Anlage IV

LAGEBERICHT

für das Geschäftsjahr vom 1. August 2024 bis 31. Juli 2025

der

Walter Heindl Gesellschaft m.b.H

1230 Wien, Willendorferstraße 4-8

INHALTSVERZEICHNIS

		Seite
1.	Geschäftliche Entwicklung	3
2.	besondere Ereignisse nach dem Bilanzstichtag (Nachtragsbericht)	5
3.	finanzielle Leistungsindikatoren	6
4.	voraussichtliche zukünftige Entwicklung (Prognosebericht)	7
5.	Risikomanagement und Forschung und Entwicklung	8

1. Geschäftliche Entwicklung

Die Walter Heindl Gesellschaft m.b.H. erfreute sich im abgelaufenen Geschäftsjahr 2024/25 – trotz der negativen wirtschaftlichen Auswirkungen infolge der hohen Inflation und der langanhaltenden Rezession bzw. der stark schwankenden Rohstoffpreise und der zunehmenden Konkurrenz in der Branche – eines sehr guten Geschäftsverlaufes.

Die Umsatzerlöse konnten insgesamt um rd. 4,3 % erhöht werden, der Wareneinsatz allerdings stieg vor allem auf Grund von gestiegenen Rohstoffpreisen inflationsbedingt um rd. 9.2 % %, der absolute Deckungsbeitrag hat sich dennoch geringfügig erhöht. Somit ist das EBITDA im Berichtsjahr um rd TEUR 336 gestiegen, dies ist unter den gegebenen Umständen von massiv steigenden Rohstoffpreisen (insbesondere Kakao und Nüssen) durchaus als Erfolg zu werten. Der Personalaufwand ist fast identisch hoch wie im Vorjahr, dafür sind die sonstigen Aufwendungen gering um 2,2 % gestiegen, weshalb das Jahresergebnis nach Steuern um rd. 5,3 % von rd. TEUR 2.666 auf rd. TEUR von TEUR 2.809 gesteigert werden konnte. Die Verkaufsmengen sind auf Grund der gestiegenen Preise jedoch zurück gegangen. Ebenso sind die Beteiligungserträge aus den Tochtergesellschaften um rd. 25 % gesunken. Hauptursache für den Umsatzwachstum ist die Entwicklung des Tourismusgeschäft und der temporäre Hype um die „Dubai-Style-Schokoladen", diese waren kurzfristig der zweitbeste Artikel im gesamten Sortiment.

Es ist gelungen, die gestiegenen Rohstoffpreise auf die Endverbraucherpreise weiterzugeben und die Konkurrenzfähigkeit wurde erhalten, da die Konkurrenzunternehmen teilweise noch höhere Preissteigerungen durchführten. Die Struktur zwischen Groß- und Einzelhandel hat sich geringfügig zu Gunsten des Einzelhandels verändert, das Geschäft mit eigenen Filialen inklusive dem Schokolademuseum ist von 42 % auf 45 % gestiegen, der Großhandelsumsatz somit von 58 % auf 55 % gesunken. Der Boom im Tourismusgeschäft in Wien macht sich belebend auf die Filialen in den Tourismusgebieten bemerkbar, ein Ende des Booms ist derzeit nicht absehbar. Neue Filialen wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr am Meiselmarkt (früher Franchisemarkt) eröffnet, keine Filiale wurde geschlossen.

Die Strategie geht daher verstärkt in Produkte mit österreichischer Tradition und österreichischer Herkunft der Ausgangsprodukte. Anlässlich des 70-jährigen Firmenjubiläums im Herbst 2023

entwickelten wir erstmals in der Geschichte der Confiserie Schokoladetafeln in zehn Varianten (Vollmilch, Edelbitter, Edelbitter Rumtrüffel, Vollmilch Habari Coco, Vollmilch Wiener Nougat, Edelbitter Nusskrokant, Mozart, Sissi, Edelbitter Walnuss und Feinstes Marzipan) erzeugt und auf dem Markt gebracht. Diese Produktinnovationen sind bei unseren Kunden sehr gut angekommen.

Die Produktpalette wurde stätig neu ausgebaut. Neue Produkte mit der einer speziellen Verpackung werden entwickelt, hier wurde sogar eine Ausschreibung gewonnen, Kunde ist die Schloss-Schönbrunn-Betriebs GmbH und der Verkauf erfolgt bei der Wiener Hofburg, Schlosshof und am Wiener Flughafen. Beispielswese wurden neue Produkte „Dessert-Mehlspeisen-Pralinen" und „Salzburger-Nockerl Pralinen" im Berichtsjahr entwickelt.

