# Sportradar Media Services GmbH

# Lagebericht für das Geschäftsjahr 2025

## A. Grundlagen der Gesellschaft

### I. Beschreibung der Geschäftstätigkeit und Organisationsstruktur

Die Sportradar Media Services GmbH, vormals the sportsman media holding GmbH, wurde am 30.5.2006 gegründet. Die Sportradar Media Services GmbH beschäftigt zum 31. Dezember 2025 471 Mitarbeiter am Standort A-1020 Wien, Rothschildplatz 4. Die Sportradar Media Services GmbH ist eine 100 % Tochter der Sportradar AG, St. Gallen. Die Geschäftsführer der Sportradar Media Services GmbH sind Herr Mag. (FH) Rainer Geier und Herr Gerald Stiglitz.

Die Sportradar Media Services GmbH ist der führende digitale Sportmedienanbieter und Sportvermarkter Österreichs und betreibt unter anderem das digitale Sportportal www.laola1.at Weiters erbringt die Gesellschaft digitale Dienstleistungen und Videoproduktionen für zahlreiche nationale und internationale Clubs, Verbände, Ligen und Medienunternehmen.

Die Gesellschaft erbringt ebenfalls Leistungen für die Sportradar AG, St. Gallen, aber auch direkt für Schwestergesellschaften. Mit über 20 Jahren Erfahrung in der Branche erbringt die Sportradar Media Services GmbH Lösungen vor allem in den Bereichen:

- Betrieb, Wartung und Vermarktung von Webseiten und mobiler Applikationen
- IT- & Videoproduktions-Dienstleistungen (Web- und Mobile Development, UI/Webdesign, Encoding, Streaming, Hosting, Videoproduktionen, Betrieb und Wartung von Content Management Systemen, Netzwerktechnik, IT-Security)

- Redaktionelle Sportberichterstattung (News, Live-Ticker, Video on Demand, Live-Streaming)
- Sportdatenerfassung
- Crossmediale Werbevermarktung (Online, Offline, Sponsoring)
- Vergebührung von Videocontent (Subscriptions, Pay per View, etc.)
- Produktspezifischer b2c Support
- Produktspezifischer b2b Support
- Produktentwicklung (R&D)

**Steuerungssystem**

Die Sportradar Media Serivces GmbH ist ausgezeichnet in den internationalen Konzern eingebunden und arbeitet fachlich selbständig in enger Abstimmung mit der Muttergesellschaft.

Die Umsätze der Gesellschaft gliedern sich in

- Medien- und Vermarktungserlöse
- Payment und Subscriptions
- Dienstleistungserlöse
- Konzerninterne Erlöse

Medien- und Vermarktungserlöse wie Digitalwerbung werden mittels Tausender Kontakt Preis (TKP) Preisliste verrechnet und gesteuert (eTKP).
Subscriptionerlöse werden durch monatliche Abos vom Endkonsumenten eingehoben und gesteuert (Average Revenue per User).
Dienstleistungen werden unter Anwendung der Kostenaufschlagsmethode kalkuliert und gesteuert.
Die konzernintern erbrachten Leistungen für die Muttergesellschaft werden unter Anwendung des Cost Plus Verfahrens verrechnet. Im Hinblick auf die operative Leistungsfähigkeit des Unternehmens bilden einerseits operative Kennziffern,

andererseits Umsatz und EBITDA (Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen) die maßgeblichen Steuerungsgrößen.
Bei Bedarf werden tiefergehende Analysen der Ergebnislage vorgenommen oder geeignete Maßnahmen zur Korrektur ergriffen. Regelmäßige Prognosen zu den wesentlichen Steuerungsgrößen ergänzen das genannte Vorgehen. Diese basieren auf einem integrierten und rollierenden Budget- und Planungssystem.

## B. Wirtschaftsbericht

### I. Geschäftsverlauf der Sportradar Media Services GmbH

Das Jahr 2025 stand für die Sportradar Media Services GmbH im Zeichen des weiteren Ausbaues einer ad:S Abteilung innerhalb der Sportradar Gruppe mit Fokus auf datengetriebene, digitale Marketingservices für Wettanbieter. Des Weiteren wurden interne Services für die Konzerngruppe in den Bereichen AV Services, OTT, IT, Digital Services, Vermarktung, Betting and Gaming-, Finance- and HR ausgeweitet um konzernweite Kunden (z.B. Wettanbieter, Sportvereine und –verbände) und interne Dienstleistungen für den Konzern bedienen zu können.

