

Es gilt das gesprochene Wort.

Ausführungen des Vorstands der Delticom AG

Dr. Andreas Prüfer

Anlässlich der Hauptversammlung

am 7. Juli 2026 in Hannover

1 Begrüßung und Einleitung

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,
sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter,
liebe Partner und Freunde der Delticom AG,

ich begrüße Sie herzlich zur ordentlichen Hauptversammlung der Delticom AG.

Wir blicken heute auf ein Geschäftsjahr 2025 zurück, das auf den ersten Blick vielleicht nicht spektakulär wirkt. Der Umsatz ist stabil geblieben, das Ergebnis war solide, der Markt war schwierig. Aber gerade darin liegt die eigentliche Aussage dieses Jahres: Delticom hat sich in einem anspruchsvollen Umfeld behauptet.

2025 war kein Jahr des einfachen Wachstums. Es war ein Jahr der operativen Disziplin, der Kostenkontrolle, der weiteren Stabilisierung und der Vorbereitung auf die nächste Entwicklungsphase unseres Unternehmens.

Und genau darüber möchte ich heute sprechen.

Ich möchte nicht nur Zahlen berichten. Ich möchte erklären, was Delticom heute ausmacht, warum unser Geschäftsmodell weiterhin relevant ist und wohin wir das Unternehmen in den kommenden Jahren entwickeln wollen.

2 Was Delticom ausmacht

Delticom ist heute weit mehr als ein klassischer Reifenhändler.

Wir sind ein spezialisiertes, internationales, datengetriebenes E-Commerce-Unternehmen für Reifen, Kompleträder und reifennahe Services.

Mit ReifenDirekt gehören wir in Europa zu den führenden Unternehmen für die Onlinedistribution von Reifen und Kompleträdern. Unser Sortiment umfasst rund 600 Marken und mehr als 80.000 Reifenmodelle. Wir betreiben 340 Onlineshops und Onlinevertriebsplattformen in 68 Ländern. Über 20 Millionen Kunden haben wir seit der Gründung unseres Unternehmens betreut. Hinzu kommt ein Netzwerk von rund 25.000 Werkstattpartnern, zu denen Kunden ihre Reifen auf Wunsch direkt zur Montage liefern lassen können.

Diese Kombination ist wichtig.

Delticom besteht nicht nur aus einem Shop. Delticom ist eine Kombination aus Einkauf, Sortimentssteuerung, Online-Marketing, internationaler Shop-Infrastruktur, Logistik, Zahlungsabwicklung, Kundendienst, Werkstattnetzwerk, Daten, Automatisierung und Plattformkompetenz.

Das ist in dieser Form schwer kopierbar.

Unser Unternehmen wurde 1999 gegründet. Wir waren früh im Online-Reifenhandel. Wir haben über viele Jahre gelernt, wie man Reifen grenzüberschreitend online verkauft, wie man saisonale Nachfrage steuert, wie man große Sortimente beherrscht, wie man Lieferketten organisiert, wie man Preise täglich anpasst und wie man Kunden in vielen Ländern mit unterschiedlichen Sprachen, Zahlungsarten und Erwartungen bedient.

Das ist der Kern von Delticom.

3 Finanzielle Entwicklung 2025: Gewinn- und Verlustrechnung, Bilanz und Cashflow

Das Geschäftsjahr 2025 war von einem schwierigen Umfeld geprägt.

Der europäische Ersatzreifenmarkt war rückläufig. Der Absatz von Consumer-Reifen der Industrie an den Handel ging im Vergleich zum Vorjahr um 2 Prozent zurück. Sommerreifen lagen sogar 7 Prozent unter Vorjahr, Winterreifen 2 Prozent unter Vorjahr.

Hinzu kamen Unsicherheiten aus der Diskussion um mögliche Antidumping-Zölle auf in China produzierte Reifen. Diese Unsicherheit hat Lieferketten, Preise, Importmengen und Lagerbestände beeinflusst. Gerade in der zweiten Jahreshälfte war der Markt dadurch schwerer planbar.

Kommen wir nun zur finanziellen Entwicklung des Geschäftsjahres 2025.

Ich möchte diese Entwicklung in drei Schritten einordnen: zuerst anhand der Gewinn- und Verlustrechnung, dann anhand der Bilanz und schließlich anhand des Cashflows.

