Beilage II

Unilever Austria GmbH

Wien

L A G E B E R I C H T

J A H R E S A B S C H L U S S

2 0 2 4

Geschäftsjahr vom 1. Jänner bis 31. Dezember 2024

GESCHÄFTSFÜHRUNG

Mag. Gerold IDINGER

Mag. Rebecca WIDERIN (bis 30. 06. 2025)

Mag. Gunnar WIDHALM

1. Das Unternehmen

1.1 Unilever International

Unilever ist ein international führender Konsumgüterhersteller. Der Konzern beschäftigt weltweit rund 127.000 Mitarbeiter. 3,4 Milliarden Menschen in über 190 Ländern nutzen täglich ein Unilever-Produkt. Unilever ist ein multinationales Unternehmen mit multilokaler Ausrichtung. Der wesentliche Teil des Unilever-Geschäftes besteht aus der Herstellung und dem Verkauf von Markenartikeln des täglichen Bedarfs – vor allem Lebensmittel, Speiseeis, Körperpflegeprodukte, Waschmittel und Haushaltsreiniger.

An der Spitze der britischen Gruppe steht seit März der neue CEO Fernando Fernandez. Der CEO ist für die Ergebnisse des Unternehmens verantwortlich. Er leitet ein Executive Team, das aus fünf Kategorie-Präsidenten und je einem Verantwortlichen für Finanzen, People & Transformation, Business Operations & Supply Chain, Legal, Research & Development und Growth & Marketing sowie je einem Verantwortlichen für die 1UL Märkte und Südasien&Hindustan Unilever besteht. Eine Organisation, die sich durch klare Verantwortung und flache Hierarchien auszeichnet und somit schnellere Entscheidungen und deren Umsetzung ermöglicht.

Im Oktober 2023 wurde die neue Unternehmensstrategie, der Growth Action Plan 2030, vorgestellt. Das Ziel von Unilever ist es dabei, eine verbesserte Performance und Wettbewerbsfähigkeit zu erreichen.

Der Plan konzentriert sich auf mehrere Schlüsselbereiche:

1. Schnelleres Wachstum: Unilever möchte das Wachstum durch die Fokussierung auf 30 Power Brands und die Skalierung von mehrjährigen Innovationen beschleunigen
2. Produktivität und Simplifizierung: Der Plan zielt darauf ab, die Effizienz zu steigern und die Geschäftsprozesse zu vereinfachen

3. Performance Kultur: Unilever strebt eine leistungsorientierte Kultur an, indem klare Prioritäten gesetzt und Verantwortlichkeiten definiert werden.
4. Nachhaltigkeitsziele: Der Plan umfasst vier zentrale Nachhaltigkeitsprioritäten: Klima, Natur, Plastik und Lebensgrundlagen

In 2024 wurde der neue Purpose von Unilever vorgestellt: "Brighten everyday life for all". Dieser Purpose zielt darauf ab, das tägliche Leben aller Menschen zu verbessern, indem Unilever Produkte und Dienstleistungen anbietet, die das Leben einfacher, gesünder und angenehmer machen

Dabei blickt Unilever auf eine lange Tradition als fortschrittliches, verantwortungsvolles Unternehmen zurück. Bereits der Gründer William Lever brachte vor mehr als 100 Jahren mit Sunlight Soap die weltweit erste Marke mit einem Purpose auf den Markt.

Im Code of Business Principles sind die Grundsätze festgelegt, die für alle Mitarbeiter weltweit verpflichtend sind und auch für Kunden und Lieferanten als Garant für verantwortliches unternehmerisches Handeln gegenüber Umwelt, Gesellschaft und Mitarbeitern dienen.

Weitere Informationen zum Unternehmen:
www.unilever.com und www.unilever.at

1.2 Globales Organisationsmodell

Seit 2022 hat Unilever eine neu aufgestellte globale Organisationsstruktur. Ziel war es, das Geschäft deutlich zu vereinfachen und stärker auf die Kategorien auszurichten. Dies ermöglicht es, in Zukunft noch besser auf Trends zu reagieren. Gleichzeitig kann weiterhin von der globalen Größe und Expertise Unilevers profitiert werden.

