Lagebericht für das Geschäftsjahr 2025

1) Geschäftsverlauf und wirtschaftliche Lage

Struktur des Unternehmens

Die Klipp Frisör GmbH ist ein Unternehmen, das in Österreich Frisördienstleistungen und Waren in Salons anbietet und einen Onlineshop für frisörexklusive Markenprodukte betreibt.
Die Salons treten unter der Marke KLIPP in Erscheinung und werden durchgehend nach dem gleichen Konzept betrieben. KLIPP bietet Frisördienstleistungen für die gesamte Familie, zu fairen Preisen und ohne Termin an. Die Salons werden an gemieteten Standorten in Einkaufszentren, Fachmarktzentren und Citylagen im gesamten Bundesgebiet betrieben.

Die für die Dienstleistung verwendeten und bei der Produktberatung angebotenen Waren werden ausschließlich von namhaften Herstellern bezogen.

Wirtschaftliches Umfeld und Branchensituation

Österreichs Wirtschaft schrumpfte 2025 um 0,3% (VJ -1,2%). Die Konjunktur war von schwachen Exporten, stagnierendem privaten Konsum und sinkenden Investitionen geprägt. Die Konsumausgaben für nicht dauerhafte Konsumgüter und Dienstleistungen stagnierten bei +0,0% (VJ +0,0%). Die Inflationsrate ist 2025 mit +3,6% höher als im Vorjahr, liegt aber noch deutlich unter den Werten von 2023 (2024: +2,9%, 2023: +7,8%). Damit war die Teuerung in Österreich merklich höher als in fast allen anderen Ländern des Euroraums.(Quelle: Statistik Austria Stand 01/2026).

Am Arbeitsmarkt steht eine große Anzahl von offenen Stellen einer kleiner werdenden Arbeitskräfteanzahl gegebenüber. Die bundesweite Mangelberufsliste umfasst inzwischen 110 Berufe, darunter auch die Berufsgruppe der "Friseure/Friseurinnen".
(Quelle:https://www.migration.gv.at/de/formen-der-zuwanderung/dauerhafte-zuwanderung/bundesweite-mangelberufe)

In der Frisörbranche setzt sich der Trend zu weniger unselbständig Beschäftigten bei konstant hohen Anzahlen von Unternehmensgründungen fort. Die Unternehmensgründungsquote lag 2025 bei 4,2% im Verhältnis zu den aktiven Wirtschaftskammermitgliedern. 57% der Unternehmen der Frisörbranche sind Ein-Personen-Unternehmen (EPUs). Die Anzahl der unselbständig erwerbstätigen Frisörinnen sinkt kontinuierlich seit 2010.

Die hohe Anzahl an Kleinbetrieben und EPUs (66,4 % der Unternehmen haben 0-9 Beschäftigte) ist ein wesentlicher Grund für sinkende Lehrlingszahlen. Auch wird es zunehmend schwieriger, junge Menschen für das Handwerk zu begeistern, da es auf Grund der Geburtenraten weniger Jugendliche gibt, um die sich die Unternehmen aller Branchen bemühen. 2010 waren noch ca. 5.100 Lehrlinge in der Frisörbranche beschäftigt, 2025 waren es ca. 2.200. Dies entspricht einer Veränderung von -56,9 %. Die Situation am Arbeitsmarkt kann auf Grund des bereits herrschenden und wegen der sinkenden Lehrlingszahlen sich noch verschärfenden Fachkräftemangels als sehr angespannt eingeschätzt werden.
(Quellen: WKO - Stabsabteilung Statistik, Stand Februar 2026)

Entwicklung der Umsätze

Die Umsätze der Salons und des Webshops stiegen zum Vorjahr um 4,22 % und betrugen € 58 Mio.

