Lagebericht für das Geschäftsjahr 2025

1) Bericht über den Geschäftsverlauf und die wirtschaftliche Lage des Unternehmens

Geschäftsverlauf

Gemäß den kumulierten Ganzjahresdaten von Focus Media Research, sanken die Bruttospendings im Above-the-Line-Bereich um 2,3%. Das Jahr 2025 entwickelte sich aufgrund wirtschaftlicher Unsicherheiten und Budgetzurückhaltung zu einem "Jahr der Verschiebungen". Rückgänge waren in fast allen traditionellen Hauptkategorien zu verzeichnen. Besonders negativ entwickelten sich die Medienkategorien Kino (−21,6 %), Print (−5,6 %), sowie TV (−3,5 %). Leicht positive Impulse konnten lediglich die Online (+3,6 %) und Außenwerbung (+0,2 %, vor allem getrieben durch ein Plus von 7 % im Segment der digitalen Außenwerbung / DOOH) verbuchen.

Der Fokus der PHD Mediaagentur GmbH (PHD) liegt im Bereich der Beratung, der Mediaplanung und dem Research, in den Geschäftsfeldern der klassischen und der Online- Medien. Die PHD versucht, für jeden Kunden individuell, das optimale Service im Bereich Strategie, Research, Planung und Einkauf, sowohl bei den klassischen als auch den digitalen Medien, anzubieten. Wesentliche Serviceleistungen im Back Office Bereich, wie insbesondere Buchhaltung, Personalagenden, Finanz- und Rechtsangelegenheiten, IT, Media Einkauf, Media Research und Digital Planning werden durch die OmnicomMediaGroup Mediaagentur GmbH (OMG) erbracht.

Zweigniederlassungen

Die Gesellschaft verfügt über keine Zweigniederlassungen.

Finanzielle Leistungsindikatoren

Finanzielle Leistungsindikatoren (ausgewählte Kennzahlen)	Einheit	2025	2024	Veränderung
Umsatzerlöse	T€	22 071	25 329	-3 258
Rohertrag	T€	1 425	1 341	84
EBIT	T€	-370	-157	-213
EBT	T€	-413	-153	-260
Bilanzsumme	T€	4 865	5 542	-677
Eigenkapital	T€	35	35	0
Eigenkapitalquote	%	0,72	0,63	0,09

Die Reduktion der Umsatzerlöse resultiert aus dem allgemeinen Trend der Werbeausgaben im Jahr 2025 und der Verschiebung von Leistungen zwischen den Konzerngesellschaften. Der Fokus lag auf der Neukundengewinnung, einer Erhöhung der Beratungsleistungen und der Ausweitung des Angebotes im digitalen Bereich in Kooperation mit Konzernunternehmen in der Schweiz.

Die Veränderung der Bilanzsumme ist im Wesentlichen auf, die zum Bilanzstichtag reduzierten offenen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen zurückzuführen.

Bedingt durch den bestehenden Gewinnabführungs- und Verlustausschließungsvertrag mit der OMG ist kein Eigenkapitalaufbau möglich. Auf Basis der Geschäfts- und Ertragsentwicklung der Gesellschaft und der Gruppe besteht unserer Einschätzung nach kein Risiko für den positiven Fortbestand der Gesellschaft.

Es bestehen keine langfristigen Fremdfinanzierungen. Der kurzfristige Liquiditätsbedarf wird über das Konzern-Cash-Pooling der Omnicom abgedeckt. Das Unternehmen bedient sich keiner derivativer Finanzinstrumente.

Arbeitnehmerbelange

Ein Großteil des Bedarfes an Fortbildung der Mitarbeiter kann innerhalb der Gruppe abgedeckt werden.

Großes Augenmerk wird in personeller Hinsicht auf das gute und kollegiale Arbeitsklima gelegt. Das für freiwillige Sozialleistungen zur Verfügung stehende Budget ist abhängig von der Zielerreichung.

