Lagebericht
für das Geschäftsjahr 2025

1 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Die globale Wirtschaft zeigte 2025 ein verhaltenes Wachstum. Internationale Prognosen erwarten eine weitere Abschwächung der weltweiten Konjunktur, belastet durch anhaltende Handelskonflikte, höhere Zölle, zunehmender Protektionismus und geopolitische Unsicherheiten, die Lieferketten und Investitionen hemmen. Die Inflation ging weltweit zurück, bleibt jedoch in vielen Regionen über dem Zielniveau der Zentralbanken.
Es wird ein fortgesetzter, wenn auch ungleichmäßiger Rückgang der Inflation über die Industrieländer hinweg erwartet. Insbesondere die verschärften Handelskonflikte und die erhöhte globale Unsicherheit dämpfen die Erholung des Handels und verstärken die Risiken für die Weltwirtschaft. Strukturelle Herausforderungen wie demografischer Wandel, Fachkräftemangel und geringe Produktivitätszuwächse halten an. Ein zentrales Risiko für die Weltwirtschaft bleibt der Klimawandel, zusätzlich könnten geopolitische Eskalationen Energiepreise abrupt steigen lassen und damit die wirtschaftliche Erholung gefährden.

In Österreich scheint nach zwei Jahren mit negativen Entwicklungen die Rezession überwunden, das Bruttoinlandsprodukt 2025 wird mit voraussichtlich +0,5% (Vorjahr: -1,0%) wieder ein – wenn auch geringes – Wachstum zeigen, der Durchschnitt der EU 27 liegt bei +1,1% (Vorjahr: +1,1%).
Die Inflationsrate 2025 liegt in Österreich bei 2,9% (Vorjahr: 2,9%) – der höhere Preisauftrieb in Österreich im internationalen Vergleich setzt sich damit fort, den stärksten Einfluss auf die Teuerung hatte neben den Energiekosten der Dienstleistungsbereich.
Die schwache Wirtschaftsentwicklung hinterlässt ihre Spuren auch auf dem Arbeitsmarkt. Der Anteil der Arbeitslosen (Quote nach EU-Definition) ist weiter auf 5,4% (Vorjahr: 5,2%) gestiegen, wobei für das kommende Jahr ein leichter Rückgang erwartet wird.
Die Brutto- und Nettolöhne zeigen 2025 eine veränderte Entwicklung zum Vorjahr. Während die Bruttolöhne inflationsbereinigt im Vergleich zum Vorjahr um 0,3% gestiegen sind (Vorjahr: +3,5%), sind die Nettolöhne real um 0,1% (Vorjahr: +3,5%) zurückgegangen.

Die Lage im österreichischen Einzelhandel bleibt 2025 weiterhin herausfordernd; dies zeigt sich auch anhand der Insolvenzsituation: Im dritten Quartal 2025 wurden 190 Handelsinsolvenzen registriert – ein Anstieg um 13 % gegenüber dem Vorjahr. Damit entfällt nahezu jede fünfte Insolvenz der Gesamtwirtschaft auf den Handel.
Im dritten Quartal 2025 erzielte der Einzelhandel einen nominellen Anstieg von +2,8% (Vorjahr: +2,1%), bereinigt um die durchschnittlichen Preissteigerungen ergibt sich allerdings real ein sehr geringer Zuwachs von +0,1% (Vorjahr: +0,5%).

Der österreichische Online-Handel entwickelte sich 2025 deutlich besser als der Einzelhandel gesamt. Im Vergleich zum Vorjahr ergibt sich für das dritte Quartal 2025 ein nominelles Umsatzwachstum von 3,6% (Vorjahr: -0,4%), preisbereinigt verbleiben davon +1,2% (Vorjahr: 0,0%).
Gegliedert nach Einzelhandelsbranchen konnte im Vergleich zu 2024 erneut der Bereich Nahrungsmittel (+4,3%) am stärksten zulegen. Die Bereiche Motorenkraftstoffe/Tankstellen sowie Geräte der Informations- und Kommunikationstechnologie entwickelt sich mit jeweils -0,5% am schwächsten.
Die Entwicklung der Verkaufsflächen in Österreich zeigt weiterhin eine rückläufige Entwicklung, wobei der Modehandel deutlich verliert und der Bereich Lebensmittel und Nahversorgung weiterwächst.

