Lagebericht zum 31. Dezember 2025
institut für verkaufsförderung GmbH

Geschäftsverlauf

Erläuterungen über die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen

Merchandising institut für verkaufsförderung GmbH stellt personalbasierenden Dienstleistungen zur Verfügung, welche es ermöglichen, den Absatz von Produkten im Handel zu steigern.

Das Dienstleistungsangebot umfasst Regalbetreuung (Aufbau und Servicierung von Warenpräsentationen), den Einsatz von Fachberatungspersonal (Promotor*innen für spezifische Marken), Außendienst (Vertrieb und Kundenbetreuung) und Produkttrainer*innen (Training von Handelspersonal auf Produkte spezifischer Marken). Die Kunden von „Merchandising“ gehören zum Who´s Who der Markenartikelindustrie und der österreichischen Handelsketten, darunter Samsung, Coca-Cola, Spar, Obi, Metro, u.v.m.

Die von „Merchandising“ angebotenen Dienstleistungen werden österreichweit mit hohem Personaleinsatz durchgeführt und finden in der Regel in Handelsfilialen des Lebensmittel-, Möbel-, Elektrohandels, bzw. in Baumärkten statt.

Im Unterschied zu klassischen Personaldienstleistern, welche Personal rekrutieren, bereitstellen und abrechnen, gehen die Dienstleistungen von „Merchandising“ einen Schritt weiter. Das Personal wird von „Merchandising“ selbst ausgebildet, in die Arbeit eingewiesen, fachlich und disziplinär geführt und kontrolliert. Es werden laufend Maßnahmen zur Personalentwicklung und Ergebnissteigerung entwickelt und etabliert. Die Resultate bzw. Umsetzungserfolge werden mit speziell entwickelten Softwarelösungen zeitnah an die Kunden berichtet. „Merchandising“ bietet somit nicht nur die Möglichkeit eines Outsourcings einzelner Personalpositionen, sondern des Outsourcings ganzer Unternehmensbereiche an (z.B. Außendienst, Vertriebsteams, Trainingsabteilungen, etc.)

In vielen personalintensiven Branchen wird daher zumindest temporär über ein Outsourcing nachgedacht. Diese Entwicklung kommt unserem Geschäftsmodell, mit vielen Angeboten im Bereich von personalbasierenden Dienstleistungen, grundsätzlich entgegen.

Maßnahmen zur Rentabilitätsherstellung

Alle Preise werden jährlich angepasst. Mit Großkunden bestehen vertragliche Vereinbarungen, welche auch eine automatische, jährliche Preisanpassung vorsehen.

Im Backoffice wird durch fortlaufende Digitalisierungsmaßnahmen stetig die Effizienz der internen Prozesse optimiert.

Spezifische Fragen und Probleme des Geschäftszweiges

Das Tätigkeitsprofil der von „Merchandising“ angebotenen Dienstleistungen bedingt es, dass unser Personal ausschließlich als „echte“ Dienstnehmer*innen beschäftigt werden kann. Die im Kollektivvertrag geregelten Kündigungs- und Änderungsfristen, bzw. die arbeitsrechtlichen Vorgaben hinsichtlich der Arbeitszeiten, sehen nur einen kleinen Spielraum für kurzfristigen Anpassungen von Dienstverträgen vor. Für „Merchandising“ besteht in diesem Zusammenhang eine große Herausforderung darin, die immer stärkere Nachfrage nach einem möglichst flexiblen und kurzfristigen Einsatz von Personal mit den relativ starren rahmenrechtlichen Beschäftigungsvorgaben in Vereinbarkeit zu bringen.

Entwicklung der Umsätze

Das Umsatzvolumen hat sich gegenüber dem Vorjahr geringfügig gesteigert (+2,5 %). Auch die Entwicklung der Rentabilität hat sich prozentuell leicht verbessert. Der Deckungsbeitrag 2 hat sich von 11,4 % auf 12,3 % verbessert und damit um 10,9 % verbessert.

In Anbetracht der schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, sehen wir diese Entwicklung als durchaus positiv an.

