Lagebericht 2025

PAPSTAR Österreich Vertriebs AG, Villacher Straße 28b, A-9803 Spittal/Drau

1) Geschäftsverlauf, Geschäftsergebnis und Lage des Unternehmens

Die PAPSTAR Gruppe bietet eine umfangreiche Produktpalette und Markenportfolio an Einweg- und Mehrwegartikeln in den strategischen Warengruppen **„Einweggeschirr & Serviceverpackungen“, „Servietten, Tischdecken und Tischläufer inklusive bedruckter Partyteller und Becher“** sowie **„Hygiene/HACCP-Sortimente“** mit zukunftsweisenden Problemlösungen für den professionellen Großverbraucher im HORECA-Sektor, für die Systemgastronomie und für private Konsumenten an.

Die PAPSTAR Österreich Vertriebs AG ist spezialisiert auf den Vertrieb von **Einweg- und Mehrwegartikeln** für professionelle Großverbraucher in der Gastronomie, Hotellerie und Catering sowie für die Systemgastronomie. Die Kernsortimente umfassen **„Einweggeschirr & Serviceverpackungen“, „Produkte für den gedeckten Tisch (z. B. Servietten, Tischdecken) sowie Produkte für die Betriebshygiene“**. Dabei steht das Unternehmen für innovative, nachhaltige Lösungen mit starker Orientierung am HORECA-Markt.

HORECA GROSSHANDEL

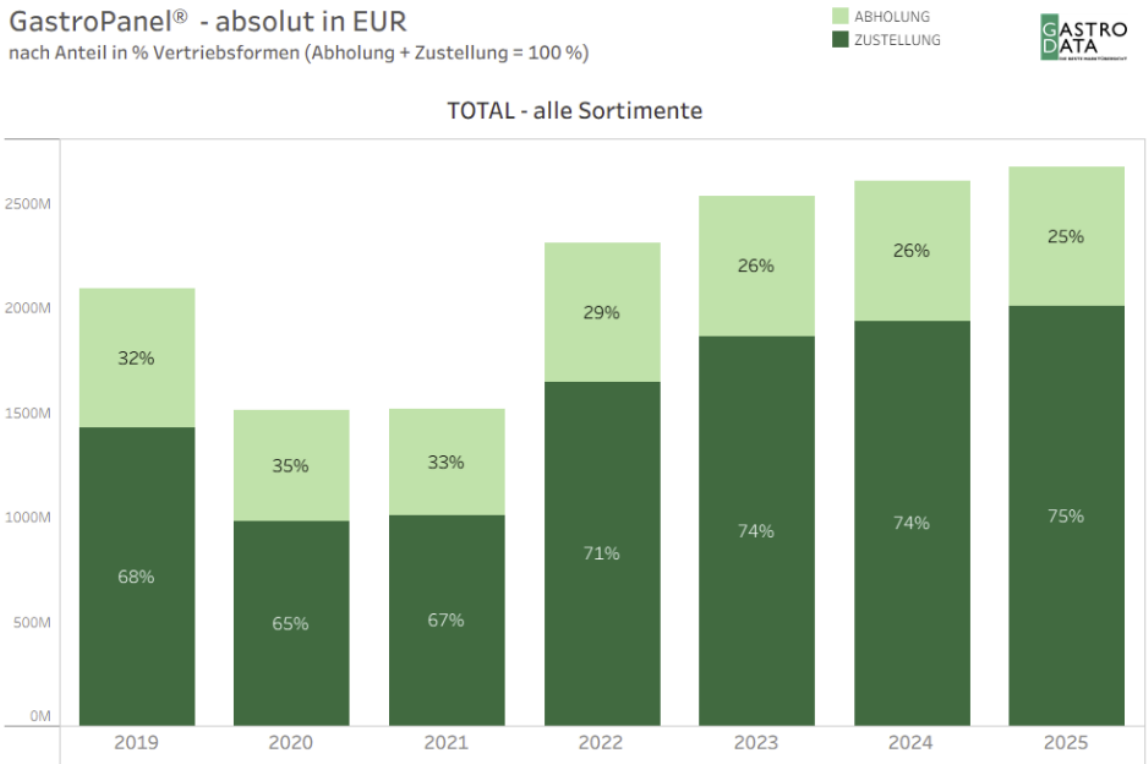
Das PAPSTAR Marken-Sortiment ist bei allen wichtigen internationalen und nationalen sowie regionalen HORECA-Großhändlern, die NON-FOOD-Sortimente führen, vertreten (METRO, TGÖ, EG-Gruppe, KASTNER, WEDL, KHG-Gruppe, regionale Großhändler). Generell wird im österreichischen GASTRO-GH massiv in die Zustell-Logistik (Umstellung auf E-LKWs, Ausbau von Verteillager) und in die technische Modernisierung der bestehenden Standorte (Energieeinsparung) investiert.

