Docusign Envelope ID: 9F44819E-DC15-8E43-80E2-5AA72B8FFA1F

LAGEBERICHT

zum Jahresabschluss zum 31.12.2025

1. Berichte über den Geschäftsverlauf und die wirtschaftliche Lage

1.1. Überblick zur Konjunktur und zur Branche

Die österreichische Wirtschaft kehrte im Jahr 2025 nach zwei Rezessionsjahren (2023 und 2024) wieder auf einen moderaten Wachstumspfad zurück. Laut vorläufigen Ergebnissen der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen stieg das reale Bruttoinlandsprodukt (BIP) 2025 um 0,6 % (Quelle: Wirtschaftsleistung 2025 um 0,6 % gewachsen, Statistik Austria, Pressemitteilung vom 05.03.2026). Im Vergleich dazu erhöhte sich das reale BIP der Europäischen Union im Jahr 2025 um 1,5 % (Quelle: EU's gross domestic product up by 1.5% in 2025, Eurostat, Veröffentlichung vom 06.03.2026). Die Inflationsrate lag im Jahresdurchschnitt 2025 bei 3,6 % (Quelle: Inflation 2025 mit 3,6 % höher als im Vorjahr, Statistik Austria, Pressemitteilung vom 19.01.2026); als wesentlicher Treiber wird dort u. a. das Ende der Strompreisbremse und der Anstieg der Strompreise angeführt. Die Arbeitslosenquote nach nationalem Berechnungskonzept (AMS) stieg 2025 auf durchschnittlich 7,4 % (Quelle: Arbeitslosigkeit bis 2025, WKÖ/AMS-Daten, Jahresdurchschnitt). Die öffentlichen Finanzen blieben angespannt: Das öffentliche Defizit betrug 2025 nach vorläufigen Ergebnissen 4,2 % des BIP (Quelle: Öffentliches Defizit 2025 mit 4,2 % weiterhin hoch, Statistik Austria, Pressemitteilung vom 31.03.2026).

Der österreichische Werbemarkt entwickelte sich 2025 in Summe nur moderat. Als konsistenter Proxy für die Entwicklung der (über diese Abgaben) steuerlich abgebildeten Werbeentgelte sowie für die Verschiebung zwischen klassischen Werbeträgern und digitalen Plattformen können die Steuererträge aus Werbeabgabe (klassische Werbeträger) und Digitalsteuer (Online-Werbeleistungen großer Plattformen) herangezogen werden (jeweils 5 % auf die jeweiligen Entgelte; Quelle: Digitalsteuer lag im Jahr 2025 bereits bei 151,8 Prozent der Werbeabgabe, RTR Medien Newsletter 01/2026 vom 12.03.2026, Datenbasis BMF). Die Summe aus Werbeabgabe und Digitalsteuer stieg von 221,8 Mio. EUR (2024) auf 227,4 Mio. EUR (2025), was einem Zuwachs von rund 2,5 % entspricht (Quelle: RTR/BMF). Auf Basis des 5-%-Steuersatzes entspricht dies rechnerisch einem über diese Abgaben abgebildeten Volumen von rund 4,436 Mrd. EUR (2024) bzw. 4,548 Mrd. EUR (2025) (Ableitung aus den in RTR/BMF ausgewiesenen Steuererträgen).

Gleichzeitig verstärkte sich die Spreizung zwischen klassischen und digitalen Kanälen: Die Digitalsteuer stieg auf 137,1 Mio. EUR (+10,5 % gegenüber 2024: 124,1 Mio. EUR), während die Werbeabgabe auf 90,3 Mio. EUR sank (−7,6 % gegenüber 2024: 97,7 Mio. EUR; Quelle: RTR/BMF). Damit verschob sich der Digital-Anteil rechnerisch von rund 56 % (2024) auf rund 60 % (2025); die Digitalsteuer lag 2025 bei 151,8 % der Werbeabgabe (Quelle: RTR/BMF). Aus dem Digitalsteuer-Wert 2025 ergibt sich zudem ein Abfluss von Werbegeld an internationale Online-Plattformen in Höhe von rund 2,74 Mrd. EUR (Quelle: RTR/BMF).

