Lagebericht für das Geschäftsjahr 2025
Enilive Marketing Austria GmbH

1. Geschäftsverlauf, Geschäftsergebnis und Lage des Unternehmens

1.1 Allgemeines Umfeld – Österreichs Wirtschaft[1]

Die österreichische Wirtschaft konnte im Jahr 2025 nach zwei Rezessionsjahren wieder ein positives Wirtschaftswachstum verzeichnen. Mit 0,6% fiel dieses Wachstum jedoch nur schwach aus. In den Jahren 2026 und 2027 sollte sich das Wachstum leicht auf 0,8% und 1,1% beschleunigen – für einen Aufschwung nach einer Rezession eine sehr verhaltene Entwicklung. Die Exportwirtschaft als tragende Säule der österreichischen Wirtschaft stand unter mehrfachem Druck. Neben der schwachen deutschen Industriekonjunktur belasteten die US-Zölle, hohe Lohn- und Energiekosten sowie die zunehmende Konkurrenz Chinas die Exportentwicklung. In der Folge beurteilte die exportorientierte Industrie – trotz einer leichten Erholung im Jahr 2025 – ihre Lage noch mehrheitlich eher pessimistisch.

Die privaten Konsumausgaben wuchsen 2025 nur geringfügig um 0,5%, da die real verfügbaren Haushaltseinkommen um 0,4% zurückgingen. Der moderate Konsumanstieg wurde durch einen Rückgang der Sparquote ermöglicht.

Das anhaltend niedrige Wirtschaftswachstum führte im Jahr 2025 zu einem merklichen Anstieg der Arbeitslosigkeit. Die Arbeitslosenquote gemäß AMS stieg um 0,5 Prozentpunkte auf 7,5%.

Die Inflation blieb 2025 mit 3,6% hoch, wird jedoch im Jahr 2026 deutlich auf 2,4% zurückgehen und stabilisiert sich in den Jahren 2027 und 2028 bei 2,1%. Hauptgründe für den Rückgang der Inflation sind das schwächere Lohnwachstum, Basiseffekte bei den Energiepreisen, rückläufige Rohstoffpreise für Energie und die Aufwertung des Euro.

Der öffentliche Budgetsaldo verbesserte sich 2025 auf -4,5% des BIP. Für 2026 und 2027 wird ein Wert von -4,2% erwartet.

[1] Vgl. „GESAMTWIRTSCHAFTLICHE PROGNOSE der OeNB für Österreich“

1.2 Die finanzielle Entwicklung

Das Ergebnis vor Steuern betrug EUR 16,1 Millionen und hat sich damit um EUR 2,6 Millionen gegenüber dem Vorjahr verringert.

Der Bruttoumsatz (inkl. Mineralölsteuer, exkl. Umsatzsteuer) belief sich im Berichtsjahr auf EUR 591,3 Millionen und lag somit 7,3% unter dem Vorjahr, was vor allem auf geringere Verkaufspreise zurückzuführen ist.

Insgesamt wurden 368.963 Tonnen abgesetzt, was einen Anstieg von 4,8% zum Vorjahr bedeutet (Vorjahr: 351.940).

Im Geschäftsjahr 2025 betrug die Eigenkapitalquote (Eigenkapital im Verhältnis zur Bilanzsumme) 20,1% (Vorjahr: 20,0%). Die Eigenkapitalrentabilität (Betriebsergebnis im Verhältnis zum Eigenkapital) betrug 2025 72,1% (Vorjahr: 83,0%), wobei der Rückgang vor allem durch ein niedrigeres Betriebsergebnis bewirkt wurde.

Im Jahr 2025 betrug die Anlagenintensität (Anlagevermögen im Verhältnis zum Gesamtvermögen) 37,9% (Vorjahr: 35,1%). Das Working Capital (kurzfristige Aktiva abzüglich kurzfristiges Fremdkapital) betrug 2025 EUR -16,1 Millionen (Vorjahr: EUR -12,9 Millionen).

Es gab im Jahr 2025 keine Nettoverschuldung (verzinsliches Fremdkapital abzüglich liquider Mittel).