Gesamtmarktentwicklung

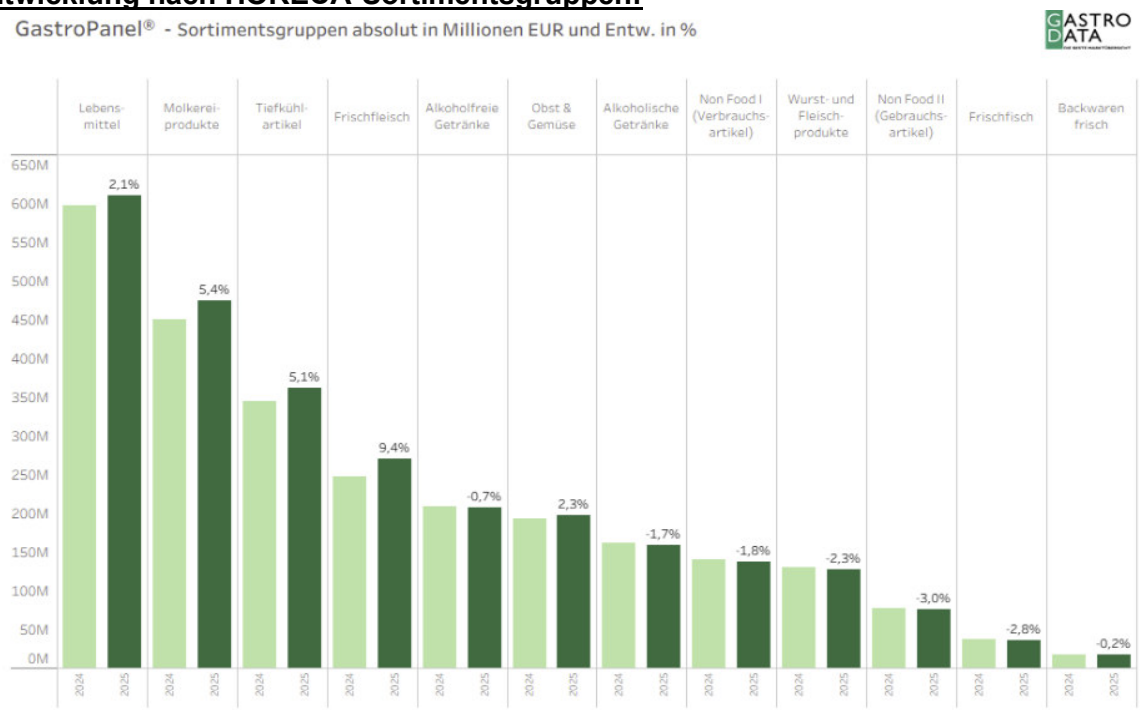
Der österreichische Großhandel (alle Warensegmente Zustellung und Abholung) konnte den Umsatz 2025 gegenüber 2024 nominell leicht erhöhen (2,70 Mrd. EUR zu 2,60 Mrd. EUR). Gegenüber dem Vor-COVID-Niveau von 2019 ergibt sich jedoch ein deutliches Plus.



Das Verhältnis von Abholung zu Zustellung ist 2025 im Vergleich zu 2024 von 74% auf 75% zugunsten Zustellung gestiegen.



