger, Motoröl und Pkw-Ersatzteile und -Zubehör.

Delticom-Kunden genießen alle Vorteile des modernen eCommerce: einfaches Bestellen von zu Hause, hohe Lieferfähigkeit und nicht zuletzt attraktive Preise. Die Lieferung erfolgt in durchschnittlich zwei bis drei Werktagen nach Hause oder an jede andere Wunschadresse. Alternativ können Kunden ihre Reifen zu einem der weltweit über 22.100 Servicepartner liefern lassen (allein 5.400 in Deutschland), die professionell und kostengünstig die Reifen am Kundenfahrzeug montieren.

Delticom ist aufgrund seiner schlanken Kostenstruktur ein profitables Wachstumsunternehmen. Nach einem erfolgreichen Geschäftsjahr 2007 will Delticom auch in diesem Jahr die bestehende Marktführerschaft behaupten und weiter ausbauen. Ein großer, dynamischer Markt – und eine Delticom mit starkem Profil.

## Inhaltsverzeichnis

---

Die Aktie	2	Gewinn- und Verlustrechnung	18
Konzernlagebericht	5	Konzernkapitalflussrechnung	19
Geschäft und Rahmenbedingungen	5	Eigenkapitalveränderungsrechnung	20
Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage	10	Konzernanhang	21
Risikobericht	14	Anhangangaben und Erläuterungen zum	
Prognosebericht	14	Konzernzwischenabschluss	21
Konzernbilanz	16	Finanzkalender	28



# Die Delticom-Aktie

## AKTIONÄRSSTRUKTUR

Aktionärsstruktur in %



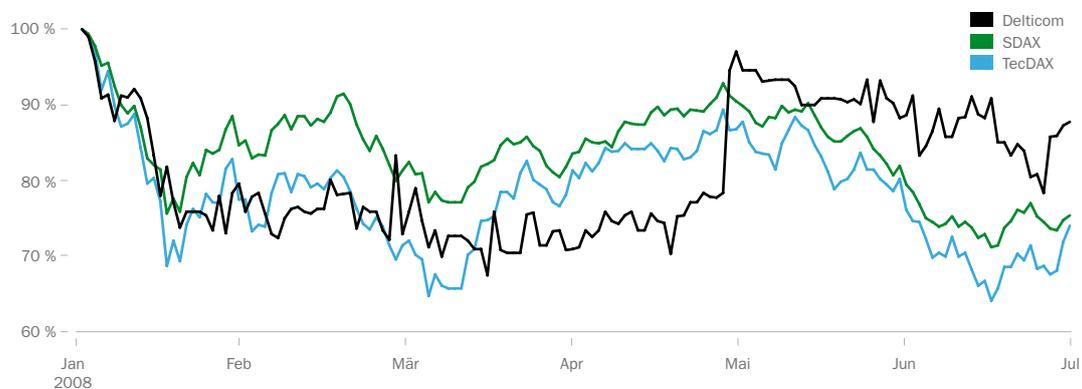
Der Free Float nach Definition der Deutsche Börse AG beträgt 47,72 %.

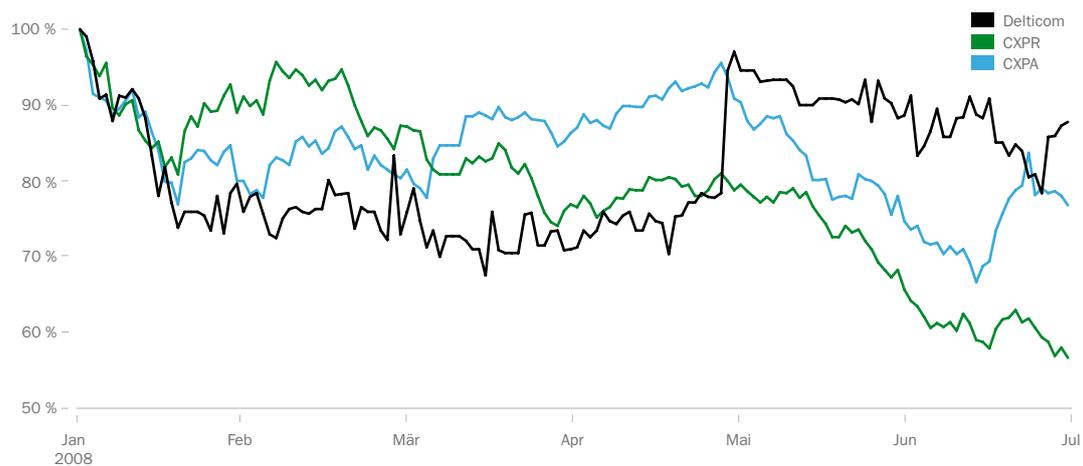
## KURSENTWICKLUNG

### ENTWICKLUNG DER DELTICOM-AKTIE

2008 war bisher von teilweise erheblichen Verlusten im Aktienmarkt gekennzeichnet. So zeigte der SDAX deutliche Verluste: Er schloss am 31. Juli 2008 bei 4.182,36 Punkten, was einem Verlust von - 19,9 % seit Jahresanfang entspricht.

Die Delticom-Aktie startete 2008 bei € 49,30 und schloss am 31. Juli 2008 bei € 44,79. Der niedrigste Kurs im entsprechenden Zeitraum betrug € 37,05 (am 3. April 2008), der höchste Kurs war € 49,30 (am 2. Januar 2008). Obwohl die Performance in diesem Geschäftsjahr mit - 9,1 % negativ ist, hat die Delticom-Aktie insbesondere den Retail-Index CXPR (- 35,1 %) deutlich outperformed.





## COVERAGE DURCH ANALYSTEN

Folgende Analysten veröffentlichen regelmäßig Kommentare zur Delticom  
(in der Reihenfolge der Aufnahme der Coverage):

Broker	Analyst		Empfehlung	Kursziel	Schätzungen 2008				Schätzungen 2009			
	Name	Fokus			Umsatz (€)	EBIT (€)	EBIT (%)	EPS	Umsatz (€)	EBIT (€)	EBIT (%)	EPS
Dresdner	Georg Remshagen	Small- and Midcaps	Buy	50,0	245,0	13,5	5,5	2,70	285,0	15,9	5,6	3,17
NordLB	Frank Schwöpe	Retail	Sell	37,0	244,0	14,1	5,8	2,31	275,0	15,3	5,6	2,53
Metzler	Jürgen Pieper	Automotive	Buy	47,0	265,0	15,8	6,0	2,91	321,0	20,0	6,2	3,70
Lehman	Nadine Al Kassar	Retail	Overweight	65,0	260,4	15,2	5,8	2,79	315,7	19,8	6,3	3,63
Sal. Opp	Markus Sander	Internet	Buy	55,0	254,0	14,3	5,6	2,67	295,2	17,6	6,0	3,20
Exane	Andreas Inderst	Midcaps	Outperform	61,0	256,7	15,0	5,8	2,68	301,6	19,1	6,3	3,43
Berenberg	Lars Dannenberg	Small- and Midcaps	Buy	55,0	259,0	15,0	5,8	2,67	315,0	18,0	5,7	3,26
				52,9	254,9	14,7	5,8%	2,68	301,2	18,0	6,0%	3,27

(Stand der Einschätzungen und Kursziele: 12.08.2008)



## IR-AKTIVITÄTEN

Delticom steht in ständigem Kontakt mit seinen Aktionären und Investoren. Ziel unserer IR-Arbeit ist eine klare Kommunikation. Hierzu zählen auch die zeitnahen Veröffentlichungen und präzisen Darstellungen von Finanzberichten und Unternehmensnachrichten.

Schwerpunkt der IR-Arbeit in 2008 waren Gespräche mit institutionellen Investoren im Rahmen von Roadshows in London, Paris (je zweimal), Frankfurt, Kopenhagen, Zürich und Genf (je einmal).

