Lagebericht Jahresabschluss 2025

Allgemeiner Geschäftsverlauf

Die Marktnachfrage nach unseren Produkten im fußbodennahen Profilebereich hat sich im Lauf des Jahres durch die Baukonjunktur und durch die allgemeine, inflationsbedingte Kaufzurückhaltung der Endkunden auf dem reduzierten Vorjahresniveau eingependelt. Im neuen Produktsegment der Wandverkleidungen konnte mit den Akustikpaneelen ein starkes Wachstum erzielt werden, und so das niedrigere Absatzniveau bei den Fußbodenprofilen kompensiert werden.

Durch die verhaltene Marktnachfrage ist auch das Absatzpreisniveau unter Druck geraten. Kundenseitig geforderte Preissenkungen konnten nur in abgeschwächtem Ausmaß mit sinkenden Rohmaterialpreisen abgefedert werden.

Im Geschäftsjahr 2025 wurde ein Umsatz von 102,4 Mio. € erzielt. Verglichen zum Vorjahr entspricht das einem Zuwachs von 13 %.

Gegenläufig zur sinkenden Nachfrage bei den Fußbodenprofilen entwickelte sich der Bereich der Neuprodukte sehr gut – ein Resultat der Anstrengungen und Projekte der letzten Jahre. So konnten absatzseitig wieder neue Kunden dazugewonnen und bestehende ausgebaut werden. Mit den Akustikprodukten konnte der Absatz vorwiegend am nordamerikanischen Markt stark ausgebaut werden.

Das Ergebnis vor Steuern (EBT) beläuft sich auf 14.685 T€, und liegt damit signifikat über dem Vorjahr.

Der neue Produktbereich Wandverkleidung mit dem Hauptprodukt FN Acustico (https://www.acustico.at) läuft stabil auf einem guten Niveau und hat sich zu einer wichtigen Sortimentssäule entwickelt. Diese Produktlinie ist für FN eine starke Ergänzung in der Innenraumgestaltung und folgt somit unserer Vision „In jedem Raum ein FN-Produkt – weltweit“. Im abgelaufenen Jahr wurde dazu die Fertigung optimiert und kapazitiv erweitert.

Für die zukünftige Erweiterung am Standort in Zell am Moos wurde direkt an die Betriebsliegenschaft ein Grundstück erworben. Damit wurde die Grundlage für die weitere Standortentwicklung geschaffen – die Planungen dazu starten 2026.

Im Berichtsjahr wurde die neue Produktlinie FN-ExtruPro entwickelt, und für die Herstellung dieser Produkte in eine hochmoderne Extrusionslinie an einem neuen Standort in der Nähe des Hauptwerks investiert. Mit diesem Neuprodukt und der voll integrierten Fertigung entsteht für FN ein neues Produkstandbein in einem neuen Kundensegment (Profihandwerker).

Am Jointventurestandort in den USA wurde mit der Investition in die Produktion von Akustikpaneelen gestartet und dazu die ersten Anlagen angeschafft. Mit der lokalen Fertigung schaffen wir Kundennähe und eine Entkoppelung der Zollabhängigkeit in den USA.

Die Preissensibilität am Absatzmarkt war getrieben durch die sinkende Nachfrage aus der Kaufkraftreduktion sowie der allgemeinen Marktunsicherheiten weiter hoch.

Die Einschätzung der Nachfrage gestaltet sich schwieriger und volatiler. Dies erfordert eine noch flexiblere Kapazitätsvorhaltung zur Deckung kurzfristiger Bedarfe.

Die Kompetenz im DIY-Bereich konnten wir trotz anspruchsvoller Marktbedingungen weiter ausbauen und zusätzlich Neukunden im DIY, Holzfachhandel und Bodenbelagsgroßhandel gewinnen.

Zum Ausbau der Vertriebsaktivitäten in Osteuropa wurde im 2. HJ 2025 eine Vertriebstochter in Polen gegründet, um damit vor Ort im Markt präsent zu sein und so den Markt in der Tiefe bearbeiten zu können.

Das Unternehmen investiert viel in Marketing, Vertrieb und Messepräsenz, um langfristig erfolgreich zu sein bzw. die Marke FN weiter bekannt zu machen. Diese Anstrengungen tragen kontinuierlich und nachhaltig zur Unternehmensentwicklung bei.

Mit unserem Produktspektrum sind wir als Branchenführer in punkto Qualität und Innovation bekannt und weiter bestrebt die Position zu festigen bzw. auszubauen.

