Allgemeines

Das Ziel von OBI ist es, die erste Anlaufstelle für alle Themen rund um Haus und Garten in Europa zu werden und somit wegweisend für die gesamte DIY-Branche zu sein. Mit OBI lässt sich das Zuhause kreativ und selbst gestalten. Das Angebot umfasst Produkte und Serviceangebote für die Bereiche Heimwerken, Bauen und Garten. Die Befähigung seiner Kunden, das eigene Zuhause nach den eigenen Vorstellungen, Möglichkeiten und individuellen DIY-Kenntnissen umzusetzen, steht für OBI an erster Stelle. Neben dem stationären Handel setzt OBI auf das Online Geschäft und die digitale Kunden- und Beratungskommunikation über die Plattform heyOBI.

Gemessen am Umsatz zählt OBI zu den drei größten Anbietern der Bau- und Heimwerkermarktbranche in Deutschland, Österreich und vielen weiteren EU-Ländern.

Die Kerntätigkeit der OBI Bau- und Heimwerkermärkte Systemzentrale GmbH, Wien (kurz: „OBI“) erstreckt sich auf die Bereitstellung von Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Einrichtung und dem Betrieb von Bau- und Heimwerkermärkten in Österreich, Slowenien und Bosnien-Herzegowina sowie von Know-how und Konzepten.

Zum 31.12.2025 werden in Österreich 16 Bau- und Heimwerkermärkte von insgesamt vier konzernfremden Franchisepartnern betrieben. Die OBI Systemzentrale betreibt 54 eigene Standorte sowie den OBI Onlineshop in Österreich. Darüber hinaus werden in Österreich 9 Märkte von der OBI Markt GmbH betrieben.

Durch die slowenische Tochtergesellschaft werden zum 31.12.2025 8 eigene Märkte betrieben.

Für OBI stehen weiterhin Qualität in Produkten und Services sowie Nachhaltigkeit im Mittelpunkt. OBI setzt auf die Fokussierung auf die Kunden durch spezielle und zielgerichtete Schulungen der Mitarbeiter und den Ausbau eines hochmodernen CRM Systems.

Auch in 2025 ist neben dem klassischen stationären Handel in den OBI-Märkten, das Online Geschäft auf einem hohen Niveau. Ca. 50% der Kunden nutzen bereits die digitale Präsenz von OBI, um ihre Projekte vorzubereiten, die Artikelauswahl oder –verfügbarkeit zu planen oder teilweise direkt online zu kaufen oder für die Marktabholung zu reservieren.

Die digitale Präsenz von OBI bietet viele Möglichkeiten, das Geschäftsmodell von OBI auf die nächste Stufe zu heben und den Kunden neue Services anzubieten. Die meisten Journeys der Kunden starten in der digitalen ersten Meile, für die OBI kontinuierlich neue Angebote entwickelt, die Kunden zu befähigen, ihr Zuhause in Stand zu halten und zu verschönern, ganz nach dem Markenversprechen „alles machbar mit OBI“.

Lösungen von Vorhaben rund um Haus und Garten

Ein wesentlicher Wachstumshebel der Unternehmensstrategie liegt im Angebot von Lösungen für den Kunden anstelle von Einzelprodukten. Im Fokus stehen die Kernbereiche Home & Garden, in denen OBI überzeugen will. Der Aufbau unseres neuen Solution Partnering Bereich mit lieferantenkoordinierten Komplettlösungen (wie z.B. Photovoltaik, Terrassenüberdachung usw.) in Kombination mit dem Ausbau unseres Kundenprogramms heyOBI soll den Kunden ganzjährig einen Nutzen bieten, den Kunden frühzeitig in ihrem Projektvorhaben abzuholen, d.h. bereits bei der Bedarfsweckung, Pflege oder bei der Suche nach Inspiration. Mit der Vielzahl an Lösungsoptionen wird der Kunde in das gesamte

OBI Ökosystem besser eingebunden und barrierefrei zwischen online & offline abgeholt. Tools wie der Gartenplaner, Badplaner, Küchenplaner aber auch Tools für Bauelemente unterstützen den Kunden auch bei größeren Projekten. Ziel dieser Angebote ist es den Kunden von der Planung bis hin zur Umsetzung mit digitaler Beratung sowie spezifischer und nützlicher Projekt-Content vom breiten OBI Angebot zu überzeugen. OBI bietet dabei auch handwerkliche Dienstleistungen mit an. Damit orientiert sich OBI an der Individualität der Kunden in Bezug auf DIY-Fähigkeiten, verfügbarer Zeit oder Budget. Auch die Präsentation der Angebote im Markt ändert sich. Musterausstellungen mit nachgelagerter Warenversorgung/Kommissionsbestellung sind in manchen Sortimentsbereichen eine Option, die Kapitalbindung zu reduzieren und zugleich die Sortimentsbreite für die Kunden zu erhöhen.

