Lagebericht per 31.3.2025

A) Wirtschaftsbericht

1. Geschäftsverlauf, Geschäftsergebnis und Lage der Gesellschaft

a) Geschäfts- und Rahmenbedingungen und Analyse des Geschäftsverlaufs

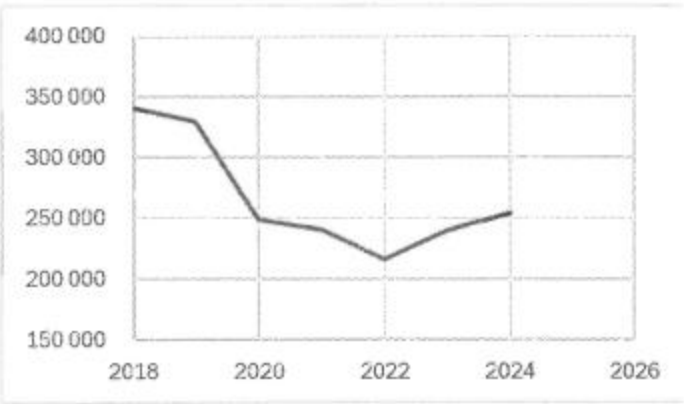
Geschäftsfelder
Der Tätigkeitsbereich der Autohaus Huber GmbH erstreckt sich auf die nachstehenden Geschäftsfelder:

Handel mit Neufahrzeugen der Marken BMW und Mini
Gebrauchtwagen- und Ersatzteilhandel
Werkstätten- und Servicedienstleistungen für BMW, Mini und Fremdmarken
Abwicklung von Lackierer- und Spenglerarbeiten
Fahrzeugaufbereitung

Allgemeine Wirtschaftslage in unseren Geschäftsfeldern

Autohandel:
Der Abwärtstrend bei den KFZ-Neuzulassungen am heimischen Automarkt konnte im Jahr 2022 gestoppt werden. Ein leichter Aufwärtstrend sorgt dafür, dass die Zahlen 2024 auf dem Niveau von 2020 liegen.

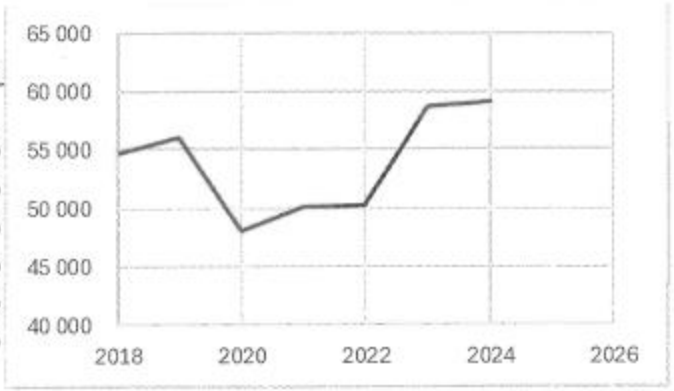
Jahr	PKW Neuzulassungen	Änderung
2018	341 068	
2019	329 363	-3%
2020	248 740	-24%
2021	239 803	-4%
2022	215 050	-10%
2023	239 150	11%
2024	253 789	6%



Die Zulassungszahlen 2022 erreichten den niedrigsten Wert seit 38 Jahren. Hauptursachen dafür waren die weiterhin unzureichende Lieferfähigkeit, die Verunsicherung im Markt hinsichtlich der e-Mobilität sowie die wirtschaftlich angespannte Situation, insbesondere bei Privatkunden. Für 2024 wurden 250.000 bis 270.000 Neufahrzeuge erwartet, das untere Niveau wurde zwar erreicht, zeigt jedoch nach wie vor die Unsicherheiten im Markt (Wirtschaftssituation, Antriebsform).

