Grüne Erde

Lagebericht zur Bilanz per 31.07.2025 der Firma Grüne Erde GmbH

A. Wirtschaftsbericht

I. Darstellung des Geschäftsverlaufs im Geschäftsjahr 2024/2025

1. Überblick

1.1. Wirtschaftliche und gesellschaftliche Rahmenbedingungen

Die wirtschaftliche Lage in Österreich und Deutschland zeigt sich im gesamten Geschäftsjahr 2024/25 angespannt, diese Anspannung setzte sich auch im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2025/26 fort. Zwar war im August und September 2025 eine leichte Welle der Entspannung zu spüren, die weltpolitischen Ereignisse sowie die immer wieder aufflammende Zollproblematik mit den USA zogen die wirtschaftliche Stimmung nach unten.

Nach nunmehr drei Jahren schwacher Konjunktur zeichnet sich aktuell weiterhin keine spürbare Erholung ab – die Wirtschaft tritt weitgehend auf der Stelle.

In Österreich stagnierte das Bruttoinlandsprodukt seit Jahresbeginn; das WIFO beschreibt die Konjunktur als „flach" ohne nennenswertes Wachstum. Die privaten Konsumausgaben zeigen keine Dynamik, Investitionen bleiben verhalten. Belastend wirken die hohen Energiepreise und die anhaltende Unsicherheit. Die Arbeitslosigkeit steigt leicht, während die Unternehmensstimmung trotz kleiner Verbesserungen im Herbst weiterhin im negativen Bereich liegt. (https://www.wifo.ac.at/news/konjunktur-in-oesterreich-verlaeuft-flach/)

Die Inflation bleibt in Österreich hartnäckig hoch: Im Oktober lag sie bei 4,0 % und damit deutlich über dem Eurozonen-Durchschnitt von rund 2%. Haupttreiber sind Energie und Dienstleistungen, insbesondere Gastronomie und Beherbergung. Strom verteuerte sich gegenüber dem Vorjahr um über 40%, was die Kaufkraft der Haushalte erheblich belastet. Für das Gesamtjahr 2025 wird eine durchschnittliche Inflationsrate von etwa 3,5-3,8% erwartet, deutlich über dem EU-Schnitt. (https://www.statistik.at/fileadmin/announcement/2026/01/20260107VPIFlashEstimateDezember2025.pdf)

Auch in Deutschland ist die Stimmung gedrückt: Der ifo-Geschäftsklimaindex fiel im November erneut auf 88,1 Punkte. Die Unternehmen blicken skeptisch auf die kommenden Monate, insbesondere die Industrie leidet unter schwacher Nachfrage und stagnierenden Auftragseingängen. Von einer Konjunkturerholung ist aus Sicht der Unternehmen keine Rede; die Prognosen für 2025 gehen von 0,1% Wachstum aus, was faktisch einer Stagnation entspricht. https://www.ifo.de/fakten/2025-12-11/ifo-konjunkturprognose-winter-2025-der-strukturwandel-hat-deutschland-fest-im-griff

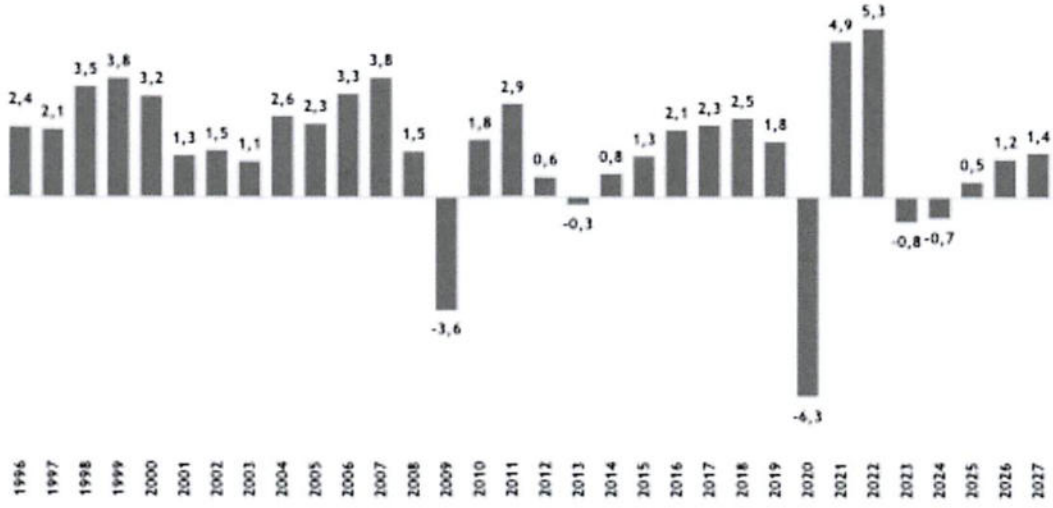
Fazit: Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen bleiben schwierig. Hohe Inflation, schwache Konsumnachfrage und steigende Insolvenzen prägen das Bild. Eine Erholung wird wie aus den Prognosen der WKO zu entnehmen ist, ab 2026 erwartet.