1.2. Überblick zum Unternehmen

Im Geschäftsjahr 2025 verzeichnete die Publicis Media Austria GmbH einen weiteren Anstieg der für die Erlöse der Gesellschaft relevanten Kundenbudgets (Medien-Umsätze). Die Umsatzerlöse stiegen auf rund TEUR 105.856 (2024: TEUR 83.500). Die ambitionierten Budgetziele konnten trotz des herausfordernden gesamtwirtschaftlichen Umfelds gehalten werden.

Wesentlich zu dieser Entwicklung trugen die im Jahr 2024 gewonnenen Neukunden Mediamarkt-Saturn und Sky bei, die im Jahr 2025 erstmals mit vollem Jahresvolumen wirksam wurden. Darüber

Docusign Envelope ID: 9F44819E-DC15-8E43-80E2-5AA72B8FFA1F

hinaus gelang es der Gesellschaft, das Bestandskundenportfolio zu festigen und in Teilbereichen auszubauen. Der Umsatz aus der erbrachten Werbeleistung entwickelte sich entsprechend positiv.

1.3. Entwicklung des Jahresergebnisses

Die Ertragslage des Unternehmens ist positiv. Das Ergebnis vor Steuern (EBT) betrug TEUR 1.655 (2024: TEUR 1.884). Der Rückgang gegenüber dem Vorjahr ist im Wesentlichen auf gestiegene Personalaufwendungen sowie auf die Ausweitung des operativen Tätigkeitsvolumens zurückzuführen, welche entsprechende Investitionen in Ressourcen und Infrastruktur erforderte. Der Jahresüberschuss nach Steuern beläuft sich auf TEUR 1.256 (2024: TEUR 1.230).

Der Rohertrag II (nach Personalaufwand) stieg auf TEUR 4.644 (2024: TEUR 4.225), was die verbesserte operative Effizienz des Unternehmens trotz gestiegener Personalkosten widerspiegelt. Die Eigenkapitalquote gemäß § 23 URG lag zum 31.12.2025 bei 19,93 %, die Umsatzrentabilität bei 1,56 %.

1.4. Personal- und Sozialwesen

Die durchschnittliche Zahl der Beschäftigten stieg im Jahr 2025 auf rund 96 Mitarbeiter (2024: 90), was die prognostizierte Wachstumsstrategie widerspiegelt. Der angespannte Fachkräftemarkt in der Media-Branche blieb eine Herausforderung, wenngleich sich die Rekrutierungssituation gegenüber den Vorjahren leicht entspannte. Die Gehaltsinflation hielt an, wenngleich auf niedrigerem Niveau als 2023/2024. Maßnahmen zur Mitarbeiterbindung und zur Attraktivitätssteigerung als Arbeitgeber wurden weiter intensiviert. Die Personalaufwendungen stiegen auf TEUR 7.796 (2024: TEUR 7.294), gemäß § 239 UGB wurden Aufwendungen für Abfertigungen und Leistungen an betriebliche Mitarbeitervorsorgekassen (MVK) gesondert ausgewiesen.

2. Finanzielle Leistungsindikatoren

Die nachfolgenden Kennzahlen wurden auf Basis des Jahresabschlusses zum 31.12.2025 ermittelt. Die Eigenmittelquote gemäß § 23 URG sowie die fiktive Schuldentilgungsdauer gemäß § 24 URG dienen als gesetzlich vorgeschriebene Indikatoren zur Beurteilung der Unternehmensreorganisation gemäß Unternehmensreorganisationsgesetz (URG).

Vermögenslage	2025	2024
Fiktive Schuldentilgungsdauer gemäß § 24 URG	14,99 Jahre	10,47 Jahre
Eigenmittelquote gemäß § 23 URG	19,93 %	25,05 %
Working Capital	TEUR 4.780	TEUR 4.368
Working Capital Ratio	124,87 %	132,01 %

Ertragslage	2025	2024
Umsatzrentabilität	1,56 %	2,24 %
Eigenkapitalrentabilität	35,30 %	42,39 %
Gesamtkapitalrentabilität	8,80 %	11,00 %
Rohertrag II	TEUR 4.644	TEUR 4.225

