Docusign Envelope ID: 1386221E-C5FC-829F-8370-3C17BAA20C02

Canva Austria GmbH

Wien, FN 544730z · 31. Dezember 2025

Lagebericht für das Geschäftsjahr 2025

1. Bericht über den Geschäftsverlauf und die wirtschaftliche Lage

Beschreibung des Geschäfts

Die Canva Austria GmbH („Canva Austria") ist ein weltweit tätiger Anbieter von Softwareprodukten zur Automatisierung der Foto- und Videobearbeitung mittels künstlicher Intelligenz und maschinellem Lernen, deren wichtigste Märkte die Vereinigten Staaten von Amerika, Brasilien, die Europäische Union, das Vereinigte Königreich, Japan und Korea sind. Die Leistungen des Unternehmens konzentrieren sich auf die automatisierte Entfernung von Hintergründen von Fotos und Videos.

Im Februar 2025 wurde die oberste Muttergesellschaft, die Canva Inc. (mit Sitz in Camden, Delaware, USA), einer rechtlichen Umstrukturierung unterzogen und eine neue oberste Muttergesellschaft, ebenfalls in Delaware eingetragen, unter dem Namen Canva Inc. (die „neue oberste Muttergesellschaft") gegründet. Die bisherige oberste Muttergesellschaft des Unternehmens hat ihren Sitz nach Australien verlegt und wurde in Canva Australia Holdings Pty Ltd („CAHPL") mit Sitz in 110 Kippax Street, Surry Hills, New South Wales, Australien, umbenannt. Die Canva Austria GmbH hat keine Tochtergesellschaften oder Zweigniederlassungen.

Die Bilanzzahlen der Canva Austria und somit dieser Lagebericht spiegeln das Geschäft des österreichischen Unternehmens unabhängig von seiner Muttergesellschaft wider.

Für den Großteil des Geschäftsjahres 2025 umfasste das Leistungsangebot drei Produktanwendungen, bis unscreen.com und designify.com im Dezember 2025 eingestellt wurden (siehe unten):

- **www.remove.bg** ist ein Webdienst, der mithilfe künstlicher Intelligenz automatisch den Hintergrund von Bildern entfernt. Die Anwendung ist schnell und einfach zu bedienen und kann Ergebnisse innerhalb von Sekunden erzeugen. Zur Nutzung wird ein Foto auf die Website hochgeladen. Der Dienst erkennt und entfernt den Hintergrund automatisch, sodass eine transparente PNG-Datei entsteht, die für vielfältige Zwecke verwendet werden kann, beispielsweise für Designprojekte, Marketingaktivitäten und Online-Inhalte.
- **www.unscreen.com** war ein Webdienst, der es Nutzern ermöglichte, den Hintergrund von Videos zu entfernen. Die Anwendung war schnell und einfach zu bedienen und konnte Videos innerhalb weniger Minuten verarbeiten. Zur Nutzung wurde ein Video auf die Website hochgeladen. Der Dienst erkannte und entfernte den Hintergrund automatisch und erzeugte so ein Video, das nur die Vordergrundelemente enthielt. Das Ergebnis eignete sich für vielfältige Zwecke, beispielsweise zur Erstellung von Inhalten für soziale Medien. Diese Produktanwendung wurde im Dezember 2025 eingestellt.
- **www.designify.com** bot eine Vielzahl von Designoptionen, die auf die Massenbearbeitung von Bildern ausgerichtet waren. Zur Nutzung wurde ein Foto auf die Website hochgeladen. Der KI-basierte Dienst schlug automatisch passende Designs vor, die manuell weiterbearbeitet werden konnten. Jedes Design konnte automatisch auf eine Reihe weiterer Bilder angewendet werden. Mit dieser Funktionalität war der Dienst speziell auf die Bedürfnisse des allgemeinen E-Commerce und der Automobilbranche ausgerichtet. Diese Produktanwendung wurde im Dezember 2025 eingestellt.