WIRTSCHAFTSLAGE UND PROGNOSE
Wirtschaftswachstum, Bruttoinlandsprodukt

	Wirtschaftswachstum reale Veränderung des BIP[1] in %	BIP real[1] Index 1995=100	BIP nominell Mrd. EUR	BIP nominelle Veränderung in %
1995	.	100,0	175,92	.
2000	+ 3,2	115,7	212,41	+ 4,6
2005	+ 2,3	126,3	252,35	+ 4,9
2006	+ 3,3	130,4	265,93	+ 5,4
2007	+ 3,8	135,3	282,21	+ 6,1
2008	+ 1,5	137,3	291,85	+ 3,4
2009	- 3,6	132,4	286,27	- 1,9
2010	+ 1,8	134,8	294,05	+ 2,7
2011	+ 2,9	138,7	308,17	+ 4,8
2012	+ 0,6	139,6	316,59	+ 2,7
2013	- 0,3	139,2	321,19	+ 1,5
2014	+ 0,8	140,3	330,11	+ 2,8
2015	+ 1,3	142,1	342,08	+ 3,6
2016	+ 2,1	145,1	355,67	+ 4,0
2017	+ 2,3	148,4	367,29	+ 3,3
2018	+ 2,5	152,1	383,23	+ 4,3
2019	+ 1,8	154,8	395,71	+ 3,3
2020	- 6,3	145,0	380,32	- 3,9
2021	+ 4,9	152,1	406,23	+ 6,8
2022	+ 5,3	160,2	449,38	+10,6
2023	- 0,8	159,0	477,84	+ 6,3
2024	- 0,7	157,9	494,09	+ 3,4
2025	+ 0,5	158,7	512,08	+ 3,6
2026	+ 1,2	160,6	530,56	+ 3,6
2027	+ 1,4	162,9	549,39	+ 3,5

[1] Vorjahrespreisbasis; nach ESVG 2010

Wirtschaftswachstum 1996 - 2027
Veränderung des realen BIP (in %)



Quelle: STATISTIK AUSTRIA, WIFO

Stand: Dezember 2025

Wirtschaftswachstum international 1996 - 2027
Veränderung des realen BIP (in %)



Quelle: EUROSTAT, WIFO, IHS

Stand: Dezember 2025

1.2. Spezifische Fragen und Probleme der Möbelbranche

Die Möbelbranche in Österreich und Deutschland war in den vergangenen Quartalen von einer anhaltenden Konsumflaute und strukturellen Herausforderungen geprägt. Nach einem schwachen ersten Halbjahr 2024 setzte sich der negative Trend auch im zweiten Halbjahr fort.

In Österreich sank die Produktion im zweiten Halbjahr 2024 um 7,1% auf rund 1,3 Mrd. €. Besonders betroffen waren Wohn- und Küchenmöbel, während Polstermöbel im ersten Halbjahr noch leichte Zuwächse verzeichneten. Die Exporte gingen im zweiten Halbjahr um 8% zurück, vor allem aufgrund eines deutlichen Rückgangs der Lieferungen nach Deutschland (–12,2%). Das Gesamtjahr 2024 schloss mit einem Produktionsvolumen von etwa 2,7 Mrd. €, was die schwierige Lage der Branche unterstreicht. (Quelle: Fachverband der Holzindustrie Österreich, Branchenbericht 2024).

Auch in Deutschland blieb die Entwicklung im zweiten Halbjahr 2024 gedämpft. Zwar war die Dynamik etwas besser als im ersten Halbjahr, doch insgesamt verzeichnete die deutsche Möbelindustrie für das Gesamtjahr einen Umsatzrückgang von 7,8% auf 16,3 Mrd. € – der stärkste Rückgang seit einem Jahrzehnt. Besonders betroffen waren Büro- und Ladenmöbel sowie das Segment „Sonstige Möbel“ mit zweistelligen Rückgängen. Der Möbelhandel schloss 2024 mit einem realen Umsatzminus von 5,5%, nachdem bereits 2023 ein Rückgang von über 10% zu verzeichnen war. (Quelle: Verband der Deutschen Möbelindustrie (VDM), Jahresbericht 2024).

