Lagebericht

Allgemeine Angaben

Die Tätigkeit der Realotel W Eins Hotelbetriebs GmbH & Co KG (nachfolgend „Gesellschaft“) umfasst im Wesentlichen den Betrieb eines Hotels. Die Gesellschaft betreibt das **Courtyard by Marriott Vienna Prater/Messe**, ein Full-Service-Hotel mit 251 Zimmern am Standort Trabrennstraße 4, 1020 Wien, Österreich. Die Gesellschaft ist Teil der BHG Investment B.V.-Gruppe (einschließlich ihrer Tochtergesellschaften nachfolgend „Gruppe“) mit Sitz in Amstelveen, Niederlande. Das Hotel wird unter der international etablierten Marke **Courtyard by Marriott**, die zum Portfolio von Marriott International gehört, als Full-Service-Hotel geführt.

Das Hotel wurde im Jahr 2008 eröffnet und hat sich seither als gut positionierter Betrieb am Wiener Hotelmarkt etabliert. Der Schwerpunkt der Geschäftstätigkeit liegt auf der aktiven Steuerung und laufenden Optimierung des Hotelbetriebs. Ziel der Unternehmensstrategie ist die nachhaltige Verbesserung der Ertragskraft des Hotels sowie die kontinuierliche Optimierung der Organisations- und Betriebsabläufe.

Im Geschäftsjahr 2025 lag der Schwerpunkt auf der Stabilisierung der Geschäftsentwicklung nach dem außergewöhnlich erfolgreichen Rekordjahr 2024 sowie auf der Anpassung an ein wieder normalisiertes Marktumfeld. Besonderes Augenmerk wurde auf die Sicherung der starken Marktposition im Corporate- sowie im MICE-Segment (Meetings, Incentives, Conferences und Events) gelegt, während gleichzeitig die Flexibilität im Individualreisegeschäft weiter erhöht wurde.

Die Segmente Corporate sowie Meetings & Events entwickelten sich insbesondere in den ersten Monaten des Jahres aufgrund mehrerer großer medizinischer Fachkongresse positiv. Ab der Jahresmitte war jedoch eine spürbare Abschwächung in beiden Segmenten zu verzeichnen, da internationale Unternehmen im Zuge verschärfter US-Handelspolitiken verstärkt Kostenkontrollmaßnahmen umsetzten und ihre Geschäftsreisen sowie Veranstaltungsaktivitäten reduzierten.

Ein wesentlicher Erfolgsfaktor für die Gesellschaft ist die Zufriedenheit ihrer Gäste. Die Messung erfolgt anhand der von der Hotelmarke bereitgestellten Kundenzufriedenheitskennzahlen. Durch die konsequente Ausrichtung auf hohe Servicequalität und ein positives Gästeerlebnis konnte das hohe Zufriedenheitsniveau weiter gehalten und der Wert des Vorjahres sogar übertroffen werden.

Trotz dieser positiven Entwicklungen steht die Hotelbranche auch nach der COVID-19-Pandemie weiterhin vor erheblichen Herausforderungen. Insbesondere steigende Personalkosten, höhere Beschaffungspreise sowie ein anhaltender Inflationsdruck, der über dem europäischen Durchschnitt lag, machten laufende Effizienzsteigerungsmaßnahmen in sämtlichen Unternehmensbereichen erforderlich. Darüber hinaus wirkten sich die allgemeinen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und die Inflation negativ auf die Umsatzkosten aus, insbesondere aufgrund deutlich gestiegener Preise für Verbrauchsgüter und Energie.

Die Gesellschaft betreibt keine Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten.