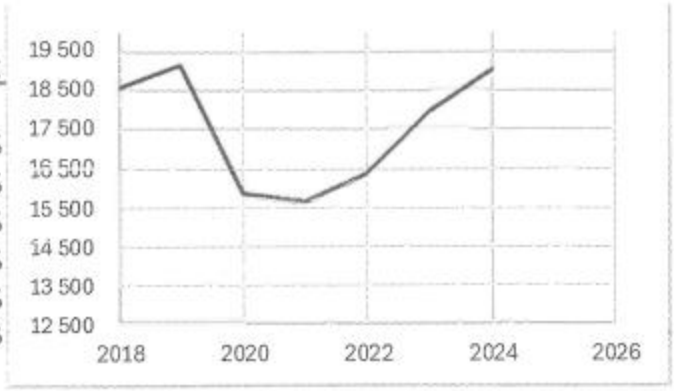
Ein Blick auf den österreichischen Gesamtfahrzeugbestand zeigt, dass dieser in 2024 im Vergleich zum Vorjahr um + 1,2 % auf 7.424.940 KFZ gestiegen ist. Während das durchschnittliche Wachstum zwischen 2019 und 2022 noch bei rund 1,3 % lag, beträgt es in den letzten drei Jahren, 2022 bis 2024, nur mehr etwa 1,0 %. Das verlangsamte Wachstum, bei gleichzeitig weiterhin bestehendem Bedarf an Mobilität, verdeutlicht die aktuellen strukturellen Herausforderungen am österreichischen Automobilmarkt.

Jahr	Premium Neuzulassungen	Änderung
2018	54 704	
2019	56 068	2%
2020	48 014	-14%
2021	50 144	4%
2022	50 184	0%
2023	58 641	17%
2024	59 037	1%

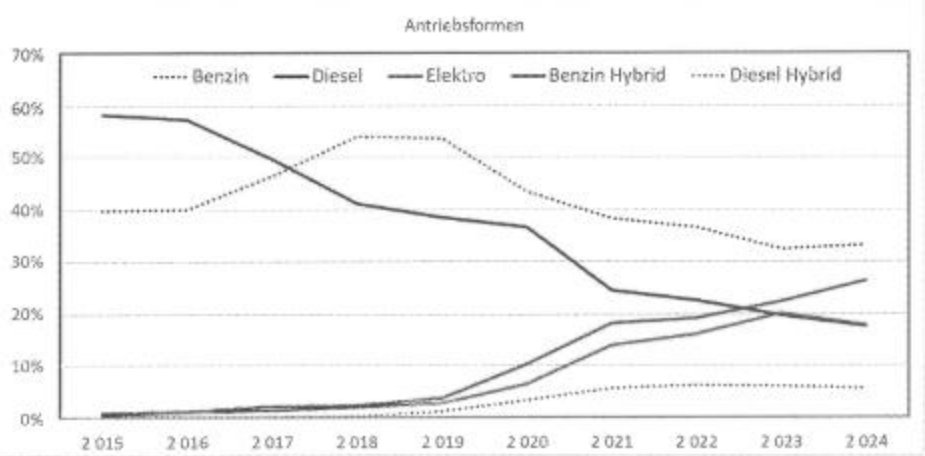


Im für die Marke BMW wichtige „Premiumsegement" wurden 2024 59.037 Fahrzeuge neuzugelassen. Der Anstieg von 2023 ist zwar nur moderat, jedoch konnte sich BMW selbst in dem Marktsegement behaupten. Die Einbußen aufgrund von Corona (2020-21) und Lieferkette (2022) scheinen überwunden zu sein.

Jahr	BMW Neuzulassungen	Änderung
2018	18 554	
2019	19 141	3%
2020	15 812	-17%
2021	15 630	-1%
2022	16 316	4%
2023	17 922	10%
2024	19 002	6%



Unsere Marken: **BMW** steigerte seine Zulassungen in Österreich von dem bereits sehr hohen Niveau, 17.922 Fahrzeuge in 2023 auf 19.002 Fahrzeuge im Jahr 2024. Damit war BMW mit einem Marktanteil von 7,5 % (Vorjahr: 7,5 %) gesamt und 32,3 % im Premiumsegment die stärkste Premiummarke. Mercedes (12.221 Stück) und Audi (15.244 Stück) folgen mit deutlichem Abstand.
Mini erzielte mit 1.799 verkauften PKW`s einen Marktanteil von 0,7 % (Vorjahr: 2.232 Stück; Marktanteil 0,9 %). Der Rückgang bei Mini ist durch den Modellwechsel und die Einführung eines neuen Vertriebsmodell (Agentur) zu begründen.



Wie die Entwicklung der Neuzulassungen hinsichtlich der Antriebsformen zeigt, kann man nicht mehr unbedingt von alternativen Antrieben sprechen, die Antriebsformen sind in einem ähnlichen Range rd. 33% der Neuzulassungen entfallen auf reine Benziner, gefolgt mit rd. 26% Benzin-Hybride und rd. 18% rein Elektro betriebene Fahrzeuge. Rein Diesel-betrieben Fahrzeuge sind nur noch bei rund 17% und rd. 6% entfallen auf Diesel-Hybride.

