

WIRTSCHAFTS- BERICHT NIEDERÖSTERREICH

2025

Land Niederösterreich
Amt der Niederösterreichischen Landesregierung/
Abteilung Wirtschaft, Tourismus und Technologie
NÖ Wirtschafts- und Tourismusfonds
Niederösterreich-Werbung GmbH



INHALT

Vorwort Seite 3

Wirtschafts- und Tourismusressort des Landes Niederösterreich 2025... Seite 5

Wirtschaft in Niederösterreich 2025.....Seite 13

Tourismus in Niederösterreich 2025..... Seite 49

AnhangSeite 81

Glossar Seite 87

IMPRESSUM

Herausgeber: Land Niederösterreich
Amt der NÖ Landesregierung
Abteilung Wirtschaft, Tourismus und Technologie
3109 St. Pölten, Neue Herrengasse, Haus 14
Tel. 02742/90 05 DW 16116
post.wst3@noel.gv.at, www.noe.gv.at

Niederösterreich-Werbung GmbH
3100 St. Pölten, Niederösterreich-Ring 2, Haus C
office@noe.co.at, www.niederoesterreich.at

Redaktion und Text – Abteilung Wirtschaft, Tourismus und Technologie:
Angelika Blauensteiner; Mag.ª (FH) Gerhild Eigner; Johann Göschl; Dr. Mag. Christian Hummer;
Gerlinde Kaiselgruber; Gerhard Kellner; Andrea Köck; Mag.ª Iris Kroner-Redl; Johanna Mory, MA;
Mag. Christian Neuwirth; Patric Pipp, MA BA; DI Georg Ramler; Mag.ª (FH) Doris Ramschl, MBA;
Mag. Florian Riess, MBA M.E.S.; Mag.ª Marianne Schwarzinger; Christian Steinkogler; DIⁱⁿ Mag.ª Petra Thaler;
Christian Winter, MA BA

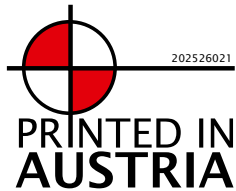
Redaktion und Text – Niederösterreich-Werbung GmbH:
Thomas Denk; Mag. Michael Duscher; Mag. (FH) Christoph Henneis, MBA; Maria-Magdalena Huber, MA;
Lisa Lechner, MA; Edith Mader, Mag.ª (FH) Christiana Naue-Hess; Mag.ª Gabriele Pomper-Lusetzky;
Mag. (FH) Attila Szigartyo, MA; Mag.ª Kristiane Spiegel, Ing.ⁱⁿ Birgit Winkler; Mag. Klemens Wögerer, MPH;
Michaela Zeiler; Mag. (FH) Roman Zöchlinger

Grafik: Niederösterreich-Werbung GmbH

Lektorat: online-lektorat.at – Sprachdienstleistungen

Druck: Druckerei Ferdinand Berger & Söhne GmbH,
3580 Horn; Stand: April 2026.

Cover: Adobe Stock/1770817647, Niederösterreich Werbung



VORWORT

Wirtschaft mit Weitblick – Niederösterreich auf Zukunftskurs

Die wirtschaftliche Lage bleibt herausfordernd. Internationale Krisen, geopolitische Spannungen, steigender Wettbewerbsdruck und technologische Veränderungen verlangen entschlossenes Handeln. Niederösterreich wartet nicht ab, sondern gestaltet die Zukunft des Wirtschaftsstandortes aktiv.

Unser Anspruch ist klar: Wir wollen den Standort stärken, Arbeitsplätze sichern, neue Chancen schaffen und den Wohlstand nachhaltig absichern. Dafür braucht es gezielte Investitionen, verlässliche Rahmenbedingungen und eine Politik, die Leistung, Unternehmergeist und Innovation fördert.

Entscheidend ist, die richtigen Schwerpunkte zu setzen: Digitalisierung, Forschung, Fachkräftesicherung und ökologische Transformation. Niederösterreich soll nicht nur mithalten, sondern vorangehen. Dazu gehört, in der Nische ebenso wie in der Exzellenz stark zu bleiben – mit innovativen Betrieben, engagierten Gründerinnen und Gründern sowie Unternehmen, die neue Wege mutig beschreiten.

Ein starkes Niederösterreich braucht starke Regionen. Wirtschaftliche Entwicklung muss im ganzen Bundesland spürbar sein. Regionale Wertschöpfung, Arbeitsplätze vor Ort und Lebensqualität hängen eng zusammen. Deshalb investieren wir gezielt in Infrastruktur, Innovation und die Unterstützung unserer Betriebe.

Der Wirtschaftsbericht 2025 zeigt: Niederösterreich setzt auf einen eigenständigen Weg mit Verantwortung, Stabilität und konsequentem Gestaltungswillen. Unser Ziel bleibt ein starkes, innovatives und nachhaltiges Bundesland, das Chancen für Unternehmerinnen und Unternehmer, Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer sowie kommende Generationen schafft.

Johanna Mikl-Leitner
LANDESHAUPTFRAU





WIRTSCHAFTS- UND TOURISMUSRESSORT DES LANDES NIEDERÖSTERREICH 2025

Strategische Grundlagen: Wirtschaft und Tourismus in Niederösterreich

Wirtschaftsstrategie Niederösterreich

Bis Ende 2025 bildete die Wirtschaftsstrategie Niederösterreich 2025 die Grundlage für die Aktivitäten des NÖ Wirtschaftsressorts. Eine florierende und wettbewerbsfähige Wirtschaft ist die wesentliche Grundlage für Wohlstand und Lebensqualität. Um diese Wirtschaft zu erhalten und auszubauen, sind laufende Veränderung und Weiterentwicklung erforderlich. Die Wirtschaftsstrategie Niederösterreich ist auf neue, kreative Lösungen und Innovation fokussiert, rückt zudem ökologische und soziale Herausforderungen ins Blickfeld und forciert hochqualitative Produkte und Dienstleistungen. Folgende Ziele werden dabei verfolgt:

- Internationalität und Standortattraktivität weiter erhöhen
- hochinnovativen Wirtschaftsstandort weiter ausbauen
- nachhaltiges Unternehmenswachstum steigern

Vier Kernstrategien bilden das Fundament der strategischen Grundlage und zielen darauf ab, attraktive, hochwertige Wirtschaftsstandorte auszubauen und weiterzuentwickeln.

Zukunft.Wirtschaft.Niederösterreich

Niederösterreich baut auf einem soliden Grundgerüst – der Wirtschaftsstrategie Niederösterreich und einer widerstandsfähigen Wirtschaftsstruktur – auf. Aber neue Herausforderungen brauchen auch neue Akzente. Daher wurde die Wirtschaftsstrategie unter dem Titel „Zukunft.Wirtschaft.Niederösterreich“ inhaltlich weiterentwickelt. Als Bereiche mit dem größten Wachstumspotenzial wurden die digitalen Innovationen und die grüne Transformation identifiziert. Dabei wurden drei Schwerpunkte gesetzt, die – neben bewährten Maßnahmen – als Leuchttürme zusätzliche Impulse für die niederösterreichische Wirtschaft bringen sollen. Diese Schwerpunkte sind „Digital Wirtschaften“, „Ressourcen 2.0“ und „Smarte Vitalität“.

Im Jahr 2025 wurde der Prozess zur Überarbeitung der Wirtschaftsstrategie begonnen (siehe Seite 26).

Forschungs-, Technologie- und Innovationsstrategie (FTI-Strategie) Niederösterreich

Die FTI-Strategie Niederösterreich definiert die grundlegende Ausrichtung der niederösterreichischen Forschungs-, Technologie- und Innovationspolitik bis 2027. Sie beinhaltet drei Grundprinzipien, vier strategische Ziele, vier Handlungsfelder und sechs spezifische FTI-Förderinstrumente.

Tourismusstrategie Niederösterreich

Die Tourismusstrategie bildet den verbindlichen Rahmen für alle Organisationen des Landes Niederösterreich und deren Geschäftsbereiche, die Aufgaben zur Förderung, Entwicklung und Vermarktung des Tourismus in Niederösterreich wahrnehmen. Die zentralen Geschäftsfelder, die Wertschöpfung und Nachfrage erzeugen, wie Tages- und Ausflugstourismus, Wirtschafts- und Gesundheitstourismus, Regionale Kulinarik und Wein, Natur- und Bewegungsräume, Kunst- und Kulturerlebnis sowie Gesundheitsexpertise bilden die inhaltlichen Kompetenzfelder. Folgende Ziele werden dabei verfolgt:

- klare Positionierung als attraktives, inspirierendes, nachhaltiges und authentisches Urlaubsland
- konsequenter Wertschöpfungs- und Qualitätsfokus
- klare Forcierung von Innovation, Netzwerken und Synergien

Im Vordergrund stehen ein nachhaltiges Wachstum, die Generierung und Steigerung der Wertschöpfung sowie die Aufladung des Images Niederösterreichs als attraktives, authentisches, nachhaltiges und inspirierendes Reiseziel. Darüber hinaus soll der Tourismus einen wesentlichen Beitrag zur Dezentralisierung und zur Attraktivierung des ländlichen Raums leisten.

Digitalisierungsstrategie Niederösterreich

Die Digitalisierungsstrategie Niederösterreich orientiert sich an den einzigartigen wirtschaftlichen, geografischen und strukturellen Voraussetzungen Niederösterreichs und verfolgt das Ziel, Arbeitsplätze zu sichern, ländliche Regionen zu stärken und die Lebensqualität für alle Bürgerinnen und Bürger zu verbessern. Digitale Angebote sollen für alle – Privatpersonen, Unternehmen und Verwaltung – zugänglich und nutzbar gemacht werden. Unterstützt wird die Digitalisierungsoffensive durch externe Fachleute, wie den Programmbeirat „Haus der Digitalisierung“, oder durch die Kooperation mit der Universität für Weiterbildung Krems. Ein flächendeckender Ausbau der digitalen Infrastruktur bildet die Basis. Die Strategie setzt auf drei Schwerpunkte: „Digitale Fitness“, „Digitale Infrastruktur“ und „Digitale Lösungen“. Unter dem Motto „Den digitalen Wandel nutzen. Für Land und Leute.“ werden in acht Handlungsfeldern konkrete Maßnahmen umgesetzt.

Zukunft.Wirtschaft.
Niederösterreich
Land Niederösterreich



FTI-Strategie
Niederösterreich
Land Niederösterreich



Tourismusstrategie
Niederösterreich 2025
Land Niederösterreich



Digitalisierungsstrategie
Niederösterreich
Land Niederösterreich



Organisationen des NÖ Wirtschaftsressorts



Das Wirtschaftsressort Niederösterreich stärkt die Wettbewerbsfähigkeit, fördert den Wirtschaftsstandort und unterstützt Unternehmen bei Gründung und Entwicklung – durch Finanzierungshilfen, Standortmanagement, Innovationsförderung, Beratung und Tourismusvermarktung.

Abteilung Wirtschaft, Tourismus und Technologie

Die Abteilung Wirtschaft, Tourismus und Technologie beim Amt der NÖ Landesregierung steuert und unterstützt die Entwicklung und Vermarktung der niederösterreichischen Wirtschaft im Sinne der Wirtschafts-, Tourismus- und Technologiepolitik des Landes. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Abteilung Wirtschaft, Tourismus und Technologie nehmen

- die Aufgaben der strategischen Planung und Steuerung des wirtschaftspolitischen Ressorts des Landes,
- das Beteiligungsmanagement der zum Ressort gehörenden Organisationen,
- die Umsetzung von Strategien, Programmen und Konzepten,
- die EU-Finanzkontrolle (First-Level-Control),
- den Vollzug des niederösterreichischen Tourismusgesetzes sowie
- die Prüfung und Abwicklung der Wirtschaftsförderungen

wahr.



Foto: Andreas Hofer

NÖ Wirtschafts- und Tourismusfonds

Der NÖ Wirtschafts- und Tourismusfonds fördert die wirtschaftliche Entwicklung durch Finanzierungshilfen, Investitionen und Innovationsförderung. Er unterstützt insbesondere KMU bei Markterschließung und Zusammenarbeit. Seine Aktivitäten basieren auf der Wirtschafts-, Tourismus- und Digitalisierungsstrategie Niederösterreichs sowie den Zielen der EU-Kohäsionspolitik für nachhaltiges Wachstum. Die Verwaltung des NÖ Wirtschafts- und Tourismusfonds erfolgt durch die niederösterreichische Landesregierung. Die Vertretung und rechtsverbindliche Zeichnung obliegt dem für Wirtschaft und Tourismus zuständigen Regierungsmitglied (Landeshauptfrau Johanna Mikl-Leitner), die Geschäftsführung liegt bei der Abteilung Wirtschaft, Tourismus und Technologie des Amtes der NÖ Landesregierung. Rechtsgrundlage: NÖ Wirtschafts- und Tourismusfondsgesetz, LGBl. 7300-3

Kuratorium des NÖ Wirtschafts- und Tourismusfonds:
siehe Seite 83

ecoplus. Niederösterreichs Wirtschafts-agentur GmbH

Hauptaufgaben von ecoplus, einer 100-prozentigen Tochtergesellschaft des Landes Niederösterreich, sind die Unterstützung der heimischen Wirtschaft sowie die Stärkung des Wirtschaftsstandortes Niederösterreich. ecoplus entwickelt gezielt Serviceleistungen, damit Betriebe bestmögliche Rahmenbedingungen für ihre erfolgreiche wirtschaftliche Entwicklung vorfinden. Die Aktivitäten sind in drei Unternehmensbereiche gebündelt: Unternehmen und Technologie, Standort und Service sowie Impulse und Projekte.

www.ecoplus.at

riz up Niederösterreichs Gründeragentur GmbH

Einfach starten, sicher wachsen: riz up ist ein Tochterunternehmen von ecoplus und begleitet Gründerinnen und Gründer sowie Jungunternehmerinnen und Jungunternehmer in ganz Niederösterreich bei ihren unternehmerischen Entscheidungen. Kostenlos erhalten Niederöreicherinnen und Niederöreicher Beratungen, Coaching und auch Business-Seminare rund um ihre Unternehmensgründung und ihr Unternehmenswachstum: von Businessplan und Personalaufnahme über (Online-)Marketing, Finanzierung und Förderungen bis zu Trends, künstlicher Intelligenz und vielen anderen Themen. riz up betreibt außerdem sechs Gründerzentren in ganz Niederösterreich.

www.riz-up.at

N.vest Unternehmensfinanzierungen des Landes NÖ GmbH

N.vest ist die Dachgesellschaft der niederösterreichischen Unternehmensfinanzierungsgesellschaften und verantwortlich für deren gesamte strategische Steuerung sowie das Beteiligungsmanagement.

NÖ Bürgschaften und Beteiligungen GmbH (NÖBEG)

Als Förderbank des Landes Niederösterreich, der Wirtschaftskammer Niederösterreich sowie regionaler Kreditinstitute bietet die NÖBEG insbesondere gewerblichen Klein- und Mittelbetrieben (KMU) Haftungen für Betriebsmittel- und Investitionskredite. Weiters unterstützt die NÖBEG diese Unternehmen bei deren Investitions- und Wachstumsvorhaben mit stillen Beteiligungen im Rahmen von maßgeschneiderten Finanzlösungen.

www.noebeg.at

accent Inkubator GmbH

Der niederösterreichische Hightech-Inkubator accent begleitet Start-ups aus dem akademischen Umfeld von der Idee bis zur erfolgreichen Unternehmensgründung. Die Gründerinnen und Gründer erhalten neben einem intensiven Coaching durch die accent-Projektmanagerinnen und -Projektmanager auch maßgeschneiderte Workshops von Expertinnen und Experten, einen Zugang zum accent-Netzwerk sowie zu den accent-Co-Working-Spaces. Weiters betreibt accent das ESA Phi Lab Austria, eine Initiative des Landes Niederösterreich sowie der European Space Agency (ESA). Es unterstützt die Industrialisierung von Upstream-Innovationen und hat sich am Flughafen Schwechat als Kompetenzzentrum für den Weltraumsektor etabliert.

www.accent.at

tecnet equity - NÖ Technologiebeteiligungs-Invest GmbH

tecnet equity ist die Technologiefinanzierungsgesellschaft des Landes Niederösterreich. Über ihren Venture-Capital-Fonds investiert tecnet equity in wachstumsstarke, innovative, technologieorientierte Unternehmen. Diese Mittel dienen als Starthilfe, um in weiterer Folge den Wert des Unternehmens nachhaltig zu steigern. Neben der finanziellen Hilfe unterstützt tecnet - mit dem institutionellen Projekt „Research-to-value next“ (r2v next) - niederösterreichische Forscherinnen und Forscher sowie Gründerinnen und Gründer bei der Überführung ihrer Forschungsergebnisse in marktfähige Produkte und Dienstleistungen.

www.tecnet.at

Breitband Holding GmbH

Die Breitband Holding GmbH ist eine 100-Prozent-Tochter des Landes Niederösterreich und wurde im Jahr 2019 mit dem Ziel gegründet, das Breitbandprojekt des Landes Niederösterreich umzusetzen, um einen Breitbandausbau im ländlichen Raum (vorwiegend für Gemeinden mit unter 5.000 Einwohnerinnen und Einwohnern) sicherzustellen. Ihre Tochtergesellschaften nōGIG Service GmbH und nōGIG Projektentwicklungs GmbH (beide zu 100 Prozent im Eigentum der Breitband Holding GmbH) planen, errichten und betreiben öffentliche Glasfasernetze in Niederösterreich. An der BN Infrastruktur GmbH und an der nōGIG Phase Drei GmbH ist die Breitband Holding GmbH zu je 25,1 Prozent beteiligt und verwaltet somit den Landesanteil am Glasfasernetz, das in Kooperation mit der öGIG GmbH als Teil des Finanzierungspartners Allianz-Gruppe errichtet wird.

www.noegig.at

Niederösterreich-Werbung GmbH

Die Niederösterreich-Werbung GmbH ist die offizielle Tourismus- und Marketingorganisation des Landes Niederösterreich und fungiert als Leitorganisation im niederösterreichischen Tourismus. Ihre Aufgabe ist es, Niederösterreich als attraktive Ausflugs- und Urlaubsdestination im In- und Ausland zu vermarkten. Die Niederösterreich-Werbung GmbH hält wesentliche, aber unterschiedlich hohe Gesellschafteranteile an den sechs regionalen Tourismusdestinationen (Donau Niederösterreich Tourismus GmbH, Mostviertel Tourismus GmbH, Destination Waldviertel GmbH, Weinviertel Tourismus GmbH, Wiener Alpen in Niederösterreich Tourismus GmbH und Wienerwald Tourismus GmbH). Die Zusammenarbeit im touristischen Netzwerk Niederösterreich ist durch kontinuierliche, strategische und inhaltliche Abstimmung, die Berücksichtigung der regionalen Besonderheiten und Profile sowie die gezielte Nutzung von Synergien und den bestmöglichen Mitteleinsatz zum Erreichen der gemeinsam festgelegten Ziele geprägt. Des Weiteren ist die Niederösterreich-Werbung GmbH Mehrheitseigentümerin der Niederösterreich-Card GmbH. Die Niederösterreich-CARD ist eine der stärksten Marken im niederösterreichischen Tourismus und ein wichtiger Partner sowie Motor im Ausflugstourismus. Näheres zu den Beteiligungen der Niederösterreich-Werbung GmbH findet sich ab Seite 50 sowie ein ausführlicher Bericht über ihre Aktivitäten ab Seite 60.

www.niederoesterreich.at

Erweitertes Netzwerk des NÖ Wirtschaftsressorts

Technologie- und InnovationsPartner (TIPs)

Die Technologie- und InnovationsPartner unterstützen niederösterreichische Unternehmen bei Innovations- und Digitalisierungsvorhaben. Die Serviceangebote werden von der Niederösterreichischen Landesregierung, der Wirtschaftskammer Niederösterreich und der Europäischen Union finanziert. Basis des Angebotes ist die individuelle Betreuung von Unternehmen in Form eines „Innovations-Coachings“. Vertieft wird dies durch fokussierte Informationen und Serviceleistungen sowie die Förderung externer Beratungsleistungen. Im Jahr 2025 wurden insgesamt rund 2.000 Unternehmen unterstützt, knapp 400 Beratungsfälle gefördert und ein Fördervolumen von 800.000 Euro ausbezahlt. Über die TIP werden die ersten beiden Stufen des gemeinsamen Schwerpunktprogramms digi4Wirtschaft abgewickelt (digiKickstart, digiAssistent).

www.tip-noe.at



Foto: Adobe Stock/hotjiang1977

Foto: Adobe Stock/hoo



WIRTSCHAFT IN NIEDERÖSTERREICH 2025

Konjunktur 2025:

International | National | Regional

Internationale Konjunktur

Das Wirtschaftsjahr 2025 hat sich trotz gestiegener Zölle und handelspolitischer Unsicherheiten als widerstandsfähig erwiesen. **Insgesamt ist die Weltwirtschaft um 3,1 Prozent gewachsen.** Allerdings ist anzunehmen, dass sich die vollen Auswirkungen der Handelshemmnisse erst im Jahr 2026 zeigen. Konjunkturelle Unterstützung kommt vom Ausbau der KI-Technologien.

In den größten Wirtschaftsräumen stellte sich die Situation folgendermaßen dar: In den USA hat sich – gestützt durch die Inlandsnachfrage – das Bruttoinlandsprodukt robust entwickelt (+2,1 Prozent). Aufgrund verschiedener struktureller Probleme (Alterung, schwächere Produktivitätsentwicklung) wuchs die Wirtschaft 2025 in China mit +4,5 Prozent langsamer als in den Jahren zuvor. Schwach blieb die Entwicklung im Euroraum (+1,3 Prozent). In den letzten Quartalen des Jahres 2025 hat sich das BIP-Wachstum zwar etwas beschleunigt, aber die Unterschiede innerhalb des Wirtschaftsraums bleiben bestehen: Spanien und Frankreich wuchsen schneller als Italien, Deutschland stagnierte.

Die Lage in den mittel- und osteuropäischen EU-Staaten (MOEL) zeigte sich ebenfalls uneinheitlich. Polen und Bulgarien wiesen die höchsten Zuwachsraten auf, Rumänien hingegen verzeichnete einen Rückgang. Insgesamt wuchs die Wirtschaftsleistung in den MOEL-5 (Polen, Slowakei, Tschechien, Ungarn und Slowenien) 2025 um 2,4 Prozent.

Nationale Konjunktur¹

Die Wirtschaftsleistung in Österreich hat sich im Jahr 2025 mit +0,6 Prozent positiv entwickelt. Der private Konsum ist gestiegen (+0,5 Prozent), wurde aber durch die nur langsam sinkende Inflation gebremst.

Die Industrie profitierte durch günstigere Finanzierungsbedingungen und optimistischere Aussichten. Die Investitionen in Ausrüstungsgüter stiegen an, während sich in der Bauwirtschaft der Rückgang von 2024 fortsetzte (-2,0 Prozent).

Sorgenkind blieb die österreichische Exportwirtschaft, die sich aufgrund mangelnder Wettbewerbsfähigkeit weniger stark am internationalen Markt halten konnte. Die realen Wareneinfuhren sind gesunken (-2,6 Prozent).

Die Teuerung blieb mit einer durchschnittlichen Inflationsrate von 3,6 Prozent für das Jahr 2025 weiterhin hoch. Zwar dämpften geringere Lohnabschlüsse und moderatere Energiepreise die Effekte, allerdings haben sich auch Gebühren und Verbrauchssteuern erhöht.

Auf den Arbeitsmarkt hatten all diese Entwicklungen wenig Auswirkungen. Die Beschäftigung nahm um 0,2 Prozent zu, die Arbeitslosenquote stieg, trotz schwierigen Umfelds, von 7,0 Prozent nur auf 7,4 Prozent.

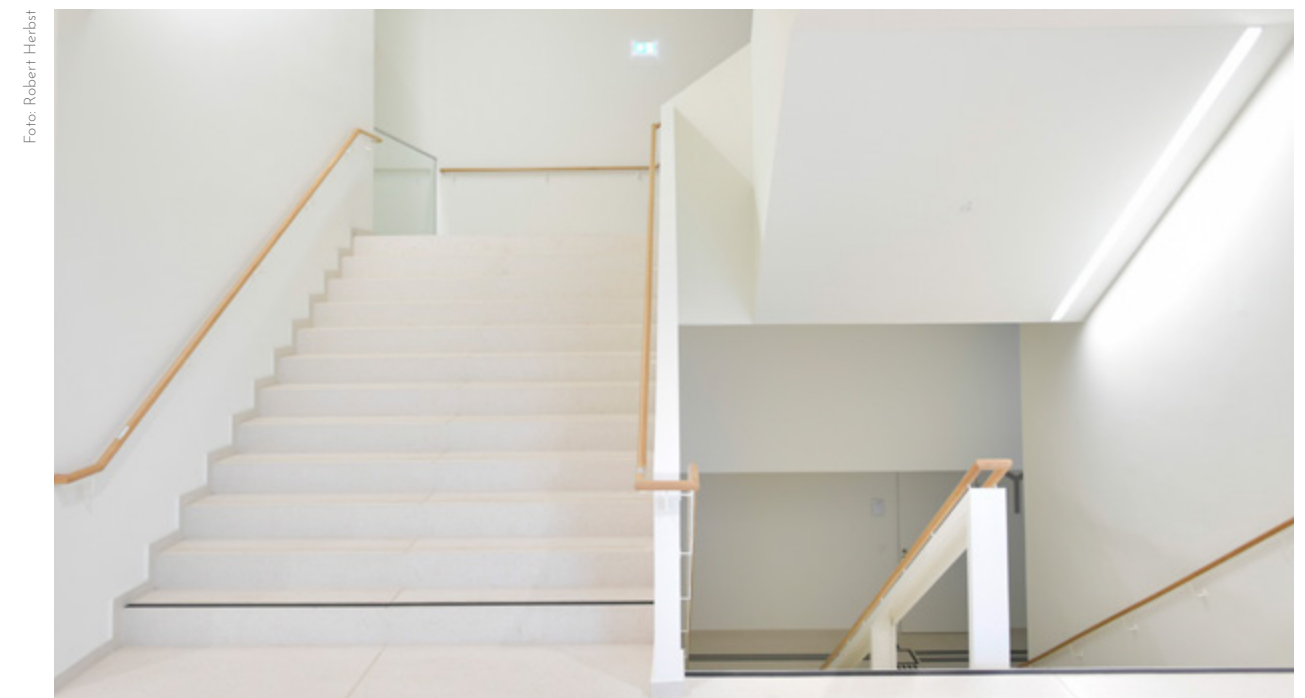


Foto: Robert Herbst

Wirtschaftsentwicklung in Niederösterreich²

Nach einer längeren Phase rückläufiger Entwicklung hat sich die wirtschaftliche Stimmung in Niederösterreich gegen Ende des Jahres etwas aufgehellt. Die nationalen und internationalen Herausforderungen belasteten vor allem die Exportwirtschaft: Besonders in den energieintensiven Branchen wirkten sich die hohen Energie- und Lohnstückkosten negativ auf die Wettbewerbsfähigkeit aus. In der Folge ging auch die Industrieproduktion zurück, obwohl sich im 4. Quartal eine deutliche Erholung gezeigt hat. Das spiegelte sich auch in der Stimmung in der niederösterreichischen Industrie wider, die etwa zu einem Drittel zur Bruttowertschöpfung des Bundeslandes beiträgt. Ende 2025 wurde die Lage deutlich besser beurteilt als in den Quartalen zuvor. Erstmals seit mehr als zwei Jahren war das Konjunkturbarometer der Industriellenvereinigung Niederösterreich wieder im positiven Bereich. Leicht positiv entwickelt hat sich – nach einer längeren Schwäche-Phase – die niederösterreichische Bauwirt-

schaft, besonders im Bereich des Nicht-Wohnbaus: die Produktion und die Auftragsbestände sind moderat angewachsen. Weitere Konjunkturimpulse kamen vom privaten und öffentlichen Konsum. Insgesamt hat sich die **niederösterreichische Wirtschaftsleistung im Jahr 2025 um 0,7 Prozent erhöht.**

Durch die aufwärts gerichtete Wirtschaftsentwicklung verhielt sich auch der Arbeitsmarkt vergleichsweise stabil: Die Arbeitslosenquote lag 2025 mit 6,6 Prozent unter dem Österreichdurchschnitt von 7,4 Prozent. Die Beschäftigung nahm gegenüber dem Jahr 2024 um 0,2 Prozent zu.

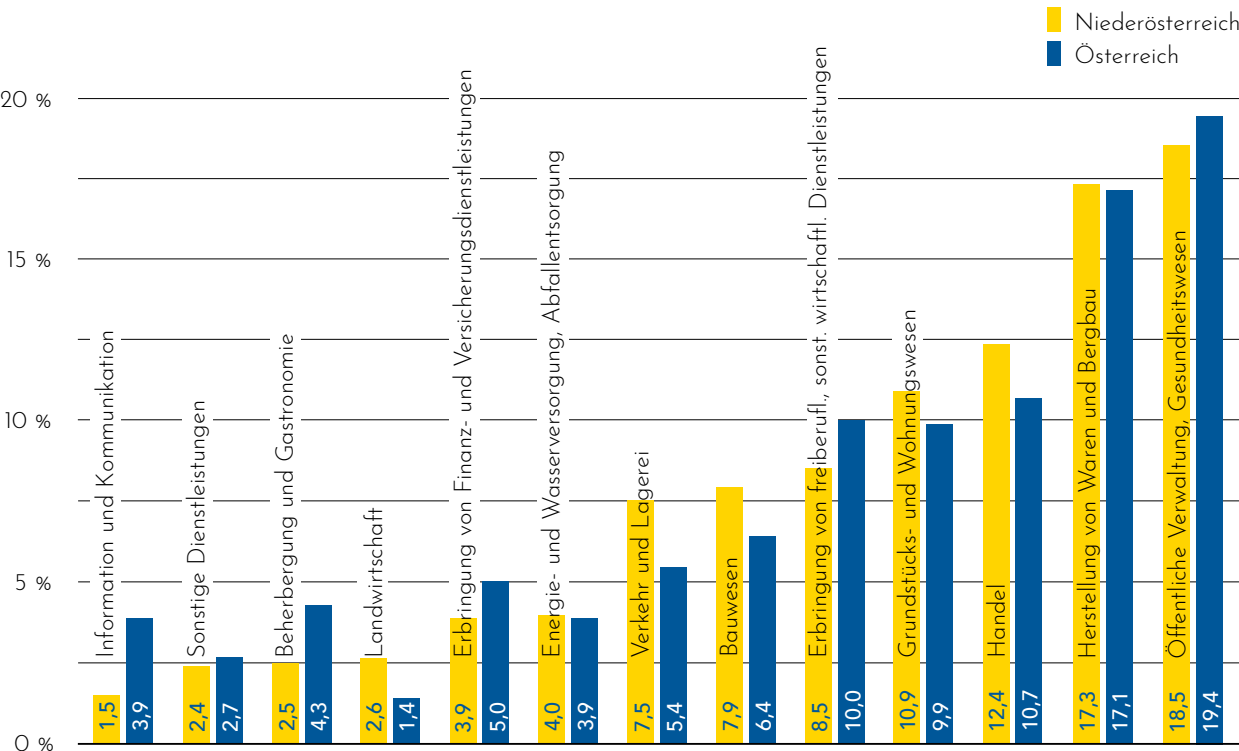
Auf den folgenden Seiten werden die wesentlichsten wirtschaftlichen Kennzahlen, die zur Beurteilung der Wirtschaftslage in Niederösterreich dienen, dargestellt. Hinsichtlich der Datenverfügbarkeit werden grundsätzlich aktuelle Daten aus dem Jahr 2025 verwendet. Bei einigen Kennzahlen liegen allerdings nur ältere Daten (2024 beziehungsweise 2023) vor.

