HOTEL LÖWEN SCHRUNS GMBH, Schruns

Lagebericht für das Geschäftsjahr 2025

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Das Tourismusjahr 2025 war einerseits geprägt von einer starken Nachfrage und andereseits von massiven Kostensteigerungen und hohem Wettbewerbsdruck. Trotz eines erneuten Rekords bei den Nächtigungszahlen und Einnahmen bleibt die wirtschaftliche Lage für viele Betriebe herausfordernd: Österreichs Tourismusbranche steht zwar gut gebucht da, doch die Ertragslage hat sich real verschlechtert, weil hohe Kosten das nominale Umsatzplus auffressen. Dies geht aus einer Studie der Bank Austria hervor.
Ein zentrales wirtschaftliches Thema sind die gestiegenen Kosten, welche die Betriebe zunehmend belasten. Die Inflation hat dazu geführt, dass die realen Einnahmen pro Übernachtung im Vergleich zu 2019 deutlich gesunken sind, und viele Gäste reagieren auf die Teuerung mit der Wahl günstigerer Unterkünfte und sparsameren Ausgaben im Urlaub. Diese Entwicklung drückt auf die Wettbewerbsfähigkeit des Standorts Österreich, da andere Urlaubsregionen im europäischen Vergleich geringere Preissteigerungen aufweisen. Parallel dazu wirkt sich die allgemein angespannte konjunkturelle Lage in Österreich auf die Tourismuswirtschaft aus: Die gesamtwirtschaftliche Entwicklung ist von schwachem Wachstum geprägt, was sich über geringere Kaufkraft und verhalteneren Konsum auswirkt. Österreich hat für 2025 ein sehr moderates Wirtschaftswachstum zu erzweichnen und die gesamtwirtschaftlichen Unsicherheiten schaffen zusätzliche Belastung. Ein weiterer entscheidender wirtschaftlicher Faktor ist der Arbeitsmarkt im Tourismus: Zwar wächst die Beschäftigung leicht und die Branche bleibt ein bedeutender Arbeitgeber, doch besteht weiterhin ein Fachkräftemangel, der die Personalplanung und die Qualität der Dienstleistung beeinflusst. Die Nachfrage nach Arbeitskräften übersteigt das Angebot, und saisonale Schwankungen verstärken den Druck auf die Betriebe, qualifiziertes Personal zu finden und zu halten, was wiederum die Personalkosten steigen lässt.
Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen des österreichischen Tourismus im Jahr 2025 von einer positiven Nachfrageentwicklung und hohen Gästezahlen geprägt sind, gleichzeitig aber durch gestiegene Kosten, real schrumpfende Erträge, Wettbewerbsdruck und strukturelle Herausforderungen im Arbeitsmarkt belastet werden.

Der österreichische Tourismus verzeichnete 2025 mit 157,3 Mio Nächtigungen (Vorjahr: 154 Mio) ein neues Rekordjahr und einen Anstieg um 1,9 % gegenüber dem Vorjahr. Damit wurden die höchsten Nächtigungszahlen seit Beginn der digitalen Aufzeichnungen erreicht. Das mit Abstand wichtigste Herkunftsland ist nach wie vor Deutschland, gefolgt von Gästen aus dem Inland und den Niederlanden. (Quelle: Statistik Austria)

Geschäftsentwicklung

Im Geschäftsjahr 2025 zeigte das Löwen Hotel Montafon eine insgesamt stabile Geschäftsentwicklung. Aufbauend auf den umfangreichen Investitionen der vergangenen Jahre, insbesondere der Erweiterung um das „Haus Montafon", konnte das Hotel seine Position als führender Leit- und Veranstaltungsbetrieb in der Region weiter festigen. Die Nachfrage entwickelte sich über alle Saisonzeiten hinweg solide, wobei insbesondere das Seminar-, Tagungs- und Incentive-Geschäft zu einer besseren Auslastung außerhalb der klassischen Ferienzeiten beitrug. Die Wintersaison stellte für das Löwen Hotel Montafon weiterhin die wirtschaftlich bedeutendste Periode dar. Eine hohe Nachfrage im Wintersporttourismus führte zu einer sehr guten Auslastung, sowie zu überdurchschnittlichen Zimmerpreisen, insbesondere während der Hauptferienzeiten. Die Sommersaison entwickelte sich im Vergleich dazu stabil und zunehmend bedeutend. Den Herbst dominierten wir gewohnt die Wellnessgäste. Durch den vielen Nebel im Tal und Sonnenschein in den Bergen, war die Buchungslage vor allem an den Wochenenden sehr gut.

