LAGEBERICHT
für das
Geschäftsjahr 2024/2025

1. Grundlagen des Unternehmens

Die Banner Batterien Österreich GmbH beschäftigt sich mit dem Vertrieb von Starterbatterien, Antriebs- Geräte- und Stationärbatterien und Zubehör für diese Produkte.

Unsere Kunden sind zu einem hohen Prozentsatz Kunden aus dem „Independent Aftermarket", sowie zu einem kleineren Anteil Fahrzeughersteller im Bereich PKW, LKW und sonstige Nutzfahrzeuge (zB. Traktoren, etc.).

Die vertriebenen Batterien werden von unserer Schwestergesellschaft der Banner GmbH in Linz bezogen.

Unser Vertriebsgebiet umfasst ganz Österreich und wird über 4 Niederlassungen in Wien, Traun, Innsbruck und Graz abgewickelt. Diese Kundennähe ist einer der Bausteine unserer Österreich-Strategie.

Als reines Vertriebsunternehmen verfügen wir über keine eigene F&E Tätigkeiten. Diese wird von der Produktionsgesellschaft Banner GmbH in Österreich wahrgenommen.

2. Wirtschaftsbericht

2.1. Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen

Im Jahr 2024 war Österreich mit einem BIP-Minus von 1,2 % bereits das konjunkturelle Schlusslicht in der EU. → Alle Wachstumstreiber schwächeln: Sinkende Investitionen, ein stagnierender privater Konsum sowie schwache Exporte führen zu einer in Summe schwierigen Situation.
Die Inflationsrate hat sich mit 2,9% wieder auf einem erträglichen Niveau eingependelt.

Die schwache internationale Konjunktur, der Strukturwandel in der europäischen Automobilindustrie und die hohen Energie- und Lohnkosten setzen der österreichischen Industrie stark zu und haben 2024 zu einem Rückgang der Exporte geführt. Die Investitionen leiden unter dem Anstieg der Finanzierungskosten und negativen Absatzerwartungen. Gleichzeitig ist die Verunsicherung der Konsument:innen weiterhin sehr hoch, sodass der private Konsum trotz starker realer Einkommenszuwächse leicht zurückgegangen ist

2.2. Branchenbezogene Rahmenbedingungen

Der österreichische Automobilmarkt verzeichnete 2024 einen deutlichen Aufschwung mit 253.789 Pkw-Neuzulassungen – der höchste Stand seit 2019. Besonders Benziner und Hybridfahrzeuge gewannen an Bedeutung, während Elektroautos einen leichten Rückgang verzeichneten.

Zu Jahresende 2024 gab es in Österreich erneut mehr Autos als im Jahr davor. 5,23 Millionen Pkw hatten Ende 2024 eine aufrechte Zulassung, 46 887 mehr als am 31. Dezember 2023. Rund 90 % des Pkw-Bestands sind Diesel und Benziner. Der Anteil von Verbrennern geht allerdings seit Jahren zugunsten von Pkw mit alternativen Antrieben zurück.

Zu Jahresende 2024 fuhren erstmals mehr als eine halbe Million Pkw mit alternativen Antrieben. Alternative steigen um jeweils rund ein Drittel, Benziner stabil, Diesel weiter rückläufig

Die Zahl der Pkw mit Dieselantrieb nahm um 2,9 % auf 2,51 Mio. ab, bei Benzinern (inkl. Flex-Fuel) gab es einen leichten Rückgang von 0,1 % (2,19 Mio.). Trotz der Rückgänge halten konventionell angetriebene Pkw immer noch einen Anteil von rund 90 % (Benzin: 41,8 %; Diesel: 48,0 %). Alternativ angetriebene Pkw überschritten 2024 erstmals die Marke von 500 000 Zulassungen (535 294; Anteil: 10,2 %). Dabei waren 200 603 Elektro-Pkw (+29,0 %; Anteil: 3,8 %), 257 588 Benzin-Hybride (+31,8 %; Anteil: 4,9 %) und 72 347 Diesel-Hybrid-Pkw (+30,3 %; Anteil: 1,4 %) aufrecht zugelassen. Der Anteil dieselbetriebener Pkw am gesamten Pkw-Bestand der jeweiligen Bundesländer war in Kärnten (50,7 %), Oberösterreich (50,6 %) und Burgenland (50,1 %) am höchsten, während in Vorarlberg die meisten benzinbetriebenen Pkw (44,9 %) und, gemeinsam mit Wien, Elektro-Pkw (jeweils 4,9 %) zugelassen waren. Wien hatte auch den höchsten Anteil bei Hybrid-Pkw (8,9 %)[1].

