Lagebericht für das Geschäftsjahr 2025

gemäß § 243 UGB

zum Jahresabschluss per 31. Dezember 2025

der Kia Austria Gesellschaft m.b.H., Wien.

Lage der Gesellschaft und Marktentwicklung

Der Schwerpunkt unserer Tätigkeit liegt im Import und Großhandel von Neuwagen und Ersatzteilen der Marke Kia.

Der österreichische PKW-Markt verzeichnete im Jahr 2025 ein deutliches Wachstum und erreichte insgesamt 284.978 Neuzulassungen, was einem Anstieg von 12,3 Prozent gegenüber 2024 entspricht. Dieses Marktwachstum wurde vor allem von den großen Volumenherstellern getragen, wobei Marken wie Volkswagen und Skoda zweistellige Zuwächse erzielten und ihre Marktposition weiter stärken konnten.

Die Segmentstruktur zeigt, dass das SUV-C1-Segment mit 45.832 Zulassungen und einem Marktanteil von 16,1 Prozent weiterhin das größte Einzelsegment bleibt. Trotz eines deutlichen Rückgangs von 20 Prozent behauptet es seine führende Rolle. Dahinter folgen die beiden volumenstarken SUV-B-Segmente, die in Summe ebenfalls eine zentrale Bedeutung für den österreichischen Markt behalten. Das klassische B-Segment ist das einzige Segment, das im Jahresvergleich wächst, und legt um 2,7 Prozent zu. Alle anderen großen Segmente sind rückläufig, wobei das C2-Segment mit –31 Prozent den stärksten Einbruch aufweist.

Parallel zur Segmententwicklung zeigen die Antriebsarten deutliche Verschiebungen. Am Gesamtmarkt dominieren weiterhin ICE-Fahrzeuge, die 2025 39,5 Prozent Marktanteil erreichen. Mild- und Vollhybride (MHEV/HEV) kommen auf 29,1 Prozent Marktanteil, während reine Elektrofahrzeuge mit 21,3 Prozent einen stabilen Anteil halten. Plug-In-Hybride (PHEV) liegen bei 10,1 Prozent.
Für Kia ergibt sich ein deutlich anderes Bild: ICE dominieren mit 58,6 Prozent, während der EV-Anteil von Kia bei 24,6 Prozent liegt und damit über drei Prozentpunkte über dem Markt. Bei MHEV/HEV und PHEV liegt Kia hingegen klar unter dem Marktniveau. Diese Abweichungen spiegeln die modellbedingte Angebotsstruktur von PHEV und HEV.

Über das Gesamtjahr betrachtet bleibt der Ceed auf Basis der Neuzulassungen mit 2.235 Einheiten das volumenstärkste Kia-Modell, gefolgt vom Sportage (1.114 Einheiten) und dem EV3 (1.028 Einheiten). Der EV3 etabliert sich damit als wichtigster elektrischer Wachstumsträger innerhalb der Marke. Modelle wie Picanto und XCeed verlieren hingegen deutlich an Bedeutung.

Zusammenfassend zeigt sich, dass 2025 ein Jahr starker Marktbewegungen war: Der Gesamtmarkt wächst deutlich, die Segmentlandschaft verschiebt sich weiter Richtung SUV, gleichzeitig brechen wichtige Segmente ein. Bei den Antriebsarten setzt sich die Elektrifizierung stabil fort, während Kia hier insbesondere im EV-Bereich positiv hervorsticht, jedoch strukturell durch den hohen ICE-Anteil geprägt bleibt.

Dez YTD	2025				
	Gesamtmarkt		**Kia**		
	Stück	Anteil	Stück	Anteil	Kia M/S
MHEV & HEV	83.044	29,1%	978	15,5%	**1,2%**
PHEV	28.820	10,1%	84	1,3%	**0,3%**
EV	60.651	21,3%	1.558	24,6%	**2,6%**
ICE	112.461	39,5%	3.706	58,6%	**3,3%**
ANDERE	2	0,0%			
Gesamt	**284.978**	**100%**	**6.326**	**100,0%**	**2,2%**

Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an PKW-Neuzulassungen 2025 – Statistik Austria

Im Wettbewerbsranking erreicht Kia 2025 6.326 Neuzulassungen und kommt damit auf einen Marktanteil von 2,0 Prozent, was einem Rückgang von 10,1 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht.