Das Unternehmen wurde in folgende fünf Business Groups gegliedert, die jeweils die volle Verantwortung für Strategie und Ergebnis ihres Bereiches tragen:

- Beauty & Wellbeing (Haarpflege, Hautpflege sowie Vitamine, Mineralien und Nahrungsergänzungsmittel, Unilever Prestige)
- Personal Care (Hautreinigungsmittel, Deodorants und Mundpflege)
- Home Care (Waschmittel, Haushaltsreiniger, Hygieneprodukte, Wasserfilter, Luftreiniger)
- Nutrition (Scratch Cooking, Healthy Snacking, Functional Nutrition, Plant-Based Meat und Food Solutions)
- Ice Cream

Unterstützt werden die fünf Business Groups von „Unilever Business Operations". Von hier aus werden Systeme, Prozesse und Technologien zentral bereitgestellt,

um Größenvorteile sowie globale Ressourcen bestmöglich zu nutzen und die betrieblichen Prozesse im gesamten Unternehmen zu optimieren. Ein schlankes Unilever Corporate Center legt weiterhin die Gesamtstrategie von Unilever fest.

Mit 1. Januar 2025 wurde die Organisationsstruktur weiterentwickelt. Dies ermöglicht es den Geschäftsgruppen (Personal Care, Beauty&Wellbeing, Home Care, Foods) sich auf die 24 wichtigsten Märkte zu konzentrieren, die etwa 85 % des Gruppenumsatzes ausmachen, sowie auf die 30 Power Brands. Die verbleibenden kleineren Märkte, zu denen auch Österreich zählt, werden nun auf einer „One Unilever"-Basis geführt, um von Skaleneffekten und Simplifizierung zu profitieren, was unsere Portfolio-Priorisierung und Fokussierung weiter verbessert.

Am 19. März 2024 gab Unilever PLC Pläne bekannt, das Eiscremegeschäft als eigenständiges Unternehmen abzuspalten und ein Produktivitätsprogramm zur Steigerung des schnelleren Wachstums und höherer Margen für die Gruppe einzuführen.
Das Eiscremegeschäft wird durch eine Abspaltung getrennt und an den Börsen in Amsterdam, London und New York notiert, den gleichen drei Börsen, an denen derzeit die Aktien der Unilever PLC gehandelt werden.
Das Eiscremegeschäft wird in den Niederlanden eingetragen und weiterhin seinen Hauptsitz in Amsterdam haben. Diese Entscheidung folgt einer vollständigen Überprüfung der Optionen durch den Vorstand, die darauf abzielt, den 'Shareholder Value' zu maximieren, das Eiscremegeschäft für den zukünftigen Erfolg optimal aufzustellen und die Sicherstellung der operativen Prozesse bis Ende 2025 und darüber hinaus zu gewährleisten.

1.3 Unilever in Österreich

Die Unilever Austria GmbH, Wien, ist aus mehreren alteingesessenen österreichischen Unternehmen hervorgegangen. Alleingesellschafterin des Unternehmens ist die Lipoma B.V., Rotterdam, Niederlande.

Die Unilever Austria GmbH hat ihren Sitz in Wien und befasst sich mit dem Vertrieb von Markenartikeln in den Bereichen Nahrungsmittel, Wasch- und Reinigungs- sowie Körperpflegemittel. Die Unilever Austria GmbH, Wien, ist nicht nur in ihren eigenen Geschäftsbereichen tätig, sondern erbringt als Muttergesellschaft für ihre Tochtergesellschaft auch eine Reihe zentraler Dienstleistungen, wie beispielsweise in den Bereichen Personal, Kommunikation, Recht, Steuern und Finanzwesen. Seit der Gründung der 3-Länder-Organisation D-A-CH werden diese Dienstleistungen auch in enger Abstimmung mit den vergleichbaren Dienststellen der D-A-CH-Organisation durchgeführt.

Berichtenswerte Konzernbeziehungen aufgrund unmittelbarer oder mittelbarer Beteiligung bestanden im Berichtsjahr nur zu der nachstehenden Gesellschaft:

Delico Handelsgesellschaft m.b.H., Wien (100 %)

2. Bericht über den Geschäftsverlauf in den jeweiligen Bereichen und die wirtschaftliche Lage

2.1. Geschäftsverlauf

2.1.1 International

Unilever konnte im Jahr 2024 einen Gesamtumsatz von 60,8 Milliarden Euro erzielen. Unilever arbeitet jeden Tag für eine bessere Zukunft, mit Marken und Leistungen, die Menschen helfen, sich wohlzufühlen, gut auszusehen und mehr vom Leben zu haben. Zu Unilever gehören einige der weltweit bekanntesten und beliebtesten Marken wie Knorr, Dove, Duschdas, Axe, Rexona, Coral, OMO, Eskimo und Ben & Jerry's. Unilever setzt sich dafür ein, Nachhaltigkeit alltäglich zu machen und inspiriert damit Menschen, täglich mit kleinen Taten gemeinsam eine große Wirkung zu erzielen.