Nach ersten Prognosen von Statistik Austria ist das Bruttoinlandsprodukt im abgelaufenen Kalenderjahr real um 0,6 % gestiegen (VJ: -0,9 %). Gleichzeitig verzeichnet der Einzelhandel im Nicht-Nahrungsmittelsektor nach vorläufigen Angaben von Statistik Austria einen nominellen Umsatzanstieg von 1,4 % gegenüber dem Vorjahr. Inflationsbereinigt weist der Einzelhandel im Nicht-Nahrungsmittelsektor insgesamt einen realen Umsatzanstieg von 0,1 % gegenüber dem Vorjahr auf.

Sämtliche Märkte der Gesellschaft werden seitens der Geschäftsleitung laufend und insbesondere zum Jahresabschluss unter Berücksichtigung der derzeitigen gesamtwirtschaftlichen Indikatoren auf die Rentabilität untersucht. Für allfällige Risiken wird im Jahresabschluss entsprechend Vorsorge getroffen.

Analyse unter Einbeziehung der wichtigsten finanziellen Leistungsindikatoren

Ertragslage

Die Umsatzerlöse der Eigenmärkte und des Online-Shops erhöhten sich im Geschäftsjahr um TEUR 3.629 oder 0,6 % auf TEUR 578.312 und liegen somit leicht über dem Vorjahresniveau.

Die Umsätze aus dem Kernbereich der Geschäftstätigkeit des Franchisesystems erhöhten sich im Jahr 2025 um TEUR 1.351 auf TEUR 50.280 im Vergleich zum Vorjahr (TEUR 48.929).

Die Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen iHv TEUR 2.102 (VJ TEUR 950) sind im Wesentlichen auf die Auflösung der Rückstellung für Aufbewahrungen und ausstehende Eingangsrechnungen zurückzuführen.

Die Position übrige sonstige betriebliche Erträge iHv TEUR 3.123 (VJ TEUR 4.111) entfällt im Wesentlichen auf Erträge aus Schadensersatzvergütungen sowie aus der Auflösung von Einzelwertberichtigungen auf Forderungen aus Vorjahren.

Die Personalaufwendungen lagen mit TEUR 109.086 (VJ TEUR 113.313) niedriger als im Vorjahr. Dies ist im Wesentlichen auf die geringere Anzahl an Mitarbeitern sowie die Reduktion der langfristigen Jubiläumsrückstellung zurückzuführen.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen reduzierten sich um TEUR 1.443 auf TEUR 123.007 (VJ TEUR 124.450).

Das Betriebsergebnis erhöhte sich um TEUR 5.255 auf TEUR 27.386 (VJ TEUR 22.131).

Das Finanzergebnis beläuft sich im Geschäftsjahr auf TEUR 625 (VJ TEUR 1.513).

Das Ergebnis vor Steuern beträgt im Geschäftsjahr TEUR 28.011 (VJ TEUR 23.643). Unter Berücksichtigung der Ertragsteuern in Höhe von TEUR -6.767 (VJ TEUR -5.038) ergibt sich ein Jahresüberschuss von TEUR 21.244 (VJ TEUR 18.606).

Vermögens- und Finanzlage

Das Gesamtvermögen der Gesellschaft verminderte sich von TEUR 255.843 zum 31. Dezember 2024 um TEUR 122 auf TEUR 255.722 zum 31. Dezember 2025. Die Buchwerte des Anlagevermögens reduzierten sich im Wesentlichen aufgrund planmäßiger Abschreibungen um TEUR 6.702. Das Vorratsvermögen sank im Wesentlichen aufgrund geringerer Wareneinkäufe um TEUR 3.133 auf TEUR 125.990.

Das Sozialkapital (Rückstellungen für Abfertigungen und Jubiläumsgeldverpflichtungen) verringerte sich im Geschäftsjahr um TEUR 4.295 auf TEUR 15.487 (VJ TEUR 19.782).