Weiterhin standen Mitglieder des Vorstands in Einzelgesprächen Aktionären und potenziellen Investoren Rede und Antwort.

Insiderinformationen, welche die Gesellschaft unmittelbar betreffen, veröffentlicht Delticom unverzüglich, auch außerhalb der turnusmäßigen Berichterstattung. Außerdem kommentiert das Management von Delticom wichtige Entwicklungen in Konferenzen für Aktionäre, potentielle Investoren, Analysten und Finanzpresse. Die bisherigen Veröffentlichungen und Präsentationen können aus dem Download-Bereich von [www.delti.com/Investor\\_Relations](http://www.delti.com/Investor_Relations) heruntergeladen werden. In einem Finanzkalender werden alle wesentlichen Termine (z.B. Geschäftsbericht, Zwischenberichte oder Hauptversammlung) frühzeitig veröffentlicht.

Das IR-Team wird seine Aktionäre, Investoren, die Kapitalmärkte und die allgemeine Öffentlichkeit weiterhin zeitnah mit aktuellen Informationen versorgen (IR-Kontakt siehe Seite 28).

---

# Konzernlagebericht

## 1 GESCHÄFT UND RAHMENBEDINGUNGEN

### 1.1 KONZERNSTRUKTUR UND GESCHÄFTSTÄTIGKEIT

#### 1.1.1 Geschäftsfelder

Delticom wurde 1999 in Hannover gegründet. Das Unternehmen ist der führende Internet-Reifenhändler Europas. Die Geschäftstätigkeit der Gesellschaft ist in die beiden Geschäftsbereiche eCommerce und Großhandel unterteilt.

Der größte Teil des Konzernumsatzes entfällt auf den Geschäftsbereich eCommerce. Delticom verfügt über etablierte, im Markt eingeführte Internet-Domains mit hohem Bekanntheitsgrad in der relevanten Zielgruppe. Das Unternehmen bietet seinen Privat- und Geschäftskunden eine breite Produktpalette: Pkw-Reifen, Motorradreifen, Lkw-Reifen, Busreifen, passende Felgen, Kompleträder (auf Felgen vormontierte Reifen) sowie ausgesuchte Pkw-Ersatzteile und -Zubehör wie Schneeketten, Katalysatoren und Motoröl. Im Geschäftsbereich eCommerce wird der größte Teil des Umsatzes mit dem Verkauf von Pkw-Ersatzreifen erzielt. Das Angebot umfasst mehr als 100 Reifenmarken und 25.000 Modelle. Für die Montage am Fahrzeug können die Kunden aus weltweit über 22.100 Servicepartnern auswählen, davon rund 5.400 in Deutschland (Stand: 22. Juli 2008).

Delticom erlöst einen erheblichen Teil der Umsätze mit dem Verkauf eigener Lagerware. Durch den zeitlich versetzten Einkauf und die Lagerung von Reifen ist Delticom jederzeit lieferfähig und kann im Vertrieb gute Margen erzielen. Im Geschäft mit fremder Ware verkauft das Unternehmen auch Produkte aus den Lagern von Herstellern und Großhändlern: Die Reifen werden entweder direkt vom Lieferanten zum Kunden geliefert oder mit Paketdiensten im Auftrag von Delticom dorthin verschickt. In den Online-Shops wird den Kunden die gesamte, über beide Wege lieferbare Produktpalette einheitlich präsentiert.

Im Geschäftsbereich Großhandel verkauft Delticom Reifen an Großhändler im In- und Ausland.

#### 1.1.2 Absatzmärkte

Delticoms umsatzstärkster Online-Shop ist [www.reifendirekt.de](http://www.reifendirekt.de) – im deutschen Online-Reifenhandel eine bekannte Marke. Das Unternehmen verkauft seine Produkte darüber hinaus in nahezu allen Ländern Europas. Die Geschäftstätigkeit in Europa beschränkt sich nicht nur auf Mitgliedsstaaten der EU, sondern schließt auch Länder wie die Schweiz oder Norwegen ein. Außerhalb Europas ist Delticom insbesondere in Nordamerika mit Schwerpunkt USA aktiv. Weltweit ist die Gruppe in 35 Ländern mit 93 Online-Shops am Markt. Delticom konnte in den vergangenen Jahren Umsatz und Ertrag im In- und Ausland mit guten Wachstumsraten steigern.

#### 1.1.3 Wesentliche wirtschaftliche Einflussfaktoren

Den Internet-Reifenhandel bestimmen zwei wesentliche Faktoren: die Entwicklung des Reifenmarktes und das Kaufverhalten von Internetnutzern.



#### 1.1.3.1 Entwicklung des europäischen und deutschen Reifenersatzgeschäfts

Der Weltreifenmarkt ist zweigeteilt: Zum einen in die an Neufahrzeuge montierten Erstausrüstungsreifen, zum anderen in Ersatzreifen. Der Gesamtmarkt umfasst jährlich rund 1 Milliarde Reifen für alle Fahrzeugtypen weltweit. Für Delticom ist der Ersatzmarkt relevant, auf den etwa drei Viertel des Weltreifenmarktes entfallen. Nach Zahlen des Bundesverbandes Reifenhandel und Vulkaniseurhandwerk (BRV) verkauften deutsche Händler 2007 41,5 Mio. Pkw-Reifen an Verbraucher, davon 20,4 Mio. Winterreifen.

In Deutschland, aber auch in der Alpenregion und in Nordeuropa prägt der jahreszeitlich bedingte Wetterwechsel (und damit der Umstieg von Sommer- auf Winterreifen) den Geschäftsverlauf im Reifenhandel. Viele Autofahrer rüsten spätestens dann von Sommer- auf Winterreifen um, sobald in den Nachrichten vom ersten Schneefall berichtet wird. Der Absatz von Winterreifen ist daher im November und Dezember sehr hoch, und das letzte Quartal ist das umsatzstärkste. Das erste Quartal fällt hingegen meist schwächer aus, da hier nur noch wenige Winterreifen gekauft werden. Das zweite Jahresviertel wiederum gibt sich traditionell umsatzstark: Das angenehm warme Wetter im April und Mai veranlasst viele Pkw-Fahrer zum Kauf neuer Sommerreifen. Im Übergang von Sommer- auf Winterreifengeschäft im dritten Quartal flacht der Absatz typischerweise etwas ab. Im vierten Quartal werden die Straßenverhältnisse aufgrund der Witterung schwieriger, die Bremswege verlängern sich und der geschilderte Zyklus beginnt erneut.

Den im Vergleich zur Witterung geringen Einfluss konjunktureller Rahmenbedingungen auf den Reifenmarkt belegt der Umstand, dass in einer Zeit steigender Verbraucherpreise zwar weniger Neuwagen verkauft werden, der Absatz von Ersatzreifen im Wesentlichen jedoch unverändert bleibt oder sogar steigt: Ersatzreifen sind aufgrund des hohen Fahrzeugbestands immer gefragt. Reifenkäufer gehen unabhängig von ihrer persönlichen wirtschaftlichen Situation selten Kompromisse bei der Reifenqualität und damit bei ihrer persönlichen Sicherheit ein. Stattdessen suchen sie vermehrt nach preiswerten Alternativangeboten für Qualitätsreifen.

#### 1.1.3.2 Vertriebskanal Internet immer wichtiger

Man nutzt es immer häufiger, intensiver und zielgerichteter: Unter den Erwachsenen sind die Internet-Nutzerzahlen in den letzten Jahren stark angestiegen. Laut der repräsentativen Online-Studie 2008 von ARD und ZDF sind aktuell 42,17 Millionen Erwachsene deutschlandweit online. Mit einem Anteil an der Bevölkerung von 65,8 % legte die Zahl der Internetnutzer gegenüber 2007 (62,7 %) um 1,9 Millionen nochmals deutlich zu. Gestützt werden diese Zahlen auch durch den (N)onliner-Atlas 2008, nach dem mehr als 42 Millionen Deutsche das Internet regelmäßig nutzen. Auch in den anderen europäischen Ländern sind ähnliche Wachstumsraten festzustellen.