2.1.2 Österreich

Unilever Austria erzielte im abgelaufenen Geschäftsjahr – inklusive dem Food Solutions-Geschäft - einen Gesamtumsatz von 247,2 Millionen Euro. Der Vergleichswert aus dem Jahr 2023 lautet 232,8 Millionen Euro. Der Umsatz im Retailgeschäft ist in 2024 um 4,1% gewachsen. Hierbei konnte in den Produktkategorien Ice Cream, Personal Care und Home Care Wachstum erzielt werden. Das Food Solutions Geschäft verzeichnete einen Rückgang um 1,2 %.

Die Geschäftsbereiche im Einzelnen:

Nutrition

Marken: u.a. Knorr, Kuner, Hellmann´s, The Vegetarian Butcher, Pfanni, Maille

Im österreichischen Foods Portfolio sind hocherfolgreiche und renommierte Lebensmittelmarken vertreten, wodurch die Unilever Austria GmbH zu den führenden Anbietern in dieser Kategorie gehört. Das vergangene Geschäftsjahr 2024 war von fortlaufenden strategischen Anpassungen und Modernisierungen des Foods- Portfolios geprägt. Die Kernbereiche des Portfolios wurden weiter verfeinert, um dem sich wandelnden Konsumentenverhalten gerecht zu

werden. Ein besonderer Fokus liegt hierbei auf den Kategorien Bouillons, Basisprodukte, Snacking sowie Dressings, welche als zentrale Wachstumspfeiler für das Foods-Geschäft in Österreich fungieren.

Die klare Strategie und Aktivierungsmaßnahmen begünstigten die Nachfrage nach Produkten aus dem Foods-Portfolio und Unilever konnte trotz steigender Inflation und Druck auf der Verbraucherseite den Marktanteil weitgehend stabil halten.

Das Foods-Geschäft geht mit Ambitionen in das neue Geschäftsjahr 2025. Das Foods- Portfolio sowie die Markenstrategien wurden weiterhin verfeinert und zukunftsorientiert ausgerichtet, um profitables und nachhaltiges Wachstum sicherzustellen. Markenaktivierung durch Werbung und starke POS-Maßnahmen dienen weiterhin als Basis für den nachhaltigen Erfolg.

Ice Cream

Marken: u.a. Eskimo, Cremissimo, Cornetto, Magnum, Viennetta, Ben &Jerry´s, Carte d´Or, Grom

Der Geschäftsbereich Eiscreme von Unilever Austria GmbH ist seit Jahrzehnten das erfolgreichste Markenportfolio von industriell gefertigtem Speiseeis in Österreich. Das Angebot von qualitativ hochwertigstem Speiseeis, welches zudem auf den österreichischen Geschmack abgestimmt ist, kombiniert mit einer herausragenden Innovationsstärke und Werbekraft, macht Unilever Austria zu dem führenden Eiscremespezialisten und damit zu einem der bedeutendsten Partner von Lebensmittelhandel, Gastronomie und Freizeitbetrieben.
Das Jahr 2024 war von sehr positivem, und auch profitablem Wachstum in beiden Verkaufskanälen (Retail und Out–of-Home) geprägt. Im Lebensmitteleinzelhandel konnte ein weiteres Wachstum von über 8% erzielt werden, auch im Out-of-Home Geschäft konnte der Eiskonsum wieder stark geboostet werden mit einem Wachstum von über 4%.
Der klare Fokus auf Innovationsführerschaft, dem starken Kernsortiment unter Eskimo, Magnum, Ben&Jerry's und Cremissimo gepaart mit einem wettbewerbsfähigen Level an Werbeinvestments und der starken Inszenierung am POS werden als langfrstige Strategie weitergeführt. Größte Challenge am Markt ist das Halten des hohen Marktanteils von über 60% (Nielsen Marktanteil Wert 2024) in einem sehr dynamischen Marktumfeld.

2025 gilt es nun vollen Fokus darauf zu setzen, das hohe Wachstumslevel weiter fort zu führen, um wieder Marktanteil zurückzugewinnen und die gestiegenen Kosten im Rohwarenbereich (Kakao) balanciert zu managen.

Home Care, Beauty&Wellbeing and Personal Care

Marken: **u.a. Axe, Cif, Dove, Coral, Mentadent, OMO, Rexona, Comfort**

Durch innovative und nachhaltige Produktkonzepte in den Bereichen Home und Personal Care, sowie überlegene Produktleistung durch den Einsatz neuester, patentierter Technologien, ist Unilever Austria auch in diesem Segment eines der führenden Markenartikelunternehmen in Österreich.

Im Beauty & Personal Care-Bereich ist Unilever Austria nach wie vor im Deo, Dusche und Oral Bereich sehr präsent, hält mit den Marken Axe, Dove, Rexona und Mentadent starke Markt-Positionen und erweitert stetig das Sortiment um konsumentenrelevante neue Produkte. Die Deodorant-Kategorie ist auch im Jahr 2024 gewachsen und verzeichnete auch dank lancierter Unilever Innovationen unter den Marken Axe, Rexona und Dove starke Umsätze. Unilever konnte seine Marktführerschaft im Bereich Deodorants halten.

