BACARDI-MARTINI GMBH

LAGEBERICHT DER

BACARDI-MARTINI GMBH, Wien

FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 1.4.2024- 31.3.2025

1. Geschäftsverlauf, Geschäftsergebnis und Lage des Unternehmens

1.1 Geschäft und Rahmenbedingungen

FY25 kann aufgrund von verschiedenen externen wirtschaftlichen Faktoren nicht an unser FY24 anknüpfen und so schließen wir unser Geschäftsjahr mit einem Volumenminus von 3,8% und einem Umsatzrückgang von 2,7%.
Der Rückgang ist ausschließlich auf Verluste im Gastronomiebereich zurückzuführen. In diesem Segment spürt unsere Branche den Einfluss der nach wie vor hohen, jedoch deutlich gesunkenen Inflationsrate (im Durchschnitt 2,9% im Kalenderjahr 2024) und die damit einhergehenden gestiegenen Preise besonders. Ein weiterer negativer Einfluss ist die Rezession, ein Rückgang der Wirtschaftsleistung von 1,2%.
Gastronomie hat mit hohen Energiepreisen, Lohnkosten und Personalmangel zu kämpfen, Insolvenzen sind gestiegen.
Im Lebensmittelhandel konnten wir an das FY24 anschließen und das gute Ergebnis übertreffen.
Die Marken Bacardi (-10% vs Vorjahr), Bombay Gin (-17%) sowie Grey Goose (-25%) verlieren aufgrund ihres Gastronomieschwerpunkts gegenüber Vorjahr. Whiskey konnte nur durch Neueinführung von Teeling Whisky und durch verstärkte Aktivierungsarbeit das Vorjahresergebnis verdoppeln.
Die Marken mit Schwerpunkt im Lebensmittelhandel zeigen sich unterschiedlich, aber Großteils positiv mit Patron (17%), Martini Vermouth (3%), Martini alkoholfreier Aperitif (81%) und die RTD Brands (2%), diese verzeichnen Zugewinne. Martini Sparklings (-3%) und Eristoff (-1%) zeigen leichte Verluste.

FY25 zeigt, dass sich das Konsumverhältnis zwischen Gastronomiebereich und Lebensmittelhandel sich zugunsten des Lebensmittelhandels verschoben hat. Der Markt ist weiterhin von einer sehr starken Konzentration im LEH geprägt.
Weiters ist ein eindeutiger Trend in Richtung gesundheitsbewussterem Umgang mit Alkohol zu erkennen.

1.2 Geschäftsergebnis, Ertragslage

Trotz des Umsatzrückgangs bleibt das Ergebnis vor Steuern 29,3% über dem Vorjahr. Durch aktives Kostenmanagement kann die negative Auswirkung einer abflachenden, doch nach wie vor hohen Inflation sowie einer Rezession und damit einhergehende steigende Rohstoffpreise, Produktionskosten sowie Beschaffungskosten auf die Gesamtmarge kontrolliert werden.

Erfolgswirtschaftliche Kennzahlen:

	FY 24/25	VJ
Umsatz pro Mitarbeiter (in Mio. EUR)	1,1	1,2
Umsatzrentabilität (Ergebnis vor Steuern*100/Umsatz):	3,2%	2,4%
Eigenkapitalrentabilität (Ergebnis vor Steuern*100/durchschnittl. Eigenkapital):	55,5%	42,0%
Gesamtkapitalrentabilität (Ergebnis vor Steuern*100/durchschnittl. Gesamtkapital):	9,0%	7,0%

1.3 Finanzlage

Der **Netto-Geldfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit** belief sich auf -1.084 TEUR (Vorjahr -690 TEUR). Der Negativsaldo ergibt sich aus reduziereten Beständen und geringeren Verbindlichkeiten. Working Capital, insbesondere Bestände, wurde weiterhin optimiert sowie überfällige Forderungen weitestgehend vermieden.

Der **Nettogeldfluss aus der Investitionstätigkeit** von 2.460 TEUR (Vorjahr 2.905 TEUR) resultiert aufgrund von Finanzierungsmöglichkeit in Form eines Darlehens an unsere Muttergesellschaft sowie aus kleineren Investitionen im Sachanlagevermögen und dem Zukauf von Wertpapieren für die Bedeckung der Pensionsrückstellung.

Der **Netto-Geldfluss aus der Finanzierungstätigkeit** von -1.300 TEUR (Vorjahr -1.400 TEUR) resultiert aus der Dividendenausschüttung an die Eigentümer.

Somit ergeben sich 76 TEUR (Vorjahr 815 TEUR) zahlungswirksame Veränderungen im Finanzmittelbestand.

Die Bestände liegen mit TEUR 1.804 in FY25 weiterhin auf Standardreichweiten.

Das Geschäftsjahr FY25 zeigt ein Darlehen an eine Konzernschwesterngesellschaft (10.200 TEUR) sowie kleinere Investitionen im Sachanlagevermögen und einen Zukauf von Wertpapieren für die Bedeckung der Pensionsrückstellung.