**Forschung und Entwicklung**

Im Fokus der Forschung und Entwicklung steht der Aufbau eines Ad Tech Stacks um Wettanbieterkunden mit datengetriebenen, digitalen Marketing-Services zu unterstützen. Hierfür wurde eine DSP (Demand Side Platform) als auch eine DMP (Data Management Platform) weiterentwickelt.
Des Weiteren liegt ein Schwerpunkt in der Personalisierung der eingesetzten Videotechnologie des Unternehmens - zum Beispiel durch automatisierte Kurz-Video-Inhalte oder contextspezifische Overlays - mit dem Ziel dem Enduser ein maßgeschneidertes Contenterlebnis zu ermöglichen.

**Ertragslage**

Die Umsatzerlöse der Sportradar Media Services beliefen sich im abgelaufenen Geschäftsjahr auf T€ 58.726, was einem Anstieg von T€ 1.516 im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Der Anstieg resultiert hauptsächlich aus dem Anstieg der Aufwendungen und daraus resultierend dem Anstieg des Intercompany-Umsatzes.

Das EBITDA des Geschäftsjahres beträgt T€ 4.243 und liegt damit T€ 55 unter dem EBITDA des Vorjahres (T€ 4.298).
Der Jahresüberschuss für 2025 beläuft sich auf T€ 2.062, was einem Anstieg von T€ 94 gegenüber dem Vorjahr entspricht.

**Finanzlage**

Die finanziellen Mittel sind im Vergleich zum Vorjahr gestiegen und betragen zum Stichtag T€ 10.624 (Vorjahr T€ 4.659). Der Netto-Cashflow erhöhte sich im Berichtszeitraum um T€ 5.965. EUR. Der Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit belief sich auf T€ 6.189 TEUR und zeigt eine solide operative Mittelgenerierung. Aus der Investitionstätigkeit ergab sich ein Mittelabfluss in Höhe von T€ -224. Aus der Finanzierungstätigkeit wurden keine Zahlungsmittelzuflüsse erzielt.

**Vermögenslage**

Die Bilanzsumme beläuft sich zum 31. Dezember 2025 auf T€ 24.527 (Vorjahr T€ 23.180). Das Anlagevermögen reduzierte sich um T€ 1.392 . Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen sanken von T€ 9.991 auf T€ 6.780. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sanken von T€ 1.593 auf T€ 857. Die sonstigen Vermögensgegenstände des Umlaufvermögens stiegen von T€ 1.450 auf T€ 2.163. Insgesamt stieg das Umlaufvermögen um T€ 2.731 auf T€ 20.424 (Vorjahr T€ 17.693).
Das Eigenkapital beträgt zum Stichtag T€ 13.464 (Vorjahr T€ 11.402). Dies entspricht bei einer Bilanzsumme von T€ 24.527 einer Eigenkapitalquote von 54,9% (Vorjahr: 49,2%).

Zum Zeitpunkt der Aufstellung des Lageberichts ist die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft als stabil zu beurteilen.

Die Gesellschaft hat keine langfristigen Verbindlichkeiten bei Kreditinstituten und dadurch auch keine nennenswerte Zinsbelastung.

**Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren**

Die Sportradar Media Services GmbH berücksichtigt im Rahmen ihrer Geschäftstätigkeit Umwelt- und Arbeitnehmerbelange im Sinne des § 243 Abs. 5 UGB. Aufgrund der Tätigkeit als Bürostandort betreffen die wesentlichen Umweltaspekte insbesondere den Energie- und Wasserverbrauch, das Abfallaufkommen sowie Emissionen aus Geschäftsreisen. Durch digitale Arbeitsprozesse, ressourcenschonende Büroorganisation und Maßnahmen zur Abfalltrennung wird eine laufende Verbesserung der Umweltleistung angestrebt.
Im Bereich der Arbeitnehmerbelange legt die Sportradar Media Services GmbH besonderen Wert auf ein modernes und flexibles Arbeitsumfeld. Dazu zählen insbesondere Homeoffice- und flexible Arbeitszeitmodelle, die allen Mitarbeitenden offenstehen und eine ausgewogene Work-Life-Balance unterstützen (3 Tage Büroarbeit und 2 Tage Homeoffice sowie Teilzeitmodelle). Darüber hinaus werden vielfältige Teamaktivitäten angeboten, darunter Darts, Billard, Air-Hockey und Tischtennis in den Sozialräumen sowie eine Padel-Anlage. Zusätzlich stehen kostenfreie Gesundheitschecks direkt im Büro zur Verfügung.