Betrachtet man die Altersstruktur der Internetnutzer, gilt vor allem die sehr aktive Gruppe der Jüngeren branchenübergreifend als Kundenpotenzial von morgen. Sie bewegen sich mit großer Selbstverständlichkeit durch das Netz und nutzen bereits heute die dortigen Einkaufsmöglichkeiten genauso wie den Supermarkt um die Ecke. Zunehmend aktiv sind aber auch die so genannten „Silver Surfer“ (50 Jahre und älter), die häufig über eine größere Kaufkraft verfügen.

Als wichtiger Aspekt der Internetnutzung bewegt sich eCommerce schon heute auf einem beachtlichen Niveau. So wuchs laut einer Studie der Universität Hohenheim in Stuttgart die Zahl der Deutschen, die im Internet Waren und Dienstleistungen erwerben, in 10 Jahren von 600.000 auf aktuell 33 Millionen, ein Wert, mit dem das Thema eCommerce immer noch am Anfang seiner Möglichkeiten steht.

Dass immer mehr Kunden das Netz als Anlaufstelle für Information und Kauf nutzen und damit das Internet in eine Position relativen Wachstums gegenüber anderen Absatzwegen bringt, hat seine Ursache im beidseitigen Effizienzgewinn: Die Kunden profitieren von niedrigeren Preisen, die Online-Händler erzielen höhere Margen.

Der Stellenwert des Vertriebskanals eCommerce spiegelt sich schon in den deutschen Zahlen wider: Hier wurden 2007 über 18 Mrd. EUR im Online-Handel mit Endverbrauchern umgesetzt. Auch für dieses Jahr rechnen die Shopbetreiber mit steigenden Umsätzen: Eine Umfrage der Fachgruppe eCommerce im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) zeigt, dass die Internet-Händler für das laufende Jahr im Durchschnitt Zuwächse von rund 18 % erwarten.

#### 1.1.3.3 eCommerce im Reifenhandel: Erhebliches Potential

Noch fällt der Anteil der im Internet verkauften Reifen vergleichsweise gering aus. Allerdings schätzt der BRV den Online-Marktanteil im Endkundengeschäft für 2007 bereits auf etwa 4 %, nach 3 % im Jahr 2006.

Einen weiteren Hinweis über die Entwicklung des Online-Anteils am Reifenersatzgeschäft in Deutschland liefert der „Reifenmonitor 2008“, eine Studie des Allgemeinen Deutschen Automobil-Clubs (ADAC). Die an Autofahrer gerichtete Frage: „Wo haben Sie das letzte Mal Ihre Autoreifen gekauft?“ beantworteten 3,1 % der Befragten mit „Internet“ (Vorjahr 2,5 %). Bei den Jüngeren zwischen 18 und 39 Jahren lag dieser Wert sogar bei 6,1 % (Vorjahr 4,8 %). Diese Entwicklung dürfte sich künftig weiter beschleunigen: In der gleichen Studie gaben 15,6 % der Autofahrer an, zukünftig Reifen über das Internet kaufen zu wollen (Vorjahr 15,1 %). Auch hier fiel der Wert bei der jüngeren und internetaffineren Zielgruppe mit 28,1 % deutlich höher aus (Vorjahr 26,4 %).

Die starke Entwicklung des Online-Vertriebskanals ist auch international zu beobachten: Überall nimmt die Zahl von Internet-Anschlüssen zu, und mit dem Internetzugang wächst auch die Bereitschaft, Reifen online zu kaufen. Delticom ist gut positioniert, um an dieser nachhaltigen Veränderung der Liefer- und Wertschöpfungskette zu partizipieren und den Markt wesentlich mitzuprägen.



## 1.2 ÜBERBLICK ÜBER DEN GESCHÄFTSVERLAUF

### 1.2.1 Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen

Die Weltkonjunktur entwickelte sich im ersten Halbjahr 2008 weiter positiv, wenn auch bereits mit deutlichen Eintrübungen vor allem aufgrund drastisch gestiegener Energie- und Rohstoffpreise. Zusätzlich auf die Stimmung drücken die längst nicht überstandene Subprime- und Immobilienkrise in den USA und der anhaltend hohe Kurs des Euro. Deutschland mit seiner exportorientierten Volkswirtschaft konnte sich von diesen negativen Entwicklungen nicht ganz abkoppeln. Zwar blieben die Auswirkungen bislang überschaubar, allerdings zeigt sich die wirtschaftliche Gesamtlage inzwischen in ganz Europa zunehmend instabil. Mit sinkendem Konsumentenvertrauen geht die Kaufbereitschaft mehr und mehr zurück, eine drohende Rezession ist inzwischen ein realistisches Szenario und die Energiepreise steigen permanent auf neue Rekordmarken.

Der Handel mit Ersatzreifen ist nicht zyklisch; die gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen hatten im Berichtszeitraum keinen wesentlichen Einfluss auf das Geschäft der Delticom.

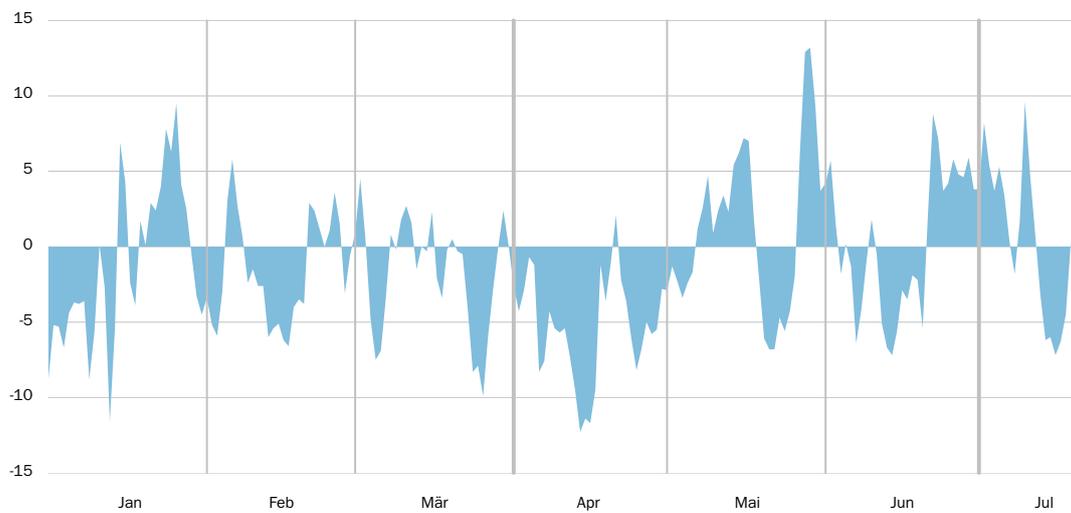
### 1.2.2 Wesentliche, für den Geschäftsverlauf ursächliche Ereignisse

Nach einem schwierigen Jahr 2007 für den deutschen Reifenhandel blieb das erste Quartal 2008 hinter den Erwartungen zurück. Hauptgrund war die Witterung zum Jahresbeginn. Praktisch in allen Ländern mit hohem Winterreifen-Anteil fiel Anfang des Jahres wenig oder kein Schnee, so dass im Vorjahresvergleich der europäische Reifenhandel weniger Winterreifen absetzen konnte. Da naturgemäß die Wetterentwicklungen in den einzelnen Ländern in sehr unterschiedlicher Ausprägung auftreten, ist es Delticom auch im ersten Quartal 2008 durch die konsequent internationale Ausrichtung des Geschäfts gelungen, schwächere Absätze in einzelnen Märkten wie beispielsweise in Deutschland durch gutes Wachstum in anderen Ländern teilweise auszugleichen.

