Lagebericht für das Jahr 2024
der
Freier Group Austria GmbH

A. Geschäftsverlauf und Lagedarstellung

1. Überblick

Die Freier Group Austria GmbH vertreibt in Österreich Bekleidung und Modeaccessoires der Marken s.Oliver, comma, Liebeskind Berlin sowie Q/S by s.Oliver. Der Vertrieb erfolgt sowohl über eigene vertikale Kanäle (Retail-Stores und Shop-in Shop) als auch über Großhandelskanäle (Wholesale- und Franchise-Partner).

Die Marken der S.OLIVER GROUP sind im österreichischen Markt im mittleren Preissegment der Fashion-Branche erfolgreich positioniert. Mit den Kollektionen wird trendorientierte Mode für jeden Tag und Anlass für die ganze Familie angeboten.

Zum Bilanzstichtag 31.12.2024 zählt die Freier Group Austria 36 eigene Retail-Stores zu ihrem Retail-Portfolio. Im Vergleich zum Vorjahr wurde das Portfolio netto um eine Filiale verkleinert. Die Händlerstruktur im Wholesale und im klassischen Franchise blieb im Jahr 2024 größtenteils unverändert. Die Anzahl der eigenverwalteten Concession-Flächen ist im Vergleich zum Vorjahr um 2 Flächen leicht gesunken.

2. Beschaffungsbereich

Die Gesellschaft vertreibt im österreichischen Markt die Kollektionen der S.OLIVER GROUP. Dementsprechend bezieht die Gesellschaft ihre Handelsware ausschließlich über die deutsche Konzernmutter mit Sitz im unterfränkischen Rottendorf bei Würzburg. Dort werden die Beschaffungsaktivitäten der S.OLIVER GROUP zentral verantwortet. Neben der kommerziellen Steuerung und Kontrolle der Einkaufsaktivitäten sorgt die Muttergesellschaft auch für die Einhaltung der hohen Qualitäts- und Verarbeitungsstandards sowie des s.Oliver Business Partner Code of Conduct. Lieferanten verpflichten sich im Rahmen der Zusammenarbeit mit der S.OLIVER GROUP zur Einhaltung der geltenden gesetzlichen Bestimmungen sowie weiterer strenger Sozial- und Umweltstandarts.

3. Absatzlage

Die weiterhin sehr herausfordernde gesamtwirtschaftliche Entwicklung im Jahr 2024 und die Folgeerscheinungen geopolitischer Konflikte sowie die Nachwirkungen der Engergiekriese zu Beginn des Jahres prägen die Absatzlage in der österreichischen Wirtschaft im Jahr 2024 deutlich. Für alle vertikalen Kanäle bestand insgesamt eine große Herausforderung darin, die Preissteigerungen durch Kostensteigerungen im Zuge der hohen

Inflationsraten mit möglichst geringen Rabatten an den Endkunden weiterzugeben, und gleichzeitig in einem preisagressiven Marktumfeld und preissensiblen Konsumenten die geplanten Umsätze zu realisieren. Die Teuerung belastet die Kaufkraft der privaten Haushalte und zieht eine Stagnation der Konsumausgaben nach sich. Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) steigt von -1,0 % auf -0,6 %. Die privaten Konsumausgaben sind ebenfalls mit real +1,0 % im Vergleich zum Vorjahr geringfügig gestiegen.
Die weiterhin sehr hohe Inflation, die Nachwirkungen des Energiepreisschocks und damit verbunden das reduzierte Konsumentenbudget für Kleidung führten insgesamt zu deutlichen Umsatzeinbußen über das gesamte Geschäftsjahr 2024 hinweg. Unsicherheiten aufgrund geopolitischer Entwicklungen haben sich vor allem im ersten Halbjahr durch zurückhaltende Umsatzausgaben gezeigt. Die gedrückte Konsumstimmung aufgrund immer geringerer Realeinkommen der Haushalte wirkten sich auch in der zweiten Jahreshälfte des Jahres 2024 auf die Branchenumsätze aus.

4. Ertragslage und Entwicklung des Jahresergebnisses
Analyse finanzieller Leistungsindikatoren

4.1 Ertragslage

Die in der Erfolgsrechnung ausgewiesenen Umsatzerlöse sind über alle Vertriebskanäle betrachtet im Vergleich zum Vorjahr um TEUR 2.770 auf TEUR 59.704 gestiegen. Die Handelsspanne (Umsatzerlöse minus Materialaufwand) beträgt TEUR 22.410 (VJ TEUR 19.558) und ist mit Plus von 37,5% gegenüber dem Vorjahr ebenfalls gestiegen.

