LAGEBERICHT ÜBER DAS GESCHÄFTSJAHR 2025/2026

1) ALLGEMEINER ÜBERBLICK ÜBER DEN SPIELZEUGMARKT

Die gesamte Weltwirtschaft steht unter enormem Druck dieser Tage. Der wieder begonnene Irankrieg beeinflusst in negativer Weise Energiepreise, Logistikketten und Inflation; und Billig-Importe aus Asien per Plattformen wie Temu, Tik Tok oder Shein nehmen kontinuierlich an Bedeutung zu, trotz aller Beteuerungen der EU, dieses Problem anzugehen. Die Konsumenten selbst sind ein Problem. Jeder Käufer von gefährlichen Billigprodukten hat mit schwerwiegenden rechtlichen Problemen zu rechnen, sobald ein Unglück mit Produkten passiert, die nicht den europäischen Sicherheitsnormen entsprechen.
Für 2026 ist Piatnik trotz der Rahmenbedingen noch optimistisch. Unsere Klassiker und viele erfolgversprechende Neuheiten bilden die Grundlage für eine positive Entwicklung. Das Inland soll dabei stärker zulegen als der Export.
Die meisten europäische Spielzeugmärkte rechnen aktuell mit Wachstum.
Es sind aber nach Ländern unterschiedliche Produkte erfolgreich, und auch die Bedeutung des Handels ist unterschiedlich. Webshops werden in manchen Ländern sehr intensiv, in anderen nur gelegentlich für den Spielzeugeinkauf genützt.

2) BESCHAFFUNGSMARKT

Der Materialeinsatz, zusammengesetzt aus Vormaterialien und Fertigprodukten hat sich unauffällig gezeigt, und ist prozentual von der Betriebsleistung leicht gestiegen.

3) ARBEITSMARKT

Der Personalaufwand ist zum Vorjahr leicht gestiegen, der durchschnittliche Mitarbeiterstand unter Verwendung des Vollzeitäquivalents betrug im Berichtsjahr 83,7 (Vorjahr 85,1) Personen. Durch Pensionierungen und Neuaufnahmen gab es einige Personalwechsel.

4) ABSATZMARKT

Die Entwicklung der Umsätze war im Jahr 2025 regional sehr unterschiedlich: im DACH-Raum gesamt erzielten wir zweistellige Steigerungen, Webshops trugen dazu wieder verstärkt bei.

Der gesamte Export ist stabil auf hohem Niveau, die Österreichumsätze waren einstellig rückläufig.

Durch die starke Präsenz deutscher Handelsunternehmen in Österreich sind Österreich- und Deutschlandumsätze jedoch nur mehr schwer zu trennen.

Das Weihnachtsgeschäft in Mitteleuropa war leider verhalten und die Dezember und Jänner Umsätze enttäuschend.
Sorge bereitet das weitere Zurückgehen der Anzahl an Fachgeschäften, sogar große Ketten müssen schließen oder nehmen Spielzeug aus dem Sortiment.

Die Umsätze in Ungarn, Tschechien und Deutschland sind kräftig gestiegen.
Die wiedergewonnene Distribution von Playmobil in HU und CZ hat unsere dortigen Umsätze gestützt.

5) INVESTITIONEN

Die Investitionen betrugen im Berichtsjahr T€ 292 (VJ T€ 107). Es waren im Wesentlichen:
Eine Faltmaschine, eine Banderoliermaschine, ein Spielkartenpaketübergabegerät, ein Förderband, Fenster im Wohnhaus in der Hütteldorfer Straße, eine Heizkessel Instandsetzung, der Ankauf eines VW-Caddy, Investitionen in 3 Wohnungen am Firmengelände sowie einiges an EDV-Ausstattung.

6) FINANZIERUNG

Die Forderungen gegenüber den verbundenen Unternehmen sind um 4,37 % gestiegen.

Bei den auf der Aktivseite erfassten Finanzinstrumenten stellen die in der Bilanz ausgewiesenen Beträge gleichzeitig das maximale Ausfallrisiko dar.

