L A G E B E R I C H T

der Kur- und Fremdenverkehrsbetriebe Bad Radkersburg Gesellschaft m.b.H. zum 31. Dezember 2025

1. Geschäft, Geschäftsergebnis und Lage des Unternehmens

1.1 Geschäft

Die Kur- und Fremdenverkehrsbetriebe Bad Radkersburg Gesellschaft m.b.H. mit dem Sitz in 8490 Bad Radkersburg, Alfred Merlini – Allee 7, bietet unter dem Markennamen „**Parktherme Bad Radkersburg**" ein ganzjährig attraktives Thermen- und Gesundheitsangebot, das eng verknüpft ist mit einem breiten Angebot an Beherbergungen, Gastronomie und Partnern in der Region.

1.2 Geschäftsergebnis, Ertragslage (inkl. Kennzahlen)

Im Geschäftsjahr 2025 entwickelte sich das touristische Umfeld weiterhin positiv, wodurch das Unternehmen, die bereits im Vorjahr gestiegenen Gästezahlen nochmals erhöhen konnte. Insgesamt wurde ein Anstieg von rund 3 % gegenüber dem Vorjahr erreicht. Auch im medizinischen Bereich von Vita med zeigte sich eine erfreuliche Entwicklung, insbesondere bei den KUR-Anwendungen, bei denen ebenfalls Zuwächse verzeichnet wurden.

Trotz eines Anstiegs der Betriebsleistung um 3,9 % verringerte sich das Ergebnis. Der Rückgang des Ergebnisses ist im Wesentlichen auf höhere Personalaufwendungen zurückzuführen, die jedoch in nicht unerheblichem Ausmaß durch Einmaleffekte geprägt sind. Darüber hinaus fielen im Geschäftsjahr 2025 aperiodische Aufwendungen iZm den Nachwirkungen der Covid 19 Krise in Höhe von rund EUR 0,2 Mio. an, die sich entsprechend negativ auf das Ergebnis auswirkten. Positiv auf das Unternehmensergebnis wirkten sich hingegen Einsparungen im Energiebereich sowie geringere Zinsaufwendungen aus. Dadurch konnte der Ergebnisrückgang teilweise kompensiert werden.

Insgesamt konnte die Ertragslage des Unternehmens durch die gestiegenen Umsätze sowie ein weiterhin positives Margenmanagement im positiven Bereich gehalten werden.

Die Parktherme Bad Radkersburg erzielte im Geschäftsjahr 2025 einen Jahresgewinn von 0,1 Mio. (Vorjahr: EUR 0,2 Mio.).

1.3 Finanzlage (inkl. Kennzahlen)

Im Geschäftsjahr 2025 erzielte das Unternehmen aus der betrieblichen Tätigkeit einen Cashflow in Höhe von EUR 2,4 Mio. Die Investitionen in das Anlagevermögen beliefen sich auf EUR 0,8 Mio. Zur Tilgung von Finanzverbindlichkeiten und Zinsendienst wurden EUR 1,4 Mio. aufgewendet. Die liquiden Mittel beliefen sich zum Bilanzstichtag auf EUR 0,6 Mio. nach EUR 0,4 Mio. im Vorjahr.

Die Eigenmittelquote gem. URG stieg um 1% Punkt auf rund 34,5 % (Vorjahr: rund 33,5 %) der Bilanzsumme, die fiktive Schuldentilgungsdauer gem. URG beträgt wie im Vorjahr rund 9 Jahre. Beträgt

die Eigenmittelquote weniger als 8 % und die fiktive Schuldentilgungsdauer mehr als 15 Jahre, so liegt ein gesetzlich vermuteter Reorganisationsbedarf vor. Aus den Kennzahlen ergibt sich, dass die Vermutung des Reorganisationsbedarfs nicht gegeben ist.

1.4 Vermögenslage (inkl. Kennzahlen)

Das Vermögen der Gesellschaft ist aus der Bilanz ersichtlich und besteht zu 89 % (Vorjahr: 90 %) aus Anlagevermögen, zum weitaus überwiegenden Teil aus Sachanlagen.

Die Finanzierung des Vermögens erfolgt mit 79 % (Vorjahr: 82 %) durch Eigenkapital und langfristiges Fremdkapital und mit 21 % (Vorjahr: 18 %) durch kurzfristiges Fremdkapital und Rechnungsabgrenzungen.

2. Forschung und Entwicklung

Das Unternehmen verfolgt seinen neuen strategischen Pfad konsequent weiter. Schwerpunkte werden auf erlebnisorientierte Angebotselemente („Wasserwelten") gelegt. Es geht im Kern darum, unsere Wässer mit allen Sinnen erlebbar und zugänglich zu machen. Diesbezüglich gab es bereits umfangreiche Investitionen in einen Erlebnispark, Außengestaltung und eine Poolbar. Zukünftige Investitionen werden auch in Zukunft strategiekonform getätigt und es wird Wert auf die Steigerung der Aufenthalts- und Erlebnisqualität gelegt. Dabei legt die Geschäftsführung den Fokus auf die umfassende Erneuerung des Eingangsbereiches und der SB-Gastronomie.

