M&D Restaurant Development GmbH
Lagebericht 2025

INHALTSVERZEICHNIS

1. WIRTSCHAFTLICHES UMFELD 3

2. BRANCHENUMFELD UND TRENDS 3

3. GESCHÄFTSVERLAUF - UMSATZ- UND ERTRAGSENTWICKLUNG 5

4. KENNZAHLEN 6

5. ZWEIGSTELLEN DER GESELLSCHAFT 7

6. FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG 8

7. INVESTITIONEN 8

8. FINANZIERUNGSMAßNAHMEN 8

9. PERSONALBEREICH UND MITARBEITER 8

10. AUSBLICK 9

1. Wirtschaftliches Umfeld

Nach den deutlichen wirtschaftlichen Rückgängen der Jahre 2023 und 2024 stabilisierte sich die konjunkturelle Lage in Österreich im Jahr 2025 allmählich. Die gesamtwirtschaftliche Entwicklung blieb jedoch schwach: Das reale Bruttoinlandsprodukt (BIP) wuchs nach vorläufigen Berechnungen um rund 0,3 %, womit die Rezessionsphase formal beendet wurde. Die konjunkturelle Erholung blieb jedoch verhalten und lag weiterhin unter dem Durchschnitt des Euroraums.

Für die Gastronomiebranche bedeutete dies weiterhin ein herausforderndes wirtschaftliches Umfeld. Die Nachfrage entwickelte sich verhalten, da die privaten Haushalte trotz steigender Einkommen zurückhaltend konsumierten und keine nennenswerten Wachstumsimpulse setzten.

Der Arbeitsmarkt zeigte mit einem Anstieg der Arbeitslosenquote auf rund 5,7 % eine weitere Eintrübung, was sich ebenfalls dämpfend auf das Konsumverhalten auswirkte. Die durchschnittliche Inflationsrate lag bei rund 3,6 %. Haupttreiber waren steigende Energie- und Dienstleistungspreise sowie das Auslaufen temporärer preisdämpfender Maßnahmen.

Auf Branchenebene zeigte sich ein uneinheitliches Bild. Während sich Industrie und Bau im Jahresverlauf stabilisierten und teilweise leicht erholten, entwickelten sich Handel sowie Beherbergung und Gastronomie weiterhin schwach. Die öffentliche Verwaltung sowie das Gesundheits- und Bildungswesen wirkten erneut wachstumsstützend.

Der reale Konsum privater Haushalte beginnt sich im Jahresverlauf zu erholen, zeigt sich aber noch nicht als kräftige Wachstumsmotor (±0,5%). Der reale öffentliche Konsum wies zum Jahresende 2025 ein Plus von 3 % auf.[1]

2. Branchenumfeld und Trends

Die Gastronomie entwickelte sich im Jahr 2025 weiterhin unterdurchschnittlich. Nach den bereits deutlichen Rückgängen im Vorjahr konnte sich die Branche nur teilweise stabilisieren. Im Jahresverlauf waren die Umsätze einer schwachen Inlandsnachfrage sowie einer insgesamt verhaltenen touristischen Dynamik geprägt.

Auch unterjährig zeigte sich kein klarer Aufwärtstrend: So verzeichnete die Gastronomie in einzelnen Quartalen weiterhin Rückgänge (z. B. −0,9 % im dritten Quartal gegenüber dem Vorquartal), was die anhaltend fragile Lage in diesem Segment unterstreicht. [2]

[1] OeNB Report 2025/23
[2] Statistik Austria 14 056-249/25https://www.statistik.at/fileadmin/announcement/2025/12/20251204BIP2025Q3.pdf

Strukturell blieb die Branche von mehreren Belastungsfaktoren geprägt:

- steigende Personal- und Energiekosten,
- hohe Preisempfindlichkeit der Gäste,
- Zurückhaltung bei diskretionären Ausgaben sowie
- anhaltender Fachkräftemangel.

Die Systemgastronomie bleibt ein zentraler Wachstumstreiber, auch wenn das Wachstum zuletzt stärker preisgetrieben war. Inflation und steigende Betriebskosten führten zu höheren Verkaufspreisen, während die Nachfrage in einzelnen Segmenten leicht rückläufig war. Dennoch bleibt die Systemgastronomie aufgrund standardisierter Prozesse und effizienter Kostenstrukturen wettbewerbsfähig.