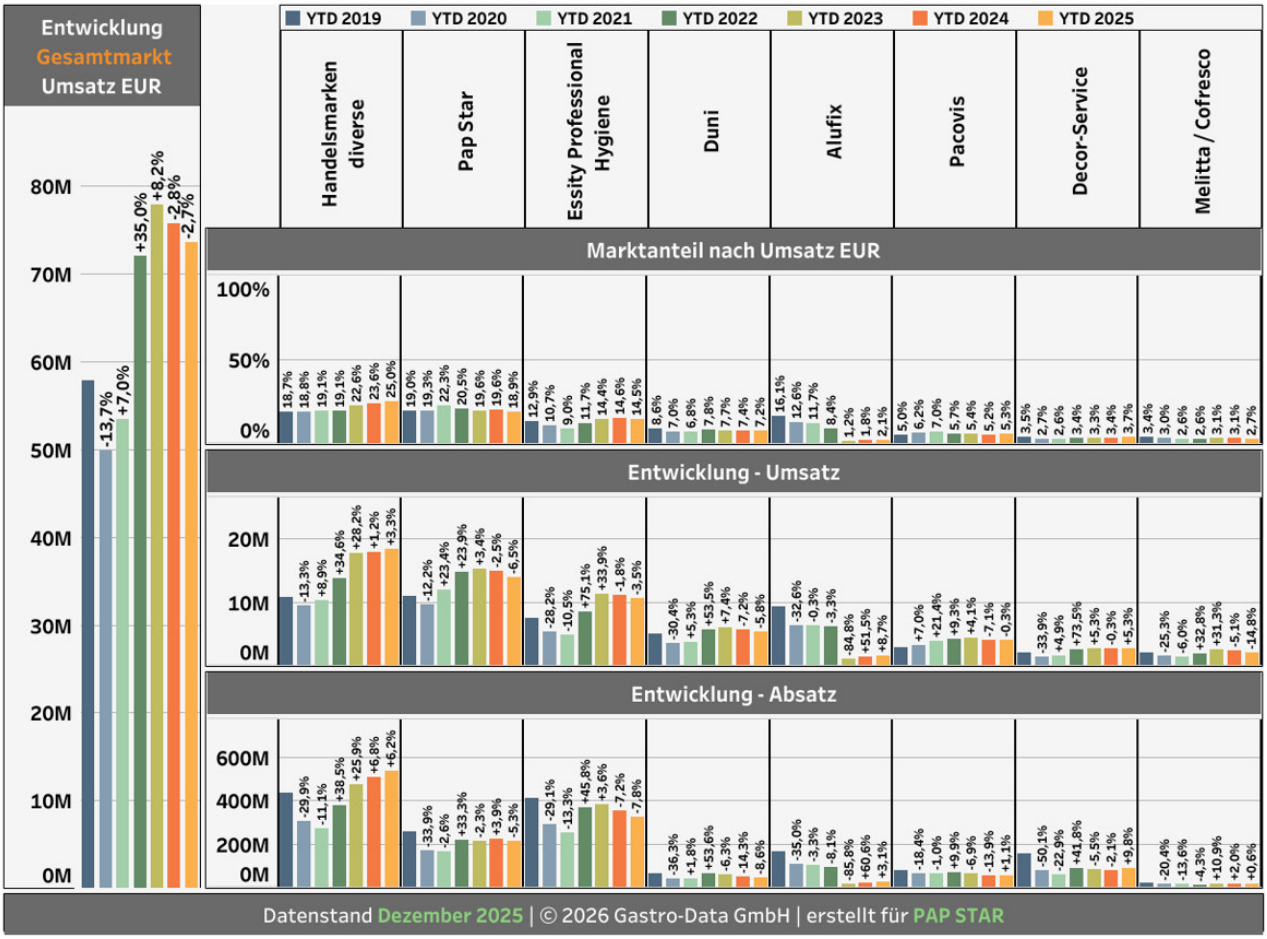
Entwicklung nach HORECA-Sortimentsgruppen:



Das gesamte NON-FOOD I – Segment (Verbrauchsgüter) verzeichnete 2025 im Vergleich zu 2024 allerdings erneut ein Umsatzminus von 1,8%.

Marktstellung und Vertriebspartner

Die Markensortimente der PAPSTAR Österreich Vertriebs-AG (PAPSTAR PURE, STARPAK, WORK-INN) waren auch 2025 bei allen wichtigen internationalen, nationalen und regionalen Großhändlern vertreten. PAPSTAR ist somit - trotz leichten Verschiebungen im Markt - weiterhin Marktführer (Marktanteil 2025 18,9%). Nur der Pool an Eigenmarken-Artikeln ist gesamt gesehen mit 25% stärker, wobei PAPSTAR auch Teil der Eigenmarken-Lieferanten ist. Der Marktanteilsverlust für PAPSTAR 2025 ist überwiegend auf die Eigenmarken-Dynamik im Sortimentsausbau der internationalen Player METRO und TGÖ zurückzuführen.