Die Marketing-Strategie von BMW, über die letzten Jahre auf alle Antriebstechnologien zu setzen, war sicherlich einer der Schlüssel für die erfolgreiche Entwicklung von BMW.

Die Marktentwicklung von 5,9 % im Jahr 2021 über 9,3 % im Jahr 2022 und 12,3 % in 2023 auf 16,1% in 2024 im BEV-Segment (Battery Electric Vehicle) zeigt den klaren Trend nach oben. Es ist jedoch zu erwarten, das mit Eintritt neuer Anbieter der Marktanteil in Zukunft geringer werden wird.

Nach den außergewöhnlich hohen Gebrauchtwagenpreisen der Jahre 2021 bis 2023 hat sich der Markt im Verlauf des Jahres 2024 deutlich normalisiert. Die zunehmende Verfügbarkeit von Neufahrzeugen führte zu einem höheren Angebot am Gebrauchtwagenmarkt, wodurch die Preise im Durchschnitt rückläufig waren. Besonders im Bereich der jüngeren Gebrauchten (bis drei Jahre) zeigte sich eine merkliche Preisberuhigung nach der Phase des zuvor knappen Fahrzeugangebots.

Für Händler bedeutete diese Entwicklung eine Rückkehr zu wettbewerbsintensiveren Marktbedingungen. Margen im Gebrauchtwagengeschäft standen unter Druck, gleichzeitig stieg der Aufwand für Fahrzeugaufbereitung und Vermarktung. Durch gezielte Einkaufsstrategien, rasche Bestandsrotation und den verstärkten Einsatz digitaler Verkaufskanäle konnte die Marktposition dennoch gehalten werden.

Im Ausblick auf 2025 erwarten wir eine weitere Stabilisierung der Preisniveaus auf einem realistischeren Marktwert. Mit dem wieder anziehenden Neuwagenhandel wird sich der Fahrzeugbestand insgesamt verjüngen, was mittelfristig zu einer Verbesserung der Qualität im Gebrauchtwagenangebot führt. Damit bleiben attraktive Vermarktungschancen insbesondere im Premiumsegment bestehen, auch wenn Preisdisziplin und effiziente Prozesse zunehmend an Bedeutung gewinnen.

Bereich Aftersales:

In den vergangenen Jahren hat sich das Durchschnittsalter des Fahrzeugbestands weiter erhöht. Ursache dafür sind geringere Neuzulassungen der letzten Jahre bei gleichzeitig wachsendem Gesamtbestand. Für unser Werkstattgeschäft brachte das zusätzliche Auslastung: Ältere Fahrzeuge benötigen mehr Service, Reparaturen und Ersatzteile. Entsprechend waren unsere Werkstattarbeitsplätze sehr gut ausgelastet, und auch der Ersatzteilumsatz konnte deutlich gesteigert werden.

Mit der zunehmenden technischen Komplexität moderner Fahrzeuge steigen die Anforderungen an Diagnose, Servicequalität und Mitarbeiterqualifikation. Unser Fokus liegt deshalb auf kontinuierlicher Weiterbildung, um die hohen Ansprüche unserer Kundinnen und Kunden auch bei neuen Antriebstechnologien erfüllen zu können.

Da Elektrofahrzeuge insgesamt weniger Servicezeit erfordern, planen wir, unser Aftersales-Angebot gezielt auszubauen – über klassische Werkstattleistungen hinaus, mit attraktiven Servicepaketen, Fahrzeugpflege und digitalen Zusatzdiensten.

Aktuell zeigt sich, dass ein hoher Anteil an Fahrzeugen im Alterssegment über sechs Jahren zu einer leichten Umsatzstagnation führt. In dieser Phase nimmt die Kundenbindung an Vertragswerkstätten erfahrungsgemäß ab, da viele Halterinnen und Halter auf freie Werkstätten ausweichen.

Technische Aktionen, Rückrufe und Garantieleistungen seitens des Importeurs tragen in dieser Situation zur Stabilisierung der Werkstattauslastung bei und schaffen zusätzliche Servicevolumina. Durch diese Maßnahmen gelingt es, auch bei veränderten Bestandsstrukturen eine gute Grundauslastung sicherzustellen.

Mit dem wieder anziehenden Fahrzeughandel erwarten wir in den kommenden Jahren eine Verjüngung des Bestands. Damit steigen auch die Chancen auf höhere Kundenbindung und zusätzliche Servicepotenziale in den ersten sechs bis acht Fahrzeugjahren – eine Entwicklung, auf die wir unser Aftersales-Geschäft gezielt ausrichten.