Auch das sich anschließende Sommerreifengeschäft lief nur mit Verzögerung an, da es vom März bis in den April hinein vergleichsweise kalt blieb und viele Autofahrer ihren Sommerreifen-Kauf verschoben. Mit dem verspätet einsetzenden Temperaturanstieg im April hat das Sommerreifengeschäft allmählich an Fahrt aufgenommen. Erst mit dem sommerlichen Wetter im Mai zeigten sich deutliche Umsatzsteigerungen. Für den deutschen Reifenhandel geht der BRV davon aus, dass im H1'08 der Absatz von Pkw-Sommerreifen von Handel an Verbraucher im Vergleich zum Vorjahr um - 7,5 % zurückgegangen ist.

Auch in den Prognosen für das laufende Jahr hat sich die Wetterabhängigkeit des Geschäfts gezeigt. So hielt der BRV noch im März für 2008 ein moderates Umsatzplus gegenüber dem Vorjahr für realistisch. Als dann im April das Wetter langsam besser wurde, prognostizierten Analysten der Deutschen Bank zwar eine relative Erholung des Gesamtmarkts, sahen diesen aber gleichwohl unter Vorjahresniveau. Nach dem letztlich enttäuschenden April befürchtete der BRV dann im Mai auch, dass sich die Branche 2008 auf Stagnation einstellen müsse.

Das wetterabhängige „Auf und ab“ im Reifenhandel erschließt sich anschaulich in folgender Grafik:



Differenz der mittleren Tages-Lufttemperaturen (2008 minus 2007; positiv: 2008 wärmer, negativ: 2008 kälter) am Flughafen Frankfurt/Main: Januar 2008 weniger Schnee und wärmer, kein Frühsommer 2008, April 2008 viel kälter als 2007, sommerliche Temperaturen erst ab Mai 2008

Delticom kann mit Marketingmaßnahmen und kurzfristig wirkender Preispolitik das Geschäft im Einklang mit unterschiedlichen Wetterbedingungen entwickeln.



## 2 ERTRAGS-, FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

### 2.1 ERTRAGSLAGE

#### 2.1.1 Umsatzentwicklung

Delticom konnte als europäischer Marktführer auch im Berichtszeitraum die Umsätze wieder deutlich steigern, von 102,0 Mio. € in H1'07 um + 19,2 % auf 121,5 Mio. €.

Das Umsatzwachstum im ersten Quartal (von 38,9 Mio. € auf 42,6 Mio. €) fiel mit + 9,4 % aufgrund des Basiseffekts relativ gering aus, da der Umsatz im Q1'07 aufgrund von Schneefällen im Januar einerseits (Winterreifen) und des warmen März andererseits (Sommerreifen) relativ hoch gewesen war (+ 52,3 % gegenüber Q1'06). Obwohl die Voraussetzungen für das zweite Quartal des laufenden Jahres durch den späten Beginn der Sommersaison (teilweise erst Ende April) ebenfalls relativ schlecht waren, konnte Delticom den Umsatz in Q2'08 um + 25,2 % von 63,1 Mio. € auf 78,9 Mio. € steigern. Die Umsatzsteigerung ist das Ergebnis einer auf Q2'08 begrenzten, opportunistischen Strategie: den Ausbau europäischer Marktanteile in einem schwierigen Marktumfeld durch verstärktes Marketing und begleitendes Pricing auszubauen.

Der Umsatz im wichtigsten Segment eCommerce konnte im H1'08 gegenüber dem Vorjahreszeitraum um + 20,0 % von 94,1 Mio. € auf 112,9 Mio. € gesteigert werden. Im Segment Großhandel wurden im Berichtszeitraum 8,6 Mio. € umgesetzt (+ 9,3 % nach einem Segmentumsatz im entsprechenden Vorjahreszeitraum von 7,9 Mio. €).

Die Umsatzerlöse in Deutschland sind im H1'08 im Vorjahresvergleich kaum gewachsen; die Umsätze im Ausland konnten deutlich gesteigert werden. Der Konzern verzeichnete in nahezu allen 93 Online-Shops in 35 Ländern jeweils steigende Absatzzahlen und eine weitere Marktdurchdringung. Insgesamt wurden in Deutschland im Berichtszeitraum 43,0 Mio. € (+ 4,3 % gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum), in den übrigen Ländern der EU 61,5 Mio. € (+ 27,6 %) und in sonstigen Ländern 17,0 Mio. € (+ 35,9 %) umgesetzt.

Wesentliche Ursache für die positive Entwicklung des eCommerce-Segments war die signifikante Vergrößerung der Kundenbasis (Kunden, die im Berichtszeitraum oder in den vorangegangenen Jahren mindestens einmal bei Delticom gekauft haben). Die Kundenbasis stieg im Bereich eCommerce innerhalb von 12 Monaten (seit 30. Juni 2007 von rund 1.624 Tsd. Kunden bis zum 30. Juni 2008) auf 2.272 Tsd. Kunden an. Delticom konnte im Berichtszeitraum 342 Tsd. Neukunden gewinnen, wobei im zweiten Quartal die Anzahl der gewonnenen Neukunden trotz der relativ ungünstigen Wetterbedingungen gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum um + 16,0 % gesteigert wurde (Q1'08: - 5,7 %). Erfreulich ist auch, dass im Berichtszeitraum 133 Tsd. Kunden zum wiederholten Mal bei Delticom eingekauft haben (Wiederkäufer).

### 2.1.2 Entwicklung wesentlicher Aufwandspositionen

Der Anstieg des Materialaufwands von 77,9 Mio. € im H1'07 um + 18,7 % auf 92,4 Mio € im H1'08 ist im Wesentlichen auf den erhöhten Umsatz zurückzuführen. Die im historischen Vergleich relative geringe Verbesserung der Materialaufwandsquote von 76,4 % auf 76,1 % hat seine Ursache nicht in der Veränderung der Inputpreise, sondern hängt im Wesentlichen mit der von Delticom im Geschäft mit Endkunden gewählten Preispolitik zusammen (s. hierzu auch die Ausführung zur Entwicklung der Rohertragsmarge).

Im Berichtszeitraum waren bei Delticom durchschnittlich 79 und zum Stichtag 30. Juni 2008 81 Mitarbeiter beschäftigt (30. Juni 2007: 80). Die Personalaufwandsquote (Verhältnis von Personalaufwendungen zu Umsatzerlösen) ist mit 2,1 % leicht gegenüber dem Vorjahreszeitraum gestiegen (H1'07: 2,0 %).

Delticom lässt die verkauften Reifen von den Lagerstandorten durch Logistikdienstleister abholen und zu den Kunden transportieren. Die Transportkosten nahmen im Jahresvergleich aufgrund des erhöhten Geschäftsvolumen um + 2,2 Mio. € oder + 27,6 % zu. Der Anteil der Transportkosten am Umsatz betrug 8,3 % (H1'07: 7,8 %). Wesentlicher Grund für den Anstieg ist die Erhöhung des Anteils der Auslandsumsätze, bei denen die anteiligen Transportkosten üblicherweise höher sind als im Inland.

Die Kosten für Werbung betrugen im Berichtszeitraum 2,8 Mio. €. Dies entspricht einer Marketingaufwandsquote (Marketingaufwand in Prozent von Umsatzerlösen) von 2,3 %, nach 2,2 % im entsprechenden Vorjahreszeitraum. Hierbei stieg im Q2'08 – im Einklang mit dem Ziel der Gewinnung von Marktanteilen – die Marketingaufwandsquote von 1,8 % in Q2'07 auf 2,1 % deutlich an.

