Lagebericht der

sedda Polstermöbelwerke Hans Thalermaier GmbH.

Die Unternehmensstruktur

Die sedda Polstermöbelwerke, Hans Thalermaier GmbH. ist ein operatives Familienunternehmen, das in zweiter Generation von Ursula und Roland Ragailler geführt wird. Es ist ein 100%iges Tochterunternehmen der Thalermaier GmbH und verfügt über 2 Produktionsstandorte in Wallern, an denen Sitz- und Schlafmöbel hauptsächlich für den Fachhandel und die Hotellerie im deutschsprachigen Raum hergestellt werden.

Das Unternehmen unterhält Betriebsstätten in Bad Schallerbach und Wallern, wo sich auch die Produktion befindet. Darüber hinaus werden Beratungszentren in Wallern und Wien 23 betrieben.

Lagebericht über das Geschäftsjahr 2024

Die Problematik der Möbelbranche ist eine Folgeerscheinung parallel wirkender, negativer Wirtschaftsereignisse seit den Corona-Nachfolgejahren und dem Beginn des Ukrainekrieges. Neben dem, von der Leiner Kika Krise beim heimischen Konsumenten verursachten Vertrauensverlust führten folgende Faktoren zu einer Konsumzurückhaltung, nicht nur im Möbelhandel:

- Zwei Leiner Kika Insolvenzen innerhalb von 17 Monaten
- Vorzugskäufe bei Möbeln in den Corona-Jahren
- Der Ukrainekrieg führte wieder zu Lieferproblemen (Holzprodukte, elektr. Bauteile etc.) und Preisanstiegen bei Vormaterialien
- Die schwache Neubaukonjunktur und die gestiegenen Finanzierungskosten trafen vor allem Küchen, Wohnungseinbauten (Schränke etc.) und Bäder. Polstermöbel und Betten brauchen nicht montiert zu werden und hängen daher wenig von der Baukonjunktur ab, da diese üblicherweise in einen Neubau mitgenommen und erst später ersetzt werden.
- Die Rahmenbedingungen für den Möbelhandel waren seit 2023 schwierig. Laut WKO fiel der heimische Möbeleinzelhandel 2024 nominell um -9,4 %, in Deutschland sogar um 15 - 20%, wobei dies je nach Möbelart mehr oder weniger stark ausfiel.
- Allgemeine Wirtschaftslage, Angst um den Arbeitsplatz und Unsicherheit beim Konsumenten führt zur aktuellen Konsumzurückhaltung.
- Inflation rückläufig, aber spürbar: Sinkende Teuerung entlastete zwar, doch 2024 blieb der reale Druck auf Budgets bestehen; preisbewusstes Verhalten hielt an.
- Hohe Lohnforderungen als Folge des gestiegenen VPI. Seit 2022 haben sich Löhne und Gehälter um fast 27 % erhöht. Dadurch wurde ein Teil der Einsparungen durch Mitarbeiterreduzierung zunichte gemacht.

- Neben hohen Logistik-, Energie- und Heizkosten stagnierten auch die Materialkosten, die durch Lieferengpässe auf einem ungewöhnlich hohen Niveau verblieben waren.

All diese Faktoren reduzierten die Nachfrage nach Möbeln deutlich.

Ab Mitte April 2024 kam es zu einem Auftragsrückgang als Folge europaweiter Rezessionsängste. Die permanente Medienberichterstattung trug weiters zur Verunsicherung der Konsumenten bei. Die Angst um den Arbeitsplatz, Unfinanzierbartkeit von Eigenheimen wegen massiv steigender Lohnkosten und Zinsen bei gleichzeitig stark steigenden Mieten und Lebenskosten trieben auch die Möbelbranche in die Stagnation.

