

# FRIWO

**„Wir haben Handlungsspielraum für  
profitables Wachstum gewonnen“**

## **Ordentliche Hauptversammlung 2026**

**Ausführungen von**

**Dominik Wöffen  
Vorstandsmitglied**

**Ina Klassen  
Vorstandsmitglied**

**Ostbevern, 10. Juni 2026**

Es gilt das gesprochene Wort!

## 1. Begrüßung

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,  
sehr geehrte Damen und Herren, liebe Freunde der FRIWO,

ich heiße Sie herzlich willkommen zur ordentlichen Hauptversammlung der FRIWO AG. Ebenso begrüße ich die anwesenden Geschäftspartner sowie die Vertreter der Banken und der Medien. Ich freue mich, dass Sie die Zeit gefunden haben, heute nach Ostbevern zu kommen.

## 2. Resümee Geschäftsjahr 2025

Gehen wir gleich in medias res. Die FRIWO AG – Ihr Unternehmen – befindet sich auf gutem Kurs. Die im vergangenen Jahr begonnene Neuausrichtung, die im Kern die Konzentration auf unsere Kerngeschäfte - hochwertige Stromversorgungen und Ladetechnik - vorsieht, zeigt erste Erfolge: Das Interesse von bestehenden und potenziell neuen Kunden an einer Zusammenarbeit mit FRIWO ist hoch, unsere Forschung & Entwicklungskapazitäten sind voll ausgelastet. Die Pipeline an neuen Produkten ist gut gefüllt. Wir legen jetzt die Basis für künftiges profitables Wachstum, das unsere Mittelfristplanung vorsieht.

Aber nicht nur in strategischer, sondern auch in finanzieller Hinsicht haben wir 2025 große Fortschritte erzielt, wie Ihnen meine Vorstandskollegin Ina Klassen berichten kann.

Vielen Dank.

Meine Damen und Herren,  
auch von meiner Seite ein herzliches Willkommen zur heutigen Hauptversammlung. In der Tat kann auch ich Ihnen Gutes berichten: Durch die erfolgreichen Verkäufe des früheren Hutschienengeschäfts und des E-Drives-Geschäfts inklusive der Beteiligung an dem Joint-Venture für E-Mobility-Lösungen in Indien konnten wir den Konsortialkredit der FRIWO vorzeitig und vollständig tilgen. Der mit den Banken vereinbarte **Sanierungsstatus ist somit beendet**. FRIWO hat in Deutschland derzeit

keine Bankschulden, lediglich in Vietnam besteht eine kleinere Finanzierung bei einer lokalen Bank. Damit haben wir den **unternehmerischen Handlungsspielraum** zurückgewonnen, den wir benötigen, um unsere Kerngeschäfte voranzutreiben. Und in dieser Hinsicht hat sich einiges getan.

### 3. F+E und Produktpipeline

Genauso ist es. Wir haben Ihnen vor einem Jahr an dieser Stelle ausführlich erläutert, warum wir den Verkauf der Minderheitsbeteiligung an dem früheren Gemeinschaftsunternehmen mit dem Technologiekonzern UNO MINDA in Indien als richtig und notwendig erachten. Im Kern ging es darum, das **Kerngeschäft** der FRIWO, mit dem wir unseren Umsatz machen, wieder klar in den **Fokus unserer Aufmerksamkeit** zu stellen. FRIWO ist in Indien in gewisser Weise Opfer des eigenen Erfolgs geworden: Die Marktresonanz auf unsere E-Drive-Lösungen war überwältigend, doch die Abarbeitung des großen Auftragsbestandes des Joint-Ventures hätte FRIWO finanziell mit Blick auf die notwendigen hohen Investitionen überfordert. In der Folge wäre der Handlungsspielraum für unsere umsatztragenden Kerngeschäfte sehr begrenzt gewesen – finanziell, aber auch hinsichtlich unserer Managementkapazitäten. Aus diesen Gründen war das Umsteuern hin zu den Kerngeschäften unumgänglich.

Dieses Umsteuern begann damit, dass wir im vergangenen Jahr aktiv viele Gespräche mit unseren Kunden geführt haben – und mit „wir“ meine ich die Vertriebsteams ebenso wie uns als Vorstand. Denn der Erfolg von FRIWO beruht nicht nur auf unseren technologischen Kompetenzen, sondern auch auf dem Vertrauen unserer Kunden: Vertrauen, dass wir unsere Ressourcen künftig wieder ganz auf ihre Bedürfnisse und Anforderungen ausrichten.

