Rundungshinweis: Durch die Verwendung von automatischen Rechenhilfen kann es bei der Summierung von gerundeten Beträgen und Prozentangaben zu rundungsbedingten Rechendifferenzen kommen.
Sämtliche Werte sind in Tausend Euro.

Lagebericht

1. Erläuterungen über die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen

Die Gesellschaft wurde am 02.03.1999 gegründet; die Eintragung im Firmenbuch beim Handelsgericht Wien erfolgte unter der Nummer FN 181636m am 23.04.1999; der Sitz der Gesellschaft ist Wien; sie ist ein 100 %iges Tochterunternehmen der Stadt Wien.

Die Gesellschaft wird seit 01.10.2008 durch Herrn Michael Draxler und seit 05.09.2022 gemeinsam mit Herrn Mag. Paul Weis als Geschäftsführer vertreten.

Zu Prokuristen des Unternehmens sind seit 15.03.2012 Frau Elisabeth Heinzl-Jokl und seit 26.08.2022 Herr Alexander Zerzer bestellt. Sie vertreten gemeinsam oder mit einem Geschäftsführer.

Hauptaufgaben der Stadt Wien Marketing sind die Organisation und die Durchführung von Veranstaltungen sowie die Erbringung von Marketingdienstleistungen aller Art für die Stadt Wien.

2. Geschäftsverlauf und voraussichtliche Entwicklung

Die Großveranstaltungen, die die Stadt Wien Marketing im Auftrag der MA 53 - KOM (Kommunikation und Medien) durchführt - Wiener Christkindlmarkt, Wiener Eistraum, Film Festival und Wiener Silvesterpfad - konnten weiter gesteigerte Besucher:innenzahlen verzeichnen. So konnte das Film Festival mit einer neuen Programmierung 915.000 Besucher:innen anziehen, der Wiener Eistraum hat in seinem Jubiläumsjahr bei einem erweiterten Eisangebot 770.000 Besucher:innen gezählt. Das "Wienliebe Festival" wurde 2025 zum zweiten Mal veranstaltet, über 70.000 Besucher:innen wurden gezählt (2024: 54.000 Besucher:innen). Der Wiener Silvesterpfad ist bereits seit Jahrzehnten ein Publikumsmagnet, hunderttausende Menschen besuchen innerhalb von nur 12 Stunden die Wiener Innenstadt. Aufgrund der eisigen Temperaturen und des starken Windes konnten jedoch die Besucherzahlen von Silvester 2024/25 zu Silvester 2025/26 nicht erreicht werden.

Abseits der Großveranstaltungen wurden zahlreiche Aufträge und Projekte wie etwa das "Wasserfest", der "Seniorentag", der "Blumenball", die "Klimatour" oder das "Sicherheitsfest", Veranstaltungen im Rahmen der Aktion "Mein Sportplatz" oder der "Tag der Selbsthilfe" erfolgreich umgesetzt werden. Auch wurden diverse Projekte der WiG (Wiener Gesundheitsförderung) realisiert. die Jahresbetreuungen von MA 18, MA 20, MA 22, MA 42, MA 45 oder Wien Kanal wurden mit anderen Schwerpunktsetzungen, aber in vollem Umfang, umgesetzt.

Für den waff (Wiener Arbeitnehmer:innen Förderungsfonds) fungiert die Stadt Wien Marketing mittlerweile als Exklusivagentur. 2025 wurde für den waff so das "Future Fit Festival" durchgeführt, das dem waff eine positive Außenwirksamkeit in der Öffentlichkeit beschert hat.

2025 ist es gelungen, gegenüber dem Vorjahr eine Steigerung bei den Erträgen aus Sponsoringleistungen zu erzielen. Die in den Vorjahren zurückhaltende Automobilbranche nutzte 2025 sowohl den Eistraum (Nissan), als auch das Film Festival (Volvo) für werbliche Zwecke. Nach Jahren gelang es auch wieder, einen Mobilfunkbetreiber ("3" beim Film Festival) zu akquirieren. Die Erfahrungen der Vorjahre und des laufenden Jahres 2026 zeigen jedoch, dass die Werbebranche zurückhaltend ist bzw. spezielle Veranstaltungen für ihre Zwecke nutzt.

Wiener Eistraum:

Der Wiener Eistraum ist für die Stadt Wien Marketing im Jahresverlauf die wichtigste Einnahmequelle für Sponsorengelder. Das "Rückgrat" der Stadt Wien Marketing-Sponsoren beim Wiener Eistraum bilden aufgrund ihrer langjährigen Zusammenarbeit die UniCredit Bank Austria, Wien Energie und die Wien Holding.

Film Festival:

Für das Film Festival auf dem Wiener Rathausplatz 2025 konnte eine neue Zusammenarbeit mit Campari, die mit der Marke "Aperol" unter anderem 25 Stadtmöbel "Vienas" am Rathausplatz gebrandet haben, vereinbart werden. Die Kooperation soll bis 2027 fortgesetzt werden.

