Anlage 2

PAYBACK Austria GmbH, Wien

Firmenbuchnummer FN 179444p

Lagebericht für das Geschäftsjahr 2025

Bericht über den Geschäftsverlauf und die wirtschaftliche Lage 2
Geschäftsverlauf 2
Geschäftsentwicklung 2
Bericht über Zweigniederlassungen 3
Finanzielle und nichtfinanzielle Leistungsindikatoren 4

Bericht über die Risiken und Chancen des Unternehmens 6
Internes Kontrollsystem über Finanzberichterstattung 6
Risikomanagement 6
Risikokategorien 6
Gesamtrisikoeinschätzung 6
Chancen 7
Ausblick auf das Jahr 2026 7

Bericht über die Forschung und Entwicklung 8

Bericht über den Geschäftsverlauf und die wirtschaftliche Lage

Geschäftsverlauf

PAYBACK ist ein Multipartner-Loyaltyprogramm und gleichzeitig eine Multichannel-Marketingplattform, die es auch in Österreich seit Mai 2018 gibt. Kunden können hier bei mehr als 300 im Alltag relevanten Unternehmen offline und online beim Einkaufen Punkte sammeln und diese vor Ort bei den Partnern oder in Prämien einlösen bzw. den Wert der Punkte auch als Auszahlung auf das Konto erhalten oder die Punkte an UNICEF spenden. Mit mehreren Millionen aktiven Kunden hat PAYBACK Austria in Österreich in nur wenigen Jahren eine große Reichweite aufgebaut.

Als Multichannel-Marketingplattform kommuniziert PAYBACK Austria über alle Kanäle: offline, online und mobil – und verbindet dabei Reichweite mit Personalisierung. Partnerunternehmen haben die Möglichkeit, integrierte Kampagnen über alle verfügbaren Kanäle zu nutzen. Sie können ihre Kunden zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort mit den relevanten Botschaften ansprechen und mit Hilfe der PAYBACK App ihren Point of Sale digitalisieren.

Darüber hinaus betreibt PAYBACK Austria für die Drogeriemarktkette dm als technischer Dienstleister das dm-eigene Kundenbindungsprogramm „active beauty“ in der Tschechischen Republik, der Slowakischen Republik sowie in Ungarn, der Republik Slowenien, der Republik Kroatien und Bosnien.

PAYBACK Austria ist als Tochtergesellschaft der deutschen PAYBACK GmbH Teil der American Express Gruppe.

Geschäftsentwicklung

Gesamtgesellschaftliche Entwicklung

Im Geschäftsjahr 2025 stieg das reale Bruttoinlandsprodukt in Österreich um 0,6 %. Das Wirtschaftswachstum lag damit unter dem Wert des Euroraums von 1,5 %.

Die gesamtwirtschaftliche Entwicklung wurde im Jahresverlauf überwiegend durch die Inlandsnachfrage getragen. Wachstumsbeiträge resultierten aus dem öffentlichen Konsum sowie aus dem Aufbau von Lagerbeständen. Der private Konsum erhöhte sich insgesamt, stagnierte jedoch real pro Kopf weiterhin. Bruttoanlageinvestitionen leisteten lediglich einen geringfügigen Beitrag zur Wirtschaftsleistung.

Der Außenhandel wirkte im Geschäftsjahr dämpfend. Die Warenexporte in die Europäische Union stagnierten im Jahresvergleich. Die Ausfuhren in die USA gingen in den ersten elf Monaten 2025 um 21,4 % zurück. Der Export von Maschinen und Fahrzeugen verzeichnete im ersten Quartal 2025 einen Rückgang von 6,0 % gegenüber dem Vorjahr und lag bis November 2025 bei −1,3 %.

Auf Branchenebene entwickelte sich der öffentliche Sektor positiv und wuchs im vierten Quartal 2025 um 2,1 % gegenüber dem Vorjahr. Die Bauwirtschaft blieb rückläufig und verzeichnete im vierten Quartal einen Rückgang der Wertschöpfung von 2,5 %. Die Industrie zeigte im Jahresverlauf eine Stabilisierung, mit einem erneuten Produktionsrückgang im Dezember 2025.