Die wichtigste Botschaft lautet: Delticom hat 2025 den Umsatz stabil gehalten, profitabel gearbeitet, das Eigenkapital gestärkt, die Bilanz schlanker aufgestellt und den Free Cashflow deutlich verbessert.

Beginnen wir mit der Gewinn- und Verlustrechnung.

Der Umsatz lag im Geschäftsjahr 2025 bei rund **484 Mio. €** nach rund **482 Mio. €** im Vorjahr. Die Gesamtleistung lag bei **504 Mio. €**. Damit haben wir in einem anspruchsvollen Marktumfeld eine stabile Umsatzbasis erreicht.

Wichtiger als das reine Umsatzvolumen war für uns die Qualität des Umsatzes. Der Rohertrag lag bei rund **150 Mio. €** nach rund **148 Mio. €** im Vorjahr. Die Bruttomarge

verbesserte sich auf rund **27 %**. Das zeigt, dass Einkauf, Preissteuerung, Sortimentsmanagement und Absatzsteuerung im Zusammenspiel wirksam gearbeitet haben.

Das EBITDA lag bei rund **20 Mio. €**. Das EBIT erreichte **8,9 Mio. €**. Der Jahresüberschuss lag bei **4,1 Mio. €**. Das Ergebnis je Aktie betrug **0,28 €**.

Gerade im vierten Quartal hat sich die Verbraucherstimmung eingetrübt. Wir haben darauf reagiert. Wir haben bewusst nicht versucht, jedes mögliche Umsatzvolumen mitzunehmen, wenn es nicht zu unserer Ergebnis- und Liquiditätssteuerung gepasst hat.

Das war richtig.

Damit hat Delticom auch 2025 profitabel gearbeitet. Für uns ist das eine zentrale Aussage: Wir steuern das Geschäft nicht allein nach Umsatz, sondern nach Ergebnisqualität, Liquidität und operativer Belastbarkeit.

Kommen wir zur Bilanz.

Die Bilanzsumme lag zum 31. Dezember 2025 bei rund **216 Mio. €** nach rund **237 Mio. €** im Vorjahr. Unsere Tochtergesellschaft DeltiLog GmbH wurde im Rahmen eines Management-Buy-outs per 30. September 2025 veräußert. Dies hat im Stichtagsvergleich zu einer deutlichen Reduzierung der Nutzungsrechte innerhalb der langfristigen Vermögenswerte geführt. Auf der Passivseite ging dies mit einer entsprechenden Reduzierung der langfristigen Finanzschulden, bei denen es sich ausschließlich um die Lease-Verpflichtungen gemäß IFRS 16 handelt, einher. Eine Verringerung des Vorratsvermögens und der damit einhergehende Rückgang der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen trugen darüber hinaus dazu bei, dass die Bilanz deutlich schlanker wurde.

Auf der Aktivseite lagen die langfristigen Vermögenswerte bei rund **119 Mio. €**. Die größten Positionen waren die Nutzungsrechte mit **51 Mio. €**, immaterielle Vermögenswerte mit rund **37 Mio. €** und Sachanlagen mit rund **15 Mio. €**.

Die kurzfristigen Vermögenswerte lagen bei **96 Mio. €** nach rund **113 Mio. €** im Vorjahr. Innerhalb dieser kurzfristigen Vermögenswerte sind die Vorräte die wichtigste Position. Sie lagen zum Jahresende bei **57 Mio. €** nach **66 Mio. €** im Vorjahr und fielen damit im Stichtagsvergleich um rund 9 Mio. € geringer aus. Vor dem Hintergrund der vorgezogenen Sommerbevorratung im Vorjahr war der Lagerbestand per 31. Dezember 2024 entsprechend erhöht. Zudem waren am letztjährigen Bilanzstichtag aufgrund der bis zum Jahresende herrschenden Unklarheit hinsichtlich möglicher rückwirkend geltender Antidumping-Zölle der EU auf in China produzierte Reifen deutlich weniger Reifen auf dem Wasser.

Reifenhandel braucht Warenverfügbarkeit. Gleichzeitig bindet Ware Kapital. Die Kunst liegt deshalb darin, die richtigen Reifen in der richtigen Menge zur richtigen Zeit verfügbar zu haben. Genau daran arbeiten wir kontinuierlich.

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen lagen bei rund **19 Mio. €** und damit nahezu auf Vorjahresniveau. Die sonstigen Vermögenswerte lagen bei rund **16 Mio. €**. Die flüssigen Mittel beliefen sich zum Jahresende auf **2,9 Mio. €**.

