A. Geschäfts- und Rahmenbedingungen

Grundlagen der Gesellschaft

Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen

Nach einem Rückgang der Wirtschaftsleistung im Jahr 2024, setzte ab dem vierten Quartal 2024 eine langsame Erholung ein. Für das Gesamtjahr 2025 wird ein moderates reales BIP-Wachstum prognostiziert, typischerweise im Bereich von +0,8 % bis +1,0 % (je nach Quelle, z.B. IHS oder OeNB). Dieses Wachstum war schwächer als im Durchschnitt des Euro-Raums. Die Inflation blieb ein zentrales Thema. Während die Raten im Jahr 2024 sanken, verlangsamte sich dieser Trend im Berichtszeitraum. Im Oktober und November 2025 lag die Inflationsrate (VPI) bei etwa 4,0 % bzw. 4,1 %. Preissteigerungen bei Dienstleistungen und Energie waren wesentliche Treiber dieser Entwicklung. Die Konjunkturschwäche wirkte sich auf den Arbeitsmarkt aus. Trotz eines leichten Wachstums der unselbständigen Beschäftigung, insbesondere im Dienstleistungssektor, stieg die Arbeitslosenquote (nach nationaler Definition) an und erreichte im Jahresdurchschnitt 2025 voraussichtlich 7,2 % bis 7,5 %. Die Erholung wurde maßgeblich durch den steigenden privaten Konsum infolge realer Einkommenszuwächse und verbesserter internationaler Konjunktur getragen.

Nachdem der Grillmarkt im Vorjahr stark unter der ausgeprägten Zurückhaltung der privaten Konsumenten gelitten hatte, zeigte sich im Berichtsjahr eine verhaltene, aber spürbare Erholung über einzelne Produktsegmente hinweg. Maßgeblich getragen wurde diese Entwicklung durch eine klar definierte Kunden- und Produktstrategie, eine enge Steuerung von Abverkauf und Lagerbeständen gemeinsam mit den Handelspartnern sowie durch die erfolgreiche Einführung eines neuen Sortiments im Gasbereich. In der Folge konnten die Umsätze im Vergleich zum Vorjahr leicht gesteigert werden.

Geschäftsverlauf

Die Ertragslage kann in Anbetracht der Entwicklung des Gesamtumsatzes als nicht zufriedenstellend bezeichnet werden. Die Entwicklung der europäischen Gesellschaften ist ähnlich und im Wesentlichen auf eine Kaufzurückhaltung bei den Endverbrauchern, und hohe Lagerbestände im Handel zurückzuführen. Durch eine stärkere Positionierung in allen Märkten, getrieben durch ein verbessertes Produktangebot, Preisstabilität und einem konsequenten Go-to-Market-Ansatz, konnte dieser Entwicklung entgegengewirkt werden. Der Aufwand für bezogene Leistung konnte relativ reduziert werden, was zu einem deutlich gestiegenen Jahresüberschuss geführt hat.

Unternehmensstruktur, Geschäftstätigkeit

Die Weber-Stephen Österreich GmbH wurde am 08. November 2002 gegründet und hat ihren Sitz in Wels.

Die Geschäftstätigkeit der Weber-Stephen Österreich GmbH umfasst den Vertrieb von hochwertigen Kohle-, Gas- und Elektrogrills sowie des dazu passenden Zubehörs. Die Waren werden fast ausschließlich als Fertigwaren bezogen. Ein Großteil der Waren werden von der obersten Muttergesellschaft Weber-Stephen Products LLC, Palatine, Illinois/USA, geliefert. Die Belieferung unserer Kunden erfolgt weitestgehend über das Zentrallager Weber PL in Zabrze, Polen. Die Gesellschaft verfügt über keine Zweigniederlassung.

Auf Grund dieser Tatsache ist eine termingerechte Versorgung der Handelspartner mit den erforderlichen Fertigwaren jederzeit sichergestellt.

Der Absatz hat sich auf alle belieferten Vertriebsschienen (Weber-Marken-Shops, Elektrogeschäfte, Spezialgrillgeschäfte und Baumärkte) adäquat verteilt. Es wurde zum einen eine geographische Ausweitung der Warenlieferungen erreicht und zum anderen die Abwicklung insgesamt für den Endverbraucher anwenderfreundlicher gestaltet.

Die Finanzierung erfolgt ausschließlich über die oberste Konzerngesellschaft in den USA. Um hier die internen Abläufe zu verbessern und sich zinsgünstig zu finanzieren, ist ein europäischer Cash-Pool eingerichtet.

