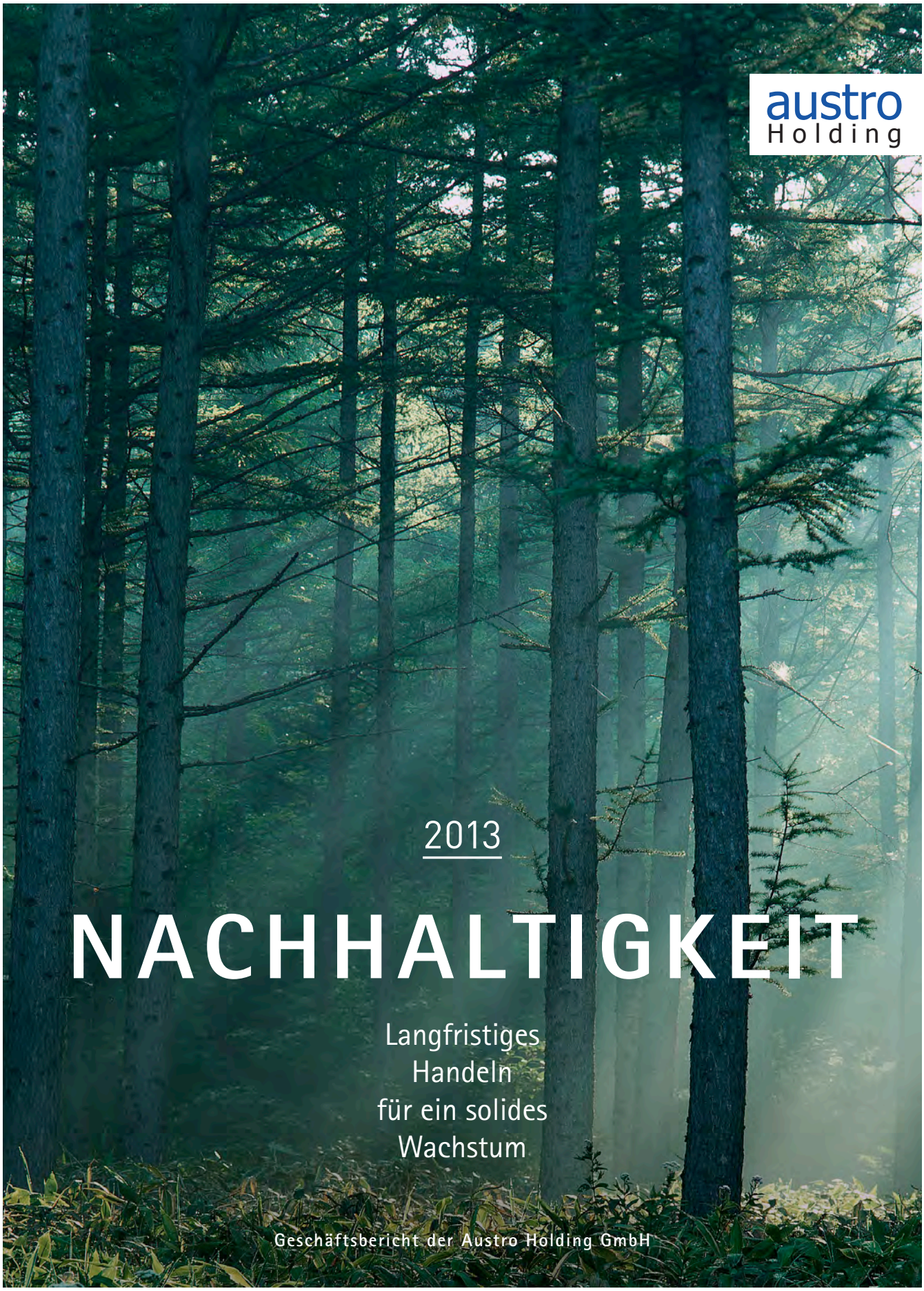
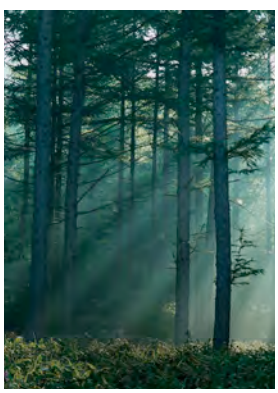

austro
Holding
2013
NACHHALTIGKEIT
Langfristiges
Handeln
für ein solides
Wachstum
Geschäftsbericht der Austro Holding GmbH



2013

NACHHALTIGKEIT

Geschäftsbericht
der
Austro Holding
GmbH

INHALT

VORWORT

Dr. Erhard F. Grossnigg 4

KAPITEL A

BERICHT DER GESCHÄFTSFÜHRUNG 8

BERICHT DES BEIRATSVORSITZENDEN 14

KAPITEL B

BETEILIGUNGEN

Ankerbrot AG 20
Kunert Fashion GmbH (Gruppe) 26
Neudoerfler Office Systems GmbH 32
Deutz-Fahr Austria Landmaschinen GmbH 38
Sleepwell Kauffmann GmbH 44
Domoferm International GmbH 50
BOS GmbH Domoferm Group 56
BBE Domoferm GmbH 60
HSE spol. s r. o. Domoferm Group 64
Lohberger, Heiz + Kochgeräte- Technologie GmbH 68
Dachstein Outdoor- und Lifestyle GmbH 74

KAPITEL C

KONZERNZAHLEN 82
KONZERNLAGEBERICHT 86

IMPRESSUM 96

Dr. Erhard F. Grossnigg Gründungsgesellschafter, Austro Holding GmbH

VORWORT

AUSTRO HOLDING – LANGFRISTIGES HANDELN FÜR EIN SOLIDES WACHSTUM

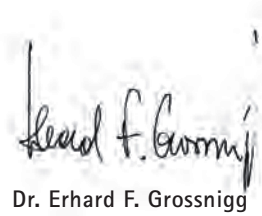
Es macht Freude, über ein erfolgreiches Geschäftsjahr zu berichten.

Dazu gehört in erster Linie mein Dank und meine Hochachtung allen Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen der Austro Holding und ihrer Beteiligungsunternehmen, die eine gute Arbeit geleistet haben.

Die Rahmenbedingungen sind nicht einfach, der globale Wettbewerb nimmt zu, und die Digitalisierung der Welt macht vor Produktionsbetrieben nicht halt. Daher gilt es, diese Entwicklungen aufmerksam zu beobachten, um gegebenenfalls schnell reagieren zu können. Flexibilität und Schnelligkeit sind zunehmend Schlüsselbegriffe für ein erfolgreiches Bestehen in der Wirtschaft.
Nachdem die Investitionsphase in der Austro Holding größtenteils abgeschlossen ist, liegt der Schwerpunkt – neben der konsequenten Führung der Beteiligungen – in einer Fokussierung auf zwei oder drei industrielle Vorzugsgebiete. Damit wollen wir Gemeinsamkeiten entwickeln, Synergien erkennen und die Wettbewerbsfähigkeit erhöhen.

Aus Sicht der Holding ist die kontinuierliche Entwicklung von Mitarbeitern eine ganz wesentliche Herausforderung. Wir sind der Überzeugung, dass charakterlich gefestigte, gut ausgebildete Mitarbeiter die Grundlage für den zukünftigen Erfolg bilden.

Ich bin überzeugt, dass unser Führungsteam mithilfe unseres Beirates den eingeschlagenen Weg erfolgreich fortsetzen wird.

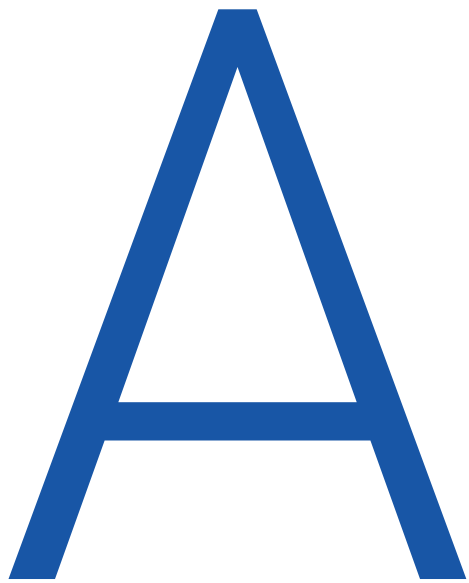


Dr. Erhard F. Grossnigg

AUSTRO HOLDING GMBH

SOLIDES WACHSTUM: NACHHALTIGKEIT BRAUCHT STRATEGISCHE ENTSCHEIDUNGEN.

KAPITEL



AUSTRO HOLDING

BERICHT DER GESCHÄFTSFÜHRUNG

WIE HAT DAS GESCHÄFTSJAHR 2013 GEENDET, WELCHES ERGEBNIS WURDE 2013 ERZIELT?

SIEGFRIED MÖRZ:
Obwohl wir 2013 nur eine geringfügig höhere Betriebsleistung als 2012 erzielt haben, hat sich der Rohertrag aufgrund von Margensteigerungen deutlich verbessert.
Die Kostensteigerungen konnten damit kompensiert werden, sodass das operative Ergebnis auf EGT-Basis erfreulicherweise um rd. TEUR 750 über dem Vorjahr liegt.

WURDE MIT DIESER ERGEBNISVERBESSERUNG ZUM VORJAHR AUCH DAS BUDGET 2013 ERREICHT?

WALTER KARGER:
Das Budget konnte aus dem operativen Ergebnis nicht erreicht werden, allerdings haben wir im Jahr 2013 einen Gewinn aus dem Verkauf der Minderheitsbeteiligungen Ochsner und Infoniqa Payroll sowie dem Verkauf der Beteiligung Dee Luxe erzielt. Aufgrund dieser Veräußerungsgewinne haben wir auch das Budget auf EGT-Basis übertroffen.

SIND SIE MIT DEM ERGEBNIS 2013 ZUFRIEDEN?

KERSTIN GELBMANN:
Ja, sehr, derartige Ausgleiche vornehmen zu können ist ja auch das Ziel des Haltens von Minderheitsbeteiligungen, und somit freuen wir uns über das Ergebnis 2013.

Man muss auch bedenken, vor welchem gesamtwirtschaftlichen Hintergrund das Ergebnis erzielt wurde: Das österreichische Wirtschaftswachstum lag 2013 bei nur 0,4 %, verglichen mit 0,9 % im Jahr 2012, kommend aber von 2,8 % im Jahr 2011.

WELCHE ÄNDERUNGEN IM BETEILIGUNGSPORTFOLIO HABEN SICH 2013 ERGEBEN?

SIEGFRIED MÖRZ:
Neben den von Walter Karger schon erwähnten Veräußerungen haben wir unsere Anteile an zwei unserer Mehrheitsbeteiligungen maßgeblich aufgestockt, und zwar Neudoerfler von 60 % auf 100 % und Domoferm von 70 % auf 94,9 %, die restlichen Domoferm-Anteile hält einer unserer Gesellschafter.
Drei neue Minderheitsbeteiligungen sind dazugekommen, und zwar 19 % an der KUNERT FASHION GmbH, 18,75 % an der Ankerbrot Aktiengesellschaft, darüber hinaus eine Finanzbeteiligung an der dpi Holding im Umfang von 5 %. Neu ist auch die Beteiligung mit 50 % an der HDW, die aber keinen üblichen betriebswirtschaftlichen Grundsätzen folgt.

Dr. Siegfried Mörz Geschäftsführer,
Austro Holding GmbH

Mag. Kerstin Gelbmann Geschäftsführerin,
Austro Holding GmbH

WAS IST DIE HDW-BETEILIGUNG? WELCHE ZWECKE WERDEN DENN DANN VERFOLGT?

WALTER KARGER:
HDW steht für HotelDesignWerkstatt und ist ein Schauhotel in Salzburg auf dem Areal einer alten Glockengießerei („Gusswerk"). Es haben sich viele Unternehmen aus Industrie, Architektur, Handel und Handwerk zusammengeschlossen und zeigen gemeinsam Ausstattungskonzepte. Das Besondere ist, dass die Präsentation tatsächlich integriert im Schauhotel erfolgt und nicht auf uncharmanten Messeständen. Die Austro Holding hat das Management der HDW übernommen, weil es für viele unserer Beteiligungen eine perfekte Plattform bietet. Domoferm, BOS, Lohberger und Neudoerfler sind Partner der HDW und präsentieren dort ihre Produkte. Nicht nur die Kooperation unserer Unternehmen wird über diese Plattform gefördert, auch Vertriebspartnerschaften mit anderen Objektausstattern entstehen.

Der Standort im Gusswerk beheimatet im Übrigen nicht nur die HDW, auch viele Modeunternehmen haben ihren Standort oder Schauraum dort. Im Jahr 2013 hat auch unser Beteiligungsunternehmen Dachstein den Standort ins Gusswerk verlagert und Kunert einen Schauraum im Gusswerk eröffnet. Insofern ist das ein sehr wichtiger Ort für die Austro Holding geworden.

WAS WERDEN DIE SCHWERPUNKTE FÜR 2014 SEIN?

KERSTIN GELBMANN:
Das Hauptaugenmerk liegt nun nicht mehr auf Akquisitionen, weil wir mit den Investitionen in Kunert und Ankerbrot (2014 haben wir unsere Anteile an Ankerbrot weiter aufgestockt) unsere Ziele erreicht haben und die dafür vorgesehenen Mittel weitestgehend ausgeschöpft sind. 2014 konzentrieren wir uns daher auf das Zusammenwachsen als Gruppe; einerseits sollen die Unternehmen verstärkt kooperieren, und andererseits entstehen in vielen Aufwandspositionen Kostenvorteile durch die Größe der Gruppe, die wir heben und an die Beteiligungsunternehmen weitergeben wollen, sodass sich die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen und somit der Austro Holding als Gruppe erhöht.

HEISST DAS, DASS AKQUISITIONEN KÜNFTIG AUSGESCHLOSSEN SIND?

SIEGFRIED MÖRZ:
Nein, wenn sich besondere Opportunitäten ergeben und es unsere finanzielle Leistungskraft zulässt, werden wir auch künftig Akquisitionen eingehen. So wie im Lagebericht erwähnt, wurde im April 2014 eine 50-Prozent-Beteiligung an der Gaulhofer Industrieholding erworben. In den Folgejahren wollen wir außerdem Branchenschwerpunkte setzen, und es sollen gesamthaft zwei bis drei Schwerpunkte entstehen, so wie wir derzeit bereits eine Klammer mit unseren Unternehmen in der Objektausstattung haben.

WAS WERDEN DIE HERAUSFORDERUNGEN 2014 SEIN?

WALTER KARGER:
Wir leben in einer Zeit mit vielen volks- und gesamtwirtschaftlichen sowie politischen Herausforderungen. Staatsschulden versus Bankschulden mit diversen Ausfällen oder Rettungsaktionen, Budgetrestriktionen im Infrastrukturbereich, Konsumschwäche, politische Unsicherheiten wie Ukraine/Russland/Krim und vieles mehr. Das, was im Jahr 2008 passiert ist, kann jederzeit wieder passieren, und dessen müssen wir uns immer gewärtig sein. Es ist für jedes Unternehmen essenziell, eine bestmögliche Kostenvariabilisierung zu erreichen, um im Krisenfall eine schnellstmögliche Reaktionsfähigkeit zu haben.
Letztendlich geht es immer darum, permanent die eigene Wettbewerbsfähigkeit zu erhöhen und das Bestmögliche aus den jeweils gegebenen volks- und gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen zu machen.

WENN SIE DAS BISHER ERREICHTE ANSEHEN, WORAUF SIND SIE AM MEISTEN STOLZ?

KERSTIN GELBMANN:
Die größte Herausforderung bislang war der Erwerb der Domoferm-Gruppe im Jahr 2012, weil sich die Austro Holding damit quasi in ihrer Größe verdoppelt hat. Die Domoferm war nicht in einer kritischen, aber wirtschaftlich durchaus angespannten Situation, so gesehen ist die Entwicklung der Domoferm im Jahr 2013 sehr erfreulich und trägt wesentlich zu unserem Gesamtergebnis bei.

Wir freuen uns außerdem, dass sich die Austro Holding in nur vier Jahren als „fixe Größe" am österreichischen Markt etabliert hat und unsere Eigentümer mit der Entwicklung der Austro Holding sehr zufrieden und – so wie wir – stolz auf die Produkte und Leistungen der Beteiligungsunternehmen sind.

Ing. Walter Karger Geschäftsführer,
Austro Holding GmbH

BERICHT DES BEIRATSVORSITZENDEN

Als Vorsitzender des Beirats der Austro Holding freue ich mich über ein weiteres erfolgreiches Jahr, das sich im Ergebnis 2013 manifestiert.

Ein Übertreffen von Vorjahresergebnis und Budget ist in Zeiten sich verschärfender Rahmenbedingungen für Unternehmen nicht selbstverständlich.

