GOLDECK TEXTIL

LAGEBERICHT 2025

1. Geschäftsverlauf und Lage des Unternehmens

Die GOLDECK TEXTIL GMBH ist auf die Herstellung und den Handel mit Textilien aller Art spezialisiert. Der Schwerpunkt liegt auf Schlafsäcken, Kälte- und Nässeschutzbekleidung, Steppwaren, Wasserbetten, Bettwaren sowie Isolationsmaterialien. Ergänzend werden im Bereich Forschung und Entwicklung intensiv neue Materiallösungen und alternative Rohstoffe – insbesondere im Bereich Naturfasern – untersucht und weiterentwickelt. Im Geschäftsjahr 2025 wurde das operative Geschäft unter den etablierten Marken CARINTHIA® Professional, CARINTHIA® Retail, CARINTHIA Protective, G-LOFT® Premium Isolation, BLU TIMES® Wasserbetten und GOLDECK AUSTRIA® Bettwaren geführt, die jeweils unterschiedliche Marktsegmente adressieren.

Das Geschäftsjahr 2025 war von einer insgesamt heterogenen Entwicklung geprägt. Während einzelne Sparten – insbesondere in spezialisierten und technisch anspruchsvollen Anwendungsbereichen – eine sehr positive Entwicklung verzeichneten, war das wirtschaftliche Umfeld in anderen Segmenten weiterhin herausfordernd. Die europäischen Textil- und Bekleidungsmärkte standen auch 2025 unter Druck durch eine gedämpfte Konsumnachfrage sowie einen intensiven internationalen Wettbewerb. Insbesondere im Bereich der Heimtextilien und konsumnahen Produkte war eine zurückhaltende Nachfrageentwicklung spürbar.

In Summe war das Geschäftsjahr 2025 somit durch ein anspruchsvolles Marktumfeld mit differenzierter Entwicklung je nach Segment geprägt. Die nachfolgende Darstellung gibt einen Überblick über die wesentlichen Entwicklungen und Ergebnisse der einzelnen Sparten.

a. **CARINTHIA® Professional** richtet sich an internationale Behördenkunden mit einem Schwerpunkt auf Militär und militärische Spezialeinheiten. Die Produktpalette umfasst vorrangig Schlafsäcke, Kälte- und Nässeschutzbekleidung sowie Kampfbekleidung und ist auf die spezifischen Anforderungen der jeweiligen Zielmärkte abgestimmt.
   Das Geschäft ist stark projektbezogen und unterliegt somit natürlichen Umsatz- und Ergebnisschwankungen. Die geographische Kundenstreuung, eine intensive und serviceorientierte Betreuung sowie die kontinuierliche Akquise von Behördenkunden und Projekten bilden dabei die Grundlage für nachhaltigen Geschäftserfolg und eine stabile Entwicklung. Durch die aktuelle politische Lage und das Bewusstsein für eine qualitativ hochwertige persönliche Schutzausrüstung entsteht vermehrt Bedarf, den wir durch den Aufbau der Kapazitäten in den letzten Jahren gut bedienen können und somit als verlässlicher Lieferant den Beschaffungsorganisation zur Seite stehen.
   Ein zentrales Element der Weiterentwicklung ist die kontinuierliche Produktinnovation, insbesondere mit Fokus auf Isolations- und Kälteschutzbekleidung. Vor dem Hintergrund der dynamischen Entwicklung des Militärmarktes und einer zunehmenden Nachfrage nach umfassenden Lösungen wurde die strategische Ausrichtung von CARINTHIA® Professional gezielt auf den Ausbau der Rolle als Systemlieferant verstärkt. In diesem Zusammenhang

wurden sowohl das Produktportfolio erweitert als auch Maßnahmen zur Erhöhung der Marktdurchdringung umgesetzt.
Das erweiterte Produktportfolio und die gestärkte Marktpräsenz unterstreichen diese Positionierung und bilden eine verlässliche Grundlage für eine langfristig stabile und nachhaltige Geschäftsentwicklung in den relevanten Marktsegmenten.

b. **CARINTHIA® Retail** umfasst Schlafsäcke und Kälteschutzbekleidung, die sowohl über den Fachhandel als auch über den unternehmenseigenen Online-Shop vertrieben werden. Ergänzend werden auch Nässeschutzbekleidung und Biwaksäcke angeboten.
Trotz herausfordernder Marktbedingungen konnte die Marktpräsenz in bestehenden und neuen Regionen weiter ausgebaut werden. Wesentliche Erfolgsfaktoren waren die kontinuierliche Erweiterung des Produktportfolios, der gezielte Ausbau des Direktvertriebs in Europa sowie eine klare Markenpositionierung. Insbesondere die gezielte Social-Media-Kommunikation und flankierende Marketingmaßnahmen haben zur Steigerung der Markenbekanntheit beigetragen und die Begehrlichkeit der Marke nachhaltig gestärkt.
Im Rahmen der B2B-Aktivitäten wurde ein eigener Online-Shop für Händler eingeführt, um die Vertriebsprozesse zu digitalisieren und effizienter zu gestalten. Darüber hinaus wurde ein selektives Vertriebssystem etabliert, um den Premiumcharakter der Marke weiter zu unterstreichen. Parallel dazu wurden gezielt Produkte für taktische und jagdliche Anwendungsbereiche in das Sortiment aufgenommen, um neue Zielgruppen zu erschließen.

