LAGEBERICHT 2025

Geschäftsverlauf und wirtschaftliche Lage

Die Gesellschaft ist Teil eines internationalen Konzerns. Unser Geschäftsmodell basiert auf Werbeleistungen, die darin bestehen, die Besucher unserer Webseiten und Online-Plattformen zu unseren Partnern weiterzuleiten. Die Geschäftstätigkeit erstreckt sich auf den DACH-Raum, Brasilien und Spanien. Bola und unsere Konzernmutter Better Collective operieren in einer sehr dynamischen Branche, die von regulatorischen Anpassungen und einer sich rasant ändernden Entwicklung bei den Traffic-Quellen wie Google und den Social-Media-Plattformen geprägt wird.

Das Geschäftsjahr 2025 war von einem außerordentlich herausfordernden Marktumfeld geprägt. In sämtlichen Kernmärkten kam es zu signifikanten Umsatzrückgängen. Im brasilianischen Markt verringerte sich der Umsatz gegenüber dem Vorjahr um rund 59 %, im DACH-Raum um etwa 25 % und im spanischen Markt um rund 19 %. Diese Entwicklung führte insgesamt zu einem deutlichen Rückgang der Umsatzerlöse der Gesellschaft von 37,8%.

Die Ursachen für diese Entwicklung sind vielfältig und teilweise struktureller Natur. In Brasilien wirkte sich wie erwartet die mit Jänner 2025 in Kraft getretene Regulierung des iGaming-Marktes gravierend aus. Diese brachte erhebliche Einschränkungen für Anbieter und Spieler sowie zusätzlich hohe steuerliche Belastungen mit sich. Wir arbeiten nur mit lizenzierten Anbietern zusammen, es gibt jedoch nach wie vor viele nicht-lizenzierte Anbieter in Brasilien, die über einen großen Marktanteil verfügen. Darüber hinaus kommt es in diesem Markt auch zu einer Wettbewerbssituation innerhalb des Konzerns, da mehrere Konzerngesellschaften mit ähnlichen Angeboten dieselben Zielgruppen ansprechen.

In allen Märkten verschärfte sich der Wettbewerbsdruck durch den zunehmenden Einsatz von Künstlicher Intelligenz. Das Konsumentenverhalten änderte sich spürbar, da Nutzer vermehrt KI-basierte Informations- und Suchangebote verwendeten. Zusätzlich führten wiederholte Algorithmus-Updates von Suchmaschinen zu einer geringeren Sichtbarkeit der Websites der Gesellschaft. Ein weiterer belastender Faktor war die Entwicklung der Suchergebnisse bei Google, bei denen KI-generierte Inhalte sowie bezahlte Anzeigen zunehmend vor organischen Suchergebnissen angezeigt werden. Dies wirkte sich negativ auf die Reichweite und die organische Nutzerakquisition aus.

In der DACH-Region verlief die Geschäftsentwicklung für ein Jahr ohne Fußball-Großereignis stabil. Jedoch bescherten uns die stark reduzierten Marketingausgaben eines wichtigsten Partners große Umsatzeinbußen. Der Grund dieser Reduktion liegt in den Risiken, die Anbieter im Zusammenhang mit Spielerklagen treffen. Auf dem spanischen Markt spielten die Bonusangebote der Anbieter historisch eine große Rolle für unseren Umsatz. Durch die Anzeige der Bonuscodes in der sogenannten ‚AI-Overview', die vor allen anderen Google-Suchergebnissen erscheint, kommen Besucher nicht mehr auf unsere Website, wenn sie nach diesen Bonuscodes suchen, sondern kopieren diese direkt aus der AI-

Overview. Zudem verloren in der Vergangenheit eingegangene Medienpartnerschaften aufgrund geänderter Richtlinien von Google zunehmend an wirtschaftlicher Sinnhaftigkeit.

Die allgemeine wirtschaftliche Unsicherheit in den bearbeiteten Ländern und Märkten und auch, dass es im Jahr 2025 keine sportlichen Großereignisse im Fußball gab, wirkten sich dämpfend auf die Investitionsbereitschaft und Nachfrage unser Geschäftspartner aus.