Entwicklung der Aufwendungen

Das Lohnniveau für internes Personal im Projektmanagement ist in den letzten Jahren spürbar angestiegen. Sowohl die Einstiegsgehälter wie auch die jährlichen Gehaltssteigerungen haben sich deutlich erhöht.

Im Kostensegment der Löhne für externes Projektpersonal erfolgt eine jährliche Anhebung der Löhne mindestens entsprechend dem jeweiligen Ergebnis der KV-Verhandlungen. Diese Lohnsteigerungen werden zum überwiegenden Teil an die Kunden in Form von jährlichen Preisanpassungen weitergegeben und haben somit keine negativen Auswirkungen auf unsere Deckungsbeiträge.

Investitionsbereich

Im Jahr 2025 wurden keine nennenswerten Investitionen getätigt.

Finanzierungsbereich

Der Großteil der internationalen Kunden gibt ein Zahlungsziel von 60 - 90 Tagen als Standard vor. Zur Zwischenfinanzierung der Lohnkosten und Bevorschussung der offenen Forderungen nutzt „Merchandising“ seit einigen Jahren die Möglichkeit von Finance Factoring zur Erhöhung der kurzfristigen Liquidität. Diese Entscheidung hat sich als sinn- und wertvoll herausgestellt und ermöglicht uns Investitionen in unser Wachstum.

Laufende Finanzierungen finden im Bereich des Fuhrparks statt. Alle Fahrzeuge werden geleast oder gemietet.

Personal- und Sozialwesen

Schulungen und Weiterbildungsmaßnahmen für Mitarbeiter:innen wurden laufend forciert. Ein mehrstufiger, strukturierter Onboarding- Prozess ermöglicht eine rasche und effiziente Eingliederung. Für neu eingetretene Mitarbeiter:innen wurden mehrmals im Jahr Onboarding-Seminare abgehalten, bei denen diese mit firmeninternen Abläufen und Prozessen, bzw. mit der Firmenphilosophie vertraut gemacht wurden.

Für die aktiven Mitarbeiter*innen bot “Merchandising” Basisschulungen, Advanced-Schulungen, sowie Ad-on-Schulungen zu verschiedenen Themen, wie Personalführung, Projektmanagement oder Verkauf an. Weiters wurden MS-Office-Kurse kostenlos angeboten.

Umwelt

“Merchandising” bekennt sich zu einem schonenden und bewussten Umgang mit der Umwelt, sowie zu

einer nachhaltigen Unternehmensführung. Als führender Dienstleisterbetrieb ist es uns ein Anliegen, dass die aktuellen Umweltvorgaben zum Schutz von nicht wiedergewinnbaren Energieressourcen unterstützt und umgesetzt werden.

Schon seit längerem setzt “Merchandising” unterschiedliche Maßnahmen, vom Weg zu einem papierfreien Büro bis hin zu umfassenden Energiesparmaßnahmen, um ein klares Zeichen für nachhaltiges Wirtschaften zu setzen.

Das Thema Digitalisierung ist hier von großer Bedeutung, um den Verbrauch von Papier sukzessiv zu senken. Aus diesem Grund werden bei uns laufend interne Abläufe auf das Potenzial zur Digitalisierung analysiert.

Durch das, für die Mitarbeiter*innen kostenlose, Zurverfügungstellen der Öffi-Jahreskarte wurde ein weiterer Schritt zur Eindämmung von Emissionen gesetzt.

Des Weiteren wird der Fuhrpark stufenweise auf Elektromobilität umgestellt. Hier sind für die kommenden Jahre entsprechende Planungen erstellt worden.

Unternehmensbereiche

Regalbetreuung / Shelf Merchandising

Merchandising unterstützt als Regalbetreuungs-Agentur Handels- und Industrieunternehmen bei beim Minimieren von Out-of-Stock Situationen, sowie bei der Umsetzung von attraktiven Produktpräsentationen.