Auf der Passivseite hat der positive Jahresüberschuss unser Eigenkapital weiter gestärkt. Es stieg auf rund **54 Mio. €** nach **52 Mio. €** im Vorjahr. Vor diesem Hintergrund und einhergehend mit der Bilanzverkürzung verbesserte sich die Eigenkapitalquote auf rund **25 %** nach **22 %** im Vorjahr.

Die Summe der Schulden lag zum Jahresende bei **161 Mio. €** nach **185 Mio. €** im Vorjahr.

Die langfristigen Schulden beliefen sich auf rund **49 Mio. €**. Diese Position besteht im Wesentlichen aus langfristigen Finanzschulden in Form von Leasingverpflichtungen aus längerfristigen Mietverhältnissen.

Die kurzfristigen Schulden lagen bei rund **112 Mio. €** nach rund **126 Mio. €** im Vorjahr. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen reduzierten sich auf rund **64 Mio. €** nach rund **76 Mio. €** im Vorjahr.

Die kurzfristigen Finanzschulden lagen bei rund **22 Mio. €**. Darin enthalten sind kurzfristige Finanzierungen sowie der kurzfristige Anteil von Leasingverpflichtungen. Die sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten lagen bei rund **18 Mio. €**.

Damit haben wir in 2025 die Grundlage für eine solide Bilanz weiter gestärkt, welche für unsere nächsten Schritte – Mehrum, Roverlog, Automatisierung, datenbasierte Warensteuerung und Plattformgeschäft – erforderlich ist.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Finanzierungssicherheit. Der Konsortialkreditvertrag wurde bereits im Dezember 2024 bis Ende Juni 2028 verlängert. Dies schafft eine sichere Basis für die weitere Geschäftsentwicklung Ihrer Delticom.

Als dritten Punkt möchte ich den Cashflow besprechen.

Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit lag 2025 bei rund **10 Mio. €** nach **4,9 Mio. €** im Vorjahr. Diese deutliche Verbesserung resultiert vornehmlich aus dem Working Capital.

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit betrug **minus 3,2 Mio. €**. Darin enthalten waren Investitionen in Sachanlagen von **2,5 Mio. €** und Investitionen in immaterielle Vermögenswerte von **0,5 Mio. €**. Die Summe der Investitionen liegt damit deutlich unter dem Vorjahreswert von 5,9 Mio. €.

Der Free Cashflow verbesserte sich im Ergebnis auf **7,2 Mio. €**.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit lag bei **minus 9,6 Mio. €**. Die Rückführung von Leasingverbindlichkeiten gemäß IFRS 16 hat hier deutlich die Ausweitung der Kreditlinien überstiegen. Zudem haben wir für das Geschäftsjahr 2024 eine Dividendenzahlung in Höhe von insgesamt 1,8 Mio. € geleistet.

Der Finanzmittelbestand lag zum Jahresende bei **2,9 Mio. €**.

Zusammengefasst bedeutet das:

Delticom hat 2025 den Umsatz stabil gehalten.

Delticom hat profitabel gearbeitet.

Delticom hat den Rohertrag verbessert.

Delticom hat das Eigenkapital gestärkt.

Delticom hat die Bilanzsumme reduziert.

Delticom hat einen Free Cashflow von **7,2 Mio. €** erzielt.

Diese finanzielle Entwicklung passt zu unserer strategischen Richtung. Wir wollen weiter wachsen, aber mit Disziplin. Wir wollen investieren, aber gezielt. Wir wollen Warenverfügbarkeit sichern, aber Kapitalbindung steuern. Wir wollen Logistik und Automatisierung ausbauen, aber mit klarem Blick auf Ergebnis und Cashflow.

Die finanzielle Aussage des Jahres 2025 lautet deshalb:

Delticom verfügt über eine stabile Umsatzbasis, eine verbesserte Eigenkapitalquote, eine schlankere Bilanz und die finanzielle Grundlage, um die nächsten strategischen Schritte konsequent umzusetzen.

4 Operative Fortschritte

Ein zentrales Thema des Jahres 2025 war die volle operative Nutzung unserer Lagerinfrastruktur.

Der neue Logistikstandort in Gremersdorf bei Oldenburg in Holstein wirkte erstmals über das gesamte Geschäftsjahr hinweg. Die verbesserte Warenverfügbarkeit und optimierte Lagerprozesse haben dazu beigetragen, unsere Lieferqualität zu verbessern.