Im ersten Halbjahr 2025 setzte sich die schwierige Lage fort. In Österreich sank die Produktion erneut um 2,9% gegenüber dem Vorjahreszeitraum auf 1,261 Mrd. €. Während Wohnmöbel (+3,2%) und Ladenmöbel (+2,0%) leichte Zuwächse verzeichneten, gingen Küchenmöbel (–1,1%) und Büromöbel (–2,3%) weiter zurück. Die Exporte reduzierten sich um 1,8% auf 579,6 Mio. €, wobei die Lieferungen nach Deutschland erneut deutlich rückläufig waren (–8,4%). Die Importe blieben stabil, allerdings mit einer starken Zunahme aus China (+25%), was den Wettbewerbsdruck zusätzlich erhöht. (Quelle: Fachverband der Holzindustrie Österreich, Halbjahresbericht 2025).

In Deutschland verschärfte sich die Situation im ersten Halbjahr 2025: Die Umsätze der Möbelindustrie lagen bei 7,9 Mrd. €, was einem Rückgang von 5,1% gegenüber dem Vorjahr entspricht. Im August 2025 betrug das Minus sogar 7,7% gegenüber dem Vorjahresmonat. Der Online-Anteil im Möbelhandel stieg weiter auf rund 38%, während der stationäre Handel weiter Marktanteile verlor. Die Branche kämpft mit Konsumzurückhaltung, hohen Zinsen, Baukrise und steigenden regulatorischen Anforderungen im Bereich Nachhaltigkeit. (Quelle: Verband der Deutschen Möbelindustrie (VDM), Branchenstatistik 2025; Handelsverband Deutschland (HDE), Marktbericht 2025).

Fazit: Die Möbelbranche befindet sich weiterhin in einer schwierigen Phase. Nach deutlichen Rückgängen im zweiten Halbjahr 2024 setzte sich die negative Entwicklung im ersten Halbjahr 2025 fort. Eine spürbare Erholung ist vorerst nicht in Sicht; die Prognosen gehen von einer Stabilisierung frühestens im Jahr 2026 aus. Für Unternehmen im Premium- und Nachhaltigkeitssegment bedeutet dies, dass Differenzierung über Qualität, ökologische Standards und digitale Services entscheidend bleibt.
Quelle: (Branchenprognose VDM und Fachverband Holzindustrie, Herbst 2025).

Die Grüne Erde ist mittlerweile ein etablierter Nischenanbieter. Während andere Anbieter sich von den Grundsätzen der Ökologie und Ethik entfernen und versuchen andere Nischen zu besetzen, konzentriert sich Grüne Erde genau auf diesen Kernbereich und baut dort sehr konsequent die Kompetenzen aus.

Die ständige Innovationskraft des Unternehmens, die sich permanent in der Entwicklung vieler Neuprodukte und neuer Produktlinien zeigt, soll die Entwicklung des Unternehmens absichern und ausbauen. Jedoch zeigen gerade die Entwicklungen der letzten Jahre, dass auch Grüne Erde von den allgemeinen Konjunkturzyklen betroffen ist.

1.3. Entwicklung des Ergebnisses im Geschäftsjahr

Die oben erläuterte spürbare Kaufzurückhaltung hat auch bei Grüne Erde im Geschäftsjahr 2024/25 ihren Ausdruck gefunden hat, wenn auch in deutlich reduzierterem Ausmaß als im Branchendurchschnitt. Wie im Jahresabschluss zu ersehen, konnte im Geschäftsjahr 2024/2025 dennoch ein Warenumsatz von MioEUR 67,3 (minus 1,8% zum Vorjahr) erreicht werden. Das Ergebnis beläuft sich auf tsdEUR +288 vor Steuern.

Nachdem in den Jahren 2017-2022 ein Umsatzwachstum von kumuliert rund 60% erreicht werden konnte, kann von einer Konsolidierung auf hohem Niveau gesprochen werden.

