

# Der österreichische Hotelimmobilienmarkt

Lukas Hochedlinger und Manuel Strasser

Christie & Co

30. September 2026

 Hotelvereinigung  
 oehv.hotelvereinigung  
 oesterreichische-hotelvereinigung





BUSINESS. BUILT AROUND YOU.

# Der österreichische Hotelimmobiliemarkt

---

Marktentwicklung, Käufergruppen und  
Transaktionsgeschehen

30. September 2026

# Die Vortragenden



**Lukas Hochedlinger MRICS**  
Managing Director  
Central & Northern Europe

## Lukas Hochedlinger

Seit 2010

Christie & Co, Managing Director Central & Northern Europe

- Über 20 Jahre Erfahrung in der Hotel- und Immobilienwirtschaft
- Seit 2010 Managing Director bei Christie & Co
- Frühere Stationen in der Hotelberatung bei KPMG und in der Hotelentwicklung
- Studium Tourismusmanagement (Mag (FH) sowie Immobilienwirtschaft (MSc)
- RICS registrierter Bewerter
- Tätigkeitsschwerpunkte: Verkauf, Verpachtung, Bewertung



**Manuel Strasser**  
Associate Director  
Austria & CEE

## Manuel Strasser

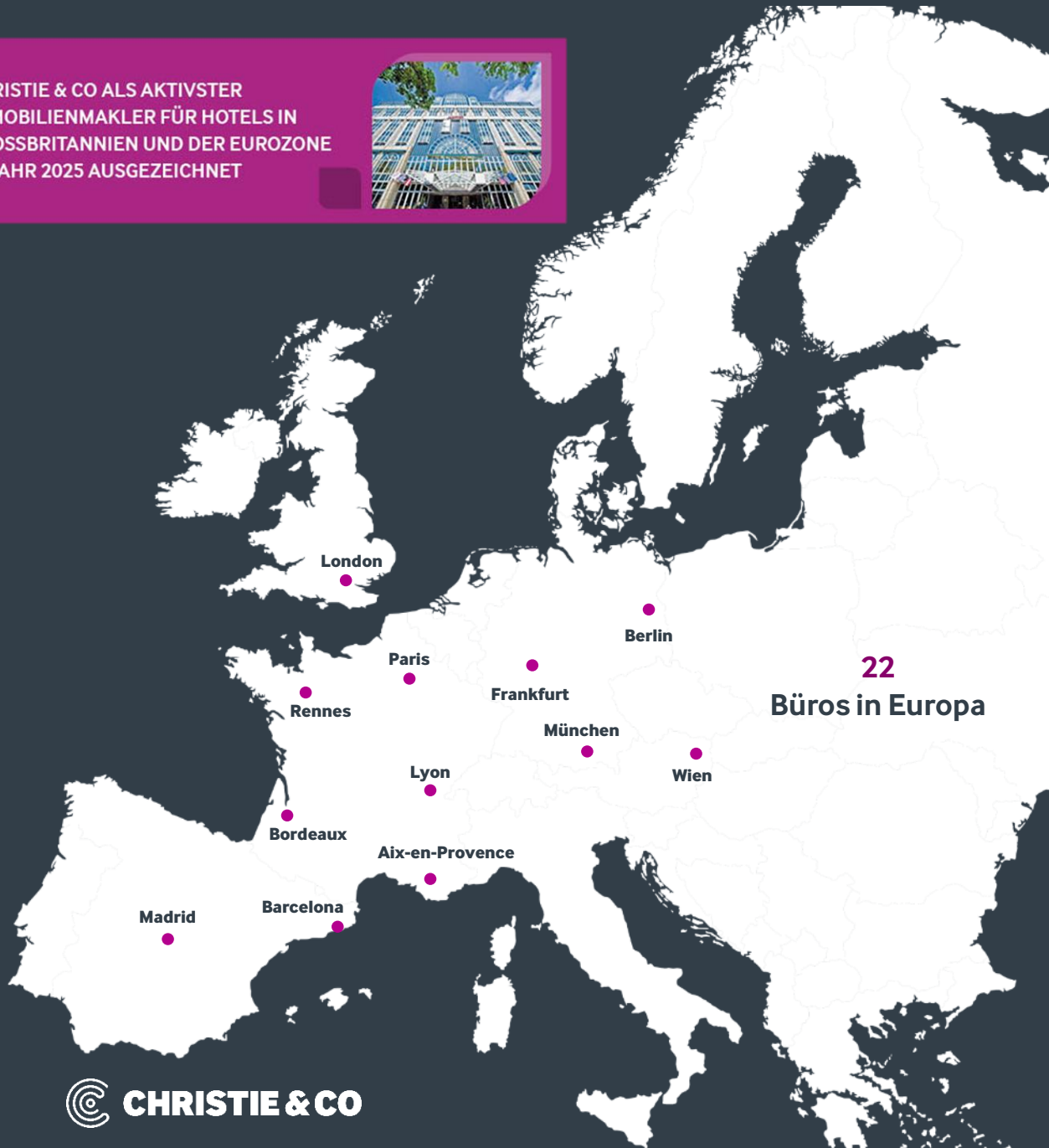
Seit 2022

Christie & Co, Associate Director Austria & CEE

- Tourismusausbildung und Studium Hotelmanagement
- Praktische Erfahrung im internationalen Hotelbetrieb bei Hilton
- Mitwirkung bei mehr als 50 Verkaufs-, Betreibersuch- und Beratungsmandaten in Österreich und Zentral- und Osteuropa
- Tätigkeitsschwerpunkte: Verkauf, Verpachtung



CHRISTIE & CO ALS AKTIVSTER  
IMMOBILIENMAKLER FÜR HOTELS IN  
GROSSBRITANNIEN UND DER EUROZONE  
IM JAHR 2025 AUSGEZEICHNET



