Beilage II

Lagebericht für das
Geschäftsjahr vom
1. März 2025 bis
28. Februar 2026

Docusign Envelope ID: 12BDB6E3-FF0C-800F-8102-431AFDBE381E

bofrost*

Beilage II

LAGEBERICHT

für das Geschäftsjahr 2025/2026

der Firma
bofrost* Austria GmbH
Wiesrainstraße 29
A-6430 Ötztal-Bahnhof

Docusign Envelope ID: 12BDB6E3-FF0C-800F-8102-431AFDBE381E

Geschäftsverlauf

Überblick

Der bofrost* Unternehmensgegenstand ist das Beliefern im Direktvertrieb (Privathaushalte) von Eis- und Tiefkühlspezialitäten. Das bofrost* Unternehmen tritt als reines Handelsunternehmen im Gewerbewortlaut „Handelsgewerbe mit Ausnahme der reglementierten Handelsgewerbe" auf. Zum Hauptsortiment wird bei Saisonaktivitäten ein reduziertes Sortiment an Non-Food-Artikeln (angepasst zu den Tiefkühlartikeln) dem Kunden angeboten. Der Verkauf findet hauptsächlich über die 14 Betriebsstandorte (Betriebsstätten) statt. Die zentrale Ausrichtung der Betriebsleitung (Geschäftsleitung/Regionalverkaufsleitung), Einkauf, Marketingstrategien, Neukundenwerbung, gesamte Datenerfassung z. B. Verarbeitung aller Buchhaltungs-vorgänge, Erstellung Kostenstellen- und Controlling Auswertungen, Lohn- und Gehaltsabrechnung für alle in Österreich beschäftigten Personen, etc. wird am Hauptstammsitz in Ötztal-Bahnhof erbracht.

Seit 01.03.2013 ist das Tiefkühl-Zentrallager von bofrost* Österreich an einen externen Dienstleister „Österreichische Donaulager GmbH Linz" outgesourced. Die Belieferung der bofrost* Betriebsstätten mit Tiefkühlwaren und Non Food-Artikel erfolgt ab diesem Zeitpunkt von Linz aus.

Die Steuerung der Warenflüsse sowie die Kontrolle der Belieferung der Tiefkühlwaren und Non Food-Artikel an die bofrost* Betriebsstätten über den Fremddienstleister Österreichische Donaulager GmbH in Linz, erfolgt weiterhin zentral vom Standort Ötztal-Bahnhof durch den Bereich SCM.

Aufgrund der Betriebsgröße ist ein Aufsichtsratsgremium erforderlich. Der eingerichtete Aufsichtsrat besteht aus vier Aufsichtsräten als Vertreter der Anteilseigner mit mind. vier Sitzungen jährlich. Der Aufsichtsrat nimmt neben seiner Prüfungspflicht auch eine Beratungsfunktion der Geschäftsführung der bofrost* Austria GmbH wahr.

Ausrichtung bofrost*

Die Entwicklung des Marktes für Tiefkühlprodukte und der Name bofrost* sind heute in vielen europäischen Ländern untrennbar miteinander verbunden. Die wegweisende unternehmerische Idee des bofrost* Gründers Josef Heinz Boquoi, durch Tiefkühlung konservierte, hochwertige Lebensmittel direkt in die Haushalte zu liefern, hat Maßstäbe gesetzt. bofrost* ist ein Familienunternehmen und seit über 60-Jahren europaweit tätig. Das Unternehmen garantiert die lückenlose Tiefkühlkette von der Produktion bis in die Gefriergeräte der Kunden. Nachhaltigkeit bestimmt das unternehmerische Handeln: Umweltschutz und insbesondere die Schonung der natürlichen Ressourcen sind selbstverständlich. Als Wegbegleiter zu einer abwechslungsreichen und gesunden Ernährung steht bofrost* den Kunden zur Seite. Hierbei stellt das kompromisslose Bekenntnis der Marke bofrost* zu top-Qualität und top-Service das Fundament des mittlerweile über 60 Jahre anhaltenden Erfolges dar.

bofrost* beliefert Privathaushalte mittels Tiefkühl-Spezialfahrzeugen mit bofrost* Produkten.