Ergänzend dazu erfolgten bereits im abgelaufenen Wirtschaftsjahr Investitionen zur Reduktion der Energie- und Strukturkosten (PV-Anlage) sowie in die Erneuerung älterer Bauabschnitte im Erlebnisbad und der relevanten Dachflächen.

Ein weiterer Fokus liegt auf Untersuchungen im Bereich der sozialen Medien und mobilen Strategien.

3. Bestehende Zweigniederlassungen

Die Gesellschaft verfügt über keine Zweigniederlassungen.

4. Prognosebericht (voraussichtliche Entwicklung des Unternehmens)

Es liegt eine Planung für das Gesamtunternehmen vor, welche die gegebene Angebots-, Substanz- und Ausstattungsqualität der Parktherme berücksichtigt.

Für das Geschäftsjahr 2026 gehen wir in unseren Planungen davon aus, dass sich die Gästefrequenzen umbaubedingt (SB-Gastro) reduzieren werden (Schließtage) beziehungsweise preisbegleitende unterstützende Maßnahmen getroffen werden müssen. Damit einhergehend geht die Geschäftsführung von einer einmaligen negativen Ertragslage aus. Dies ist auch bereits in der Finanzplanung entsprechend berücksichtigt. Die weiteren Umbauschritte in den Folgejahren (Sitzbereich SB und Eingang) werden aus dem freien Cash-Flow finanziert.

Der Personalstand soll über das gesamte Wirtschaftsjahr durch organisatorische Maßnahmen leicht reduziert werden und so zu einer zumindest teilweisen Kompensation der im Jahr 2025 überproportional gestiegenen Personalkosten führen. Die Geschäftsführung erwartet dadurch langfristig positive Auswirkungen auf die Ertragslage des Unternehmens.

Die weitere Entwicklung des Unternehmens über das Planungsjahr 2026 hinaus ist aufgrund der bestehenden positiven touristischen Rahmenbedingungen optimistisch zu sehen, jedoch bestehen Risiken im Bereich geopolitischer Spannungen und daraus abgeleiteter negativer Auswirkungen auf das Konsumverhalten.

5. Beschreibung der wesentlichen Risiken und Ungewissheiten

Es besteht zwar eine gewisse Abhängigkeit von geo- und regionalpolitischen Einflussfaktoren, unsere Investitionen in die PV-Anlage dienen jedoch der Risikodiversifikation sowie dem langfristigen Prosumer-Ansatz. Somit sind unsere kurz- und mittelfristigen Zukunftsaussichten, trotz der aktuellen Krise in Nahost, in Bezug auf unser Energiemanagement positiv zu beurteilen. Sollte die aktuelle Krise in Nahost zu verstärkten Unsicherheiten führen, könnte sich dieser Umstand negativ auf das Konsumverhalten auswirken.

Langfristig sind die Risiken eher auf der strategischen Ebene und auf Ebene der weiteren Entwicklungen im Tourismus Österreichs und der Steiermark zu sehen.

Die sich aufgrund der Vielzahl von Thermenbetrieben in und um Österreich und der immer breiter werdenden Entwicklung von Wellnessangeboten, die auch im direkten Einzugsgebiet der Parktherme liegen, ergebende, angespannte Wettbewerbssituation, ist weiterhin gegeben. Die Entwicklung im steirischen Thermen- und Vulkanland war entgegen dem gesamtösterreichischen höheren Trend zu wenig unterstützend ausgeprägt, daher sind auf diesem Feld jedenfalls gesteigerte Anstrengungen zur Bearbeitung des Inlandsmarktes sowie benachbarter Auslandsmärkte erforderlich.

Die langfristig erkennbaren Verschiebungen in der klimatischen Entwicklung in Richtung höherer jährlicher Durchschnittstemperaturen verstärken die Wettbewerbssituation mit touristischen Angeboten wie Wandern, outdoor sports und Urlauben am Meer. Hier gilt es zukünftig verstärkt Überlegungen für Angebotsergänzungen und Produktinnovationen anzustellen, um die Attraktivität des Angebots zu erhöhen. Zu diesem Zweck haben wir unseren Gremien eine Roadmap 2030 vorgelegt und werden diese in den Folgejahren konsequent umsetzen.

Bad Radkersburg, 10. März 2026

Mag. Christian Korn

Mag. Helene Frühwirth, BA

Mag. (FH) Doris Salchinger