LAGEBERICHT

der IPG Mediabrands GmbH

Operngasse 21/10, 1040 Wien

für das Geschäftsjahr

vom 1. Jänner bis 31. Dezember 2025

1. Bericht über den Geschäftsverlauf und die wirtschaftliche Lage

1.1. Geschäftsverlauf

Die Gesellschaft war im Geschäftsjahr 2025 weiterhin als Media- und Kommunikationsagentur im österreichischen Markt tätig und erbrachte Leistungen in den Bereichen strategische Mediaplanung, Mediaeinkauf, datengetriebenes Marketing sowie digitale Kommunikationslösungen.

Das Marktumfeld war im Berichtsjahr von anhaltender wirtschaftlicher Unsicherheit, steigender Digitalisierung der Werbebudgets sowie verstärktem Wettbewerbsdruck innerhalb der internationalen Agenturnetzwerke geprägt. Gleichzeitig setzte sich die Verlagerung von Werbeausgaben in digitale und programmatische Kanäle fort. Die Nachfrage nach datenbasierten und KI-gestützten Marketinglösungen entwickelte sich weiterhin positiv.

Im operativen Bereich lag der Fokus der Gesellschaft weiterhin auf Effizienzsteigerungen, dem Ausbau datengetriebener Services sowie der Weiterentwicklung digitaler Kompetenzen. Investitionen erfolgten insbesondere in Technologieplattformen, Analyse- und Automatisierungslösungen sowie in die Qualifikation der Mitarbeiter:innen.

Die Europäische Union hat im November 2025 der wettbewerbsrechtlichen Übernahme der Interpublic Group (IPG) durch die Omnicom Group zugesichert. Die EU-Kommission genehmigte die Fusion im Europäischen Wirtschaftsraum ohne Auflagen, womit das weltweit führende Marketing- und Vertriebsunternehmen entstand.

Es gab keine wesentlichen Änderungen in der Vermögens- und Finanzlage im Vergleich zum Vorjahr.

1.2. Bericht über Zweigniederlassungen

Es bestehen keine Zweigniederlassungen.

1.3. Finanzielle und nicht-finanzielle Leistungsindikatoren

Die Umsatzerlöse 2025 sanken um 9,4% vs. 2024 (oder TEUR 699).

Dem Betriebsergebnis in 2024 (-280k EUR) steht in 2025 ein weiterhin negatives Betriebsergebnis (-1.280k EUR) gegenüber.

EBT 2025 ist positiv (4.643k EUR).

2025 waren durchschnittlich 62 Mitarbeiter angestellt.

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

2.1. Voraussichtliche Entwicklung des Unternehmens (Prognosebericht)

Für das Geschäftsjahr 2026 erwartet die Geschäftsführung ein weiterhin herausforderndes Marktumfeld. Wachstumspotenziale werden insbesondere in den Bereichen digitale Medien, datengetriebenes Marketing, künstliche Intelligenz sowie Performance-Marketing gesehen.

Trotz anhaltender Unsicherheiten im internationalen Agenturumfeld geht die Geschäftsführung derzeit von einer insgesamt stabilen Geschäftsentwicklung aus.

2.3. Finanzinstrumente und finanzielle Risiken

Die in der Bilanz ausgewiesenen originären Finanzinstrumente sind Gegenstand des allgemeinen Risikomanagements des Unternehmens, welches in den Buchhaltungs- und Bilanzierungsmethoden seinen Niederschlag findet. Außer den bereits im Jahresabschluss und im Anhang adressierten Risiken bestehen keine weiteren Preisänderungs-, Ausfall-, Liquiditäts- und Cashflow-Risiken. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden keine derivativen Finanzinstrumente eingesetzt.

3. Bericht über die Forschung und Entwicklung

Es wird keine Tätigkeit auf dem Gebiet der Forschung und Entwicklung entfaltet.

Wien, den 15.8.26

Die Geschäftsführer

Martina Plötzeneder Karl Welles Jens Brecht Heimo Fuchs Nadja Henritzi