

BERICHT über die
PRÜFUNG DES JAHRESABSCHLUSSES
zum 31. Dezember 2025

Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH
Dresdner Straße 68a
1200 Wien

Inhaltsverzeichnis

1. Prüfungsvertrag und Auftragsdurchführung	1
2. Aufgliederung und Erläuterung von wesentlichen Posten des Jahresabschlusses	2
3. Zusammenfassung des Prüfungsergebnisses	3
3.1 Feststellungen zur Gesetzmäßigkeit von Buchführung und Jahresabschluss und zum Lagebericht und zum Corporate Governance-Bericht	3
3.2 Erteilte Auskünfte	3
3.3 Stellungnahme zu Tatsachen nach § 273 Abs 2 und Abs 3 UGB (Ausübung der Redepflicht)	3
4. Bestätigungsvermerk	4

Anlagen:

Anlage I:	Bilanz
Anlage II:	Gewinn- und Verlustrechnung
Anlage III:	Anhang
Anlage IV:	Lagebericht
Anlage V:	Allgemeine Auftragsbedingungen für Wirtschaftstreuhandberufe (AAB 2018)

An die Mitglieder der Geschäftsführung und des Aufsichtsrats der
Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH,
Wien

Wir haben die Prüfung des Jahresabschlusses zum 31. Dezember 2025 der

Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH
Wien
(im Folgenden auch kurz "Gesellschaft" genannt)

abgeschlossen und erstatten über das Ergebnis dieser Prüfung den folgenden **Bericht**:

1. Prüfungsvertrag und Auftragsdurchführung

In der ordentlichen Generalversammlung mit Gesellschafterbeschluss vom 14.11.2023 der Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH, Wien, wurden wir zum Abschlussprüfer für das Geschäftsjahr 2025 bestellt. Die Gesellschaft, vertreten durch den Vorsitzenden des Aufsichtsrates, schloss mit uns einen **Prüfungsvertrag**, den Jahresabschluss zum 31. Dezember 2025 unter Einbeziehung der Buchführung und den Lagebericht gemäß den §§ 269 ff UGB zu prüfen.

Bei der Gesellschaft handelt es sich um eine **mittelgroße Gesellschaft** iSd § 221 UGB.

Bei der gegenständlichen Prüfung handelt es sich um eine **Pflichtprüfung**.

Diese Prüfung erstreckt sich, unter Einbeziehung der Buchführung, darauf, ob bei der Erstellung des Jahresabschlusses die gesetzlichen Vorschriften und die ergänzenden Bestimmungen des Gesellschaftsvertrages beachtet wurden. Der Lagebericht ist darauf zu prüfen, ob er mit dem Jahresabschluss in Einklang steht und ob er nach den geltenden rechtlichen Anforderungen aufgestellt wurde.

Darüber hinaus ist festzustellen, ob ein Corporate Governance-Bericht (§ 243c UGB) aufgestellt wurde.

Bei unserer Prüfung beachteten wir die sondergesetzlichen Bestimmungen, die in Österreich geltenden **gesetzlichen Vorschriften** und die **berufsüblichen Grundsätze** ordnungsmäßiger Durchführung von Abschlussprüfungen. Diese Grundsätze erfordern die Anwendung der internationalen Prüfungsstandards (International Standards on Auditing). Wir weisen darauf hin, dass das Ziel der Abschlussprüfung ist, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob der Jahresabschluss als Ganzes frei von wesentlichen falschen Darstellungen ist. Eine absolute Sicherheit lässt sich nicht erreichen, weil jedem internen Kontrollsystem die Möglichkeit von Fehlern immanent ist und aufgrund der stichprobengestützten Prüfung ein unvermeidbares Risiko besteht, dass wesentliche falsche Darstellungen im Jahresabschluss unentdeckt bleiben. Die Prüfung erstreckte sich nicht auf Bereiche, die üblicherweise den Gegenstand von Sonderprüfungen bilden.

Wir führten die Prüfung mit Unterbrechungen im **Zeitraum** von März bis April 2026 durch. Die Prüfung wurde mit dem Datum dieses Berichtes materiell abgeschlossen.

Für die ordnungsgemäße Durchführung des Auftrages ist **Herr Mag. Franz Schweiger**, Wirtschaftsprüfer, **verantwortlich**.

Grundlage für unsere Prüfung ist der mit der Gesellschaft abgeschlossene Prüfungsvertrag, bei dem die von der Kammer der Steuerberater:innen und Wirtschaftsprüfer:innen herausgegebenen "Allgemeinen **Auftragsbedingungen** für Wirtschaftstreuhandberufe" (Beilage) einen integrierten Bestandteil bilden. Diese Auftragsbedingungen gelten nicht nur zwischen der Gesellschaft und dem Abschlussprüfer, sondern auch gegenüber Dritten.

2. Aufgliederung und Erläuterung von wesentlichen Posten des Jahresabschlusses

Alle erforderlichen Aufgliederungen und Erläuterungen von wesentlichen Posten des Jahresabschlusses sind im Anhang des Jahresabschlusses und im Lagebericht enthalten. Wir verweisen daher auf die entsprechenden Angaben der Geschäftsführung im Anhang des Jahresabschlusses und im Lagebericht.

3. Zusammenfassung des Prüfungsergebnisses

3.1 Feststellungen zur Gesetzmäßigkeit von Buchführung und Jahresabschluss und zum Lagebericht und zum Corporate Governance-Bericht

Bei unseren Prüfungshandlungen stellten wir die Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften, der ergänzenden Bestimmungen des Gesellschaftsvertrages und der Grundsätze ordnungsmäßiger **Buchführung** fest.

Im Rahmen unseres risiko- und kontrollorientierten Prüfungsansatzes haben wir – soweit wir dies für unsere Prüfungsaussage für notwendig erachteten – die internen Kontrollen in Teilbereichen des Rechnungslegungsprozesses in die Prüfung einbezogen.

Hinsichtlich der Gesetzmäßigkeit des **Jahresabschlusses und des Lageberichtes** verweisen wir auf unsere Ausführungen im Bestätigungsvermerk.

Die Gesellschaft hat einen freiwilligen Corporate Governance Bericht nach den Bestimmungen des BPCGK aufgestellt. Eine materielle Prüfung dieses Berichts war nicht Gegenstand der Abschlussprüfung.

3.2 Erteilte Auskünfte

Der gesetzliche Vertreter hat die von uns verlangten Aufklärungen und Nachweise erteilt und eine Vollständigkeitserklärung unterfertigt.

3.3 Stellungnahme zu Tatsachen nach § 273 Abs 2 und Abs 3 UGB (Ausübung der Redepflicht)

Bei Wahrnehmung unserer Aufgaben als Abschlussprüfer haben wir keine Tatsachen festgestellt, die den Bestand der geprüften Gesellschaft gefährden oder ihre Entwicklung wesentlich beeinträchtigen können oder die schwerwiegende Verstöße des gesetzlichen Vertreters oder von Arbeitnehmern gegen Gesetz oder Gesellschaftsvertrag erkennen lassen. Wesentliche Schwächen bei den internen Kontrollen des Rechnungslegungsprozesses sind uns nicht zur Kenntnis gelangt. Die Voraussetzungen für die Vermutung eines Reorganisationsbedarfs (§ 22 Abs 1 Z 1 URG) sind nicht gegeben.

4. Bestätigungsvermerk

Bericht zum Jahresabschluss

Prüfungsurteil

Wir haben den beigefügten Jahresabschluss der

**Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH,
Wien,**

bestehend aus der Bilanz zum 31. Dezember 2025, der Gewinn- und Verlustrechnung für das an diesem Stichtag endende Geschäftsjahr und dem Anhang, geprüft.

Nach unserer Beurteilung entspricht der Jahresabschluss den gesetzlichen Vorschriften und vermittelt ein möglichst getreues Bild der Vermögens- und Finanzlage zum 31. Dezember 2025 sowie der Ertragslage der Gesellschaft für das an diesem Stichtag endende Geschäftsjahr in Übereinstimmung mit den österreichischen unternehmensrechtlichen Vorschriften und den sondergesetzlichen Bestimmungen.

Grundlage für das Prüfungsurteil

Wir haben unsere Abschlussprüfung in Übereinstimmung mit den österreichischen Grundsätzen ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführt. Diese Grundsätze erfordern die Anwendung der International Standards on Auditing (ISA). Unsere Verantwortlichkeiten nach diesen Vorschriften und Standards sind im Abschnitt „Verantwortlichkeiten des Abschlussprüfers für die Prüfung des Jahresabschlusses“ unseres Bestätigungsvermerks weitergehend beschrieben. Wir sind von der Gesellschaft unabhängig in Übereinstimmung mit den österreichischen unternehmensrechtlichen, sondergesetzlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und wir haben unsere sonstigen beruflichen Pflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt. Wir sind der Auffassung, dass die von uns bis zum Datum des Bestätigungsvermerks erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unser Prüfungsurteil zu diesem Datum zu dienen.

Verantwortlichkeiten des gesetzlichen Vertreters und des Aufsichtsrats für den Jahresabschluss

Der gesetzliche Vertreter der Gesellschaft ist verantwortlich für die Aufstellung des Jahresabschlusses und dafür, dass dieser in Übereinstimmung mit den österreichischen unternehmensrechtlichen Vorschriften und den sondergesetzlichen Bestimmungen ein möglichst getreues Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft vermittelt. Ferner ist der gesetzliche Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die er als notwendig erachtet um die Aufstellung eines Jahresabschlusses zu ermöglichen, der frei von wesentlichen falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen oder Irrtümern ist.

Bei der Aufstellung des Jahresabschlusses ist der gesetzliche Vertreter dafür verantwortlich, die Fähigkeit der Gesellschaft zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu beurteilen, Sachverhalte im Zusammenhang mit der Fortführung der Unternehmenstätigkeit - sofern einschlägig - anzugeben, sowie dafür, den Rechnungslegungsgrundsatz der Fortführung der Unternehmenstätigkeit anzuwenden, es sei denn, der gesetzliche Vertreter beabsichtigt, entweder die Gesellschaft zu liquidieren oder die Unternehmenstätigkeit einzustellen, oder hat keine realistische Alternative dazu.

Der Aufsichtsrat ist verantwortlich für die Überwachung des Rechnungslegungsprozesses der Gesellschaft.

Verantwortlichkeiten des Abschlussprüfers für die Prüfung des Jahresabschlusses

Unsere Ziele sind, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob der Jahresabschluss als Ganzes frei von wesentlichen falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen oder Irrtümern ist und einen Bestätigungsvermerk zu erteilen, der unser Prüfungsurteil beinhaltet. Hinreichende Sicherheit ist ein hohes Maß an Sicherheit, aber keine Garantie dafür, dass eine in Übereinstimmung mit den österreichischen Grundsätzen ordnungsmäßiger Abschlussprüfung, die die Anwendung der ISA erfordern, durchgeführte Abschlussprüfung eine wesentliche falsche Darstellung, falls eine solche vorliegt, stets aufdeckt. Falsche Darstellungen können aus dolosen Handlungen oder Irrtümern resultieren und werden als wesentlich angesehen, wenn von ihnen einzeln oder insgesamt vernünftigerweise erwartet werden könnte, dass sie die auf der Grundlage dieses Jahresabschlusses getroffenen wirtschaftlichen Entscheidungen von Nutzern beeinflussen.

Als Teil einer Abschlussprüfung in Übereinstimmung mit den österreichischen Grundsätzen ordnungsmäßiger Abschlussprüfung, die die Anwendung der ISA erfordern, üben wir während der gesamten Abschlussprüfung pflichtgemäßes Ermessen aus und bewahren eine kritische Grundhaltung.

Darüber hinaus gilt:

- Wir identifizieren und beurteilen die Risiken wesentlicher falscher Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen oder Irrtümern im Abschluss, planen Prüfungshandlungen als Reaktion auf diese Risiken, führen sie durch und erlangen Prüfungsnachweise, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unser Prüfungsurteil zu dienen. Das Risiko, dass aus dolosen Handlungen resultierende wesentliche falsche Darstellungen nicht aufgedeckt werden, ist höher als ein aus Irrtümern resultierendes, da dolose Handlungen kollusives Zusammenwirken, Fälschungen, beabsichtigte Unvollständigkeiten, irreführende Darstellungen oder das Außerkraftsetzen interner Kontrollen beinhalten können.
- Wir gewinnen ein Verständnis von den für die Abschlussprüfung relevanten internen Kontrollen, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit der internen Kontrollen der Gesellschaft abzugeben.
- Wir beurteilen die Angemessenheit der von dem gesetzlichen Vertreter angewandten Rechnungslegungsmethoden sowie die Vertretbarkeit der von dem gesetzlichen Vertreter dargestellten geschätzten Werte in der Rechnungslegung und damit zusammenhängende Angaben.

- Wir ziehen Schlussfolgerungen über die Angemessenheit der Anwendung des Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit durch den gesetzlichen Vertreter sowie, auf der Grundlage der erlangten Prüfungsnachweise, ob eine wesentliche Unsicherheit im Zusammenhang mit Ereignissen oder Gegebenheiten besteht, die erhebliche Zweifel an der Fähigkeit der Gesellschaft zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit aufwerfen können. Falls wir die Schlussfolgerung ziehen, dass eine wesentliche Unsicherheit besteht, sind wir verpflichtet, in unserem Bestätigungsvermerk auf die dazugehörigen Angaben im Jahresabschluss aufmerksam zu machen oder, falls diese Angaben unangemessen sind, unser Prüfungsurteil zu modifizieren.
- Wir ziehen unsere Schlussfolgerungen auf der Grundlage der bis zum Datum unseres Bestätigungsvermerks erlangten Prüfungsnachweise. Zukünftige Ereignisse oder Gegebenheiten können jedoch die Abkehr der Gesellschaft von der Fortführung der Unternehmenstätigkeit zur Folge haben.
- Wir beurteilen die Gesamtdarstellung, den Aufbau und den Inhalt des Jahresabschlusses einschließlich der Angaben sowie ob der Jahresabschluss die zugrunde liegenden Geschäftsvorfälle und Ereignisse in einer Weise wiedergibt, dass ein möglichst getreues Bild erreicht wird.

Wir tauschen uns mit dem Aufsichtsrat unter anderem über den geplanten Umfang und die geplante zeitliche Einteilung der Abschlussprüfung sowie über bedeutsame Prüfungsfeststellungen, einschließlich etwaiger bedeutsamer Mängel in den internen Kontrollen, die wir während unserer Abschlussprüfung erkennen, aus.

Bericht zum Lagebericht

Der Lagebericht ist aufgrund der österreichischen unternehmensrechtlichen Vorschriften darauf zu prüfen, ob er mit dem Jahresabschluss in Einklang steht und ob er nach den geltenden rechtlichen Anforderungen aufgestellt wurde.

Der gesetzliche Vertreter ist verantwortlich für die Aufstellung des Lageberichts in Übereinstimmung mit den österreichischen unternehmensrechtlichen Vorschriften und den sondergesetzlichen Bestimmungen.

Wir haben unsere Prüfung in Übereinstimmung mit den Berufsgrundsätzen zur Prüfung des Lageberichts durchgeführt.

Urteil

Nach unserer Beurteilung ist der Lagebericht nach den geltenden rechtlichen Anforderungen aufgestellt worden und steht in Einklang mit dem Jahresabschluss.

Erklärung

Angesichts der bei der Prüfung des Jahresabschlusses gewonnenen Erkenntnisse und des gewonnenen Verständnisses über die Gesellschaft und ihr Umfeld wurden wesentliche fehlerhafte Angaben im Lagebericht nicht festgestellt.

