Ankünder GmbH

Lagebericht für das Geschäftsjahr 2024

Zur Offenlegung gekürzt analog § 279 UGB

1. Bericht über den Geschäftsverlauf und die wirtschaftliche Lage

1.1 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Auch das Jahr 2024 startete mit unsicheren Marktprognosen. Teuerung, Nachfragerückgang und die insgesamt angespannte wirtschaftliche Lage beeinflussten die Werbeentscheidungen unserer Kund:innen. Da der Werbemarkt direkt von den gesamtwirtschaftlichen Entwicklungen abhängt, erfolgten Anfragen und Aufträge sehr kurzfristig. Die Nachfrage in der Außenwerbung performte jedoch von Beginn an positiv und der Ankünder konnte ein Wachstum erzielen.
Die Innovationsstrategie wurde weiter fortgeführt und es konnten im Segment DOOH (Digital Out of Home) wichtige Investitionen realisiert werden.

Die Entwicklung am Werbemarkt ist schwer zu prognostizieren und hängt von der Entwicklung der gesamten Wirtschaft ab. Dies gilt in ähnlichem Ausmaß auch für unsere inländischen Beteiligungen, wobei auch unsere Beteiligungen in Slowenien und Kroatien trotz Krise dank Kosteneinsparungen und Angebotsoptimierungen eine ausgezeichnete Performance abgeliefert haben.

1.2 Geschäftsverlauf und Geschäftsergebnis

Das Jahr diente vor allem im Bereich der Produktentwicklung als wichtiger Weichensteller: Projekte zu digitalen Buchungstools, Messmethoden für Leistungswerte in der Außenwerbung, das Etablieren von Indoor-DOOH-Flächen im drittgrößten Einkaufszentrum Österreichs oder von digitalen Services als Mehrwert für die Bevölkerung (Katastrophenwarnsystem in allen digitalen OOH-Flächen) konnten gestartet oder umgesetzt werden. Dieses Engagement begründet sich in der Tatsache, dass vor allem der DOOH-Bereich DER Wachstumstreiber im Portfolio ist.

Der Ankünder verfolgte darüber hinaus weiterhin seine offensive Strategie im Ausbau der Stadtmöblierung und im Kontakt mit und Service für Kund:innen, um negative Marktentwicklungen besser abfedern zu können. Diese Kombination, sowie die regionale Nähe und das Vertrauen in unsere zahlreichen unterschiedlichen Werbemedien haben sowohl beim Ankünder als auch in den Beteiligungsunternehmen im In- und Ausland neuerlich für eine sehr gute Performance gesorgt.

Das **Ergebnis vor Steuern** betrug im abgelaufenen Geschäftsjahr 2024 € 9.650 TSD (2023: € 9.984 TSD).

Die **sonstigen betrieblichen Erträge** sind im Jahr 2024 auf € 383 TSD (2023: € 80 TSD) gestiegen.

Der **Personalaufwand** ist im Jahr 2024 auf € 4.152 TSD gestiegen (2023: € 3.863 TSD).

Die **planmäßigen Abschreibungen** erreichten 2024 € 619 TSD (2023: € 541 TSD). Im Jahr 2024 wurden € 827 TSD in das immaterielle und das Sachanlagevermögen investiert (2023: € 448 TSD).

Die **sonstigen betrieblichen Aufwendungen** sind von € 3.191 TSD (2023) auf € 3.552 TSD gestiegen.

Das **Finanzergebnis** erreichte im Geschäftsjahr 2024 € 5.299 TSD (2023: € 6.696 TSD). Die darin enthaltenen **Erträge aus Beteiligungen** an den in- und ausländischen Tochtergesellschaften beliefen sich dabei auf € 4.522 TSD (2023: € 5.323 TSD).

