



Erfolgsspuren.
ÜBER UNS.

DELTICOM 
Aktiengesellschaft

Auf einen Blick.

DELTICOM AKTIENGESELLSCHAFT
KENNZAHLEN 2010

Umsatz (Mio. €)	419,6
Kundenbasis (Mio.)	4,4
EBIT (Mio. €)	47,1
EBIT-Marge (%)	11,2
Jahresüberschuss (Mio. €)	32,3
Ergebnis je Aktie (€)	2,72
Mitarbeiter	101

„Und, wo kaufen Sie Ihre Reifen?“

Am Anfang war es die reine Idee: Reifen online verkaufen. Dass es funktioniert, beweist Delticom täglich. Ortsunabhängig rund um die Uhr ohne Ladenschluss bestellen, an Wochenenden wie an Feiertagen. Mit größter Auswahl an Marken und Modellen. Die Lieferung erfolgt in durchschnittlich zwei Werktagen – in die Wunschwerkstatt, nach Hause oder zu jeder anderen Adresse. Viele überzeugende Vorteile, über einhundert Shops in 39 Ländern, ein Dach: Delticom – Europas führender Internet-Reifenhändler.

Kraft. Das Potenzial: Ein großer internationaler Markt. Millionen Autofahrer, die immer wieder neue Reifen für ihre Fahrzeuge benötigen. Die Akteure: Erfahrene Experten im internationalen Reifenhandel, die dem traditionellen Reifenkauf eine komfortable und preisgünstige Alternative entgegen setzen. Den Online-Reifenkauf.



Über eine Milliarde Internet-Nutzer weltweit. Mehr als 224 Millionen PKW auf den Straßen Europas. Gleichzeitig werden europaweit schätzungsweise bislang weniger als 5% der Reifen online an den Endverbraucher verkauft. Ein großer Markt – mit erheblichem Wachstumspotenzial.



Eine Idee, die zieht.

Die 90er Jahre des letzten Jahrhunderts. Der Winter naht. Die Luft riecht nach Schnee. Tausende gehen auf ihre jährliche Reifenjagd: Raus ins Nasskalte. Zu den Öffnungszeiten von Fachhandel, Discountern und Werkstätten.

Sommer 1999. Der neue Weg zum Reifen: Am 2. Juli wird in Hannover Delticom gegründet. Schon bald sind die ersten online bestellten Reifen unterwegs zum Kunden. Noch ist das Unternehmen ein echter Geheimtipp.

Ein Jahrzehnt später gehört für weltweit Millionen Nutzer der Onlinekauf zum Alltag. Für sie ist der Reifenkauf so einfach wie eine Bücherbestellung, so selbstverständlich wie eine Flugbuchung. Längst haben sich Informations-, Kommunikations- und Einkaufsmöglichkeiten grundlegend verändert. Ein Umfeld, in dem Delticom als SDAX-notiertes, hoch profitables Unternehmen seine Marktführerschaft in Europa immer weiter ausbaut.





Delticom wurde 1999 gegründet und verfügt über langjährige internationale Erfahrungen. Die Kunden finden in mehr als 100 Onlineshops in 39 Ländern ein beispiellos breites Sortiment: PKW-Reifen, Fahrradreifen, Motorradreifen, Leicht-LKW- und LKW-Reifen, Busreifen, Spezialreifen, Kompleträder (vormontierte Reifen auf Felgen), ausgesuchte PKW-Ersatzteile und Zubehör, Motoröl und Batterien. Ein umfassendes Produktangebot, das bisher schon mehr als 4,4 Mio. Kunden überzeugt hat.



Stärke. Als „First-Mover“ hat Delticom in den zurückliegenden Jahren weltweit stabile Geschäftsbeziehungen zu Herstellern und Großhändlern aufgebaut. Delticom ist, gemessen an den über das Internet erzielten Umsatzerlösen, deutlich größer als die Wettbewerber und in ganz Europa aktiv. Basis des Erfolgs: Bilanzstärke, Schuldenfreiheit, Innenfinanzierungskraft und erstklassiges Know how.

Produkte.

MIT AUSWAHL AUF DER ÜBERHOLSPUR.

Das Angebot der Onlineshops ist beispiellos. PKW-, Fahrrad-, Motorrad-, LKW- und Busreifen, auf Felgen vormontierte Komplettäder, PKW-Ersatz- und -Zubehöerteile sind ebenso preiswert zu haben wie erstklassige Motoröle. Im Sortiment aus 100 Reifenmarken und 25.000 Modellen finden sich nicht nur Premium-Markenreifen, sondern auch hochwertige Zweit- und Drittmarken.