Wien, am 9. April 2026

		
Mag. Franz Schweiger		Mag. Wolfgang Eder
Wirtschaftsprüfer		Wirtschaftsprüfer

Die Veröffentlichung oder Weitergabe des Jahresabschlusses mit unserem Bestätigungsvermerk darf nur in der von uns bestätigten Fassung erfolgen. Dieser Bestätigungsvermerk bezieht sich ausschließlich auf den deutschsprachigen und vollständigen Jahresabschluss samt Lagebericht. Für abweichende Fassungen sind die Vorschriften des § 281 Abs 2 UGB zu beachten.

ANLAGE I

Marriage I

2.000

Wien, 09.04.2026

ANLAGE II

Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH, Wien

**Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr vom
1. Jänner bis 31. Dezember 2025**

	2025	2024
	EUR	T-EUR
1. Umsatzerlöse	4.451.684,40	4.341
2. Erlöse aus Beiträgen und Zuschüssen	24.513.179,60	24.585
3. Sonstige betriebliche Erträge	3.579,48	5
a) Erträge aus dem Abgang von Anlagevermögen	0,00	0,00
b) übrige	3.579,48	5,05
4. Aufwendungen für bezogene Leistungen	-20.099.502,15	-19.677
5. Personalaufwand:		
a) Gehälter	-5.570.891,72	-5.865
b) Soziale Aufwendungen	-1.754.830,55	-1.835
davon Aufwendungen für Altersversorgung	-121.315,20	-91
aa) Aufwendungen für Abfertigungen	-102.632,08	-232
bb) Aufwendungen für gesetzlich vorgeschriebene Sozialabgaben sowie vom Entgelt abhängige Abgaben und Pflichtbeiträge	-1.478.681,88	-1.457
	-7.325.722,27	-7.700
6. Abschreibungen auf immaterielle Gegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-170.089,32	-106
7. Sonstige betriebliche Aufwendungen:		
a) Übrige	-1.389.419,31	-1.484
	-1.389.419,31	-1.484
8. Betriebserfolg	-16.289,57	-35
9. Erträge aus Wertpapieren des Finanzanlagevermögens	0,00	0
10. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	16.289,57	35
11. Erträge aus dem Abgang von Finanzanlagen	0,00	0
12. Aufwendungen aus Finanzanlagen		
a) Abschreibungen	0,00	0
13. Finanzerfolg	16.289,57	35
14. Ergebnis vor Steuern	0,00	0
15. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	0,00	0
16. Ergebnis nach Steuern	0,00	0
17. Jahresüberschuss/-fehlbetrag	0,00	0
18. Bilanzgewinn	0,00	0

Wien, 09.04.2026



ANLAGE III

Anhang für das Geschäftsjahr 2025
der
Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH, Wien

I. Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

A. Allgemeine Grundsätze

Auf den vorliegenden Jahresabschluss zum 31. Dezember 2025 wurden die Rechnungslegungsbestimmungen des Österreichischen Unternehmensgesetzbuches (UGB) in der geltenden Fassung angewandt.

Der Jahresabschluss wurde nach den Vorschriften der §§ 189 ff des Unternehmensgesetzbuches (UGB) unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung sowie unter Beachtung der Generalnorm, ein möglichst getreues Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Unternehmens zu vermitteln, aufgestellt.

Bei der Erstellung des Jahresabschlusses wurde der Grundsatz der Vollständigkeit entsprechend den gesetzlichen Regelungen eingehalten.

Bei der Bewertung der einzelnen Vermögensgegenstände und Schulden wurde der Grundsatz der Einzelbewertung beachtet und eine Fortführung des Unternehmens unterstellt.

Dem Vorsichtsprinzip wurde dadurch Rechnung getragen, dass nur die am Abschlussstichtag verwirklichten Gewinne ausgewiesen wurden. Alle erkennbaren Risiken und drohenden Verluste wurden - soweit gesetzlich geboten - berücksichtigt.

Die Bilanzierung, die Bewertung und der Ausweis der einzelnen Posten des Jahresabschlusses wurden nach den aktuell gültigen allgemeinen Bestimmungen der §§ 195 bis 211 UGB unter Berücksichtigung der Sondervorschriften für Kapitalgesellschaften der §§ 222 bis 243 UGB vorgenommen.

B. Grundlagen für die Währungsumrechnung

Es wurden keine Geschäfte in fremder Währung abgewickelt.

II. Aufgliederung und Erläuterungen zur Bilanz

AKTIVA

A. Anlagevermögen

Die Entwicklung der einzelnen Posten des Anlagevermögens und die Aufgliederung der Jahresabschreibung nach einzelnen Posten sind im Anlagenspiegel als Beilage zum Anhang dargestellt.

I. Immaterielle Vermögensgegenstände

Die immateriellen Vermögensgegenstände werden zu Anschaffungskosten, vermindert um planmäßige Abschreibungen nach der linearen Abschreibungsmethode, bewertet. Als Nutzungsdauer wird ein Zeitraum von 5 Jahren zugrunde gelegt.

Im Jahr 2025 gab es wie im Vorjahr keine Zugänge. Abgänge (bewertet zu Anschaffungskosten) waren keine zu verzeichnen. (Vorjahr EUR 0,00)

Außerplanmäßige Abschreibungen wurden im Geschäftsjahr 2025 nicht durchgeführt.

II. Sachanlagen

Das Sachanlagevermögen wird zu Anschaffungskosten abzüglich der bisher aufgelaufenen und im Geschäftsjahr planmäßig durchgeführten Abschreibungen bewertet.

Zur Ermittlung der Abschreibungssätze wird generell die lineare Abschreibungsmethode gewählt. Als Nutzungsdauer wird ein Zeitraum von 3 bis 10 Jahren zugrunde gelegt. Baulichen Investitionen in fremde Gebäude werden eine Nutzungsdauer von 10 - 50 Jahren unterstellt.

Außerplanmäßige Abschreibungen werden vorgenommen, wenn die Wertminderungen voraussichtlich von Dauer sind. Im Geschäftsjahr 2025 wurden keine außerplanmäßigen Abschreibungen vorgenommen.

1. Investitionen in fremde Gebäude

in EUR	2025	2024
Zugänge im Anlagevermögen		
Bauliche Investitionen in fremde Gebäude	202.837,63	0,00
	202.837,63	0,00

Die bauliche Investition betrifft ein Verkabelungsprojekt.

2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung

in EUR	2025	2024
Zugänge im Anlagevermögen		
Betriebs- und Geschäftsausstattung	82.383,53	89.078,18
Geringwertige Wirtschaftsgüter	59.482,16	1.030,52
	141.865,69	90.108,70

Die Zugänge betreffen Smartphones, Laptops, Tablets, Büromöbel und Werbeausstattung.
Die geringwertigen Vermögensgegenstände (bis EUR 1.000,00 Einzelanschaffungskosten) werden im Jahr der Anschaffung voll abgeschrieben.

B. Umlaufvermögen**I. Vorräte****1. Noch nicht abrechenbare Leistungen**

Unter dieser Position ist im Jahr 2025 kein Betrag ausgewiesen (Vorjahr EUR 0,00).

II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

Die Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände sind mit dem Nennwert angesetzt. Im Falle erkennbarer Einzelrisiken wird der niedrigere beizulegende Wert angesetzt.

1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

in EUR	2025	2024
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	945.679,71	745.689,35
Einzelwertberichtigungen zum Bilanzstichtag	25.222,39	27.896,94

2. Forderungen aus der Weiterleitung von Einnahmen aus Agrarmarketingbeiträgen

in EUR	2025	2024
Forderungen aus AMB	18.054.154,63	17.355.593,84
Pauschalwertberichtigungen	126.762,45	90.422,03

3. Sonstige Forderungen und Vermögensgegenstände

in EUR	2025	2024
Sonstige Forderungen und Vermögensgegenstände		
Finanzamt Österreich	804.759,56	1.320.671,71
Kautionen	35.701,80	36.851,04
Debitorische Kreditoren	1.284,43	1.169,79
Sonstige	99.170,40	1.225,00
	940.916,19	1.359.917,54

Wechselmäßige Verbriefungen von Forderungen gibt es nicht. Pauschale Wertberichtigungen zu den sonstigen Forderungen wurden keine gebildet.

III. Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten

in EUR	2025	2024
Kassabestand und Guthaben bei Kreditinstituten		
Kassabestand	2.912,32	3.477,22
Guthaben bei Kreditinstituten	2.571.661,45	1.935.134,77
	2.574.573,77	1.938.611,99

C. Rechnungsabgrenzungsposten

in EUR	2025	2024
Aktive Rechnungsabgrenzung	440.254,57	311.212,47

Eingangsrechnungen mit Rechnungsdatum 2025 für Aufwendungen 2026 wurden entsprechend abgegrenzt, darunter Werbemittel, die in den nächsten Perioden eingesetzt werden. Gehaltszahlungen für Jänner 2026 sind in obiger Position ebenfalls enthalten.

PASSIVA

A. Eigenkapital

Das Eigenkapital besteht aus dem Stammkapital und nicht gebundenen Kapitalrücklagen.

B. Rückstellungen

Gemäß UGB in der geltenden Fassung sind Rückstellungen für Abfertigungsverpflichtungen, Pensionen, Jubiläumsgeldzusagen oder vergleichbare langfristige fällige Verpflichtungen mit dem sich nach versicherungsmathematischen Grundsätzen ergebenden Betrag anzusetzen.

Künftige Leistungserhöhungen sind dabei zu berücksichtigen. Diese Regelung ist auf Geschäftsjahre, die nach dem 31.12.2015 beginnen anzuwenden.

Die Rückstellungen wurden versicherungsmathematisch nach der „Projected-Unit-Credit-Methode“ unter Berücksichtigung folgender Parameter berechnet.

	2025	2024
Abfertigungsrückstellung		
10-Jahresdurchschnittszinssatz	2,06%	1,90%
Durchschnittliche Bezugserhöhung	5,20%	5,35%

Rechnungsgrundlagen dafür bilden die neuen AVÖ 2018-P. Als Verteilungsbeginn wurde der Zeitpunkt des Firmeneintrittes angesetzt.

Für die künftigen Pensionsvalorisierungen wurde für Person 1 – männlich 0,00 % p.a. (Verbraucherpreisindex; Vorjahr 0,00 %) und für Person 2 – weiblich 5,20 % p.a. (analog Gehaltsvalorisierung; Vorjahr 5,35 %) angenommen.

1. Rückstellungen für Abfertigungen

Zusammensetzung und Entwicklung:

in EUR	01.01.2025	Verbrauch	Auflösung	Dotierung	31.12.2025
Rückstellungen für Abfertigungen	1.908.008,01	105.686,00		43.633,99	1.845.956,00

Die Veränderung der Rückstellung für Abfertigungen ist im Posten 5. Personalaufwand unter Pkt. b) ausgewiesen. Die Rückstellung wurde für 23 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gebildet.

2. Rückstellungen für Pensionen

Zusammensetzung und Entwicklung:

in EUR	01.01.2025	Verbrauch	Auflösung	Dotierung	31.12.2025
Rückstellungen für Pensionen	378.721,54	7.400,02	15.901,55		355.419,97

Die Auflösung der Rückstellung für Pensionen ist im Posten 5. Personalaufwand unter Pkt. b) ausgewiesen.

Für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit entsprechenden Pensionsansprüchen wurde die Rückstellung zum 31.12.2025 gebildet.

3. Sonstige Rückstellungen

Unter den sonstigen Rückstellungen wurden unter Beachtung des Vorsichtsprinzips alle im Zeitpunkt der Bilanzerstellung erkennbaren Risiken und der Höhe oder dem Grunde nach ungewissen Verbindlichkeiten mit den Beträgen berücksichtigt, die nach bestmöglicher Schätzung zur Erfüllung der Verpflichtung aufgewendet werden müssen. Sämtliche Rückstellungen (ausgenommen Jubiläumsgeldrückstellungen) haben eine Laufzeit von weniger als einem Jahr.

Zusammensetzung und Entwicklung:

in EUR	01.01.2025	Verbrauch	Auflösung	Dotierung	31.12.2025
Rückstellungen					
Ansprüche aus Überstunden	70 143,65	70 143,65		62 065,04	62 065,04
noch nicht konsumierte Urlaube	886 594,38	886 594,38		764 660,33	764 660,33
Jubiläumsgelder	570 052,00	35 264,00	30 477,52		504 310,48
Wirtschaftsprüfung Versicherungs- mathematisches GA	6 970,00	5 465,52	1 504,48	5 900,00	5 900,00
Rückstellung für ausstehende Eingangsrechnung	10 773,51	8 698,51	2 075,00	121 294,28	121 294,28
Zukünftige Marketingprojekte	11 989 878,76	1 287 757,33			10 702 121,43
	13 534 412,30	2 293 923,39	34 057,00	953 919,65	12 160 351,56

Die Veränderung der Rückstellung für Jubiläumsgelder ist im Posten 5. Personalaufwand unter Pkt. a) ausgewiesen.

Die Berechnung der Rückstellungen für Urlaube, Überstunden und Jubiläumsgelder wurde entsprechend den gesetzlichen Vorgaben, unter Berücksichtigung der Lohnnebenkosten, vorgenommen. Die Fluktuationsabschläge bei der Berechnung der Rückstellung für Jubiläumsgelder wurden wie folgt angesetzt:

Fluktuationsabschläge	
bis 20 Jahre	90%
21 bis 30 Jahre	65%
31 bis 40 Jahre	30%
über 40 Jahre	10%

C. Verbindlichkeiten

Verbindlichkeiten wurden mit ihrem Erfüllungsbetrag angesetzt.

1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

in EUR	2025	2024
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		3.890.330,30
Havas Media GbmH	1.602.577,48	
Havas Wien GmbH	305.012,40	
Stargate Group Werbeagentur GmbH	247.163,75	
Agrovet GmbH	101.832,18	
Messe Berlin GmbH	87.719,00	
Ziviltechnikerbüro Wolfslehner KG	65.525,86	
Fab 4 Minds Informationstechnik GmbH	62.369,99	
Leo Krempf Veranstaltungsmanagement GmbH	57.216,00	
Arbeitsgemeinschaft Rind eGen	53.102,76	
Kreditoren Abgrenzung	2.889.240,66	
Übrige	399.632,99	
	5.871.393,07	3.890.330,30

2. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen

in EUR	2025	2024
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen		
Agrarmarkt Austria	254.608,84	242.481,48
	254.608,84	242.481,48

3. Sonstige Verbindlichkeiten

in EUR	2025	2024
Sonstige Verbindlichkeiten		
Sozialversicherung	147.123,20	146.468,87
Gehaltsverrechnung	5.965,97	13.856,93
Finanzamt und Gemeinden	12.904,59	13.302,69
Übrige	1.025.687,66	132.832,27
Kreditorische Debitoren	171,21	0,00
	1.191.852,63	306.460,76

Die Verbindlichkeiten sind nicht dinglich besichert (Vorjahr EUR 0,00).

Verbindlichkeiten mit einer Restlaufzeit von mehr als 5 Jahren gibt es nicht (Vorjahr EUR 0,00).

D. Rechnungsabgrenzungsposten

in EUR	2025	2024
Rechnungsabgrenzungsposten	0,00	0,00

Haftungsverhältnisse

in EUR	2025	2024
Haftungsverhältnisse	0,00	2.000.000,00

Es besteht ein Rahmenvertrag für Haftungen bis EUR 2.000.000,00. Per 31.12.2025 sind keine Haftungen für die AMA-Marketing GmbH abgegeben.

III. Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

Die Gewinn- und Verlustrechnung wurde nach dem Gesamtkostenverfahren erstellt.

1. Umsatzerlöse:

in EUR	2025	2024
Umsatzerlöse		
Abwicklung Qualitätsprogramme (Lizenzgebühr, Kontrollkosten, Konventionalstrafen)	3 542 110,15	3 396 670,00
Kostenersätze Messen	366 144,32	302 485,35
Sonstige Kostenersätze (Web-Shop, Roll-AMA-Daten, Vieh-verkehrsscheine, etc.)	160 940,55	265 974,67
Kostenersätze Eierdatenbank	164 203,54	171 964,38
Mieterträge ¹	175 948,48	183 716,71
Übrige	42 337,36	20 532,99
	4 451 684,40	4 341 344,10

2. Erlöse aus Beiträgen und Zuschüssen:

in EUR	2025	2024
Erlöse aus Beiträgen und Zuschüssen		
a) Agrarmarketing-Beiträge gem. § 21j(1)	27.156.764,51	27.202.538,40
Abzüglich Verwaltungskosten im Zusammenhang mit der Förderung des Agrarmarketings	-1.177.724,96	-1.139.918,08
Abzüglich Kosten der Beitragseinhebung	-1.507.349,95	-1.569.246,91
	24.471.689,60	24.493.373,41
b) Zuschüsse der Europäischen Union		
Genussfestival		91.822,37
Zuschüsse für Gastrokontrollen	41.490,00	
	24.513.179,60	24.585.195,78

3. Sonstige betriebliche Erträge

in EUR	2025	2024
Sonstige betriebliche Erträge		
Erträge aus dem Abgang von Anlagevermögen	0,00	0,00
Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen	3 579,48	5 050,11
	3 579,48	5 050,11

¹ Die Erträge aus der Weiterverrechnung von Miet- und Betriebskosten wurden im Bilanzbericht 2024 unter Kostenersätze AMA gegliedert.

4. Aufwendungen für bezogene Leistungen

in EUR	2025	2024
Aufwendungen für bezogene Leistungen		
Internet	4.898.138,69	4.466.198,69
TV-Werbung	4.628.691,41	3.374.126,17
Digitale Außenwerbung	2.127.015,69	304.350,16
Qualitätskontrollen	1.821.411,25	2.008.060,32
Veranstaltungen	1.907.941,39	1.675.586,49
Plakat	859.111,50	1.808.513,69
Produktionskosten	743.940,90	712.680,46
Rundfunk-Werbung	704.001,14	425.844,72
Marktforschung	695.052,42	692.252,90
Drucksorten/Werbematerial	688.550,78	626.890,47
Kooperationen	510.508,03	615.358,24
Kosten Dritte	506.702,35	327.038,41
Print-Werbung	421.847,47	669.777,89
Messekosten	285.367,93	403.920,82
Andere	588.978,53	746.735,42
Verwendung Rückstellung für zukünftige Marketingprojekte	-1.287.757,33	819.636,32
	20.099.502,15	19.676.971,17

5. Personalaufwand

a) Gehälter

in EUR	2025	2024
Zusammensetzung Gehälter		
Gehälter	4.838.001,23	4.750.553,82
Sonderzahlungen	806.304,50	799.201,69
Überstunden	70.918,95	142.934,61
Jubiläumsgelder	35.264,00	11.785,20
Anpassung Jubiläumsgeldrückstellung	-65.741,52	96.542,00
Anpassung Überstundenrückstellung	8.078,61	17.051,34
Anpassung Urlaubsrückstellung	-121.934,05	47.269,13
	5.570.891,72	5.865.337,79

b) Sozialaufwendungen

in EUR	2025	2024
Zusammensetzung Sozialaufwendungen		
Aufwendungen für Abfertigungen	102.632,08	231.736,43
Abfertigungsaufwand gesetzlich	105.686,00	0,00
Abfertigung neu (BMVG)	58.998,09	57.372,43
Auflösung Abfertigungsrückstellung	-62.052,01	
Dotierung Abfertigungsrückstellung		174.364,00
Aufwendungen für Altersversorgung	121.315,20	91.187,04
Pensionsaufwand	86.347,94	83.951,70
Pensionskassenbeiträge	58.268,83	59.201,15
Auflösung Rückstellung für Pensionen	-23.301,57	-51.965,81
Zuweisung Rückstellung für Pensionen		
Aufwendungen für gesetzlich vorgeschriebene Sozialabgaben sowie vom Entgelt abhängige Abgaben und Pflichtbeiträge	1.478.681,88	1.457.255,00
Sozialversicherungsbeiträge	1.081.561,94	1.061.715,58
Dienstgeberanteil zum Familienlastenausgl. fonds	201.020,63	200.235,02
Dienstgeberabgabe	6.782,00	6.988,00
Dienstgeberzuschlag	19.558,89	19.482,55
Kommunalsteuer	169.758,42	168.833,85
Sonstige Sozialaufwendungen	52.201,39	54.630,21
	1.754.830,55	1.834.808,68

6. Sonstige betriebliche Aufwendungen

a) Übrige

Zusammensetzung:

in EUR	2025	2024
Zusammensetzung übrige betriebl. Aufwendungen		
Miet- und Betriebskosten	820.141,26	803.575,40
Reise- und Fahraufwendungen	88.091,30	113.224,31
Fremdpersonal	155.693,07	150.326,65
Aus- und Fortbildung	51.744,85	50.713,77
Porto, Büromaterial, Literatur, Telefon	32.776,86	39.048,40
Instandhaltung und Reinigung	93.728,12	91.421,30
Versicherungen	32.128,81	31.257,96
Gebühren und Beiträge	24.869,14	24.871,52
Rechts- und Beratungsaufwand	31.370,24	83.822,44
Andere	58.875,66	95.328,06
	1.389.419,31	1.483.589,81

IV. Sonstige Angaben

1. Personal:

Zum Bilanzstichtag waren auf Basis von Vollzeitäquivalenten 71 Angestellte (Vorjahr 75) und – ebenso wie im Vorjahr – keine Arbeiter beschäftigt.

Die durchschnittliche Anzahl der Dienstnehmer auf Basis von Vollzeitäquivalenten betrug während des Geschäftsjahres 72 Angestellte (Vorjahr 73) und – ebenso wie im Vorjahr – keine Arbeiter. In Köpfen beträgt die Arbeitnehmeranzahl zum Bilanzstichtag 82, im Durchschnitt 83.

2. Aufwendungen für den Abschlussprüfer:

Die Aufwendungen für den Abschlussprüfer betragen EUR 4.400,00 (Vorjahr EUR 4.000,00) für die Jahresabschlussprüfung.

3. Aufwand aus der Verpflichtung zur Nutzung von nicht in der Bilanz ausgewiesenen Sachanlagen:

Der Aufwand aus der Verpflichtung zur Nutzung von nicht in der Bilanz ausgewiesenen Sachanlagen wird für das kommende Geschäftsjahr ca. EUR 0,83 Mio. und in den folgenden fünf Jahren ca. EUR 3,52 Mio. betragen.

in EUR	2026	2030
Aufwand aus der Verpflichtung zur Nutzung		
Miete und Betriebskosten	777.700,00	3.416.666,67
Leasing	38.500,00	86.625,00
Leasingauto	13.100,00	17.466,67
	829.300,00	3.520.758,33

Für Archivierung gibt es ab Sep. 2025 keine Nutzungsverpflichtung mehr.

4. Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag:

Es gibt keine besonderen und erwähnenswerten Ereignisse nach dem Bilanzstichtag.

5. Vorschlag für die Ergebnisverwendung:

Es wird vorgeschlagen, das Jahresergebnis auf 2026 vorzutragen.

6. Organe:

Im Geschäftsjahr war folgende Person als Geschäftsführerin tätig:

Fr. Mag.^a (FH) Christina Mutenthaler-Sipek.

Für die Personengruppe der Geschäftsführung wird die Schutzklausel gem. § 242 Abs. 4 UGB in Anspruch genommen.

Folgende Personen waren als Aufsichtsräte tätig:

Hr. Vizepräsident Ing. Lorenz Mayr (Vorsitzender)

Hr. Mag. Heinz Leitsmüller (Stellvertreter des Vorsitzenden)

Fr. Vizepräsidentin Claudia Entleitner

Hr. Prof. Dr. Reinhard Kainz

Hr. Mag. Karl Krammer

Fr. Mag.^a Angela Pfister

Fr. Mag.^a Iris Thalbauer

Hr. DI Martin Hubmann (Betriebsrat)

Fr. Christiane Neuhold (Betriebsrat bis 02.03.2025)

Fr. Mag.^a Karin Silberbauer (Betriebsrat bis 02.03.2025)

Hr. Mag. Marcus Stehlik (Betriebsrat bis 02.03.2025)

Hr. DI Rüdiger Sachsenhofer (Betriebsrat ab 03.03.2025)

Fr. Mag.^a Eva Sommer (Betriebsrat ab 03.03.2025)

Fr. DIⁱⁿ Susanne Zeiler (Betriebsrat ab 03.03.2025)

An die Aufsichtsratsmitglieder wurden Vergütungen von insgesamt EUR 21.256,56 (Vorjahr EUR 19.621,44) bezahlt.

Zu Gunsten der Geschäftsführung und der Mitglieder des Aufsichtsrates wurden weder Vorschüsse noch Kredite vergeben und auch keine Haftungsverhältnisse eingegangen (Vorjahr EUR 0,00).

Die Geschäftsführerin

gezi:

Mag.^a (FH) Christina Mutenhaler-Sipek

Wien, am 09.04.2026

Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH, Wien

Entwicklung des Anlagevermögens:

	Anschaffungs-/Herstellungskosten					Entwicklung der Abschreibungen					Buchwerte	
	Stand 01.01.2025	Zugänge	Abgänge	Um- buchungen	Stand 31.12.2025	Stand 01.01.2025	Abschreibung	Zuschreibung	Abgänge	Stand 31.12.2025	Stand 01.01.2025	Stand 31.12.2025
	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR
I. Immaterielle Vermögensgegenstände:												
1. Software	462.488,79		0,00	0,00	462.488,79	462.238,79	250,00			462.488,79	250,00	0,00
Zwischensumme	462.488,79	0,00	0,00	0,00	462.488,79	462.238,79	250,00	0,00	0,00	462.488,79	250,00	0,00
II. Sachanlagen												
1. Bauliche Investitionen in fremde Gebäude	136.707,61	202.837,63			339.545,24	30.710,61	12.632,63			43.343,24	105.997,00	296.202,00
2. Betriebs- und Geschäftsausstattung	1.188.159,57	82.383,53			1.270.543,10	892.734,57	97.724,53			990.459,10	295.425,00	280.084,00
3. Geringwertige Vermögensgegenstände	0,00	59.482,16	59.482,16		0,00	0,00	59.482,16		59.482,16	0,00	0,00	0,00
Zwischensumme	1.324.867,18	344.703,32	59.482,16	0,00	1.610.088,34	923.445,18	169.839,32	0,00	59.482,16	1.033.802,34	401.422,00	576.286,00
	1.787.355,97	344.703,32	59.482,16	0,00	2.072.577,13	1.385.683,97	170.089,32	0,00	59.482,16	1.486.291,13	401.672,00	576.286,00

ANLAGE IV

Lagebericht

der Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH zum Jahresabschluss per 31. Dezember 2025

Inhaltsverzeichnis

1. Geschäftsverlauf und Lage der Gesellschaft, Analyse des Geschäftsverlaufs	2
1.1. Geschäftsverlauf	2
1.2. Lage der Gesellschaft	2
1.2.1. Größenklassen-Einstufung nach § 221 UGB	2
1.2.2. EU-Notifizierungen und sonstige EU-Angelegenheiten	2
1.2.3. Zertifizierung gemäß ISO 9001:2015 – Qualitätsmanagement	2
1.2.4. Prüfung durch die Interne Revision	3
1.3. Geschäftsverlauf	3
1.3.1. Qualitätsmanagement	3
1.3.1.1. Qualitätsstrategie & Wissensmanagement	3
1.3.1.2. Qualitätssysteme	3
1.3.2. Informationsvermittlung und Absatzförderung	4
1.3.2.1. AMA-Gütesiegel-Dachkampagne	5
1.3.2.2. AMA-Bio-Kampagne	5
1.3.2.3. Bereichs- und Produktspezifische Maßnahmen	5
1.3.2.4. Milch und Milcherzeugnisse	6
1.3.2.5. Fleisch, Fleischwaren und Geflügelfleisch und Ei	6
1.3.2.6. Ackerfrüchte	7
1.3.2.7. Obst, Gemüse und Erdäpfel	7
1.3.2.8. Exportmaßnahmen	8
1.3.2.9. Kulinarik	8
2. Leistungsindikatoren	8
3. Finanzinstrumente	9
4. Bericht über Forschung und Entwicklung	10
5. Zweigniederlassungen, Filialen	10
6. Voraussichtliche Entwicklung der Gesellschaft sowie Risiken und Ungewissheiten ..	10
6.1. Voraussichtliche Entwicklung der Gesellschaft	10
6.2. Risiko- und Krisenmanagement	11

1. Geschäftsverlauf und Lage der Gesellschaft, Analyse des Geschäftsverlaufs

1.1. Geschäftsverlauf

Die Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH (AMA-Marketing) hat ihre Geschäftstätigkeit im Jahr 2025 entsprechend den im Jahresplan festgelegten Ziel- und Maßnahmenbeschreibungen durchgeführt. Der Geschäftsverlauf der AMA-Marketing wies keine Besonderheiten auf. Die wesentlichen Ziele konnten erreicht werden.

Der Umsatz besteht zu einem Großteil aus der Weiterverrechnung von Kontrollkosten, Kostenersätzen, die vom tatsächlichen Aufwand abhängig sind, Projektkosten sowie aus der Abrechnung von Lizenzgebühren.

1.2. Lage der Gesellschaft

1.2.1. Größenklassen-Einstufung nach § 221 UGB

Gemäß § 221 UGB ist die AMA-Marketing aufgrund der Überschreitung von zwei der drei relevanten Merkmale – Bilanzsumme und Jahresdurchschnitt der Anzahl an Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer seit 2012 eine mittelgroße Kapitalgesellschaft.

1.2.2. EU-Notifizierungen und sonstige EU-Angelegenheiten

Die AMA-Marketing hat im Jahr 2021 um die Verlängerung ihrer notifizierten Maßnahmen bei der Europäischen Kommission angesucht. Mit der Entscheidung SA. 61746 (2021/N) vom 7. Dezember 2021 sowie mit SA. 61753 (2021/N) vom 21. Jänner 2022 entsprach die Kommission diesem Antrag. Damit waren die bisherigen Marketingmaßnahmen bis zum 31. Dezember 2027 genehmigt.

Am 14. Dezember 2022 hat die Europäische Kommission die neue Rahmenregelung für staatliche Beihilfen im Agrar- und Forstsektor und in ländlichen Gebieten, C (2022) 9131, final erlassen, deren Geltungsbeginn mit 1. Jänner 2023 festgelegt wurde.