c. **CARINTHIA® Protective** beliefert nationale und internationale Behördenkunden sowie Unternehmen der Privatwirtschaft mit Bekleidung und Persönlicher Schutzausrüstung (PSA). Der Fokus liegt auf Polizei sowie weiteren nicht-militärischen Behörden. Die Produktpalette umfasst vorrangig Kälte- und Nässeschutzbekleidung sowie persönliche Schutzausrüstung, ergänzt durch Einsatz- und Uniformbekleidung aus funktionalen Geweben und Gestricken.
Der Umsatz und Ertrag ist nahezu vollständig projektabhängig und unterliegt daher natürlichen Schwankungen. **CARINTHIA® Protective** wurde im Juli 2023 als eigenständiger Geschäftsbereich des Unternehmens etabliert und konzentrierte sich im Geschäftsjahr 2025 insbesondere auf Projekte im DACH-Raum und Belgien.

d. In Summe erwirtschaftet die Marke **CARINTHIA®** mit den Geschäftsfeldern CARINTHIA® Professional, CARINTHIA® Retail und CARINTHIA® Protective über 88% des Umsatzes und Ergebnisses und leistet damit einen wesentlichen Beitrag zum Unternehmenserfolg.
Zur Sicherung dieser starken Marktposition wurde im Geschäftsjahr 2025 gezielt auf eine stabile Lieferfähigkeit, die optimale Auslastung der Produktionskapazitäten sowie die optimierte Vorproduktion für anstehende Projekte hingearbeitet. Diese Maßnahmen dienen der Absicherung gegen volatile Marktbedingungen, verkürzen Reaktionszeiten im Projektgeschäft und stärken die Versorgungssicherheit entlang der Lieferkette. Trotz der damit verbundenen bewussten Vorratsausweitung bleibt die Bestandsoptimierung ein zentrales Steuerungsinstrument und wird laufend an die aktuelle Auftrags- und Marktsituation angepasst.

e. **G-LOFT®** umfasst die Herstellung und den Vertrieb von Isolationsmaterialien sowie individuell verarbeiteten Steppwaren. Der Fokus liegt auf Anwendungen in den Bereichen Bekleidung und

Ausrüstung wie Handschuhe, Schuhe, Schlafsäcke und ähnliche Produkte – mit einer Ausrichtung auf die Marktsegmente Outdoor, Sport, Fashion und Arbeitsschutz. Nachrangig und sehr selektiv werden die Segmente Exekutive und Militär bedient.
Im Geschäftsjahr 2025 wurde die Produktpalette gezielt erweitert, um spezifische Anforderungen in neuen Anwendungsfeldern abzudecken und vermehrten Kundenanfragen im Bereich nachhaltiger Materialien und Herstellungsverfahren Rechnung zu tragen.

f. Unter der Marke **GOLDECK Austria®** werden Bettwaren sowohl im B2B-Bereich über den Fachhandel als auch im B2C-Geschäft über den unternehmenseigenen Online-Shop produziert und vermarktet. Der Marktfokus lag auch im Geschäftsjahr 2025 bei Kliniken und Großwäschereien. Dabei beschaffen Kliniken die Produkte überwiegend direkt – etwa im Rahmen öffentlicher Ausschreibungen oder durch Direktvergabe – während Wäschereien die Produkte an Kliniken und Hotels verleasen.
Der Geschäftsbereich verzeichnete im Berichtsjahr eine sehr positive Entwicklung. Diese wurde insbesondere durch die erfolgreiche Gewinnung strategisch wichtiger Großkunden unterstützt. Zudem zeigte sich eine sehr dynamische Entwicklung im Jahresverlauf, wobei der Auftragseingang im vierten Quartal gegenüber den vorangegangenen Perioden deutlich gesteigert werden konnte.
Die laufende Akquise weiterer Großkunden verläuft vielversprechend, insbesondere mit Blick auf anstehende Vertragswechsel nach Auslaufen bestehender Liefervereinbarungen. Zur Vorbereitung auf das erwartete Wachstum wurde im Jahr 2025 bei unserem Produktionspartner gezielt in eine neue, leistungsfähige Füllanlage für Kissen investiert. Diese Maßnahme unterstützt die gemeinsame Produktionsplanung und sichert die Kapazitäten für künftige Großaufträge.
Die hohe Kundenzufriedenheit spiegelt sich in einer verstärkten Weiterempfehlung innerhalb der Branche wider. Ein wesentlicher Wettbewerbsvorteil liegt in der überdurchschnittlichen Langlebigkeit der Produkte – diese erreichen die doppelte bis dreifache Lebensdauer vergleichbarer Angebote. Dieser Aspekt leistet einen bedeutenden Beitrag zu ökologischer Nachhaltigkeit und ressourcenschonender Beschaffung.
Auch im Bereich Private Label konnte im Geschäftsjahr 2025 eine positive Entwicklung verzeichnet werden. Für ausgewählte Kunden wurden neue Produktlinien entwickelt, die eine optimierte Supply-Chain ermöglichen. Diese umfasst verkürzte Beschaffungszeiten, ein verbessertes Risikomanagement und vorteilhafte Preiskonditionen. Die Zusammenarbeit mit diesen Partnern wurde weiter vertieft und ausgebaut.