Eine neue Werbestrategie wird ausgebaut und entwickelt sich sehr zufriedenstellend: Der „123-tv-Fernsehkanal" und der „QVC-Fernsehkanal" in Deutschland zeigt verstärkte Auswirkungen insbesondere auf den Märkten in Österreich, Deutschland und der Schweiz. Die TV-show erfreut sich guten Anklang mit Botschaften wie „eine gute Praline ist wie ein Kuss, ein wahrer Genuss"!.

Die betriebswirtschaftliche Kennzahlen (siehe Punkt 3) haben sich durchgängig verbessert.

Die Kapazität der technischen Anlagen ist ungefähr auf dem Stand des Vorjahres geblieben. Wir sind stets dabei, unsere Qualität an technischer Ausstattung auf dem neuesten Stand „state-of-the art" zu halten. An Investitionen wurden der Umbau der Filialen in der Millenium City und das Museum getätigt.

Das Wachstumspotenzial für „exklusive Schokoladenprodukte" ist somit noch lange nicht ausgeschöpft.

2. besondere Ereignisse nach dem Bilanzstichtag (Nachtragsbericht)

Nach dem Bilanzstichtag ist die Gesellschaft vor allem mit der Durchführung des Weihnachts- und des Ostergeschäftes beschäftigt. Diese hat sich sehr gut entwickelt.
Im November 2025 wurde eine neue Filiale in Salzburg, Kranzlgasse, Ecke Getreidegasse eröffnet. Damit haben wir ein weiteres großes Ziel erreicht, nämlich den Markt auch in Salzburg mit einem großen Tourismusanteil zu erschließen.
Derzeit sind viele neue Produktvarianten im Entwicklungsstadium wie zB die Pistazien-Mozartkugeln, die Produkte werden stetig einem Redesign unterzogen.

	Finanzielle Leistungsindikatoren	2024/25	2023/24
	Rentabilitätskennzahlen	in EUR	in EUR
3.1.	**Ergebnis vor Zinsen und Steuern (Earnings before Interest and Tax - EBIT)**		
	Ergebnis vor Steuern	3 448 350,55	3 221 909,19
	+ Zinsen und ähnliche Aufwendungen	46 574,88	65 404,27
	Ergebnis vor Zinsen und Steuern	3 494 925,43	3 287 313,46
3. 2.	**Umsatzrentabilität (Return on Sales - ROS)**		
	Ergebnis vor Zinsen	3 494 925,43	3 287 313,46
	/Umsatzerlöse	30 720 051,05	29 460 767,12
	Umsatzrentabilität	11,38%	11,16%
3.3	**Kapitalrentabilität**		
3.3.1	**Eigenkapitalrentabilität (Return on Equity - ROE)**		
	Ergebnis vor Steuern	3 448 350,55	3 221 909,19
	/Eigenkapital	12 035 720,22	11 813 733,19
	Eigenkapitalrentabilität	28,65%	27,27%
3.3.2	**Gesamtkapitalrentabilität (Return on Investment - ROI)**		
	Ergebnis vor Zinsen und vor Steuern	3 494 925,43	3 287 313,46
	Gesamtkapital	16 604 486,49	16 816 978,49
	Gesamtkapitalrentabilität	21,05%	19,55%
3.3.3.	**Kennzahlen zur Vermögens- und Finanzlage**		
3.3.4.	**Nettoverschuldung (Net Debt)**		
	verzinsliches Fremdkapital	4 486 346,97	4 898 299,10
	- flüssige Mittel	4 187 691,44	3 393 022,13
	Nettoverschuldung	298 655,53	1 505 276,97
3.3.5	**Nettoumlaufvermögen (Working capital)**		
	Umlaufvermögen	9 250 825,25	8 948 988,42
	- kurzfristiges Fremdkapital	2 746 502,63	2 789 206,74
	Nettoumlaufvermögen	6 504 322,62	6 159 781,68
3.3.6	**Eigenkapitalquote (Equity Ratio)**		
	Eigenkapital	12 035 720,22	11 813 733,19
	/ Gesamtkapital	16 604 486,49	16 816 978,49
	Eigenkapitalquote	72,49%	70,25%
3.3.7	**Nettoverschuldungsgrad**		
	Nettoverschuldung	298 655,53	1 505 276,97
	/ Eigenkapital	12 035 720,22	11 813 733,19
	Nettoverschuldungsgrad	2,48%	12,74%

4. voraussichtliche zukünftige Entwicklung (Prognosebericht)

Die Walter Heindl Gesellschaft m.b.H. plant einen moderaten und nachhaltigen Wachstumsprozess in den kommenden drei bis fünf Jahren. Der Exportanteil ist im Berichtsjahr geringfügig zurück gegangen, weil nicht mehr mit deutschen Vertriebsmitarbeitern der Markt bearbeitet wird. Neue Vertriebskanäle und neue Kleinproduktpaletten und die Produktinnovationen sollen die eingeschlagenen Expansionsschritte stark unterstützen. Ziel ist ein moderates Wachstum des Umsatzes um 5 bis 10 Jahren in den kommenden Jahren.