Das ist für uns entscheidend.

Im Onlinehandel ist der Preis wichtig. Aber Preis allein reicht nicht. Der Kunde erwartet Verfügbarkeit, Verlässlichkeit, schnelle Lieferung, transparente Kommunikation und einfache Montageoptionen. Genau an diesen Punkten arbeiten wir weiter.

Auch in der Kundenkommunikation haben wir 2025 Fortschritte erzielt. Durch intelligente Systeme und weitere Automatisierung konnten wir Standardanfragen schneller und effizienter bearbeiten. Das entlastet die Organisation und senkt Kosten.

Gleichzeitig setzen wir stärker auf datenbasierte Steuerung: in der Preisfindung, im Kampagnenmanagement, in der Warensteuerung und in der Sortimentsplanung.

Das ist ein wesentlicher Punkt für die Zukunft.

Delticom wird künftig noch stärker datengetrieben arbeiten. Wir wollen schneller erkennen, welche Produkte gefragt sind, wo Preise angepasst werden müssen, wo

Bestände aufgebaut oder abgebaut werden sollten und wo Kunden zusätzliche Unterstützung brauchen.

5 Plattformgeschäft

Neben dem eigenen Handelsgeschäft gewinnt das Plattformgeschäft weiter an Bedeutung.

Externe Partner nutzen unsere technologische Infrastruktur, unsere Reichweite und unsere Prozesskompetenz, um Endkunden effizient zu erreichen. Für uns ist das strategisch wichtig, weil es unser Geschäftsmodell ergänzt.

Das eigene Handelsgeschäft bleibt der Kern. Aber das Plattformgeschäft kann helfen, den Umsatzmix zu verbessern, Kapitalbindung zu reduzieren und die Ertragsqualität zu stabilisieren.

Langfristig ist Delticom nicht nur Händler. Delticom kann Infrastrukturgeber im Reifenmarkt sein.

Das bedeutet: Wir stellen Technologie, Reichweite, Prozesse, Logistikzugang, Datenkompetenz und Kundenkontakt zur Verfügung. Partner können darauf aufbauen. Wir profitieren von unserer bestehenden Infrastruktur und erhöhen die Auslastung unserer Systeme.

Das ist ein wichtiger Schritt von einem reinen Handelsmodell hin zu einem Plattform- und Infrastrukturmodell.

6 Finanzielle Basis und Dividende

Unsere finanzielle Basis ist stabiler geworden.

Die Eigenkapitalquote ist gestiegen. Die Finanzierung ist durch die Verlängerung des Konsortialkreditvertrags bis Ende Juni 2028 gesichert. Gleichzeitig bleiben wir vorsichtig.

Vorstand und Aufsichtsrat schlagen der Hauptversammlung eine Dividende von 0,12 Euro je dividendenberechtigter Aktie vor.

Die Auszahlung soll aus Gründen des Liquiditätsmanagements am 6. Oktober 2026 erfolgen, also nach dem Start des Wintergeschäfts. Das ist aus unserer Sicht vernünftig, weil wir im dritten Quartal zusätzlich zur Winterbevorratung auch Investitionen in den neuen Lagerstandort Mehrum bei Hannover vornehmen.

Wir wollen unsere Aktionärinnen und Aktionäre am Unternehmenserfolg beteiligen. Gleichzeitig müssen wir die saisonale Struktur unseres Geschäfts berücksichtigen. Der Reifenhandel bindet vor der Saison Liquidität. Deshalb bleibt diszipliniertes Liquiditätsmanagement ein zentrales Steuerungsthema.

7 Erläuterung zum Beherrschungs- und Ergebnisabführungsvertrag (TOP 9)

Unter Tagesordnungspunkt 9 steht die Zustimmung zum Beherrschungs- und Ergebnisabführungsvertrag mit der Delticom GmbH zur Beschlussfassung. Die

Delticom GmbH ist die vormalige Tochtergesellschaft Ringway GmbH, die im vergangenen Jahr umfirmiert wurde. Die Delticom AG hält 100 Prozent der Anteile. Der Vertrag hat im Wesentlichen folgenden Inhalt:

Die Delticom GmbH unterstellt ihre Leitung der Delticom AG, womit ein Weisungsrecht der Delticom AG begründet wird. Die Delticom GmbH führt ihren Gewinn an die Delticom AG ab, welche wiederum gem. § 302 AktG zur Verlustübernahme verpflichtet ist.

