Lagebericht zum Jahresabschluss 31.12.2025

1. Bericht über den Geschäftsverlauf und die wirtschaftliche Lage

1.1. Geschäftsverlauf

Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2025 verzeichnete die Smarter Ecommerce GmbH Umsatzerlöse in der Höhe von 17,70 Mio EUR (15,38 Mio EUR im Vergleichszeitraum des Vorjahres).

Das Geschäftsmodell im Kern sind monatlich wiederkehrende Umsatzerlöse, die allerdings im Vergleich zum Vorjahr um 8,1 % zurückgegangen sind. Bei den einmaligen Umsatzerlösen kam es hingegen zu einem deutlichen Anstieg in Höhe von 38,1 %.

Bei einem EBITDA von TEUR 471,59 (TEUR -74,18 im Vergleichszeitraum des Vorjahres) lag das EBIT bei TEUR 364,30 (TEUR -231,71 im Vergleichszeitraum des Vorjahres).

Die Ergebnissteigerung ist im Wesentlichen auf gesetzte Maßnahmen zur Reduzierung der Kostenbasis (v.a. Personalkosten) zurückzuführen.

1.2. Bericht über die regionale Präsenz und Tochterunternehmen

Unternehmen	Unmittelbarer Anteil	Land	Sitz	Betriebs-stätten
Smarter Ecommerce GmbH	-	Österreich	Linz	Wien
smec GmbH	100%	Österreich	Linz	-
smec Ltd	100%	Vereinigtes Königreich	London	-

Im Berichtszeitraum kam es hier zu keinen Änderungen im Vergleich zum Vorjahr.

1.3. Finanzielle Leistungsindikatoren

1.3.1. Ertragslage

Die Smarter Ecommerce GmbH ist ein international agierendes Unternehmen, deren Geschäftsmodell im Kern aus monatlich wiederkehrenden Umsatzerlösen besteht. Da es im abgelaufenen Geschäftsjahr zu Rückgängen dieser Umsatzerlöse gekommen ist und zudem die einmaligen Umsatzerlöse deutlich gestiegen sind, stellen die wiederkehrenden Umsatzerlöse abermals nicht die größte Umsatzkategorie dar. Die Verteilung der Umsatzerlöse in wiederkehrende, einmalige und weiterverrechnete Erlöse gestaltet sich wie folgt:

	2024 [TEUR]	2025 [TEUR]
Erlöse wiederkehrend	7.170	6.593
Erlöse einmalig	7.532	10.403
Erlöse aus Weiterverrechnung	675	703

Die Erlöse aus Weiterverrechnung resultieren aus dem Ad Spend der Kunden an Werbeplattformen, welche über die Smarter Ecommerce GmbH als Durchläufer abgerechnet werden.

1.3.2. Aufwandsstruktur

Die Aufwandsstruktur in Relation zur Betriebsleistung (=Umsatzerlöse) zeigt folgendes Bild:

	Anteil	Veränderung zum Vorjahr
Aufwendungen für Material	19,39 %	-8,48 %
Personalaufwand	47,54 %	-20,22 %
Abschreibungen	0,61 %	-40,83 %
Sonstige betriebliche Aufwendungen	32,37 %	38,04 %

Rentabilität:

	Berechnung	2024	2025
Umsatzrentabilität	EBTx100 / Umsatz	-1,6 %	1,9 %
Gesamtkapitalrentabilität	(EBT+FK-Zinsen)x100 / ∅ GK	-3,8 %	6,9 %
Eigenkapitalrentabilität	EBTx100 / ∅ EK	-16,6 %	21,1 %

Die Umsatzrentabilität besagt, wie viele Prozent des Umsatzes inklusive Bestandsveränderung als Ergebnis vor Steuern verbleiben. Die Eigenkapital- und die Gesamtkapitalrentabilität geben die Verzinsung des Eigen- bzw. des Gesamtkapitals an.

1.3.3. Vermögens- und Finanzlage

	Berechnung	2024	2025
Eigenmittelquote	EKx100 / GK	27,3 %	31,2 %
Fiktive Schuldentilgungsdauer	(effektives) FK / Mittelüberschuss	k.A.	6,6 Jahre
Working Capital	kfr. Aktiva – kfr Passiva	TEUR 2.179	TEUR 2.211
Net Debt	Verz. FK – liquide Mittel	TEUR -691	TEUR 286
Nettoverschuldungsgrad	FKx100 / EK	266,6 %	220,5 %

Der Nettoverschuldungsgrad verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahr aufgrund des gesteigerten Eigenkapitals durch den erzielten Jahresüberschuss.

1.3.4. Cashflow

	2024 [TEUR]	2025 [TEUR]
Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit	686	-953
Cashflow aus der Investitionstätigkeit	-57	-24
Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	-1.302	132
Finanzmittelbestand am Ende der Periode	1.719	874