1.4. Finanzielle Leistungsindikatoren 2024/2025

Finanzielle Leistungsindikatoren

Werte lt. UGB Bilanz

Bilanzanalyse		2025	2024	2023
Umsatzrentabilität A	EBT*100/Umsatzerlöse	0,43	0,02	0,27
Umsatzrentabilität B	EBIT*100/Umsatzerlöse	1,01	0,56	0,69
Rentabilität des Gesamtkapitals (ROI)	EBIT*100/durchschn. Gesamtkapital	1,90	1,08	1,37
Rentabilität des Eigenkapitals	EBT*100/durchschn. Eigenkapital	2,60	0,12	1,58
Eigenkapitalausstattung	Eigenkapital*100/Gesamtkapital	31,96	30,43	31,67
Verschuldungsgrad	Fremdkapital*100/Gesamtkapital	68,04	69,57	68,33
Anlagendeckungsgrad	Eigenkapital*100/Anlagevermögen	76,05	72,22	75,39
Working Capital Ratio	Umlaufvermögen*100/kurzfr. FK	92,70	90,34	97,30
Eigenmittelquote	EK*100/Gesamtkapital-Anzlg-Investzuschuss	32,55	31,11	32,65
Fiktive Schuldentilgungsdauer	bilanzielles Fremdkapital/Cash Flow	11,7 Jahre	11,9 Jahre	8,4 Jahre
Nettoverschuldung (Net Debt)	verzinsliches FK abzgl flüssige Mittel - in tsd€	18 741	18 628	16 805
Nettoverschuldungsgrad	Nettoverschuldung/Eigenkapital	1,7	1,7	1,5
CF aus Geschäftstätigkeit	in tsd€	4 226	1 053	2 023
CF aus Investitionstätigkeit	in tsd€	-1 417	-2 763	-3 429
CF aus Finanzierungstätigkeit	in tsd€	-3 007	1 001	-972
CF Summe	in tsd€	-198	-709	-2 379

Die Kennzahlen für Eigenkapitalausstattung und Fremdkapital weisen durch die Zugehörigkeit zur Muttergesellschaft Grüne Erde BeteiligungsgmbH nur bedingte Aussagekraft auf. Die Grüne Erde GmbH ist als 100%ige Tochter der Grüne Erde BeteiligungsgmbH Teil der Grüne Erde Gruppe.

2. Die einzelnen Unternehmensbereiche

2.1. Beschaffungsbereich

Knapp 70% der Möbel, Heimtextilien und Kosmetikprodukte werden von den Schwester-Produktionsbetrieben geliefert. Somit sind die Versorgungssicherheit und die hohe Qualität der Produkte sichergestellt. Nur so können auch die hohen ökologischen Standards im Produktbereich sowie die sozialen Standards im Human Ressource Bereich gewährleistet werden. Mode, viele Wohnaccessoires und einige Heimtextilien werden zum größten Teil exklusiv nach genauen technischen und ökologischen Vorgaben für Grüne Erde gefertigt. Die Rechte dieser Produkte liegen in vielen Fällen bei Grüne Erde.

Die in den letzten Jahren spürbaren Störungen der Lieferketten haben sich weitgehend normalisiert. Jedoch sind die Einkaufspreise auf dem sehr hohen Niveau verblieben, die nicht zur Gänze an den Markt weitergegeben werden konnten.

Die Situation am Personalmarkt war im Geschäftsjahr 2024/2025 für spezialisierte Fachkräfte ist nach wie vor angespannt.

2.2. Absatzbereich

Grüne Erde spricht Kunden über den Web-Shop, die stationären Geschäfte und natürlich noch über Kataloge und andere Printaussendungen an. Diese drei Säulen bilden ein solides Fundament der Vertriebsmaßnahmen. Die gute Abstimmung dieser Kanäle bzw. die Nutzung der jeweiligen Stärken führen zu einem modernen Multichannel-Unternehmen.

Die Wichtigkeit mehrerer stabiler Vertriebssäulen und im Besonderen des E-Commerce-Bereichs hat sich in der Corona-Krise deutlich gezeigt, in der die stationären Geschäfte immer wieder behördlich angeordnet schließen mussten. Die gute Abstimmung der Kanäle ermöglichte die schnelle Verlagerung des Umsatzes in den Web-Shop.

Neben der Entwicklung des E-Commerce-Bereichs wurde und wird nach wie vor auf die Entwicklung des stationären Geschäfts großes Augenmerk gelegt. Der Umsatzanteil dieses Vertriebsweges lag über die letzten Jahre bei etwa 50%.

Aufgrund der schwachen Konjunktur im Geschäftsjahr 24/25 mussten die Umsätze mit höheren Rabatten gestützt werden, die sich auf das Ergebnis ausgewirkt haben.

