BIPA PARFUMERIEN GESELLSCHAFT M.B.H.

Jahresabschluss zum 31.12.2025

LAGEBERICHT

1. Bericht über den Geschäftsverlauf und die wirtschaftliche Lage 2025

1.1 Geschäft und Rahmenbedingungen

1.1.1 Rahmenbedingungen in Österreich

Die heimische Wirtschaft wuchs im Jahr 2025 leicht. Das BIP erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr nach ersten Schätzungen um +0,6%[1]. Von diesem Trend konnte sich der Handel absetzen. Das nominelle Wachstum betrug hier +2,1% gegenüber dem Vorjahr (real bei +0,6%). Innerhalb des Handels konnte insbesondere der Lebensmitteleinzelhandel ein Plus von +4,4% vs. 2024 erzielen (real bei +1,1%)[2].
Die Teuerungsrate ist im Vergleich zum Vorjahr höher gewesen. Sie lag im Jahr 2025 bei +3,6% gegenüber dem Vorjahr. Im Jahr 2024 ist die Inflation bei +2,9% gelegen. Damit verzeichnete Österreich eine deutlich stärke Teuerungsrate als fast alle anderen Länder im Euroraum. Die Teuerung für Lebensmittel lag bei +3,7% (nach +2,6% im Vorjahr) und damit nur leicht über dem HVPI, der vor allem durch Wohnen, Wasser, Energie (+5,7%) und Restaurants und Hotels (+5,8%) getrieben wurde[3].

Ein Treiber der guten Entwicklung waren Mindestlohnanpassungen, die mit +3,9% gegenüber dem Vorjahr oberhalb der Teuerungsrate lagen[4].

1.1.2 Geschäftsverlauf

Die Nettoverkaufserlöse der Filialen sind im Vergleich zum vorangegangenen Geschäftsjahr um 1,9 % auf TEUR 843.740 (Vorjahr: TEUR 827.917) gestiegen.

Aus sortimentspolitischer Sicht ist die positive Geschäftsentwicklung auf die weiterhin konsequente Umsetzung der Sortimentsstrategie, den weiteren Ausbau der BI-Eigenmarken sowie auf die erfreuliche Entwicklung der Beauty-Sortimente und Nahrungsmittel zurückzuführen.
Die strategische Stoßrichtung der Modernisierung des Filialnetzes wird konsequent fortgeführt. Durch die Erweiterung der Verkaufsfläche im Rahmen von Neu- und Umbauten bleibt die gesamte m²-Verkaufsfläche insgesamt weitgehend konstant. Darüber hinaus wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr 19 weitere Filialen einem Umbau unterzogen.

---

[1] Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung,WiFO, Wirtschaftliche Dynamik war im IV. Quartal 2025 leicht positiv
[2] Statistik Austria, Konjunktur Handel Umsatz 2025
[3] Statistik Austria, Inflation 2025 mit 3,6 % höher als im Vorjahr
[4] Statistik Austria, Mindestlöhne 2025 stärker gestiegen als Inflation 2024

Das Ergebnis des Geschäftsjahres reflektiert maßgeblich unsere strategische Entscheidung, in einem herausfordernden inflationären Umfeld substanziell in wettbewerbsfähige Preise zu investieren, um die Kaufkraft unserer Kund:innen bestmöglich zu unterstützen. Diese bewusst gewählte Maßnahme hat kurzfristig zu einer Rücknahme der Handelsspanne geführt, stärkt jedoch langfristig unsere Markenloyalität und Positionierung im Kernmarkt. Darüber hinaus spiegeln sich im Ergebnis höhere Personalaufwendungen wider, die sich aus dem KV Abschluss 2024 sowie aus gezielten Zukunftsinvestitionen in Aus- und Weiterbildungsprogramme, insbesondere in unsere Lehrlingsausbildung, ergeben. Diese Maßnahmen sind ein zentraler Bestandteil unserer nachhaltigen Personalstrategie und schaffen die Grundlage für eine qualifizierte, stabile und leistungsfähige Organisation.