Operativ ermöglicht das Weisungsrecht eine einheitliche Leitung der Tochtergesellschaft. Steuerlich ist der Vertrag die Voraussetzung für eine Organschaft, um Gewinne und Verluste der GmbH und der AG direkt miteinander zu verrechnen.

Da die Delticom AG zu 100 Prozent an der Delticom GmbH beteiligt ist, gibt es keine Ausgleichs- oder Abfindungsregelungen. Entsprechend den gesetzlichen Vorgaben gilt eine Mindestlaufzeit von fünf Jahren ohne ordentliches Kündigungsrecht.

Alle erforderlichen Unterlagen – insbesondere der Vertrag und der gemeinsame Bericht – sind über unsere Website zugänglich und liegen auch hier in der Hauptversammlung zur Einsicht aus. Vorstand und Aufsichtsrat empfehlen die Zustimmung unter Tagesordnungspunkt 9.

8 Laufendes Geschäftsjahr (Q1 plus)

Kommen wir nun zu den Entwicklungen im ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahres.

Wir haben unser Geschäft nicht zuletzt auch aufgrund der konjunkturellen Rahmenbedingungen gegenüber dem entsprechenden Vorjahresquartal verstärkt auf Profitabilität ausgerichtet.

Der Umsatz für die ersten drei Monate 2026 beträgt 99 Mio. €, nach 105 Mio. € im Vorjahr.

Das EBITDA beläuft sich nach Ablauf der ersten drei Monate auf 1,0 Mio. € (Q1 2025: 1,5 Mio. €). Das operative EBITDA für das erste Quartal 2026 beträgt 1,1 Mio. € (Q1 2025: 1,6 Mio. €).

Aufgrund der Entkonsolidierung der DeltiLog GmbH zum 30. September 2025 fallen die Abschreibungen auf Nutzungsrechte gemäß IFRS 16 gegenüber Vorjahr geringer aus. Insgesamt belaufen sich die Abschreibungen im ersten Quartal 2026 auf 2,2 Mio. € (Q1 2025: 2,5 Mio. €).

Mit -1,2 Mio. € liegt das EBIT nahezu auf Vorjahresniveau (Q1 2025: -1,0 Mio. €).

Trotz des schwächeren Umsatzes ist es uns gelungen, das Ergebnis im ersten Quartal 2026 zu verstetigen. Das Konzernergebnis ist mit -1,2 Mio. € auf Vorjahresniveau.

9 Ausblick auf das laufende Geschäftsjahr

Für das Geschäftsjahr 2026 rechnen wir mit einem Umsatz zwischen 480 und 520 Millionen Euro. Das operative EBITDA erwarten wir in Abhängigkeit vom Umsatz zwischen 19 und 24 Millionen Euro.

Diese Prognose steht unter Unsicherheit.

Wir sehen Risiken durch mögliche Antidumping-Zölle auf chinesische Reifen, durch veränderte Lieferketten, durch geopolitische Spannungen, durch höhere Öl-, Treibstoff- und Seefrachtkosten und durch eine weiterhin schwache Konsumbereitschaft.

Gleichzeitig sehen wir Chancen.

Der Reifen bleibt ein notwendiges Produkt. Reifen werden nicht aus Modegründen gekauft, sondern weil sie gebraucht werden. Der europäische Fahrzeugbestand ist groß, Fahrzeuge werden älter, und der Ersatzbedarf bleibt strukturell bestehen.

Dazu kommt: Der Onlineanteil im Reifenhandel ist noch nicht ausgeschöpft. Kunden suchen weiterhin nach Auswahl, Transparenz, Preisvorteilen und bequemer Abwicklung. Genau hier liegt unsere Stärke.

Unsere Aufgabe für 2026 ist deshalb klar: Wir müssen profitabel bleiben, unsere Prozesse weiter verbessern, Bestände diszipliniert steuern und unsere Technologie konsequent weiterentwickeln.

10 Was wir bis 2033 vorhaben

Ich möchte nun den Blick über das laufende Jahr hinaus richten.

Bis 2033 wollen wir Delticom von einem effizienten Online-Reifenhändler zu einer stark automatisierten, KI-gestützten, plattformfähigen Reifen- und Serviceinfrastruktur weiterentwickeln.

Das klingt groß. Aber die einzelnen Schritte sind konkret.

10.1 Kerngeschäft stärken

Erstens stärken wir unser Kerngeschäft.