Forschung und Entwicklung

Es wird von der Weber-Stephen Österreich GmbH keine Forschung und Entwicklung betrieben. Die Forschungs- und Entwicklungstätigkeit wird von der Muttergesellschaft ausgeübt.

B. Geschäftsverlauf

Der Umsatz der Weber-Stephen Österreich GmbH ist im Geschäftsjahr 2024/2025 im Vergleich zum Vorjahr um TEUR 971 gesunken. Die Prognose von Umsatzerlösen mit Dritten hat sich nicht den Erwartungen nach entwickelt und wurde regelmäßig auf Basis entsprechender Erkenntnisse angepasst.

1. Ertragslage

Als Vertriebsgesellschaft ist die Entwicklung der Umsatzerlöse der bedeutendste Leistungsindikator der Gesellschaft. Im Geschäftsjahr 2024/2025 wurde ein Gesamtumsatz von TEUR 11.658 erzielt, was gegenüber dem Vorjahr (TEUR 12.629) eine Umsatzreduktion von 7,7% entspricht.

Vom Umsatz entfielen 100% (Vorjahr: 100%) auf das Inland.

Die Beschaffungsmarktpreise verbesserten sich relativ im Vergleich zum Vorjahr. Durch die Umsatzreduktion reduzierten sich die Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen im Vergleich zum Vorjahr um 22,0%. Die Bruttomarge konnte um 10,3% gesteigert werden.

Im Vergleich zum Vorjahr sind die Personalkosten um TEUR 123 gestiegen. Diese Entwicklung ist auf Änderungen im Personalstand zurückzuführen und auf die inflationsbedingten Lohnerhöhungen zurückzuführen.

Gegenüber dem Vorjahr hat sich der Jahresüberschuss um TEUR 570 auf TEUR 655 erhöht.

2. Finanzlage

Unsere Finanzierung erfolgte aus eigenen Mitteln aus dem operativen Cashflow. Darüber hinaus stehen uns jederzeit weitere liquide Mittel im zugesagten Rahmen zur Verfügung, die von der obersten Muttergesellschaft in den USA mittelbar über das zentrale Cash-Pooling bereitgestellt werden können. Sowohl die Geschäftseinnahmen als auch die Begleichung der Warenlieferungen und der sonstigen laufenden Geschäftsausgaben werden über das Cash-Pooling abgewickelt.

Die Rückzahlung der Verbindlichkeiten erfolgt während der Saison durch die Geldeingänge der Kunden.

Gegebenenfalls notwendiger zusätzlicher Liquiditätsbedarf wird ausschließlich durch den europäischen Cash-Pool abgedeckt. Durch dieses Instrument ist die Liquidität der Gesellschaft im zugesagten Rahmen auch bei saisonaler Schwankung sichergestellt.

3. Vermögenslage

Die Gesellschaft weist ein positives Eigenkapital von TEUR 7.091 aus (Vorjahr: TEUR 6.436). Die Gesellschaft ist wirtschaftlich vom Weber-Stephen Konzern abhängig.

Die Eigenkapitalquote beträgt im Geschäftsjahr 2024/2025 74,8 % (Vorjahr: 73,2%).

Die Bilanzsumme von Weber-Stephen Österreich GmbH belief sich zum Bilanzstichtag auf TEUR 9.482 (Vorjahr: TEUR 8.797). Sie hat sich gegenüber dem Vorjahr um TEUR 685 (7,8%) erhöht. Die Gesellschaft hat nur ein minimales Vorratsvermögen.

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind gegenüber dem Vorjahr um TEUR 692 gesunken.

Die Verbindlichkeiten sind stichtagsbedingt um TEUR 200 gesunken.

C. Voraussichtliche Entwicklung und Chancen

Für das Geschäftsjahr 2025/2026 gehen wir von einem Umsatzwachstum aus. Die Auftragslage für das erste Halbjahr entspricht der Erwartungen. Um trotzdem der wirtschaftlich unsicheren und schwer zu planenden Situation gerecht zu werden, planen wir mit gleichbleibenden Vertriebs- und Verwaltungskosten.

Mit der erwarteten Umsatzentwicklung wird ein positives Ergebnis vor Steuern verbunden sein. Produktneuheiten und neue Vertriebskonzepte werden zu Zusatzumsätzen führen. Durch qualitative Verbesserung der Distribution, den verstärkten Einsatz von Marketingmaßnahmen sowie Produktweiterentwicklungen sind wir sehr zuversichtlich, die geplanten Ziele zu erreichen. Veränderungen gesamtwirtschaftlicher Rahmenbedingungen können zu massiven Abweichungen der erwarteten Entwicklung führen.