Im Spätherbst 2022 erfolgte eine Änderung des AMA-Gesetzes 1992 durch BGBl. I Nr. 209/2022, das durch Inkrafttreten am 1. Jänner 2023 u. a. die Einhebung der Agrarmarketingbeiträge neu definierte. Um die Rechtssicherheit der bislang notifizierten Maßnahmen durch diese Änderung des Berechnungssystems für die Einhebung der Agrarmarketingbeiträge auch im Lichte der neuen Rahmenregelung zu gewährleisten, wurde dies bei der Europäischen Kommission notifiziert. Mit Entscheidung SA.107095 (2023/N) und Entscheidung SA.107099 (2023/N) vom 4. Juli 2023 hat die Europäische Kommission Österreich mitgeteilt, keine Einwände zu erheben. Damit sind die notifizierten Maßnahmen bis 31. Dezember 2027 von der Europäischen Kommission genehmigt.

1.2.3. Zertifizierung gemäß ISO 9001:2015 – Qualitätsmanagement

Am 24. und 25. März 2025 wurde durch Quality Austria ein Überwachungsaudit des Qualitätsmanagementsystems durchgeführt. Ziel des Audits war es, die Feststellung der Konformität und die Bewertung der Fähigkeiten und Wirksamkeit des Managementsystems

und vorhandenes Verbesserungspotenzial aufzuzeigen. Dem Managementsystem der AMA-Marketing wurde die Normkonformität bestätigt.

1.2.4. Prüfung durch die Interne Revision

Gegenstand der Prüfung 2025 durch die Interne Revision der Agrarmarkt Austria bei der AMA-Marketing war die Stabsstelle Unternehmenskommunikation. Die Prüfung wurde im ersten Halbjahr 2025 mit einem „ordnungsgemäß“ abgeschlossen.

1.3. Geschäftsverlauf

1.3.1. Qualitätsmanagement

Im Zuge einer im Jahr 2024 umgesetzten Reorganisation des Qualitätsmanagements, wurden 2025 für die Teams der Qualitätsstrategie & Wissensmanagement, Richtlinien- und Partnermanagement tierisch, Richtlinien- und Partnermanagement pflanzlich, Kontrollmanagement und Digitalisierung & Datenanalyse die Kernprozesse neu definiert und entsprechende Harmonisierungen durchgeführt.

1.3.1.1. Qualitätsstrategie & Wissensmanagement

Hauptaufgabe ist die strategische Weiterentwicklung der AMA-Qualitätsprogramme sowie das Innovations- und Wissensmanagement. Die Tätigkeiten umfassen die Schwerpunkte Nachhaltigkeit, Verbesserung der Tierhaltung in den AMA-Gütesiegel-Richtlinien, Weiterentwicklung des AMA-Biosiegels, Erweiterung des AMA-Gütesiegels für pflanzliche Produkte. Diese Weiterentwicklungen sorgen auch für neue Impulse und Chancen entlang der Wertschöpfungskette. Ferner werden laufend strategische Ansätze und Konzepte erarbeitet, die später in den Qualitätsprogrammen Umsetzung finden. Konkrete Projekte 2025 waren u.a. ein umfangreiches Projekt zur Nachhaltigkeitsberichtserstattung, die Mitarbeit bei einer Tierhaltungskennzeichnung und die grundlegende Überarbeitung der AMA-Biosiegel-Richtlinie sowie die Erweiterung der AMA-Gütesiegel-Richtlinie um pflanzliche Drinks und Zucker. Zur Weiterentwicklung der AMA-Richtlinien fanden im Jahr 2025 zehn Fachgremiumssitzungen mit Vertreterinnen und Vertretern der gesamten Wertschöpfungskette statt.

1.3.1.2. Qualitätssysteme

Im Kontrollmanagement wurden im Zuge der Harmonisierung und Weiterentwicklung der Kontrollsystematiken insgesamt 17 neue Zulassungssysteme für Richtlinien im „Open House“-Verfahren etabliert. Diese Systeme bilden einen wesentlichen Baustein für eine transparente und effizientere Zusammenarbeit mit den Kontrollstellen. Ergänzend dazu wurden einheitliche vertragliche Rahmenbedingungen entwickelt, welche die Grundlage für eine künftig noch stärker digitalisierte und standardisierte Abwicklung der Kontrollprozesse schaffen.

Parallel dazu wurden bestehende Kontrolldokumente überarbeitet und an die neuen Anforderungen angepasst. Dieser umfangreiche Aktualisierungsprozess wird aufgrund seines Gesamtumfangs auch im Jahr 2026 fortgeführt.

Außerdem wurde im Bereich der Schweinemast in enger Abstimmung mit Branchenvertretern eine neue Kontrollsystematik implementiert, die eine verpflichtende jährliche Vor-Ort-Kontrolle aller Betriebe vorsieht. Die Kontrollen erfolgen sowohl angekündigt als auch unangekündigt und erhöhen damit die Aussagekraft und Wirksamkeit des Systems. Diese Maßnahme stellt einen wesentlichen Schritt zur weiteren Qualitätssicherung und zur Stärkung des Verbrauchervertrauens dar.

Im Team Richtlinien- und Partnermanagement tierisch wurden weitere Schritte zur Implementierung des Moduls „Tierhaltung Plus“ in der Richtlinie Haltung von Kühen erzielt. Das Jahr 2025 war insbesondere durch den Ausbau des Moduls „Tierhaltung plus Außenklima“ sowie der Weiterentwicklung der Vorgaben zur Auslaufgestaltung geprägt. Im Bereich der Legehennen wurden richtungsweisende Entscheidungen zur Einführung der „Diversitätsweide“ getroffen. Damit stehen künftig mehrere Möglichkeiten der Auslaufgestaltung zur Verfügung, welche den teilnehmenden Betrieben mehr Flexibilität bieten und zugleich den Anforderungen an tiergerechte Haltungssysteme entsprechen. Erstmals wurden im Frischfleischbereich Schlachtnebenprodukte für die Kennzeichnung mit dem AMA-Gütesiegel in der Richtlinie verankert. Dies stellt einen weiteren Schritt in Richtung einer möglichst vollständigen und nachhaltigen Verwertung der Tiere dar und erweitert gleichzeitig das Angebot zertifizierter Produkte am Markt.

Im Team Richtlinien- und Partnermanagement pflanzlich lag der Fokus 2025 auf der Implementierung und praktischen Umsetzung der neu eingeführten Richtlinien für Agrarhandel sowie für Mühlen und Backerzeugnisse. Zur Stärkung der Marktdurchdringung wurden Akquiseaktivitäten bei Agrarhändlern, Mühlen, Bäckereien sowie im Lebensmitteleinzelhandel durchgeführt, um zusätzliche Teilnehmer zu gewinnen und die Qualitätsgemeinschaft weiter auszubauen.

Im Bereich der verarbeiteten Produkte wurde die neue Produktkategorie pflanzliche Drinks eingeführt und damit erstmals ein Haferdrink mit dem AMA-Gütesiegel ausgelobt.

Das Team Digitalisierung und Datenanalyse unterstützte sämtliche Qualitätsmanagementbereiche bei der Weiterentwicklung und Digitalisierung bestehender Abläufe. 2025 konnte erstmals ein automatisiertes Verrechnungstool für Kontrollkosten eingeführt werden, das eine effizientere und fehlerresistente Abwicklung ermöglicht.

Im Partnermanagement wurde ein Workflow zur vollständigen digitalen Abwicklung der Teilnehmerverträge entwickelt. Dieser wurde bereits für die Richtlinien Ackerfrüchte und Rinderhaltung erfolgreich implementiert und wird nun schrittweise für weitere Richtlinien ausgerollt, um Bearbeitungszeiten zu verkürzen.

Im Kontrollbereich wurde ein zentrales Risikobewertungstool für landwirtschaftliche Betriebe mit Tierhaltung definiert. Auf Basis dieses Modells sollen zukünftige Kontrollplanungen noch treffsicherer gestaltet und risikoorientierte Prüfstrategien ausgebaut werden. Gleichzeitig wurden Datenschnittstellen weiterentwickelt, um Informationen über durchgeführte Kontrollen zeitnäher bereitstellen zu können.

Das Qualitätsmanagement war 2025 auf Veranstaltungen, Fachtagungen und Vorträgen präsent. Zusätzlich wurde das Informationsangebot für die teilnehmenden Betriebe durch ein umfassendes Webinar Programm ergänzt (z.B. Biosicherheit, Tierhaltung Plus, Ackerfrüchte, Problemunkräuter usw.). Außerdem wurden erstmalig Partnertage in den Bundesländern durchgeführt. Diese neuen Veranstaltungsformate richteten sich gezielt an teilnehmende Landwirtinnen und Landwirte und schafften einen direkten Kommunikationskanal zur AMA-Marketing. Die Partnertage ermöglichten einen offenen Austausch über aktuelle Entwicklungen sowie geplante Maßnahmen und stärkten den Gedanken der Qualitätsgemeinschaft.

1.3.2. Informationsvermittlung und Absatzförderung

Die ganzheitliche Qualitäts- und Herkunftssicherung ist der unverrückbare Ausgangs- und Bezugspunkt für die Informationsstrategie der AMA-Marketing. Ihren Inhalt bilden sachlich-objektive und faktenbasierte Darstellungen der Agrar- und Lebensmittelwirtschaft in der Erzeugung und Vermarktung von Lebensmitteln, die Positionierung der AMA-Marketing als Garant der Qualitäts- und Herkunftssicherung und der daraus abgeleitete Nutzen für Konsumentinnen und Konsumenten. Für den Erfolg ist das Bewusstsein der Konsumentinnen

und Konsumenten für Qualität, Herkunft von Lebensmittel sowie ihre Bereitschaft, bei der Kaufentscheidung hochwertigen, kontrollierten Produkten den Vorzug zu geben, maßgeblich beziehungsweise unerlässlich.

1.3.2.1. AMA-Gütesiegel-Dachkampagne

Unter dem etablierten Dach „Das hat einen Wert“ wurden im Jahr 2025 eine produktübergreifende Always-On-Kampagne für das AMA-Gütesiegel sowie darauf aufbauende produktspezifische Schwerpunkte umgesetzt. Inhaltlich orientierte sich die Always-On Kampagne an den drei Markensäulen des AMA-Gütesiegel-Programms: Qualität, Herkunft und Kontrolle. Sie bildet in der Kampagnenarchitektur die ganzjährig präsente kommunikative Grundlage. Darauf aufbauend wurden im ersten Halbjahr 2025 Schwerpunkte für die Bereiche Fleisch und Fleischwaren, Tierhaltung Plus für Milch und Milchprodukte, Ackerfrüchte sowie Obst und Gemüse gelegt. Von Juni bis August 2025 wurde erstmalig eine Kampagne zum Thema Grillen umgesetzt. Dabei stand die Kulinarik mit allen Sinnen im Vordergrund: Geruch, Geschmack, die Optik und Freude am Grillen. Im Herbst 2025 wurden weitere produktspezifische Schwerpunkte gesetzt. Unter anderem wurde in einem Kampagnenschwerpunkt sichtbar gemacht, was hinter Getreideprodukten mit dem AMA-Gütesiegel steckt – von der Arbeit am Feld bis zum Gebäckkorb. Die zentralen Ziele der Kampagnen waren die Steigerung der Bekanntheit des AMA-Gütesiegels sowie eine weitere Erhöhung der Vertrauenswerte.

1.3.2.2. AMA-Bio-Kampagne

Im Jahr 2025 wurde das AMA-Biosiegel im Zuge einer strategischen Neupositionierung neu ausgerichtet und kommunikativ in ein zeitgemäßes Licht gerückt. Ziel dieser Neuausrichtung war es, die Relevanz des AMA-Biosiegels im Bewusstsein der Konsumentinnen und Konsumenten weiter zu stärken und seine zentralen Werte klarer zu vermitteln. Inhaltlich fokussierte sich die Kampagne auf die drei am häufigsten genannten Erwartungshaltungen an Bio-Produkte: Natürlichkeit, Regionalität und verlässliche Kontrolle entlang der gesamten Wertschöpfungskette. All diese Qualitätsmerkmale werden durch das AMA-Biosiegel umfassend erfüllt und transparent garantiert.

Die Kampagne wurde ästhetisch und in Bezug auf das Mediennutzungsverhalten konsequent an den definierten Zielgruppen des AMA-Biosiegels ausgerichtet. In der visuellen und inhaltlichen Gestaltung der Werbemittel spiegelten sich deren Lebensrealitäten und Werte wider, um eine hohe Identifikation und Glaubwürdigkeit zu gewährleisten. Durch die zielgerichtete Ansprache konnte die Relevanz des AMA-Biosiegels im Alltag der Konsumentinnen und Konsumenten nachhaltig verankert werden.

Zentrale Zielsetzungen der Kampagne waren einerseits die weitere Steigerung der Bekanntheit des AMA-Biosiegels und andererseits die nachhaltige Erhöhung der Vertrauenswerte. Durch eine konsistente und glaubwürdige Kommunikation sollte das AMA-Biosiegel als verlässliche Orientierungshilfe beim Einkauf von Bio-Produkten gestärkt werden.

1.3.2.3. Bereichs- und Produktspezifische Maßnahmen

Die AMA-Marketing kommt dem gesetzlichen Auftrag der Konsumenteninformation nach, indem sie entsprechend der Beitragsgegenstände Milch, Fleisch, Eier, Obst, Gemüse und Erdäpfel, Ackerfrüchte sowie Gartenbauerzeugnisse den Wert von Qualität und Regionalität darlegt und verdeutlicht. Hierzu wurden unterschiedliche Maßnahmen durchgeführt, die sich in Above-the-Line-Maßnahmen und Below-the-Line-Maßnahmen gliedern.

Above-the-Line-Maßnahmen: hierzu zählen insbesondere die AMA-Gütesiegel-Dachkampagne, die Bio-Kampagne, umfassende Online-Maßnahmen sowie Sendepatronenzen im ORF.

Below-the-Line-Maßnahmen: hierzu zählen beispielweise Branchen-Events wie das AMA-Forum, Milch- und Fleisch-Forum sowie die Preisverleihungen AMA-Käsekaiser oder der Goldene Erdapfel. Diese Veranstaltungen werden von hundert Opinionleader als Kommunikations- und Informationsplattform genutzt. Dadurch ermöglicht die AMA-Marketing den gegenseitigen Informationsaustausch und die Vernetzung entlang der Wertschöpfungskette.

Die AMA-Marketing setzt auch auf die Informations- und Wissensvermittlung bei Schülerinnen und Schüler, Auszubildenden im Einzelhandel und in der Gastronomie sowie Pädagoginnen und Pädagogen. Zudem werden neben dem Personal der Feinkostabteilungen im Lebensmitteleinzelhandel auch Absatzmittler mit einbezogen.

Die direkte Vermittlung von Lebensmittelwissen an Konsumentinnen und Konsumenten erfolgt auf Publikumsveranstaltungen wie der internationalen Gartenbaumesse Tulln, dem AMA-Grillclub, dem Genuss Festival und dem Erntedankfest in Wien sowie an Aktionstagen. Mit Unterstützung von qualifizierten Seminarbäuerinnen wurden im Rahmen dieser Events auf Info-Ständen Broschüren, Folder, Saisonkalender sowie Give-Aways verteilt.

All diese Maßnahmen dienen der Informationsvermittlung von Lebensmittelwissen und der Steigerung des Qualitätsbewusstseins.

1.3.2.4. Milch und Milcherzeugnisse

Nachdem 2024 die AMA-Gütesiegel-Richtlinie „Haltung von Kühen“ mit den Zusatzmodulen „Tierhaltung plus“ und „Tierhaltung plus Außenklima“ genehmigt wurde, wurde 2025 eine breite Informationskampagne umgesetzt.

In zwei Kampagnenflights mit dem Key Visual einer Kuh mit Kuhbürste wurde bundesweit über die Neuerungen im Milch- und Milchprodukte-Segment informiert.