Dass die Botschaft angekommen ist, zeigen die **zahlreichen Kundenprojekte**, an denen wir derzeit arbeiten. Durch die 2025 vollzogenen Desinvestments hat sich zwar unser Forschungs- und Entwicklungsteam von früher mehr als 80 auf aktuell rund 50 Personen reduziert. Es ist aber nun voll und ganz auf die Anforderungen von bestehenden und potenziellen Kunden in unseren Kerngeschäften ausgerichtet und treibt Innovationsprozesse zielgerichtet voran. Die Entwicklungsteams in

Deutschland und in Vietnam sind mit der Entwicklung kundenspezifischer Lösungen derzeit voll ausgelastet.

Auch die konkrete **Produktpipeline** kann sich sehen lassen: So erwarten wir in der zweiten Jahreshälfte Wachstumsimpulse durch Innovationen, sei es im E-Bike-Bereich durch den Serienanlauf eines neuen Produkts oder bei Werkzeugen und industriellen Anwendungen mit Ladegeräten in höheren Leistungsklassen von 500 Watt und mehr. Diese und andere Markteinführungen sollten sich in der zweiten Jahreshälfte auch in einer stärkeren Umsatzentwicklung widerspiegeln.

Ich möchte Ihnen zwei konkrete **Beispiele aus unserer Innovations- und Auftragspipeline** vorstellen.

Für das dritte Quartal dieses Jahres planen wir den Produktionsstart eines kompakten **20 Watt Power-Delivery-Netzteils** für den Schuko-Markt. Dabei handelt es sich ein rundes Netzteil, das so klein und kompakt ist, dass es flächenbündig in einer Steckdose verschwindet. Für das Aufladen eines Smartphones muss dann nicht mehr ein – zumeist recht großes und klobiges – Gerät an die Steckdose gehängt werden. Mit einem von uns konstruierten Aufsatz kann ein Smartphone auch direkt an der Steckdose, also ohne Kabel geladen werden.

Mit dieser Eigenentwicklung bieten wir in Kürze ein hochwertiges Netzteil für den Lifestyle-Solutions-Bereich an. Es kann über den Elektronikfachhandel oder Baumärkte an Endkunden vertrieben werden. Ebenso ist die Nutzung in Schulen, Hotels oder Büros denkbar. Wir wollen das neue Produkt für die Märkte preislich so attraktiv positionieren, dass wir eine möglichst große Zielgruppe ansprechen.

Strategisch sehr interessant ist auch ein Auftrag, den wir sehr konkret in Aussicht haben. Eine mündliche Zusage liegt bereits vor, und wir gehen davon aus, dass wir zeitnah zum Vertragsabschluss kommen werden.

Es geht um den Transport temperaturempfindlicher Güter in Luftfrachtcontainern. Diese Güter müssen entweder gekühlt oder beheizt werden, und für beides braucht es leistungsstarke Akkus und Ladegeräte.

Auftraggeber wäre ein deutsches Unternehmen, das zu den weltweit führenden Anbietern für hochwertige Lademittel für den Transport von Gepäck und Fracht in Flugzeugen gehört. Diesem Neukunden wollen wir aus einer Hand ein umfassendes System anbieten, das aus leistungsstarken Akkus, entsprechenden Ladegeräten, einem Batterie-Management-System und einer Umschalteneinheit besteht. Es geht also um kundenspezifische, technologisch anspruchsvolle Power-Supply-Lösungen: Genau dafür steht der Name FRIWO!

Denn die generelle strategische Ausrichtung der FRIWO bleibt bestehen: Wir verstehen uns weiterhin als **Premium-Anbieter für technologisch hochwertige Ladegeräte, Akkupacks und Stromversorgungen**. Dabei streben wir über alle Geschäftsfelder einen ausgewogenen Mix von kundenspezifischen OEM-Produkten und Standardprodukten an.

