Lagebericht

1. Geschäftsverlauf und Lage der Gesellschaft

Die GFP HandelsgesmbH (kurz GFP) mit Sitz in Eferding ist auf die Entwicklung, Produktion und den Vertrieb von Produkten für Hobbygärtner spezialisiert. Zum Sortiment zählen insbesondere Gewächshäuser, Hochbeete, Carports und Komposter sowie – verstärkt seit 2025 – auch Gerätehäuser und Geräteschränke aus Metall.

Im Jahr 2025 sah sich die Gesellschaft erneut einem sehr herausfordernden wirtschaftlichen Umfeld gegenüber. Bereits im vierten Jahr in Folge blieb die Nachfrage im Bereich Haus und Garten verhalten. Besonders der Zeitraum von Jahresbeginn bis Ende Februar war durch eine niedrige Kaufbereitschaft geprägt.

In den letzten Jahren, wie auch im Berichtsjahr hat sich die Nachfragesituation spürbar in Richtung preisgünstigerer Produkte verschoben. Auf diese Entwicklung hat das Unternehmen mit einer entsprechenden Anpassung des Sortiments reagiert. Diese strategische Neuausrichtung führte zwar zu einer positiven Mengenentwicklung, jedoch zu einem veränderten Preisgefüge. Dadurch war ein deutlich höherer Absatz mit Mehraufwänden erforderlich, um das Umsatzniveau des Vorjahres zu halten.

Der Rohstoffpreis für Aluminium verharrte im Jahresverlauf auf einem im Vergleich zu historischen Mittelwerten hohen Niveau und zeigte gegen Jahresende erneut eine steigende Tendenz.

Die Kosten für die Verschiffung von Containern lagen zu Jahresbeginn auf einem mittleren Niveau und entwickelten sich ab dem zweiten Quartal rückläufig. In der zweiten Jahreshälfte stabilisierten sich die Frachtraten auf einem günstigen Niveau, was zu einer leichten Entlastung auf der Kostenseite beitrug.

Zusammenfassend führten die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen zu einer herausfordernden Marktsituation in Europa und damit auch für die GFP. Trotz rückläufiger Nachfrage und weiterhin hoher Rohstoffpreise konnte das Unternehmen diese Herausforderungen durch die Einführung neuer Produkte und eine gezielte Weiterentwicklung des Sortiments insgesamt gut bewältigen.

1.1. Geschäftsverlauf

Das abgelaufene Geschäftsjahr weist gegenüber dem Vorjahr einen um rd. 5,9 Mio € gestiegenen Umsatz auf.

Die ausgewiesenen übrigen sonstigen betrieblichen Erträge enthalten insbesondere Rückerstattungen eines Zollverfahrens iHv EUR 2.458.227,71.

Der Aufwand für Material und sonstige bezogene Herstellungsleistungen ist gegenüber dem Vorjahr um rd. 3,0 Mio € gestiegen, der Personalaufwand ist um rd. 0,2 Mio € gestiegen. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen haben sich um rd. 4,2 Mio € erhöht.

Nach Abzug des sonstigen betrieblichen Aufwandes und unter Berücksichtigung der sonstigen betrieblichen Erträge und der Abschreibung verbleibt somit ein Betriebsergebnis iHv rd. 5,5 Mio € (Vorjahr: 4,4 Mio €). Nach Berücksichtigung des Finanzerfolges in Höhe von rd. -370 T€ (Vorjahr: -362 T€) ergibt sich ein Ergebnis vor Steuern von 5.173.324,74 € (Vorjahr: 4.020.740,96 €). Dies entspricht einer Gesamtkapitalrentabilität von 20,77 % (Vorjahr: 19,44 %).

Nach Berücksichtigung von Steuern verbleibt ein Jahresüberschuss iHv 3.994.295,31 € (Vorjahr 3.097.105,50 €).
Unter Berücksichtigung der Auflösung der Kapitalrücklage iHv 0,00 € (Vorjahr 6.324,19 €) verbleibt ein Jahresgewinn iHv 3.994.295,31 € (Vorjahr: 3.103.429,69 €), welcher zu einem Bilanzgewinn iHv 16.216.028,33 € (Vorjahr: 12.221.733,02 €) führt.

Die Eigenmittelquote nach URG ist von 46,52 % auf 59,52 % gestiegen. Die fiktive Schuldentilgungsdauer beträgt 2025 rd. 1,1 Jahre (Vorjahr: 2,5 Jahre).