Jüngere Zielgruppen wurden gezielt über App-Filter und weitere Sonderformate erreicht.

Zusätzlich wurden weitere positive Effekte der Milchviehhaltung im Rahmen eines BIDÖs, einem Beitrag im Dienste der Öffentlichkeit, vermittelt. Besonderen Stellenwert hatten dabei die Almwirtschaft, die Artenvielfalt sowie die Pflege der Kulturlandschaft und des Schutzraumes Alm.

1.3.2.5. Fleisch, Fleischwaren und Geflügelfleisch und Ei

Der Konsum von Fleisch wird gesellschaftlich immer wieder kritisch betrachtet. Umso wichtiger ist es, faktenbasiert und bewusstseinsbildend über die unterschiedlichen Haltungsformen, Rassen, Kategorien und Fütterungsmethoden zu informieren. Dabei werden die Qualitätsstufen Preiseinstieg, die Gütesiegel-Programme der AMA-Marketing sowie Tierwohl-Module und Bio thematisiert.

Besonders hervorzuheben sind die bereits beschriebenen AMA-Gütesiegel-Dachkampagne und die Kampagne „Endlich wieder Grillen“. Beide wurden crossmedial umgesetzt und um Sonderformate ergänzt, um möglichst breit die definierten Zielgruppen zu erreichen.

Um Konsumentinnen und Konsumenten über die Qualitätsstufen beim Ei zu informieren, wurde ein BIDÖ, ein Beitrag im Dienste der Öffentlichkeit, zur Eikennzeichnung durchgeführt.

Im Sommer wurde zusätzlich ein Kampagnenflight im Rahmen der Dachkampagne ergänzt, bei dem die Anwendungsbeispiele des Eis am Frühstückstisch im Mittelpunkt standen.

1.3.2.6. Ackerfrüchte

Im Jahr 2025 setzte die AMA-Marketing im Bereich Ackerfrüchte insgesamt drei zeitlich klar abgegrenzte Kampagnenschwerpunkte um. Ziel war es, den Mehrwert und die Qualitätskriterien des AMA-Gütesiegels für Ackerfrüchte sowie die Leistungen der landwirtschaftlichen Erzeugung und Weiterverarbeitung entlang der Wertschöpfungskette sachlich und nachvollziehbar darzustellen.

Eine Kampagnenwelle fokussierte sich auf Brot und Gebäck mit dem AMA-Gütesiegel, zwei weitere auf den Wert der Wertschöpfungskette hinter dem AMA-Gütesiegel für Ackerfrüchte. Aufbauend auf den 2024 entwickelten Kommunikationsmitteln wurden die Botschaften fortgeführt und verstärkt; die Kampagne im vierten Quartal 2025 wurde neu konzipiert.

Ergänzend wurden Verteilungen und Aktivierungen zur Qualität von Gebäck mit dem AMA-Gütesiegel umgesetzt. Parallel dazu entstanden Filmaufnahmen zu Anbau, Kulturpflege und Ernte sowie Drehs in AMA-Gütesiegel-Partnerbetrieben, insbesondere in Bäckereien und Mühlen. Die Inhalte wurden multimedial ausgespielt und stellten die gesamte Wertschöpfungskette dar.

Im Sommer 2025 wurde zudem ein Spot in Kooperation mit der Landwirtschaftskammer Österreich produziert und ausgestrahlt. Inhaltlich thematisierte dieser das ÖPUL-Programm sowie den Mehrwert der AMA-Gütesiegel-Qualitätsregelungen für Ackerfrüchte.

1.3.2.7. Obst, Gemüse und Erdäpfel

Im Jahr 2025 setzte die AMA-Marketing im Bereich Obst, Gemüse und Erdäpfel auf die Steigerung der Sichtbarkeit und Wertschätzung regionaler Produkte sowie auf die weitere Stärkung des AMA-Gütesiegels. Der Produktbereich war durchgehend in die bereichsübergreifende Always-on-Dachkampagne integriert. Ergänzend wurde im Frühsommer 2025 eine reichweitenstarke Regionalitätskampagne über TV, Hörfunk und Online-Kanäle umgesetzt sowie im Herbst 2025 punktuell verstärkt. Ausgewählte Themen wurden zusätzlich gezielt über Online-Medien kommuniziert.

Begleitend dazu wurden aktivierende Projekte umgesetzt, darunter die Auszeichnung „Goldener Erdäpfel“, die Obst- und Gemüserallye im Stadtgarten Kagran mit mehreren tausend Kindern sowie ein weiterentwickelter Auftritt auf der Gartenbaumesse Tulln mit Unterstützung der Seminarbäuerinnen.

Im Herbst 2025 wurde aufgrund hoher Produktionsmengen ein inhaltlicher Schwerpunkt auf Erdäpfel gelegt. Parallel dazu erfolgten Drehs und Ausstrahlungen zu unterschiedlichen Kulturen und Anbauformen, unter anderem Indoor-Produktionen im Glashaus mit Fokus auf Paprika, Tomaten und Gurken.

Rund um den Tag des Apfels 2025 wurde eine neu konzipierte POS-Offensive (Point of Sale) umgesetzt, bestehend aus Verteilaktionen mit Gewinnspielrad in der SCS, einem neuen Online-Gamification-Format, Apfel-Flyern und Merchandise. Ziel war die direkte Konsumentenansprache am POS und die Stärkung der Kaufentscheidung für Produkte mit dem AMA-Gütesiegel.

1.3.2.8. Exportmaßnahmen

Im Bereich Exportmarketing stellt Deutschland den wichtigsten Zielmarkt dar, weshalb auf diesen Markt der größte Schwerpunkt bei den Umsetzungsmaßnahmen gelegt wurde. Durch eine gezielte Marktbearbeitung mittels Handelskooperationen konnten erfolgreiche Maßnahmen umgesetzt werden. Dazu zählten POS-Maßnahmen wie Zweitplatzierungen und Verkostungen, die Teilnahme an Handelsmessen sowie Vernetzungsveranstaltungen und Schulungen des Verkaufspersonals. Zusätzlich wurde der kanadische Markt (speziell die Provinzen Ontario und Québec) im Rahmen eines EU-kofinanzierten Projekts zu Käsespezialitäten gemeinsam mit dem Partnerland Frankreich bearbeitet.

Vor-Ort-Veranstaltungen wie B2B-Messen gewannen weiter an Bedeutung als zentrale Instrumente der Marktbearbeitung. Die AMA-Marketing fokussierte sich im Jahr 2025 gezielt auf hochprofessionelle Messeauftritte bei international relevanten Leitmessen wie der Biofach in Nürnberg, der Tutto Food in Mailand sowie der ANUGA in Köln, um Marktpräsenz zu stärken, Geschäftskontakte auszubauen und nachhaltige Partnerschaften zu gewinnen.

1.3.2.9. Kulinarik

Am 1. Juli 2025 wurde das Förderprojekt „Regionale Kulinarik – Qualitäts- und Herkunftssicherung entlang der Wertschöpfungskette“ genehmigt. Von da an wurden kommunikative Aktivitäten in Bezug auf das Gütesiegel AMA GENUSS REGION gestartet. Fokus dabei lag auf Maßnahmen in digitalen Medien sowie Social Media und Präsentationsauftritten bei Events (z.B. GENUSS-FESTIVAL im Wiener Stadtpark, ernte.dank.festival am Wiener Heldenplatz, Genusslandstraße in Linz, Gault&Millau Genussmesse) oder Innovations-Maßnahmen mit einem online Forum. Für die Sichtbarkeit des Gütesiegels AMA GENUSS REGION wurden neue Informations- und Repräsentationsmaterialien produziert, die auch in den Folgejahren zum Einsatz kommen werden.

2. Leistungsindikatoren

- Finanzierungsanalyse

Eigenkapitalquote = $\text{Eigenkapital} / \text{Gesamtkapital}$

7,87 Prozent (Vorjahr: 8,38 Prozent)

Fremdkapitalquote = $\text{Fremdkapital} / \text{Gesamtkapital}$

92,13 Prozent (Vorjahr: 91,62 Prozent)

Verschuldungsgrad = $\text{Fremdkapital} / \text{Eigenkapital}$

1170,43 Prozent (Vorjahr: 1.093,81 Prozent)

Umschlagshäufigkeit der Debitoren = $\text{Umsatz} / \text{durchschnittlicher Debitorenstand netto}$

5,51 (Vorjahr: 5,85)

Die Finanzierungsanalyse zeigt aufgrund des speziellen Tätigkeitsfeldes der Gesellschaft einen hohen Verschuldungsgrad und eine niedrige Eigenkapitalausstattung.

- Liquiditätsanalyse

Anlagendeckungsgrad = $(\text{Eigenkapital} + \text{langfristiges Fremdkapital}) / \text{Anlagevermögen}$
790,92 Prozent (Vorjahr: 1.172,37 Prozent)

Working capital = kurzfristige Aktiva – kurzfristige Passiva
3.945.981,45 (Vorjahr: 4.270.541,31)

Working capital ratio = kurzfristige Aktiva / kurzfristige Passiva
1,2 (Vorjahr: 1,2)

Die Liquiditätsanalyse ergibt aufgrund der hohen Bankbestände ein positives Bild.

- Erfolgswirtschaftliche Kennzahlen

Fremdleistungsintensität = Fremdleistungen / betrieblicher Aufwand
69,35 Prozent (Vorjahr: 67,39 Prozent)

Personalintensität = Personalaufwand / betrieblicher Aufwand
25,27 Prozent (Vorjahr: 26,58 Prozent)

Die erfolgswirtschaftlichen Kennzahlen zeigen eine fremdleistungsintensive Gesellschaft mit niedriger Personalintensität.

3. Finanzinstrumente

Die in der Bilanz ausgewiesenen liquiden Mittel sind Gegenstand des allgemeinen Risikomanagements des Unternehmens. Das findet seinen Niederschlag in den Buchhaltungs- und Bilanzierungsmethoden. Außer den bereits im Jahresabschluss und im Lagebericht beschriebenen Risiken bestehen keine weiteren Preisänderungs-, Ausfalls-, Liquiditäts- und Cashflow-Risiken.

4. Bericht über Forschung und Entwicklung

Das Unternehmen verfügt über keine eigenen Forschungsbereiche.

5. Zweigniederlassungen, Filialen

Die AMA-Marketing hat seit 2017 zusätzliche Büros im Bürokomplex Rivergate im 20. Wiener Gemeindebezirk Brigittenau am Handelskai 92 angemietet.

6. Voraussichtliche Entwicklung der Gesellschaft sowie Risiken und Ungewissheiten

6.1. Voraussichtliche Entwicklung der Gesellschaft

In Zusammenhang mit Ernährung, dem Umgang mit Lebensmitteln und dem Kaufverhalten sind nach näherer Analyse sechs gesellschaftliche Megatrends von signifikanter Bedeutung:

- **Urbanisierung:** Immer mehr Menschen leben weltweit in Städten bzw. urbanen Räumen. Neben der zunehmenden Distanz zu Landwirtschaft rücken naturnahe Produkte und Lebensmittel in den Fokus der urbanen Konsumentinnen und Konsumenten.
- **Gesundheit:** Ein gesundheitsorientierter Lebensstil gewinnt in entwickelten Gesellschaften zunehmend an besonderem Stellenwert. Bei Lebensmitteln zeigt sich dieser Trend anhand einiger Frühindikatoren.
- **Ökologie:** Nachhaltigkeit als Kriterium für die Qualität von Lebensmitteln hat sich etabliert. Naturnahe Qualität, verantwortungsvoller Umgang mit Ressourcen und Regionalität werden zu einem Maßstab für ökologisch interessierte Zielgruppen.
- **Sicherheit:** Hohes Potenzial und erhöhte Aufmerksamkeit kann in Aspekten der Versorgungssicherheit und der Qualitätssicherung gesehen werden: Regionale Kreisläufe, funktionierende landwirtschaftliche Strukturen und Sicherheit bei der Qualität der Produkte gewinnen bei Konsumententscheidungen an Bedeutung.
- **Individualisierung:** Im Kern bedeutet Individualisierung die Freiheit der Wahl. Menschen in entwickelten Ländern erwarten bzw. belohnen Individualität in Angeboten oder Qualitätsstufen und in Kommunikationsmaßnahmen von Unternehmen und Organisationen.
- **Konnektivität:** Die digitalen Kommunikationstechnologien verändern unser Leben grundlegend und nachhaltig. Die gesamte Customer Journey wird massiv von digitalen Medien und Plattformen beeinflusst. Ein erheblicher Anteil der Kaufentscheidungen beginnt auf Suchmaschinen oder in sozialen Netzwerken.

Die Analyse gesellschaftlicher Entwicklungen ist eine der wichtigsten Grundlagen für die Ausarbeitung strategischer Ziele und Stoßrichtungen der AMA-Marketing.

- Im Qualitätsmanagement bedarf es an Zugängen, die die Qualitätsprogramme als Herzstück der gemeinsamen Qualitätsgemeinschaft attraktiv für Konsumentinnen und Konsumenten gestalten, ohne die Haltung „Lebensmittelqualität ist für alle da“ und die Bedeutung belastbarer und finanzierbarer Branchenlösungen entlang der Wertschöpfungskette außer Acht zu lassen.
- In der Vernetzungsfunktion des Unternehmens sind Nähe zu den Partnerinnen und Partnern und Medien, Transparenz und intelligente Informationsvermittlung entlang der Wertschöpfungskette gefragt.
- Im Marketing stehen angesichts der finanziellen Ausstattung der AMA-Marketing die effiziente Zielgruppenansprache, Bündelung der Mittel, neue Formate der Informationsvermittlung gleichwie der konsequente Ausbau digitaler Kanäle im Zentrum der strategischen Überlegungen.

6.2. Risiko- und Krisenmanagement

Das Risikomanagementsystem der AMA-Marketing ist als Prozessbeschreibung im Management-System verankert und erfüllt die Aufgabe, unternehmensrelevante Risiken zu identifizieren und durch geeignete Maßnahmen entsprechend zu steuern. Im Jahr 2025 wurden einzelne potenzielle Risiken analysiert und in Bezug auf das Gefahrenpotenzial und die Eintrittswahrscheinlichkeit neu bewertet. Konkret war die AMA-Marketing 2025 vor allem mit dem Risiko durch die negative Berichterstattung rund um Beiträge zu schlechter Tierhaltung bei einzelnen Betrieben (Vorfälle aus 2022 und 2023) konfrontiert.

Um das Vertrauen in die AMA-Siegel weiterhin zu stärken, wurde die Transparenzoffensive in der Kommunikation weitergeführt. Beispielsweise wurde der Kontroll-Ticker auf der Homepage weiter ausgebaut und das Whistle Blower System zur Meldung von Missständen und Ereignissen etabliert. Das Whistle Blower System wurde auch bewusst im Rahmen der AMA-Marketing Partnertage rund 3.000 Landwirtinnen und Landwirten nähergebracht. Hinweise, welche über diesen Kanal eingehen, werden im Rahmen des Krisenmanagements geprüft und entsprechende Maßnahmen eingeleitet.

gez.:



Mag. (FH) Christina Mutenhaier-Sipek
Geschäftsführerin

Wien, am 09.04.2026

ANLAGE V

Allgemeine Auftragsbedingungen für Wirtschaftstreuhandberufe (AAB 2018)

Empfohlen vom Vorstand der Kammer der Steuerberater und
Wirtschaftsprüfer zuletzt mit Beschluss vom 18.04.2018

Präambel und Allgemeines

(1) Auftrag im Sinne dieser Bedingungen meint jeden Vertrag über vom zur Ausübung eines Wirtschaftstreuhandberufes Berechtigten in Ausübung dieses Berufes zu erbringende Leistungen (sowohl faktische Tätigkeiten als auch die Besorgung oder Durchführung von Rechtsgeschäften oder Rechtshandlungen, jeweils im Rahmen der §§ 2 oder 3 Wirtschaftstreuhandberufsgesetz 2017 (WTBG 2017). Die Parteien des Auftrages werden in Folge zum einen „Auftragnehmer“, zum anderen „Auftraggeber“ genannt).