Docusign Envelope ID: 1386221E-C5FC-829F-8370-3C17BAA20C02

Generell kann zwischen zwei Vertriebskanälen unterschieden werden, über die die oben beschriebenen Produkte den Kunden zur Verfügung gestellt wurden. Diese definieren zugleich die beiden Vertriebssegmente von Canva Austria:

- Im Segment Self-Service greifen Kunden (in erster Linie Endverbraucher, Einzelunternehmer, Designer und Grafiker) über die Produktwebsites auf die jeweiligen Anwendungen zu, entweder durch den Kauf einzelner Credits (PAYG: Pay As You Go) oder durch monatliche oder jährliche Abonnements.
- Im Segment Enterprise werden die Produkte Firmenkunden — überwiegend in Form von Jahresabonnements — durch Inbound- und Outbound-Aktivitäten des Sales & Success-Teams von Canva Austria zugänglich gemacht. Die wichtigsten Branchen in diesem Segment sind E-Commerce, die Automobilbranche (Gebrauchtwagen) und die Fotografie.

Darüber hinaus sind die Software zur automatischen Entfernen von Bild- und Videohintergründen sowie das Design-Erstellungstool in die digitale WorksuiteArbeits Suite von Canva (www.canva.com) eingebettet (www.canva.com). Zudem erzielt Canva Austria (CAT) Erlöse von Canva Pty Ltd. (CPL) für die Nutzung der RemoveBG- und Unscreen-Tools von CAT auf Click-per-Use-Basis.

Des Weiteren erbringen Mitarbeiter der Canva Austria, insbesondere in der Abteilung im Bereich Engineering, Dienstleistungen für verbundene Unternehmen der Konzerngruppe. Diese Dienstleistungen umfassen sowohl Teilzeit- als auch Vollzeittätigkeiten bei der Canva Pty Ltd und spielen eine entscheidende Rolle bei der unternehmerischen Einheit der Canva-Gruppe. Diese Leistungen tragen maßgeblich zur Unterstützung und Weiterentwicklung gemeinsamer Projekte innerhalb der Konzerngruppe bei. Diese Leistungen werden als konzerninterne Erlöse verrechnet. Sämtliche konzerninternen Erlöse werden zwischen den beteiligten Gesellschaften innerhalb der Gruppe vollständig in Übereinstimmung mit den geltenden gesetzlichen Bestimmungen verrechnet, um die Einhaltung sämtlicher steuerlicher und regulatorischer Anforderungen sicherzustellen.

Canva Austria nutzt Paddle.com als Merchant of Record (MoR). Diese Vereinbarung bietet mehrere Vorteile, darunter eine vereinfachte Zahlungsabwicklung und Steuer-Compliance sowie ein konsolidiertes Transaktionsmanagement. Ein wesentlicher Vorteil dieser Vereinbarung ist die globale Reichweite von Paddle, die Zahlungen in mehreren Währungen und Ländern unterstützt und dadurch die internationale Expansion erleichtert. Durch die Zentralisierung dieser Funktionen bei Paddle.com reduziert das Unternehmen seinen administrativen Aufwand und kann sich auf sein Kerngeschäft konzentrieren. Die Abhängigkeit von einem einzelnen MoR birgt jedoch gewisse Risiken, etwa mögliche Auswirkungen von Änderungen der Richtlinien oder Leistungen von Paddle.com, eine verringerte Kontrolle über das Kundenerlebnis und die Zahlungsabwicklung sowie eine potenzielle Anfälligkeit gegenüber operativen Herausforderungen bei Paddle. Canva Austria bewertet diese Vereinbarung fortlaufend, um sicherzustellen, dass sie weiterhin mit den operativen und strategischen Zielen des Unternehmens im Einklang steht.

Nach der Einstellung von unscreen.com und designify.com ist remove.bg nunmehr die einzige eigenständige Produktanwendung des Unternehmens, neben der weiter unten erwähnten Funktionalität zur Hintergrundentfernung und Design-Erstellung, die in die umfassendere digitale Arbeits-Suite von Canva (www.canva.com) eingebettet ist.