Meiner Meinung nach ist ein respektvoller und vertrauensvoller Umgang mit allen Stakeholdern die Basis dieser Ergebnisse. So möchte ich insbesondere auf das im Jahr 2013 installierte Mitarbeiterbeteiligungsmodell verweisen, das in seiner Ausgestaltung einfach, nachvollziehbar und beispielgebend ist.

Im Namen meiner Kollegen im Beirat, Frau Mag. Isabella de Krassny, Herrn Dkfm. Helge Hohensinn und Herrn Dr. Veit Sorger, möchte ich mich bei der Geschäftsführung und allen Mitarbeitern der Austro Holding-Gruppe für das Engagement und die geleistete Arbeit bedanken.

Der Beirat entscheidet über:

- jeden Erwerb, jede Belastung und jede Veräußerung von Beteiligungen, Immobilien und Rechten,
- das Jahresbudget der Austro Holding GmbH sowie das konsolidierte Budget der Gruppe,
- die Aufnahme von Anleihen, Darlehen und Krediten, die gewisse Größenordnungen überschreiten,
- die Gewährung von Darlehen, Krediten, Zuschüssen und dgl. an Dritte und an Beteiligungsgesellschaften,
- die Bestellung und die Abberufung von Geschäftsführern der Austro Holding GmbH,
- Unterbreitung des Gewinnausschüttungsvorschlages an die Generalversammlung,
- Empfehlung an die Generalversammlung über die Festlegung des Unternehmenswertes.

Es bereitet meinen Beiratskollegen und mir Freude, für die Austro Holding-Gruppe tätig zu sein, die Gesellschafterrechte weitestgehend wahrzunehmen bzw. aufzubereiten und unsere Erfahrung zur Verfügung stellen zu können. In diesem Sinne freue ich mich auf die erfolgreiche Fortsetzung unserer Arbeit im laufenden Jahr.

Dr. Michael Schur

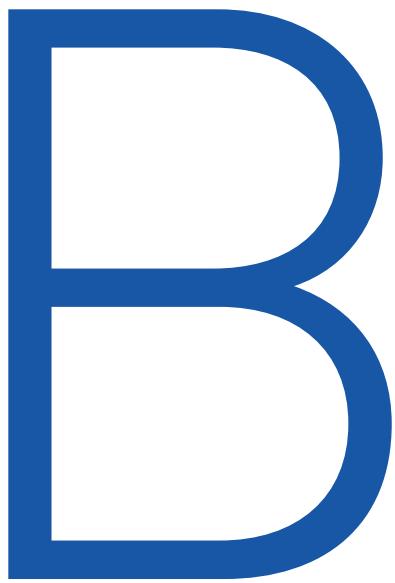
Foto: Eingangsbereich des HDW am Areal des Gusswerk in Salzburg.

Das Schauhotel als Plattform für die Austro Holding-Beteiligungsunternehmen in der Hotelausstattung sowie zahlreiche erstklassige Partner aus Industrie, Architektur, Handel und Handwerk.

AUSTRO HOLDING GMBH

UNSER KAPITAL VERMEHREN WIR, INDEM WIR KONSEQUENT VORAUSDENKEN.

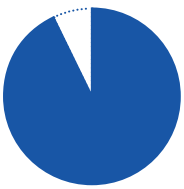
KAPITEL



BETEILIGUNGEN

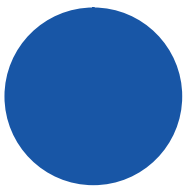
BETEILIGUNGEN DER AUSTRO HOLDING STAND ZUM 31.12.2013

AUSTRO HOLDING MEHRHEITSBETEILIGUNGEN



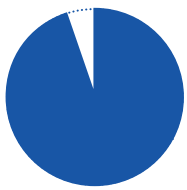
LOHBERGER
WWW.LOHBERGER.COM

93 %



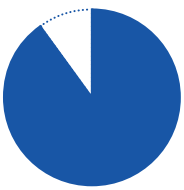
neudoerfler
Einfach mehr Büro.

100 %



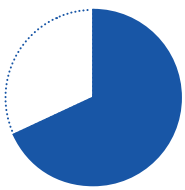
DOMOFERM

94,90 %



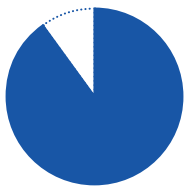
KAUFFMANN
First Class Daunen

90 %



DEUTZ FAHR

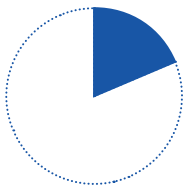
68,33 %



DACHSTEIN
MOUNTAINEERING SINCE 1925

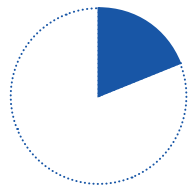
90 %

AUSTRO HOLDING
MINDERHEITSBETEILIGUNGEN



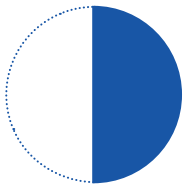
KUNERT

19 %



ANKER
Wien · 1891

18,75 %



HDW&
Hotel&DesignWerkstatt

50 %

ECKZAHLEN

MITARBEITER:	**1.254**	
UMSATZ 2013:	**116.533**	**TEUR**
EGT 2013:	**602**	**TEUR**

SITZ: Wien

BETEILIGUNG

ANKERBROT AG

ANKERBROT AG

Geschäftstätigkeit / Geschichte

ANKER ist seit über 120 Jahren vor allem aus dem Wiener Stadtbild nicht mehr wegzudenken: Die Ankerbrot AG betreibt heute mehr als 120 Filialen in Ostösterreich mit Schwerpunkt Wien. Damit ist ANKER der größte Bäckereifilialist Österreichs.
Bis zu 200 Tonnen Backwaren laufen täglich in den Produktionsstätten Wien und Leoben vom Band. Neben verpackten Ganz- und Schnittbroten, Milchfeingebäck und Kuchen im SB-Bereich (Selbstbedienung) nimmt der Bereich Feinkost mit Aufback- und Tiefkühlware einen bedeutsamen Stellenwert ein. Durch ein perfekt organisiertes Logistiksystem – ANKER verfügt über eine LKW-Flotte von mehr als 50 Fahrzeugen – ist das Unternehmen in der Lage, allen Anforderungen des Marktes gerecht zu werden. Allein im Lebensmittelhandel werden damit insgesamt über 2.000 Abladestellen im In- und Ausland täglich angefahren. ANKER-Produkte finden sich in den Regalen der großen Lebensmittelketten.

Das Wiener Traditionsunternehmen beschäftigt derzeit 1.300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus insgesamt 44 Nationen.

WIENER BÄCKEREITRADITION SEIT ÜBER 120 JAHREN

ANKER wurde 1891 von Heinrich und Fritz Mendl in Wien-Favoriten gegründet. Als Markenzeichen wählten die Brüder den Anker als Symbol für Sicherheit und Vertrauen, der anfangs noch als Unterscheidungsmerkmal in die Brote geprägt wurde. Im Jahr 1907 wurde ANKER k. u. k. Hoflieferant und versorgte im Ersten Weltkrieg die kaiserliche Armee mit Brot. Im Zweiten Weltkrieg hat Ankerbrot turbulente Zeiten überstanden und dennoch die Wiener Bevölkerung immer mit Nahrung versorgen können.

1981 erwarb Helmut A. Schuster die Firma und baute ANKER zum unangefochtenen Branchenführer aus. Der Erfolg der 80er Jahre währte allerdings nur kurz: 1996 wurde das ehemalige Konsum-Unternehmen Ährenstolz GmbH übernommen, was Ankerbrot schwer zu schaffen machte. 1997 wurden daraufhin Teile des Unternehmens an Müllerbrot verkauft. 2003 erwarb schließlich die Familie Ostendorf mehrheitlich die Wiener Traditionsbäckerei und startete mit einem umfassenden Restrukturierungsprogramm. Nach der erfolgreichen innerbetrieblichen Sanierung steht Ankerbrot wieder auf soliden Beinen.

Wesentliche Entwicklungen im Geschäftsjahr

Im Jahr 2013 wurde ein Gesamtumsatz von EUR 116,5 Mio. erzielt, der damit unter dem Vorjahresniveau von EUR 120,5 Mio. lag. Diese Umsatzentwicklung war im Wesentlichen durch eine veränderte Distributionsstrategie und die Redimensionierung des Filialnetzes bedingt. Dadurch konnte 2013 das Ergebnis EGT von TEUR -560 (2012) auf TEUR 602 gedreht und der Turnaround geschafft werden.

ANKERBROT AG

Peter Ostendorf Vorstand, CEO Ankerbrot AG

Bernhard Angel Vorstand, CFO Ankerbrot AG

Die wesentlichen Entwicklungen im Geschäftsjahr 2013 fanden in folgenden Bereichen statt:

- Ansprechen neuer Kundengruppen durch die Einführung einer Premium-Produktmarke – ANKER Meisterstück
- Kommunikationsoffensive mit Schwerpunkt Convenience
- Kompletter Relaunch und Neuausrichtung der ANKER-Verpackung
- Neukonzeptionierung der Produkt-distribution
- Neueinführung SAP – Projektabschluss Ende 2014

Im Dezember des Jahres 2013 kam es zu einer Veränderung der Eigentümerverhältnisse. Teile der Familie Ostendorf trennten sich von 45 % ihrer Anteile.

Neue Eigentümerstruktur Ende 2013:

15,00 %	Peter Ostendorf
18,75 %	Austro Holding GmbH
18,75 %	Ölz Meisterbäcker GmbH & Co KG
40,00 %	Olcha GmbH
7,50 %	Nomos GmbH

Im März 2014 wurden die Anteile der Olcha GmbH zu je 20 % von der Austro Holding GmbH und grosso holding GmbH erworben.

Produkte / Neuheiten / Entwicklungen

Die Wiener Traditionsbäckerei ist bei ihrem vielfältigen Produktsortiment stets auf Weiterentwicklung bedacht. Wichtig ist für Ankerbrot, dabei auf aktuelle Trends und Wünsche der Konsumenten einzugehen, um zukunftsorientiert das Unternehmen weiterzuentwickeln.

Konsumenten haben ein immer größeres Interesse an der Herkunft und den Herstellungsprozessen der Produkte. Diesem konnte Ankerbrot mit der im Herbst 2013 gelaunchten Premium-Marke ANKER Meisterstück in vier klassischen Brotsorten (Roggen,- Weizen,- Roggenmisch- und Weizenmischbrot) begegnen. Mit alten traditionellen Rezepten und dem Wissen routinierter und erfahrener Bäcker hat die Wiener Traditionsbäckerei es geschafft, Brot „wie früher" zu backen.
Diese neue Premium-Produktschiene wird 2014 ausgeweitet.

Neben persönlichen Wünschen und Abneigungen unserer Kunden und Kundinnen haben Unverträglichkeiten und Allergien einen immer größeren Einfluss darauf, was tatsächlich konsumiert wird. Das Thema Nahrungsmittelunverträglichkeiten ist deshalb auch für Ankerbrot von großer Relevanz.
Das Unternehmen hat hier frühzeitig reagiert und bereits im Jahr 2012 das Ostersortiment um eine Dinkelpinze erweitert. In den Filialen bieten wir ein umfangreiches Dinkelsortiment an. Hier sind vor allem die Dinkeltopfengolatsche und der Dinkelmarmorgugelhupf als Produktinnovationen 2013 zu erwähnen.

Verzehrkunden, denen die schnelle, unkomplizierte Versorgung für unterwegs wichtig ist, stehen bei ANKER im Mittelpunkt. Mit der Ausweitung des Wrap-Angebotes und der Einführung von zeitgemäßen Imbissartikeln wie dem Antipastisnack, dem pikanten Hendlspitz und einem wechselnden Sortiment an Salaten wurde die Warengruppe Imbisse 2013 aufgewertet.

Im Bereich der Handelsprodukte liegt der Fokus in Zukunft verstärkt auf österreichischen Qualitätsprodukten. Über den Ausbau der Tiefkühlkompetenz mit einem spezialisierten Sortiment wurde der nächste wichtige Schritt Richtung Export gesetzt.

Ausblick

Im Jahr 2014 wird die eingeschlagene Strategie weiterverfolgt. Das bedeutet:

Im Filialbereich steht die optische Aufwertung der Standorte im Vordergrund.
In den nächsten zwei Jahren sollen alle Filialen, deren Erscheinungsbild nicht auf dem aktuellen Stand ist, renoviert bzw. umgebaut werden. Damit setzt Ankerbrot ein wichtiges Zeichen in der Außenwahrnehmung seiner Kunden und Kundinnen. Die Sortimentstrategie konzentriert sich weiterhin auf Convenience-Produkte sowie die Ausweitung des Premiumsortiments ANKER Meisterstück.

Im Bereich Produktion wird in Produktionskapazitäten investiert. Neben Investitionen zur Anlagenverbesserung und Kapazitätserweiterung werden im ersten Halbjahr 2014 neue Mehlsilos am Standort Wien errichtet.

Um den Marktanforderungen des Handels nach tiefgekühlten Produkten weiterhin gerecht zu werden, ist ein weiterer Ausbau der Tiefkühlkapazitäten sowie die sukzessive Umstellung von Frische- auf Tiefkühllogistik geplant.

Ankerbrot präsentiert sich durch die neue Eigentümerstruktur und die geplanten Optimierungsmaßnahmen jedenfalls bestens für die Zukunft aufgestellt.

ECKZAHLEN

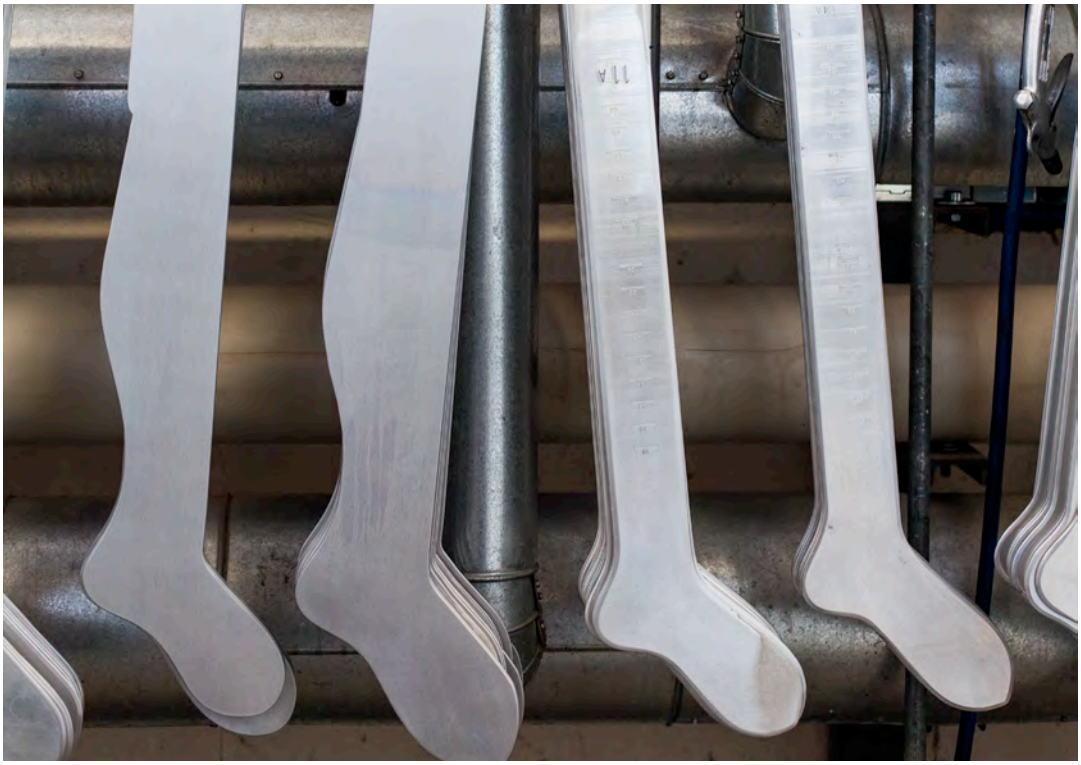
MITARBEITER:	**885**	
UMSATZ 2013:	**14.800**	**TEUR**
EGT 2013:	**1.800**	**TEUR**

SITZ: Köln

BETEILIGUNG

KUNERT FASHION GMBH (GRUPPE)

KUNERT FASHION GMBH



Geschäftstätigkeit / Geschichte

Die KUNERT FASHION GmbH zählt mit den beiden bekannten Marken KUNERT und HUDSON zu den etablierten Playern im deutschsprachigen Markt (DACH) für Strumpf- und Sockenwaren.

Getreu dem Motto „Wir verkaufen keine Strümpfe und Socken, sondern perfekte Schönheit" werden derzeit rd. 15,5 Millionen Paar Strumpfhosen, Strümpfe, Socken und Kniestrümpfe weltweit vermarktet.