Wirtschaftskennzahlen Niederösterreich 2025

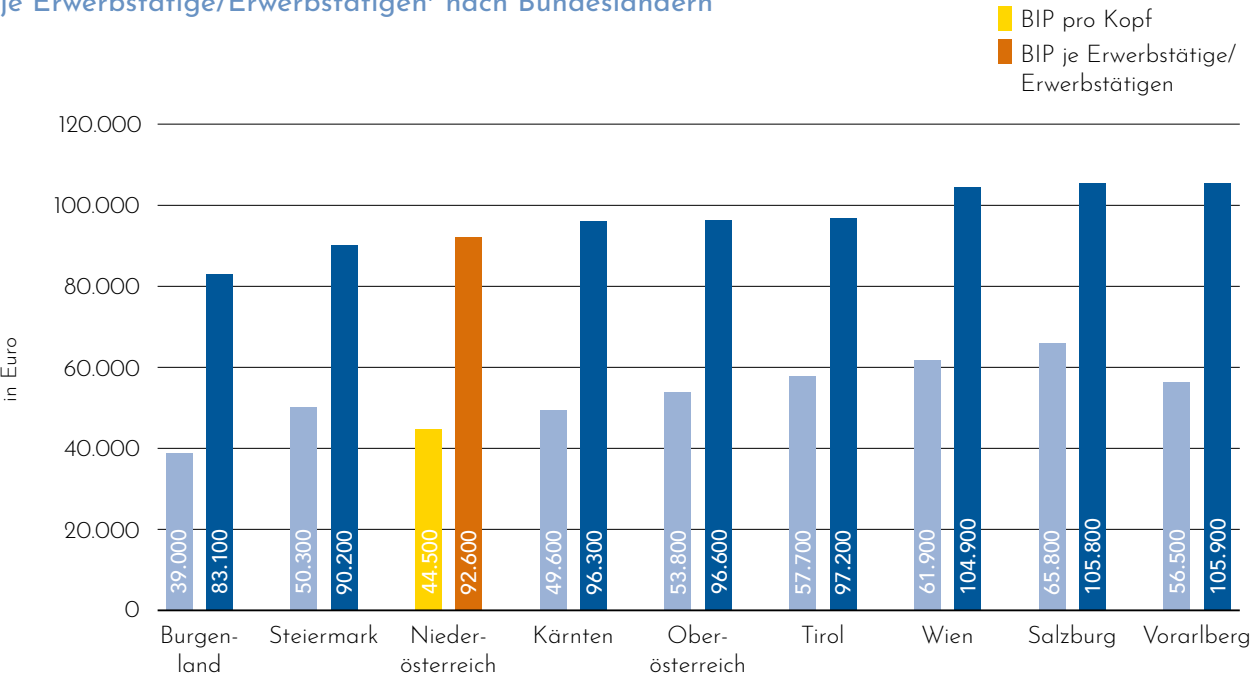
Wachstumsraten des realen Bruttoinlandsprodukts^{3, 4} und der realen Bruttowertschöpfung³ (Veränderung jeweils zum Vorjahr in Prozent)

Bruttoregionalprodukt/Bruttoinlandsprodukt (BRP/BIP)	2023	2024	2025 ⁵	2026 ⁶	2027 ⁶
Bruttoregionalprodukt Niederösterreich (Economica/IHS)	0,0	-1,0	+0,7	+0,8	+1,2
Bruttoinlandsprodukt Österreich (IHS)	-0,8	-0,7	+0,6	+0,5	+0,8
Bruttoinlandsprodukt Österreich (WIFO)	-0,8	-0,7	+0,6	+0,9	+1,3
Bruttowertschöpfung (BWS)	2023	2024	2025 ⁵	2026 ⁶	2027 ⁶
Niederösterreich (Economica/IHS)	-0,2	-1,3	+0,7	+0,8	+1,2
Österreich (WIFO)	-1,0	-1,0	+0,4	+1,0	+1,3

Wirtschaftsstruktur Österreichs und Niederösterreichs 2024, Anteile der Wirtschaftsbereiche an der Bruttowertschöpfung



Bruttoinlandsprodukt 2024 pro Kopf und je Erwerbstätige/Erwerbstätigen⁷ nach Bundesländern



Bruttoregionalprodukt Österreichs 2024 nach Bundesländern

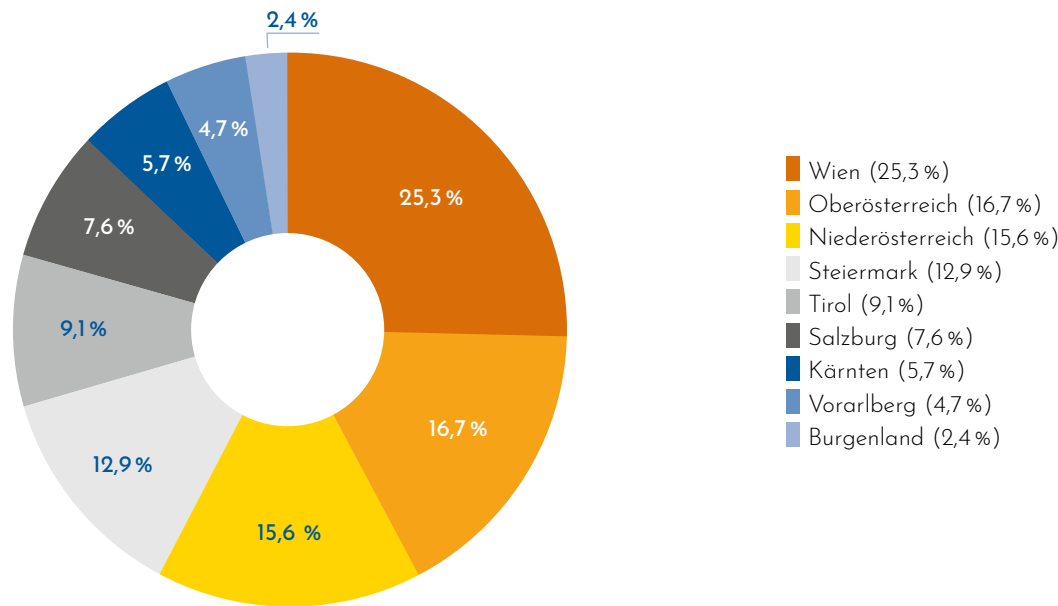
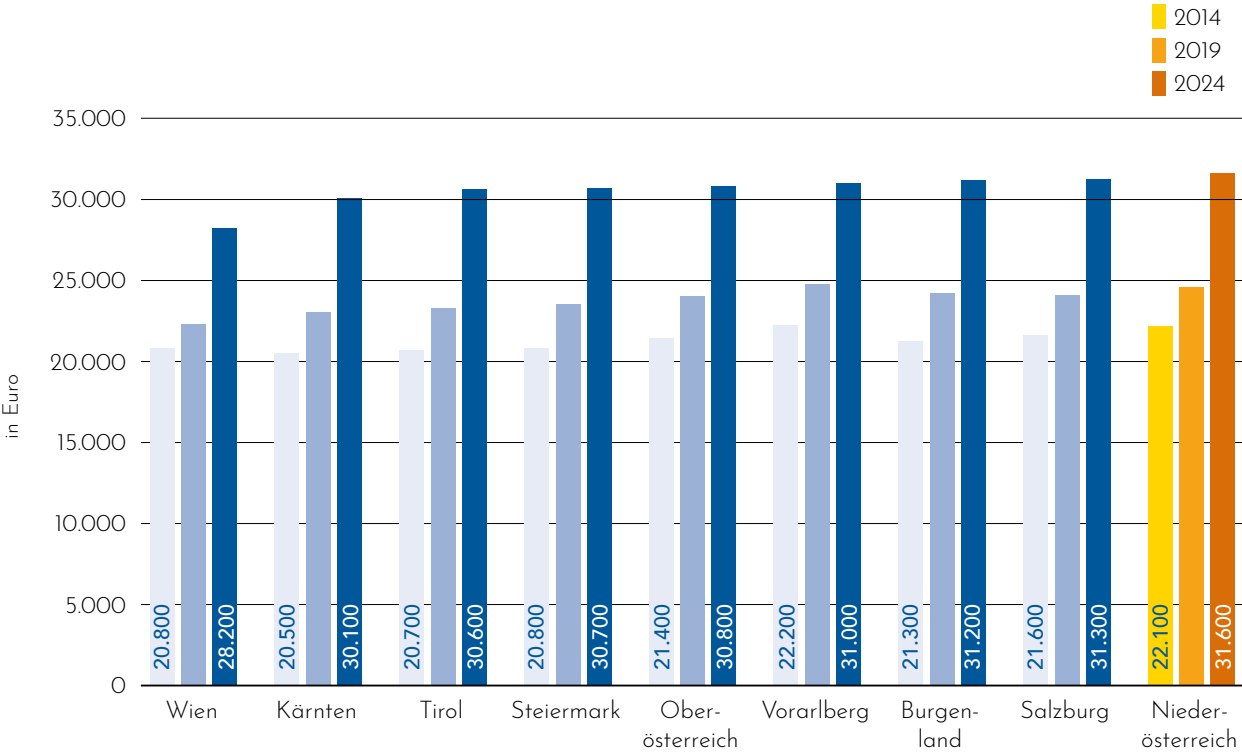
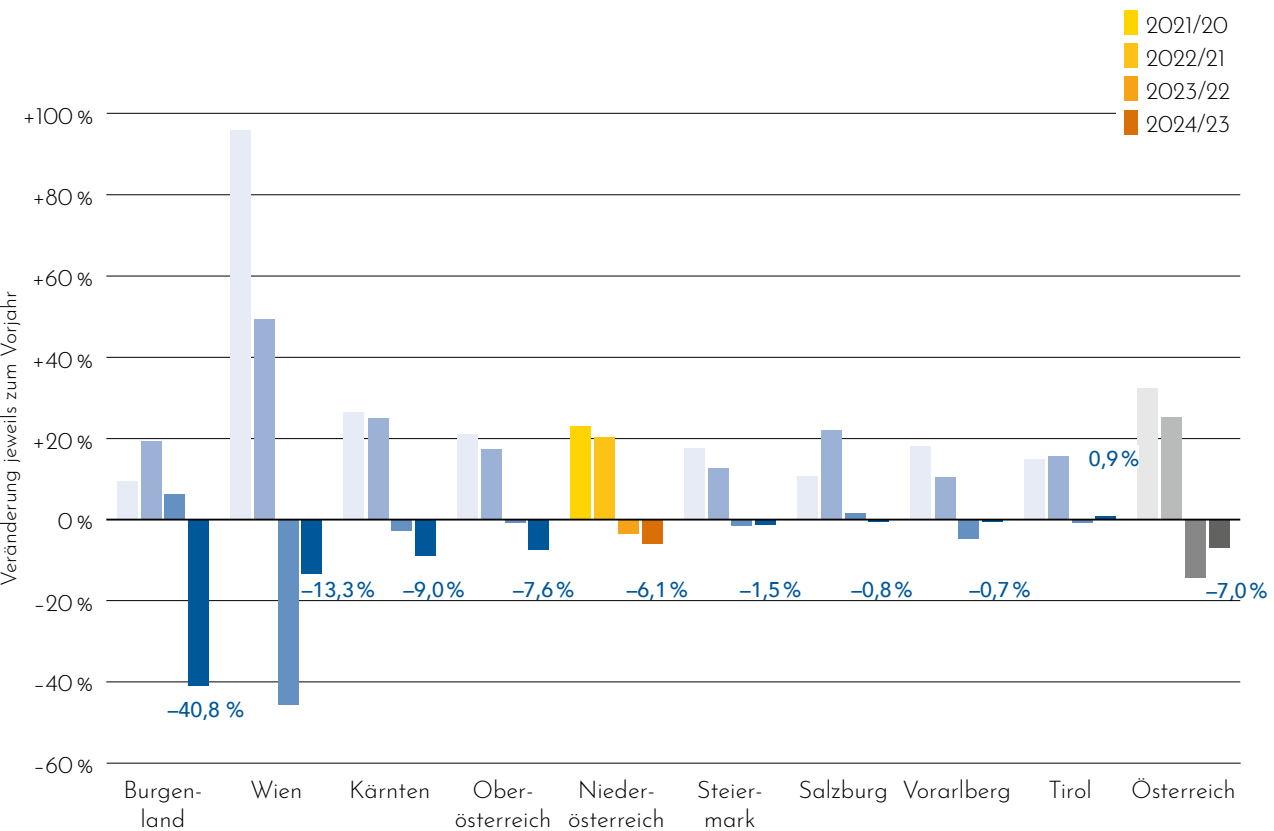


Tabelle - Quelle: Statistik Austria, Economica/IHS, WIFO
³ Zu Vorjahrespreisen
⁴ Siehe auch Glossar Seite 87
⁵ Vorläufige Schätzwerte mit Land- und Forstwirtschaft
⁶ Prognose ohne Land- und Forstwirtschaft
Grafik - Quelle: Statistik Austria, Economica/IHS

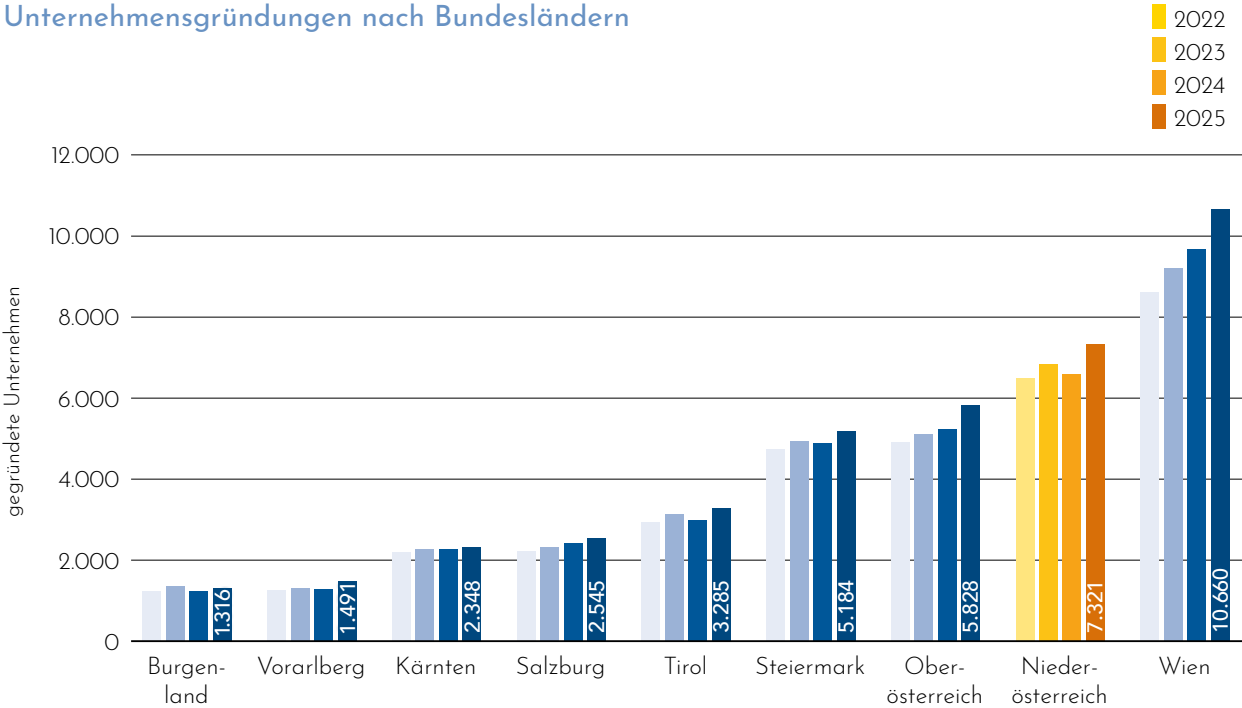
Verfügbares Einkommen der privaten Haushalte je Einwohnerin/Einwohner nach Bundesländern



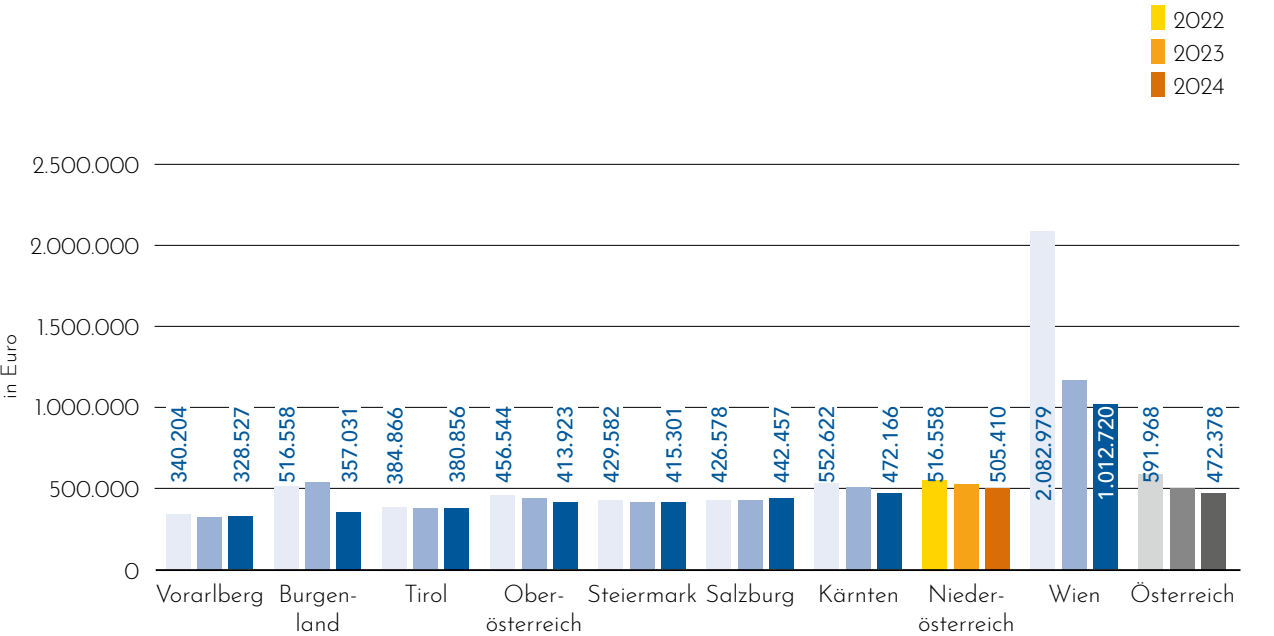
Abgesetzte Produktion in der Industrie nach Bundesländern



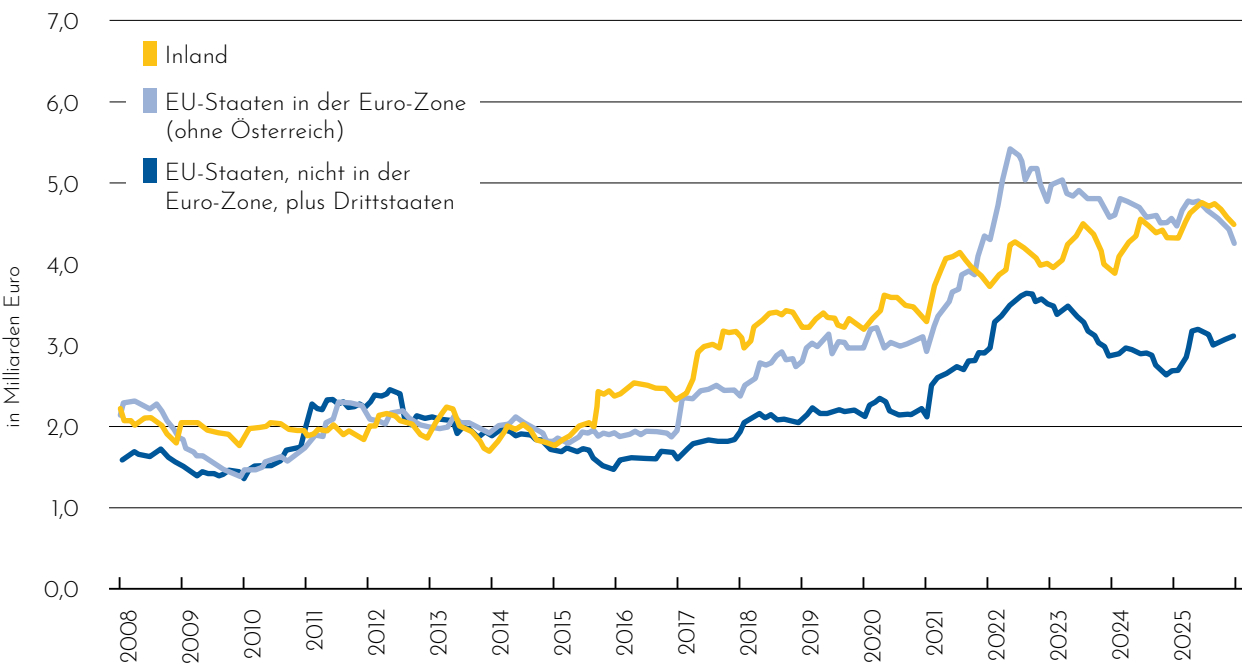
Unternehmensgründungen nach Bundesländern



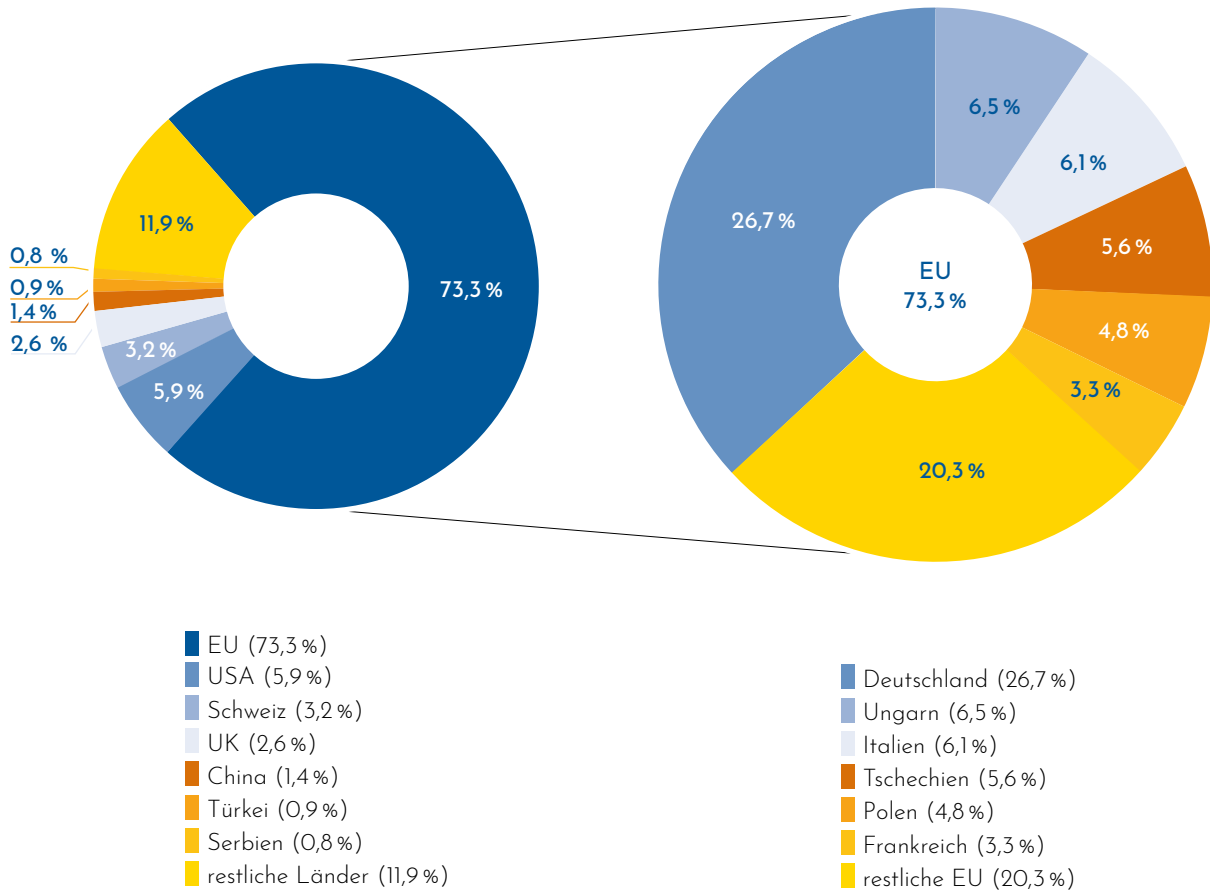
Produktionswert pro Beschäftigte/Beschäftigten in der Industrie nach Bundesländern



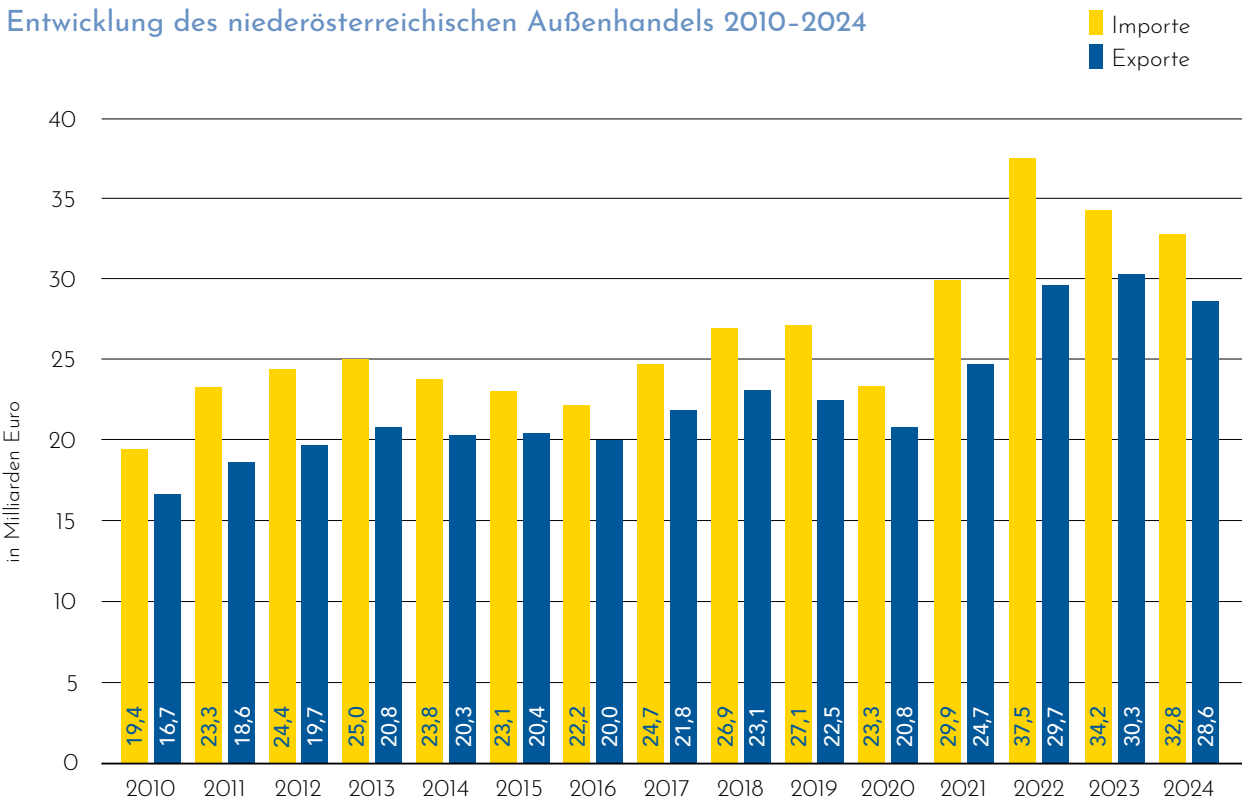
Dynamik der Auftragsbestände von Betrieben des produzierenden Bereiches in Niederösterreich 2008-2025



Handelspartner Niederösterreichs 2024, Anteil am Gesamtexportwert



Entwicklung des niederösterreichischen Außenhandels 2010-2024



Unselbständige Beschäftigungsverhältnisse (Jahresdurchschnitt) 2024 und 2025

	2024			2025			2024/2025 Veränderungen		
	insgesamt	Männer	Frauen	insgesamt	Männer	Frauen	insgesamt	Männer	Frauen
Niederösterreich	655.219	361.472	293.747	656.273	360.725	295.548	0,2 %	-0,2 %	0,6 %
Wien	923.588	474.986	448.601	933.430	478.633	454.796	1,1 %	0,8 %	1,4 %
Österreich	3.960.663	2.105.322	1.855.340	3.964.995	2.098.322	1.866.673	0,1 %	-0,3 %	0,6 %

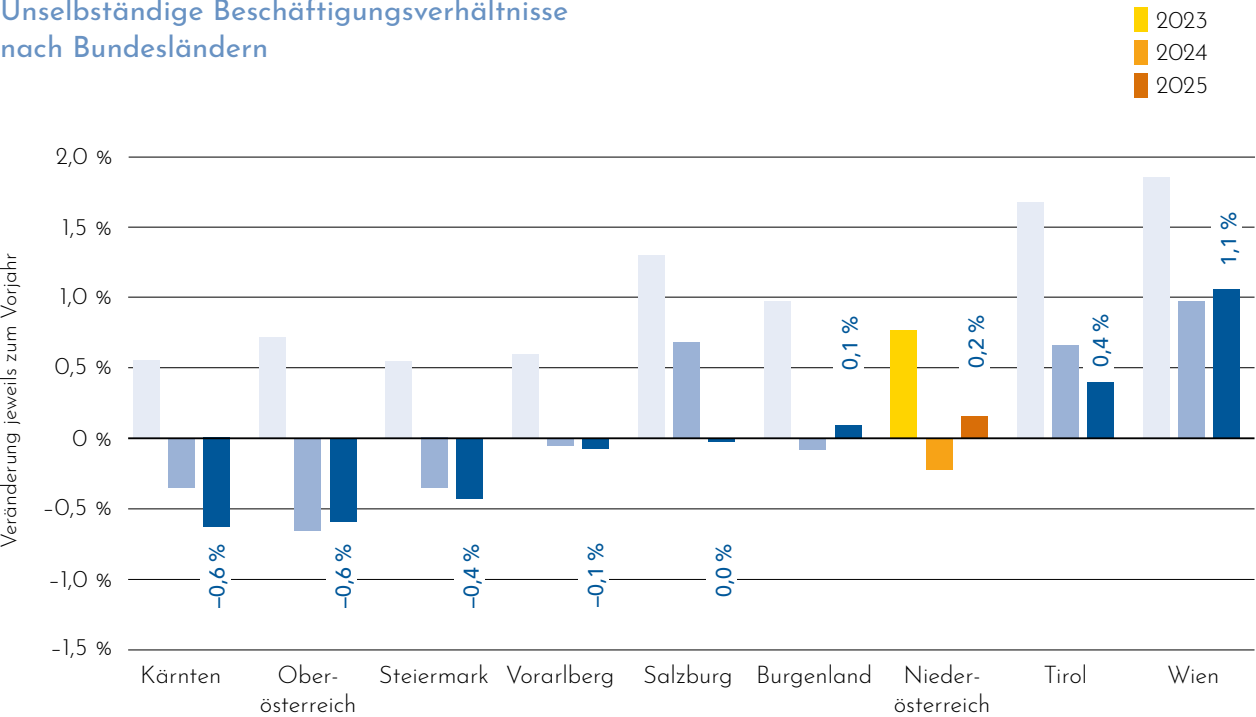
Vorgemerkte Arbeitslose (Jahresdurchschnitt) 2020-2025

Zahl der Arbeitslosen	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Österreich	409.639	331.741	263.121	270.773	297.851	317.540
Niederösterreich	64.939	51.984	40.987	40.997	44.380	46.259
Wien	149.701	126.680	104.848	108.372	118.311	125.525

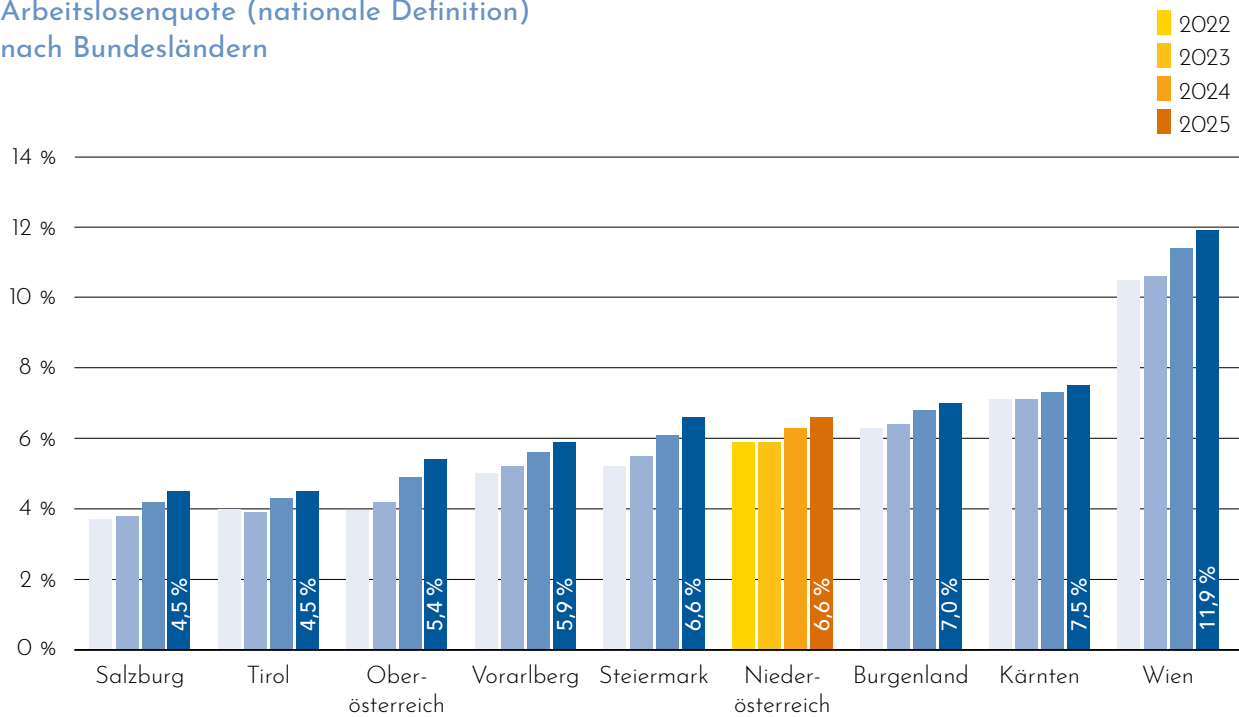
Arbeitslosenquote (in Prozent) nationale Definition	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Österreich	9,9	8,0	6,3	6,4	7,0	7,4
Niederösterreich	9,4	7,5	5,9	5,9	6,3	6,6
Wien	15,1	12,7	10,5	10,6	11,4	11,9

