LAGEBERICHT FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2024/2025 (01.04.24 - 31.03.25)

1. Geschäftsverlauf und Lage des Unternehmens

Der Gesamtumsatz des österreichischen Musikmarktes betrug im Kalenderjahr 2024 € 254 Mio. (Basis: IFPI). Im Vergleich zum Kalenderjahr 2023 bedeutet dies einen Anstieg von +7,0%. Musik-Streaming ist in 2024 mit einem Umsatzanteil von gut 73% vom gesamten Markt die dominierende Konsumform von Musik in Österreich. In 2024 wurden 185,8 Mio € Umsatz durch Streaming erzielt. Dies bedeutet ein sowohl deutliches als auch nachhaltiges Wachstum gegenüber 2023 von 10,9%. Die gestreamten Songs in Österreich erreichten einen neuen Rekord mit 21,1 Milliarden Song Streams.

Der physische Tonträgermarkt besetzt mittlerweile nur noch eine Nische im Gesamtmarkt (€ 28,7 Mio. von € 254,0 Mio., IFPI). Das Wachstum der Vinyl hat sich gegenüber den letzten Jahren mit +6,5% gegenüber 2023 abgeschwächt (im letzten Jahr waren es noch +16 %). Mit 13,1 Mio € Umsatz in 2024 erreicht die Vinyl mittlerweile rund 45% aller physischen Verkäufe und kann den deutlichen Rückgang an CD- und DVD Verkäufen (-18,5% & -21,0%) gegenüber dem Jahr 2023 nur zu einem geringen Teil kompensieren.

Erfreulich ist auch die nachhaltig positive Entwicklung bei den LSG Einnahmen (+2,5% vs 2023), die für die Gesellschaft eine weitere wichtige Umsatzquelle darstellen.

Zur Entwicklung des österreichischen Musikmarktes ein Statement von Franz Medwenitsch, Geschäftsführer des Verbands der österreichischen Musikwirtschaft (Basis IFPI Musikmarkt 2024):

»Der österreichische Musikmarkt blieb auch im Vorjahr dank Streaming und Vinyl-Umsätzen auf Wachstumskurs und knackte erstmals die Viertelmilliarde-Euro Umsatzgrenze.«

Die Umsatzentwicklung der Sony Music Austria im Berichtsjahr 2024/25 entwickelte sich insgesamt knapp positiv. Die Umsatzerlöse in Höhe von EUR 26.073.353 lagen minimal über dem Berichtsjahr 2023/24 (TEUR 25.928). Grund dafür war in erster Linie der Anstieg im Streaming und ein sehr starker Rückgang im physischen Geschäft.

Als Ausblick für das Geschäftsjahr 2025/26 bleibt festzuhalten, dass die Gesellschaft einen steigenden Gesamtumsatz erwartet, dank höherer Streaming Umsätze und einem weniger starken Rückgang im physischen Geschäft.

Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2024/25 von EUR 941.576 lag über dem des Vorjahres (TEUR 665). Grund dafür war im Wesentlichen dass die Bildung von Rückstellungen aufgrund der umfangreichen und bereits eingeleiteten Restrukturierungsmaßnahmen in der Gesellschaft grösstenteils bereits im Vorjahr gebildet wurden.

2. Wesentliche Risiken und Chancen

Die Chancen im Musikmarkt und damit auch der Gesellschaft liegen in der Nachhaltigkeit des Wachstums der Streaming–Umsätze. Historisch betrachtet, bedeutet die Entwicklung am Musikstreaming-Markt eine nie dagewesene Veränderungs-Dynamik für den gesamten Musikmarkt. Beflügelt wird das dynamische Wachstum am Streaming-Markt vor allem durch bezahlte Premium-Abos von Diensten wie Spotify, Amazon Unlimited, Apple Music und werbefinanzierten Videostreams wie YouTube/Vevo.

Durch den massiven Stellenabbau inklusive des New Business Verantwortlichen ist die Chance für sogenannte 360-Grad-Verträge mit Künstlern oder Marken, die eine Beteiligung an anderen Erlösquellen, wie dem Live-, Entertainment- und Agenturgeschäft ermöglichen deutlich zurückgegangen. Im Berichtsjahr 2024/25 konnte die Gesellschaft hier noch positive Entwicklungen verzeichnen.

Ferner führt die nachhaltig positive Entwicklung der LSG-Einnahmen auch zu einem Wachstum der Einnahmen der Gesellschaft und die Gesellschaft bewegt sich wieder in einem nachhaltig wachsendem Musikmarkt auch wenn sich das Wachstum stark abgeschwächt hat.

Durch die im Vorjahr eingeleiteten und im aktuellen Geschäftsjahr umgesetzten Restrukturierungen - vornehmlich im Personalbereich der Gesellschaft- wird sich die Kostensituation verbessern.