Bei einer regelmäßigen Servicierung (z.B. wöchentliche Warenverräumung) werden die Betreuungszeiten mit den Lieferrhythmen akkordiert. Bei einer Beauftragung durch ein Handelsunternehmen kann die Arbeitszeit auch außerhalb der Öffnungszeiten erfolgen (z.B. in der Nacht).

Die eingesetzten Merchandising-Teams verfügen sowohl über das erforderliche Know-how wie auch über die entsprechende Sortimentserfahrung. Das versetzt uns in die Lage, Roll-outs, Umbauten, sowie Neu- und Sonderplatzierungen fachgerecht und ohne große Störungen des laufenden Betriebs umzusetzen.

Alle Merchandisingaktivitäten werden von unseren Gebietsleiter*innen in den Märkten koordiniert, kontrolliert und gemeinsam mit dem Marktpersonal endabgenommen.

Fachberatung

„Merchandising“ unterstützt Industriekunden durch speziell geschulte Fachberater*innen dabei, deren Produkte im Verkauf einen entscheidenden Vorteil zu verschaffen.

Durch die Vielzahl an Innovationen, welche permanent neu auf den Markt kommen, hinkt das Wissen des Handelspersonals häufig der Entwicklung hinterher. Zusätzlich besteht ein großer Konkurrenzdruck durch ähnliche und vergleichbare Produkte, bzw. Produkteigenschaften. Viele Kund*innen sind mit der großen Auswahl überfordert und treffen ihre Konsumentscheidungen spontan oder mehr oder weniger zufällig.

Die Fachberater*innen fungieren als Markenbotschafter, die die Produkte unserer Kunden perfekt kennen und in Szene setzen können. Auf diese Weise wird eine kompetente und zielgerichtete Beratung für die Produkte unserer Kunden sichergestellt, die einen unmittelbaren und messbaren Einfluss auf die Marktanteile in den betreffenden Filialen, bzw. Märkten hat.

Unser Einsatzradius umfasst dabei unter anderem Elektro-, Bau-, Verbraucher-, Super- und C&C-Märkte.

Außendienst und Trainer*innen

Die komplexe und aufwendige Steuerung von Außendienstmannschaften und Trainer:innen bindet in Industrieunternehmen große Ressourcen und verursacht entsprechende Fixkosten. Merchandising bietet die Möglichkeit diesen Bereich temporär oder zur Gänze auszulagern.

Unser erfahrenes Field Service Projektmanagementteam rekrutiert, schult steuert und motiviert qualifiziertes Personal. Sowohl für begrenzte Zeitabschnitte wie auch als permanentes Outsourcing-Modell. „Merchandising“ verfügt über entsprechende Methodiken, wie auch Software-Lösungen, um die strategische Besuchsplanung, den messbaren Erfolg und die entstehenden Kosten transparent berichten zu können.

Das erforderliche Personal wird auf die Kundenbedürfnisse abgestimmt rekrutiert, ausgebildet, eingesetzt und entlohnt.

Lage der Gesellschaft

Struktur des Unternehmens

- Organisationsstruktur

„Merchandising“ beschäftigt bis zu 500 Mitarbeiter:innen in verschiedenen Projekten. Davon sind rund 2/3 im Bereich der Regalbetreuung beschäftigt. Der Rest teilt sich auf die Bereiche Fachberatung und Außendienst bzw. Training auf.

Dieser Mitarbeiterpool wird extern (vor Ort) durch Team- und Gebietsleitungen bzw. Supervisoren unterstützt, koordiniert und kontrolliert. Die Team- und Gebietsleiter:innen bzw. Supervisoren koordinieren die Einsätze vor Ort und sind auch Ansprechpartner für das Filial- bzw. Marktpersonal.

Die Abstimmung, bzw. Steuerung der Team- und Gebietsleiter*innen, bzw. Supervisoren erfolgt durch die Projektmanagementteams im Head Office. Die Teams sind nach den folgenden Ebenen strukturiert:

- Senior Projektleitung
- Projektleitung,
- Junior Projektleitung
- Projektassistenz

Den Projektmanagementteams stehen Team Leads vor. Darüber sind zwei Unit-Leitungen, die Head of´s für Shelf Merchandising und Field Service, installiert.