Beteiligungen:

Die Beteiligung der Autohaus Huber GmbH mit 51 % an der Unger GmbH seit Juli 2023 hat unsere Marktpräsenz als BMW Partner in der Steiermark deutlich erweitert. Das Vertriebsgebiet umfasst nun die Regionen Liezen, Leoben, Bruck/Mürzzuschlag und Weiz und stärkt damit unsere Position im steirischen Kernmarkt nachhaltig.

Das Jahr 2024 verlief für die Beteiligung unter den Erwartungen, da der Integrationsprozess der Betriebe mehr Zeit benötigt als ursprünglich geplant. Der Fokus lag auf der schrittweisen Annäherung der Strukturen, Systeme und Prozesse, um langfristig eine einheitliche Organisation zu schaffen.

Auch 2025 wird noch im Zeichen des Strukturwandels stehen. Ziel ist es, die Zusammenarbeit weiter zu vertiefen, Verantwortlichkeiten klar zu definieren und betriebliche Synergien gezielt zu realisieren. Wir sind überzeugt, dass sich durch diesen konsequenten Integrationsprozess mittelfristig eine stabile Basis für gemeinsames Wachstum und eine gestärkte Marktposition ergeben wird.

Investitionen:

Die Investitionen im abgelaufenen Wirtschaftsjahr beliefen sich auf rund 75 T€. Der Mitteleinsatz gliederte sich wie folgt:

- ca. 10 % entfielen auf Planungskosten für das neue Schauraumkonzept (Retail Next).
- rund 54 % wurden in Maschinen und Werkzeuge investiert,
- etwa 36 % flossen in die Betriebs- und Geschäftsausstattung, insbesondere in neue Server für die künftige DMS-Umstellung (Dealer-Management-Systems).

b) Analyse unter Einbeziehung der wichtigsten finanziellen Indikatoren

Umsatzentwicklung

Mit Oktober 2024 erfolgte im Bereich MINI der Wechsel vom bisherigen Händlermodell zum Agenturvertriebssystem. Dadurch entfällt rund die Hälfte des bisherigen Umsatzvolumens, da der MINI Fahrzeugverkauf nun direkt über BMW Austria abgewickelt wird. Für die Autohaus Huber GmbH verbleiben in diesem Bereich künftig Vermittlungsprovisionen, während der MINI Fahrzeugumsatz selbst nicht mehr in der Unternehmensbilanz erfasst wird.

Trotz dieses strukturellen Effekts konnten wir unseren Gesamtumsatz im abgelaufenen Wirtschaftsjahr nahezu konstant halten. Dies entspricht einer faktischen Umsatzsteigerung in den übrigen Geschäftsbereichen – insbesondere im Aftersales und im Ersatzteilgeschäft.

Ergebnis

Das Ergebnis vor Steuern betrug im abgelaufenen Geschäftsjahr 703 T€ und lag damit unter dem Vorjahreswert von 982 T€. Der Jahresüberschuss belief sich auf 568 T€ (Vorjahr: 793 T€).

Im Vorjahr war das Ergebnis durch einen Beteiligungsertrag aus der Automobile Knauss GmbH in Höhe von 170 T€ positiv beeinflusst. Aufgrund der geplanten Investitionen im Jahr 2025 – insbesondere für den Grundstückserwerb und den Umbau bei der Automobile Knauss GmbH – erfolgten im Berichtsjahr eine geringere Gewinnausschüttung in Höhe von 117 T€. Die Beteiligung an der Unger GmbH hat im Geschäftsjahr 2024 noch keinen Ergebnisbeitrag geleistet.

Die verbleibende Ergebnisdifferenz erklärt sich im Wesentlichen durch sowie geringere Erträge im Gebrauchtwagensegment sowie durch die Umstellung des Vertriebsmodells bei MINI auf das Agentursystem, wodurch ein erheblicher Teil des bisherigen Umsatzvolumens entfiel. Zusätzlich belasteten höhere, teils inflationsbedingte Aufwendungen sowie die im Rahmen der Integration der Unger GmbH angefallenen Mehrkosten das Jahresergebnis.

Trotz dieser strukturellen und marktbedingten Einflüsse konnte ein solides Betriebsergebnis erzielt werden.

Der Cashflow belief sich auf 763 T€ (Jahresüberschuss zuzüglich Abschreibungen) nach 986 T€ im Vorjahr.