Entwicklung der Aufwände

Der Aufwand für "Waren und sonstige bezogene Leistungen" ist im Vergleich zum Vorjahr um 3,52 % auf € 3,8 Mio. gestiegen. Der Personalaufwand beträgt 2025 € 43,5 Mio., das entspricht einer Quote von 75,02 % bezogen auf den Umsatz (inkl. Erlösminderungen). Die "sonstigen betrieblichen Aufwendungen" betragen € 8,9 Mio. (15,4 % bezogen auf den Umsatz) und sind im Vergleich zum Vorjahr um 4,38 % gesunken. Das Standortportfolie wird laufend optimiert. Es wurden 10 Salons renoviert und 2 Salonstandorte übersiedelt.

Zweigniederlassungen

Im Jahr 2025 wurden keine Zweigniederlassungen geführt.

Finanzielle Leistungsindikatoren

Umsatzrentabilität

$$\frac{\text{Ergebnis vor Zinsen und Steuern x 100}}{\text{Umsatzerlöse}}$$

1,96 % **(VJ: 1,29 %)**

Eigenkapitalrentabilität

$$\frac{\text{Ergebnis vor Steuern x 100}}{\text{Eigenkapital Durchschnitt 2024 u. 2025}}$$

24,87 % **(VJ: 16,73 %)**

Gesamtkapitalrentabilität

$$\frac{\text{Ergebnis vor Zinsen und Steuern x 100}}{\text{Gesamtkapital Durchschnitt 2024 u. 2025}}$$

9,75 % **(VJ: 6,41 %)**

Ermittlung der Eigenmittelquote nach § 23 URG

		2025 EUR	2024 EUR
	Eigenkapital laut Bilanz	5 134 289,67	4 523 264,52
+	unversteuerte Rücklagen	0,00	0,00
=	Eigenkapital	5 134 289,67	4 523 264,52
	Gesamtkapital (§224 Abs. 3 UGB)	12 139 176,40	11 543 830,67
-	von den Vorräten absetzbare Anzahlungen		
-	Investitionszuschüsse	-133 120,19	-176 533,29
=	Gesamtkapital	12.006.056,21	11.367.297,38

Eigenmittelquote nach § 23 URG:

$$\frac{\text{Eigenkapital x 100}}{\text{Gesamtkapital}} =$$

2025	2024
42,76%	**39,79%**

Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

Kundenzufriedenheit

ÖGVS Umfrage zur Kundenzufriedenheit 2026: 1. Platz in der Kategorie "Preis-Leistungs-Verhältnis" in der Kategorie Frisörsalons zum 5. Mal in Folge.

Umweltbelange

Das ökologische Ziel des Unternehmens ist ein möglichst sorgsamer und sparsamer Umgang mit den Ressourcen. Die 2024 begonnene Umstellung auf LED-Beleuchtung aller Salons wurde 2025 fertiggestellt. Weiters beschäftigen wir uns damit, unsere Haarabfälle nutzbringenden Umweltinitiativen zu Verfügung zu stellen. Ein diesbezüglicher Versuch läuft seit 2024.

Arbeitnehmerbelange

Die Frisördienstleistung ist ein sehr personalintensiver Geschäftszweig. Die hohe Qualifikation und positive Motivation unserer Mitarbeiter:innen ist ausschlaggebend für den Erfolg des Unternehmens. Mitarbeiterzufriedenheit und Weiterqualifizierung durch Schulungen sind daher essentiell. Auf beide Bereiche wird hohe Aufmerksamkeit gelegt. Dies spiegelt sich auch im Siegel als "Top Arbeitgeber" wieder, welches wir zum 5. Mal in Folge erhalten haben.
Lehrlingsausbildung hat mehr denn je einen hohen Stellenwert im Unternehmen. Zum Stichtag 31.12.2025 beschäftigte die Klipp Frisör GmbH 179 Lehrlinge aller Ausbildungsstufen. Die jungen Frisör:innen werden in einem 6-stufigen Profi-Ausbildungsprogramm während ihrer Lehrzeit auf den Beruf vorbereitet.