Arbeitslosenquote (in Prozent) EU-Definition	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Österreich	6,0	6,2	4,8	5,1	5,2	5,6

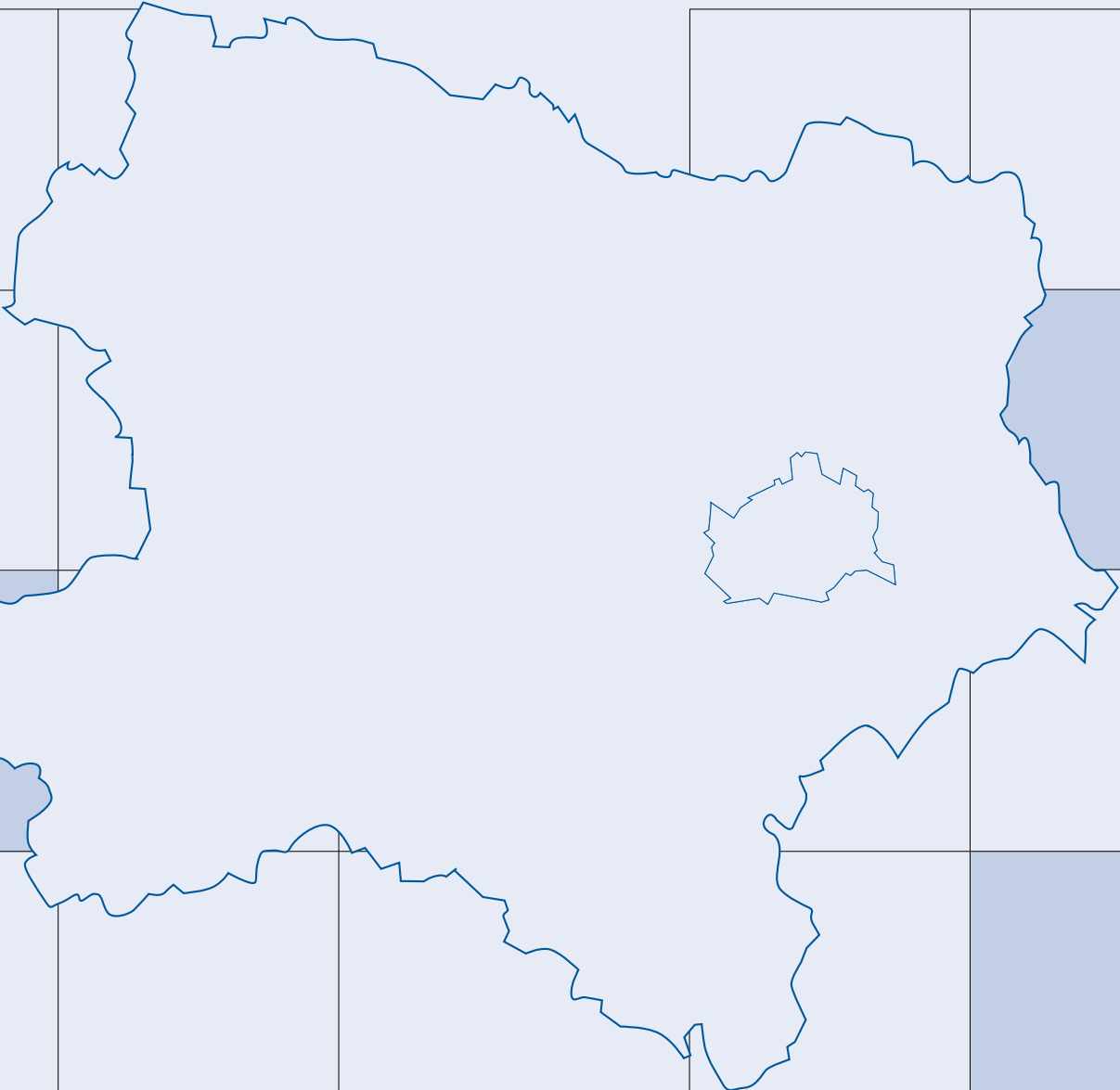
Unselbständige Beschäftigungsverhältnisse nach Bundesländern



Arbeitslosenquote (nationale Definition) nach Bundesländern



Wirtschaft in Zahlen 2025

		+0,7 % Bruttowertschöpfung BWS (2025) (Veränderung zum Vorjahr) NÖ: -1,3 % (2024) Ö: +0,4 % (2025)					92.600 Euro (2024) BRP je Erwerbstätige/ Erwerbstätigen NÖ: 90.100 (2023) Ö: 97.700 (2024)		
	76.878 Mio. Euro (2024) BRP/BIP nominell vorläufige Schätzung NÖ: 74.446 Mio. Euro (2023) Ö: 494.088 Mio. Euro (2024)							31.600 Euro (2024) Pro-Kopf-Einkommen NÖ: 29.500 (2023) Ö: 30.400 (2024)	
		+0,7 % BRP/BIP (2025) reales BRP/BIP (Veränderung zum Vorjahr) NÖ: -1,0 % (2024) Ö: +0,6 % (2025)					+0,2 % Beschäftigungs- entwicklung (Veränderung zum Vorjahr) NÖ: -0,2 % (2024) Ö: +0,1 % (2025)		
	15,6 % Anteile Niederösterreichs am Österreich-BIP (2024) NÖ: 15,6 % (2023)								
		28,6 Mrd. Euro Export (2024) NÖ: 30,3 Mrd. Euro (2023) Ö: 191,2 Mrd. Euro (2024)							
							7.321 Unternehmens- gründungen (ohne selbständige Personenbetreuung) NÖ: 6.581 (2024) Ö: 39.978 (2025)		6,6 % Arbeitslosenquote nationale Berechnung NÖ: 6,3 % (2024) Ö: 7,4 % (2025)

BRP/BIP zu laufenden Preisen: Eine auf diesen Zeitreihen aufbauende Berechnung der Veränderung des BRP liefert nominelle Veränderungsdaten, die erst unter Berücksichtigung der Inflation beziehungsweise des BIP-Deflators in reale Veränderungsdaten übergeführt werden können.
Aufgrund statistischer Revisionen können sich auch Zahlen aus vergangenen Jahren ändern.
Quellen: AMS, Dachverband der Sozialversicherungsträger, Economica, IHS, Statistik Austria, WKO

Schwerpunkte Abteilung Wirtschaft, Tourismus und Technologie 2025

Verwaltung und Betreuung der Gesellschaften im NÖ Wirtschaftsressort

Die Abteilung Wirtschaft, Tourismus und Technologie verwaltet die zum NÖ Wirtschaftsressort gehörenden ausgelagerten Gesellschaften wie ecoplus. Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH, Niederösterreich-Werbung GmbH, N.vest Unternehmensfinanzierungen des Landes NÖ GmbH, Breitband Holding GmbH und weitere Gesellschaften.

Die Anforderungen an die Verwaltung der Gesellschaften sind durch strukturelle Vorgaben wie den Public Corporate Governance Kodex deutlich angewachsen. Ziel ist, die Gesellschaften nicht nur administrativ zu verwalten, sondern deren Wirkungen für die niederösterreichische Wirtschaft im Hinblick auf die eingesetzten Ressourcen und die jeweils gültige Landes-Wirtschaftsstrategie zu evaluieren.

Umsetzung der Wirtschafts- und Tourismusstrategie sowie Steuerung der Geschäftsbereiche mit dem Instrument „Balanced Scorecard“

Die Programme und Maßnahmen von strategisch zusammengefassten Geschäftsbereichen des Wirtschaftsressorts werden mit dem Instrument der „Balanced Scorecard“ gesteuert. Im Rahmen von klar definierten Zielsetzungen und entsprechenden Wirkungsindikatoren werden die jährliche Performance dieser insgesamt sieben Bereiche des Wirtschaftsressorts sowie die mehrjährige Entwicklung hinsichtlich langfristiger Ziele geprüft.

Pro Bereich findet einmal jährlich ein sogenannter Review statt, bei dem die Verantwortlichen die Jahresergebnisse präsentieren sowie gemeinsam die kommenden Herausforderungen diskutieren und Maßnahmen planen.

Novellierung des NÖ Tourismusgesetzes 2023

Mit der Novellierung des NÖ Tourismusgesetzes 2023 wurde beschlossen, die Finanzierungssystematik der Gemeindebeiträge zu den regionalen Tourismus-Destinationsorganisationen neu und einheitlich zu regeln sowie diese Systematik erstmals auch gesetzlich zu verankern.

Diese neue Systematik wurde 2025 final entwickelt, der Gesetzesentwurf eingebracht und das Gesetz am 23. Oktober 2025 vom Niederösterreichischen Landtag beschlossen. Dadurch ändert sich die Grundlage des Finanzierungssystems. Dabei leistet jede Gemeinde ab 2026 einen fixen Sockelbetrag von 1.000 Euro und zusätzlich einen prozentualen Beitrag aus den Einnahmen der Nächtigungstaxe an die jeweilige offizielle regionale Tourismusdestination.

Zudem wurde mit der Novellierung die entgeltliche Überlassung von Grundflächen zum Nächtigen in mobilen Unterkünften explizit in die Abgabepflicht der Nächtigungstaxe aufgenommen.

Wirtschaftsstrategie Niederösterreich 2030+

Im Frühjahr 2025 erhielt die Abteilung Wirtschaft, Tourismus und Technologie den Auftrag, vor dem Hintergrund der schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und der zahlreichen Herausforderungen für die Wirtschaft eine neue Wirtschaftsstrategie und anschließend eine neue Tourismusstrategie zu erarbeiten.

Grundlage für die neue Wirtschaftsstrategie Niederösterreich 2030+ war ein breit angelegter Erhebungs- und Entwicklungsprozess. Ziel war, ein zukunftsorientiertes und tragfähiges Fundament für die wirtschaftspolitischen Maßnahmen des Landes zu schaffen.

Basis für die Inhalte war die niederösterreichische Landesstrategie „Mein Land denkt an morgen“.

Foto: Wiener Alpen/Martin Fülöp



Ergänzend orientiert sich die Wirtschaftsstrategie Niederösterreich 2030+ an der Strategischen Agenda der Europäischen Union 2024–2029, zudem wurden relevante Strategien der Bundesebene (zum Beispiel Industriestrategie, Standortstrategie) berücksichtigt. Einen zentralen Ausgangspunkt des Konzepts bildete der sogenannte „entrepreneurial discovery process“. Dieses Verfahren wurde bewusst gewählt, um eine möglichst breite Beteiligung unterschiedlicher Stakeholderinnen und Stakeholder (zum Beispiel Unternehmen, Forschende, Studierende) durch zahlreiche Dialoge sicherzustellen. Die Anliegen und Einschätzungen verschiedener Interessenvertretungen, insbesondere der Wirtschaftskammer Niederösterreich und der Industriellenvereinigung Niederösterreich sowie aller Organisationen des NÖ Wirtschaftsressorts wie ecoplus, Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH und N.vest Unternehmensfinanzierungen des Landes NÖ GmbH sowie des Fachbeirats „Zukunft.Wirtschaft. Niederösterreich“ fanden ebenfalls Eingang in die Strategie. Aus all diesen Beiträgen soll die Wirtschaftsstrategie Niederösterreich 2030+ gebildet werden. Diese soll im Frühjahr 2026 final ausgearbeitet und präsentiert werden. Mit der Ausarbeitung der Tourismusstrategie wurde zum Jahreswechsel 2025/2026 begonnen.

Gründung der Semmering Projektentwicklungsgesellschaft mbH

Zur Entwicklung der Region Semmering wurde von der Niederösterreichischen Landesregierung beschlossen, eine eigene Semmering Projektentwicklungsgesellschaft zu gründen. Die Gesellschaft wurde im Frühjahr 2025 gegründet und mit der Verwaltung dieser Gesellschaft wurde die Abteilung Wirtschaft, Tourismus und Technologie betraut. Zudem fungiert die Abteilung als Kommunikationsdrehscheibe und Schnittstelle zwischen den wichtigsten involvierten Bereichen (zum Beispiel Niederösterreich Werbung und die Destinationen) und betreut die Geschäftsführung der Gesellschaft in fachlichen und prozessualen Fragestellungen.

Innovationspreis und TRIGOS 2025

Gemeinsam mit der Wirtschaftskammer Niederösterreich wurde 2025 der Niederösterreichische Innovationspreis bereits zum 37. Mal vergeben. Dieser gehört zu den renommiertesten Auszeichnungen für Unternehmen und Forschungseinrichtungen im Bundesland. Er inspiriert dazu, innovative Ideen zu entwickeln, und zeichnet herausragende Projekte sowie zukunfts-

weisende Entwicklungen aus. Gesamtsieger und drei Sonderpreisträger gingen aus insgesamt 27 Einreichungen hervor.

Ebenfalls gemeinsam mit der Wirtschaftskammer Niederösterreich wurde im Jahr 2025 auch der „TRIGOS NÖ 2025“ vergeben, der sich seit über zwanzig Jahren als führende Auszeichnung für verantwortungsvolles und nachhaltiges Wirtschaften etabliert hat.

Fachbeirat
„Zukunft.Wirtschaft.Niederösterreich“

Auch 2025 wurde das ergänzende Wirtschaftsentwicklungsprogramm „Zukunft.Wirtschaft.Niederösterreich“ mit einer Vielzahl geplanter Maßnahmen und Projekte, im Wirtschaftsressort und in der Abteilung Wirtschaft, Tourismus und Technologie fortgesetzt. Der hochkarätig besetzte Beirat tagte auch 2025 zweimal, um die Maßnahmen des Wirtschaftsressorts zu prüfen und Anregungen für zukünftige Maßnahmen im Hinblick auf Herausforderungen und Chancenfelder der Wirtschaft zu geben. Dieser Beirat wird weiterhin von der Abteilung Wirtschaft, Tourismus und Technologie organisiert und begleitet werden.

FLC - Interreg First Level Control

Die Abteilung Wirtschaft, Tourismus und Technologie zeichnet sich für die Kontrolle der Abrechnungen von Interreg-Projekten (bilaterale, grenzüberschreitende Projekte) der Programme Österreich-Tschechien, Slowakei-Österreich und Österreich-Ungarn verantwortlich. Mit dem Start der neuen EU-Finanzperiode erhöht sich die Zahl neuer Förderanträge in diesem Bereich. Im grenzüberschreitenden Interreg-Programm ist die Kontrolltätigkeit 2024 angelaufen. Im Jahr 2025 wurden bereits große Mengen an Abrechnungen eingebracht. Insbesondere die sogenannten N+3-Fristen zur „Abholung“ von EU-Mitteln sind herausfordernd, da hiermit enormer Prüfungsaufwand einhergeht.

Digitales touristisches Wegemanagement

Im Jahr 2023 wurde die Einführung eines „Digitalen touristischen Wegemanagements“ für ganz Niederösterreich geplant. Der hier begonnene Prozess (unter Einbindung ausgelagerter Gesellschaften, des Verkehrsverbund Ost-Region (VOR) und anderer Landesabteilungen) wurde 2025 fortgeführt und das geplante Pilotprojekt in der Region Mostviertel gestartet. Im Rahmen dieses Pilotprojektes werden Erfahrungen gesammelt und weitere Verbesserungen geplant. In der Folge soll das System auf weitere Regionen ausgerollt werden.

Förderprogramm 2025

Zahlreiche Umfeldbedingungen wie die fortschreitende Digitalisierung sowie globale Herausforderungen, aber auch das neue EU-Programm „IBW/EFRE & JTF 2021-2027“ erforderten eine Neuausrichtung des Förderprogrammes des NÖ Wirtschafts- und Tourismusfonds. Dieses neue Programm wurde in der Abteilung Wirtschaft, Tourismus und Technologie für das Jahr 2025 erneut den Anforderungen der heimischen Wirtschaft angepasst und zu Beginn des Jahres neu ausgerollt. Darunter war auch die Fortführung des Calls „digi4Wirtschaft“, mit dem kleine und mittelständische Betriebe, aber auch Großunternehmen unterstützt werden, um neue Geschäftsmöglichkeiten in der digitalen Welt zu erschließen.

Wirtschaftsförderungen 2025

Der NÖ Wirtschafts- und Tourismusfonds (NÖ WTF) unterstützt Unternehmen mit Finanzierungsinstrumenten in den Bereichen **Investitionen, Unternehmensentwicklung sowie Innovation und Technologie**. Zudem fördert er die Umsetzung der **Wirtschaftsstrategie Niederösterreich** durch Programmfinanzierungen. Unterstützt werden ausschließlich Projekte, die den Entwicklungsstrategien des Landes entsprechen und die EU-Kohäsionsziele für intelligentes, nachhaltiges und integratives Wachstum verfolgen.

Die nachfolgenden Seiten beschreiben die einzelnen **Förderaktionen**. Dabei gelten folgende Grundsätze:

- Zuschüsse entsprechen dem zur Auszahlung bewilligten Betrag.
- Kredite beziehen sich auf bewilligte Auszahlungsbeträge.
- Bei dem **NÖ Beteiligungsmodell** und den **Bürgschaften** wird der Rückhaftungsanteil des NÖ WTF für übernommene Kredite ausgewiesen.

Das Förderprogramm umfasst:

- **fixe Programme („Regionale Schwerpunkte“) mit dauerhafter Laufzeit**
- **zeitlich und budgetär begrenzte „Impulsprogramme“**

Mit Impulsprogrammen kann rasch auf veränderte wirtschaftliche Rahmenbedingungen reagiert und gezielte Unterstützung angeboten werden. Sie bündeln Förderprodukte zu spezifischen Themen – optimal abgestimmt auf die Unternehmensperspektive. Darüber hinaus werden Finanzierungshilfen (Haftungen/Bürgschaften) angeboten.

Seit 2025 werden auch die Regionalförderungen über den NÖ WTF abgewickelt (siehe Seite 45).

Auf den folgenden Seiten wird ein Überblick der Förderungen im Jahr 2025 samt Beispielprojekten gegeben. Detaillierte Auswertungen der Förderungen (nach Region, Bezirk, Betriebsart, Branche etc.) sind im Anhang ab Seite 84 zu finden.

Einzelheiten zu Förderungen mit Schwerpunkt Tourismus und Digitalisierung (Investitionsförderung Qualität Tourismus) sind ab Seite 36 (Digitalisierung) und Seite 58 (Tourismus) zu finden.

Gesamtübersicht der Förderungen 2025

Förderungen nach Aktionen	Bewilligungen	Förderbare Projektkosten	Bewilligte Zuschüsse national	Bewilligte Zuschüsse EU	Bewilligte Haftung
Aktuelle Aktionen Programmperiode 2021-2027					
Regionale Schwerpunkte	75	184.358.321,45	10.942.971,78	10.575.177,18	0,00
Impulsprogramme	557	102.016.881,04	9.727.779,33	320.842,41	0,00
Finanzierungen	71	233.898.245,00	42.874.092,25	0,00	12.737.840,00
Regionalförderprogramm					
	140	41.134.843,77	23.105.476,29	0,00	0,00
Gesamtergebnis	843	561.408.291,26	86.650.319,65	10.896.019,59	12.737.840,00

Regionale Schwerpunkte

Regionale Schwerpunkte	Bewilligungen	Förderbare Projektkosten	Bewilligte Zuschüsse national	Bewilligte Zuschüsse EU
Investitionsförderung Qualität Gewerbe	25	91.110.655,56	3.485.076,59	1.860.000,00
Investitionsförderung Qualität Tourismus, siehe Seite 58 (Tourismusförderungen)	10	45.893.623,00	1.376.806,00	0,00
Forschung, Entwicklung & Innovation - Infrastrukturprojekte und Technologiezentren, siehe Seite 44	1	4.000.000,00	400.000,00	1.600.000,00
Forschung & Technologieentwicklung Qualität (Forschungseinrichtungen), siehe Seite 45	6	31.069.056,92	3.535.723,14	0,00
Forschung & Technologieentwicklung Qualität (Unternehmen), siehe Seite 45	13	1.434.058,24	621.230,70	0,00
Förderaktion zu den Themenschwerpunkten „Umwelt, Klima und Ressourcen“ sowie „Medizin und Gesundheit“, siehe Seite 45	12	4.811.956,40	721.793,48	2.887.173,84
Forschung für Morgen	4	3.114.139,49	430.819,10	1.904.785,34
Umsetzung der Wirtschaftsstrategie	4	2.924.831,84	371.522,77	2.323.218,00
Regionale Schwerpunkte gesamt	75	184.358.321,45	10.942.971,78	10.575.177,18

Investitionsförderung Qualität Gewerbe

Die „Investitionsförderung Qualität Gewerbe“ unterstützt die Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit der niederösterreichischen Wirtschaft durch die Förderung von Projekten, die beispielsweise Arbeitsplatzzuwachs oder eine produktive Kapazitätserweiterung vorweisen und insbesondere auch eine nachhaltige, qualitative Verbesserung des Angebots beziehungsweise des Produktportfolios beinhalten. Im Zentrum stehen Projekte, die Innovationen sowie Forschung und Entwicklung zur Umsetzung und Marktreife bringen.

Umsetzung der Wirtschaftsstrategie Niederösterreich

Mit der Förderung „Umsetzung der Wirtschaftsstrategie“ werden Entwicklungsvorhaben unterstützt, die zur Umsetzung der Wirtschaftsstrategie Niederösterreich und deren Substrategien (Tourismusstrategie Niederösterreich und Digitalisierungsstrategie Niederösterreich) beitragen. Dadurch soll der Wirtschafts- und Tourismusstandort weiter gestärkt und zukunftsfähig weiterentwickelt werden.

Beispielprojekt 2025



BEISPIELPROJEKT HOLZBAU WILLIBALD LONGIN GMBH UND SÄGEWERK WILLIBALD LONGIN GMBH

3843 Dobersberg
Die Holzbau Willibald Longin GmbH, ein traditionsreicher Familienbetrieb und führender Akteur im nachhaltigen Holzbau, realisiert am Standort Dobersberg eine umfassende Investition in Produktionsinfrastruktur und digitale Fertigungstechnologien. Kern des Projekts ist der Neubau einer hochmodernen

Fertigungshalle sowie die Implementierung einer vollautomatisierten Abbundanlage und einer innovativen Fertigungslinie. Diese Maßnahmen ermöglichen die vollständige Vorfertigung von Wand-, Dach- und Deckenelementen in einer geschlossenen Produktionsumgebung, wodurch innerbetriebliche Transportwege entfallen, der CO₂-Ausstoß signifikant reduziert und die Produktionskapazität auf bis zu 80 Wohneinheiten pro Jahr verdoppelt wird.
Das Projekt stärkt die regionale Wertschöpfung durch die Einbindung lokaler Partnerunternehmen und schafft neue qualifizierte Arbeitsplätze. Es leistet einen substanziellen Beitrag zur Dekarbonisierung der Bauwirtschaft und setzt neue Standards für ökologisches Bauen.

Die Investition wird aus Mitteln des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) kofinanziert.



Nähere Informationen zu IWB/EFRE

Impulsprogramme

Impulsprogramme	Bewilligungen	Förderbare Projektkosten	Bewilligte Zuschüsse national	Bewilligte Zuschüsse EU
Zu Gast in Niederösterreich - „Wirtshausprämie“, siehe Seite 58	22	220.000,00	220.000,00	0,00
Zu Gast in Niederösterreich - Gestalten und Verbessern 2025	70	5.052.961,00	1.010.581,00	0,00
digi4Wirtschaft	188	8.023.180,40	4.011.590,20	0,00
FFG Anschlussförderung	11	14.216.664,00	205.315,00	0,00
Just Transition Funds - Investitionsförderung	2	1.678.812,05	0,00	320.842,41
Innovation in KMU - Innovationsprojekte	19	813.865,00	325.546,00	0,00
Unternehmerische Investition - Gründung und Übernahme	67	16.557.349,58	1.503.692,50	0,00
Unternehmerische Investition - NO Gründungszuschuss	4	2.954.146,88	194.187,34	0,00
Unternehmerische Investition - Standortförderung Niederösterreich	6	45.057.299,13	1.036.000,00	0,00
Anschlussförderung OeHT	1	693.000,00	31.618,14	0,00
Anschlussförderung OeHT - Jungunternehmerförderung, siehe Seite 59	9	2.016.900,00	151.000,00	0,00
Kooperationsförderung	8	671.129,00	291.850,15	0,00
Nah versorgt - Nahversorger Investition	39	3.103.492,00	310.341,00	0,00
Nachhaltig Wirtschaften - Umweltberatungen	104	528.280,00	264.140,00	0,00
Schadensausgleich Südufer Wachau	7	429.802,00	171.918,00	0,00
Impulsprogramme gesamt	557	102.016.881,04	9.727.779,33	320.842,41

Innovation in KMU

Ziel des Impulsprogrammes „Innovation in KMU“ ist die Stärkung der Innovationskraft in Klein- und Mittelbetrieben, die mit einer Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit einhergeht. Die Förderaktion „Innovation in KMU“ teilt sich in zwei Förderbereiche:

Innovationsprojekte

Konkrete Innovations- und Entwicklungsprojekte in kleinen Unternehmen werden mit maximal 20.000 Euro Zuschuss gefördert, um den (innerbetrieblichen) Know-how-Aufbau zu unterstützen.

Investitionsförderung

Investitionen in Anlagegüter zur Umsetzung eines Forschungs- und Entwicklungsvorhabens in der Produktion werden mit einem maximalen Zuschuss von 50.000 Euro unterstützt.

Unternehmerische Investition

Im Rahmen des Impulsprogrammes „Unternehmerische Investition“ werden Investitionen in Anlagegüter im Zuge der Gründung durch Jungunternehmerinnen und Jungunternehmer sowie Vorhaben bei der Übernahme eines bestehenden Unternehmens, die Ansiedlung von neu gegründeten Unternehmen und die Sicherung des Fortbestandes von bestehenden Unternehmen gefördert. Das Impulsprogramm „Unternehmerische Investition“ teilt sich in mehrere Förderbereiche.

Gründung und Übernahme

Die Förderung erfolgt durch einen Zuschuss in Höhe von maximal 10 Prozent (maximal 50.000 Euro) der förderbaren Kosten. Antragsberechtigt sind kleine und mittlere Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft sowie der Tourismus- und Freizeitwirtschaft bis zu drei Jahre nach der Betriebsgründung durch Jungunternehmerinnen und Jungunternehmer.

Gründungszuschuss

Der Gründungszuschuss soll Jungunternehmerinnen und Jungunternehmer unterstützen. Die gemeinsame Förderaktion vom Land Niederösterreich und von der Wirtschaftskammer Niederösterreich unterstützt die Finanzierung von Unternehmen zu Beginn der unternehmerischen Tätigkeiten durch einen einmaligen Finanzierungszuschuss von 10 Prozent (maximal 2.000 Euro). Die Bewilligung erfolgt gesammelt viermal jährlich. Im Jahr 2025 wurden insgesamt 210 Unternehmen unterstützt. Die Abwicklung erfolgt durch die Wirtschaftskammer Niederösterreich.

Standortförderung Niederösterreich

Die Förderung unterstützt Betriebe bei Investitionen zur Erhöhung der Produktivität und beim Ausbau ihrer Aktivitäten. Darüber hinaus liegen die Ansiedlung beziehungsweise der Ausbau von Headquarter-Aktivitäten sowie die Sicherung von bestehenden Betriebsflächen im Fokus dieser Förderung. Langfristig strebt dieses Förderprogramm an, einerseits die Attraktivität des Standortes für niederösterreichische Traditionsunternehmen und regionale Leitbetriebe zu erhöhen und andererseits Abwanderungstendenzen entgegenzuwirken. Es werden Projekte von Unternehmen unterstützt, die eine zentrale Wertschöpfungstätigkeit an einem niederösterreichischen Standort seit dem 01.01.2015 haben oder die eine neue Betriebsstätte mit zumindest 50 Arbeitsplätzen errichten.

Kooperationsförderung

Unterstützt werden Kooperationen, insbesondere zwischen kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) – aber auch entlang der Wertschöpfungskette –, zur Qualifizierung und Steigerung der Produktivität und der Innovationskraft. Durch die Förderung von Kooperationen soll eine nachhaltige Verbesserung der betrieblichen und regionalen Wettbewerbsfähigkeit sowie der strategischen und zielgruppenorientierten Ausrichtung der Betriebe durch die Erhöhung des innerbetrieblichen Know-hows erreicht werden. Antragsberechtigt sind Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft, die gemeinsam mit zumindest zwei weiteren Partnern ein Kooperationsprojekt durchführen.

Nah versorgt - Nahversorger Investition

Das Impulsprogramm „Nah versorgt“ unterstützt die Sicherung der Grundversorgung zur Verbesserung der Lebensqualität in einer Gemeinde durch die Förderung von Investitionen in Anlagegüter mit einem Vorhabensvolumen von mindestens 10.000 Euro. Durch die Verbesserung der Qualität des Angebotes sowie des Erscheinungsbildes der Unternehmen werden Anreize geschaffen, Güter des täglichen Bedarfs im Ort zu kaufen. Auf diese Weise soll auch der Individualverkehr in und um die Region reduziert werden.

Nachhaltig Wirtschaften - Umweltberatungen

Das Impulsprogramm setzt Anreize für Unternehmen, die sich mit der Thematik „Nachhaltig Wirtschaften“ beschäftigen. Durch Umweltberatungen und dementsprechende umweltrelevante Investitionen niederösterreichischer Unternehmen sollen CO₂-Emissionen reduziert werden. In Zusammenarbeit mit der Wirtschaftskammer Niederösterreich wird ein umfassendes und transparentes Produktportfolio für Beratungen im Bereich der unternehmerischen Nachhaltigkeit angeboten, das die Unternehmerinnen und Unternehmer von der ersten Awareness-Beratung bis hin zur Implementierung von Managementsystemen begleitet. Auf diese Weise ist eine optimale Bündelung von Ressourcen gewährleistet. So werden im Programm neben Landes- auch Bundesmittel sowie Mittel des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung eingesetzt, um mehrere hundert heimische Unternehmen dabei zu unterstützen, gezielte Maßnahmen zum Schutz der Umwelt und zur Anpassung an den Klimawandel zu setzen.

digi4Wirtschaft

Das Impulsprogramm digi4Wirtschaft unterstützt niederösterreichische Unternehmen im Jahr 2025 bei ihrer digitalen Weiterentwicklung mit besonderem Fokus auf die wertschöpfende Nutzung von Daten. Gefördert werden Digitalisierungsvorhaben, die analoge Abläufe in unterschiedlichen Unternehmensbereichen in integrierte, datenbasierte Prozesse überführen. Im Mittelpunkt stehen dabei die Verknüpfung von Datenquellen, die Integration von Prozessen, künstliche Intelligenz sowie der Einsatz digitaler Lösungen, um Effizienz, Transparenz und unternehmerische Entscheidungen nachhaltig zu verbessern.

Mit digi Kickstart, digi Assistent und digi Investition: data standen drei eigenständige, einander ergänzende Angebote zur Verfügung: von ersten Impulsen und Workshops über geförderte Beratung bis hin zur Unterstützung konkreter Investitionen in datengetriebene Projekte. Die Abwicklung von digi Investition: data erfolgte über den NÖ Wirtschafts- und Tourismusfonds. Gefördert wurden Investitionen in die Implementierung und Weiterentwicklung datenbasierter Digitalisierungsprozesse mit einem Zuschuss sowie bei Finanzierungsbedarf ergänzend mit einer NÖBEG-Haftung.

Beispielprojekte 2025

BEISPIELPROJEKT: FARM-ING SMART FARM EQUIPMENT FLEXCO

3580 St. Bernhard-Frauenhofen
SMART SprayING – Pestizidreduktion im Wein- und Obstbau: Gerade im Wein- und Obstbau gibt es die Anforderung nach einer Reduktion von Pestiziden. Heute wird auch dort gespritzt, wo es eigentlich nicht erforderlich ist. Die Idee von Farm-ING ist nun, mittels intelligenter Sensorik nur die notwendige Blattoberfläche zu erfassen und für jede einzelne Düse die Aufwandsmengen wesentlich zu reduzieren. Damit werden Reduktionen von ca. 30 Prozent bei gleichbleibender Wirkung in diesem Bereich möglich sein. Inhaltlich reiht sich dieses Projekt in die Themenbereiche „Smart Farming“ und „Digitalisierung in der Landwirtschaft“ ein, Kernfelder der digitalen und grünen Transformation, die Niederösterreich aktuell forciert.