Das Geschäftsjahr 2025 war geprägt von einem sehr schwachen Jahresbeginn. Bis Ende Februar lagen die Um-

Lagebericht

sätze deutlich hinter den Vorjahreswerten und den budgetierten Planungen zurück.

Ab März kam es jedoch zu einem sprunghaften Anstieg der Auftragseingänge, wodurch das Unternehmen kurzfristig an seine Kapazitätsgrenzen stieß. Verzögerungen im Versand sowie Nachholeffekte aus den Vormonaten führten in Summe zu einem überdurchschnittlich hohen Auftragsvolumen im Frühjahr.

Unsere beiden wichtigsten Handelspartner, zeigten im weiteren Jahresverlauf eine gegenläufige Entwicklung. Während unser österreichischer Partner trotz leicht rückläufiger Tendenz insgesamt stabile Umsätze erzielen konnte, mussten beim deutschen Partner im Vergleich zum Vorjahr erhebliche Umsatzrückgänge verzeichnet werden. Im Sommer entschied sich der deutsche Partner schließlich, seinen Onlinevertrieb mit Ende September 2025 vollständig einzustellen, was auch für GFP den Wegfall einer wichtigen Vertriebsschiene bedeutete.
Darüber hinaus blieb die Performance des eigenen französischen Online-Shops deutlich hinter den Erwartungen zurück. Der Markteintritt in Frankreich verlief verhalten und konnte das geplante Umsatzniveau nicht erreichen.

Positiv hervorzuheben ist hingegen der außerordentlich erfolgreiche Start der neu eingeführten Metallgerätehäuser und Geräteschränke. Trotz anfänglicher Anlaufprobleme entwickelten sich diese Produkte im weiteren Jahresverlauf zu einem zentralen Umsatztreiber.

Darüber hinaus konnte das Intercompany-Geschäft im Konzernverbund weiter ausgebaut werden. Insbesondere die neuen Produktlinien – vor allem Metallgerätehäuser und -schränke – fanden konzernintern starke Nachfrage und trugen auch zum Wachstum in diesem Bereich bei.

Die rückläufigen Umsätze bei einzelnen Handelspartnern konnten durch die starke Entwicklung des eigenen Online-Shops und im Intercompanybereich mehr als kompensiert werden. Durch die kontinuierliche Weiterentwicklung des Shops, verstärkte Marketingmaßnahmen und den erfolgreichen Produktlaunch neuer Modelle gelang es, die schwierigen Marktbedingungen nicht nur auszugleichen, sondern das Geschäft insgesamt zu stärken.

Zusammenfassend konnte die GFP HandelsgesmbH trotz der herausfordernden Rahmenbedingungen und der allgemeinen Nachfrageschwäche im Onlinehandel eine deutliche Umsatzsteigerung im eigenen Webshop erzielen. Dieses Ergebnis unterstreicht die hohe Anpassungsfähigkeit des Unternehmens sowie die Bedeutung einer konsequenten Weiterentwicklung des Online-Vertriebskanals in Kombination mit wirksamen Marketingaktivitäten und einer schnellen Markteinführung neuer Produkte.

1.2. Wichtige Ereignisse des Geschäftsjahres

Nachfragerückgang und Marketingmaßnahmen

Im Jahr 2025 setzte sich der bereits im Vorjahr erkennbare Trend einer rückläufigen Konsum- und Kaufbereitschaft fort. Besonders im Garten- und Freizeitsegment war eine spürbare Abschwächung der Nachfrage zu beobachten. Trotz dieser schwierigen Marktbedingungen gelang es dem Unternehmen, durch gezielte Werbe- und Marketingmaßnahmen sowie eine konsequente Weiterentwicklung des eigenen Online-Shops, die Umsätze im Direktvertrieb deutlich zu steigern.

Umsatzsteigerungen bei unseren Handelspartnern

Trotz einer erhöhten Anzahl an Werbeaktionen unserer Handelspartner konnten die geplanten Umsatzziele im Jahr 2025 nicht erreicht werden. Insbesondere zeigte unser Partner in Deutschland eine deutlich schwächere Umsatzentwicklung als erwartet.