ReifenDirekt, Tirendo und unsere weiteren Shops bleiben zentrale Vertriebskanäle. Wir wollen unsere Preis-Leistungs-Position schärfen, die Kundenbindung verbessern und die Wiederkaufrate erhöhen.

Wir haben einen großen Kundenbestand. Diesen Bestand wollen wir besser aktivieren. Reifen sind ein Wiederkaufprodukt. Wer einmal Reifen gekauft hat, braucht nach einigen Jahren wieder Reifen. Das klingt einfach, aber in der operativen Umsetzung steckt viel Potenzial: bessere Daten, bessere Ansprache, bessere Produktempfehlungen, bessere Erinnerungslogik, bessere Montageintegration.

Bis 2033 wollen wir den Reifenkauf für den Kunden deutlich einfacher machen.

Der Kunde soll nicht überlegen müssen, welche Dimension passt, welcher Reifen geeignet ist, welche Werkstatt verfügbar ist und wann montiert werden kann. Unser Ziel ist ein möglichst geführter, intelligenter Kaufprozess: vom Bedarf bis zur Montage.

10.2 Plattformgeschäft ausbauen

Zweitens bauen wir das Plattformgeschäft aus.

Wir wollen Partner stärker auf unsere Infrastruktur bringen. Das können Hersteller, Großhändler, Werkstattnetzwerke, Flottenanbieter oder andere Marktteilnehmer sein.

Die Logik ist einfach: Wir haben Technologie, Reichweite, Daten, Prozesse und Erfahrung. Andere haben Produkte, Kunden, regionale Stärken oder Spezialsortimente. Wenn wir diese Stärken verbinden, entsteht zusätzlicher Wert.

Das Plattformgeschäft soll nicht unser Handelsgeschäft ersetzen. Es soll es ergänzen.

Bis 2033 wollen wir Delticom stärker als digitale Infrastruktur im Reifenmarkt positionieren.

10.3 Logistik, Lager und Roverlog skalieren

Drittens bauen wir unsere Logistik gezielt weiter aus. Für Delticom ist Logistik nicht nur Abwicklung, sondern ein zentraler Hebel für Verfügbarkeit, Umsatzfähigkeit, Kapitalbindung und Ergebnis.

Wir haben im Geschäftsbericht bereits beschrieben, dass eigene Läger zu den wesentlichen Assets der Gesellschaft gehören und dass Delticom über umfassende Erfahrung bei systemseitig integrierten Bestell- und Logistikprozessen verfügt. Genau auf dieser Stärke bauen wir weiter auf.

Ein zentraler Baustein ist **Roverlog – unser automatisiertes Lagersystem**.

Roverlog läuft seit 2021 in Ensisheim in Frankreich. Die dortige Anlage liefert konkrete Leistungsdaten, die für unsere weitere Logistikstrategie wichtig sind.

Bisher sind wir in Ensisheim bei bis zu 8.000 Reifen am Tag, möglich sind über 15.000.

Ensisheim zeigt bereits heute, dass Roverlog einen anderen Leistungsansatz ermöglicht: mehr systemgestützte Warenbewegung, klar messbarer Durchsatz und deutlich geringerer Personaleinsatz gegenüber einer rein manuellen Lagerlogik.

Diese Logik übertragen wir jetzt nach **Mehrum in der Region Hannover**.

Der neue Lagerstandort Mehrum wird im Geschäftsbericht ausdrücklich als anstehender Investitionsschwerpunkt genannt. Die Ausstattung des Standorts soll im laufenden Jahr zusätzliche Liquidität binden; gleichzeitig ist Mehrum ein wichtiger operativer Baustein für die nächste Entwicklungsphase der Delticom-Logistik.

Wir bauen dort nicht nur Lagerfläche auf. Wir bauen zusätzliche Tagesleistung auf.

Die Zielrichtung ist klar:

Erstens: **höhere Warenverfügbarkeit.**

Mehrums soll dazu beitragen, die richtigen Reifen in der Saison verfügbar zu haben und Nachfrage schneller bedienen zu können.

Zweitens: **mehr Reifen pro Tag durch das System.**

Die tägliche Durchsatzleistung wird zur zentralen Kennzahl für Umsatzfähigkeit und Servicequalität.

Drittens: **bessere Flächenproduktivität.**

Im Lager in Ensisheim zeigt sich, dass Roverlog auf kleinerer Fläche eine höhere Systemleistung ermöglichen kann. Das ist für Delticom wichtig, weil Lagerfläche, Saisonspitzen und Kapitalbindung direkt zusammenhängen.