Die Eigenmittelquote gem. § 23 URG beträgt per 31.12.2025 55,1 % (VJ: 46,7 %). Die Schuldentilgungsdauer gem. § 23 URG beträgt rund vier Jahre.

Liquiditätslage

Der Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit betrug im Geschäftsjahr 2025 TEUR 32.235 (VJ TEUR 46.455), welcher maßgeblich durch den gegenüber dem Vorjahr geringeren Rückgang der Vorräte negativ beeinflusst wurde.

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit betrug im Geschäftsjahr TEUR -3.580 (VJ TEUR -7.070).

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit betrug im Geschäftsjahr TEUR 0,00 (VJ TEUR -30.000). Die Veränderung ist vor allem auf die im Vorjahr an die Hauptgesellschafterin geleistete Dividendenzahlung in Höhe von 30.000 TEUR zurückzuführen.

Die flüssigen Mittel erhöhten sich im Geschäftsjahr 2025 von TEUR 33.514 per 31. Dezember 2024 auf TEUR 62.169 per 31. Dezember 2025.

Personal

Die Gesellschaft ist langfristig nur mit qualifizierten und persönlich engagierten Mitarbeitenden erfolgreich. Voraussetzung dafür ist die Schaffung von einem wertschätzenden Arbeitsumfeld und kompetitiven Rahmenbedingungen, die unsere Mitarbeitenden zu Höchstleistungen motiviert und auch so die Verbundenheit zur Gesellschaft stärkt.

Im Jahr 2025 waren im Durchschnitt 2.551 Angestellte (VJ: 2.612) und 8 Arbeiter (VJ: 8) beschäftigt. In diesen Werten nicht berücksichtigt sind jene inaktiven Mitarbeitenden, die sich im Jahr 2025 in Mutterschutz, Karenz bzw. beim Wehr- oder Zivildienst befanden.

Auch 2025 waren inner- und außerbetriebliche Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen wichtige Aspekte der Personalentwicklung. Der Weiterbildungsbedarf für die Mitarbeitenden wird in den jährlich durchgeführten Mitarbeitergesprächen erhoben. Geschult wurde in den Bereichen Sortimentskenntnis,

Verkaufstechnik, Betriebswirtschaft, Sicherheit, Führung und Persönlichkeit. Besonderes Augenmerk wurde auf die Implementierung von neuen Führungskräfte-Entwicklungsprogrammen, Produktschulungen, individuelle Schulungen sowie Schulungen unseres Wertesystems (Gemeinschaft, Schaffensfreude, Entwicklung, Eigenverantwortung) für unsere Berufsbilder gelegt.

In 2026 wird dieser Weg konsequent ausgebaut, auch indem Mitarbeitende technisch auf der Verkaufsfläche besser unterstützt werden, um mehr Zufriedenheit bei den Mitarbeitenden wie auch Kunden zu generieren.

Forschung und Entwicklung

Die Gesellschaft führt keine Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten durch.

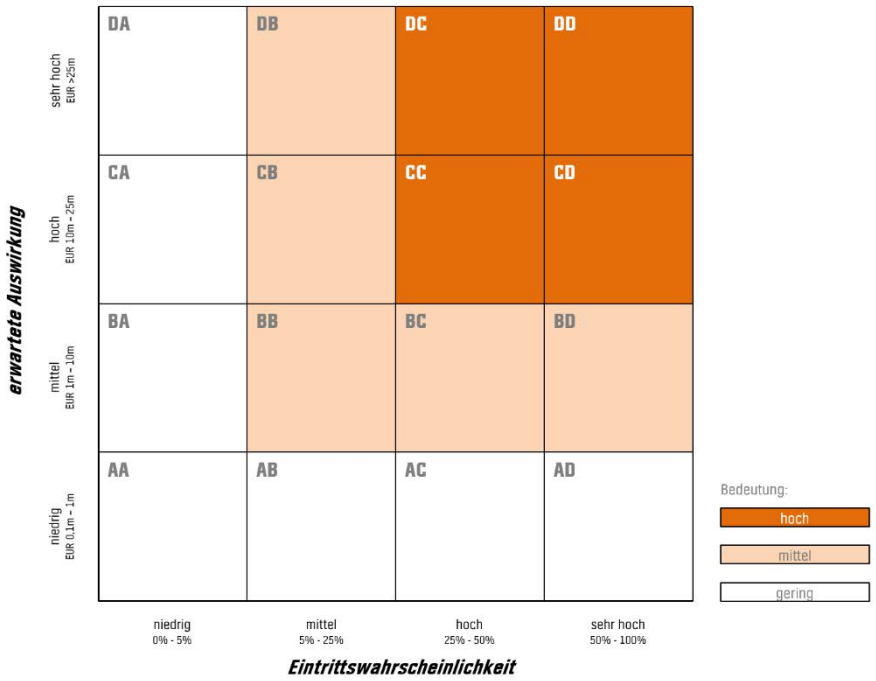
Risikofaktoren

Risikomanagement

Zur Überwachung und Steuerung von Chancen und Risiken nutzt die OBI Gruppe ein konzernweit implementiertes Risikomanagementsystem.