Die **Erschließung neuer Geschäftsfelder und Zielmärkte** bleibt Teil unserer Strategie; hier stehen wir aber erst am Beginn unserer Überlegungen. Dabei sind zahlreiche Faktoren zu prüfen: Welche Eintrittsbarrieren gibt es? Wie ist die Wettbewerbssituation? Wie hoch wären die Entwicklungs- und Produktionskosten für den Markteintritt? Sorgfalt geht hier vor Schnelligkeit, zumal wir mit der Weiterentwicklung unseres Geschäfts in den bestehenden Geschäftsfeldern voll und ganz ausgelastet sind. Dass wir aber jederzeit mit offenen Augen durch die Welt gehen, zeigt Ihnen der soeben skizzierte Auftrag für die Kühlung bzw. Beheizung von Flugzeugcontainern, mit dem wir erstmals die Luftfahrt als Zielbranche adressieren.

#### **4. Produkt- und Prozessexzellenz**

Ein weiteres strategisches Ziel in der Mittelfristplanung für den FRIWO-Konzern ist die **Verbesserung der internen Prozesse**, um schneller zu werden und Entwicklungskosten zu sparen. Bedeutsam ist zum Beispiel die **Verkürzung der Time-to-Market**, also des Zeitraums bis zur Markteinführung eines Produkts. Hierbei stehen wir noch am Anfang des Weges, nicht zuletzt, weil nach dem Wegfall des Hutschienengeschäfts und

des Joint-Ventures in Indien die F+E-Kapazitäten erst neu geordnet werden mussten.

Effizienzverbesserungen versprechen wir uns nicht zuletzt von der **Plattform-Strategie über alle Geschäftsfelder**, an der wir derzeit arbeiten. Durch den höheren Grad an Standardisierung bei unseren Produkten wollen wir die Entwicklungs- und Materialkosten verringern und die Markteinführung beschleunigen.

## **5. Aktive Vertriebskultur und Internationalisierung / KI**

Eine starke Innovationskultur sowie schnellere Prozesse sind auch die Voraussetzungen für eine **aktive Vertriebsarbeit**. Ich hatte bereits vor einem Jahr unseren internen Slogan dafür erwähnt: „From being pulled to push“. Das bedeutet: Wir wollen Kunden in den Zielmärkten gewinnen, indem wir mit unseren Innovationen und Qualitätsstandards aktiv auf sie zugehen und nicht warten, bis die Kunden auf uns zukommen – oder eben auch nicht.

Dazu braucht es eine schlagkräftige Vertriebsstruktur mit einem **Key Account-Management**, einem Flächenvertrieb und einer engen Einbindung unserer Distributionspartner. Auf diesem Weg sind wir gut vorangekommen, auch durch die Neubesetzung von Schlüsselpositionen in der Vertriebsorganisation.

Bei der Erhöhung der Vertriebskraft kann uns im Übrigen auch der **Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI)** helfen. Die Recherche von Zielkunden, die Erstellung von individuellen Kundenanschreiben, die Pflege der Kundendaten oder auch grundlegende Recherchen zu potenziellen neuen Märkten und Kundengruppen – all das sind Einsatzmöglichkeiten für KI-Anwendungen, mit denen wir uns derzeit beschäftigen.

KI kann aber auch bei der Produktentwicklung helfen: So befassen wir uns derzeit mit der KI-basierten Analyse und Auswertung der eingesetzten Materialkosten. Dabei geht es vor allem darum, günstigere Alternativen zu finden und damit unseren größten Kostenblock – die Materialkosten - zu reduzieren.

Sie sehen: Die Einsatzmöglichkeiten Künstlicher Intelligenz sind auch bei FRIWO vielfältig. Wir sind deshalb überzeugt, dass die KI einen wesentlichen Beitrag zum Unternehmenserfolg leisten kann und leisten wird.

Unsere Vertriebsanstrengungen deutlich verstärken müssen wir auch im **Auslandsgeschäft**. Uns ist bewusst, dass FRIWO einen erheblichen Nachholbedarf bei der Internationalisierung hat, vor allem außerhalb Europas. Nur 16 % des Konzernumsatzes entfielen im vergangenen Jahr auf außereuropäische Märkte.

Bei der Internationalisierung können wir als mittelständisches Unternehmen aber nur **Schritt für Schritt vorgehen**. Im vergangenen Jahr haben wir uns verstärkt auf die USA konzentriert und dort einen Neustart organisiert. Mit einer neuen Mannschaft und einem weiteren Distributionspartner haben wir unsere Tochtergesellschaft in Übersee jetzt so aufgestellt, dass wir von einem spürbaren Umsatzwachstum in den kommenden Jahren ausgehen.