g. Mit der Marke **BluTimes®** zählt das Unternehmen zu den führenden Anbietern von Wasserbetten in Europa. Der Vertrieb erfolgt im B2B-Bereich über ein flächendeckendes Fachhändlernetz in Österreich und Deutschland.
Das Geschäftsjahr 2025 war von einem insgesamt herausfordernden Marktumfeld geprägt. Insbesondere die rückläufige Konsumbereitschaft infolge steigender Lebenserhaltungskosten führte im stationären Fachhandel zu geringerer Kundenfrequenz und Umsatzeinbußen. Trotz dieser Rahmenbedingungen konnten durch die Stärken der Unternehmensgruppe sowie die Innovationskraft der Produkte neue Fachhandelspartner gewonnen und zusätzliche Marktanteile erschlossen werden.

Die Marke **BluTimes®** überzeugt durch kurze Produktionszeiten, hochwertige Materialien und ein hohes Maß an Verlässlichkeit – Faktoren, die für viele Kunden aktuell stärker im Vordergrund stehen als Preisüberlegungen. Das Fachhändlernetz ist mit Stützpunktpartnern strukturiert aufgebaut und wird kontinuierlich gepflegt und betreut, was eine enge Kundenbindung und stabile Marktpräsenz gewährleistet.

Am Standort in Seeboden beschäftigte die Gesellschaft im Geschäftsjahr 2025 durchschnittlich 75 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Darüber hinaus werden zwei Lehrlinge ausgebildet. Im Berichtsjahr konnte ein Jahresüberschuss von 13.315.190,77 EUR erzielt werden.

Im Geschäftsjahr 2025 nahmen insgesamt 27 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an internen und externen Weiterbildungsmaßnahmen teil. Für Schulungen in den Bereichen Fach- und Führungskompetenz sowie in ausgewählten kaufmännischen und organisatorischen Themenfeldern wurden insgesamt über 22.900,- EUR investiert. Die kontinuierliche Qualifizierung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stellt einen zentralen Bestandteil der Personalstrategie dar. Vor dem Hintergrund steigender Anforderungen an Produktqualität, Innovation sowie Effizienz in einem zunehmend wettbewerbsintensiven Marktumfeld trägt sie wesentlich zur nachhaltigen Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit bei.

Angesichts wachsender Anforderungen in Entwicklung, Vertrieb, Supply Chain Management sowie Marketing und Kommunikation wurden die Teams in den Geschäftsfeldern gezielt weiterentwickelt. Ziel war es insbesondere, die Reaktionsfähigkeit auf Marktveränderungen zu erhöhen, interne Prozesse weiter zu optimieren und die Kundenorientierung entlang der gesamten Wertschöpfungskette auszubauen.

Die Konfektion der Fertigprodukte erfolgt in operativ eng verbundenen Partnerbetrieben in der Slowakei, Moldawien und Armenien. Vor dem Hintergrund anhaltender Herausforderungen in globalen Lieferketten sowie steigender Anforderungen an Flexibilität und Liefersicherheit wurden gezielt Maßnahmen zur Stabilisierung und Weiterentwicklung der Produktionsstruktur gesetzt. Dazu zählen insbesondere Investitionen in Mitarbeiterschulungen, Prozessoptimierungen sowie in moderne Maschinen und Produktionskapazitäten.

Die wichtigsten finanziellen Leistungsindikatoren der Gesellschaft sind:

	2025	2024
Geldfluss aus Betriebstätigkeit	-12.616	-6.730
Geldfluss aus Investitionstätigkeit	490	-2.045
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit	-11.150	10.711
Verschuldensgrad	21%	36%
Anlagendeckung	976%	663%
Umsatzrentabilität	16,91%	11,03%
Eigenkapitalrentabilität	26%	22%

Die Rentabilitätskennzahlen sind wichtige Indikatoren für die Effizienz des Unternehmens. Insgesamt entspricht die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage den Erwartungen.

2. Vorgänge von besonderer Bedeutung nach Abschluss des Geschäftsjahres

Nach dem Bilanzstichtag sind bis zum Zeitpunkt der Aufstellung des Lageberichts keine Vorgänge von besonderer Bedeutung eingetreten, die einen wesentlichen Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- oder Ertragslage der Gesellschaft haben oder haben könnten.

3. Voraussichtliche Entwicklung des Unternehmens

Trotz eines weiterhin herausfordernden gesamtwirtschaftlichen Umfelds – geprägt von anhaltend erhöhten Preisniveaus, einer weiterhin verhaltenen Investitions- und Konsumneigung in Teilen Europas sowie geopolitischen Unsicherheiten – geht die Gesellschaft für das Geschäftsjahr 2026 von einer insgesamt sehr positiven Geschäftsentwicklung aus. In den meisten Segmenten besteht eine sehr gute Auftragslage, die eine stabile bis wachsende Auslastung erwarten lässt, auch wenn weiterhin differenzierte Marktbedingungen je nach Geschäftsbereich zu berücksichtigen sind.