Docusign Envelope ID: 9F44819E-DC15-8E43-80E2-5AA72B8FFA1F

Hinweis zur URG-Beurteilung: Die Eigenmittelquote gemäß § 23 URG beträgt 19,93 % und überschreitet damit den gesetzlichen Schwellenwert von 8 % deutlich. Die fiktive Schuldentilgungsdauer gemäß § 24 URG beläuft sich auf 14,99 Jahre und liegt damit unter dem gesetzlichen Grenzwert von 15 Jahren. Die Voraussetzungen für die Vermutung eines Reorganisationsbedarfs gemäß § 22 Abs. 1 URG sind somit nicht erfüllt.[1]

2.a. Kapitalflussrechnung (Cashflow-Darstellung)

Im Lagebericht wird ergänzend eine Cashflow-Darstellung nach der indirekten Methode gemäß AFRAC-Stellungnahme 1 (Kapitalflussrechnung, überarbeitete Fassung 2019) aufgenommen.[2] Da die Publicis Media Austria GmbH am konzerninternen Cash-Pooling-System der Publicis Groupe teilnimmt, weist die Gesellschaft zum Bilanzstichtag keinen eigenen Kassenbestand aus (Kasse/Bank = EUR 0). Die Kapitalflussrechnung stellt daher die Veränderung der Netto-Cashpool-Position dar.

Cashflow aus operativer Tätigkeit	2025 EUR	2024 EUR
Jahresüberschuss	1.256.085	1.230.170
+ Abschreibungen auf Anlagevermögen	79.994	66.847
+/- Veränderung Rückstellungen	2.092.568	-1.007.329
-/+ Veränd. Forderungen aus L&L	-5.449.651	-1.705.315
-/+ Veränd. Ford. verbundene Unternehmen	-7.108	1.909.240
-/+ Veränd. sonstige Ford., RAP, lat. Steuern	-537.888	48.390
-/+ Veränd. Verbindlichkeiten aus L&L	4.366.911	-228.446
-/+ Veränd. Verb. verbundene Unternehmen	-197.716	-127.676
-/+ Veränd. sonstige Verb. / RAP passiv	752.860	-19.267
+ Zinsaufwand Cashpool (Umgliederung)	208.579	133.604
= Cashflow aus operativer Tätigkeit	2.564.634	300.218

Cashflow aus Investitionstätigkeit	2025 EUR	2024 EUR
- Auszahlungen für Investitionen in das AV	-47.223	-14.741
= Cashflow aus Investitionstätigkeit	-47.223	-14.741

Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	2025 EUR	2024 EUR
- Dividendenausschüttung	-1.000.000	-1.000.000
- Zinszahlungen Cashpool	-208.579	-133.604
+/- Veränd. IC Financial Debt (Cashpool)	1.704.263	-848.128
= Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	495.684	-1.981.732

Veränderung Netto-Cashpool-Position	2025 EUR	2024 EUR
Cashflow aus operativer Tätigkeit	2.564.634	300.218
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-47.223	-14.741

[1] AFRAC-Stellungnahme 1: Kapitalflussrechnung (überarbeitete Fassung Oktober 2019), herausgegeben vom Austrian Financial Reporting and Auditing Committee (AFRAC), Wien.

[2] §§ 22–24 Unternehmensreorganisationsgesetz (URG), BGBl. I Nr. 114/1997 i.d.g.F. Schwellenwerte: Eigenmittelquote < 8 % und Schuldentilgungsdauer > 15 Jahre.

Docusign Envelope ID: 9F44819E-DC15-8E43-80E2-5AA72B8FFA1F

Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	495.684	-1.981.732
= Veränd. Netto-Cashpool-Position	3.013.095	-1.696.255
Kassenbestand/Cashpool-Position 1.1.	0	0
Kassenbestand/Cashpool-Position 31.12.	0	0

Erläuterungen: Der Cashflow aus operativer Tätigkeit von TEUR 2.565 spiegelt die solide operative Ertragskraft wider. Der Anstieg der Forderungen aus L&L um TEUR 5.450 ist auf das gestiegene Umsatzvolumen zurückzuführen und wird durch höhere Verbindlichkeiten aus L&L (TEUR 4.367) sowie gestiegene Rückstellungen (TEUR 2.093) kompensiert. Der Investitions-Cashflow von TEUR -47 umfasst Zugänge zu Software-Lizenzen sowie geringwertige Vermögensgegenstände gemäß § 226 Abs. 3 UGB. Im Finanzierungsbereich wurde die beschlossene Dividende von EUR 1.000.000 ausbezahlt; die Erhöhung der konzerninternen Finanzverbindlichkeit (Cash Pool IC Financial Debt) führte zu einem Mittelzufluss von TEUR 3.013.