Die Finanzierungssituation verbesserte sich im Jahresverlauf. Die Kreditnachfrage der Unternehmen stieg ab dem dritten Quartal 2025 wieder an und beendete einen mehrjährigen Abwärtstrend.

Unternehmensspezifische Entwicklung

Das Geschäftsjahr 2025 von PAYBACK Österreich war von Stabilität sowie der Weiterentwicklung bestehender und der Einführung neuer Initiativen geprägt.

Eine anhaltend dynamische Entwicklung prägte im vergangenen Geschäftsjahr das Onlinegeschäft. Die Zahl der über digitale Kanäle abgewickelten Transaktionen nahm im Vorjahresvergleich weiter zu, was auf die permanente Optimierung der PAYBACK App und zielgerichtete Online-Aktivitäten zurückzuführen ist. Auch das Gutscheingeschäft verzeichnete eine anhaltende Expansion, da digitale Gutscheine zunehmend als unkomplizierte und kundenfreundliche Einlöseoption genutzt wurden und sich dies vorteilhaft auf die Punkteverwertung auswirkte.

Zu Beginn des Geschäftsjahres erfuhr das PAYBACK Programm in Österreich eine strategische Erweiterung durch den Beitritt von Thalia. Mitte des Jahres erfolgte der Beitritt von Reisewelt als neuem Partner aus dem Reisesektor. Demgegenüber beendete der Online-Partner booking.com zum Jahresende seine Teilnahme am Programm. Diese Entscheidung setzte eine bereits zuvor getroffene, partnerindividuelle und länderübergreifende Strategie nun auch in Österreich um.

Die Marktposition von PAYBACK zeigte sich im Geschäftsjahr weiterhin stabilisiert

Bericht über Zweigniederlassungen

Die Gesellschaft unterhält keine Zweigniederlassungen.

Finanzielle und nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

Finanzielle Leistungsindikatoren

Das Management steuert die Gesellschaft vorrangig nach den Indikatoren Umsatzerlöse und Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT).

Die Umsatzerlöse sind gegenüber dem Vorjahr um 9,2 % auf EUR 25,0 Mio. gestiegen.

Das EBIT belief sich auf rund EUR 5,7 Mio. (Vorjahr: EUR 1,7 Mio.). Der Anstieg um EUR 3,9 Mio. ist im Wesentlichen auf rückwirkende Transfer-Pricing-Anpassungen für Vorjahre zurückzuführen.

Ertragslage

Die Umsatzerlöse sind auf Grund positiver Entwicklungen im digitalen Vermarktungssegment im Vergleich zum Vorjahr um 9,2 % auf EUR 25,0 Mio. gestiegen.

Die Kosten stiegen auf EUR 26,2 Mio. (Vorjahr EUR 22,2 Mio.). Die Gesamtsteigerung der Materialaufwendungen auf EUR 3,0 Mio. (Vorjahr EUR 2,4 Mio.) resultierte hauptsächlich aus dem erhöhten Materialeinsatz für digitale Gutscheine. Die Anzahl der Mitarbeiter stieg durchschnittlich um vier Personen auf 20 Personen im gesamten Geschäftsjahr, sodass die Steigerung der Personalkosten auf EUR 2,5 Mio. (Vorjahr EUR 2,2 Mio.) darauf zurückzuführen ist. Die übrigen betrieblichen Aufwendungen stiegen insbesondere durch Intercompany Verpflichtungen auf EUR 14,1 Mio. (Vorjahr: EUR 10,3 Mio.). Der Anstieg ist im Wesentlichen auf rückwirkende Transfer-Pricing-Anpassungen für Vorjahre zurückzuführen.

Der Steueraufwand betrug im laufenden Geschäftsjahr EUR 0,3 Mio. (Vorjahr EUR 0,7 Mio.).

PAYBACK Austria erwirtschaftete einen Jahresüberschuss in Höhe von EUR 5,4 Mio. (Vorjahr EUR 1,0 Mio.)