Neben der hervorragenden Passform und Qualität der Produkte zeichnet sich Kunert durch eine starke Innovationskraft – sowohl bei den verwendeten Materialien als auch der Stricktechnologie – aus. Die KUNERT FASHION GmbH besitzt eine Reihe von Patenten, die insbesondere bei Funktionsartikeln wie dem Kompressionsstrumpf „Fly &Care", lizenziert durch Lufthansa, die „Warm up" mit wärmendem Garn oder die „Forming Effekt" für die perfekte Figur Anwendung finden.

Hauptsitz des Unternehmens ist Immenstadt im Allgäu. Neben den Zentralfunktionen wie Personal, Finanzen und Einkauf befinden sich dort die Bereiche Produktentwicklung, Vertrieb und Marketing sowie Teile der Feinstrickerei.

Die Hauptschritte der Produktion (Konfektionieren, Färben, Formen, Verpacken) erfolgen im Werk der 100-Prozent-Tochter TEMASA mit Sitz in Tétouan, Marokko. Mit rd. 600 Mitarbeitern ist diese auch personalmäßig der größte Bereich. In der DACH–Region und den Niederlanden werden rd. 90 % des Umsatzes erwirtschaftet. In Österreich, der Schweiz und den Niederlanden erfolgt die Marktbearbeitung über eigene Vertriebstöchter.

Das Unternehmen kann auf eine mehr als 100-jährige Geschichte, geprägt von wirtschaftlichen Höhenflügen, aber auch finanziellen Tiefpunkten, zurückblicken.

Gegründet 1907 von Maria Kunert im sudetendeutschen Warnsdorf (heutiges Varnsdorf, Tschechien), entwickelte sich die „Wirkwaren J. Kunert & Söhne" durch die Verwendung von hochwertiger, aber erschwinglicher Kunstseide bis Mitte der 30er Jahre zu Europas größtem Strumpfhersteller.

Nach der Enteignung und Flucht in den Westen wagte Julius Kunert jun. 1947 den völligen Neubeginn in Immenstadt/ Allgäu und schaffte es in der Nachkriegszeit, der Zeit der „Nylons", dem Zeichen der wiedergewonnenen Lebenslust und Freiheit, mit seinem Unternehmen zur bekanntesten deutschen Marke im Segment Beinbekleidung aufzusteigen.

Massive Strukturveränderungen in der Textilindustrie und in der Handelslandschaft machten auch vor Kunert nicht halt. Dies führte letztendlich im Februar 2013 zum Insolvenzantrag.

Mit Vertrag vom 20. September 2013 erwarb die neugegründete KUNERT FASHION GmbH, an der die Austro Holding einen Anteil von 19 % hält, das betriebsnotwendige Anlage- und Umlaufvermögen, wesentliche Teile des immateriellen Vermögens sowie alle Anteile an den Beteiligungsgesellschaften zur Übernahme des vollen Geschäftsbetriebs.

Die Übernahme des Geschäftsbetriebes durch den branchenbekannten Investor Dr. Erhard F. Grossnigg beendete nicht nur formal den Marktauftritt als insolventes Unternehmen, sondern wurde in der Branche als wichtiges Signal für eine langfristig orientierte Neuausrichtung und Stabilisierung der KUNERT-Gruppe gesehen.

Wesentliche Entwicklungen im Geschäftsjahr

Das Rumpfjahr 2013 stand ganz im Zeichen der Stabilisierung. Dazu galt und gilt es, das Vertrauen von Kunden, Lieferanten und der Mitarbeiter zu gewinnen und weiter zu stärken.

Im Rumpfjahr 2013 konnte mit TEUR 14.800 das Umsatzziel erreicht werden.
In Verbindung mit einem guten Rohertrag sowie im Vergleich zur Vorgängergesellschaft deutlich niedrigeren Vertriebs- und Verwaltungskosten konnte bereits im ersten Rumpfgeschäftsjahr ein Jahresergebnis nach Steuern von rund EUR 1 Mio. erzielt werden.

KUNERT FASHION GMBH

Mag. Fritz Hinterberger Geschäftsführer Kunert Fashion GmbH

Mag. Wilhelm Haböck Geschäftsführer Kunert Fashion GmbH

Produkte / Neuheiten / Entwicklungen

Zur Schärfung der Markenprofile war es notwendig, die beiden Marken klarer zu positionieren.

Während KUNERT für „Upper Mainstream" steht, bietet die Positionierung von HUDSON als „Young Style" dem Handel die Möglichkeit, eine preislich sehr attraktive Marke zu führen.

Neben den bisher üblichen zwei Modekollektionen für Herbst/Winter und Frühjahr/Sommer wird das Geschäft der KUNERT FASHION GmbH getrieben vom Standard-Sortiment, welches für deutlich mehr als 80 % des Umsatzes verantwortlich ist.

Im Segment Damenstrümpfe ist die Marke KUNERT nach wie vor eine der führenden Strumpfmarken Deutschlands und zeichnet sich neben einem hohen Bekanntheitsgrad durch anerkannte Qualität aus. Der neu entwickelte Claim „Perfect & Beautiful" verspricht perfekte Produkte für perfekte Schönheit.

HUDSON bietet als trendige, junge Modemarke Produkte im Fein- und Stricksegment an, sowohl für Damen als auch für Herren. Zusammengefasst: „I like it."

Constantin Wunn Geschäftsführer
Kunert Fashion GmbH

Ausblick

Nach der übertragenden Sanierung verfügt die Gesellschaft über eine gesunde Bilanz- und Kostenstruktur. Gelingt es durch ein fokussiertes Marketing die geplanten Umsatzziele 2014 zu erreichen, Kostensteigerungen durch striktes Kostenmanagement wie bisher unter Kontrolle zu halten und Potenziale in der Produktion zu heben, wird die Kunert-Gruppe nachhaltig erfolgreich sein.

Es gilt, rechtzeitig auf die Risiken der Textilbranche zu reagieren, vor allem auf die Frequenzschwankungen im Einzelhandel, wobei der hohe Anteil des Standard–Sortiments die Abhängigkeit von modischen Trends reduziert.

Die klare Sortiments- und Markenpositionierung, verbunden mit Investitionen in verstärkte Markenpräsenz, der Einführung von Zwischenkollektionen sowie einer verbesserten Warenpräsentation am POS, wird die künftige Entwicklung positiv beeinflussen.

Der Umsatz der ersten Monate des Jahres 2014 liegt leicht über Plan und verdeutlicht die Akzeptanz der gesetzten Maßnahmen am Markt.

Die Geschäftsführung geht auch für 2014 von einem deutlich positiven Jahresergebnis aus.

ECKZAHLEN

MITARBEITER:	258	
UMSATZ 2013:	40.628	TEUR
EGT 2013:	2.153	TEUR

SITZ: Neudörfl / Burgenland

BETEILIGUNG

NEUDOERFLER OFFICE SYSTEMS G.M.B.H

NEUDOERFLER OFFICE SYSTEMS GMBH

Geschäftstätigkeit / Geschichte

Neudoerfler Office Systems ist ein führender Büromöbelhersteller aus Österreich und mit acht heimischen Schauräumen und drei Export-Standorten (München, Budapest, Bratislava) das seit mehreren Jahren mit Abstand profitabelste Unternehmen der Branche. Die Gesellschaft hat sich auf die Umsetzung von Komplettlösungen spezialisiert und konnte im Vergleich zum Vorjahr erneut eine Umsatzsteigerung erzielen.

Innovative Lösungen und die beste Beratung in den Bereichen Akustik, Farbe, Open Space, Licht und Ergonomie machen Neudoerfler zu einem kompetenten und verlässlichen Partner. Für die Designs wurde die Gesellschaft mehrfach international ausgezeichnet.

Das Unternehmen blickt auf eine mehr als 65-jährige erfolgreiche Geschichte zurück und wurde im Jahr 1946 von KR Karl Markon als Möbeltischlerei in Neudörfl gegründet. Nach den Anfängen als klassische Tischlerei wuchs das Unternehmen in den 1950er und 60er Jahren zu einem der wichtigsten Arbeitgeber der Region und konzentrierte sich anschließend auf die Herstellung hochwertiger Büromöbel (Tische, Schränke).

Mit Produkten wie der „Neudörfler Bossewand" oder dem Programm „FIB – Farbe im Büro" gelang dem Unternehmen der nächste Innovationsschub und es entwickelte sich zum führenden Büromöbelhersteller in Österreich. Die 1980er Jahre waren vom Einzug der IT in die Bürowelt geprägt und brachten für das Unternehmen weitere große Aufträge aus dem Banken- und Behördensektor sowie Produktentwicklungen wie die erfolgreiche „Neudörfler Krankenhauswand".

2006 wurde das Unternehmen in „Neudoerfler Office Systems GmbH" umbenannt, um in Zukunft verstärkt international erfolgreich agieren zu können. Seit 2010 gehört Neudoerfler zur Austro Holding-Gruppe.

AKTUELLE AUSZEICHNUNGEN

2013 wurde das Unternehmen mit mehreren hochkarätigen Preisen ausgezeichnet: Im Juli 2013 konnte der Meeting-Tisch „Dreyfuss" den begehrten Red Dot Design Award für das beste Produktdesign erreichen.

Im November 2013 wurde Neudoerfler beim Bewerb „Austria's Leading Companies" (ALC) als das beliebteste Unternehmen im Burgenland (Publikumspreis) prämiert: Damit werden Unternehmen ausgezeichnet, die das meiste Ansehen in der Region genießen. Die Fachjury des ALC zeichnete Neudoerfler als zweitbestes burgenländisches Unternehmen im Bereich „Goldener Mittelbau" aus.

MARKTFORSCHUNG

In einer Markstudie (durchgeführt durch das Meinungsforschungs-Institut Gfk, Juli 2013) wurde Neudoerfler unter den heimischen Büromöbelherstellern Spitzenwerte attestiert: Der Durchschnittswert in den Bereichen Logistik und Kundenservice, Information und Beratung liegt bei der Note 1,0.

Gemeinsam mit dem Wirtschaftsforum für Führungskräfte (WdF) und dem Meinungsforschungsinstitut Triconsult wurde im Mai 2013 der erste „Office Indicator" vorgestellt. In dieser Studie wurden knapp 300 österreichische Manager zur Bedeutung der Bürogestaltung für Produktivität, Motivation der Mitarbeiter und Kostenoptimierung befragt.

NEUDOERFLER OFFICE SYSTEMS GMBH

Mag. Helmut Sattler Geschäftsführer Neudoerfler Office Systems GmbH

Mag. (FH) Florian Saiko Geschäftsführer Neudoerfler Office Systems GmbH

Wesentliche Entwicklungen im Geschäftsjahr

Trotz eines allgemein schwierigen wirtschaftlichen Umfeldes und diesbezüglich verhaltener Investitionsbereitschaft im Büromöbelsektor in Österreich konnte das Unternehmen wesentliche öffentliche und private Großprojekte (Campus WU Wien, Hutchison, A1 Telekom, Manner, Gerot, 3M) gewinnen und somit im für die Gesellschaft wichtigsten Markt gegenüber dem Vorjahr eine Umsatzsteigerung von rd. 2,9 % erzielen.

Im Wirtschaftsjahr 2013 war bei den Umsatzerlösen (nach Erlösschmälerungen) mit EUR 40,6 Mio. im Vergleich zum Vorjahr mit EUR 39,5 Mio. ein Anstieg von rund 2,9 % zu verzeichnen.

Die Slowakei blieb aufgrund geringer Nachfrage und mangels Umsetzung von Großprojekten im Wirtschaftsjahr 2013 unter den budgetierten Erwartungen. Ungarn ist aufgrund der wirtschaftlichen und politischen Gesamtprobleme mit schlechten Marktbedingungen konfrontiert, konnte aber durch einen Großauftrag (Lego) und Bestandskunden wieder mit einem positiven Ergebnis abschließen.

Am stabilen Wirtschaftsstandort Deutschland konnten die Umsatzziele aufgrund des umfangreichen Wettbewerbs und der geringen personellen Präsenz des Unternehmens nicht erreicht werden.

Im dritten bzw. vierten Quartal 2013 wurde dem entgegengesteuert und zusätzliches Vertriebspersonal aufgenommen, um die territoriale Expansion voranzutreiben.

Die Investitionen des Wirtschaftsjahres (EUR 1,2 Mio.) wurden in bauliche Maßnahmen punkto Brandschutz, Um- und Aufrüstung des Maschinenparks, Um- und Ausbau der Schauräume, Umbau der Produktionsstätte und Logistik und in der IT getätigt. Diese Investitionen sind Teil des Produktionsoptimierungsprogrammes.

Produkte / Neuheiten / Entwicklungen

Im Jahr 2013 wurden mehrere Produktneuheiten am Markt positioniert:
Der Meeting-Tisch „Dreyfuss", der Konferenz-Tisch „meet:me", das Aufsatz-Regal „Motion Box", der Apothekerschrank „Motion Tower", das Stehpult „Motion Talk" und die Lounge-Möbel „New Welcome" und „Parts Two" (Design: Kim & Heep).

Durch die Kooperation mit dem Traditionsunternehmen Wittmann konnte Neudoerfler einen neuen starken Handelswaren-Partner in das Sortiment aufnehmen, der die Erschließung neuer Kundenschichten unterstützen wird. Zudem konnte das Designunternehmen „Biegert & Funk" mit dem mehrfach international ausgezeichneten Produkt „Qlocktwo" als neuer Partner gewonnen werden.

2013 wurden in den Standorten Innsbruck (300 m^2) und Wien (Flagship-Store auf 1.000 m^2) zwei weitere Schauräume komplett umgestaltet und neueröffnet und somit die Außenwirkung der Marke weiter gestärkt.

Mit dem Erscheinen des neuen Handelswaren-Katalog „MORE" im Oktober 2013 ist das Re-Design der Vertriebsunterlagen abgeschlossen.

Ausblick

Der Kernmarkt Österreich wird weiter von Überkapazitäten und der angespannten Wettbewerbssituation geprägt sein.

Durch die im März 2014 erfolgreich abgeschlossene Akquisition der renommierten deutschen Marke planmöbel (Kauf der Marke und des Produktsortiments) erwächst für Neudoerfler eine Option, im deutschen Markt Umsatzmengen zu steigern.
Neben dem raschen Einstieg in den größten Büromöbelmarkt Europas durch die Übernahme des deutschen Händlernetzes gewährleistet dies auch eine nachhaltige Auslastung der Produktion am Standort Neudörfl.

planmöbel wird in Deutschland weiterhin als eigenständige Marke positioniert und flächendeckend im gesamten Bundesgebiet vertrieben. Mit dem Asset-Deal wurden auch bereits fixierte Aufträge (u. a. Zalando, Deutsche Botschaft in Washington, Internationale Handelskammer, Europäisches Patentamt) übernommen. Die Akquisition von planmöbel entspricht auch der Wachstums- und Geschäftsstrategie, das Exportvolumen in den Kernmärkten (Deutschland, Slowakei, Ungarn und Schweiz) weiter sukzessive zu steigern und die Abhängigkeit vom österreichischen Verdrängungsmarkt zu verringern.

Des Weiteren werden IT-Projekte und Maßnahmen zur nachhaltigen Verbesserung der Produktionseffizienz und der internen Ablauforganisation im gesamten Unternehmen durchgeführt, um effektiv und kosteneffizient auf die Markterfordernisse eingehen zu können und die Modernisierung des Unternehmens weiter voranzutreiben.

ECKZAHLEN

MITARBEITER:	38	
UMSATZ 2013:	38.142	TEUR
EGT 2013:	1.340	TEUR

SITZ: Wien

BETEILIGUNG

DEUTZ-FAHR AUSTRIA LANDMASCHINEN GESELLSCHAFT M.B.H

DEUTZ-FAHR AUSTRIA LANDMASCHINEN GESELLSCHAFT M.B.H.

Geschäftstätigkeit / Geschichte

Innovative und hochwertige Technik begeistert die MitarbeiterInnen der Deutz-Fahr Austria Landmaschinen Gesellschaft m.b.H. seit 30 Jahren.

Unser Bestreben ist es, immer mehr Kunden von der Technik, den Bedienungsvorzügen und dem ansprechenden Äußeren der Maschinen von Deutz-Fahr zu überzeugen.

Die Deutz-Fahr Austria ist als Importeur der Marke „Deutz-Fahr" seit Gründung des Unternehmens für den Vertrieb in Österreich zuständig. Im Laufe der Jahre wurde zusätzlich auch die Vertriebsverantwortung für die Auslandsmärkte Slowakei und Slowenien übernommen.
Zurückgreifen kann die Deutz-Fahr Austria dabei auf ein flächendeckend vorhandenes Händlernetz.

Neben „Deutz-Fahr" als Hauptmarke werden auch Landtechnik-Produkte von „JCB" angeboten. Auch dafür hat man vom Hersteller die Importeursfunktion für die Märkte Österreich und die Slowakei übertragen bekommen.