2 Geschäftstätigkeit

2.1 *Struktur des Unternehmens und wirtschaftliches/globales Umfeld und Bereiche, in denen das Unternehmen tätig ist*

Die Snipes GmbH ist eine 100%ige Tochtergesellschaft der Snipes SE mit Sitz in Köln (Deutschland) und betreibt Einzelhandel mit Schuhen, Textilien und Accessoires in Österreich. Snipes hat sich zur Aufgabe gemacht, der „Head-to-Toe"-Outfitter im urbanen Lifestyle zu sein. Die Gesellschaft und die mit ihr verbundenen Unternehmen verfügen über keine eigenen Produktionsstätten, sondern vertreiben ein Sortiment an Sportswear von namenhaften Lieferanten. Snipes verfolgt das Ziel, mit seinen Einkäufern den neuesten Strömungen stets auf der Spur zu sein und aktuelle modische Entwicklungen für die Kollektionen aufzugreifen.

2.2 *Finanzielle und nichtfinanzielle Leistungsindikatoren*

Für die Gesellschaft sind bedeutsamste finanzielle Leistungsindikatoren
- die Umsatzerlöse sowie
- die Jahresergebnisse vor Steuern (berechnet als Summe der in den Gewinn- und Verlustrechnungen ausgewiesenen Positionen „Ergebnis nach Steuern" und „Steuern vom Einkommen und Ertrag").

Wesentliche nichtfinanzielle Leistungsindikatoren sind
- die in Betrieb befindlichen Verkaufsstellen („VKST").

Ein bedeutendes Steuerungsinstrument der Gesellschaft ist das interne Kontrollsystem („IKS"). Es dient im Hinblick auf die Rechnungslegungsprozesse der Gesellschaft insbesondere dazu,

eine ordnungsgemäße Buchführung und Rechnungslegung sicherzustellen. Ziel ist, die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft richtig und vollständig darzustellen. Für Auswertungen zur internen Steuerung der Gesellschaft wie zur Analyse des Geschäftsverlaufs und der Lage der Gesellschaft werden neben den bedeutsamsten Leistungsindikatoren auch aus ihnen berechenbare weitere Kennzahlen (z.B. Durchschnittspreis als Quotient aus Umsatzerlösen und Paarzahl) sowie weitere wichtige Leistungsindikatoren verwendet.

2.3 *Zweigniederlassungen*

Zweigniederlassungen bestehen nicht.

2.4 *Forschung und Entwicklung*

Forschungs- oder Entwicklungsaktivitäten werden von unserer Gesellschaft nicht betrieben, sondern im Konzernverbund verfolgt.

3 Unternehmensentwicklung

Die wirtschaftliche Situation von Snipes im Jahr 2025 war weiterhin von Kaufzurückhaltung durch schwache Wirtschaftsentwicklung und hohe Inflation geprägt. Die Umsätze in den einzelnen Monaten lagen fast durchgehend hinter den Umsätzen des Vorjahres, sodass insgesamt die internen Zielsetzungen verfehlt und Snipes auf ein unzufriedenstellendes Jahr 2025 zurückblickt.

3.1 *Umsatzentwicklung*

	2025	**2024**	**Veränderung (%)**
Umsatz in TEUR	54.323	55.317	-1,8%
Verkaufte Schuhe (Anzahl in tausend)	469	473	-0,8%

Im Jahr 2025 ist der Nettoumsatz um 1,8 % auf TEUR 54.323 zurückgegangen. Dies ist auf eine gesunkene Absatzmenge an Schuhen sowie auch auf einen rückläufigen Durchschnittspreis zurückzuführen; insbesondere waren aber deutliche Rückgänge im Textilbereich die Ursache. Am Jahresende betrieb die Gesellschaft ein Netz von 26 Stores. Insgesamt wurden 2 Stores eröffnet und 3 Filialen geschlossen, wobei es sich bei 2 Verkaufsstelle um eine Umsetzung auf einen besseren Standort handelte.

