Lagebericht der Coca-Cola HBC Austria GmbH, Wien, für das Geschäftsjahr 2024

1. Bericht über die wirtschaftliche Entwicklung und den Geschäftsverlauf

1.1. Wirtschaftliche Entwicklung

Die alkoholfreie Getränkekategorie konnte im Vergleich zu 2023 ein überdurchschnittliches Umsatzwachstum von +6,7% und einen leichten Absatzanstieg von +1,4% verzeichnen. Das höchste absolute Wachstum innerhalb der alkoholfreien Getränke konnte die Kategorie Wasser mit einer Steigerung im Umsatz von +11,8% und im Absatz in der Höhe von +6,9% erzielen. Die Kategorie Limonaden folgt mit einem Umsatzanstieg von +7,0% und einem Absatzplus von +1,7% gefolgt von den Kategorien Säfte und Energy.

Der Marktanteil von Coca-Cola HBC Austria GmbH innerhalb der Kategorie alkoholfreie Getränke sinkt wertmäßig um -0,4%pp und mengenmäßig um -0,2%pp.

Coca-Cola HBC Austria GmbH ist für 21% des absoluten Umsatzwachstums verantwortlich und wächst mit +5,7% im Wert und +2,3% im Absatz.
Diese positive Entwicklung ist vor allem auf die starken Leistungen der Marken Coca-Cola Zero, mit einem Umsatzwachstum von +15,8%, und Römerquelle, mit einem Umsatzplus von +13,1%, zurückzuführen. Die Marke Römerquelle schaffte es mit den richtigen Packungen zu wachsen. Besonders erfolgreich waren die 1,5L PET sowie die Mehrweg Design-Glasflasche, die bei den Verbrauchern großen Anklang fanden.

Die Marke Monster konnte insbesondere durch die Innovationen Aussie Lemonade und die neu eingeführte Zero Green Variante am starken Wachstum in der Kategorie Energy mit +5,7% Umsatzsteigerung und +0,7% Absatzsteigerung beitragen.

Die Marke Powerade behauptet sich als klarer Marktführer in der Kategorie Sportgetränke. Die Innovationen, insbesondere die neue Zero-Variante, können zusätzliches Umsatzwachstum generieren und die Marktposition weiter stärken. Allgemein zeigt die

Kategorie Sportgetränke ein besonders starkes Wachstum, das mit einem Umsatzwachstum von +31,0% und einem Absatzplus von +16,5% deutlich über dem allgemeinen Markttrend liegt.

Die Kategorie Eistee verzeichnete im Jahr 2024 gegenüber 2023 eine Steigerung des Umsatzes in der Höhe von +5,6% jedoch einen Verlust beim Absatz in der Höhe von -0,2%. Die Marke Fuzetea leidet hier unter der Auslistung der mengenstarken 1,5l PET-Packung und zeigt eine negative Umsatzentwicklung und ein Absatzminus.

Quelle: A.C. Nielsen Market Track, Food Warengruppen Total, Umsatz in Euro und Absatz in Liter, Österreich, LH excl. H/L, YTD KW52 2024
A.C. Nielsen Market Track, Alkoholfreie Getränke Total exklusive Eiskaffee, Fruchtsirup und Sodawasser, Umsatz in Euro und Absatz in Liter, Österreich, LH incl. H/L, YTD KW52 2024

1.2. Geschäftsverlauf

Die Umsatzerlöse in Höhe von EUR 481,5 Mio. sind um EUR 15,4 Mio. gegenüber 2023 gestiegen. Wesentliche Treiber sind das Volumenwachstum von +0,7% aus den Kategorien Wasser mit den Multi-/Singleserve Packungen 0,5L und 1,5L PET, Energy und Sport sowie die umgesetzte Preiserhöhung.

Die Aufwendungen für Material und sonstige bezogene Herstellungsleistungen erhöhten sich um EUR 4,4 Mio.
Im Oktober 2024 hat die Coca-Cola HBC Austria GmbH vorsorglich einen Rückruf von 0,5-Liter-PET-Erfrischungsgetränken eingeleitet, da nicht ausgeschlossen werden konnte, dass es bei einigen Produkten zu einem technischen Zwischenfall im Produktionsprozess gekommen sein könnte. Dadurch hat sich ein finanzieller Nettoverlust im hohen einstelligen Millionen-Euro-Bereich ergeben, der hauptsächlich in der Zeile „Aufwendungen für Material“ erfasst wurde.