Auch im Haushaltreiniger-Bereich konnte die Marke Cif erfolgreich ihre Nummer 1 Position bei Scheuermilch, Küchenreiniger und Badreiniger verteidigen und weiter Marktanteile gewinnen.

Away from Home Foods / Food Solutions

Marken: **u.a., Knorr, Kuner, Lukull, Hellmann's, Carte d'Or, The Vegetarian Butcher**

Unilever Food Solutions ist Spezialist für Gastronomie und Großküchen. Eine breite Produktpalette deckt die Bedürfnisse der Großverbraucher ab. Dazu gehören Bouillons, Suppen, Suppeneinlagen, Saucen, Basisprodukte, Bindemittel, Beilagen, Würzmittel, Salatdressings, Mayonnaise und Essige, Desserts oder beispielsweise Tomaten und Pasta Produkte.

Unilever Food Solutions bietet seinen Kunden zahlreiche Services an, die ein besseres, inspirierendes und effizienteres Management der Gastronomiebetriebe ermöglicht. Neben über 1.200 Rezeptvorschlägen und Degustationen sind dies insbesondere unsere offline und online Kurse im/via dem Chefmanship Center in Wien sowie der UFS-Webshop. Über diese beiden Medien wird die Expertise des Unilever Food Solution Geschäfts eingesetzt und es werden die Kunden inspiriert, unterstützt und beraten.

Das Jahr 2024 war ein durchwachsenes Jahr für die Gastronomie und Hotellerie. Die Gastronomie ist Spitzenreiter bei den Insolvenzen. Mit einer geringen Eigenkapitalquote und hoher Personalabhängigkeit kämpfen viele Betriebe gegen hohe Energiekosten und stagnierende Umsätze auf Grund von geringerer Konsumnachfrage. Zusätzlich war die Gastronomie und Hotellerie ein Treiber der Inflation. Im Jahr 2024 stiegen die Verbraucherpreise für Restaurants und Hotels in Österreich um 6,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Zusammenfassend zeigt die Gastronomie- und Hotelleriebranche 2024 starke Veränderungen (z.B. seit Corona deutlich weniger Öffnungstagen und verkürzten Öffnungszeiten). Das AFH UFS Geschäft hat 2024 mit einem leichten Minus zum Vorjahr abgeschlossen.

Weiterhin erfreulich, trotz viel Wettbewerbsdruck entwickelt sich unsere Marke Hellmann's mit der wir kontinuierlich Marktanteile im Bereich Kaltsaucen gewinnen.

Ein Schwerpunkt war und ist nach wie vor das Vorantreiben unserer digitalen Plattformen und die Transformation auf neue Business Modelle. Die digitale Transformation auch gemeinsam mit unseren Partnern und Kunden wurde durch die Pandemie deutlich beschleunigt und es zeigt sich, wie wertvoll unsere digitale Plattform für unsere Kunden ist.

2.1.3. Sonstige Ereignisse und Veränderungen im Geschäftsjahr und danach

Am 19. März 2024 gab Unilever PLC Pläne bekannt, das Eiscremegeschäft als eigenständiges Unternehmen abzuspalten und ein Produktivitätsprogramm zur Steigerung des schnelleren Wachstums und höherer Margen für die Gruppe einzuführen.

Aufgrund des Zeitpunkts und des erwarteten Zeitrahmens, der als Teil der Ankündigung enthalten ist (Umsetzung bis Ende 2025), hat dies keinen wesentlichen Einfluss auf den Jahresabschluss für das am 31. Dezember 2024 endende Geschäftsjahr. Die Abspaltung des Eiscremegeschäftes wird am 1.7.2025 erfolgen. Davon umfasst ist auch die Beteiligung an der Delico Handels GmbH. Der Erlös für die Abgabe des Eiscremegeschäftes übersteigt die zugeordneten Aktiva deutlich.

Darüber hinaus ist nicht zu erwarten, dass die Ankündigung Auswirkungen auf den Fortbestand dieses Unternehmens für die nächsten 12 Monate hat. Für das Jahr 2025 und folgende werden für große Bereiche Transitional Service Agreements zwischen Unilever Austria und der neuen Ice Cream Company abgeschlossen, bis diese in allen Bereichen völlig selbständig tätig sein kann.

2.2. Bericht über die Zweigniederlassungen

Das Unternehmen betreibt derzeit keine Zweigniederlassungen.