Die Branche setzt zunehmend auf digitale Lösungen wie Self-Order-Terminals, mobile Apps und Loyalty-Programme. Nachhaltigkeit ist ein weiterer Schlüsselfaktor: Mehrwegverpackungen, CO_2-Reduktionsstrategien und regionale Beschaffung gewinnen an Bedeutung. Gleichzeitig steigt die Nachfrage nach pflanzlichen Alternativen und gesünderen Optionen, was zu einer Erweiterung der Speisekarten führt. Convenience bleibt ein dominierender Trend – Take-away und Delivery sind fest etabliert und werden durch Kooperationen mit Lieferplattformen weiter ausgebaut.

Donuts haben sich in Österreich vom Nischenprodukt zum Lifestyle-Snack entwickelt. Neben klassischen Sorten sind Premium-Varianten mit kreativen Füllungen, Toppings und saisonalen Specials gefragt. Personalisierte Donuts – etwa mit individuellen Designs – erfreuen sich wachsender Beliebtheit. Parallel dazu steigt die Nachfrage nach „Better-for-you"-Produkten wie veganen oder zuckerreduzierten Varianten. Auch der Lebensmitteleinzelhandel reagiert: Supermarktketten wie Billa erweitern ihr Donut-Sortiment, was den Wettbewerb intensiviert.

Kaffee bleibt ein zentrales Konsumgut und entwickelt sich zunehmend zum Lifestyle-Produkt. 2025 standen Qualität, Individualisierung und neue Geschmackserlebnisse im Vordergrund. Zubereitungsmethoden wie Pour-Over oder Siebträger erleben ein Comeback, während innovative Kreationen wie „Dirty Matcha Latte" oder fermentierter Kaffee („Coffbucha") neue Impulse setzen. Nachhaltigkeit und Transparenz in der Lieferkette sind für Konsumenten entscheidend. Zudem hält die Digitalisierung Einzug: KI-gestützte Röstprozesse und smarte Kaffeemaschinen optimieren Qualität und Personalisierung. Coffee-Shops positionieren sich verstärkt als soziale Treffpunkte und Erlebnisräume, was die Nachfrage nach hochwertigen, kreativen Angeboten weiter antreibt.

Insgesamt ist das Branchenumfeld von hoher Dynamik geprägt. Erfolgreiche Marktteilnehmer sind jene, die Convenience, Nachhaltigkeit, Individualisierung und digitale Services miteinander verbinden und gleichzeitig ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis bieten.

3. Geschäftsverlauf - Umsatz- und Ertragsentwicklung

Die Entwicklung im Geschäftsfeld Systemgastronomie ist im Jahr 2025 weiterhin durch die laufende Filialexpansion und Stabilisierung der Rahmenbedingungen geprägt. Konkret wurde das Filialnetz um 2 weitere Filialen erweitert. Die neuen Filialen befinden sich an sehr belebten und gut frequentierten Standorten (3500 Krems - Wiener Straße 110-112, 1070 Wien - Neubaugasse 1), wo an diesen beiden Standorten mit überdurchschnittlich hohen Filialumsätzen und einem entsprechenden Umsatzzuwachs auf Gesamtunternehmensebene zu rechnen ist.

Neben der Eröffnung zusätzlicher Standorte wirkte sich auch die sukzessive Einführung von POS-Bestell-Terminals weiter positiv auf die Umsatzerlöse aus, zumal dadurch der Erlös des durchschnittlichen Tickets gegenüber einer Bestellung an der Kassa um beinahe 30% gesteigert wird. Neben der Erweiterung des Filialnetzes wurde im Jahr 2025 auch die Vertriebskanäle „Dunkin' Delivery" und „To Good To Go" – insbesondere im Hinblick auf die Reduktion von „Waste" – weiter ausgebaut.

Durch den konsequenten Roll-Out konnten die Umsatzerlöse im Jahr 2025 gegenüber dem Vorjahr um rd. 15,5% gesteigert und durch die Intensivierung der Zusammenarbeit mit „To Good To Go" der „Waste"-Anteil weiter reduziert werden. Durch diese Zusammenarbeit können mit Waren, die ansonsten vernichtet werden müssten, noch monetarisiert werden, wodurch die Ertragskraft weiter verbessert wurde.