Die Hotline und ausgewählte Teile der Kunden- und Lieferantenprozesse sind an externe Dienstleister ausgelagert. Die Kosten für diese Operations-Center stiegen im Berichtszeitraum von 1,3 Mio. € um + 49,6 % auf 2,0 Mio. €. Grund hierfür ist die Erhöhung des Lohnkostenniveaus in den Ländern, in denen die Operations-Center betrieben werden. Außerdem übernahmen die Operations-Center im Berichtszeitraum Tätigkeiten, die bislang noch nicht ausgelagert worden waren. Im Verhältnis zum Umsatz sind die Kosten für die Operations-Center daher auf 1,7 % gestiegen (gegenüber 1,3 % im entsprechenden Vorjahreszeitraum).



## 2.1.3 ERGEBNISENTWICKLUNG

### 2.1.3.1 Rohertrag

Der Rohertrag stieg im Berichtszeitraum gegenüber Vorjahr von 24,7 Mio. € auf 30,5 Mio. € (+ 23,4 %). Dies entspricht einer Steigerung der Rohertragsmarge von 24,1 % auf 24,8 %, zum einen bedingt durch eine weitere Verbesserung der Einkaufsbedingungen und zum anderen durch optimierte Endkundenpreise. Ferner wurden im Berichtszeitraum (relativ zur Gesamtzahl) mehr Reifen aus eigenen Lagern an Endkunden geliefert als im Vorjahr, was ebenfalls zu einer Verbesserung der Rohertragsmarge beitrug. Außerdem werden einige direkte Kosten regelmäßig im Rahmen der Preiskalkulation an den Kunden weitergegeben. Dadurch hat sich die Rohertragsmarge zusätzlich auch durch den Anstieg solcher Kosten gegenüber dem Vorjahr leicht erhöht.

Auf Quartalsbasis fiel die Rohertragsmarge in Q2'08 mit 24,5 % geringer aus als in Q1'08 (25,2 %), da parallel mit einer erhöhten Marketingaktivität planmäßig die Verkaufspreise in ausgewählten Regionen moderat gesenkt wurden, um dort die gesteckten Umsatzziele zu erreichen.

In den beiden Segmenten eCommerce und Großhandel werden unterschiedliche Rohertragsmargen erzielt. Auch im Berichtszeitraum fiel die Rohertragsmarge des eCommerce-Segments mit 25,3 % (H1'07: 24,8 %) höher aus als die 11,3 % im Großhandel (H1'07: 13,1 %).

### 2.1.3.2 EBIT und Konzernjahresüberschuss

Das Konzernergebnis vor Finanzergebnis und Steuern (EBIT) verbesserte sich im Berichtszeitraum um + 2,2 % auf 5,6 Mio. € (H1'07: 5,4 Mio. €). Bezogen auf das EBIT betrug die Umsatzrendite 4,6 % (H1'07: 5,3 %).

Das Finanzergebnis im H1'08 hat sich gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum von 0,6 Mio. € um - 18,1 % auf 0,5 Mio. € verringert, da sich der durchschnittlich für die Geldanlage verfügbare Betrag durch die größere Kapitalbindung im Working Capital (kurzfristiges Vermögen abzüglich flüssige Mittel und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen) verringert hat.

Der Konzernjahresüberschuss für den Berichtszeitraum beträgt 4,1 Mio. € oder 1,04 € pro Aktie (unverwässert). Das Ergebnis pro Aktie ist damit um + 9,6 % gegenüber dem Vorjahreswert von 0,95 € gestiegen. Die Berechnung des EPS ist im Anhang (s. S. 21) aufgeführt.

## 2.2 FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

Das langfristig gebundene Vermögen betrug zum 30. Juni 2008 2,7 Mio. € und damit lediglich 2,8 % der Bilanzsumme (30. Juni 2007: 3,1 %). Im kurzfristig gebundenen Vermögen machen die Vorräte mit 40,6 Mio. € ca. 42,6 % der Bilanzsumme aus (30. Juni 2007: 37,5 Mio. € oder 42,2 % der Bilanzsumme). Der Anstieg der Vorräte um + 8,3 % gegenüber 30. Juni 2007 resultiert aus einer Erhöhung der Waren und Lagerbestände, um den durch Umsatzwachstum erhöhten Bedarf in diesem Jahr abdecken zu können.

Die Forderungen betrugen zum Ende des Berichtszeitraums 15,7 Mio. €, davon 10,3 Mio. € Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und 5,4 Mio. € sonstige Forderungen. Die Forderungsausfälle sind im Berichtszeitraum gegenüber Vorjahr um + 50,6 % von 0,6 Mio. € auf 0,9 Mio. € angestiegen. Die Ausfallrate (Anteil der Forderungsverluste und Einzelwertberichtigungen an den Umsatzerlösen) ist mit 0,7 % unverändert niedrig (H1'07: 0,6 %).

Die Schulden lagen bei insgesamt 52,9 Mio. € und waren zu 99,3 % kurzfristiger Natur. Den größten Teil bilden Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen (43,4 Mio. €), die im Vorjahresvergleich um + 15,3 % anstiegen (30. Juni 2007: 37,7 Mio. €).

Im H1'08 konnten große Teile der Lagerware verkauft werden. Das Working Capital betrug daher am Ende des Berichtszeitraums lediglich 12,9 Mio. € (gegenüber 13,7 Mio. € zum 30. Juni 2007). Als Cashflow aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit wurden 9,1 Mio. € erzielt, was im Vorjahresvergleich einer Steigerung von + 57,9 % entspricht (H1'07: 5,8 Mio. €). Im Ergebnis hatte Delticom zum 30. Juni 2008 flüssige Mittel in Höhe von 36,4 Mio. € (30. Juni 2007: 34,9 Mio. €).

Im Berichtszeitraum wurden Investitionen in Höhe von insgesamt 372 Tsd. € getätigt, davon 326 Tsd. € in Sachanlagen und 47 Tsd. € in immaterielle Vermögenswerte. Die wesentlichen Zugänge betrafen den Bereich der Ausstattungsinvestitionen in den Lagern.



## 2.3 GESAMTAUSSAGE ZUR WIRTSCHAFTLICHEN LAGE

Delticom hat sich im Berichtszeitraum gut entwickelt. Mit einem Umsatzwachstum um + 19,2 % auf 121,5 Mio. €, einer Steigerung des Konzerngewinns um + 9,6 % auf 4,1 Mio. € und einer Erhöhung des operativen Cashflows um + 57,9 % auf 9,1 Mio. € ist es auch im ersten Halbjahr 2008 gelungen, starkes Wachstum, Profitabilität und Innenfinanzierungskraft miteinander zu verbinden.

## 3 RISIKOBERICHT

In einem insbesondere seit Jahresbeginn durch drastisch gestiegene Energie- und Rohstoffpreise geprägten Umfeld haben einzelne Reifenhersteller angekündigt, einen Teil ihrer gestiegenen Kosten zukünftig an die Verbraucher weitergeben zu wollen. Da es keine Substitute für Ersatzreifen gibt und Delticom als Händler aufgrund seiner Einkaufspolitik und der Ausrichtung auf den Online-Handel auch weiterhin preiswerte Waren anbieten kann, geht das Management davon aus, dass Änderungen des Preisniveaus in Europa oder Übersee sich nicht wesentlich auf den Geschäftserfolg auswirken werden.

Darüber hinaus sind nach Ansicht des Managements gegenüber den Einschätzungen des Geschäftsberichts 2007 und des ersten Quartalsberichts des laufenden Geschäftsjahres aktuell weder zusätzliche wesentliche Risiken noch Chancen in Bezug auf den weiteren Verlauf des Geschäftsjahres zu erkennen.