Die Personalaufwendungen sind aufgrund Kollektivvertragserhöhungen um EUR 1,7 Mio. gestiegen. Der Anstieg der sonstigen betrieblichen Aufwendungen zum Vorjahr um EUR 5,8 Mio. begründet sich durch höhere Recycling-, Liefer- und Reparaturkosten.

Das Finanzergebnis setzt sich im Wesentlichen aus Zinsen aus verbundenen Unternehmen zusammen. Das Ergebnis vor Steuern beträgt somit EUR 39,0 Mio. Der Jahresüberschuss ergibt EUR 30,6 Mio.

1.3. Bericht über Zweigniederlassungen

Zweigniederlassungen werden in Asten, Innsbruck, Klagenfurt, Wien, Dornbirn, Premstätten und Salzburg unterhalten. Die Produktionsstätte befindet sich in Edelstal.

1.4. Investitionen

Im Geschäftsjahr 2024 wurden Investitionen in das Sachanlagevermögen in Höhe von EUR 8,6 Mio. getätigt. Davon wurden EUR 2,3 Mio. für Gebäude (Photovoltaikanlage) und EUR 1,2 Mio. für technische Anlagen und Maschinen primär für die Produktion aufgewendet. EUR 1,5 Mio. wurden für neue Mehrweggebinde ausgegeben. In andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung wurden EUR 3,1 Mio. investiert; vor allem für Verkaufsautomaten, Kühler und Kaffeemaschinen. Für Produktionsequipment wurden Anzahlungen im Ausmaß von EUR 0,5 Mio. getätigt.

1.5 Vermögenslage

Aufgrund einer gewährten Umweltförderung für die Errichtung einer neuen Glaslinie und höheren Abschreibungen bei Kisten und Flaschen reduzierte sich das Anlagevermögen um EUR 6,7 Mio. auf einen Wert von EUR 133,9 Mio.

2024 konnte ein Betriebsergebnis vor Steuern von EUR 39,0 Mio. erzielt werden. Unter Berücksichtigung der Steuern vom Einkommen und vom Ertrag in Höhe von EUR 8,4 Mio. wurde ein Jahresüberschuss von EUR 30,6 Mio. erzielt. Der Bilanzgewinn beträgt somit nach einer Dividendenausschüttung von 50 Mio. im Geschäftsjahr 2024 EUR 36,5 Mio.

Die wesentlichen Veränderungen der Rückstellungen um +3,9 Mio auf EUR 111,6 Mio betrifft den Anstieg der Kundenrabattierungen.

Die Verbindlichkeiten in der Höhe von EUR 78,2 Mio. weisen eine Erhöhung von EUR 4,2 Mio. gegenüber 2023 aus. Dieser Anstieg resultiert aus zeitlichen Verschiebungen bei den Verbindlichkeiten mit verbundenen Unternehmen.

Die Bilanzsumme hat sich gegenüber dem Vorjahr um EUR 11,3 Mio. auf EUR 248,6 Mio. reduziert.

2. Finanzielle und nicht finanzielle Leistungsindikatoren

2.1. Finanzielle Leistungsindikatoren

2.1.1. Erfolgswirtschaftliche Kennzahlen

	2024	2023
Umsatzerlöse	TEUR 481.470	TEUR 466.093
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EGT + Zinsen und ähnliche Aufwendungen gemäß § 231 Abs. 3 Z 14 UGB)	TEUR 39.425	TEUR 38.197
Umsatzrentabilität (EBIT/Umsatzerlöse)	8,19%	8,20 %
Eigenkapitalrentabilität (EGT/Eigenkapital)	49,83%	42,70 %
Gesamtkapitalrentabilität (EBIT/Gesamtkapital)	15,17%	15,39 %

2.1.2. Finanzwirtschaftliche Kennzahlen

	2024	2023
Nettoverschuldung (verzinsliches FK abz. liquider Mittel)	TEUR 21.880	TEUR 21.904
Working Capital (kfr. Umlaufvermögen abz. kfr. FK)	TEUR -50.571	TEUR -37.339
Eigenkapitalquote (Eigenkapital/Gesamtkapital)	23,66%	30,11 %