Foto: Kern Steinmetzmeister e. U.

auf Naturstein- und Fliesenarbeiten im Innen- und Außenbereich spezialisiert. Im August 2024 wurde das Unternehmen von Markus Kern übernommen und im Zuge dessen durch die Anschaffung einer vollautomatischen Kantenschleifmaschine weiter modernisiert.

BEISPIELPROJEKT: BÄCKEREI BRUCKNER GESMBH

3494 Theiß
Die Bäckerei Bruckner GesmbH hat am Standort Mautern an der Donau eine neue Verkaufsfiliale mit angeschlossenem Café eröffnet. Neben frischen Backwaren umfasst das Sortiment auch Konditoreiwaren, Snacks, hausgemachtes Speiseeis, Kaffee sowie Handelswaren wie Getränke und Milchprodukte. Der bereits in vierter Generation geführte Familienbetrieb beliefert zahlreiche umliegende Gemeinden in den Bezirken Krems und St. Pölten täglich mit ofenfrischem Brot, Gebäck und feinen Mehlspeisen.



Foto: Bäckerei Bruckner GesmbH

BEISPIELPROJEKT: KERN STEINMETZMEISTER E. U.

3390 Melk
Die Firma Kern Steinmetzmeister e. U. betreibt in Melk und Pielach einen Steinmetzmeisterbetrieb und ist

Finanzierungen - Unterstützungsleistungen

Finanzierungen	Bewilligungen	Förderbare Projektkosten	Bewilligte Zuschüsse national	Bewilligte Haftung
Beihilfen für Breitband-Infrastrukturausbau „On Top“ zu BBA2030:ON	17	174.117.919,00	42.874.092,25	0,00
Beteiligungen im Rahmen des NÖ Beteiligungsmodells	18	53.713.326,00	0,00	9.316.000,00
Beteiligungen Wachstumsfinanzierung	2	600.000,00	0,00	480.000,00
Bürgschaften Betriebsmittel	21	3.420.000,00	0,00	1.946.400,00
Rückhaftung für Unternehmensfinanzierung allgemein	13	2.047.000,00	0,00	995.440,00
Finanzierungen gesamt	71	233.898.245,00	42.874.092,25	12.737.840,00

Bei der Unternehmensfinanzierung werden Maßnahmen durch die Übernahme von Risiko (Haftungen) und Beteiligungen sowie Mezzaninfinanzierungen unterstützt.

Folgende Finanzierungshilfen werden zur Verfügung gestellt:

Beteiligungen im Rahmen des NÖ Beteiligungsmodells

Die NÖ Bürgschaften und Beteiligungen GmbH (NÖBEG) stellt im Rahmen des NÖ Beteiligungsmodells Unternehmen mit günstigen Ertragsaussichten ein gefördertes Beteiligungskapital für Projekte des Wachstums und der Übernahme zur Verfügung. Das geförderte Beteiligungskapital wird in Form einer echten stillen Beteiligung nach den Bestimmungen des Unternehmensgesetzbuches über die stille Gesellschaft und nach den Bestimmungen des Beteiligungsvertrages zur Verfügung gestellt. Das Land Niederösterreich übernimmt dabei eine Haftung für 80 Prozent des im Einzelfall eingesetzten Kapitals, das die NÖBEG als Kredit bei der Geschäftsbank des Unternehmens aufnimmt, sowie für 100 Prozent der betreffenden Refinanzierungszinsen und -kosten. Insbesondere größere Investitionsprojekte profitieren von einer soliden Finanzierungsstruktur, die durch eine ausgewogene Kombination von unterschiedlichen Finanzierungs- und Förderinstrumenten erreicht wird.

Beteiligungen Wachstumsfinanzierung

Bei dieser Finanzierungsform beteiligt sich die NÖBEG im Rahmen des NÖ Beteiligungsmodells als stille Gesellschafterin am Unternehmen, ohne die Eigentumsverhältnisse zu berühren. Das zur Verfügung gestellte Beteiligungskapital unterstützt Wachstum und Investitionen bis hin zu Unternehmensnachfolge. Das Land Niederösterreich übernimmt dabei eine Haftung für 80 Prozent des im Einzelfall eingesetzten Kapitals, das die NÖBEG als Kredit bei der Geschäftsbank des Unternehmens aufnimmt, sowie für 100 Prozent der betreffenden Refinanzierungszinsen und -kosten.

Bürgschaften für Betriebsmittel und Rückhaftung für Unternehmensfinanzierung

Die NÖBEG übernimmt primär gegenüber Kreditinstituten Bürgschaften für zu gewährende Investitions- und langfristige Unternehmensfinanzierungen, Betriebsmittel- und Haftungskredite zur Finanzierung wirtschaftlich sinnvoller Maßnahmen durch kleine und mittlere Unternehmen in Niederösterreich. Der NÖ Wirtschafts- und Tourismusfonds übernimmt für diese Finanzierungen eine Rückhaftung in Höhe von 80 Prozent.

Digitalisierung 2025

Digitalisierung ist ein zentraler Treiber für Innovation, Wettbewerbsfähigkeit und moderne Verwaltung in Niederösterreich. Die Geschäftsstelle für Technologie und Digitalisierung setzte 2025 einen Schwerpunkt auf die Initiative „Digitale Gemeinde“, um Städte und Gemeinden gezielt bei der digitalen Transformation zu unterstützen.

Ein zentrales Format war digiWERKSTATT: der Gemeinde-Hackathon, bei dem interdisziplinäre Teams aus Studierenden, IT-Unternehmen sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aus Gemeinden innerhalb kurzer Zeit digitale Prototypen für konkrete Herausforderungen aus dem kommunalen Alltag entwickelten. Dadurch entstanden innovative Lösungsansätze für Themen wie Verwaltungsprozesse oder digitale Services für Bürgerinnen und Bürger.

Darüber hinaus wurden Gemeinden durch das Programm digiMENTORING bei der Umsetzung eigener Digitalisierungsprojekte begleitet. Ergänzend dazu vermittelte das digiCAFÉ – KI-Werkstatt in einer modularen Webinarreihe praxisnahe Kompetenzen zum Einsatz von künstlicher Intelligenz in der Gemeindeverwaltung und bot Raum für Austausch über Chancen und Herausforderungen neuer Technologien. Parallel dazu wurde die digitale Kompetenzoffensive in Niederösterreich weiter vorangetrieben. In nahezu 250 Gemeinden wurden mehr als 1.000 Workshops organisiert, um digitale Kompetenzen in der Bevölkerung zu stärken und den sicheren Umgang mit digitalen Anwendungen zu fördern.

Auch Unternehmen wurden gezielt unterstützt. Gemeinsam mit der Wirtschaftskammer Niederösterreich und dem Haus der Digitalisierung (ecoplus) wurde die Veranstaltungsreihe „Digitalks on Tour“ umgesetzt. Dabei informierten sich über 500 Vertreterinnen und Vertreter niederösterreichischer Unternehmen über konkrete Einsatzmöglichkeiten digitaler Technologien. Insbesondere ging es hierbei um den Einsatz von künstlicher Intelligenz in Bereichen wie Marketing, Vertrieb und Prozessoptimierung.

Ergänzend dazu machte die Medienkooperation digi4Wirtschaft erfolgreiche Digitalisierungsprojekte

aus Niederösterreich sichtbar. In einer gemeinsamen Initiative mit Medienpartnern wurde monatlich ein innovatives Unternehmensprojekt vorgestellt, das zeigt, wie digitale Technologien – etwa KI oder datenbasierte Prozessoptimierung – in der Praxis eingesetzt werden können.

Ein weiterer zentraler Impuls für die digitale Transformation in Niederösterreich geht vom Haus der Digitalisierung in Tulln aus. Als zentrale Plattform für Austausch, Wissenstransfer und Vernetzung bringt es Wirtschaft, Bildung und Gesellschaft zusammen und zeigt praxisnah, wie digitale Technologien genutzt werden können.

Im Jahr 2025 konnten rund 19.000 Besucherinnen und Besucher durch Ausstellungen, Veranstaltungen und Bildungsangebote erreicht werden.

Insgesamt fanden 71 Veranstaltungen im Haus der Digitalisierung sowie 68 weitere Formate in ganz Niederösterreich statt.

Im Mittelpunkt standen dabei konkrete Zugänge zur Digitalisierung für Unternehmen, Bildungseinrichtungen und die breite Bevölkerung. Besondere Aufmerksamkeit erhielt die neue Ausstellung „Ist digital die Lösung?“, die aktuelle Fragen rund um Digitalisierung und gesellschaftliche Auswirkungen digitaler Technologien anschaulich aufgreift.

Ein wesentlicher Bestandteil des Angebots ist zudem das Science Center der Abteilung Wissenschaft und Forschung, in dem Besucherinnen und Besucher Digitalisierung interaktiv erleben können.

Dazu zählen unter anderem Labore für digitale Technologien und Biotechnologie sowie ein Escape-Room, der komplexe Themen spielerisch vermittelt. Ergänzend dazu organisiert das Haus der Digitalisierung zahlreiche Workshops, Weiterbildungsformate und Netzwerkveranstaltungen, die insbesondere kleine und mittlere Unternehmen bei der digitalen Transformation unterstützen. Ziel ist es, Digitalisierung verständlich und alltagstauglich zu vermitteln sowie Unternehmen, Forschungseinrichtungen und öffentliche Einrichtungen miteinander zu vernetzen.

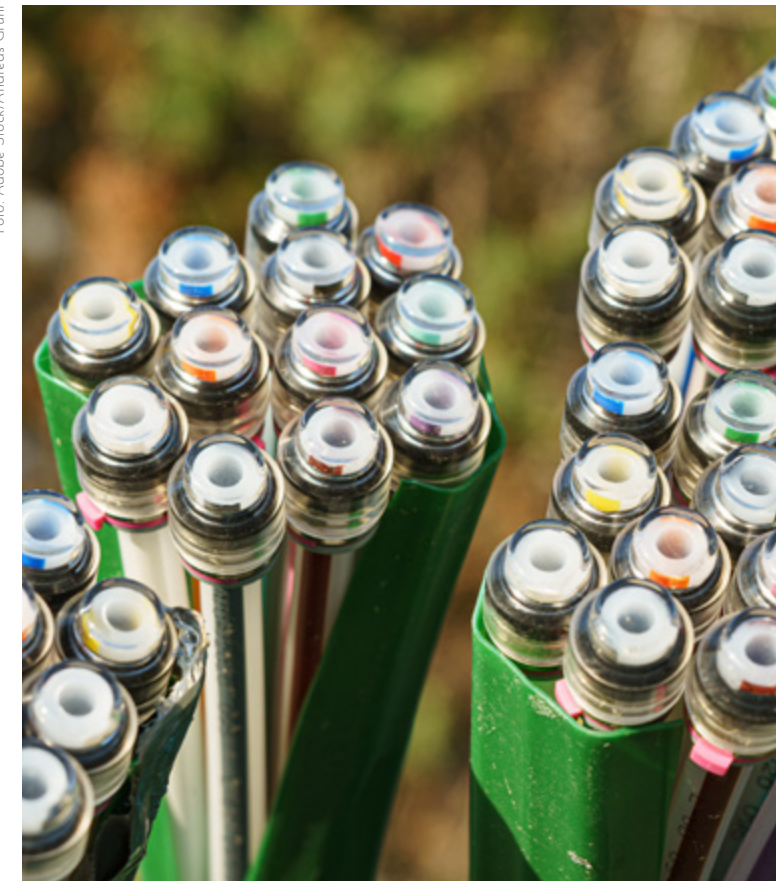
Breitband- und Glasfaserausbau

Die Breitbandstrategie von Bund und Land sieht vor, Österreich bis 2030 weitgehend flächendeckend mit gigabitfähigen Netzen zu versorgen. Mit Q2/2025 lag der VHCN-Versorgungsgrad in Niederösterreich bei 60,5 Prozent und damit im Mittelfeld der österreichischen Bundesländer. Als Flächenbundesland besteht jedoch weiterhin ein erheblicher zusätzlicher Ausbaubedarf, insbesondere in ländlichen und peripheren Regionen, wo ein flächendeckender Ausbau ohne öffentliche Bundesförderung nicht realisierbar ist. Bis Ende 2024 konnte die Niederösterreichische Glasfaserinfrastrukturgesellschaft (nōGIG) die vorgesehenen Glasfaserausbauziele erreichen. Mit Ende 2025 wurde die Projektentwicklung der Phase 2 mit insgesamt 100.000 Haushalten („homes passed“) abgeschlossen. Im Jahr 2026 ist der weitgehende Abschluss der Bauphase vorgesehen.

Außerhalb der großen Ausbaucuster leisten Gemeinden einen wesentlichen Beitrag zur Vervollständigung der Netze in peripheren Regionen. Bis Ende 2025 konnten mehr als 30 Kommunalprojekte in über 90 Gemeinden mithilfe der Top-up-Förderung (NÖ WTF) finanziert werden. Der aktuelle Ausfall von Bundesförderungen stellt eine zentrale Herausforderung für den Glasfaserausbau dar. Nach derzeitiger Einschätzung werden neue Bundesmittel frühestens ab 2027 wieder verfügbar sein. Die Notwendigkeit zusätzlicher Förderungen wird auch im aktuellen WIK-Endbericht im Auftrag des BMWKMS ausdrücklich bestätigt.

Niederösterreich hat die bisherigen Förderinstrumente effizient genutzt und die verfügbaren Mittel rasch in konkrete Ausbauprojekte überführt. Diese Erfahrungen zeigen, dass öffentliche Förderungen ein wirksames Instrument sind, um insbesondere in Flächenbundesländern den Glasfaserausbau voranzubringen. Für die Erreichung des Masterplans 2030 ist entscheidend, dass wieder verlässliche, kontinuierliche Bundesförderungen zur Verfügung stehen. Nur so kann der Ausbau in ländlichen und peripheren Regionen planbar fortgesetzt und das Ziel einer weitgehend flächendeckenden Gigabit-Versorgung bis 2030 erreicht werden.

Foto: Adobe Stock/Andreas Gruhl



Technologie, Forschung und Entwicklung 2025

Innovation und Technologie sollen Niederösterreich als modernen, weltoffenen Wirtschafts- und Technologiestandort weiter stärken. Die Ziele der niederösterreichischen Technologiepolitik folgen dabei den Grundsätzen der Smart-Specialisation-Strategie, eines strategischen Ansatzes für regionale wirtschaftliche Entwicklung durch gezielte Unterstützung von Forschung und Entwicklung (F&E).

Die folgende Tabelle zeigt die Entwicklung der Forschungsquote in Niederösterreich im Vergleich zu Gesamtösterreich sowie in Bezug auf das Bruttoregionalprodukt, das Bruttoinlandsprodukt und die gesamten Forschungsausgaben.

Bruttoregionalprodukt, Bruttoinlandsausgaben für F&E und regionale Forschungsquoten⁸

Niederösterreich (NUTS 2) ⁹	Bruttoregionalprodukt in Millionen Euro ¹⁰	Bruttoinlandsausgaben in F&E in Millionen Euro ¹¹	Forschungsquoten in Prozent des BRP ¹³
2024	76.878	1.373,54	1,79
2023	74.446	1.335,69	1,79
2022	69.712	1.280,58	1,84
2021	63.440	1.159,64	1,83
2020	59.311	1.089,76	1,84
Österreich (NUTS O) ⁹	Bruttoregionalprodukt in Millionen Euro ¹⁰	Bruttoinlandsausgaben in F&E in Millionen Euro ¹²	Forschungsquoten in Prozent des BIP
2024	494.088	16.131,70	3,26
2023	477.837	15.288,00	3,20
2022	449.382	14.236,60	3,17
2021	406.231	13.225,50	3,26
2020	380.318	12.199,00	3,21

Tabelle – Quelle: Statistik Austria
Erstellt am 18.03.2026 von Economica/IHS; auf Basis von Finanzierungsdaten der in Österreich durchgeführten F&E.
Bei der Berechnung der Forschungsquote werden sowohl das Bruttoregionalprodukt (BRP) als auch die Bruttoinlandsausgaben für F&E zu laufenden Preisen herangezogen. Eine auf diesen Zeitreihen aufbauende Berechnung der Veränderung des BRP liefert somit nominelle Veränderungsraten, die erst unter Berücksichtigung der Inflation beziehungsweise des BIP-Deflators in reale Veränderungsraten übergeführt werden können. Aktuellste Zahlen zum Zeitpunkt der Drucklegung.
⁸ Die Statistik Austria veröffentlicht jährlich Angaben zu den F&E-Ausgaben auf Bundesebene; für die Bundesländer erfolgt dies aber nicht jährlich, sondern alle zwei Jahre.
⁹ Gemäß NUTS-Klassifikation (hierarchisch aufgebaute, einheitliche territoriale Gliederung zur Erstellung regionaler Statistiken der EU) entsprechen die österreichischen Bundesländer den NUTS-2-Regionen. „NUTS“ steht für „Nomenclature des unités territoriales statistiques“ oder „Systematik der Gebietseinheiten für die Statistik“.
¹⁰ Quelle: Statistik Austria; Regionale Gesamtrechnungen. Erstellt am 09.12.2025. Konzept ESVG 2010, VGR-Revisionsstand: September 2025. Etwaige Rundungsdifferenzen wurden nicht ausgeglichen.
¹¹ Quelle: Statistik Austria; Erhebung über Forschung und experimentelle Entwicklung 2023. Erstellt am 17.07.2025. VGR-Revisionsstand: September 2024
¹² Quelle: Statistik Austria; erstellt am 24.04.2025 auf Basis von Finanzierungsdaten der in Österreich durchgeführten F&E.
¹³ Rundungsdifferenzen

Die auf den nächsten Seiten angeführten Projekte NÖ Innovationsökosystem, Creative Pre-Incubator® und Creative Pre-Incubator® Green Impact, Maker-Space Tulln, ESG im Fokus und r2v next (research-to-value next) werden durch die Europäische Union kofinanziert.



NÖ Innovationsökosystem

Das Projekt „NÖ Innovationsökosystem“ hat die Stärkung des Forschungs-, Technologie-, Innovations- und Produktionsstandortes Niederösterreich zum Ziel und erreicht dies durch Netzwerkbildung, Kooperation und Wissenstransfer im interdisziplinären, vorwettbewerblichen Bereich unter Einbindung aller relevanten Akteure wie kleine und mittlere Unternehmen (KMU), Leitinnovatoren, Bildung und Wissenschaft, Land Niederösterreich und der Bevölkerung. Das NÖ Innovationssystem trägt maßgeblich dazu bei, die Ziele der **Wirtschaftsstrategie Niederösterreich**, der **Digitalisierungsstrategie Niederösterreich**, der **FTI-Strategie** und des **Klima- und Energieprogrammes** des Landes Niederösterreich zu erreichen, um die heimische Wirtschaft durch Innovationen zu stärken, neue Wertschöpfungspotenziale aufzuzeigen und Lösungen für die Herausforderungen der Zukunft zu finden. Konkret sind dies unter anderem die Identifizierung von Themenschwerpunkten, die Initiierung kooperativer Projekte und die Umsetzung strategischer Maßnahmen zur langfristigen Standortentwicklung. Ergebnisse eines Strategieprozesses der ecoplus zeigten, dass eine themenübergreifende Zusammenarbeit unumgänglich ist, um rasch und effektiv in einer volatilen Wirtschaftslandschaft agieren zu können. Dieses anpassungsfähige Unterstützungssystem bestehend aus **Cluster**, **Technopolen** und **Plattformen** bündelt alle Kompetenzen zur Förderung der interdisziplinären Zusammenarbeit, was essenziell für die wirtschaftliche Weiterentwicklung in Niederösterreich ist. Die Schwerpunkte liegen in der technologieorientierten Standortentwicklung, der kooperativen Projektentwicklung in Branchennetzwerken, der Wissensverbreiterung sowie dem Aufbau von neuen Netzwerken

und Wertschöpfungsketten mit Fokus auf digitale und grüne Transformation.

Technopole

Die niederösterreichischen Technopole fördern Innovation durch die Vernetzung von Unternehmen, Forschung und Bildung. Diese gewichtigen Innovationszentren bieten moderne Infrastruktur und 3.800 Hightech-Arbeitsplätze, davon 1.550 in der Forschung. Derzeit gibt es vier Technopole, die jeweils auf spezifische Technologiefelder spezialisiert sind:

- **Tulln:** biobasierte Prozesstechnologien, Agrar-Biotechnologie, Lebens- und Futtermittelsicherheit, Wasserwirtschaft; Standort für führende Forschungsinstitute
- **Wieselburg:** Bioenergie, Wasserwirtschaft, Lebensmittel- und Agrartechnologie
- **Wiener Neustadt:** Medizintechnik, Oberflächen- und Materialtechnologien, Sensorik und Aktorik, Technologien für Luft- und Raumfahrt, Automobilbau und Medizin
- **Krems:** Medizintechnik, Biomaterialien, biopharmazeutische Verfahrenstechnik, Bioanalytik und Diagnostik

Cluster

Ein weiterer essenzieller Teil des NÖ Innovationsökosystems sind die Cluster, in denen Clusterpartner kooperativ an großen Herausforderungen der Gegenwart und Zukunft kooperativ arbeiten. Es wird gemeinsam Forschung und Entwicklung betrieben, Unternehmensabläufe und -prozesse optimiert und Know-how-Aufbau sowie Qualifizierung ermöglicht. Folgende Cluster gibt es derzeit: Bau.Energie.Umwelt Cluster Niederösterreich, Lebensmittel Cluster Niederösterreich, Kunststoff Cluster Niederösterreich und Mechatronik Cluster Niederösterreich.

Plattformen

Die beiden Plattformen Green Transformation & Bioökonomie sowie Gesundheitstechnologie sind für diese Themen Informationsdrehzscheibe, Katalysator für Innovationen, Initiator für Forschungs- und Kooperationsprojekte sowie Ansprechstelle für niederösterreichische Unternehmen, Forschungs- und Entwicklungsorganisationen, Bildungseinrichtungen und strategische Partner für Politik und Verwaltung.

COMET - Competence Centers for Excellent Technologies

Das COMET-Programm der FFG bündelt wissenschaftliche Kompetenz und technologisches Know-how in ganz konkreten Themengebieten. In den Zentren arbeiten Unternehmen mit Forschungspartnern zusammen und ermöglichen dadurch einen direkten Transfer von neuem Wissen in marktfähige Produkte und Dienstleistungen. Um den hochinnovativen Technologie- und Wirtschaftsstandort Niederösterreich weiter auszubauen, werden COMET-Zentren mit starkem Bezug zu niederösterreichischen Unternehmen und Forschungseinrichtungen mitfinanziert.

BEISPIELPROJEKT: COMET-PROJEKT DANUBE PRIVATE UNIVERSITY GMBH

Innovative Lösungen für eine bessere Gesundheitsversorgung: „Personalisierte Medizin durch intelligente Sensorsysteme - PI-SENS“
Bedeutende gesellschaftliche Trends setzen die Ge-

sundheitssysteme in Österreich, der EU und weltweit zunehmend unter Druck. Die alternde Gesellschaft, Globalisierung sowie Veränderungen durch einen urbanen Lebensstil, Individualismus und Alleinleben werden zusätzliche Belastungen für die Gesundheitsdienste mit sich bringen. Das Gesundheitssystem steht vor der Herausforderung, immer mehr Patientinnen und Patienten mit multiplen Erkrankungen zu versorgen. Der traditionelle Ansatz konzentriert sich dabei eher auf die Behandlung von Krankheiten als auf deren Prävention oder Vermeidung. Obwohl Prävention in den letzten Jahren zunehmend in den Vordergrund gerückt ist, besteht weiterhin Bedarf an der Entwicklung neuer und verbesserter Sensortechnologien für einfache, möglichst nichtinvasive und unkomplizierte Vor-Ort-Diagnosen zur Krankheitsprävention. Ziel des COMET-Projektes mit einem Gesamtvolumen von 4,5 Millionen Euro ist es, einen Beitrag zur Bewältigung der wachsenden nationalen und internationalen Gesundheits Herausforderungen zu leisten. PI-SENS liefert essenzielles Know-how für innovative Technologien, um ein personalisiertes Gesundheitssystem und eine präventive Gesundheitsversorgung zu etablieren.

Rückblick 2025

Im Jahr 2025 waren mehrere niederösterreichische Forschungseinrichtungen bei COMET-Ausschreibungen erfolgreich: Insgesamt wurden zwei COMET-Module mit einem Gesamtprojektvolumen von 7,6 Mio. Euro eingeworben - ELF4GREEN (BEST GmbH) und Renew4EHS (Kompetenzzentrum Holz GmbH). Zusätzlich wird auch das neue COMET-Projekt ACWA mit einem Gesamtprojektvolumen von 3,6 Mio. Euro

durch den NÖ Wirtschafts- und Tourismusfonds (NÖ WTF) gefördert. Im Rahmen von ACWA werden zwei niederösterreichische Unternehmenspartner - EVN Wasser GmbH und Shimadzu Handelsgesellschaft m.b.H. - gemeinsam mit der BOKU, der TU Graz und der Universität Wien kooperativ forschen.

AplusB-Zentrum

accent ist der Hightechinkubator des Landes Niederösterreich, der hochprofessionelle Unterstützung für Technologie-Start-ups bereitstellt. Besondere Stärke des accent sind seine nationalen und internationalen Kooperationen, unter anderem mit UC Berkeley und CERN. Als Inkubator des Landes Niederösterreich ist accent auch ein Teil des AplusB-Programmes und wird durch Bundes- und Landesmittel gefördert. Creative Pre-Incubator® und Creative Pre-Incubator® Green Impact bieten Gruppen von Studierenden, Absolventinnen und Absolventen sowie Mitarbeitenden niederösterreichischer Fachhochschulen professionelle Unterstützung und Beratung bei der Ausarbeitung ihrer Geschäftsidee bis zur erfolgreichen Umsetzung. Von accent werden folgende weitere zukunftsweisende institutionelle Projekte umgesetzt:

- MakerSpace Tulln (Makerspace für Agro-Tech-Start-ups mit Co-Working-Spaces)
- ESA Phi-Lab Austria, ein Kompetenzhub für die Kommerzialisierung von Weltraumtechnologien im Upstream-Bereich
- ESG im Fokus, ein Projekt mit dem Ziel, KMU und Start-ups in Niederösterreich dabei zu unterstützen, die EU-Nachhaltigkeitsberichts-pflichten umzusetzen und diese als Chance zur

Transformation zu nachhaltigerem Wirtschaften zu nützen.

r2v next (research-to-value next)

Die Mission des institutionellen Projektes „research-to-value next“ der tecnet equity ist es, die Umsetzung von Forschung in Wertschöpfung zu ermöglichen und zu beschleunigen. Durch r2v next werden niederösterreichische F&E-Organisationen und Hightechgründerinnen und -gründer unterstützt und die Verwertungs-, Innovations- und Gründungskultur des Landes Niederösterreich weiter ausgebaut. r2v next zielt darauf ab, aktuelle Herausforderungen wie Digitalisierung, grüne Transformation, Übergang zur Kreislaufwirtschaft, Dekarbonisierung und Erreichung der Klimaziele proaktiv zu bewältigen. Dies eröffnet - neben den bereits bestehenden - auch neue Handlungsfelder für die erfolgreiche Verwertung von Forschungsergebnissen.

Forschung, Entwicklung & Innovation - Infrastrukturprojekte und Technologiezentren

Diese Förderaktion fördert F&E-Infrastrukturvorhaben, die zur Erzielung von F&E-Ergebnissen notwendig sind. Dabei werden sowohl Unternehmen als auch Forschungseinrichtungen sowie deren Kooperationen unterstützt. Die Infrastruktur der Unternehmen beziehungsweise Forschungseinrichtungen unterstützt eine dynamische Entwicklung des Unternehmens beziehungsweise der Forschungseinrichtung und dient dem Know-how-Aufbau am Standort. Die Infrastruk-

PI-SENS -
Personalisierte Medizin durch
intelligente Sensorsysteme

COMET-
Programm
der FFG

Creative
Pre-Incubator®

MakerSpace
Tulln

ESA Phi-Lab
Austria

ESG
im Fokus

tur muss interessierten Nutzerinnen und Nutzern zu offenen, transparenten und diskriminierungsfreien Bedingungen zur Verfügung gestellt werden. Der für die Nutzung oder den Verkauf der Infrastruktur in Rechnung gestellte Preis muss dem Marktpreis entsprechen.

Forschung & Technologieentwicklung
Qualität

Im Fokus des Programmes „Forschung & Technologieentwicklung Qualität“ liegen wissenschaftliche Projekte der Bereiche industrielle Forschung und experimentelle Entwicklung, die neue innovative Ansätze, Technologien, Verfahren, Produkte oder Prozesse entwickeln. Im Rahmen dieser Förderungsaktion werden F&E-Vorhaben ab 50.000 Euro Projektkosten unterstützt, die ein hohes Marktumsetzungspotenzial aufweisen. Es werden sowohl Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft als auch universitäre und außeruniversitäre Forschungseinrichtungen sowie deren Kooperationen unterstützt.

Förderaktion zu den Themenschwerpunkten „Umwelt, Klima und Ressourcen“ sowie „Medizin und Gesundheit“

Diese Förderaktion unterstützte Forschungsvorhaben von universitären und außeruniversitären Forschungseinrichtungen in Niederösterreich, die neue und nachhaltige Technologien in den Bereichen Umwelt, Klima und Ressourcen sowie Medizin und Gesundheit entwickelten. Gefördert wurden Projekte der industriellen Forschung, etwa in den Themenfeldern biobasierte Materialien, Wasserqualität, Lebensmittel- und Futtermittelsicherheit, regenerative Medizin und Medizintechnik. Ziel war es, bestehende niederösterreichische Stärkefelder weiter auszubauen und Impulse für das regionale Innovationsökosystem zu setzen. Die Projekte wurden im Programm IBW/EFRE & JTF 2021-2027 abgewickelt. Antragsberechtigt waren universitäre und außeruniversitäre Forschungseinrichtungen mit Sitz in Niederösterreich.

Regionale Schwerpunkte	Bewilligungen	Förderbare Projektkosten	Bewilligte Zuschüsse national	Bewilligte Zuschüsse EU
Forschung, Entwicklung & Innovation - Infrastrukturprojekte und Technologiezentren	1	4.000.000,00	400.000,00	1.600.000,00
Forschung & Technologieentwicklung Qualität (Forschungseinrichtungen)	6	31.069.056,92	3.535.723,14	0,00
Forschung & Technologieentwicklung Qualität (Unternehmen)	13	1.434.058,24	621.230,70	0,00
Förderaktion zu den Themenschwerpunkten „Umwelt, Klima und Ressourcen“ sowie „Medizin und Gesundheit“	12	4.811.956,40	721.793,48	2.887.173,84
Forschung für Morgen	4	3.114.139,49	430.819,10	1.904.785,34
Impulsprogramme	Bewilligungen	Förderbare Projektkosten	Bewilligte Zuschüsse national	Bewilligte Zuschüsse EU
FFG Anschlussförderung	11	14.216.664,00	205.315,00	0,00
Just Transition Funds - Investitionsförderung	2	1.678.812,05	0,00	320.842,41

Foto: Adobe Stock/hojogang1977



Forschung für Morgen

Chancenreiche Wachstumsfelder wie digitale Innovationen und die grüne Transformation sollen für Niederösterreich eine deutlichere Positionierung sowie eine Entwicklung hin zu einer international wettbewerbsfähigen, (hoch-)technologiegeprägten und auch umwelt- und ressourcenorientierten Wirtschaftsstruktur erreichen.“ Es wurden auch einige Projekte mit Schwerpunkt auf neue digitale Technologien (KI) eingereicht.

FFG-Anschlussförderung

Die FFG-Anschlussförderung ist eine Anschlussförderung an die bestehende Bundesförderung FFG-Basisprogramme und unterstützt Forschungs-, Entwicklungs- und Innovationsprojekte. Mit der Förderung von Projekten der experimentellen Entwicklung wird die Wettbewerbsfähigkeit von in Niederösterreich tätigen Unternehmen unterstützt.

Just Transition Funds - Investitionsförderung

Die Investitionsförderung im Rahmen des Just Transition Fund unterstützte kleine und mittlere Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft in den niederösterreichischen JTF-Regionen bei Investitionen in nachhaltige und innovationsgeleitete Geschäftsfelder. Gefördert wurden insbesondere Vorhaben, die im Einklang mit den Zielen des Europäischen Green Deals standen und zur Diversifizierung der regionalen Wirtschaftsstruktur sowie zur Sicherung oder Schaffung von Beschäftigung beitrugen. Unterstützt wurden unter anderem Produkt-, Prozess- und Dienstleistungsinnovationen sowie Neuansiedlungs- und Erweiterungsprojekte in zukunftsfähigen Bereichen.