3. Bericht über die voraussichtliche Entwicklung des Unternehmens

Gesamtwirtschaftlicher Kontext: Zum Jahreswechsel 2025/26 war die Einschätzung für das Jahr 2026 vergleichsweise optimistisch. In den zu diesem Zeitpunkt veröffentlichten Konjunkturprognosen wurde für Österreich für 2026 ein reales BIP-Wachstum von rund +1,2 % (WIFO) bzw. +1,0 % (IHS) erwartet; gleichzeitig wurde ein Rückgang der Inflationsrate auf 2,6 % (WIFO) bzw. 2,5 % (IHS) sowie eine leichte Entspannung am Arbeitsmarkt (Arbeitslosenquote 7,3 %) in Aussicht gestellt (Stand: WIFO/IHS-Prognosen, veröffentlicht am 18.12.2025).

Im weiteren Verlauf (Frühjahr 2026) hat sich diese Einschätzung infolge globaler Entwicklungen jedoch wesentlich eingetrübt. Die Oesterreichische Nationalbank verweist in ihrer Interimsprognose vom März 2026 auf einen durch den am 28.02.2026 ausgebrochenen Nahost-Krieg ausgelösten Energiepreisschock und erhöhte Prognoseunsicherheit; für 2026 werden dort ein BIP-Wachstum von 0,5 %, eine Inflation von 2,7 % sowie eine Arbeitslosenquote von 7,5 % ausgewiesen (Quelle: OeNB Report 2026/9: Nahost-Krieg trübt Konjunkturausblick, OeNB, März 2026). In dieselbe Richtung zeigen die nachfolgenden Revisionen von WIFO und IHS: In der Konjunkturprognose 1/2026 wird für 2026 ein BIP-Wachstum von 0,9 % (WIFO) bzw. 0,5 % (IHS) sowie eine Inflationsrate von 2,7 % (WIFO) bzw. 2,9 % (IHS) dargestellt (Quelle: WIFO/IHS-Konjunkturprognose 1/2026, WKO-Zusammenfassung).

Unternehmensprognose: Für 2026 erwartet die Gesellschaft – trotz der zuletzt gestiegenen gesamtwirtschaftlichen Unsicherheit – eine insgesamt positive Entwicklung, da sie nach substanziellen Neukundengewinnen 2025 mit einem deutlich erhöhten Ausgangsniveau in das Jahr startet. Dieses Wachstumsszenario setzt eine planmäßige Transition der gewonnenen Mandate sowie eine konsequente Ressourcen- und Kostensteuerung voraus.

Die Zahl der Beschäftigten soll aufgrund der prognostizierten Geschäftsentwicklung weiter wachsen. Das Unternehmen ist aus heutiger Sicht stabil und flexibel positioniert, um auf Marktveränderungen angemessen zu reagieren. Zum gegenwärtigen Zeitpunkt ist trotz vorhandener Risiken keine substanzielle Gefährdung des Unternehmens zu erkennen.

3.1. Wesentliche Risiken und Ungewissheiten (§ 243 Abs. 2 UGB)

Im Sinne des § 243 Abs. 2 UGB werden nachfolgend die wesentlichen Risiken und Ungewissheiten dargestellt, die die künftige Entwicklung des Unternehmens beeinflussen könnten:

Gesamtwirtschaftliche und geopolitische Risiken: Die gesamtwirtschaftliche Entwicklung bleibt von einem hohen Unsicherheitsniveau geprägt. Nach einem zunächst positiven Jahresbeginn 2026 haben sich die Konjunkturaussichten infolge globaler Entwicklungen – insbesondere des im Februar ausgebrochenen Nahost-Kriegs und der dadurch ausgelösten Energiepreisimpulse – merklich eingetrübt. Die OeNB erwartet in ihrer Interimsprognose (März 2026) für 2026 ein nur gedämpftes

Docusign Envelope ID: 9F44819E-DC15-8E43-80E2-5AA72B8FFA1F

Wachstum und weist auf erhöhte Prognoserisiken hin; parallel wurden auch WIFO/IHS-Prognosen im Rahmen 1/2026 nach unten revidiert. Eine weitere Verschlechterung des externen Umfelds kann die Investitions- und Konsumneigung dämpfen und in der Folge zu kurzfristigen Anpassungen oder Kürzungen von Werbebudgets führen.