Geschäftsentwicklung

Im Jahr 2025 verzeichnete Canva Austria eine deutliche Verbesserung der Profitabilität: Der Jahresüberschuss nach Steuern stieg im Jahresvergleich um nahezu 54 %, obwohl die ausgewiesenen Erlöse leicht rückläufig waren. Dies spiegelt die anhaltende Kostendisziplin des Unternehmens sowie die Reduktion des Aufwands für aktienbasierte Vergütungen wider, die durch das Ausscheiden bestimmter Mitarbeiter zu Beginn des Jahres bedingt war.

Neben den klassischen finanziellen Kennzahlen beobachtet Canva auch zentrale operative Kennzahlen, die üblicherweise von Software-as-a-Service-(SaaS-)Unternehmen und abonnementbasierten Geschäftsmodellen mit laufzeitgebundenen Kundenverträgen verwendet werden. Dazu zählen der Annualisierte Umsatz (Annualised Revenue, AR), der die wiederkehrende Erlösbasis widerspiegelt, sowie die monatlich aktiven Nutzer (Monthly Active Users, MAU), die das Nutzerengagement und die Reichweite der Plattform messen.

Docusign Envelope ID: 1386221E-C5FC-829F-8370-3C17BAA20C02

Der AR wird berechnet, indem wiederkehrende Abonnementerlöse mit einmaligen Pay-as-you-go-(PAYG-)Erlösen kombiniert und der Gesamtbetrag auf Basis der Leistung eines einzelnen Monats hochgerechnet wird. Dies liefert eine Schätzung der Erlöse, die das Unternehmen über ein volles Jahr erzielen würde, wenn die Aktivität dieses Monats beibehalten würde. Zum 31. Dezember 2025 betrug der AR von Canva Austria EUR 12,0 Mio. Die ausgewiesenen Erlöse von Drittkunden beliefen sich im Jahresverlauf auf insgesamt EUR 12,1 Mio. Einschließlich konzerninterner Erlöse in Höhe von EUR 22,6 Mio. betrugen die gesamten ausgewiesenen Erlöse EUR 34,7 Mio. Im Vergleich zum Vorjahr gingen die gesamten ausgewiesenen Erlöse sowohl aufgrund geringerer Erlöse von Drittkunden (-EUR 1,5 Mio.) als auch geringerer konzerninterner Erlöse (-EUR 3,3 Mio.) zurück.

Der MAU ist eine Kennzahl, die die Gesamtzahl der Nutzer angibt, die die Websites der Produktanwendungen innerhalb eines Kalendermonats besuchen, wobei jeder Nutzer pro Produktanwendung in diesem Zeitraum nur einmal gezählt wird. Im Jahr 2025 sank die Zahl der MAU um 1 %, von 34,1 Mio. auf 33,7 Mio., da unscreen.com und designify.com im Dezember 2025 eingestellt wurden.

Der Rückgang der Aufwendungen im Geschäftsjahr 2025 ist in erster Linie auf geringere Personalkosten zurückzuführen. Die Personalaufwendungen sanken um 38,5 % auf EUR 11,6 Mio. (2024: EUR 18,9 Mio.). Dies war vor allem auf die Reduktion des Aufwands für aktienbasierte Vergütungen zurückzuführen, die durch das Ausscheiden bestimmter Mitarbeiter und der Verfall von Aktien zu Beginn des Jahres bedingt war, verbunden mit einem Rückgang der durchschnittlichen Mitarbeiterzahl um 7,1 % auf 79 Mitarbeiter (2024: 85 Mitarbeiter). Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen stiegen um 21,5 % auf EUR 3,1 Mio. (2024: EUR 2,5 Mio.), vor allem aufgrund höherer unrealisierter Währungsverluste aus Forderungen und Verbindlichkeiten sowie einer im Jahr 2025 gebildeten Wertberichtigung für uneinbringliche Forderungen. Demgegenüber sank der Aufwand für zugekaufte Produktionsleistungen um 15 % auf EUR 2,2 Mio. (2024: EUR 2,6 Mio.), was anhaltende Produkteffizienzen widerspiegelt. Wie in der Branche üblich, entfiel der Großteil dieser Kosten auf Hosting-Aufwendungen.