Wiener Christkindlmarkt:

Der Wiener Christkindlmarkt ist ein für die Sponsorensuche heikler Event. Auch wenn der Christkindlmarkt an sich ein Kaufmarkt ist, können nicht alle Firmen, die ihr Weihnachtsgeschäft forcieren wollen, als Sponsorenpartner in Betracht gezogen werden.

3. Ertragslage und Ergebnisentwicklung

Ertragslage

	2025 TEUR	2024 TEUR	+/- TEUR	%
Umsatzerlöse	31 546	30 434	1 112	3,7
Bestandsveränderungen	-113	-5	-108	>999,9
Betriebsleistung	**31 434**	**30 429**	**1 004**	**3,3**
Aufwendungen für Material und sonstige bezogene Leistungen				
Aufwendungen für bezogene Leistungen	24 846	24 588	259	1,1
Skontoerträge, Boni, Rabatte	-15	-12	-3	28,8
	24 832	24 576	256	1,0
Rohertrag I	**6 602**	**5 853**	**749**	**12,8**
Personalaufwand				
Gehälter	2 726	2 511	215	8,5
soziale Aufwendungen	720	688	32	4,6
davon Aufwendungen für Abfertigungen und Leistungen an betriebliche Vorsorgekassen	41	48	-7	-13,9
davon Aufwendungen für gesetzlich vorgeschriebene Sozialabgaben sowie vom Entgelt abhängige Abgaben und Pflichtbeiträge	651	616	34	5,6
	3 446	3 200	246	7,7
Rohertrag II	**3 156**	**2 653**	**502**	**18,9**
sonstige betriebliche Erträge	51	180	-129	-71,6
sonstige betriebliche Aufwendungen	1 285	875	410	46,8
Finanzerträge				
sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	1	2	-2	-72,7
Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)	**1 923**	**1 961**	**-38**	**-1,9**
Abschreibungen	1 462	1 286	176	13,7
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	**461**	**675**	**-214**	**-31,7**
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	2	4	-2	-53,5
Ergebnis vor Steuern (EBT)	**459**	**671**	**-211**	**-31,5**
Steuern vom Einkommen	90	125	-36	-28,5
Jahresüberschuss	**369**	**545**	**-176**	**-32,2**

Umsatzrentabilität

Die Umsatzrentabilität entspricht dem Verhältnis aus Ergebnis vor Steuern und der Betriebsleistung.

Berechnung:	2025	2024
Ergebnis vor Steuern x 100 / Betriebsleistung	**1,46 %**	**2,20 %**

Eigenkapitalrentabilität

Die Eigenkapitalrentabilität ergibt sich aus dem Verhältnis des Ergebnisses vor Steuern zum Eigenkapital.

Berechnung:	2025	2024
Ergebnis vor Steuern x 100 / Eigenkapital zum 01.01.2025	**2,03 %**	**3,03 %**

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	**1,46 %**	**2,04 %**

4. Vermögenslage

	31.12.2025 TEUR	31.12.2024 TEUR	+/- TEUR	%
kurzfristiges Umlaufvermögen	**8 110**	**9 835**	**-1 725**	**-17,5**
kurzfristiges Fremdkapital	**8 472**	**10 238**	**-1 766**	**-17,3**
Working Capital (Netto-Umlaufvermögen)	**-362**	**-403**	**41**	**-10,2**
Anlagevermögen	**23 464**	**23 166**	**298**	**1,3**
langfristiges Umlaufvermögen	**104**	**79**	**25**	**31,9**
langfristiges Fremdkapital	**197**	**192**	**5**	**2,3**
Reinvermögen (Eigenkapital)	**23 009**	**22 649**	**360**	**1,6**
Stammkapital	**600**	**600**	**0**	**0,0**
Kapitalrücklagen	**18 250**	**18 250**	**0**	**0,0**
Gewinnrücklagen	**3 756**	**3 210**	**545**	**17,0**
Bilanzgewinn	**369**	**545**	**-176**	**-32,2**
Investitionszuschüsse	**34**	**43**	**-9**	**-21,8**
Summe Eigenkapital	**23 009**	**22 649**	**360**	**1,6**
Summe Fremdkapital	**8 669**	**10 430**	**-1 762**	**-16,9**
Bilanzsumme	**31 678**	**33 079**	**-1 402**	**-4,2**

5. Finanzlage

Finanzlage

	31.12.2025	31.12.2024
Liquidität 1. Grades	0,47	0,37
Verschuldungsgrad in %	37,67	46,05

Kapitalflussrechnung

	2025 TEUR	2024 TEUR
Ergebnis vor Steuern	**459**	**671**
Überleitung auf den Netto-Geldfluss aus dem Ergebnis vor Steuern	**2 520**	**1 080**
Netto-Geldfluss aus dem Ergebnis vor Steuern	**2 979**	**1 750**
Zahlungen für Steuern	**-163**	**-100**
Netto-Geldfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit	**2 816**	**1 651**
Netto-Geldfluss aus der Investitionstätigkeit	**-1 778**	**-1 649**
Netto-Geldfluss aus der Finanzierungstätigkeit	**-1 000**	**1 000**
zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestandes	**38**	**1 001**
Finanzmittelbestand am Beginn der Periode	**3 286**	**2 285**
Finanzmittelbestand am Ende der Periode	**3 324**	**3 286**

6. Forschung und Entwicklung

Im Bereich Forschung und Entwicklung ist die Gesellschaft nicht tätig.

