BURBERRY (AUSTRIA) GMBH, WIEN

LAGEBERICHT

1. Rahmenbedingungen

Mit seiner gut entwickelten Marktwirtschaft, seinen qualifizierten Arbeitskräften und seinem hohen Lebensstandard ist Österreich eng mit anderen EU-Volkswirtschaften, insbesondere Deutschland, verbunden.

Die österreichische Wirtschaft verzeichnete 2024 einen leichten Rückgang von 0,7 % gegenüber einem Rückgang von 0,8 % im Jahr 2023. Der Rückgang setzte im zweiten Quartal 2024 ein und hielt bis zum Jahresende an (Q1: 0,1 %, Q2: -0,2 %, Q3: 0 %, Q4: 0,4 %) (Quelle: Statistik Austria).

Die Arbeitslosenquote in Österreich lag 2024 bei 5,2 %. im Vergleich zum Vorjahr 5,3 % (Quelle: Statista).

Der Luxusgütermarkt in Österreich wird im Jahr 2025 voraussichtlich einen Umsatz von 2,59 Mrd. US-Dollar erzielen, wobei Luxusmode mit 941,09 Mio. US-Dollar im Jahr 2025 das größte Segment darstellt. Es wird ein jährliches Wachstum von 2,41 % (CAGR 2025-2030) erwartet (Quelle: Statista).

2. Ertragslage / Leistungsindikatoren

Das Unternehmen verwendet verschiedene Indikatoren zur Steuerung der Unternehmensaktivitäten. Insbesondere das EBIT (Ergebnis vor Zinsen und Steuern) und der Umsatz dienen als finanzielle Leistungsindikatoren.

Als nicht-finanzielle Leistungsindikatoren sind vor allem die hohe Mitarbeiterzufriedenheit und die geringe Personalfluktuation erwähnenswert.

3. Geschäftsentwicklung 2024/2025

Umsatz

Der Umsatz ist im Vergleich zum vorangegangenen Geschäftsjahr leicht gestiegen: 34.077 TEUR im Geschäftsjahr 2024/2025 gegenüber dem Vorjahr 33.288 TEUR.

Ergebnis

Das Geschäftsjahr 2024/2025 wurde mit einem Jahresüberschuss von 965 TEUR abgeschlossen (Jahresüberschuss 2023/2024 von 926 TEUR).

Die Umsatzrentabilität (Verhältnis von EBIT zu Umsatzerlösen) beträgt 3,4% (Vorjahr: 3,5%) in Übereinstimmung mit den Verrechnungspreisvereinbarung mit Burberry Limited.

Die sonstigen betrieblichen Erträge stiegen im Geschäftsjahr auf 13.833 TEUR im Vergleich zu 7.642 TEUR im Jahr 2023/2024 an, was auf den BSS-Marketingzuschuss von 13.416 TEUR zurückzuführen ist.

Darüber hinaus gingen die Dienstleistungsgebühren im Laufe des Jahres auf 434 TEUR zurück, verglichen mit 490 TEUR im Jahr 2023/2024. Im Laufe des Jahres war ein Anstieg der Zahl ausländischer Verbraucher zu verzeichnen, die das Land besuchten.

Die Lohn- und Beschäftigungskosten stiegen im Vergleich zum Vorjahr leicht an und beliefen sich 2024/2025 auf insgesamt 4.043 TEUR im Vergleich zu 3.733 TEUR im Jahr 2023/2024.

Die Abschreibungen (nicht zahlungswirksame Posten) stiegen von 276 TEUR im Geschäftsjahr 2023/2024 auf 287 TEUR im Geschäftsjahr 2024/2025. Dies ist auf Übertragungen von Anlagen im Bau in das Anlagevermögen während des Geschäftsjahres zurückzuführen, wodurch sich die Abschreibungen für das Geschäftsjahr 2024/2025 erhöhten.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind im Laufe des Jahres um 56 TEUR von 5.236 TEUR im Jahr 2023/2024 auf 5.293 TEUR im Jahr 2024/2025 gestiegen. Dies ist hauptsächlich auf den Anstieg der Nettomietkosten für das Jahr zurückzuführen.

