Lagebericht für das Geschäftsjahr 2024/2025

der

VF Austria GmbH
1010 Wien

Geschäftsverlauf und Lage des Unternehmens

Geschäftsverlauf

Allgemeine Entwicklung

Die VF Austria GmbH war im Geschäftsjahr 2024/25 Teil eines umfassenden Transformationsprozesses innerhalb der VF Corporation. Trotz eines herausfordernden wirtschaftlichen Umfelds – geprägt durch Konsumzurückhaltung, geopolitische Spannungen und inflationsbedingte Kostensteigerungen – konnte sich das Unternehmen stabil behaupten. Der Fokus lag auf der Umsetzung des globalen Programms **„Reinvent“**, das auf Effizienzsteigerung, Markenstärkung und nachhaltiges Wachstum abzielt.
Die VF Austria GmbH unterstützte aktiv die konzernweite Einführung von **„The VF Way“**, einem standardisierten Betriebsmodell, das markenübergreifende Synergien nutzt und Prozesse vereinheitlicht. Dies ermöglichte eine effizientere Steuerung der Geschäftsbereiche Outdoor, Active und Work, die auch in Österreich vertreten sind.

Marken- und Vertriebsentwicklung

Die VF Austria GmbH betreute im Berichtsjahr weiterhin die Kernmarken **The North Face**, **Vans und Timberland**. Diese wurden über den Großhandel, eigene Stores sowie digitale Kanäle vertrieben. Der Ausbau des **Direct-to-Consumer-Geschäfts** wurde weiter vorangetrieben, insbesondere durch Investitionen in E-Commerce und Omnichannel-Strategien.
Die Markenpositionierung wurde durch gezielte Marketingmaßnahmen und Produktinnovationen gestärkt. Die Einführung neuer Kollektionen mit Fokus auf Funktionalität, Design und Nachhaltigkeit trug zur positiven Entwicklung bei.

Nachhaltigkeit und Verantwortung

Nachhaltigkeit ist ein integraler Bestandteil der Konzernstrategie. Die VF Austria GmbH leistet ihren Beitrag zur Erreichung der globalen Ziele:

- Nutzung von **100 % erneuerbarer Energie** in allen eigenen Einrichtungen bis Ende GJ 2026
- Bezug von **mindestens 50 % recyceltem Polyester** bis GJ 2026
- Integration von **Klimarisiken** in das Risikomanagement
- Förderung von **Diversität, Inklusion und Mitarbeiterwohl**

Diese Maßnahmen sind Teil eines umfassenden ESG-Rahmens, der konzernweit umgesetzt wird.

Digitalisierung und Innovation

Im Zuge der globalen Digitalstrategie wurden auch in Österreich Investitionen in IT-Systeme, Datenanalyse und digitale Kundenerlebnisse getätigt. Die Einführung von „The VF Way“ ermöglichte eine stärkere Integration von Technologie in die Geschäftsprozesse, insbesondere im Bereich Supply Chain, Produktentwicklung und Kundeninteraktion.

Risikomanagement

Die VF Austria GmbH ist in das konzernweite Risikomanagement eingebunden. Relevante Risiken im Berichtsjahr waren:

- Volatilität in den Lieferketten
- Auswirkungen von Importzöllen und regulatorischen Änderungen
- Cybersecurity-Risiken
- Konsumverhalten in einem inflationsgeprägten Umfeld

Alle Risiken wurden aktiv überwacht und durch präventive Maßnahmen adressiert.

Ausblick
Für das Geschäftsjahr 2025/26 erwartet die VF Austria GmbH eine moderate Erholung des Konsumklimas. Die strategischen Prioritäten bleiben:

- Stärkung der Markenpräsenz im stationären und digitalen Handel
- Weiterentwicklung des Direct-to-Consumer-Geschäfts
- Umsetzung der Nachhaltigkeitsziele
- Fortführung der Effizienzprogramme im Rahmen von „Reinvent“

Die VF Austria GmbH sieht sich gut positioniert, um auch in einem dynamischen Marktumfeld nachhaltig zu wachsen.

Investitionsbereich

Im Jahr 2024/2025 wurden Investitionen in Höhe von T€ 661 getätigt. Die Investitionen betreffen im Wesentlichen Investitionen in fremde Gebäude (T€260), in sonstige Betriebs- und Geschäftsausstattung (T€197) und in Anlagen im Bau (T€ 204).

Finanzinstrumente

Die Gesellschaft verwendet keine derivativen Finanzinstrumente.

Personalbereich

Die durchschnittliche Zahl der Arbeitnehmer im Geschäftsjahr betrug:

	31.03.2025	31.03.2024
Angestellte, Arbeiter	88	77
Lehrlinge	0	0
Gesamt	88	77

Forschung und Entwicklung

Die Gesellschaft betreibt keine Forschung und Entwicklung.

Zweigniederlassungen

Es bestanden keine Zweigniederlassungen.

Lage des Unternehmens

Vermögenslage

Die langfristig gebundenen Mittel erhöhten sich von T€ 852 auf T€ 1.257. Die kurzfristig gebundenen Mittel erhöhten sich von T€ 17.079 auf T€ 17.956. Die Eigenmittel betragen nunmehr T€ 11.995 (VJ T€ 11.000). Die Ausstattung mit Eigenmitteln beträgt somit 62,43 % (VJ 61,35%).

Das gesamte Fremdkapital betrug T€ 7.218 (VJ T€ 6.931). Dabei ist das langfristig benötigte Fremdkapital um T€ 27 auf T€ 192 gesunken. Das kurzfristig benötigte Fremdkapital erhöhte sich um T€ 315 auf T€ 7.026.

Finanzlage

Der Nettogeldfluss aus laufender Geschäftstätigkeit beträgt im Geschäftsjahr -T€ 183 (VJ T€ 1.545).

Es ergibt sich ein Finanzmittelbestand von T€ 8.853 zum Bilanzstichtag am 31.03.2025. Zu Beginn des Geschäftsjahres betrugen die Finanzmittel T€ 9.697.

Die Betriebsleistung beträgt T€ 42.325 (VJ T€ 41.273).
Das Betriebsergebnis weist einen Betrag in Höhe von T€ 846 (VJ T€ 1.079) auf. Das Finanzergebnis beträgt T€ 427 (VJ T€ 477).

Nach Berücksichtigung der Steuern und der Rücklagenbewegung ergibt sich ein Jahresergebnis von T€ 995 (VJ T€ 1.171).

Voraussichtliche Entwicklung und Risiken des Unternehmens:

Insgesamt gehen wir für das Geschäftsjahr 2025/2026 von einer Umsatzsteigerung von ca. 3,1 % aus.

.....
Carsten Trenz

.....
Markus Hamm

.....
Martino Scabbia Guerrini

Wien, am 18. Juli 2025