Der österreichische Gastronomie-Großhandel erzielte 2025 mit PAPSTAR-Sortimenten (Warenlieferungen des GH an die österreichische Gastronomie in 2025) mit 13,887 Mio. EUR gegenüber dem Vorjahr 2024 mit 14.856 Mio. EUR ein Minus von 6,5%. Gegenüber dem Vor-Covid-Niveau aus dem Jahr 2019 mit 10,965 Mio. EUR jedoch ein deutliches nominelles Plus von 26,6%, wobei jedoch deutliche Inflationsraten aus den Jahren 2021-2024 zu berücksichtigen sind.

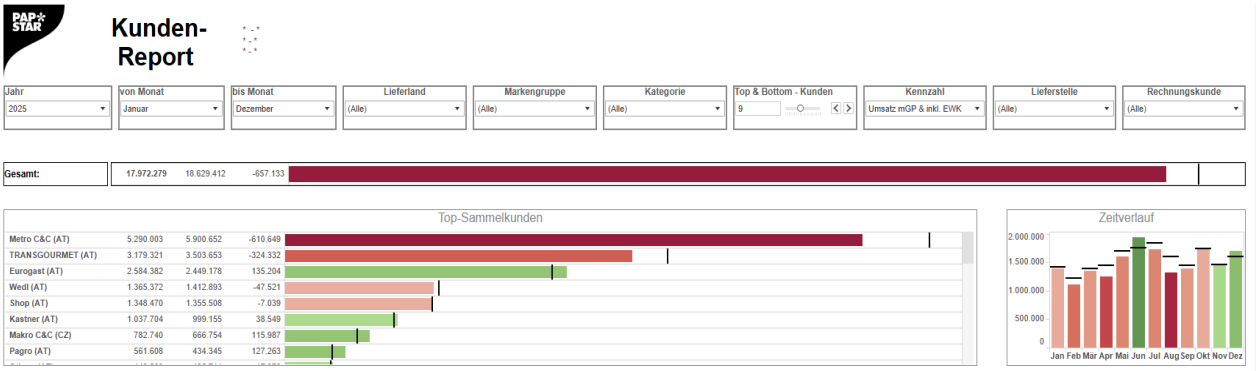
Positionierung im HORECA-Segment:

Bei den 5 größten und wichtigsten GH-Partner (METRO, TGÖ, EG-Gruppe, KASTNER-Gruppe, WEDL-Gruppe) hat PAPSTAR Österreich im NON-FOOD I Segment die Nr.1 Lieferanten-Position verteidigt. Im HORECA-Segment Premium-Gastro-Servietten konnte PAPSTAR 2025 mit der Marke ROYAL die mengenmäßige Marktführerschaft von 39,9% auf 40,7% weiter ausbauen. Auch im wichtigen und großen Gesamtsortiment HORECA-Servietten (alle Kategorien 1-lagig bis Premium) konnte PAPSTAR mit den Marken DAILY und ROYAL deutlich wachsen (MA von 6,9% auf 7,5%).

Geschäftsvolumen und Vertriebsentwicklung 2025

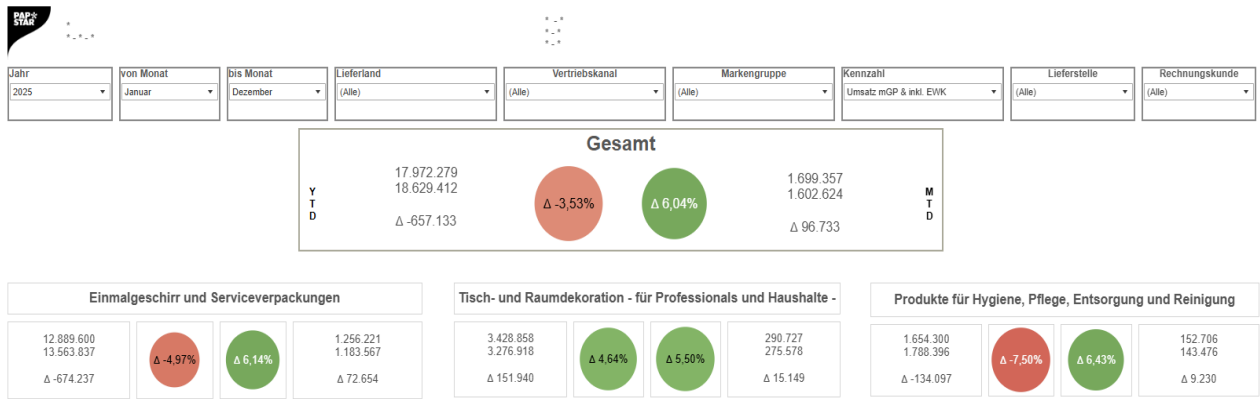
Der auf Basis der Faktura- und Vertriebsauswertungen ermittelte Umsatz der Firma PAPSTAR Österreich Vertriebs AG an Kunden in Österreich und den Exportdestinationen Ungarn, Tschechien, Slowakei und Slowenien (FAKTURA an Kunden) sowie PAPSTAR Online-Shops Österreich und Slowenien belief sich in 2025 auf 17,972 Mio. EUR, gegenüber dem Umsatzniveau von 2024 von 18,630 Mio. EUR bedeutet dies ein Minus von 3,53%.