Im Produktbereich bilden die Betttextilien, Möbel und Heimtextilien sowie Wohnaccessoires den Schwerpunkt. Als Spezialist für natürliches Wohnen und Schlafen hat Grüne Erde im deutschsprachigen Raum eine sehr gute Markenbekanntheit erworben. Zahlreiche Berichte in der internationalen Wohnpresse belegen das.

Im Möbelbereich wurde das Angebot in den letzten Jahren um viele Neuprodukte ergänzt und schlecht gehende Produkte konsequent aus dem Angebot genommen. Die verwendeten Holzarten sind die hochwertigen heimischen Hölzer Buche, Kernbuche, Eiche, Esche, Kernesche und Zirbe.

Ein weiteres Standbein im Produktbereich ist die etablierte Naturkosmetikmarke „Grüne Erde", die zum größten Teil in der zum Konzern gehörigen Schwesterfirma Grüne Erde Produktion GmbH entwickelt und produziert wird. Die Produkte werden wegen ihrer hervorragenden Produkteigenschaften und ihres ökologischen Anspruchs häufig in der Presse erwähnt, erhalten in Produkttests (z.B. bei der Zeitschrift ÖKO-Test) Bestnoten und werden in zahlreichen Internet-Kosmetik-Blogs eifrig diskutiert und lobend hervorgehoben.

2.3. Investitions- und Finanzierungsbereich

Um von den Finanzmärkten und Banken unabhängig zu sein, wurde im Geschäftsjahr 2012/13 damit begonnen, die Finanzierung Mittels Crowd-Funding bankenunabhängig zu gestalten. Grüne Erde Kunden wurde damit die Möglichkeit gegeben, der Mutterfirma Grüne Erde BeteiligungsgmbH und der Tochterfirma Grüne Erde GmbH nachrangige Darlehen zur Verfügung zu stellen. Diese Maßnahme war von außerordentlichem Erfolg gekrönt, sodass im Geschäftsjahr 2013/14 bereits der Großteil der Bankkredite und Linien getilgt werden konnte.

Die Finanzierung der Firmengruppe basiert nun zum größten Teil auf Crowd-Funding. An Bankkrediten bzw. Rahmen gibt es lediglich geförderte ERP-bzw. Exportfonds-Kreditrahmen. Seit 2019 fungiert in Abstimmung mit der FMA auch die Grüne Erde GmbH als Partner der Darlehensgeber. Insgesamt stellten per 31.7.2025 ca. 3.000 Kunden rund EUR 17,2 Mio. den Firmen Grüne Erde GmbH und Grüne Erde BeteiligungsgmbH zur Verfügung.

3. Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

3.1. Personal- und Sozialwesen

Die Anzahl der Beschäftigten ist dem Anhang zu entnehmen.

Hervorzuheben ist die weitere Flexibilisierung der Arbeitszeit unter besonderer Berücksichtigung der familiären Situation der ArbeitnehmerInnen (1997 Preis für frauenfreundlichstes Unternehmen in Oberösterreich, 1998 Audit für Familienfreundlichkeit des BM f. Umwelt, Jugend und Familie sowie 2001 den Preis für das familienfreundlichste Unternehmen in Oberösterreich und ebenfalls 2001 den Homer-Preis für die Integration von Behinderten für die Schwesterfirma Grüne Erde Produktion GmbH, 2006 100 von 100 Punkten bei der Gleichbehandlungsbilanz der Grünen). Zusätzlich konnte 2009 der Trigos, ein Preis für nachhaltige Unternehmen, gewonnen werden. 2013 wurde Grüne Erde als vorbildlicher Lehrbetrieb von der WKO ausgezeichnet.

2014 erhielt Grüne Erde wieder eine Nominierung für den Trigos-Preis, weiters erhielt Grüne Erde den Oberösterreichischen Anerkennungspreis für Umwelt und Nachhaltigkeit, sowie im Oktober 2014 wird Grüne Erde vom Verein fair-finance mit dem Betrieblichen Sozialpreis 2014

ausgezeichnet. Die Tochterfirma Terra Möbel gewinnt 2016 den Kärntner Trigos-Award als bester CSR-Newcomer und unmittelbar danach für ganzheitliches CSR-Engagement im Bereich Mittelunternehmen den gesamtösterreichischen Trigos-Preis.