Chancen und Risiken werden durch die Geschäftsführung und die Leitungsebene der Konzernfunktionen erhoben, bewertet und überwacht. Geeignete Steuerungsmaßnahmen werden implementiert und auf ihre Wirksamkeit und Wirtschaftlichkeit überprüft.

Die OBI Risikomanagementfunktion erstellt auf Veranlassung des Vorstands halbjährlich den Konzernrisikoreport. Die Grundlage dafür ist ein einheitliches Bewertungsmodell. Im vorliegenden Kontext werden Chancen und Risiken als potenzielle Ereignisse und Entwicklungen identifiziert, die eine positive oder negative Abweichung von den Konzernzielen zur Folge haben könnten. Die OBI Risikoberichterstattung erfolgt als Nettobetrachtung der verbleibenden Risiken nach Berücksichtigung der getroffenen Maßnahmen. Die Einordnung der dargestellten Risiken erfolgt im Konzernrisikoreport anhand einer Risikomatrix mit den Ausprägungen "erwartete Auswirkung" und "Eintrittswahrscheinlichkeit". Wir verzichten hier auf eine genaue Quantifizierung der Risiken, da diese Information für das interne Risikomanagement auf der dargestellten Aggregationsebene nicht benötigt wird.



Die Ergebnisse der Erhebung werden halbjährlich in einem Bericht zusammengefasst. Dadurch erhalten die Beteiligten frühzeitig Informationen über mögliche Chancen und Risiken, ergriffene Maßnahmen und den damit verbundenen Handlungsbedarf. Das Risikomanagement schafft auf diese Weise Transparenz, ermöglicht gezielte Maßnahmen und wirkt insbesondere nicht akzeptablen oder existenzgefährdenden Risiken entgegen.

Auswirkungen von Veränderungen im politischen und wirtschaftlichen Umfeld

Die aktuelle Berichtsperiode ist im Wesentlichen von geopolitischen Spannungen, Zollstreit, Baukrise und wirtschaftlicher Stagnation geprägt, auch wenn einzelne OBI Länder, wie Polen und Tschechien, 2025 eine positive Wirtschaftsentwicklung realisieren konnten und sich die Inflation im Vergleich zu den Vorjahren weiterhin auf einem niedrigen Niveau befindet.

Global sieht sich OBI in einem Umfeld mit derzeit hoher wirtschaftlicher Unsicherheit, die sich zunehmend durch Konflikte, Sanktionen und geopolitische Rivalitäten in den internationalen Handelsbeziehungen auszeichnet. Für die Unternehmen in den OBI Ländern rückten in den letzten Jahren besonders die Herausforderungen durch die Abhängigkeit von kritischen Rohstoffen und Energiequellen in den Fokus. Im globalen Umfeld sehen sich diese Unternehmen vor der Herausforderung, in einem zunehmend protektionistischen Umfeld wettbewerbsfähig zu bleiben, während gleichzeitig Handelskonflikte und regulatorische Unsicherheiten bestehen.

OBI beobachtet die globalen Lieferketten mit Vorsicht. Handelskonflikte, geopolitische Machtverschiebungen und wirtschaftspolitische Fragmentierung markieren laut dem Deutschen Lieferkettentag 2025 einen tiefgreifenden, epochalen Bruch. Die Planbarkeit internationaler Märkte, wie sie einst existierte, weicht zunehmend Unsicherheit und strukturellem Wandel und resultiert in der Notwendigkeit, die Resilienz in den Lieferketten weiter zu stärken.

Den Risiken und Auswirkungen von Veränderungen im wirtschaftlichen und politischen Umfeld misst OBI eine hohe Bedeutung bei.