Beispielprojekte 2025

AIT AUSTRIAN INSTITUTE OF TECHNOLOGY GMBH - AIT SMARTEST H2LAB

2444 Seibersdorf

Am Forschungscampus Seibersdorf entsteht ein neues Wasserstofflabor, das ein **wesentlicher Baustein bei der Umsetzung der Wasserstoffstrategie** ist.

Das AIT Austrian Institute of Technology, Österreichs größte Forschungs- und Technologieorganisation, ist fest in Niederösterreich verankert. Der Standort Seibersdorf wird nun mit dem hochmodernen AIT SmartEST H2LAB erweitert, in dem innovative Technologien für Wasserstoff und hybride Kraftwerkstechnologien weiterentwickelt und getestet werden. Im Mittelpunkt stehen Testumgebungen für mittelgroße und große Anlagen, die unter realen Bedingungen im Langzeit- und Dauerbetrieb erprobt werden können. Darüber hinaus führt das AIT im Bereich Wasserstoffforschung Arbeiten zu Materialien, funktionalen Beschichtungen, Leistungselektronik und integrierten Systemlösungen durch.

Die Einrichtung des AIT SmartEST H2LAB setzt damit einen zentralen Impuls für die Umsetzung der österreichischen Wasserstoffstrategie. Der Standort Seibersdorf bietet dafür optimale Voraussetzungen, da Niederösterreich mit der 2022 initiierten „H2NÖ Wasserstoffstrategie“ bereits strategische Grundlagen geschaffen hat, um sich zu einer führenden Wasserstoff-Modellregion zu entwickeln und seine Rolle als nachhaltige Wirtschaftsregion weiter auszubauen.



Grafik: Austrian Institute of Technology

M-CHEM E. U.

2700 Wiener Neustadt

Innovation durch Upcycling von Aluminiumabfällen

M-Chem ist ein innovatives Unternehmen, das im AplusB-Programm des accent inkubiert ist. Es ist auf die Produktion von hochreinem Aluminiumoxid (HPA) spezialisiert. Mit seiner patentierten Continuous-Hydro-Thermal-Oxidation-(CHTO)Technologie bietet M-Chem eine nachhaltige Lösung für die wachsende Nachfrage nach 4N- und 5N-HPA, einem strategischen Rohstoff, der in der Herstellung von Lithium-Ionen-Batterien, LED-Beleuchtung, Halbleitern und Hochleistungskeramiken unverzichtbar ist.

Das Unternehmen setzt auf eine Kreislaufwirtschaft, indem es lokale Aluminiumabfälle wie Getränkedosen und Alufelgen recycelt, um HPA herzustellen. Die CHTO-Technologie ermöglicht eine CO₂-neutrale Produktion und ist durch ihre Skalierbarkeit ideal für den Aufbau von sogenannten „Microfactories“. Mit einem klaren Fokus auf Nachhaltigkeit, niedrigen Produktionskosten und einem minimalen CO₂-Fußabdruck positioniert sich M-Chem als führender Anbieter von umweltfreundlichem und hochreinem Aluminiumoxid.

R-SPACE GMBH

1300 Wien-Flughafen

R-Space baut am Space Hub am Flughafen Wien-Schwechat einen Satelliten, der Kundinnen und Kunden sogenannte Test-Slots zur Verfügung stellt. Diese ermöglichen es, Produkte kostengünstig, unkompliziert und innerhalb kurzer Zeit im Weltraum zu testen. R-Space übernimmt dabei die gesamte Infrastruktur, inklusive Energieversorgung, Datentransfer und Launch-Management.

R-Space stellt Test-Slots auf einem Satelliten bereit, um Produkte aus verschiedenen Anwendungsfeldern wie Kommunikation oder Erdbeobachtung innerhalb von sechs Monaten im Weltraum zu validieren, statt wie bisher innerhalb von zwei bis drei Jahren.

Foto: Adobe Stock/LouLou



Regionalförderung Niederösterreich 2025

Seit 1987 ist die in hundertprozentigem Landeseigentum stehende ecoplus. Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH (im Folgenden „ecoplus“) mit dem Management des niederösterreichischen Regionalförderprogrammes betraut. Seither wurden über viertausend Projekte mit insgesamt weit über 1,5 Milliarden Euro (inklusive EU-Kofinanzierung) gefördert und dadurch mehrere Milliarden Euro an Investitionen ausgelöst.

Die Regionalförderung Niederösterreich ist ein zentrales Instrument zur Stärkung der wirtschaftlichen Entwicklung und zur Sicherung der Lebensqualität in allen Regionen des Landes. Im Auftrag des Landes ist ecoplus für die Umsetzung der Regionalförderung verantwortlich, die finanziellen Mittel werden vom NÖ Wirtschafts- und Tourismusfonds bereitgestellt. Ziel ist die wirtschaftliche, soziale und kulturelle Stärkung der Regionen – insbesondere in entwicklungs- und strukturschwächeren Gebieten – und die Nutzung regionaler

Potenziale im Sinne eines ganzheitlichen Ansatzes, der Individualität und Vielfalt der niederösterreichischen Regionen fördert.

Inhaltlich orientiert sich das Regionalförderprogramm an der Wirtschafts- und Tourismusstrategie sowie an der Digitalisierungsstrategie des Landes Niederösterreich. Damit leistet es einen wesentlichen Beitrag zur Erhöhung der Standortattraktivität im internationalen Wettbewerb, zur Weiterentwicklung Niederösterreichs als hochinnovativen Wirtschaftsstandort, zu nachhaltigem Unternehmens- und Beschäftigungswachstum sowie zur Steigerung der Lebensqualität der Niederösterreicherinnen und Niederösterreicher. Ergänzend unterstützt es die touristische Profilierung – insbesondere in den Themenfeldern „Wein und Kulinarik“, „Gesundheit“ und „Sanfte Tourismus-Mobilität“ – sowie das Ziel, Niederösterreich als Top-Raddestination im Herzen Europas zu etablieren.

Gefördert werden Projekte, die direkt oder indirekt Arbeitsplätze schaffen oder sichern, regionale Wertschöpfung erhöhen und die Standortattraktivität steigern. Die Bandbreite förderbarer Projekte umfasst die Errichtung oder Modernisierung von Betriebs- und Gewerbegebieten und anderen wirtschaftsnahen Infrastrukturen, wie etwa Messe-, Gründer- und Technologiezentren sowie von touristischen Infrastrukturen wie Radrouten, Mountainbikestrecken, Natur-, Kultur- und Themenparks sowie Bergsommer- und Wintersporteinrichtungen.

Das Regionalförderprogramm gliedert sich in folgende Förderschwerpunkte und Förderaktionen: Investitionsförderung für regionale Infrastrukturprojekte, Investitionsförderung für touristische Leitprojekte, Regionalberatung, Projekte des Wirtschaftsressorts zur Umsetzung der Wirtschafts-, Tourismus- und Digitalisierungsstrategie, Calls und Aktionsprogramme zur Umsetzung dieser Strategien, LEADER (nationale Kofinanzierung) sowie die Filmfinanzierung.

Regionalförderprogramm

Regionalförderprogramm	Bewilligungen	Förderbare Projektkosten	Bewilligte Zuschüsse national
Calls und Aktionsprogramme zur Umsetzung der NÖ Wirtschafts- und Tourismusstrategie sowie der Digitalisierungsstrategie	6	414.489,00	246.904,30
Investitionsförderung regionale Infrastrukturprojekte	19	6.334.651,00	2.070.292,00
Investitionsförderung touristische Leitprojekte	1	1.500.000,00	300.000,00
LEADER - nationale Kofinanzierung	110	14.013.141,01	1.615.717,23
Projekte des Wirtschaftsressorts zur Umsetzung der Wirtschafts-, Tourismus- und Digitalisierungsstrategie	4	18.872.562,76	18.872.562,76
Regionalförderprogramm gesamt	140	41.134.843,77	23.105.476,29

Im Jahr 2025 wurden zahlreiche Projekte mit regionaler Bedeutung unterstützt. Die Kennzahlen zu Förder volumen, Projektanzahl und regionaler Verteilung sind in den nachfolgenden Darstellungen ausgewiesen. Diese Förderstatistik beinhaltet jene Projekte, die im Jahr 2025 im NÖ Wirtschafts- und Tourismusfonds beschlossen wurden.

Eine genaue Übersicht und weitere Details finden sich im Regionalförderbericht von ecoplus. Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH.



EU-Initiativen und -Projekte 2025

EU-Programmperiode 2021-2027

Das niederösterreichische Wirtschaftsressort beteiligte sich im Jahr 2025 an zahlreichen europäischen Initiativen und Projekten im Rahmen transnationaler EU-Programme.

ICSI EU - Intensifying Cross-Sectoral Innovation within the European Union

Das INTERREG EUROPE-Projekt zielt darauf ab, die Umsetzung von Innovationsmaßnahmen und -instrumenten zu verbessern. Ziel ist es, lokale und regionale Akteurinnen und Akteure sowie Innovationszentren und Cluster in die Lage zu versetzen, sektorübergreifende Lösungen für gesellschaftliche Herausforderungen zu entwickeln. Dies soll zu einer verbesserten Innovationsleistung, regionaler Diversifizierung und wirtschaftlichem Wachstum führen - insbesondere durch die Entwicklung neuer (Export-)Produkte und Dienstleistungen.

DS4LoReMa - Data Space 4 Local Resources Management

DS4LoReMa entwickelt einen innovativen Datenraum zur effizienten Nutzung lokaler Ressourcen. Städte wie Tulln, Wiener Neustadt und Ingolstadt in Deutschland profitieren von der Integration von Echtzeitdaten, Klimainformationen und digitalen Zwillingen.

Weitere bestehende Initiativen & Projekte

ARCADIA
naturbasierte Lösungen für den Klimawandel
(Jänner 2024 bis Juni 2028)
<https://www.arcadia-adaptation.eu>

RIS4Danu
nachhaltige Revitalisierung von alten Industrie- und Gewerbegebieten in der Donauregion durch grüne und smarte Spezialisierung
(Juni 2022 bis Mai 2024)
<https://geographie.univie.ac.at/arbeitsgruppen/wirtschaftsgeographie/forschung/forschungsprojekte/ris4danu/>

ERA_FABRIC
europäische Exzellenzforschung für regionale Innovation nutzen
(Jänner 2023 bis Juni 2025)
<https://www.youtube.com/@ERAFABRIC>

DEBUTING
Innovation durch neue Unternehmenskultur und Inklusion
(März 2023 bis Mai 2027)
<https://www.ecoplus.at/vernetzen/projekt-debuting>

Vanguard Initiative
<https://s3.vanguardinitiative.eu>

Foto: Weinviertel Tourismus/Creating Click



TOURISMUS IN NIEDERÖSTERREICH 2025

Tourismus in Niederösterreich



Niederösterreich-Werbung GmbH

Die Niederösterreich-Werbung GmbH, die sich zu 95 Prozent im Besitz des Landes befindet, ist mit der Vermarktung Niederösterreichs als attraktive Urlaubs- und Ausflugsdestination im In- und Ausland beauftragt. Ein ausführlicher Bericht über die Aktivitäten der Niederösterreich-Werbung GmbH findet sich ab Seite 60.

www.niederoesterreich.at

Organe der Niederösterreich-Werbung GmbH

- Generalversammlung**
- Landeshauptfrau Mag.^a Johanna Mikl-Leitner
 - WKNÖ-Präsident KR Wolfgang Ecker
- Aufsichtsrat**
- DIⁱⁿ Kerstin Koren
 - Mag. Christian Neuirth
 - Spartenobmann Mario Pulker
 - Ass.-Prof. Dr. Dieter Scharitzer

Destinationsmanagement und Organisationsentwicklung

Die Niederösterreich-Werbung GmbH ist an den sechs niederösterreichischen Tourismusdestinationen und gemäß Rahmenvertrag an ihrer Basisfinanzierung über einen Gesellschafterzuschuss beteiligt. Gemäß Rahmenvertrag mit dem Amt der NÖ Landesregierung und § 9 NÖ Tourismusgesetz 2024 wurden 2025 Finanzmittel in der Höhe von 6.498.524,50 Euro an die Destinationen weitergeleitet. Kontinuierliche Abstimmung und gemeinsame Strukturentwicklung erfolgen unter anderem in strategischen Jahresplanungsgesprächen, monatlichen Jours fixes und durch enge Kooperation im „Content Media House“. Die Niederösterreich Werbung leitet und koordiniert



Foto: Niederösterreich Werbung/Martin Fulöp

dies und steuert Know-how vor allem in den Bereichen Digitalisierung, Nachhaltigkeit, „Content Management & Redaktion“ und Onlinemarketing bei.

NÖ Kulturwirtschaft GesmbH. (kurz: NÖKU-Holding)

Die Niederösterreich-Werbung GmbH ist mit 6,78 Prozent Beteiligung eine von neun Gesellschaftern der NÖ Kulturwirtschaft GesmbH. Diese Holdinggesellschaft und Kulturmanagement-Organisation vereint 16 Tochtergesellschaften (davon eine Minderheitsbeteiligung) mit rund 40 Kunst-, Kultur- und Wissenschaftsmarken im Ausstellungs- und Veranstaltungsbereich. Zu ihren Aufgaben zählen vor allem die wirtschaftliche und strategisch-inhaltliche Steuerung, Serviceleistungen und das Zur-Verfügung-Stellen von Technologien. 2025 stand unter anderem die Vorbereitung für die Niederösterreichische Landesausstellung 2026 am Programm. Zwischen Niederösterreich Werbung, sechs Destinationen und NÖKU gibt es ein Commitment für engere Kooperation zur Schaffung eines kulturtouristischen Gesamterlebnisses mit gemeinsamer Angebotsentwicklung, abgestimmtem Marketing und Synergien-Nutzung auch zur Stärkung der regionalen Wertschöpfung.

Tourismuskennzahlen 2025

Niederösterreich-Card GmbH

Die Niederösterreich-Werbung GmbH ist zu 74 Prozent Teilhaberin der Niederösterreich-Card GmbH. In der Saison 2025/26 waren **365 Ausflugsziele** in und um Niederösterreich Partner der Niederösterreich-CARD. Rund 235.000 Ausflugs Gäste haben die Angebote genutzt. Dies entspricht einem leichten Rückgang zur Vorsaison von circa 2 Prozent, knüpft aber direkt an den historischen Höchstwert der Vorsaison an.

Das Verhältnis Neukunden zu Stammkunden betrug in der Saison 2025/26 circa 34 zu 66 (Vorsaison: 40 zu 60).

Der stärkste Vertriebskanal war der Onlineshop mit 69 Prozent (circa +7 Prozentpunkte), Verkauf in Trafiken mit 24 Prozent der Gesamtverkäufe (circa -4 Prozentpunkte), gefolgt von den Ausflugszielen selbst mit 4 Prozent (2 Prozentpunkte weniger als in der Vorsaison). In der Saison 2025/26 wurden **von April bis Jahresende 2025 über 1,5 Millionen Ausflüge** unternommen.

Die Inhaberinnen und Inhaber haben ihre CARD statistisch bis dato bei 6,4 Ausflügen genutzt, das ist ein Rückgang von 1,5 Prozent zur Vorsaison. Die beliebtesten Ausflugsziele waren: Kittenberger Erlebnispark, Schneebergbahn, Wiener Riesenrad, Schloss Hof und die Mariazeller Bürgeralpe.

In bewährter Manier haben auch 2025 Niederösterreich-Card GmbH und Niederösterreich-Werbung GmbH sehr eng mit den Tourismusdestinationen, Betrieben, dem Verein Niederösterreichische Wirtshauskultur und anderen Projektpartnern sowie mit dem Wirtschaftsressort Niederösterreich kooperiert.

Top-Ausflugsziele (TAZ)

55 der größten und bekanntesten Ausflugsziele Niederösterreichs waren 2025 Mitglied im Qualitätsverbund der „TOP-Ausflugsziele Niederösterreich“, 54 davon Partner der Niederösterreich-Card GmbH. „TOP-Ausflugsziele Niederösterreich“ müssen mehrere Kriterien, darunter auch Mystery-Tests, erfüllen und werden dafür von der Niederösterreich-CARD und Niederösterreich Werbung bei Marketing und Kommunikation unterstützt: Website, Straßenkarte, Social Media, Foto-Shootings, Medienkooperationen etc. Rechtsträger ist die Niederösterreich-Card GmbH, die einen jährlichen Marketingbeitrag leistet, strategisch mitarbeitet und administrative Tätigkeiten übernimmt.



Tourismusentwicklung in Österreich

2025 verzeichnete der Tourismus in Österreich erneut ein Rekordergebnis. Im Kalenderjahr 2025 wurden laut Statistik Austria **157,29 Millionen Nächtigungen** in österreichischen Beherbergungsbetrieben registriert, was einem **Zuwachs von 1,9 Prozent** gegenüber 2024 entspricht. Damit wurde zum dritten Mal in Folge die 150-Millionen-Marke überschritten. Die Zahl der Nächtigungen ausländischer Gäste nahm um 2,4 Prozent auf 116,82 Millionen zu, die Zahl der inländischen Gästenächtigungen um 0,5 Prozent auf rund 40,47 Millionen. Die Übernachtungen von Gästen aus Deutschland, dem wichtigsten Herkunftsmarkt, stiegen im Vorjahresvergleich um 0,2 Prozent auf 58,6 Millionen. Die **Zahl der Ankünfte** erhöhte sich im Kalenderjahr 2025 im Vorjahresvergleich um 3,1 Prozent auf **48,17 Millionen** (ausländische Gäste: +4,1 Prozent auf 33,5 Millionen, inländische Gäste: +1,0 Prozent auf 14,7 Millionen). Die **durchschnittliche Aufenthaltsdauer** lag wie bereits im Jahr 2024 bei **3,3 Nächten** (Statistik Austria).

Der Tourismus in Niederösterreich bilanzierte 2025 leicht unter dem Niveau des Jahres 2024. Es wurden **7.297.126 Nächtigungen** und **3.000.574 Ankünfte** verzeichnet, was einem Rückgang von 0,3 Prozent Nächtigungen beziehungsweise 0,4 Prozent Ankünften gegenüber dem Jahr 2024 entsprach. Vergleicht man die Zahlen der Monate beider Jahre, zeigten sich über das gesamte Jahr 2025 kaum Unterschiede. Die Nächtigungen aus dem Ausland stiegen 2025 um 2,8 Prozent, während die Nächtigungen von Inländern um 2,0 Prozent zurückgingen. Die **durchschnittliche Aufenthaltsdauer** betrug 2025 wie bereits 2024 **2,4 Nächte**. Was die Herkunftsländer der Gäste in Niederösterreich betrifft, so stammen 58 Prozent aus dem Inland. Dabei sind die Gäste aus den Bundesländern Niederösterreich mit 526.280 Ankünften und Wien mit 501.421 Ankünften am stärksten vertreten. Im Vergleich zu 2024 war die Zahl der inländischen Gäste im Jahr 2025 rückläufig (-2,1 Prozent), während bei den ausländischen Gästen ein Zuwachs von 2,1 Prozent bei den Ankünften verzeichnet wurde. Hauptherkunftsmarkt der ausländischen Gäste ist Deutschland. Der Nächtigungstourismus in Niederösterreich ist grundsätzlich räumlich stark konzentriert. Rund ein Drittel aller Nächtigungen fand 2025 in den zehn nächtigungsstärksten Gemeinden statt. Wie bereits im Jahr 2024 waren 2025 die Top-3-Nächtigungsgemeinden Schwechat (428.517 Nächtigungen), Baden (384.773 Nächtigungen) und Krems (252.233 Nächtigungen).

Foto: Niederösterreich Werbung/Robert Herbst

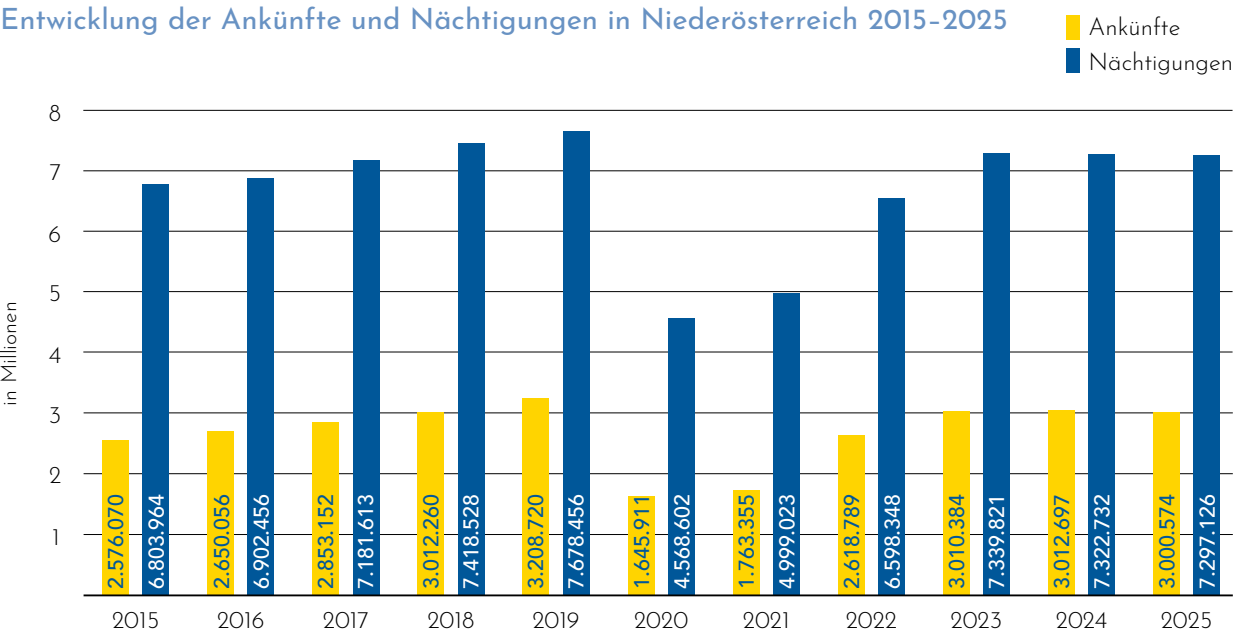
Ankünfte und Nächtigungen in Niederösterreich nach Tourismusdestinationen 2024/2025

Destinationen	Ankünfte				Nächtigungen			
	Jahre		Veränderung		Jahre		Veränderung	
	2024	2025	absolut	in %	2024	2025	absolut	in %
Donau Niederösterreich	991.637	989.992	-1.645	-0,2 %	1.736.222	1.774.997	38.775	2,2 %
Mostviertel	485.046	488.718	3.672	0,8 %	1.142.725	1.141.207	-1.518	-0,1 %
Waldviertel	370.412	360.919	-9.493	-2,6 %	1.283.580	1.248.065	-35.515	-2,8 %
Weinviertel	246.235	249.569	3.334	1,4 %	612.099	627.504	15.405	2,5 %
Wiener Alpen in NÖ	334.112	348.281	14.169	4,2 %	1.053.634	1.044.415	-9.219	-0,9 %
Wienerwald	585.255	563.095	-22.160	-3,8 %	1.494.472	1.460.938	-33.534	-2,2 %
Insgesamt	3.012.697	3.000.574	-12.123	-0,4 %	7.322.732	7.297.126	-25.606	-0,3 %

Die zehn nächtigungsstärksten Orte Niederösterreichs 2024 und 2025

Orte	2024	2025	Orte	2024	2025
Schwechat	441.716	428.517	Wiener Neustadt	200.576	221.393
Baden	381.224	384.773	Moorbad Harbach	219.245	207.596
Krems an der Donau	248.786	252.233	Vösendorf	217.557	172.058
St. Pölten	231.659	238.336	Reichenau an der Rax	140.687	137.126
Bad Schönau	224.922	225.172	Bad Vöslau	117.712	119.607

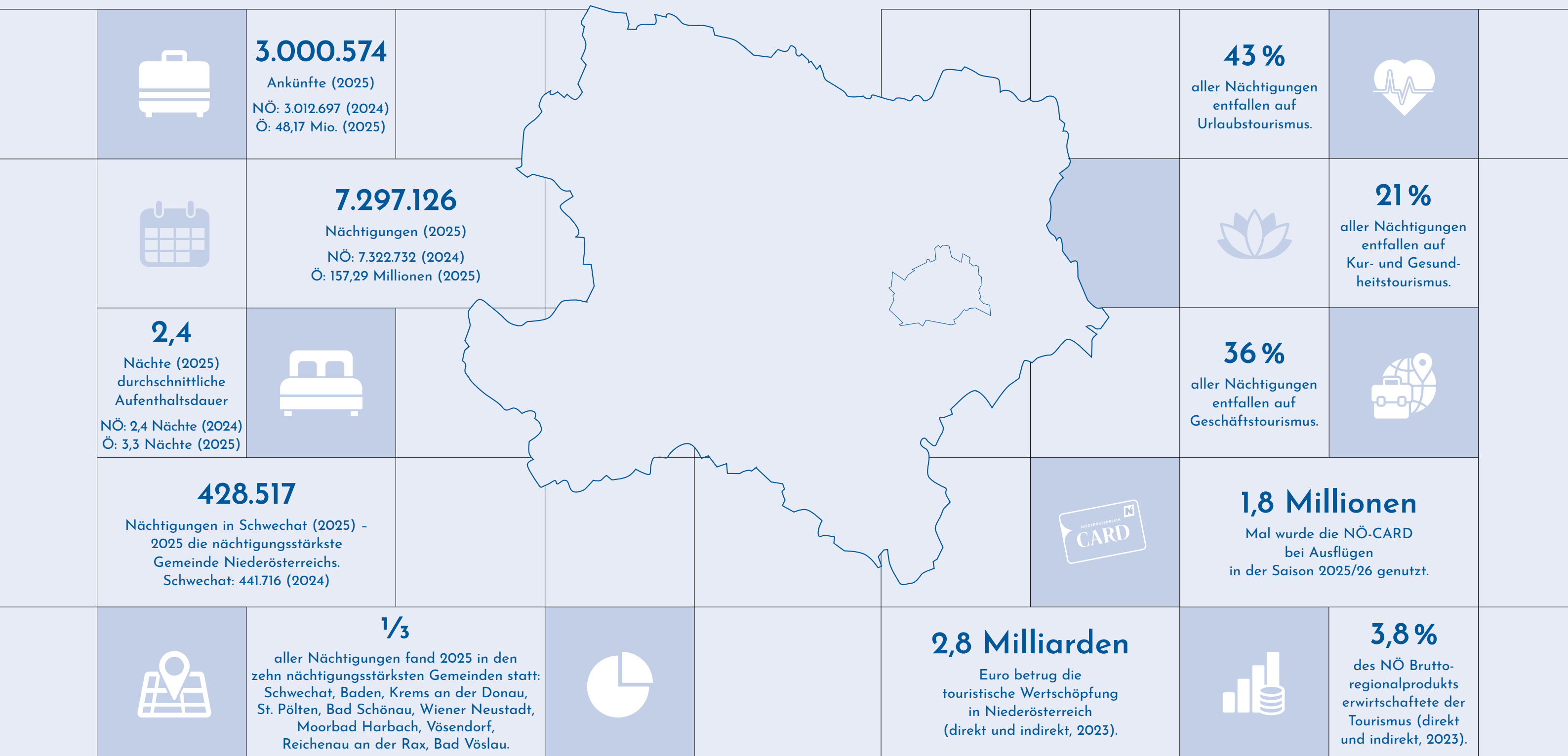
Entwicklung der Ankünfte und Nächtigungen in Niederösterreich 2015-2025



Ankünfte und Nächtigungen in Niederösterreich nach Herkunftsländern 2024/2025

	Ankünfte				Nächtigungen			
	Jahre		Veränderung		Jahre		Veränderung	
	2024	2025	absolut	in %	2024	2025	absolut	in %
Inland	2024	2025	absolut	in %	2024	2025	absolut	in %
Burgenland	67.721	72.948	5.227	7,7 %	184.743	194.459	9.716	5,3 %
Kärnten	72.015	63.736	-8.279	-11,5 %	180.697	164.030	-16.667	-9,2 %
Niederösterreich	521.338	526.280	4.942	0,9 %	1.543.252	1.534.953	-8.299	-0,5 %
Oberösterreich	255.008	246.880	-8.128	-3,2 %	637.434	615.807	-21.627	-3,4 %
Salzburg	91.556	87.145	-4.411	-4,8 %	200.175	195.102	-5.073	-2,5 %
Steiermark	160.190	150.354	-9.836	-6,1 %	418.895	401.008	-17.887	-4,3 %
Tirol	63.818	60.211	-3.607	-5,7 %	156.670	154.758	-1.912	-1,2 %
Vorarlberg	37.906	31.988	-5.918	-15,6 %	85.906	77.149	-8.757	-10,2 %
Wien	509.548	501.421	-8.127	-1,6 %	1.373.984	1.347.770	-26.214	-1,9 %
Inland zusammen	1.779.100	1.740.963	-38.137	-2,1 %	4.781.756	4.685.036	-96.720	-2,0 %
Deutschland	2024	2025	absolut	in %	2024	2025	absolut	in %
Baden-Württemberg	42.255	40.882	-1.373	-3,2 %	94.530	92.098	-2.432	-2,6 %
Bayern	119.227	121.556	2.329	2,0 %	273.726	284.905	11.179	4,1 %
Berlin	20.316	19.549	-767	-3,8 %	44.539	41.970	-2.569	-5,8 %
Mitteldeutschland	45.646	45.666	20	0,0 %	105.422	102.703	-2.719	-2,6 %
Norddeutschland	30.994	29.935	-1.059	-3,4 %	72.565	71.342	-1.223	-1,7 %
Nordrhein-Westfalen	44.182	41.412	-2.770	-6,3 %	99.393	95.632	-3.761	-3,8 %
Ostdeutschland	40.312	37.869	-2.443	-6,1 %	106.413	106.446	33	0,0 %
Deutschland zusammen	342.932	336.869	-6.063	-1,8 %	796.588	795.096	-1.492	-0,2 %
übriges Ausland	2024	2025	absolut	in %	2024	2025	absolut	in %
Italien	31.957	30.460	-1.497	-4,7 %	62.677	62.677	0	0,0 %
Niederlande	31.110	30.829	-281	-0,9 %	77.072	75.836	-1.236	-1,6 %
Polen	91.411	96.053	4.642	5,1 %	203.658	208.239	4.581	2,2 %
Schweiz u. Liechtenstein	30.757	31.352	595	1,9 %	61.149	64.235	3.086	5,0 %
Slowakische Republik	41.074	41.956	882	2,1 %	105.222	107.645	2.423	2,3 %
Tschechische Republik	83.019	84.008	989	1,2 %	162.289	173.112	10.823	6,7 %
Ungarn	73.250	78.099	4.849	6,6 %	192.499	200.184	7.685	4,0 %
restliches Ausland	508.087	529.985	21.898	4,3 %	879.822	925.066	45.244	5,1 %
übriges Ausland zusammen	890.665	922.742	32.077	3,6 %	1.744.388	1.816.994	72.606	4,2 %
Ausland zusammen	1.233.597	1.259.611	26.014	2,1 %	2.540.976	2.612.090	71.114	2,8 %
Insgesamt	3.012.697	3.000.574	-12.123	-0,4 %	7.322.732	7.297.126	-25.606	-0,3 %

Tourismus in Zahlen 2025



Tourismusförderungen 2025

Investitionsförderung Qualität Tourismus Gestalten und Verbessern 2025

Im Rahmen der Förderaktion „Investitionsförderung Qualität Tourismus“ werden Investitionen in Anlagegüter mit einem Vorhabensvolumen von mindestens 1 Million Euro von Unternehmen der Tourismus- und Freizeitwirtschaft durch einen Zuschuss unterstützt. Dabei muss das Vorhaben entsprechende Qualitätskriterien erfüllen. Die „Investitionsförderung Qualität Tourismus“ unterstützt Projekte, die neben einer positiven Entwicklung der Kapazitäten im Bereich der Beherbergung und Gastronomie auch vorteilhafte Auswirkungen hinsichtlich einer Erweiterung und/oder Verbesserung des qualitativ hochwertigen touristischen Angebotes sowie Nachhaltigkeit und Innovation aufweisen.

Zu Gast in Niederösterreich

Im Fokus des Impulsprogrammes „Zu Gast in Niederösterreich“ steht die Verbesserung der Qualität des Angebotes und des Erscheinungsbildes von Gastronomie und Beherbergungsunternehmen in Niederösterreich.

Investitionen ab 20.000 Euro werden im Rahmen des Fördercalls durch einen Zuschuss unterstützt. Förderbar sind ausschließlich den geförderten Vorhaben zurechenbare Investitionen, die zur Verbesserung der Qualität des Angebotes und des Erscheinungsbildes der Unternehmen beitragen.

