Lagebericht

der Greinöcker & Willibald Warenhandelsgesellschaft m.b.H & Co. KG

Per 30. Juni 2025

1. Geschäftsverlauf und wirtschaftliche Lage

1.1 Unternehmensstruktur und Geschäftsverlauf

Die Greinöcker & Willibald Warenhandelsgesellschaft m.b.H & Co. KG ist im Einzel- und Großhandel sowie im Fachmarktbereich tätig und betreibt Standorte in Vöcklamarkt und Vöcklabruck. Das Geschäftsjahr 2024/25 war geprägt von strukturellen Anpassungen, insbesondere der Einstellung der Lebensmittelsparte und der stärkeren Nutzung von Mietflächen.

Die Geschäftsfelder der Greinöcker & Willibald GesmbH & Co KG sind wie folgt unterteilt:

Eisen- und Hartwarenhandel (Fachmarkt & Großhandel)

Im April 2025 wurde der Verkaufsraum im Erdgeschoß des Fachmarktes umgebaut. Ziel der Maßnahmen war eine Modernisierung der Verkaufsflächen, eine Verbesserung der Kundenbedienung durch optimierte Abläufe und eine übersichtlichere Präsentation des Sortiments. Darüber hinaus konnte die Präsenz der Mitarbeiter im Verkaufsbereich verbessert werden

Textil- und Sportartikelhandel (Einzelhandelsgeschäft& Cash & Carry (C+C))

Die Intersport-Hartwarenabteilung wurde im Herbst 2025 in die freigewordenen Flächen im Erdgeschoss verlegt. Durch die neue Lage konnte die Kundenfrequenz in diesem Bereich erhöht und die Erreichbarkeit der Serviceannahme, insbesondere für Fahrräder und Wintersportgeräte, verbessert werden. Zudem wurde im Bereich „Haus der Geschenke" eine erweiterte Präsentationsfläche für Dekorationsartikel geschaffen.

Vermietung von Geschäfts- und Lagerflächen

- Spar Supermarkt - Spar Österreichische Warenhandels-AG (ab 10 2024)
- Getränkehandel - Huber Wein & Getränke GmbH (ab 01 2025)
- Tabaktrafik mit Zeitschriftenhandel/Postpartner – Auer Mario e. U. (ab 02 2026)

Lebensmittelhandel

Der zuvor betriebene Lebensmittelhandel wurde im Herbst 2024 eingestellt. Nach umfangreichen Investitionen in Gebäude und Außenanlagen eröffnete im Oktober 2024 ein Spar Supermarkt, der seither als Mieter am Standort tätig ist. Bereits im Frühjahr 2024 begann man schrittweise mit der Reduzierung des Lebensmitteleinkaufs sowie mit Personalmaßnahmen.

1.2 Ertrags- und Vermögenslage

Die Betriebsleistung betrug im Geschäftsjahr € 10.975.097 (Vorjahr: € 15.114.534). Der Rückgang ist im Wesentlichen auf die Einstellung der Lebensmittelsparte zurückzuführen.

Das EBIT (=Ergebnis vor Zinsen und Steuern) belief sich auf € - 1.016.881 (Vorjahr: € -1.277.188).

Der Jahresfehlbetrag betrug im Geschäftsjahr 2024/2025 € -1.371.018. (Vorjahr: € -1.567.844).

Die Ergebnisentwicklung war insbesondere beeinflusst durch:

- strukturelle Anpassungen im Unternehmen,
- hohe Energie- und Personalkosten,
- schwache Nachfrage in einzelnen Marktsegmenten, insbesondere im baunahen Bereich.

Gegenüber dem Vorjahr konnte eine Verbesserung der Ergebniskennzahlen erreicht werden, was auf eingeleitete Maßnahmen zur Kostenreduktion und Strukturbereinigung zurückzuführen ist.

Im Geschäftsjahr wurden Investitionen (inkl. GWG) in Höhe von € 1.967.359 getätigt. (Vorjahr: € 673.045)

Die Eigenkapitalquote betrug zum Bilanzstichtag 8,9 % (Vorjahr: 11,1 %) und die fiktive Schuldentilgungsdauer war wie im Vorjahr negativ.