Trotz der Bemühungen ein gutes Arbeitsumfeld zu schaffen, war es im Geschäftsjahr sowie in den Jahren zuvor sehr schwierig Personal zu finden. Während das bis vor einem Jahr alle Arbeitskräfte betraf, waren es im abgeschlossenen Jahr in erster Linie spezialisierte Fachkräfte.

3.2. Umwelt

Die „Welt zu verbessern" war und ist der Grund für die Existenz der Firma Grüne Erde. Aus dem Kontext der Ökologiebewegung in den 80er Jahren gegründet hat die Grüne Erde immer gezeigt, dass Ökonomie und Ökologie kein Widerspruch sind. Diese Überzeugung hat sich nicht zuletzt durch das Engagement der Firma Grüne Erde und deren beispielhaften Verhalten mittlerweile in weiten Kreisen der Bevölkerung durchgesetzt. Ökologie und Ethik sind die wesentliche Basis des Wirtschaftens. Die Anwendung der jeweils strengsten Normen (z.B. GOTS im Textilbereich) und eigene strenge interne Richtlinien für Bereiche in denen es keine allgemein gültigen Normen gibt, unterstreichen ebenso die Ernsthaftigkeit dieses Engagements wie auch die regelmäßige Erstellung einer Gemeinwohlbilanz sowie eines Co^2-Berichts.
Auf der Webseite der Grüne Erde sind ausführlich die Klimastrategien beschrieben (https://www.grueneerde.com/de/klima-strategie.html).

3.3. Forschung und Entwicklung

In allen Unternehmensbereichen ist Innovation ein wichtiger Faktor. Sämtliche Produktbereiche werden ständig kritischer Überprüfung unterzogen, Produkte verbessert und viele Neue entwickelt. Durch die intensive Zusammenarbeit mit unseren Kunden und Partnern ist gewährleistet, dass die Entwicklungen auch am Markt erfolgreich bestehen können.

Die Entwicklung neuer Produktlinien im Damenbekleidungssektor, im Möbelbereich und in der Kosmetik wurde bereits oben erwähnt.

Jedoch nicht nur im Produktbereich geschehen Innovationen, sondern genauso im Prozess-Bereich. Sämtliche interne Strukturen und Abläufe werden regelmäßig kritisch auf Effizienz, Effektivität und Kundenfreundlichkeit überprüft.

4. Wichtige Ereignisse während des Geschäftsjahres

Das Geschäftsjahr 2024/25 war geprägt von einer weiterhin angespannten geopolitischen und wirtschaftlichen Lage. Die geopolitischen Spannungen – insbesondere der anhaltende Krieg in der Ukraine sowie die Konflikte im Nahen Osten – beeinflussten Energiepreise und globale Lieferketten. Zwar stabilisierte sich die Inflation im Vergleich zu den Vorjahren, doch blieb die Kerninflation in vielen Regionen über den Zielwerten der Zentralbanken. In Österreich lag die Inflation im Jahresdurchschnitt bei rund 3,5%, in Deutschland bei etwa 2,1%. Die Energiepreise blieben volatil, insbesondere Strom und Gas, was die Kostenstruktur vieler Unternehmen belastete.

Auf EU-Ebene blieb die wirtschaftliche Lage schwach. Die Eurozone verzeichnete 2025 ein Wachstum von lediglich rund 1,3 %, Österreich stagnierte bei +0,3%, Deutschland bei +0,2%. Ursachen waren eine schwache Industrieproduktion, die Baukrise und eine anhaltende Konsumzurückhaltung. Die Arbeitslosenquote im Dezember 2025 lag bei 8,4 Prozent, um 0,2 Prozentpunkte höher als im Dezember 2024.
(https://www.derstandard.at/story/3000000302580/arbeitslosigkeit-im-dezember-weiter-gestiegen-fast-435000-personen-ohne-job). Das Verbrauchervertrauen war weiterhin niedrig, was sich in einer hohen Sparquote und zurückhaltenden Ausgaben niederschlug.