Der österreichische PAPSTAR Onlineshop erzielte 2025 ein Umsatzergebnis von 1,348 Mio. EUR. Damit konnte das Ergebnis aus 2024 mit 1,356 Mio. EUR nicht ganz erreicht werden.



PAPSTAR Strategisch Warengruppen

Mit Betrachtung auf die strategischen Warengruppen konnte PAPSTAR Österreich 2025 in 2 Bereichen (Tisch- und Raumdekoration und Produkte für Hygiene, Entsorgung und Reinigung) wachsen. Den Rückgang in der wichtigsten strategischen Warengruppe (Einmalgeschirr und Serviceverpackungen) konnte man allerdings nicht ganz kompensieren.

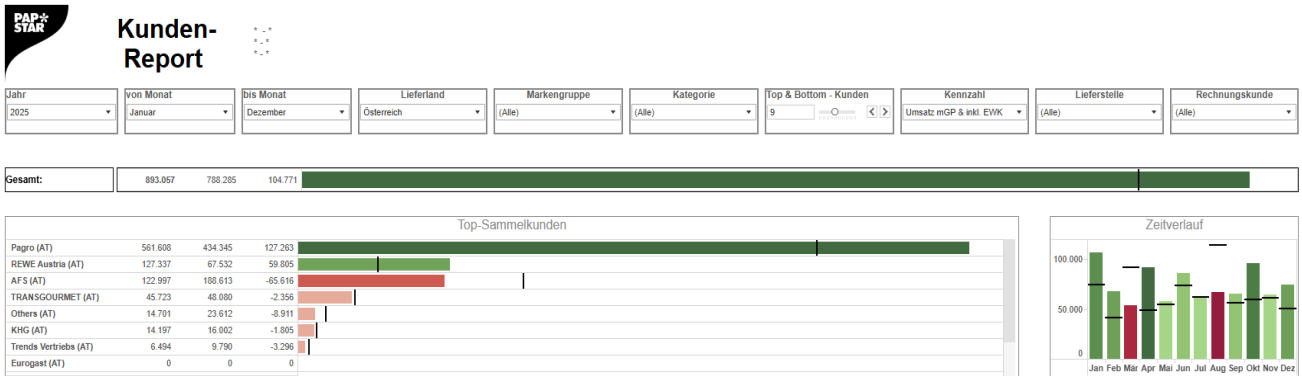


Wachstumstreiber 2025 waren das neue PAPSTAR Mehrweg-Sortiment mit Neulistungen bei den wichtigsten Playern im GASTRO-GH, sowie eine neuerliche Steigerung im Umsatz mit dem ROYAL Premium Servietten und den DAILY Servietten-Sortiment sowie bei Einweghandschuhen und Müllsäcken. Weiter rückläufig ist das TAKE AWAY und TAKE HOME Geschäft mit den klassischen Einwegsortiment und den Serviceverpackungen.

EINZELHANDEL (Food und Non-Food)