Im laufenden Jahr werden wir uns vor allem auf eine stärkere Präsenz in unseren europäischen Nachbarmärkten außerhalb der DACH-Region konzentrieren. Dabei sind wir verstärkt mit unseren europäischen Partnern unterwegs, um Neugeschäft zu akquirieren. Wichtig ist, dass wir den Austausch mit unseren Partnern enger gestalten als in der Vergangenheit, denn deren lokale Expertise spielt die entscheidende Rolle, um die Märkte in Europa noch besser zu erschließen und zu bedienen.

Durch die Dreiteilung des Vertriebs in Key Account Management, Flächenvertrieb und Distribution bzw. Partner-Management sowie gezielte Neubesetzungen haben wir hierzu die strukturellen Voraussetzungen geschaffen. Wir sind nun näher an unseren Partnern, intensivieren den Austausch und erhöhen unsere Schlagkraft im Markt.

Zusammengefasst lässt sich festhalten: Alle strategischen Projekte, die wir uns im Rahmen der Mittelfristplanung vorgenommen haben, sind angestoßen. Bei einigen machen wir gute, teilweise sehr gute Fortschritte, bei anderen wären wir gerne schon etwas weiter.

Allerdings bekommt FRIWO durch das **gesamtwirtschaftliche Umfeld** in Deutschland und Europa nicht gerade Rückenwind. Dies zeigt auch die

Geschäftsentwicklung des vergangenen Jahres und des ersten Quartals des laufenden Jahres, über die meine Kollegin Ina Klassen Ihnen jetzt berichten wird.

Vielen Dank.

## 6. Erfolgskennzahlen Geschäftsjahr 2025 - GuV

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

wie immer, werde ich mich bei der Erläuterung des Jahresabschlusses auf die wichtigsten Kennzahlen konzentrieren. Weitergehende Angaben finden Sie in unserem ausführlichen Geschäftsbericht.

- Der **Konzernumsatz** erreichte im vergangenen Jahr 77,4 Mio. Euro und lag damit im zuletzt kommunizierten Korridor von 75 bis 85 Mio. Euro. Darin enthalten sind Erlöse von 14,4 Mio. Euro aus zwischenzeitlich verkauften Geschäftsaktivitäten.
- Die **Umsatzentwicklung der einzelnen Geschäftsfelder** zeigt ein heterogenes Bild: Während die Erlöse bei Werkzeugen und Gartengeräten, bei E-Mobility- und Logistiklösungen sowie im Bereich Lifestyle zurückgingen, verzeichneten unser Medizingeschäft und der Bereich Industrielle Anwendungen erfreuliche Zuwächse.
- Die schwierigen Rahmenbedingungen zeigten sich im **Auftragseingang**, der mit 76,1 Mio. Euro um 12,0 % unter dem Vorjahreswert lag. Positive Impulse kamen auch hier aus den Geschäftsfeldern Medizin und Industrielle Anwendungen sowie aus dem Bereich Lifestyle. Insgesamt dauerte die Nachfragezurückhaltung bei unseren Kunden aufgrund der schwachen Konjunktur länger als wir zu Jahresbeginn angenommen hatten.
- Trotz des rückläufigen Umsatzes konnten wir das **Bruttoergebnis** von 12,0 Mio. Euro im Vorjahr auf 13,7 Mio. Euro verbessern. Die **Bruttomarge vom Umsatz** legte von 12,9 % auf 17,7 % zu. Das zeigt Ihnen, dass wir erhebliche Kosten- und Effizienzfortschritte im

Konzern realisiert haben – sei es durch die Neuordnung unserer globalen Produktionsbasis, durch den Fokus auf margenstärkere Produkte oder sei es durch Kostenverbesserungen in der gesamten Wertschöpfungskette. All diese Maßnahmen zeigen nun zunehmend Wirkung und befähigen uns, auch in dem angespannten Marktumfeld die Weiterentwicklung der FRIWO anzugehen.

