Krone Multimedia Gesellschaft m.b.H. & Co. KG., Wien

Lagebericht für das Geschäftsjahr 2024/25

1. Geschäftsverlauf und Lage des Unternehmens

Die Aufgaben der Gesellschaft umfassen unterschiedliche Tätigkeiten. Einerseits erstellen die jeweiligen Redaktionen die Inhalte für krone.at und krone.tv. Die Abteilung Verkauf ist für die Vermarktung respektive die Monetarisierung der Inhalte zuständig. Zusätzlich werden die Aufgaben wie Marketing, IT und Produktentwicklung in der Gesellschaft direkt abgebildet. Unternehmensleitung sowie Hauptstandort sind in Wien. Krone.at ist das reichweitenstärkste Nachrichtenportal verlegerischer Herkunft in Österreich. Die Berichterstattung spannt einen breiten Bogen, von Politik über Lokales bis zum Sport, sowie Nachrichten aus dem In- und Ausland.

Die Umsatzerlöse blieben trotz der schwierigen Marktsituation (internationale Konflikte, Inflation, zurückhaltendes Werbeinvestitionsklima) nahezu unverändert. Dem stehen gestiegene Personalkosten sowie gesunkene sonstige betriebliche Aufwendungen gegenüber. Dies führt zu einem positiven EBITDA und damit zum ausgewiesenen Jahresüberschuss der Gesellschaft.

In der Branche liegen die Vertriebserlöse im Digitalgeschäft noch deutlich hinter jenen des Printbereichs, verzeichnen jedoch ein starkes Wachstum.

Die Werbeerlöse im Digitalbereich verzeichnen ein Umsatzwachstum, wobei in diesem Bereich die Verschiebung des Nutzerverhaltens von Desktop zu Mobile eine starke Rolle spielt, sowie die zunehmende Verlagerung von Werbeinvestitionen zu internationalen Anbietern.

2. Finanzielle Leistungsindikatoren

2.1. Ertragslage

		2024/25 TEUR	2023/24 TEUR
Umsatzerlöse		22.565	22.881
Betriebsleistung		24.665	25.822
EBITDA		4.695	5.888
Abschreibungen		-405	-429
EBIT		4.290	5.459
Jahresüberschuss		4.302	5.474
Materialaufwand		4.864	5.162
Materialeinsatzquote[1]		20 %	20 %
Personalaufwand		10.499	9.841
Mitarbeiter (Jahresschnitt)	Anzahl	128	123
Personalkosten pro Mitarbeiter		82	80
Betriebsleistung pro Mitarbeiter		193	210

2.2. Vermögens- und Finanzlage

Aktiva	30.6.2025 TEUR	%	30.6.2024 TEUR	%
Anlagevermögen	467	*5*	755	*6*
Umlaufvermögen	9.216	*95*	12.201	*94*
Bilanzsumme	9.683	*100*	12.956	*100*

Passiva	30.6.2025 TEUR	%	30.6.2024 TEUR	%
Eigenkapital	4.338	*45*	5.510	*43*
Fremdkapital	5.345	*55*	7.446	*57*
Bilanzsumme	9.683	*100*	12.956	*100*

[1] Materialaufwand und bezogene Leistungen zu Betriebsleistung

	2024/25 TEUR	2023/24 TEUR
Investitionen in immaterielle Anlagen und Sachanlagen[2]	117	371
Cashflow aus dem Ergebnis	4.731	5.886
+/- Veränderung Nettoumlaufvermögen	-635	-1.032
= Cashflow aus der Geschäftstätigkeit	4.096	4.854
+/- Cashflow aus der Investitionstätigkeit	-102	-333
= Free Cashflow	3.994	4.521
+/- Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	-5.474	-3.876
= Nettoveränderung liquider Mittel	-1.480	645

3. Nichtfinanzielle Leistungsfaktoren

Als fixe Bestandsgröße ist die Gewährung von diversen freiwilligen Sozialleistungen, wie zum Beispiel die Nutzung der firmeninternen Kantine, zu betrachten. Leistungsbezogen und in Abhängigkeit vom wirtschaftlichen Gesamtergebnis erfolgen etwaige Bonifikationen an Mitarbeiter.