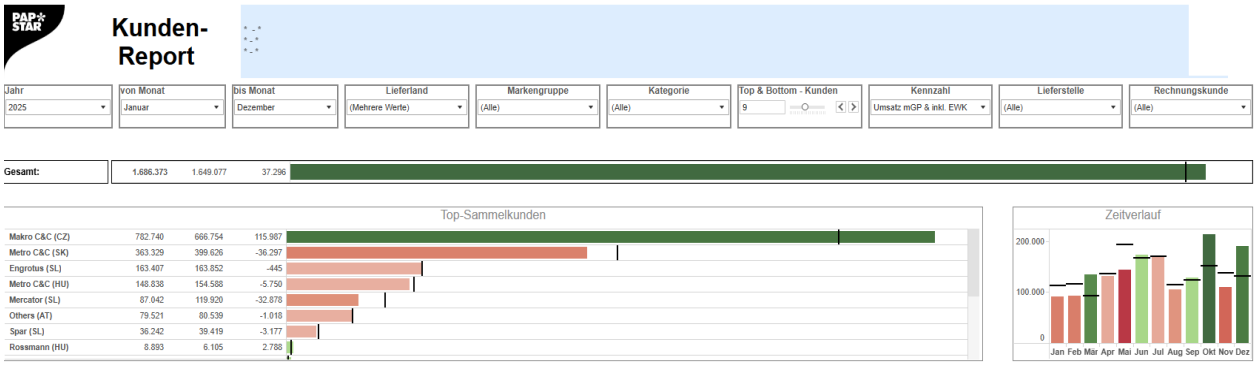
Die Konzentration im österreichischen Lebensmittelhandel ist weiterhin sehr hoch. Im LEH wird die Handelslandschaft weiterhin von wenigen Handelsketten dominiert (SPAR, REWE mit ADEG, HOFER, LIDL, MPREIS), wobei die SPAR-Gruppe die Marktführerschaft auch 2025 leicht ausbauen konnte. Die UNIMARKT-Kette musste Konkurs anmelden. Lukrative Standorte wurden von den anderen großen Playern übernommen. Der nicht lukrative Teil der Standorte mussten geschlossen werden.

PAPSTAR ist im LEH bei ADEG und BILLA-PLUS gelistet. Im Nonfood-RETAIL ist die MTH-RETAILGROUP mit LIBRO und PAGRO Marktführer, bei dem PAPSTAR sein Sortiment dementsprechend positioniert hat (Party, Einweggeschirr und Gedeckter Tisch) und 2025 deutlich ausbauen konnte. Für 2026 ist geplant, die Vertriebsschiene LIBRO vom Markt zu nehmen und die lukrativen Standorte zu PAGRO-Filialen umzubauen. Im RETAIL Food und Non-Food konnte man 2025 in Österreich gegenüber 2024 ein Umsatzplus von 13,3% erarbeiten.



EXPORTGESCHÄFT

Über die PAPSTAR Österreich Vertriebs-AG werden von Österreich aus die Exportrelationen TSCHECHIEN, SLOWAKEI, SLOWENIEN und UNGARN bedient. Man konzentriert sich auf das HORECA-Segment, bedient aber auch die RETAIL-Schiene. Wichtigster Partner ist die METRO-Gruppe. In Slowenien betreibt man einen eigenen Online-Shop und beliefert die wichtigen Player ENGROTUS und MERCATOR sowie den regionalen GASTRO-GH. SPAR hat nunmehr auch in Slowenien das gesamte relevante Sortiment auf Eigenmarke umgestellt. Die Betriebsstätte in UNGARN wurde mit Ende 2025 geschlossen. Die Ungarn-Kunden werden – dem Beispiel Slowenien folgend - von Österreich aus fakturiert.
In Tschechien und der Slowakei konzentriert man sich ebenfalls auf den GASTRO-GH und beliefert den Marktführer MAKRO CZ bzw. METRO SK. Zudem beliefert man die OBI-Gruppe mit Einweggeschirr für das Sommer-Saisongeschäft.



In den Exportmärkten (GH und RETAIL) konnte man 2025 ein Umsatzplus von 2,26% erarbeiten. Treiber dieses Wachstums war die MAKRO CZ als größter und wichtigster Partner im tschechischen HORECA-Großhandel.

BEZUGSQUELLEN der Handelsware:
Die PAPSTAR Österreich Vertriebs AG bezieht über 99 % der Handelsware von der PAPSTAR GMBH in KALL (Deutschland). Die Belieferung aller Kunden erfolgt über das konzerneigene Zentrallager in KALL mit Fremdlogistik.

Kennzahlen Lagebericht
Das EBIT (Betriebsergebnis) der PAPSTAR Österreich Vertriebs AG erreichte 2025 TEUR 649 (Vorjahr: TEUR 1.465). Das Finanzergebnis beträgt TEUR 35 (Vorjahr: TEUR 13). Der Gewinn vor Ertragsteuern erreichte 2025 TEUR 684 (Vorjahr: TEUR 1.477), ein Rückgang um 54%. Der Gewinn nach Steuern (Jahresüberschuss) 2025 erreichte TEUR 513 (Vorjahr: TEUR 1.245).