Weiterentwicklung des ERP-Systems und Digitalisierung

Auch im Jahr 2025 wurde die kontinuierliche Weiterentwicklung des ERP-Systems sowie der unternehmensweiten Digitalisierungsprozesse konsequent fortgeführt. Zahlreiche Projekte konnten erfolgreich umgesetzt werden, die es der GFP ermöglichen, eine sehr hohe Effizienz und damit eine schlanke Kostenstruktur aufrechtzuerhalten.

Lagebericht

Dabei wurden sowohl Schnittstellen zur Muttergesellschaft geschaffen, die eine deutlich reibungslosere Zusammenarbeit ermöglichen, als auch bestehende Anbindungen zum eigenen Online-Shop und zu den Logistikpartnern weiter ausgebaut und optimiert.

Nicht zuletzt wurde ein besonderes Augenmerk auf den Einsatz von Künstlicher Intelligenz im Unternehmen gelegt. Ein umfangreiches Projekt steht kurz vor dem Abschluss, das künftig eine deutliche Unterstützung im Kundenbereich bieten und damit auch zu einer spürbaren Verbesserung des Serviceangebots für unsere Kundinnen und Kunden führen wird.

Zollprüfung für Aluminiumprodukte

Die im Herbst 2024 eingeleitete Zollprüfung hinsichtlich der Importklassifizierung von Aluminiumprodukten wurde zu Beginn des Jahres 2026 abgeschlossen. Der österreichische Zoll teilt nunmehr die Rechtsauffassung des Unternehmens vollumfänglich, wonach es sich bei den importierten Gewächshäusern um Bausätze handelt, die nicht dem Anti-Dumping-Zoll unterliegen.

Die entsprechenden Bescheide wurden im Februar 2026 ausgestellt und dem Unternehmen übermittelt. Die daraus resultierenden Auswirkungen wurden im Jahresabschluss für das Berichtsjahr bereits sachgerecht berücksichtigt.

Fazit

Das Geschäftsjahr 2025 war von herausfordernden Marktbedingungen geprägt, in denen die GFP HandelsgesmbH dennoch eine positive Entwicklung verzeichnen konnte.

Trotz rückläufiger Nachfrage und Umsatzeinbußen bei Handelspartnern gelang es, durch erfolgreiche Produkteinführungen, die Stärkung des eigenen Online-Shops und gezielte Marketingmaßnahmen deutliche Wachstumsimpulse zu setzen.

Zudem wurden Digitalisierung und ERP-System konsequent weiterentwickelt, während die laufende Zollprüfung zu Aluminiumprodukten erste positive Ergebnisse brachte.
Insgesamt konnte die GFP ihre Effizienz steigern und ihre Marktposition im DACH-Raum weiter festigen.

Lagebericht

1.3. Analyse mittels finanzieller Leistungsindikatoren

Die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wird mit folgenden Kennzahlen dargestellt:

		2025	2024
Verschuldungsgrad in %:	$\frac{\Sigma \text{ Fremdkapital}}{\Sigma \text{ Eigenkapital}}$	67,97 %	114,83 %
Investitionsdeckung in %:	$\frac{\text{Nettoinvestition SAV}}{\text{Abschreibung SAV}}$	225,29 %	114,75 %
Anlagendeckungsgrad I in %	$\frac{\text{wirtschaftl. Eigenkapital}}{\text{Anlagevermögen}}$	1.365,55 %	1.459,60 %
Anlagenabnutzungsgrad (Sachanlagen) in %:	$\frac{\text{kum. Abschreibung SAV}}{\text{Anschaffungskosten SAV}}$	42,05 %	46,31 %
Working Capital (in TEUR):	Σ kfr. Aktiva - Σ kfr. Passiva	23.113	19.459
Working Capital Ratio in %:	$\frac{\Sigma \text{ kfr. Aktiva}}{\Sigma \text{ kfr. Passiva}}$	869,42 %	421,20 %
Umsatzrentabilität in %:	$\frac{\text{EBT}}{\text{Umsatz (inkl. BV)}}$	13,63 %	12,54 %
Eigenkapitalrentabilität in %:	$\frac{\text{EBT}}{\varnothing \text{ EK (inkl. Gewinnausschüttung)}}$	36,27 %	37,50 %
Gesamtkapitalrentabilität in %:	$\frac{\text{EBT + Fremdkapitalzinsen}}{\varnothing \text{ Gesamtkapital}}$	20,77 %	19,44 %
Netto-Geldfluss aus der betrieblichen Tätigkeit	Cashflow	1.490.655,04	608.085,01
Netto-Geldfluss aus der Investitionstätigkeit	Cashflow	-603.355,30	-198.351,41
Netto-Geldfluss aus der Finanzierungstätigkeit	Cashflow	-400.863,77	-364,64