Die operative Gesamtleitung, Verkaufsleitung und Personalleitung erfolgt durch den Managing Director.

Die Sicherstellung der Unternehmensliquidität, die Vereinbarung von Finanzierungen, die Recherche von Förderungen, die Abstimmung der Bilanzierung, sowie die firmenseitige Betreuung von Prüfungen werden von der Geschäftsführung und der Leitung für Lohn- und Rechnungswesen in enger Abstimmung mit unserer Beratungskanzlei wahrgenommen.

- Betriebsstätten

„Merchandising“ verfügt über einen zentralen Firmenstandort im Euro Plaza in Wien 12, Wagenseilgasse 5.

Absatzlage

- Auftragslage

Die Auftragslage hat sich 2025 gegenüber 2024 nur geringfügig verbessert. Aufgrund der aktuellen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen ist die Nachfrage unserer Dienstleistungen immer noch verhalten. Der Umsatz konnte aber aufgrund langjähriger Kundenbeziehungen gegenüber 2024 um 2,5% gesteigert werden.

- Marktanteile

Da über den Gesamtmarkt unserer Dienstleistungen keine offiziellen Daten vorliegen, kann unser Marktanteil nur grob prognostiziert werden. Wir gehen aufgrund von internen Hochrechnungen davon aus, mit einem Marktanteil von ca. 20-25 % der Marktführer zu sein.

- Marktaussichten

Aufgrund der aktuellen Rahmenbedingungen (vermehrt Outsourcing in personalbasierenden Bereichen) gehen wir von einer positiven Marktentwicklung in den kommenden Jahren aus.

Vermögenslage

Das Gesamtvermögen bzw. -kapital ist im Berichtsjahr gestiegen, was vorwiegend auf der Aktivseite aus gestiegenen sonstigen Forderungen und auf der Passivseite aus gestiegenen sonstigen Verbindlichkeiten zurückzuführen ist.

Gemäß Unternehmensreorganisationsgesetz ergibt sich eine Eigenkapitalquote von 23,1 % (Vorjahr: 31,5 %). Die vorgeschriebene Mindestquote von 8 % ist somit erreicht.

Das Working Capital (Nettoumlaufvermögen) stellt das kurzfristige Finanzierungspotential dar. Zum Bilanzstichtag beträgt das Nettoumlaufvermögen TEUR -184 (Vorjahr: TEUR 365).

Finanzlage

Im Geschäftsjahr 2025 beträgt der Netto-Geldfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit TEUR 1 (Vorjahr: -270), welcher im Wesentlichen durch die Zunahme der Verbindlichkeiten beeinflußt wurde. Der Netto-Geldfluss aus der Investitonstätigkeit beträgt TEUR -49 (Vorjahr: TEUR 185), im Wesentlichen beeinflusst durch Investitionen in das Sachanlagevermögen. Der Geldfluss aus der Finanzierungstätigkeit beträgt TEUR 40 (Vorjahr: TEUR 8).

Ertragslage

Der Rohertrag im Geschäftsjahr 2025 beträgt TEUR 14.682 und ist um TEUR 4.338 zum Vorjahr gestiegen.

Der Personalaufwand ist im Vergleich zum Vorjahr von TEUR 8.665 auf TEUR 12.821 gestiegen. Diese Kostensteigerung ist auf die operative Übernahme eines Teilauftrages (Samsung SEC – Einsatz von Fachberatungspersonal in Media Märkten) zurückzuführen, der bis Dezember 2024 an Sales Crew Verkaufsförderung GmbH outgesourced war.

Die Summe der Veränderung zum Vorjahr aus sonstigen Erträgen und Aufwendungen sowie Finanzerträgen beträgt TEUR -232.

Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen beträgt TEUR 120 und ist im Vergleich zum Vorjahr um TEUR -50 gesunken.

Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)

Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern entspricht dem um den Zinsaufwand korrigierten Ergebnis vor Steuern (Summe aus Z 8 und Z 12).