Umsatzverlust durch Veränderung des Kundenverhaltens im Rahmen der Digitalisierung

Die Digitalisierung wirkte sich als technologischer, wirtschaftlicher und sozialer Umbruch umfassend auf das Kundenverhalten aus. Höhere Erwartungen an Bequemlichkeit, das persönliche Einkaufserlebnis und die nahtlose Verschmelzung von Online- und stationären Kanälen, Produkten und Serviceangeboten sowie die Verwendung sich rasant entwickelnder digitaler Tools waren die Folge. OBI begann frühzeitig, seine gesamte Organisation und sein Geschäftsmodell konsequent auf diese Veränderungen auszurichten und erarbeitet sich damit eine wichtige Grundlage für die weitere erfolgreiche Geschäftstätigkeit im DIY-Handelssektor. OBI beobachtet laufende Veränderungen und technologische Umbrüche, z. B. durch künstliche Intelligenz, genau und stellt sich darauf ein.

In der Berichtsperiode beeinflusste die zunehmende Unsicherheit aufgrund der schwierigen wirtschaftlichen Situation und der damit einhergehenden Kaufkraftentwicklung das Verhalten der Kunden. OBI sieht hierin wesentliche Ursachen, die sich derzeit nachteilig auf die Kaufneigung sowie auf den Stellenwert von Investitionen im Bereich Home Improvement auswirken. Aus dem Wettbewerbsumfeld ergeben sich vor allem durch die Expansion von Niedrigpreis-Baumärkten, insbesondere in Vorortgebieten, sowie durch die Expansion sehr großer globaler Onlinehändler mit einem ausgeprägten Niedrigpreissegment Risiken. Hinzu kommt die Kannibalisierung durch Discounter des Lebensmitteleinzelhandels mit eigenen Baumarktsortimenten.

Der Auswirkung der Digitalisierung misst OBI eine hohe Bedeutung bei.

Risiken an den Beschaffungsmärkten und innerhalb der Lieferkette

Die Implementierung aggressiver US-amerikanischer Zollpolitiken seit dem Amtsantritt der Trump-Regierung in Verbindung mit der Gefahr von Handelskonflikten zeigte spürbare Auswirkungen auf die Preisvolatilität auf den internationalen Beschaffungsmärkten. Beispielsweise veränderten die Zölle auf kanadisches Holz die Nachfrage nach Bauholz aus Europa. Die aktuelle Situation ist durch eine hohe Volatilität gekennzeichnet, da die potenziellen Chancen und Risiken, die sich aus dieser Entwicklung ergeben, schwer einschätzbar sind.

OBI hat bereits in den Vorjahren umfangreiche Maßnahmen umgesetzt, die die Preistransparenz in den Beschaffungsmärkten deutlich verbessern und es ermöglichen Marktentwicklungen zeitnah zu erkennen, kurzfristige Maßnahmen zu ergreifen und Chancen zu nutzen.

Die US-Zollpolitik verschärfte ebenfalls die bereits bestehenden Unsicherheiten in Bezug auf die Seefracht- und Versorgungssituation. OBI prognostiziert eine Zunahme von Engpässen und Ungleichgewichten bei den Container-Kapazitäten und -Ausrüstungen weltweit. Die US-Zollpolitik führte auch zu einem Rückgang der Bestellungen. Dies könnte mittelfristig dazu führen, dass chinesische Unternehmen zunehmend in finanzielle Schwierigkeiten geraten und möglicherweise nicht mehr in der Lage sind, ihre Lieferungen aufrechtzuerhalten. Bürgschaften und Zahlungsbedingungen tragen dazu bei, das Risiko für OBI zu begrenzen. Aufgrund der Bildung einer neuen Seefracht-Allianz kam es zu erheblichen Verzögerungen bei den Seefracht-Lieferzeiten. OBI konnte diese teilweise abfedern und die Lieferzeiten haben sich nun wieder normalisiert. OBI hat seine Frachtkapazitäten-Vereinbarungen

verlängert und auch das Liefervolumen durch Garantievereinbarungen abgedeckt. Höhere Nachfragespitzen wurden zusätzlich abgedeckt, um die Liefersicherheit und -pünktlichkeit zu gewährleisten.

Um zeitnah Risiken zu erkennen und zu mitigieren, überwacht OBI die Seefracht- und Versorgungssituation innerhalb seines Tagesgeschäftes und hat für eine regelmäßige Abstimmung zwischen den zentralen und asiatischen Beschaffungsfunktionen und der OBI Logistik gesorgt.