Lagebericht

2. Zukünftige Entwicklung und Risiken

2.1. Zukünftige Entwicklung

Umsatzprognose für 2026

Für das Geschäftsjahr 2026 rechnet die GFP HandelsgesmbH ungeachtet eines anspruchsvollen Marktumfelds mit einem weiterhin positiven Geschäftsverlauf. Dabei wird eine Steigerung des Umsatzes im unteren zweistelligen Prozentbereich angestrebt. Grundlage dieser Einschätzung sind mehrere strategische Maßnahmen, die auf den Ausbau von Marktanteilen, eine weitere Diversifikation des Produktportfolios sowie Verbesserungen der operativen Effizienz abzielen.

Weiterer Ausbau des Intercompany-Geschäfts

Im Jahr 2026 wird GFP den Ausbau des Intercompany-Geschäfts im Rahmen eines gezielten strategischen Ansatzes weiter vorantreiben. Ziel ist es, Synergien innerhalb der Unternehmensgruppe stärker zu nutzen und die Marktbearbeitung in Europa effizienter zu gestalten.

Produkte, die bereits im Jahr 2025 durch GFP erfolgreich eingeführt wurden, werden im Jahr 2026 vollständig über die Muttergesellschaft Toolport weiter vermarktet. Dadurch eröffnen sich substanzielle Chancen für eine breitere und schnellere Penetration des europäischen Marktes, insbesondere durch die Nutzung bestehender Vertriebsstrukturen, Reichweiten und Marketingkanäle der Toolport.

Fokus auf Pergolen

Ein wesentlicher Wachstumsbereich für GFP ist im Jahr 2026 der Sektor der Pergolen. Aufgrund des großen Potenzials in diesem Segment wird das Unternehmen gezielt in den Ausbau des Sortiments sowie in die Entwicklung neuer Produkte investieren.

Geplant ist die Einführung eines breiten Pergola-Portfolios, das unterschiedliche Preis- und Qualitätssegmente abdeckt – von Einstiegsmodellen über die Mittelklasse bis hin zu hochpreisigen Varianten. Dadurch wird GFP in die Lage versetzt, eine deutlich größere Zielgruppe anzusprechen und die bisher noch vergleichsweise kleine Kategorie systematisch weiterzuentwickeln.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf einem neuen, einzigartigen Designkonzept, das sich klar vom Marktumfeld abheben soll und einen deutlichen Differenzierungsfaktor gegenüber Mitbewerbern darstellt. Ergänzend dazu wird das Angebot an Zubehör umfassend ausgebaut und breit aufgestellt, um Kunden zusätzliche Mehrwerte und passende Erweiterungen aus einer Hand anbieten zu können.

Mit diesen Maßnahmen verfolgt GFP das Ziel, die Kategorie Pergolen deutlich zu stärken und einen spürbaren Wachstumsschub zu erzielen.

Wachstumsbereich Gerätehäuser und -schränke aus Metall

Ein weiterer wesentlicher Wachstumsbereich für GFP bleibt auch im Jahr 2026 das Segment der Metallgerätehäuser sowie der Geräteschränke aus Metall. Nachdem der Ausbau dieser Produktgruppe im vergangenen Jahr sehr erfolgreich umgesetzt werden konnte, wird die Kategorie im kommenden Geschäftsjahr konsequent weiterentwickelt.

Im Jahr 2026 ist vorgesehen, das Sortiment insbesondere im Bereich der Geräteschränke durch zusätzliche neue Produkte zu erweitern. Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei auf Lösungen für urbane Umgebungen, in denen nur begrenzter Platz zur Verfügung steht. Ziel ist es, mit kompakten und zugleich funktionalen Konzepten optimale Stauraumlösungen anbieten zu können und damit weitere Kundensegmente gezielt anzusprechen.

Mit dieser Erweiterung wird das bestehende Sortiment sinnvoll abgerundet und die strategische Wachstumsrichtung von GFP nachhaltig unterstützt.