- Die verbesserte Kosteneffizienz zeigt sich auch im **Ergebnis vor Zinsen und Steuern**, dem **EBIT**. Das EBIT aus fortgeführten Aktivitäten betrug 0,1 Mio. Euro nach einem negativen EBIT von minus 3,6 Mio. Euro im Vorjahr. Damit bewegte sich das operative Ergebnis im Rahmen der Prognose vom vergangenen November. Das um Sondereffekte bereinigte EBIT aus fortgeführten Aktivitäten lag bei 0,9 Mio. Euro und damit sogar leicht über der Prognose eines ausgeglichenen Wertes.
- Das **Finanzergebnis** verbesserte sich auf minus 2,7 Mio. Euro nach minus 3,5 Mio. Euro im Vorjahr. Dabei wirkte sich die vorzeitige Tilgung des Konsortialkredits im Juli 2025 positiv aus, durch die sich der Zinsaufwand entsprechend reduzierte.
- **Nach Steuern** weist unser Konzern ein **Ergebnis aus fortgeführten Aktivitäten** von minus 5,1 Mio. Euro aus, eine Verbesserung um 1,1 Mio. Euro gegenüber dem Vorjahreswert.
- Separat auszuweisen ist nach den IFRS-Vorschriften das **Ergebnis aus den aufgegebenen Aktivitäten**, und zwar als Nettowert nach Steuern. Dieses Ergebnis betrug 19,0 Mio. Euro und entspricht dem Gewinn aus den beiden Desinvestments Hutschienengeschäft und Beteiligung am Joint-Venture in Indien.
- In der Summe weist der FRIWO-Konzern somit für 2025 einen **Gewinn nach Steuern aus fortgeführten und aufgegebenen Geschäftsaktivitäten** von 13,9 Mio. Euro aus, das ist eine Verbesserung um 20,1 Mio. Euro gegenüber dem Vorjahr.

## 7. Erfolgskennzahlen 2025 - Konzernbilanz

Meine Damen und Herren,

durch den Mittelzufluss aus den Desinvestments, aber auch durch unser strenges Kosten- und Effizienzmanagement stellte sich auch unsere **Konzernbilanz** per Ende Dezember 2025 **wesentlich solider** dar als noch ein Jahr zuvor:

- Die **Bilanzsumme** nahm deutlich auf 42,4 Mio. Euro ab, das ist rund ein Drittel weniger als der Wert am Bilanzstichtag 2024.
- Die Bilanzsummenverkürzung sowie das positive Jahresergebnis führten zum Anstieg der **Eigenkapitalquote** von 5,3 % auf 35,6 % der Bilanzsumme und damit auf ein wieder solides Niveau – so wie wir es Ihnen vor einem Jahr angekündigt hatten. Auch im Einzelabschluss der FRIWO AG nach deutscher Rechnungslegung konnte die Eigenkapitalquote deutlich auf 72,3 % ausgebaut werden.
- Wie eingangs schon erwähnt, haben wir den **Konsortialkredit** der FRIWO Gerätebau GmbH, der Ende 2024 noch mit 9,9 Mio. Euro zu Buche stand, vollständig zurückgeführt. Die deutschen FRIWO-Gesellschaften weisen damit **keine Bankschulden mehr** aus. Lediglich in Vietnam besteht eine Finanzierung bei einer lokalen Bank, die Ende 2025 aber nur mit 1,8 Mio. Euro in Anspruch genommen war.
- Auch die **Gesellschafterdarlehen** unseres Großaktionärs Cardea Holding GmbH konnten wir im Berichtsjahr durch die Mittelzuflüsse aus den Desinvestments um mehr als die Hälfte reduzieren und zwar von 12,8 Mio. Euro auf 6,0 Mio. Euro.

Die Liquiditätsausstattung und Kapitalstruktur unseres Konzerns haben sich durch die strategischen Verkäufe und die deutliche Reduzierung der Verschuldung somit erheblich verbessert. FRIWO hat die jahrelange Phase der Sanierung beendet.

## 8. Mitarbeiterentwicklung und Dank

Meine Damen und Herren,

das Marktumfeld, die strategischen Veränderungen, bessere Prozesse, unsere Innovations- und Produktoffensive: All das verlangt unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern viel Engagement, Flexibilität und Veränderungsbereitschaft ab. Diese Herausforderungen haben unsere Teams, ob in Vietnam, hier in Ostbevern oder an unseren anderen Standorten, mit Bravour gemeistert. Ich möchte mich deshalb – auch im Namen meines Vorstandskollegen und sicherlich auch in Ihrer aller Namen – bei unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für die geleistete Arbeit bedanken! Herzlichen Dank für Ihren großen Einsatz!