Docusign Envelope ID: 12BDB6E3-FF0C-800F-8102-431AFDBE381E

Beschaffungsbereich

Gemeinsam mit dem Produktionspartner übernimmt bofrost* Verantwortung für Soziales und Umwelt.

bofrost* Produkte werden dort eingekauft, wo die Bedingungen optimal sind. Um höchste Qualität ohne Zwischenlagerungszeiten zu garantieren, wird die Rohware stets sofort verarbeitet. Dieses Prinzip der direkten Weiterverarbeitung ist ein wichtiges Gütemerkmal der bofrost* Produkte. In der Regel wird die Rohware gleich nach der Ernte, dem Fang oder der Schlachtung verarbeitet und schockgefrostet. Die Schockfrostung ist eine der schonendsten Methoden zur Haltbarmachung überhaupt, ohne Zusatz von Konservierungsmittel. Vitamine und Nährstoffe bleiben weitestgehend erhalten – die optimale Grundlage für eine gesunde Ernährung.

Die Produktionsstätten werden von unseren Fachleuten regelmäßig besucht und die bofrost* Qualitätsvorgaben kontrolliert.

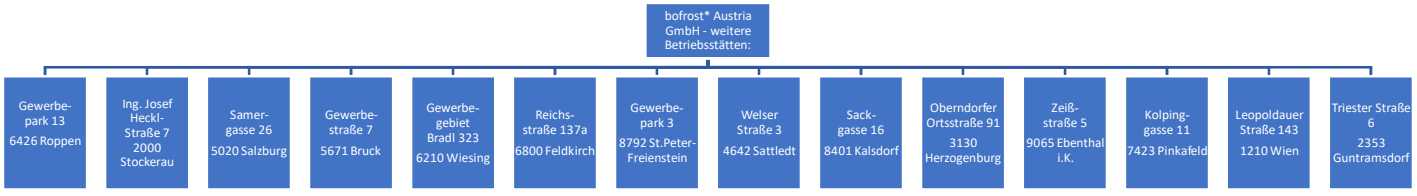
Im Sortiment stehen unseren Kunden ca. 400 Produkte über den bofrost* Katalog zur Auswahl bereit. Weiters werden den Kunden ca. 180 Artikel als Empfehlungsprodukte oder als Saisonartikel (im Sommer-/bzw. Weihnachtszeitraum) angeboten.
Zirka 18% unserer in Österreich vertriebenen Produkte werden aus dem Europa-Sortiment der bofrost* Dienstleistungs-GmbH & Co. KG in Deutschland (Straelen) und ca. 51% aus anderen ausländischen Produktionsbetrieben bezogen. Zirka 31% der Produkte werden von inländischen Produktionspartnern nach bofrost* Qualitätsrichtlinien produziert.

Zur kontinuierlichen Absicherung des bofrost* Qualitätsstandards werden – neben entsprechenden Maßnahmen auf Lieferantenseite – eigene Produktmanager und Qualitätskontrolleure eingesetzt. Bei Wareneingang der Produkte im Zentrallager werden Verpackung, Gewichte, Sensorik geprüft, bevor diese in unseren Verkauf gelangen und stellen zudem eine lückenlose Tiefkühlkette sicher. So bleiben alle bofrost* Spezialitäten garantiert frisch. Im Speziellen wird auf kontrollierten Anbau und kontrollierte Aufzucht, Ernte zum optimalen Zeitpunkt, schonende und direkte Weiterverarbeitung, nachweisbare Herkunft geachtet. Seit dem WJ 2021/2022 ist die bofrost* Austria nach der internationalen Norm ISO 22000 zertifiziert und setzt somit höchsten Standard im Bereich Managementsysteme zur Lebensmittelsicherheit.

Absatzlage

Der Umsatz der bofrost* Gesellschaft wird in den einzelnen bofrost* Betriebsstätten eingefahren und ist im WJ 2025/2026 zum Vorjahr um +3,928% gestiegen.

Die bofrost* Betriebsstätten-Standorte stellen sich wie folgt dar:



Docusign Envelope ID: 12BDB6E3-FF0C-800F-8102-431AFDBE381E

bofrost* bringt Vorteile für die Kunden:

Höchste Qualität	Bester Service
- lückenlose Tiefkühlkette	- mehr als 550 Produkte
- Vielfalt in jeder Saison	- individuelle Terminabsprache
- Sorgfalt, die man schmeckt	- Einkaufen von zu Hause aus
- garantierte Reinheit	- keine Zustellgebühr
- unübertroffene Frische	- persönliche Produktberatung
- ausgezeichnete Qualität	- bequeme Bezahlung
- Kauf ohne Risiko	- kostenlose Ernährungsberatung

Alle Marketing-, Kommunikations- und Vertriebsmaßnahmen sind aufeinander abgestimmt – von der Produktentwicklung, über Werbemittel, Öffentlichkeitsarbeit und Homepage bis hin zur Serviceberatung. Aktualität, Saisonalität, USP und Profitabilität sind die 4 Erfolgsfaktoren des bofrost* Angebotes.