1.3 Betriebswirtschaftliche Kennzahlen[1]

1.3.1 Ertragslage

a) **Ergebnis vor Zinsen und Steuern** (Earnings before Interest and Tax – EBIT, ohne Berücksichtigung von Zinserträgen)

in T€	2024	2023
Ergebnis vor Steuern	9.650	9.984
+ Zinsen und ähnliche Aufwendungen	26	12
= **EBIT**	**9.676**	**9.996**

Das EBIT liegt um € 320 TSD unter dem des Vorjahres. Der Finanzerfolg ist um € 1.397 TSD gesunken (in 2023 waren € 929 TSD Erträge aus der Zuschreibung zu Finanzanlagen – Beteiligung Slowenien – enthalten. Außerdem war die Gewinnausschüttung der Progress GmbH in 2023 um € 973 TSD höher als in 2024 (es wurden die Jahre 2020 und 2022 ausgeschüttet)). Der Betriebserfolg ist vor allem auf Grund des gesteigerten Umsatzes um € 1.063 TSD gestiegen.

[1] Bei der Interpretation dieser Kennzahlen ist zu berücksichtigen, dass deren Aussagekraft durch die jährliche Ergebnisabfuhrverpflichtung zum Teil eingeschränkt ist.

b) **Eigenkapitalrentabilität** (Verhältnis EGT zu durchschnittlichem Eigenkapital)

in T€	2024	2023
Ergebnis vor Steuern	9.650	9.984
/ durchschnittliches Eigenkapital	32.988	32.988
= **Eigenkapitalrentabilität in %**	**29,3**	**30,3**

Das durchschnittliche Eigenkapital ist gegenüber 2023 gleichgeblieben, das gesunkene Ergebnis führt allerdings zu einer niedrigeren Eigenkapitalrentabilität.

c) **Gesamtkapitalrentabilität** (Verhältnis EBIT zu durchschnittlichem Gesamtkapital)

in T€	2024	2023
EBIT	9.676	9.996
/ durchschnittliches Gesamtkapital	48.472	47.630
= **Gesamtkapitalrentabilität in %**	**20,0**	**21,0**

Die Verringerung im EBIT führt bei gestiegenem durchschnittlichen Gesamtkapital zu einer Gesamtkapitalrentabilität von 20%.

1.3.2 Vermögens- und Finanzlage

a) **Nettoverschuldung** (Net Debt)
Die Nettoverschuldung ergibt sich als Saldo des verzinslichen Fremdkapitals und der flüssigen Mittel.

in T€	2024	2023
Verbindlichkeiten verb. Unternehmen	0	0
+ Rückstellungen für Abfertigungen	660	764
+ Rückstellungen für Pensionen	0	314
+ Rückstellungen für Jubiläumsgelder	303	319
= **verzinsliches Fremdkapital**	**963**	**1.397**

in T€	2024	2023
verzinsliches Fremdkapital	963	1.397
- flüssige Mittel (inkl. WP des Anlagevermögens)	-1.638	-936
= **Nettoverschuldung**	**-675**	**461**

Zum Stichtag lag der Stand der flüssigen Mittel um 75% über dem des Vorjahres. In Verbindung mit einem um € 434 TSD gesunkenem verzinslichen Fremdkapital (vor allem durch Auflösung der Pensionsrückstellungen) ergibt sich eine negative Nettoverschuldung.

b) **Nettoumlaufvermögen** (Working Capital)
Das Nettoumlaufvermögen ergibt sich als Differenz des kurzfristigen Umlaufvermögens und des kurzfristigen Fremdkapitals.

in T€	2024	2023
Umlaufvermögen	23.922	23.839
- langfristiges Umlaufvermögen	0	0
= kurzfristiges Umlaufvermögen	23.922	23.839
- kurzfristiges Fremdkapital	-14.199	-14.403
= **Nettoumlaufvermögen**	**9.723**	**9.437**

Das Umlaufvermögen ist um € 82 TSD gestiegen, das kurzfristige Fremdkapital um € 204 TSD gesunken. In Summe ergibt sich ein Nettoumlaufvermögen, das um 3% über dem des Jahres 2023 liegt.

