SAMSUNG ELECTRONICS AUSTRIA GMBH

LAGEBERICHT ZUM JAHRESABSCHLUSS 2024



LAGEBERICHT ZUM JAHRESABSCHLUSS PER 31.12.2024

1. Bericht über den Geschäftsverlauf und die wirtschaftliche Lage 3

Geschäftsverlauf 2024 3
Lage des Unternehmens 4
Finanzielle und nichtfinanzielle Leistungsindikatoren 4
Segment Reporting 5
Zukunftsressourcen 5
Schulung und Information 5

2. Bericht über voraussichtliche Entwicklung und Risiken des Unternehmens 6

Voraussichtliche Entwicklung des Unternehmens 6
Mitarbeitermotivation 8
Sicherheit zuerst 8
Wesentliche Risiken und Ungewissheiten 8
Risikomanagement 9
Bericht über die Verwendung von Finanzinstrumenten 9

3. Bericht über den Bereich Forschung und Entwicklung 9

4. Bericht über Zweigniederlassungen 10

1. BERICHT ÜBER DEN GESCHÄFTSVERLAUF UND DIE WIRTSCHAFTLICHE LAGE

Geschäftsverlauf 2024

2024 war für Samsung Electronics Austria GmbH ein weiteres herausforderndes Jahr, geprägt durch anhaltende Inflation und sehr unterschiedlicher Performance je nach Produktbereich.

In 2024 war die gesamte Stückzahl im Bereich Smartphone mit ca. 7% (Quelle: GFK) weiterhin rückläufig. Nach vielen Jahren der Marktwertsteigerung, war in 2024 eine Senkung von ca.10% (Quelle: GFK) zu verzeichnen. Dies wurde insbesondere durch einen starken Rückgang von Hardwareverkäufen bei Netzbetreibern verursacht (-17% gegenüber letztem Jahr). Durch einen verstärkten Focus auf den offenen Markt (Sim Free) konnte der Markt ein leichtes Plus (+5%) an Hardwareverkäufen verzeichnen und den Gesamteffekt im Market etwas mildern.

Im Bereich Smartphones konnte Samsung seine Marktanteile in Stückzahl und Gesamtwert nicht ganz verteidigen und verlor jeweils, in Stückzahl und Marktwert, ca. 2% zum letzten Jahr. In Stückzahl gemessen, hat der Bereich Smartphones jedoch weiterhin die klare Position Nummer 1 im Markt.
Der Konkurrenzdruck aus China und den Vereinigten Staaten ist weiterhin stark. Verschiedene Hersteller aus China versuchen sich zu etablieren, stagnieren aber kumulativ in Marktanteilen, wo die Konkurrenz aus den Vereinigten Staaten seine Führungsposition (Anm. in Marktwert) gesamt leicht ausbauen konnte. Google etabliert sich immer stärker, insbesondere im mittleren Segment, als relevanter Konkurrent (Anm.: für den Smartphone Bereich). Aus diesem Grund werden dessen Marketingaktivitäten genauer verfolgt. Das Ergebnis konnte weiter durch starkes Wachstum im Bereich B2B, sowie bei den Netzbetreibern knapp gesteigert werden. Auch das Geschäft mit den Wearables (Smartwatch und drahtlose Kopfhörer) konnte leicht ausgebaut werden.

Im Bereich Consumer Electronics war der Markt im Bereich TV in 2024 von einem positiven Wachstum von 12% gekennzeichnet, wobei sich das Wachstum auch im zweiten Halbjahr, nach der Fußball EM fortgesetzt hat. Die Marktgröße pendelte sich somit über dem Niveau des Vor-Corona-Jahres 2019 ein. Insgesamt ist der Markt auch weiterhin sehr kompetitiv, insbesondere durch den Markteintritt bzw. -auftritt diverser Hersteller aus China. Samsung konnte in diesem Umfeld auch im Jahr 2024 bestehen und weiter Marktanteile dazugewinnen. Der Markt gewann im ersten Quartal noch über 5% dazu und konnte im 2. Quartal merklich von der EURO 2024 mit einem Wachstum von über 15% profitieren. Im zweiten Halbjahr setzte sich dieser Trend weiter fort und resultierte in einem Wachstum von über 13% (Gesamtjahr 12%). Das vierte Quartal, insbesondere November und Dezember waren wieder gekennzeichnet von starken saisonalen Aktionen, wie Black Weeks & Black Friday sowie einem starken Weihnachtsgeschäft. Auch der Soundbarmarkt profitierte von einem starken zweiten Quartal und viertem Quartal, sodass sich auf Jahressicht ein Wachstum von ca. 5% ergab, wobei Samsung schneller wuchs als der Markt und somit den Marktanteil weiter steigern konnte.