Detaillierte Informationen auf unserer Homepage: www.fnprofile.com.

Prognosebericht

Die im letzten Jahr produktionsseitig aufgebaute Kunsstoffextrusion für die Kernsockelleiste (FN-ExtruPro) ist bereits im Echtbetrieb und wird laufend optimiert und automatisiert.

Die Markteinführung der ExtruPro ist mit Messeauftritten, Produktschulungen und Kundenaquise voll im Gang, und es werden bereits erste Kunden beliefert. Ein Vertriebsschwerpunkt für das neue Produkt ist die Vertriebstochter in Polen, wo bereits ein Lager für die Distribution eingerichtet wurde.

Mit dem Aufbau der Produktlinie FN ExtruPro und den Einstieg in die Kunsstoffextrusion schaffen wir die Basis für weiteres Wachstum Diversifizierung im Produkt- und Kundenportfolio.

Die neue Produktlinie der Wandpaneele hat sich sehr erfolgreich zu einem weiteren Produktstandbein entwickelt und wird weiter ausgebaut.

Diese Produkte haben entgegen dem stagnierenden Fußbodenmarkt ein gutes Marktwachstum, tragen sehr wesentlich zur positiven Unternehmensentwicklung bei. Durch das Marktwachstum und der hohen Marktpräsenz der Akustikpaneele kommt es durch den asiatischen Wettbewerb zu Preissenkungen am Markt. Um dem entgegenzuwirken, wird zum Anlagenbestand in eine neue, hochautomatisierte Fertigungsanlage für die Akustikpaneele investiert. Damit können wir die Produktkosten senken und uns so noch besser im Wettbewerb als europäischer Hersteller positionieren. Als zusätzlicher USP werden die Produkte auch kundenindividuell digital bedruckt – dies können wir mit sehr kurzen Lieferzeiten hausintern auf einer Digitaldruckanlage bewerkstelligen.

Das Joint Venture Unternehmen NSP Panels in den USA wird aktuell zu einem Produktionsstandort für Akustikpaneele ausgebaut. Damit festigen wird NSP im Markt, erhöhen mit der Vorortproduktion die Kundenattraktivität und reduzieren zugleich die Abhängigkeit von US-Einfuhrzollproblematik.

Zur weiteren Optimierung der Kundenattraktivität legen wir den Fokus auf die Steigerung der Lieferquoten – die erfolgt über die interne Wertschöpfungskette und schwerpunktmäßig auf der Ebene der Lieferantenentwicklung.

Die laufende Vertriebsoffensive für Bestands- und Neuprodukte wurde weiter intensiviert - konkret mit über 20 Messen in mehreren Kategorien (Publikums- und Hausmessen bei Kunden etc.). Hausmessen und Produktpräsentationen/Anwenderschulungen am Firmenstandort entwickeln sich immer mehr zu einem zentralen Marketing- und Kundenbindungsbaustein.

Die aktuelle Auftragslage ist im Hauptbereich der Profile für den Fußbodenmarkt auf dem Vorjahresniveau. Ein wesentlicher Nachfrageindikator ist die Entwicklung von Inflation und Kaufkraft. Dämpfend auf die Nachfrage unserer Produkte wirkt sich die aktuell schwache Baukonjunktur im Segment Neubau aus.

Beschaffungsseitig zeichnen sich künftig steigende Materialpreise – primär durch das kriegsindizierte Energiepreisthema ab. Die Versorgungssituation mit Rohstoffen ist trotzdem noch auf einem guten Niveau.

Das neue Jahr ist verhalten und etwas unter den Erwartungen angelaufen und umsatzmäßig unter dem Vorjahr. Durch die Markteinführung der Neuprodukte und Neukundengewinnungen sehen wir aber bereits steigende Tendenz.

Das neue Vertriebsunternehmen in Polen ist bereits am Markt aktiv, tätigt bereits Umsätze und wird heuer stark wachsen, und damit signifikant zum Ausbau der Marktposition in Osteuropa beitragen.

Mit den eingeleiteten Projekten und strategischen Initiativen gehen wir unter Zugrundelegung einigermaßen planbarer Umfeldfaktoren für das Jahr 2026 von einer positiven Umsatz- und Ergebnisentwicklung aus.

Zur Absicherung und Ausbau der Kundenbasis stehen wir mit einigen Neukunden in sehr konkreten Verhandlungen. Neukunden tragen nach den Anlaufkosten der Startphase bereits positiv zur Entwicklung bei.