Durch eine zielgruppenorientierte Kommunikation an verschiedenste Zielgruppen wie kleine Haushalte, Vegetarier, Familien, urbane Lifestyler, aber auch KundInnen mit speziellen Ernährungsansprüchen wird der Verkauf geführt.

Als wesentlichen Erfolgsfaktor des bofrost* Geschäftsmodells - im Gegensatz zum stationären Lebensmitteleinzelhandel – ist die persönliche Beziehung zwischen den Verkaufsfahrern/Verkaufsfahrerinnen und KundInnen, sowie die Gewährleistung einer ununterbrochenen Tiefkühlkette. Die Tiefkühlprodukte werden unter diesen Bedingungen im hohen Qualitätsstandart dem Kunden angeliefert.

Unternehmerische Ziele:

Die bofrost*-Konzerngruppe stellt sich anspruchsvollen und herausfordernden Zielen - das Unternehmen im Jahr 2030:

- *bofrost** hat die zufriedensten Kunden
  - *begeisterndes Produkt- und Serviceangebot*
- *bofrost** ist ein attraktiver Arbeitgeber im Direktvertrieb
  - *Mitarbeiter finden und Mitarbeiter fördern*
- *bofrost** ist die wichtigste Marke für Tiefkühlkost und Eiscreme
  - erfolgreichstes Unternehmen der Branche weltweit
- *bofrost** hält ein Umsatzvolumen von mind. Mrd. 2,0 €
  - Wachstum bei steigendem Unternehmenswert

Eine der wesentlichen Säulen der Wachstumsstrategie der Marke bofrost* stellen neue Maßnahmen im Bereich der Neu- und Bestandskundenentwicklung dar. Eine Modernisierung der Marke im Auftritt nach Außen sowie die Implementierung von neuen Lieferservicearten sollen vor allem jüngere Kundengruppen ansprechen.

bofrost* will seine Marktposition als eine der wichtigsten Marken im Direktvertrieb weiter ausbauen. Bereits heute wird europaweit in allen bofrost* Geschäftsbereichen an der Realisierung der Zukunftsstrategie gearbeitet.

Docusign Envelope ID: 12BDB6E3-FF0C-800F-8102-431AFDBE381E

Zur Erfüllung dieser Ziele steht ein gesundes Fundament zur Verfügung. Hohe Kreativität, Einsatzbereitschaft sind wesentliche Voraussetzungen für die Zielerreichung. Es gilt für die Zukunft viele gute bofrost* Erkenntnisse weiterzuentwickeln und tatkräftig anzugehen. Veränderungen zuzulassen und neue Ideen – gut durchgedacht und konzipiert – erfolgreich in die Tat umzusetzen.

Neukundenwerbung:
Der traditionelle Werbeweg der Ansprache von Neukunden durch unsere Werbepartner direkt an der Haustür ist der größte Neukundengewinnungsfaktor. Als Unterstützung werden neue Instrumente wie zum Beispiel durchgängige elektronische Prozesse oder potentialorientierte Werbegebietsanalysen eingesetzt. Ebenso beitragen sollen Personalentwicklungs- und Förderungsmaßnahmen für die Neukundenwerber. Zusätzlich werden Werbewege wie klassische online-Werbung, TV-shopping Kanäle, E-Commerce Maßnahmen usw. implementiert!

Bestandskundenentwicklung:
In der Bestandskundenentwicklung sollen - bei Beibehaltung der Grundsätze zur Qualitätsinterpretation aus der Gründerzeit - die Berücksichtigung neuer heutiger Kundenerwartungen hinsichtlich moderner Trends, Nachhaltigkeit und Gesundheit zusätzliche Wachstumsimpulse schaffen. Das Angebot an unsere Kunden soll dabei zielgruppenorientierter gestaltet werden unter Fortführung der Konzeption im Category Managements hinsichtlich differenzierter Sortimente.

Mitarbeiterentwicklung:
bofrost* fordert und fördert die individuelle Leistungsbereitschaft der Mitarbeiter auf Basis verbindlicher und loyaler Zusammenarbeit. Die Zusammenarbeit im Unternehmen basiert auf Offenheit, Vertrauen und gegenseitigem Respekt. Die bofrost* Mitarbeiter sind direkt in die Zukunftsprojekte eingebunden. Das führt zu mehr Identifikation mit den bofrost* Unternehmenszielen und ist richtungsweisend auf dem Weg, einer der beliebtesten Arbeitgeber zu werden. Die Führungskultur fördert Eigenverantwortlichkeit und Identifikation der Mitarbeiter durch einen kooperativen und motivierenden Führungsstil.