Gesamtwirtschaftliche und Branchenentwicklung

Die Weltwirtschaft war im Jahr 2025 von einer sich stabilisierenden, jedoch weiterhin inflationsgeprägten Entwicklung gekennzeichnet. Die anhaltenden Auswirkungen der globalen Handelsdynamik belasteten insbesondere exportorientierte Volkswirtschaften wie Österreich, wobei vor allem die Stahlindustrie sowie die Automobilzulieferindustrie betroffen waren. Obwohl der Inflationsdruck gegenüber den Höchstständen der Jahre 2022 und 2023 allmählich nachließ, wirkte er sich weiterhin auf die Betriebskosten der Hotellerie aus, insbesondere in den Bereichen Energie, Lebensmittel und Getränke sowie Personal. Der Wiener Hotelmarkt entwickelte sich nach dem außergewöhnlich starken Rekordjahr 2024, das von einer Vielzahl internationaler Großveranstaltungen geprägt war, im Jahr 2025 wieder auf ein normalisiertes Niveau. Gleichzeitig blieben die wesentlichen Leistungskennzahlen insgesamt stabil. Die durchschnittliche Auslastung erhöhte sich im

Jahresvergleich leicht von rund 70,8 % im Jahr 2024 auf etwa 71,6 % im Jahr 2025 (4-Sterne-Hotels: 72,5 %) und weist damit auf eine weiterhin stabile Nachfrage trotz eines weniger stark ausgeprägten Veranstaltungskalenders hin. Auch die Bettenauslastung entwickelte sich entsprechend und spiegelte eine konstante Nutzung der verfügbaren Kapazitäten im Wiener Hotelmarkt wider. Gleichzeitig stiegen die durchschnittlichen Zimmerraten (Average Daily Rate – ADR) moderat an, getragen von einer weiterhin disziplinierten Preisstrategie im Markt. Infolgedessen erhöhte sich auch der Umsatz pro verfügbarem Zimmer (Revenue per Available Room – RevPAR) von rund EUR 86,6 im Jahr 2024 auf etwa EUR 87,2 im Jahr 2025 (4-Sterne-Hotels: von EUR 82,4 auf EUR 85,3). Dies unterstreicht die Fähigkeit des Wiener Hotelmarktes, das Preisniveau trotz eines intensiveren Wettbewerbsumfelds aufrechtzuerhalten. Auf der Angebotsseite setzte sich die Kapazitätserweiterung fort. Die Anzahl der Hotelzimmer in Wien stieg von rund 40.885 Zimmern im Jahr 2024 auf etwa 42.426 Zimmer im Jahr 2025. Dieses Wachstum war vor allem auf Neueröffnungen im Drei- und Vier-Sterne-Segment zurückzuführen und führte zu einer weiteren Intensivierung des Wettbewerbs in diesen Kategorien. Das Vier-Sterne-Segment blieb sowohl hinsichtlich der Kapazität als auch der Nachfrage das bedeutendste Marktsegment. Die Auslastung blieb stabil, während der zunehmende Angebotsausbau den Preisdruck erhöhte. Das Drei-Sterne-Segment verzeichnete ebenfalls weiteres Wachstum und eine solide Auslastung, reagierte jedoch sensibler auf den Preiswettbewerb. Das Fünf-Sterne-Segment zeigte sich vergleichsweise stabil und profitierte von einer robusten Nachfrage im Premiumbereich sowie einer geringeren Betroffenheit durch den Kapazitätsausbau. Der Wiener Hotelmarkt profitiert weiterhin von starken Nachfrageimpulsen durch internationale Kongresse, Geschäftsreisen sowie den Freizeittourismus. Bedeutende Nachfragegeneratoren sind insbesondere die Messe Wien, das Austria Center Vienna sowie die internationale Positionierung Wiens als Kongress- und Tourismusdestination. Insgesamt war der Wiener Hotelmarkt im Jahr 2025 durch einen erhöhten Preisdruck während der Jahresmitte und eine kurzfristige Erholung gegen Jahresende geprägt. Die Marktentwicklung war insgesamt durch eine stabile Nachfrage, eine weiterhin hohe Preisstabilität – mit den stärksten RevPAR-Werten insbesondere in den Monaten April, Mai, September, November und Dezember – sowie einen zunehmenden Wettbewerbsdruck infolge des anhaltenden Kapazitätsausbaus, insbesondere im Midscale- und Upscale-Segment, gekennzeichnet.