Insgesamt sind die Aufwendungen im Geschäftsjahr um 6,1% auf TEUR 24.585 gesunken. Aufgrund der Umsatzentwicklung hält sich die Quote der sonstigen betrieblichen Aufwendungen von 22,4% auf Vorjahresniveau. Der Personalaufwand ist mit TEUR 10.403 im Vorjahresvergleich nahezu unverändert (Vorjahr TEUR 10.337). Die Personalaufwandsquote liegt bei 17,4% (VJ 18,2%) etwas unter Vorjahresniveau.

Die Mietaufwendungen sind im Berichtsjahr von TEUR 8.612 rund -5,2% auf TEUR 8.168 gesunken.
Die Gebühren der Vertriebskanäle sind um 8,9% gestiegen. Im gleichen Zeitraum sind die IT-Aufwendungen um -7,2% auf TEUR 327 gesunken und die Instandhaltungsaufwendungen um 25,5% auf TEUR 366 gestiegen. Aufgrund der genannten Effekte hat sich das Betriebsergebnis von TEUR -2.788 auf TEUR 672 verbessert. Unter Berücksichtigung des negativen Finanzergebnisses, welches sich zum größten Teil aus den Zinsaufwendungen herleiten lässt, ergibt sich ein positives Ergebnis vor Steuern von TEUR 369 (im VJ TEUR -2.855).

Im Berichtsjahr beträgt der Jahresüberschuss TEUR 380 (VJ: Jahresfehlbetrag TEUR -2.836).

4.2 Vermögenslage

Die Bilanzsumme der Gesellschaft laut Jahresabschluss sinkt zum Bilanzstichtag auf TEUR 9.035 im Vergleich zum Vorjahr um TEUR 2.465. Der Anteil der langfristig gebundenen Mittel am Gesamtvermögen ist im laufenden Geschäftsjahr um TEUR 739 auf 22,8% (VJ: 24,3%) gesunken. Der Anteil der kurzfristig gebundenen Mittel samt aktiver Rechnungsabgrenzung liegt bei 77,2% (VJ: 75,7%). Die Lieferforderungen sowie die Konzernforderungen sind im aktuellen Jahr gesunken.

Die Eigenkapitalquote zum 31.12.2024 erhöhte sich auf 20,8% (Vorjahr 13,1%).

Das langfristige Fremdkapital beinhaltet ausschließlich Rückstellungen und ist im Vergleich zum Vorjahr mit TEUR 1.945 (VJ TEUR 1.742) nahezu unverändert.

Das kurzfristige Fremdkapital ist von TEUR 8.256 auf TEUR 5.208 gesunken. Dieses setzt sich hauptsächlich aus Verbindlichkeiten aus Steuern, Gehälter, Gutscheinen sowie Verbindlichkeiten gegenüber Kunden zusammen.

4.3 Finanzlage

Die Geldflussrechnung gestaltet sich wie folgt:

Werte in TEUR Cash Flow Staffeln	Aktuelles Jahr 2024	Vorjahr 2023
Netto-Geldzufluss aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	-1.105	-2.882
Netto-Geldzufluss aus der Investitionstätigkeit	-48	-130
Netto-Geldzufluss aus der Finanzierungstätigkeit	1.249	3.010
Veränderung des Geldmittelfonds	96	-2

Der Cashflow aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit ist im Vergleich zum Vorjahr maßgeblich gestiegen, hierfür ist überwiegend das positive Ergebnis vor Steuern verantwortlich. Im Vergleich zum Vorjahr sind die Abnahmen der Rückstellungen deutlich gestiegen zudem gibt es im Vergleich zum Vorjahr keinen Abgang von Vermögensgegenständen aus dem Investitionsbereich, dies hat zu Cashflow-Abflüssen aus der laufenden Geschäftstätigkeit geführt.

Die Investitionstätigkeit ist im Geschäftsjahr 2024 reduziert worden.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit ist im Vergleich zum Vorjahr erheblich gesunken. Grund hierfür ist der Wegfall der Kapitaleinlage aus dem vergangenen Jahr. Zudem gibt es eine erhebliche negative Veränderung aus der Konzernfinanzierung.

Insgesamt beträgt der Bestand des Finanzmittelfonds am Ende des Berichtsjahres TEUR 278 (VJ TEUR 182) und liegt somit über dem Vorjahresniveau.

Analyse nicht finanzieller Leistungsindikatoren:

Die durchschnittliche Mitarbeiterzahl, gerechnet in Personen, ist im abgelaufenen Geschäftsjahr mit 261 Mitarbeiter:innen im Vergleich zum Vorjahr (266 Mitarbeiter:innen) gesunken.

Der Anteil der Aushilfen, welche fast ausschließlich im Retail zum Einsatz kommen, ist im Jahresdurchschnitt mit 36 (VJ 39) gesunken. Die Beschäftigten-Zahl auf Basis FTE liegt im Berichtsjahr bei 172 Mitarbeiter:innen (VJ 182).