In der Organisation arbeiten wir intensiv an der Verbesserung der Abläufe in Verbindung mit der Anwendungsoptimierung des ERP-Systems.

Im Bereich der Neuprodukte wird intensiv an der Einführung der unter F&E erläuterten Produkte gearbeitet und deren Rollout vorbereitet.

Zweigniederlassungen

Neuhofer Holz GmbH verfügt über keine Zweigniederlassungen.

Finanzbericht

KENNZAHLEN

Werte in Tsd €	2025	2024
Umsatzerlöse	102 376	90 617
Betriebsergebnis [EBIT]	14 922	5 967
Ergebnis vor Steuern	14 685	5 372
Umsatzrentabilität [Betriebsergebnis/Umsatz*100]	14,6%	6,6%
Gesamtkapitalrentabiliät [(Erg. n.St+Fremdkapitalzins)/Gesamtkapital*100]	11,8%	5,6%
Eigenkapitalquote [URG]	58,3%	54,2%
Anlagenintensität [Anlagevermögen/Gesamtvermögen*100]	51,6%	49,1%
Nettoumlaufvermögen [Working capital]	22 980	23 066
Nettofinanzverschuldung	864	9 328
Netto-Geldfluss aus der betrieblichen Tätigkeit vor Steuern	25 237	14 161
Netto-Geldfluss aus der betrieblichen Tätigkeit	22 152	12 945
Netto-Geldfluss aus der Investitionstätigkeit	-12 285	1 072
Netto-Geldfluss aus der Finanzierungstätigkeit	-3 567	-8 719

Finanz- u. Vermögenslage:

Die liquiden Mittel zum Stichtag haben sich um 6,3 Mio auf 19,8 Mio€ erhöht. Der Großteil ist für die anstehenden Investitionen reserviert.

Die Eigenkapitalquote konnte auf das sehr solide Niveau von 58,3% gesteigert werden. Zum Bilanzstichtag beläuft sich die Nettoverschuldung ggü. Kreditinstituten auf 0,9 Mio€ - dies entspricht einer Reduktion ggü. VJ um 8,5 Mio€.

Im abgelaufenen Jahr verfügte das Unternehmen durchgehend über eine sehr gute Liquidität. Zahlungsverpflichtungen ggü. Lieferanten wurden generell innerhalb der Skontofrist getätigt.

Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren:

Durch die Investitionen der letzten Jahre sind die personellen Qualifikationsanforderungen im Unternehmen deutlich angestiegen. Zur Sicherstellung der erforderlichen Qualifikation werden unsere MitarbeiterInnen intensiv intern und extern geschult.

Unternehmensinterne Arbeitsbedingungen werden laufend verbessert. Mit dem neuen Bürogebäude steht unseren Mitarbeitern ein sehr modernes Arbeitsumfeld zur Verfügung. Das eingeführte Gleitzeitmodell hat sich etabliert und wird gut angenommen. Diese Faktoren tragen wesentlich zur Mitarbeiterzufriedenheit und Attraktivitätssteigerung am Arbeitsmarkt bei.

Sehr attraktiv für unsere Mitarbeiter sind auch die modernen Sozialräume, die Begegnungszonen und allem voran die sehr gut ausgestattete Betriebskantine, welche auch für regelmäßige Mitarbeiterinformationen genützt wird.

Die Neuhofer Holz GmbH unternimmt laufend Anstrengungen, um Verbesserungen im Umweltbereich voranzutreiben. Der Betrieb der in 2022 errichteten PV-Anlage mit einer Leistung von 1MWp ist ein Meilenstein in der Eigenversorgung mit elektrischer Energie und trägt maßgeblich zur Verbesserung der Energiebilanz bei – weitere Möglichkeiten zum Ausbau der Eigenversorgungsquote mit PV sind in Planung. Der schonende und nachhaltige Ressourceneinsatz wird durch das Umweltmanagementsystem nach ISO 14001 unterstützt.

Mit externer Unterstützung wurde ein umfangreiches Projekt zur Vorbereitung auf die Nachhaltigkeitsberichterstattung gestartet – die erste, auf freiwilliger Basis erstellte Version ist demnächst verfügbar.