Diese Einschätzung stützt sich auf die gute Auftragslage zu Jahresbeginn, eine stabile und breit diversifizierte Kundenbasis sowie die strategische Fokussierung auf innovative, qualitativ hochwertige und differenzierende Produkte. Insbesondere in spezialisierten und technisch anspruchsvollen Anwendungsbereichen wird weiterhin von einer robusten Nachfrage ausgegangen.

Die Gesellschaft beabsichtigt, ihre Marktposition in den bestehenden Geschäftsfeldern weiter auszubauen, insbesondere durch gezielte Vertriebsaktivitäten sowie die Intensivierung bestehender Kundenbeziehungen.

Die nachfolgenden Einschätzungen zur voraussichtlichen Entwicklung der einzelnen Geschäftsfelder zeigen auf, welche Marktchancen und Herausforderungen im jeweiligen Bereich erwartet werden.

a. Das Geschäftsfeld **CARINTHIA® Professional** ist mit einem umfangreichen Auftragsbestand in das Geschäftsjahr 2026 gestartet. Trotz einzelner Projektverzögerungen infolge makroökonomischer Unsicherheiten – etwa bei Ausschreibungen und geplanten Großprojekten – wird auf Basis der aktuellen Auftragslage von einem Umsatzwachstum im laufenden Jahr ausgegangen. Die positive Entwicklung wird zusätzlich durch den gezielten Ausbau des Produktportfolios, eine vorausschauende Rohmaterialbeschaffung sowie die bedarfsgerechte Steuerung der Produktionskapazitäten unterstützt. Die termingerechte Abwicklung laufender Aufträge und die Sicherstellung der Lieferfähigkeit bleiben dabei zentrale Erfolgsfaktoren.

b. Für das Geschäftsjahr 2026 wird im Bereich **CARINTHIA® Retail** von einer insgesamt positiven Entwicklung ausgegangen. Im B2C-Segment steht die direkte Kundenansprache weiterhin im Fokus. Maßnahmen wie ein Kundenbindungsprogramm sollen die Markentreue stärken und Kaufanreize schaffen. Zusätzlich sind Kooperationen mit relevanten Meinungsbildnern geplant, um durch authentische Erfahrungsberichte und Produktvorstellungen die Sichtbarkeit der Marke innerhalb der digitalen Zielgruppen weiter zu erhöhen.
Im B2B-Segment soll die Marktpräsenz durch den Ausbau des Premium-Partnernetzwerks gestärkt werden. Die Einführung des neuen Vertriebssystems sowie der gezielte Ausbau des Online-Vertriebs schaffen die Grundlage für weiteres, nachhaltiges Wachstum. Ein zentrales Element bleibt die kontinuierliche Optimierung des Produktportfolios, um gezielt auf neue Marktanforderungen und Kundenerwartungen reagieren zu können.

c. Für das Geschäftsjahr 2026 wird im Bereich **CARINTHIA® Protective** von einer positiven Entwicklung ausgegangen. Der stabile Auftragsbestand zu Jahresbeginn bildet eine solide Grundlage, auf deren Basis eine Umsatzsteigerung erwartet wird. Um das geplante Wachstum operativ abzusichern und die Kundenbetreuung weiter zu stärken, ist eine personelle Erweiterung sowohl im Innen- als auch im Außendienst vorgesehen. Inhaltlich bleibt der Fokus weiterhin auf der Bearbeitung von Projekten für nationale und internationale Behördenkunden, als auch Polizei sowie weiteren nicht-militärischen Behörden, insbesondere in den Zielregionen DACH und Belgien.
Zur weiteren Stärkung der Marktposition wird das Produktportfolio gezielt weiterentwickelt. In diesem Zusammenhang wurde eine neue Bekleidungslinie für anspruchsvolle Einsatzbereiche entwickelt, die auf einem innovativen, hochflexiblen Außenmaterial basiert. Ziel dieser Entwicklung ist die weitere Verbesserung von Bewegungsfreiheit, Tragekomfort und Funktionalität bei gleichzeitig hoher Schutzwirkung. Die bisherigen Rückmeldungen aus internen und externen Tests sind durchwegs positiv und lassen eine erfolgreiche Markteinführung sowie eine gute Marktakzeptanz erwarten.
Darüber hinaus wird im Laufe des Geschäftsjahres 2026 erstmals ein Bekleidungssystem mit einem neu entwickelten, alternativen flammhemmenden Material eingeführt. Ziel dieser Entwicklung ist insbesondere die Reduktion von Abhängigkeiten von einzelnen Materiallieferanten sowie die Erhöhung der Versorgungssicherheit und Planbarkeit in der Produktion.

d. Im Hinblick auf das Geschäftsjahr 2026 bestehen im Bereich **G-LOFT®** gute Voraussetzungen für eine weiterhin stabile und wachstumsorientierte Entwicklung. Der Fokus liegt weiterhin auf der konsequenten Weiterentwicklung des Produktportfolios, um zusätzliche Marktpotenziale zu erschließen und bestehende Wettbewerbsvorteile auszubauen. Im Mittelpunkt steht die gezielte Produktentwicklung der **G-LOFT®** Isolationsmaterialien, die mit ihrer leistungsstarken Materialperformance auf zukünftige Anforderungen neuer Marktsegmente ausgerichtet ist.
Parallel dazu wird unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit der Ausbau der **G-LOFT® ECO POWER LINE** weiter forciert. Nachhaltige Produkte mit funktionalen Eigenschaften sollen in zunehmendem Maße zur Positionierung der Marke beitragen. Bereits gewonnene Neukunden sowie vielversprechende Entwicklungsprojekte in der Pipeline bestätigen das Marktpotenzial dieser strategischen Ausrichtung.