Delticom-Kunden setzen vor allem auf Komfort und Sicherheit. Neben soliden Standards werden vermehrt Ultra-High-Performance- und Run-Flat-Reifen nachgefragt. Zudem zeigt sich ein wachsender Trend in Richtung ökologisch nachhaltiger Modelle. Immer gilt: Delticom erfüllt die Anforderungen des Marktes.





Kunden.

4,4 MILLIONEN. UND TÄGLICH MEHR.

Delticom-Kunden freuen sich über ein attraktives, großes Produktangebot zu günstigen Preisen. Delticom-Investoren über das nachhaltige Geschäftsmodell. Herzstück des Erfolges ist die stetig wachsende Kundenbasis. Allein im Geschäftsjahr 2010 haben 958.000 Neukunden bei Delticom eingekauft.

Permanent steigt auch die Zahl der Wiederkäufer. 2010 kamen 372.000 Kunden wiederholt in die Onlineshops. Insgesamt 4,4 Millionen Kunden haben bis jetzt bei Delticom gekauft. Tendenz weiter steigend.

Entsprechenden Stellenwert hat die Kundenbindung. Die Kooperation mit dem ADAC als Vorteilspartner zum Beispiel beschert den Club-Mitgliedern drei Prozent Extraersparnis auf die Bestellsumme. Regelmäßige Newsletter mit interessanten Themen und Angeboten stärken die Kundenloyalität. Parallel sorgen die vielen Möglichkeiten zur Bewertung nach Kauf, Lieferung und Montage für Transparenz und zusätzliches Kundenvertrauen. Abgerundet wird das Ganze durch den kompetenten Delticom-Kundenservice.

Wichtige Hilfe bei der Kaufentscheidung ist für viele Autofahrer die unabhängige, internationale Testplattform www.reifentest.com mit weit über 150.000 Erfahrungsberichten von Kunden für Kunden.





Leistung. Enorme Auswahl. Schnelle Lieferung. Kompetenter Service. Leistung zieht sich als roter Faden durch jeden Onlineshop und das gesamte Unternehmen. Diese hohen Standards zu halten – und weiter auszubauen – ist die Motivation, jeden Tag noch besser zu werden.

100 Reifenmarken, mehr als 25.000 Modelle und günstige Preise – im Schnitt 20 bis 25% unter denen des stationären Reifenhandels – sind klare Argumente. Die Lieferung erfolgt in nur wenigen Werktagen. Für die fachgerechte Montage der Reifen steht Delticom-Kunden ein Netzwerk mit tausenden Montagepartnern zur Verfügung. Hotlines in der jeweiligen Landessprache gewährleisten hohe Servicequalität.

Shops und Bestellung.

EINFACH UND SCHNELL.

Aufrufen, auswählen, bestellen, bezahlen, zurückerufen: Neben Auswahl und Preis punktet Delticom mit seinem besonders einfachen Bestellprozess.

Die Navigation ist schlüssig und schnell. Überflüssige Effekte gibt es nicht. Dafür aber kaufentscheidende Fakten wie detaillierte Produktinformationen und umfangreiche Reifentests großer Automagazine.

Der Kauf in sechs schnellen Schritten

1. Reifen wählen: Größe und Geschwindigkeitsindex bestimmen. Oder zur Online-Reifenberatung, die anschaulich erklärt, wo welche Reifendaten zu finden sind.

2. Informieren: Wir bieten in unseren Online-shops unabhängige (Alltags-) Testberichte und Bewertungen von Autofahrern. Plus Testberichte großer Automagazine.

3. Preise vergleichen: Transparente Bruttopreise inklusive Mehrwertsteuer und Versandkosten bringen sofortige Klarheit.

4. Lieferadresse wählen: Zur Wunschadresse oder an einen der über 27.000 Montagepartner – die Kunden haben die Wahl.

5. Zur Kasse gehen: Kreditkarte, Bankeinzug/ Lastschrift, Rechnungskauf, länderspezifische Verfahren, Paypal? Auch hier gilt Wahlfreiheit.

6. Service nutzen: Bestellbestätigung, Sendungsverfolgung, Rückrufservice. Wir sind immer für unsere Kunden da.



Montagepartner.

EIN NETZ BESTER VERBINDUNGEN.

So kommen die Reifen sicher ans Auto: Weltweit über 27.000 kompetente Adressen – rund 7.700 allein in Deutschland – bilden ein stetig wachsendes Montagepartner-Netz. Die Kunden entscheiden einfach bei der Bestellung, wohin die Reifen geliefert werden. Zur beliebigen Wunschadresse oder an einen professionellen Montagepartner, der fast immer in der Nähe zu finden ist.