## Über Christie & Co

**Ihr Partner für Projekte in Vermittlung,  
Bewertung und Beratung**

**Wir sind der führende Immobilienspezialist  
Europas in allen unseren Sektoren und haben das  
größte Team mit mehr als 300 Spezialisten in 22  
Büros.**

Zu unseren Kunden zählen:

- Privathoteliers
- Globale und lokale Hotelbetreiber sowie lokale und internationale Entwickler und Investoren
- Internationale Immobilienfonds
- Hotelmarken
- Führende europäische und internationale Finanzierer und Kreditfonds

Wir verfügen aktuell über 500+ Verkaufsmandate in Europa und haben im Jahr 2025 Hotels im Wert von über €7,4 Mrd. verkauft, bewertet oder beraten.

Neben dem Hauptsitz in London hat Christie & Co 22 Büros in Europa, unter anderem in Berlin, Paris, München, Frankfurt, Wien, Barcelona und Madrid.



# Inhaltsverzeichnis

---

|                     |    |
|---------------------|----|
| Marktanalyse        | 6  |
| Transaktionsmarkt   | 11 |
| Case Studies        | 17 |
| Transaktionsprozess | 22 |
| Q & A               | 26 |

BUSINESS. BUILT AROUND YOU.

# Marktanalyse

---



# Verschiebungen im österreichischen Beherbergungsmarkt

## Anzahl Betriebe nach Kategorie 2025 Österreich



### 5-/4-Sterne Hotels

Betriebe : ca. 2.900  
Betten: ca. 314.800



### 3-Sterne Hotels

Betriebe : ca. 4.600  
Betten: ca. 211.900



### 2-/1-Sterne Hotels

Betriebe : ca. 3.300  
Betten: ca. 94.100



### Gewerbliche Ferienwohnungen

Betriebe : ca. 12.500  
Betten: ca. 188.300



### Camping

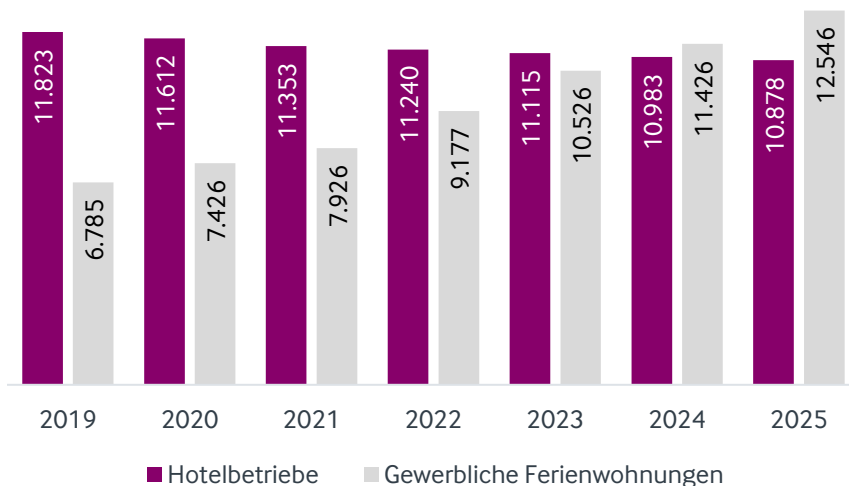
Betriebe : ca. 750  
Stellplätze: ca. 38.000