Um die Marktpräsenz weiter zu stärken, ist ein gezielter Ausbau der Vertriebsaktivitäten geplant – insbesondere durch den Aufbau neuer Kundenkontakte in relevanten Zielmärkten sowie auch regelmäßige Teilnahme an internationalen Fachmessen. Ziel ist es, die Wahrnehmung als leistungsstarker und lösungsorientierter Anbieter weiter zu schärfen.
Die Erschließung neuer Anwendungsbereiche und Zielgruppen eröffnet zusätzliche Umsatzpotenziale, die bisher nicht realisiert wurden. Ein zentraler Erfolgsfaktor ist die Einzigartigkeit der **G-LOFT®** Premium Isolation, mit der sich das Unternehmen klar von Wettbewerbern abhebt. Mit weiteren, entscheidenden Mehrwerten wie technischen Support, fachliche Kompetenz, hohe Flexibilität, kurze Reaktionszeiten sowie – sofern wirtschaftlich darstellbar – der Möglichkeit zur maßgeschneiderten Individualisierung, gelingt es der Goldeck Textil GmbH, sich mit **„G-LOFT® Professional Insulation 4 Experts"** zunehmend als leistungsstarker und differenzierter Anbieter am Markt zu positionieren.
Mittel- bis langfristig wird daher mit einem deutlichen Umsatzzuwachs in diesem ertragsstarken Geschäftsbereich gerechnet. Die konsequente Weiterentwicklung der Sparte bleibt ein zentraler Bestandteil der strategischen Unternehmensausrichtung.
Zur aktiven Marktbearbeitung und zur professionellen Abwicklung des gestiegenen Kunden- und Projektvolumens wird das Team im Jahr 2026/27 personell erweitert und sowohl der Vertriebs- als auch der Innendienstbereich gezielt gestärkt.

e. Im Bereich **GOLDECK Austria® Bettwaren** liegt der strategische Fokus weiterhin auf den Bereichen Gesundheitswesen (Kliniken und Heime) sowie Großwäschereien, die gezielt weiterentwickelt und skaliert werden. Insbesondere durch exklusive Produktentwicklungen für Private-Label-Kunden werden bestehende Kundenbeziehungen gestärkt und langfristig gefestigt.
Der zentraleuropäische Markt wird intensiv bearbeitet, mit dem Ziel, zusätzliche Großkunden zu gewinnen. Auf Basis der bestehenden Auftragslage sowie der im Geschäftsjahr 2025 gewonnenen strategisch bedeutenden Kunden wird für das Geschäftsjahr 2026 von einer weiterhin sehr dynamischen Entwicklung ausgegangen. Die vorliegenden Auftragsvolumina lassen eine deutliche Steigerung der Geschäftsaktivität erwarten, wobei insbesondere das Wachstum im Großkundensegment als wesentlicher Treiber gesehen wird.
Angesichts steigender Volumina werden die Produktionskapazitäten in den eng kooperierenden Partnerbetrieben ausgebaut, um auch anspruchsvolle Aufträge großer Marktakteure zuverlässig und zeitgerecht abwickeln zu können.

f. Im Geschäftsfeld **BluTimes® Wasserbetten** liegt der Fokus auf der gezielten Gewinnung neuer Kunden, insbesondere im Zuge von Lieferausfällen oder strukturellen Problemen bei Mitbewerbern. Dank der hauseigenen Produktion kann flexibel auf Versorgungsengpässe reagiert und kurzfristig geliefert werden. Dies ermöglicht nicht nur die Sicherstellung der Lieferfähigkeit, sondern auch den Aufbau langfristiger Kundenbeziehungen und die Umsetzung einer stabilen Preispolitik. Auch in herausfordernden Marktphasen positioniert sich **BluTimes®** als verlässlicher Partner für Kunden und Handel.

4. Wesentliche Risiken und Unsicherheiten

Die Gesellschaft ist im Rahmen ihrer Geschäftstätigkeit verschiedenen Risiken und Unsicherheiten ausgesetzt, die sich aus globalen, marktbezogenen sowie unternehmensspezifischen Faktoren ergeben. Durch stetige Marktbeobachtung gemeinsam mit den Spartenleitern sowie guten Kontakten zu Kunden und Lieferanten werden diese Risiken minimiert. Internen Risiken wird durch ein umfassendes internes Kontrollsystem, das im Organisationshandbuch festgehalten ist, begegnet. Im Folgenden werden die wesentlichen Risikofelder dargestellt.

a. Makroökonomische und geopolitische Risiken:

Das wirtschaftliche Umfeld ist weiterhin von geopolitischen Spannungen, regionalen Konflikten sowie einer insgesamt erhöhten wirtschaftlichen Unsicherheit geprägt. Insbesondere in Europa wirken sich diese Faktoren in Form von gedämpfter Nachfrage, erhöhter Planungsunsicherheit sowie verzögerten Investitionsentscheidungen aus. Darüber hinaus können handelspolitische Maßnahmen, regulatorische Änderungen oder Einschränkungen in internationalen Lieferketten die operativen Rahmenbedingungen kurzfristig beeinflussen.