Die Eckdaten des Geschäftsjahres sowie des Vorjahres stellen sich wie folgt dar:

Geschäftsergebnis und Ertragslage	TEUR 2023/2024	TEUR 2024/2025
Rohergebnis	**3.446**	**3.381**
Betriebserfolg	**906**	**639**
Finanzerfolg	**76**	**64**
Ergebnis vor Steuern	**982**	**703**
Jahresüberschuss	**793**	**568**
Vermögens-, Finanz- und Liquiditätsanalyse		
Bilanzsumme	**8.967**	**8.386**
davon		
langfristiges Vermögen	**2.640**	**2.523**
kurzfristiges Vermögen	**6.327**	**5.863**
davon		
Eigenkapital (inkl. So.Po. Inv.zuschüsse)	**3.609**	**4.175**
langfristiges Fremdkapital	**1.015**	**879**
kurzfristiges Fremdkapital	**4.344**	**3.333**
Eigenkapitalanteil in % (Eigenkapital inkl. So.Po. Inv.zuschüsse/Bilanzsumme)	**40,24%**	**49,78%**
Deckung lfr. Vermögen in % (lfr. Kapital/lfr. Vermögen)	**175,36%**	**200,27%**
Anlagendeckung (Eigenkapital inkl. So.Po. Inv.zuschüsse/Anlagevermögen)	**139,04%**	**168,65%**
Anlagenintensität (Anlage-/Gesamtvermögen)	**28,95%**	**29,52%**
Lagerintensität (Vorräte/Gesamtvermögen)	**54,49%**	**48,88%**

2. Nachtragsbericht

Berichtspflichtige Ereignisse mit besonderer Bedeutung für die Entwicklung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage sind nicht eingetreten.

Der Rückgang der allgemeinen Fahrzeugqualität – bedingt durch technische Rückrufe, Garantie- und Nachrüstarbeiten – führt weiterhin zu einer hohen Auslastung im Aftersales-Bereich. Diese Situation brachte zusätzliche Umsätze, stellte aber auch eine Belastung für Mitarbeiter und Kunden dar. Diese Thematik betrifft aktuell weite Teile der Automobilbranche und erfordert ein sensibles Gleichgewicht zwischen Servicequalität, Effizienz und Kundenzufriedenheit.

Im Handel zeigt sich eine zunehmende Wettbewerbsintensität zwischen den Marken, da die Lieferfähigkeit der Hersteller wiederhergestellt ist. Parallel dazu sorgt der Preisverfall im Gebrauchtwagensegment für steigende Risiken, insbesondere im Bereich von Eintauschfahrzeugen, wo vor allem Elektrofahrzeuge aktuell einer starken Wertkorrektur unterliegen.

Die neuen Marktteilnehmer aus China spielen für uns derzeit noch keine relevante Rolle, dennoch beobachten wir deren Markteintritt und mögliche Zölle aufmerksam. Diese Entwicklungen könnten mittelfristig Einfluss auf Preisstrukturen und Wettbewerbsdynamik nehmen.

Insgesamt rechnen wir auch im kommenden Jahr mit herausfordernden Marktbedingungen. Dennoch sehen wir uns mit unseren Marken BMW und MINI sowie mit der breiten Aufstellung in Handel, Service und Aftersales sehr gut positioniert. Die Auswirkungen der aktuellen wirtschaftlichen und politischen Unsicherheiten lassen sich derzeit noch nicht abschließend einschätzen, wir blicken jedoch mit zuversichtlicher, aber realistischer Perspektive auf die kommenden Jahre.

3. Forschungs- und Entwicklungsbericht

Es gibt keine Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten.

4. Zweigstellenbericht

Wir verfügen über keine Zweigstellen.

B) Risikobericht

Kreditrisiko: Dadurch, dass überwiegend die Leistungen bei Abholung bezahlt werden, ist hier mit keinem nennenswerten Risiko zu rechnen. Offene Forderungen ergeben sich hauptsächlich aus noch nicht abgehandelten Leasingfinanzierungen, Versicherungsschäden oder Firmenkunden. Die Mahnläufe erfolgen regelmäßig.

Risken in Zusammenhang mit **Finanzinstrumenten** bestehen nicht.