Lagebericht

Einführung neuer Produktkategorien: Kunststoffgerätehäuser

Im Jahr 2026 werden zudem neue Produktkategorien in das Sortiment aufgenommen. Dazu zählt insbesondere das Segment der Kunststoffgerätehäuser, das GFP bislang noch nicht aktiv adressiert. Dieses Marktumfeld weist vor allem auf Online-Marktplätzen eine hohe Nachfrage auf, da Kunststoffgerätehäuser im Vergleich zu anderen Materialien häufig preislich attraktiver sind und sich aufgrund ihres geringeren Gewichts einfacher transportieren und handhaben lassen.

Mit dem Einstieg in diese Kategorie verfolgt GFP das Ziel, zusätzliche Kundengruppen zu erschließen und das Angebot, um eine stark nachgefragte Produktlösung zu erweitern. Die geplanten Modelle sollen sich dabei durch eine überdurchschnittliche Qualität sowie ein eigenständiges Design klar vom Wettbewerb abheben und so eine nachhaltige Positionierung in diesem preissensitiven Segment ermöglichen.

Neue Produktentwicklungen

GFP investiert auch im Jahr 2026 in mehreren Produktkategorien gezielt Zeit und Ressourcen in die Entwicklung und Einführung neuer Produkte. Diese Innovationen sind ein zentraler Baustein, um die strategischen Ziele zu erreichen, neue Marktpotenziale zu erschließen und die Positionierung der Marke nachhaltig zu stärken.

Ein Schwerpunkt liegt auf dem weiteren Ausbau des Sortiments rund um Haus, Garten und Outdoor-Living. Insgesamt ist für 2026 eine breite Erweiterung des Produktportfolios vorgesehen. GFP erwartet, dass die neuen Produkte einen wesentlichen Beitrag zum geplanten Wachstum leisten, die Attraktivität des Angebots erhöhen und die Marktpräsenz in mehreren Segmenten weiter stärken.

Fazit

GFP sieht dem Geschäftsjahr 2026 mit Zuversicht entgegen und ist gut aufgestellt, um in bestehenden Märkten weiter zu wachsen und neue Potenziale zu erschließen. Die geplante Umsatzsteigerung stützt sich auf eine klare strategische Ausrichtung, die sowohl die konsequente Weiterentwicklung etablierter Sortimente als auch den gezielten Aufbau neuer Produktbereiche umfasst.

Ein zentraler Wachstumstreiber ist der Fokus auf Pergolen: Mit einem breiten Sortiment von Einstieg bis Premium, einem eigenständigen Designkonzept zur klaren Differenzierung vom Wettbewerb sowie einem deutlich ausgebauten Zubehörangebot soll diese bislang noch kleinere Kategorie wesentlich gestärkt werden. Parallel dazu wird das Segment der Gerätehäuser und insbesondere der Geräteschränke aus Metall weiter ausgebaut. Durch neue, platzoptimierte Konzepte sollen auch urbane Einsatzbereiche mit begrenzten Flächen gezielt adressiert und das Sortiment weiter abgerundet werden.

Darüber hinaus erweitert GFP sein Portfolio um zusätzliche Produktkategorien, wie etwa Kunststoffgerätehäuser, um der hohen Nachfrage – insbesondere auf Online-Marktplätzen – gerecht zu werden. Die angebotenen Modelle sollen sich dabei durch Qualität und Design klar vom Wettbewerb abheben. Ergänzend dazu sind für 2026 zahlreiche neue Produktentwicklungen über mehrere Warengruppen hinweg geplant, unter anderem im Bereich Gewächshäuser und Frühbeete, Carports sowie bei Mülltonnenlösungen und weiteren Garten- und Outdoor-Produkten.

In Summe erwartet GFP, dass die Kombination aus strategischem Fokus, Sortimentserweiterung und Produktinnovationen einen wesentlichen Beitrag zum Wachstum leisten und die Marktposition in den relevanten Segmenten nachhaltig stärken wird.

Lagebericht

2.2. Risikobericht

Allgemeine Risikobewertung

Das Management der GFP HandelsgesmbH schätzt die Risikolage auch für das Jahr 2026 insgesamt als überschaubar und gut beherrschbar ein. Ein wesentlicher Bestandteil der Risikovorsorge bleibt der strategisch aufgebaute Lagerbestand, der als stabiler Puffer gegenüber unerwarteten Entwicklungen dient.Der Lagerpuffer unterstützt GFP dabei, mögliche Schwankungen in der Marktnachfrage flexibel zu adressieren und zugleich potenzielle Lieferengpässe auf Seiten der Vorlieferanten wirksam abzufedern.