Die Gesellschaft begegnet diesen Risiken durch eine breite Marktaufstellung, eine Diversifikation der Kundenstruktur sowie eine laufende Beobachtung relevanter Märkte. Gleichzeitig ergeben sich in einzelnen Segmenten – insbesondere im sicherheits- und verteidigungsnahen Umfeld – zusätzliche Marktchancen durch steigende Investitionen öffentlicher Auftraggeber. Die Positionierung als verlässlicher und flexibel agierender Anbieter mit hoher Liefertreue stellt hierbei einen wesentlichen Wettbewerbsfaktor dar.

b. Risiken aus der Finanzmarkt- und Kostenentwicklung:

Trotz einer teilweisen Stabilisierung einzelner Rahmenbedingungen bleibt das Niveau wesentlicher Kostenfaktoren weiterhin erhöht. Insbesondere Preisentwicklungen bei Rohstoffen, Energie und Vorleistungen können die Margensituation beeinflussen. Gleichzeitig führen volatile Wechselkursentwicklungen sowie unterschiedliche Zinsniveaus zu zusätzlichen Unsicherheiten im internationalen Geschäft.

Die Goldeck Textil GmbH begegnet diesen Risiken durch ein aktives Kostenmanagement, eine laufende Beobachtung der Beschaffungsmärkte sowie eine enge Abstimmung mit Kunden hinsichtlich möglicher Preisanpassungen. Die langfristige Zusammenarbeit mit strategischen Lieferanten sowie eine weiterhin solide Eigenkapitalausstattung tragen zusätzlich zur Stabilisierung der wirtschaftlichen Entwicklung bei.

c. Risiken entlang der Lieferkette:

Die Sicherstellung stabiler Lieferketten bleibt ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Risiken ergeben sich insbesondere aus eingeschränkter Materialverfügbarkeit, logistischen Verzögerungen sowie anhaltenden geopolitischen Einflüssen auf internationale Warenströme. Auch strukturelle Veränderungen in globalen Lieferketten können Anpassungsbedarf mit sich bringen.

Zusätzlich bestehen Risiken im Zusammenhang mit der Entwicklung der Produktionskapazitäten. Vor dem Hintergrund wachsender Auftragsvolumina kann es insbesondere bei kurzfristigen Nachfrageanstiegen zu vereinzelten Kapazitätsengpässen kommen, die in Einzelfällen zu verlängerten Lieferzeiten führen können.

Zur Absicherung der Versorgungssicherheit wurde die Zusammenarbeit mit den bestehenden Produktionspartnern weiter intensiviert und deren Kapazitäten gezielt weiterentwickelt. Ergänzend werden flexible Produktionsmodelle genutzt, um Auftragsspitzen abzufedern. Die Lagerhaltung kritischer Materialien wird laufend überprüft und bei Bedarf angepasst. Darüber hinaus werden Maßnahmen zur weiteren Diversifikation von Beschaffungsquellen sowie zur teilweisen Vertiefung der Wertschöpfung verfolgt, um Abhängigkeiten zu reduzieren.
Im Zusammenhang mit der Entwicklung neuer Materialtechnologien bestehen darüber hinaus spezifische technologische und wirtschaftliche Risiken. Insbesondere im Bereich der Hanffaserverarbeitung erfordert die industrielle Umsetzung die Entwicklung und den Aufbau neuer Anlagen und Prozessschritte, die derzeit noch nicht in standardisierter Form verfügbar sind. Daraus ergeben sich Unsicherheiten hinsichtlich Umsetzungsdauer, technischer Stabilität sowie des erforderlichen Investitionsvolumens.
Zur Steuerung dieser Risiken erfolgt die Umsetzung schrittweise über Pilotprojekte und Testanlagen, um technische Erkenntnisse frühzeitig zu gewinnen und Investitionsentscheidungen auf einer belastbaren Grundlage treffen zu können.

d. Branchen- und unternehmensspezifische Risiken:

Die Gesellschaft ist als Anbieter technischer Textilien und funktionaler Bekleidung verschiedenen branchenspezifischen Risiken ausgesetzt:

- Im B2B-Segment bestehen Abhängigkeiten von der Vergabe öffentlicher Aufträge sowie von der Investitionsbereitschaft institutioneller Kunden.
- Im B2C-Segment wirken sich eine verhaltene Konsumstimmung, ein erhöhtes Preisbewusstsein sowie ein intensiver Wettbewerb dämpfend auf die Absatzentwicklung aus.
- In spezialisierten Produktbereichen bestehen hohe Anforderungen an Qualität, Normkonformität sowie Innovationsfähigkeit.

Die Goldeck Textil GmbH begegnet diesen Herausforderungen durch eine konsequente Weiterentwicklung des Produktportfolios, eine gezielte Bearbeitung definierter Marktsegmente sowie durch die Stärkung ihrer Innovations- und Umsetzungskompetenz. Die Kombination aus hoher Produktqualität, technologischem Know-how sowie Flexibilität in der Auftragsabwicklung wird gezielt als Wettbewerbsvorteil genutzt. Darüber hinaus können sich aus Marktveränderungen bei Mitbewerbern auch Chancen zur weiteren Stärkung der eigenen Marktposition ergeben.