Strategie und Geschäftsmodell

Die Gesellschaft betreibt ein Full-Service-Hotel in Wien, Österreich. Das Hotel wird im Rahmen einer Partnerschaft unter der weltweit anerkannten Marke Courtyard by Marriott aus dem Portfolio von Marriott International geführt. Die Zugehörigkeit zu einer Hotelkette ist ein wesentlicher Bestandteil des Geschäftsmodells, da sie für Qualität steht, Zugang zum globalen Treueprogramm Marriott Bonvoy bietet und gleichzeitig Marketing- und Vertriebskosten reduziert.

Der Standort des Hotels im Wiener Prater-/Messeviertel, in unmittelbarer Nähe zur Messe Wien sowie mit einer hervorragenden Anbindung an die Wiener Innenstadt und den Flughafen Wien, bildet die Grundlage der kommerziellen Strategie der Gesellschaft. Das Hotel richtet sich an eine ausgewogene Mischung aus Geschäftsreisenden, MICE-Gästen (Meetings, Incentives, Konferenzen und Ausstellungen) sowie Freizeitreisenden und profitiert von der starken veranstaltungsbedingten Nachfrage, die durch das benachbarte Messe- und Kongresszentrum entsteht.

Chancen- und Risikobericht

Das Management der Risiken, denen die Gesellschaft im Rahmen ihrer Geschäftstätigkeit ausgesetzt ist, zählt zu den zentralen Aufgaben der Unternehmensleitung.

Die Hotelbranche ist von konjunkturellen Zyklen geprägt. Eine Verschlechterung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen kann die Nachfrage nach Geschäfts- und Freizeitreisen verringern und sich negativ auf die Auslastung sowie die erzielbaren Zimmerpreise auswirken. Darüber hinaus können ein

zunehmender Wettbewerb und ein lokales Überangebot an Hotelzimmern im Einzugsgebiet des Hotels Druck auf Zimmerpreise und Gewinnmargen ausüben. Das oben beschriebene Geschäftsmodell der Gesellschaft ist darauf ausgerichtet, die branchentypischen Risiken bestmöglich zu begrenzen.

Im vergangenen Geschäftsjahr hat die Gesellschaft ihr Risikomanagement weiter gestärkt und sich dabei insbesondere auf drei wesentliche Bereiche konzentriert: operative Risiken, Geschäftsrisiken und finanzielle Risiken. Jeder dieser Bereiche bringt spezifische Herausforderungen mit sich, bietet jedoch zugleich Möglichkeiten, die Widerstandsfähigkeit und Anpassungsfähigkeit der Gesellschaft weiter zu erhöhen.

Die Gesellschaft ist nur in begrenztem Umfang Kreditrisiken ausgesetzt, da der Anteil der Umsätze auf Rechnung gering ist. Die Geschäftstätigkeit erfolgt ausschließlich in Österreich. Die Einkäufe werden überwiegend in Österreich sowie innerhalb der Europäischen Union getätigt. Die Geschäftsführung stuft das Währungsrisiko daher als gering ein.

Die Gesellschaft setzt keine derivativen Finanzinstrumente ein.

Operative Risiken und Chancen

Das Hotel wird auf Grundlage eines Franchisevertrags mit Marriott International betrieben. Die von Marriott entwickelten standardisierten Betriebsabläufe und Markenstandards reduzieren einen wesentlichen Teil der operativen Risiken. Darüber hinaus bietet die Markenpartnerschaft Zugang zum Treueprogramm Marriott Bonvoy sowie zum globalen Vertriebsnetzwerk von Marriott, wodurch kommerzielle Risiken und die Abhängigkeit von Online-Reiseplattformen (OTAs) wie Booking.com verringert werden.

Risiken: Zu den identifizierten operativen Risiken zählen die Abhängigkeit von der allgemeinen Nachfrage im Firmenkunden- und MICE-Segment sowie der zunehmende Wettbewerb auf dem Wiener Hotelmarkt, insbesondere im Midscale-Segment.

Chancen: Der Standort des Hotels im Prater-/Messeviertel und die unmittelbare Nähe zur Messe Wien bieten kontinuierliche Möglichkeiten, zusätzliche Nachfrage aus dem MICE- und Geschäftsreisesegment zu gewinnen. Aufgrund der Anzahl der Konferenzräume sowie des ausgewogenen Verhältnisses zwischen Zimmerkapazität, Veranstaltungsflächen, Parkmöglichkeiten und Restaurantkapazität ist das Hotel hervorragend positioniert, um auch unabhängig von der allgemeinen Marktentwicklung oder der durch die Messe Wien bzw. das Austria Center Vienna generierten Nachfrage große Veranstaltungen auszurichten.