Das Hotel hatte im Jahr 2025 an 306 Tagen geöffnet (Vorjahr: 316). Im genannten Zeitraum konnten 35.493 Übernachtungen verbucht werden (Vorjahr: 32.921). Der Anteil der Gruppenübernachtungen lag bei 15 % (5.418 ÜN). Gerechnet auf die Öffnungstage entspricht dies einer Bettenauslastung von 57 % (Vorjahr: 51 %) Der Doppelbelegungsfaktor lag bei 1,81. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer lag bei 2,8 Tagen im Vergleich zu 2,7 Tagen im Vorjahr.

Umsatz

Die Umsätze in Höhe von EUR 9.853.339 sind gegenüber dem Vorjahr (TEUR 9.105) um 8 % gestiegen. Dies bestätigt die positive Entwicklung im Bezug auf die Bettenauslastung und den gestiegenen Umsätzen in den F&B Outlets.
Der Durchschnittsumsatz pro Gast und Tag lag bei EUR 277,6 (VJ: EUR 276,6).

Beschaffung und Personalaufwand

Auf Seiten der Beschaffung sind die Hauptaufwandspositionen im Bereich der Lebensmittel und Getränke mit EUR 1.390.990 (Vorjahr: TEUR 1.287), das sind 57 % des gesamten Materialaufwandes, zu finden. Weitere größere Aufwandpositionen betreffen Energie (Strom und Fernwärme) mit EUR 490.385 (Vorjahr: TEUR 568), Wasserverbrauch EUR 111.386 (Vorjahr: TEUR 131) und sonstige Gemeinkosten EUR 156.698 (Vorjahr TEUR 140). Für die allgemeine Ersatzbeschaffung, sowie Ersatzbeschaffung von Wäsche und Geschirr wurden EUR 70.647 (Vorjahr TEUR 144) aufgewendet.

Der Personalaufwand im abgeschlossenen Wirtschaftsjahr beläuft sich auf EUR 5.328.378 (Vorjahr: TEUR 4.999). Wie bereits in den Vorjahren fungierte der angespannte Arbeitsmarkt bzw. der allgemeine Fachkräftemangel als massive Kostentreiber. Die kollektivvertragliche Erhöhung der Mindest-Löhne/Gehälter per 01.05.2025 in Höhe von 3,9 % (1 %-Punkt zusätzlich zum Inflationsausgleich) hat ebenfalls zu einer Steigerung der Lohn- und Gehaltskosten beigetragen. Darüber hinaus müsen aber diesem Jahr auch Vordienstzeiten und Branchenerfahrung entsprechend angerechnet werden. Dies führt ebenfalls zu Mehrkosten und ist in der Abwicklung unverhältnismäßig zeitaufwendig. Grundsätzlich kann daraus abgeleitet werden, dass die Beschäftigten wiederum massiv bessergestellt wurden und branchenübliche Arbeitsleistungen über die Normalzeit hinaus die Personalkosten zusätzlich nach oben treiben.

Jahresergebnis

Der Jahresfehlbetrag in Höhe von EUR 3.331.642 resultiert zum Großteil aus dem Verhältnis Umsatz zu Personalaufwand, den Abschreibungen und den Finanzierungskosten. Das Betriebsergebnis I (GOP) weist einen Gewinn in Höhe von EUR 156.186 (VJ: EUR 443) aus.