Mit Kurzarbeit im 4. Quartal 2024 wollte man der fehlenden Auslastung entgegenwirken und Lohnkosten reduzieren. Da diese zuerst von allen Sozialpartnern aufgrund der Leiner Kika Insolvenz zugesagte Kurzarbeit, dann nachträglich nicht genehmigt wurde, konnten notwendige Kostensenkungen, wie der Personalabbau, erst zum Jahresende umgesetzt werden. Da es einen erheblichen Fachkräftemangel bei Polsterern gibt, ging man dabei besonders behutsam vor, um weiterhin auf qualifiziertes Personal zurückgreifen zu können.

Der Umsatzrückgang und die Personalkosten belasteten das Jahresergebnis zusätzlich. Neben hohen Logistik-, Energie- und Heizkosten stagnierten auch die Materialkosten, die durch Lieferengpässe auf einem ungewöhnlich hohen Niveau verblieben waren.

Folgende Maßnahmen hat sedda ergriffen, um der Rezession entgegenzuwirken:

- Neuausschreibungen von Materialien und harte Preisverhandlungen führten aber im ersten Halbjahr 2024 zu deutlich verbesserten Materialkosten.
- Darüber hinaus wurde der Mitarbeiterstand den aktuellen Umsatzrückgängen angepasst.
- Der Focus wurde auf das neue Marktsegment Outdoor-Möbel im Premiumbereich gelegt, um mit diesem neuen Geschäftsfeld weitere Kundenkreise anzusprechen.
- Ein starker Auftritt auf der, für den deutschsprachigen Möbelmarkt besonders wichtigen Hausmesse „Fournitour 2024" unterstrich die innovative Designorientierung von sedda. Mit vielen Neumodellen konnten gute Marktplatzierungen erzielt werden.
- Kooperation mit Designern um designorientierte Möbelhändler als Kunde zu gewinnen.
- Die erforderlichen Preiserhöhungen als Folge der Lohnkostensteigerungen der letzten Jahre konnte am Markt erfolgreich durchgesetzt werden, was durch den Niederschlag im höheren Produktionswert je Ladepunkte, ersichtlich ist.
- Projektumsätze im Hotel und Objektbereich.

Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

Die ertragsmäßige und liquiditätsmäßige Krisensituation basiert hauptsächlich auf folgenden monetären Entwicklungen und führten zu einem Liquiditätsrückgang aufgrund der Verluste 2023 und 2024.

- Mit der L&K Insolvenz ist binnen 3 Jahren ein Umsatzvolumen in Millionenhöhe weggefallen.
- Überdurchschnittliche Lohn / Gehaltserhöhungen seit 2022 mit 27%
- Massive Materialkostenerhöhungen unter Corona und dem Ukrainekrieg.
- Überdurchschnittlich gestiegene Energie- und Heizkosten
- Kaufzurückhaltung der Konsumenten

Erst mit Anfang des Jahres 2025 bediente man sich zur Liquiditätssicherung von Bank-Kreditrahmen. Bisher konnte man bei der Finanzierung auf derartige Finanzierungshilfsmittel verzichten.

Die wesentlichen Kennzahlen zu den wirtschaftlichen Faktoren:

	2023	2024
Eigenkapitalquote	10,9%	negativ
Rohertrag (TEUR)	9.748	8.752
EBT	-1.283.006,90	-1.406.189,69
Jahresgewinn/-verlust	-1.290.750,15	-1.425.564,24
Anteil Vorräte/UV	66,8%	72,4%
Lieferantenverb.	2.326.235,97	2.130.294,87
Ford. L+L	1.316.218,94	1.124.767,88
Investitionen SAV	284.378,34	34.736,10
Anlagenintensität	10,9%	9,0%
Working Capital (TEUR)	1.452	642
Cash-Flow (TEUR)	-1.066	-1.219
Mitarbeiter	150	135

sedda`s Markenstrategie trifft die Kundenbedürfnisse

Beim Kauf von Möbeln in Österreich achten heimische Konsumenten auf eine Reihe von Faktoren, die ihre Entscheidung beeinflussen. Dazu zählen:

Qualität und Langlebigkeit
Österreichische Konsumenten legen großen Wert auf die Qualität der Möbel. Sie bevorzugen Produkte, die robust und langlebig sind, da Möbel oft als langfristige Investition betrachtet werden.