Investitionen

Die Investitionen (in Sachanlagen) gingen im Geschäftsjahr 2024/2025 gegenüber dem vorangegangenen Geschäftsjahr von 693 TEUR auf 412 TEUR zurück. Die Zugänge des laufenden Jahres beliefen sich auf insgesamt 6 TEUR.

Vorräte

Die Vorräte stiegen von 2.963 TEUR auf 3.477 TEUR.

Forderungen

Die sonstigen Forderungen und Vermögenswerte sind von 5.587 TEUR auf 5.646 TEUR angestiegen.

Liquidität

Die Finanzierung erfolgt über den Konzern-Cashpool.

Die endgültige Entscheidung über den Cashflow des Unternehmens liegt beim Konzern, der sich verpflichtet, das Unternehmen erforderlichenfalls mit einer Unterstützungserklärung zu entlasten.

Die Geldflussrechnung zum Ende des Geschäftsjahres ist wie folgt:

	2024	2025
- Anfangsbestand	94	12
- aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	-23	-3
- aus Investitionen	-58	-6
- aus Finanzierung	0	0
- Endbestand	12	3

Zweigniederlassungen

Es gibt keine Zweigniederlassungen.

Es gibt zwei Filialen (Flagship-Store und Outlet-Store).

Mitarbeiter

Mit durchschnittlich 55 Vollzeitbeschäftigten bleibt die Zahl der Mitarbeiter im Vergleich zum Vorjahr (58) annähernd gleich.

Risikomanagementziele und -methoden in Bezug auf Finanzinstrumente

Zu den wesentlichen Finanzinstrumenten des Unternehmens gehören insbesondere Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie gegenüber verbundenen Unternehmen. Das grundsätzliche Ziel des Unternehmens besteht darin, finanzielle Risiken zu vermeiden oder zu verringern. Ausfall- und Liquiditätsrisiken werden kontinuierlich im Rahmen der Finanzplanung überwacht.

Das Unternehmen verfügt über gute Finanzierungsmöglichkeiten seitens der Muttergesellschaft. Die Zahlungsfähigkeit ist jederzeit aufgrund des Cash-Pooling-Kontos gewährleistet. Das Unternehmen wird über eine kurz-, mittel- und langfristige Ertrags- und Finanzplanung überwacht. Dies zeigt sich u.a. in den monatlichen Aktualisierungen und den damit verbundenen Soll-/Ist-Vergleichen und Abweichungsanalysen.

Während des Geschäftsjahres wurden keine derivativen Finanzinstrumente in Anspruch genommen.

Forschung und Entwicklung

Es wird keine Forschung und Entwicklung betrieben.

4. Weitere Prognosen, Chancen und Risiken für die Geschäftsjahre 2024/2025 und 2025/2026

Das Umsatzwachstum im Geschäftsjahr 2024/2025 wurde durch einen starken Markt in der ersten Jahreshälfte getragen, während sich das Umsatzwachstum in der zweiten Jahreshälfte verlangsamte, was dem Trend im gesamten Luxusmodesektor entspricht.

Für das Geschäftsjahr 2025/2026 wird ein Umsatz- und Ergebniswachstum erwartet. Das Wachstum soll durch die neuen Kollektionen und neue strategische Initiativen zur Wiederbelebung der Attraktivität der Marke und zur Verbesserung des Einkaufserlebnisses in den Geschäften unterstützt werden.

Finanzwirtschaftliche Risiken

Derzeit bestehen keine wesentlichen Währungs- und Zinsrisiken, Preisänderungsrisiken oder Cashflow-Risiken.