Der Cashflow 2025 aus der laufenden Geschäftstätigkeit erreichte TEUR 1.895 (Vorjahr: TEUR 1.553), der Cashflow aus der Investitionstätigkeit lag hier bei TEUR -145 (Vorjahr: TEUR -16). Insgesamt erzielte die PAPSTAR Österreich Vertriebs AG 2025 damit einen Free Cashflow von TEUR 1.750 (Vorjahr: TEUR 1.537).

Das langfristige Vermögen (AV) lag mit TEUR 183 um TEUR 76 über dem Vorjahreswert. Der Zugang ist auf Zugängen (Kfz‘s) bei den Sachanlagen zurückzuführen.

Das kurzfristige Vermögen sank von TEUR 8.567 auf TEUR 8.357.

Das Eigenkapital beträgt TEUR 2.468 (Vorjahr TEUR 4.250); die Eigenkapitalquote beträgt 28,9% (Vorjahr: 49,0%). Die Reduktion des Eigenkapitals um TEUR 1.782 resultiert aus dem Jahresgewinn 2025 sowie dem Gewinnvortrag abzüglich einer Kapitalherabsetzung von TEUR 2.280.

Die langfristigen Schulden reduzierten sich um TEUR 327 auf TEUR 210.

Die Entwicklung der Finanzkennzahlen war 2025 insbesondere durch die Kapitalherabsetzung und das gegenüber dem Vorjahr niedrigere Ergebnis beeinflusst. Ungeachtet dessen ergaben sich im Berichtsjahr keine Anhaltspunkte für einen Reorganisationsbedarf.

2) Voraussichtliche Entwicklung des Unternehmens

PAPSTAR und die Auswirkungen der EU-Direktiven auf das operative Geschäft
Die Umstellung der sogenannten Verbotsartikel der EU-SUPD (Bestecke, Trinkhalme und Suppenteller aus Plastik oder Bioplastik sowie bedruckte Partyteller) ist seitens PAPSTAR umgesetzt. Diesen Umstellungsprozess hin zu EU-SUPD konformen Alternativen hat PAPSTAR Österreich auch 2025 mit einem positiven Saldo und neuen Chancen gut bewältigt. Rückläufig war 2025 die wichtige PAPSTAR Warengruppe Serviceverpackungen aufgrund rückläufiger Nachfrage für Take-away- und Take-Home-Geschäft.

Im Bereich jener Artikelgruppen, die nun durch die begleitenden Maßnahmen der EU-SUPD betroffen sind (kennzeichnungspflichtige Reduktionsartikel wie hauptsächlich Trinkbecher) ist der Umstellungsprozess sowohl innerhalb der PAPSTAR Gruppe als auch im Markt ebenfalls abgeschlossen. Die betroffenen Artikel des PAPSTAR Sortiments entsprechen nunmehr den Anforderungen der EU-SUPD und sind entsprechend gekennzeichnet.

Weiter im Trend und damit stark wachsend sind Mehrweg-Lösungen wie Bestecke aus Bio-Kunststoff oder Mehrwegbehälter für Getränke und Speisen). Neu hinzugekommen sind 2025 Mehrweg-Trinkhalme aus Kunststoff mit großen LISTUNGEN bei allen wichtigen Großhandelspartnern in Österreich. Das PAPSTAR Mehrwegsortiment unter der MARKE STARPAK ist somit zu einem wichtigen Teil des PAPSTAR Sortiments geworden und hat 2025 einen beachtlichen Umsatzanteil erreicht.

Weitere Auswirkungen auf das operative Geschäft werden sich aus der laufenden Umsetzung europäischer Verpackungs-, Kreislaufwirtschafts- und Nachhaltigkeitsvorgaben ergeben. Dies betrifft insbesondere zusätzliche administrative Anforderungen, Kennzeichnungs- und Nachweispflichten sowie potenzielle Kostensteigerungen entlang der Lieferkette. Auch die Umsetzung der EUDR (EU-Entwaldungsverordnung) wird ab Ende 2026 zusätzlichen operativen und administrativen Aufwand verursachen.

PAPSTAR – maßgeblicher TREIBER der KREISLAUFORIENTIERUNG der Branche
Der seit nunmehr über einem Jahrzehnt forcierten aktiven Unternehmenspolitik pro Umwelt und Nachhaltigkeit folgend, sieht sich PAPSTAR nicht mehr „nur“ als erfolgreiche Vertriebs-gesellschaft und In-Verkehr-Bringer von hochwertigen Einwegprodukten, sondern auch als Lösungsanbieter für eine grüne Zukunft der HORECA-Branche.