Regionalität und Nachhaltigkeit

Möbel, die in Österreich oder der näheren Region hergestellt werden, sind besonders gefragt. Das Bewusstsein für regionale Produktion und kurze Transportwege ist hoch, da dies oft mit einer besseren

Umweltbilanz und der Unterstützung heimischer Unternehmen verbunden wird. Die Markenbekanntheit von sedda hat sich bei den Konsumenten etabliert.

Nachhaltigkeit und Umweltschutz

Nachhaltigkeit ist auch im Möbelkauf ein wichtiger Aspekt, verstärkt durch die während der Corona-Pandemie offengelegten Probleme in asiatischen Lieferketten. Umweltbewusstsein, soziale Verantwortung und gute Unternehmensführung sind zunehmend entscheidende Kaufkriterien.

Möbelstücke, die mit umweltschonenden Verfahren und Materialien produziert werden, gewinnen an Bedeutung und haben einen positiven Einfluss auf die Kaufentscheidung.

Während viele Konkurrenten erst jetzt auf diesen Trend reagieren, setzte sedda bereits seit den 1990er Jahren auf lösungsmittelfreie Produktion und die Langlebigkeit seiner Möbel und hat sich damit als Vorreiter etabliert. Diese nachhaltige Ausrichtung hat dem Unternehmen eine starke Positionierung bei den Kunden verschafft.

„Nachhaltigste Polstermöbelmarke kommt aus Wallern" - market Studie 2023

Ob als Vorreiter mit der lösemittelfreien Klebtechnik oder recycelbaren, hautfreundlichen und allergieneutralen Polstermaterialien, die Produktökologie steht schon seit drei Jahrzehnten im Focus der sedda-Entwicklungen.



Design und Ästhetik

Ästhetik spielt eine große Rolle beim Möbelkauf. Modernes, stilvolles und funktionales Design ist oft entscheidend. Viele Konsumenten bevorzugen Möbel, die sich gut in ihre bestehende Einrichtung integrieren lassen und gleichzeitig ein individuelles Statement setzen. Die Zusammenarbeit mit internationalen Designern hat viel zum Imagewandel der sedda-Produkte beigetragen.

Funktionalität und Komfort

Praktische Aspekte wie Stauraum, Flexibilität oder Multifunktionalität sind zunehmend gefragt. Insbesondere in kleineren Wohnungen suchen Konsumenten nach Lösungen, die Platz sparen und vielseitig einsetzbar sind. Als innovativer Entwickler von Funktionen auch für Designergarnituren hat sich sedda auch bei der letzten Fachmesse „Möbel Austria" einen besonderen Namen gemacht.

Service und Beratung

Ein guter Kundenservice, persönliche Beratung und Dienstleistungen wie Lieferung und Montage können ausschlaggebende Faktoren sein. Viele Konsumenten, vor allem aber unsere Hotelleriekunden schätzen es, wenn sie gut informiert und beraten werden, bevor sie eine Entscheidung treffen.

Individualisierungsmöglichkeiten

Die Möglichkeit, Möbel nach Maß oder den eigenen Vorstellungen zu gestalten, ist ein Trend, der immer mehr an Bedeutung gewinnt. Konsumenten schätzen es, wenn sie ihre Möbel personalisieren können, sei es durch die Wahl der Materialien, Farben oder Abmessungen.

Mit dem neuen 3D-Konfigurator unterstützt sedda nicht nur die manchmal fehlende Vorstellungskraft der Konsumenten, sondern vor allem die Handelspartner in der Verkaufsberatung.

Gesundheit und Wohngesundheit
Möbel, die ohne schädliche Chemikalien hergestellt wurden und sich positiv auf das Raumklima auswirken, sind besonders bei gesundheitsbewussten Käufern gefragt. Hier kann sedda mit allergieneutralen, Ökotex-geprüften Materialien, lösemittelfreier Herstellung und vor allem mit dem Österr. Qualitätsgütesiegel punkten.