Viertens: **effizienterer Personaleinsatz.**

In Frankreich zeigt sich zudem der Unterschied zwischen rund 10 Mitarbeitern im manuellen Vergleichsbetrieb und rund 5 Mitarbeitern im Roverlog-Betrieb. Für Mehrum ist das ein wichtiger Maßstab für Skalierbarkeit.

Fünftens: **besserer Lagerumschlag und bessere Kapitalsteuerung.**

Ein höherer und besser planbarer Umschlag unterstützt die Warenverfügbarkeit und gleichzeitig die Kapitalbindung. Das passt zu unserer Grundlinie: Wachstum nur dort, wo Marge, Liquidität und Prozessqualität zusammenpassen.

Sechstens: **Plattformfähigkeit.**

Wenn wir Roverlog in Mehrum erfolgreich skalieren, entsteht daraus nicht nur ein interner Effizienzhebel. Dann entsteht eine Logistikfähigkeit, die auch für Partner, B2B-Kunden oder weitere Standorte nutzbar werden kann.

Bis 2033 wollen wir Roverlog als festen Bestandteil unserer Logistikplattform etablieren.

Unser Ziel ist eindeutig: **mehr Reifen pro Tag, bessere Verfügbarkeit, höhere Flächenproduktivität, geringerer Personaleinsatz je Bewegung, bessere Kapitalbindung und ein messbarer Beitrag zu Marge und Ergebnis.**

10.4 KI und Automatisierung als Produktivitätshebel

In unserer Langfriststrategie setzen wir viertens auf KI und Automatisierung.

Delticom war immer ein Unternehmen mit schlanken Strukturen. Wir haben nie versucht, Probleme nur durch mehr Personal zu lösen. Unsere Stärke war immer, Prozesse systemseitig zu organisieren.

Mit KI entsteht nun die nächste Stufe.

Wir können Kundenanfragen automatisiert verstehen. Wir können Standardfälle schneller bearbeiten. Wir können interne Prozesse unterstützen. Wir können

Produktdaten verbessern, Reifenbilder auswerten, Preise dynamischer steuern und Fehler in Prozessen schneller erkennen.

Das Ziel ist nicht Technik um der Technik willen.

Das Ziel ist Produktivität.

Mehr Output mit schlanker Organisation. Schnellere Reaktionszeiten. Bessere Entscheidungen. Weniger manuelle Routinearbeit. Mehr Konzentration der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf die Fälle, in denen menschliche Erfahrung wirklich gebraucht wird.

Bis 2033 soll Delticom in vielen Bereichen noch einmal deutlich stärker automatisiert arbeiten als heute.

10.5 Der Shop der Zukunft

Fünftens entwickeln wir den Shop der Zukunft.

Der heutige Online-Shop ist noch stark vom klassischen Internet geprägt: Suchmaske, Filter, Produktliste, Warenkorb, Checkout.

Das wird bleiben, aber es wird ergänzt.

Künftig werden Kunden stärker mit digitalen Assistenten arbeiten. Sie werden Fragen stellen wie: „Welche Reifen passen zu meinem Auto?“ „Welche sind günstig und sicher?“ „Wo kann ich sie morgen montieren lassen?“ „Welche Ganzjahresreifen sind für meine Fahrleistung sinnvoll?“

Darauf müssen unsere Systeme Antworten geben können.

Unsere Shops müssen nicht nur für Menschen gut bedienbar sein, sondern auch für Maschinen verständlich werden. Produktdaten, Verfügbarkeiten, Preise, Lieferzeiten, Montagemöglichkeiten und Bestellprozesse müssen so strukturiert sein, dass auch KI-Systeme damit arbeiten können.

Bis 2033 wollen wir Delticom so aufstellen, dass wir im klassischen Onlinehandel stark bleiben und gleichzeitig für den KI-gestützten Handel der Zukunft anschlussfähig sind.

10.6 Werkstatt- und Montagenetz ausbauen

Sechstens wollen wir den Service rund um Montage und Werkstatt weiter stärken.

Der Reifenverkauf endet für den Kunden nicht mit der Bestellung. Der Reifen muss ans Fahrzeug. Deshalb ist unser Netzwerk von Werkstattpartnern ein wesentlicher Teil unseres Geschäftsmodells.