Die Preise wurden inflationsbedingt um 10 bis 15 % erhöht, der Markt hat diese Preissteigerungen weitgehend akzeptiert.

Wir setzen auf Nachhaltigkeit und somit auf kleinere Verpackungseinheiten bzw. Produkteinheiten, sodass einerseits für Endverbraucher die Schwelle zum Kauf niedriger ist (der Kunde hat weniger Aufwand mit großen Verpackungen, Haltbarkeit der Produkte, Preisschwelle, etc.) und zweitens stellt dies auch der Reduktion von Verpackungsmengen dar. Dies ist u.a. unser Beitrag zu einem nachhaltigen Wirtschaften und zum Klimaschutz.

Die Produktpalette wird um immer noch kreativere Details laufend verbessert und verfeinert. Da das Gesamtwachstum die strategische Ausrichtung des Unternehmens ist, werden nur sehr wenige Produkte oder Filialen aufgelassen. Deshalb muss der erzielbare Deckungsbeitrag laufend kontrolliert und überprüft werden. Ziel ist eine Struktur von 50 zu 50 zwischen Groß- und Einzelhandel, weil beide Bereiche für die Auslastung der Produktionskapazitäten erforderlich sind.

Zukünftig wird verstärkt auf kleinere Verpackungseinheiten und auf Fair-Trade und möglichst gesunde Schokoladeprodukte gesetzt. Die große Produktpalette muss ständig beobachtet werden, unrentable Produkte oder nicht marktgerechte „Haushaltspackungen" und auch zu kostenintensive Vertriebspartnerschaften müssen wir eliminieren. Verdrängungseffekte zwischen Groß- und Detailhandel können in beiden Richtungen auftreten und müssen zukünftig weiterhin verstärkt beobachtet werden.

Unsere Gesellschaft verfügt über eine große private Photovoltaik-Anlage in Österreich. Die Geschäftsführung plant eine Verdreifachung der ausgebauten Flächen auf 3.000 Quadratmeter, um eine nachhaltige und unabhängige Energieversorgung in der Zukunft sicherzustellen.

In der Qualität unserer Schokoladeprodukte wollen wir uns von keinem Mitbewerber schlagen lassen!

5. Risikomanagement und Forschung und Entwicklung

Das bedeutendste Geschäftsrisiko der Walter Heindl Gesellschaft m.b.H. liegt in der Preisentwicklung von Kakao und anderen Rohstoffpreisen bzw. in der allgemeinen Konjunktursituation auf den inländischen Märkten und auf den zu entwickelten ausländischen Märkten. Die Rohstoffpreise werden ständig beobachtet, der Kakaopreis auf den internationalen Börsenmarkt ist in den letzten Jahren von US-$ 3.00,- auf US-$ 10.000,- gestiegen. Im Berichtsjahr sind die Rohstoffpreise wieder auf US-$ 5.000,- zurückgegangen. Dies betrifft den gesamten Schokoladenmarkt im In- und Ausland. Schokolade könnte sich daher immer mehr zu einem Luxusgut entwickeln. Derzeit ist daher eine leichte Entspannung auf den Rohstoffmärkten und ein erratisch schwankender Markt bei den Rohstoff- und bei den Energiemärkten zu beobachten. Wir glauben auf Grund unserer effizienten technischen Ausstattung auch im Vergleich zur Konkurrenz auf diese Entwicklungen gut gerüstet zu sein. Ein nachhaltiges Wirtschaften setzen wir auch durch Energiesparmaßnahmen im Produktionsbereich direkt um.

Die Walter Heindl Gesellschaft m.b.H. verfügt insbesondere wegen der guten Geschäftsergebnisse in den Vorjahren und den Gewinnthesaurierungen über eine sehr stabile hohe Eigenkapitaldecke (rund 72,48 % zum Gesamtkapital unter Einbeziehung der Investitionszuschüsse, im Vorjahr 70,25 %) als Risikopolster. Damit ist der Fortbestand unserer Gesellschaft auch langfristig gesichert. Zusätzlich werden die Produkte immer wieder verfeinert, sodass der Exklusivcharakter erhöht und die Preissensibilität verringert wird. Wir ruhen uns daher nicht auf vergangene Erfolge aus, sondern gehen neue innovative Wege.

Die Confiserie-Heindl zeichnet sich durch eine sehr geringe Personalfluktuation aus. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde der Personalstand von 260 auf 265 Mitarbeitern erhöht.

Die Geschäftsführung

Wien, 12. Jänner 2026