Der TV-Markt ist auch weiterhin gekennzeichnet vom Trend Richtung höherwertigerer Produkte und großer Zollgrößen. Der in den Vorjahren stark gestiegene Durchschnittspreis nahm aufgrund des kompetitiven Umfeldes leicht ab. Samsung gelang es allerdings, den Durchschnittspreis auf Vorjahresniveau zu halten, was in einem weiteren Anstieg des Marktanteils resultierte.

Lage des Unternehmens

Da die Samsung Electronics Austria GmbH in allen Bereichen, in denen sie tätig ist, ein sogenannter „Basistechnologie-Entwickler" (Innovationsführer) ist, sowie über eigene Design-Abteilungen verfügt, welche dezidiert auf den Geschmack der einzelnen Kulturkreise Rücksicht nehmen, steigt die Bekanntheit und Beliebtheit der Marke, was sich wiederum in der Nachfrage nach Samsung-Produkten niederschlägt.

Laut Fachverband der Elektro- und Elektronikindustrie Österreichs (FEEI) hat sich die Elektro- und Elektronikindustrie in den vergangenen Jahrzehnten von einer rein auf die Produktion von Gütern ausgerichteten Branche zu einem Anbieter einer vielfältigen Palette von hochinnovativen Produkten und Dienstleistungen gewandelt. Durch ihre dynamische Entwicklung ist sie mittlerweile zu einer Schlüsselindustrie für viele andere Branchen geworden und in diesem Sinn auch Wachstumsmotor für die österreichische Industriekonjunktur. Besonders maßgeblich zeichnet die Elektro- und Elektronikindustrie für die Modernisierung und Weiterentwicklung verschiedenster Infrastrukturbereiche verantwortlich.
Diese Tatsache kommt der Samsung Electronics Austria GmbH in allen ihren Geschäftsbereichen zu Gute und sichert ein nachhaltiges Geschäft.

Finanzielle und nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

		2024	2023
Umsatzerlöse	TEUR	1.261.179	1.222.425
Betriebserfolg (EBIT)	TEUR	19.081	23.017
Ergebnis vor Steuern	TEUR	24.739	130.533
Jahresüberschuss	TEUR	20.529	122.782
Bilanzsumme	TEUR	380.770	342.924
Investitionen	TEUR	761	1.166
Netto-Geldfluss aus der betrieblichen Tätigkeit	TEUR	16.642	8.980
Netto-Geldfluss aus der Investitionstätigkeit	TEUR	-761	106.348
Netto-Geldfluss aus der Finanzierungstätigkeit	TEUR	0	-193.676

zahlungswirksame Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	TEUR	15.881	-78.348
Return on Sales ROS (Ergebnis vor Steuern/Umsatzerlöse)		2,0 %	10,7 %
Operating Profit (Betriebserfolg/Umsatzerlöse)		1,5 %	1,9 %
Eigenkapitalquote		40,8 %	39,3 %
Nettoverschuldung (Rückstellungen und Verbindlichkeiten abzüglich Bankguthaben)	TEUR	69.032.432	68.907.410
Eigenkapitalrentabilität (Jahresüberschuss/durchschnittliches Eigenkapital)		14,2 %	72,2 %

Segment Reporting

Die finanzielle Berichterstattung für die Samsung Electronics Austria GmbH erfolgt als singuläre Einheit. Es ist Samsungs Geschäftsstrategie, seinen Kunden Lösungen für den gesamten Lebenszyklus des Produktes zu bieten. Die Samsung Electronics Austria GmbH verkauft fast ausschließlich über sogenannte Channelpartner, welche alle Pre-Sales- und After-Sales-Bereiche und damit alle Anforderungen des Marktes an einen Hersteller abdecken. Durch diese Channelpartner ist eine deutlich bessere Durchdringung des Marktes in allen Gebieten unseres Verantwortungsbereiches möglich. Dies wiederum forciert nachhaltige Kundenbeziehungen. Aus diesen Gründen ist eine Aufteilung zwischen Neuanlagen-Verkauf und -Service oder zwischen anderen Marktsegmenten nicht relevant.