Wirtshausprämie

Die Wirtshausprämie als einmaliger Zuschuss in Höhe von 10.000 Euro soll einen Anreiz für die Übernahme und die Neugründung (ab 01.07.2023 bis maximal sechs Monate nach Antragstellung) eines standortgebundenen Gastronomiebetriebes darstellen. Von der Wirtshausprämie profitiert ein ganzjährig geöffneter Gastronomiebetrieb, der als sozialer Treffpunkt dient und gleichzeitig über ein stimmiges Ambiente und wesentliche Elemente des klassischen Dorfwirtshauses, wie insbesondere Stammtisch und/oder Schank, verfügt. Solche Betriebe zeichnen sich in der Regel durch die Verwendung von regionalen Produkten und die gute Zusammenarbeit mit den örtlichen/regionalen Lieferantinnen und Lieferanten, Produzentinnen und Produzenten sowie Vereinen aus.

Regionale Schwerpunkte	Bewilligungen	Förderbare Projektkosten	Bewilligte Zuschüsse national	Bewilligte Haftung
Investitionsförderung Qualität Tourismus	10	45.893.623,00	1.376.806,00	0,00
Impulsprogramme	Bewilligungen	Förderbare Projektkosten	Bewilligte Zuschüsse national	Bewilligte Haftung
Zu Gast in Niederösterreich - Gestalten und Verbessern 2025	70	5.052.961,00	1.010.581,00	0,00
Zu Gast in Niederösterreich - Wirtshausprämie	22	220.000,00	220.000,00	0,00
Unternehmerische Investition - Gründung und Übernahme	67	16.557.349,58	1.503.692,50	0,00
Anschlussförderung OeHT	1	693.000,00	31.618,14	0,00
Anschlussförderung OeHT - Jungunternehmerförderung	9	2.016.900,00	151.000,00	0,00
Schadensausgleich Südufer Wachau	7	429.802,00	171.918,00	0,00

Unternehmerische Investition

Im Rahmen des Impulsprogrammes „Unternehmerische Investition“ werden auch Tourismus-Investitionen gefördert. Nähere Informationen zum gesamten Impulsprogramm „Unternehmerische Investition“ finden sich auf Seite 32. Eine Anschlussförderung des Landes Niederösterreich ist für Projekte möglich, die über die Bundesstelle Österreichische Hotel- und Tourismusbank (OeHT) unterstützt werden.

Anschlussförderung OeHT - Jungunternehmerförderung

Über das Impulsprogramm werden in Kombination mit dem Einmalzuschuss der Bundesförderstelle OeHT-Projekte im Zusammenhang mit der Gründung/Übernahme eines Unternehmens bei Investitionen von 50.000 Euro bis maximal 500.000 Euro unterstützt. Die Förderung des NÖ Wirtschafts- und Tourismusfonds erfolgt über einen Zuschuss in Höhe von maximal 7,5 Prozent (maximal 37.500 Euro) für kleine Unternehmen und maximal 5 Prozent (maximal 25.000 Euro) für mittlere Unternehmen.

Schadensausgleich Südufer Wachau

Im Zentrum der Förderung stand die Unterstützung der von der Naturkatastrophe am südlichen Ufer der Wachau betroffenen Tourismusbetriebe in den Katastralgemeinden Hub, Schönbühel an der Donau, Aggsbach (Südufer), Aggstein, Oberarnsdorf, Mitterarnsdorf, Rührsdorf und Rossatz. Die Förderung erfolgte durch einen Zuschuss in Höhe von maximal 40 Prozent (maximal 80.000 Euro) der Förderbasis.

Beispielprojekte 2025

BEISPIELPROJEKT: GARTENHOTEL PFEFFEL GMBH

3601 Dürnstein
Das 4-Sterne-Gartenhotel Pfeffel liegt zwischen den Weinbergen der Wachau, westlich der historischen Stadt Dürnstein, mit direktem Einstieg in den Welt-erbebestieg. Der touristische Leitbetrieb wird seit Jahrzehnten erfolgreich von der Familie Pfeffel geführt und ist im Wellness-, Kulinarik- und Seminarbereich positioniert. In den letzten Jahren erfolgten umfassende Investitionen, unter anderem die Errichtung des Wellnessbereichs im Dachgeschoß, eine Parkgarage mit Hochwasserschutzfunktion sowie die Modernisierung des Mitteltrakts mit einem neuen Eingangs- und Rezeptionsbereich. Das aktuelle Investitionsprojekt sieht den Neubau des veralteten Westtrakts vor und hebt das Hotel auf einen einheitlich hohen Qualitätsstandard. Die Investitionen stärken den Betrieb nachhaltig für die nächsten Jahre.

BEISPIELPROJEKT: ANDREAS FREY - GASTHAUS ZUM GOLDENEN LÖWEN

3672 Maria Taferl
Das Gasthaus „Zum Goldenen Löwen“ in Maria Taferl wird seit 2005 von Margit und Andreas Frey in vierter Generation geführt - mit viel Feingefühl für Tradition und Moderne. Boutique-Hotel, Wirtshaus und Hausmuseum vereinen sich zu einem stimmigen Ensemble, das historische Flair mit zeitgemäßem Komfort im Stil einer charmanten Sommerfrische verbindet. Im Rahmen des Impulsprogrammes „Zu Gast in Niederösterreich - Gestalten und Verbessern 2025“ wurden vier Gästezimmer im ersten Stock umfassend neu gestaltet und ausgestattet. Die Umsetzung erfolgte ausschließlich durch regional ansässige Betriebe.

Niederösterreich Werbung 2025

Niederösterreich als attraktives Reiseziel

Beweggründe für einen touristischen Aufenthalt in Niederösterreich gibt es viele, die häufigsten und wertschöpfungsintensivsten lassen sich in **vier Geschäftsfelder** gliedern: Beinahe der Hälfte der Reisen liegt das Motiv „Urlaub“ zugrunde, rund ein Drittel der Gäste reist aus **geschäftlichen Gründen** nach Niederösterreich und rund 21 Prozent besuchen das Land im Zusammenhang mit **Kur- und Gesundheitsaufenthalten**. Eine bedeutende Rolle spielt außerdem der **Ausflugstourismus**, der für rund 60 Prozent der gesamten touristischen Wertschöpfung verantwortlich ist und mittel- bis langfristig in Nächtigungen münden soll.

Bei den Nächtigungsgästen stammen rund **zwei Drittel** üblicherweise **aus dem Inland**. Im Jahr 2025 konnte mit einem Plus von 2,7 Prozent ein **Aufwärtstrend bei ausländischen Gästen** verzeichnet werden. Niederösterreichs wichtigster Auslandsmarkt ist Deutschland, weiters die Länder Ungarn, Tschechien und die Slowakei.

Aufgabe der **Niederösterreich-Werbung GmbH** (im Folgenden „Niederösterreich Werbung“) als offizielle Tourismus- und Marketingorganisation des Landes ist es, Niederösterreich in allen vier Geschäftsfeldern national und international als attraktive Reisedestination zu positionieren, die Sichtbarkeit der touristischen Angebote und Möglichkeiten zu erhöhen und damit die touristische Entwicklung des Landes langfristig zu stärken.

Vier zentrale Kernkompetenzen Niederösterreichs prägen die strategische Ausrichtung und damit das Tätigkeitsfeld der Niederösterreich Werbung:

- Regionale Kulinarik & Wein
- Natur & Bewegungsräume
- Kunst- & Kulturerlebnis und
- Gesundheitsexpertise

Diese touristischen Stärken werden insbesondere durch ihre Kombination für die Entwicklung einzigartiger Angebote für Gäste genutzt. **Querschnittsthemen**, wie Innovationsmanagement und Nachhaltigkeit beziehungsweise regenerativer Tourismus, dienen ebenso wie die grundlegenden Werte als gemeinsame Basis und werden übergreifend eingebunden. Der **Markenkern der Marke „Urlaub in Niederösterreich“** steht für ein entspanntes, genussvolles Erlebnis, das zum Innehalten und Fokussieren auf das Wesentliche einlädt. Mit einer Mischung aus traditioneller Verbundenheit und globaler Offenheit bietet Urlaub in Niederösterreich erfrischende, inspirierende Momente und fördert ein nachhaltiges, verantwortungsvolles Miteinander von Mensch und Natur.

Die Niederösterreich Werbung fungiert als **Leitorganisation** und als **kompetenter und serviceorientierter Partner** im niederösterreichischen Tourismusnetzwerk. In enger Zusammenarbeit mit den sechs Tourismusdestinationen Donau Niederösterreich Tourismus GmbH, Mostviertel Tourismus GmbH, Destination Waldviertel GmbH, Weinviertel Tourismus GmbH, Wiener Alpen in Niederösterreich Tourismus GmbH und Wienerwald Tourismus GmbH werden überregionale und landesweite Leitthemen umgesetzt und touristische Schwerpunkte definiert. Ein weiterer wichtiger Partner ist die Niederösterreich-CARD, die in der Ausflugsaison 2025/26 von rund 235.000 Gästen genutzt wurde. Sie ist damit ein wesentlicher und erfolgreicher Treiber für den Ausflugstourismus in Niederösterreich. Enger Austausch und Kooperationen bestehen zudem mit dem Verein Niederösterreichische Wirtshauskultur, dem Wirtschaftsressort Niederösterreich des Amtes der Niederösterreichischen Landesregierung, SPORTLAND Niederösterreich, weiteren Projektpartnern und Tourismusbetrieben.

Schwerpunkte 2025 waren:

- Digitalstrategie Tourismus Niederösterreich
- Markenprozess der Wirtshauskultur Niederösterreich
- Qualitätspartnerprogramm „Selected Stays“
- Nachhaltigkeit und sanfte touristische Mobilität
- Guide Michelin

Kooperationssystem Niederösterreich Werbung und Destinationen

Die Niederösterreich Werbung arbeitete 2025 im Rahmen ihrer langfristigen Strategie eng und partnerschaftlich mit den sechs Tourismusdestinationen zusammen. Ziel ist die Steigerung von Effektivität und Effizienz gemeinsamer Maßnahmen sowie die Nutzung von Synergien im Tourismusmarketing und in der Destinationsentwicklung. Die Niederösterreich Werbung übernimmt dabei zentrale koordinierende und steuernde Aufgaben, insbesondere in der Digitalstrategie, bei Innovations- und Transformationsprozessen, im nachhaltigen Tourismus sowie in Marketing, Kommunikation und technischen Systemen. Die Destinationen verantworten die operative Umsetzung vor Ort (Produktentwicklung, Qualitätssicherung, Stakeholder- und Partnermanagement, Destinationscontent, Gastgebercoaching, regionale Veranstaltungen etc.). Das Content Media House fungiert als Schnittstelle der strategischen und inhaltlichen Zusammenarbeit im Marketing; zudem wirkt die Niederösterreich Werbung steuernd auf die Jahresplanung der Destinationen ein.



Fotos: Niederösterreich Werbung/Jan Elm



Themen-/Partnermanagement - Geschäftsfelder

Urlaubstourismus, Wirtschaftstourismus, Gesundheitstourismus sowie Tages- und Ausflugstourismus sind die vier zentralen Geschäftsfelder, die im niederösterreichischen Tourismus für Wertschöpfung und Nachfrage sorgen. Nächtigungen teilen sich laut einer Studie von MANOVA aus dem Jahr 2024 auf folgende Felder auf: Rund 43 Prozent entfallen auf den Urlaubstourismus, 36 Prozent auf den Geschäftstourismus und rund 21 Prozent auf Kur- und Gesundheitstourismus. Mittelfristig soll auch der Ausflugstourismus die Nächtigungsbilanz steigern.

Geschäftsfeld Urlaubstourismus

Auf Basis der aktuellen Tourismusstrategie wird Niederösterreich gezielt als ganzjährig attraktives Kurz- und Haupturlaubsland im Zentrum Europas weiterentwickelt. Laufende Erkenntnisse aus dem Markenprozess sowie aus der Digitalstrategie fließen kontinuierlich in die Weiterentwicklung von Angeboten, Maßnahmen und der Gästekommunikation ein.

Der Großteil der Nächtigungen entfällt mit knapp zwei Dritteln auf Gäste aus dem Inland, während Deutschland den bedeutendsten Auslandsmarkt darstellt. Neben überregionaler Präsenz wurde am deutschen Markt vor allem auf Süddeutschland sowie Ballungszentren rund um Berlin und Hamburg gesetzt. Die Zielgruppenansprache erfolgte insbesondere in Form von Print- und Online-Advertorials in reichweitenstar-

ken Leitmedien mit den Schwerpunkten Radfahren und Wandern in Kombination mit Kulinarik und Wein sowie Kultur. Zentral war zudem die Pressearbeit: Sowohl Gruppen- als auch Individualpressereisen, Reisen mit Influencerinnen und Influencern beziehungsweise Content Creatorinnen und Content Creator, Presseevents, Redaktionsgespräche und die Tourismusmesse ITB wurden genutzt, um das touristische Angebot Niederösterreichs zu präsentieren.

Neben **Deutschland** zählen **Ungarn, Tschechien** und die **Slowakei** zu den zentralen Herkunftsmärkten. Die Ansprache der potenziellen Gäste erfolgte über fein kuratierte Reiseempfehlungen zu Radfahren, Wandern und Winter. Drei fremdsprachige Kampagnen wurden umgesetzt sowie weitere Kampagnen für die Destinationen realisiert. Die Maßnahmen umfassten eigene Kanäle, Online- und Offline-Medienkooperationen und wurden durch Messebesuche, Radkarten in drei Sprachen, Pressereisen und -events sowie TV-Beiträge ergänzt. Zudem wurde mit der Übersetzung neuer Inhalte begonnen.

Ein wesentliches Ziel ist, Niederösterreich verstärkt als Ganzjahresdestination zu etablieren und die Saisons touristisch zu „verlängern“. Gleichzeitig soll die derzeitige durchschnittliche Aufenthaltsdauer von 2,4 Nächten erhöht werden, insbesondere durch die Entwicklung neuer Angebote und gezielte Verknüpfung unterschiedlicher Erlebnisse.

Geschäftsfeld Tages- und Ausflugstourismus

Auf den Ausflugstourismus entfallen rund 60 Prozent der touristischen Wertschöpfung. Ausflugsziele aus allen Kompetenzfeldern der Tourismusstrategie – von Kulinarik über Natur und Bewegung bis zu Kultur – sprechen insbesondere Gäste aus den angrenzenden Bundesländern, dem Wiener Raum und Niederösterreich selbst an. Strategisches Ziel ist es, die Zahl der Ausflüge langfristig zu steigern und Gäste verstärkt zu Wiederholungen und Nächtigungen zu motivieren, das Motto lautet: „Vom Ausflug zum Kurzurlaub, vom Kurzurlaub zum Haupturlaub!“ Einen wesentlichen Beitrag dazu leisten die Niederösterreich-CARD (siehe auch Seite 52) und die Wirtshauskultur Niederösterreich (siehe auch Seite 64).

Geschäftsfeld Wirtschaftstourismus - Convention Bureau (B2B)

Wer Kongresse, Meetings, Incentives oder andere Events im Business-to-Business-Bereich plant und organisiert, findet im Convention Bureau Niederösterreich eine kompetente und hilfreiche Anlaufstelle. 2025 wurden zahlreiche Marketingaktivitäten im In- und Ausland durchgeführt, um die 52 Top-Partner (Kongress- und Tagungszentren, Locations, Seminarhotels, Incentive- und Teambuilding-Agenturen, Cateringunternehmen und Partnerbüros) bestmöglich zu positionieren. Die Präsenz auf internationalen Fachmessen wie IBTM und IMEX, bei nationalen und internationalen Networking-Events sowie die Organisation des Business Breakfast zu Jahresbeginn zeigten ebenfalls Wirkung. Zudem wurden mehrere hundert Kundinnen und Kunden persönlich beraten oder serviert. Intensives Online-Marketing und Ideenreisen für Planerinnen und Planer von Events wurden ergänzend dazu durchgeführt.

Im Jahr 2025 wurden 46.000 Euro an Kongressunterstützungen ausbezahlt, um die Akquisition und Durchführung hochwertiger Veranstaltungen in Niederösterreich zu unterstützen.

Geschäftsfeld Gruppenreisen (B2B)

Die Niederösterreich Werbung unterstützt Busunternehmen und Veranstalter von Bus- und Paketreisen ebenso wie Incomer, Organisationen, Vereine und Firmen bei der Umsetzung von Gruppenreisen. Die professionelle Betreuung erstreckt sich von der Planung und der Konzeptionierung über die Kommunikation bis zur Durchführung der Reise. Neben allen sechs Tourismusdestinationen und dem Verein „Natur im Garten“ – Schaugärten in Niederösterreich – sind aktuell rund 200 Partner (Ausflugsziele und Hotels) unter dem Lead der Niederösterreich Werbung aktiv. Im August 2025 erschien der Katalog für Gruppenreisen 2026 mit einer Auflage von 10.000 Stück. Diese werden in der Regel persönlich an die Interessenten verschickt, bei Inforeisen im Herbst vorgestellt sowie bei B2B-Workshops und Fachmessen im Frühling für die Vorstellung der Gruppenangebote genutzt.



Foto: Niederösterreich Werbung/Sophie Menegaldo

Geschäftsfeld Gesundheitstourismus

Die strategische Kernkompetenz „Gesundheit“ bleibt ein zentraler Schwerpunkt des niederösterreichischen Tourismus. Neben der Ansprache neuer Personengruppen sollen insbesondere bestehende Gäste motiviert werden, Niederösterreich nach einem erfolgreichen Reha- oder GVA-Aufenthalt auch privat und individuell wieder zu besuchen. Ganzheitliche Gesundheitsangebote und stärkere Einbindung der Regionen sollen dies ermöglichen: Wander- und Radwege, kulturelle Angebote, eine gute öffentliche Verkehrsanbindung etc. Um Synergien bestmöglich zu nutzen, war 2025 eine Neuausrichtung erforderlich; Voraussetzung für den langfristigen Erfolg ist die enge Zusammenarbeit aller Akteurinnen und Akteure vor Ort sowie ein konsistentes Storytelling zur Positionierung Niederösterreichs als Gesundheitsdestination im Sinne von Vorsorge und Longevity. Siehe auch Seite 69.

Themen-/Partnermanagement - Kompetenzfelder

In der Tourismusstrategie Niederösterreich 2025 sind vier Kompetenzfelder festgelegt, deren Zusammenspiel – unter Einbindung der zentralen Werte und Querschnittsthemen – vielfältige Kommunikations- und Handlungsräume und ein breites Angebotsspektrum für Gäste ermöglicht.

REGIONALE KULINARIK & WEIN



Wirtshauskultur, Wein- und regionale Produkt-Kultur

2025 wurde auf Basis der „weiten Land-Küche“ intensiv an einer Kulinarik-Strategie gearbeitet, die auf der Größe und Weite Niederösterreichs mit seiner Anbaufläche und vielfältigen Produktpalette aufbaut. Verbundenheit und Verbindlichkeit gegenüber Mensch, Region und Gemeinschaft, eine entspannte Nonchalance mit niedrigen Zugangsschwellen für Gäste auch auf höchstem Niveau sowie Aufgeschlossenheit und Herzlichkeit sind maßgeblich. Es soll Spitzenniveau vorgelegt und kulinarischer Tiefgang gezeigt werden. Die individuellen Charaktere der Destinationen werden betont, Leitbetriebe geben die Richtung vor. Weiters wird mit Signature-Events und Verbindungskünstlerinnen und -künstlern gearbeitet und Niederösterreichs Topografie und Originale werden betont. 2026 wird ein konkreter Handlungsleitfaden folgen und eine Neigungsgruppe „Kulinarik“ mit Leitbetrieben aus Wein-, Gastronomie- und Produktkultur ins Leben gerufen.

Wirtshauskultur Niederösterreich

Der Verband der Wirtshauskultur Niederösterreich steht für gehobene Qualität aus der Region, herzliche Gastfreundschaft, Pflege von Traditionen und liebevolle Neuinterpretation. Ein Charakteristikum ist gepflegte Vielfalt: Derzeit sind rund 200 Wirtshäuser Mitglied im Verein Niederösterreichische Wirtshauskultur, vom Dorfgasthaus bis zum Haubenrestaurant. Zum 30-Jahr-Jubiläum der Wirtshauskultur Niederösterreich wurde ein umfassender Markenprozess gestartet, die Ergebnisse wurden im Jahr 2025 umgesetzt.

Wirtshaus-Stammtische in allen Destinationen

Informations- und Wissensaustausch zwischen Gastronomie und Tourismus.

Mein Wirtshaus-Guide

Katalog mit Informationen über Destinationen, Besonderheiten der Wirtshäuser und Ausflugstipps. Der Guide wurde 2025 in einer Auflage von 15.000 Stück aufgelegt und direkt über Wirtshäuser, über den Prospekt-Shop der Niederösterreich Werbung sowie bei postalischen Gutscheine-Bestellungen vertrieben.

Markenprozess der Wirtshauskultur Niederösterreich

Aufbauend auf den Ergebnissen des 2024 gestarteten Markenprozesses stand 2025 im Zeichen der Umsetzung: Beispielsweise Marken-Relaunch und ein neuer Claim „Verwurzelt im Neuen. Vereint im Geschmack. Seit 1994“, der die Essenz der Wirtshauskultur Niederösterreich auf den Punkt bringt – eine tiefe Verankerung in regionaler Tradition und gleichzeitige Offenheit für zeitgemäße Entwicklungen und kulinarische Innovation. Überarbeitet wurde außerdem das Logo, ein Markenmanifest und klare Leitprinzipien wurden ausformuliert. Diese dienen künftig als Orientierung für Kommunikation, Auftreten und Positionierung. Sie schaffen eine Grundlage für die Weiterentwicklung der Marke und stärken das gemeinsame Selbstverständnis der Mitgliedsbetriebe. Präsentiert wurden diese Neuerungen und Vorhaben beim Wirtshauskultur-Fest.

Foto: Niederösterreich Werbung/www.sedlphoto



Das Fest der Wirtshauskultur Niederösterreich

Beim Fest am 29. April 2025 im Convention Center Luberegg feierten rund 350 Gäste – Wirtinnen und Wirte sowie Vertreterinnen und Vertreter aus Tourismus, Politik und Wirtschaft – die Präsentation der Ergebnisse aus dem Markenprozess. Natürlich spielte die Kulinarik eine Hauptrolle. Wirtinnen und Wirte aus allen sechs Tourismusdestinationen Niederösterreichs boten regionale Spezialitäten und luden zu einem genussvollen Streifzug durch das Land ein, eine Genussstation wurde von den Siegerinnen und Siegern des Lehrlingswettbewerbs „Wirtshaus Battle – Young Talents 2025“ realisiert.

Guide Michelin

Auf Initiative der Landestourismusorganisationen und der Österreich Werbung ist 2025 der Guide Michelin nach Österreich zurückgekehrt, 17 niederösterreichische Betriebe wurden mit Sternen, grünem Stern oder durch Aufnahme in die Bib-Gourmand-Liste ausgezeichnet. 2026 wird diese Kooperation fortgesetzt.

Kulinarik-Kampagne der Österreich Werbung

2025 erfolgte der Start der gemeinsamen Marketingkampagne von acht Bundesländern und der Österreich Werbung unter dem Claim „eatAUT“. Der 2024 aufbereitete Content (www.austria.info/culinary-showroom) diente als Basis. Die Kampagne setzt auf einen integrierten Marketingansatz mit digitalen Maßnahmen, Printkooperationen sowie Präsenz bei internationalen Events und Fachmessen, um Österreichs Kulinarik international sichtbar zu machen.

Weintourismus Niederösterreich

Der Weinbau ist seit Jahrhunderten eng mit Niederösterreich verbunden. Er prägt Landschaft, Landwirtschaft und Lebensalltag der Menschen und ist wesentlicher Bestandteil des touristischen Angebots. Den Auftakt des „Weinjahrs“ bilden die Veranstaltungen im Weinfrühling, gefolgt von der sommerlichen Eventreihe „Kultur bei Winzerinnen und Winzern“. Zum krönenden Abschluss wird seit drei Jahrzehnten der Weinherbst Niederösterreich mit zahlreichen Festen und Veranstaltungen gefeiert.

Kultur bei Winzerinnen und Winzern

Zum sechsten Mal fand 2025 die von der Niederösterreich Werbung, der Abteilung für Kunst und Kultur des Landes Niederösterreich und Wein Niederösterreich durchgeführte Veranstaltungsreihe „Kultur bei Winzerinnen und Winzern“ statt. In allen acht Weinbaugebieten wurden insgesamt 34 größtenteils ausverkaufte Kulturveranstaltungen in Vinotheken, Weingärten und Heurigenlokalen abgehalten. Rund 2.800 Gäste kamen in den Genuss von Konzerten, Literatur, Wein und Kulinarik.

„Fünfte Jahreszeit“:

Weinherbst Niederösterreich. Das Original.

Der Weinherbst ist seit Jahrzehnten ein Highlight im Veranstaltungskalender und Aushängeschild des touristischen Angebots in Niederösterreich. Das Jubiläumsjahr „30 Jahre Weinherbst“ begann mit der offiziellen Eröffnung im September im „Franz von Grün“ in Arbesthal. Gefeiert wurde mit rund 130 Gästen und dem „Kollegium Kalksburg“.



Foto: Niederösterreich Werbung/Martin Fulöp

NATUR & BEWEGUNGSRÄUME



Niederösterreichs Natur- und Kulturlandschaften wie Nationalparks, Naturparke und Gartenlandschaften erfüllen wichtige Funktionen für Naturschutz, Umweltbildung und für den Tourismus. Zahlreiche Ausflugsziele mit Naturbezug wirken sich positiv auf den Ausflugs- und Nächtigungstourismus aus, das umfassende Netz an Rad- und Wanderwegen wird von Gästen für sportliche und erholsame Erlebnisse in der Natur genutzt. Entsprechend der Tourismusstrategie soll Niederösterreich als DIE Rad-Destination im Herzen Europas etabliert und das Angebot dafür kontinuierlich ausgebaut werden. Das Radfahren dient als verbindendes Element, das weitere touristische Erlebnisse erschließt und Aufenthalte qualitativ bereichert beziehungsweise verlängert – von familienfreundlichen Routen über mehrtägige Radreisen bis hin zu Flussradeln, kulinarischen Radtouren und vielem mehr.

Radfahren

Gemäß der aktuellen Rad-Tourismusstrategie wurden zahlreiche Maßnahmen gesetzt:

„Radpartner Niederösterreich“:

Diese 2024 geschaffene Raderlebnis-Qualitätsmarke wurde 2025 weiter ausgebaut. Mittlerweile nehmen 385 Betriebe an der Qualitätsoffensive teil, die Anzahl der Ausflugsziele konnte im Laufe des Jahres auf 68 Betriebe und zwei Direktvermarkter gesteigert werden. Bei der internationalen Qualitätsmarke des ADFC „Bett+Bike“ konnte durch intensive Kooperation mit dem ADFC und Neuakquisen ebenso die Zahl der Betriebe gesteigert werden. Aktuell gibt es in Niederösterreich rund 160 „Bett+Bike“-Betriebe, die auch Radpartner Niederösterreich sind.

„Radeln for Family“:

2025 wurden acht ausgewählte Reiseempfehlungen in einem neuen Guide für mehrtägige Familienurlaube mit kindgerechten Touren, Ausflugszielen und Tipps für gastronomische Erlebnisse übersichtlich zusammengestellt. Der dazugehörige Folder erfreut sich starker Nachfrage.

Beschilderungsprojekt:

Im Rahmen des Projekts im Wald- und Weinviertel wurden zahlreiche Radrouten neu beschildert, die Fertigstellung des Gesamtprojektes ist für Herbst 2026 geplant.

Radkampagne der Österreich Werbung:

Im Rahmen der Kampagne wurden die Leitprodukte Donau-Radweg, Iron Curtain Trail und „Flussradeln im Mostviertel“ in Deutschland, Tschechien und der Slowakei präsentiert. Darüber hinaus wurde „Gravel-Austria“ am deutschen und niederländischen Markt positioniert. Insgesamt konnten über alle drei Leitprodukte hinweg allein durch Data-Driven-Maßnahmen mehr als 110 Millionen Impressions sowie rund 220.000 Klicks in allen bearbeiteten Märkten erzielt werden.

Präsenz auf Messen und Festivals:

Um potenzielle Gäste aus dem Nahbereich auf den Radurlaub in Niederösterreich aufmerksam zu machen, wurde das niederösterreichische Angebot unter anderem beim ARGUS Bike Festival und bei der Ferien-Messe 2025 in Wien vorgestellt.

Videos mit Motivator Joel Eggimann:

Sechs Videos wurden zum Thema Radfahren im Wienerwald produziert, ihre Ausspielung startet mit der Radsaison 2026.

Foto: Niederösterreich Werbung/Maximilian Pawlikowsky



Mountainbiken (MTB)

Um eine behutsame und nachhaltige Weiterentwicklung des Streckennetzes zu schaffen, war die Niederösterreich Werbung mit den Destinationen, Gemeinden, Grundeigentümerinnen und -eigümern, Vereinen und diversen Interessensvertretungen in intensivem Austausch. Mit dem Teichlift wurde im Herbst ein zweiter Lift bei den Wexl Trails eröffnet. Ein neues MTB-Produkt startet im Frühjahr 2026 mit dem Alpen Bikepark Schneeberg. Die Niederösterreich Werbung war bei den Vorbereitungsarbeiten der „MTB-Bundeskoordinationsstelle“ mit ecoplus, sieben anderen Bundesländern und vier Ministerien intensiv dabei. Den Zuschlag für die Koordinationsstelle über eine bundesweite Ausschreibung hat die KONNEKT GmbH erhalten, die ihre Tätigkeit im September 2025 aufgenommen hat.

Gartensommer Niederösterreich

In enger Zusammenarbeit mit „Natur im Garten“ und den Schaugärten Niederösterreichs wurden im Sommer 2025 verstärkt Veranstaltungen mit Gartenbezug in die kommunikative Auslage gestellt.

Wandern

In allen Destinationen Niederösterreichs bestehen ausgezeichnete Voraussetzungen für das Wandern, das insbesondere für den Ganzjahrestourismus eine tragende Rolle spielt. „Entdeckertouren“ verbinden Wanderungen gezielt mit den Themen Rad, Kultur sowie Kulinarik und Wein und ermöglichen authentische Gesamterlebnisse. Zusätzlich wurden durch Kooperation mit der Outdoor-Plattform „komoot“ mehrtägige Wanderurlaube in Niederösterreich stärker in den Fokus gerückt. Dazu wurde eine neue „Sponsored Collection“ zum Thema „Wanderdörfer in Niederösterreich“ umgesetzt, welche die Wanderdörfer Zwettl, Mitterbach und Puchberg mit Touren-, Übernachtungs- und Einkehrtipps in Szene setzt. Unter dem Motto „Wandern als Chance für die regionale Entwicklung“ fand am 20. Mai 2025 ein Workshop von Niederösterreich Werbung und ecoplus im Museum Niederösterreich statt.

Aktiver und sanfter Winter

Als Reaktion auf den Klimawandel und zur strategischen Positionierung Niederösterreichs als Ganzjahresdestination werden neben klassischem Wintersport entschleunigende, sanfte und ganzjährig mögliche Aktivitäten verstärkt kommuniziert. Dazu gehören Wanderungen im Winter, potenziell ganzjährig nutzbare Outdoor-Ausflugsziele wie die Sommerrodelbahn in St. Corona am Wechsel oder die 2025 eröffnete, zweite Mountaincartstrecke in Mönchkirchen.

KUNST- & KULTURERLEBNIS



Niederösterreich soll verstärkt als führende Urlaubsdestination für kulturaffine Gäste in Österreich positioniert werden. Hochwertiges Kulturangebot in Städten wie St. Pölten, Krems, Baden oder Wiener Neustadt sowie im ländlichen Raum wurde gezielt mit Kulinarik- und Naturerlebnissen verknüpft und spricht insbesondere die postmaterielle Zielgruppe an.

Kultur erwies sich auch 2025 als wirksamer Impulsgeber für Nächtigungen und Kurzurlaube. Durch die enge Verzahnung von Kultur- und Tourismusangeboten und die verstärkte kommunikative Aufbereitung – etwa durch redaktionelle Empfehlungen zu Unterkünften, Wirtshauskultur, Sehenswürdigkeiten, Rad- und Wanderangeboten sowie Anreisemöglichkeiten – konnte die touristische Wertschöpfung gesteigert werden. Die Kooperation mit dem Theaterfest Niederösterreich wurde weitergeführt und -entwickelt. Auch die Zusammenarbeit mit dem wellenklaenge Festival mittels Publikumsbefragung wurde 2025 und wird 2026 weitergeführt. Die touristische Inszenierung der Kernkompetenz „Kunst- und Kulturerlebnis“ stärkte die Premium-Positionierung des Landes und erhöhte die Wettbewerbsfähigkeit im Kultur- und Festivalbereich.