Personal- und Sozialwesen

2026	**2025**	**+/-**
€ 26.676 Tsd.	€ 25.317 Tsd.	€ +1.359 Tsd.

Die Gesellschaft beschäftigte im Wirtschaftsjahr durchschnittlich 468 Personen (im VJ 471). Die größte Beschäftigungsgruppe stellen die Verkäufer mit 277 (VJ: 274) Personen dar.

Das Entlohnungsniveau in der Gesellschaft orientiert sich nach Kollektivvertragssätzen Arbeiter/Angestellte in Handelsbetrieben, gemäß Qualifizierung und Ausbildung entsprechend höher.

Unter Berücksichtigung allfälliger Veränderungen bei den Personalrückstellungen und lohnabhängigen Abgaben stellt sich der Personalaufwand in Höhe von € 26.676 Tsd. (VJ: € 25.317 Tsd.) dar. Der Personalaufwand veränderte sich zum Vorjahr um € +1.359 Tsd. oder 5,37 %.

Docusign Envelope ID: 12BDB6E3-FF0C-800F-8102-431AFDBE381E

Geschäftsentwicklung

	2026	**2025**	**+/-**
Umsatzentwicklung	€ 63.639 Tsd.	€ 61.234 Tsd.	€ +2.405 Tsd.

Die Umsatzerlöse sind im Vergleich zum Vorjahr ist um € +2.405 Tsd. (+3,928%) gestiegen.

Die Cashflow-Ermittlung zeigt folgendes Bild:

	WJ 2025/26	WJ 2024/25
Netto-Geldfluss aus der betrieblichen Tätigkeit	1.730 Tsd. EUR	1.685 Tsd. EUR
Netto-Geldfluss aus der Investitionstätigkeit	-2.547 Tsd. EUR	-2.761 Tsd. EUR
Netto-Geldfluss aus der Finanzierungstätigkeit	-31 Tsd. EUR	-86 Tsd. EUR
Netto-Geldfluss gesamt	**-848 Tsd. EUR**	**-1.161 Tsd. EUR**

Vermögenslage:
Die Bilanzsumme in Höhe von € 17.949 Tsd. (VJ € 17.469 Tsd.) veränderte sich gegenüber dem Vorjahr um € +480 Tsd. oder +2,75%.

Das Anlagevermögen in Höhe von € 8.618 Tsd. (VJ: € 7.727 Tsd.) veränderte sich gegenüber dem Vorjahr um € +891 Tsd. Insgesamt wurden 41 neue LKW € 2.502 Tsd. angekauft. Es wurden Umbauten fr. Grundstücke iHv € 11 Tsd., PKW iHv € 490 Tsd., Umbau TK-Läger/Kälteanlagen/ Regalanlagen iHv € 66 Tsd., sowie Betriebs- u. Geschäftsausstattung iHv € 25 Tsd. angeschafft worden.

Die Warenbestände in Höhe von € 4.688 Tsd. sind verändert zum Vorjahr (VJ: € 4.486 Tsd.) um +202 Tsd. oder +4,489 %.

Der Kassen- bzw. Bankbestand stellt sich mit € 3.102 Tsd. (VJ: € 3.950 Tsd.) um € 847 Tsd. niederer als im Vorjahr dar.

Darstellung des Jahresergebnisses per 28.02.2026:

Betriebsergebnis (EBIT)	**Gewinn**	**370.597,54**
Finanzergebnis		15.497,81
Steuern vom Einkommen und Ertrag (KÖST Vorjahre und Geschäftsjahr, Aktive Latente Steuer 2025/26 und sonstiger Steueraufwand Vorjahr)		-239.454,00
	GEWINN	**146.641,35**

Docusign Envelope ID: 12BDB6E3-FF0C-800F-8102-431AFDBE381E

Wesentliche Risiken

Personalrisiko
Die Fluktuation ist zum Vorjahr leicht gesunken und liegt bei der Haupt-Beschäftigungsgruppe Verkäufer bei 31,6%.

Produktrisiko
Im Wirtschaftsjahr 20/21 wurde die ISO22000 – Zertifizierung erfolgreich abgeschlossen und das bestehende „Food-Safety-Management-System" weiter ausgebaut.
Alle produktspezifischen Risiken wie:
- gefährliche Substanzen in Lebensmitteln
- Mikroorganismen wie z. B. Salmonellen, E-Coli, Listeria, etc.
- gefährliche Fremdkörper z. B. Metall, Glas, etc.

werden durch systematische Kontrollen und Überwachung nahezu ausgeschlossen.