(2) Diese Allgemeinen Auftragsbedingungen für Wirtschaftstreuhandberufe gliedern sich in zwei Teile: Die Auftragsbedingungen des I. Teiles gelten für Aufträge, bei denen die Auftragserteilung zum Betrieb des Unternehmens des Auftraggebers (Unternehmer iSd KSchG) gehört. Für Verbrauchergeschäfte gemäß Konsumentenschutzgesetz (Bundesgesetz vom 8.3.1979/BGBl Nr.140 in der derzeit gültigen Fassung) gelten sie insoweit der II. Teil keine abweichenden Bestimmungen für diese enthält.

(3) Im Falle der Unwirksamkeit einer einzelnen Bestimmung ist diese durch eine wirksame, die dem angestrebten Ziel möglichst nahe kommt, zu ersetzen.

I. TEIL

1. Umfang und Ausführung des Auftrages

(1) Der Umfang des Auftrages ergibt sich in der Regel aus der schriftlichen Auftragsvereinbarung zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer. Fehlt diesbezüglich eine detaillierte schriftliche Auftragsvereinbarung gilt im Zweifel (2)-(4):

(2) Bei Beauftragung mit Steuerberatungsleistungen umfasst die Beratungstätigkeit folgende Tätigkeiten:

- Ausarbeitung der Jahressteuererklärungen für die Einkommen- oder Körperschaftsteuer sowie Umsatzsteuer und zwar auf Grund der vom Auftraggeber vorzulegenden oder (bei entsprechender Vereinbarung) vom Auftragnehmer erstellten Jahresabschlüsse und sonstiger, für die Besteuerung erforderlichen Aufstellungen und Nachweise. Wenn nicht ausdrücklich anders vereinbart, sind die für die Besteuerung erforderlichen Aufstellungen und Nachweise vom Auftraggeber beizubringen.
- Prüfung der Bescheide zu den unter a) genannten Erklärungen.
- Verhandlungen mit den Finanzbehörden im Zusammenhang mit den unter a) und b) genannten Erklärungen und Bescheiden.
- Mitwirkung bei Betriebsprüfungen und Auswertung der Ergebnisse von Betriebsprüfungen hinsichtlich der unter a) genannten Steuern.
- Mitwirkung im Rechtsmittelverfahren hinsichtlich der unter a) genannten Steuern.

Erhält der Auftragnehmer für die laufende Steuerberatung ein Pauschalhonorar, so sind mangels anderweitiger schriftlicher Vereinbarungen die unter d) und e) genannten Tätigkeiten gesondert zu honorieren.

(3) Soweit die Ausarbeitung von einer oder mehreren Jahressteuererklärung(en) zum übernommenen Auftrag zählt, gehört dazu nicht die Überprüfung etwaiger besonderer buchmäßiger Voraussetzungen sowie die Prüfung, ob alle in Betracht kommenden insbesondere umsatzsteuerrechtlichen Begünstigungen wahrgenommen worden sind, es sei denn, hierüber besteht eine nachweisliche Beauftragung.

(4) Die Verpflichtung zur Erbringung anderer Leistungen gemäß §§ 2 und 3 WTBG 2017 bedarf jedenfalls nachweislich einer gesonderten Beauftragung.

(5) Vorstehende Absätze (2) bis (4) gelten nicht bei Sachverständigentätigkeit.

(6) Es bestehen keinerlei Pflichten des Auftragnehmers zur Leistungserbringung, Warnung oder Aufklärung über den Umfang des Auftrages hinaus.

(7) Der Auftragnehmer ist berechtigt, sich zur Durchführung des Auftrages geeigneter Mitarbeiter und sonstiger Erfüllungsgehilfen (Subunternehmer) zu bedienen, als auch sich bei der Durchführung des Auftrages durch einen Berufsbefugten substituieren zu lassen. Mitarbeiter im Sinne dieser Bedingungen meint alle Personen, die den Auftragnehmer auf regelmäßiger oder dauerhafter Basis bei seiner betrieblichen Tätigkeit unterstützen, unabhängig von der Art der rechtsgeschäftlichen Grundlage.

(8) Der Auftragnehmer hat bei der Erbringung seiner Leistungen ausschließlich österreichisches Recht zu berücksichtigen; ausländisches Recht ist nur bei ausdrücklicher schriftlicher Vereinbarung zu berücksichtigen.

(9) Ändert sich die Rechtslage nach Abgabe der abschließenden schriftlichen als auch mündlichen beruflichen Äußerung, so ist der Auftragnehmer nicht verpflichtet, den Auftraggeber auf Änderungen oder sich daraus ergebende Folgen hinzuweisen. Dies gilt auch für in sich abgeschlossene Teile eines Auftrages.

(10) Der Auftraggeber ist verpflichtet dafür Sorge zu tragen, dass die von ihm zur Verfügung gestellten Daten vom Auftragnehmer im Rahmen der Leistungserbringung verarbeitet werden dürfen. Diesbezüglich hat der Auftraggeber insbesondere aber nicht ausschließlich die anwendbaren datenschutz- und arbeitsrechtlichen Bestimmungen zu beachten.

(11) Bringt der Auftragnehmer bei einer Behörde ein Anbringen elektronisch ein, so handelt er – mangels ausdrücklicher gegenteiliger Vereinbarung – lediglich als Bote und stellt dies keine ihm oder einem einreichend Bevollmächtigten zurechenbare Willens- oder Wissenserklärung dar.

(12) Der Auftraggeber verpflichtet sich, Personen, die während des Auftragsverhältnisses Mitarbeiter des Auftragnehmers sind oder waren, während und binnen eines Jahres nach Beendigung des Auftragsverhältnisses nicht in seinem Unternehmen oder in einem ihm nahestehenden Unternehmen zu beschäftigen, widrigenfalls er sich zur Bezahlung eines Jahresbezuges des übernommenen Mitarbeiters an den Auftragnehmer verpflichtet.

2. Aufklärungspflicht des Auftraggebers; Vollständigkeitserklärung

(1) Der Auftraggeber hat dafür zu sorgen, dass dem Auftragnehmer auch ohne dessen besondere Aufforderung alle für die Ausführung des Auftrages notwendigen Unterlagen zum vereinbarten Termin und in Ermangelung eines solchen rechtzeitig in geeigneter Form vorgelegt werden und ihm von allen Vorgängen und Umständen Kenntnis gegeben wird, die für die Ausführung des Auftrages von Bedeutung sein können. Dies gilt auch für die Unterlagen, Vorgänge und Umstände, die erst während der Tätigkeit des Auftragnehmers bekannt werden.

(2) Der Auftragnehmer ist berechtigt, die ihm erteilten Auskünfte und übergebenen Unterlagen des Auftraggebers, insbesondere Zahlenangaben, als richtig und vollständig anzusehen und dem Auftrag zu Grunde zu legen. Der Auftragnehmer ist ohne gesonderten schriftlichen Auftrag nicht verpflichtet, Unrichtigkeiten fest zu stellen. Insbesondere gilt dies auch für die Richtigkeit und Vollständigkeit von Rechnungen. Stellt er allerdings Unrichtigkeiten fest, so hat er dies dem Auftraggeber bekannt zu geben. Er hat im Finanzstrafverfahren die Rechte des Auftraggebers zu wahren.

(3) Der Auftraggeber hat dem Auftragnehmer die Vollständigkeit der vorgelegten Unterlagen sowie der gegebenen Auskünfte und Erklärungen im Falle von Prüfungen, Gutachten und Sachverständigentätigkeit schriftlich zu bestätigen.

(4) Wenn bei der Erstellung von Jahresabschlüssen und anderen Abschlüssen vom Auftraggeber erhebliche Risiken nicht bekannt gegeben worden sind, bestehen für den Auftragnehmer insoweit diese Risiken schlagend werden keinerlei Ersatzpflichten.

(5) Vom Auftragnehmer angegebene Termine und Zeitpläne für die Fertigstellung von Produkten des Auftragnehmers oder Teilen davon sind bestmögliche Schätzungen und, sofern nicht anders schriftlich vereinbart, nicht bindend. Selbiges gilt für etwaige Honorarschätzungen: diese werden nach bestem Wissen erstellt; sie sind jedoch stets unverbindlich.

(6) Der Auftraggeber hat dem Auftragnehmer jeweils aktuelle Kontaktdaten (insbesondere Zustelladresse) bekannt zu geben. Der Auftragnehmer darf sich bis zur Bekanntgabe neuer Kontaktdaten auf die Gültigkeit der zuletzt vom Auftraggeber bekannt gegebenen Kontaktdaten verlassen, insbesondere Zustellung an die zuletzt bekannt gegebene Adresse vornehmen lassen.

3. Sicherung der Unabhängigkeit

(1) Der Auftraggeber ist verpflichtet, alle Vorkehrungen zu treffen, um zu verhindern, dass die Unabhängigkeit der Mitarbeiter des Auftragnehmers gefährdet wird, und hat selbst jede Gefährdung dieser Unabhängigkeit zu unterlassen. Dies gilt insbesondere für Angebote auf Anstellung und für Angebote, Aufträge auf eigene Rechnung zu übernehmen.

(2) Der Auftraggeber nimmt zur Kenntnis, dass seine hierfür notwendigen personenbezogenen Daten sowie Art und Umfang inklusive Leistungszeitraum der zwischen Auftragnehmer und Auftraggeber vereinbarten Leistungen (sowohl Prüfungs- als auch Nichtprüfungsleistungen) zum Zweck der Überprüfung des Vorliegens von Befangenheits- oder Ausschlussgründen und Interessenkollisionen in einem allfälligen Netzwerk, dem der Auftragnehmer angehört, verarbeitet und zu diesem Zweck an die übrigen Mitglieder dieses Netzwerkes auch ins Ausland übermittelt werden. Hierfür entbindet der Auftraggeber den Auftragnehmer nach dem Datenschutzgesetz und gemäß § 80 Abs 4 Z 2 WTBG 2017 ausdrücklich von dessen Verschwiegenheitspflicht. Der Auftraggeber kann die Entbindung von der Verschwiegenheitspflicht jederzeit widerrufen.

4. Berichterstattung und Kommunikation

(1) (Berichterstattung durch den Auftragnehmer) Bei Prüfungen und Gutachten ist, soweit nichts anderes vereinbart wurde, ein schriftlicher Bericht zu erstatten.

(2) (Kommunikation an den Auftraggeber) Alle auftragsbezogenen Auskünfte und Stellungnahmen, einschließlich Berichte, (allesamt Wissenserklärungen) des Auftragnehmers, seiner Mitarbeiter, sonstiger Erfüllungsgehilfen oder Substitute („berufliche Äußerungen“) sind nur dann verbindlich, wenn sie schriftlich erfolgen. Berufliche Äußerungen in elektronischen Dateiformaten, welche per Fax oder E-Mail oder unter Verwendung ähnlicher Formen der elektronischen Kommunikation (speicher- und wiedergabefähig und nicht mündlich dh zB SMS aber nicht Telefon) erfolgen, übermittelt oder bestätigt werden, gelten als schriftlich; dies gilt ausschließlich für berufliche Äußerungen. Das Risiko der Erteilung der beruflichen Äußerungen durch dazu Nichtbefugte und das Risiko der Übersendung dieser trägt der Auftraggeber.

(3) (Kommunikation an den Auftraggeber) Der Auftraggeber stimmt hiermit zu, dass der Auftragnehmer elektronische Kommunikation mit dem Auftraggeber (zB via E-Mail) in unverschlüsselter Form vornimmt. Der Auftraggeber erklärt, über die mit der Verwendung elektronischer Kommunikation verbundenen Risiken (insbesondere Zugang, Geheimhaltung, Veränderung von Nachrichten im Zuge der Übermittlung) informiert zu sein. Der Auftragnehmer, seine Mitarbeiter, sonstigen Erfüllungsgehilfen oder Substitute haften nicht für Schäden, die durch die Verwendung elektronischer Kommunikationsmittel verursacht werden.

(4) (Kommunikation an den Auftragnehmer) Der Empfang und die Weiterleitung von Informationen an den Auftragnehmer und seine Mitarbeiter sind bei Verwendung von Telefon – insbesondere in Verbindung mit automatischen Anrufbeantwortersystemen, Fax, E-Mail und anderen Formen der elektronischen Kommunikation – nicht immer sichergestellt. Aufträge und wichtige Informationen gelten daher dem Auftragnehmer nur dann als zugegangen, wenn sie auch physisch (nicht fern-)mündlich oder elektronisch zugegangen sind, es sei denn, es wird im Einzelfall der Empfang ausdrücklich bestätigt. Automatische Übermittlungs- und Lesebestätigungen gelten nicht als solche ausdrücklichen Empfangsbestätigungen. Dies gilt insbesondere für die Übermittlung von Bescheiden und anderen Informationen über Fristen. Kritische und wichtige Mitteilungen müssen daher per Post oder Kurier an den Auftragnehmer gesandt werden. Die Übergabe von Schriftstücken an Mitarbeiter außerhalb der Kanzlei gilt nicht als Übergabe.

(5) (Allgemein) Schriftlich meint insoweit in Punkt 4 (2) nicht anderes bestimmt, Schriftlichkeit iSd § 886 ABGB (Unterschriftlichkeit). Eine fortgeschrittene elektronische Signatur (Art. 26 eIDAS-VO, (EU) Nr. 910/2014) erfüllt das Erfordernis der Schriftlichkeit iSd § 886 ABGB (Unterschriftlichkeit), soweit dies innerhalb der Parteiendisposition liegt.

(6) (Werbliche Information) Der Auftragnehmer wird dem Auftraggeber wiederkehrend allgemeine steuerrechtliche und allgemeine wirtschaftsrechtliche Informationen elektronisch (zB per E-Mail) übermitteln. Der Auftraggeber nimmt zur Kenntnis, dass er das Recht hat, der Zusendung von Direktwerbung jederzeit zu widersprechen.

5. Schutz des geistigen Eigentums des Auftragnehmers

(1) Der Auftraggeber ist verpflichtet, dafür zu sorgen, dass die im Rahmen des Auftrages vom Auftragnehmer erstellten Berichte, Gutachten, Organisationspläne, Entwürfe, Zeichnungen, Berechnungen und dergleichen nur für Auftragszwecke (z.B. gemäß § 44 Abs 3 EStG 1988) verwendet werden. Im Übrigen bedarf die Weitergabe schriftlicher als auch

mündlicher beruflicher Äußerungen des Auftragnehmers an einen Dritten zur Nutzung der schriftlichen Zustimmung des Auftragnehmers.

(2) Die Verwendung schriftlicher als auch mündlicher beruflicher Äußerungen des Auftragnehmers zu Werbezwecken ist unzulässig; ein Verstoß berechtigt den Auftraggeber zur fristlosen Kündigung aller noch nicht durchgeführten Aufträge des Auftraggebers.