Der Konsument bestätigt die Marke sedda durch Ihre Erfahrungen und Bewertungen
Die Möbelmarktstudien der letzten 3 Jahre bestätigen, dass sedda mit seiner Produkt- und Markenstrategie genau diese Kundenwünsche auf einer breiten Basis abdeckt.

Persönliche Weiterempfehlung im Bekannten- und Verwandtenkreis ist bekanntlich eine der effizientesten Marketingschienen. Auf diese kann sedda bauen.

Wie die Markenstudie Österreichs - der MARKET MARKTTEST - erhoben hat, wurde sedda innerhalb der österreichischen Möbelproduzenten mit dem **ersten Platz in der Kategorie „Weiterempfehlung"** ausgezeichnet und erhielt dafür schon 2021 den MARKET Quality Award.

„sedda ist die nachhaltigste Polstermöbelmarke Österreichs!" lautet dann die Aussage in der aktuellen Marktforschungsstudie 2023 über Polstermöbelmarken in Österreich mit der besten Bewertung im Teilbereich „Nachhaltigkeit". Die repräsentative Studie bewertet die methodische Expertise heimischer Unternehmen in Hinblick auf wegweisende Kriterien, die nachhaltig die Zukunft bestimmen.

Das Familienunternehmen aus Oberösterreich konnte sich gegenüber 25 weiteren Marken in drei wichtigen Kategorien zu den besten Brands Österreich's zählen. Mit **Platz 2 in Kategorie „Kaufbereitschaft"** zeigen die Möbelkonsumenten eine sehr hohe Bereitschaft, die hochwertigen Premium-Polstermöbel aus Wallern zu kaufen. Die Konsumenten empfinden das Preis-Leistungs-verhältnis der oberösterreichischen Marke als der Qualität entsprechend und hervorragend.

Die Marke eines Unternehmens ist der wichtigste Wertfaktor und eine zentrale Wettbewerbsgröße. sedda hat im Zuge der Brand Navigator Studien in Österreich unter seinen Nutzern ausgezeichnet abgeschnitten.

Forschung und Entwicklung

Innovationen sind der Schlüssel, um sich langfristig auf dem Markt zu behaupten und die Kundenbindung zu stärken. Das Unternehmen verfolgt eine proaktive Forschungs- und Entwicklungspolitik, die kontinuierlich auf Produktverbesserungen und Neuentwicklungen abzielt.

Derzeit verstärkt sedda die Zusammenarbeit mit renommierten Designern, um den hohen Ansprüchen im Premiumsegment gerecht zu werden.

Designorientierte Modellpolitik

Um die **Zielgruppe designorientierter Fachhändler mit finanziell besser gestellten Möbelkonsumenten** zu erreichen, trägt die verstärkte Zusammenarbeit mit namhaften Designern seit 2024 Früchte. Dies findet auch Niederschlag in den zahlreichen Prämierungen seit 2024:

- 2025 - **redDot Award** für die Designer Outdoorkollektion GIBRALTAR (Designer : Sven Dogs)



reddot winner 2025

- 2025 - **Austrian Design Award** von Schöner Wohnen für das Bettenmodell ARIA



BEST of DESIGN | SCHÖNER WOHNEN

Risikomanagement

Ziel des Risikomanagements ist die Sicherung gegen finanzielle Risiken jeglicher Art. Beim Finanzmanagement verfolgt das Unternehmen eine durchaus konservative Risikopolitik.

Durch Finanzierung der Investitionen aus Eigenmitteln und ausreichend vorhandenen liquiden Mitteln besteht kein Liquiditätsrisiko. Preiserhöhung seitens der Lieferanten konnte dank einer verstärkten internationaler Einkaufspolitik abgewendet werden bzw. durch Preiserhöhungen weitergegeben werden.