Festival-Land Niederösterreich

Niederösterreichs größte Festivals werden unter der Dachmarke „Festival-Land Niederösterreich“ gebündelt. Ziel ist, Gäste durch die Kombination von Kultur, Nächtigung und regionalen Erlebnissen zu längeren Aufenthalten zu motivieren. Im Fokus steht ein ganzheitliches Erlebnis: von authentischer Kulinarik über hochwertige Unterkünfte bis hin zu Angeboten abseits der Massen. Der fachliche Austausch im Rahmen eines Kamingesprächs mit Stakeholderinnen und Stakehol-

dern aus Kultur und Tourismus am 4. Juni 2025 unterstrich den Schulterschluss zwischen Kultur und Tourismus und stärkte das „Festival-Land Niederösterreich“ als zukunftsweisendes Kooperationsmodell.

DNA Semmering

Das interdisziplinäre Projekt „DNA Semmering“ wurde 2025 fortgesetzt. Ende September eröffnete im historischen Südbahnhof die Ausstellung „Terrain Vague“, bei der die im Rahmen der DNA-Semmering-Residencies entstandenen Werke von Künstlerinnen und Künstlern aus verschiedenen Disziplinen gezeigt wurden.

Die Vermessung der Wachau

Dieses weitere interdisziplinäre Projekt hatte die zeitgemäße kulturelle Auseinandersetzung mit dem UNESCO-Weltkulturerbe im Fokus. Eine begleitende Contentproduktion erschloss neue Perspektiven und Potenziale der Region, um sie nachhaltig als Kulturstadt zu profilieren.

Austausch und Zusammenarbeit mit NÖKU

Der Austausch mit der Niederösterreichischen Kulturwirtschaft (NÖKU) wurde 2025 intensiviert. Seitens Niederösterreich Werbung wurden den Kulturbetrieben „Fünf Schlüsselfaktoren für ein attraktives Gästeangebot“ zur Verfügung gestellt, um die touristische Vermarktung und Attraktivität der Angebote zu stärken.

Winterkampagne - Städtereisen

Die Winterkampagne der Niederösterreich Werbung hebt das reiche Kulturangebot in Niederösterreichs Städten hervor. Kulturelle Einrichtungen wie Museen und Ausstellungshäuser sowie ein historisch gewachsenes Stadtbild fungieren als Träger der Kommunikation und machen die kulturelle Bandbreite des Landes sichtbar. Durch gezielte Verbindung von urbaner Atmosphäre und kulturellen Erlebnissen wurden für die jeweilige Zielgruppe ansprechende und zeitgemäße Angebote entwickelt.

GESUNDHEITSEXPERTISE



Angebote rund um das Thema Gesundheit leisten einen wichtigen Beitrag zur ganzjährigen Wertschöpfung. Das Spektrum reicht von klassischen Kur- und Rehabilitationsaufenthalten über Vorsorgeprogramme bis hin zu entsprechenden Angeboten in den Bereichen Bewegung, Ernährung, mentale Gesundheit und Regeneration. Hochwertige medizinische und therapeutische Kompetenz wird dabei mit den natürlichen Ressourcen des Landes kombiniert – etwa Landschaft und Ruhe, natürliche Heilvorkommen, die seit jeher eine wichtige Grundlage für Kur- und Gesundheitsangebote bilden.

Strategisches Ziel ist es, bestehende Gäste nach einem Reha- oder Vorsorgeaufenthalt für Niederösterreich zu begeistern und sie als neue Zielgruppen für einen gesundheitsorientierten Urlaub zu gewinnen. Im Sinne eines ganzheitlichen Ansatzes – auch im Kontext von Longevity – werden Angebote entwickelt, die nicht nur der Behandlung, sondern auch der nachhaltigen Erhaltung von Gesundheit und Lebensqualität dienen. Durch die kontinuierliche Weiterentwicklung dieser ganzheitlichen Gesundheitsangebote und eine klare Positionierung soll Niederösterreich als attraktive Gesundheitsdestination weiter gestärkt werden.

(siehe auch Seite 63 – Geschäftsfeld Gesundheitstourismus)

Foto: Niederösterreich Werbung/Patrick Wasshuber



Innovationsmanagement

Die langfristige Attraktivität des Tourismusstandorts Niederösterreich erfordert die kontinuierliche Weiterentwicklung von Produkten und Leitthemen. Zentrale Ziele sind die nachhaltige Verankerung einer Innovationskultur und eines unternehmerischen Umfelds, das Innovationen ermöglicht und fördert. Die Niederösterreich Werbung unterstützt Tourismusdestinationen, Gemeinden und Betriebe bei Innovationsprozessen, insbesondere in den Bereichen Nachhaltigkeit, touristische Mobilität, Produktentwicklung und thematische Profilierung. Ein Schwerpunkt ist der systematische Wissensaustausch innerhalb des touristischen Netzwerks, ergänzend gibt es Online-Schulungsangebote zur Kompetenzentwicklung und Vermittlung aktueller fachlicher und strategischer Inhalte – insbesondere zu nachhaltiger Entwicklung und Mobilitätslösungen.



Foto: Wiener Alpen Tourismus/Martin Fülöp

Nachhaltigkeit und regenerativer Tourismus

Nachhaltigkeit ist in Niederösterreich ein zentrales Querschnittsthema in allen Bereichen der Tourismusentwicklung und -vermarktung. Die Niederösterreich Werbung setzt auf einen ganzheitlichen Ansatz, der ökologische, ökonomische und soziale Aspekte berücksichtigt und regionale Wertschöpfung langfristig sichert.

Der mit Stakeholderinnen und Stakeholdern und Tourismusdestinationen entwickelte Leitfaden „Regenerativer Tourismus in Niederösterreich“ dient zur zentralen Orientierung, begleitend fanden Schulungen im Tourismusnetzwerk statt.

Das 3. Symposium Nachhaltigkeit am 09.10.2025 mit über 100 Teilnehmenden und Schwerpunkt auf Nachhaltigkeitszertifizierungen und Kommunikation, am Gast orientiert, stieß auf hohe Resonanz. Die Zahl der zertifizierten Beherbergungsbetriebe soll erhöht und Regionen sollen bei der Zertifizierung mit dem Österreichischen Umweltzeichen begleitet werden.

Touristische Mobilität in Niederösterreich

Im Rahmen des ecoplus-Aktionsprogrammes „Nachhaltige Tourismusmobilität“ wurden Konzepte für regionale Mobilitätslösungen erarbeitet. Die Niederösterreich Werbung begleitete die Destinationen fachlich, im Fokus standen die sogenannte „letzte Meile“ (öffentliche Erreichbarkeit in Tourismusregionen bis zum Ziel) sowie die Integration des öffentlichen Alltagsverkehrs.

Zum regelmäßigen Austausch trug das Netzwerk „Touristische Mobilität in Niederösterreich“ bei. Der Tourismus-Mobilitätstag Niederösterreich am 09.09.2025 für Destinationen, Institutionen und Partnerbetriebe diente als Plattform für Wissenstransfer, fachliche Diskussionen, Präsentation von Best-Practice-Beispielen und zur gemeinsamen Weiterentwicklung von Lösungsansätzen. Dabei veröffentlicht wurde der touristische Leitfaden „Sanfte Mobilität in Niederösterreich“.

Foto: Niederösterreich Werbung/Ian Ehm



Unternehmenskommunikation

Ziel der Unternehmenskommunikation ist es, Auftrag, Leistungen und Mehrwert der Niederösterreich Werbung transparent zu vermitteln sowie Beziehungen zu internen und externen Anspruchsgruppen zu pflegen. Damit trägt der Bereich kontinuierlich zur Imagepflege des Unternehmens, zur Legitimation gegenüber der Branche und Öffentlichkeit und zur Information von relevanten Zielgruppen und Multiplikatoren bei. Zudem stärkt er in Kooperation mit den Destinationen und nahestehenden Organisationen die Wahrnehmung der touristischen Angebote im Land sowie die Positionierung Niederösterreichs als attraktive und hochqualitative Tourismusdestination. Berichterstattung soll Reichweite erzielen, Interesse für Niederösterreich als Reisedestination wecken und konkrete Reiseanlässe bei potenziellen Gästen schaffen. Journalistinnen und Journalisten aus Print, TV, Hörfunk und Online werden gezielt als zentrale Multiplikatorinnen und Multiplikatoren angesprochen. Leistungen umfassen Pressemeldungen, Pressekonferenzen, Veranstaltungen, Interviews, Pressereisen, Unterstützung bei Recherchen und Bearbeitung individueller Medienanfragen. Kommuniziert wird über Tages-, Wochen- und Monatsmedien, B2B- und Reisemagazine, Onlinemedien und Social Media mit Schwerpunkt auf Facebook und LinkedIn. In der B2B-Kommunikation werden Partnerbetriebe und Tourismusplayer zusätzlich über Newsletter und die Website tourismus.nieder-oesterreich.at informiert.

Marketing- und Brandmanagement

Content Media House

Das Content Media House (CMH) ist seit vielen Jahren die zentrale Plattform für die Zusammenarbeit zwischen Niederösterreich Werbung und Tourismusdestinationen. 2025 stand die gemeinsame Content- und Kampagnenplanung erneut im Zeichen einer konsequenten Ausrichtung auf die postmaterielle Zielgruppe sowie einer stärkeren Orientierung entlang relevanter Touchpoints der Customer Journey. Gleichzeitig wurde deutlich: Die Anforderungen im digitalen Marketing verändern sich rasant – insbesondere durch KI-gestützte Informationssuche und die zunehmende Bedeutung von Relevanz und Glaubwürdigkeit.

Erfolgsfaktoren und thematische Schwerpunkte

2025 bewährten sich vor allem transparente Zusammenarbeit, Wissensaustausch und hohe Anpassungsfähigkeit in der Themen- und Kanalsteuerung. Aus Content- und Kampagnenanalysen ergaben sich klare Schwerpunkte: Natur und Bewegung performten besonders stark, Kulinarik und Wein überzeugten mit hoher organischer Relevanz, während Kunst und Kultur stabil Reichweite über Sehenswürdigkeiten generierten. Optimierungspotenzial zeigte sich bei Entdeckungsformaten, die zwar über Paid Content gut funktionierten, organisch jedoch weniger Wirkung erzielten.

Finanzierungsmodalitäten

Die Finanzierung des CMH erfolgte 2025 weiterhin über gebündelte Beiträge der beteiligten Tourismusdestinationen sowie umfangreiche budgetäre und personelle Leistungen der Niederösterreich Werbung; Fördermittel kamen nicht zum Einsatz. Zentrale Maßnahmen konnten gemeinsam umgesetzt und Synergien im Netzwerk verstärkt genutzt werden.

Selected Stays

Seit 2024 gibt es das Qualitätslabel „Selected Stays“. Damit setzt die Niederösterreich Werbung einen strategischen Schwerpunkt zur Profilierung und Positionierung Niederösterreichs als Qualitätsdestination und zur Stärkung innovativer Beherbergungsbetriebe in Niederösterreich. Zum Start waren 56 Betriebe Teil der Initiative, im Jahr 2025 wurde das Programm konsequent weiterentwickelt. Neue Häuser wurden akquiriert und geprüft, die Vorarbeiten für einen Podcast sind angelaufen. Dieser wird – ebenso wie intensive Kommunikations- und Werbemaßnahmen – im Jahr 2026 anlaufen (siehe Seite 80).

NEU: Kundenmagazin „Sechs Viertel“

Nachdem eine Zielgruppenanalyse den Bedarf an hochwertigem, gedrucktem Inspirations-Content aufgezeigt hatte, wurde 2025 ein neuer Print-Impuls gesetzt: Das Magazin „Sechs Viertel“ erscheint seither halbjährlich und lädt zu einer Entdeckungsreise durch Niederösterreich mit überraschenden Geschichten und persönlichen Empfehlungen ein. Inhalt und Tonalität werden von profilierten Journalisten geprägt. Der Start verlief mit 4.500 Abonnentinnen und Abonnenten (Stand: Dezember 2025) äußerst erfolgreich und bestätigte den strategischen Mehrwert des Formats. Das positive Leserfeedback unterstreicht die hohe Relevanz und Wirkung des Magazins.

Digitalisierung und Systeme

Nach wie vor befindet sich die Niederösterreich Werbung in einem umfassenden Prozess einer Content- und Digital-Strategie.

Der gesamtheitliche Fokus erstreckt sich über drei zentrale Module:

Modul I – Marke, Zielgruppen und Systeme (Lead: Niederösterreich Werbung) mit dem Kernziel, die vielen technischen Neuerungen, Herausforderungen und Möglichkeiten für den Tourismus systematisch zu nutzen, **Modul II – Kundendaten/Kundenbindung** (Lead: Niederösterreich-CARD) und

Modul III – Touristisches Angebot (Lead: Donau Niederösterreich).

Nach Ausschreibungen für Webdesign und Technik im Jahr 2024 wurde das Webdesign im ersten Quartal 2025 fertiggestellt. Parallel liefen im ersten Halbjahr Anpassungen in der POI-Datenbank, die Einrichtung des neuen TYPO3 CMS und Programmierungsarbeiten (Frontend und Backend) der Websites. Im zweiten Halbjahr wurden die Projekte inhaltlich befüllt, und Vorbereitungen für die Projekte „Kartographie“ und „KI-Chatbot“ liefen an. Im Modul II wurde das Format „CRM-Masterclass“ weitergeführt, betreffend Modul III die neue Metasuche für die Unterkunftsbuchung vorbereitet.

E-Learning- und Wissensplattform

Vor rund fünf Jahren wurde durch die Niederösterreich Werbung für das Tourismus-Netzwerk Niederösterreich, insbesondere für die Tourismusdestinationen, Top-Ausflugsziele und Wirtshauskultur Niederösterreich, eine E-Learning- und Wissensplattform für touristische Leistungsträger implementiert. Dieses für Betriebe kostenfreie Serviceangebot soll das touristische und fachliche Know-how stärken, Kompetenzen ausbauen und die Bindung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an den Betrieb erhöhen. Positive Effekte werden auch über Maßnahmen im Employer Branding und innovative Impulse im Bereich Digitalisierung verfolgt. Die Akzeptanz und Annahme dieser Initiative ist hoch – über 190 Userinnen und Usern haben sich 2025 neu registriert, somit zählt die Plattform aktuell mehr als 1.220 registrierte Nutzerinnen und Nutzer. Neben den Kursen „Digitale Barrierefreiheit“ und der Neuauflage von „Lebensmittelhygiene nach HACCP“ wurde die Kooperation mit dem Haus der Digitalisierung zum Thema „Künstliche Intelligenz im Tourismus“ mit umfangreichem Workshop-Angebot und der Wirtschaftskammer Niederösterreich als neuem Partner weiterentwickelt und umgesetzt. Rund 500 Teilnehmerinnen und Teilnehmer waren bei diesem kostenlosen Weiterbildungsangebot dabei, dieses wird 2026 fortgeführt.

Interne Medienagentur

Die Medienagentur plant und realisiert Marketingmaßnahmen strategiekonform für den Tourismusbereich. Darüber hinaus verantwortet sie die Mediaplanung für das gesamte Wirtschaftsressort, darunter auch die Bereiche SPORTLAND, Niederösterreich-CARD und Wirtschaftspartner wie ecoplus. Betreut werden Medienkooperationen auf allen Ebenen (Print, Radio, Online, TV, Out-of-Home, Social Media etc.) im In- und für den niederösterreichischen Tourismus relevanten Ausland (Deutschland, Tschechien, Ungarn und Slowakei). In Kooperation mit anderen Landestourismusorganisationen und der Österreich Werbung werden ebenfalls reichweitenstarke Medienprojekte zur Steigerung der Bekanntheit durchgeführt. Als bekanntgabepflichtiger Rechtsträger unterliegt die Niederösterreich Werbung dem Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz (MedKF-TG). Die Medienagentur übernimmt die entsprechenden Meldungen und begleitet die Partnerinnen und Partner in den Resorts bei der Umsetzung, vor allem seit der Erweiterung der Transparenzpflichten durch die Novelle 2024. Die Medienagentur gibt Empfehlungen ab, die rechtliche Verantwortung für die Meldung liegt bei den jeweiligen Unternehmen.

Marktforschung und Studien

T-MONA (Tourismus Monitor Austria) – Befragung der Urlaubsgäste in Niederösterreich
Die T-MONA-Datenerhebung liefert wichtige Einblicke in das Urlaubsverhalten der Gäste und unterstützt strategische Entscheidungen im Marketing. Sie wird in Kooperation mit den Tourismusorganisationen der neun Bundesländer und der Österreich Werbung durchgeführt und wurde 2025 neu ausgeschrieben. Die aktuelle Datenerhebung mit neuem Fragebogen läuft seit 1. November 2025. Die Teilnahme an der Umfrage wird von den Destinationen, der Niederösterreich-CARD und der Niederösterreich Werbung über diverse Kommunikations- und Informationskanäle beworben.

Ausgezeichnete Leistungen 2025

Lehrlingswettbewerb: Wirtshaus Battle – Young Talents

Um junge Talente zu fördern und den Nachwuchs für die Gastronomie zu begeistern, organisiert die Wirtshauskultur Niederösterreich jedes Jahr einen Lehrlingswettbewerb. 2025 wurde der Teilnehmerrekord vom Vorjahr erneut übertroffen. 26 Lehrlinge stellten sich der Herausforderung in den Kategorien Küche und Service, sechs wurden mit Gold ausgezeichnet. **Wettbewerb „Küche“:** Je nach Lehrjahr werden zwei Gerichte für fünf Personen zubereitet, die Hauptkomponenten sind vorgegeben, der Warenkorb muss selbst berechnet werden. **Wettbewerb „Service“:** Ein Vier-Gang-Menü wird serviert, bewertet werden außerdem präzises Arbeiten vor dem Gast, Fachwissen, zum Beispiel Weinempfehlungen, perfektes Eindecken des Tisches, Beschwerdemanagement etc.

Werbe-Amor in Gold

Die Niederösterreich Werbung wurde im November 2025 für ihre digitale Kampagne mit dem „Kurier“ Werbe-Amor in **Gold in der Kategorie „Digital“** ausgezeichnet. Eine Fachjury wählte sie ins Finale, das Publikum kürte das Sujet zum besten digitalen. Die Auszeichnung unterstreicht die erfolgreiche digitale Inszenierung des Urlaubslandes Niederösterreich und die Zusammenarbeit im Team.



Foto: Niederösterreich Werbung/Julius Hirtzberger

SPORTLAND Niederösterreich

Das Jahr 2025 war für das SPORTLAND Niederösterreich geprägt von außergewöhnlichen Events im Spitzensport, hervorragenden Erfolgen der heimischen Sportlerinnen und Sportler beziehungsweise Teams sowie von zahlreichen bemerkenswerten Projekten im Breitensportbereich und Erfolgen im Weltklassesport.

Erfolge auf nationaler und internationaler Ebene

Im Spitzensport konnten im Jahr 2025 zahlreiche blaugelbe Erfolge gefeiert werden: Die Synchronschwimmerinnen Anna-Maria und Eirini-Marina Alexandri krönten sich zu Welt- und Europameisterinnen in der Technikkür. Tennisass Lucas Miedler sicherte sich im Doppel zwei ATP-250-Titel. Im Parasport gewann Skifahrerin Veronika Aigner mit ihrem Guide Elisabeth Aigner den Slalom-, Riesentorlauf- und Super-G-Weltcup sowie den Gesamtweltcup. Im Nachwuchssport überzeugte Tischtennisass Nina Skerbinz mit „Gold“ im Einzelbewerb bei den Europäischen Olympischen Jugendspielen (EYOF). Bei den Teams jubelten die Basketballerinnen der Klosterneuburger Duchess, die Handballerinnen der Hypo NÖ sowie die Volleyballerinnen des Sokol Post über das nationale Triple aus Meisterschaft, Cup und Supercup.

Highlights im NÖ Spitzensport-Veranstaltungskalender

Niederösterreich war 2025 erneut Gastgeber zahlreicher hochkarätiger Spitzensportevents. Den Auftakt bildeten der Davis Cup im Multiversum Schwechat, der Challenge Triathlon St. Pölten sowie das Spartan Race in St. Pölten. Weitere Höhepunkte waren der Wachau Radmarathon, das Beachvolleyball-Turnier in Baden, die Ladies Open Amstetten und der ATP Challenger Tulln. Im Herbst folgten die European Senior Men’s Team Championship Golf in Atzenbrugg, der WACHAUmarathon und das internationale Springturnier im Rahmen der Pferdemesse Apropos Pferd in Wr. Neustadt. Den krönenden Abschluss des Sportjahres bildete Ende Dezember das 30-jährige Jubiläum des FIS Damen Skiweltcups am Semmering.

Bei der alljährlichen SPORTLAND Niederösterreich Team Challenge sammelten im September Partner und Sponsoren gemeinsam mit ehemaligen und aktiven niederösterreichischen Sportstars 110.700 Euro für den heimischen Sportnachwuchs.

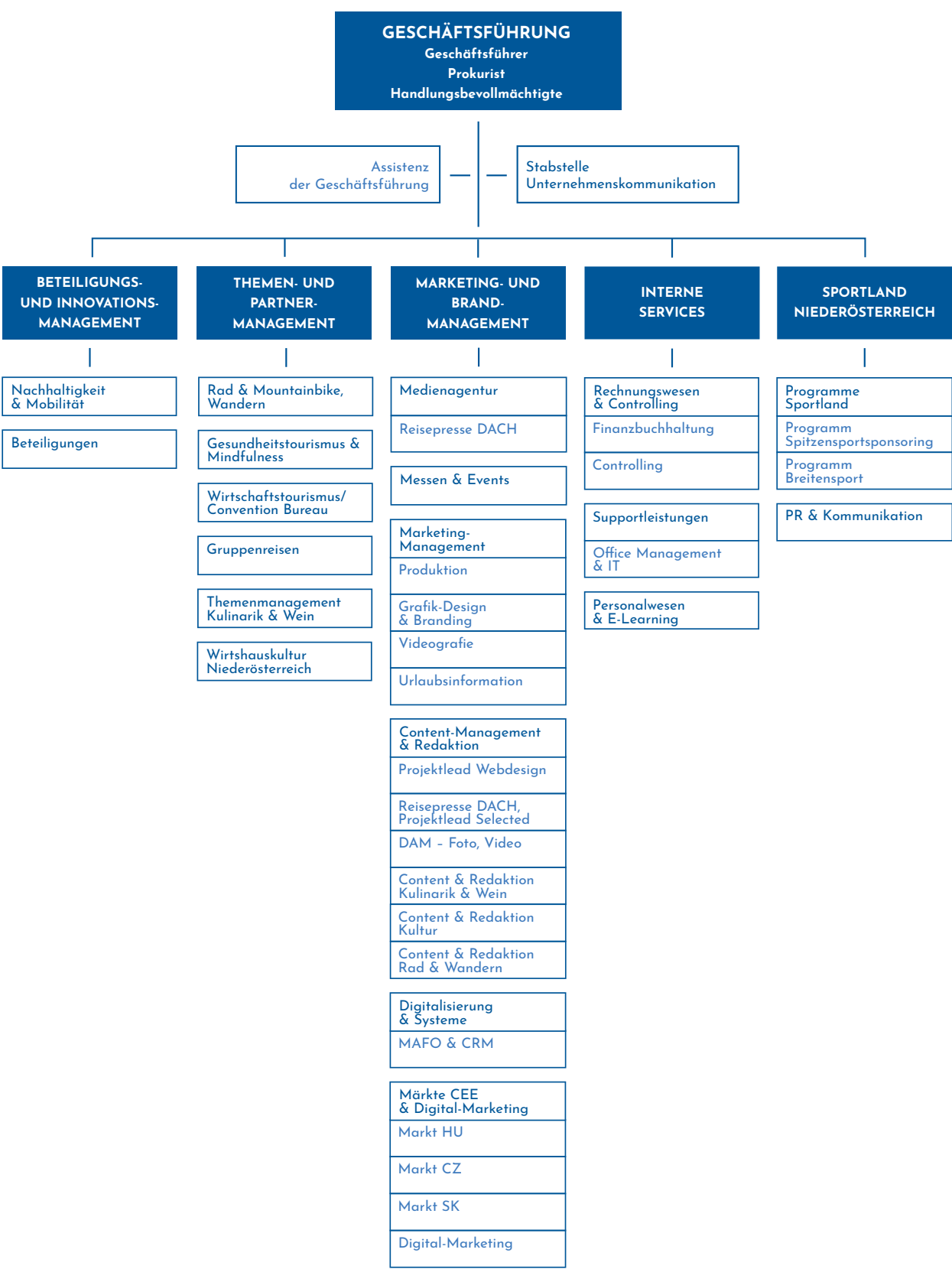
Niederösterreich in Bewegung

Zahlreiche Breitensportprojekte motivierten die Niederösterreicherinnen und Niederösterreicher zu mehr Sport und Bewegung. Besonders erfolgreich war einmal mehr die Broschüre „Die täglichen 10“ für Seniorinnen und Senioren. Bei der „spusu NÖ-Firmenchallenge“ sammelten rund 700 Unternehmen 22,5 Millionen aktive Minuten. Mit 34,5 Millionen aktiven Minuten wurde bei der „spusu NÖ-Gemeindechallenge“ ein neuer Rekord aufgestellt. Kinder und Jugendliche wurden durch bewährte Erfolgsformate wie „KidsBikeTrophy“, „Girls for Goals“, „Athletic Teens“, „SKIKIDS“, „Umwertend mit Michi“ und „NÖ Schwimm Kids“ zur Bewegung motiviert. Premiere feierte die Initiative „Nicht mit mir“, die sich an alle Niederösterreicherinnen ab 14 Jahren richtet und generationenübergreifende Kurse in Selbstverteidigung und Bewegung anbietet.

Sport und Digitalisierung

Die umfassende Digitalisierung wird im SPORTLAND Niederösterreich als Chance gesehen, um neue Möglichkeiten für den Sport und die daran Beteiligten zu eröffnen und Synergien zu nutzen. Wettbewerbe wie die „spusu NÖ-Firmenchallenge“ und „spusu NÖ-Gemeindechallenge“ werden digital unterstützt und fördern seit vielen Jahren durch die leichte Umsetzbarkeit die sportliche Bewegung in der breiten Bevölkerung. Mit den Aktivitäten in Social Media bringt SPORTLAND Niederösterreich interessierte Menschen noch näher an das Sportgeschehen in ihrem Bundesland. Webshop und Website von SPORTLAND Niederösterreich wurden erfolgreich weiterentwickelt, nun sind zum Beispiel auch Anmeldeformulare für Nachwuchsprojekte integriert, und der Verleih von Sportstationen wurde optimiert.

Organigramm der Niederösterreich-Werbung GmbH



Finanzlage 2025

Mit 31.12. 2025 standen dem Unternehmen **liquide Mittel in der Höhe von 4.544.920,03 Euro** zur Verfügung. Über die gesamte Laufzeit des Geschäftsjahres 2025 war die uneingeschränkte Liquidität des Unternehmens gewährleistet. Im Geschäftsjahr 2025 wurde ein Teil des Investitionsvolumens im Bereich Hard- und Software für Büromaschinen und EDV-Anlagen eingesetzt. **Finanzinstrumente** spielen im Unternehmen eine untergeordnete Rolle. Die **Vorräte** beliefen sich auf **52.119,09 Euro**. Die Gesamtsumme der **Forderungen** ergab am Ende des Geschäftsjahres 2025 **1.010.807,18 Euro**. Davon betrafen 394.805,52 Euro sonstige Forderungen und Vermögensgegenstände. Die der wirtschaftlichen Absicherung dienenden **Rückstellungen** betrugen für das Geschäftsjahr 2025 in Summe **1.011.615,97 Euro**. Für die sonstigen Rückstellungen werden 738.175,63 Euro ausgewiesen. Die Rückstellungen für Abfertigungen belaufen sich auf 272.949,34 Euro. Im Geschäftsjahr 2025 ergaben die gesamten **Verbindlichkeiten** eine Summe von **1.213.882,72 Euro**. Der Anteil der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen an den Gesamtverbindlichkeiten betrug 69,82 Prozent.

Ertragslage 2025

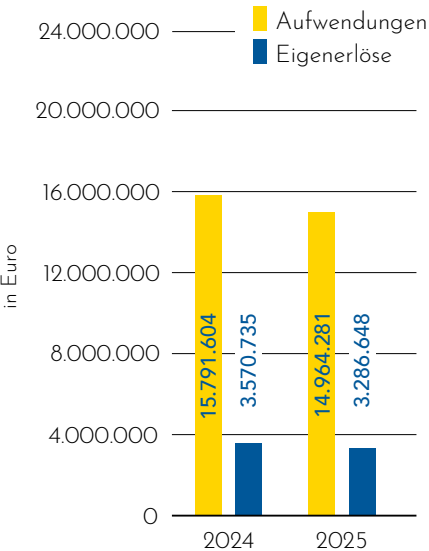
Umsatz und Produktivität betreffend wurden im Geschäftsjahr 2025 eine **gesamte Betriebsleistung** in der Höhe von **14.981.039,54 Euro** erzielt und **Erlöse aus Kooperationsaktivitäten** mit strategisch wichtigen Geschäftspartnerinnen und -partnern in den Bereichen Wirtschaft und Tourismus in der Höhe von **3.251.940,91 Euro** erreicht. Die Aufwendungen für **Produktions- und Werbeaufwand** für das Geschäftsjahr 2025 wurden insgesamt mit **6.792.422,66 Euro** abgerechnet. Dieser Finanzmitteleinsatz war Basis der Vermarktung im Rahmen der Niederösterreichischen Tourismusstrategie sowie im Bereich SPORTLAND. Versand- und Lagerkosten sowie sonstige Bezugskosten wiesen im Jahr 2025 eine Aufwandshöhe von 211.180,47 Euro auf. Für 2025 wurden **Skontoerträge** in der Höhe von 3.779,27 Euro ausgewiesen. **Zinserträge** aus Bankguthaben, weiterverrechnete Verzugs- und Diskontzinsen sowie Schadenersatz wurden mit 494,06 Euro verzeichnet. Bezogen auf das **Jahresergebnis** schloss die Niederösterreich-Werbung GmbH das Geschäftsjahr 2025 mit einem **Jahresüberschuss von 20.468,67 Euro** ab. Als **Bilanzgewinn** werden 237.184,77 Euro ausgewiesen.

2025: Bilanz,
Gewinn-und-Verlust-
Rechnung sowie
Bestätigungsvermerk
Niederösterreich Werbung

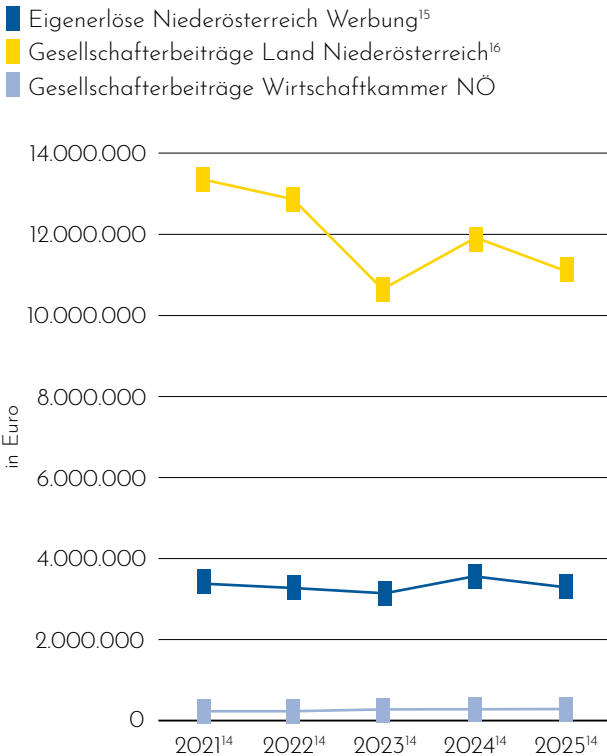
Analyse und Interpretation
zum Jahresabschluss 2025

Analyse und Interpretation beziehen sich auf die Daten der Jahresabschlüsse 2021 bis 2025 der Niederösterreich-Werbung GmbH. Die Niederösterreich-Werbung GmbH führte im Geschäftsjahr 2025 bestehende Kooperationen weiter und baute mit einer Reihe von Partnerinnen und Partnern aus Wirtschaft und Tourismus neue auf, wodurch insgesamt Eigenerlöse in der Höhe von rund 3,3 Millionen Euro erwirtschaftet wurden.