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

2.1. Voraussichtliche Entwicklung des Unternehmens

Die anhaltenden makroökonomischen Herausforderungen, insbesondere die wirtschaftlichen und geopolitischen Entwicklungen und deren Einfluss auf das Konsumverhalten, haben und werden sich weiterhin auf die Geschäftsentwicklung unserer Kunden auswirken. Neben der Marktbereinigung im E-Commerce-Handel, passen Händler ihre Kostenstrukturen weiterhin an, wobei insbesondere die Reduktion von Mediabudgets die Umsatzentwicklung der Smarter Ecommerce GmbH beeinflusst. Allerdings zeigen sich auch leichte Verbesserungen der Gesamtsituation, die wir aktiv nutzen wollen. Die laufende Geschäftsentwicklung für das Geschäftsjahr 2026 wird daher wieder als wachsend eingeschätzt. Unter anderem haben wir auf Marktveränderungen reagiert und unser Unternehmen mit zwei Business Units neu organisiert. Einerseits, um mit der Software leichter und wieder schneller international zu skalieren - andererseits um mit der Agenturseite auf die Entwicklungen am AI-Sektor (Agentic Commerce etc.) zu reagieren und durch eine breitere Zielgruppe mehr Wachstum zu ermöglichen. Der AI-Hype kann auch als Risiko durch neue Marktteilnehmer eingestuft werden. Wir setzen Maßnahmen, um selbst von diesem Trend zu profitieren. Generell beobachtet das Management der Gesellschaft die Marktentwicklungen kontinuierlich und ist darauf vorbereitet, flexibel auf kurzfristige Veränderungen zu reagieren.

Im Bereich der Softwareentwicklung wurden erneut große Fortschritte erzielt. Der Fokus bleibt weiterhin auf der Erweiterung der Plattform durch neue Werbekampagnen-Typen und die Integration weiterer Werbeplattform-Anbieter sowie bessere Self-Service Features. Dadurch wird den Kunden eine plattformübergreifende, effiziente Kampagnensteuerung ermöglicht. Darüber hinaus beschäftigen wir uns laufend damit, wie wir unsere technische Positionierung weiter stärken können.

Die Verkaufserfolge im abgelaufenen Jahr bestätigen diesen strategischen Ansatz: Einerseits werden Umsätze mit bestehenden Kunden gesichert, andererseits eröffnen sich neue Wachstumschancen durch die Gewinnung neuer und auch ehemaliger Kunden.

Auf der Mitarbeiterseite ist es uns gelungen, erfahrene Mitarbeiter zu binden und durch Ausbildung und Kompetenz-Weiterentwicklung unser Team zu stärken. Dieses Team wird gezielt um weiter Spezialisten erweitert werden.

2.2. Wesentliche Risiken und Ungewissheiten

Personalrisiken

Der Wettbewerb um qualifizierte Talente bleibt intensiv, wodurch die Gefahr von Abwerbeversuchen an bestehende MitarbeiterInnen besteht. Um dieser Herausforderung zu begegnen, setzt die Smarter Ecommerce GmbH verstärkt auf kontinuierliche Weiterbildungsangebote, eine gezielte Kompetenzentwicklung und nachhaltige Maßnahmen zur Gesundheitsförderung und zum Wohlbefinden der Belegschaft.

Geschäftsrisiken

Neben dem klassischen Wettbewerb im Bereich Marketing Technologies und der laufenden Vorwärtsintegration der Werbeplattform-Betreiber selbst, ergeben sich zusätzlich Herausforderungen durch den raschen Vormarsch praxisrelevanter KI-Technologien.

Die Smarter Ecommerce GmbH begegnet dieser Herausforderung durch kontinuierliche Innovation und die Weiterentwicklung ihrer Software-Tools. Ergänzt wird dies durch spezialisierte Fachkräftedienstleistungen, die sicherstellen, dass die Kunden optimal betreut werden und die bestmöglichen Ergebnisse erzielen.

Makroökonomische Risiken

Die weiteren wirtschaftlichen Auswirkungen der aktuellen makroökonomischen Entwicklungen bleiben schwer vorhersehbar. Insbesondere der Einfluss von wirtschaftlichen und politischen Entwicklungen auf das Konsumverhalten und die Haushaltseinkommen sind weiterhin mit hoher Unsicherheit behaftet und können nicht quantifiziert werden.

3. Bericht über die Forschung und Entwicklung

In den Vorjahren erfolgte von den Eigentümern eine sehr starke Forcierung von Investitionen im Bereich Forschung und Entwicklung. Im Geschäftsjahr 2025 wurden abermals hohe Investitionen in Forschung und Entwicklung getätigt, wenngleich nicht in demselben Ausmaß wie in den forschungsintensiven Vorjahren.

Mit einer Forschungsquote von 11,6 % bezogen auf die Umsatzerlöse wurden signifikante Aufwendungen in Forschung und Entwicklung (TEUR 2.051) investiert (TEUR 2.436 im Geschäftsjahr 2024).

Die permanente technische Weiterentwicklung und ständige Erweiterung des Produktportfolios bzw. Schaffung von neuen Produktfeatures ermöglicht der Smarter Ecommerce GmbH rasch auf neue Kunden- und Marktanforderungen zu reagieren.

Die große Relevanz des Bereichs Forschung & Entwicklung spiegelt sich auch in der Personalstruktur der Smarter Ecommerce GmbH wider. So waren im Geschäftsjahr 2025 13,2 Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen (Vollzeitäquivalente) in Forschung & Entwicklung tätig. Dies entspricht einem Anteil von 13,4 % am Gesamtpersonal.

Die für F&E aufgewendeten Personalkosten beliefen sich im Jahr 2025 auf 8,6 % der Umsatzerlöse (11,9 % im Vergleichszeitraum des Vorjahres).

Linz, am 08.04.2026



Mag. Jan Radanitsch



DI Christian Gorbach



Mag. Christian Scharmüller



Mag. Marcel Verhofnik