Geschäftsrisiko
Aufgrund des Umstandes, dass ca. 65 % des Umsatzes über Bargeldbezahlung und ca. 10 % über Bankomat-/bzw. Kreditkartenzahlung erfolgt, ist das Geschäftsrisiko eines Forderungsausfalles verhältnismäßig reduziert. Der restliche Umsatz wird über Einzugsermächtigungsverfahren bei den Kunden abgebucht. Von den sich in der Mahnstufe 3 befindlichen offenen Kundenforderungen sind Außenstände Großteils einbringbar. Die nicht mehr einbringlichen Forderungen stellen sich zum Umsatz in Höhe von ca. 0,014 % dar. Diese Forderungen in Mahnstufe 3 werden entsprechend zum Bilanzstichtag wertberichtigt.

Marktrisiko
Der europäische Markt für Tiefkühlkost zeigt sich weiterhin wachstumsstark und stabil nachgefragt. bofrost* konnte in diesem Umfeld seine Marktposition gezielt stärken – gestützt auf ein über Jahre hinweg etabliertes, effizientes Geschäftsmodell sowie auf strategische Investitionen in digitale Vertriebskanäle, insbesondere im Bereich E-Commerce.
Ein zentrales Differenzierungsmerkmal im Wettbewerbsumfeld ist der persönliche Kundenkontakt, der bei bofrost* integraler Bestandteil des Serviceversprechens ist. In Kombination mit der hohen Zuverlässigkeit der Lieferprozesse und der konstanten Produktqualität bildet dies die Grundlage für eine überdurchschnittlich hohe Kundenzufriedenheit und -bindung. Gleichzeitig stellt die fortschreitende Digitalisierung neue Anforderungen an die Unternehmensführung. Um den steigenden Erwartungen der Kundinnen und Kunden hinsichtlich Lieferkomfort, Produktauswahl und digitaler Einkaufserlebnisse gerecht zu werden, investiert bofrost* kontinuierlich in die Weiterentwicklung seiner digitalen Infrastruktur und Prozesse.

Preispolitik, Risikomanagement und Qualitätssicherung
bofrost* verfolgt eine stabile und kundenorientierte Preispolitik: Die angebotenen Katalogpreise gelten jeweils für ein halbes Jahr und bleiben von kurzfristigen Preis- und Rabattaktionen des Lebensmitteleinzelhandels unbeeinflusst. Diese Kontinuität schafft Transparenz und Vertrauen bei den Kundinnen und Kunden.
Im Bereich des Qualitätsmanagements profitiert das Unternehmen von der langen Haltbarkeit seiner Tiefkühlprodukte. Dadurch ist das Risiko von Warenabschriften oder -vernichtungen gering und gut kalkulierbar.
Ein weiterer stabilisierender Faktor ist das weit verbreitete Barzahlungssystem, das von einem Großteil der Kundschaft genutzt wird. Dadurch reduziert sich das Risiko von Forderungsausfällen (Dubiosenrisiko) auf ein Minimum.

Docusign Envelope ID: 12BDB6E3-FF0C-800F-8102-431AFDBE381E

Mögliche betriebliche Risiken – wie Betriebsunterbrechungen, Warenverluste, Totalschäden an Fahrzeugen infolge von Temperaturabweichungen oder Schadenersatzforderungen Dritter – sind durch ein umfassendes Versicherungskonzept abgesichert

Finanzinstrumente

Das Unternehmen setzt nur originäre und keine derivativen Finanzinstrumente ein. Das Zinsänderungsrisiko für Finanzierungen der Gesellschaft kann als gering angesehen werden. Das Kreditrisiko im Bereich der Lieferforderungen wird ebenfalls als gering eingeschätzt.

Ausblick

Planzahlen (Cash-Flow-Berechnung lt. Controlling für die bofrost* Austria GmbH):

	Cash-Flow WJ 2026/27 (budget)	Cash-Flow WJ 2027/28 (topdown)	Cash-Flow WJ 2028/29 (topdown)
Umsatz *Abw. zu VJ in %*	70.767T€ *+1,0 %*	72.053 T€ *+1,8 %*	73.637 T€ *+2,2%*
Plan *Abw. Zu VJ*	+2.777 T€ *+178 T€*	+2.962 T€ *+185 T€*	+3.282 T€ *+320 T€*

Forschung und Entwicklung

Als reiner Einzelhandelsbetrieb tätigt das Unternehmen keine F&E-Aktivitäten.

Signiert von:
Reinhold Hubacek
A03932DDB61E4CC...

Ötztal-Bahnhof, am 09.06.2026

bofrost* Austria GmbH
Dr. Reinhold Hubacek, Geschäftsführer