Seitens der Lieferanten setzt das Unternehmen auf eine Partnerschaft und Kooperation. Ein Währungsrisiko besteht aufgrund der aktuellen Lieferantenstruktur kaum.

Das Debitorenrisiko wird durch eine strenge Bonitätsprüfung, Delkredereversicherungen diverser Zentralregulierer von Möbelverbänden und Zusammenarbeit mit den Inkassobüros sehr minimal. Das Unternehmen verfügt über ein effizientes Mahnwesen. Forderungsausfälle sind dadurch kaum vorhanden.

Die Verwandlungssysteme gehören zu den führenden in der Möbelbranche und wurden im eigenen Haus entwickelt. Sie sind durch eigene sowie durch Patente von langjährigen Lieferanten europaweit geschützt. Für neue Entwicklungen wurden bereits zahlreiche EU-Patente eingereicht.

Aussichten 2025 / 2026

Die wichtigsten Ziele unseres Unternehmens für die nächsten 2 Jahren sind:

- Umsatz-Zugewinn im mittelständischen Handel und der Hotellerie
- Stabilisierung und Ausbau des Umsatzes
- Ausbau margenstarker Services/Partnerschaften
- Sicherung von Liquidität & Marktanteilen
- Ausgeglichenes Ergebnis für 2025 anstreben
- Turnaround mit positivem Ergebnis 2026

Neukunden - Potentiale

sedda ist einer der wenigen verbliebenen, heimischen Vollsortimentsanbieter im Bereich Sitzen und Schlafen und aufgrund des hohen Qualitätsbewusstseins, der Innovationskraft und der Nachhaltigkeit für den Konsumenten, aber auch für den heimischen Möbelhandel ein kompetenter Partner.

Für den heimischen Konsumenten steht der österreichische Möbelhersteller hoch im Kurs. Außerdem gibt der Österreicher im europäischen Vergleich das meiste Geld für Einrichtung aus.
Die Kaufzurückhaltung der letzten Jahre hat dazu geführt, dass die Werte, die der Konsument für sein sauer verdientes Geld erwartet, genauer unter die Lupe genommen werden.

Auf der Fachmesse MÖBEL AUSTRIA im Mai 2025 unterstrich sedda die Beliebtheit beim heimischen Möbelhandel, da die neuen Kreationen genau die aktuellen Megatrends des heimischen, aber auch internationalen Möbelmarktes getroffen haben. Dies widerspiegelt sich in den zahlreichen Auszeichnungen, die sedda in den letzten Jahren erhalten hat.

Weniger Mitbewerber - Chance für neue Partnerschaften

Einige Mitbewerber sind aufgrund von Werksschließungen (Insolvenz, Nachfolgerprobleme etc.) schon aus dem deutschsprachigen Markt verschwunden sind und haben dadurch den Weg zu neuen Partnern im Fachhandel für sedda geebnet.

Der Wegfall eines Großflächenanbieters orientierte sich der Möbelhandel neu. Mit einer geschickten Sortimentspolitik konnte sedda bis Herbst 2025 fast 200 kleine familiengeführte Möbelhändler reaktiveren.

2025 wurden auch neue Kooperationen mit Einkaufsverbänden abgeschlossen, deren Focus auf familiengeführte, mittelständische Einrichtungshäuser und der Hotellerie liegen.

Fazit

Nachdem neben den laufenden und für 2026 geplanten Einsparungs- und Optimierungsmaßnahmen der Umsatz hauptentscheidend für die Ertragsentwicklung ist, sollte durch vorhandenen Neukunden-Potentiale ein Turnaround für 2026 möglich sein.

Da die Reorganisation des Unternehmens, die bessere Kostenstruktur, der verbesserte Einkauf und die trendige Modellpolitik auf dieses Vorhaben ausgerichtet sind, sollte die Zukunft als heimischer Möbelhersteller abgesichert sein.

Wallern, 20.10.2025

Ursula Ragailler

Mag. Roland Ragailler