7. Risikoberichterstattung

Risikobericht des Gesamtunternehmens

Die Gesellschaft ist im Rahmen ihrer unternehmerischen Tätigkeit den üblichen Risiken ausgesetzt. Durch langfristige Verträge mit dem Hauptauftraggeber Stadt Wien ist das Risiko begrenzt. Der aktuelle Vertrag mit der MA 53 (Kommunkation und Medien) ist ein Rahmenvertrag mit fünf Jahren Laufzeit ab 1.1.2023 plus Verlängerungsoption der MA 53 auf weitere drei Jahre.

Durch laufendes internes Berichtswesen und permanenter Soll-Ist-Vergleiche werden die Risiken im Finanz- und Rechnungswesen abgedeckt, durch effizientes Mahnwesen und Debitorenmanagement wird das Ausfallrisiko minimiert.

Risikoberichterstattung zu Finanzinstrumenten

Finanzinstrumente bestehen vor allem in Form von einer Beteiligung und Forderungen aus Leistungen sowie Guthaben bei Kreditinstituten.

Die Fremdfinanzierungen umfassen die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen.

Fremdwährungsrisiken bestehen nicht, da sämtliche Finanzierungen in Euro vorgenommen werden; ebenso werden keine derivativen Finanzinstrumente eingesetzt.

Liquiditätsrisiken bestehen insofern, als die Verpflichtungen aus Subleistungen nicht durch laufende Einnahmen abdeckt werden können. Die zum Ende des vorigen Berichtsjahres aufgenommene kurzfristige Zwischenfinanzierung konnte Anfang 2025 plangemäß rückgeführt werden. Aufgrund der ausgezeichneten Bonität der Gesellschaft kann auch zukünftig auf kurzfristige Finanzierungen zurückgegriffen werden.

8. Voraussichtliche Entwicklung der Gesellschaft

Aufgrund der langfristig abgeschlossenen Verträge kann auch mit einer künftig stabilen Ertragslage gerechnet werden.

Ausblick auf die Unternehmensentwicklung

Im laufenden Geschäftsjahr 2026 wird die Stadt Wien Marketing in Summe fünf Großveranstaltungen im Auftrag der Stadt Wien organisieren.

Der Wiener Eistraum des Jahres 2026 hat bereits erfolgreich stattgefunden. Die 31. Saison lief vom 22. Jänner bis inklusive Sonntag, 8. März. Trotz eines wetterbedingt herausfordernden Winters nutzten rund 700.000 Besucher:innen das Schlittschuhvergnügen vor dem Wiener Rathaus. Der Rekord aus 2025 mit 770.000 Gästen konnte nicht eingestellt werden. Angesichts des abgelaufenen grauen, kalten und nassen Winters ist die Besucherzahl allerdings erfreulich.

Die Vorbereitungen für das Film Festival laufen bereits. Hier wird es zum Teil bauliche und inhaltliche Änderungen gegenüber dem Vorjahr geben.

Grund dafür ist, dass die Stadt Wien Marketing seitens der Stadt Wien mit dem Sonderprojekt "Eurovision Song Contest" beauftragt wurde, welcher unmittelbar vor dem Wienliebe Festival im Mai 2026 stattgefunden hat. So erfüllte die Stadt Wien Marketing die Verpflichtungen der Host City Wien gegenüber der EBU und dem ORF für die Austragung des Eurovision Song Contest. Das bedeutet, dass die Stadt Wien Marketing für mehrere side-events verantwortlich zeichnete. Größter side-event war sicherlich das Eurovision Village, das vom 10. bis 17. Mai am Wiener Rathausplatz stattgefunden hat und ca. 150.000 Besucher:innen verzeichnete. Daneben hat die Stadt Wien Marketing unter anderem die welcome-reception für die Künstler:innen im Rathaus, Delegationsmeetings und welcome-desks organisiert.

Wir gehen mit einer optimistischen Einstellung in das kommende Geschäftsjahr 2026. Wir sind uns jedoch dabei bewusst, dass aufgrund der budgetären Situation der österreichischen Gebietskörperschaften das Jahr 2027 Herausforderungen auch für unser Unternehmen bringen kann.

Wien, 12/6/26

.....
Michael Draxler

Wien, 12/6/26

.....
Mag. Paul Weis