Der Vision von Same Deutz-Fahr (Hersteller) möchten wir nichts hinzufügen:
„Unsere Aufgabe besteht darin, in aller Welt Traktoren, Dieselmotoren und Landmaschinen anzubieten, deren Zuverlässigkeit, Qualität und Leistung von den Kunden als hervorragend geschätzt werden: als Beitrag, um ihre Arbeit ertragreicher und weniger mühsam zu machen."

Wesentliche Entwicklungen im Geschäftsjahr

Die Deutz-Fahr Austria und ihre Kunden sind naturgemäß in besonderem Ausmaß von Wetterbedingungen abhängig. Negative Einflüsse wie Trockenheit oder Hagel führten 2013 in einigen Gebieten zu extremer Kaufzurückhaltung.

Auch konnte die Deutz-Fahr Austria angesichts der schwierigen politischen und wirtschaftlichen Situation in Slowenien nicht an die guten Verkaufserfolge der Vorjahre in diesem Land anschließen.

Abgesehen davon war 2013 aber durch stabile Marktbedingungen gekennzeichnet. Preise für Agrarrohstoffe auf hohem Niveau und ein für die kommenden Jahre fixiertes Subventionsprogramm geben Sicherheit und Planbarkeit.

Landwirte fanden somit gute Rahmenbedingungen vor, was positive Auswirkungen auf die Investitionsbereitschaft hatte.

Im Wirtschaftsjahr 2013 konnte ein Gesamtumsatz von EUR 38,1 Mio. erwirtschaftet werden (gegenüber EUR 37,5 Mio. im Jahr 2012).

Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit betrug EUR 1,3 Mio.
(gegenüber EUR 1,2 Mio. im Vorjahr).

Vom Gesamtumsatz wurden rund 25 % im Export erwirtschaftet (nach rund 30 % im Jahr 2012).

DEUTZ-FAHR AUSTRIA LANDMASCHINEN GESELLSCHAFT M.B.H.

Ing. Christoph Stögerer Geschäftsführer, Deutz-Fahr Austria Landmaschinen Gesellschaft m.b.H.

Karlheinz Schantl Geschäftsführer, Deutz-Fahr Austria Landmaschinen Gesellschaft m.b.H.

Produkte / Neuheiten / Entwicklungen

Angeboten werden Traktoren, Mähdrescher, Teleskoplader und eine Vielzahl von Maschinen für die Grünlandbewirtschaftung.
Neben der Lieferung von Standardmaschinen werden immer öfter auch für spezielle Einsätze benötigte Aufbauten als Paketlösung angeboten.

Das Hauptprodukt der Deutz-Fahr Austria ist der Traktor. Angeboten werden derzeit Modelle in den PS-Leistungsklassen von 39 bis 270 PS und für alle Einsatzgebiete der Landwirtschaft (Grünland, Ackerbau, Forst, Obst- und Weinbau).
Eine Erweiterung um zwei neue Modelle in den Leistungsklassen bis 340 PS bzw. 440 PS ist in Umsetzung.
Der Hobby- oder Kleinlandwirt findet ebenso sein passendes Arbeitsgerät wie der Profibetrieb. Neben der traditionellen Schalttechnik wird die Nachfrage nach Traktoren mit stufenlosem Fahrantrieb immer stärker.

Aus der Zusammenarbeit mit dem international renommierten Designer Giugiaro gingen zahlreiche Auszeichnungen hervor. So erhielt z. B. ein Traktorenmodell der Serie 7 TTV die Auszeichnungen „Tractor of the Year 2013", „Golden Tractor for the Design" und „Good Design Award 2012". Ebenso erhielt dieses Traktorenmodell im März 2013 den „Red Dot Product Design Award" verliehen. Ausschlaggebend dafür waren die Kriterien Innovationsgrad, Funktionalität, Ergonomie, symbolischer und emotionaler Gehalt, Produktperipherie sowie Verarbeitungsqualität.

Besonderes Augenmerk wird auch auf die Innovationskraft gelegt. Die neuentwickelte hydraulische Motorbremse und die automatische, lastschaltbare Zapfwelle wurden auf der weltweit größten Landtechnik-Messe in Hannover im November 2013 mit zwei Silbermedaillen ausgezeichnet. Same Deutz-Fahr wurde damit zum erfolgreichsten und innovativsten Traktorenhersteller dieser international sehr bedeutenden Messe gewählt.

Ausblick

Aufgrund der seit einigen Jahren anhaltenden wirtschaftlichen Unsicherheit haben viele Landwirte in den letzten Jahren Ersparnisse auch in Landtechnik investiert – ein im internationalen Vergleich überproportionaler Traktorenmarkt in Österreich war die Folge. Es ist davon auszugehen, dass diese vorgezogenen Investitionen der vergangenen Jahre dem Gesamtmarkt in den kommenden Jahren fehlen werden. Weiter verschärfte Wettbewerbsbedingungen in einem Verdrängungsmarkt werden die Folgen sein. Dieser Trend zeigt sich bereits deutlich in den ersten vier Monaten des Jahres 2014.

Aber wir sehen auch einige Faktoren, die die österreichische Landwirtschaft künftig begünstigen: verstärkte Nachfrage z. B. nach „gesunden Lebensmitteln" oder Holz als nachwachsender Rohstoff. Schon bisher konnte die meist kleinstrukturierte Landwirtschaft in Österreich niemals Einkaufskonditionen für Saatgut, Dünger oder auch Maschinen in ähnlichem Ausmaß wie internationale Großbetriebe erzielen. Demzufolge können diese Großbetriebe ihre Erzeugnisse zu weit niedrigeren Preisen am Weltmarkt anbieten, und die heimische Landwirtschaft gerät ins Hintertreffen. Aber abseits der traditionellen Vermarktungsschienen entwickeln sich immer mehr regionale Plattformen, wo die von vielen Kleinbetrieben und Direktvermarktern produzierte Qualität zu guten Preisen auch absetzbar erscheint. Dies kurbelt jedenfalls wieder die Investitionsbereitschaft der heimischen Bäuerinnen und Bauern an.

So gesehen wird die Landwirtschaft, im Vergleich zu anderen Branchen, auch künftig nicht einem so hohen Schwankungs- und Marktrisiko unterliegen. Dies lässt einen optimistischen Blick in die Zukunft zu, wenngleich auch die Wettbewerbsbedingungen sich weiter verschärfen werden.

ECKZAHLEN

MITARBEITER:	71	
UMSATZ 2013:	11.153	TEUR
EGT 2013:	300	TEUR

SITZ: Hörbranz / Vorarlberg

BETEILIGUNG

SLEEPWELL KAUFFMANN GMBH

SLEEPWELL KAUFFMANN GMBH

Geschäftstätigkeit / Geschichte

Kauffmann steht für Daunendecken und Daunenkissen von höchster Qualität. Gegründet im Jahr 1823, sind es die Mitarbeiter des Unternehmens, die am Firmensitz in Hörbranz mit ihrer Leistung die qualitative Spitzenstellung von Kauffmann täglich aufs Neue erarbeiten. Das Ergebnis ist feinstes Handwerk „made in Austria".

Im Programm ist eine Vielzahl von Artikeln, die bei Premium-Kunden auf der ganzen Welt begehrt sind. Kauffmann vertreibt seine Produkte in bisher 38 Ländern und überzeugt dabei mit erstklassigem Kunden- sowie Lieferservice.

„First Class Daunen" von Kauffmann sind unerreicht warm, leicht und anschmiegsam – einfach ein echtes Naturprodukt. Dazu bedürfen sie erstklassiger Verarbeitung. Erst dann können die Decken Außentemperatur und Feuchtigkeit perfekt ausgleichen und ihre Funktion als natürliche Klimaanlage wahrnehmen. Kauffmann legt bei jedem einzelnen Verarbeitungsschritt höchste Qualitätsmaßstäbe an; von der Daunenauswahl bis zu den fertigen Decken aus feinsten und naturreinen Stoffen, in denen angenehm-wohltuende Innovationen stecken. Innovationen, die das Beste aus der Natur noch weiter veredeln, denn höchste Qualität ist kein Zufall, sondern die Konsequenz aus dem Einhalten höchster Standards.

„Downright Down": Der von Kauffmann im Jahr 2010 entwickelte Tierschutz-Kodex, *„keine vom lebenden Tier gewonnenen Daunen und Federn zu verwenden"*, verpflichtet nach wie vor alle Geschäftspartner, die Herkunft der Daunen und Federn ehrlich und transparent zu bestätigen.

Wesentliche Entwicklungen im Geschäftsjahr

Das Geschäftsjahr 2013 war vor allem auf massive Restrukturierungsmaßnahmen im Bereich Deckungsbeiträge, Einkauf und Lagermanagement ausgerichtet. Es wurden alle Kunden auf Deckungsbeiträge geprüft, Lieferanten neu bewertet und Produktionsabläufe optimiert. Weiters konnte durch Annahme von Lohnfertigungsaufträgen die Auslastung der Federnproduktion verbessert werden.

Die Deckungsbeitragsanalyse und eine Reduktion der Artikelvielfalt waren unter anderem Grund dafür, weshalb der geplante Umsatz nicht erreicht werden konnte, mit jedoch positiver Auswirkung auf das Jahresergebnis.

Die Marke Kauffmann hat ihre Positionierung zu einer weltweiten Premium-Marke weiter ausgebaut, und die Erfolge bei den existierenden Premium-Kunden als Toplieferant im Bereich „First Class Daunen" als auch im Bettwaren-Segment sprechen für sich.

Durch den Messeauftritt in Moskau konnten neue Kunden exklusiv gewonnen werden, und die Firma Sleepwell Kauffmann wurde vor Ort sogar mit dem ersten Preis für Innovation und Luxus ausgezeichnet.

SLEEPWELL KAUFFMANN GMBH

Produkte / Neuheiten / Entwicklungen

ÖSTERREICHISCHE PREMIUM WEIDEGANS „LIMITED EDITION"
Die Weidegans heißt „Weidegans", weil sie täglich auf die Weide darf. Was so selbstverständlich klingt, ist heute leider viel seltener, als man glaubt. Deshalb haben sich engagierte österreichische Bauern zusammengetan. Unter dem Qualitätslabel „Österreichische Weidegans" züchten sie artgerecht Gänse. Das schnatternde Federvieh dankt es ihnen unter anderem mit Daunen, von denen andere nur träumen können.

Schon in der vierten Lebenswoche watscheln die Gänseküken das erste Mal auf die Weide. Nach sieben Wochen sind sie dann widerstandsfähig genug, um bei jeder Witterung auf der Weide sein zu können. Durch diese natürliche Aufzucht entwickelt sich das Daunenkleid von Natur aus zu allerhöchster Qualität.

Mit einer neuen Marketingidee führte dieses Luxusprodukt zu extrem guten Verkaufsergebnissen.

KAUFFMANN 900 – LIGHTER THAN LIGHT
Eine derartige Decke kann nur dank modernster Maschinen und in perfekter Handarbeit hergestellt werden. Diese Decke sorgte auf den Messen in Frankfurt und Paris für Begeisterung.

Ausblick

Trotz der weiterhin angespannten Wirtschaftslage in einzelnen Märkten in Europa und den weiter stark steigenden Rohwarenpreisen im Daunen- und Federnbereich rechnen wir im Geschäftsjahr 2014 mit einer insgesamt positiven Entwicklung. Diese positive Entwicklung wird getragen vom weiteren Ausbau der Märkte in Russland, Japan, Korea und China. Ein sehr wichtiger Fokus im Jahr 2014 wird auch der Aufbau der „Hotelausstattung" sein.

In der Produktion werden wir 2014 durch weitere Optimierung des Rohstoffeinsatzes und im Lagermanagement durch Umstellung bei den Hüllen auf Konsignationslager zwei wesentliche Schwerpunkte setzen.

Im laufenden Geschäftsjahr wird auch eine eindeutige Markentrennung umgesetzt:
Die Marke „Kauffmann" steht für Luxus, First Class Daunen, Internationalität, Handarbeit-Manufaktur und Qualität seit 1823.

Die Marke „Sleepwell" steht für Basic, Großhandel, Sonderaktionen und Hotellerie.

Ing. Helmut Schrenk Geschäftsführer,
Sleepwell Kauffmann GmbH

ECKZAHLEN

MITARBEITER: 964
(davon rund 325 am Standort Gänserndorf)

SITZ: Gänserndorf

UMSATZ 2013: 104.312 TEUR
EGT 2013: 3.043 TEUR

BETEILIGUNG

DOMOFERM INTERNATIONAL GMBH

DOMOFERM INTERNATIONAL GMBH

Geschäftstätigkeit / Geschichte

Die DOMOFERM-Gruppe sieht ihre Kernkompetenz in der Produktion von Zargen, Türelementen und Schiebetoren aus Stahl inkl. der damit verbundenen Dienstleistung wie Projektleitung, Planung und Montage. In diesen Bereichen ist DOMOFERM eines der führenden europäischen Unternehmen mit Technologieführerschaft vor allem in der Sondermaßherstellung von Stahlzargen und Stahltüren sowie Feuerschutzelementen.

Im Jahr 1960 wurde das Unternehmen gegründet und begann bereits im Jahr 1965 mit der Serienfertigung von Feuerschutztüren.

1999 wird die Auslandsniederlassung in Ungarn gegründet, im Jahr darauf entsteht die tschechische und polnische Tochter, im Jahr 2001 wird DOMOFERM Kroatien gegründet. 2002 erfolgen die Akquisitionen der Produktionsstandorte BBE und BOS in Deutschland, der mit der BOS verbundenen Vertriebsgesellschaft Staalko in Holland als auch der Produktionsgesellschaft HSE in Tschechien. Im Jahr 2004 werden die Vertriebsaktivitäten in Russland mit einer neugegründeten Tochter gestartet.

In den vier Produktionsgesellschaften und fünf Vertriebsniederlassungen sind mehr als 1.000 Mitarbeiter beschäftigt, wobei sich der Firmensitz der Gruppe am Produktionsstandort Gänserndorf mit über 300 Mitarbeitern befindet.

Wesentliche Entwicklungen im Geschäftsjahr

2013 wurde ein Gesamtumsatz von EUR 104,3 Mio. erzielt, der damit etwas unter dem Vorjahresniveau von EUR 106,5 Mio. lag, wobei sich in den einzelnen Ländern eine sehr unterschiedliche Entwicklung zeigte.

Trotz Umsatzrückgangs konnte 2013 das Ergebnis auf EGT-Basis um EUR 1,0 Mio. (von EUR 2,0 in 2012 auf EUR 3,0 Mio. in 2013) verbessert werden. Dies wurde durch eine Vielzahl von Restrukturierungsmaßnahmen, die nach Übernahme der Mehrheitsanteile der DOMOFERM-Gruppe durch die Austro Holding im Geschäftsjahr 2012 eingeleitet wurden, erzielt.

Das umfangreiche Restrukturierungsprogramm am Standort Gänserndorf führte zu Veränderungen in allen operativen Bereichen der Gesellschaft:

- Abschluss einer Betriebsvereinbarung über Arbeitszeitflexibilisierung mit einem Durchrechnungszeitraum von 52 Wochen und verschiedenen Schichtmodellen
- Abschluss einer Betriebsvereinbarung über Kern- und Gleitzeit im Angestellten-Bereich (Abbau von Urlaubstagen aus den Vorperioden)
- Steigerung der Produktivität in der Produktion durch Implementierung eines Planungs-Tools und verbesserter Steuerung
- Steigerung der Produktivität durch Umsetzung eines Maßnahmenplans zur Schrottreduktion
- Erhöhung der Profitabilität im Objektgeschäft durch Verbesserung der internen Abläufe
- Reduktion der Krankenstände und Arbeitsunfälle
- Optimierung der Logistik
- Reduktion der sonstigen betrieblichen Aufwendungen durch zeitnahes Kosten-Management
- Aufbau eines internen Management-Informationssystem sowie ergänzend eines Controllingsystems (Zielrad und Begeisterungskreislauf) mit nichtfinanziellen Kennzahlen (Qualität, Verlässlichkeit, Flexibilität, Lieferzeit, Leistung/Preis, Innovation)

Die finanzielle Restrukturierung der DOMOFERM-Gruppe wurde im Geschäftsjahr 2012 abgeschlossen. Im Jahr 2013 erfolgte eine weitere Optimierung der Finanzierungsstruktur der DOMOFERM-Gruppe.

Gesellschaftsrechtlich wurde im Jahr 2013 die DOMOFERM-Gruppe klarer und einfacher strukturiert. Dazu wurde die DOMOFERM Service GmbH (ursprünglich eingerichtet als Finanzierungsgesellschaft der DOMOFERM-Gruppe) auf die DOMOFERM GmbH verschmolzen, die Anteile der Novoferm Vertriebs-GmbH (Vertriebsgesellschaft für den österreichischen Baufachhandel) von der DOMOFERM International GmbH an die DOMOFERM GmbH sowie die Gesellschaftsanteile der DOMOFERM GmbH an der DOMOFERM Export GmbH (Mutter sämtlicher Vertriebsgesellschaften im Ausland) an die DOMOFERM International GmbH übertragen. Dadurch wird zukünftig das gesamte Geschäft in Österreich von dem „Teilkonzern" (DOMOFERM GmbH und Novoferm Vertriebs-GmbH) abgewickelt.