Markt-, Strukturwandel- und Wettbewerbsrisiken im Werbemarkt: Der österreichische Werbemarkt ist durch eine fortschreitende Verlagerung von Werbeentgelten in Richtung digitaler Plattformen geprägt. Dieser Strukturwandel erhöht den Wettbewerbs- und Margendruck auf klassische Mediaagenturleistungen und kann die Monetarisierbarkeit einzelner Leistungsbereiche beeinträchtigen.

Personalrisiken: Trotz einer grundsätzlich stabilen Beschäftigungsbasis bestehen Risiken aus Fachkräfteknappheit, Gehaltsdruck und Fluktuation. Höhere Fluktuation kann zu zusätzlichen Recruiting- und Einarbeitungskosten sowie zu Know-how-Verlusten führen.

Konzentrations- und Portfoliorisiken: Das Geschäftsmodell einer Mediaagentur ist grundsätzlich von der wirtschaftlichen Lage ihrer Kunden und der Entwicklung wesentlicher Kundenbudgets abhängig. Eine Änderung der Budgetallokation, ein Verlust wesentlicher Kundenetats oder Verzögerungen bei der Wirksamkeit von Neugeschäften können die Umsatz- und Ergebnisentwicklung wesentlich beeinflussen.

Finanzwirtschaftliche Risiken (§ 243 Abs. 3 Z 5 lit. b UGB): Nachfolgend werden die bestehenden Ausfalls-, Liquiditäts-, Preisänderungs- und Cashflow-Risiken sowie die zu deren Steuerung eingesetzten Maßnahmen dargestellt.

Ausfalls- und Bonitätsrisiko: Aus der Abwicklung und Vorfinanzierung von Mediabudgets ergibt sich ein im Verhältnis zum Rohertrag hoher Bestand an Forderungen aus Lieferungen und Leistungen; dieser stieg 2025 korrespondierend zum gestiegenen Umsatzvolumen um TEUR 5.450. Das Ausfallsrisiko stellt damit das wesentlichste finanzwirtschaftliche Risiko der Gesellschaft dar und wird aktiv gesteuert. Die Bonität der Kunden und der wesentlichen Lieferanten wird nach konzerneinheitlichen Vorgaben zumindest einmal jährlich überprüft; vor Aufnahme neuer Kunden sowie bei wesentlichen Budgeterhöhungen erfolgt eine anlassbezogene Bonitätsprüfung. Ergänzend bestehen ein laufendes Forderungs- und Mahnwesen sowie eine regelmäßige Überwachung der Überfälligkeiten. Erkennbaren Ausfallsrisiken wird durch Einzelwertberichtigungen nach dem strengen Niederstwertprinzip des § 207 Abs. 1 UGB Rechnung getragen. Im Geschäftsjahr 2025 waren keine erhöhten Wertberichtigungen erforderlich; wesentliche Forderungsausfälle sind nicht eingetreten. Eine Kredit- bzw. Delkredereversicherung besteht derzeit nicht; deren Abschluss wird von der Geschäftsführung geprüft.

Liquiditätsrisiko: Die Gesellschaft ist in das konzernweite Cash-Pooling-System der Publicis Groupe eingebunden (siehe Punkt 2.a.) und weist zum Bilanzstichtag daher keinen eigenen Kassen- bzw. Bankbestand aus. Die Finanzierung des laufenden Working Capital – insbesondere der zeitlichen Differenz zwischen der Zahlung an die Medienpartner und dem Zahlungseingang der Kunden – erfolgt über den Cash Pool. Die jederzeitige Zahlungsfähigkeit der Gesellschaft ist dadurch sichergestellt; die Working Capital Ratio beträgt zum 31.12.2025 124,87 %. Ein wesentliches eigenständiges Liquiditätsrisiko besteht aus heutiger Sicht nicht. Das verbleibende Risiko liegt in der Abhängigkeit von der Finanzierungsfähigkeit des Konzerns; Anhaltspunkte für eine Einschränkung liegen nicht vor.