2.1.3. Analyse der Geldflüsse

Geldflussrechnung entsprechend dem Fachgutachten KFS/BW 2 des Fachsenates für Betriebswirtschaft und Organisation der Kammer der Wirtschaftstreuhänder:

Geldflussrechnung (indirekte Methode)	2024	2023
Netto-Geldfluss aus laufender Geschäftstätigkeit	TEUR 61.031	TEUR 66.222
Netto-Geldfluss aus der Investitionstätigkeit	TEUR -11.408	TEUR -25.816
Netto-Geldfluss aus der Finanzierungstätigkeit	TEUR -49.876	TEUR -40.367

2.2. Nicht finanzielle Leistungsindikatoren im Bereich Personal, Supply Chain und Umwelt

2.2.1. Personal

Im Jahr 2024 beschäftigte Coca-Cola HBC Austria GmbH durchschnittlich 836 Mitarbeiter:innen, was eine Veränderung von 0,2 % gegenüber dem Vorjahr bedeutet. Der Anteil der Arbeiter:innen betrug 29,43 %. Die Belegschaft bestand aus 71,5 % Männern und 28,5 % Frauen.

Folgende Initiativen und Schwerpunkte wurden im Jahr 2024 gesetzt:

- *Mitarbeiterbindung und -entwicklung*

Fokus auf Mitarbeiterbindung: Führungskräfte wurden geschult, um das Retention Risiko zu erkennen und Mitarbeitende besser zu fördern und zu halten. Ein personalisierter Ansatz wurde für weibliche und Schlüsselkräfte verfolgt.

Wachstumskultur: Initiativen zur Vereinfachung der Arbeitsweise, Optimierung von Meetings und Ausbau von Kollaborationstools wurden vorangetrieben.

Diversität und Geschlechtergleichheit: Quartalsweise Tracking der Fortschritte bei der Besetzung von Führungspositionen durch Frauen und Role-Model-Initiativen.

- *Talent Acquisition und Retention*

Erfolge des TA-Teams: 161 offene Vakanzen wurden besetzt, davon 40 % mit weiblichen Kandidatinnen. Die Retention-Rate lag bei 90 %, und die durchschnittliche „time to recruit“ betrug 52 Tage.

Zusammenarbeit mit Universitäten, Fachhochschulen, HTL-Schulen in Burgenland um frühzeitig Talente auf Coca-Cola HBC Österreich als Arbeitgeber aufmerksam zu machen

- *Zusammenarbeit und Unternehmenskultur*

Initiativen zur Stärkung der internen Dynamik: Der Purpose der Culture Ambassador Community wurde neu definiert. Initiativen förderten die abteilungsübergreifende Zusammenarbeit und eröffneten vielfältige Karriereperspektiven.
Audit Beruf und Familie: Zahlreiche Maßnahmen zur Förderung von Arbeitsflexibilität und Mitarbeiterzufriedenheit wurden umgesetzt, darunter Altersteilzeit und Job-Sharing-Modelle.

- *Gesundheit und Wohlbefinden*

BeWell Maßnahmen: Gestützte Impfungen, Sportaktivitäten und diverse Gesundheits- & Ernährungschecks. Fokus auf mentale Gesundheit mit einem eigenen Mental Health Hub im Intranet.

- *Auszeichnungen und Anerkennungen*

Top Female Workplace: Auszeichnung als Top Female Workplace von sheconomy und kununu.
Best Recruiter: Erneute Auszeichnung als bester Recruiter in der Getränkebranche.

2.2.2. Supply Chain & Umwelt

2024 war aufgrund des großen Rückrufs der 0,5l PET-Flaschen und dem damit einhergehenden Umwelteinfluss ein herausforderndes Jahr für unsere Nachhaltigkeitsbemühungen. Gleichzeitig blicken wir 2024 auf viele Erfolge und gelungene Partnerschaften zurück.