DOMOFERM INTERNATIONAL GMBH

Ing. Walter Karger Geschäftsführer, Domoferm International GmbH

Thomas Braschel Geschäftsführer, Domoferm International GmbH

Produkte / Neuheiten / Entwicklungen

Alle Neuheiten wurden im Jahr 2013 gemeinsam mit den deutschen Schwestergesellschaften BOS GmbH und BBE DOMOFERM GmbH an der Bau 2013, der Weltleitmesse für Architektur, Materialien, Systeme, in München präsentiert.

Türen und Zargen von DOMOFERM bieten starke Vorteile. Vom perfekten Design – in verschiedensten Oberflächenausführungen und mit unzähligen Ausstattungsvarianten, die sich optimal in jeden Raum fügen – bis hin zur unübertroffenen Lebensdauer durch den stahlharten Werkstoff.

STAHLTÜREN
Türen von DOMOFERM haben als beste Basis den Werkstoff Stahl, hochwertig, widerstandsfähig und langlebig.

TORE
Innovative Torkonstruktionen für übergroße Öffnungen für nahezu jeden Anwendungsfall.

STAHLZARGEN
Dank höchster Qualität bieten DOMOFERM-Stahlzargen für alle baulichen und ästhetischen Anforderungen die optimale Lösung.

VERGLASUNGEN
Natürliche Belichtung für Innenräume. Optional mit unterschiedlichen technischen Anforderungen.

Makroökonomisches Umfeld

In Österreich war die konjunkturelle Entwicklung im Geschäftsjahr 2013 durch Stagnation der Baubranche gekennzeichnet, wobei es eine Verschiebung der Bauproduktion vom Nicht-Wohnungs-Hochbau zum Wohnungs-Hochbau bzw. von der Renovierung zum Neubau gegeben hat.
Der für die Gesellschaft relevante Markt für Bau-Elemente ist im Geschäftsjahr sogar rückläufig (-3,1 %) und damit auf das Niveau von 2010 zurückgefallen.

Der Markt der Feuerschutztüren schrumpft weiter, im Jahr 2013 sinkt der Absatz in Österreich um -2,1 % auf 111.540 Türen. Verantwortlich für den Rückgang ist ein sinkender Bedarf im Wohnungs-Neubau und in der Sanierung gleichermaßen. Der Markt für Stahlzargen ist im Berichtsjahr in Österreich mit -4,5 % auf 376.000 Stück eingebrochen, wodurch auch die Durchschnittspreise um -0,8 % rückläufig waren. Der Gesamtmarkt für Stahlzargen hat sich somit in Österreich um -5,3 % auf EUR 24 Mio. reduziert (Quelle: Branchenradar, KREUTZER FISCHER & PARTNER Consulting GmbH, Wien).

Die Exportmärkte Süd- und Osteuropa entwickelten sich nach einem sehr schwachen ersten Halbjahr ab Mitte des Jahres positiv. Insbesondere in Ungarn und Polen zeigt sich eine nachhaltige Trendwende der Bauproduktion ab dem vierten Quartal, wobei sich durch die Rezession der letzten Jahre in diesen Ländern das Preisniveau deutlich gesenkt hat. Der kroatische Markt hat sich auf niedrigem Niveau stabilisiert, die erhofften Impulse durch den EU-Beitritt sind bisher ausgeblieben. In Russland ist die Vertriebsgesellschaft der DOMOFERM-Gruppe ausschließlich im Großprojekt-Geschäft tätig – im Jahr 2013 gab es zeitliche Verzögerungen in den Projekten, wodurch sich der Umsatz gegenüber dem Vorjahr deutlich reduziert hat. Auf dem wachsenden deutschen Markt konnten Umsatzzuwächse auch durch Marktanteilgewinnung erzielt werden.

Ausblick

Es ist davon auszugehen, dass sich die Nachwehen der Finanz- und Wirtschaftskrise weiter negativ auf die Baukonjunktur auswirken werden, wobei national starke Unterschiede zu erwarten sind.

In Deutschland und Österreich kann man von einer leichten Steigerung im privaten Wohnbau ausgehen, wogegen sich der gewerbliche Bau leicht rückläufig entwickeln wird. In den Exportmärkten (Polen, Ungarn) wird Wachstum erwartet, jedoch auf Basis der schwachen Vorjahre und dem gesunkenen Preisniveau. Der russische Markt hat ein großes Potenzial, die Auswirkungen der aktuellen politischen Krisen (Krim, Ukraine) können derzeit noch nicht abgeschätzt werden.

Dadurch ergibt sich in Summe ein stagnierender bis rückläufiger Markt, der sich auch auf die Durchschnittspreise tendenziell negativ auswirken wird.

Durch die bereits eingeleiteten Restrukturierungsmaßnahmen sowie die Umsetzung umfangreicher Aktionspläne innerhalb der gesamten Gruppe sind wir sicher, unsere gute Marktposition weiter auszubauen und die Ertragskraft der Gruppe weiter zu steigern.

BOS GMBH BEST OF STEEL DOMOFERM GROUP

ECKZAHLEN

MITARBEITER:	416	
UMSATZ 2013:	42.201	TEUR
EGT 2013:	2.583	TEUR

SITZ: Emsdetten (Nordrhein-Westfalen) / Deutschland

Michael Patzelt Geschäftsführer,
BOS GmbH Best of Steel
Domoferm Group

BETEILIGUNG

BOS GMBH BEST OF STEEL DOMOFERM GROUP

BOS GMBH BEST OF STEEL DOMOFERM GROUP

Geschäftstätigkeit / Geschichte

BOS Best Of Steel entwickelt und produziert seit mehr als 40 Jahren Stahlzargen für Türen und Fenster. Im Bereich Lagertechnik werden seit 1980 Materialcontainer und seit 1985 Schnellbauhallen hergestellt. Der Sitz der Firma ist in Emsdetten in Deutschland, einer Stadt mit etwa 35.000 Einwohnern in Nordrhein-Westfalen. Die Belegschaft kommt überwiegend aus der direkten Umgebung und ist dem Ort und dem Unternehmen sehr verbunden.

Konsequente Kundenorientierung, Zuverlässigkeit und Pünktlichkeit sowie hohe Flexibilität sind die Grundpfeiler des Unternehmens.

BOS ist bei Stahlzargen und zerlegbaren Materialcontainern Marktführer in Deutschland und führend in vielen europäischen Ländern.

Als Systemlieferant und Problemlöser wird das hohe Qualitätsniveau in allen Bereichen permanent verbessert. Bei der Produktentwicklung stehen Design, Funktion und Wirtschaftlichkeit im Fokus. Jeder Mitarbeiter trägt mit seiner Leistung für den Kunden entscheidend zum gemeinsamen Erfolg bei.

Wesentliche Entwicklungen im Geschäftsjahr

Die allgemeine Konjunktur in Deutschland war 2013 positiv. Die Baukonjunktur war im Wohnungsbau sehr positiv, im gewerblichen Hochbau negativ und im öffentlichen Hochbau leicht positiv. Das Jahr startete mit einem relativ harten und langen Winter, was sich in dieser Zeit negativ auf den Bau auswirkte. Danach wurde von unseren Kunden bzw. deren Kunden versucht, diesen „Baurückstand" aufzuholen, was bei BOS zu einem relativ starken Auftragseingang führte. Zum Jahresende ließ diese erhöhte Aktivität wieder nach. Die eingeleiteten Vertriebsmaßnahmen der BOS wurden erfolgreich umgesetzt.
Das Geschäftsjahr 2013 war für BOS insgesamt ein moderates Wachstumsjahr.

Die Entwicklung der Stahlpreise war wiederum nicht vorherzusehen. Es gab sowohl Preiserhöhungen als auch Reduktionen, ohne dass ein einheitlicher Trend zu erkennen war. Die weitere Entwicklung ist ebenfalls ungewiss, langfristig sind Preissteigerungen zu erwarten.

Im Export konnten wir unsere Umsätze steigern. Es war jedoch zu erkennen, dass lediglich Deutschland, Österreich und die Schweiz eine Sonderkonjunktur hatten, in den anderen Staaten war die Wirtschaftskrise immer noch zu spüren. Trotzdem konnten wir bei Stahlzargen und bei der Lagertechnik gegenüber 2012 unseren Export und auch unsere Exportquote weiter steigern.

Im Bereich Lagertechnik, welcher Produkte der Lagerhaltung verkauft, hatten wir im Inland deutliche Umsatzrückgänge, im Export leichte Zuwächse zu verzeichnen. Insgesamt ist der Umsatz der Lagertechnik 5 % unter dem Vorjahr.

Produkte / Neuheiten / Entwicklungen

Um die Zukunft des Unternehmens abzusichern, haben wir folgende wesentliche Maßnahmen zur Erhöhung des Marktanteils und der Wirtschaftlichkeit eingeleitet:

Auf der Messe Bau 2013 haben wir im Januar gemeinsam mit der BBE Domoferm Deutschland und der Domoferm Österreich Innovationen im Bereich Design, Funktion und Wirtschaftlichkeit vorgestellt. Die Resonanz war sehr positiv. Das System CasePlus Solutions ist ein Beispiel für hohe Funktionalität mit anspruchsvollem Design. Hier arbeiten wir mit industriellen Partnern zusammen, um attraktive Gesamtlösungen aufzuzeigen.

Das Objektmanagement für Stahlzargen haben wir weiter intensiviert. Der Bereich OEM wird mit besonderer Aufmerksamkeit bearbeitet, im Export arbeiten wir intensiv am weiteren Ausbau. Unsere Systemzarge CasePlus Solutions werden wir in der Vermarktung gemeinsam mit Systempartnern verstärken.

Die Beratung und Schulung von Architekten haben wir weiter intensiviert.

Im Januar 2013 haben wir eine neue Pulveranlage in Betrieb genommen und im Laufe des Jahres optimiert. Damit sind wir hinsichtlich Kapazität und Qualität für die Zukunft gut gerüstet.

Im Bereich „Lagertechnik – Raum aus Stahl" haben wir bereits in den vergangenen Jahren eine Sortimentsbereinigung durchgeführt und ein neues Marketingkonzept umgesetzt.

Ausblick

Die Verkaufspreise wollen wir 2014 bei Fortschreibung der Stahlpreise nur leicht erhöhen, bei Erhöhung der Stahlpreise entsprechend stärker anheben. Inwieweit dies durchsetzbar ist, wird von der Konjunktur und dem Verhalten der Wettbewerber abhängig sein.
In den Produktionsbereichen werden die Effizienzen durch eine konsequente Flussoptimierung weiter gesteigert. Dies führt auch zu einer Verkürzung der Durchlaufzeiten. In der Fertigung, Logistik, Verwaltung und im Vertrieb sind weitere Schritte für den „Täglichen Verbesserungs-Prozess (TVP)" eingeleitet.

Die Zuverlässigkeit bei der Lieferung von Produkt, Papier und Auskunft haben wir weiter ausgebaut und gemeinsam mit unserem Anspruch an die Begegnungsqualität als aktives Marketinginstrument zur Kundengewinnung eingesetzt.

Der Arbeitsschutz und der Umweltschutz haben weiterhin einen hohen Stellenwert für uns.

Im Bereich „Lagertechnik – Raum aus Stahl" zielen die Entwicklungen auf die Reduzierung der Kosten bei bestehenden Produkten und die Weiterentwicklung der anwendungsbezogenen Lösungen von Materialcontainern, Schnellbauhallen und Betriebsausstattung. In den unterschiedlichen Anwendungsgebieten werden die bestehenden Standardprodukte durch leichte Modifikationen zu speziellen Problemlösungen. Die Zusammenarbeit in der Domoferm-Gruppe wird durch zahlreiche Maßnahmen deutlich ausgebaut.

BBE DOMOFERM GMBH

ECKZAHLEN

MITARBEITER:	79	
UMSATZ 2013:	17.349	TEUR
EGT 2013:	1.197	TEUR

SITZ: Brilon (Nordrhein-Westfalen) / Deutschland

Oliver Eller Geschäftsführer,
BBE Domoferm Group

BETEILIGUNG

BBE DOMOFERM GMBH

BBE DOMOFERM GMBH

Geschäftstätigkeit / Geschichte

Unser Unternehmen der Domoferm-Gruppe mit dem Standort Brilon ist eines der führenden europäischen Unternehmen im Bereich hochwertiger Bauelemente aus Stahl. Türelemente und Verglasungssysteme mit ihren vielfältigen Einsatzmöglichkeiten, besonders im Brandschutzbereich, wo wir die Möglichkeit haben, neue Marktsegmente zu gewinnen und bestehende auszubauen, gehören zu unserer Kernkompetenz.
Die Begeisterung unserer Partner und der daraus resultierende Erfolg stehen für uns an erster Stelle.

Firmengeschichte der BBE:

1967	Gründung BBE
1970	Gründung Werk in Brilon
1986	Firmierung in BBE Briloner Bauerzeugnisse & Co.KG
1992	Gründung des Tochterunternehmens HSE in Humpolec (Tschechien)
2002	Formwechsel zur BBE Briloner Bauerzeugnisse GmbH
2003	Eingliederung der BBE in die Domoferm International
2004	Start Ausbau Verglasungselemente
2006	Start des Türenvertriebs in Deutschland mit Produkten der DOMOFERM GmbH
2011	Umfirmierung in BBE DOMOFERM GmbH
2013	Verschmelzung DOMOFERM Deutschland GmbH auf die BBE DOMOFERM GmbH

Die Integration der Produktlinien „Türen" und „Tore" und der Ausbau des Bereiches „Verglasungssysteme" eröffneten für BBE DOMOFERM neue Absatzmöglichkeiten. Die gesamte Marktposition konnte dadurch gestärkt und ausgebaut werden.

BBE DOMOFERM steht in der DOMOFERM-Gruppe an der Spitze im Bereich Verglasungssysteme und ist als Spezialist federführend für die Vermarktung der Produkte in Deutschland und Europa.

Zurzeit beschäftigt die BBE DOMOFERM GmbH im Werk Brilon, Deutschland, ca. 85 Mitarbeiter.

Wesentliche Entwicklungen im Geschäftsjahr

Im Jahr 2013 wurde ein Gesamtumsatz von TEUR 18.880 erzielt, der damit über dem Vorjahresniveau von TEUR 17.089 lag.

Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EGT) 2013 der BBE DOMOFERM betrug TEUR 1.197 (Vorjahr: TEUR 602).

Zu berücksichtigen ist, dass das Ergebnis aufgrund der Verschmelzung der DOMOFERM Deutschland GmbH auf die BBE DOMOFERM mit TEUR 110 (per Ende Oktober 2013) eingeflossen ist.

Produkte / Neuheiten / Entwicklungen

Das Produktsortiment der BBE DOMOFERM mit Türen, Zargen und Verglasungssystemen aus Stahl bietet starke Vorteile. Einzigartig ist dabei, dass wir DESIGN, FUNKTIONALITÄT und WIRTSCHAFTLICHKEIT vereinen. Mit unserem Zargen-Know-how, verbunden mit unserer Türtechnik, unterscheiden wir uns klar von unseren Mitbewerbern.

In der für uns wichtigsten Messe BAU 2013 haben wir unsere Innovationsstärke unter Beweis gestellt und erfolgreich das Gesamtsortiment verkaufen können.

Wir konzentrieren uns weiterhin auf montagefreundliche Lösungen in unserem Türen- und Verglasungsbereich sowie die Weiterentwicklung von Zusatzausstattungen wie erhöhtem Schallschutz, Einbruchhemmung etc. Bei den Verglasungssystemen steht im Vordergrund, das Zulassungsspektrum weiter auszubauen und dabei die wachsenden optischen und anwendungsorientierten Ansprüche im Objekt zu berücksichtigen.

TÜREN AUS STAHL
Als derzeit einziger Hersteller bietet BBE DOMOFERM die mörtellose Montage in allen Brandschutzklassen von T0 – T90 mit einer Zargenlösung an.

VERGLASUNGSELEMENTE
Kundennutzen und lösungsorientierte Produkte unterscheiden uns; deshalb erhielten wir den größten Einzelauftrag bei Verglasungselementen in unserer Firmengeschichte - BV Krankenhaus Nord in Wien.

Makroökonomisches Umfeld

Die allgemeine Konjunktur in Deutschland war positiv. Nach Angaben des Hauptverbandes der Deutschen Bauindustrie in der Ausgabe seines „Aktuellen Zahlenbildes" vom Februar 2014 lag der Umsatz im Bauhauptgewerbe im Gesamtjahr 2013 um nominal 3,1 % über dem Niveau des Vorjahres (real: +1,5 %). Damit wurden die Erwartungen der Bauverbände vom Jahresbeginn 2013 um 2,0 % übertroffen.