Zum Bilanzstichtag besteht eine Forderung gegenüber dem Kreditinstitut BNP Paribas in der Höhe von 1.410.755,17 EUR.

1.4 Vermögenslage

Kennzahlen der Vermögens- und Kapitalstruktur	**FY 24/25**	**VJ**
Eigenkapitalquote: (EK*100/GK)	15,6%	15,5%
UH des Warenlagers: (Materialaufwand/durchschnittl. Lager)	20,2 p.a.	18,6 p.a.
UH der Debitoren: (Umsatz/durchschnittl. Debitorenstand)	15,3 p.a.	15,8 p.a.

1.5 Forschung und Entwicklung

Die Gesellschaft betreibt keine Forschung und Entwicklung in Österreich.

1.6 Zweigniederlassungen

Die Gesellschaft unterhält keine Zweigniederlassungen im In- und Ausland.

2. Voraussichtliche Entwicklung des Unternehmens (Prognosebericht)

Ziel für das Jahr 25/26 ist es, die Zugewinne im Off Trade Segment zu halten und im On Trade Segment an FY25 anzuschließen. Dies ist abhängig von einer stabilen politischen und wirtschaftlichen Lage ab, damit die Senkung der nach wie vor hohen Inflationsrate weitergeführt und ein erneutes Steigen abgewendet werden kann.

Folgende Markttrends sind insbesondere erkennbar:

- Konsumverhalten im Gastronomiebereich maßgebend für FY26
- Kontinuierliches Wachstum von Eigenmarken der großen Lebensmittelhandelsketten auf Kosten der Markenartikelprodukte
- Internationale Spirituosen-Klassiker wie Bacardi Superior und Bombay Gin können ihre Bedeutung am Markt behaupten
- Premiumisierung des Marktes bleibt relevant
- Weiter anhaltender Trend zu Nicht Alkoholischen Getränken wie Martini Vermouth alkoholfrei

Basierend auf der Kenntnis obiger Trends lassen sich im Einzelnen folgende Strategien für die nächsten Jahre formulieren:

- Umsatzwachstum hat Priorität gegenüber Volumenwachstum. Verstärktes Augenmerk auf Ausbau unseres Top Premium Portfolios (insbesondere Bombay, Grey Goose und Patron) unterstützt durch höhere Promotion und Werbeaktivitäten in diesem Bereich
- Ausbau der Marktführerschaft in den Bereichen Rum (Bacardi) und Vodka (Eristoff) sowie Fortsetzung der Verjüngung der Marke Martini
- Nutzung kostenseitiger Einsparungspotentiale durch möglichst effizienten und zielgerichteten Einsatz von Ressourcen begleitet durch weitgehende Kostenvariabilisierung in Form von z.B. Outsourcing.
- Forcierung der Investitionen in den Gastronomiebereich unter Einhaltung lokaler Kontrollen

3. Risikoberichterstattung

Im Rahmen der internen Unternehmensorganisation bestehen klare schriftliche Strategien und operative Richtlinien für die Behandlung von finanziellen Risiken. Ziel des Finanz- und Risikomanagements ist die Sicherung des Unternehmenserfolgs gegen finanzielle Risiken jeglicher Art.

Bedingt durch die Geschäftsstruktur liegt kaum ein Liquiditätsrisiko vor, da die Handelswaren eine hohe Umschlagshäufigkeit haben und die Kunden ihre offenen Posten innerhalb der ihnen gewährten kurzen Zahlungsziele begleichen, womit die Gesellschaft in der Lage ist, sich aus dem laufenden Cash Flow selbst zu finanzieren.
Die erwartenden Zahlungsausfälle aufgrund der hohen Inflation und der einhergehenden steigenden Preise, sind dank unseres aktiven Cash- und Forderungsmanagement ausgeblieben und konnten auf kalkulierbarem Niveau gehalten werden.

Da für gewöhnlich keine langfristigen Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten eingegangen werden, kann das Kreditrisiko insgesamt als äußerst gering eingeschätzt werden.

Aufgrund des Fehlens von wesentlichen Forderungen und Verbindlichkeiten mit Laufzeiten von über einem Jahr spielt das Risiko einer Zinsänderung keine Rolle.

Da Lieferungen zur Gänze auf EURO-Währungsbasis abgewickelt werden, bestehen keine Wechselkursrisiken. Im abgelaufenen Finanzjahr wurden keine derivativen Finanzinstrumente eingesetzt.

Die Russland-Ukraine Krise hat einen indirekten Einfluss auf unsere Geschäftstätigkeit, da sie maßgeblich eine Auswirkung auf die Steigung der Inflationsrate hat. Die Steigung der Inflationsrate wiederum beeinflusst maßgeblich das Konsumverhalten.

USA – Zoll hat zur Zeit keine Auswirkung auf unsere Geschäftstätigkeit, allerdings werden die nächsten Jahre zeigen, wie stabil sich USA als Handelspartner zeigt.

Wien, den 24. Juni 2025

BACARDI-MARTINI GMBH

.....
Stéphane Paul Irénée Cluzet

.....
Jonathan Ronald Fearn

.....
Richard James Till