Geschäftsverlauf und wesentliche Ereignisse

Das Geschäftsjahr 2025 war in Österreich von einer Entspannung der Inflation und einer zunehmenden wirtschaftlichen Stabilisierung geprägt. Dennoch blieb das Konsumverhalten vieler EndkundInnen insgesamt verhalten, da die Kaufkraftverluste der Vorjahre sowie ein weiterhin unsicheres wirtschaftliches Umfeld nachwirkten. Trotz dieser Rahmenbedingungen entwickelte sich der österreichische PKW-Markt im Jahr 2025 positiv und verzeichnete einen deutlichen Anstieg der Neuzulassungen um 12,3 Prozent. Der Nutzfahrzeug-Markt bleibt auf dem Niveau von 2024 und wies im Jahr 2025 ein leichtes Wachstum von 1,1 Prozent auf. In diesem Marktsegment erfolgte 2025 auch der Markteintritt von Kia.

Zusätzlich nahm der Wettbewerbsdruck im Jahr 2025 weiter zu, da sich bereits etablierte Elektrofahrzeughersteller aus dem asiatischen Raum erfolgreich im österreichischen Markt behaupteten und ihre Marktpräsenz weiter ausbauten.

Kia erreichte mit 1.558 neu zugelassenen Elektrofahrzeugen einen Anstieg um 21,9 Prozent gegenüber 2024. Der 2025 gelaunchte vollelektrische Kia PV5 wurde im selben Jahr mit dem Titel „International Van of the Year 2026" ausgezeichnet und unterstreicht damit die Wettbewerbsfähigkeit der Marke im Nutzfahrzeugsegment. Mit dem Marktstart des Kia EV4 im August 2025 wurde die Produktpalette im C1-Segment um ein weiteres vollelektrisches Modell erweitert. Beide Fahrzeuge leisten einen wichtigen Beitrag zur Stärkung der Marktposition von Kia und bilden eine zentrale Grundlage für den Markterfolg der Marke im Jahr 2026.

Bezüglich der anderen Kia-Modelle war 2025 die Ceed-Familie (5-Türer, Kombi, Proceed und XCeed) mit rund 2.523 Neuzulassungen und einem Absatzanteil von 39,9 Prozent das am stärksten verkaufte Modell, gefolgt vom Sportage mit rund 1.114 Neuzulassungen und einem Absatzanteil von 17,6 Prozent. Der Kia EV3 (SUV-B-Segment) wies mit 1.028 Neuzulassungen sowie einem Absatzanteil von 16,3 Prozent das drittgrößte Modellvolumen auf, gefolgt vom Kia Stonic (SUV-B-Segment) mit 550 Neuzulassungen und einem Absatzanteil von 8,7 Prozent. Den fünften Rang belegt der Kia Picanto (A-Segment), der mit 409 Neuzulassungen einen Absatzanteil von 6,5 Prozent vorweisen kann.

Insgesamt realisierte Kia im Geschäftsjahr 2025 einen Absatz von 6.326 Fahrzeugen, was einem Gesamtmarktanteil von 2,0 Prozent entspricht, davon 2,2 Prozent PKW Marktanteil.

Im Bereich der Verkaufskanäle konnten im vergangenen Jahr bedeutende Fortschritte erzielt werden, die maßgeblich zur positiven Entwicklung der HändlerInnenstruktur und der Unternehmensperformance beigetragen haben. Ein zentrales Element war die konsequente Umsetzung der neuen Corporate Identity 2.0 an den Standorten der HändlerInnen. Hierbei wurden bereits 72 % der Standorte im Außenbereich und 43 % im Innenbereich erfolgreich umgestaltet. Diese Maßnahmen stärken nicht nur die einheitliche Markenpräsenz nach außen, sondern optimieren auch das KundInnenerlebnis vor Ort.