In Summe stehen die Ergebnisentwicklungen somit im Zeichen von zukunftsorientierten Investitionen, die unsere Wettbewerbsfähigkeit langfristig absichern und die Voraussetzungen für profitables Wachstum in den kommenden Jahren stärken.

Filialanzahl

Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2025 wurden 7 neue Filialen eröffnet und 11 Standorte geschlossen. Zum Stichtag des Jahresabschlusses wurden 562 (Vorjahr: 566) Bipa-Filialen betrieben.

1.2. Bericht über Zweigniederlassungen

Es bestehen keine Zweigniederlassungen.

1.3 Finanzielle und nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

1.3.1 Finanzielle Leistungsindikatoren

1.3.1.1 Erfolgswirtschaftliche Kennzahlen

Das Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern für das Jahr 2025 beträgt TEUR - 1.125 (Vorjahr: TEUR 1.168).

Aufgrund dessen verzeichnet die Umsatzrentabilität (Ergebnis vor Zinsen und Steuern in Prozent der Umsatzerlöse) mit -0,1 % (Vorjahr: 0,1 %), die Eigenkapitalrentabilität (Ergebnis vor Steuern in Prozent des Eigenkapitals zum Stichtag - ROE) mit -11,5 % (Vorjahr: -12,2 %) und die Gesamtkapitalrentabilität (EBIT in Prozent des Gesamtkapitals zum Stichtag - ROI) mit -0,4 % Vorjahr: 0,5 %) im Jahr 2025 einen Rückgang.

1.3.1.2 Finanzwirtschaftliche Kennzahlen

Das Eigenkapital beträgt TEUR 37.121 (Vorjahr 25.169 TEUR). Die Anlagendeckung hat sich von 62,2 % im Vorjahr auf 95,2 % erhöht.

Die Eigenkapitalquote hat sich im Geschäftsjahr 2025 von 10,3 % auf 14,4 % erhöht. Der Lagerumschlag hat sich im Vergleich zum vorangegangen Geschäftsjahr mit 102 Tagen (Vorjahr: 97 Tage) leicht erhöht.

Die Nettoverschuldung (verzinsliches Fremdkapital abzüglich liquider Mittel) beträgt im Geschäftsjahr 2025 17,7 MEUR (Vorjahr 15,5 MEUR).

Der Verschuldungsgrad (Nettoverschuldung zu Eigenkapital) beträgt 47,8 % (Vorjahr 61,8 %).

1.3.1.3 Analyse der Geldflüsse

Im Jahr 2025 zeigt sich ein operativer Cashflow von TEUR -10.737 (Vorjahr: TEUR -1.596). Die negative Entwicklung gegenüber dem Vorjahr ist im Wesentlichen durch die Erhöhung des Vorratsbestandes begründet.

Die Geldflussrechnung (Cashflow-Statement) stellt sich wie folgt dar (in TEUR):

	2025	2024
Netto-Geldfluss aus laufender Geschäftstätigkeit (OCF)	-10.737	1.596
Netto-Geldfluss aus der Investitionstätigkeit (ICF)	-4.403	-12.834
Netto-Geldfluss aus der Finanzierungstätigkeit (FCF)	13.206	8.259

Der Netto-Geldfluss aus Investitionstätigkeit ist im Wesentlichen aufgrund geringerer Investitionen in Betriebs- und Geschäftsausstattung auf –4.403 TEUR zurückgegangen (Vorjahr –12.834 TEUR).

Der Netto-Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit hat im Geschäftsjahr 2025 13.206 TEUR betragen (Vorjahr: 12.802 TEUR).

1.3.2 Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

Verantwortungsvolles Handeln ist ein integraler Bestandteil der Unternehmenspraxis von BIPA. Die entsprechenden Aktivitäten konzentrieren sich auf drei zentrale Handlungsfelder: ein nachhaltig ausgerichtetes Produktsortiment, Maßnahmen zum Umwelt- und Klimaschutz sowie die Zusammenarbeit mit sozialen Organisationen.