Vermögenslage

Die Bilanzsumme beläuft sich auf EUR 29,9 Mio. (Vorjahr EUR 25,9 Mio.) und steigerte sich gegenüber dem Vorjahr um 15,3 %.

Der Hauptbestandteil der Bilanzsumme besteht aus der Verbindlichkeit für ausgegebene PAYBACK Punkte in Höhe von EUR 22,3 Mio. (Vorjahr EUR 21,8 Mio.).

Diesen Punkteverbindlichkeiten stehen verbürgte Forderungen gegen die Programmpartner für ausgegebene PAYBACK Punkte bzw. zweckgebundene Bankguthaben als Sicherheitsleistung in gleicher Höhe gegenüber.

Die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen in Höhe von EUR 0,3 Mio. (Vorjahr EUR 2,3 Mio.) reduzieren sich fast zur Gänze auf Grund einer rückwirkenden Transfer-Pricing-Anpassungen für Vorjahre und zeigen sich als Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen in Höhe von EUR 3,5 Mio. (Vorjahr EUR 0,3 Mio.).

Infolge des deutlich positiven Jahresüberschuss erreicht das Eigenkapital zum Bilanzstichtag einen Wert in Höhe von EUR 6,4 Mio.

Finanzlage

Aufgrund der Mittelzuflüsse aus operativer Geschäftstätigkeit bestand zum Stichtag eine Cash-Pooling Forderung in Höhe von EUR 1,3 Mio. gegenüber einer Cash-Pooling Verbindlichkeit im Vorjahr von EUR 0,3 Mio.

Die wirtschaftliche Lage der Gesellschaft wird als robust eingeschätzt. Durch die positive Geschäftsentwicklung und weiterer Effizienzsteigerungen könnte nachhaltige Rentabilität erzielt werden.

Der operative Cashflow wird auch im laufenden Geschäftsjahr überschüssige Liquidität generieren, die es ermöglicht, künftigen Finanzierungsbedarf aus Eigenmitteln zu decken.

Bericht über die Risiken und Chancen des Unternehmens

Internes Kontrollsystem über Finanzberichterstattung

Die PAYBACK Austria GmbH misst einem effektiven Risikomanagement höchste Bedeutung bei, um die langfristige Stabilität und den Erfolg des Unternehmens zu gewährleisten. Als Teil des börsennotierten und regulierten American Express Konzerns ist die PAYBACK Austria GmbH in das konzernweite Risikomanagement eingebunden.

Risikomanagement

Dieses umfassende Risikomanagementsystem folgt dem 3-Lines-of-Defence-Modell und beinhaltet eine unabhängige interne Revision. Wesentliche Bestandteile sind:

- **Process Risk Self Assessments (PRSA)**: Regelmäßige Überprüfung und Verbesserung interner Prozesse zur Reduzierung von Prozessfehlern.
- **New Product Assessment**: Strukturierte Bewertung und Steuerung potenzieller Risiken bei der Einführung neuer Produkte.
- **Third-Party Lifecycle Management (TLM)**: Sorgfältige Bewertung, Auswahl und Überwachung externer Dienstleister.
- **Risk Committee:** Regelmäßige Bewertung der Risikolandschaft und Überwachung der Umsetzung von Risikomanagementmaßnahmen.
- **Risk Framework:** Bewertung von Risiken nach Eintrittswahrscheinlichkeit und Schadensausmaß zur Definition von Risikovermeidungs- und -reduzierungsmaßnahmen.

Risikokategorien

Markt- und Geschäftsrisiken

Das Partnerportfolio von PAYBACK Austria ist breit aufgestellt, jedoch könnten Kündigungen oder Nichtverlängerungen von Verträgen durch zentrale Programmpartner die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich beeinträchtigen.