Ein weiterer Meilenstein war die signifikante Steigerung der HändlerInnen-Standarderfüllung, die nun bei 91 % liegt. Dies zeigt, dass die PartnerInnenbetriebe die definierten Qualitäts- und Prozessvorgaben engagiert und erfolgreich umsetzen. Zur weiteren Förderung der Qualität und Motivation wurde ein neues Volumen- und Qualitätsbonussystem entwickelt und vorbereitet, dass künftig weitere gezielte Anreize für herausragende Leistungen schaffen soll.

Ein weiterer Schwerpunkt lag auf dem Aufbau einer eindeutigen HändlerInnen-Marketing-Logik, um Importeur- und HändlerInnenkommunikation besser miteinander zu verbinden. Im Bereich Social Media wurde der Fokus deutlich auf relevante Kanäle sowie die klare Trennung von Paid- und Owned-Strategien gelegt. Die Paid-Interaktionsrate konnte um 114 % gesteigert werden, während die Owned-Channel-Interaktionen um 70 % wuchsen.

Zusätzlich wurde die Sichtbarkeit des CEO und des Managements gezielt erweitert, um Glaubwürdigkeit, Vertrauen und Thought Leadership zu fördern. Über strategische PR, Events und entsprechende Content-Formate konnte die Positionierung des Managements offensiver kommuniziert werden, was die Kommunikationswirkung deutlich verstärkt hat.

Leistungsindikatoren 2025

Finanzielle Leistungsindikatoren

	Einheit	2025	2024
Umsatzerlöse	T€	197.918	175.128
Umsatzerlös pro Fahrzeug	T€	28,3	26,7
Umsatz pro MitarbeiterIn	T€	4.123	3.807
Umsatzrentabilität	%	0,7	1,2
Materialaufwand	T€	167.292	146.339
Lagerumschlagshäufigkeit	Anzahl	3,3	4,3
Durchschnittliche Lagerdauer	Tage	110	85
Personalaufwand	T€	6.147	5.315
MitarbeiterInnen (Jahresschnitt)	Anzahl	48	46
Personalkosten pro MitarbeiterIn	T€	128	116
Umschlagshäufigkeit der KundInnenforderungen	Anzahl	97,7	76,5
Durchschnittliche Geldeingangsdauer	Tage	3,7	4,8
Eigenkapital	T€	46.761	45.719
Eigenmittelquote	%	57,0	67,9
Fiktive Schuldentilgungsdauer gem. §24 Abs. 1 URG	Jahre	9,7	0

Nicht finanzielle Leistungsindikatoren

Verkaufte Fahrzeuge PKW	Anzahl	6.983	6.550
MitarbeiterInnenfluktuation	%	15,7	24,0
Zulassungen	Anzahl	6.326	7.033
Marktanteil Gesamtmarkt	%	2,0	2,8

Umwelt- und ArbeitnehmerInnenbelange

Für Umweltbelange, ArbeitnehmerInnenschutz sowie Aus- und Weiterbildung verfügt das Unternehmen über Verantwortliche, die in Abstimmung mit dem Konzern ihre Aufgaben wahrnehmen.

Entsprechend des Konzernmottos „Movement That Inspires" treibt Kia moderne Technik gepaart mit Öko- und Umweltbewusstsein konsequent voran. Insbesondere bei der Entwicklung neuer Fahrzeuge wird weiterhin großer Wert auf Elektromobilität gelegt, um den CO_2-Fußabruck zu reduzieren.

Im Jahr 2025 hat die P&O-Abteilung ihre Arbeit darauf konzentriert, eine inklusive, leistungsorientierte und zukunftsgerichtete Unternehmenskultur zu stärken. Ein zentraler Fokus lag auf dem Onboarding und der Entwicklung neuer MitarbeiterInnen. Zahlreiche Neueinstellungen, besonders in Schlüsselpositionen und im Sales-Bereich, wurden erfolgreich integriert. Durch gezielte Unterstützung, Coaching und Leadership-Workshops konnten unsere Führungskräfte ihre Kompetenzen weiterentwickeln und wurden aktiv bei verschiedenen organisatorischen Umstrukturierungen unter dem neuen Executive Management begleitet.