Zukunftsressourcen

Zur Sicherung künftiger Schlüsselkräfte gibt es das Samsung-Talent-Management. In diesem Prozess werden die Potentiale der Mitarbeiter evaluiert und mit Hilfe entsprechender High-Potential-Programme individuell gefördert und auf zukünftige Führungsaufgaben vorbereitet. Diese Programme finden in Samsung-eigenen Trainingscentern in Südkorea oder Großbritannien statt.

Schulung und Information

Große Aufmerksamkeit wurde auf die Schulung von neuen Mitarbeitern sowie die Weiterbildung bestehender Mitarbeiter im Samsung-eigenen Online-Trainingscenter gelegt. 2010 wurde die Cyber University (SamsungU) eingeführt; hier können alle Mitarbeiter Online-Kurse aus einer Vielzahl von Angeboten auswählen. Es werden Trainings aus verschiedenen Fachbereichen angeboten, z.B. Sales, Marketing, Führung, Personalentwicklung etc.

Es findet jährlich der „Samsung Vision Day“ statt, der dazu dient, alle Mitarbeiter über Vision, Strategie, Ziele und Aufgaben des laufenden Jahres zu informieren, um sie so in die Lage zu versetzen, die Unternehmensziele bestmöglich zu unterstützen. Darüber hinaus finden einmal pro Jahr Mitarbeitergespräche statt, in denen gemeinsam mit den Mitarbeitern Entwicklungsperspektiven und persönliche Ziele besprochen werden.

2. BERICHT ÜBER VORAUSSICHTLICHE ENTWICKLUNG UND RISIKEN DES UNTERNEHMENS

Voraussichtliche Entwicklung des Unternehmens

2024 war ein herausforderndes Jahr für die gesamte Elektronikbranche. Auf der einen Seite wachsende Märkte im Mobility Business und rückläufige Märkte im TV-Bereich, auf der anderen Seite Druck auf die Profitabilität, durch wachsende Konkurrenz bzw. erhöhten Verdrängungswettbewerb und weiteren Preissteigerungen bei Logistik und Komponenten Kosten.

Im Smartphone Bereich hat Samsung ihre Innovationsführerschaft mit der Einführung von Galaxy AI (Anm. Einsatz von künstlicher Intelligenz am Smartphone) eindrucksvoll unter Beweis gestellt. Dadurch konnte Samsung im Premium- und Superpremium Smartphonesegment die Marktanteile verteidigen. Insbesondere auch deswegen, weil ein Konkurrenzvorteil als ‚first mover‘ (inkl. Einhaltung der Europäischen Datenschutz-Grundlagen) geschaffen wurde. Der Bereich der Mobilen KI wird weiter ausgebaut und wird eine führende Rolle im Bereich Smartphone übernehmen.

Im Bereich B2B wollen wir mit innovativen Lösungen, bzw. Partnerschaften, weiter unsere Marktanteile erhöhen oder zumindest verteidigen. Fokus sind die Bereiche Government, Education und Finance. Mit dem neuen Center of Excellence / One Samsung approach, agieren wir Divisions-übergreifend, insb. IT (Display), um gemeinsam und gegenseitig Business Opportunities zu generieren.
Das Onlinegeschäft ist weiter von Bedeutung und wird verstärkt ausgebaut, sowohl im B2C als auch im B2B Bereich.

Bedingt durch die hohe Nachfrage, wird das „Eco-system“, also Geräten die nahtlos miteinander verbunden sind, stärker an Bedeutung im Marketing und Verkauf gewinnen.
Darüber hinaus ist im Bereich Smartphone eine verstärkte Nachfrage bei MNOs ersichtlich, um das Hardware Portfolio um Consumer Electronics, wie zb. TVs, zu erweitern. Dieses bietet einen weiteren „competitive advantage“ gegenüber der Konkurrenz, um Samsung als umfassenden Anbieter für den Haushalt in allen Bereichen zu etablieren.

Für den Bereich TV und Soundbars war das Jahr 2024 sehr erfolgreich mit einem Marktwachstum von ca. 12% bei TVs und ca. 5% bei Soundbars. Damit konnte sich dieses Segment deutlich von der allgemeinen Kaufzurückhaltung abkoppeln.