2.3. Finanzielle Leistungsindikatoren

1. Kennzahlen zur Ertragslage

1.1 Umsatzerlöse (Sales)

Werte in EUR	31.12.2024	31.12.2023	Delta	Delta in %
Umsatzerlöse	247.159.572	232.857.644	14.301.928	6%

1.2 Betriebsergebnis (Earning before interest and Tax - EBIT)

Werte in EUR	31.12.2024	31.12.2023	Delta	Delta in %
Ergebnis vor Steuern	13.024.912	-2.048.135	15.073.047	-736%
+ Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-1.696.897	-779.098	-917.799	118%
= Betriebsergebnis	11.328.014	-2.827.233	14.155.247	-501%

1.3 Umsatzrentabilität (Return on Sales - ROS)

Werte in EUR	31.12.2024	31.12.2023	Delta	Delta in %
= Betriebsergebnis	11.328.014	-2.827.233	14.155.247	-501%
/ Umsatzerlöse	247.159.572	232.857.644	14.301.928	6%
= Umsatzrentabilität	4,58%	-1,21%	5,80%	

1.4 Kapitalrentabilität

1.4.1 Eigenkapitalrentabilität (Return on Equity - ROE)

Werte in EUR	31.12.2024	31.12.2023	Delta	Delta in %
= Betriebsergebnis	11.328.014	-2.827.233	14.155.247	-501%
/ Eigenkapital	132.587.335	123.412.384	9.174.951	7%
= Eigenkapitalrentabilität	8,54%	-2,29%	10,83%	

1.4.2 Gesamtkapitalrentabilität (Return on Investment - ROI)

Werte in EUR	31.12.2024	31.12.2023	Delta	Delta in %
= Betriebsergebnis	11.328.014	-2.827.233	14.155.247	-501%
/ Gesamtkapital	256.256.878	239.123.406	17.133.472	7%
= Gesamtkapitalrentabilität	4,42%	-1,18%	5,60%	

2. Kennzahlen zur Vermögens- und Finanzlage

2.1 Nettoverschuldung (Net Debt)

Werte in EUR	31.12.2024	31.12.2023	Delta	Delta in %
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	32.712	32.747	-35	0%
+ Rückstellung für Abfertigungen	2.249.583	2.201.080	48.503	2%
+ Rückstellung für Pensionen	11.255.379	12.657.096	-1.401.717	-11%
+ Rückstellung für Jubiläumsgelder	1.073.795	1.047.933	25.862	2%
= Summe verzinsliches Fremdkapital	14.611.469	15.938.856	-1.327.387	-8%
- flüssige Mittel	385.040	2.057	382.983	18619%
= Nettoverschuldung	14.226.429	15.936.799	-1.710.370	-11%

2.2 Nettoumlaufvermögen (Working Capital)

Werte in EUR	31.12.2024	31.12.2023	Delta	Delta in %
Umlaufvermögen	126.638.092	101.827.263	24.810.829	24%
- langfristiges Umlaufvermögen	0	0	0	
= kurzfristiges Umlaufvermögen	126.638.092	101.827.263	24.810.829	24%
- kurzfristiges Fremdkapital	-108.508.630	-99.772.167	-8.736.463	9%
= Nettoumlaufvermögen	18.129.462	2.055.096	16.074.366	782%

2.3 Eigenkapitalquote

Werte in EUR	31.12.2024	31.12.2023	Delta	Delta in %
Eigenkapital	132.587.335	123.412.384	9.174.951	7%
/ Gesamtkapital	256.256.878	239.123.406	17.133.472	7%
= Eigenkapitalquote	51,74%	51,61%	0,13%	

2.4 Nettoverschuldungsgrad (Gearing)

Werte in EUR	31.12.2024	31.12.2023	Delta	Delta in %
Nettoverschuldung	14.226.429	15.936.799	-1.710.370	-11%
/ Eigenkapital	132.587.335	123.412.384	9.174.951	7%
= Nettoverschuldungsgrad	10,73%	12,91%	-2,18%	

Kapitalflussrechnung

Der Bestand an Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten inkl. Konzern-Cashpooling ist im Jahr 2024 um EUR 382.983 gestiegen (2024: EUR 385.040 versus 2023: EUR 2.057).

Berechnung Cashflow:

	2024	2023
Netto-Geldfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit	1.940.691	1.775.565
Netto Geldfluss aus der Investitionstätigkeit	-1.557.671	-1.859.794
Netto-Geldfluss aus der Finanzierungstätigkeit	-37	32.747
Veränderung der flüssigen Mittel	**382.983**	**-51.482**

3. Bericht über die voraussichtliche Entwicklung und die Risiken des Unternehmens

3.1. Voraussichtliche Entwicklung des Unternehmens

Laut WIFO (Prognose vom Dezember 2024) ist für 2025 nur ein zaghaftes Wirtschaftswachstum von +0,6% zu erwarten.
Lt. Wifo belasten gesunkene Realeinkommen infolge der hohen Inflation und eine weltweite Schwäche der Industrie die Wirtschaftsentwicklung.