Insgesamt ergab sich daraus ein Ergebnis vor Steuern von EUR 18,5 Mio., ein Anstieg um 20,2 % gegenüber dem Vorjahr (2024: EUR 15,4 Mio.).

Die Bilanzsumme stieg im Vergleich zum Vorjahr um EUR 6,4 Mio. auf EUR 73,1 Mio. (2024: EUR 65,7 Mio.). Haupttreiber dieses Anstiegs war eine Zunahme der Bankguthaben um EUR 18,2 Mio. auf EUR 62,3 Mio., die den Ausgleich konzerninterner Forderungen im Jahresverlauf widerspiegelt. Die Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen sanken im gleichen Zeitraum um EUR 11,5 Mio. auf EUR 7,8 Mio., während die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen um EUR 3,2 Mio. auf EUR 3,4 Mio. zurückgingen.

Das Eigenkapital stieg um EUR 12,6 Mio. auf EUR 64,6 Mio. (2024: EUR 52,0 Mio.), vor allem getrieben durch den Jahresüberschuss von EUR 14,9 Mio. Die nicht gebundenen Kapitalrücklagen sanken um EUR 2,4 Mio. auf EUR 48,9 Mio., was ein geringeres Volumen der von der Muttergesellschaft Canva Inc. im Jahr 2025 gewährten Aktienoptionen im Vergleich zum außergewöhnlich hohen Gewährungsvolumen im Jahr 2024 widerspiegelt, zusammen mit Optionsausübungen und -verfällen im Jahresverlauf.

Docusign Envelope ID: 1386221E-C5FC-829F-8370-3C17BAA20C02

Wesentliche finanzielle Leistungskennzahlen

Die relevanten finanziellen Kennzahlen für das am 31. Dezember 2025 endende Geschäftsjahr sind:

	Einheit	2025	2024
Monatlich aktive Nutzer (MAU)	T	33.697	34.149
Annualisierter Umsatz (AR)	T€	12.039	12.182
Umsatz	T€	36.652	39.451
EBITDA	T€	18.612	15.507
EBITDA-Marge	%	54	39
EBIT	T€	18.333	15.339
EBIT-Marge	%	53	39
Jahresüberschuss nach Steuern	T€	14,934	9.716
Personalaufwand	T€	11.645	18.927
Mitarbeiter (Jahresdurchschnitt)	Anzahl	80	85
Personalkosten je Mitarbeiter	T€	146	223
Eigenkapitalquote	%	88	79
Eigenkapitalrendite	%	23	19
Verschuldungsgrad	%	12	21

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

Bericht über die voraussichtliche Entwicklung

Im Jahr 2025 setzte Canva Austria seine tiefe Integration in die Prozesse der Canva-Gruppe fort und straffte gleichzeitig sein Produktportfolio durch die Einstellung von unscreen.com und designify.com im Dezember 2025. Diese strategische Ausrichtung ermöglichte es dem Unternehmen, Skaleneffekte bei gemeinsamen Ausgaben zu nutzen, und förderte eine umfassende Zusammenarbeit über verschiedene Funktionsbereiche hinweg, darunter Operations, Finanzen, Human Resources, Marketing, Vertrieb und Kundenservice. Canva Austria wird, insbesondere im Bereich Engineering, zunehmend zu einem wichtigen Bestandteil der Canva-Gruppe und positioniert sich als deren KI-(künstliche Intelligenz-)Hub.

Mit Blick auf die Zukunft stellt eine tiefere Integration in die Canva-Gruppe eine bedeutende Chance für Canva Austria dar. Der strategische Fokus auf die Entwicklung von Produkten, die sich nahtlos in das zentrale Angebot der Canva-Gruppe einfügen, ermöglicht es dem Unternehmen, von Synergien innerhalb der Gruppe zu profitieren. Diese Ausrichtung bietet die Möglichkeit, bedeutende Fortschritte zu erzielen und die Ressourcenallokation zu optimieren. Die enge Zusammenarbeit innerhalb der Gruppe fördert nicht nur die Innovationskraft und die Effizienz der entwickelten Lösungen, sondern stärkt auch die Marktposition von Canva Austria und unterstützt die nachhaltige Weiterentwicklung des Unternehmens.