1.3 Tankstellengeschäft

Tankstellenanzahl

Per 31.12.2025 umfasste das Tankstellennetz der Enilive Marketing Austria GmbH 130 Service-Stationen und hat somit um 8 DODO (dealer owned, dealer operated) Stationen weniger gegenüber dem Vorjahr.

Investitionen

Die in den vergangenen Jahren initiierte Non-Oil Strategie im gesamten Tankstellennetz wurde 2025 mit hoher Intensität fortgesetzt. Das „Mokka"-Design als Markenzeichen unserer

Shops und Enilive Cafès macht diese noch attraktiver für unsere Kunden. Die bereits etablierten Non-Oil Konzepte wurden weiter verbessert und das Angebot erweitert.

Der Roll-out des erfolgreich getesteten Supermarktformat *Despar express* wurde gestartet, sodass wir mit Jahresende nun gruppenübergreifend 19 Enilive Service Stationen mit *Despar express* betreiben. Dies unterstreicht klar das Ziel, das Geschäft immer mehr in Richtung Non-Oil zu erweitern und mehr Wertschöpfung daraus zu erwirtschaften.

Im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie wurde der Biokraftstoff HVO im Tankstellennetz an weiteren Stationen ausgebaut und zusätzliche große Kunden, hauptsächlich über Multicard, für dieses Produkt gewonnen. Der Ausbau der e-Ladestationen an unseren Service Stationen wurde weiter forciert.

Zusätzlich wurden Stationen mit Photovoltaikanlagen am Dach ausgestattet und alte Heizölheizungen durch moderne Wärmepumpen ersetzt.

Treibstoffe

Der Absatz von Benzin und Dieselkraftstoff ist im Jahr 2025 im Vergleich zum Vorjahr um 5,3% gesunken.

Marketing & Kommunikation

Neben den monatlichen Shop Promotionen wurden Schwerpunktkampagnen (Kaffee, Backshop, Shop, Car Wash) durchgeführt, die ergänzend mittels nationaler Hörfunkspots beworben wurden. Dadurch konnten die Non Oil-Umsätze im Vergleich zum Vorjahr gesteigert werden. Durch die effektive Bewerbung über die ÖAMTC Kooperation wurde in die Steigerung des Bekanntheitsgrads des Unternehmens investiert. Der Launch der Enilive App hat einen wichtigen Meilenstein in der digitalen Kommunikationsstrategie markiert.

1.4 Wholesale

Die Verkaufsmengen und die Gesamtmarge lagen im Jahr 2025 über dem Vorjahresniveau. Hinsichtlich der Erträge konnten die gesetzten Ziele ebenfalls übertroffen werden, was unter anderem auch durch die Verkäufe des Biokraftstoffes HVO erreicht werden konnte.

Die gesetzlichen Rahmenbedingungen für die Branche wirken sich zum Nachteil auf das Geschäft mit fossilen Mineralölprodukten aus.

1.5 Supply

Seit 2011 ist die Supplystruktur der Enilive Marketing Austria GmbH komplett an die Struktur der Enilive Austria GmbH angepasst. Dies brachte wichtige wirtschaftliche Vorteile sowohl auf der Produktkostenseite als auch auf der Logistikseite.

1.6 Logistik

Seit 2013 ist die Logistikstruktur an die Struktur der Enilive Austria GmbH vollständig angepasst und hat dabei wirtschaftliche Synergieeffekte in den Bereichen Primär- und Sekundärlogistik gebracht.

1.7 Personal und Soziales

Nach der Zusammenführung der Mitarbeiter:innen in der Enilive Austria GmbH im Jahr 2012 sind keine Mitarbeiter:innen mehr in der Enilive Marketing Austria GmbH beschäftigt.

Im Jahr 2025 wurde in der Enilive Marketing Austria das neue Enilive Regelsystem weiter implementiert und die lokalen Regelwerke entsprechend angepasst und aktualisiert.

1.8 HSE – Health, Safety and Environment

Enilive Marketing Austria GmbH nimmt ihre Verantwortung zu den Themen Gesundheit, Sicherheit und Umweltschutz sehr ernst. Durch ein unternehmenseigenes Sicherheits- und Umweltmanagementsystem wird gewährleistet, dass sämtliche Auflagen und Gesetze erfüllt werden. Die HSE-Aktivitäten werden in Form von Zertifikaten nach außen dokumentiert (ISO 9001, ISO 14001, ISO 50001, ISO 45001), und deren Gültigkeit im Jahr 2025 bestätigt.