Weiterhin belastet die Knappheit auf einigen Rohstoffmärkten und die dadurch erhöhten Einstandspreise in so gut wie allen Bereichen (Energie, Verpackung, Logistik und Rohwaren) die Kostenstruktur. Die Abfederung dieser Effekte wird im Fokus auch des Jahres 2025 stehen.

Vor diesem Hintergrund ist ein kurzfristiger Ausblick mit hoher Planungsunsicherheit behaftet.

Aufgrund der Marktstellung rechnet die Geschäftsleitung mittel- und langfristig mit einer positiven Entwicklung der Nachfrage.

3.2 Wesentliche Risiken und Ungewissheiten

Der massive Kostendruck, die schwindende Konsumfrequenz sowie Personalmangel und der Druck von Eigenmarken innerhalb unserer wichtigsten Away from Home Foods Kundenbereiche (zum Beispiel Gastronomie, Hotels) sind die wesentlichsten Risiken für die Geschäftsentwicklung. Eine nachhaltige Erholung der Volumina ist auch für 2025 nicht absehbar.

Wesentliche Risiken für die künftige Entwicklung sind für das Eis-Geschäft das Wetter und für alle Geschäftsbereiche die hohe Inflation und die weiteren Entwicklungen im österreichischen Arbeitsmarkt mit den allfälligen Auswirkungen auf die verfügbaren Individualeinkommen, die wachsende Marktmacht der wesentlichen Handelsketten mit deren Eigenmarken, sowie die zunehmend angespannte Situation auf den Märkten für Rohstoffe, Packstoffe und Logistikleistungen und die damit einhergehenden Preissteigerungen.

Außer den bereits im Jahresabschluss und im Anhang genannten Risiken sind derzeit keine weiteren Preisänderungs-, Ausfall-, Liquiditäts- und Cashflow-Risiken bekannt, die im Jahresabschluss 2024 zu berücksichtigen wären.

Derivative Finanzinstrumente wurden nicht eingesetzt. Die in der Bilanz ausgewiesenen originären Finanzinstrumente sind Gegenstand des allgemeinen Risikomanagements des Unternehmens, dessen Anforderungen in einer Corporate Risk Management Policy und einer Financial Market Risk Management Policy geregelt sind.

4. Bericht über Forschung, Entwicklung und Nachhaltigkeit

In allen Geschäftsbereichen arbeitet Unilever Austria daran, die Umweltauswirkungen der Produkte zu vermindern. Dazu engagiert sich Unilever Austria auch in zahlreichen Fachverbänden und Initiativen. Als Board-Mitglied vom Markenverband und von ECR-Austria ist Unilever Austria maßgeblich an der Erarbeitung nationaler und europäischer Standards zur Verbesserung der Recyclingfähigkeit und zur Etablierung funktionierender Kreisläufe für Verpackungen beteiligt.

Unilever International investiert jährlich etwa 1 Milliarde Euro in Forschung und Entwicklung. Diese Investitionen sind entscheidend für die Entwicklung neuer Produkte und Technologien, die sowohl die Nachhaltigkeitsziele des Unternehmens unterstützen als auch den sich ständig ändernden Verbraucherbedürfnissen gerecht werden.
Unilever verfolgt eine ehrgeizige Nachhaltigkeitsagenda und investiert erheblich in Forschung und Entwicklung, um die Ziele zu erreichen. Hier sind einige der wichtigsten Punkte:

1. Klima: Unilever strebt Netto-Null-Emissionen über die gesamte Wertschöpfungskette an.

2. Natur: Ziel ist es, widerstandsfähige und regenerative Ökosysteme in der Natur und Landwirtschaft zu unterstützen.
3. Plastik: Unilever arbeitet daran, die Umweltverschmutzung durch Plastik zu beenden, indem die Verwendung von Neuplastik reduziert und verstärkt auf Kreislaufwirtschaft gesetzt wird.
4. Lebensgrundlagen: Das Unternehmen möchte den Menschen in ihrer globalen Wertschöpfungskette einen angemessenen Lebensunterhalt sichern

Unilever verfügt zudem auch über ein globales Forschungs- und Entwicklungszentrum für Verpackungen, in dem neue, nachhaltige Verpackungsmaterialien und -technologien entwickeln werden. Die neue Unternehmensstrategie „Growth Action Plan" konzentriert sich zusätzlich unter anderem auf die Optimierung der Ressourcenverteilung und die Integration von Nachhaltigkeitsfortschritten in den Unternehmenserfolg.