Ein weiterer Schwerpunkt lag auf strategischen Initiativen, die das Arbeiten bei Kia Austria transparenter und effizienter gestalten. Dazu zählen die Einführung transparenter Gehaltsbänder, die klare Kommunikation des Compensation-Frameworks, die fortschreitende Digitalisierung unserer HR-Prozesse sowie die verstärkte Nutzung KI-gestützter Arbeitsabläufe. Mit dem Female Leadership Program von KEU wurde zudem ein wichtiger Schritt unternommen, Frauen gezielt auf höhere Führungsrollen vorzubereiten und Diversität im Unternehmen zu fördern. Gleichzeitig wurde mit Kia Net eine zentrale Plattform etabliert, die News, Termine, Guidelines und weitere HR-Informationen gebündelt bereitstellt.

Im Geschäftsjahr 2025 hat Kia Austria die interne Kultur- und Organisationsentwicklung konsequent weiter gestärkt und damit einen wichtigen Beitrag zur nachhaltigen Unternehmensperformance geleistet. Ein zentraler Meilenstein war der erfolgreiche Abschluss der Great Place to Work® (GPTW) Zertifizierung, die das positive Arbeitsumfeld bei Kia eindrucksvoll bestätigt. Die Kombination aus hoher Mitarbeiterzufriedenheit, klaren Kulturmaßnahmen und gezielter Organisationsentwicklung stärkt das Unternehmen langfristig – und positioniert Kia Austria weiterhin erfolgreich als attraktiven Arbeitgeber am österreichischen Markt.

Wesentliche Risiken und Ungewissheiten, denen das Unternehmen ausgesetzt ist

Der Lagerbestand an Neufahrzeugen hat zum Bilanzstichtag 2.094 betragen, wobei sich 843 davon in Transit befunden haben. Der Lagerbestand hat sich im Vergleich zum Vorjahr von 38,9 Mio. EUR auf 56,1 Mio. EUR erhöht. Im Zuge der Erweiterung unserer Produktpalette wurde der Lagerbestand zielgerichtet erhöht, um eine hohe Lieferfähigkeit und eine reibungslose Markteinführung neuer Modelle sicherzustellen. Dieser strategische Lageraufbau stärkt unsere Position im Wettbewerb, ermöglicht eine schnellere Belieferung unseres Händlernetzwerks und verbessert die Verfügbarkeit attraktiver Modellvarianten am österreichischen Markt. Durch unser aktives Lagermanagement und kontinuierliche Optimierungsmaßnahmen bleibt das Lagerrisiko kontrolliert und das gebundene Kapital effizient eingesetzt.

Risiken aus Forderungsausfällen können einerseits aufgrund der Zahlungsmodalität „Documents against Payment" und andererseits durch die verstärkte Kooperation mit der Santander Consumer Bank im Bereich der Finanzierung von Neufahrzeugen, inkl. Lager- und Vorführwagen, weitgehend ausgeschlossen werden. Die Kia-HändlerInnen sind standardmäßig PartnerInnen der Santander Bank im Bereich der Neuwagen- und Lagerfinanzierung.

Trotz der weitgehend erfolgten Rückkehr zu den Zahlungsmodalitäten auf Vorkrisenniveau und der damit einhergehenden signifikanten Verkürzung der konzerninternen Zahlungsziele, konnte die Liquidität auf einem weiterhin sehr hohen Niveau gehalten werden. Dies war insbesondere durch ein weiter verbessertes Liquiditätsmanagement, ein optimiertes Risikomanagement und die verbesserte Steuerung der Kreditlimits möglich. Die durchschnittliche Geldeingangsdauer wurde von 4,8 Tagen auf 3,7 Tage optimiert.

Die Refinanzierung erfolgt überwiegend innerhalb des Kia-Konzerns im Rahmen eines Cashpoolings.

Für die Bereitstellung der erforderlichen Mittel im operativen Tagesgeschäft werden die liquiden Mittel kurz- und langfristig geplant und somit die notwendige Liquidität gesichert.

Das Zinsrisiko wird entsprechend den konzerninternen Richtlinien und Festlegungen möglichst geringgehalten. Das Finanzergebnis war aufgrund des sinkendem Zinsniveaus leicht rückläufig, jedoch werden geringeren Zinserträge durch geringere Zinsaufwendungen kompensiert.