Der Ausblick auf das Jahr 2025 ist allgemein durch die angespannten makroökomischen Rahmenbedingungen, wie Wirtschaftsabschwung, eine zwar rückläufige aber weiter hohe Inflation, eine hohe Staatsverschuldung mit damit verbundenen Einsparungen und Investitionskürzungen, eine merkbar gestiegener Kaufzurückhaltung und globalen handelspolitischen Verwerfungen mit möglichen Auswirkungen auf die Lieferketten und Logistikkosten gekennzeichnet.
Für das 1. Quartal 2025 ist im TV-Bereich noch ein Marktwachstum von ca. 10% zu erwarten. Auch wenn sich die Wachstumsprognose für die zweite Hälfte des 1. Quartals merklich abschwächt, und im Jahr 2025 kein Fußball-Großereignis als Wachstumstreiber stattfindet, erwarten wir für das Gesamtjahr 2025 sowohl bei TVs als auch Soundbars noch ein leicht positives Marktwachstum.
Im TV-Bereich wird das Thema Künstliche Intelligenz (KI), das Samsung bereits seit vielen Jahren nutzt, zu einem zentralen Bestandteil der Produkt- und Marketingstrategie. Das Seherlebnis wird durch optimierte Bildqualität mittels leistungsstarker intelligenter Prozessoren gesteigert. Auch das Sounderlebnis profitiert vom Einsatz von KI und optimiertem Zusammenspiel zwischen TV und Soundbars. Und nicht zuletzt bieten die TVs des Jahres 2025 auch neue nutzenstiftende Zusatzservices und neue Möglichkeiten, Geräte aus anderen Divisionen, z.B. Wearables im Zusammenspiel mit dem TV zu nutzen. Auch das Angebot and frei zugänglichen Contentangeboten (TVPlus) wird weiter ausbaut.
Samsung plant, den ohnehin schon hohen Marktanteil weiter zu steigern und damit weiterhin zu wachsen. Samsung wird das Premium Line-up sowohl bei Neo QLED TVs als auch bei OLED TVs durch zusätzliche Serien und Zollgrößen erweitern und besonders das stark wachsende Segment der großen Zollgrößen ausweiten. Auch im Segment der Lifestyle Produkten wird Samsung das Portfolio an Projektoren, Outdoor TVs und Frame TVs durch Innovationen weiter stärken und erweitern und auch bei Soundbars und Lautsprechern wird das Lineup durch Innovationen und neue Produkte aktualisiert.
Der Erfolg der in 2022 neu eingeführten und in den Folgejahren sowohl bzgl. Serien als auch Größen stark erweiterten OLED Serie stimmt optimistisch. Der Markt für OLED Modelle ist mit über 20% weiter stark wachsend und Samsung konnte den Marktanteil in diesem Segment um über 8% steigern.
Wir erwarten auch, dass der Trend zu sehr großen Zollgrößen bei TVs (75“↑) mit einem aktuellen Marktwachstum von über 25% weiter anhält. Dem trägt Samsung durch eine neuerliche Ausweitung des Portfolios in diesem Bereich Rechnung.
Daneben wird ein immer stärkerer Fokus auf ein vernetztes Zuhause gelegt. Samsung bietet hier mit SmartThings die Technologie, mit der die Nutzung der verschiedenen Geräte nahtlos erlebt werden kann.
Durch das Thema Vernetzung wird auch die Sicherheit der persönlichen Daten immer wichtiger. Samsung trägt dem durch das Service Samsung Knox Rechnung, welches persönliche Daten verschlüsselt, und nur für den Nutzer selbst sichtbar macht.
Der Gaming Markt zeigt seit Jahren hohe Wachstumsraten. Dem trägt Samsung durch zahlreiche Innovationen im Bereich Gaming, beispielsweise in TVs oder Soundbars aber auch Monitoren Rechnung.
Der Soundbarmarkt wird ebenso mit einer leicht positiven Wachstumsrate auf Gesamtjahresniveau erwartet. Auch hier plant Samsung den Marktanteil durch Innovationen und stärkere Durchdringung einiger Marktsegmente weiterhin zu steigern.

Auch das Thema Nachhaltigkeit und Energieeffizienz bleibt weiterhin im Fokus. Samsung ist in diesem Bereich seit Jahren führend und bietet beispielsweise durch die Solar-Smart-Fernbedienung und dem Service SmartThings Energy sowie umweltfreundlichere Verpackungen Innovationen und Lösungen.