Rechtliche Risiken

Die Einhaltung von Datenschutzgesetzen und -vorschriften ist für PAYBACK Austria von zentraler Bedeutung. Verstöße könnten zu erheblichen Bußgeldern und Reputationsschäden führen. Diese könnten die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich beeinträchtigen

Gesamtrisikoeinschätzung

Bestandsgefährdende Risiken sind bei dieser Gesamtbetrachtung nicht ersichtlich.

Chancen

Die gezielte Weiterentwicklung bestehender sowie der Ausbau neuer Partnerschaften bilden eine zentrale Grundlage für das Wachstumspotenzial von PAYBACK Austria. Diese Partnerschaften tragen maßgeblich zur Steigerung des Kundennutzens bei und stärken die Attraktivität des PAYBACK Ökosystems insgesamt.

Darauf aufbauend liegt ein wesentlicher Fokus auf der nachhaltigen Steigerung des Engagements sowohl aktiver als auch neuer Kundinnen und Kunden. Durch die konsequente Nutzung der PAYBACK App als zentralen Interaktionskanal sowie den gezielten Einsatz von Couponing können Aktivierungsraten erhöht und die Nutzungsintensität weiter gesteigert werden. Zusätzlich bietet die Intensivierung des Punktesammelns bei bestehenden und neuen Online-Partnern erhebliches Potenzial zur weiteren Wertschöpfung und zur Stärkung der Kundenbindung. Die zunehmende Bedeutung digitaler Touchpoints unterstützt dabei eine differenzierte und wirksame Kundenansprache.

Ausblick auf das Jahr 2026

Im kommenden Geschäftsjahr 2026 wird für die österreichische Wirtschaft eine Fortsetzung der konjunkturellen Erholung erwartet. Das reale Bruttoinlandsprodukt wird laut Prognose um rund 1,2 % steigen. Damit wird sich die wirtschaftliche Dynamik gegenüber dem Jahr 2025 erhöhen.

Die gesamtwirtschaftliche Entwicklung wird weiterhin von der Inlandsnachfrage getragen. Der private Konsum wird im Jahresverlauf nur moderat wachsen und real um etwa 0,8 % zulegen. Die verfügbaren Einkommen der privaten Haushalte werden weitgehend stagnieren. Die Bruttoanlageinvestitionen werden wieder zunehmen und real um rund 1,5 % steigen.

Für den Außenhandel wird eine moderate Erholung erwartet. Die realen Exporte werden um etwa 1,2 % zulegen. Die Importe werden im gleichen Zeitraum ebenfalls um rund 1,4 % wachsen.

Auf Branchenebene wird sich die Industrie weiter stabilisieren. Die reale Wertschöpfung in der Herstellung von Waren wird um rund 1,6 % steigen. Die Bauwirtschaft wird sich nur langsam erholen und ein reales Wachstum von etwa 0,6 % verzeichnen.

Die Inflationsrate wird im Jahresdurchschnitt 2026 auf rund 2,6 % zurückgehen. Die Kreditnachfrage der Unternehmen wird sich weiter beleben. Sinkende Zinsen werden die Finanzierungskonditionen verbessern.

Für das Geschäftsjahr 2026 führt PAYBACK Österreich die strategische Ausrichtung konsequent fort, um die Marktposition zu stärken und insbesondere die Wachstumschancen im digitalen Geschäft weiter auszubauen.

Eine wesentliche Herausforderung stellt der Verlust eines LEH Partners aufgrund der anhaltend schwierigen Branchenlage dar. Ziel ist es, diese Lücke zeitnah durch einen neuen, attraktiven Partner zu schließen. Ergänzend wird die gezielte Akquise weiterer Partner in anderen Branchenbereichen vorangetrieben, um das Portfolio breiter aufzustellen.

Für das Geschäftsjahr 2026 wird vor dem Hintergrund dieser strukturellen Veränderungen ein leicht rückläufiger Umsatz und ein niedrigeres EBIT gegenüber dem Vorjahr erwartet.

Bericht über die Forschung und Entwicklung

Es wurden im Berichtsjahr keine Ausgaben für Forschung und Entwicklung aufgewendet.

Wien, 12. Juni 2026

Walter Lukner

Markus Knorr