Es besteht kein Währungsrisiko, da alle Geschäfte in Euro abgewickelt werden. Derivative Finanzinstrumente werden nicht eingesetzt.

Forschung und Entwicklung

Forschung und Entwicklung werden zentral vom Konzern wahrgenommen.

Zweigniederlassungen

Die Gesellschaft betreibt keine Zweigniederlassungen und ist ausschließlich am Standort Wien tätig.

Voraussichtliche Entwicklung des Unternehmens

Obwohl sich der Automobilmarkt weiterhin mit verschiedenen Herausforderungen konfrontiert sieht – darunter die geplante Ausweitung der motorbezogenen Versicherungssteuer auf Elektrofahrzeuge – erwartet Kia für 2026 eine insgesamt stabile gesamtwirtschaftliche Marktentwicklung. Diese Stabilität bedeutet jedoch gleichzeitig ein begrenztes Wachstumspotenzial, insbesondere im PrivatkundInnensegment. Hier ist aufgrund wirtschaftlicher Unsicherheiten sowie knapper bzw. rückläufiger Budgets mit einer sinkenden Nachfrage zu rechnen.

Im Gegensatz dazu wird für Elektrofahrzeuge ein weiteres Wachstum prognostiziert. Ihr Anteil könnte auf rund 27 Prozent steigen. Kia geht in diesem Segment daher von einer positiven Entwicklung aus, die sich vom Trend des Gesamtmarktes abhebt.

Für das Jahr 2026 fällt der Ausblick optimistisch aus: Die Elektromodellpalette wird weiter ausgebaut, unter anderem durch den geplanten Marktstart des neuen Kia EV2 im ersten Quartal 2026. Auch das Angebot an Verbrenner-Modellen wird erweitert, etwa durch den Launch des Kia K4 sowie des Kia Seltos.

Mit dem klaren Fokus auf Elektromobilität setzt Kia die konzernweite Strategie „Plan S" konsequent fort. Die drei zentralen Säulen umfassen

- die fortschreitende Elektrifizierung mit einer Modellpalette von elf Elektrofahrzeugen bis 2026,

- den Ausbau und die Stärkung des PBV-Geschäfts, sowie
- die Entwicklung differenzierter, kundenzentrierter Mobilitätsdienstleistungen.

Kia richtet seinen strategischen Fokus klar auf den Ausbau seiner Position als führende BEV-Marke in Österreich. Wachstumstreiber sind das PBV-Geschäft, eine stärkere Ausrichtung auf Corporate-KundIinnen sowie eine umfassende Modelloffensive mit neuen Elektro- und Verbrennermodellen (u. a. EV2, K4 etc.). Durch die konsequente Umsetzung der „Plan S"-Strategie und die Erweiterung des Angebots im Nutzfahrzeugbereich soll die Marktstellung nachhaltig gestärkt werden.

Die unverändert gültige 7-Jahres-Garantie stellt weiterhin ein Differenzierungsmerkmal im Wettbewerbsumfeld dar und unterstützt nachhaltig die hohe Loyalität der KundInnen im Aftersales-Bereich. Die daraus resultierende starke Markenbindung bildet eine verlässliche Grundlage für wiederkehrende Service- und Wartungserlöse im gesamten Netzwerk.

Aufbauend auf dem erfolgreichen Geschäftsjahr 2025 wird für 2026 eine insgesamt stabile Ergebnislage prognostiziert. Gleichzeitig eröffnen technologische Fortschritte sowie der fortschreitende Wandel hin zur Elektromobilität zusätzliche Wachstumspotenziale. Mit der sukzessiven Erweiterung des EV-Portfolios und kontinuierlichen Investitionen in innovative Technologien verfügt Kia über eine solide Ausgangsbasis, in welcher Ownership Experience mit passenden Lösungen für den FahrzeughalterInnen und durch passende KundInnenbindungsprogramme auch zukünftig erfolgreich sein kann.

Wien, am 1. Juni 2026

Kia Austria Gesellschaft m.b.H., Wien

Die Geschäftsführung

Mag. Harald Hölzl
President

Soo Jung
CFO