Enilive Marketing Austria GmbH, die keine eigenen Mitarbeiter beschäftigt, achtet besonders auf die sicheren Arbeitsbedingungen ihrer Auftragnehmer und unterzieht ihre Auftragnehmer einem wiederkehrenden Prozess von Qualifizierung, Auditing, Beobachtung und Bewertung, der die höchste HSE-Leistung garantiert. Im Jahr 2025 haben alle Auftragnehmer den Prozess erfolgreich abgeschlossen.

2. Risiko Management

Enilive Marketing Austria GmbH ist im Rahmen ihrer geschäftlichen Tätigkeit unterschiedlichsten Risiken ausgesetzt, die untrennbar mit ihrem unternehmerischen Handeln verbunden sind. Die Risikopolitik des Unternehmens zielt darauf ab, vorhandene Chancen optimal auszuschöpfen und Risiken nur dann einzugehen, wenn ihnen im Gegenzug die Chance auf eine entsprechende Wertsteigerung gegenübersteht. Im Rahmen einer grundlegenden Risikobegrenzung geht das Unternehmen nur Risiken ein, die mit anerkannten Methoden und Maßnahmen innerhalb der Organisation handhabbar sind.

Das Risikomanagement ist als integraler Bestandteil in die Unternehmensführung und die Gestaltung der Geschäftsprozesse eingebunden. Übergreifende internationale Risiken im Zusammenhang mit Markenführung, Produktions- und Sicherheitsstandards, Finanzierung und Wertentwicklung werden zentral vom Konzern überwacht. Ein zielorientiertes Controlling sowie ein regelmäßiger Strategieabgleich sorgen dafür, dass bei unternehmerischen Entscheidungen Chancen und Risiken in einem ausgewogenen Verhältnis zueinanderstehen und frühzeitig erkannt werden.

Risiken im Hinblick auf Verfügbarkeit, Zuverlässigkeit und Effizienz der IT-Systeme werden durch laufende Anpassungsmaßnahmen begrenzt. Währungs-, Zins- und Liquiditätsrisiken unterliegen einem aktiven Treasury Management.

Enilive Marketing Austria GmbH hat sich im laufenden Geschäftsjahr keiner derivativen Finanzinstrumente bedient.

Aus heutiger Sicht weist das Unternehmen keine bestandsgefährdenden Risiken mit nennenswerter Eintrittswahrscheinlichkeit auf.

Die im Rahmen des Risikomanagement-Systems vorgesehenen Maßnahmen zur Früherkennung, Begrenzung und Bewältigung dieser Risiken werden regelmäßig überprüft und ergänzt. Zur Begrenzung und Bewältigung der Risiken sind über adäquate Versicherungslösungen hinaus jeweils risikoindividuelle Bewältigungsmaßnahmen vorgesehen. Eine Risikoanalyse sowie Möglichkeiten zur Begrenzung und Bewältigung von Risiken sind auch in der Strategie-Entwicklung verankert und fließen in die operative Planung ein.

3. Forschung und Entwicklung

Enilive Marketing Austria GmbH weist keine Forschungs- und Entwicklungskosten aus.

4. Zweigniederlassungen

Die Enilive Marketing Austria GmbH hat keine Zweigniederlassungen.

5. Perspektiven für das kommende Jahr

Enilive Marketing Austria GmbH geht von weiterhin herausfordernden Marktbedingungen für das kommende Jahr aus. Unter dieser Annahme wird eine positive Entwicklung der Ergebnisse erwartet.

enilive marketing austria

Wien, am 4. März 2026

Firmato digitalmente da: Massimiliano Del Moro
Organizzazione: ENILIVE S.P.A./11403240960
Data: 04/03/2026 16:02:09

Massimiliano Del Moro

Wien, am 4. März 2026

Vittorio Giuseppe Benini

Firmato digitalmente da: VITTORIO GIUSEPPE BENINI
Organizzazione: ENILIVE S.P.A. 11403240568
Data: 04/03/2026 12:53:26

Vittorio Giuseppe Benini

Wien, am 4. März 2026



Mag. Andrea Widowitz-Coss