Finanzielle Leistungsindikatoren

Die beschriebenen Umsatzrückgänge führten im Geschäftsjahr 2025 wie erwartet zu einer deutlich geringeren Profitabilität in absoluten Zahlen. Durch umfassende konzernweite Umstrukturierungs- und Kostensenkungsmaßnahmen konnte gegengesteuert werden. Dazu zählten insbesondere die starke Reduktion der Mitarbeiteranzahl, die deutliche Einschränkung des Content-Umfangs auf den Webseiten sowie bei Videos und Social-Media-Kanälen, Einsparungen bei Werbeausgaben und die Fokussierung auf wirtschaftlich relevante Aktivitäten.

Infolge dieser Maßnahmen konnte die Umsatzrentabilität verbessert werden und liegt nun bei 60,0% gegenüber 58,9% im Vorjahr. Auf Basis des erheblichen Umsatzrückgangs, zeigt dies die erhöhte Kostendisziplin und die verbesserte operative Effizienz der Gesellschaft.

Der Netto-Geldfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit blieb aufgrund der rückläufigen Umsätze unter dem Vorjahresniveau, konnte jedoch stabil gehalten werden. Die Liquiditätslage der Gesellschaft war im Geschäftsjahr jederzeit gesichert.

Nicht finanziellen Leistungsindikatoren

Die im Vorjahr begonnene Umstrukturierung wurde angesichts der geplanten Regulierung und den Unsicherheiten hinsichtlich der Entwicklungen auf den Märkten fortgesetzt. Die Anzahl der Mitarbeitenden ist von 27,5 per Ende Dezember 2024 auf 16,6 per Ende Dezember 2025 gesunken.

Bericht über die voraussichtliche Entwicklung

Für das Geschäftsjahr 2026 wird von einem weiterhin anspruchsvollen Marktumfeld ausgegangen. Positiv zu bewerten ist jedoch die im Juni/Juli 2026 stattfindende Fußball-Weltmeisterschaft, von der positive Umsatzimpulse zu erwarten sind.

Auf Konzernebene wurden im Jahr 2025 mehrere strategische Initiativen vorangetrieben, darunter insbesondere Programme zur Vereinfachung von Prozessen („simplify operations“), zur Skalierung bewährter Vorgehensweisen („scale best practices“) sowie zur klaren Priorisierung von Ressourcen und Aktivitäten („prioritization of efforts“). Ergänzend dazu wurden innovative Produkte und technologische Weiterentwicklungen eingeführt, deren positive Effekte sich in den kommenden Geschäftsjahren sukzessive zeigen sollen.

Wesentliche Risiken und Ungewissheiten

Die wesentlichen Risiken und Ungewissheiten entsprechen jenen des Geschäftsjahres 2025. Dazu zählen insbesondere regulatorische Änderungen in den bearbeiteten Märkten, technologische Entwicklungen im Bereich Künstlicher Intelligenz, Änderungen im Konsumentenverhalten, die Abhängigkeit von Suchmaschinenalgorithmen, der intensive Wettbewerbsdruck sowie makroökonomische Unsicherheiten. Auch konzerninterner Wettbewerb entsteht durch die Akquisitionen früherer Mitbewerber und deren online-Plattformen, da diese oft dieselben Zielgruppen am jeweiligen Markt ansprechen. Die große Abhängigkeit und Konzentration von Partnern und deren Marketingbudgets stellen weiterhin relevante Risiken dar.

Bericht über die Forschung und Entwicklung

Im Berichtsjahr wurden von der Gesellschaft keine Tätigkeiten im Bereich Forschung und Entwicklung durchgeführt.

Zweigniederlassungen

Die Gesellschaft verfügt über keine Zweigniederlassungen.

Sicherungsgeschäfte

Die Gesellschaft verfügt über keine derivativen Finanzinstrumente und hat im Geschäftsjahr keine Sicherungsgeschäfte abgeschlossen.

Wien, den 19. März 2026

Christian Kirk Rasmussen
Geschäftsführer

Simon Hovmand-Stilling
Geschäftsführer