Im Produktsortiment setzt BIPA insbesondere auf die Eigenmarke bi good, die Pflege- und Haushaltsprodukte mit einem möglichst hohen Anteil an Recyclingmaterial umfasst und zu rund 80 % in Österreich hergestellt wird. Das gesamte Pflegesortiment der Marke trägt zudem das anerkannte Naturkosmetik-Gütesiegel NATRUE. Darüber hinaus wurde das Angebot an Markenartikeln mit Umwelt- und Nachhaltigkeitszertifizierungen in zahlreichen Warengruppen wesentlich erweitert. Zur besseren Orientierung kennzeichnet BIPA in den Filialen und im Online-Shop jene Produkte mit einem „grünen Etikett“, die mindestens ein von Greenpeace als vertrauenswürdig eingestuftes Gütesiegel tragen.

Auch im eigenen Verantwortungsbereich setzt BIPA gezielte Maßnahmen zur Schonung von Ressourcen um. Im Jahr 2025 wurden 83 % der in den Filialen eingesetzten Regale aus wiederverwendetem Material hergestellt oder erneut genutzt. Zudem ist BIPA die erste Drogeriekette in Europa, die mit der Plattform Too Good To Go kooperiert, um überschüssige Produkte vor der Entsorgung zu bewahren. Im Rahmen dieser Initiative wurden bislang knapp 24.000 Überraschungssackerl in unterschiedlichen Kategorien zusammengestellt.

BIPA bezieht Strom ausschließlich aus erneuerbaren Energiequellen wie Wind-, Wasser- und Sonnenkraft. Mit Stand 2025 sind an 41 BIPA-Standorten Photovoltaikanlagen in Betrieb. Ergänzend dazu werden in den Filialen laufend Maßnahmen zur Reduktion des Energieverbrauchs umgesetzt, unter anderem durch Effizienzsteigerungen in den Bereichen Beleuchtung und Gebäudetechnik.

Seit vielen Jahren arbeitet BIPA zudem eng mit der Caritas Österreich zusammen. Im Fokus der Unterstützung stehen insbesondere die Mutter-Kind-Häuser, die Müttern in akuten Notlagen Unterkunft und Betreuung bieten. Kund:innen können sich über die „Aufrunder“-Initiative an der Unterstützung beteiligen. Darüber hinaus leistet BIPA unternehmensseitige Beiträge, etwa im Rahmen der Kampagne #Mütterhelfen, bei der gemeinsam mit Herstellerpartnern Mittel zur Finanzierung von Schlafplätzen in Mutter-Kind-Häusern bereitgestellt werden.

Bei BIPA ist ein eigener People & Culture Bereich verankert, der ganzheitlich zentrale Themen wie Aus- und Weiterbildung, Mitarbeiter:innenentwicklung sowie professionelle HR-Begleitung unterstützt und weiterentwickelt.
BIPA ist ein werteorientierter Arbeitgeber und steht für die Vereinbarkeit von Beruf und Familie genauso ein, wie für die Förderung von Frauenkarrieren und die Ausbildung von Mitarbeiter:innen & Lehrlingen. Auszeichnungen wie u.a. equalitA, Inneo sowie eine Zertifizierung als staatlich ausgezeichneter Ausbildungsbetrieb drücken dies einmal mehr aus. Die Veränderungen am Arbeitsmarkt zeigen uns, dass ein noch stärkerer Fokus auf ein nachhaltiges internes, wie externes Employer Branding maßgebliche Bedeutung hat. Auch unsere Führungskultur und eine optimale Aus- und Weiterbildung stellen wir in den Mittelpunkt unserer HR Arbeit.

Das Unternehmen beschäftigte in FTE zum Bilanzstichtag 2.924 Angestellte (Vorjahr: 2.969,4).