## 4 PROGNOSEBERICHT

### 4.1 ENTWICKLUNG DER BRANCHENSITUATION

Die Rahmenbedingungen für die Branche werden sich im weiteren Verlauf des Jahres vermutlich kaum verändern: Verbände und Experten erwarten unabhängig von der Anzahl der Neuzulassungen einen leicht steigenden Fahrzeugbestand, in etwa konstante Fahrleistungen der Pkw und eine im wesentlichen unveränderte durchschnittliche Laufleistung der Reifen. Für das europäische Reifenersatzgeschäft werden daher auch für die Zukunft Wachstumsraten zwischen 1 % und 3 % pro Jahr für möglich erachtet.

Aktuell geht der BRV für 2008 von einem Anstieg des PKW-Reifenabsatzes in Deutschland von + 1,5 % gegenüber dem Vorjahr aus, wobei der Verband bei den Sommerreifen ein Plus von 0,8 % und bei den Winterreifen von 2,4 % sieht. Eine Einschätzung für den europäischen Reifenmarkt existiert nicht.

---

## 4.2 GEPLANTES UMSATZ- UND ERGEBNISWACHSTUM

In Verbindung mit den genannten Prognosen und dem anhaltenden, europaweiten Trend in Richtung eCommerce erwartet das Management für das laufende Geschäftsjahr unverändert einen Umsatz zwischen 240 Mio. € und 260 Mio. €. Das Management ist zuversichtlich, dass die Untergrenze auch bei einem schlechten Winterreifengeschäft erreicht werden kann. Die Obergrenze des Korridors bleibt ehrgeizig, aber weiterhin erreichbar.

Vor dem Hintergrund der relativ unvorteilhaften Wetterbedingungen hat Delticom im ersten Halbjahr in den Ausbau der europäischen Marktanteile investiert. Nach gegenwärtigem Erkenntnisstand kann im verbleibenden Geschäftsjahr die Rohertragsmarge wieder erhöht werden. Daher geht das Management davon aus, dass 2008 auch weiterhin eine EBIT-Marge zwischen 5,0 % und 6,0 % angemessen und erreichbar ist.

## 4.3 GESAMTAUSSAGE

Der europäische Online-Reifenhandel wird weiter an Attraktivität gewinnen. Delticom ist gut positioniert, um an dieser nachhaltigen Veränderung des Reifenhandels zu partizipieren.

Die Geschäftsprozesse im Unternehmen stellen eine länderübergreifende, effiziente Wertschöpfungskette dar. Als europäischer Marktführer kann Delticom zu guten Konditionen einkaufen und flexibel auf Schwankungen im Absatz in den einzelnen Ländern reagieren. Aufgrund der guten Konditionen im Einkauf und der schlanken Kostenbasis wird Delticom auch 2008 eine breite Produktpalette zu attraktiven Preisen anbieten und profitabel wachsen können. Mittelfristig können somit weitere Skalenvorteile erzielt werden. Das Unternehmen wird zusätzlich in neue Produktgruppen und Märkte expandieren.

Der Vorstand geht von einer nachhaltig günstigen Geschäftsentwicklung aus.

# Konzernbilanz

ZUM 30. JUNI 2008

## AKTIVA

in Tausend €	30.06.2008	31.12.2007
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>2.720</b>	<b>3.579</b>
Immaterielle Vermögenswerte	1.169	1.173
Sachanlagen (Betriebs- und Geschäftsausstattung)	1.473	1.330
Finanzanlagen	0	1.000
Sonstige langfristige Forderungen	78	76
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>92.747</b>	<b>83.781</b>
Vorräte	40.636	35.581
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	10.308	10.356
Sonstige kurzfristige Forderungen	5.405	3.303
Flüssige Mittel	36.397	34.540
<b>Summe Vermögenswerte</b>	<b>95.466</b>	<b>87.360</b>

## PASSIVA

in Tausend €	30.06.2008	31.12.2007
<b>Eigenkapital</b>	<b>42.572</b>	<b>46.342</b>
Gezeichnetes Kapital	3.946	3.946
Kapitalrücklage	31.743	31.706
Währungsumrechnungsrücklage	-44	-27
Gewinnrücklagen	200	200
Konzernbilanzgewinn	6.727	10.518
<b>Summe Schulden</b>	<b>52.894</b>	<b>41.018</b>
<b>Langfristige Schulden</b>	<b>355</b>	<b>344</b>
Langfristige Rückstellungen	35	24
Latente Steuerverbindlichkeiten	320	320
<b>Kurzfristige Schulden</b>	<b>52.539</b>	<b>40.674</b>
Steuerrückstellungen	1.336	1.888
Sonstige kurzfristige Rückstellungen	9	337
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	43.437	31.696
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	7.756	6.753
<b>Summe Eigenkapital u. Schulden</b>	<b>95.466</b>	<b>87.360</b>

# Konzern Gewinn- und Verlustrechnung

FÜR DEN ZEITRAUM VOM 1. JANUAR 2008 BIS ZUM 30. JUNI 2008

in Tausend €	01.01.2008 – 30.06.2008	01.01.2007 – 30.06.2007	01.04.2008 – 30.06.2008	01.04.2007 – 30.06.2007
<b>Umsatz</b>	<b>121.533</b>	<b>101.985</b>	<b>78.944</b>	<b>63.061</b>
Sonstige betriebliche Erträge	1.346	569	566	343
<b>Gesamtleistung</b>	<b>122.879</b>	<b>102.554</b>	<b>79.510</b>	<b>63.404</b>
Materialaufwand	-92.427	-77.871	-60.000	-47.110
<b>Rohertrag</b>	<b>30.452</b>	<b>24.683</b>	<b>19.510</b>	<b>16.294</b>
Personalaufwand	-2.501	-2.088	-1.339	-1.124
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	-234	-130	-120	-70
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-22.146	-17.016	-12.988	-9.905
<b>Ergebnis vor Finanzergebnis und Steuern (EBIT)</b>	<b>5.571</b>	<b>5.449</b>	<b>5.062</b>	<b>5.195</b>
Finanzaufwand	-20	-54	-16	-30
Finanzertrag	506	646	311	351
<b>Finanzergebnis (netto)</b>	<b>485</b>	<b>592</b>	<b>295</b>	<b>321</b>
<b>Ergebnis vor Steuern (EBT)</b>	<b>6.056</b>	<b>6.041</b>	<b>5.357</b>	<b>5.516</b>
Steuern vom Einkommen und Ertrag	-1.954	-2.299	-1.740	-2.141
<b>Konzernjahresüberschuss</b>	<b>4.103</b>	<b>3.743</b>	<b>3.618</b>	<b>3.375</b>

# Konzernkapitalflussrechnung

ZUM 30. JUNI 2008

in Tausend €	01.01.2008 – 30.06.2008	01.01.2007 – 30.06.2007
<b>Ergebnis vor Finanzergebnis und Steuern (EBIT)</b>	<b>5.571</b>	<b>5.449</b>
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	234	130
Veränderung der sonstigen Rückstellungen	-317	-3
Veränderung der Vorräte	-5.055	-16.724
Veränderungen der Forderungen aLuL sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-2.057	-2.599
Veränderungen der Verbindlichkeiten aLuL sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	12.745	22.035
Erhaltene Zinsen	506	82
Gezahlte Zinsen	-20	-54
Gezahlte Ertragsteuern	-2.505	-2.553
<b>Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit</b>	<b>9.101</b>	<b>5.763</b>
Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen	-326	-250
Auszahlungen für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen	-47	-564
Einzahlungen aus Abgängen des Finanzanlagevermögens	1.000	0
<b>Cashflow aus Investitionstätigkeit</b>	<b>628</b>	<b>-814</b>
Gezahlte Dividenden der Delticom AG	-7.893	-4.736
Erhöhung der Kapitalrücklage durch Aktienoptionen	37	0
<b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-7.856</b>	<b>-4.736</b>
Wechselkursbedingte Veränderungen der liquiden Mittel	-17	-1
Finanzmittelbestand am Anfang der Periode	34.540	34.661
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds	1.857	213
<b>Finanzmittelbestand am Ende der Periode</b>	<b>36.397</b>	<b>34.874</b>