Um auf die steigenden globalen Lieferkettenschwierigkeiten vorbereitet zu sein, die Flexibilität in der Warenbeschaffung zu erhöhen und den nachteiligen Entwicklungen optimal entgegenzuwirken, überprüft OBI Beschaffungsmöglichkeiten in alternativen Märkten und Regionen.

Den Risiken und Auswirkungen von Veränderungen an den Beschaffungsmärkten und innerhalb der Lieferkette misst OBI eine hohe Bedeutung bei.

IT-Risiken

Um auf eine effiziente, sichere und funktionierende IT-Infrastruktur hinzuwirken, etabliert OBI organisatorische und technologische Vorkehrungen.

Dazu gehören präventive Maßnahmen, die Betriebsunterbrechungen und IT-Sicherheitsrisiken minimieren. Die kontinuierliche Implementierung zukunftsfähiger IT-Lösungen bildet den Kern der Digitalisierungsstrategie von OBI und ist entscheidend für die kundenorientierte Ausrichtung des Unternehmens. Die OBI IT hat das strategische Ziel, sichere und leistungsfähige IT-Systeme bereitzustellen, die den hohen Anforderungen an die Geschwindigkeit geschäftlicher Innovation und Effizienz gerecht werden. Dies unterstreicht die zentrale Rolle der IT als Enabler für den Unternehmenserfolg. In diesem Zusammenhang hat OBI bereits begonnen, mehrere Themen aus dem Bereich der künstlichen Intelligenz aufzugreifen und in seinen IT-Aktivitäten miteinander zu verknüpfen. Der Schwerpunkt lag dabei auf dem geschäftlichen Nutzen, der Produktivität und der Effizienz interner Systeme und Prozesse.

OBI setzt die Umsetzung von Maßnahmen zur Verbesserung und Erneuerung seiner IT-Landschaft, Methoden und Organisation fort, welche 2023 als Ergebnis einer umfassenden Überprüfung hervorgingen. Zu den Maßnahmen zählen die Einrichtung einer zentralisierten Tech-Organisation, gezielte IT-Investitionen und Roadmap-Management in Abstimmung mit den Geschäftsfunktionen von OBI sowie eine deutlich stärkere Standardisierung der IT-Landschaft. Eine Reihe von Maßnahmen wurde umgesetzt oder steht kurz vor dem Abschluss. Dazu zählen die Erneuerung und internationale Einführung der E-Com-Plattform sowie die Einführung neuer Computerhardware in allen Filialen in allen OBI-Ländern. Die Einführung der heyOBI-Plattform in Polen, Tschechien und der Slowakei war bereits in 2024 abgeschlossen, für Ungarn und Italien wurde sie bis Ende 2025 vollzogen.

OBI ergreift organisatorische und technische Maßnahmen und härtet seine Systemlandschaft mit externer Unterstützung gegen Ransom-Angriffe aus. Darüber hinaus setzt OBI seine Cyber Security

Roadmap konsequent um und passt seine Organisation, Systeme und Maßnahmen kontinuierlich an die aktuellen Anforderungen der Informations- und IT-Sicherheit an.

OBI hat verschärfte Anforderungen und Regelungen übernommen, wie sie sich aus den offiziellen Vorschriften zur Verbesserung der Cybersicherheit (NIS2) ergeben und setzt diese konsequent um, um sich systematisch auf neue Bedrohungen durch Cyberkriminelle vorzubereiten.

OBI hat sich auf IT-Risiken vorbereitet und misst diesen dennoch, vor allem aufgrund der möglichen schädlichen Auswirkungen externer Attacken eine hohe Bedeutung zu.

Bestandsrisiken

Die Bestandsrisiken in der Berichtsperiode stiegen, aufgrund des Nachfrage- und Umsatzrückgangs unter Zielniveau infolge der Verunsicherung der Kunden und der damit einhergehenden Kaufzurückhaltung und Sparneigung. Die Ursachen hierfür finden sich im Kapitel zu den Risiken aus dem wirtschaftlichen und politischen Umfeld beschrieben.