Aufgrund der bereits erwähnten Maßnahmen und laufende Prozessoptimierung konnte die Umsatzrentabilität auf Basis des EBITDA von 4,08% im Jahr 2024 auf 6,75% im Jahr 2025 deutlich gesteigert werden. Der Break Even Point wurde für das gesamte Jahr 2025 mit einem EBIT von -0,40% leicht verfehlt, wobei dieser in der zweiten Jahreshälfte auf Monatsebene betrachtet bereits erreicht wurde. Das ist nicht zuletzt auf die neuen Investitionen im Zusammenhang mit den Neueröffnungen zurückzuführen. Mit voller Wirkung der im Laufe des Jahres 2025 eröffneten Standorte sowie auf Basis der Entwicklung auch bereits bestehender Standorte wird im Jahr 2026 ein positives Jahresergebniserwartet, dass jedoch immer noch durch hohe Abschreibungen aus den Investitionen der letzten Jahre belastet ist, wodurch jedoch auch der gesamte generierte Cash Flow ohne größere Ertragsteuerbelastungen als freier Cash Flow für Tilgungen und Investitionen zur Verfügung steht. Mit Auslaufen der hohen Abschreibungen wird bei gleichbleibendem EBITDA somit ab 2028 eine deutliche Ergebnisverbesserung erwartet.

4. Kennzahlen

Werte in EURO bzw. wie angemerkt	2025	2024	2023
Umsatzerlöse	17.492.915	15.139.967	13.666.359
Betriebsergebnis (EBIT)	-70.684	-716.469	-204.473
Betriebsergebnis vor Abschreibung (EBITDA)	1.179.963	617.269	933.344
Umsatzrentabilität in % (EBIT)	-0,40%	-4,73%	-1,50%
Umsatzrentabilität in % (EBITDA)	6,75%	4,08%	6,83%
Bilanzsumme	4.208.564	5.226.379	5.593.806
Eigenkapital	216.550	421.961	479.488
Eigenkapitalquote in %	5;15%	8,07%	8,57%
Personalstand am 31.12. (Anzahl)	261	268	255
Anzahl der Standorte am 31.12.	29	27	23

5. Zweigstellen der Gesellschaft

Firmensitz und Produktion befinden sich in der Jochen-Rindt-Straße 31, in 1230 Wien. Im Jahr 2025 wurden zwei weitere Stores, einer in 1070 Wien, einer in 3500 Krems, neu eröffnet. Die Zahl der Standorte stieg damit im Vergleich zu 2024 von 26 auf 28.

PLZ Ort	Standort
1030 Wien	EKZ Wien Mitte The Mall Landstraßer Hauptstraße 1
1070 Wien	Neubaugasse 1
1100 Wien	Am Hauptbahnhof 1
1110 Wien	EKZ Huma Eleven, Landwehrstraße 6
1140 Wien	EKZ Auhof Center, Albert-Schweitzer-Gasse 6/Top21
1150 Wien	EKZ BahnhofCity Wien West, Europaplatz 2
1200 Wien	EKZ Millennium City Handelskai 94-96
1220 Wien	EKZ Donauzentrum Wagramer Straße 81
2201 Gerasdorf	EKZ G3 Shopping Resort Gerasdorf
2334 Vösendorf	EKZ SCS
2700 Wr.Neustadt	EKZ Fischapark Zehnergürtel 12-24
3100 St.Pölten	Kremsergasse 19/1
3500 Krems	Wiener Straße 110-112
4020 Linz	Stelzhamerstraße 10
4061 Pasching	EKZ Plus City, Plus-Kauf-Straße 7
4840 Vöcklabruck	EKZ VARENA, Linzer Straße 50
4910 Ried/Innkreis	EKZ Weberzeile, Weberzeile 1
5020 Salzburg	EKZ Forum Salzburg, Südtiroler Platz 13
6020 Innsbruck	Palais Trapp Maria-Theresien-Straße 38
6020 Innsbruck	EKZ DEZ Amraser-See-Straße 56a
6850 Dornbirn	Messepark Dornbirn, Messestraße 2
7111 Parndorf	Parndorf Fashion Outlet, Industriezentrum 3
7400 Oberwart	EKZ EO Oberwart, Europastraße 1
8010 Graz	Herrengasse 13
8041 Graz	EKZ Murpark, Ostbahnstraße 3
8055 Seiersberg	Shopping City Seiersberg 7
9020 Klagenfurt	EKZ City Arkaden, Heuplatz 5
9500 Villach	EKZ Atrio, Kärntner Straße 34

6. Forschung und Entwicklung

Die Gesellschaft betreibt keine Forschung und Entwicklung.