2) Voraussichtliche Entwicklung und Risiken des Unternehmens

Voraussichtliche Unternehmensentwicklung

Auf die Kostensteigerungen in den Bereichen Wareneinkauf, Mieten, Betriebskosten und Personal wurde durch entsprechende Kostenoptimierungen sowie durch Anpassung der Preise reagiert. Andererseits konnten durch eine strategische Energiebeschaffung, konsequentes Kostenmanagement sowie erfolgreiche Nachverhandlungen bei Mietverträgen positive Effekte erzielt werden.
Diese Maßnahmen haben sich erneut als wirksam erwiesen: In der aktuellen, breit angelegten Studie der **market Marktforschungs-Ges.m.b.H. & Co.KG** konnte KLIPP in der Kategorie *Preis/Leistung* innerhalb der Branche bereits zum fünften Mal in Folge den ersten Platz erreichen. Das Unternehmen ist somit insbesondere im Bereich eines attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnisses weiterhin hervorragend am Markt positioniert. Dennoch lassen sich die Auswirkungen des allgemeinen Kostenanstiegs auf Umsatz- und Ertragskraft nicht vollständig kompensieren.
Die in den vergangenen Jahren gestarteten Digitalisierungsprojekte wurden im Berichtszeitraum konsequent weitergeführt. Insbesondere interne Prozesse im Bereich Human Resources – vor allem im Bewerbungs- und Schulungsmanagement – sowie das Bestellmanagement in den Salons werden aktuell weiterentwickelt und optimiert. Diese Maßnahmen dienen der nachhaltigen Effizienzsteigerung sowie der langfristigen Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens.
Somit bleibt die nachhaltige Entwicklung des Unternehmens – insbesondere durch langfristig ausgerichtete strategische Maßnahmen – gesichert.

Wesentliche Geschäftsrisiken und Ungewissheiten

Markt- und Kundenverhalten

Wie bereits in den vergangenen Jahren gestaltet sich die Prognose hinsichtlich Kaufkraftentwicklung und Konsumverhalten der Kundinnen und Kunden vor dem Hintergrund wirtschaftlicher und politischer Unsicherheiten weiterhin schwierig. Die Strategie, Kostensteigerungen durch interne Effizienzmaßnahmen zu begrenzen und teilweise durch angepasste Preise weiterzugeben, hat sich bislang als wirksam erwiesen.

Die derzeit weiterhin verhaltenen konjunkturellen Aussichten stellen aktuell kein wesentliches Risiko für das Unternehmen dar, da die Marktpositionierung durch ein stark wahrgenommenes Preis-Leistungs-Verhältnis stabil ist. Dennoch konnten insbesondere in der zweiten Jahreshälfte deutlich stärkere saisonale Schwankungen als in den Jahren zuvor – insbesondere im Vergleich zur Zeit vor der Corona-Pandemie – beobachtet werden. Die Auswirkungen der aktuellen multiplen globalen Krisen auf das Konsumverhalten bleiben weiterhin schwer einschätzbar.

Konsolidierung des Salonportfolios

Der Konsolidierungsprozess des Salonportfolios ist weitgehend abgeschlossen. Der strategische Fokus liegt nun verstärkt auf der Optimierung der bestehenden Standorte. Dies erfolgt insbesondere durch gezielte Übersiedlungen sowie durch die Modernisierung bestehender Salons im Rahmen des neuen Salon-Designs. Darüber hinaus wird weiterhin eine gezielte Expansion an hochfrequentierten Standorten mit hohem Mitarbeiterpotenzial angestrebt, um nachhaltiges Wachstum zu ermöglichen. Es ist jedoch festzuhalten, dass die derzeit eingeschränkte Verfügbarkeit qualifizierter Fachkräfte diese Expansionsbestrebungen erheblich erschwert.

