LUDWIG REITER

LAGEBERICHT

1. GESCHÄFTSVERLAUF, GESCHÄFTSERGEBNIS, LAGE DES UNTERNEHMENS

1.1. GESCHÄFTSVERLAUF IM BERICHTSJAHR

Im Geschäftsjahr 2025 entwickelten sich die nominellen Endverbraucherumsätze der Unternehmensgruppe weiterhin sehr positiv. Die Umsätze mit Handelspartnern sanken hingegen deutlich. Somit stieg der nominelle Gesamtumsatz unter der Inflationsrate. Die Kosten stiegen weiterhin allseits, vor allem inflationsgetrieben. Nach einem Verlust im Vorjahr konnte dennoch wieder ein Jahresgewinn erzielt werden. Dieser manifestiert sich überwiegend in einem Zuwachs der Warenbestände.

1.2. GESCHÄFTSTÄTIGKEIT UND RAHMENBEDINGUNGEN

Der Ursprung des Unternehmens ist die Erzeugung rahmengenähter Schuhe. Diese bildet den Markenkern, rund um den ein um andere hochwertige Schuhe und Lederwaren erweitertes Sortiment entwickelt wurde. Dadurch ist das Alleinstellungsmerkmal des Unternehmens heute nicht mehr nur durch bestimmte Produkte oder Verfahren, sondern auch durch eine anerkannte Marke gegeben. Neben der Erzeugung und dem Großhandel von Schuhen und Lederwaren betreibt das Unternehmen einen Webshop, einen Fabriksverkauf sowie (zum Ende des Berichtsjahres) zwölf eigene, in Tochtergesellschaften organisierte Filialen in Österreich, Deutschland und der Schweiz. Es verfügt damit über eine tiefe vertikale Vertriebsstruktur, die besonders bei den anhaltenden Marktbereinigungen im Einzelhandel Stabilität verleiht.

1.3. GESCHÄFTSERGEBNIS, ERTRAGSLAGE, KENNZAHLEN

Die Endverbraucherumsätze der Unternehmensgruppe inklusive Webshop stiegen gegenüber dem Vorjahr mit rund 9 MEUR um fast 9% auf rund 9,8 MEUR. Die Umsätze mit Handelspartnern sanken hingegen um über 29% von rund 1,8 MEUR auf rund 1,3 MEUR. Somit stieg der Gesamtumsatz um 2,25% von rund 10,8 MEUR auf rund 11,1 MEUR.

Die Umsatzerlöse der Gesellschaft selbst sanken unkonsolidiert um rund 1%. Der Aufwand für Material und Vorleistungen stieg um rund 12%, darunter der für Material um rund 9%, der für Fremdleistungen um mehr als 20%. Der Aufwand für eigenes Personal sank um fast 1%. Sonstige betriebliche Aufwendungen stiegen um rund 4%. Der Bestand an Waren stieg um rund 369 TEUR oder rund 37%, der an Material um 138 TEUR oder rund 19%. Der Bestandszuwachs an Waren betrug und trug damit 5% zur Betriebsleistung bei.

Der Jahresgewinn betrug rund 143 TEUR nach einem Verlust von rund 138 TEUR im Vorjahr.

1.4. FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

Die Eigenkapitalquote liegt nach rund 32% im Vorjahr nun bei rund 33%. Dem stand ein Aufbau des Umlaufvermögens von rund 37% auf rund 38% und dort insbesondere der Vorräte von rund 12% auf rund 15% gegenüber. Die Nettoverschuldung bei Banken sank von rund 30% auf rund 29%. Im Berichtsjahr wurden ein Investitionskredit verlängert und die Kontokorrentlinien bei den Hausbanken seit langem wieder einmal inflationsanpassend erhöht.

1.5. VORGÄNGE VON BESONDERER BEDEUTUNG NACH DEM SCHLUSS DES GESCHÄFTSJAHRES

Im Februar 2026 zogen die Filialen in Frankfurt und Düsseldorf auf nahegelegene, aber stärkere Frequenz versprechende Standorte um.

Anfang Juni 2026 wurde die Filiale in Stuttgart nach zehn Jahren an dieser Adresse bzw. sechzehn Jahren in Stuttgart geschlossen. Die Arbeitsverträge und der Mietvertrag wurden durch Befristung ordentlich beendet.

1.6. FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

Die bestehenden Produktlinien werden wie gewohnt weiterentwickelt und neue Produktlinien mit Produktionspartnern in den Nachbarländern weiter ausgebaut.

1.7. ZWEIGNIEDERLASSUNGEN

Die Tochterunternehmen hatten am Ende des Berichtjahres vier Verkaufsfilialen in Österreich (Wien, Graz, Salzburg und Kitzbühel), sieben in Deutschland (Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, Köln, München, Stuttgart) und eine in der Schweiz (Zürich). Davon werden drei (Berlin, Köln und Zürich) als Kommissionsfilialen betrieben.