- *Umweltkennzahlen*

Im Jahr 2023 konnten wir die bisher besten Ergebnisse im Wasser- und Energieverbrauch erzielen. Das hing auch mit dem Stillstand einer Glasflaschen-Abfülllinie zusammen, bedingt durch die Installation einer neuen Anlage. Die Flaschenreinigung benötigt sehr viel Warmwasser. 2024 liefen beide Glasflaschen-Abfülllinien im Vollbetrieb. Deswegen ist es bemerkenswert, dass sich die Kennzahlen für Wasser und Energie nur minimal verschlechterten. Der relative Frischwasserverbrauch betrug 1,58 Liter pro Liter erzeugtem Getränk (2023 1,57 l/lbp). Zahlreiche kleinere verhaltensbasierte und Effizienz-Projekte sowie Standardisierungen trugen hierzu bei. Seit 2017 konnten wir unseren Wasserverbrauch um ca. 20% reduzieren.

Die Kennzahl für Energieverbrauch ist minimal von 0,29 auf 0,30 Megajoule pro Liter erzeugtem Getränk gestiegen. Der sukzessive Ausstieg aus Gas bedingt, dass einzelne Anwendungen, die bisher auf Erdgas angewiesen waren, elektrifiziert wurden. Der Gasverbrauch ist dadurch rückläufig.
Den größten Effekt hatte der Produktrückruf auf unsere Abfall-Kennzahl. Diese lag mit Jahresende bei 21,9 g pro Liter erzeugtes Getränk (2023 10,1 g/lbp). Das Volumen wurde in verschiedenen Biogas-Anlagen verwertet.

- *Emissionsreduktion*

Ein besonderes Augenmerk liegt seit 2021 auch auf unserem CO2-Fußabdruck. Im Oktober 2021 wurde gruppenweit das Ziel von „NetZero by 2040", also Netto-Null-Emissionen bis 2040 ausgerufen. Basierend auf der Science Based Targets Initiative (SBTi) wurde ein Pfad zur absoluten CO2-Emissionssenkung erstellt. Dies soll beispielsweise durch Energie-Effizienzprojekte, die stetige Evaluierung nach alternativen nicht-fossilen Energieträgern und Maßnahmen im Bereich Mobilität, Verpackungen und Zutaten etc. erreicht werden. Einen wichtigen Beitrag dazu leistet die Versorgung unseres Werks in Edelstal und all unserer Standorte in Österreich mit Strom aus 100% erneuerbaren Energien.

Auch klimafreundliche Mobilität ist uns ein Anliegen: Mit dem Einsatz des ersten E-LKW für den Produkttransport setzen wir gemeinsam mit LKW WALTER einen nachhaltigen Meilenstein: Durch die Umstellung von Diesel- auf Elektroantrieb konnten 2024 auf 24.500 gefahrenen Kilometern rund 29.500kg CO2-Emissionen vermieden werden. Für das Jahr 2025 rechnen wir mit einer Gesamteinsparung von rund 95 Tonnen CO2.

- *Verpackung*

Im Bereich Verpackung und Ressourcenschonung haben wir bereits Großes bewirkt und arbeiten zielstrebig auf unsere globale Vision einer Welt ohne Abfall – „World Without Waste" – hin.
Bereits seit 2019 werden PET-Flaschen der Marke Römerquelle ausnahmslos aus 100 % recyceltem PET[1] hergestellt. 2023 wurde es auf alle Limonadenprodukte, die am

Standort Edelstal produziert werden, sowie PET-Flaschen der Marke Powerade ausgeweitet. [1]ausgenommen Etiketten und Verschlüsse
Der „Tethered Closure" (der Verschluss verbleibt an der Flasche) wurde bei Limonaden, FUZETEA und Cappy bereits weit vor der gesetzlichen Frist eingeführt. Bereits 2020 setzte Coca-Cola HBC Österreich mit dem KeelClipTM – einer kartonbasierten Sekundärverpackungslösung für Dosen-Multipackungen – eine starke Maßnahme, die eine Reduktion von etwa 55t Plastikfolie pro Jahr ermöglicht. Dieser Weg wurde 2023 auch bei 6 x 1,5 Liter PET-Limonaden-Multipackungen der Marken Coca-Cola, Fanta, Sprite und Mezzo Mix eingeschlagen. Dank 100% recycelbarem Kartonträger und Papierbanderole werden weitere 200t Plastikmaterial pro Jahr eingespart. Mit der neuen Mehrwegglas- Produktionslinie wird ein wichtiger Beitrag zur Erhöhung des Mehrweganteils bei Getränkeverpackungen in Österreich geleistet. Zusätzlich zu Coca-Cola und Coca-Cola zero sind nun auch Fanta und Sprite in 1 Liter Mehrweg- Flaschen erhältlich. Darüber hinaus bieten wir den Konsument:innen auch die 0,4 Liter Mehrweg-Glasflaschen mit Schraubverschluss für unterwegs an.