2.3. Geschäftsverlauf und wirtschaftliche Lage

Das Unternehmen bearbeitet den österreichischen Markt für Starterbatterien, Antriebs- Geräte- und Stationärbatterien und Zubehör für diese Produkte. Es zeigt sich, dass die von der Banner Gruppe erzeugten Produkte aufgrund des hohen Qualitätsstandards und der führenden Technologie die Marktführerschaft des Unternehmens in Österreich ermöglichen.

2.3.1 Ertragslage

Die Umsatzerlöse sind aufgrund der sich verbessernden Marktlage im Vergleich zum Vorjahr um 5,2% auf TEUR 35.613 (VJ: 33.864) gestiegen. Der Hauptanteil der Erlössteigerungen entfällt auf den Verkauf von Starterbatterien. Hier konnte im Inland eine Erlössteigerung von 8% bzw. TEUR 1.165 und im Ausland von 10% bzw. TEUR 274 realisiert werden. Auch bei den Erlösen aus Wuchtgewichten, Energy Solutions, Handeslware und Zubehör zeigt sich gegenüber dem Vorjahr eine leichte Umsatzsteigerung (+ 1% im Inland bzw. + 8% im Ausland).

Die Rohergebnismarge verbesserte sich insgesamt auf 24,0 % (VJ 22,0%). Dies ist unter anderem auf bessere Einkaufspreise zurückzuführen.

---

1) Folgende Quellen wurden verwendet:

- https://www.trend.at/unternehmen/automarkt-2024-mehr-neuzulassungen-ende-des-e-booms
- https://www.trendingtopics.eu/e-auto-verkaufe-2024/#:~:text=E%2DAuto%2DVerk%C3%A4ufe%20in%20%C3%96sterreich%20sanken%202024%20%E2%80%93%20Tesla,Model%20Y%20meist%20verkauftes%20Modell&text=Der%20%C3%B6sterreichische%20Automobilmarkt%20verzeichnete%202024,1%20Prozent%20die%20beliebteste%20Antriebsart.
- https://de.statista.com/themen/3212/pkw-neuzulassungen-in-oesterreich/#:~:text=Der%20Neuwagenmarkt%20in%20%C3%96sterreich%20ist,%C3%96sterreich%20war%20der%20VW%20Golf.

- https://www.statistik.at/fileadmin/announcement/2025/01/20250114KfzNeuzulassungen2024.pdf

Die Personalaufwendungen sind um 3,5 % auf TEUR 3.458 gesunken. Der Personalstand ist weitestgehend konstant.

Die Abschreibungen haben sich aufgrund von Zugängen im Bereich Transporter und technische Anlagen sowie bei der Büro- und Geschäftsausstattung gegenüber dem VJ um 74,3% bzw. TEUR 161 erhöht.

Das **Ergebnis vor Steuern (EBT)** konnte gegenüber dem Vorjahr um TEUR 542 erhöht werden.

2.3.2 Vermögenslage

Die Bilanzsumme der Banner Batterien Österreich GmbH zum 31.3.2025 betrug TEUR 10.663 gegenüber TEUR 9.357 im Vorjahr.

Das Eigenkapital beträgt per 31. März 2025 TEUR 2.061 (VJ: TEUR 1.734). Die Eigenmittelquote nach URG beläuft sich auf 19,3 % (VJ:18,5 %).

Die Verbindlichkeiten zum 31.3.2025 belaufen sich auf TEUR 7.296 gegenüber TEUR 6.247 im Vorjahr.