2. VORAUSSICHTLICHE ENTWICKLUNG DES UNTERNEHMENS

Für das Jahr 2026 wird eine Umsatzsteigerung von nominell 5% erwartet. Nachdem auf der Kostenseite weiterhin mit Steigerungen zu rechnen ist, wird das Ergebnis wieder ähnlich dem des Vorjahres ausfallen. Mit realen Umsatzsteigerungen sind in Anbetracht anhaltender Inflation und Rezessionsneigung nicht zu rechnen. Dennoch erwarten wir positive Jahresergebnisse.

3. WESENTLICHEN RISIKEN UND UNGEWISSHEITEN, DENEN DAS UNTERNEHMEN AUSGESETZT IST

3.1. MARKTRISIKO

Die Nachfrage auf Endverbraucherebene ist vor allem von der Reputation der Marke abhängig. Dabei erweist sich die enge Kundenbindung und der sehr persönliche Kontakt zu den Stammkunden gerade in schwierigen Zeiten als unschätzbarer Vorteil. Dem allgemeinen Trend entsprechend wird dennoch daneben verstärkt an der Verbeserung der Bekanntheit und der Gewinnung neuer Kundenkreise über neue Medien gearbeitet.

Die Nachfrage seitens der Handelspartner ist von einer Vielzahl individueller Faktoren aber auch von allgemeinen Trends abhängig, denen - wie sich gezeigt hat - nicht einfach durch Streuung begegnet werden kann. Vergleichsweise stabil sind Geschäftsbeziehungen mit Lizenz- oder Systemvertriebspartnern, denen daher weiterhin Augenmerk geschenkt werden soll. Außerdem werden weiterhin die Bemühungen verfolgt, auch außerhalb des DACH-Raumes Handelsbeziehungen zu etablieren.

3.2. ENTMODUNG

Dem branchenüblichen Problem der sehr kurzen Lebenszyklen einzelner Produkte wird durch bewusste Pflege von Mehrsaisonenprodukten begegnet. Kurzfristige modische Einflüsse werden gering gehalten. Durch die Dominanz der eigenen Filialen können auch die Verkaufspreise weitestgehend kontrolliert werden. So besteht nur ein vergleichsweise geringes Abwertungsrisiko für Lagerbestände infolge von modischen Veränderungen. Lagerbestände mit geringer Lagerdrehung werden in der Inventur dennoch deutlich abgewertet.

3.3. FORDERUNGSAUSFÄLLE

Durch Streuung des Vertriebes mit Handelspartnern und die Vermeidung von offenen Belieferungen an Kunden außerhalb Europas wird das Risiko von Forderungsausfällen möglichst gering gehalten. Außenstände von längerer Dauer werden im Jahresabschluss wertberichtigt.

3.4. PRODUKTIONSAUSFALL

Beim Prozess der Schuhherstellung kann es aus unterschiedlichen Gründen (Materiallieferschwierigkeiten, Maschinenbruch, Ausfall von Schlüsselkräften) zu partiellem Produktionsausfall kommen. Dem wird durch Diversifikation des Produktprogrammes, Verteilung der Produktion auf unterschiedliche Betriebsstätten, Mehrfachbesetzungen, Material- und Fertigwarenvorräte und verstärkte Auslagerung der Produktion an mehrere Zulieferbetriebe begegnet. Betriebsunterbrechungen des Produktionsbetriebes durch Elementarereignisse und Einbruch und deren Folgewirkungen auf die von dessen Zulieferung abhängigen Einzelhandels-Töchter sind versichert.

Betriebsunterbrechungen in der Produktion haben auf die weiterlaufenden Vertriebsskanäle kurzfristig keine nenneswerten Auswirkungen, da zumindest für ein paar Monate ausreichende Warenvorräte bestehen. Von Lieferengpässen an Materialien und Vorprodukten, wie sie gelegentlich weltweit auftreten, ist das Unternehmen kaum betroffen, da fast alles in Mitteleuropa eingekauft wird.

3.5. FINANZINSTRUMENTE

Das Geschäft mit Handelspartnern wird ausschließlich in EUR betrieben, wodurch es hier zu keinen Währungsrisiken kommt. Einkäufe in USD und GBP erfolgen in geringem Umfang (unter 100TEUR pa.) und werden regelmäßig umgehend bezahlt, womit das Risiko begrenzt ist. Im Einzelhandel treten Fremdwährungs-Bestände nur in der Filiale in der Schweiz auf, was gerade dort nicht als Risiko anzusehen ist.

Wien, am 28. September 2026