2. Bericht über die voraussichtliche Entwicklung und die Risiken des Unternehmens

2.1. Voraussichtliche Entwicklung des Unternehmens

Der Start in das Jahr 2026 verlief im Wesentlichen im Rahmen unserer Erwartungen hinsichtlich Umsatz- und Ergebnisentwicklung.
Das Marktumfeld ist weiterhin von einem sehr hohen Wettbewerbs- und Preisdruck geprägt. Gleichzeitig sehen wir uns zunehmend mit höheren Preisforderungen seitens der Lieferanten konfrontiert, die aus der anhaltenden Inflation auf den Faktormärkten resultieren. Vor diesem Hintergrund kommt dem Thema Preisfindung – insbesondere der Setzung wettbewerbsfähiger Preise bei gleichzeitiger Sicherung der Ertragskraft – im Jahr 2026 ein zentraler Stellenwert zu. In der Sortimentspolitik steht auch 2026 der konsequente Ausbau der BI-Eigenmarken im Fokus. In der Standort- und Netzpolitik wird für das laufende Jahr eine Reduktion des Filialbestandes um voraussichtlich zwei Filialen erwartet. Neben der Verringerung der Filialanzahl ist gleichzeitig geplant an ausgewählten Standorten in Flächenerweiterungen zu investieren, um die Attraktivität und Wettbewerbsfähigkeit nachhaltig zu stärken. Bei Neu- und Umbauprojekten kommt das neue Ladenlayout zum Einsatz, dessen Roll-out im Jahr 2026 weiter vorangetrieben wird.

2.2. Wesentliche Risiken und Ungewissheiten

2.2.1 Beschaffungsrisiko

Am Beschaffungsmarkt sind für beinahe alle Produkte des Drogeriefachhandels vergleichbare Alternativen verfügbar. Die Gesellschaft nutzt diese Angebotsvielfalt nicht nur um die Versorgung sicherzustellen, sondern auch, um unterschiedlichen Kundenbedürfnissen gerecht zu werden; vom höherpreisigen Markenprodukt bis zur Eigenmarke im Preiseinstiegssegment werden in den wichtigsten Produktkategorien verschiedene Preisstufen abgedeckt. Durch kurzfristig auftretende Störungen in den globalen Warenflüssen kann es zu Lieferengpässen kommen. Diese können in der Regel durch alternative Lieferanten zeitgerecht behoben werden.

Aufgrund der geografischen Ausrichtung der Beschaffungs und Absatzmärkte bestehen derzeit keine unmittelbaren Auswirkungen des Nahost-Konfliktes/Iran-Krieges auf die Geschäftstätigkeit der REWE Group. Mögliche indirekte Effekte können sich jedoch aus globalen Energie und Rohstoffpreisentwicklungen ergeben und werden im Rahmen des Risikomanagements laufend beobachtet.

2.2.2 Personalrisiko

Die Gesellschaft benötigt für ihre strategischen und unternehmerischen Ziele qualifizierte Fach- und Führungskräfte. Dadurch entsteht die ständige Herausforderung, dieses Personal für den Konzern zu gewinnen und zu binden. Vor dem Hintergrund des anhaltenden Fachkräftemangels und dem weiterhin hohen Stand an offenen Stellen wird dies zunehmend schwieriger. Aktuell zeichnet sich zwar eine leichte Entspannung ab[5], der demografische Wandel wird aber auch zukünftig Auswirkungen auf die Gewinnung qualifizierter Fach- und Führungskräfte haben.

Um die Qualifikation der Mitarbeiter:innen zu verbessern, werden zielgruppenspezifische Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen gesetzt: Neben Fach- und Kundenservice-Schulungen für das Filialpersonal (siehe unten) steht für Außendienst- und Zentralmitarbeiter:innen ein breit gefächertes Seminarangebot zur Auswahl. Zusätzlich zu klassischen Trainings werden auch moderne Methoden, wie das E-Learning in Form von kompakten Modulen zu verschiedenen Themen (Erster Arbeitstag, Arbeitsrecht, HACCP, u.a.) eingesetzt.

Der Fachkräftemangel betrifft auch die Gesellschaft. Hierauf wird laufend mit Employer Branding Kampagnen reagiert, um sich so als attraktiver Arbeitergeber mit vielfältigen Job- und Entwicklungsmöglichkeiten bei potentiellen Bewerber:innen zu positionieren. Durch den Aufbau eines regionalen Recruiting Centers sowie die Schaffung von vielfältigen Job- und Entwicklungsmöglichkeiten soll BIPA als attraktiver Arbeitgeber positioniert werden.