Das Unternehmen legt großen Wert auf die Aus- und Weiterbildung seiner Mitarbeiter:innen und setzt in den Bereichen Recruiting, Personalentwicklung und -betreuung auf zeitgemäße Methoden und Instrumente des Personalmanagements. Teil der konsequenten Mitarbeiterentwicklung sind regelmäßige Feedback-Gespräche inklusive einer systematischen Bewertung und Zielvereinbarung.

Darüber hinaus ist der Nachhaltigkeitsaspekt ein zentraler Punkt bei allen unternehmerischen Entscheidungen. Ein zentraler Fokus der Nachhaltigkeitsstrategie für die Produkte der S.OLIVER GROUP ist die langfristige Umstellung auf nachhaltigere Materialien sowie die Stärkung innovativer Material- und Verarbeitungsprozesse. Der Zielerreichung liegt eine Faser- und Produktstrategie zugrunde, auf dem Einsatz international anerkannter Standards für natürliche, synthetische und tierische Fasern fußt. Darüber hinaus befasst sich die Produktentwicklung kontinuierlich mit innovativen Materialalternativen und neuen Veredelungstechniken mit dem Ziel, das Angebot an nachhaltigeren und umweltfreundlicheren Produkten sukzessive auszubauen. Ökologisch nachhaltig investiert das Unternehmen beispielsweise in energieeffiziente LED-Beleuchtung, die in den eigenen Retail-Filialen zum Einsatz kommen. Wo immer möglich wird angestrebt, auf Kunststoff-Verpackung beim Warentransport und der Warenpräsentation zu verzichten.

B. Prognose

Für das Jahr 2025 wird die Textilbranche weiterhin vor Herausforderungen stehen. Angespannte wirtschaftliche Unsicherheiten, technologische Veränderungen und ein sich wandelndes Wettbewerbsumfeld werden die Branche weiterhin prägen. Die Inflationsrate erwartet laut dem Österreichischen Institut für Wirtschaft (WIFO) einen Rückgang auf 2,2 %. Das Realeinkommen sinkt stark ab was zu verhaltenem Konsumverhalten führt. Im kommenden Jahr wird die Inflation, gemessen am Verbraucherpreisindex, in Österreich bei voraussichtlichen 2,2 %-Punkten liegen.

Mit diesem Hintergrund plant die Freier Group Austria GmbH für das Jahr 2025 im Vergleich zum Vorjahr ein Umsatzwachstum von 8,0%, dennoch wird sich das Betriebsergebnis (EBIT) im Vergleich zu 2024 verschlechtern, dies resultiert aus einem einmaligen positiven One-Off Effekt in 2024 in Höhe von TEUR 1.810. Auch der Cash Flow leidet unter dem One Off Effekt und wird sich ebenfalls im Verlauf des Jahres verschlechtern. Die Erwartungen für den Beginn des Geschäftsjahres 2025 sind zurückhaltend-optimistisch. Insbesondere die Unsicherheit bei den aufkommenden Insolvenzen im Branchenumfeld und bei den Konsument:innen im Hinblick

auf die weitere Entwicklung der Inflation dürfte in den ersten Monaten des Jahres den Geschäftsverlauf prägen.

C. Finanzinstrumente, Risiko, Sonstiges

Das Zinsänderungsrisiko für Finanzierungen der Gesellschaft kann als gering angesehen werden. Die Finanzierung des laufenden Geschäftsbetriebes ist durch langfristige Vereinbarungen zum Cashpooling abgesichert. Das Kreditrisiko im Bereich der Lieferforderungen wird auf Grund der laufenden Bonitätskontrolle als gering eingeschätzt. Eine Forderungsausfallversicherung für einzelne Hauptkunden wurde in Anlehnung an den Rahmenvertrag der Konzernmutter abgeschlossen. Dem Risiko im Bereich der Expansion wird durch genaue Projektkalkulation und laufendes Filialcontrolling begegnet. Die laufenden Warenlieferungen werden durch die Konzerngesellschaft in Rottendorf sichergestellt. Das Preisänderungsrisiko ist derzeit gering. Die Ausrichtung der Marken und die Qualität der Kollektionen sind für den Unternehmenserfolg von wesentlicher Bedeutung. Umweltrisiken sind nicht vorhanden.

D. Forschung und Entwicklung

Die Gesellschaft betreibt keine eigenen Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten. Als Vertriebstochter für den österreichischen Markt erfolgt die Produktentwicklung ausschließlich bei der deutschen Dachgesellschaft.

Bergheim, am 12. Februar 2025

Freier Group Austria GmbH



Carsten Schmitz