Kurz ein paar Zahlen zur **Mitarbeiterentwicklung**: Ende vergangenen Jahres beschäftigte unser Konzern 866 Personen, das waren 340 Personen weniger als ein Jahr zuvor. Der Rückgang ist zum einen auf die flexible Anpassung der Belegschaftsstärke an die Auftragslage zurückzuführen, zum anderen auf die Effekte aus unseren Desinvestments. Rund 10 % der Belegschaft war hier am Stammsitz in Ostbevern tätig, vor allem in den Bereichen Produktentwicklung, Vertrieb und Verwaltung.

## 9. Geschäftsentwicklung Q1 2026

Meine Damen und Herren,

FRIWO hat ein **solides finanzielles und operatives Fundament**, auf das wir in den kommenden Jahren aufbauen werden. Dieses Fundament ist auch wichtig, um **für die Risiken gewappnet** zu sein, die wir leider nach wie vor in unseren Märkten sehen und die uns auch im laufenden Geschäftsjahr beschäftigen werden. Die zahlreichen geopolitischen Krisen und Kriege und die daraus resultierenden Folgen für die Weltwirtschaft führen dazu, dass wir auch weiterhin mit einem **herausfordernden Umfeld** leben müssen.

Das zeigt sich konkret in einem unverändert volatilen, schwer einschätzbaren Bestellverhalten der Kunden, in der eingeschränkten

Verfügbarkeit von Komponenten aufgrund der Störungen in den internationalen Lieferketten und in einem allgemeinen Kostenanstieg. Allein die **negativen Auswirkungen der Krise im Nahen Osten** auf die Material- und Frachtkosten schätzen wir aktuell für das Gesamtjahr 2026 im unteren bis mittleren einstelligen Millionenbereich ein. Dies gibt Ihnen eine Vorstellung von dem Umfeld, in dem sich FRIWO bewegen muss.

Das **erste Quartal 2026**, über das wir Anfang Mai berichtet haben, spiegelt diese Umstände wider.

- Der **Konzernumsatz** lag mit 14,3 Mio. Euro unter dem Vorjahreswert von 19,3 Mio. Euro, wobei in dem Vergleichswert das zwischenzeitlich veräußerte Hutschienengeschäft noch enthalten ist.
- Das **EBIT** belief sich im Startquartal auf minus 1,1 Mio. Euro und damit etwas unterhalb des Vorjahreswertes, lag aber im Rahmen unserer Planung.

## 10. Prognose für Gesamtjahr 2026

Was den weiteren Jahresverlauf betrifft, so gehen wir unverändert davon aus, dass wir **in der zweiten Jahreshälfte eine Geschäftsbelebung** sehen werden – vor allem durch die geplanten Produkteinführungen, also auf Basis unserer Innovationspipeline. Das wirtschaftliche Umfeld, das ich Ihnen soeben skizziert habe, dürfte indes schwierig und schwer einschätzbar bleiben. Das gilt insbesondere für die Entwicklung der Rohstoff- und Materialkosten und der Materialverfügbarkeit.

Bei den **Investitionen** planen wir 2026 keine außergewöhnlichen Ausgaben. Sie werden sich auf dem üblichen Niveau der laufenden Geschäftsaktivitäten bewegen und vor allem weiteren Effizienzsteigerungen in der Fertigung dienen.

Auch auf der **Finanzierungsseite** sind bisher für 2026 keine besonderen Maßnahmen geplant. Wir prüfen jedoch die Aufnahme einer zusätzlichen Bankenfinanzierung in Deutschland, um unsere strategischen Initiativen

schneller umsetzen zu können. Dabei stehen der Ausbau des Produktportfolios, Maßnahmen zur Digitalisierung sowie Projekte für den Einsatz Künstlicher Intelligenz im Vordergrund. Es gibt aber, was diese mögliche Zusatzfinanzierung betrifft, keinen akuten Handlungsdruck.