Ausblick

Durch ständige Marktbeobachtung wurden Vertriebsmaßnahmen zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit eingeleitet. Den Maßnahmenkatalog haben wir überarbeitet und ergänzt. Es liegt ein Plan für den Zeitraum 2014 bis 2016 vor. Durch diese Maßnahmen werden wir ein gesundes Wachstum des Unternehmens sichern.

Wir rechnen gegenüber dem Jahresende 2013 mit Kostensteigerungen bei Personal, Energie und Logistik.

Die Stahlpreisentwicklung ist sehr ungewiss. Wir rechnen im weiteren Jahresverlauf eher mit Preiserhöhungen.

Im Produktionsbereich werden die Effizienzen durch eine konsequente Flussoptimierung weiter gesteigert.

Durch die Spezialisierung und weitere Investitionen bei Verglasungselementen sowie die Erweiterung der Produktpalette im Bereich der Türen aus Stahl sehen wir eine weitere Stärkung unserer Marktstellung.

Das Jahr 2014 hat in Bezug auf Auftragsbestand und Auftragseingang gut begonnen. Der Gesamtumsatz entspricht dem Plan 2014.

Für das Geschäftsjahr 2014 erwarten wir ein ähnliches positives Ergebnis wie im Jahr 2013.

HSE
DOMOFERM GROUP

ECKZAHLEN

MITARBEITER:	129	
UMSATZ 2013:	6.800	TEUR
EGT 2013:	773	TEUR

SITZ: Humpolec / Tschechische Republik

Ulrich Marsch Geschäftsführer,
HSE SPOL. S R. O. Domoferm Group

BETEILIGUNG

HSE SPOL. S R. O. DOMOFERM GROUP

HSE DOMOFERM GROUP

Geschäftstätigkeit / Geschichte

Der Kerngeschäftsbereich der HSE liegt in der Fertigung und im Vertrieb von Bauelementen mit erhöhten technischen Anforderungen wie Feuerschutz, Rauchschutz, Akustikschutz, Strahlenschutz, Sicherheit und weiteren Sonderfunktionalitäten, gepaart mit ästhetischem Anspruch. Hierzu zählen Zargen, Türen, Trennwandelemente und Verglasungselemente aus Stahl und Edelstahl.

Das Unternehmen wurde im Jahre 1992 von der Firma BBE GmbH & Co.KG Deutschland und Herrn Ulrich Marsch als Gesellschafter gemeinsam gegründet.

Bis zum heutigen Zeitpunkt ist ein 40.000 m² großes Betriebsgelände und eine moderne Betriebsstätte mit 12.600 m² Fertigungsfläche im Eigenbesitz entstanden, in der 130 Mitarbeiter tätig sind.

Wesentliche Entwicklungen im Geschäftsjahr

Das Jahr 2013 war weiterhin von einer stagnierenden Bauwirtschaft im Inland geprägt, die zur Steigerung des Wettbewerbsdrucks geführt hat. Bereits das fünfte Jahr in Folge musste sich HSE im Inlandsmarkt dieser Herausforderung stellen. Im zweiten Halbjahr konnten wir die Inlandsumsatzverluste des ersten Halbjahres nicht nur einholen, sondern die Umsätze geringfügig um 0,4 % steigern. Im ersten Quartal lagen wir noch 35 % unter dem Vorjahresumsatz. Zur Verbesserung des Gesamtumsatzes im Vergleich zum Vorjahr trug wesentlich der Export, konkret das Intercompany-Geschäft, bei. HSE hat einen Gesamtumsatz von TCZK 177.276 erreicht, was einer Umsatzsteigerung von 4,5 % gegenüber dem Vorjahr (TCZK 169.692) entspricht.

Bei gleichem Buchungswechselkurs des Jahres 2013 (CZK 25,14/EUR 1) sind es TEUR 7.051 Umsatz im Jahr 2013 gegenüber TEUR 6.750 im Vorjahr.

Das EGT lag 2013 bei TCZK 16.198 gegenüber TCZK 15.795 im Vorjahr (ohne aufgelöste Reserve), was eine Ergebnisbesserung von 2,6 % darstellt. Das im Jahresabschluss 2012 ausgewiesene EGT ist um eine ergebniswirksam aufgelöste Reserve von TCZK 3.992 verfälscht und daher weist der Jahresabschluss 2012 ein EGT von TCZK 19.787 aus. Bei gleichem Buchungswechselkurs des Jahres 2013 (CZK 25,14/EUR 1) beträgt das EGT TEUR 644 gegenüber TEUR 628 im Vorjahr. Einschließlich aufgelöster Reserven wurde in 2013 ein EGT von TEUR 773 ausgewiesen.

Angesichts des Marktumfelds ein achtbarer Erfolg, der auf konsequente Fortführung der klaren Marktpositionierung und Leistungsdifferenzierung zum Wettbewerb zurückzuführen ist. Unsere Geschäftspolitik ist auf Nachhaltigkeit ausgerichtet.

Besser statt billiger zu sein, heißt unsere Devise.

Nur dank der Leistungsfähigkeit und Flexibilität der Organisation sowie Leistungsbereitschaft unserer Mitarbeiter konnten wir das sehr schlecht begonnene Jahr 2013 dennoch erfolgreich abschließen.

Produkte und Vermarktung

Die Produkte der HSE zeichnen sich nicht nur durch gutes Design und Qualität, sondern durch breite Lösungsvariabilität bis zu kundenspezifischen Lösungen für unterschiedliche Anwendungsbereiche aus. Mit unseren Entwicklungen gehen wir auf ausgefallene Kundenwünsche ein. HSE definiert sich als Sonderlösungsspezialist. Hierbei gilt jedoch: Nur wer die Kundenprobleme erkennt, kann sie auch lösen. Hierzu ist Kundennähe und enge Zusammenarbeit mit den Kunden eine absolute Voraussetzung. In unserem Geschäftsfokus stehen nicht nur die Produktanwender, sondern auch Architekten und Projektanten im Vorfeld der Bauprojektplanung.

Makroökonomisches Umfeld

Hauptabsatzgebiet der HSE ist nach wie vor das Inland mit 67 % Umsatzanteil. Der Export verzeichnet einen Umsatzanteil von 33 %. Während wir im Inland um 0,4 % gewachsen sind, verzeichnen wir im Export eine Zuwachsrate von 10,8 %. Die Exportsteigerung ist hauptsächlich auf die erhöhte Anfrage der Domoferm Österreich und der Vertriebsniederlassungen der Firmengruppe zurückzuführen.

Gegenwärtig ist unsere größte Herausforderung, die starken Absatzschwankungen organisatorisch zu verkraften, um die immer kürzeren Zeiträume für die Ertragsrealisierung auszunutzen. Bedingt durch multiple Markteinflüsse ist die Produktionsauslastung unterjährig sehr hohen Schwankungen ausgesetzt, was enorme Ansprüche an die flexible und rasche Anpassung der Produktionskapazitäten stellt.

Ausblick

Trotz der nicht erfreulichen gegenwärtigen Marktentwicklung glauben wir, dass sich die tschechische Bauwirtschaft langsam stabilisieren und moderates Wachstum erreichen wird.

Weitere Wachstumschancen erwarten wir durch Umsetzung und Straffung der Zusammenarbeit innerhalb der Gruppe, wo wir partiell vorhandene Stärken der einzelnen Produktionsstandorte und der vorhandenen Vertriebsstruktur besser nutzen können als in der Vergangenheit. Direkte Auftragsabwicklung und Belieferung der Vertriebsniederlassungen zeigte bereits 2013 eine deutlich positive Wirkung.

Die Weiterentwicklung bestehender Produkte, die Entwicklung neuer Produkte hin zu Kundenlösungen gehören nicht nur zum Wachstumspotenzial, sondern machen uns krisenbeständiger. Wir werden weiterhin Marktnischen suchen und deren Potenziale nutzen.

ECKZAHLEN

MITARBEITER:	**255**	
UMSATZ 2013:	**39.493**	**TEUR**
EGT 2013:	**1.512**	**TEUR**

SITZ: Schalchen / Oberösterreich

BETEILIGUNG

LOHBERGER, HEIZ + KOCHGERÄTE-TECHNOLOGIE GMBH

LOHBERGER, HEIZ + KOCHGERÄTE-TECHNOLOGIE GMBH

Geschäftstätigkeit / Geschichte

Der Firmenname sagt schon, worum es geht: um Wärme, um Heizen und Kochen. Seit über 85 Jahren beschäftigt sich das Unternehmen mit dem Hauptsitz in Schalchen mit Lösungen für den Küchenbereich.
Vom Holzherd (Sparherd), der früher beinahe in jedem Haus und auch in jedem Gasthaus zu finden war, sind die beiden Sparten „Herde und Öfen" und „Großküche" hervorgegangen. Lohberger ist der einzig verbleibende größere Hersteller derartiger hochwertiger Qualitätsprodukte in Österreich und genießt einen entsprechend guten Ruf am Markt. Aufgrund ausgeklügelter Logistik und großer Fertigungstiefe gilt Lohberger als schnellster Hersteller am Markt (Fertigungszeit für Herde beträgt fünf Arbeitstage, für Küchen fünfzehn Arbeitstage).

Im Segment der holzbefeuerten Herde erreicht Lohberger in Österreich und Deutschland einen Marktanteil von über 40 %. Die Belieferung an Endkunden erfolgt primär über den Fachhandel und teilweise über Baumärkte.

Die Lohberger, Heiz + Kochgeräte-Technologie GmbH hält derzeit vier Beteiligungen:

- Lohberger Küchen Competence Center GmbH, Landstraße 19, Schalchen (100 %)
- Omeras Raschau GmbH, Straße des Friedens 3, 08352 Raschau-Markersbach (54,1 %)

Neu hinzugekommene Beteiligungen im Jahr 2013:

- Lohberger Küchen Competence Center GmbH Schweiz AG, Weissbadstraße 14, 9050 Appenzell / Schweiz (100 %)
- Lohberger Heiztechnik GmbH, Rechtes Salzachufer 40, 5020 Salzburg (100 %)

Wesentliche Entwicklungen im Geschäftsjahr

Mit der Integration der im Jahr 2012 erworbenen OMERAS Raschau GmbH konnte Lohberger eine zusätzliche Kernkompetenz aufbauen und hat damit den wichtigen Prozess der Emaillierung von Stahlsichtteilen nun selbst im Griff.

Ein weiterer wichtiger Schritt war der Erwerb der Assets der Firma SHT Heiztechnik aus Salzburg durch die neu gegründete Lohberger Heiztechnik GmbH im September 2013. Mit dem Erwerb können wir die Kompetenz in der Kombiheiztechnik Scheitholz/Pellet noch weiter verstärken und das zusätzliche Marktsegment der Ganzhausheizung im Keller erschließen.

Mit der Gründung der Lohberger Küchen Competence Center Schweiz AG wird der schrittweise Aufbau des Schweizer Marktes für Großküchen vorangetrieben.

LOHBERGER, HEIZ + KOCHGERÄTE-TECHNOLOGIE GMBH

Manfred Huber CEO
Lohberger, Heiz + Kochgeräte-Technologie GmbH

Produkte / Neuheiten / Entwicklungen

Ein Schwerpunkt in der Großküchentechnik lag in der funktionellen und hygieneseitigen Gestaltung der Edelstahlmöbel. Weiters wurden Projekte in der Eigenentwicklung von Induktionstechnik und Kühlgeräten gestartet.

Durch den Trend zur Entwicklung mobiler Geräte in der Gastronomie wurde eine Kooperation mit exklusiven Vertriebsrechten für Lohberger eingegangen.

Lohberger ist seit 2013 Generalimporteur in Österreich und Deutschland für den Keramik-Kamado-Holzkohlegrill „BigGreenEgg". Dieser ist in der gehobenen Gastronomie schon weit verbreitet und mittlerweile auch bei Privatkunden mit Grillaffinität sehr gefragt. Der Vertrieb erfolgt über den Fachhandel.

Im Bereich Herde und Öfen erhielt Lohberger im Jahr 2013 für den wassergeführten Kombi-Kaminofen Aqua Insert + P sowie die Landhaus Herdserie LHS den wichtigsten europäischen Designerpreis „Plus X Award". Die Landhausserie wurde zudem noch als bestes Produkt des Jahres 2013 ausgezeichnet.

Herbert Kreiseder CFO,
Lohberger, Heiz + Kochgeräte-Technologie GmbH

Reinhard Hanusch Geschäftsführer,
Küchen Competence Center GmbH

Ausblick

In der Heizungsbranche kam es zum einen durch den milden Winter, aber auch durch Vorziehkäufe in den Vorjahren zu Rückgängen. Mit einer Sortiments- und Markterweiterung (Export) wird versucht, dem entgegenzuwirken.

Der Auftragsstand im Großküchenbereich ist auf sehr hohem Niveau.

Wir gehen davon aus, dass im Jahr 2014 alle Unternehmensbereiche weiter wachsen werden.

Die führende Marktposition soll weiter ausgebaut werden.

ECKZAHLEN

MITARBEITER:	**8**	
UMSATZ 2013:	**2.384**	**TEUR**
EGT 2013:	**-396**	**TEUR**

SITZ: Salzburg

BETEILIGUNG

DACHSTEIN OUTDOOR- UND LIFESTYLE GMBH

DACHSTEIN OUTDOOR- UND LIFESTYLE GMBH

Geschäftstätigkeit / Geschichte

Dachstein wurde 1925 in Oberösterreich gegründet und war jahrzehntelang Marktführer im Bereich Ski- und Outdoorschuhe. In den letzten zehn Jahren war Dachstein Teil der Deeluxe Sportartikelhandels GmbH, aus der 2013 der Bereich Dachstein abgespalten und in die neu gegründete Dachstein Outdoor- und Lifestyle GmbH eingebracht wurde. Ziel ist der Relaunch der Marke und eine mittelfristig erfolgreiche Geschäftsentwicklung.

Die Positionierung des Outdoor-Schuhherstellers Dachstein liegt nun im ersten Fokus im qualitativen Outdoorschuhmarkt und im zweiten Fokus im funktionalen Lifestylebereich.

Wesentliche Entwicklungen im Geschäftsjahr

Das Jahr 2013 war vom Neuaufbau des jungen Unternehmens geprägt. Es wurde das Mitarbeiterteam, das derzeit aus neun Personen besteht, neu aufgebaut, die Kollektionsentwicklung auf neue Beine gestellt, und es kam zur Ansiedlung des Unternehmens in Salzburg (Gusswerk). Salzburg als Zentrum der Sport,- Schuh,- und Bekleidungsmode ist sowohl als Büro- als auch als Showroomstandort für die Hauptmärkte Österreich, Deutschland und Schweiz optimal. Daneben konnten 2013 auch internationale Distributionen aufgebaut werden, so etwa in Kanada, Italien, Griechenland, Tschechien, Slowakei und Polen.

Der Umsatz konnte 2013 auf knapp EUR 2,4 Mio. gesteigert werden – davon entfallen TEUR 1.766 auf das Inland, TEUR 583 auf den EU-Raum und TEUR 35 auf sonstige Länder. Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit war mit knapp TEUR -396 negativ, Grund dafür waren zum einen Einmalaufwendungen für Übersiedlung, Spaltung und Aufbau des neuen Unternehmens, zum anderen Investitionen in den Markenaufbau (Homepage, Messe-Stand und -Präsenz, Werbemaßnahmen mit Schwerpunkt B2B). Der Jahresfehlbetrag betrug TEUR -77.

Produkte / Neuheiten / Entwicklungen

Eine der wesentlichen Aufgaben 2013 war die Definition der Markenidentität und die damit verbundene Operationalisierung der Strategie. Diese Markenidentität spiegelt sich im neuen Slogan „Unique Steps" wider, der mehr als nur ein Claim, nämlich die Überschrift für die neue Dachstein-Strategie ist:

Dachstein entwickelt und produziert Berg- und Wanderschuhe aus dem Herzen der Alpen für die Alpen. Die lange Tradition aus Leidenschaft, die einzigartige Geschichte, die Vielzahl an innovativen Entwicklungen und nicht zuletzt die Begeisterung der Menschen hinter der Marke prägen Dachstein bereits seit 90 Jahren. Dachstein fertigt mit Leidenschaft Schuhe für Bergsportbegeisterte, die Wert auf Passform, Qualität, Innovation und Funktion sowie modisches Design legen.