3. Forschung und Entwicklung

Die Gesellschaft ist im Bereich Forschung und Entwicklung nicht tätig, daher ist dafür kein Aufwand verbucht worden.

4. **Risikofrüherkennungs- und Risikomanagement**

Das Unternehmen ist im Rahmen seiner geschäftlichen Tätigkeit unterschiedlichsten Risiken ausgesetzt, die untrennbar mit seinem unternehmerischen Handeln verbunden sind. Unsere Risikopolitik zielt darauf ab, vorhandene Chancen optimal auszuschöpfen und Risiken nur dann einzugehen, wenn ihnen im Gegenzug die Chance auf eine entsprechende Wertsteigerung gegenübersteht. Im Rahmen einer grundlegenden Risikobegrenzung gehen wir nur Risiken ein, die mit anerkannten Methoden und Maßnahmen innerhalb unserer Organisation handhabbar sind.

Das Risikomanagement ist bei der Coca-Cola HBC Austria GmbH als integraler Bestandteil in die Unternehmensführung und die Gestaltung unserer Geschäftsprozesse eingebunden. Das Management der operativen Risiken erfolgt weitgehend zentral.

Das nachhaltige Vertrauen der Kunden in unsere Marken setzt die Einhaltung hoher Standards hinsichtlich Qualität und Sicherheit unserer Produkte voraus. Bei der Neuentwicklung von Produkten führen wir daher eine intensive Sicherheitsbewertung durch.

Über den gesamten Beschaffungs-, Herstellungs- und Distributionsprozess hinweg unterliegen unsere Produkte einem durchgängigen Qualitätssicherungssystem.
Beschaffungsrisiken hinsichtlich Liefertreue und Kosten bei Rohstoffen und Waren sowie bei der Inanspruchnahme von Leistungen begegnen wir durch eine kontinuierliche Beobachtung der entsprechenden Märkte und sorgfältige Auswahl der Lieferanten. Prozessbegleitende Kontrollen begrenzen Arbeitssicherheits-, Umwelt- und Unterbrechungsrisiken bei Produktions- und Logistikaktivitäten. Darüber hinaus erfolgt, soweit wirtschaftlich sinnvoll, ein Transfer ausgewählter Risiken auf Versicherungsunternehmen.

Kontinuierliche Innovationsaktivitäten und eine sorgfältige Markenführung fördern Stellung und dauerhafte Akzeptanz unserer Produkte im Markt. Im Bereich der Markenführung zeigen intensive Wettbewerbs- und Marktanalysen Trends und Veränderungen im Geschäftsumfeld frühzeitig auf und ermöglichen eine effiziente, vorausschauende Marktbearbeitung. Starke Marken auf der Basis von Innovation und Kompetenz sind unsere Antwort auf den intensiven Preis-, Qualitäts- und Innovationswettbewerb. Sie wirken zugleich den Risiken aus einer zunehmenden Konzentration im Handel sowie dem regionalen Aufkommen von Handelsmarken entgegen.

5. Finanzinstrumente

Risiken im Hinblick auf Verfügbarkeit, Zuverlässigkeit und Effizienz unserer IT-Systeme begrenzen wir durch laufende Anpassungsmaßnahmen. Währungs-, Zins- und Liquiditätsrisiken unterliegen einem aktiven Treasury-Management auf der Basis weltweit geltender Richtlinien. Sie werden überwiegend zentral gesichert. Derivative Finanzinstrumente zur Sicherung operativer Grundgeschäfte und betriebsnotwendiger Finanztransaktionen kommen nicht zum Einsatz. Daher entstehen dem Unternehmen daraus keine Risiken.