Beschaffung und Absatz: Unsere Beschaffung erfolgt auf Basis langfristiger Verträge mit BMW und MINI. Mit dem neuen Vertriebsmodell bei MINI seit Oktober 2024 sammeln wir erste Erfahrungen im Agentursystem, bevor dieses Modell voraussichtlich ab 2027 auch bei BMW umgesetzt wird. Dadurch können wir frühzeitig Prozesse anpassen und uns optimal auf die zukünftigen Marktanforderungen vorbereiten.

Personalrisiko: Wir haben einen konstanten Mitarbeiterstamm, sehr viele davon sind schon langjährig bei uns beschäftigt. Weiters betreiben wir eine sehr aktive Lehrlingsausbildung, um den Nachwuchs sicherzustellen.

Liquidität: Dank unserer jahrelangen und guten Zusammenarbeit mit den Banken haben wir keine Einschränkung bei unseren Kreditlinien.

Energie: Unsere Erdgasbezugsmengen waren bis Ende 2023 zu einem sehr niedrigen Preis gesichert. Für 2024 konnten wir diesen Bezugspreis nicht erzielen, jedoch vergleichsweise zu guten Konditionen fixieren. Wir haben am Firmengelände bereits eine Photovoltaikanlage umgesetzt, mit einer 50%igen Eigenbedarfsquote sind wir Strompreisschwankungen nicht so stark ausgesetzt.

C) Prognosebericht (voraussichtliche Entwicklung des Unternehmens)

Dank unseres hoch engagierten Teams konnten wir die turbulenten vergangenen Jahre – gekennzeichnet durch Arbeitskräftemangel, eingeschränkte Lieferverfügbarkeiten, Preisschwankungen und geopolitische Spannungen – sehr gut bewältigen. Schon jetzt ist absehbar, dass einige dieser Herausforderungen auch im laufenden Wirtschaftsjahr bestehen bleiben. Dennoch konnten wir die Zusammenarbeit mit unseren Kunden und Lieferanten weiter festigen und erfolgreich ausbauen.

Für das Wirtschaftsjahr 2025/26 planen wir bei einem weitgehend gleichbleibenden Umsatz ein positives Betriebsergebnis von 350 T€ (exkl. Finanzergebnis). Von unseren Beteiligungen wird aufgrund laufender Investitionen und Umstrukturierungen noch kein wesentlicher Ergebnisbeitrag erwartet.

Die ersten Monate des neuen Wirtschaftsjahres bestätigen die Planung: Umsatz und Ergebnis liegen im Plan. Ein besonderes Augenmerk gilt weiterhin dem Fahrzeughandel, insbesondere der Preisentwicklung im Gebrauchtwagenbereich, die nach wie vor eine zentrale Herausforderung darstellt.

Als mittelgroße Gruppe bleiben wir ein attraktiver Partner für zukünftige Themen – insbesondere in der Netzentwicklung – und können aufgrund unserer Struktur schnell und flexibel auf Marktveränderungen reagieren.

Mit MINI wurde im Oktober 2024 die Umstellung auf das Agenturmodell gestartet; BMW folgt 2027. Diese schrittweise Einführung ermöglicht es allen Beteiligten, bei geringem Risiko Erfahrungen zu sammeln und sich optimal auf das neue Vertriebssystem vorzubereiten. Der Aftersales-Bereich bleibt von dieser Veränderung weitgehend unberührt. Anpassungen im Bonussystem verstärken jedoch den Trend zu stärkerer Digitalisierung und datenbasierter Steuerung.

Um diesen Anforderungen gerecht zu werden, erfolgte mit April 2025 eine Umstellung unseres Dealer-Management-Systems (DMS). Ziel ist es, die Auswertung, Kundenkommunikation und Online-Terminvergabe zukunftsfit und effizient zu gestalten.

Im Jahr 2025 erfolgt bei der Automobile Knauss GmbH der Erwerb einer Liegenschaft und der Umbau auf das neue Schauraumkonzept *Retail Next* von BMW. Für 2026 ist anschließend der Umbau der Autohaus Huber GmbH auf das ebenfalls neue BMW Showroom- und Retail-Konzept geplant. Beide Maßnahmen stärken die Zukunftsfähigkeit unserer Standorte und schaffen moderne, markenkonforme Rahmenbedingungen für Verkauf und Beratung.

Auch in Zukunft wird es entscheidend sein, das Unternehmen vorausschauend und flexibel zu steuern. Wir blicken mit Zuversicht und klarer Strategie in die kommenden Jahre.

Bruck/Oberaich, am 4. Dezember 2025

Geschäftsführer
Ing. Walter Huber

Geschäftsführer
DI Peter Reithofer