Ausblick

Dachstein verfolgt mit dieser Strategie den Ansatz, Tradition und Innovation zu verbinden und damit eine gewisse Einzigartigkeit darzustellen. Dies kann auch mit der Auswahl der Markenbotschafter von Dachstein sehr gut untermauert werden. Man hat sich in dem Zusammenhang nämlich für Partner entschieden, die auch für eine besondere Geschichte stehen. Dies ist sowohl bei Andi Holzer, dem blinden Bergsteiger, der Fall, der 2014 als erst zweiter Blinder weltweit mit dem Mount Everest seinen letzten fehlenden Gipfel der Seven Summits in Angriff nimmt, als auch bei Air-Race-Weltmeister Hannes Arch, der als einer der wenigen Weltklassesportler seines Metiers hauptsächlich im Bergsport sein Training absolviert.

In der Produktentwicklung 2013 lag der Schwerpunkt in der Entwicklung einer ganzheitlich interessanten Bergsportkollektion, die sich dem internationalen Wettbewerb stellen kann und die erfolgreich auf der internationalen Leitmesse Outdoor Friedrichshafen präsentiert wurde. Angeboten werden die Kategorien Mountaineering, Trekking, Hiking, Approach, Trail Running und neu auch alpiner Lifestyle mit Funktion. In der Produktentwicklung wurden die bestehenden Patente im Bereich Schnürung (HLS, Lace smart) und Sohle (Orthotec) eingesetzt.

Für 2014 ist eine Fortsetzung des Wachstums, eine konsequente Weiterführung der Marktpositionierung und -bearbeitung und eine Kollektionsweiterentwicklung geplant. 2014 ist eine Erhöhung des Umsatzes auf EUR 4 Mio. vorgesehen, in Folge wird wirtschaftlich der Turnaround angestrebt.

In der Kollektionsentwicklung wurde bereits am Beginn des Jahres 2014 die erweiterte Winterkollektion erstmals wieder auf der größten Sportartikelmesse weltweit, der ISPO in München, vorgestellt. Für die Sommersaison 2015 befindet sich eine „90 Jahre Dachstein Retro Kollektion", die gemeinsam mit einem Jubiläumshändlerkonzept lanciert werden soll, ebenso in Entwicklung wie eine innovative Schuhgruppe im Bereich Speed Hiking/Approach, für die in einem Projekt mit dem Sohlenweltmarktführer Vibram eine spezielle Sohlenkonstruktion designt wurde. Darüber hinaus entwickelt Dachstein eine App, um speziell im Bereich Online das Size- und Shapefit zu erleichtern, und baut passend zur Marketingstrategie eine in Europa produzierte Kollektion aus. Ziel ist es, mit diesen Maßnahmen im Fachhandel weiter zu wachsen und Marktanteile sowohl national als auch international auszubauen.

Neben der Inline-Schuh-Kollektion befinden sich mehrere Projekte im Bereich SMU in Entwicklung. Die wichtigsten betreffen das Marktsegment Jagd und die Marktnische Eisstocksport. Weiters steht eine Vereinbarung mit Sport 2000 kurz vor Abschluss, die eine exklusive Kooperation mit der Markteinführung von Dachstein-Textilien zum Inhalt haben wird.

Dr. Oliver Wieser Geschäftsführer,
Dachstein Outdoor-
und Lifestyle GmbH

AUSTRO HOLDING GMBH

NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN: WENN MAN GESTERN SCHON AN ÜBERMORGEN DENKT.

KAPITEL

C

KONZERNZAHLEN / KONZERNLAGEBERICHT

KONZERNBILANZ ZUM 31. 12. 2013

AKTIVA in TEUR			31.12.2013	VERGLEICHSZAHLEN 31.12.2012
A.	**ANLAGEVERMÖGEN**			
I.	**Immaterielle Vermögensgegenstände**		**9.698,7**	**6.873,8**
II.	**Sachanlagevermögen**			
1.	Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten, einschließlich der Bauten auf fremden Grund	19.339,2		19.097,6
2.	technische Anlagen und Maschinen	7.164,7		7.816,5
3.	andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	3.214,8		2.836,0
4.	geleistete Anzahlungen und Anlagen in Bau	1.316,1		1.143,4
			31.034,8	**30.893,5**
III.	**Finanzanlagevermögen**			
1.	Anteile an verbundenen Unternehmen	18,0		18,0
2.	Ausleihungen an verbundene Unternehmen	0,0		0,0
3.	Beteiligungen	5.830,0		6.690,7
4.	Wertpapiere (Wertrechte) des Anlagevermögens und sonstige Ausleihungen	4.596,2		4.852,0
			10.444,2	**11.560,7**
			51.177,7	**49.328,0**
B.	**UMLAUFVERMÖGEN**			
I.	**Vorräte**			
1.	Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	8.592,0		8.969,8
2.	unfertige Erzeugnisse	2.874,0		2.992,8
3.	fertige Erzeugnisse und Waren	19.910,2		18.337,9
4.	noch nicht abrechenbare Leistungen	3.875,2		1.557,7
5.	geleistete Anzahlungen	-2.276,0		935,9
			32.975,3	**32.794,1**
II.	**Forderungen**			
1.	Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	27.688,6		26.501,7
2.	Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen	385,5		4,2
3.	Forderungen gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	1.000,0		1.682,7
4.	sonstige Forderungen und Vermögensgegenstände	6.337,1		6.251,3
			35.411,2	**34.439,9**
III.	**Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten**		**10.004,3**	**11.440,3**
			78.390,8	**78.674,3**
C.	**RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN**		**1.394,8**	**1.532,2**
SUMME AKTIVA			**130.963,3**	**129.534,5**

PASSIVA in TEUR		31.12.2013	VERGLEICHSZAHLEN 31.12.2012
A. EIGENKAPITAL			
I. Stammkapital		**175,0**	**157,5**
II. Kapitalrücklage			
1. nicht gebundene		20.873,2	21.072,9
III. Bilanzgewinn		**11.080,6**	**8.704,3**
davon Gewinnvortrag		*6.454,3*	*3.895,5*
VI. Minderheitenanteile		**2.881,9**	**7.234,7**
		35.010,8	**37.169,4**
B. INVESTITIONSZUSCHÜSSE		**386,8**	**451,7**
C. NACHRANGIGE DARLEHEN		**1.762,7**	**2.850,0**
D. GESELLSCHAFTERDARLEHEN		**20.000,0**	**20.000,0**
E. FREMDKAPITAL			
I. Rückstellungen			
1. Rückstellungen für Abfertigungen und Pensionen	7.077,2		7.020,9
2. Rückstellungen für Steuern	763,9		534,5
3. Sonstige Rückstellungen	13.309,0		13.583,2
		21.150,3	21.138,6
II. Verbindlichkeiten			
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	24.448,6		21.077,9
2. erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	871,3		717,4
3. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	13.001,8		14.086,4
4. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	59,6		73,2
5. Sonstige Verbindlichkeiten	14.139,7		11.748,7
		52.521,0	47.703,6
		73.671,3	**68.842,2**
F. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN		**131,7**	**221,2**
SUMME PASSIVA		**130.963,3**	**129.534,5**
Eigenkapital (ohne Minderheitenanteile)		**32.128,9**	**29.934,7**
Wirtschaftliches Eigenkapital (ohne Minderheitenanteile)		**54.278,4**	**53.236,4**

KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG FÜR DEN ZEITRAUM 1. 1. 2013 BIS 31. 12. 2013

in TEUR			2013	VERGLEICHSZAHLEN 2012
1.	**Umsatzerlöse**		**236.288,5**	**235.132,5**
2.	**Veränderungen des Bestands an fertigen und unfertigen Erzeugnissen sowie noch nicht abrechenbare Leistungen**		**1.455,1**	**375,1**
3.	**Sonstige betriebliche Erträge**			
a)	Erträge aus dem Abgang vom Anlagevermögen, ausgenommen Finanzanlagevermögen	461,3		98,4
b)	Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	1.171,1		261,7
c)	übrige	4.394,1		5.529,9
			6.026,5	**5.890,0**
4.	**Materialaufwand**		**116.192,8**	**116.490,1**
5.	**Personalaufwand**			
a)	Löhne	30.435,4		28.390,9
b)	Gehälter	28.827,5		28.326,9
c)	Aufwendungen für Abfertigungen und Leistungen an betriebliche Mitarbeitervorsorgekassen	1.117,6		1.490,3
d)	Aufwendungen für gesetzlich vorgeschriebene Sozialabgaben sowie Abgaben und Pflichtbeiträge	14.851,7		14.282,3
e)	Sonstige Sozialabgaben	884,2		1.703,9
			76.116,4	**74.194,2**
6.	**Abschreibungen**		**5.959,2**	**5.633,2**
7.	**Sonstige betriebliche Aufwendungen**		**37.375,9**	**36.527,3**
8.	**ZWISCHENSUMME AUS Z1 BIS 7 (BETRIEBSERFOLG)**		**8.125,9**	**8.552,8**
9.	**Beteiligungserträge**		**1.200,7**	**1.509,0**
10.	**sonstige Zinsen und ähnliche Erträge**		**348,0**	**515,4**
11.	**Erträge aus dem Abgang und der Zuschreibung zu Finanzanlagen und Wertpapieren des Umlaufvermögens**		**312,3**	**77,9**
12.	**Aufwendungen aus Beteiligungen**		**141,1**	**443,6**
13.	**Zinsen und ähnliche Aufwendungen**		**972,5**	**2.085,7**
14.	**ZWISCHENSUMME AUS Z9 BIS 13 (FINANZERFOLG)**		**747,4**	**-427,1**
15.	**ERGEBNIS DER GEWÖHNLICHEN GESCHÄFTSTÄTIGKEIT**		**8.873,3**	**8.125,7**
16.	**Außerordentliche Erträge**		**0,0**	**5.327,2**
17.	**Außerordentliche Aufwendungen**		**0,0**	**-3.088,5**
18.	**AUSSERORDENTLICHES ERGEBNIS**		**0,0**	**2.238,7**
19.	**Steuern vom Einkommen und vom Ertrag**		**2.424,4**	**2.520,5**
20.	**JAHRESÜBERSCHUSS**		**6.448,9**	**7.843,8**
21.	**Minderheitenanteile**		**1.859,8**	**3.035,1**

CASHFLOW-STATEMENT FÜR DEN ZEITRAUM 1. 1. 2013 BIS 31. 12. 2013

in TEUR	2013	VERGLEICHSZAHLEN 2012
Konzernjahresüberschuss	**6.448,9**	**7.843,8**
Abschreibungen	5.965,9	6.154,8
übrige Anpassungen	-1.621,1	2.011,2
CASHFLOW AUS LAUFENDER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT	**10.793,7**	**16.009,8**
Investitionen	-10.738,6	-15.364,3
Desinvestition	5.177,9	13.022,1
Abgegebene/übernommene flüssige Mittel	-6.775,5	4.768,3
CASHFLOW AUS INVESTITIONSTÄTIGKEIT	**-12.336,2**	**2.426,1**
Netto-Auszahlungen Finanzverbindlichkeiten	2.883,4	-26.422,0
Dividenden	-2.814,0	-1.573,0
Sonstige Finanzierungsvorgänge	37,3	12.884,0
CASHFLOW AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEIT	**106,7**	**-15.111,0**
VERÄNDERUNG DER LIQUIDEN MITTEL	**-1.435,8**	**3.324,9**

KONZERNLAGEBERICHT FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2013

Marktpositionierung, Kapitalisierung, Beteiligungsabschlüsse und wesentliche Ereignisse

Die Austro Holding konnte sich 2013 in einem im Vergleich zu 2012 unverändert schwierigen Marktumfeld gut behaupten. Sie hat als Beteiligungsholding, welche darauf ausgerichtet ist, Beteiligungsunternehmen vorzugsweise mehrheitlich zu erwerben, deren Unternehmenswert nachhaltig zu steigern und diese Unternehmen grundsätzlich dauerhaft zu behalten, im österreichischen Markt ihre einzigartige Marktposition weiter gefestigt.

Die Austro Holding GmbH wurde 2010 von Dr. Erhard F. Grossnigg initiiert und einem privaten Investorenkreis geöffnet, der sich im Wege von insgesamt vier Kapitalerhöhungen (04/10, 04/11, 06/12 sowie 12/12) an der Holding beteiligt hat. Per Ende 2013 ist die Holding mit einem von den Gesellschaftern eingezahlten Kapital in Höhe von rd. EUR 41 Mio. ausgestattet, bestehend aus dem Stammkapital, Kapitalrücklagen (inkl. Agio) und Gesellschafterdarlehen. Der Gesellschafterkreis besteht aus insgesamt 14 natürlichen und juristischen Personen; weitere Kapitalerhöhungen sind nicht geplant.

Die Anzahl der 2013 geprüften Beteiligungsprojekte hat sich im Vergleich zu den vorangegangenen Jahren weiter erhöht. Trotz der selektiven Akquisitionsstrategie wurden fünf neue Beteiligungen erworben: Im Jahr 2013 wurde der Geschäftsbereich Dachstein von der Dee Luxe Sportartikel Handels GmbH abgespalten und in die Dachstein Outdoor & Lifestyle GmbH, die im April 2013 neu gegründet wurde, eingebracht. Anteile im Umfang von 10 % wurden an den Geschäftsführer Dr. Oliver Wieser abgegeben. Im Juni 2013 wurden jeweils 5 % an der DPI Holding GmbH und an deren Schwestergesellschaft, der COH Liegenschaftsverwaltung GmbH, erworben. Im September wurde eine Beteiligung im Umfang von 19 % an der KUNERT FASHION GmbH und im Dezember schließlich in Höhe von 18,75 % an der Ankerbrot AG mittelbar im Wege der Ancora Holding GmbH als Erwerbsgesellschaft eingegangen; darüber hinaus wurde im September die HDW Austrian Retail Immobilien Invest GmbH, an der die Austro Holding 50 % hält, erworben, die unter anderem als Plattform für die Unternehmen der Austro Holding fungieren soll.

Neben dem Erwerb der genannten neuen Beteiligungen wurden zwei bestehende Beteiligungen aufgestockt: Im November 2013 wurde zum einen der Beteiligungsumfang an der Domoferm International von 70 % auf 94,9 % durch Abschichtung der Neumayer Privatstiftung erhöht und zum anderen die Neudoerfler Office Systems GmbH zur Gänze übernommen und der bisherige Minderheitsgesellschafter (ATHENA Burgenland Beteiligungen AG) ausgekauft.

Im Berichtszeitraum 2013 wurden jedoch auch Beteiligungen abgegeben: Im April 2013 wurden Geschäftsanteile an der Sleepwell Kauffmann GmbH in Höhe von 10 % an den neu eintretenden Geschäftsführer Helmut Schrenk abgegeben. Sämtliche Geschäftsanteile an der Dee Luxe Sportartikel Handels GmbH (94 %) wurden im Juli 2013 an das Management veräußert, die gemeinsam mit der grosso Holding gehaltenen Anteile an der Ochsner Wärmepumpen GmbH in Höhe von 45 % wurden im Juli 2013 an die Familie Ochsner abgegeben, und der an der Infoniqa Payroll Holding GmbH gehaltene Minderheitsanteil in Höhe von 26 % wurde im Oktober 2013 infolge der Optionsausübung durch Heinz Pfiel (Gesellschafter der Infoniqa Holding GmbH) an diesen übertragen.

Insgesamt war die Austro Holding-Gruppe 2013 wirtschaftlich sehr erfolgreich und hat die vor Beginn des Geschäftsjahres festgelegten Zielsetzungen und Budgets als auch die Ertragszahlen des Vorjahres übertroffen.

Übersicht über die vollkonsolidierten Beteiligungsunternehmen

BETEILIGUNGSUNTERNEHMEN	GESCHÄFTSGEGENSTAND	BETEILIGUNGSUMFANG	EINSTIEG (CLOSING)	UMSATZ 2013 IN € TSD.	ANTEIL KONSOL. UMSATZ DER GRUPPE (CA.)
DACHSTEIN OUTDOOR & LIFESTYLE, WIEN	Entwicklung und Vertrieb sowie Großhandel mit der traditionellen Outdoor-Schuhmarke Dachstein	90,0 %	April 2013	2.384	1 %
DEUTZ-FAHR AUSTRIA LANDMASCHINEN, WIEN	Generalimporteur von landwirtschaftlichen Geräten der Marke Deutz-Fahr mit exklusiven Vertriebsrechten in Österreich	68,3 %	April 2010	38.142	16 %
DOMOFERM INTERNATIONAL, GÄNSERNDORF (NÖ)	Produktion und Vertrieb von Stahlzargen und -türen mit Vertriebstöchtern in Europa	94,9 %	Juli 2012	104.312 *)	44 %
LOHBERGER, HEIZ + KOCHGERÄTE-TECHNOLOGIE, SCHALCHEN (OÖ)	Produktion und Vertrieb von Koch- und Heizgeräten, Zentralheizungskessel, Pelletsanlagen sowie Großküchen	93,0 %	April 2010	39.493 *)	17 %
NEUDOERFLER OFFICE SYSTEMS, NEUDÖRFL (BGLD.)	Produktion und Vertrieb von Büromöbeln mit eigenen Vertriebstöchtern in Ungarn und der Slowakei	100 %	April 2010	40.628	17 %
SLEEPWELL KAUFFMANN, HÖRBRANZ (VLBG.)	Produktion und Vertrieb von Büromöbeln mit eigenen Vertriebstöchtern in Ungarn und der Slowakei	90,0 %	April 2010	11.153	5 %
HDW AUSTRIAN RETAIL IMMOBILIEN INVEST, WIEN	Werbung, Marktkommunikation und Vermarktung im Bereich der Hotel- und Objekteinrichtung	50,0 %	September 2013	0 **)	0 %

*) Die Wertangabe versteht sich inkl. der direkten Tochtergesellschaften.