3.2 *Investitionen*

	2025	2024	Veränderung (%)
Sachinvestitionen (in TEUR)	1.175	175	+571,4%

Die Investitionen in das Sachanlagevermögen sind im Vergleich zu 2024 sehr stark angestiegen. Dies ergibt sich aus den 3 Neueröffnung sowie aus dem Umstand, dass im Vorjahr keine Veränderungen der Verkaufsflächen stattgefunden haben.

3.3 *Mitarbeiter*

Für die Kunden leisten die Mitarbeiter Überdurchschnittliches und handeln im Rahmen der jeweiligen Position unternehmerisch, selbständig und ergebnisorientiert. Das Unternehmen schafft die notwendigen Spielräume für Eigeninitiative, Selbstverantwortung und fördert den Stolz auf das Erreichte. Wir fördern Menschen, die bereit sind, unser Unternehmen zielorientiert mitzugestalten, und beteiligen unsere Mitarbeiter am Erfolg des Unternehmens.

	2025	2024	Veränderung (%)
Durchschnittliche Anzahl Mitarbeiter	251	260	-3,5%
Personalaufwand (in TEUR)	8.996	8.689	+3,5%

Die Anzahl der Mitarbeiter ist im Vorjahresvergleich um 3,5% auf 251 Mitarbeitende (davon 2 Lehrlinge) zurückgegangen, dies ist auch auf die Schließung eines Standortes zurückzuführen. Im Gegensatz dazu sind die Personalkosten im Wesentlichen durch die Steigerung der Gehälter pro Person um +3,5% gestiegen.

3.4 *Vermögens-, Finanz- und Ertragslage*

Die Vermögenslage des Unternehmens ist durch das Einzelhandelsgeschäft gekennzeichnet. Anlagevermögen, Vorräte und Finanzmittelbestand stellen zum 31. Dezember 2025 die wesentlichen Aktiva dar.

	2025	2024	Veränderung (%)
Ergebnis vor Steuern (in TEUR)	1.358	1.149	+18,2%

Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA, in TEUR)	2.276	2.060	+10,4%

Im Geschäftsjahr 2025 ist das Ergebnis vor Steuern um 18,2% und das Betriebsergebnis vor Abschreibungen (EBITDA) um 10,4 % gestiegen. Bei einem Umsatzrückgang um 1,8% und einem praktisch unveränderten Rohertrag haben deutliche Kosteneinsparungen im sonstigen betrieblichen Bereich zu einem gesteigerten Ergebnis geführt.
Die Eigenkapitalquote gem. § 23 URG betrug im Berichtsjahr 59,2% (2024: 56,6%). Der Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit zeigt sich im Geschäftsjahr 2025 durch weiteren Lageraufbau schwächer als im Vorjahr. Der Cashflow aus der Investitionstätigkeit ist – bedingt durch den oben erläuterten Verlauf der Investitionen – deutlich negativer, der Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit ist dadurch gekennzeichnet, dass in 2025 keine Gewinnausschüttungen erfolgten.

3.5 *Finanzinstrumente, Risken und Strategien*

Wie im Vorjahr werden ausschließlich originäre Finanzinstrumente eingesetzt. Die Gesellschaft ist somit keinen wesentlichen Zinssatz- und Währungsrisiken ausgesetzt.

4 Chancen-, Risiko- und Prognosebericht

4.1 *Chancenbericht*

Snipes agiert im Rahmen ihrer Geschäftstätigkeit in einem Marktumfeld, in dem sich ständig neue Chancen eröffnen. Diese systematisch zu erkennen und zu nutzen – und dabei unnötige Risiken zu vermeiden – ist ein wesentlicher Faktor für das nachhaltige Wachstum unseres Unternehmens. Im Rahmen unseres Chancenmanagements werten wir bspw. Markt- und Wettbewerbsanalysen aus und befassen uns mit der Ausrichtung unseres Produktportfolios, den Kostentreibern sowie den kritischen Erfolgsfaktoren unserer Branche. Daraus werden konkrete Marktchancen abgeleitet.

Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen haben Einfluss auf die Geschäftstätigkeit sowie die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft und des Konzerns. Sollten sich die künftigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen nachhaltiger erholen als wir in unserer Prognose dargestellt haben, könnten sich positive Auswirkungen auf Verkaufsstellen, Absatz, Umsatzerlöse und Jahresergebnisse vor Steuern ergeben.

Die Geschäftsführung der Gesellschaft ist sich der Tatsache bewusst, dass sich Chancen durch eine weitere Stärkung der Marke „SNIPES“ ergeben können, wenn der Bekanntheitsgrad durch

die fortschreitende Expansion gesteigert werden kann. Wir rechnen damit, dass aufgrund der Konzentration der Expansion auf die bestehenden Märkte national und international das Snipes-Konzept erfolgreich weiter an Bekanntheit zulegt und die Marktanteile erhöht werden können. Zusätzlich kann durch eine zielgerichtete Online-Strategie weiteres Umsatzwachstum realisiert werden.

4.2 *Risikobericht*

Die Gesellschaft ist im Rahmen ihrer Geschäftstätigkeit verschiedenen Risiken ausgesetzt. Ziel des Risikomanagements ist es, Risiken frühzeitig zu erkennen, sie zu bewerten und bei Notwendigkeit anhand zielgerichteter Maßnahmen zu verringern. Im Rahmen dieses Prozesses schaffen wir die notwendige Transparenz für Mitarbeiter, um die Chancen- und Risikokultur zu fördern und dahingehend ein gemeinsames Verständnis aufzubauen.

Diese Bewertung der Risiken erfolgt auf Basis des jeweiligen Einzelrisikos. Für eine systematische Bewertung werden bei der Einordnung von Eintrittswahrscheinlichkeit und Schadensausmaß Bandbreiten herangezogen. In Abhängigkeit von Eintrittswahrscheinlichkeit und Schadensausmaß werden Risiken als „hoch“, „mittel“ oder „gering“ im Hinblick auf mögliche negative Abweichungen in Bezug auf das Jahresergebnis für die Gesellschaft klassifiziert.

Durch die etablierten internen Controlling-Prozesse sollen ferner mögliche negative Effekte auf das Jahresergebnis frühzeitig erkannt und analysiert und zusätzlich geeignete Gegenmaßnahmen ergriffen werden. Diese Prozesse wurden sowohl in der unterjährigen Frequenz also auch im Detailgrad intensiviert. Monatliche Hochrechnungsprozesse und Szenario-Simulationen gewährleisten die schnelle Adaption der Gesamtlage des Unternehmens und dokumentieren die Wirkung von steuernden Eingriffen zeitnah.

<u>Märkte und Wettbewerb</u>
Das makroökonomische Umfeld hat Einfluss auf die Geschäftstätigkeit des Unternehmens. Ein geringes Wirtschaftswachstum sowie eine Verunsicherung der Konsumenten durch die wirtschaftlichen und geopolitischen Rahmenbedingungen können zu einer weiter abnehmenden Besucherfrequenz und Kaufzurückhaltung, insbesondere bei höheren Preislagen, führen. Deutliche wirtschaftliche Erholungstendenzen sind – auch wegen der angespannten geopolitischen Lage und möglicher weiter ausbrechender Konflikte – kurzfristig nicht zu erwarten. Gleichzeitig nimmt die Wettbewerbssituation zu, da beispielsweise andere Händler ebenfalls Zugang zu dem Core Sortiment der Markenhersteller erhalten. Fehlende Produktinnovationen der Markenhersteller können ferner einen dämpfenden Effekt auf die Konsumnachfrage haben. Darüber hinaus können die weiter zunehmenden Handelskonflikte zu einer verschärfenden Zollpolitik führen, die zwar aktuell insbesondere von den USA ausgeht und weniger die europäische Warenbeschaffung aus Asien betrifft, deren Auswirkungen aber über höhere Inflation, alternative Absatzmärkte etc. direkten Einfluss auf die Wirtschafts- und Kaufkraft in Europa haben kann. Um diesen Risiken zu begegnen, werden verschiedene Maßnahmen identifiziert und ergriffen.