# Eigenkapitalveränderungsrechnung

ZUM 30. JUNI 2008

in Tausend €	Angesammelte Ergebnisse						Summe Eigenkapital
	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Währungsumrechnungsrücklage	Gewinnrücklagen	Konzernbilanzgewinn	Insgesamt	
<b>Stand am 1. Januar 2007</b>	3.946	31.701	5	200	6.905	7.105	42.758
Währungsumrechnungsdifferenzen			-1				-1
Gezahlte Dividende					-4.736	-4.736	-4.736
Konzernjahresüberschuss					3.743	3.743	3.743
<b>Stand am 30. Juni 2007</b>	3.946	31.701	4	200	5.912	6.112	41.764
<b>Stand am 1. Januar 2008</b>	3.946	31.706	-27	200	10.518	10.717	46.342
Erhöhung Kapitalrücklage durch Aktienoptionen		37					37
Währungsumrechnungsdifferenzen			-17				-17
Gezahlte Dividende					-7.893	-7.893	-7.893
Konzernjahresüberschuss					4.103	4.103	4.103
<b>Stand am 30. Juni 2008</b>	3.946	31.743	-44	200	6.727	6.927	42.572

---

# Konzernanhang

FÜR DAS ERSTE HALBJAHR 2008

## ANHANGANGABEN UND ERLÄUTERUNGEN ZUM KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

### 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 in 35 Ländern mit 93 Online-Shops vertrieben.

### GRUNDLAGEN DER RECHNUNGSLEGUNG

Der vorliegende Halbjahresbericht zum 30. Juni 2008 ist in Übereinstimmung mit den International Financial Reporting Standards erstellt. Die Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden für den Halbjahresabschluss stehen im Einklang mit IAS 34, DRS 6 und § 63 der Börsenordnung der Frankfurter Wertpapierbörse. Bei der Aufstellung des Zwischenabschlusses und der Ermittlung der Vergleichszahlen für das Vorjahr wurden grundsätzlich dieselben Konsolidierungsgrundsätze sowie Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden wie im Konzernabschluss 2007 angewandt. Eine detaillierte Beschreibung dieser Methoden ist im Anhang des Konzernabschlusses des Geschäftsberichtes 2007 veröffentlicht. Dieser ist auch im Internet unter [www.delti.com](http://www.delti.com) abrufbar. Der Halbjahresbericht des Delticom Konzerns umfasst nach den Vorschriften des § 37x Abs. 3 WpHG (Wertpapierhandelsgesetz) einen Konzern-Zwischenabschluss und einen Konzern-Zwischenlagebericht. Der Konzern-Zwischenlagebericht wurde unter Beachtung der anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt. IFRIC 11, 12 und 14 sind seit dem 01.01.2008 verpflichtend anzuwenden und wurden entsprechend beachtet.

### KONSOLIDIERUNGSKREIS

Die Delticom-Gruppe besteht aus der Delticom AG mit Sitz in Hannover sowie vier weiteren 100 %-igen Tochtergesellschaften. Neben den in im Online-Reifenhandel tätigen Gesellschaften Delticom Tyres Ltd. in Oxford, Großbritannien und Delticom North America Inc., Wilmington, Delaware/USA 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.

### ERLÄUTERUNG ZUR BERECHNUNG DES ERGEBNISSES JE AKTIE

Das Ergebnis je Aktie wurde gemäß IAS 33 berechnet. Im Berichtsjahr liegen 5.270 potenzielle Aktien (Finanzinstrumente und sonstige Vereinbarungen, die deren Inhaber zum Bezug von Stammaktien berechnen) aus der Tranche vom 22. November 2007 sowie 12.500 potenzielle Aktien aus der Tranche vom 8.



Mai 2008 vor. Da der Ausübungspreis der Tranche vom 22. November 2007 über dem durchschnittlichen Kurswert seit Ausgabe der Option am 22. November 2007 liegt, wird diese Tranche nicht in das verwässerte Ergebnis je Aktie eingerechnet. Der Ausübungspreis der Tranche vom 8. Mai 2008 liegt unter dem durchschnittlichen Kurswert seit Ausgabe der Option am 8. Mai 2008. Daher wird diese Tranche in das verwässerte Ergebnis je Aktie einbezogen. Rechnerisch ergibt sich allerdings für das verwässerte Ergebnis je Aktie und das unverwässerte Ergebnis je Aktie kein Unterschied.

Zur Berechnung des Ergebnisses je Aktie wurde als Zähler das Periodenergebnis nach Steuern sowie als Nenner der gewichtete Durchschnitt der Anzahl der im Geschäftsjahr ausgegebenen und potentiellen Stammaktien von 3.950.161 Stück (verwässertes Ergebnis) bzw. 3.946.480 Stück (unverwässertes Ergebnis) verwendet.

#### ERLÄUTERUNG ZUR DIVIDENDENZAHLUNG

Am 7. Mai 2008 wurde für das Geschäftsjahr 2007 eine Dividende in Höhe von 2,00 € pro Aktie an die Aktionäre ausgezahlt.

#### PRIMÄRE SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Für den Zeitraum vom 1. Januar 2007 bis zum 30. Juni 2007

in Tausend €	eCommerce	Großhandel	nicht zugeordnet	Konzern
<b>Umsatz</b>	<b>94.120</b>	<b>7.865</b>	<b>0</b>	<b>101.985</b>
Sonstige betriebliche Erträge	361	42	166	569
Materialaufwand	-71.004	-6.867	0	-77.871
<b>Roherttrag</b>	<b>23.478</b>	<b>1.040</b>	<b>166</b>	<b>24.683</b>
Personalaufwand	-796	-196	-1.096	-2.088
Abschreibungen	-53	-36	-41	-130
davon auf Sachanlagen	-36	-34	-37	-107
davon auf immaterielle Vermögenswerte	-17	-2	-4	-23
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-15.209	-344	-1.463	-17.016
davon Forderungsverluste und Einzelwertberichtigungen	-494	-92	0	-586
<b>Ergebnis vor Finanzergebnis u. Steuern</b>	<b>7.420</b>	<b>463</b>	<b>-2.434</b>	<b>5.449</b>
Finanzergebnis				592
Steuern vom Einkommen und Ertrag				-2.299
<b>Konzernergebnis</b>				<b>3.743</b>

Für den Zeitraum vom 1. Januar 2008 bis zum 30. Juni 2008

in Tausend €	eCommerce	Großhandel	nicht zugeordnet	Konzern
<b>Umsatz</b>	<b>112.936</b>	<b>8.597</b>	<b>0</b>	<b>121.533</b>
Sonstige betriebliche Erträge	465	128	753	1.346
Materialaufwand	-84.691	-7.736	0	-92.427
<b>Rohertrag</b>	<b>28.710</b>	<b>989</b>	<b>753</b>	<b>30.452</b>
Personalaufwand	-960	-171	-1.370	-2.501
Abschreibungen	-124	0	-110	-234
davon auf Sachanlagen	-91	0	-92	-183
davon auf immaterielle Vermögenswerte	-33	0	-18	-51
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-19.475	-381	-2.291	-22.146
davon Forderungsverluste und Einzelwertberichtigungen	-848	-34	0	-882
<b>Ergebnis vor Finanzergebnis u. Steuern</b>	<b>8.152</b>	<b>438</b>	<b>-3.018</b>	<b>5.571</b>
Finanzergebnis				485
Steuern vom Einkommen und Ertrag				-1.954
<b>Konzernergebnis</b>				<b>4.103</b>