Mitarbeitermotivation

„Entrepreneurship" sowie „Empowerment" jedes einzelnen Mitarbeiters wird bei Samsung speziell gefördert und bildet eine wesentliche Säule der Mitarbeitermotivation. Individuelle Zielvereinbarungen geben jedem Mitarbeiter die Möglichkeit, sich im täglichen Arbeitsablauf weiterzuentwickeln und seine Stärken einzubringen.
Durch einen partizipativen Führungsstil wird das Verständnis der Strategie und der Ziele gestärkt und die Mitarbeitermotivation weiter erhöht. Als eines unserer Schlüsselziele definieren wir die ständige Weiterentwicklung und Qualifizierung unserer Mitarbeiter in allen Bereichen. Eine interfunktionale Organisation schafft die Struktur für zielgerichtete, bereichsübergreifende Kooperation innerhalb des gesamten Unternehmens und fördert die Teamarbeit. Webbasierte Kommunikationsplattformen flankieren den Kommunikationsprozess und schaffen die Grundlage für eine lernende Organisation.

Samsung legt großen Wert auf das Thema „Great Workplace" und führt in diesem Zusammenhang jährlich eine Mitarbeiterbefragung durch. Im Bereich des Mitarbeiterzufriedenheits-Prozesses werden an alle Mitarbeiter die Ergebnisse der „Great Workplace"-Umfrage 2024 kommuniziert. Nach Auswertung aller Antworten werden anschließend verschiedene Projekte festgelegt, um die Mitarbeiterzufriedenheit zu verbessern.

Sicherheit zuerst

Samsungs Ziel ist es, sichere Produkte und Services an seine Kunden und Benutzer zu liefern sowie die Sicherheit am Arbeitsplatz für seine Mitarbeiter sicherzustellen.
In diesem Zusammenhang arbeitet die Samsung Electronics Austria GmbH eng mit der unternehmensinternen Arbeitsmedizin und -sicherheit zusammen, um eine kontinuierliche Verbesserung der Arbeitsplatzsituation sowie der persönlichen Sicherheit aller Mitarbeiter stets gewährleisten zu können. Die Samsung-Sicherheitspolitik definiert dazu die wesentlichen Prinzipien. Sie inkludiert u. a. Sicherheitstrainings und -methoden sowie die Informations- und Reportingabläufe. Alle unsere neuen Mitarbeiter erhalten ein umfassendes Sicherheitstraining. Zusätzlich werden Auffrischungstrainings in regelmäßigen Intervallen durchgeführt. Mit dem Ausbau der Büroräumlichkeiten tragen wir nachhaltig zu einer stetigen Verbesserung der persönlichen Arbeitssituation sowie Sicherheit bei.

Wesentliche Risiken und Ungewissheiten

Derzeit sind bis auf die prognostizierte langsame Verschlechterung der allgemeinen Wirtschaftslage keine wesentlichen Risiken oder Ungewissheiten zu erwarten.

Aufgrund der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, aber auch durch den weiter verstärkten Verdrängungswettbewerb, werden wir um die budgetierten Betriebsergebnisse zu erreichen, organisatorische Maßnahmen und Prozessverbesserungen weiter intensivieren.

Risikomanagement

Die wesentlichen Instrumente zur Risikoüberwachung stellen die integrierten Planungs- und Controllingprozesse sowie das laufende Berichtswesen dar. Im Rahmen des Reportings werden sowohl das Management als auch der Konzern kontinuierlich über die aktuellen Kennzahlen informiert.

Dem Risiko, dass ein Vertragspartner seinen Verpflichtungen nicht nachkommen kann, wird auf mehreren Ebenen begegnet. Es werden alle Kunden einem KSV-Monitoring und internen Lieferantenbewertungen unterzogen.

Bericht über die Verwendung von Finanzinstrumenten

Es wurden keine derivativen Finanzinstrumente verwendet.

3. BERICHT ÜBER DEN BEREICH FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

Die Gesellschaft tätigt keinerlei Forschungen und Entwicklungen in Österreich. Es gibt keine eigene Forschungs- und Entwicklungsabteilung.

4. BERICHT ÜBER ZWEIGNIEDERLASSUNGEN

Zweigniederlassung Belgrad
Mala Pruga bb
11080 Zemun, Belgrad

Zweigniederlassung Zagreb
Radnicka cesta 37/b
1000 Zagreb, Kroatien

Zweigniederlassung Laibach
Letališka Cesta 29a
1000 Ljubljana, Slowenien

Wien, den 19.05.2025

Der Geschäftsführer:



Lee Seoklim