Mietverträge und Standortstrategie

Mietverträge bilden eine zentrale Grundlage für den operativen Betrieb der einzelnen Standorte. Ein Großteil dieser Verträge ist mit langfristigen Laufzeiten sowie Kündigungsverzichten ausgestattet, wodurch eine hohe Standortstabilität gewährleistet wird.
Bei Vertragsverlängerungen werden längere Kündigungsverzichte oder fixe Laufzeiten künftig nur mehr in strategisch besonders gesicherten Ausnahmefällen eingegangen. Im Zuge von Vertragsverlängerungen konnten im Jahr 2025 gezielte Kosteneinsparungen im Mietbereich realisiert werden.

Personal und Fachkräftemangel

Der branchenweite Fachkräftemangel stellt weiterhin eine der zentralen Herausforderungen für das Unternehmen dar. Durch die Einführung einer überkollektivvertraglichen Bezahlung konnte der Abgang von Fachkräften weitgehend gestoppt werden. Dennoch bleibt die eingeschränkte Verfügbarkeit qualifizierter Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eines der größten strukturellen Risiken für die weitere Entwicklung des Unternehmens.
Ein zentraler strategischer Schwerpunkt liegt daher weiterhin auf der intensiven Ausbildung junger Fachkräfte sowie auf einer übertariflichen Entlohnung im Branchenvergleich.
Die Anpassung der IST-Löhne für alle Stylistinnen auf das bereits bestehende überkollektivvertragliche KLIPP-Gehaltsniveau wurde vollständig umgesetzt. Dadurch konnte sich das Unternehmen auch im Jahr 2025 weiterhin deutlich vom kollektivvertraglichen Branchenstandard abheben.
Das im Jahr 2024 eingeführte Unterstützungsangebot zur Bewältigung potenzieller psychischer Belastungen für Mitarbeiterinnen wird weiterhin angeboten und steht allen Mitarbeiterinnen anonym sowie kostenfrei zur Verfügung.
Die Zusammenarbeit mit dem im Jahr 2024 gegründeten Betriebsrat gestaltet sich konstruktiv und professionell. Durch eine partnerschaftliche und produktive Kooperation zwischen Geschäftsführung und Arbeitnehmervertretung sollen langfristig sowohl für Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer als auch für das Unternehmen nachhaltige Vorteile erzielt werden.

Finanzielle Stabilität

Aufgrund der stabilen Ertragsentwicklung, einer konsequenten Investitionspolitik, eines disziplinierten Kostenmanagements sowie einer vorausschauenden Ausschüttungspolitik kann die finanzielle Lage des Unternehmens weiterhin als nachhaltig stabil beurteilt werden.
Zudem bestehen keine Fremdfinanzierungen, was die finanzielle Unabhängigkeit und Stabilität des Unternehmens zusätzlich stärkt.

Investitionen

Der Wegfall eines langjährigen Lieferanten im Bereich Ladenbau konnte kurzfristig und nachhaltig kompensiert werden. Dennoch ist festzustellen, dass die Kosten im Bereich der Filialrenovierungen in den vergange-

nen Jahren deutlich gestiegen sind.
Das neue KLIPP-Salonkonzept wird weiterhin konsequent umgesetzt. Der Schwerpunkt der Investitionstätigkeit liegt daher insbesondere im Umbau und in der Modernisierung bestehender Salons. Ziel ist eine kontinuierliche Erneuerung des Erscheinungsbildes der Standorte sowie eine weitere Stärkung der Markenwahrnehmung.

3) Forschung und Entwicklung

Im Unternehmen wird laufend Marktforschung auf Basis der verfügbaren internen Daten und Auswertungen betrieben, um Entwicklungen im Kundenverhalten sowie Markttrends frühzeitig zu erkennen.
Eine eigenständige Forschung und Entwicklung im klassischen Sinn wird darüber hinaus nicht betrieben.

18. April 2026, ...
Datum, Unterschrift der Geschäftsführer