Lagebericht

LAGEBERICHT

1. Wirtschaftsbericht

1.1. Allgemeine Wirtschaftsentwicklung

Die gesamtwirtschaftliche Entwicklung in Österreich war im Geschäftsjahr 2025 weiterhin von einem herausfordernden konjunkturellen Umfeld geprägt. Nach einer rückläufigen Wirtschaftsleistung in den Vorjahren stabilisierte sich das reale Bruttoinlandsprodukt auf niedrigem Niveau; für das Gesamtjahr 2025 wuchs das österreichische BIP um **0,6**%. Wesentliche dämpfende Faktoren waren eine anhaltend zurückhaltende Investitionstätigkeit, eine nur langsam zunehmende Konsumnachfrage sowie strukturelle Anpassungsprozesse in exportorientierten Industriezweigen. Gleichzeitig verlangsamte sich die Inflationsrate im Jahresverlauf deutlich und lag im Durchschnitt bei rund **3,6 %**, wodurch sich eine graduelle Verbesserung der realen Einkommenssituation der privaten Haushalte abzeichnete.

Für das Geschäftsjahr 2026 wird eine moderate konjunkturelle Erholung prognostiziert. Die realwirtschaftliche Expansion dürfte sich auf etwa **1,1 % bis 1,3 %** beschleunigen, getragen von einer zunehmenden Stabilisierung der Preisentwicklung, einer vorsichtigen Belebung des privaten Konsums sowie einer verbesserten Nachfrage aus zentralen europäischen Exportmärkten. Dennoch bleiben die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen von strukturellen Transformationsanforderungen – insbesondere im Zusammenhang mit Energiepreisentwicklung, Digitalisierung sowie demografischen Veränderungen – sowie von geopolitischen Unsicherheiten geprägt.

1.2. Werbemarkt Österreich

Der österreichische Werbemarkt entwickelte sich im Jahr 2025 im Einklang mit der gesamtwirtschaftlichen Lage insgesamt verhalten. Das Gesamtvolumen der Werbeausgaben wird auf rund **EUR 7,2 Mrd.** geschätzt und lag damit leicht unter dem Niveau des Vorjahres. Während klassische Mediensegmente – insbesondere Print – weiterhin strukturellem Druck ausgesetzt waren, konnten digitale Werbeformen ihren Anteil weiter ausbauen und erreichten erstmals einen Marktanteil von über **45 %** am Gesamtwerbevolumen. Die Budgetpolitik vieler werbetreibender Unternehmen blieb von erhöhter Vorsicht geprägt, was sich in einer selektiveren Planung und einer stärkeren Performance-Orientierung von Kommunikationsmaßnahmen widerspiegelte.

Eine weitere prägende Entwicklung im Werbemarkt ist die anhaltende Verlagerung von Werbeerlösen zu Big Tech Unternehmen. Dies spiegelt sich in den Steuereinnahmen wider: Laut Daten des Bundesministeriums für Finanzen waren die Einnahmen der Republik Österreich aus der Digitalsteuer im Jahr 2025 um knapp 52 % höher als die Einnahmen aus der Werbeabgabe des gesamten österreichischen Medienmarktes.

Für das Jahr 2026 wird eine moderate Stabilisierung des Werbemarktes erwartet. Auf Basis der prognostizierten konjunkturellen Erholung ist von einem leichten Wachstum der Werbeinvestitionen auszugehen. Strukturelle Wachstumsimpulse ergeben sich insbesondere aus datengetriebenen Werbeformaten, regional ausgerichteten Kommunikationsstrategien sowie integrierten Multichannel-Konzepten. Gleichzeitig bleibt der Markt durch eine zunehmende Fragmentierung der Mediennutzung sowie durch intensiven Wettbewerb um Werbebudgets geprägt.

1.3 Entwicklung der RegionalMedien Niederösterreich GmbH

Das vergangene Geschäftsjahr war von herausfordernden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen geprägt. Die anhaltende Rezession hatte direkte Auswirkungen auf das Unternehmen und erforderte konsequente strukturelle Anpassungen.

Vor diesem Hintergrund wurden 2025 umfassende Maßnahmen zur Kostenreduktion gesetzt. Dies führte auch zu einem notwendigen Personalabbau sowie zu einer Reduktion von Standorten. Ziel dieser Schritte war es, die Organisation langfristig stabiler aufzustellen und somit die Existenz zu sichern.

Parallel dazu wurden zahlreiche Maßnahmen zur Effizienzsteigerung erarbeitet bzw. teilweise bereits umgesetzt. Ein zentraler Schwerpunkt liegt dabei auf dem verstärkten Einsatz von Technologie.

1.3.1. Ertragslage

Im abgelaufenen Geschäftsjahr konnten Umsatzerlöse von TEUR 15.535 (2024: TEUR 16.376) erzielt werden. Die Gesellschaft hat in 2025 ein Ergebnis vor Steuern von TEUR -51 erzielt (2024: TEUR -313).

1.3.2. Vermögenslage

Die Bilanzsumme beträgt TEUR 3.040 (2024: TEUR 1.946). Die Eigenkapitalquote (Eigenkapital/Gesamtkapital) beträgt 0,7% (2024: 3,2%). Die flüssigen Mittel übersteigen das verszinsliche Fremdkapital.