Hierzu zählen u.a. die Steigerung der Sichtbarkeit im relevanten Kundenumfeld sowie eine kontinuierliche Überprüfung des Sortiments auch hinsichtlich unterschiedlicher Preislagen. Die Risiken werden dennoch als hoch bewertet.
Die Gesellschaft beschafft die Handelswaren bei namhaften Lieferanten und hat keine eigenen Produktionsstätten. Politische Krisen und Unruhen in Produktionsländern, insbesondere in Asien, und damit verbundene Handelsbeschränkungen bergen ein hohes Maß an Unsicherheit, da hierdurch sowohl die Produktion als auch die Stabilität von Lieferketten und damit die Warenbeschaffung gefährdet werden können. Asien bleibt die wichtigste Sourcing-Region für den Sneaker-Markt. Unsere externen (Marken-)Lieferanten diversifizieren über verschiedene Länder wie Indonesien, Vietnam, China hinweg, um die Abhängigkeit von einzelnen Produktionsländern und Zulieferern zu managen. Ebenso werden bezogen auf das Eigenmarkenportfolio die Märkte kontinuierlich beobachtet, um das Sourcing in andere Produktionsländer umlenken zu können. Das Beschaffungsrisiko wird dennoch als hoch bewertet.

Ferner können u.a. Naturereignisse zu Lieferverzögerungen bei interkontinentalen Transporten unserer Dienstleister bis zum möglichen Totalausfall einer Lieferung führen. Die Auswirkungen des Klimawandels können die Wahrscheinlichkeit von Naturereignissen erhöhen. Das Risiko wird insgesamt als mittel eingeschätzt.

Der Wettbewerb hat sich ferner insgesamt durch aggressive Strategien internationaler Akteure erhöht. Neue Online-Plattformen, die technisch stark KI basiert sind und bislang politisch weniger reglementiert sind, haben ihre Präsenz mit ihrem Fast-Fashion-Angebot auf dem europäischen Markt ausgeweitet. Snipes fokussiert sich unverändert auf die Qualität seiner Produkte. Auch auf Ebene der EU wird das Thema eines fairen Onlinehandels aufgegriffen, bei dem die gleichen Anforderungen an alle Marktplayer gestellt werden sollte. Das Risiko durch die neuen Online-Plattformen wird als mittel eingestuft.

<u>Legal und Compliance</u>
Die Gesellschaft unterliegt zahlreichen Gesetzen und Bestimmungen. Verstöße könnten zu Strafen und Bußgeldern führen und Reputationsschäden nach sich ziehen. Unsere Compliance-Grundsätze schreiben allen Mitarbeitenden vor, die Gesetze und Bestimmungen sowie unsere Selbstverpflichtungen einhalten zu müssen. Zielsetzung unseres etablierten Compliance-Management-Systems ist somit die Vorbeugung möglicher Compliance-Risiken sowie die Identifizierung und angemessene Reaktion auf mögliche Verstöße. Den Mitarbeitenden und Externen steht ferner ein Hinweisgebersystem zur Verfügung, um rechtliche Verstöße oder unethisches Verhalten anonym zu melden. Neben eigenen Experten arbeitet der Konzern mit etablierten Beratern zusammen, um frühzeitig rechtliche Anforderungen zu erkennen und angemessene Maßnahmen und Regelungen zur Gewährleistung der Compliance zu ergreifen. Die Compliance-Risiken können daher als mittel eingestuft werden.