Das Servicenetz ist einmalig. Selbst große Filialisten können diese Dichte nicht annähernd bieten. Über Postleitzahl oder Telefonvorwahl ist der passende Montagepartner schnell gefunden. Zusätzliche Informationen zu Öffnungszeiten, Montagepreisen und Zusatzleistungen sowie die Bewertungen der Montagepartner durch die Kunden machen das Ganze transparent und die Auswahl einfach.

Auch die Montagepartner profitieren von der Zusammenarbeit mit Delticom. Sie gewinnen neue Kunden, die die Werkstatt bis dahin noch nicht kannten. Mit Extra-Service wie Reifeneinlagerung können sie zusätzliche Umsätze erzielen. Preisbindungen oder andere Vorgaben durch Delticom gibt es nicht.



Geschäftsprozesse.

ALLES GREIFT INEINANDER.

Jahrzehnte an internationaler Erfahrung im Einkauf. Enge, stabile Zusammenarbeit mit vielen europäischen und anderen weltweit tätigen Herstellern. Schlanke, effiziente Lager- und Transportlogistik. Das abgestimmte Zusammenspiel sämtlicher Geschäftsprozesse verhilft Delticom zur Pole Position.

So garantiert beispielsweise der rechtzeitige Einkauf vor Saisonbeginn höchste Lieferfähigkeit – selbst zu Spitzenzeiten.

Zuverlässige Serviceunternehmen erledigen die Arbeit im Versand, namhafte Paketdienstleister liefern die Reifen an die Kunden. Die Auftragsabwicklung ist weitgehend automatisiert und entsprechend zügig: Bestellte Artikel werden innerhalb weniger Tage geliefert. Bleibt trotzdem einmal eine Frage offen, hilft die Service-Hotline kompetent weiter.



Mit 101 Mitarbeitern – größtenteils am Standort Hannover – ist Delticom schlank aufgestellt. Permanente Automatisierung und zusätzliches Outsourcing sorgen für eine effiziente Organisationsstruktur. Verkauft wird ausschließlich über das Internet – Online-Werbung macht gezielt auf die Shops aufmerksam.





Effizienz. „Unter der Motorhaube“ von Delticom greift ein Rad sauber ins andere. Der Online-Reifenhändler überzeugt mit hoch effizienten Geschäftsprozessen, einer bis ins Detail durchdachten Logistik und beispielloser Lieferfähigkeit. Das Ergebnis kann sich sehen lassen. Schlanke Kostenstrukturen machen Delticom zu einem profitablen Wachstumsunternehmen.

Internationalität.

EIN STARKER ANTRIEB.

Wo findet eine erfolgreiche Zukunft statt? Jenseits bekannter Grenzen. Entsprechend setzt Delticom auf systematische Internationalisierung – und sichert sich damit seine relative Unabhängigkeit von einzelnen nationalen Märkten.

Mit über 100 Shops in 39 Ländern sorgt Delticom weltweit für Mobilität und Sicherheit zu fairen Preisen. Bereits heute ist Delticom die Nummer Eins für den europäischen Reifenkauf im Internet.

Internationalität ist auch der Schlüssel zu großem Wachstumspotenzial: Noch unterscheiden sich Internet-Dichte, Geschwindigkeiten und Nutzerzahlen von Land zu Land erheblich. Der Trend zu den Standards heutiger „Internet-Nationen“ ist jedoch eindeutig. Gleichzeitig wird individuelle Mobilität auch in Zukunft ein Grundbedürfnis der Menschen sein. Beste Voraussetzungen für Delticom, um die Spitzenposition im europäischen Online-Reifenhandel weiter auszubauen.



Highlights 2010:

Die Umsatzerlöse wurden um **+34,8%** auf 419,6 Mio. Euro gesteigert (Vorjahr: 311,3 Mio. Euro). Das EBIT konnte von 29,4 Mio. Euro auf **47,1 Mio. Euro** erhöht werden. Dies entspricht einer EBIT-Marge von 11,2%. Das Ergebnis je Aktie stieg um **+59,4%** von 1,71 Euro auf 2,72 Euro. Die voraussichtliche Dividende beträgt **2,72 Euro** pro Aktie (Vorjahr: 1,70 Euro).

Die Anzahl der Montagepartner ist auf über **27.000** gestiegen, davon mehr als 7.700 in Deutschland. 2010 konnten 958.000 neue Kunden gewonnen werden. Die Kundenbasis ist damit auf **4,4 Millionen** gewachsen.