5. Investitionen

Im Geschäftsjahr 2025 wurden gezielte Investitionen zur Stärkung der betrieblichen Infrastruktur sowie zur Verbesserung der Arbeitsabläufe und Arbeitsbedingungen vorgenommen. Schwerpunkte lagen insbesondere im Ausbau der IT-Infrastruktur sowie in der Weiterentwicklung der Lager- und Logistikprozesse. In diesem Zusammenhang wurden unter anderem moderne Systeme zur Verbesserung der Systemstabilität und Datenverarbeitung implementiert.

Im Lagerbereich erfolgten Investitionen in technische Hilfsmittel zur Effizienzsteigerung und ergonomischen Unterstützung der Mitarbeiter, insbesondere durch den Einsatz von Hebehilfen und

automatisierten Lösungen wie Stretchrobotern. Darüber hinaus wurden weitere Maßnahmen im Bereich Arbeitssicherheit und Arbeitsplatzgestaltung umgesetzt.

Für das Geschäftsjahr 2026 sind weitere gezielte Investitionen zur Weiterentwicklung der betrieblichen Infrastruktur sowie zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen vorgesehen. Ein Schwerpunkt liegt auf baulichen Maßnahmen am Standort, insbesondere zur Optimierung der logistischen Abläufe. Ergänzend werden Sanierungsmaßnahmen in bestehenden Betriebsbereichen, insbesondere in Sozial- und Nebenräumen, umgesetzt. Darüber hinaus sind weitere Investitionen zur kontinuierlichen Verbesserung der Arbeitsplatzqualität sowie zur Unterstützung effizienter Betriebsabläufe vorgesehen.

Ein zusätzlicher Fokus liegt auf Investitionen im Bereich Innovation und Materialentwicklung. Insbesondere werden neue Maschinen und Technologien zur Verarbeitung von Hanffasern implementiert, um die Grundlage für den Einsatz alternativer, nachhaltiger Rohstoffe in zukünftigen Textilanwendungen zu schaffen. Aufbauend auf den bisherigen Entwicklungsergebnissen ist für das Geschäftsjahr 2026 der Übergang von der Laborumgebung in eine erste industrielle Umsetzungsphase geplant. In diesem Zusammenhang werden Pilotanlagen zur Fasergewinnung sowie ergänzende Anlagen zur Stabilisierung der Fasern aufgebaut, um die Weiterverarbeitung in nachgelagerten Produktionsschritten zu ermöglichen. Ziel ist die schrittweise Skalierung und Optimierung der Prozesse.

Vor dem Hintergrund der erwarteten Mengenentwicklung und steigenden Auftragsvolumina sind Investitionen in den weiteren Ausbau der Produktionskapazitäten vorgesehen. Dazu zählen insbesondere die Anschaffung zusätzlicher Maschinen sowie technische Erweiterungen in den eng kooperierenden Partnerbetrieben. Ziel ist es, potenziellen Kapazitätsengpässen entgegenzuwirken, die Produktivität zu steigern und die langfristige Lieferfähigkeit nachhaltig sicherzustellen.

6. Forschung und Entwicklung

Der Anspruch, als europäischer Hersteller mit durchgängiger Wertschöpfung am Markt zu bestehen, erfordert eine kontinuierliche Weiterentwicklung von Organisation und Produktportfolio. Dies erfolgt sowohl durch die Entwicklung neuer Lösungen als auch durch die gezielte Anpassung an sich verändernde Kundenanforderungen. Der Bereich Forschung und Entwicklung stellt daher eine wesentliche Grundlage für den nachhaltigen Unternehmenserfolg dar.

a. Für das Geschäftsjahr 2026 ist eine gezielte personelle Verstärkung in der Entwicklungsabteilung vorgesehen. Diese Maßnahme dient dem weiteren Ausbau der Innovationsfähigkeit sowie der Stärkung zentraler Schlüsselfunktionen in den Bereichen Forschung, Entwicklung und Qualitätssicherung.
b. Die kontinuierliche Weiterentwicklung des Produktportfolios erfolgt insbesondere auf Basis der etablierten Marken CARINTHIA® und G-LOFT® Premium Isolation. Ziel ist die Entwicklung funktionaler, langlebiger und differenzierender Produkte mit einem optimalen Verhältnis von Gewicht, Wärmeleistung und zusätzlichem Kundennutzen.
c. Im Geschäftsjahr 2025 wurden im Rahmen des Carinthia Innovation Lab gezielt neue Material- und Technologielösungen entwickelt. Dazu zählen unter anderem die Außenstofftechnologie

RE_1 (Range Extender) sowie die Systemlösung LOFTSHELL®, die speziell für anspruchsvolle Outdoor- und Einsatzbereiche konzipiert wurden. Im Fokus stehen dabei insbesondere die Kombination von hoher Bewegungsfreiheit, Robustheit und Langlebigkeit sowie die Optimierung von Tragekomfort und Feuchtigkeitsmanagement.