Der Marktwert der flüssigen Mittel und kurzfristigen Veranlagungen, kurzfristigen Forderungen und Verbindlichkeiten entspricht aufgrund der täglichen oder kurzfristigen Fälligkeiten im Wesentlichen dem Buchwert. Für derartige Finanzinstrumente werden aufgrund der täglichen oder kurzfristigen Fälligkeit keine Sicherungsgeschäfte gegen das Preisänderungsrisiko abgeschlossen.

7) WÄHRUNGSRISIKO

Da nahezu alle Handelsgeschäfte in Euro abgeschlossen werden, bestehen nur geringfügige Fremdwährungsrisiken in USD und GBP. Das geringe Fremdwährungsrisiko wird von der Gesellschaft getragen.

8) ZWEIGNIEDERLASSUNGEN

Die Gesellschaft hat keine Zweigniederlassungen.

9) AUSBLICK AUF DAS GESCHÄFTSJAHR 2026/2027

Zur Unsicherheit durch die Kriege in der Ukraine und im Iran ist der von Präsident Trump begonnene weltweite Handelskrieg dazugekommen.

Unsicherheit und volatile Märkte werden uns daher in diesem Jahr auch begleiten.

Trotzdem sind unsere Umsätze in den ersten Monaten des neuen Geschäftsjahres wieder gestiegen, wir haben robust und optimistisch mit weiteren Steigerungen bei Umsatz und Ergebnis budgetiert.

10) UMWELTBERICHT / SOZIALBERICHT

Die Gesellschaft legt großen Wert auf die Verwendung umweltfreundlicher Materialien und versucht den Anteil an Abfallstoffen möglichst gering zu halten.

Die durchschnittliche Beschäftigtenzahl unter Verwendung des Vollzeitäquivalents beläuft sich auf 83,7 Mitarbeiter. Die Gesellschaft zeichnet sich durch eine geringe Fluktuationsrate aus, wodurch ein hohes Maß an Kontinuität gewährleistet ist.

11) FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

Die Gesellschaft unternimmt jährlich bedeutende Entwicklungsanstrengungen, um etwa 200 neue Kartenspiele, Gesellschaftsspiele sowie Puzzles marktreif zu machen und attraktive Handelswaren zu finden.

Eine ähnlich hohe Zahl an Artikeln fällt jährlich aus dem Erzeugungs- und Vertriebsprogramm heraus. Es werden mehrere Hundert Produktvorschläge von Spieleautoren getestet, Produktnamen in mehreren Sprachen gefunden, Wortmarken und teilweise Bildmarken angemeldet, mit externen und internen Kreativen graphische Umsetzungen entwickelt, Ausstattungen für die Spiele je nach Bedarf entwickelt oder zugekauft (Spielfiguren, Timer, Stanzteile, Kunststoffteile, Holzfiguren, etc.), erfolgreiche Produkte in andere Sprachgebiete übergeführt. Daher entstehen neben graphischen, rechtlichen und übersetzungstechnischen Kosten auch solche für Stanzen, Formen, Entwürfe, Werkzeuge, Markenanmeldungen, etc.

Etwa ein Drittel der Umsätze der Spielzeugindustrie werden im Durchschnitt mit Produkten erzielt, die erst ein oder zwei Jahre alt sind. Nur sehr wenige der etwa 3.000 im deutschen Sprachraum erhältlichen Brettspiele sind älter als 10 Jahre.
In unserem Fall sind das z.B. die Spiele Activity (36 Jahre), Rummikub (76 Jahre), sowie DKT, das sein 90. Jubiläum feiert.

Diese Klassiker geben uns neben dem legendären Ruf unserer Spielkarten in Mitteleuropa wertvolle Stabilität im hektischen Spielzeuggeschäft, in dem sich Neuheiten nur sehr vereinzelt dauerhaft durchsetzen.

Wien, am 10. Juni 2026

Die Geschäftsführung

KommR Mag. Dieter Strehl

DI Wolfgang Mayr-Kern