Vermögens- und Kapitalstruktur

Das Eigenkapital betrug zum Bilanzstichtag EUR 3.491.258 (31.12.2024: EUR 3.822.900).
Der Anteil des Eigenkapitals an der Bilanzsumme betrug am Bilanzstichtag 10 %.

Ergebniskennzahlen

	2025 TEUR	2024 TEUR	2023 TEUR
Gesamtumsatz	**9.853**	**9.105**	**8.572**
Umsatzrentabilität[1] (%)	**-33,8**	**-38,0**	**-48,2**
Ergebnis vor Steuern und RL-Bew.	**-3.332**	**-3.464**	**-4.132**
Umsatz je Beschäftigten[2]	**115,9**	**108,3**	**104,2**

1) Ergebnis vor Steuern / Umsatz
2) Umsatz / Anzahl Mitarbeiter

Bilanzkennzahlen

	2025	2024	2023
Eigenkapitalquote[3] (%)	**10**	**10**	**11**
Eigenkapitalrentabilität[4] (%)	**-91,10**	**-85,43**	**-94,88**
Gesamtkapitalrentabilität[5] (%)	**-6,6**	**-5,4**	**-6,9**
Anlagendeckungsgrad[6] (%)	**12,0**	**12,1**	**13,5**

3) Eigenkapital / Gesamtkapital
4) Ergebnis vor Steuern / ds. Eigenkapital
5) Ergebnis vor Zinsen u. Steuern / ds. Gesamtkapital
6) Eigenkapital + langfr. Fremdkapital / Anlagevermögen

Cashflow

Der Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit betrug im Geschäftsjahr 2025 TEUR -491 im Vergleich zu TEUR -1.180 im Vorjahr.

Der Geldfluss aus der Finanzierungstätigkeit betrifft einen Gesellschafterzuschuss in Höhe von TEUR 3.000 und eine Darlehensrückzahlung in Höhe von TEUR 2.000.

Cashflow-Kennzahlen

	2025	2024	2023
Mittelzufluss/-abfluss aus:	**TEUR**	**TEUR**	**TEUR**
laufender Geschäftstätigkeit	**-491**	**-1.180**	**-3.684**
Investitionstätigkeit	**-765**	**-793**	**-2.631**
Finanzierungstätigkeit	**1.000**	**2.000**	**7.000**
Gesamt	**-256**	**27**	**684**

Investitionen

Im Berichtsjahr wurden gesamt TEUR 765 an Investitionen verbucht. Für Fuhrpark, Betriebs- und Geschäftsausstattung wurden TEUR 287 investiert. Im Herbst 2024 wurde kurzfristig entschieden, zusätzliche Personalzimmer zu errichten und dafür ein bereits im Besitz befindliches Gebäude am Grütweg zu sanieren. Die Kosten dafür beliefen sich per 31.12.2024 auf TEUR 392 (Anlagen im Bau) und TEUR 72 im Berichtsjahr. Das Projekt ist mit Gesamtkosten in Höhe von TEUR 464 abgeschlossen. Darüber hinaus wurde mit der Planung der SPA-Sanierung begonnen. Dafür sind Kosten in Höhe von TEUR 343 entstanden.

Risikomanagement

Vorrangiges Risiko des Hotels ist das **Bonitätsrisiko** der Kunden. Wir begegnen diesem Risiko dadurch, dass wir unsere Forderungen über weite Strecken über Kreditkartenfirmen abrechnen und somit dieses Risiko auslagern. Bei größeren Reservierungen von Gruppenreisen verlangen wir entsprechende Anzahlungen. Sollten sich trotz größter Umsicht dennoch Forderungen als dubios herausstellen, werden diese ausreichend wertberichtigt.

Das **Risiko von kurzfristigen hohen Preisanstiegen** im Beschaffungsbereich ist in der Branche grundsätzlich gegeben, da Zimmer- und sonstige Preiserhöhungen nicht sofort an den Gast übertragen werden können. Wir sind bemüht, dieses Risiko mit Hilfe von längerfristigen Einkaufsvereinbarungen mit lokalen Zulieferern zu minimieren. Weiters sind wir bei überregionalen Anbietern (Strom, Telekommunikation usw.) in die Liebherr-Einkaufspolicy eingebunden und erhalten dort Konzernkonditionen.