Wir wollen die Verbindung zwischen Onlinekauf und Montage weiter verbessern. Dazu gehören bessere Terminlogik, bessere Werkstattintegration, bessere Kommunikation und perspektivisch zusätzliche Serviceangebote.

Der Kunde soll nicht nur Reifen kaufen können. Er soll eine vollständige Lösung erhalten.

Das ist besonders wichtig für Kunden, die nicht selbst vergleichen, organisieren oder nachfassen wollen. Je einfacher der Gesamtprozess ist, desto stärker wird unsere Position.

10.7 Neue Geschäftsbereiche prüfen und entwickeln

Siebtens werden wir neue Geschäftsbereiche prüfen und dort entwickeln, wo sie zu unserer Infrastruktur passen.

Dazu gehören B2B-Ansätze, Werkstattservices, möglicherweise zusätzliche Software- und Plattformangebote sowie neue Formen der Vermarktung.

Nicht jedes Projekt wird groß. Nicht jedes Projekt wird erfolgreich. Aber Delticom muss in Bewegung bleiben.

Unser Prinzip ist: Wir testen, messen, verbessern und skalieren nur das, was wirtschaftlich Sinn ergibt.

11 Warum Delticom gute Voraussetzungen hat

Warum können wir das schaffen?

Weil Delticom über strukturelle Vorteile verfügt.

Wir haben über 25 Jahre Erfahrung im Online-Reifenhandel. Wir haben internationale Shops. Wir haben Kundenbeziehungen in vielen Ländern. Wir haben Einkaufs- und Lieferantenerfahrung. Wir haben ein großes Werkstattnetzwerk. Wir haben Lager- und Streckengeschäft kombiniert. Wir haben automatisierte Prozesse. Und wir haben eine Datenbasis aus vielen Jahren operativem Reifenhandel.

Vor allem aber haben wir gelernt, mit Komplexität umzugehen.

Reifenhandel ist komplex. Europa ist komplex. Saisonalität ist komplex. Logistik ist komplex. Preise sind komplex. Kundenerwartungen sind komplex.

Delticom ist aus dieser Komplexität entstanden.

Das ist unser Vorteil.

12 Botschaft an den Kapitalmarkt

Meine Botschaft an den Kapitalmarkt ist klar:

Delticom ist kein Unternehmen, das kurzfristig jedem Umsatz hinterherläuft.

Delticom ist ein spezialisiertes, profitables und weiter automatisierbares E-Commerce-Unternehmen mit Substanz.

Unsere Prioritäten sind:

Erstens Liquidität.

Zweitens Profitabilität.
Drittens Effizienz.
Viertens skalierbare Technologie.
Fünftens nachhaltiges Wachstum.

Wir werden nicht alles gleichzeitig machen. Wir werden nicht jede Idee sofort groß ausrollen. Aber wir werden konsequent an den Themen arbeiten, die Delticom langfristig stärker machen.

Die kommenden Jahre werden entscheidend sein.

Der Reifenmarkt verändert sich. Der Onlinehandel verändert sich. KI verändert die Art, wie Kunden suchen, vergleichen und kaufen. Plattformen verändern Wertschöpfungsketten. Logistik und Daten werden immer wichtiger.

Delticom hat die Chance, aus ihrer heutigen Position heraus eine noch stärkere Rolle einzunehmen.

Nicht durch laute Ankündigungen, sondern durch konsequente Umsetzung.

13 Schluss

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

2025 war ein Jahr der Stabilisierung.

2026 ist ein Jahr der Umsetzung.

Die Jahre bis 2033 sollen Jahre der Weiterentwicklung werden.

Unser Ziel ist klar:

Delticom soll Europas führender Online-Reifenhändler bleiben und sich Schritt für Schritt zur effizientesten digitalen Reifenplattform Europas entwickeln.

Wir bleiben vorsichtig, aber nicht defensiv.

Wir wissen, dass das Marktumfeld schwierig bleibt. Wir wissen, dass Zölle, Lieferketten, Konsumstimmung und geopolitische Entwicklungen Risiken darstellen. Aber wir wissen auch, dass Delticom über Erfahrung, Substanz, Technologie, Daten und ein klares Geschäftsmodell verfügt.

Ich danke unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihren Einsatz und ihre Bereitschaft, Veränderungen mitzutragen.

Ich danke unseren Geschäftspartnern für die Zusammenarbeit.

Und ich danke Ihnen, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, für Ihr Vertrauen und Ihre Unterstützung.

Vielen Dank.