Lagebericht für das Geschäftsjahr vom 01.01.2024 bis 31.12.2024

1. Geschäftsverlauf, Geschäftsergebnis und Lage des Unternehmens

1.1. Geschäfts- und Rahmenbedingungen

Die Haupttätigkeit der Gesellschaft ist der Vertrieb von Reinigungs- und Hygieneprodukten.

Der Hauptabsatzmarkt der RB Hygiene Home Austria GmbH ist Österreich, wo sie eine führende Marktposition innehat.

Der Gesamtmarkt im Bereich Wasch-, Putz- Reinigungsmittel (WPR) war laut Nielsen im Berichtsjahr leicht positiv. In einem höchst kompetitiven Umfeld musste die Gesellschaft leichte Marktanteilsverluste hinnehmen.

Wie auch in den letzten Jahren, so wurde auch im Jahr 2024 stark in TV und Media investiert, nicht zuletzt, um der verstärkten Konkurrenz entgegenzuwirken.

1.2. Geschäftsergebnis, Ertragslage

	2024	2023
Umsatz (in TEUR):	**35.634**	**35.923**
davon Ausland	**640**	**1.913**

	2024	2023
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EGT) (in TEUR)	**1.969**	**2.247**

Das Betriebsergebnis hat sich aufgrund rückläufiger Umsätze auf TEUR 1.969 verschlechtert.

	2024	2023
Umsatzrentabilität:	**5,7 %**	**5,9 %**
Betriebserfolg im Verhältnis zum Umsatz:	**5,5 %**	**6,3 %**

1.3. Vermögenslage

	2024	2023
Anlagenabnutzungsgrad:	**0%**	**0 %**
Umschlagsdauer Vorräte:	**62 Tage**	**49 Tage**
Eigenmittelquote (§ 23 URG):	**22,2 %**	**23,3 %**

(Berechnung siehe Beilage zum Lagebericht)

1.4. Forschung und Entwicklung

Die Gesellschaft übt keine eigenen Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten aus. Diese werden von den Konzerngesellschaften übernommen.

1.5. Zweigniederlassungen

Es bestehen keine Zweigniederlassungen der Reckitt Benckiser Hygiene Home Austria GmbH zum 31.12.2024.

2. Voraussichtliche Entwicklung des Unternehmens (Prognosebericht) § 243 Abs. 3 Z 2 UGB

Für das Jahr 2025 ist erneut mit einem sehr kompetitiven Marktumfeld zu rechnen. RB Hygiene Home Austria GmbH hat im Jahr 2025 den Anspruch durch Innovationen und weiterhin starke Vermarktungsaktivitäten die Marktanteile zu steigern.

Für das Gesamtjahr 2025 erwarten wir eine leichte Umsatzsteigerung bei weitgehend gleichbleibender operativer Marge.

3. Risikoberichterstattung

3.1. Allgemeine Beschreibung der wesentlichen Risiken

Risiken sehen wir insbesondere in der Umsatzgefährdung durch weitere Konzentration im Handel und damit einhergehendem weiteren Druck auf die Einkaufspreise des Handels, ferner größere Auswirkungen im Falle von Auslistungen aus dem Sortiment bei größeren Kunden. Weitere Risiken bestehen in eventuellen Marktanteilsverlusten, falls Mitbewerber ähnliche Produkte offensiv im Markt einführen. Durch intensive Pflege des Handels, exzellenten Service, qualitativ hochwertige Produkte und Aufbau starker Marken begegnen wir dieser Gefahr.

Für Liquiditätsrisiken sehen wir aufgrund der Finanzierung über den Konzern sowie aufgrund positiver Ergebnisse des Unternehmens die Eintrittswahrscheinlichkeit als gering an.

3.2. Finanzinstrumente

Preisänderungsrisiken sind durch Übereinkünfte mit den größten Kunden zumindest für ein Jahr minimiert.

Das Forderungsausfallrisiko ist durch eine Versicherung abgedeckt.

Liquiditäts- und Cashflowrisiken sind durch die Teilnahme am konzernweiten Cashpooling minimiert.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden keine derivativen Finanzinstrumente eingesetzt.

Wien, den 9. April 2025

Die Geschäftsführung:

gez.:

Alex Vyzas (May 7, 2025 10:00 GMT+2)

Alexandre Vyzas

Alexander Mueller (May 7, 2025 09:46 GMT+2)

Alexander Müller