Die in der Bilanz ausgewiesenen Finanzinstrumente sind Gegenstand des allgemeinen Risikomanagements des Unternehmens, welches in den Buchhaltungs- und Bilanzierungsmethoden seinen Niederschlag findet. Außer den bereits im Jahresabschluss und im Anhang adressierten Risiken bestehen keine weiteren Preisänderungs-, Ausfall-, Liquiditäts- und Cashflow-Risiken.

6. Vorschau 2025

Laut WIFO erholt sich die österreichische Wirtschaft nur langsam von der Rezession der Jahre 2023 (-1,0%) und 2024 (-0,6%) und es wird ein reales Wirtschaftswachstum von 1% für 2025 erwartet. Der seit Ende 2021 beobachtete kräftige Preisauftrieb verlangsamte sich 2024 auf 3,1% und bis Mitte 2025 erreicht die Inflationsrate das 2%-Ziel der EZB. Der private Konsum dürfte anziehen, im Prognosezeitraum um durchschnittlich 1,5% p. a.

Dies Aussichten wirken sich auch auf die langfristige Wachstumsstrategie von Coca-Cola HBC Austria aus.

Um Marktanteil zu gewinnen und den Umsatz absatz- und wertmäßig auszubauen setzt Coca-Cola HBC Austria im Jahr 2025 im Limonaden-Segment auf die Einführung einer neuen permanenten Geschmacksrichtung -Coca-Cola Cherry in den Packungsgrößen 0,33L Dose, 0,5L PET und 1L PET- sowie zwei limitierte Editionen. Bei Fanta wird das Sortiment um Fanta Orange Zero als zuckerfreie und somit ideale Ergänzung zur bestehenden zuckerhaltigen Fanta Orange-Dose ergänzt und ebenfalls um zwei limitierte Editionen (Fanta Tutti-Frutti und Halloween) erweitert.

In der Kategorie Wasser mit Geschmack wird mit Römerquelle Emotion+ Zitrone Kaktus eine Innovation aus der Kombination Frucht & Superfrucht mit Zink (Stärkt das Immunsystem und fördert Zellregeneration) hervorgebracht.

Im Bereich der Erwachsenenlimonaden plant die Marke Kinley eine starke farbintensive neue Geschmacksvariante insbesondere für die Gastronomie – Kinley Purple - ideal für verschiedenste spannende & kreative Mixing Variationen.

Auch im Eistee Segment kommt mit Fuzetea Summer Beach Vibes eine neue Geschmacksrichtung auf den Markt. Das Monster Energy Portfolio wird um die Varianten Bad Apple, Aussie Lemonade und Ultra Strawberry Dreams (zuckerfrei) weiter ausgebaut und der Bereich der Sportgetränke mit den Sorten Powerade Cherry und Powerade Blackcurrant Zero ergänzt.

Auch im Eistee Segment kommt mit Fuzetea Summer Beach Vibes eine neue Geschmacksrichtung auf den Markt. Das Monster Energy Portfolio wird um die Varianten Bad Apple, Aussie Lemonade und Ultra Strawberry Dreams (zuckerfrei) weiter ausgebaut und der Bereich der Sportgetränke mit den Sorten Powerade Cherry und Powerade Blackcurrant Zero ergänzt.

Der Fokus im Produkt Segment Kaffee liegt 2025 auf den weiteren Ausbau der Marke Costa Coffee in den Bereichen Gastronomie, Betriebsverpflegung und Automatengeschäft, sowie der Marke Caffè Vergnano im Fokus Bereich HORECA - Hotels, Restaurants, Cafés. Durch gezieltes Marketing bauen wir konstant unsere Kundenbasis und die Markenbekanntheit im österreichischen Markt aus.
Das Premium-Spirituosenportfolio erweitert Coca-Cola HBC Austria um eine neue Marke: Bacardi und Coke Alcoholic Ready to Drink Beverage. Die ARTD-Kategorie ist eine der am schnellsten wachsenden Kategorien in Österreich und mit zwei starken und erstaunlichen Produkten wie Jack & Coke und Bacardi Coke wird CCH Austria weiterhin den Ruf des Marktführers in der Kategorie aufbauen und unseren Verbrauchern ein perfektes Angebot an Getränken mit niedrigem Alkoholgehalt und einem großartigen Geschmack bieten.

Wien, am 8. Mai 2025

Die Geschäftsführerin:



Mirela Toljan Jakomin