Risikobericht / Finanzinstrumente

► Absatzmarkt

Der Absatz zeigt eine höher werdende Nachfragevolatilität. Die Preissensitivität wird auch im nächsten Jahr hoch bleiben. Die Preisanspannung auf die Verkaufspreise ist durch die verhaltene Nachfrage stark angestiegen.

Großkunden versuchen wir mit Innovationen und speziellem Service an FN zu binden. Mit neuen Produkten (siehe F&E Bericht) können wir neue Absatzmärkte erschließen und so sortimentsmäßig und regional weiter diversifizieren.

► Rohstoffbeschaffung

Die Entwicklung der Rohmaterialpreise zeigt aufgrund des Irankriegs ausgelösten Verwerfungen am Energiemarkt steigende Tendenz, welche nur zeitverzögert an die Kunden weitergegeben werden kann. Zur Risikoabsicherung gibt es Potentiale in der Produkt- und Verfahrensoptimierung. Die Gesamtversorgungssituation hat sich durch die gesunkene Nachfrage entspannt. Punktuell wird zur Absicherung der Lieferfähigkeit das erhöhte Vorratsniveau gehalten.

► Rechtliches u. Politisches Risiko

In der derzeitig breit gestreuten Absatzstruktur sehen wir aktuell keine wesentlichen Einzelrisiken. Dem latenten Zollrisiko begegnen wir wie oben angeführt mit dem Aufbau einer Produktion in den USA. Das politische Risiko in den Kundenforderungen ist über eine Kreditversicherung gedeckt. Indirekte Auswirkungen kann es durch die anhaltenden Kriegshandlungen in der Ukraine/Nahost geben. Auf Ebene der EU wird die EUDR-Verordnung mit 1.1.2027 in Kraft gesetzt (Europäische Entwaldungs-Verordnung). Diese sehr umfassende Regulatorik wird alle Unternehmen, welche mit Holzprodukten und Produkte mit Holzinhaltsstoffen arbeiten, in der Umsetzung vor große Herausforderungen stellen. Im Unternehmen laufen umfassende Vorbereitungen um die Konformität mit der Verordnung mit Inkrafttreten sicherzustellen.

► Währungsrisiko

Basiswährung für Zukauf und Verkauf ist fast ausschließlich Euro, wodurch sich kein markantes, direktes Währungsrisiko darstellt. Umsätze in die USA werden auf USD Basis getätigt und sind vertraglich mit einer Währungsanpassungsklausel versehen. Ausgangsfakturen in Fremdwährungen werden künftig bedarfsbezogen mit Termingeschäften abgesichert, bzw mit Einkäufen in der Fremdwährung kompensiert. Für darüberhinausgehende Währungsrisiken aus dem USD-Einkauf haben wir Möglichkeiten auf Lieferanten in anderen Währungszonen auszuweichen.

► Debitorenrisiko

Die Kundenforderungen sind durch eine Kreditversicherung abgesichert. Aufgrund des breiten Kundenportfolios ist hier eine zusätzliche Risikominimierung gegeben.

Forschung und Entwicklung

Mit den ausgebauten Entwicklungsressourcen wurde eine neue Kernsockelleiste (ExtruPro) mit Wendegeometrie incl. dazugehöriger Anwendungstechnik entwickelt. Diese neue Produktlinie wird das nächste Standbein im FN-Produktportfolio.

Intensive Aktivitäten im Bereich Produktentwicklung haben analog den Vorjahren wieder neue, innovative Produkte zur Sortimentserweiterung und Komplettierung geschaffen. Schwerpunkte dazu waren und sind:

- Zubehör Akustikplatten – schraubloses System
- Akustikplatten mit trapezförmiger Lamelle
- Universal-Bodenprofil UPP08 / UPA08
- Raumtrenner in 2 Varianten (drehbar und fix)
- Aluminum-Schraubprofile FN scru-fix
- Kernsockelleiste FN-ExtruPro
- Zubehör für FN-Extru (Stanze,...)
- Wandverkleidungssystem Wally XXL
- Digital bedruckte Filzplatten

Diese Produkte wurden entsprechend für die Markteinführung vorbereitet bzw. befinden sich in der Rolloutphase. Die erforderlichen Investitionen für Markteintritt und Produktherstellung dieser Entwicklungen sind Großteils bereits getätigt worden.

Von diesen Produkten erwarten wir uns die Festigung und den Ausbau unserer Wettbewerbsposition.

Zell am Moos, am 04. Mai 2026

Franz Neuhofer jun.

Dipl.-Ing. Peter Baldinger