Um dem entgegenzuwirken, hat OBI in den zurückliegenden Perioden umfassende Anstrengungen unternommen, um seine Lieferkettenkapazitäten zu verbessern und die Nachfrageprognosen in einem Umfeld ständiger Schwankungen mit Hilfe von maschinellem Lernen und Künstlicher Intelligenz besser abzubilden. Die strukturellen Maßnahmen von OBI aus den vergangenen Perioden wirken sich positiv aus. Dazu zählen beispielsweise die Initiative "Core in Store", die Reduzierung des Bestellvolumens, die Einführung von Dispositionssperren für langsam drehende Artikel, die spezielle Kaufprüfung, der Ausbau der zentralen Disposition sowie die Überwachung der Lagerqualität, die Bestell- und Limitplanung. Um erfolgreich auf die aktuellen Entwicklungen zu reagieren und wichtige Maßnahmen zur Bestandsreduzierung umzusetzen und zu überwachen, hat OBI innerhalb seiner Märkte spezifische Bestandsziele und Verantwortlichkeiten zugewiesen. Übergreifende Governance-Meetings der Zentralfunktionen sorgen für die notwendige Transparenz und zeitnahe Koordination weitreichender Maßnahmen entlang der OBI-Wertschöpfungskette. In der kommenden Berichtsperiode wird OBI zusätzlich mit der “Assortment 30:30” Initiative die Warenpräsentation und den Warenbestand in den Märkten und im Online Kanal weiter optimieren.

In diesem Zuge misst OBI den verbliebenen Bestandsrisiken eine hohe Bedeutung bei.

Finanzwirtschaftliche Risiken

Finanzwirtschaftliche Risiken, insbesondere Liquiditäts-, Kredit- und Zinsänderungsrisiken sowie Risiken aus Wechselkursveränderungen, verfolgt OBI kontinuierlich, um frühzeitig geeignete Maßnahmen ergreifen zu können. Die Risikosteuerung erfolgt konzernweit, u.a. mithilfe von Kompetenz- und Konzernrichtlinien, die insbesondere auch die verfügbaren Finanzinstrumente und deren Anwendung, die zugehörige Risikoabgrenzung sowie die verbundenen Dokumentationspflichten verbindlich regeln.

Investitionen in Bau- und Gartenmärkte, die kontinuierliche Weiterentwicklung des Geschäftsmodells sowie der Einkauf großer Warenmengen erfordert die jederzeitige Bereithaltung einer definierten Liquiditätsreserve. Aufgrund saisonabhängiger Zahlungsströme schwankt der Liquiditätsbestand im Jahresverlauf stark. Auftretender Liquiditätsbedarf wird entweder durch vorhandene freie Liquidität oder durch langfristig, zu fest vereinbarten Konditionen zur Verfügung gestellte Betriebsmittelkreditlinien

gedeckt. Darüber hinaus bestehen langfristige Finanzierungstranchen mit einem differenzierten Fälligkeitsprofil. Eine rollierende Liquiditätsplanung soll die jederzeitige Zahlungsfähigkeit sichern.

Geldanlagen und derivative Finanzinstrumente werden unter Berücksichtigung von individuell festgelegten Obergrenzen ausschließlich mit Kreditinstituten, deren Bonitätsprofil durch eine geringe Ausfallwahrscheinlichkeit gekennzeichnet ist, kontrahiert, um eine angemessene Bonität und Prozesssicherheit sicherzustellen, sodass für OBI keine wesentlichen Kreditrisiken aus der Zusammenarbeit mit Kreditinstituten bestehen. Signifikante Kreditrisiken aus Konsumentenkrediten bestehen ebenfalls nicht.

Zinsänderungsrisiken bei variabel verzinslichen Kreditaufnahmen werden, sofern sinnvoll, mit Hilfe von derivativen Finanzinstrumenten in Form von Zinsswaps und Zinscaps abgesichert.

Währungsrisiken in Form von Transaktionsrisiken werden durch stringente, auf das jeweilige Grundgeschäft abgestimmte Absicherungsstrategien begrenzt. Als derivative Finanzinstrumente können Devisentermingeschäfte, Devisenswaps und Devisenoptionen eingesetzt werden. Die Einhaltung der Absicherungsstrategien wird durch eine strikte Funktionstrennung von Handel und Risiko-Controlling sichergestellt. Translationsrisiken werden derzeit nicht abgesichert.

In Bezug auf die finanzwirtschaftlichen Risiken sieht sich OBI gut vorbereitet. Den verbliebenen Währungsänderungsrisiken misst OBI eine hohe Bedeutung zu.

Personalrisiken

In allen Bereichen existieren Organigramme und Nachfolgeplanungen, welche regelmäßig überarbeitet werden. Für alle wesentlichen Funktionen ist eine Stellvertretung geregelt. Risiken bestehen unter anderem darin, Schlüsselpositionen nicht entsprechend unseren zukünftigen Anforderungen besetzen zu können.