<u>Operatives Geschäft</u>
Da die Gesellschaft ihre Handelsware wesentlich bei namhaften Lieferanten beschafft und keine eigenen Produktionsstätten unterhält, besteht eine hohe Relevanz der den Sneaker-Markt

bestimmenden großen Marken. Die Nachfrage unserer Konsumenten und damit unsere Umsatzentwicklung kann auch durch die Attraktivität und Innovationsfähigkeit dieser Markenhersteller beeinflusst werden, so dass eine gewisse Abhängigkeit von diesen Marken besteht. Durch eine breite Aufstellung unseres Sortiments, Ergänzung und Stärkung weiterer Marken und Eigenmarken sowohl im Footwear- als auch im Apparel-Bereich begegnen wir dem Risiko einer zu hohen Lieferantenabhängigkeit. Das Risiko wird dennoch als hoch eingestuft.

Der Erfolg von Snipes im stationären Vertrieb wird neben dem attraktivem Angebot auch durch die Standortqualität beeinflusst. Ein weiterer Rückgang von Frequenzen in unseren Verkaufsstellen , z.B. durch einen zunehmenden Online-Handel, durch städtebauliche Maßnahmen oder durch wesentliche Wettbewerber im direkten Umfeld kann Einfluss auf die Umsatzentwicklung und damit den Erfolg von Snipes nehmen. Marketingmaßnahmen zur Aufrechterhaltung der Attraktivität und Visibilität von Snipes sowie die enge Verzahnung zwischen stationärem und Online-Geschäft sind wesentliche Maßnahmen, um diesen Risiken entgegenzustehen. Ferner wird dem Risiko Standortqualität durch die sorgfältige Auswahl von Standorten sowie durch den Einsatz von Mitarbeitern mit langjähriger Erfahrung im Retail-Geschäft, die auch bestehende Mietverträge einer permanenten Beobachtung im Hinblick auf Profitabilität der betriebenen Verkaufsstellen unterziehen, begegnet. Auch vor diesem Hintergrund stellt die Omnichannel-Strategie durch die enge Verzahnung von Online und stationärem Handel einen wichtigen Bestandteil unseres Geschäftsmodells dar. Die beschriebenen Risiken aus dem stationären Vertrieb werden trotz der ergriffenen Maßnahmen als hoch bewertet.

<u>IT-Infrastruktur</u>
Für ein Einzelhandelsunternehmen mit einem Omnichannel-Vertriebsansatz ist das Funktionieren der IT-Systeme notwendig. Ein Ausfall der IT-Systeme würde die lokalen Vertriebsaktivitäten und den ordnungsgemäßen Betrieb des Warenflusses des Unternehmens einschränken („ITRisiken“) und zählt damit zu den wesentlichen Risiken der IT-Sicherheit. Diesen Risiken begegnen wir mit einer Vielzahl von technischen und organisatorischen Maßnahmen, um den Schutz von Integrität, Vertraulichkeit und Verfügbarkeit unserer Systeme und Daten sicherstellen zu können. Ferner ist der Schutz unserer IT-Systeme, vertraulicher und personenbezogener Daten vor unberechtigtem Zugriff und Missbrauch für uns von wesentlicher Bedeutung. Im Rahmen unseres Information Security Managements beschäftigen wir uns zudem aktiv auch mit kritischen Situationen, schulen unsere Mitarbeitenden regelmäßig entsprechend und setzen auf einen vielschichtigen Sicherheitsansatz, bei dem präventive, detektive sowie korrigierende Maßnahmen gemeinsam interagieren, so dass den beschriebenen IT-Risiken sinnvoll begegnet werden kann. Aufgrund des allgemeinen Umfeldes einer zunehmenden Cyber-Kriminalität und Berichten von zunehmenden IT-Störungen klassifizieren wir die IT-Risiken auch unter Berücksichtigung umfangreicher Schutzmaßnahmen als hoch ein.