In diesem Zusammenhang verfügt das Hotel über die Kapazität, größere Konferenzen als eigenständige Veranstaltungen vollständig im Haus durchzuführen. In dieser Hinsicht zählt es zu einer kleinen Gruppe von rund acht Hotels in Wien, die über die Infrastruktur verfügen, große Konferenzen eigenständig auszurichten.

Größere Veranstaltungsanfragen gehen dem Hotel daher in der Regel nur dann verloren, wenn ausdrücklich ein Fünf-Sterne-Hotel nachgefragt wird.

Darüber hinaus hat sich das Hotel eine starke Marktposition bei der Unterbringung und Betreuung professioneller und semiprofessioneller Sportmannschaften sowie von Entertainment-Produktionen wie Film-, Fernseh- und Konzertteams aufgebaut.

Gestützt auf umfangreiche operative und vertriebliche Expertise sowie die Nähe zu wichtigen Veranstaltungs- und Sportstätten – darunter das Ernst-Happel-Stadion, die Generali Arena, die Sport Arena Wien, der Prater und die Donauinsel – ist das Hotel in der Lage, einen bedeutenden Anteil der Nachfrage aus diesen Segmenten im Wiener Markt zu gewinnen.

Langjährige Partnerschaften mit bedeutenden österreichischen Sportorganisationen, darunter der Österreichische Fußball-Bund (ÖFB), das Österreichische Olympische Comité (ÖOC), Sport Austria

sowie zahlreiche nationale Fachverbände aus Sportarten wie Handball, Schwimmen, Leichtathletik, Beachvolleyball, Basketball, Hockey, Skisport und American Football, stärken die Marktposition des Hotels zusätzlich.

Getragen von diesen Partnerschaften und einer kontinuierlich wachsenden Reputation verzeichnet dieses Marktsegment ein stetiges Wachstum und leistet einen wesentlichen Beitrag zur Auslastung an Wochenenden – sowohl durch Sportlerinnen und Sportler als auch durch mitreisende Fan- und Betreuergruppen.

Darüber hinaus profitiert das Hotel von einem etablierten Portfolio bedeutender MICE-Schlüsselkunden aus dem öffentlichen Sektor. Dazu zählen unter anderem das Bundesministerium für Inneres, das Bundesministerium für europäische und internationale Angelegenheiten, das Bundesministerium für Bildung sowie Institutionen wie die Weltbank, die Internationale Atomenergie-Organisation (IAEO) und verschiedene Botschaften.

Zusammenfassend bieten alle drei Kernsegmente – MICE, Sport und Entertainment sowie der öffentliche Sektor – weiterhin erhebliches Wachstumspotenzial. Gleichzeitig sind diese Marktbereiche im Vergleich zum Gesamtmarkt noch vergleichsweise wenig erschlossen, da sich nur eine begrenzte Zahl von Wettbewerbern gezielt auf diese Segmente konzentriert.

Geschäftsrisiken und Chancen

Risiken: Die Hotelbranche unterliegt makroökonomischen Konjunkturzyklen. Eine Abschwächung der wirtschaftlichen Entwicklung kann die Nachfrage nach Geschäfts- und Freizeitreisen verringern und sich negativ auf die Auslastung sowie die erzielbaren Zimmerpreise auswirken. Darüber hinaus können zunehmender Wettbewerb und ein lokales Überangebot an Hotelzimmern im Raum Wien Druck auf Zimmerpreise und Margen ausüben.

Dieses Risiko wird durch die weiterhin umfangreiche Pipeline neuer Hotelprojekte in Wien zusätzlich verstärkt. Bis Ende 2026 wird erwartet, dass die Gesamtkapazität von derzeit rund 42.900 auf etwa 43.800 Hotelzimmer ansteigt. Dieses Wachstum entfällt überwiegend auf das Vier-Sterne-Segment, das voraussichtlich um rund 700 Zimmer erweitert wird und damit den Wettbewerb innerhalb des primären Wettbewerbsumfelds des Hotels weiter intensiviert.

