Lagebericht gemäß § 243 UGB für das Geschäftsjahr 2024 (Werte in TEUR)

1. Wirtschaftliches Umfeld

Die **WENNA GmbH** ist unter der Premium-Marke **ANNA** im hochwertigen Schmuck- und Lifestyle-Segment tätig. Das Geschäftsjahr 2024 war durch ein wirtschaftlich herausforderndes Marktumfeld geprägt, insbesondere im Hinblick auf das Konsumverhalten und Kostensteigerungen in allen Bereichen. Trotz eines stagnierenden Umsatzes konnte das Unternehmen eine weitgehend stabile Marktposition halten.

Die Branche stand weiterhin unter dem Einfluss folgender Entwicklungen:

- **Verändertes Konsumverhalten**: Die allgemeine Konsumzurückhaltung in Folge konjunktureller Unsicherheiten, hoher Inflation sowie geopolitischer Spannungen (u. a. in Europa und Nahost) führte zu einer selektiveren Kaufentscheidung im Luxusgüterbereich.
- **Nachhaltigkeit und Transparenz**: Verbraucher legen zunehmend Wert auf Nachhaltigkeit, ethische Herkunft der Materialien und eine transparente Markenkommunikation. Marken wie ANNA, die emotionales Storytelling mit hochwertiger Handwerkskunst verbinden, profitieren in diesem Kontext besonders.
- **Digitale Marktdynamik**: Der Onlinehandel, insbesondere im Direktvertrieb über eigene Webshops und Social Media, bleibt ein zentraler Wachstumstreiber in der Schmuckbranche. ANNA konnte hier ihre Markenbekanntheit insbesondere im deutschsprachigen Raum weiter ausbauen und die Community-Bindung durch gezieltes Online-Marketing und Events stärken.
- **Marktsegmentierung**: Während der günstige Modeschmuck rückläufige Wachstumsraten zeigt, entwickelt sich das Premiumsegment (z. B. personalisierbarer Feinschmuck, limitierte Kollektionen) stabil. Die Positionierung von ANNA als emotional aufgeladene Lifestyle-Marke mit Fokus auf Qualität, Individualität und urbanem Chic bleibt im Markt differenzierend und wachstumsfähig.

---

2. Ertragslage

Die **Umsatzerlöse** beliefen sich im Geschäftsjahr 2024 auf **11.517 TEUR** (Vorjahr: 11.519 TEUR) und blieben damit nahezu konstant. Trotz des stabilen Umsatzniveaus im Jahr 2024 spürte auch ANNA die Auswirkungen steigender Produktions-, Logistik-, Miet- und Personalkosten, was zu einem **Jahresfehlbetrag** von **- 113 TEUR** führte. Im Vergleich zum Vorjahresverlust von -251 TEUR stellt dies aber eine Verbesserung dar.

Auch das **EBITDA** konnte im Vergleich zum Vorjahr um 150 TEUR auf 67 TEUR verbessert werden (Vorjahr: -83 TEUR)

Die Materialaufwandsquote lag bei 47,84 %, während die Personalaufwendungen bei 32,38 % der Umsätze lagen. Die Abschreibungen betrugen 196 TEUR, die sonstigen betrieblichen Aufwendungen 2.514 TEUR.

Das Ergebnis vor Steuern beträgt -174 TEUR (Vorjahr: -369 TEUR), nach Abzug von Zinsaufwendungen (58 TEUR) und Berücksichtigung von Zinserträgen (13 TEUR). Das Jahresergebnis nach Steuern liegt bei -113 TEUR.

Trotz des Fehlbetrags konnte durch den Gewinnvortrag aus Vorjahren in Höhe von 3.104 TEUR ein Bilanzgewinn von 2.990 TEUR ausgewiesen werden.

Die strategischen Herausforderungen sind, die Margen durch effiziente Steuerung der Wertschöpfungskette zu steigern und den Umsatz durch die Gewinnung von Neukunden abzusichern und zu erhöhen.

---

3. Vermögens- und Finanzlage

Die **Bilanzsumme** beläuft sich auf **7.399 TEUR** (Vorjahr: 7.888 TEUR), was einem Rückgang von ca. 6,2 % entspricht. Diese Reduktion ist auf der Aktivseite auf die Verminderung der Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen (- 349 TEUR) und sonstigen Forderungen (-152 TEUR) zurückzuführen. Auf der Passivseite reduzierten sich neben dem Eigenkapital die Rückstellungen um 230 TEUR und die sonstigen Verbindlichkeiten um 133 TEUR.