2.2.3 Finanzinstrumente

Folgende Finanzinstrumente werden verwendet (die Werte sind in der Bilanz ersichtlich):

- Anteile an verbundenen Unternehmen
- Liquide Mittel
- Forderungen aus Lieferungen und Leistungen
- Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen
- Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten
- Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen
- Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen

Aus der Verwendung von Finanzinstrumenten bestehen für die Gesellschaft folgende Risiken:

Eine Wertminderung der Anteile an verbundenen Unternehmen ist auf Basis der vorliegenden Informationen sowie einer entsprechenden Planungsrechnung aus heutiger Sicht nicht zu erwarten.

[5] Statistik Austria, Zahl der offenen Stellen 2025 erneut gesunken

Für die sonstigen Forderungen und Verbindlichkeiten sowie die liquiden Mittel ergeben sich aufgrund ihrer kurzen Laufzeit keine signifikanten Unterschiede zwischen Buch- und Marktwerten.

2.2.4 Liquiditätsrisiko

Die Gesellschaft hat einen Finanzplan erstellt, der laufend aktualisiert und an die aktuellen Verhältnisse angepasst wird. Das Liquiditätsrisiko wird vom Management als gering eingeschätzt. Die Gesellschaft ist in das Cashpooling des REWE-International-Konzerns eingebunden. Die wesentlichen Risiken aus Konzernverrechnungen und Bankverbindlichkeiten sind durch das Risikomanagement der REWE-Group, der die Gesellschaft angehört, abgedeckt. Dadurch ist sichergestellt, dass ausreichend Liquidität zur fristgerechten Bedeckung der Verbindlichkeiten vorhanden ist.

2.2.5 Fremdwährungsrisiko

Da sowohl Beschaffung als auch Vertrieb im Wesentlichen in Euro abgewickelt wird, besteht kein Fremdwährungsrisiko.

2.2.6 Ausfallsrisiko von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Die Gesellschaft beurteilt das Ausfallsrisiko betreffend den gesamten Kundenforderungsbestand regelmäßig und trägt den aktuellen Verhältnissen mit einer Wertberichtigung Rechnung. Weiters ist die Gesellschaft seit 2009 in das zentrale Forderungsmanagement der REWE Group eingebunden. Derzeit bestehen keine wesentlichen Forderungen gegenüber Russland und der Ukraine wodurch auch aus diesem Sachverhalt kein erhöhtes Ausfallrisiko gegeben ist.

2.2.7 Ausfallsrisiko von Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen

Aufgrund der laufenden Zahlungen und der wirtschaftlichen Lage der verbundenen Unternehmen schätzen wir das Ausfallsrisiko als gering ein.

2.2.8 Cashflowrisiko

Das Risiko, dass sich zukünftige Zahlungen aufgrund von Zinsschwankungen ändern, schätzen wir als gering ein.

2.2.9 Preisänderungsrisiko

Da BIPA langfristige Abnahmeverträge mit Lieferanten abgeschlossen hat, beobachten und schätzen wir das Preisänderungsrisiko laufend ein.

2.2.10 Legislatives Risiko

Aus Risikogesichtspunkten werden alle relevanten Gesetze oder Verordnungen, die den Geschäftszweck der Gesellschaft betreffen, wenn möglich schon im Prozess der Ausarbeitung bzw. Änderung intensiv beobachtet. Die Auswirkungen von neuen bzw. geänderten Gesetzen oder Verordnungen auf die Gesellschaft können somit zeitnah analysiert und bewertet werden, wodurch ein zeitgerechtes Handeln möglich ist.

2.2.11 Verfahrensrisiko

Für bestehende Verfahren bzw. Rechtsfälle wurde Vorsorge getroffen, das Risiko schätzen wir generell als gering ein.

3. Forschung und Entwicklung

Im Bereich Forschung und Entwicklung wurden im Geschäftsjahr 2025 keine Aktivitäten gesetzt.

Wiener Neudorf, am 2. Juni 2026

Mag. (FH) Markus GEYER e.h

Signiert von:
C843B73E55EF4D5...

Mag. Daniela REUMANN e.h.

Signiert von:
Daniela Reumann
939E20981A98424...

Margit REISINGER e.h.

Signiert von:
Margit Reisinger
F6E6F803DD784C2...