Gesamtbudget 2024-2025:
Eigenerlöse und Aufwendungen



Eigenerlöse Niederösterreich-Werbung GmbH
und Gesellschafterbeiträge 2021-2025



Eigenerlöse Niederösterreich-Werbung GmbH und Gesellschafterbeiträge
Vergleich 2021-2025 bilanzieller Herkunft, in Euro

	2021 ¹⁴	2022 ¹⁴	2023 ¹⁴	2024 ¹⁴	2025 ¹⁴
Eigenerlöse Niederösterreich-Werbung GmbH ¹⁵	3.395.148	3.261.677	3.157.579	3.570.735	3.286.648
Gesellschafterbeiträge Land Niederösterreich ¹⁶	13.376.898	12.836.528	10.641.751	11.919.038	11.104.489
Gesellschafterbeiträge Wirtschaftskammer Niederösterreich	234.410	240.872	261.434	281.879	290.221

¹⁴ Auflösung Sonstige Rückstellungen nicht berücksichtigt
¹⁵ Eigenerlöse zuzüglich Zins- und sonstige Erträge sowie Abgrenzungen
¹⁶ Inkl. Abgeltung des Abganges, der durch Wahrnehmung von zusätzlichen Aufgaben an die Niederösterreich-Werbung GmbH entstand

Die im Geschäftsjahr 2025 erwirtschafteten Eigen-
erlöse machen rund 22 Prozent am Gesamtumsatz (= Umsatzerlöse + sonstige betriebliche Erträge) aus und ermöglichen der Niederösterreich-Werbung GmbH weiterhin eine starke Konzentration der vorhandenen Finanzmittel auf einen zielgerichteten Auftritt der Marke Niederösterreich sowie eine verstärkte Be-

wirtschaftung des Programms Sportland. Die Gesell-
schafterbeiträge des Landes Niederösterreich im Jahr 2025 waren auf einem durchschnittlichen Niveau im Vergleich zu den Vorjahren.
Die Gesellschafterbeiträge 2025 der Wirtschaftskammer Niederösterreich beinhalten die Basisfinanzierung.

Aufwandsvergleich 2024-2025 laut Jahresabschluss (Aufwandsarten), in Euro

Aufwandsarten	2024	2025
Versand- und Lageraufwand	104.912	211.180
Produktion	274.509	291.030
Werbung	7.448.659	6.792.423
Verkaufsförderung	214.656	152.754
Öffentlichkeitsarbeit	1.818.985	1.594.872
Personalaufwand	3.928.101	4.076.807
Beratungsaufwand	225.207	122.363
Sonstige Aufwendungen	1.776.575	1.722.852
Gesamtaufwand	15.791.604	14.964.281

- Der Gesamtaufwand 2025 für Tourismus und Sport ist im Vergleich zum Vorjahr um 5,24 Prozent gesunken.
- Der kumulierte Aufwandsanteil für Versand- und Lageraufwand, Produktion, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit von rund 59,40 Prozent des Gesamtaufwandes weist diese Positionen als Kernaufgaben der Niederösterreich-Werbung GmbH aus.
- Der Personalkostenanteil entspricht gemessen am Gesamtaufwand 27,24 Prozent. Die Personalkosten sind inklusive aller gesetzlichen und freiwilligen Sozialaufwendungen, Aufwendungen für Mitarbeiterfortbildung sowie aller im Zusammenhang mit dem Personal erforderlichen Zuweisungen zu Rückstellungen zu verstehen.
- Der Personalstand der Niederösterreich-Werbung GmbH betrug aufgrund der Berechnung nach dem gerundeten Vollzeitäquivalent 45 (exakt: 45,09) Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (2024: 43; 42,56) plus zwei Mitarbeiterinnen des Landes Niederösterreich – die Veränderung ist vor allem Wiedereintritten nach Elternkarenz zuzurechnen. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die durch zusätzliche Projekte und Programme refinanziert werden, sind hier enthalten.
- Der Beratungsaufwand 2025 ist mit 122.362,65 Euro ausgewiesen und fast um die Hälfte gesunken.
- Sonstige Aufwendungen inklusive Miet- und Leasingaufwand, Abschreibungen für EDV-Anlagen und Sachanlagen im Rahmen der angemieteten Büroräumlichkeiten wiesen im Verhältnis zum Gesamtaufwand einen Anteil von 11,51 Prozent auf.

Ausblick 2026

Tourismusstrategie Niederösterreich 2030

Auf Grundlage der Wirtschaftsstrategie Niederösterreich 2030 wird im Jahr 2026 die Tourismusstrategie Niederösterreich 2030 erarbeitet. Die Niederösterreich Werbung bringt ihre fachliche Expertise aktiv und in zentraler Rolle ein.
Ziel wird sein, strategische Inhalte zu schärfen, Prozesse zu optimieren und eine klare Rollen- und Aufgabenverteilung der beteiligten Institutionen im niederösterreichischen Tourismussystem zu definieren. Gleichzeitig wird der Transformationsprozess in Richtung Qualität, Nachhaltigkeit und Digitalisierung konsequent weitergeführt und vertieft, um die Wettbewerbsfähigkeit des Tourismusstandortes Niederösterreich langfristig zu sichern.

Digitalstrategie Tourismus Niederösterreich

Im Februar 2026 erfolgt der Relaunch der Websites der Niederösterreich Werbung und der sechs Tourismusdestinationen. In der Folge werden auch alle weiteren Projektpartner (in Summe über 80 Webprojekte) in das neue System eingebunden und einem Webrelaunch unterzogen, die Projektkoordination liegt bei der Niederösterreich Werbung. Interne Strukturen, Aufgaben- und Ressourcenverteilungen werden laufend analysiert und allenfalls angepasst. Die digitale Kompetenz der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wird durch Bildung und Weiterbildung gefördert. Zentrale Bereiche sind Kreativität, Datenverwaltung oder persönliche Beratung, zum Beispiel im Projekt „Betriebs-Coaching“. Künstliche Intelligenz (KI) wird immer mehr zum Thema, Routineaufgaben wie Textierungen, Übersetzungen und Ähnliches können ausgelagert werden – dafür wurde das Projekt „NÖ GPT“ gestartet. Darüber hinaus wird die KI-Workshop-Reihe mit dem Haus der Digitalisierung und ecoplus 2026 fortgeführt.

Niederösterreich-CARD

Im Jahr 2026 wird weiter intensiv an der T-CRM-Systemlandschaft der CARD gearbeitet und das Datenmanagement weiter modernisiert. Ein neues CRM-/CARD-System wird eingeführt und es erfolgt das Rollout für verschiedene Anwendungen auch im Tourismusnetzwerk. Ab 2026/2027 wird der Fokus auf das Projekt „Digitale Gästemeldung“ gelegt. Ein zentrales Thema ist auch die Mobilität. Die Anreise wird in die Vorteilswelt der CARD integriert und eine Echtzeitschnittstelle zur VAO (Verkehrsauskunft Österreich) eingeführt, um den Gästen eine öffentliche Anreise noch einfacher und bequemer zu machen. Neu installiert wird auch „CARDi“, der digitale Ausflugsassistent mit KI-basiertem Chatbot, individueller Anpassung an die Bedürfnisse der CARD-Inhaberinnen und -Inhaber und Maßnahmen zu Besucherlenkung und Kapazitätsmanagement. Nach erfolgreicher Implementierung soll das Tool um Servicethemen erweitert werden.

Umsetzung Markenprozess Wirtshauskultur Niederösterreich

Der Markenprozess schlägt sich auch 2026 in der Kommunikation des Vereins mit Fokus auf die sechs Leitprinzipien nieder. Kurz nach dem Relaunch von niederösterreich.at wird auch die neue Website wirtshauskultur.at online gehen.

Neues Eventformat: yap&dine
Mit dem neuen Format soll die Wirtshaustradition in ein neues Licht gerückt und vor allem der jungen Generation der 18- bis 25-Jährigen schmackhaft gemacht werden.

Entdeckungsreisen

Die bestehenden Entdeckertouren werden zu verdichteten Entdeckungsreisen weiterentwickelt. Pro Destination entstehen neue, thematisch klar positionierte Reisen, in denen Kultur, Natur, Kulinarik und Bewegung zu fein kuratierten Empfehlungen verschmelzen. Die bewusst reduzierten Formate mit mindestens einem Leitprodukt werden gezielt beworben, um Reichweite und Werbewirkung zu erhöhen.

Niederösterreichische Landesausstellung

Die Niederösterreich Werbung unterstützt die Landesausstellung in Amstetten-Mauer durch umfangreiche Kommunikationsmaßnahmen, um Besucherinnen und Besucher für die Region zu gewinnen.

Radland im Herzen Europas

Ab der Radsaison 2026 haben auch Servicebetriebe die Möglichkeit, Radpartner Niederösterreich zu werden, und Partnerbetriebe werden im Katalog und auf der Website der Niederösterreich-CARD gesondert gekennzeichnet. Auch ein neues Printprodukt ist in Arbeit. Für Ende März ist im Bereich MTB ein Stakeholder-Workshop mit der Bundeskoordinationsstelle geplant.

Wandern und Naturerlebnis

Ein neues Printprodukt ist für den Themenbereich Wandern geplant, nächtigungsrelevante Produkte stehen weiter im Vordergrund.

Qualitätspartnerprogramm „Selected Stays“

Im Jahr 2026 wird die Qualitätsinitiative weiter vorangetrieben, die Zahl der Mitgliedsbetriebe erhöht und intensive Kommunikations- beziehungsweise Werbemaßnahmen sollen gesetzt werden. Im Frühling 2026 wird ein Podcastformat veröffentlicht und ausgewählte Betriebe werden porträtiert. Als Host fungiert eine Influencerin und Podcasterin.

Nachhaltigkeit und sanfte touristische Mobilität

Nachhaltigkeit bleibt ein zentrales Leitprinzip mit dem Ziel, Niederösterreichs Vorreiterrolle im regenerativen Tourismus auszubauen. Entsprechende Maßnahmen werden etwa bei Gastgebercoachings sowie durch gezielte Begleitung von Betrieben und Regionen in Zertifizierungsprozessen umgesetzt.

Weiters wird die Zusammenarbeit mit Partnerinstitutionen (insbesondere NÖVOG und Wirtschaftskammer) intensiviert. Projekte aus dem ecoplus-Aktionsprogramm „Nachhaltige Tourismusmobilität“ sollen die Wettbewerbsfähigkeit Niederösterreichs auch künftig gewährleisten.

Gemeinsam mit ecoplus wird erneut der Tourismus-Mobilitätstag Niederösterreich veranstaltet, der dem Wissenstransfer, fachlichen Austausch und der Weiterentwicklung gemeinsamer Lösungsansätze dient. Neben dem bestehenden Netzwerk „Touristische Mobilität in Niederösterreich“ werden erstmals auch ausgewählte Partnerbetriebe eingebunden.

Convention Bureau Niederösterreich

Im Herbst 2026 feiert das Convention Bureau Niederösterreich sein 20-jähriges Bestehen im Rahmen eines Kundenevents in der Burg Perchtoldsdorf.

Neues Budget- und Kampagnen- planungstool: Marmind

2025 wurde das neue Budget- und Kampagnenplanungstool Marmind eingeführt. Das erste Jahr diente als Test- und Aufbauphase, in der systematische Strukturen erarbeitet und die Vorgaben für das Reporting ab 2026 festgelegt werden. Die initiale Phase ist erfolgreich abgeschlossen und schafft die Grundlage für ein einheitliches, datenbasiertes Reporting sowie eine effizientere Steuerung der Marketing- und Kampagnenaktivitäten.

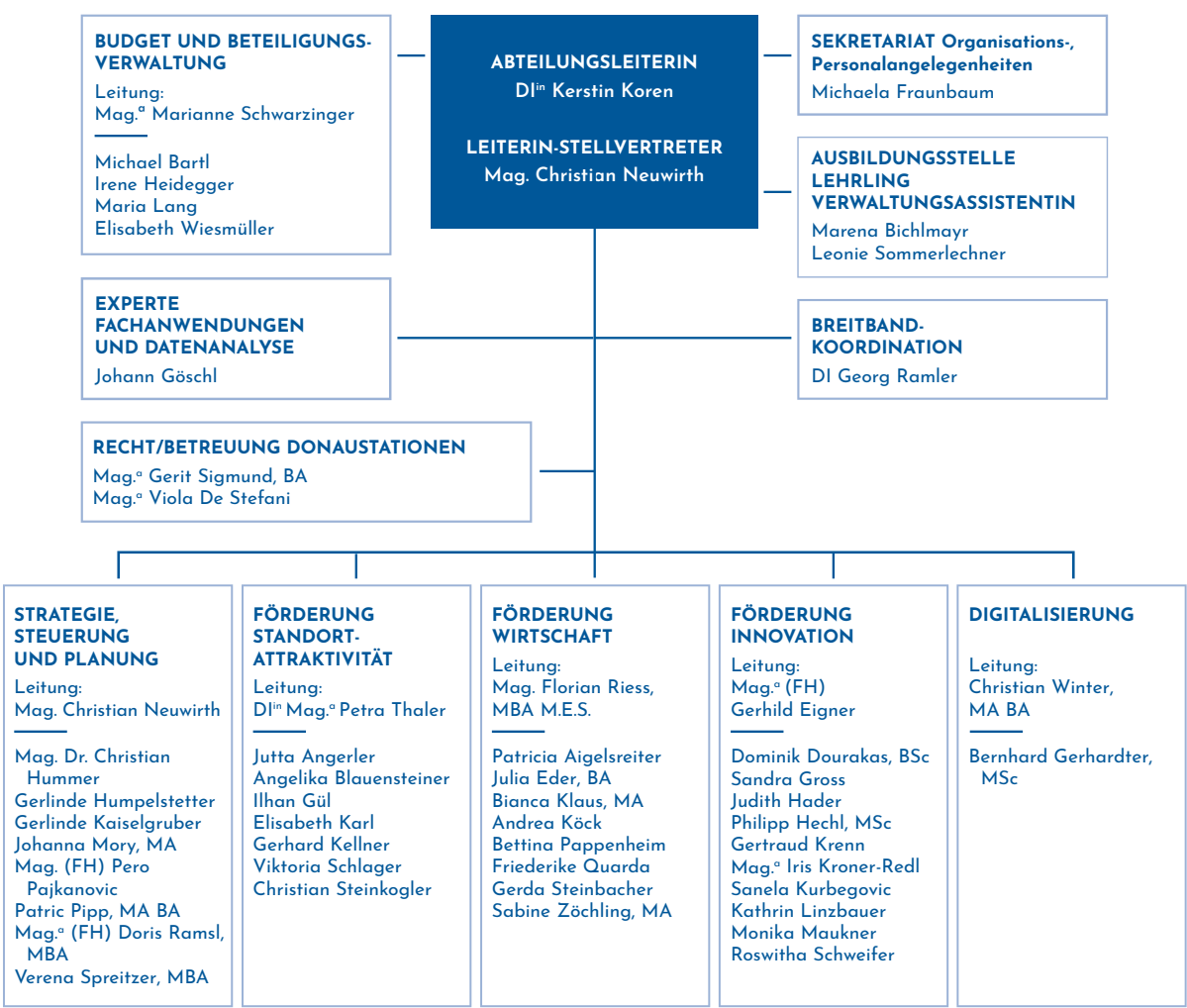
Foto: Adobe Stock/hippapat



ANHANG

Organisation des NÖ Wirtschaftsressorts

Abteilung Wirtschaft, Tourismus und Technologie



Die Abteilung Wirtschaft, Tourismus und Technologie beim Amt der NÖ Landesregierung steuert und unterstützt die Entwicklung und Vermarktung der niederösterreichischen Wirtschaft im Sinne der Wirtschafts-, Tourismus- und Technologiepolitik des Landes. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Abteilung Wirtschaft, Tourismus und Technologie nehmen

- die Aufgaben der strategischen Planung und Steuerung des wirtschaftspolitischen Ressorts des Landes sowie

- der zum Ressort gehörenden Organisationen,
- die Umsetzung von Strategien, Programmen und Konzepten,
- die EU-Finanzkontrolle (First-Level-Control),
- den Vollzug des niederösterreichischen Tourismusgesetzes sowie
- die Prüfung und Abwicklung der Wirtschaftsförderungen

wahr.

Kuratorium des NÖ Wirtschafts- und Tourismusfonds

Beim Amt der Niederösterreichischen Landesregierung wurde ein Kuratorium für den Fonds eingerichtet. Dessen wesentliche Aufgabe ist die Beratung bei den Richtlinien der über den Fonds abgewickelten Förderungsaktionen, bei der Aufnahme von Fremdmitteln durch den Fonds sowie beim Voranschlag und

Rechnungsabschluss und beim Bericht an den Landtag. Das Kuratorium des NÖ Wirtschafts- und Tourismusfonds setzte sich im Jahr 2025 aus folgenden Abgeordneten und Delegierten der Interessenvertretungen zusammen:

Mitglieder

Landtagsklub Volkspartei Niederösterreich

LABg. Bgm. Christoph Kaufmann, MAS
LABg. Mag.^a Marlene Zeidler-Beck, MBA
LABg. Bgm. Christoph Kainz
LABg. Franz Linsbauer
LABg. Silke Dammerer

SPÖ Klub Niederösterreich

LABg. Mag. Dr. Rainer Spenger
LABg. Kathrin Schindele
Komm.-Rat Christian Klug

Freiheitlicher Klub im NÖ Landtag

Reinhard Langthaler
KO-Stv. LABg. Edith Mühlberghuber
LABg. Philipp Gerstenmayer

Der Grüne Klub im NÖ Landtag

LABg. Mag. Georg Ecker, MA

Wirtschaftskammer Niederösterreich

Mag.^a Manuela Krendl

Arbeiterkammer Niederösterreich

Mag.^a (FH) Saveta Zovkic

Niederösterreichischer Gemeindebund

LABg. Bgm. Christian Gepp, MSc

Verband sozialdemokratischer GemeindevertreterInnen in Niederösterreich

Bgm.ⁱⁿ Manuela Zebenholzer

Vorsitzender:

Vorsitzender-Stellvertreter:

Ersatzmitglieder

LABg. Hermann Hauer
KO LABg. Mag. Kurt Hackl
LABg. Florian Krumböck, BA
Bgm. René Lobner
LABg. Bgm. Otto Auer

BR Christian Fischer
LABg. Bgm.ⁱⁿ Mag.^a Kerstin Suchan-Mayr
Komm.-Rat Manfred Rieger

LABg. Martin Antauer
LABg. Peter Gerstner
LABg. Mag.^a Anja Scherzer

LABg. Dominic Hörlezeder

Mag.^a (FH) Andrea Bernhard, MBA

Ing. Mag. Helmut Blach, MBA

Bgm.ⁱⁿ Anette Töpfl

Mag.^a Sabine Blecha

LABg. Bgm. Christoph Kaufmann, MAS
LABg. Bgm. Christoph Kainz
Reinhard Langthaler

Förderungen und Aktionen

Wirtschaftsberichte der Vorjahre

Nähere Informationen zu ausgelaufenen Aktionen finden Sie in den Wirtschaftsberichten der Vorjahre:

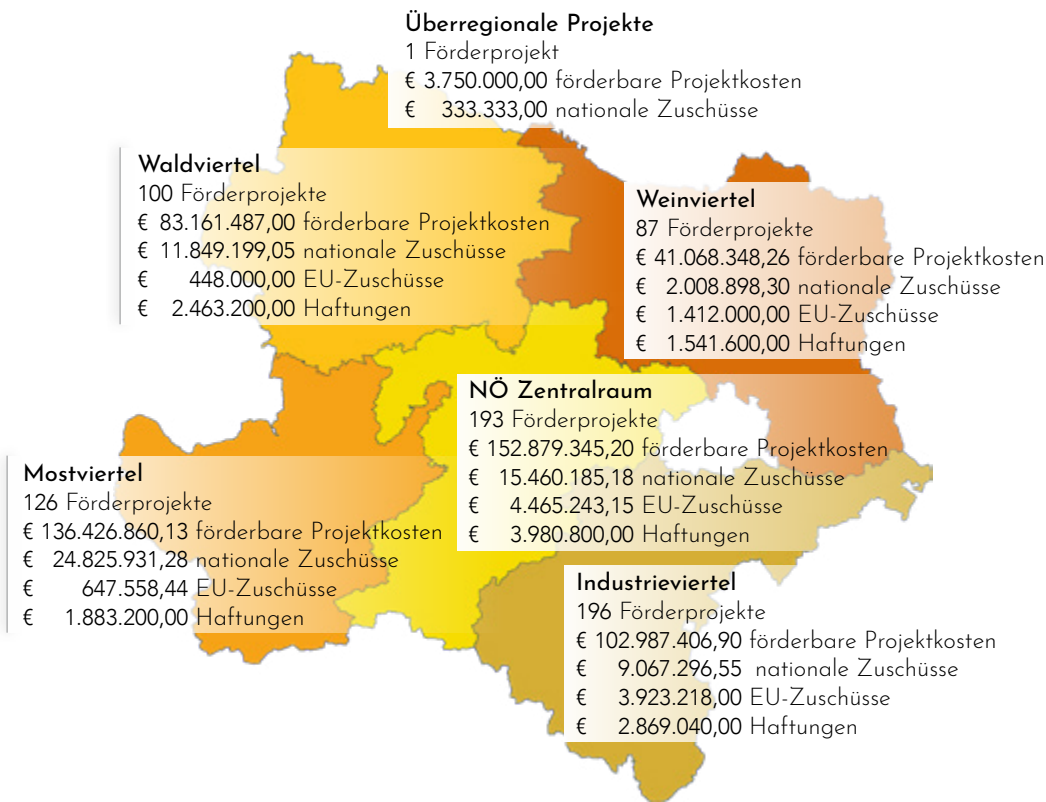
Wirtschaftsberichte
der Vorjahre
Land Niederösterreich



Förderjahr 2025 - Zusammenfassung

Insgesamt verzeichnete der NÖ Wirtschafts- und Tourismusfonds im Förderjahr 2025 einen Rückgang um 14 Prozent bei den Bewilligungen. Die förderbaren Projektkosten (+1,3 Prozent) sind ebenso wie die Haftungsnominale (+17,5 Prozent) gestiegen. Gesunken sind die nationalen Zuschüsse (-12,2 Prozent) sowie nach einem hohen Wert 2024 auch die Zuschüsse im Rahmen der EU-Kofinanzierung (-75,3 Prozent). Durch die Förderungen des NÖ Wirtschafts- und Tourismusfonds konnten 2025 über 450 neue Arbeitsplätze geschaffen und über 5.200 Arbeitsplätze gesichert werden.

Betriebliche Förderungen nach Regionen - Auswertung 2025



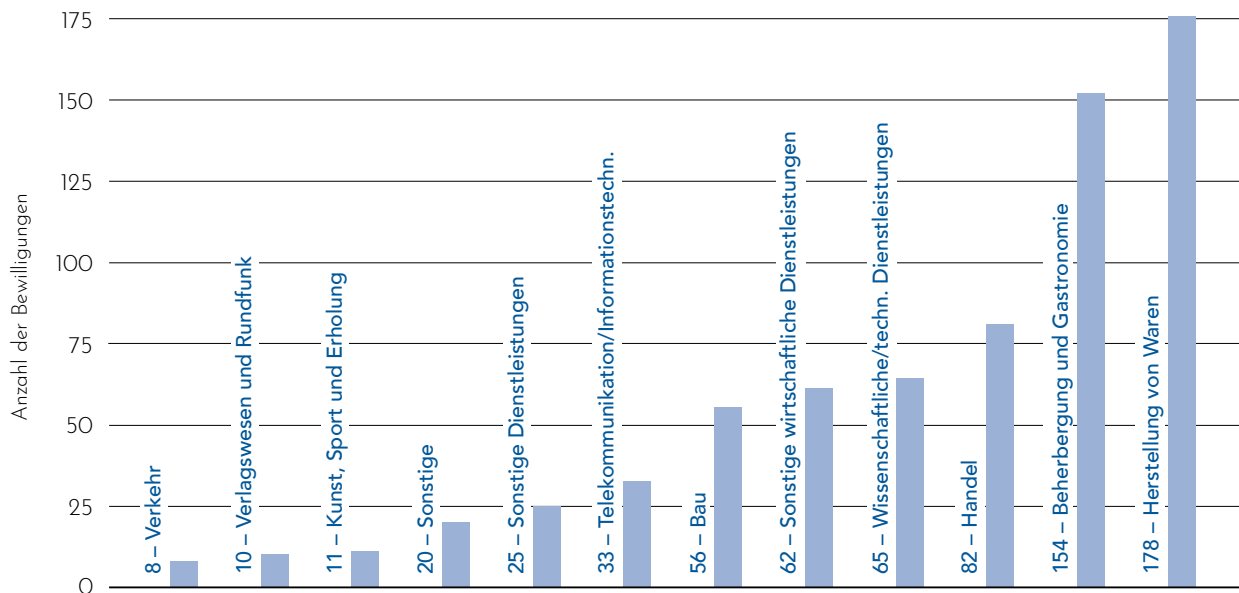
Betriebliche Förderungen nach Bezirken - Auswertung 2025

Bezirke	Bewilligungen	förderbare Projektkosten	bewilligte Zuschüsse nat.	bewilligte Zuschüsse EU	bewilligte Haftung
Amstetten	55	56.178.484,88	8.414.080,75	154.042,41	1.232.000,00
Baden	48	23.559.683,64	1.153.905,59	1.600.000,00	807.200,00
Bruck an der Leitha	39	17.130.794,18	747.565,78	2.323.218,00	858.880,00
Gänserndorf	23	6.527.701,68	519.262,10	0,00	456.000,00
Gmünd	27	29.647.217,40	3.167.408,25	0,00	631.200,00
Hollabrunn	9	1.897.725,00	202.625,00	0,00	0,00
Horn	11	2.164.817,50	182.457,75	0,00	440.000,00
Korneuburg	32	30.291.438,38	989.312,10	1.412.000,00	806.400,00
Krems-Land	28	49.258.055,10	7.516.911,05	0,00	1.804.000,00
Krems-Stadt	29	8.321.881,14	1.294.731,80	4.465.243,15	113.600,00
Lilienfeld	18	8.941.838,10	1.805.798,05	0,00	200.000,00
Melk	54	66.397.966,60	11.437.966,30	0,00	517.600,00
Mistelbach	23	2.351.483,20	297.699,10	0,00	279.200,00
Mödling	40	3.923.988,00	688.806,00	0,00	354.560,00
Neunkirchen	26	26.487.019,20	4.866.413,10	0,00	44.800,00
Scheibbs	22	28.152.512,85	5.424.613,33	493.516,03	533.600,00
St. Pölten-Land	51	55.331.786,47	6.537.928,20	0,00	1.200.000,00
St. Pölten-Stadt	33	16.621.508,58	1.411.156,19	0,00	348.000,00
Tulln	33	31.592.119,91	3.316.868,94	0,00	519.200,00
Waidhofen an der Thaya	17	10.477.826,00	512.089,00	448.000,00	560.000,00
Waidhofen an der Ybbs	12	408.111,80	161.105,90	0,00	0,00
Wr. Neustadt-Land	27	18.425.408,38	687.399,35	0,00	287.600,00
Wr. Neustadt-Stadt	16	13.460.513,50	923.206,73	0,00	516.000,00
Zwettl	29	8.973.566,00	952.200,00	0,00	228.000,00
überregional/außerh. von NÖ	1	3.750.000,00	333.333,00	0,00	0,00
Gesamtergebnis	703	520.273.447,49	63.544.843,36	10.896.019,59	12.737.840,00

Betriebliche Förderungen nach Betriebsart - Auswertung 2025

Bezirke	Bewilligungen	förderbare Projektkosten	bewilligte Zuschüsse nat.	bewilligte Zuschüsse EU	bewilligte Haftung
Großbetrieb	94	273.004.966,65	50.054.310,58	8.715.177,18	0,00
Mittelbetrieb	90	96.968.376,77	3.813.270,59	1.860.000,00	2.888.000,00
Kleinbetrieb	188	108.724.727,15	5.056.239,78	320.842,41	7.064.000,00
Kleinstbetrieb	331	41.575.376,92	4.621.022,41	0,00	2.785.840,00
Gesamtergebnis	703	520.273.447,49	63.544.843,36	10.896.019,59	12.737.840,00

Förderungen nach Branchen - Auswertung 2025



Regionalförderprogramm nach Bezirken - Auswertung 2025

Bezirke	Bewilligungen	förderbare Projektkosten	bewilligte Zuschüsse nat.
Amstetten	7	2.864.439,32	722.202,08
Baden	7	486.658,36	93.864,13
Bruck an der Leitha	1	16.856,05	2.241,86
Gänserndorf	6	652.601,77	88.173,07
Gmünd	7	896.325,26	151.154,09
Hollabrunn	5	594.111,26	134.714,32
Horn	4	358.291,78	117.474,50
Korneuburg	1	60.596,35	9.210,65
Krems-Land	19	1.615.016,16	284.423,79
Lilienfeld	1	139.234,24	7.936,36
Melk	7	738.134,27	75.689,78
Mistelbach	10	1.784.291,32	207.661,50
Neunkirchen	6	636.580,24	134.297,85
Scheibbs	14	5.998.094,14	1.079.058,00
St. Pölten-Land	10	1.048.858,60	185.712,92
St. Pölten-Stadt	3	17.852.562,76	17.852.562,76
Tulln	3	1.195.359,00	1.072.231,61
Waidhofen an der Thaya	2	100.000,00	8.550,00
Waidhofen an der Ybbs	2	224.529,71	26.904,80
Wr. Neustadt-Land	12	1.352.499,10	154.934,77
Wr. Neustadt-Stadt	1	150.000,00	50.000,00
Zwettl	12	2.369.804,08	646.477,45
Gesamtergebnis	140	41.134.843,77	23.105.476,29

GLOSSAR

Das **Bruttoinlandsprodukt (BIP)** zu Marktpreisen entspricht der Summe der Produktionswerte aller inländischen Produzentinnen und Produzenten (alle Unternehmen und öffentlichen Haushalte) einer Volkswirtschaft, vermindert um den Gesamtwert der im Inland produzierten Vorleistungen und der Importe (Inlandskonzept). Das **Bruttoregionalprodukt (BRP)** beschreibt die Wirtschaftsleistung im Sinne des Bruttoinlandsprodukts, allerdings nur bezogen auf eine räumliche Untereinheit (Region), und wird folglich für ein regionales BIP verwendet. Die **Bruttowertschöpfung** (Nettoproduktionswert, Rohwertschöpfung) wird ermittelt, indem man vom Produktionswert die Vorleistungen in Abzug bringt. Sie umfasst im Unternehmenssektor Abschreibungen, indirekte Steuern minus Subventionen und die Wertschöpfung, bestehend aus Löhnen und Gehältern, Zinsen und Pachten und dem Produktionsgewinn, wobei die Summe der Bruttowertschöpfung aller Wirtschaftsbereiche in der Regel noch um unterstellte Entgelte für Bankdienstleistungen und Vorsteuern für Investitionen bereinigt wird; im öffentlichen Sektor: Abschreibungen und die Wertschöpfung, bestehend aus Löhnen und Gehältern sowie Zinsen und Pachten.

Die **Zusammenhänge** lassen sich wie folgt zusammenfassen:
Produktionswert minus Vorleistungen = Bruttowertschöpfung (unbereinigt) minus unterstellte Entgelte für Bankdienstleistungen minus Vorsteuerabzug für Investitionen = Bruttowertschöpfung (bereinigt) plus Einfuhrabgaben = Bruttoinlandsprodukt (zu Marktpreisen)

- Abkürzungen:**
B2B = Business to Business (Kommunikation oder Handel zwischen Unternehmen)
CEE = Central Eastern Europe (Countries) - Länder Zentral- und Osteuropas
CMH = Content Media House
ecoplus = ecoplus. Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH
EFRE = Europäischer Fonds für regionale Entwicklung
FFG = Forschungsförderungsgesellschaft
IBW = Investitionen in Beschäftigung und Wachstum
JTF = Just Transition Fund
KMU = Klein- und Mittelunternehmen
MOEL = Mittel- und osteuropäische Länder
MTB = Mountainbike
N.vest = N.vest Unternehmensfinanzierungen des Landes Niederösterreich GmbH
NÖBEG = NÖ Bürgschaften und Beteiligungen GmbH
NÖC = Niederösterreich-CARD
nöGIG = Niederösterreichische Glasfaserinfrastruktur GmbH
NÖW = Niederösterreich-Werbung GmbH
NÖ WTF = Niederösterreichischer Wirtschafts- und Tourismusfonds
RIZ = riz up Niederösterreichs Gründeragentur GmbH
T-MONA = Tourismus-Monitor Austria
VGR = Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung
WIK = Wissenschaftliches Institut für Infrastruktur und Kommunikation
WKNÖ = Wirtschaftskammer Niederösterreich
WST3 = Abteilung Wirtschaft, Tourismus und Technologie beim Amt der NÖ Landesregierung

Land Niederösterreich

Amt der NÖ Landesregierung
Abteilung Wirtschaft, Tourismus und Technologie
Landhausplatz 1, Haus 14, 3109 St. Pölten
Telefon +43 (0)2742/9005-16116
post.wst3@noel.gv.at
www.noel.gv.at

Niederösterreich-Werbung GmbH

3100 St. Pölten
Niederösterreich-Ring 2, Haus C
Telefon +43 (0)2742/9000-19800
office@noe.co.at
www.niederoesterreich.at