1.3 Leistungsindikatoren

In TEUR	**2024/2025**	**2023/2024**
Anlagenintensität Anlagenvermögen/Gesamtvermögen *100	61,3 %	50,9 %
Working Capital	-1.988	400
Cash Flow aus dem betrieblichen Ergebnis	-894	-1.131

1.4 Nicht finanzielle Leistungsindikatoren

Vertikale Vertriebssysteme in den Textilabteilungen liefern kurzfristig und just in time. Dies bedeutet, dass Waren schnell und effizient von den Herstellern zu den Verkaufsstellen gelangen und somit Lagerkosten reduziert werden. Die Online-Werbung wird von Katag und Intersport organisiert, wobei innovative Marketingstrategien eingesetzt werden, um die Zielgruppen effektiv zu erreichen und die Markenbekanntheit zu steigern. Die EDV-unterstützte Warenbewirtschaftung im Eisenfachmarkt wird vom EK-Verband 3E vorangetrieben, was die Verwaltung der Bestände optimiert und die Effizienz erhöht.

Handelsmarken haben eine zentrale Rolle in allen Abteilungen. Diese eigenen Marken bieten ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis und stärken die Kundenbindung. Gleichzeitig sind Markenartikelfabrikanten wichtige Partner, da sie qualitativ hochwertige Produkte und Innovationen liefern. Intersport Austria und Intersport Deutschland arbeiten eng zusammen, wodurch viele Artikelgruppen an Attraktivität gewinnen und Synergieeffekte genutzt werden können. Gleichzeitig werden Preiseinstiegsklassen in vielen Sortimentsbereichen erweitert, um ein breiteres Kundensegment anzusprechen und die Marktposition zu festigen.

Die Mitgliedschaft bei großen Einkaufsverbänden ist in allen Abteilungen bedeutend. Durch diese Mitgliedschaften profitieren alle Abteilungen von besseren Einkaufskonditionen, einer größeren Produktvielfalt und umfassenden Schulungsprogrammen. Es werden spezielle Schulungen durch Markenfirmen sowie laufende Schulungen durch unsere Einkaufsverbände durchgeführt, um sicherzustellen, dass Mitarbeiter stets auf dem neuesten Stand sind und ihre Kompetenzen kontinuierlich weiterentwickeln.

Die Personalkostensteigerungen blieben unter dem allgemeinen Durchschnitt. Dies zeigt, dass effektive Maßnahmen zur Kostenkontrolle umgesetzt wurden, ohne die Qualität der Dienstleistungen zu beeinträchtigen.

Die durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter ist von 142 auf 106 gesunken. Der Rückgang ist auf die Schließung der Sparte Lebensmittel zurückzuführen.

2. Risiko- und Chancenbericht

Die Gesellschaft verfügt über laufende Planungs- und Kontrollinstrumente, die eine zeitnahe Identifikation wesentlicher Risiken ermöglichen.

a) Im Geschäftsjahr 2024/2025 stellten hohe Kosten im Bereich Energie, Personal und Zinsen, dazu unsichere Verkaufsaussichten erhebliche Herausforderungen dar. Dazu kam ein eingeschränktes Kaufverhalten der Verbraucher, wodurch größere Anschaffungen aufgeschoben wurden. Besonders die negative Entwicklung in der Baubranche führte zu Umsatzeinbußen im Fachmarkt. Jedoch konnten bei Saisonwaren durch vorsichtige Lagerhaltung der Mitbewerber, günstige Postenkäufe bei unseren Lieferanten Rabatte erzielt werden, was die Marge positiv beeinflusste. Im Sportbereich führte das Ende des Rad- und E-Bike-Booms zu einem Umsatzrückgang, der jedoch dank guter Einkaufsplanung und Abverkaufs Aktionen stabilisiert werden konnte. Eine präzisere Einkaufs- und Lagerplanung, gezielte Personalstrategien sowie intensivere Verhandlungen mit Lieferanten sind notwendig, um wettbewerbsfähig zu bleiben.

b) Kostensteigerungen ergaben sich insbesondere durch kollektivvertragliche Lohn- und Gehaltserhöhungen sowie durch erhöhte Energiekosten. Die gestiegenen Personalaufwendungen erfordern einen effizienten Personaleinsatz und organisatorische Anpassungen. Effekte daraus schlagen sich teilweise erst zeitverzögert in der Kostenstruktur nieder. Im Bereich der Energiekosten lagen insbesondere die Heizkosten weiterhin über dem Niveau früherer Jahre. Durch Investitionen in Energieeffizienzmaßnahmen, insbesondere Photovoltaik und LED-Beleuchtung, konnten

die Auswirkungen jedoch teilweise abgefedert und die Wirtschaftlichkeit dieser Investitionen verbessert werden.
Gegen Ende des Geschäftsjahres war eine Reduktion der Strompreise festzustellen, wodurch sich die Preisniveaus stabilisierten. Diese Entwicklung trägt zu einer höheren Stabilität und verbesserten Planbarkeit der Energiekosten bei. Dennoch besteht weiterhin das Risiko von Preisvolatilitäten auf den Energie- und Personalkostenmärkten.