Finanzen
Liquiditätsrisiken bestehen für Snipes darin, dass die Gesellschaft nicht über genügend Liquidität verfügen könnte, um zeitgerecht Zahlungsverpflichtungen nachkommen zu können. Etwaige weiter gehende Liquiditätsbedarfe werden durch die Konzernliquidität gedeckt. Mit einer auf Konzernebene verankerten strukturierten Finanz- und Liquiditätsplanung wird im Rahmen des Liquiditätsmanagements sichergestellt, dass der Konzern über ausreichende Liquiditätsquellen verfügt, um allen Zahlungsverpflichtungen jederzeit nachkommen zu können. Durch die Aufrechterhaltung einer angemessenen Liquiditätsausstattung, die Vorhaltung von Liquiditätsreserven sowie die Vereinbarung von Kreditlinien bei solventen Banken wird somit dem Liquiditätsrisiko begegnet. Trotz der guten Liquiditätsausstattung im Konzern wird das Liquiditätsrisiko wegen seiner übergeordneten Relevanz als mittel eingestuft.

Nach unserer Überzeugung weisen die vorstehend beschriebenen Risiken in Anbetracht ihrer Eintrittswahrscheinlichkeiten und ihrer Auswirkungen grundsätzlich weder einzeln noch in ihrer Gesamtheit bestandsgefährdenden Charakter auf. Wir sind zuversichtlich, dass die Ertragskraft der Gesellschaft eine solide Basis für die künftige Geschäftsentwicklung bildet und für die notwendigen Ressourcen sorgt, um die der Gesellschaft zur Verfügung stehenden Chancen zu verfolgen. Angesichts dieser Tatsachen werden wir den Herausforderungen, die sich aus den genannten Risiken ergeben, auch 2025 begegnen können.

4.3 *Prognosebericht*

Wie auch im Vorjahr, so steht auch 2026 im Zeichen der kontinuierliche Modernisierung des Filialnetzes, um für moderne Verkaufsstellen der Gesellschaft zu sorgen. Im Jahr 2026 sind Investitionen in den Ausbau der Verkaufsstellen und die Infrastruktur von rund EUR 0,5 Mio. geplant. Hierdurch können sich langfristig positive Effekte auf den Absatz, die Umsatzerlöse und damit auch auf die Jahresergebnisse ergeben. In 2026 sind zwei Neueröffnungen bei fünf Schließungen von Verkaufsstellen geplant.
Für das Jahr 2026 werden für die Gesellschaft – aufgrund der Optimierung des Filialnetzes - leicht sinkende Umsatzerlöse erwartet. Abhängig von der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung kann die tatsächliche Umsatzentwicklung wesentlich von diesem Ziel abweichen und das für das Jahr 2026 geplante Jahresergebnis dementsprechend beeinflussen.

Das Online-Business wird konsequent im Sinne einer ambitionierten Omnichannel Strategie vorangetrieben. Die Steigerung der Kundenzufriedenheit über die Verknüpfung des Online- und Offline-Geschäfts sowie auch die Excellenz je Kanal stehen nach wie vor im Fokus. Omnichannel Services, wie Click & Collect, Ship to Home oder Ship to Store wurden hierzu weiter ausgebaut.

In der Zukunft wird der Fokus daraufgelegt, wesentliche Weiterentwicklungen für weitere Expansion und ambitioniertes Wachstum zu schaffen. Die IT-Infrastruktur wird überarbeitet und

die Organisation deutlich ausgebaut und professionalisiert. Moderne Arbeitsmethoden, zeitgemäße Softwareentwicklungsframeworks sowie interdisziplinäre Kollaboration sollen die Synergien und damit die Effizienzen innerhalb des Konzerns deutlich steigern. Unterstützt wird die digitale Expansion durch ein nochmals erweitertes Artikelangebot, welches exklusiv im Online-Shop erhältlich sein wird. Die Gesellschaft setzt damit insgesamt auf Synergieeffekte zwischen Internetauftritt, Online-Shop und stationärem Einzelhandel, die Umsatzerlöse und die Jahresergebnisse vor Steuern positiv beeinflussen können.

Die Geschäftsführung ist davon überzeugt, dass die Gesellschaft im relevanten Markt gut positioniert ist und insbesondere die geplanten Umsatzerlöse in 2026 erreicht werden können.

Wien, 27. Februar 2026

Geschäftsführung

Mag. Christoph Werner

Dennis Michael Schröder