Die Nachfrage wird in hohem Maße durch die europäischen Kernquellmärkte getragen, wobei Österreich und Deutschland die wichtigsten Herkunftsmärkte darstellen. Dies sorgt grundsätzlich für eine stabile Ganzjahresnachfrage, macht den Wiener Hotelmarkt jedoch gleichzeitig anfällig für regionale sowie – wie sich im Jahr 2025 gezeigt hat – auch gesamtwirtschaftliche Entwicklungen. Darüber hinaus kann eine anhaltend hohe Inflation insbesondere die Kosten für Energie, Personal und Reinigungsleistungen weiter erhöhen.

Chancen: Wien zählt zu den führenden Kongress- und Messestandorten Europas und verzeichnet weiterhin eine hohe internationale, veranstaltungsgetriebene Nachfrage. Dies stellt einen nachhaltigen strukturellen Nachfragefaktor für das Hotel dar. Zusätzliche Chancen ergeben sich aus der starken Wettbewerbsposition Wiens im europäischen Vergleich. Die im internationalen Vergleich moderaten durchschnittlichen Zimmerpreise erhöhen die Attraktivität der Stadt für internationale Großkongresse, insbesondere im medizinischen und wissenschaftlichen Bereich.

Darüber hinaus hat der Vienna Tourist Board (WienTourismus) seine Marktposition durch die Weiterentwicklung des Vienna Convention Agreement weiter gestärkt. Dieses schafft einen strukturierten Rahmen zur Akquisition und langfristigen Bindung internationaler Großkongresse und Unternehmensveranstaltungen mit mehreren tausend Teilnehmerinnen und Teilnehmern und kommt damit der gesamten Wiener Hotellerie zugute.

Auf Markenebene verfügt Marriott International über eine der weltweit leistungsfähigsten Vertriebsplattformen innerhalb der internationalen Hotelbranche. Dadurch erhält das Hotel

kontinuierlich Zugang zu hochwertigen Gruppenanfragen sowie zu bedeutenden Agentur- und Firmenkunden, insbesondere im Gruppengeschäft.

Darüber hinaus profitiert das Hotel von einer ausgezeichneten Reputation im Wiener Markt, die seine Wahrnehmung bei Kunden zusätzlich stärkt. Aus Sicht vieler Geschäftspartner wird das Haus häufig nicht ausschließlich mit der Marke Courtyard by Marriott, sondern mit der übergeordneten Marke Marriott identifiziert und oftmals als „Marriott bei der Messe“ bezeichnet. Diese Wahrnehmung stärkt die Marktposition des Hotels im Wettbewerbsumfeld zusätzlich.

Der Zugang des Hotels zu den globalen Firmenverträgen im Rahmen des Marriott-Bonvoy-Netzwerks verschafft ihm einen wesentlichen Wettbewerbsvorteil bei der Gewinnung individueller Geschäftsreisender (Transient Corporate Business).

Finanzielle Risiken

Risiken: Die Gesellschaft ist nur in begrenztem Umfang Kreditrisiken ausgesetzt, da Umsätze auf Rechnung lediglich einen geringen Anteil am Gesamtumsatz ausmachen. Die Geschäftstätigkeit erfolgt ausschließlich in Österreich, und Beschaffungen werden überwiegend in Österreich sowie innerhalb der Europäischen Union vorgenommen. Die Geschäftsführung beurteilt das Währungsrisiko daher als gering. Die Gesellschaft setzt keine derivativen Finanzinstrumente ein.

Chancen: Aus finanzieller Sicht bestehen derzeit keine wesentlichen Chancen.

Im Laufe des Geschäftsjahres hat die Gesellschaft ihren internen Steuerungs- und Performanceprozess weiter gestärkt und die strategischen Unternehmensziele konsequent mit der operativen Umsetzung verzahnt. Ein realistischer und zugleich ambitionierter Budgetierungsprozess sowie regelmäßige Leistungs- und Ergebnisüberprüfungen stellen sicher, dass Risiken frühzeitig erkannt und zielgerichtet adressiert werden – von der Geschäftsführung bis in die operativen Bereiche des Hotels.