1.3.3. Mitarbeiter

Die RegionalMedien Niederösterreich GmbH hatte im Jahr 2025 durchschnittlich 81 Arbeitnehmer (2024: 106).

2. Risikobericht

2.1. Markt- und Wettbewerbsrisiken

Der österreichische Medien- und Werbemarkt befindet sich in einem strukturellen Transformationsprozess, der insbesondere durch die fortschreitende Digitalisierung, verändertes Mediennutzungsverhalten sowie eine zunehmende Fragmentierung der Werbeinvestitionen geprägt ist. Daraus resultiert ein intensiver Wettbewerb sowohl mit nationalen als auch internationalen Medienanbietern sowie mit globalen digitalen Plattformen. Die RegionalMedien Niederösterreich GmbH ist fast ausschließlich vom Werbemarkt abhängig.

Darüber hinaus besteht das Risiko konjunkturabhängiger Schwankungen der Werbeinvestitionen. Eine anhaltend schwache gesamtwirtschaftliche Entwicklung kann zu einer kurzfristigen Reduktion von Marketingbudgets führen und sich entsprechend negativ auf Umsatz- und Ergebnisentwicklung auswirken.

Mit Ausnahme des Papierpreises haben Preisänderungen am Rohstoffmarkt keine wesentlichen Auswirkungen auf die RegionalMedien Niederösterreich GmbH. Bezüglich der Entwicklung des Papierpreises gibt es eine laufende Abstimmung mit den Druckereien und die Auswirkungen werden, so weit vorhersehbar, bereits in den Budgets berücksichtigt.

Die Zustellung der Medien erfolgt überwiegend durch die Österreichische Post AG (ÖPAG) oder Tochterunternehmen der ÖPAG. Eine allfällige Veränderung in der Geschäftspolitik der ÖPAG und/oder legistische Veränderungen des Post- bzw. Zustellmarktes können Risiken für die RegionalMedien Niederösterreich GmbH mit sich bringen.

2.2. Politische und rechtliche Risiken

Politische Risiken können sich aus staatlichen Werbeeinschränkungen und Werbeverboten ergeben. Veränderte Arbeitsbestimmungen können weiters rechtliche Risiken für die RegionalMedien Austria AG mit sich bringen, da diese meist unmittelbare Auswirkungen auf die Kostenstruktur haben.

Den rechtlichen Risiken im Bereich des Medien- und Wettbewerbsrechts begegnet die RegionalMedien Austria AG durch laufende Schulung, begleitende Kontrolle und entsprechende Risikovorsorge.

Erhöhte Unsicherheit bringt der Krieg im Iran (seit Ende Februar 2026). Es wird bei andauerndem Verlauf der Auseinandersetzungen zu Auswirkungen auf Europa und die Weltwirtschaft kommen. Bereits heute ist ein massiver Anstieg der Preise im Energiebereich zu sehen. Sollte dieser Konflikt längerfristig andauern, sind weitere Auswirkungen auf die Ertragslage der einzelnen Konzerngesellschaften nicht auszuschließen.

2.3. Finanzwirtschaftliche Risiken

Das Finanzrisiko der RegionalMedien Niederösterreich GmbH kann durch die Eingliederung in die Konzern-Struktur der RegionalMedien Austria AG als gering eingestuft werden. Die Liquidität des Konzerns wird zentral durch das Treasury der Styria Media Group AG gesteuert und es besteht eine zentrale Finanzstruktur. Ausreichend kurzfristige Kreditlinien bei Bankinstituten mit erstklassiger Bonität sichern weiters den Liquiditätsspielraum der RegionalMedien Austria AG.

Da alle Finanztransaktionen in der Landeswährung durchgeführt werden, besteht auch kein Währungsrisiko. Derivative Finanzinstrumente werden nicht eingesetzt.

3. Prognosebericht: Voraussichtliche Entwicklung des Unternehmens

Für das Jahr 2026 steht u.a. die Schaffung interner Stabilität im Mittelpunkt. Nach einem Jahr intensiver struktureller Veränderungen liegt ein besonderer Fokus darauf, die Organisation zu festigen und Orientierung zu geben. Dieser Prozess wird von einer offenen, kontinuierlichen Kommunikation sowie größtmöglicher Transparenz gegenüber den Mitarbeiter:innen begleitet. Geplante Investitionsentscheidungen der Töchter werden entsprechend der dazugehörigen Investitionsrechnung beurteilt und im Zusammenhang mit der Unternehmenssteuerung über die Budgetierung, im Forecast und im Berichtswesen gesehen.

Parallel dazu wird der Ausbau und Einsatz von Technologie in allen Unternehmensbereichen weiter vorangetrieben. Der Entwicklungskurs zum hoch technologisierten Medienhaus mit inhaltlicher Themenführerschaft in den Regionen wird konsequent fortgesetzt. Die dafür notwendigen Projekte wurden bereits im vergangenen Jahr gestartet und werden 2026 weiter umgesetzt.

4. Zweigstellen

Die Gesellschaft verfügt über keine Zweigniederlassungen:

5. Bericht über die Forschung und Entwicklung

Die Gesellschaft betreibt nur im branchenüblichen Umfang eigene Forschung und Entwicklung.

St. Pölten, am 26. März 2026

RegionalMedien Niederösterreich GmbH

Oswald Hicker