**) Erstkonsolidierung erfolgte per 31. 12. 2013.

Übersicht über restliche Beteiligungen

BETEILIGUNGS-UNTERNEHMEN	GESCHÄFTS-GEGENSTAND	BETEILIGUNGSUM-FANG	EINSTIEG (CLOSING)
BINDER + CO, GLEISDORF (STMK.)	Produktion und Vertrieb von Maschinen und Gesamtanlagen insb. für die Aufbereitungs-, Umwelt- und Verpackungstechnik; Binder ist im „mid market" der Wiener Börse gelistet	4,3 %	Februar 2011
S&T, LINZ	International tätiger IT-Systemintegrator mit eigenen Produkten	2,0 %	Oktober 2012
DPI HOLDING, WIEN	Produktion und Vertrieb von Geschäftsdrucksorten aller Art	5,0 %	Juni 2013
COH LIEGENSCHAFTS-VERWALTUNG, WIEN	Besitzgesellschaft für Liegenschaften und Liegenschaftsverwaltung	5,0 %	Juni 2013
KUNERT FASHION, IMMENSTADT (D)	Produktion und Handel mit Textilware (insbesondere mit Beinbekleidung für Damen und Herren)	19,0 %	September 2013
ANCORA HOLDING, WIEN	Besitz- und Akquisitionsgesellschaft für die Aktien der Ankerbrot AG	31,3 %	Dezember 2013

Ertragslage

Die Ertragslage der Austro Holding-Gruppe ist im Wesentlichen von den Ergebnissen der von ihr gehaltenen Beteiligungen beeinflusst. Aufgrund der unterschiedlichen Ausrichtungen und Geschäftsmodelle der einzelnen Gesellschaften ist es der Gruppe gelungen, trotz eines schwierigen wirtschaftlichen Umfeldes in einzelnen Branchen ein ausgezeichnetes Gesamtergebnis zu erwirtschaften.

Das EBITDA in Höhe von rd. EUR 14,1 Mio. spiegelt die solide wirtschaftliche Basis der Gruppe wider. Alle Beteiligungen, insbesondere jedoch die fünf umsatzstärksten Beteiligungen, haben zu diesem positiven Ergebnis beigetragen.

Hervorzuheben ist die Ergebnisentwicklung der Beteiligungen Neudoerfler, Deutz-Fahr Austria, aber auch der Domoferm-Gruppe, die insbesondere die Profitabilität der österreichischen Tochtergesellschaft nachhaltig und deutlich verbessern konnte. Aufgrund der gegenwärtigen Auftragslage in der Austro Holding-Gruppe ist damit zu rechnen, dass es 2014 sehr schwer werden wird, an das Ertragsniveau von 2013 anzuknüpfen. Aus diesem Grund gilt im laufenden Geschäftsjahr einem straffen Kostenmanagement die besondere Aufmerksamkeit der Geschäftsführung.

Vermögens- und Finanzlage

Die Vermögens- und Finanzlage der Austro Holding-Gruppe hat sich im Geschäftsjahr 2013 positiv entwickelt. Mit einem positiven Cashflow aus dem operativen Bereich (nach Veränderungen des Working Capital) in Höhe von über EUR 10,8 Mio., einem Cashbestand von rd. EUR 10 Mio. (2012: EUR 11,4 Mio.) sowie einer eigenkapitalfinanzierten Akquisitionsstrategie hat sich die Gruppe in Zeiten großer Unsicherheiten auf den Finanzmärkten richtig positioniert, um etwaigen wirtschaftlichen Risikofaktoren (Währungs- und Inflationsrisiken) entgegenzuwirken und um auch in Zukunft unabhängig agieren zu können. Sämtliche Zahlungsverpflichtungen konnten im Geschäftsjahr pünktlich erfüllt werden.

Die Vermögens- und Finanzlage der Austro Holding-Gruppe steht mit einer Eigenkapitalquote von rund 27 % auf soliden Pfeilern. Rechnet man die Gesellschafterdarlehen hinzu, welche ebenfalls langfristig gewährt wurden, so kommt man auf eine wirtschaftliche Eigenkapitalquote von 41,4 %. Fremdfinanzierungen wurden bislang ausschließlich in den Beteiligungsunternehmen zur kurzfristigen Finanzierung von Working Capital oder von mittelfristigen Anschaffungen von Maschinen oder anderen Betriebsmitteln aufgenommen.

FINANZIELLE LEISTUNGSINDIKATOREN

Kennzahlen in TEUR / %:

BILANZSUMME		WIRTSCHAFTL. EIGENKAPITAL		NET DEBT / GEARING	
130.963	100,0 % *)	54.278,4	41,4 % *)	16.207,0	29,9 % **)

*) in % der Bilanzsumme.

**) Berechnung: verzinsliches Fremdkapital abzgl. liquide Mittel / wirtschaftliches Eigenkapital.

EBITDA		EBIT		EGT	
14.085	6,0 % **)	8.126	3,4 % **)	8.873	3,8 % **)

**) in % der Umsatzerlöse.

Investitionen

Die einzelnen Beteiligungen der Austro Holding-Gruppe investieren laufend in die Weiterentwicklung der Betriebe, um sich auf ihren immer stärker umkämpften Märkten weiter behaupten zu können. Dabei werden sie von der Austro Holding einerseits mit einer moderaten und den Anforderungen entsprechenden Ausschüttungspolitik und andererseits mit individuell abgestimmten Finanzierungsmodellen bestmöglich unterstützt. Insgesamt wurden in der Gruppe mehr als EUR 4,9 Mio. ins Sachanlagevermögen investiert. Im Einzelnen setzten sich die Investitionen der Beteiligungen wie folgt zusammen:

in TEUR	
Dachstein	128,6
Deutz-Fahr	127,1
Domoferm International (inkl. Tochtergesellschaften)	2.568,6
Lohberger (inkl. Tochtergesellschaften)	874,7
Neudoerfler Office	1.128,9
Sleepwell Kauffmann	79,6
HDW	5,0
Austro Holding	1,5
	4.914,0

Forschung und Entwicklung

Die Austro Holding-Gruppe betreibt keine Forschung und Entwicklung (anders als deren Beteiligungsunternehmen). Die einzelnen Beteiligungsunternehmen mit Ausnahme der Handels- bzw. Vermarktungsunternehmen entwickeln durch permanente Investitionen in Forschung und Entwicklung ihre Produkte ständig weiter und versuchen, die Technologieführerschaft zu erreichen und abzusichern (insbesondere Lohberger). So ist zum Beispiel Lohberger Marktführer mit seiner „Hybridtechnologie" (Scheitholz und Pellets in einem Gerät).

Zweigniederlassungen

Die Austro Holding hat neben dem Firmensitz keine Zweigniederlassungen (anders als deren Beteiligungsunternehmen).

Risikobericht

EIGENKAPITALFINANZIERUNG

Die Austro Holding ist ausschließlich durch ihre Gesellschafter finanziert und hat derzeit keine Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten. Diese Mittel werden entsprechend dem Geschäftszweck der Austro Holding vornehmlich in Form von Eigenkapital Unternehmen mit der Zielsetzung zur Verfügung gestellt, die nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung dieser Unternehmen aktiv zu unterstützen und eine sukzessive Wertsteigerung zu erreichen. Wie bei jeder Form der Eigenkapitalfinanzierung sind damit überdurchschnittliche Ertragschancen, aber auch Risiken verknüpft: Der Erfolg der Austro Holding als Konzerngesellschaft der Beteiligungsunternehmen ist in hohem Maße von der wirtschaftlichen Entwicklung dieser Unternehmen abhängig, deren Ausschüttungen für die Ertragskraft der Austro Holding von entscheidender Bedeutung sind. Bei einzelnen Beteiligungen kann es im Laufe der Zeit zu negativen Entwicklungen kommen, die in extremis zu einem Totalausfall führen könnten.

Die Geschäftsführung der Austro Holding legt anhand der vorher definierten Grundsätze die Strategie für die gesamte Austro Holding-Gruppe fest. Sie konzentriert sich auf übergeordnete Führungs-, Planungs- und Koordinationsaufgaben, sie bestellt insbesondere die Geschäftsführung der Beteiligungsunternehmen und unterstützt diese bei geschäftlichen Entscheidungen. Die Geschäftsführung der Austro Holding ist darauf bedacht, langfristige und nachhaltige wirtschaftliche Erfolge zu erzielen, um für die Gesellschafter eine Wertsteigerung des Investments sowie eine moderate laufende Barrendite, verbunden mit Inflationsschutz, zu erwirtschaften.

Zentrale Bedeutung kommt dem im Gesellschaftsvertrag verankerten Beirat zu, der in regelmäßigen Sitzungen tagt. Er wahrt insbesondere die Interessen der Gesellschafter, trifft nach Vorbereitung und auf Vorschlag der Geschäftsführung Investitionsentscheidungen und kontrolliert die Einhaltung des Gesellschaftszweckes.

WÄHRUNGS-/ZINSÄNDERUNGSRISIKO, LIQUIDITÄT

Sämtliche Finanztransaktionen werden in Euro bzw. in der lokalen Währung der Gesellschaft abgewickelt; es besteht daher kein unmittelbares Währungsrisiko. Es kann jedoch nicht ausgeschlossen werden, dass es bei den Beteiligungsunternehmen im Zusammenhang mit Auslandsgeschäften zu Währungsrisiken kommt, die nicht abgesichert werden.

Da die Austro Holding – anders als ihre Beteiligungsunternehmen – derzeit keine verzinslichen Verbindlichkeiten hat, besteht auch kein Zinsänderungsrisiko. Gleiches gilt für ein etwaiges Liquiditätsrisiko, das deswegen als nicht gegeben angesehen werden kann, weil die von den Gesellschaftern zur Verfügung gestellten Mittel in vollem Umfang geleistet wurden (und daher keine Rückstände bestehen) und weil die Austro Holding per 31. 12. 2013 über einen Liquiditätspolster in Höhe von rd. EUR 2,32 Mio. verfügt, der für den Erwerb weiterer Beteiligungen vorgesehen ist.

VERWENDUNG VON FINANZINSTRUMENTEN

Neben den in der Bilanz ausgewiesenen Finanzinstrumenten (Finanzanlagen, Forderungen, Verbindlichkeiten) bestehen keine weiteren. Unmittelbare Preisänderungs-, Ausfalls- oder Cashflow-Risiken aus Finanzinstrumenten sind derzeit nicht erkennbar. Ausgenommen hiervon ist zum einen das Finanztermingeschäft zur Zinssicherung, das im Dezember 2013 im Zuge der Übernahme des Immobilienleasingvertrages von der Sleepwell Kauffmann an die Austro Holding übertragen wurde; es handelt sich hierbei um einen „Zinscap" mit bedingter Zuzahlung über ein Finanzierungsvolumen von EUR 4 Mio.

Darüber hinaus hat auch die zur Domoferm-Gruppe gehörende BOS GmbH zur Vermeidung von Zinsänderungsrisiken aus langfristigen Bankkrediten Zinsswaps und Zinscaps abgeschlossen, deren Marktwerte zum Bilanzstichtag indes nicht von substanzieller Bedeutung sind.

Die Veranlagung der liquiden Mittel der Austro Holding erfolgt konservativ, und zwar ausschließlich als Festgeld und Einlage bei mehreren österreichischen Bankinstituten.

EVENTUALVERBINDLICHKEITEN, GARANTIEN UND NACHSCHUSSVERPFLICHTUNGEN

Die Austro Holding hat für ihre Beteiligungsunternehmen nachstehende Garantien übernommen und Pfandrechte begründet:

Garantien von zuhöchst EUR 1,1 Mio. für Bankverbindlichkeiten der Dachstein Outdoor & Lifestyle GmbH sowie von bis zu EUR 1,09 Mio. für Bankverbindlichkeiten der Domoferm-Gruppe sowie Pfandrechte an Guthaben der Austro Holding GmbH für Bankverbindlichkeiten der Dachstein Outdoor & Lifestyle GmbH und der Sleepwell Kauffmann GmbH in Höhe von jeweils EUR 300 Tsd.; darüber hinaus wurde eine Termineinlage für Bankverbindlichkeiten der COH Liegenschaftsverwaltung in Höhe von EUR 250 Tsd. hinterlegt.

Darüber hinaus bestehen in zwei Tochtergesellschaften Eventualverbindlichkeiten iHv EUR 1,0 Mio. für diskontierte Wechsel und Haftungszusagen für Haftrücklässe iHv EUR 0,1 Mio.

Es bestehen grundsätzlich keine Nachschussverpflichtungen, die Geschäftsanteile an den Beteiligungsunternehmen sind frei verfügbar und ebenso frei von Pfandrechten oder sonstigen Belastungen.

Ausblick und Perspektive

Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2013 wurde trotz der genannten Verkäufe das Beteiligungsportfolio unter Berücksichtigung der Finanzbeteiligungen an Binder + Co AG und S&T AG auf insgesamt dreizehn Unternehmen erhöht und – wie eingangs erwähnt – der Beteiligungsumfang bei Domoferm International und Neudoerfler Office Systems aufgestockt. Damit ist das von den Gesellschaftern zur Verfügung gestellte Kapital unter Einrechnung der im heurigen Jahr bereits vertraglich fixierten Komplettübernahme der Ankerbrot AG (gemeinsam mit den bisherigen Mitgesellschaftern) erschöpft. Für die im April 2014 abgeschlossene Investition (50-Prozent-Beteiligung an der Gaulhofer Industrie-Holding GmbH), welche aus Sicht der Geschäftsführung eine „zwingende Opportunität" darstellt und derzeit noch unter dem Vorbehalt kartellrechtlicher Genehmigung steht, wird erstmals Fremdkapital von der Austro Holding aufgenommen werden. Angestrebt wird die Einräumung einer Finanzierungslinie zwischen EUR 5 bis 8 Mio., welche die Geschäftsführung im Lichte der investierten Eigenmittel von rd. 41 Mio. und der soliden Werthaltigkeit des Beteiligungsportfolios für vertretbar hält. Die Rückführung der Linie soll möglichst schnell unter Verwendung der frei verfügbaren Liquidität erfolgen, welche vornehmlich von Dividenden der Beteiligungsunternehmen zufließen wird.

Darüber hinaus werden die bestehenden Beteiligungsunternehmen unter Aufrechterhaltung selektiver Auswahlkriterien bei der Realisierung ihrer Wachstums- und Expansionspläne intensiv unterstützt, dies gilt insbesondere für ergänzende Akquisitionen von den einzelnen bestehenden Beteiligungsunternehmen (wie dies bei Lohberger durch die Übernahme der „Assets" der SHT Heiztechnik aus Salzburg GmbH in 2013 der Fall war und zur Gründung der Lohberger Heiztechnik GmbH führte).

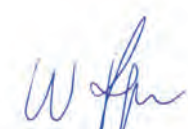
Aufgrund der Auftragslage der Beteiligungsunternehmen scheint sich ein schwieriges und herausforderndes Jahr 2014 abzuzeichnen. In der Austro Holding-Gruppe wurden daher bereits Maßnahmen eingeleitet, um etwaigen negativen Marktentwicklungen rechtzeitig und wirksam entgegenwirken zu können. So werden durch gemeinsame gruppenweite Anstrengungen, begleitet von einem externen Berater, Kostensenkungen insbesondere durch Bündelung des Einkaufs in Angriff genommen, sodass wir summa summarum dennoch zuversichtlich sind und hoffen, den wirtschaftlich erfolgreichen Weg mit unseren Beteiligungsunternehmen in diesem Jahr fortsetzen zu können.

Wien, im Mai 2014

Die Geschäftsführung der Austro Holding GmbH

Mag. Kerstin Gelbmann

Dr. Siegfried Mörz



Ing. Walter Karger

NOTIZEN

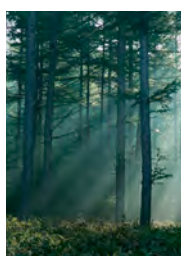
IMPRESSUM

Herausgeber:
Austro Holding GmbH
Walfischgasse 5
A-1010 Wien

Redaktioneller Inhalt:
Austro Holding GmbH

Konzept & Design:
Halle34 Og für zeitgenössische Kommunikation
www.halle34.com

Fotos:
Martin Stöbich,
Corbis



2013

NACHHALTIGKEIT

Geschäftsbericht
der
Austro Holding
GmbH