(3) Dem Auftragnehmer verbleibt an seinen Leistungen das Urheberrecht. Die Einräumung von Werknutzungsbewilligungen bleibt der schriftlichen Zustimmung des Auftragnehmers vorbehalten.

6. Mängelbeseitigung

(1) Der Auftragnehmer ist berechtigt und verpflichtet, nachträglich hervorkommende Unrichtigkeiten und Mängel in seiner schriftlichen als auch mündlichen beruflichen Äußerung zu beseitigen, und verpflichtet, den Auftraggeber hiervon unverzüglich zu verständigen. Er ist berechtigt, auch über die ursprüngliche berufliche Äußerung informierte Dritte von der Änderung zu verständigen.

(2) Der Auftraggeber hat Anspruch auf die kostenlose Beseitigung von Unrichtigkeiten, sofern diese durch den Auftragnehmer zu vertreten sind; dieser Anspruch erlischt sechs Monate nach erbrachter Leistung des Auftragnehmers bzw. – falls eine schriftliche berufliche Äußerung nicht abgegeben wird – sechs Monate nach Beendigung der beanstandeten Tätigkeit des Auftragnehmers.

(3) Der Auftraggeber hat bei Fehlschlägen der Nachbesserung etwaiger Mängel Anspruch auf Minderung. Soweit darüber hinaus Schadenersatzansprüche bestehen, gilt Punkt 7.

7. Haftung

(1) Sämtliche Haftungsregelungen gelten für alle Streitigkeiten im Zusammenhang mit dem Auftragsverhältnis, gleich aus welchem Rechtsgrund. Der Auftragnehmer haftet für Schäden im Zusammenhang mit dem Auftragsverhältnis (einschließlich dessen Beendigung) nur bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit. Die Anwendbarkeit des § 1298 Satz 2 ABGB wird ausgeschlossen.

(2) Im Falle grober Fahrlässigkeit beträgt die Ersatzpflicht des Auftragnehmers höchstens das zehnfache der Mindestversicherungssumme der Berufshaftpflichtversicherung gemäß § 11 Wirtschaftstreuhänderberufsgesetz 2017 (WTBG 2017) in der jeweils geltenden Fassung.

(3) Die Beschränkung der Haftung gemäß Punkt 7 (2) bezieht sich auf den einzelnen Schadensfall. Der einzelne Schadensfall umfasst sämtliche Folgen einer Pflichtverletzung ohne Rücksicht darauf, ob Schäden in einem oder in mehreren aufeinander folgenden Jahren entstanden sind. Dabei gilt mehrfaches auf gleicher oder gleichartiger Fehlerquelle beruhendes Tun oder Unterlassen als eine einheitliche Pflichtverletzung, wenn die betreffenden Angelegenheiten miteinander in rechtlichem und wirtschaftlichem Zusammenhang stehen. Ein einheitlicher Schaden bleibt ein einzelner Schadensfall, auch wenn er auf mehreren Pflichtverletzungen beruht. Weiters ist, außer bei vorsätzlicher Schädigung, eine Haftung des Auftragnehmers für entgangenen Gewinn sowie Begleit-, Folge-, Neben- oder ähnliche Schäden, ausgeschlossen.

(4) Jeder Schadenersatzanspruch kann nur innerhalb von sechs Monaten nachdem der oder die Anspruchsberechtigten von dem Schaden Kenntnis erlangt haben, spätestens aber innerhalb von drei Jahren ab Eintritt des (Primär)Schadens nach dem anspruchsbegründenden Ereignis gerichtlich geltend gemacht werden, sofern nicht in gesetzlichen Vorschriften zwingend andere Verjährungsfristen festgesetzt sind.

(5) Im Falle der (tatbestandsmäßigen) Anwendbarkeit des § 275 UGB gelten dessen Haftungsnormen auch dann, wenn an der Durchführung des Auftrages mehrere Personen beteiligt gewesen oder mehrere zum Ersatz verpflichtende Handlungen begangen worden sind und ohne Rücksicht darauf, ob andere Beteiligte vorsätzlich gehandelt haben.

(6) In Fällen, in denen ein förmlicher Bestätigungsvermerk erteilt wird, beginnt die Verjährungsfrist spätestens mit Erteilung des Bestätigungsvermerkes zu laufen.

(7) Wird die Tätigkeit unter Einschaltung eines Dritten, z.B. eines Daten verarbeitenden Unternehmens, durchgeführt, so gelten mit Benachrichtigung des Auftraggebers darüber nach Gesetz oder Vertrag be- oder entstehende Gewährleistungs- und Schadenersatzansprüche gegen den Dritten als an den Auftraggeber abgetreten. Der Auftragnehmer haftet, unbeschadet Punkt 4. (3), diesfalls nur für Verschulden bei der Auswahl des Dritten.

(8) Eine Haftung des Auftragnehmers Dritten gegenüber ist in jedem Fall ausgeschlossen. Geraten Dritte mit der Arbeit des Auftragnehmers wegen des Auftraggebers in welcher Form auch immer in Kontakt hat der Auftraggeber diese über diesen Umstand ausdrücklich aufzuklären. Soweit

ein solcher Haftungsausschluss gesetzlich nicht zulässig ist oder eine Haftung gegenüber Dritten vom Auftragnehmer ausnahmsweise übernommen wurde, gelten subsidiär diese Haftungsbeschränkungen jedenfalls auch gegenüber Dritten. Dritte können jedenfalls keine Ansprüche stellen, die über einen allfälligen Anspruch des Auftraggebers hinausgehen. Die Haftungshöchstsumme gilt nur insgesamt einmal für alle Geschädigten, einschließlich der Ersatzansprüche des Auftraggebers selbst, auch wenn mehrere Personen (der Auftraggeber und ein Dritter oder auch mehrere Dritte) geschädigt worden sind; Geschädigte werden nach ihrem Zuverkommen befriedigt. Der Auftraggeber wird den Auftragnehmer und dessen Mitarbeiter von sämtlichen Ansprüchen Dritter im Zusammenhang mit der Weitergabe schriftlicher als auch mündlicher beruflicher Äußerungen des Auftragnehmers an diese Dritte schad- und klaglos halten.

(9) Punkt 7 gilt auch für allfällige Haftungsansprüche des Auftraggebers im Zusammenhang mit dem Auftragsverhältnis gegenüber Dritten (Erfüllungs- und Besorgungsgehilfen des Auftragnehmers) und den Substituten des Auftragnehmers.

8. Verschwiegenheitspflicht, Datenschutz

(1) Der Auftragnehmer ist gemäß § 80 WTBG 2017 verpflichtet, über alle Angelegenheiten, die ihm im Zusammenhang mit seiner Tätigkeit für den Auftraggeber bekannt werden, Stillschweigen zu bewahren, es sei denn, dass der Auftraggeber ihn von dieser Schweigepflicht entbindet oder gesetzliche Äußerungspflichten entgegen stehen.

(2) Soweit es zur Verfolgung von Ansprüchen des Auftragnehmers (insbesondere Ansprüche auf Honorar) oder zur Abwehr von Ansprüchen gegen den Auftragnehmer (insbesondere Schadenersatzansprüche des Auftraggebers oder Dritter gegen den Auftragnehmer) notwendig ist, ist der Auftragnehmer von seiner beruflichen Verschwiegenheitspflicht entbunden.

(3) Der Auftragnehmer darf Berichte, Gutachten und sonstige schriftliche berufliche Äußerungen über die Ergebnisse seiner Tätigkeit Dritten nur mit Einwilligung des Auftraggebers aushändigen, es sei denn, dass eine gesetzliche Verpflichtung hierzu besteht.

(4) Der Auftragnehmer ist datenschutzrechtlich Verantwortlicher im Sinne der Datenschutz-Grundverordnung („DSGVO“) hinsichtlich aller im Rahmen des Auftrages verarbeiteter personenbezogener Daten. Der Auftragnehmer ist daher befugt, ihm anvertraute personenbezogene Daten im Rahmen der Grenzen des Auftrages zu verarbeiten. Dem Auftragnehmer überlassene Materialien (Papier und Datenträger) werden grundsätzlich nach Beendigung der diesbezüglichen Leistungserbringung dem Auftraggeber oder an vom Auftraggeber namhaft gemachte Dritte übergeben oder wenn dies gesondert vereinbart ist vom Auftragnehmer verwahrt oder vernichtet. Der Auftragnehmer ist berechtigt Kopien davon aufzubewahren soweit er diese zur ordnungsgemäßen Dokumentation seiner Leistungen benötigt oder es rechtlich geboten oder beruflich ist.

(5) Sofern der Auftragnehmer den Auftraggeber dabei unterstützt, die den Auftraggeber als datenschutzrechtlich Verantwortlichen treffenden Pflichten gegenüber Betroffenen zu erfüllen, so ist der Auftragnehmer berechtigt, den entstandenen tatsächlichen Aufwand an den Auftraggeber zu verrechnen. Gleiches gilt, für den Aufwand der für Auskünfte im Zusammenhang mit dem Auftragsverhältnis anfällt, die nach Entbindung von der Verschwiegenheitspflicht durch den Auftraggeber gegenüber Dritten diesen Dritten erteilt werden.

9. Rücktritt und Kündigung („Beendigung“)

(1) Die Erklärung der Beendigung eines Auftrags hat schriftlich zu erfolgen (siehe auch Punkt 4 (4) und (5)). Das Erlöschen einer bestehenden Vollmacht bewirkt keine Beendigung des Auftrags.

(2) Soweit nicht etwas anderes schriftlich vereinbart oder gesetzlich zwingend vorgeschrieben ist, können die Vertragspartner den Vertrag jederzeit mit sofortiger Wirkung beenden. Der Honoraranspruch bestimmt sich nach Punkt 11.

(3) Ein Dauerauftrag (befristeter oder unbefristeter Auftrag über, wenn auch nicht ausschließlich, die Erbringung wiederholter Einzelleistungen, auch mit Pauschalvergütung) kann allerdings, soweit nichts anderes schriftlich vereinbart ist, ohne Vorliegen eines wichtigen Grundes nur unter Einhaltung einer Frist von drei Monaten („Beendigungsfrist“) zum Ende eines Kalendermonats beendet werden.

(4) Nach Erklärung der Beendigung eines Dauerauftrags – sind, soweit im Folgenden nicht abweichend bestimmt, nur jene einzelnen Werke vom Auftragnehmer noch fertigzustellen (verbleibender Auftragsstand), deren vollständige Ausführung innerhalb der Beendigungsfrist (grundsätzlich) möglich ist, soweit diese innerhalb eines Monats nach Beginn des Laufs der Beendigungsfrist dem Auftraggeber schriftlich im Sinne des Punktes 4 (2) bekannt gegeben werden. Der verbleibende Auftragsstand ist innerhalb der Beendigungsfrist fertig zu stellen, sofern sämtliche erforderlichen

Unterlagen rechtzeitig zur Verfügung gestellt werden und soweit nicht ein wichtiger Grund vorliegt, der dies hindert.

(5) Wären bei einem Dauerauftrag mehr als 2 gleichartige, üblicherweise nur einmal jährlich zu erstellende Werke (z.B. Jahresabschlüsse, Steuererklärungen etc.) fertig zu stellen, so zählen die über 2 hinaus gehenden Werke nur bei ausdrücklichem Einverständnis des Auftraggebers zum verbleibenden Auftragsstand. Auf diesen Umstand ist der Auftraggeber in der Bekanntgabe gemäß Punkt 9 (4) gegebenenfalls ausdrücklich hinzuweisen.

10. Beendigung bei Annahmeverzug und unterlassener Mitwirkung des Auftraggebers und rechtlichen Ausführungshindernissen

(1) Kommt der Auftraggeber mit der Annahme der vom Auftragnehmer angebotenen Leistung in Verzug oder unterlässt der Auftraggeber eine ihm nach Punkt 2. oder sonst wie obliegende Mitwirkung, so ist der Auftragnehmer zur fristlosen Beendigung des Vertrages berechtigt. Gleiches gilt, wenn der Auftraggeber eine (auch teilweise) Durchführung des Auftrages verlangt, die, nach begründetem Dafürhalten des Auftragnehmers, nicht der Rechtslage oder berufssüblichen Grundsätzen entspricht. Seine Honoraransprüche bestimmen sich nach Punkt 11. Annahmeverzug sowie unterlassene Mitwirkung seitens des Auftraggebers begründen auch dann den Anspruch des Auftragnehmers auf Ersatz der ihm hierdurch entstandenen Mehraufwendungen sowie des verursachten Schadens, wenn der Auftragnehmer von seinem Kündigungsrecht keinen Gebrauch macht.

(2) Bei Verträgen über die Führung der Bücher, die Vornahme der Personalsachbearbeitung oder Abgabenverrechnung ist eine fristlose Beendigung durch den Auftragnehmer gemäß Punkt 10 (1) zulässig, wenn der Auftraggeber seiner Mitwirkungspflicht gemäß Punkt 2. (1) zweimal nachweislich nicht nachkommt.

11. Honoraranspruch

(1) Unterbleibt die Ausführung des Auftrages (z.B. wegen Rücktritt oder Kündigung), so gebührt dem Auftragnehmer gleichwohl das vereinbarte Entgelt (Honorar), wenn er zur Leistung bereit war und durch Umstände, deren Ursache auf Seiten des Auftraggebers liegen, ein bloßes Mitverschulden des Auftragnehmers bleibt diesbezüglich außer Ansatz, daran gehindert worden ist; der Auftragnehmer braucht sich in diesem Fall nicht anrechnen zu lassen, was er durch anderweitige Verwendung seiner und seiner Mitarbeiter Arbeitskraft erwirbt oder zu erwerben unterlässt.

(2) Bei Beendigung eines Dauerauftrags gebührt das vereinbarte Entgelt für den verbleibenden Auftragsstand, sofern er fertiggestellt wird oder dies aus Gründen, die dem Auftraggeber zuzurechnen sind, unterbleibt (auf Punkt 11. (1) wird verwiesen). Vereinbarte Pauschalhonorare sind gegebenenfalls zu aliquotieren.

(3) Unterbleibt eine zur Ausführung des Werkes erforderliche Mitwirkung des Auftraggebers, so ist der Auftragnehmer auch berechtigt, ihm zur Nachholung eine angemessene Frist zu setzen mit der Erklärung, dass nach fruchtlosem Verstreichen der Frist der Vertrag als aufgehoben gelte, im Übrigen gelten die Folgen des Punkt 11. (1).

(4) Bei Nichteinhaltung der Beendigungsfrist gemäß Punkt 9. (3) durch den Auftraggeber, sowie bei Vertragsauflösung gemäß Punkt 10. (2) durch den Auftragnehmer behält der Auftragnehmer den vollen Honoraranspruch für drei Monate.

12. Honorar

(1) Sofern nicht ausdrücklich Unentgeltlichkeit vereinbart ist, wird jedenfalls gemäß § 1004 und § 1152 ABGB eine angemessene Entlohnung geschuldet. Höhe und Art des Honoraranspruchs des Auftragnehmers ergeben sich aus der zwischen ihm und seinem Auftraggeber getroffenen Vereinbarung. Sofern nicht nachweislich eine andere Vereinbarung getroffen wurde sind Zahlungen des Auftraggebers immer auf die älteste Schuld anzurechnen.

(2) Die kleinste verrechenbare Leistungseinheit beträgt eine Viertelstunde.

(3) Auch die Wegzeit wird im notwendigen Umfang verrechnet.

(4) Das Aktenstudium in der eigenen Kanzlei, das nach Art und Umfang zur Vorbereitung des Auftragnehmers notwendig ist, kann gesondert verrechnet werden.