Für die Zukunft wird ein anhaltendes Wachstum der wesentlichen Leistungskennzahlen erwartet, insbesondere im Hinblick auf die Erlöse von verbundenen Unternehmen.

Wesentliche Risiken und Unsicherheiten

Makroökonomisches Risiko

Konjunkturelle Entwicklungen wirken sich auf die Nachfrage nach den Produkten von Canva Austria und damit auf die finanziellen Ziele des Unternehmens aus. Das makroökonomische Risiko wird durch eine breit diversifizierte Kundenbasis und eine Vielzahl geografischer Märkte reduziert. Eine starke Abhängigkeit von einzelnen Branchen oder Regionen besteht daher kaum. Die vorherrschenden saisonalen Faktoren, die die Nachfrage beeinflussen, werden in der Planung generell berücksichtigt.

Docusign Envelope ID: 1386221E-C5FC-829F-8370-3C17BAA20C02

Branchenrisiko

Technologischer Fortschritt und neue Marktteilnehmer sind bestimmende Faktoren im SaaS-Umfeld im Allgemeinen und in der Foto- und Videobearbeitung im Besonderen. Faktoren wie fortschrittliche KI, ein umfangreicher Pool an Trainingsdaten und ein ausgereiftes Kundensupport-Management positionieren die Produkte von Canva Austria im Premiumsegment der Branche. In diesem Segment setzt das Unternehmen auf höchste Qualität bei der Bildausgabe und im Kundenservice, um sich von der Konkurrenz abzuheben und Nachahmung zu erschweren. Zu beachten ist auch, dass das starke Wachstum des Marktes für künstliche Intelligenz insgesamt zu einem deutlichen Anstieg der Wettbewerberzahl in der Branche geführt hat, was die Wettbewerbsdynamik und den Innovationsdruck weiter verstärkt.

Rechtliches Risiko

Als Softwareunternehmen ist Canva Austria verschiedenen rechtlichen Risiken ausgesetzt, insbesondere in den Bereichen geistiges Eigentum und Datenschutz. Neben dem konzerninternen Know-how im internationalen Recht greift Canva Austria regelmäßig auf externe Rechtsberatung zurück, um speziell für Österreich relevante Aspekte abzudecken.

Finanzielles Risiko

Neben den operativen Risiken aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit, insbesondere Marktrisiken, ist das Unternehmen verschiedenen finanziellen Risiken ausgesetzt. Dazu zählen in erster Linie Währungs- und Liquiditätsrisiken. Das Währungsrisiko wird aufgrund der ausgewogenen internationalen Struktur des operativen Geschäfts weitgehend natürlich abgesichert. Dem Währungsrisiko, das sich aus den hohen Erlösen von Canva Austria in Fremdwährungen (insbesondere USD) ergibt, wird durch verschiedene Maßnahmen begegnet, die darauf abzielen, den Bedarf zur Konvertierung von Zahlungsmittelreserven zu reduzieren.

Um Liquiditätsrisiken frühzeitig zu erkennen, werden monatliche Cashflow-Überprüfungen durchgeführt, bei denen die Fälligkeitsprofile finanzieller Vermögenswerte und Verbindlichkeiten abgeglichen werden. Canva Austria hält keine derivativen Finanzinstrumente und unterhält keine laufenden Finanzierungsvereinbarungen mit Banken.

3. Forschung und Entwicklung

Unsere Forschungs- und Entwicklungsabteilung ist in erster Linie für die Konzeption, Entwicklung und das Testen unserer Produkte sowie für die Weiterentwicklung der Plattform verantwortlich. Mehr als 50 % der Mitarbeiter von Canva Austria arbeiten an diesen Themen, die meisten von ihnen als Softwareingenieure mit Spezialisierung auf künstliche Intelligenz und maschinelles Lernen. Die Aufwendungen im Geschäftsjahr liegen im niedrigen zweistelligen Millionenbereich.

Wien, am 29. September 2026

Signed by: ..... Todd Carpenter	Signed by: ..... Duncan Anthony Ernest Clark