Die vorausschauende Bestandsplanung trägt zudem dazu bei, insbesondere in der Hauptsaison eine hohe Warenverfügbarkeit sicherzustellen und Umsatzrisiken durch „Out-of-Stock"-Situationen zu reduzieren. Damit bleibt das Bestandsmanagement ein zentraler Baustein, um Risiken im Beschaffungs- und Vertriebsbereich frühzeitig zu begrenzen.

Ausbau des Intercompany-Geschäfts

Der Ausbau des Intercompany-Geschäfts im Jahr 2026 kann die Ergebnis- und Margenstruktur der GFP beeinflussen. Durch die Verlagerung von Absatzmengen hin zu konzerninternen Lieferungen an Toolport ergeben sich aufgrund der niedrigeren Intercompany-Verrechnungspreise im Vergleich zum Direktvertrieb potenziell geringere Margen bei zugleich veränderten Umsatzstrukturen.

Zudem steigt mit einem höheren Anteil konzerninterner Abnahmen die Abhängigkeit von Absatz- und Vermarktungsplänen innerhalb der Gruppe. Das Management bewertet diese Risiken als beherrschbar, da der Ausbau Teil einer abgestimmten Gesamtstrategie ist und durch laufendes Monitoring der Margenentwicklung sowie enge operative Abstimmung mit Toolport begleitet wird.

Die in den vergangenen Jahren laufende Zollprüfung, die für GFP ein grundsätzliches Risiko im Bereich der Importabwicklung dargestellt hat, konnte positiv abgeschlossen werden. Hintergrund des Verfahrens waren nachträgliche buchmäßige Erfassungen von Zoll und Verzugszinsen, da die Zollbehörde ursprünglich die Auffassung vertreten hatte, dass auf bestimmte Lieferungen aus China – insbesondere Gewächshaus-Module inklusive Zubehör- und Montageteilen – ein Anti-Dumping-Zoll in Höhe von 32,10 % anzuwenden sei.

Im Zuge der von GFP eingebrachten Rechtsmittel sowie ergänzender Sachverhaltserhebungen im Rahmen der Zollprüfung konnte am 27. Januar 2026 im Rahmen der Schlussbesprechung mit dem Zollamt eine einvernehmliche Lösung über die zollrechtliche Behandlung der betroffenen Importe erzielt werden. Die relevanten Lieferungen werden demnach als Bausatz aus Fertigerzeugnissen qualifiziert und grundsätzlich einem Zollsatz von 6 % unterworfen. Ein Anti-Dumping-Zoll kommt lediglich in einzelnen Fällen auf bestimmte Aluminium-Ersatzteile zur Anwendung, die in einem untergeordneten Ausmaß nicht als Bausatz importiert wurden.

Auf Basis dieser Einigung ist es bereits zu Erstattungen zuvor vorgeschriebener Zollabgaben durch die Zollbehörde gekommen. Damit reduziert sich das aus der Zollprüfung resultierende finanzielle und rechtliche Risiko für GFP wesentlich; die verbleibenden Restrisiken werden aus heutiger Sicht als gering und beherrschbar eingeschätzt.

CBAM (Carbon Border Adjustment Mechanism)

Ab dem Jahr 2026 gewinnt der Carbon Border Adjustment Mechanism (CBAM) für Importe aus Drittstaaten zunehmend an Relevanz und betrifft damit auch GFP. Aus CBAM können sich insbesondere zusätzliche administrative Anforderungen, potenzielle Kostenbelastungen sowie Bewertungs- und Abgrenzungsfragen für die bilanzielle Behandlung ergeben. Zudem besteht das Risiko von Anpassungen durch regulatorische Weiterentwicklungen sowie von Abweichungen zwischen geplanten und tatsächlich zu meldenden Emissionsdaten bzw. Abgaben.

Nach Einschätzung des Managements wurde das Thema bereits im Jahr 2025 umfassend vorbereitet und organisatorisch aufgearbeitet. GFP geht daher davon aus, die ab 2026 geltenden Anforderungen fristgerecht und ordnungsgemäß umsetzen zu können. Die notwendigen Prozesse zur Erfassung und Bewertung relevanter Daten wurden rechtzeitig angestoßen, sodass CBAM ab 2026 auch bilanztechnisch entsprechend berücksichtigt werden kann. Insgesamt wird das daraus resultierende Risiko derzeit als beherrschbar eingestuft, bleibt jedoch aufgrund der regulatorischen Dynamik weiterhin im laufenden Monitoring.