Bis Ende des laufenden Geschäftsjahres erwarten wir keine wesentliche Änderung der Mitarbeiteranzahl. Produktinnovationen und Sortimentserweiterungen sind eine maßgebliche Voraussetzung, um erneut Wachstum zu erzielen.

D. Risikobericht

Risikomanagementziele und -methoden

Das Unternehmen verfügt über Planungs- und Kontrollinstrumente. Diese unterstützten die Geschäftsführung

dabei, Geschäftsrisiken frühzeitig zu erkennen und wirksame Gegenmaßnahmen ergreifen zu können.

Marktrisiken werden mit einer Bottom-up-Budgetierung mit ständiger Soll/Ist Analyse überwacht. Hierzu gehören vor allem:

- Monatliche Abschlüsse mit Abgrenzung der Kosten und Erlös
- Überwachung der monatlichen Abschlüsse durch das EMEA-Headquarter und die oberste Konzerngesellschaf
- Analyse der Abweichungen
- Forecasting (halbjährlich oder öfter bei Bedarf)
- Internal Audit (durch die oberste Konzerngesellschaft)
- Monatliche Management Meetings

Preisänderungs-, Ausfall- und Liquiditätsrisiken

Die Risiken sind im Markt in erster Linie Reaktionen der großen Kunden mit Eigenmarken sowie Mitbewerber, die gewonnene Kunden mit offensiver Preis- und Konditionspolitik bearbeiten. Dem begegnen wir mit verstärkten Kundenbindungsmaßnahmen und Investitionen in die direkte Verbraucheransprache. Durch unser selektives Distributionssystem sichern wir die Qualität des Vertriebs unserer Produkte, hier insbesondere die Beratungsleistung für den Endverbraucher.

Der Bezug unserer Waren erfolgt zu im Voraus vereinbarten Preisen über unsere oberste Konzerngesellschaft in den USA und wird in Euro berechnet. Daher ist ein Wechselkursrisiko beim Bezug der Ware ausgeschlossen.

Das Forderungsausfallrisiko wird begrenzt durch den Abschluss einer Kreditversicherung für alle wesentlichen Kunden.

Diese Versicherung wird auch als Frühwarnsystem genutzt, um plötzlich auftretende Veränderungen in der Bonität der Kunden rechtzeitig zu erkennen.

Durch unvorhersehbare Störungen auf den internationalen Finanzmärkten können Beeinträchtigungen der Warenflüsse in Bezug auf die künftigen Zins- und Währungskursentwicklungen entstehen und zu steigenden Einkaufspreisen führen. Rohstoffpreise und Wechselkursschwankungen können die weitere Entwicklung im laufenden Geschäftsjahr beeinflussen.

Das Liquiditätsrisiko wird durch die Einbindung in den internationalen Cash-Pool minimiert. Es werden von der Gesellschaft keine Finanzinstrumente eingesetzt.

In der Gesamtsicht der Risiken ergeben sich keine Risiken, die in den nächsten Jahren die Fortführung des Unternehmens insgesamt gefährden.

E. Nicht finanzielle Leistungsfaktoren

Mitarbeiter

Die Zukunft des Unternehmens hängt von den Kompetenzen und der Einstellung der Beschäftigten ab, es wird daher auf die Nachhaltigkeit der richtigen Personalauswahl, die Entwicklung der Beschäftigten und deren Bindung

an das Unternehmen geachtet. Der durchschnittliche Personalbestand hat sich im Berichtsjahr von 13,3 auf 15,75 Mitarbeiter (FTE) erhöht.

Kundenbeziehungen

Die Kundenbeziehungen und die Kundenbindung sind sehr wichtig. Unser oberstes Ziel ist es, den Kunden den bestmöglichen Service zu liefern. Wir verfolgen die sich ständig ändernden Kundenanforderungen und kontrollieren unsere Leistungen, z.B. durch „Mystery Shopper“, unabhängige Marktforschungsinstitute und den permanenten Dialog mit Kunden. Zudem optimierten wir unseren „After Sales“-Service durch intensivierte Mitarbeiterschulungen und Prozessverbesserungen. Wir führen regelmäßige digitale Handelsschulungen durch und führen mit unseren großen Handelspartnern jährlich Strategiegespräche.

Wels, 16. April 2026

Signature: Daniel Ipser (Apr 29, 2026 17:01:03 MDT)
Email: dipser@weber.com
Herr Ipser

Signature: Britt Warming (May 13, 2026 09:24:05 GMT+2)
Email: bwarming@weber.com
Frau Warming