Eine Weiterentwicklung der Mitarbeiter ermöglichen Fortbildungen, die teilweise innerhalb der Mediaprint-Gruppe abgedeckt werden.

4. Wesentliche Risiken und Ungewissheiten, denen das Unternehmen ausgesetzt ist

Die Gesellschaft ist den allgemeinen Unternehmensrisiken ausgesetzt. Durch die anhaltende Veränderung des Leseverhaltens hin zu digitalen Angeboten sieht sich die Gesellschaft zunehmend mit neuen Wettbewerbsteilnehmern konfrontiert. Insbesondere der Wettbewerb durch die weltweit tätigen Konzerne wie z.B. Google nimmt weiterhin zu. Diese Unternehmen geben durch ihren digitalen Wissensvorsprung die Richtung vor und treten in Marktsegmente ein, die auch mit den Produkten und Aktivitäten der Gesellschaft konkurrieren.

[2] Anlagenzugänge gemäß Anlagenspiegel

Eine entsprechende Liquiditätssteuerung hält die jederzeitige Zahlungsfähigkeit aufrecht. Das Ausfallsrisiko von Kundenforderungen wird durch ein adäquates Mahnwesen und Debitorenmanagement minimiert. Darüber hinaus werden bei Erkennbarkeit von Risiken (Ausfalls- bzw. Bonitätsrisiko) entsprechende Wertberichtigungen vorgenommen.

Einem Zinsänderungsrisiko ist die Gesellschaft nur in sehr geringem Ausmaß ausgesetzt, eine Inanspruchnahme von Fremdmitteln fällt nur in geringem Ausmaß und nur für kurze Zeiträume an. Das Unternehmen wickelt seine Geschäfte fast ausschließlich im EU-Raum bzw. auf EUR Basis ab, in Folge kann kein Währungsrisiko schlagend werden.

Etwaige Risiken aus der redaktionellen Berichterstattung werden - wie in den Vorjahren - einer eingehenden Prüfung unterzogen. Daraus resultiert eine Vorsorge in Form einer Prozesskostenrückstellung.

5. Zweigniederlassungen

Das Unternehmen hat keine Zweigniederlassungen.

6. Forschung und Entwicklung

Das Unternehmen betreibt Forschungsaktivitäten im Bereich Übertragungstechniken für TV. Zusätzlich werden laufende Entwicklungen im Bestreben durchgeführt, unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten den Anforderungen der Kunden und damit des Marktes gerecht zu werden.

7. Voraussichtliche Entwicklung des Unternehmens

Der eingeschlagene Weg samt laufender Optimierungsprozesse wird fortgesetzt. Damit wird die wirtschaftliche Basis geschaffen, die die Festigung und in Folge den Ausbau der Marktposition ermöglicht. Auch gilt es, sich den Markterfordernissen zu stellen; wie z.B. einer Veränderung des Leseverhaltens. Auf Grund des rückläufigen Printgeschäftes ist es zwingend erforderlich, sowohl im Lesermarkt - über paid content Modelle - als auch im Werbemarkt das Digitalgeschäft voranzutreiben. In den Prognosen spiegelt sich weiterhin eine Umverteilung der Werbeausgaben zugunsten digitaler Angebote wider. Da der Online-Werbemarkt von Technologie Konzernen aus den USA dominiert wird, ist auch weiterhin von einem Verdrängungswettbewerb im Bereich Online-Werbung auszugehen. Zu den großen Trends der Werbewirtschaft zählt die Nutzung von künstlicher Intelligenz zur Analyse des Kundenverhaltens und darauf aufbauend die Bereitstellung eines personalisierten Contents für die Kunden. Darüber hinaus wird es auch weiterhin notwendig sein, neue Geschäftsmodelle zu entwickeln bzw. in diese zu investieren.

Parallel dazu sind laufend strategische Überlegungen in Begleitung von Marktbeobachtungen und -analysen anzustellen, um die Position der Gesellschaft am Digitalsektor nachhaltig zu festigen und sukzessive auszubauen.

Wien, den 03. September 2025

Die Geschäftsführung

Wolfgang Kollmann

Christopher Sima