Fazit

GFP ist im Jahr 2026 insgesamt gut positioniert, um Marktunsicherheiten kontrolliert zu managen und die Wachstumsstrategie konsequent weiterzuverfolgen. Die Zollthematik konnte nach dem positiven Abschluss der Zollprüfung deutlich entschärft werden: Durch die erzielte Einigung mit der Zollbehörde sowie bereits erfolgte Erstattungen hat sich das finanzielle und rechtliche Risiko wesentlich reduziert; verbleibende Restrisiken werden als gering und beherrschbar eingeschätzt.

Ein zentraler Stabilitätsfaktor bleibt die strategische Lagerhaltung. Sie unterstützt eine hohe Warenverfügbarkeit, reduziert „Out-of-Stock"-Risiken und erhöht die Reaktionsfähigkeit bei Nachfrageschwankungen und Lieferengpässen.

Zusätzlich stärkt die verbesserte digitale Anbindung zwischen ERP- und Shopsystem die operative Steuerungsfähigkeit und erhöht Transparenz sowie Planungssicherheit in der Bestands- und Sortimentsaussteuerung. Der Portfolioausbau wird 2026 gezielt fortgeführt, unter anderem durch den Fokus auf Pergolen, die Weiterentwicklung der Metall-Geräteschranklinie sowie den Einstieg in neue Kategorien wie Kunststoffgerätehäuser.

Mit Blick auf regulatorische Entwicklungen ist CBAM ab 2026 für Importe aus Drittstaaten relevant. GFP hat die notwendigen Vorarbeiten bereits 2025 umgesetzt und plant, die Anforderungen ab 2026 ordnungsgemäß sowie bilanztechnisch entsprechend zu berücksichtigen. Insgesamt schaffen die genannten Maßnahmen eine belastbare Grundlage, um Risiken im kontrollierbaren Rahmen zu halten und die strategischen Ziele 2026 nachhaltig zu unterstützen.

3. Forschung und Entwicklung

Strategie für 2026

Im Jahr 2026 richtet GFP den Blick weiterhin stark auf die Produktentwicklung. Ein Schwerpunkt liegt auf zusätzlichen Produktlinien, die für die künftige Ausrichtung des Unternehmens besonders relevant sind und entsprechend priorisiert vorangetrieben wird.

Neben diesem Hauptthema werden mehrere kleinere Vorhaben umgesetzt, die bestehende Sortimente verbessern, ergänzen oder technisch weiterentwickeln. Damit soll GFP noch passgenauer auf konkrete Anforderungen der Kundinnen und Kunden reagieren und zugleich neue Absatzmöglichkeiten erschließen.

Weiterentwicklung des Sortiments

Die laufende Weiterentwicklung des Sortiments bleibt auch 2026 ein zentraler Hebel der Unternehmensentwicklung. Durch neue Produkte und gezielte Verbesserungen bestehender Lösungen soll GFP sowohl die eigene Position in etablierten Segmenten stärken als auch zusätzliche Kundengruppen gewinnen. Dieser Weg erhöht die Anpassungsfähigkeit an sich verändernde Nachfrage, schafft Differenzierung gegenüber dem Wettbewerb und unterstützt den Ausbau der Sichtbarkeit und Relevanz der Marke in den jeweiligen Märkten.

Zielbild

Mit Forschung und Entwicklung verfolgt GFP das Ziel, Wachstum dauerhaft über Innovation und verlässliche Produktqualität abzusichern. Neue Produkte sollen helfen, zusätzliche Geschäftsfelder aufzubauen und die Wettbewerbsfähigkeit langfristig zu erhöhen. Gleichzeitig sollen klare Qualitätsmaßstäbe sicherstellen, dass Neukunden überzeugt werden und bestehende Kundenbeziehungen durch hohe Zufriedenheit weiter gefestigt werden. So wird die Basis für eine stabile und nachhaltige Entwicklung des Unternehmens gelegt.

Lagebericht

4. Zweigstellen

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden keine Zweigstellen unterhalten.

Eferding, am 18. März 2026

Unterschriften der Geschäftsführer

.....
Wolfgang Berger

.....
Stefan Straif