Der Verschuldungsgrad (Fremdkapital/Eigenkapital) verminderte sich auf 417,4 % gegenüber 439,7 % im Vorjahr.

2.3.2 Finanzlage

Der Cashflow aus dem operativen Ergebnis betrug TEUR 608 (VJ: TEUR 867).

Die Investitionen beschränkten sich auf Ersatzinvestitionen im Bereich der Büro- und Geschäftsausstattung sowie von Technischen Anlagen und vier LKWs.

Der Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit war im laufenden Geschäftsjahr aufgrund von einer Ausschüttung mit EUR 200.000 negativ.

Die notwendige Liquidität für den laufenden Geschäftsbetrieb war über das gesamte Berichtsjahr gegeben und ausreichend vorhanden, zu keinem Zeitpunkt bestanden Bankverbindlichkeiten.

2. Bericht über Risiken und Chancen sowie die voraussichtliche Entwicklung

In den verschiedenen nationalen Absatzkanälen ergeben sich laufend neue Chancen. Diese werden durch eine durchgängige Marktbearbeitung laufend wahrgenommen. Es werden nur Geschäfte getätigt, die ein geringes Risiko bergen, bei größeren Geschäften werden die Liquiditätsrisiken abgesichert indem auf entsprechende Zahlungsbedingungen Wert gelegt wird.

Das Unternehmen ist in das interne Kontroll- und Risikomanagement-System der Banner Gruppe eingebunden. Das vorhandene Risikomanagement wird weiter ausgebaut.

Im Hinblick auf die bestehenden Qualitätsstandards und das Know-How der Mitarbeiter sowie die vorhandene Kundenstruktur ist mit keinen besonderen Risiken zu rechnen, dadurch sind entsprechende Marktchancen gegeben.

Die zukünftige Entwicklung des Unternehmens ist auf eine Steigerung des Absatzes durch Gewinnung neuer Kunden und den Ausbau bestehender Kunden ausgerichtet. Vor allem der steigende Fahrzeugbestand im Independent-after-Market birgt Chancen. Ebenso die Chance der Vermarktung sogenannter Boardnetzbatterien, die auch im Elektroauto weiterhin eingebaut werden. Durch unser zweites Standbein Energy Solutions, ist es unser Ziel, am wachsenden Markt der Energiespeicherung im Bereich von stationären Batterien zu wachsen.

Für die Behandlung finanzieller Risiken bestehen Richtlinien, die von der Geschäftsführung erlassen wurden und laufend überwacht werden.

Es bestehen keine wesentlichen Risiken aus Wechselkursschwankungen.

Rohstoffrisiken bestehen keine, da die Einkaufspreise auf Basis einer Jahrespreisliste mit der Banner GmbH festgelegt werden.

Risiken, die sich aus Marktveränderungen mit Auswirkungen auf unser Produktportfolio ergeben, prognostizieren wir durch eine jährliche, ggf. auch situative Überprüfung unserer strategischen Produkt- und Marktausrichtung. Dabei gehen wir auch auf sich verändernde Kundenanforderungen ein. Die daraus entwickelten strategischen Eckdaten sind Maßstab für die kurz- und mittelfristige Unternehmensplanung. Sie werden laufend unterjährig überprüft und ggf. angepasst.

Es gibt zwei Kunden mit einem Anteil von mehr als 5% am Gesamtumsatz, somit ist dennoch eine ausreichende Streuung gegeben.

Für versicherbare Risiken besteht ein ausreichender Versicherungsschutz, welcher jährlich aktualisiert wird. Die Deckungssummen werden regelmäßig überprüft und bei Bedarf angepasst. Das Risiko nicht einbringlicher Kundenforderungen sichert Banner überwiegend durch Warenkreditversicherungen ab. Das operative Mahn- und Inkassowesen wird zentral gemanagt.

Die Einführung einer Risikomanagement-Software für den IT-Bereich („Crisam“) ermöglicht die einheitliche Erfassung, Beurteilung, Konsolidierung und Visualisierung bestehender Chancen und Risiken in diesem Bereich. Die Steuerungsinstrumente werden kontinuierlich weiterentwickelt und folgen den Markt- und organisatorischen Veränderungen. Unsere Anwendungen in den Bereichen IT, Internet und Intranet sind durch geeignete Maßnahmen gegen unberechtigte Zugriffe geschützt. In Ergänzung der internen Ressourcen wurde im Geschäftsjahr 2024/25 ein CISO / IT-Sicherheitsbeauftragter bestellt.