Die Möbelbranche – ein zentraler Markt für Grüne Erde – litt unter dieser Konsumflaute. Nach deutlichen Rückgängen im zweiten Halbjahr 2024 setzte sich die negative Entwicklung im ersten Halbjahr 2025 fort. In Österreich sank die Möbelproduktion im ersten Halbjahr 2025 um 2,9%, in Deutschland die Umsätze um 5,1%. Der Online-Anteil im Möbelhandel stieg weiter, während der stationäre Handel Marktanteile verlor. Nachhaltigkeit und Digitalisierung blieben zentrale Branchentrends, verbunden mit steigenden regulatorischen Anforderungen (z. B. Digitaler Produktpass, EU-Lieferkettengesetz, Entwaldungsverordnung, ...).
Unternehmensinternes Ereignis: Ein strategisch wichtiges Projekt war die Fortführung und Implementierung des neuen ERP-Systems. Dieses ermöglicht deutliche Prozessverbesserungen in nahezu allen Unternehmensbereichen und die vollständige Integration der Produktionsbetriebe in das IT-System. Damit wurden die Grundlagen für eine effizientere Steuerung und höhere Transparenz geschaffen. Ebenso wurde ein neues wichtiges Projekt, die Ablöse des in die Jahre gekommenen Web-Shops initiiert.

5. Wesentliche Risiken und Ungewissheiten

Gemäß § 243 Abs 1 UGB sind im Lagebericht auch wesentliche Risiken und Ungewissheiten, denen ein Unternehmen ausgesetzt ist, aufzunehmen. Für Grüne Erde sind die typischen allgemeinwirtschaftlichen Risiken zu nennen. Wie jedes andere Unternehmen unterliegt auch die Grüne Erde gesamtwirtschaftlichen Konjunkturschwankungen und ist von gesetzlichen Veränderungen abhängig. Ebenso sind größere und langfristige Schwankungen am Rohstoffmarkt bzw. Finanzmarkt eine Einflussgröße. Mit geeigneten Controlling-, Marketing- und Werbemaßnahmen wird versucht, derartige Schwankungen frühzeitig zu erkennen und entsprechende Gegenmaßnahmen zu setzen.

Wie im Bericht über die einzelnen Unternehmensbereiche und zum Finanzbereich angeführt, sind zur Absicherung des Beschaffungsbereichs, des Absatzbereichs, des Human Resources-Bereichs und des Finanz- und Investitionsbereichs zahlreiche Maßnahmen gesetzt und Entwicklungen werden genau beobachtet.

Die wesentlichste Unsicherheit ist die weitere Entwicklung des Ukraine-Krieges und der Konflikt im Nahen Osten, die Energiepreise und die Inflation. Durch diese großen Unsicherheitsfaktoren ist eine Prognose der weiteren Entwicklung deutlich schwieriger als in den Vorjahren.

II. Die Lage des Unternehmens

1. Struktur des Unternehmens, Betriebsstätten

Sitz der Verwaltung ist Scharnstein, OÖ.

Die Vertriebsstandorte sind die Grüne Erde Welt in Pettenbach, Shops in Linz, Wien, Graz, Innsbruck und St Pölten. In Pettenbach befindet sich auch das stark frequentierte sogenannte Grüne Erde Outlet (Verkauf von leicht beschädigter Ware).

Über die Schwesterfirma Grüne Erde Wohnstudio GmbH werden auch Schauräume in Berlin, Frankfurt, Hamburg, München, Nürnberg, Stuttgart und Köln betrieben.

Lager und Versand sind in Neumarkt (OÖ) und Sittersdorf/Kärnten, sowie in kleinerem Umfang in Pettenbach (Outlet).

Zweigniederlassungen gibt es keine.

2. Die wirtschaftliche Lage des Unternehmens wird obenstehend ausführlich erläutert.

B. Voraussichtliche Entwicklung

I. Zukünftige Entwicklungen im neuen Geschäftsjahr 2025/26

1. Bedeutsame Entwicklungen bzw. Tendenzen im neuen Geschäftsjahr 2025/26

Das neue Geschäftsjahr 2025/26 startet in einem wirtschaftlich herausfordernden Umfeld. Nach drei Jahren schwacher Konjunktur erwarten die Wirtschaftsforschungsinstitute für Österreich und Deutschland, wie eingangs erwähnt, nur eine sehr langsame Erholung.

Im ersten Quartal des neuen Geschäftsjahres war die Konjunkturflaute weiterhin für viele Firmen deutlich spürbar. Speziell die Bauwirtschaft aber auch viele andere Branchen sind betroffen. Die Verunsicherung der Konsumenten führt zu einer deutlichen Konsumzurückhaltung. Mit verschieden Aktionen steuert die Grüne Erde gegen diese Entwicklung und konnte mit Abschluss des ersten Quartals den Warenumsatz sogar leicht steigern (knapp +5%). Jedoch zeigte das folgende Weihnachtsgeschäft eine deutliche Konsumzurückhaltung.