**Umweltschutzmaßnahmen, Umweltbilanz beispielsweise Wasser- und Energieverbrauch, Abfall und Emissionen**

Im Rahmen unserer betrieblichen Tätigkeit achten wir auf einen verantwortungsvollen Umgang mit natürlichen Ressourcen und setzen Maßnahmen zur Reduzierung unserer Umweltbelastung um. Als Bürostandort beschränken sich die wesentlichen Umweltauswirkungen insbesondere auf den Verbrauch von Strom, Heizenergie und Wasser sowie auf die Entstehung von Büroabfällen und

Emissionen aus Geschäftsreisen. Die Sportradar Media Services GmbH bleibt weiterhin bestrebt, im Rahmen ihrer umfassenderen ESG-Strategie Möglichkeiten zur Verbesserung ihrer Umweltleistung zu identifizieren.
Im Jahr 2024 führte Sportradar eine überarbeitete globale Reiserichtlinie ein, die darauf abzielt, nachhaltigeres Reiseverhalten zu fördern. Diese Maßnahme soll langfristig zu einer Reduzierung der Emissionen im Zusammenhang mit Geschäftsreisen von Mitarbeitenden beitragen.

**Personal- und Sozialwesen**

Im Bereich Personal- und Sozialwesen legt die Sportradar Media Services GmbH besonderen Wert auf eine verantwortungsvolle, faire und nachhaltige Personalpolitik.
Im Bereich Aus- und Fortbildung fördert die Sportradar Media Services GmbH die kontinuierliche Weiterentwicklung der Mitarbeitenden durch interne und externe Schulungsmaßnahmen sowie gezielte Qualifizierungsprogramme.
Maßnahmen zum Arbeits- und Gesundheitsschutz werden konsequent umgesetzt und regelmäßig überprüft.
Weiter Informationen zu ESG Reporting und Personal- und Sozialwesen in der Sportradar Gruppe sind unter Sportradar Sustainability Report | Sportradar abrufbar.

## C. Chancen- und Risikobericht

### I. Risikobericht

Die Geschäftsführung ist sowohl in die Prozesse der Muttergesellschaft, der Sportradar AG, als auch sehr stark in die operativen Prozesse der Gesellschaft einbezogen, so dass ein frühzeitiges Erkennen der Chancen und Risiken sichergestellt ist und eine zeitnahe Reaktion bei festgestellten Abweichungen ermöglicht wird. Hierdurch können bestandsgefährdende Entwicklungen frühzeitig

erkannt und bei Bedarf rechtzeitig Maßnahmen zur Sicherung des Unternehmensfortbestandes eingeleitet werden.

Allfällig notwendige Finanzierungen werden durch die Muttergesellschaft Sportradar AG übernommen. Investitionen werden hauptsächlich in IT-Sachanlagen und IT-Arbeitsplätze samt dem dazugehörigen lokalen IT-Netzwerk und in Sportcontent Produktionen getätigt. Zusammenfassend ist festzustellen, dass die Gesellschaft kaum Risiko trägt und die nachfolgenden aufgeführten Risiken nicht als bestandsgefährdend eingeschätzt werden.

Im Bereich der Vermarktung von Digitalwerbung besteht ein Risiko aufgrund der teilweise sinkenden Werbepreise, v.a. am Onlinemarkt. Dies ist speziell auf die Marktmacht der sogenannten Big Digitals wie Google und Meta/Facebook zurückzuführen. Diesem Risiko möchte die Gesellschaft speziell mit lokalem Content- und Vermarktung Know-How für den Österreichischen Markt entgegenhalten.