Neben den konsequenten Einsatz nachwachsender Rohstoffe sollen nachhaltig zu Ende gedachte Verwertungskonzepte im Sinne des Cradle to Cradle Prinzips (Schließen von Wertstoff-Kreisläufen) zum zukünftigen Leistungsspektrum der PAPSTAR Österreich Vertriebs AG gehören. Das neue Geschäftsfeld wird unter dem Titel PAPSTAR Solutions geführt.

Konzernweit ist die PAPSTAR Österreich Vertriebs AG Teil des umfassenden Nachhaltigkeits-Berichtsprozedere der PAPSTAR Gruppe im Rahmen der europäischen CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive).

Investitionen:
Im Geschäftsjahr 2025 wurden Investitionen in die Modernisierung des Bürostandorts durchgeführt. Für 2026 sind weitere Investitionen, insbesondere im Fuhrpark, vorgesehen.

Personal:
Es sind keine großen Änderungen beim Personalstand geplant.

3) Risikoberichterstattung

Die PAPSTAR Österreich Vertriebs AG ist im Rahmen ihrer zentraleuropäischen Orientierung verschiedenen Risiken ausgesetzt. Neben den aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit resultierenden operativen Risiken sind dies insbesondere Markt-, Preisänderungs-, Kosten-, Beschaffungs- und Investitionsrisiken. Auch die geopolitische Lage, insbesondere der andauernde Ukraine-Konflikt sowie die Spannungen im Nahen Osten, stellen zusätzliche Risiken dar, die insbesondere die Rohstoffversorgung, die Energiekosten und die Lieferketten beeinflussen können.

Wesentliche Risiken bestehen insbesondere in der Entwicklung der Nachfrage in den relevanten HORECA- und Retail-Segmenten, in regulatorischen Änderungen auf EU-Ebene, in der Entwicklung von Beschaffungs- und Logistikkosten sowie in der Verfügbarkeit und Preisentwicklung wichtiger Rohstoffe. Darüber hinaus besteht aufgrund der konzernweiten Beschaffungsstruktur eine hohe Abhängigkeit von der Leistungsfähigkeit der konzerninternen Liefer- und Logistikprozesse.

Zur Begrenzung der Risiken kommt bei der PAPSTAR Österreich Vertriebs AG ein Risikomanagementsystem zur Identifizierung, Analyse und Bewertung von Risiken zum Einsatz.

Im Berichtszeitraum 2025 hat sich die Risikolage der PAPSTAR Österreich Vertriebs AG gegenüber dem Vorjahr etwas verbessert, da das Fremdwährungsrisiko in Ungarn aufgrund der Betriebsschließung nicht mehr besteht. Aus heutiger Sicht sind keine zusätzlichen Risiken erkennbar, die den Fortbestand der Gesellschaft gefährden könnten. Besonders zu beachten bleiben regulatorische Entwicklungen auf EU-Ebene, die Sicherstellung der Warenbeschaffung und Rohstoffversorgung aufgrund internationaler Krisen sowie die Frachtkostenentwicklung. Für diese Themen wurden innerhalb der PAPSTAR Gruppe entsprechende Monitoring-Strukturen aufgebaut.

4) Forschung und Entwicklung

Da die PAPSTAR Österreich Vertriebs AG eine Vertriebsgesellschaft ist, betreibt sie keine eigene Forschung und Entwicklung. Forschungs- und Entwicklungsleistungen werden innerhalb der Gruppe bzw. durch strategische Lieferanten erbracht, insbesondere durch die PAPSTAR GmbH (Deutschland), die PAPSTAR Solutions GmbH (Deutschland) sowie die Paper Print Converting GmbH in Spittal (Österreich).

5) Zweigstellenbericht

Die PAPSTAR Österreich Vertriebs AG unterhält unselbständige Zweigniederlassungen in Tschechien mit Sitz in Parkview, Pujmanové 1753/10a, Nusle, CZ-140 00 Praha 4 und in der Slowakei mit Sitz in Hodžovo námestie 1/A, SK-811 06 Bratislava.

Spittal an der Drau, 24.4.2026

Mag. Christian Steinberger
Vorstand PAPSTAR Österreich Vertriebs AG