3. Voraussichtliche Entwicklung des Unternehmens

Durch fortschreitende konzerninterne Veränderungen werden sich für die Vermarktung der Rechte innerhalb der GSA Region (Deutschland, Schweiz, Österreich) weitere Wettbewerbsvorteile ergeben. Insbesondere durch die gemeinsame Geschäftsführerin für die Schweiz und Österreich, Juliette Born werden Synergien zwischen den Ländern gezielt in die Wachstumsstrategie eingebunden werden. So ergeben sich im sowohl im Marketing- als auch im Promotionsbereich spannende Zusammenarbeiten, die Effektivität und Effizienz der Marketing- und Promotionsaktivitäten steigern werden. Des Weiteren werden identifizierte Wachstumspotentiale im Kerngeschäft erschlossen wie beispielsweise das Etablieren und ein Forcieren von vorgenannten Streamingservices.

Für das Geschäftsjahr 2025/26 prognostiziert die Gesellschaft einen erneuten Anstieg des Gesamtmarktes. Basierend auf einer sehr guten internationalen Produktversorgung (der komplette Pink Floyd Katalog kam im laufenden Geschäftsjahr dazu und im nächsten Geschäftsjahr sollte dann gegen Ende desselben noch der komplette Katalog von Queen dazukommen) und des Ausbaus neuer Vertriebskanäle und Produktinitiativen erwartet die Gesellschaft eine Erhöhung des Marktanteils. Aufgrund der Realisierung von Einsparpotenzialen die im Vorjahr begonnen und im laufenden Geschäftsjahr größtenteils umgesetzt wurde, wird sich ferner die Kostenstruktur besser darstellen. Sony Music Austria geht von steigenden Umsatzerlösen aus. Für das Geschäftsjahr 2025/26 rechnet die Gesellschaft aus heutiger Sicht wieder mit einem positiven Ergebnis dank höherer Streamingumsätze,

einem weniger dramatischen Rückgang im physischen Geschäft und nicht zuletzt durch wieder steigende LSG Einnahmen.

4. Risikomanagement

Das Musikgeschäft ist prinzipiell sehr wechselhaft. Der Erfolg einzelner Künstler oder Genres kann schnell vergehen und das Aufspüren von Trends ist für viele Musiklabels überlebenswichtig. Sony Music deckt die gesamte Repertoirebreite des Marktes ab und stellt als zweitgrößtes Tonträgerunternehmen der Welt bzw. in Österreich selbst eine bedeutende Stellung im Markt dar. Daher können einzelne Misserfolge oder auslaufende Verträge mit einzelnen Künstlern das Ergebnis der Gesellschaft nicht wesentlich beeinflussen. Zudem greift Sony Music Austria auf den eigenen, vor allem aber, auf einen sehr breiten Künstlerstamm der weltweiten Schwestergesellschaften zurück.

Die Sony Music Austria ist im Rahmen ihrer gewöhnlichen Geschäftstätigkeit einer Vielzahl von Risiken ausgesetzt, die mit ihrem unternehmerischen Handeln verbunden sind. Zur Überwachung und Kontrolle wirtschaftlicher Risiken kommt dem Berichtswesen dabei eine wichtige Bedeutung zu. Die Einhaltung von Richtlinien zur Dokumentation und Kommunikation verschiedener Risikoszenarien dient als Grundlage zur Entwicklung und Initiierung von Maßnahmen zur Risikovermeidung, -reduzierung und -absicherung.

Das Risikomanagement ist Bestandteil des gesamten Planungs-, Steuerungs- und Berichterstattungsprozesses. So werden für das europäische Senior Management wöchentlich interne Berichte („weekly report“) erstellt, um frühzeitig über mögliche Risiken des operativen Geschäfts zu informieren. Im Rahmen monatlich stattfindender Business Review Meetings werden, gemeinsam mit dem Senior Management, mittelfristige und strategische Risikoszenarien analysiert und Maßnahmen zur Risikovermeidung und -absicherung initiiert. Diese Tätigkeiten werden laufend verbessert und ausgebaut.

Des Weiteren sollen konzernweit gültige Leitlinien, Richtlinien und Anleitungen einheitliches Vorgehen sicherstellen. Diese sind für alle Mitarbeiter verpflichtend und entsprechend einzuhalten. Das Risikomanagement und die Einhaltung interner Richtlinien werden durch regelmäßige interne Revisionen überprüft.

Mögliche Risiken aus Haftungsrisiken, Schadensfällen oder Forderungsausfällen sind über entsprechende Versicherungen abgesichert. Dabei erfolgt das Credit Controlling konzernintern durch eine eigenständige, vom operativen Geschäft der einzelnen Geschäftsbereiche unabhängige, Einheit bei der Sony Music Germany in München.

Risiken, die aus vielfältigen steuerlichen, wettbewerbs-, vertrags- und arbeitsrechtlichen Richtlinien und Gesetzen entstehen können, wird mit Hilfe interner Rechtsberatung oder durch Hinzuziehen von externen Experten begegnet.

5. Sonstige Angaben

Die Gesellschaft hat keine Zweigniederlassungen.

Es werden keine Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten durchgeführt.

Die Gesellschaft hält zum Bilanzstichtag keine derivativen Finanzinstrumente.

Wien, den 20. Jänner 2026

Die Geschäftsführung:

Juliette Born

Christoph Behm

Julie Greifer Swidler