Das **Liquiditätsrisiko** umfasst das Risiko, den Zahlungsverpflichtungen zum Zeitpunkt ihrer Fälligkeit nicht nachkommen zu können. Für unser Hotel ist dieses Risiko von untergeordneter Bedeutung, da wir im Bedarfsfall auf finanzielle Unterstützung von Konzerngesellschaften zurückgreifen können.
Fremdwährungsrisiken sind für unser Unternehmen ebenfalls von untergeordneter Bedeutung, da wir gegenüber unseren Gästen in Euro fakturieren. Da auch die Konzernrefinanzierung in Euro erfolgt und unsere Lieferanten ebenfalls größtenteils in Euro abrechnen, ergibt sich auch hier kein zusätzliches Risiko.

Die **Kursrisiken** im Bereich der Wertpapiere sind ebenfalls als gering einzustufen, da es sich bei unseren Wertpapieren des Finanzanlagevermögens um konservative österreichische Investmentfonds handelt, deren Volatilität gering ist.

Personalwesen

Das Personalwesen stellt einen wesentlichen Erfolgsfaktor im Hotelbetrieb dar, da die Qualität der angebotenen Dienstleistungen in hohem Maße von der Leistungsfähigkeit und dem Engagement der Mitarbeitenden abhängt. Als personalintensiver Dienstleistungssektor ist das Hotelgewerbe besonders auf qualifiziertes und serviceorientiertes Personal angewiesen. Wie schon in den vergangenen Jahren, stellte der Fachkräftemangel eine der zentralen Herausforderungen dar. Insbesondere in operativen Bereichen wie Service, Küche und Rezeption, sowie im mittleren und gehobenen Management ist die Verfügbarkeit qualifizierter Arbeitskräfte zunehmend eingeschränkt. Diese Entwicklung wirkt sich sowohl auf die betriebliche Leistungsfähigkeit als auch auf die Servicequalität aus. Ursachen des Fachkräftemangels sind unter anderem demografische Veränderungen, ein rückläufiges Interesse an Ausbildungsberufen im Gastgewerbe sowie eine erhöhte Abwanderung von Fachkräften in andere Branchen. Zusätzlich verschärfen saisonale Beschäftigungsstrukturen, unregelmäßige Arbeitszeiten und ein hoher Wettbewerbsdruck auf dem Arbeitsmarkt die Situation. Der bestehende Fachkräftemangel führt zu einem erhöhten Rekrutierungsaufwand, steigenden Personalkosten, sowie einer zunehmenden Belastung des vorhandenen Personals. Die Tatsache, dass Mitarabeiterresourcen nicht in der Qualität und Menge zur Verfügung stehen, wie sie eigentlich für ein Hotel in unserer Kategorie und unserem Leistungsanspruch sein sollten, lässt sich nicht schönreden und ist eine permanente Belastung für die Führungskräfte und das Management.
Zur Gegensteuerung werden verschiedene Maßnahmen ergriffen. Dazu zählen eine Intensivierung der Ausbildungs- und Nachwuchsförderung, wie z. B. die Mitfinanzierung der neuen GASCHT Schule für Tourismusberufe, welche mittels Dualem Schulsystem junge Menschen für die Branche zu begeistern versucht. Von Seiten der Behörden wurde auf den Arbeitskräftemangel dahingehend reagiert, dass das Kontingent für Arbeitsnehmer aus Drittstaaten massiv erhöht wurde und es damit einfacher geworden ist, vor allem Hilfskräfte aus Niedriglohnländern, zu recrutieren.