Kommen wir zur Finanzprognose. Den **Konzernumsatz im Gesamtjahr 2026** sehen wir in der Spanne von 67 bis 77 Mio. Euro. Dabei ist zu berücksichtigen, dass im Vorjahr noch Umsätze in Höhe von gut 14 Mio. Euro aus dem Hutschienengeschäft bis zum Vollzug der Transaktion Ende Oktober enthalten waren. Rechnet man diese heraus und schafft damit eine vergleichbare Basis, ergibt sich eine **moderate bis deutliche Erlössteigerung**.

Für das um mögliche Sondereffekte bereinigte **Konzern-EBIT** erwarten wir erneut einen leicht positiven Wert. Dieses Ergebnisziel zu erreichen, wird jedoch, um es klar zu sagen, kein Selbstläufer. Angesichts der spürbaren Steigerungen bei den Material-, Fracht- und Energiekosten werden wir neben Preisanpassungen bei unseren Produkten weitere Effizienzgewinne realisieren müssen.

Soweit von meiner Seite zur wirtschaftlichen Lage unseres Konzerns. Ich übergebe nun noch einmal an Dominik Wöffen. Vielen Dank.

## **11. Mittelfriststrategie bis 2030**

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

bei allen Herausforderungen durch die externen Krisen, die FRIWO derzeit bewältigen muss, ist es wichtig, dass wir **zwei Aspekte nicht aus den Augen verlieren**.

Erstens: Wir dürfen bei unseren **strategischen Initiativen** für profitables Wachstum, die wir in der Mittelfristplanung bis 2030 definiert haben, keine Abstriche machen. Die Stärkung von Produktinnovationen, der Übergang zu einer aktiven Vertriebskultur, die Internationalisierung der Geschäfte sowie Investitionen in die Digitalisierung und in KI-Tools – all das bleibt essenziell

für unseren langfristigen Erfolg. Durch die erreichten Effizienzfortschritte und die deutlich verbesserte Kapitalbasis hat sich der FRIWO-Konzern jedoch eine Resilienz erarbeitet, die das Verfolgen dieser wichtigen Ziele auch im aktuellen Umfeld zulässt.

Und zweitens: Trotz aller Nachfrageschwankungen gilt unverändert, dass die für FRIWO entscheidenden **globalen Markttrends intakt und attraktiv** sind. Der weltweite Bedarf an hochwertigen und leistungsfähigen Stromversorgungen und Ladegeräten wächst. Das gilt insbesondere für die Geschäftsfelder, in denen FRIWO aktiv ist. Der weltweite Trend hin zur Elektromobilität beispielsweise eröffnet uns auch nach der Trennung vom Joint-Venture in Indien ein riesiges Marktpotenzial, das es zu nutzen gilt.

Aus diesen Gründen halten wir auch an unseren **mittelfristigen finanziellen Zielen** fest: Wir wollen den **Konzernumsatz im Schnitt um jährlich rund 10 %** steigern und damit die Erlöse wieder über die Marke von 100 Mio. Euro heben. Und wir halten eine **EBIT-Rendite von mehr als 5 % des Umsatzes**, die wir über Konjunkturzyklen hinweg erwirtschaften, weiterhin für erreichbar.

Unser Anspruch bleibt: Wenn es um technologisch anspruchsvolle Ladetechniken und Stromversorgungen geht, soll FRIWO im Markt der erste Ansprechpartner sein oder werden.

## 12. Schlusswort

Meine Damen und Herren,

wir hatten im vergangenen Jahr bereits angekündigt, dass wir den **Kontakt** mit Ihnen, unseren Aktionärinnen und Aktionären, **intensivieren und verbessern** wollen. So haben wir im vergangenen und im laufenden Jahr bereits drei Investorencalls durchgeführt, um die aktuelle Geschäftsentwicklung zu erläutern. Diesen direkten Austausch mit Ihnen wollen wir fortsetzen. Deswegen unsere Bitte: Nehmen Sie an den nächsten Investorencalls teil, denn ein vertrauensvoller Dialog mit dem Kapitalmarkt ist eine wichtige Voraussetzung, um wieder zu Marktbewertungen für die

FRIWO zu kommen, die das große Potenzial unseres Unternehmens widerspiegeln.

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit. Frau Klassen und ich freuen uns nun auf Ihre Fragen.

---