Wien, den 15.07.2025

Die Geschäftsführung:

Mag. Gerold Idinger

Mag. Gunnar Widhalm

Bestätigungsvermerk

Bericht zum Jahresabschluss

Prüfungsurteil

Wir haben den Jahresabschluss der

Unilever Austria GmbH,
Wien,

bestehend aus der Bilanz zum 31. Dezember 2024, der Gewinn- und Verlustrechnung für das an diesem Stichtag endende Geschäftsjahr und dem Anhang, geprüft.

Nach unserer Beurteilung entspricht der Jahresabschluss den gesetzlichen Vorschriften und vermittelt ein möglichst getreues Bild der Vermögens- und Finanzlage zum 31. Dezember 2024 sowie der Ertragslage der Gesellschaft für das an diesem Stichtag endende Geschäftsjahr in Übereinstimmung mit den österreichischen unternehmensrechtlichen Vorschriften.

Grundlage für das Prüfungsurteil

Wir haben unsere Abschlussprüfung in Übereinstimmung mit den österreichischen Grundsätzen ordnungsgemäßer Abschlussprüfung durchgeführt. Diese Grundsätze erfordern die Anwendung der International Standards on Auditing (ISA). Unsere Verantwortlichkeiten nach diesen Vorschriften und Standards sind im Abschnitt „Verantwortlichkeiten des Abschlussprüfers für die Prüfung des Jahresabschlusses" unseres Bestätigungsvermerks weitergehend beschrieben. Wir sind von der Gesellschaft unabhängig in Übereinstimmung mit den österreichischen unternehmens- und berufsrechtlichen Vorschriften und wir haben unsere sonstigen beruflichen Pflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise bis zum Datum dieses Bestätigungsvermerks ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unser Prüfungsurteil zu diesem Datum zu dienen. Bezüglich unserer Verantwortlichkeit und Haftung als Abschlussprüfer gegenüber der Gesellschaft und gegenüber Dritten kommt § 275 UGB zur Anwendung.

Verantwortlichkeiten der gesetzlichen Vertreter für den Jahresabschluss

Die gesetzlichen Vertreter sind verantwortlich für die Aufstellung des Jahresabschlusses und dafür, dass dieser in Übereinstimmung mit den österreichischen unternehmensrechtlichen Vorschriften ein möglichst getreues Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft vermittelt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig erachten, um die Aufstellung eines Jahresabschlusses zu ermöglichen, der frei von wesentlichen falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen oder Irrtümern ist.

Bei der Aufstellung des Jahresabschlusses sind die gesetzlichen Vertreter dafür verantwortlich, die Fähigkeit der Gesellschaft zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu beurteilen, Sachverhalte im Zusammenhang mit der Fortführung der Unternehmenstätigkeit – sofern einschlägig – anzugeben, sowie dafür, den Rechnungslegungsgrundsatz der Fortführung der Unternehmenstätigkeit anzuwenden, es sei denn, die gesetzlichen Vertreter beabsichtigen, entweder die Gesellschaft zu liquidieren oder die Unternehmenstätigkeit einzustellen oder haben keine realistische Alternative dazu.

Verantwortlichkeiten des Abschlussprüfers für die Prüfung des Jahresabschlusses

Unsere Ziele sind hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob der Jahresabschluss als Ganzes frei von wesentlichen falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen oder Irrtümern ist und einen Bestätigungsvermerk zu erteilen, der unser Prüfungsurteil beinhaltet. Hinreichende Sicherheit ist ein hohes Maß an Sicherheit, aber keine Garantie dafür, dass eine in Übereinstimmung mit den österreichischen Grundsätzen ordnungsgemäßer Abschlussprüfung, die die Anwendung der ISA erfordern, durchgeführte Abschlussprüfung eine wesentliche falsche Darstellung, falls eine solche vorliegt, stets aufdeckt. Falsche Darstellungen können aus dolosen Handlungen oder Irrtümern resultieren und werden als wesentlich angesehen, wenn von ihnen einzeln oder insgesamt vernünftigerweise erwartet werden könnte, dass sie die auf der Grundlage dieses Jahresabschlusses getroffenen wirtschaftlichen Entscheidungen von Nutzern beeinflussen.

Als Teil einer Abschlussprüfung in Übereinstimmung mit den österreichischen Grundsätzen ordnungsgemäßer Abschlussprüfung, die die Anwendung der ISA erfordern, üben wir während der gesamten Abschlussprüfung pflichtgemäßes Ermessen aus und bewahren eine kritische Grundhaltung.