Wesentliche Ereignisse während des Geschäftsjahres

Im Jahr 2025 setzte sich der in den Vorjahren begonnene positive Trend der Ergebnisentwicklung innerhalb der Agenturgruppe fort. Der Werbemarkt entwickelte sich leider nicht im gewünschten Ausmaß und blieb in einigen Bereichen signifikant unter den Werten des Vorjahres.

Ende November 2025 wurde die Fusion zwischen der Omnicom Group Inc. und der Interpublic Group of Companies Inc. abgeschlossen. Die EU-Kommission genehmigte die Fusion ohne Auflagen. Dies hat keine unmittelbaren Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft.

Besonders positiv zu erwähnen sind auch die intensiven New Business Aktivitäten im Jahr 2025. Bei einigen Ausschreibungen konnte sich die Agentur und ihre Schwestergesellschaft OMD Mediaagentur GmbH durchsetzen, was einen positiven Einfluss auf die weitere Geschäftsentwicklung in den Folgejahren haben wird.

Es bestehen derzeit keine Risiken aus Rechtstreitigkeiten.

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

Voraussichtliche Entwicklung des Unternehmens

Wir erwarten für das Jahr 2026, insbesondere aufgrund von Neukundengewinnen und der Ausweitung des Angebotes im digitalen Bereich, eine Fortsetzung des positiven Trends. Ein Fokus wird auf der Integration der lokalen Agenturen der IPG liegen.

Die, wenn auch abgeschwächt aber noch immer im Vergleich zu den anderen EU-Ländern hohe Inflation, daraus resultierende Preiserhöhungen und die somit geringere Kaufkraft der Bevölkerung, könnten die positive Weiterentwicklung behindern bzw. verzögern.

Auch im Jahr 2026 wird der Fokus, neben der Gewinnung von Neukunden, auf der Optimierung der Kostenstruktur, der Prozessoptimierungen und auf einem weiteren Ausbau der Kooperation mit unserem Schwesterunternehmen in der Schweiz liegen. Der beschrittene Weg der Veränderung der Arbeitskonzepte, z. B. Mobile Working und Agiles Arbeiten, wird fortgesetzt. Damit ist es uns möglich, rasch auf Veränderungen im Markt und der Bedürfnisse unserer Kunden reagieren zu können, um die Ertragslage der Gesellschaft auf dem Niveau dieses Jahres zu halten bzw. zu verbessern.

Risiken der künftigen Entwicklung resultieren aus einer Reduktion der Werbeausgaben und dem Verlust von bestehenden Kunden.

Um den Anforderungen unserer Kunden Rechnung zu tragen, wird das Angebot in den Bereichen Online Werbung und Research weiter und vor allem länderübergreifend ausgebaut.

Risiken und Risikostrategien

Die Gesellschaft verfügt über eine großzügige Ausstattung mit liquiden Mitteln, die für das kommende Wirtschaftsjahr beibehalten werden soll.

Das Unternehmen ist in der Lage, seine Kapazitäten sehr flexibel den Marktgegebenheiten anzupassen und ist bedingt durch strenge Konzernvorgaben dazu angehalten fixe Kosten niedrig zu halten.

Es besteht kein Fremdwährungsrisiko, da alle Geschäfte in EURO abgeschlossen werden. Das Ausfallsrisiko von Kundenforderungen wird mit entsprechenden Maßnahmen wie Kreditversicherung, intensivem Monitoring und Mahnwesen abgedeckt. Es wird versucht, einem möglichen Risiko von Kundenausfällen durch die hohe Qualität der Leistung, einem innovativen Produktportfolio und einem verstärkten Augenmerk auf den Ausbau bestehender und die Einführung zusätzlicher Leistungen, entgegenzutreten.

3) Bericht über die Forschung und Entwicklung

Das Unternehmen betreibt keine Forschung und Entwicklung.

Wien, am 28. Juli 2026

Die Geschäftsführung

Jens Brecht (5. August 2026 19:30:19 GMT+2)

Herr Jens Brecht Herr Heimo Fuchs