c) **Eigenkapitalquote** (Anteil des Eigenkapitals am Gesamtkapital)
Die Eigenkapitalquote zeigt an, in welchem Ausmaß (gerechnet zu Buchwerten) sich der Eigentümer selbst am Risiko und an der Finanzierung des Unternehmens beteiligt.

in T€	2024	2023
durchschn. Eigenkapital	32.988	32.988
/ durchschn. Gesamtkapital	48.472	47.630
= **Eigenkapitalquote in %**	**68,1**	**69,3**

Die Eigenkapitalquote liegt um 1,2 Prozentpunkte unter der des Jahres 2023.

d) **Nettoverschuldungsgrad** (Gearing)
Der Nettoverschuldungsgrad entspricht dem Verhältnis der Nettoverschuldung zum Eigenkapital.

in T€	2024	2023
Nettoverschuldung	-675	461
/ durchschnittliches Eigenkapital	32.988	32.988
= **Nettoverschuldung in %**	**-2,0**	**1,4**

Die negative Nettoverschuldung führt in 2024 zu einer negativen Nettoverschuldung bei gleich gebliebenen durchschnittlichen Eigenkapital.

1.3.3 Geldflussrechnung gemäß AFRAC 36

in T€	2024	2023
Nettogeldfluss aus laufender Geschäftstätigkeit	6.284	5.504
+ Nettogeldfluss aus der Investitionstätigkeit	4.416	2.380
+ Nettogeldfluss aus der Finanzierungstätigkeit	-10.010	-7.696
= **zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestandes**	**690**	**189**

2. Forschung und Entwicklung

Im Jahr 2024 wurden keine Ausgaben für den Bereich Forschung und Entwicklung getätigt.

3. Zweigniederlassungen

Das Unternehmen betreibt keine Zweigniederlassungen.

4. Nachtragsbericht

Nach Ablauf des Geschäftsjahres gab es keine Vorkommnisse von besonderer Bedeutung.

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

Die vorsichtige Haltung gegenüber Prognosen am Werbemarkt wird aufgrund der insgesamt angespannten wirtschaftliche Lage beibehalten. Die Planungssicherheit ist mittlerweile auf eine extrem kurzfristige Zeitspanne reduziert, da die gesamtwirtschaftlich volatile Lage den Werbemarkt und das Verhalten der Betriebe direkt beeinflusst. Trotz dieser allgemeinen Situation erwarten wir dennoch, dass der Anteil der Außenwerbung, nicht zuletzt aufgrund des Wachstums im Digital Media Bereich und der Entwicklung von Innovationen, zu halten sein wird.

Aufgrund der unsicheren Lage müssen strategische Entscheidungen laufend neu bewertet werden. Der Ankünder begegnet dieser Herausforderung marktseitig durch die Analyse neuer Umsatzpotentiale, die intensive Vernetzung mit Kund:innen und die Nutzung von Synergien mit seinen nationalen Partner:innen. Aufgrund der positiven internationalen Prognosen im OOH-Bereich setzt der Ankünder langfristig auf eine breite Ausrichtung des Produktportfolios und investiert offensiv in die Erweiterung der DOOH-Netze, da hier das größte Wachstumspotential sowohl Nachfrage-seitig als auch Ergebnis-seitig besteht.

Die Marktsituation in Slowenien und Kroatien ist ähnlich wie in Österreich.

Um das Unternehmen krisenresistent zu führen, wird weiter Augenmerk auf strukturelle Optimierungen gelegt. Ein weiterer Fokus liegt auf der intensiven Pflege von Kund:innenbeziehungen sowie die strategische Vernetzung mit nationalen Partner:innen um im intermedialen Wettbewerb wachsen zu können. Intermedial kann der Ankünder seine Bedeutung in den Werbeplänen durch wettbewerbsfähige Leistungswerte sowie Produktinnovationen im öffentlichen Raum behaupten.

Graz, am 13. Februar 2025

Mag. Dieter Weber

Mag. Bernd Schönegger

Geschäftsführer