Im Bereich der externen Dienstleistungen ist die Gesellschaft mit einem gewissen technologischen Risiko konfrontiert. Ausfälle im Rechenzentrumsbetrieb könnten zu nachteiligen Auswirkungen auf die Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft führen. Mit modernsten Monitoring-Maßnahmen im operativen Betrieb und laufenden Schulungs- und Ausbildungsmaßnahmen war die Gesellschaft in der Lage das technologische Risiko in der Vergangenheit zu minimieren. Es ist zu erwarten dass die Gesellschaft – speziell aufgrund des zusätzlichen Know-Hows und der Infrastruktur der Muttergesellschaft – auch zukünftig in der Lage sein wird ihr technisches Risiko qualifiziert zu managen.

Die Gesellschaft ist weiters indirekt über die Muttergesellschaft abhängig von der allgemeinen konjunkturellen Entwicklung, sodass sich eine schwache Weltkonjunktur negativ auf den Geschäftsverlauf auswirken kann, vor allem in Zeiten einer stagnierenden oder rückläufigen Wirtschaftslage. Als Erfolgsfaktor

sehen wir auch zukünftig eine stringente Orientierung am Qualitätsanspruch und der gehobene Produktpositionierung der Sportradar AG.

Die Abhängigkeit von der Sportradar AG stellt bei Schwierigkeiten im Konzern ein Risiko dar, welches sich auf die Gesellschaft auswirken könnte. Diesem begegnet die Geschäftsführung mit einer offenen und vertrauensvollen Zusammenarbeit und engen Abstimmung mit der Konzernleitung. Ein weiteres Risiko wäre der Verlust von leitenden Funktionsträgern. Für alle wichtigen Aufgaben wurden jedoch Stellvertreter installiert, die im Bedarfsfall ohne größere betriebliche Unterbrechungen die Fortführung der Geschäftstätigkeit übernehmen können.

## II. Chancenbericht

Chancen sieht die Gesellschaft insbesondere in der möglichen Erweiterung des Angebotsspektrums und Vergrößerung des Umsatzes von der Sportradar AG. So kann und wird die Sportradar Media Services GmbH als Tochter der weltweit agierenden Sportradar Gruppe und als integriertes Unternehmen in den Konzern ebenfalls von dem globalen Wachstum profitieren. Im konkreten wird das extrem spezifische und etablierte Know-How im Bereich des „Betriebs von OTT-Plattformen“ über das weltweite Netzwerk von Sportradar international angeboten und ein Technologie Hub für Ads Technologien zur Distribution digitaler Marketing Services an Wettanbieterkunden ausgebaut. Hieraus ergibt sich eine grundsätzliche Sicherheit und Planbarkeit für die Zukunft.
Die bereits in den letzten Jahren erkennbare globale Tendenz Sportwettmärkte zu legalisieren und zu regulieren, setzt sich auch im aktuellen Jahr fort und ist auch für die Folgejahre zu erwarten. Europa ist der bei weitem am besten entwickelte Markt. Sportradar hat durch sein globales Setup und sein geballtes Know-How in jedem sich öffnenden Markt / Kontinent weiteres Ertragspotential.

### III. Finanzinstrumente

Die Gesellschaft bedient sich ausschließlich des Einsatzes von originären Finanzinstrumenten. Derivative Finanzinstrumente werden nicht eingesetzt.

## D. Prognosebericht

Durch die enge Vernetzung der Sportradar Media Services GmbH ist der Geschäftsverlauf stark abhängig von dem Erfolg des Konzerns. Die gesamte Gruppe befindet sich weiterhin auf einem ambitionierten Wachstumspfad. Die steigende Automatisierung und daraus resultierende Kapazitätssteigerungen lassen einen Anstieg der Umsatzerlöse sowie des EBITDA für das Geschäftsjahr 2026 erwarten, welches sich sowohl auf die Sportradar AG als auch auf die damit verbundene Sportradar Media Services GmbH auswirken wird.

Aufgrund der weiteren Entwicklungen können die tatsächlichen Auswirkungen im Geschäftsjahr 2026 jedoch von den Erwartungen abweichen.

Wien, den 22.05.2026

Mag. (FH) Rainer Geier
Managing Director Sportradar Media Services GmbH

Gerald Stiglitz
MD