7. Investitionen

Die größten Investitionen im Jahr 2025 entfielen auf die Eröffnung von zwei neuen Standorten, wie bereits in Punkt 5 beschrieben. Diese Expansion stärkte die Präsenz von Dunkin' in Österreich und trug maßgeblich zur Steigerung der Markenbekanntheit bei.

Darüber hinaus wurden sämtliche bestehenden Standorte mit modernen Self-Order-Terminals ausgestattet und deren Implementierung weiter ausgebaut. Diese Maßnahme dient nicht nur der Effizienzsteigerung im Bestellprozess, sondern auch der Verbesserung des Kundenerlebnisses durch kürzere Wartezeiten und eine höhere Bestellgenauigkeit.

Zusätzlich wurde in neue, hochwertige Kaffeemaschinen investiert, um die Produktqualität weiter zu steigern und den steigenden Kundenanforderungen gerecht zu werden. Parallel dazu erfolgten Investitionen in moderne Produktionsmaschinen, wodurch die Kapazitäten erhöht und die Produktionsprozesse weiter optimiert werden konnten.

Ein weiterer Schwerpunkt lag auf der Modernisierung des bestehenden Filialnetzes. So wurde beispielsweise der Standort am Hauptbahnhof im Rahmen eines „Light-Remodelling"-Projekts optisch und funktional aufgewertet und optimiert.

Zusätzlich wurden neue Donut-Sorten entwickelt und erfolgreich in das Sortiment aufgenommen. Die Einführung dieser Produkte wurde durch gezielte Marketingkampagnen begleitet, die sowohl digitale Kanäle als auch klassische Werbemaßnahmen umfassten. Ziel war es, bestehende Kunden zu begeistern und neue Zielgruppen anzusprechen sowie die Marktposition von Dunkin' Donuts weiter zu stärken.

8. Finanzierungsmaßnahmen

Der aus den beschriebenen in Investitionen resultierende Kapitalbedarf wurde überwiegend aus Eigenmitteln des laufenden Betriebs finanziert. Ergänzend dazu erfolgte eine fristenkongruente Finanzierung über entsprechende Abstattungskreditlinien.

9. Personalbereich und Mitarbeiter

Zum Stichtag 31. Dezember 2025 beschäftigte die M&D Restaurant Development GmbH insgesamt 264 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Damit liegt die Belegschaft geringfügig unter dem Vorjahreswert von 268, was vor allem auf übliche Schwankungen sowie unterschiedliche Wochenarbeitszeiten zurückzuführen ist. Die Anzahl der Lehrlinge reduzierte sich im Vergleich zu 2024 von elf auf acht.

In der Produktionsstätte sind 25 Personen beschäftigt, die für die Herstellung und Qualitätssicherung der Produkte verantwortlich sind. Die übrigen Arbeiterinnen und Arbeiter verteilen sich auf die Filialstandorte in ganz Österreich und stellen den reibungslosen Ablauf im täglichen Geschäft sicher. Das Unternehmen legt großen Wert auf ein junges und dynamisches Team, das durch Engagement und Flexibilität die Basis für den anhaltenden Erfolg bildet.

10. Ausblick

Für das Jahr 2026 erwarten die Wirtschaftsforschungsinstitute eine moderate konjunkturelle Belebung. Das WIFO prognostiziert ein reales BIP-Wachstum von rund +1,0 bis +1,2 % [3], das IHS rechnet mit einem Wachstum von etwa +0,5 %[4]. Die wirtschaftliche Erholung bleibt jedoch fragil und ist von einer Reihe externer und interner Unsicherheitsfaktoren geprägt.