## SEKUNDÄRE SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

### Umsatzerlöse

in Tausend €	01.01. - 30.06.2008	01.01. - 30.06.2007
Deutschland	43.041	41.279
übrige Länder der EU	61.494	48.196
USA und sonstige	16.998	12.510
<b>Summe</b>	<b>121.533</b>	<b>101.985</b>



## SONSTIGE BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN

in Tausend €	01.01. - 30.06.2008	01.01. - 30.06.2007
Ausgangsfrachten	10.375	8.078
Lagerhandlingkosten	1.167	1.242
Gebühren Kreditkarten	831	915
Forderungsverluste und Einzelwertberichtigungen	882	586
Externe Werbekosten	3.285	2.783
Operations-Center	1.895	1.325
Mieten und Betriebskosten	713	186
Finanzen und Recht	972	931
IT und Telekommunikation	232	219
Aufwendungen aus Kursdifferenzen	1.083	175
übrige	711	577
<b>Summe</b>	<b>22.146</b>	<b>17.016</b>

## ANGABEN ÜBER BEZIEHUNGEN ZU NAHESTEHENDEN PERSONEN UND UNTERNEHMEN

Nahestehende Unternehmen und Personen im Sinne des IAS 24 sind der Vorstand und Aufsichtsrat der Delticom AG, sowie die Mehrheitsgesellschafter Binder GmbH und Prüfer GmbH. Alle Geschäfte mit nahestehenden Unternehmen und Personen sind vertraglich vereinbart und zu Bedingungen ausgeführt worden, wie sie auch mit fremden Dritten üblich sind. Im Zwischenberichtszeitraum haben sich keine Änderungen mit wesentlichem Einfluss auf die Ertrags-, Finanz- oder Vermögenslage ergeben.

Von nahestehenden Unternehmen wurden Waren und Dienstleistungen in Höhe von 174 Tsd. € (Vorjahr: 632 Tsd. €) eingekauft, sowie Waren und Dienstleistungen in Höhe von 155 Tsd. € (Vorjahr: 468 Tsd. €) verkauft.

## EVENTUALVERBINDLICHKEITEN

Verpflichtungen aus Bestellobligo in Höhe von 5.309 Tsd. € (31.12.2007: 3.547 Tsd. €) werden innerhalb von einem Jahr fällig. Verpflichtungen aus Operating Leasingverträgen sowie übrige Eventualverbindlichkeiten werden in den Folgeperioden in einer Höhe von insgesamt 10.049 Tsd. € (31.12.2007: 8.688 Tsd. €) fällig, davon 3.255 Tsd. € (31.12.2007: 3.217 Tsd. €) innerhalb eines Jahres und 5.325 Tsd. € (31.12.2007: 4.307 Tsd. €) zwischen einem und fünf Jahren.

---

## WEITERE ANGABEN

### ZAHL DER MITARBEITER

Es waren im Durchschnitt des Berichtszeitraumes 79 Arbeitnehmer beschäftigt. Diese Berechnung basiert auf der Anzahl der Beschäftigten unter Berücksichtigung der geleisteten Arbeitsstunden.

### SAISONALE EFFEKTE

In Deutschland, aber auch in der Alpenregion und in Nordeuropa prägt der jahreszeitlich bedingte Wetterwechsel (und damit der Umstieg von Sommer- auf Winterreifen) den Geschäftsverlauf im Reifenhandel. Weil die meisten Autofahrer ihre Winterreifen bereits mit dem ersten Schneefall und damit in den letzten Monaten eines Jahres kaufen, fällt das erste Quartal meist etwas schwächer aus. Das zweite Jahresviertel dagegen gibt sich traditionell umsatzstark: Oft sind die Temperaturen im April und Mai schon vergleichsweise hoch und das teils angenehm warme Wetter führt bei vielen Pkw-Fahrern zum frühzeitigen Kauf neuer Sommerreifen. Das dritte Quartal schließlich flacht typischerweise wieder etwas ab: Im Übergang von Sommer- auf Winterreifengeschäft wird der Absatz etwas schwächer. In den meisten Ländern Europas zeigt sich das letzte Quartal denn meist auch als das umsatzstärkste. In der dunklen Jahreszeit werden die Straßenverhältnisse schwieriger, die Bremswege verlängern sich - und vielen Autofahrern wird die Notwendigkeit neuer Reifen ganz direkt bewusst.

### DEUTSCHER CORPORATE GOVERNANCE KODEX

Die aktuellen Erklärungen nach § 161 AktG zum Deutschen Corporate Governance Kodex vom Vorstand und Aufsichtsrat der Delticom AG sind auf der Internetseite [www.delti.com](http://www.delti.com) zugänglich.

### VORGÄNGE VON BESONDERER BEDEUTUNG NACH DEM STICHTAG

Vorgänge von besonderer Bedeutung nach dem Stichtag sind nicht eingetreten.



## AN DIE DELTICOM AG, HANNOVER

Wir haben den verkürzten Konzernzwischenabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Kapitalflussrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung sowie ausgewählten erläuternden Anhangangaben – und den Konzernzwischenlagebericht der Delticom AG, Hannover für den Zeitraum vom 1. Januar 2008 bis 30. Juni 2008, die Bestandteile des Halbjahresfinanzberichts nach § 37w WpHG sind, einer prüferischen Durchsicht unterzogen. Die Aufstellung des verkürzten Konzernzwischenabschlusses nach den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, und des Konzernzwischenlageberichts nach den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG liegt in der Verantwortung des Vorstands der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, eine Bescheinigung zu dem verkürzten Konzernzwischenabschluss und dem Konzernzwischenlagebericht auf der Grundlage unserer prüferischen Durchsicht abzugeben.

Wir haben die prüferische Durchsicht des verkürzten Konzernzwischenabschlusses und des Konzernzwischenlageberichts unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze für die prüferische Durchsicht von Abschlüssen vorgenommen. Danach ist die prüferische Durchsicht so zu planen und durchzuführen, dass wir bei kritischer Würdigung mit einer gewissen Sicherheit ausschließen können, dass der verkürzte Konzernzwischenabschluss in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, und der Konzernzwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt worden sind. Eine prüferische Durchsicht beschränkt sich in erster Linie auf Befragungen von Mitarbeitern der Gesellschaft und auf analytische Beurteilungen und bietet deshalb nicht die durch eine Abschlussprüfung erreichbare Sicherheit. Da wir auftragsgemäß keine Abschlussprüfung vorgenommen haben, können wir einen Bestätigungsvermerk nicht erteilen.

Auf der Grundlage unserer prüferischen Durchsicht sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass der verkürzte Konzernzwischenabschluss in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, oder dass der Konzernzwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt worden ist.

Hannover, den 11. August 2008

PricewaterhouseCoopers  
Aktiengesellschaft  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

(Günter Benz)  
Wirtschaftsprüfer

(ppa. Thomas Monecke)  
Wirtschaftsprüfer

## VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

Nach bestem Wissen versichern wir, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Zwischenberichterstattung der verkürzte Konzernzwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernzwischenlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns im verbleibenden Geschäftsjahr beschrieben sind.

Hannover, 11. August 2008



Rainer Binder



Frank Schuhardt



Philip von Grolman



## Finanzkalender 2008

10.11.08 - 12.11.08	Eigenkapitalforum Frankfurt
12.11.08	Veröffentlichung 9-Monatsbericht 2008

### Impressum

**Herausgeber**

Delticom AG  
Brühlstraße 11  
30169 Hannover  
Deutschland

**Kontakt Investor Relations**

Melanie Gereke  
Brühlstraße 11  
30169 Hannover  
Telefon: +49-511-93634-8903  
E-Mail: melanie.gereke@delti.com

**Konzeption & Beratung**

IR-One AG & Co., Hamburg  
www.ir-1.com