Das **Anlagevermögen** beträgt **534 TEUR**. Investionen erfolgten vor allem in die Erneuerung und Weiterentwicklung unseres Webshops.

Die Kapitalstruktur zeigt ein leicht gesunkenes **Eigenkapital von 4.105 TEUR** (Vorjahr: 4.218 TEUR). Die Eigenkapitalquote liegt bei ca. **55,5 %**, um 2 Prozentpunkte höher als im Vorjahr.

Kapitalflussrechnung

	2024	2023
Ergebnis nach Steuern	- 113	- 251
Abschreibungen auf Anlagevermögen	196	261
Veränderung Rückstellungen	- 230	- 12
Veränderung Vorräte, Forderungen und sonstiger Aktiva	549	323
Veränderung Verbindlichkeiten und sonstiger Passiva	- 31	- 299
Operativer Cash Flow	**2.395**	**22**
Einzahlungen für Investitionen	-	140
Auszahlungen für Investitionen	- 156	- 201
Cash Flow aus Investitionstätigkeit	**- 156**	**- 61**
Auszahlungen für Darlehen	250	440
Tilgung von Darlehen	- 365	- 378
Cash Flow aus Finanzierungstätigkeit	**- 115**	**62**
Cash Flow gesamt	**100**	**23**

---

4. Chancen- und Risikobericht

Die WENNA GmbH sieht sich im operativen Geschäft sowohl branchentypischen als auch unternehmensspezifischen Risiken gegenüber. Gleichzeitig ergeben sich durch technologische, gesellschaftliche und wirtschaftliche Entwicklungen auch vielversprechende Chancen. Die wichtigsten **Risikofelder** und darauf bezogene Handlungsansätze lauten:

1. Finanzielle Risiken

- **Risiko**: Abhängigkeit von saisonalen Verkaufszyklen, Fixkostenbelastung im stationären Geschäft, Inflationsdruck auf Rohstoffe.
- **Maßnahmen**:
  - Ausbau margenstarker Produktlinien.
  - Einführung eines flexibleren Kostenmodells (z. B. Pop-up Stores, Outsourcing).
  - Weiterer Ausbau von E-Commerce durch Anbindung des bestehenden Stores an andere Verkaufsplattformen (z.B. Breuninger Market Place)

2. Markt- und Nachfragevolatilität

- **Risiko**: Kaufzurückhaltung im Premiumsegment, Modetrends und digitale Disruption.
- **Maßnahmen**:
  - Nutzung von Kundendaten zur Frühwarnung (CRM, Webanalytics).
  - Ausbau von personalisierten Produkten

- Verkürzung des Bestellzyklus und damit einhergehend Reduktion des Working Capitals

4. IT- und Cybersicherheitsrisiken

- **Risiko**: Datendiebstahl, Betriebsunterbrechung im Online-Shop.
- **Maßnahmen**:
  - Verstärkung der IT-Sicherheitsarchitektur inkl. Penetrationstests und Zwei-Faktor-Authentifizierung.
  - Cloud-Backup und dezentrale Infrastruktur.

5. Personalrisiken

- **Risiko**: Fachkräftemangel, Fluktuation.
- **Maßnahmen**:
  - Bindung durch Weiterbildung, flexible Arbeitsmodelle.
  - Einführung eines digitalen Wissensmanagements.

Chancen

Die Positionierung als hochwertiger, urbaner und emotionaler Schmuckanbieter unter der Marke **ANNA** bietet Potenzial, insbesondere durch:

- Direktvertrieb über digitale Kanäle,
- starke Markenbindung und Community-Aufbau,
- klare Werteorientierung (Individualität, Qualität, Female Empowerment),
- internationale Skalierung über E-Commerce,
- zunehmende Nachfrage nach personalisierten und ethisch produzierten Produkten.

---

5. Nachtragsbericht

Bis zum Datum der Berichtserstellung (25. September 2025) sind keine wesentlichen nachträglichen Ereignisse bekannt geworden, die den Jahresabschluss oder die Lage wesentlich beeinflussen würden.

Wien, am 25. September 2025

Anna Außerladscheider

Mag. Werner Außerladscheider