Entwicklung der Wirtschaftstreiber und Einschätzung zum Arbeitsmarkt:

Investitionen:
Nach mehreren Jahren rückläufiger Entwicklung wird für 2026 eine schrittweise Stabilisierung der Investitionstätigkeit erwartet. Sinkende Zinsen und eine leicht verbesserte Nachfrage dürften insbesondere den Bau- und Ausrüstungsinvestitionen Impulse geben. Eine kräftige Ausweitung der Erweiterungsinvestitionen ist jedoch angesichts weiterhin verhaltener Kapazitätsauslastung und hoher Unsicherheit nicht zu erwarten. Das WIFO prognostiziert einen Anstieg von 1,5% der Bruttoanlageinvestitionen. [5]

Konsum:
Der private Konsum sollte laut Prognosen 2026 wachsen. Steigende Reallöhne trägen zur allmählichen Normalisierung des Konsumverhaltens. Das WIFO prognostiziert einen nominellen Anstieg der Konsumausgaben privater Haushalte von +3,4%.[6]

Einschätzung zum Arbeitsmarkt:

Am Arbeitsmarkt wird für 2026 eine Stabilisierung auf erhöhtem Niveau erwartet. Nach dem Anstieg der Arbeitslosenquote im Zuge der Konjunkturschwäche dürfte sich die Lage nur langsam verbessern. Gleichzeitig wird mit einem geringen Beschäftigungswachstum gerechnet, insbesondere im Dienstleistungs- und öffentlichen Bereich. Die Erwerbstätigkeit sollte laut WIFO um 0,7% im Jahr 2026 steigen. [7]

Fazit: Österreich dürfte 2026 den Übergang von der Phase der Stagnation zu einem

[3] WIFO Mittelfristige Prognose 2026https://www.statistik.at/fileadmin/announcement/2025/12/20251204BIP2025Q3.pdf
[4] IHS Frühlings-Prognose 2026https://www.statistik.at/fileadmin/announcement/2025/12/20251204BIP2025Q3.pdf
[5] WIFO Prognose für 2025 bis 2027https://www.statistik.at/fileadmin/announcement/2025/12/20251204BIP2025Q3.pdf
[6] Österreichs Wirtschaft sieht Licht am Ende des Tunnels. Prognose für 2025 bis 2027
[7] WIFO Prognose für 2025 bis 2027https://www.statistik.at/fileadmin/announcement/2025/12/20251204BIP2025Q3.pdf

moderaten Wachstumspfad vollziehen. Die wirtschaftliche Entwicklung bleibt jedoch von hoher geo- und handelspolitischer Unsicherheit, strukturellen Anpassungsprozessen sowie den Auswirkungen der fiskalischen Konsolidierung geprägt. Insgesamt ist von einer vorsichtigen und schrittweisen Erholung auszugehen, wobei das Wachstum unterdurchschnittlich und anfällig für externe Schocks bleibt.

Entwicklung bei Dunkin':

Für das Geschäftsjahr 2026 wird aufgrund der moderaten konjunkturellen Erholung und einer leichten Belebung des privaten Konsums von einer insgesamt stabilen bis leicht positiven Geschäftsentwicklung ausgegangen.

Wir setzen weiterhin den Fokus auf die Weiterentwicklung der Marke und der Eröffnung neuer Standorte. Durch diese Expansion sollen zusätzliche Einzugsgebiete erschlossen und die Präsenz von Dunkin' in Österreich weiter gestärkt werden

Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der Sortimentserweiterung. Neben der Einführung zusätzlicher Donut-Varianten sind neue Getränkeinnovationen geplant, die aktuelle Konsumtrends wie pflanzliche Alternativen und funktionale Zutaten aufgreifen. Diese Produkteinführungen werden durch gezielte Marketingkampagnen begleitet, um sowohl bestehende Kunden zu binden als auch neue Zielgruppen anzusprechen.

Im Bereich Nachhaltigkeit sollen die Maßnahmen zur Reduktion von Verpackungsmaterial und zur Optimierung der Lieferketten weiter intensiviert werden. Zudem wird die Effizienz in der Produktionsstätte durch zusätzliche Automatisierungsschritte und Prozessoptimierungen weiter gesteigert, um die wachsende Nachfrage zuverlässig bedienen zu können.

Trotz positiver Wachstumsperspektiven bleibt das Marktumfeld herausfordernd. Steigende Betriebskosten, anhaltender Fachkräftemangel und eine hohe Preissensibilität der Konsumenten erfordern eine konsequente Kostenkontrolle und eine klare Positionierung im Hinblick auf Preis-Leistungs-Verhältnis und Markenwert. Dunkin' sieht sich jedoch gut aufgestellt, um diese Herausforderungen zu meistern und die Marktposition in Österreich nachhaltig zu stärken.