Zusammenfassend betrachtet die Gesellschaft Risiken nicht ausschließlich als potenzielle Gefahren, sondern auch als Grundlage für fundierte unternehmerische Entscheidungen und nachhaltiges Wachstum. Durch die konsequente Verankerung eines risikobewussten Handelns in Unternehmenskultur und operativen Prozessen sieht sich die Gesellschaft gut aufgestellt, um Unsicherheiten erfolgreich zu begegnen und sich bietende Marktchancen zu nutzen.

Verhaltenskodex

Im Rahmen ihres Bekenntnisses zu ethischem Geschäftsverhalten und einer verantwortungsvollen Corporate Governance verfügt die Gesellschaft über einen umfassenden Verhaltenskodex (Code of Conduct), der die verbindlichen Verhaltensgrundsätze und Erwartungen für sämtliche Mitarbeitenden im operativen Geschäft festlegt.

Der Verhaltenskodex dient als verbindlicher Orientierungsrahmen und soll sicherstellen, dass alle Mitarbeitenden mit Integrität, Transparenz und Respekt gegenüber Gästen, Geschäftspartnern, Kolleginnen und Kollegen sowie allen weiteren Stakeholdern handeln.

Die Einhaltung des Verhaltenskodex ist für alle Mitarbeitenden verpflichtend. Er wird den Beschäftigten in den Hotels über das eingesetzte Dienstplanungs- und Schichtplanungssystem zur Verfügung gestellt. Neue Mitarbeitende erhalten den Verhaltenskodex gemeinsam mit ihrem Arbeitsvertrag und bestätigen dessen Kenntnisnahme und Anerkennung im Rahmen des Onboarding-Prozesses durch ihre Unterschrift.

Unternehmensfortführung (Going Concern)

Der Jahresabschluss wurde unter der Annahme der Unternehmensfortführung (Going-Concern-Prinzip) erstellt. Auf Grundlage der aktuellen Finanzlage, der Unternehmensplanung für das Geschäftsjahr 2026 sowie der getroffenen Maßnahmen zur Sicherstellung einer ausreichenden Liquidität ist die Geschäftsführung zu dem Ergebnis gelangt, dass keine wesentlichen Unsicherheiten hinsichtlich der Fortführung der Unternehmenstätigkeit bestehen. Die Fortführung der Gesellschaft ist auf absehbare Zeit gewährleistet.

Geschäftsentwicklung im Jahr 2025

(Sämtliche Beträge sind, sofern nicht anders angegeben, in Tausend Euro (TEUR) ausgewiesen.)

Im Geschäftsjahr 2025 erzielte das Hotel Gesamterlöse in Höhe von TEUR 14.341 und lag damit um 6,6 % unter dem Vorjahreswert von TEUR 15.348. Nach dem Rekordjahr 2024 war die Entwicklung im Jahr 2025 von einer Normalisierung der Marktnachfrage geprägt. Während die ersten Monate des Jahres – insbesondere aufgrund einer starken Kongressnachfrage – sehr positiv verliefen, kam es ab der Jahresmitte infolge einer rückläufigen Nachfrage aus dem Unternehmenssegment sowie einer gestiegenen Preissensibilität zu einer Abschwächung der Geschäftsentwicklung.

Der Bereich Meetings & Events verzeichnete zunächst einen erfolgreichen Jahresauftakt, ehe die Nachfrage nach Gruppenbuchungen ab Juni deutlich zurückging und sich unmittelbar auf die Umsatzentwicklung auswirkte. Insbesondere im Tagungs- und Konferenzgeschäft konnten die Budgetziele nicht erreicht werden. Die Umsätze lagen rund TEUR 783 unter Budget und TEUR 851 unter dem Vorjahresniveau und stellten damit den wesentlichen Grund für die Abweichung der Gesamterlöse gegenüber der Planung dar.