Preisänderungsrisiko: Die von Medienpartnern und sonstigen Lieferanten verrechneten Leistungen werden auf Basis der zugrunde liegenden Kunden- und Rahmenverträge grundsätzlich 1:1 an die Kunden weiterverrechnet; die Erlöse der Gesellschaft bestehen im Wesentlichen aus Provisionen bzw. vertraglich vereinbarten Fees. Preisänderungen auf Lieferantenseite wirken sich daher grundsätzlich nicht unmittelbar ergebniswirksam aus, sondern werden im Rahmen der Mediaabrechnung weitergegeben. Ein mittelbares Risiko besteht insoweit, als steigende Mediapreise bei unveränderten Kundenbudgets zu geringeren gebuchten Volumina und damit zu

Docusign Envelope ID: 9F44819E-DC15-8E43-80E2-5AA72B8FFA1F

rückläufigen Provisionserlösen führen können; dem wird durch laufende Nachverhandlung der Einkaufskonditionen begegnet.

Zinsänderungs- und Cashflow-Risiko: Die konzerninterne Cash-Pool-Position wird variabel verzinst; der Zinsaufwand betrug 2025 TEUR 209 (2024: TEUR 134). Wesentliche Cashflow-Risiken sind daraus nicht ableitbar. Derivative Finanzinstrumente sowie Sicherungsgeschäfte werden nicht eingesetzt.

Einschätzung der Geschäftsführung: Die Gesamtrisikolage wird als beherrschbar bewertet. Bestandsgefährdende Risiken sind aus heutiger Sicht nicht erkennbar. Auch die Voraussetzungen für eine Reorganisationsvermutung gemäß § 22 Abs. 1 URG liegen nicht vor.

4. Der Bereich Forschung und Entwicklung

Das Unternehmen betreibt keine Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten im Sinne des § 243 Abs. 3 Z 2 UGB.

5. Bestehende Zweigniederlassungen der Gesellschaft

Die Publicis Media Austria GmbH verfügt neben ihrem Hauptsitz in Wien über keine Zweigniederlassungen (§ 243 Abs. 3 Z 4 UGB).

6. Die Verwendung von Finanzinstrumenten

Die Verwendung von Finanzinstrumenten, sofern sie für die Beurteilung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage von Bedeutung ist (§ 243 Abs. 3 Z 5 UGB):

Es sind keine derivativen Finanzinstrumente in Verwendung.

Docusign Envelope ID: 9F44819E-DC15-8E43-80E2-5AA72B8FFA1F

7. Nichtfinanzielle Berichterstattung / Nachhaltigkeitserklärung (§ 243b UGB)

Die Publicis Media Austria GmbH ist gemäß § 243b Abs. 8 UGB i.V.m. Art. 48 der Richtlinie 2013/34/EU (geändert durch Richtlinie 2022/2464/EU – CSRD) von der Pflicht zur Erstellung einer gesonderten Nachhaltigkeitserklärung befreit, da die Muttergesellschaft – die PUBLICIS Groupe S.A., Paris/Frankreich – eine konsolidierte Nachhaltigkeitserklärung gemäß den European Sustainability Reporting Standards (ESRS) erstellt, in die die Publicis Media Austria GmbH einbezogen wird. Diese konsolidierte Nachhaltigkeitserklärung ist Bestandteil des Konzernlageberichts der PUBLICIS Gruppe S.A. und wird im Unternehmensregister in Frankreich offengelegt. Der Konzernlagebericht ist erhältlich bei: PUBLICIS Groupe S.A., 133 Avenue des Champs-Elysées, 75008 Paris, Frankreich.

Wien, am 14. September 2026

Publicis Media Austria GmbH

Geschäftsführung

Signed by:
Erwin Vaskovich

Signed by:
Daniela Tollert

Mag. Erwin Vaskovich	Daniela Tollert
Geschäftsführer	Geschäftsführerin