(5) Erweist sich durch nachträglich hervorgekommene besondere Umstände oder auf Grund besonderer Inanspruchnahme durch den Auftraggeber ein bereits vereinbartes Entgelt als unzureichend, so hat der Auftragnehmer den Auftraggeber darauf hinzuweisen und sind Nachverhandlungen zur Vereinbarung eines angemessenen Entgelts zu führen (auch bei unzureichenden Pauschalhonoraren).

(6) Der Auftragnehmer verrechnet die Nebenkosten und die Umsatzsteuer zusätzlich. Beispielhaft aber nicht abschließend im Folgenden (7) bis (9):

(7) Zu den verrechenbaren Nebenkosten zählen auch belegte oder pauschalierte Barauslagen, Reisespesen (bei Bahnfahrten 1. Klasse), Diäten, Kilometergeld, Kopierkosten und ähnliche Nebenkosten.

(8) Bei besonderen Haftpflichtversicherungserfordernissen zählen die betreffenden Versicherungsprämien (inkl. Versicherungssteuer) zu den Nebenkosten.

(9) Weiters sind als Nebenkosten auch Personal- und Sachaufwendungen für die Erstellung von Berichten, Gutachten uä. anzusehen.

(10) Für die Ausführung eines Auftrages, dessen gemeinschaftliche Erledigung mehreren Auftragnehmern übertragen worden ist, wird von jedem das seiner Tätigkeit entsprechende Entgelt verrechnet.

(11) Entgelte und Entgeltvorschüsse sind mangels anderer Vereinbarungen sofort nach deren schriftlicher Geltendmachung fällig. Für Entgeltzahlungen, die später als 14 Tage nach Fälligkeit geleistet werden, können Verzugszinsen verrechnet werden. Bei beiderseitigen Unternehmengeschäften gelten Verzugszinsen in der in § 456 1. und 2. Satz UGB festgelegten Höhe.

(12) Die Verjährung richtet sich nach § 1486 ABGB und beginnt mit Ende der Leistung bzw. mit späterer, in angemessener Frist erfolgter Rechnungslegung zu laufen.

(13) Gegen Rechnungen kann innerhalb von 4 Wochen ab Rechnungsdatum schriftlich beim Auftragnehmer Einspruch erhoben werden. Andernfalls gilt die Rechnung als anerkannt. Die Aufnahme einer Rechnung in die Bücher gilt jedenfalls als Anerkenntnis.

(14) Auf die Anwendung des § 934 ABGB im Sinne des § 351 UGB, das ist die Anfechtung wegen Verkürzung über die Hälfte für Geschäfte unter Unternehmern, wird verzichtet.

(15) Falls bei Aufträgen betreffend die Führung der Bücher, die Vornahme der Personalsachbearbeitung oder Abgabenverrechnung ein Pauschalhonorar vereinbart ist, so sind mangels anderweitiger schriftlicher Vereinbarung die Vertretungstätigkeit im Zusammenhang mit abgaben- und beitragsrechtlichen Prüfungen aller Art einschließlich der Abschluss von Vergleichen über Abgabenbemessungs- oder Beitragsgrundlagen, Berichterstattung, Rechtsmittelerhebung uä. gesondert zu honorieren. Sofern nichts anderes schriftlich vereinbart ist, gilt das Honorar als jeweils für ein Auftragsjahr vereinbart.

(16) Die Bearbeitung besonderer Einzelfragen im Zusammenhang mit den im Punkt 12. (15) genannten Tätigkeiten, insbesondere Feststellungen über das prinzipielle Vorliegen einer Pflichtversicherung, erfolgt nur aufgrund eines besonderen Auftrages.

(17) Der Auftragnehmer kann entsprechende Vorschüsse verlangen und seine (fortgesetzte) Tätigkeit von der Zahlung dieser Vorschüsse abhängig machen. Bei Daueraufträgen darf die Erbringung weiterer Leistungen bis zur Bezahlung früherer Leistungen (sowie allfälliger Vorschüsse gemäß Satz 1) verweigert werden. Bei Erbringung von Teilleistungen und offener Teilhonorierung gilt dies sinngemäß.

(18) Eine Beanstandung der Arbeiten des Auftragnehmers berechtigt, außer bei offenkundigen wesentlichen Mängeln, nicht zur auch nur teilweisen Zurückhaltung der ihm nach Punkt 12. zustehenden Honorare, sonstigen Entgelte, Kostenersätze und Vorschüsse (Vergütungen).

(19) Eine Aufrechnung gegen Forderungen des Auftragnehmers auf Vergütungen nach Punkt 12. ist nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderungen zulässig.

13. Sonstiges

(1) Im Zusammenhang mit Punkt 12. (17) wird auf das gesetzliche Zurückbehaltungsrecht (§ 471 ABGB, § 369 UGB) verwiesen; wird das Zurückbehaltungsrecht zu Unrecht ausgeübt, haftet der Auftragnehmer grundsätzlich gemäß Punkt 7. aber in Abweichung dazu nur bis zur Höhe seiner noch offenen Forderung.

(2) Der Auftraggeber hat keinen Anspruch auf Ausfolgung von im Zuge der Auftragsbefriedigung vom Auftragnehmer erstellten Arbeitspapieren und ähnlichen Unterlagen. Im Falle der Auftragsbefriedigung unter Einsatz elektronischer Buchhaltungssysteme ist der Auftragnehmer berechtigt, nach Übergabe sämtlicher vom Auftragnehmer auftragsbezogen damit erstellter Daten, für die den Auftraggeber eine Aufbewahrungspflicht trifft, in einem strukturierten, gängigen und maschinenlesbaren Format an den Auftraggeber bzw. an den nachfolgenden Wirtschaftstreuhänder, die Daten zu löschen. Für die Übergabe dieser Daten in einem strukturierten, gängigen und maschinenlesbaren Format hat der Auftragnehmer

Anspruch auf ein angemessenes Honorar (Punkt 12. gilt sinngemäß). Ist eine Übergabe dieser Daten in einem strukturierten, gängigen und maschinenlesbaren Format aus besonderen Gründen unmöglich oder unzulässig, können diese ersatzweise im Vollausdruck übergeben werden. Eine Honorierung steht diesfalls dafür nicht zu.

(3) Der Auftragnehmer hat auf Verlangen und Kosten des Auftraggebers alle Unterlagen herauszugeben, die er aus Anlass seiner Tätigkeit von diesem erhalten hat. Dies gilt jedoch nicht für den Schriftwechsel zwischen dem Auftragnehmer und seinem Auftraggeber und für die Schriftstücke, die der Auftraggeber in Urschrift besitzt und für Schriftstücke, die einer Aufbewahrungspflicht nach den für den Auftragnehmer geltenden rechtlichen Bestimmungen zur Verhinderung von Geldwäsche unterliegen. Der Auftragnehmer kann von Unterlagen, die er an den Auftraggeber zurückgibt, Abschriften oder Fotokopien anfertigen. Sind diese Unterlagen bereits einmal an den Auftraggeber übermittelt worden so hat der Auftragnehmer Anspruch auf ein angemessenes Honorar (Punkt 12. gilt sinngemäß).

(4) Der Auftraggeber hat die dem Auftragnehmer übergebenen Unterlagen nach Abschluss der Arbeiten binnen 3 Monaten abzuholen. Bei Nichtabholung übergebener Unterlagen kann der Auftragnehmer nach zweimaliger nachweislicher Aufforderung an den Auftraggeber, übergebene Unterlagen abzuholen, diese auf dessen Kosten zurückstellen und/oder ein angemessenes Honorar in Rechnung stellen (Punkt 12. gilt sinngemäß). Die weitere Aufbewahrung kann auch auf Kosten des Auftraggebers durch Dritte erfolgen. Der Auftragnehmer haftet im Weiteren nicht für Folgen aus Beschädigung, Verlust oder Vernichtung der Unterlagen.

(5) Der Auftragnehmer ist berechtigt, fällige Honorarforderungen mit etwaigen Depotguthaben, Verrechnungsgeldern, Treuhandgeldern oder anderen in seiner Gewahrsame befindlichen liquiden Mitteln auch bei ausdrücklicher Inverwahrnehmung zu kompensieren, sofern der Auftraggeber mit einem Gegenanspruch des Auftragnehmers rechnen musste.

(6) Zur Sicherung einer bestehenden oder künftigen Honorarforderung ist der Auftragnehmer berechtigt, ein finanzamtliches Guthaben oder ein anderes Abgaben- oder Beitragsguthaben des Auftraggebers auf ein Anderkonto zu transferieren. Diesfalls ist der Auftraggeber vom erfolgten Transfer zu verständigen. Danach kann der sichergestellte Betrag entweder im Einvernehmen mit dem Auftraggeber oder bei Vollstreckbarkeit der Honorarforderung eingezogen werden.

14. Anzuwendendes Recht, Erfüllungsort, Gerichtsstand

(1) Für den Auftrag, seine Durchführung und die sich hieraus ergebenden Ansprüche gilt ausschließlich österreichisches Recht unter Ausschluss des nationalen Verweisungsrechts.

(2) Erfüllungsort ist der Ort der beruflichen Niederlassung des Auftragnehmers.

(3) Gerichtsstand ist – mangels abweichender schriftlicher Vereinbarung – das sachlich zuständige Gericht des Erfüllungsortes.

II. TEIL

15. Ergänzende Bestimmungen für Verbrauchergeschäfte

(1) Für Verträge zwischen Wirtschaftstreuhändern und Verbrauchern gelten die zwingenden Bestimmungen des Konsumentenschutzgesetzes.

(2) Der Auftragnehmer haftet nur für vorsätzliche und grob fahrlässige verschuldete Verletzung der übernommenen Verpflichtungen.

(3) Anstelle der im Punkt 7 Abs 2 normierten Begrenzung ist auch im Falle grober Fahrlässigkeit die Ersatzpflicht des Auftragnehmers nicht begrenzt.

(4) Punkt 6 Abs 2 (Frist für Mängelbeseitigungsanspruch) und Punkt 7 Abs 4 (Geltendmachung der Schadenersatzansprüche innerhalb einer bestimmten Frist) gilt nicht.

(5) Rücktrittsrecht gemäß § 3 KSchG:

Hat der Verbraucher seine Vertragserklärung nicht in den vom Auftragnehmer dauernd benützten Kanzleiräumen abgegeben, so kann er von seinem Vertragsantrag oder vom Vertrag zurücktreten. Dieser Rücktritt kann bis zum Zustandekommen des Vertrages oder danach binnen einer Woche erklärt werden; die Frist beginnt mit der Ausfolgung einer Urkunde, die zumindest den Namen und die Anschrift des Auftragnehmers sowie eine Belehrung über das Rücktrittsrecht enthält, an den Verbraucher, frühestens jedoch mit dem Zustandekommen des Vertrages zu laufen. Das Rücktrittsrecht steht dem Verbraucher nicht zu,

1. wenn er selbst die geschäftliche Verbindung mit dem Auftragnehmer oder dessen Beauftragten zwecks Schließung dieses Vertrages angebahnt hat,

2. wenn dem Zustandekommen des Vertrages keine Besprechungen zwischen den Beteiligten oder ihren Beauftragten vorangegangen sind oder

3. bei Verträgen, bei denen die beiderseitigen Leistungen sofort zu erbringen sind, wenn sie üblicherweise von Auftragnehmern außerhalb ihrer Kanzleiräume geschlossen werden und das vereinbarte Entgelt € 15 nicht übersteigt.

Der Rücktritt bedarf zu seiner Rechtswirksamkeit der Schriftform. Es genügt, wenn der Verbraucher ein Schriftstück, das seine Vertragserklärung oder die des Auftragnehmers enthält, dem Auftragnehmer mit einem Vermerk zurückstellt, der erkennen lässt, dass der Verbraucher das Zustandekommen oder die Aufrechterhaltung des Vertrages ablehnt. Es genügt, wenn die Erklärung innerhalb einer Woche abgesendet wird.

Tritt der Verbraucher gemäß § 3 KSchG vom Vertrag zurück, so hat Zug um Zug

1. der Auftragnehmer alle empfangenen Leistungen samt gesetzlichen Zinsen vom Empfangstag an zurückzuerstatten und den vom Verbraucher auf die Sache gemachten notwendigen und nützlichen Aufwand zu ersetzen,

2. der Verbraucher dem Auftragnehmer den Wert der Leistungen zu vergüten, soweit sie ihm zum klaren und überwiegenden Vorteil gereichen.

Gemäß § 4 Abs 3 KSchG bleiben Schadenersatzansprüche unberührt.

(6) Kostenvoranschläge gemäß § 5 KSchG:

Für die Erstellung eines Kostenvoranschlages im Sinn des § 1170a ABGB durch den Auftragnehmer hat der Verbraucher ein Entgelt nur dann zu zahlen, wenn er vorher auf diese Zahlungspflicht hingewiesen worden ist.

Wird dem Vertrag ein Kostenvoranschlag des Auftragnehmers zugrunde gelegt, so gilt dessen Richtigkeit als gewährleistet, wenn nicht das Gegenteil ausdrücklich erklärt ist.

(7) Mängelbeseitigung: Punkt 6 wird ergänzt:

Ist der Auftragnehmer nach § 932 ABGB verpflichtet, seine Leistungen zu verbessern oder Fehlendes nachzutragen, so hat er diese Pflicht zu erfüllen, an dem Ort, an dem die Sache übergeben worden ist. Ist es für den Verbraucher tunlich, die Werke und Unterlagen vom Auftragnehmer gesendet zu erhalten, so kann dieser diese Übersendung auf seine Gefahr und Kosten vornehmen.

(8) Gerichtsstand: Anstelle Punkt 14. (3) gilt:

Hat der Verbraucher im Inland seinen Wohnsitz oder seinen gewöhnlichen Aufenthalt oder ist er im Inland beschäftigt, so kann für eine Klage gegen ihn nach den §§ 88, 89, 93 Abs 2 und 104 Abs 1 JN nur die Zuständigkeit eines Gerichtes begründet werden, in dessen Sprengel der Wohnsitz, der gewöhnliche Aufenthalt oder der Ort der Beschäftigung liegt.

(9) Verträge über wiederkehrende Leistungen:

(a) Verträge, durch die sich der Auftragnehmer zu Werkleistungen und der Verbraucher zu wiederholten Geldzahlungen verpflichten und die für eine unbestimmte oder eine ein Jahr übersteigende Zeit geschlossen worden sind, kann der Verbraucher unter Einhaltung einer zweimonatigen Frist zum Ablauf des ersten Jahres, nachher zum Ablauf jeweils eines halben Jahres kündigen.

(b) Ist die Gesamtheit der Leistungen eine nach ihrer Art unteilbare Leistung, deren Umfang und Preis schon bei der Vertragsschließung bestimmt sind, so kann der erste Kündigungstermin bis zum Ablauf des zweiten Jahres hinausgeschoben werden. In solchen Verträgen kann die Kündigungsfrist auf höchstens sechs Monate verlängert werden.

(c) Erfordert die Erfüllung eines bestimmten, in lit. a) genannten Vertrages erhebliche Aufwendungen des Auftragnehmers und hat er dies dem Verbraucher spätestens bei der Vertragsschließung bekannt gegeben, so können den Umständen angemessene, von den in lit. a) und b) genannten abweichende Kündigungsstermine und Kündigungsfristen vereinbart werden.

(d) Eine Kündigung des Verbrauchers, die nicht fristgerecht ausgesprochen worden ist, wird zum nächsten nach Ablauf der Kündigungsfrist liegenden Kündigungstermin wirksam.