Als Reaktion auf die durch das makroökonomische Umfeld bedingte Nachfrageschwäche wurde die Vertriebsstrategie verstärkt auf volumenorientiertes Individualgeschäft (Transient Business) ausgerichtet, um das margenstärkere Zimmergeschäft zu stabilisieren. Dies führte zu einem intensiveren Wettbewerb sowie zu einem erhöhten Preisdruck im gesamten Wiener Hotelmarkt. Trotz dieser herausfordernden Marktbedingungen konnte die Auslastung weitgehend stabil gehalten werden, während sich die durchschnittliche Tagesrate (Average Daily Rate – ADR) gegenüber dem Vorjahr um EUR 3,50 erhöhte.

Operative Entwicklung

Im Geschäftsjahr 2025 verbesserten sich sowohl das EBITDA aus dem Hotelbetrieb als auch das operative Ergebnis deutlich. Diese Entwicklung ist im Wesentlichen auf die kontinuierliche Optimierung der betrieblichen Abläufe und die Steigerung der operativen Effizienz zurückzuführen.

Die durchschnittliche Auslastung verringerte sich leicht von 80,9 % im Jahr 2024 auf 80,1 % im Jahr 2025.

Die Average Daily Rate (ADR), welche den durchschnittlichen Zimmererlös pro verkauftem Zimmer misst, erhöhte sich von EUR 135,6 im Jahr 2024 auf EUR 139,1 im Jahr 2025.

Darüber hinaus stieg der Revenue per Available Room (RevPAR) – eine zentrale Kennzahl zur Messung der Ertragskraft des Hotelbetriebs – von EUR 110,5 im Jahr 2024 auf EUR 111,5 im Geschäftsjahr 2025.

Aufgrund der unter den Erwartungen gebliebenen Entwicklung im Tagungs- und Konferenzgeschäft verringerte sich der Total RevPAR, der neben den Zimmererlösen auch zusätzliche Umsätze aus Gastronomie, Konferenzräumen, Bankettveranstaltungen und Parkplätzen umfasst, von EUR 167,07 im Jahr 2024 auf EUR 156,53 im Jahr 2025.

Tabelle 1: Ausgewählte Leistungskennzahlen

(in EUR)	2025	2024	2023
Durchschnittlicher Zimmerpreis (Average Daily Rate – ADR)	139,1	135,6	129,2
Umsatz je verfügbarem Zimmer (Revenue per Available Room – RevPAR)	111,5	110,5	94,9
Gesamtumsatz je verfügbarem Zimmer (Total RevPAR)	156,5	167,1	103,8
Auslastung	80,1 %	80,9 %	73,4 %

Das Jahresergebnis verbesserte sich gegenüber dem Vorjahr um TEUR 196. Diese Entwicklung ist im Wesentlichen auf die Verbesserung der operativen Leistung des Hotelbetriebs zurückzuführen.

Infolge des positiven operativen Ergebnisses sowie unter Berücksichtigung von Abschreibungen und Finanzergebnis erhöhte sich das Eigenkapital der Gesellschaft. Entsprechend verbesserte sich auch die Eigenkapitalquote bzw. die Solvenz der Gesellschaft. Die Liquidität der Gesellschaft erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr geringfügig.

Im Geschäftsjahr 2025 beschäftigte die Gesellschaft durchschnittlich 59,4 Vollzeitäquivalente (FTE) (Vorjahr: 60,3 Vollzeitäquivalente).

Ausblick

Für die kommenden Geschäftsjahre erwartet die Gesellschaft eine Fortsetzung des profitablen Wachstumskurses. Auf Grundlage der aktuellen Marktentwicklung, der starken Wettbewerbsposition des Hotels sowie der etablierten Vertriebs- und Markenstrategie geht die Geschäftsführung davon aus, sowohl die Umsatzerlöse als auch die Ertragskraft weiter steigern zu können. Die Gesellschaft blickt daher zuversichtlich auf ihre langfristigen Wachstumsperspektiven und ist überzeugt, aufgrund ihres robusten Geschäftsmodells und ihrer operativen Leistungsfähigkeit auch künftig erfolgreich auf sich verändernde Marktbedingungen reagieren zu können.

Wien, am 2. September 2026

Robertus Johannes Maria Hornman
CFO (bestellt per 01. Januar 2026)

Ekrem Jabandzic
CFO (bestellt per 01. Januar 2026)