Umweltschutz

Die Schonung der Umwelt ist Grundlage für einen qualitätsorientierten Tourismus und muss von allen mitgetragen werden. Die grandiose Natur und das gesunde Klima unserer Region verschaffen uns einen bedeutenden Wettbewerbsvorteil gegenüber anderen Tourismusdestinationen. Dementsprechend selbstverständlich ist es für uns, diese Verantwortung zu übernehmen und wir haben im Zuge des Erweiterungsbaues massiv in die Optimierung von umweltschonenden und energieeffizienten Technologien investiert. Sämtliche Fenster- und Türelemente sind mit hochwertigem Isolierglas bestückt. An der Außenfassade und am Dach wurde ein zusätzlicher Vollwärmeschutz angebracht. Die Heizung übernimmt, wie schon im Bestandsgebäude, die ‚Naturwärme Montafon', ein Biomasse-Heizkraftwerk welches sich die nachhaltige Wertschöpfung in der Region zum Ziel gesetzt hat. Für die Beheizung bzw. Kühlung der neuen Räumlichkeiten wurden modernste Systeme eingebaut, welche die entstehende Abwärme wiederum in den Kreislauf einspeist und damit den Energieverbrauch deutlich reduzieren.
Nahezu die gesamte Beleuchtung des Hotels ist zwischenzeitlich auf energiesparende LED-Lampen umgestellt und individuell regelbar. Im Zuge der Sanierung der Tiefgarage wurden zehn E-Ladestationen für Elektroautos installiert, welche unseren Hausgästen zur Verfügung stehen.
Die Wasseraufbereitungsanlage für die Schwimmbäder reduziert den Wasser- bzw. Chemikalienverbrauch auf ein Mindesmaß und trägt auf diesem Wege ebenfalls zur Schonung der Umwelt und der vorhandenen Ressourcen bei.
Beim Bau des Mitarbeiterhauses wurde ebenfalls großen Wert auf eine nachhaltige Bauweise gelegt. Mit hocheffizienten, technischen Komponenten entspricht das Haus einem Niedrigenergiehaus mit bester ökologischer Bilanz. Das Gebäude ist an der ‚Naturwärme Montafon', angeschlossen. Eine intelligente Heizungssteuerung sorgt für optimale Raumtemperaturen und hilft gleichzeitig Heizkosten sparen. Der Massivholzbau weist eine hervorragende Energieeffizienz auf und ist als Baustoff in punkto Ökologie und Nachhaltigkeit unschlagbar. Das gesamte Haus ist mit modernster LED-Beleuchtung ausgestattet. Konzernweit wurde eine Arbeitsgruppe implementiert, die ihren Fokus auf die Beratung, Konzeptionierung, Planung und Umsetzung von Lösungen im Bereich der alternativen Energien und der Reduzierung von klimarelevanten Emissionen legt.

Bericht über die Forschung und Entwicklung

Dem Unternehmensgegenstand zu Folge, wurden für Forschung und Entwicklung keine Mittel aufgewendet.

Nachtragsbericht

Vorgänge von besonderer Bedeutung nach dem Schluss des Geschäftsjahres liegen nicht vor.