c) Der Trend zur Regionalität im Einkaufsverhalten der Konsumenten gewinnt zunehmend an Bedeutung. Immer mehr Menschen legen Wert auf regionale Produkte, die nicht nur eine gute Qualität gewährleisten, sondern auch die lokale Wirtschaft unterstützen. Wir arbeiten kontinuierlich daran, unsere Struktur zu optimieren, um Kosten zu senken und unser Angebot noch attraktiver zu machen. Dabei achten wir besonders auf ein gutes Preis-Leistungsverhältnis, welches wir zusammen mit unserem umfangreichen Angebot unseren Kunden bieten.

d) Die Sparte Lebensmittel wurde bis Herbst 2024 eingestellt. Auf einem Teil der freiwerdenden Flächen entstand ein Spar-Supermarkt, dessen Eröffnung im Oktober 2024 stattfand. Diese Maßnahme generiert nicht nur Mieteinnahmen, sondern erhöht auch die Attraktivität des gesamten Kaufhauses. Dazu war ein Zu- und Umbau nötig, der bereits im Frühjahr 2024 gestartet wurde. Weitere freigewordene Flächen werden zunächst von unseren anderen Bereichen weitergenutzt, während wir gleichzeitig aktiv nach Mietinteressenten suchen.

Durch laufende Kostenkontrolle, optimierte Einkaufsplanung und organisatorische Anpassungen wird versucht, diese Risiken zu begrenzen und die Chancen bestmöglich auszunutzen

3. Prognosebericht

Für das Geschäftsjahr 2025/2026 wird unter der Annahme stabiler wirtschaftlicher Rahmenbedingungen eine weitere Stabilisierung der Ertragslage erwartet.

e) Der Post-Partner am Standort Marktstraße 4 trägt zur Erhöhung der Kundenfrequenz im Kaufhaus bei, was insbesondere zu Umsatzsteigerungen in den Randzeiten des Tages führt. Nach der Schließung der Lebensmittelabteilungen wurde der Betrieb des Post-Partners vorübergehend von einem Dritten übernommen, bis die Räumlichkeiten für die Trafik fertiggestellt sind und ein weiterer Untermieter diese übernimmt. Der Einzug der Trafik fand im Jänner 2026 statt. Dieses Angebot wird somit auch weiterhin zur Steigerung der Kundenfrequenz am Standort beitragen.

f) Ein Teil der Lagerfläche des Bereichs Textil wurde nach einem geringfügigen Umbau ab Jänner 2025 an einen Getränkehandel mit Verkostungsmöglichkeiten vermietet.

g) Die frei gewordenen Lagerflächen am Standort Hörading sollen zukünftig ebenfalls vermietet werden, um zusätzliche Einnahmen zu erzielen. In diesem Zusammenhang stehen wir bereits mit mehreren potenziellen Mietern in Kontakt.

h) Diese Maßnahmen, neben dem Abstoßen der verlustbringenden Abteilungen und dem Erzielen von Mieteinnahmen, stärken die Optimierungsmaßnahmen unsere Kostenstruktur erheblich. Zudem tragen der Umbau und die Erweiterung des Produktsortiments in unserem Kaufhaus wesentlich zur Attraktivität unseres Standorts für die Kunden bei.

3. Forschungsbericht

In unserem Betrieb wird keine Forschung und Entwicklung im technischen Sinne betrieben.

4. Filialbericht

Die Gesellschaft betreibt ihre Geschäfte an drei Standorten:

- 4870 Vöcklamarkt, Marktstraße 4

  Konfektion (präsentiert durch Shops und Corner), Meterware, Intersportabteilung, Spielzeugabteilung

  Geschäftsleitung in der Marktstrasse 4, 4870 Vöcklamarkt

- 4870 Vöcklamarkt, Hörading 12

  Fachmarkt: Eisen – Bau – Holz – Sanitär – Elektro, Eisenkranhalle,

  Großhandel für Gewerbetreibende, Lebensmittel- und Textil-Großhandelshalle

  Es stehen ausreichend Parkplätze zur Verfügung.

- 4840 Vöcklabruck, Vorstadt 13 – 15

  Damen-, Herren- und Kinderkonfektion mit Shopsystem

Vöcklamarkt, 25.02.2026

Karl Josef Greinöcker

Vöcklamarkt, 25.02.2026

Walter Ammerer-Willibald