Chancen und Risiken für die zukünftige Entwicklung

Chancen ergeben sich aus dem Verkauf in unseren bestehenden Filialen, wobei der Schwerpunkt darauf liegt, neue Kunden zu gewinnen und gleichzeitig bestehende Kunden wieder für die Marke zu begeistern, das Kundenwachstum zu steigern und gleichzeitig die Attraktivität der Marke durch unser britisches Storytelling und die Konzentration auf Schlüsselkategorien zu stärken. Diese Strategie wird durch die kontinuierliche Fokussierung auf den Filialbetrieb durch optimale Sortimentsgestaltung, Teamentwicklung sowie Produktivitäts- und Margenverbesserung in den Filialen untermauert. Der Fokus liegt verstärkt auf der Unternehmensstrategie und der Wiederbelebung der Attraktivität der Marke, damit das Unternehmen durch eine kontinuierliche Reflexion seiner Kernkompetenzen profitabel bleibt.

Aufgrund der positiven operativen Entwicklung im letzten Geschäftsjahr, der aktuellen Entwicklung und Einschätzungen sowie aufgrund der Integration in die Burberry-Gruppe sehen wir weder kurz- noch langfristige Risiken für das Unternehmen in Bezug auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage.

Wien, 16. Dezember 2025

Die Geschäftsführung

Jose Antonio Valero Amigo

Pilar Brauch

Das Unternehmen verfügt über gute Finanzierungsmöglichkeiten seitens der Muttergesellschaft. Die Zahlungsfähigkeit ist jederzeit aufgrund des Cash-Pooling-Kontos gewährleistet. Das Unternehmen wird über eine kurz-, mittel- und langfristige Ertrags- und Finanzplanung überwacht. Dies zeigt sich u.a. in den monatlichen Aktualisierungen und den damit verbundenen Soll-/Ist-Vergleichen und Abweichungsanalysen.

Während des Geschäftsjahres wurden keine derivativen Finanzinstrumente in Anspruch genommen.

Forschung und Entwicklung

Es wird keine Forschung und Entwicklung betrieben.

4. Weitere Prognosen, Chancen und Risiken für die Geschäftsjahre 2024/2025 und 2025/2026

Das Umsatzwachstum im Geschäftsjahr 2024/2025 wurde durch einen starken Markt in der ersten Jahreshälfte getragen, während sich das Umsatzwachstum in der zweiten Jahreshälfte verlangsamte, was dem Trend im gesamten Luxusmodesektor entspricht.

Für das Geschäftsjahr 2025/2026 wird ein Umsatz- und Ergebniswachstum erwartet. Das Wachstum soll durch die neuen Kollektionen und neue strategische Initiativen zur Wiederbelebung der Attraktivität der Marke und zur Verbesserung des Einkaufserlebnisses in den Geschäften unterstützt werden.

Finanzwirtschaftliche Risiken

Derzeit bestehen keine wesentlichen Währungs- und Zinsrisiken, Preisänderungsrisiken oder Cashflow-Risiken.

Chancen und Risiken für die zukünftige Entwicklung

Chancen ergeben sich aus dem Verkauf in unseren bestehenden Filialen, wobei der Schwerpunkt darauf liegt, neue Kunden zu gewinnen und gleichzeitig bestehende Kunden wieder für die Marke zu begeistern, das Kundenwachstum zu steigern und gleichzeitig die Attraktivität der Marke durch unser britisches Storytelling und die Konzentration auf Schlüsselkategorien zu stärken. Diese Strategie wird durch die kontinuierliche Fokussierung auf den Filialbetrieb durch optimale Sortimentsgestaltung, Teamentwicklung sowie Produktivitäts- und Margenverbesserung in den Filialen untermauert. Der Fokus liegt verstärkt auf der Unternehmensstrategie und der Wiederbelebung der Attraktivität der Marke, damit das Unternehmen durch eine kontinuierliche Reflexion seiner Kernkompetenzen profitabel bleibt.

Aufgrund der positiven operativen Entwicklung im letzten Geschäftsjahr, der aktuellen Entwicklung und Einschätzungen sowie aufgrund der Integration in die Burberry-Gruppe sehen wir weder kurz- noch langfristige Risiken für das Unternehmen in Bezug auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage.

Wien, 16. Dezember 2025

Die Geschäftsführung

P. Brauch

Jose Antonio Valero Amigo

Pilar Brauch