HOTEL LÖWEN SCHRUNS GMBH, Schruns

Ausblick auf 2026

Für das folgende Geschäftsjahr wird von einer weiterhin stabilen Nachfrage im alpinen Tourismus ausgegangen. Unsere Zielsetzung bleibt die konsequente Qualitätsverbesserung, die Optimierung der Auslastung in der Nebensaison sowie die Sicherung der langfristigen Wettbewerbsfähigkeit durch kontinuierliche Investitionen in die Hotelinfrastruktur. Das Löwen Hotel Montafon positioniert sich als 4-Sterne-Superior-Betrieb im Premiumsegment des alpinen Ganzjahrestourismus. Die Ausrichtung basiert auf einer klaren saisonalen Differenzierung des Leistungsangebots, sowie auf den Kernkompetenzen Kulinarik, Wellness und qualitativ hochwertiger Gästebetreuung.
In der Wintersaison ist unser Bestreben, in der Kombination aus alpiner Aktivität und hochwertiger Regeneration, eine überdurchschnittliche Aufenthaltsqualität, sowie eine nachhaltige Gästebindung zu erzielen. Hierbei profitiert das Hotel maßgeblich von seiner Lage in unmittelbarer Nähe zum Skigebiet Silvretta Montafon.
In der Sommersaison liegt der Fokus auf der Positionierung als qualitativ hochwertiger Ausgangspunkt für Aktiv- und Natururlaub im Montafon. Das Angebot umfasst Wander- und Bike-orientierte Leistungen, sowie die Einbindung in regionale Aktivprogramme. Darüber hinaus unterscheidet sich das Löwen Hotel Montafon durch sein hochwertiges Wellness- und Kulinarikangebot von rein sportorientierten Mitbewerbern. Ziel ist die Ansprache von Gästen mit hoher Qualitätsorientierung, die Aktivität und Erholung kombinieren möchten.
Der Sommertourismus in den Alpen gewinnt im Zuge des Klimawandels zunehmend an Bedeutung, steht jedoch gleichzeitig vor großen Herausforderungen. Während der Wintertourismus aufgrund von Schneemangel und steigenden Kosten für künstliche Beschneiung zunehmend unter Druck gerät, profitieren viele Regionen im Sommer von längeren schneefreien Perioden. Wanderwege sind früher im Jahr begehbar und bleiben bis in den Herbst hinein offen. Auch Mountainbiken, Klettern oder Trailrunning gewinnen an Popularität. Hinzu kommt der sogenannte „Coolcation"-Trend: In Zeiten häufiger Hitzewellen in süd- und mitteleuropäischen Städten suchen viele Menschen bewusst kühlere Urlaubsregionen in höheren Lagen auf. Die Alpen erscheinen dabei als attraktive Alternative zu überhitzten Mittelmeerregionen. Orte in mittleren und höheren Höhenlagen verzeichnen deshalb teils steigende Gästezahlen in den Sommermonaten. Wie bereits in den vergangenen Jahren werden wir zu den Ferienzeiten auf Familien speziell angepasste Packages im Angebot haben, welche die Attraktivität eines Familienurlaubes im Löwen Hotel Montafon erhöhen. Das Montafon biete für Familien mit Kindern attraktive Neuerungen. Erlebnisberge mit interaktiven Stationen, Themenwanderwege und Bewegungsparcours verbinden Natur mit Spiel und Lernen. Zudem sorgen Badeseen und leichte Panoramawege für entspannte Alternativen zu anspruchsvollen Bergtouren.
Unabhängig davon, ob Winter- der Sommersaison, wird das Hotel die Salesaktivitäten im Bereich MICE weiter ausbauen. Die Akquise von Gruppen und Veranstaltungen ist ein zentraler Erfolgsfaktor, um die Auslastung ganzjährig zu sichern und neue Umsatzpotenziale zu erschließen. Ziel ist es, saisonale Schwankungen auszugleichen und planbare Buchungen zu generieren. Die Verkaufsaktivitäten wurden mit dem Schwesterbetrieb Interalpen-Hotel Tyrol in einer Clusterstruktur gebündelt, um Synergien zu nutzen, Ressourcen effizient einzusetzen und die Marktdurchdringung zu erhöhen. Durch die koordinierte Bearbeitung von Key Accounts, klar definierte Zielsegmente und eine abgestimmte Gebietsstrategie wird die Vertriebseffizienz gesteigert und soll die Ertragsqualität nachhaltig verbessern. Zur Stärkung der internationalen Sichtbarkeit und Distributionsleistung erfolgte der Beitritt zu Preferred Hotels & Resorts. Die Partnerschaft erweitert den Zugang zu globalen Vertriebs- und Marketingplattformen, unterstützt die Sales-Struktur durch internationale Repräsentanzen und stärkt die Positionierung im Premiumsegment.
Obwohl sich die laufende Wintersaison aufgrund des Schneemangels etwas verhaltener entwickelt, wie wir es uns erhofft haben, ist die Buchungssituation vergleichbar bzw. geringfügig besser als im Vorjahr. Demzufolge gehen wir davon aus, dass wir im Berichtsjahr 2026 die Ergebnissituation wiederum verbessern können.

Schruns, am 23. Februar 2026

Karl Brüggemann

Ingrid Maria Muxel