2. Die Branche betreffende wirtschaftliche und/oder politische Ereignisse und Tendenzen

Das Geschäftsjahr 2025/26 begann in einem Umfeld, das weiterhin von geopolitischen Unsicherheiten geprägt ist. Der Krieg in der Ukraine dauert an, die Lage im Nahen Osten bleibt angespannt, und die globalen Handelskonflikte sorgen für zusätzliche Risiken. Diese Faktoren belasten das Konsumklima in Europa und führen zu einer anhaltenden Kaufzurückhaltung bei langlebigen Konsumgütern wie Möbeln.

Grüne Erde

Branchenprognosen gehen davon aus, dass die Möbelindustrie in Österreich und Deutschland auch 2026 nur eine moderate Erholung erlebt. Für Österreich wird ein Wachstum von rund 0,8 bis 1,0% erwartet, für Deutschland etwa 1,3% – nach einer faktischen Stagnation im Jahr 2025. Die Inflation dürfte weiter sinken (Eurozone: etwa 1,7 %), was die Kaufkraft leicht verbessert. Dennoch bleiben die Zinsen voraussichtlich auf einem Niveau, das die Bauwirtschaft und damit die Nachfrage nach Einrichtung weiterhin dämpft.

Die Branche steht vor strukturellen Veränderungen:
- Digitalisierung & Omnichannel: Der Online-Anteil im Möbelhandel wird weiter steigen, unterstützt durch AR/VR-Planungstools und KI-basierte Kundenservices.

- Nachhaltigkeit & Regulierung: Der Digitale Produktpass, die EU-Lieferkettenrichtlinie und die Entwaldungsverordnung treten vermutlich in Kraft und erhöhen den Compliance-Aufwand.

- Marktkonsolidierung & Preisdruck: Nach den Rabattschlachten und Insolvenzen im Vorjahr wird sich der Markt weiter konsolidieren. Anbieter im Premium- und Nachhaltigkeitssegment sind besser positioniert, während der Preiskampf im mittleren Segment anhält.

Fazit: Für das Geschäftsjahr 2025/26 ist keine deutliche Erholung zu erwarten. Die Branche muss sich auf schwache Nachfrage, hohen Wettbewerbsdruck und steigende regulatorische Anforderungen einstellen. Unternehmen mit klarer Positionierung in Nachhaltigkeit, Qualität und digitaler Kundenerfahrung haben die besten Chancen, sich in diesem Umfeld zu behaupten.

Vor diesem unsicheren Hintergrund nimmt die Bedeutung eines straffen Kostenmanagements zu. Ebenso werden die vertrieblichen Maßnahmen intensiviert um die Nachfrage zu stabilisieren und das in den letzten Jahren erreichte hohe Umsatzniveau abzusichern.

Der Umbau der Wirtschaft in EU und Nationalstaaten hin zu mehr Ökologie und Nachhaltigkeit und damit die Bekämpfung des anthropogenen Klimawandels scheint derzeit ein wenig zu stocken. Umso wichtiger sind Firmen wie Grüne Erde, die zeigen, dass Ökologie, Nachhaltigkeit und eine soziale Wirtschaft für die Zukunft wichtiger sind den je. Grüne Erde hat immer gezeigt, dass sie sich durch eine klare ökologische und ethische Ausrichtung eine eigenständige Positionierung erarbeitet und sich somit eine stabile Marktbasis geschaffen hat.

Die Nische, die die Grüne Erde konsequent und erfolgreich besetzt, erschwert einen erfolgreichen und glaubwürdigen Markteintritt von potentiellen Mitbewerbern. Während bereits im Öko-Umfeld tätige Firmen die ökologischen Ansprüche und Qualitätsanforderungen reduzieren, setzt Grüne Erde konsequent auf höchste Ansprüche in beiden Bereichen und stärkt damit den Markenkern.

II. Ausblick

Aufgrund des labilen wirtschaftlichen Umfelds sind derzeit Prognosen mit einem wesentlich höheren spekulativen Aspekt behaftet als sonst. Mit vielen Werbeaktionen wird versucht das hohe Umsatzniveau der letzten Jahre zu halten. Gleichzeitig sind viele Einsparungsprogramme am Laufen, die die Kostenstruktur an eventuelle Umsatzrückgänge anpassen, sodass ein positives Jahresergebnis erreicht werden kann.

Scharnstein, am 23.02.26

.....

Mag. Friedrich Reinhard Kepplinger

.....

Stefan Mues