Die Auditierung von Banner nach diversen Normen der ISO und auch der IATF beweist ebenfalls die Prozesssicherheit bei Banner.

Ein Verhaltenskodex besteht für Banner und seine Mitarbeiter. Diesem code of conduct müssen sich auch unsere Lieferanten unterziehen.

Umweltrisiken bestehen als reiner Handelsbetrieb keine. Etwaige Gewährleistungsrisiken werden durch den Produzenten der Batterien übernommen.

Nach den gestörten Lieferketten und den damit verbundenen höheren Nachfragen hat sich der Teilemarkt im letzten GJ weiter stabilisiert und wir sind zurück in einem Käufermarkt, mit hoher

Verfügbarkeit und hartem Wettbewerb. Die massiv gestiegenen Kosten im Bereich Energie und Personal konnten nicht im vollen Umfang weitergegeben werden. Andererseits bieten die Verwerfungen der Transportwege aus Asien Chancen, dass Kunden Batterien wieder vermehrt aus Europa beziehen.

Das gesamte Geschäft wird ausschließlich in EURO abgewickelt, daher ergibt sich aus diesem Bereich kein Risiko und kein Bedarf einer Absicherung.

3. Bericht über Umweltbelange

Bereits seit vielen Jahren ist das Thema Umweltbelange fix bei Banner verankert. Beim Thema Batterieverwertung setzt Banner auf einen geschlossenen Recyclingkreislauf mit hoher Recyclingquote.

Banner unterstützt mit seinen Produkten eine ressourcenschonende und emissionsarme Entwicklung in der Gesellschaft. Mit den neuesten Batterietechnologien, die in sogenannten Microhybrid-antrieben bzw. bei reinen Start-Stopp Anwendungen zum Einsatz kommen, trägt das Unternehmen zur Treibstoffeinsparung bei.

4. Ausblick

Die Geschäftsführung rechnet für das Geschäftsjahr 2025/26 mit leicht steigenden Mengen und steigendem Umsatz. Es wird nicht erwartet, dass das Ergebnis des abgelaufenen Jahres erreicht wird. Leichte Zugeständnisse auf der Preisseite sind zu erwarten.

Laut aktueller Konjunkturprognose des Österreichischen Instituts für Wirtschaftsforschung (WIFO, Stand März 2025) wird das reale Bruttoinlandsprodukt (BIP) im Jahr 2025 um -0,3 Prozent im Vergleich zum Vorjahr sinken. Damit befindet sich Österreich weiterhin in einer Rezession. Erst ab 2026 wird mit einem realen Wirtschaftswachstum im Ausmaß von 1,2 Prozent gerechnet.

Der Strukturwandel im freien Nachrüstmarkt, der vermehrte Onlinehandel und die Konzentration im Bereich der Autoteilehändler setzt sich weiter ungebremst fort. In unseren eigenen Vertriebsniederlassungen in den Regionen sind wir gut aufgestellt und gehen davon aus, dass wir Marktanteile gewinnen und damit wachsen werden können. Dies kann nur über einen ausgezeichneten Kundenservice und den Markenwert, den Banner aus der Tatsache Lieferant der OEMs zu sein, generiert.

Der weitere Trend zeigt einerseits auf wachsende Mengen vor allem im Bereich Start-Stopp-Technologie (maßgeblich durch den alternden Fahrzeugbestand an Verbrennern), andererseits aber auf stabile bis leicht fallende Preise aufgrund der Wettbewerbssituation. Kostenseitig müssen Anstrengungen unternommen werden, um die Wettbewerbsposition von Banner halten zu können. Hier ist vor allem der Produzent gefragt.

Leonding, im Juli 2025

Mag. Werner Töpfl
Geschäftsführer

Franz Märzinger, MBA
Geschäftsführer