Darüber hinaus gilt:

- Wir identifizieren und beurteilen die Risiken wesentlicher falscher Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen oder Irrtümern im Abschluss, planen Prüfungshandlungen als Reaktion auf diese Risiken, führen sie durch und erlangen Prüfungsnachweise, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unser Prüfungsurteil zu dienen. Das Risiko, dass aus dolosen Handlungen resultierende wesentliche falsche Darstellungen nicht aufgedeckt werden, ist höher als ein aus Irrtümern resultierendes, da dolose Handlungen kollusives Zusammenwirken, Fälschungen, beabsichtigte Unvollständigkeiten, irreführende Darstellungen oder das Außerkraftsetzen interner Kontrollen beinhalten können.
- Wir gewinnen ein Verständnis von dem für die Abschlussprüfung relevanten internen Kontrollsystem, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit des internen Kontrollsystems der Gesellschaft abzugeben.
- Wir beurteilen die Angemessenheit der von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsmethoden sowie die Vertretbarkeit der von den gesetzlichen Vertretern dargestellten geschätzten Werte in der Rechnungslegung und damit zusammenhängende Angaben.
- Wir ziehen Schlussfolgerungen über die Angemessenheit der Anwendung des Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit durch die gesetzlichen Vertreter sowie, auf der Grundlage der erlangten Prüfungsnachweise, ob eine wesentliche Unsicherheit im Zusammenhang mit Ereignissen oder Gegebenheiten besteht, die erhebliche Zweifel an der Fähigkeit der Gesellschaft zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit aufwerfen können. Falls wir die Schlussfolgerung ziehen, dass eine wesentliche Unsicherheit besteht, sind wir verpflichtet, in unserem Bestätigungsvermerk auf die dazugehörigen Angaben im Jahresabschluss aufmerksam zu machen oder, falls diese Angaben unangemessen sind, unser Prüfungsurteil zu modifizieren. Wir ziehen unsere Schlussfolgerungen auf der Grundlage der bis zum Datum unseres Bestätigungsvermerks erlangten Prüfungsnachweise. Zukünftige Ereignisse oder Gegebenheiten können jedoch die Abkehr der Gesellschaft von der Fortführung der Unternehmenstätigkeit zur Folge haben.

- Wir beurteilen die Gesamtdarstellung, den Aufbau und den Inhalt des Jahresabschlusses einschließlich der Angaben sowie ob der Jahresabschluss die zugrunde liegenden Geschäftsvorfälle und Ereignisse in einer Weise wiedergibt, dass ein möglichst getreues Bild erreicht wird.

Bericht zum Lagebericht

Der Lagebericht ist aufgrund der österreichischen unternehmensrechtlichen Vorschriften darauf zu prüfen, ob er mit dem Jahresabschluss in Einklang steht und ob er nach den geltenden rechtlichen Anforderungen aufgestellt wurde.

Die gesetzlichen Vertreter sind verantwortlich für die Aufstellung des Lageberichts in Übereinstimmung mit den österreichischen unternehmensrechtlichen Vorschriften.

Wir haben unsere Prüfung in Übereinstimmung mit den Berufsgrundsätzen zur Prüfung des Lageberichts durchgeführt.

Urteil

Nach unserer Beurteilung ist der Lagebericht nach den geltenden rechtlichen Anforderungen aufgestellt worden und steht in Einklang mit dem Jahresabschluss.

Erklärung

Angesichts der bei der Prüfung des Jahresabschlusses gewonnenen Erkenntnisse und des gewonnenen Verständnisses über die Gesellschaft und ihr Umfeld haben wir keine wesentlichen fehlerhaften Angaben im Lagebericht festgestellt.

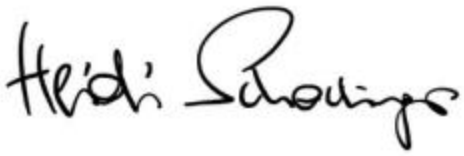
Auftragsverantwortliche Wirtschaftsprüferin

Die für die Abschlussprüfung auftragsverantwortliche Wirtschaftsprüferin ist Frau Mag. Heidi Schachinger.

Wien

18. Juli 2025

KPMG Austria GmbH
Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaft



qualifiziert elektronisch signiert:
Mag. Heidi Schachinger
Wirtschaftsprüferin

Dieses Dokument wurde qualifiziert elektronisch signiert und ist nur in dieser Fassung gültig. Die Veröffentlichung oder Weitergabe des Jahresabschlusses mit unserem Bestätigungsvermerk darf nur in der von uns bestätigten Fassung erfolgen. Dieser Bestätigungsvermerk bezieht sich ausschließlich auf den deutschsprachigen und vollständigen Jahresabschluss samt Lagebericht. Für abweichende Fassungen sind die Vorschriften des § 281 Abs. 2 UGB zu beachten.