	2025	2024
Ergebnis vor Steuern (Summe aus Z 8 und Z 12)	-115.814,77	35.091,11
+ Zinsen und ähnliche Aufwendungen gem. § 231 Abs 2 Z 15 bzw. Abs 3 Z 14 UGB	163.483,06	78.045,58
= Ergebnis vor Zinsen und Steuern	**47.668,29**	**113.136,69**

Berechnung der Zinsen und ähnlichen Aufwendungen:

	2025 EUR	2024 EUR
Bank- und Darlehenszinsen	1.290,19	1.955,33
Zinsen Factoring	62.545,66	76.090,25
Zinsaufwand aus Abzinsung	99.647,21	0,00
	163.483,06	78.045,58

Umsatzrentabilität

Die Umsatzrentabilität entspricht dem Verhältnis aus Ergebnis vor Zinsen und Steuern und den Umsatzerlösen.

Berechnung:	2025	2024
$\frac{\text{Ergebnis vor Steuern (EBT) x 100}}{\text{Umsatzerlöse}}$	**-0,8 %**	**0,2 %**

Eigenkapitalrentabilität

Die Eigenkapitalrentabilität ergibt sich aus dem Verhältnis des Ergebnis vor Steuern (Summe aus Z 8 und Z 12) zum Eigenkapital.

Berechnung:	2025	2024
$\frac{\text{Ergebnis vor Steuern (Summe aus Z 8 und Z 12) x 100}}{\text{Eigenkapital zum 1.1.2025}}$	**-17,5 %**	**5,4 %**

Gesamtkapitalrentabilität

Die Gesamtkapitalrentabilität ergibt sich aus dem Verhältnis des Ergebnisses vor Zinsen und Steuern zum Gesamtkapital.

Berechnung:	2025	2024
Ergebnis vor Zinsen und Steuern x 100 / Gesamtkapital zum 1.1.2025	**2,3 %**	**5,2**

Vorgänge von besonderer Bedeutung nach Schluss des Geschäftsjahres

Wirtschaftliche und politische Ereignisse

Hier ist an erster Stelle die verhaltenen Budgetfreigaben von Großkunden aufgrund negativer Wirtschaftsprognosen hervorzuheben.

Voraussichtliche Entwicklung der Gesellschaft

Wir gehen aufgrund der nach wie vor angespannten Wirtschaftssituation von einem tendenziell negativen Trend und einem Umsatzrückgang von rund 10 % aus. Gleichzeitig sind wir bestrebt durch Maßnahmen zur Effizienzsteigerung unsere Projektrentabilitäten (DB2) weiter zu steigern um so den temporär rückläufigen Umsatz abfedern zu können.

Wesentliche Änderungen im Unternehmen

Seit Ende des Jahres beschäftigen wir einen Software-Entwickler, der sich auf KI-unterstütztes Programmieren spezialisiert hat, in Vollzeit. Diese Investition soll sich durch die beschleunigte Digitalisierung von Arbeitsprozessen und die damit verbundene Effizienzsteigerung amortisieren.

Entwicklung der Marktstellung

Aufgrund interner Analysen und Prognosen müssen wir im Tätigkeitsbereich Regalservice derzeit eher von einer zumindest temporär rückläufigen Umsatzentwicklung ausgehen.

Bei den anderen Tätigkeitsfeldern von „Merchandising“ (Fachberatung, Außendienst, Training) sehen wir aktuell ebenfalls eine tendenziell stagnierende bis rückläufige Entwicklung.

Tendenzielle Entwicklung von Umsatz und Ergebnis

- Entwicklung des Umsatzes:
Nach einer Stagnation im Jahr 2024 und einer leichten Steigerung im Jahr 2025 prognostizieren wir aufgrund angekündigter Budgeteinsparungen unserer Kunden und einer verhaltenen New Business Entwicklung für 2026 einen Umsatzrückgang von 10 %.

- Entwicklung des Ergebnisses:
In unserer aktuellen Ergebnisprognose gehen wir für 2026 von einem ausgeglichenen, bzw. max. leicht negativen Ergebnis aus.

.....
Datum, Unterschrift des Geschäftsführers