OBI wirkt dem Risiko der Abwanderung von Fach- und Führungskräften mit einem leistungsorientierten Vergütungssystem, Sozialleistungen und einem breiten Aus- und Weiterbildungsprogramm entgegen. Dies beginnt schon bei der Ausbildung von kommenden Führungskräften.

Risiken im Zusammenhang mit Finanzinstrumenten

Die für die Beurteilung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der OBI Bau- und Heimwerkermärkte Systemzentrale GmbH wesentlichen Finanzinstrumente sind Forderungen bzw. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, Anteile an verbundenen Unternehmen, Sonstige Forderungen bzw. Verbindlichkeiten sowie Kassa, Bankguthaben und -verbindlichkeiten. Es werden keine derivativen Finanzinstrumente eingesetzt.

Risiken aus Forderungen und Verbindlichkeiten

In den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen iHv TEUR 2.861 (VJ TEUR 5.892) zum Abschlussstichtag des Geschäftsjahres 2025 sind zur Vorsorge eines möglichen Forderungsausfalles Wertberichtigungen iHv TEUR 308 (VJ TEUR 280) enthalten. Darüber hinaus werden die Bonität und das Zahlungsverhalten unserer Kunden in den Märkten, aber auch in der Systemzentrale (Franchisepartner, Lieferanten) laufend überprüft. Generell ist die Bonität unserer Kunden sehr gut. Zur Überprüfung der Bonitätsdaten werden marktbekannte Firmen herangezogen.

In der Konzernzentrale ist ein umfassendes Liquiditätsplanungssystem als Teil des internen Kontrollsystems eingerichtet, das eine taggenaue Abstimmung der Zahlungsströme erlaubt.

Risiken aus Kassa und Bankguthaben

In diesem Posten sind keine Fremdwährungsvaluten enthalten, wodurch ein Fremdwährungsrisiko ausgeschlossen werden kann. Die Gesellschaft ist in ein Cashpooling eingebunden. Die Veranlagung der vorhandenen Gelder erfolgt durch Group Finance in der Konzernzentrale zu den marktüblichen Konditionen.

Ausfallrisiken für den Bankguthabenbestand minimiert OBI, indem diese Mittel nur bei Banken mit bester Bonität veranlagt bzw. der Zahlungsverkehr nur über solche Banken abgewickelt wird.

Risiken aus Rechtstreitigkeiten

Es bestehen oder bestanden keine wesentlichen Rechtsrisiken.

Prognose

Nach der Prognose der Österreichischen Nationalbank wird das Wachstum des realen Bruttoinlandsproduktes in Österreich mit 0,6 % in 2026 über dem Vorjahreszeitraum liegen. Die Arbeitslosenquote laut AMS werde von 7,4 % im Jahr 2025 auf 7,5 % im Jahr 2026 steigen, gefolgt von einem Rückgang auf 7,3 % bis zum Jahr 2028. Die privaten Konsumausgaben sind die wichtigsten Treiber für den DIY-Markt. Diese werden nach Einschätzung der Österreichischen Nationalbank in 2026 um 0,7 % zunehmen. Daher gehen wir für das Geschäftsjahr 2026 von einer Umsatzentwicklung leicht über Vorjahresniveau aus.

Unter Berücksichtigung eines weiter anhaltenden und sich beschleunigenden Preis- und Ertragsdruckes in der Branche sowie einer angespannten außenpolitischen Lage gilt es für das Jahr 2026 weiterhin alle Anstrengungen zu unternehmen, um die bereits begonnene Fokussierung auf die Steigerung der Kundenbindung, die breite Lösungskompetenz und Effizienz durch innovative Konzepte zu steigern.

Im Jahr 2026 wird OBI in Österreich weiterhin stark unter dem Motto „alles machbar mit OBI“ stehen. Mit heyOBI sowie dem Beratungscenter wurden Tools eingeführt, um die digitale Vernetzung in Richtung unserer Kunden sowie unserer Mitarbeitenden voranzutreiben. Denn die Mitarbeitenden in den Märkten waren und werden das entscheidende Bindeglied zum Angebot sein und sind das Aushängeschild der Marke OBI. Das wichtigste Ziel ist Kundenzufriedenheit an allen Touchpoints.

Wien, 31. März 2026

Die Geschäftsführung

Mag. Bettina Braun

Mike Sgundek

Josef Schmid