Ergänzend dazu wurden neue Bekleidungslösungen für anspruchsvolle Einsatzbereiche entwickelt, die auf innovativen Außenmaterialien sowie auf alternativen flammhemmenden Werkstoffen basieren. Ziel dieser Entwicklungen ist die weitere Verbesserung funktionaler Produkteigenschaften sowie die Reduktion von Abhängigkeiten in der Materialbeschaffung.

d. Darüber hinaus wird verstärkt daran gearbeitet, den Einsatz nachhaltiger Rohstoffe in der Produktentwicklung auszubauen. Ziel ist die kontinuierliche Erweiterung des Angebots an umweltverträglichen Produkten, wofür fundiertes Know-how, langfristige Entwicklungsarbeit sowie eine enge Zusammenarbeit mit Partnern entlang der Lieferkette erforderlich sind. Im Bereich Bettwaren haben sich die entwickelten Produktqualitäten insbesondere im zentraleuropäischen Markt erfolgreich etabliert und werden kontinuierlich weiterentwickelt und optimiert. Ein zusätzlicher Fokus liegt auf der Entwicklung ganzheitlicher Produkt- und Versorgungskonzepte für den gehobenen Gesundheitsbereich, bei denen neben funktionalen Anforderungen auch Aspekte wie Langlebigkeit, Hygiene und Wirtschaftlichkeit verstärkt berücksichtigt werden.

   Ergänzend liegt ein zusätzlicher Fokus auf der Entwicklung und industriellen Nutzbarmachung von Hanffasern. Im Geschäftsjahr 2025 konnte ein wesentlicher Meilenstein in der Fasergewinnung erreicht sowie die Lieferkette mit weiterverarbeitenden Partnern aufgebaut werden. Darüber hinaus wurde erstmals ein Garn auf Basis eigener Fasern mit vielversprechenden Materialeigenschaften hergestellt. Die weiteren Entwicklungsaktivitäten fokussieren sich auf die Überführung der bisherigen Ergebnisse in skalierbare industrielle Prozesse.

e. Zur weiteren Stärkung der Marktposition wird das Produktportfolio laufend optimiert und erweitert. Neben der Erschließung neuer Kundensegmente liegt ein Fokus auf der Entwicklung differenzierender Material- und Produktkonzepte mit hohem funktionalem Zusatznutzen.

f. Die Produktentwicklung folgt zudem einem strategischen Ansatz mit verstärktem Fokus auf Rückwärtsintegration. Ziel ist die Entwicklung eigener Garne, Stoffe und Technologien mit klarer Differenzierung, um die technologische Unabhängigkeit zu erhöhen und nachhaltige Wettbewerbsvorteile zu sichern.

7. Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

Im Bereich der nichtfinanziellen Leistungsindikatoren gewinnt das Thema Nachhaltigkeit und ESG (Environmental, Social, Governance) zunehmend an Bedeutung. Die Goldeck Textil GmbH versteht Nachhaltigkeit als integralen Bestandteil der Unternehmensstrategie, verankert entsprechende Grundsätze entlang der gesamten Wertschöpfungskette und integriert diese zunehmend in operative sowie strategische Entscheidungen.

Im Geschäftsjahr 2025 konnten in diesem Zusammenhang konkrete Fortschritte erzielt werden. So wurde für den Produktbereich Bettwaren die Zertifizierung nach dem Standard „Grüner Knopf"

erreicht. Darüber hinaus wurde die operativ eng verbundene Produktionsstätte in der Slowakei nach dem Standard OEKO-TEX® STeP zertifiziert. Parallel dazu wird derzeit eine Treibhausgasbilanz (Scope 1 und Scope 2) aufgebaut, um Emissionen systematisch zu erfassen und eine belastbare Grundlage für zukünftige Maßnahmen zu schaffen.

Die unternehmerische Verantwortung umfasst insbesondere die Einhaltung international anerkannter Standards und Sorgfaltspflichten entlang der Lieferkette. Dies ist in einer Grundsatzerklärung verankert und wird durch strukturierte Risikoanalysen sowie durch langfristige und enge Zusammenarbeit mit Produktions- und Lieferpartnern umgesetzt. Ein besonderer Fokus liegt dabei auf verantwortungsvollen Beschaffungsprozessen, Transparenz sowie der kontinuierlichen Weiterentwicklung nachhaltiger Materialien und Produktionsverfahren, einschließlich der Entwicklung alternativer Rohstoffe und innovativer Materiallösungen.

Im Geschäftsjahr 2025 sowie im laufenden Geschäftsjahr wurde zudem an der systematischen Aufbereitung und Strukturierung nachhaltigkeitsbezogener Inhalte gearbeitet. In diesem Zusammenhang erfolgt die Erstellung eines eigenständigen Nachhaltigkeitsberichts nach dem VSME-Standard, der die relevanten Aktivitäten, Zielsetzungen und Kennzahlen der Gesellschaft umfassend darstellt.

Der Nachhaltigkeitsbericht wird außerhalb des Lageberichts veröffentlicht und fortlaufend weiterentwickelt.

8. Zweigniederlassungen

Die Gesellschaft betreibt keine eigenen Zweigniederlassungen im In- oder Ausland.

9. Finanzinstrumente

Es gibt keine besonderen Finanzinstrumente oder Derivate.

GOLDECK TEXTIL GMBH

Seeboden, 16. Juli 2026

MARIKA MAYER
Geschäftsführung