### Übrige<sup>2</sup>

Betriebe : ca. 2.800  
Betten: ca. 101.100

## Entwicklung der Betriebsanzahl

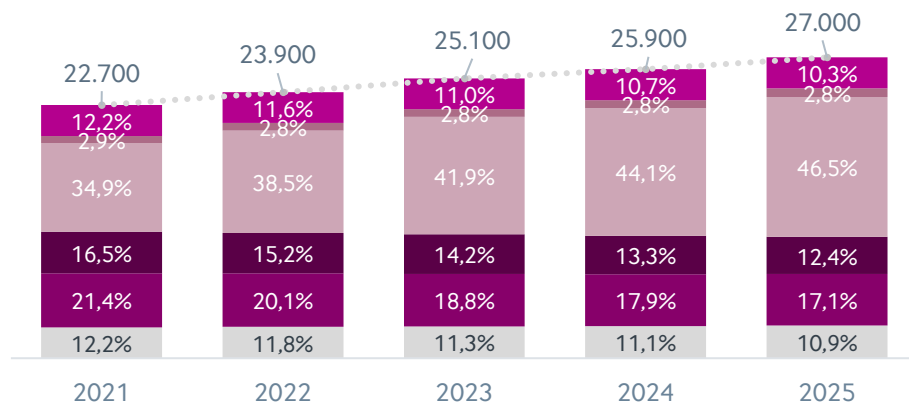


- Die Zahl der Hotelbetriebe ist zwischen 2019 und 2025 um rund 8 % gesunken.
- Trotz rückläufiger Betriebszahlen stellt die Hotellerie weiterhin den überwiegenden Teil der Bettenkapazität.
- Gewerbliche Ferienwohnungen gewinnen an Bedeutung, bleiben mit durchschnittlich rund 15 Betten je Betrieb jedoch kleinteilig strukturiert.

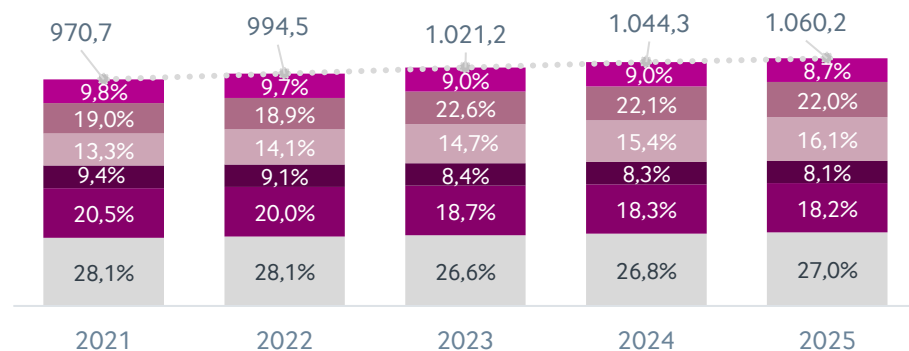
<sup>2</sup> Kurheime, Jugendherbergen, Schutzhütten, Kinder- und Jugenderholungsheime

# Wachstum im gehobenen Segment

Aufteilung Beherbergungsart nach Betrieben 2021 – 2025



Aufteilung Beherbergungsart nach Betten 2021 – 2025 (in Tsd.)



■ Übrige²  
 ■ Gewerbl. Ferienwohnungen/-häuser  
 ■ 3-Sterne-Hotels  
 ■ Camping  
 ■ 2-/1-Stern-Hotels  
 ■ 5-/4-Stern-Hotels

- Die Zahl der 5-/4-Sterne-Hotels ist zwischen 2021 und 2025 um 5,9 % gestiegen; gleichzeitig erhöhte sich ihr Anteil an der Bettenkapazität leicht.
- Demgegenüber ist die Zahl der 3-Sterne-Hotels um 4,2 % und jene der 2-/1-Sterne-Hotels um 10,8 % zurückgegangen.
- Die Entwicklung zeigt eine zunehmende Konzentration auf größere und höher positionierte Hotelbetriebe, während insbesondere kleinere Betriebe in den niedrigeren Kategorien aus dem Markt ausscheiden.

Entwicklung Betriebe 2021 – 2025

|                                 |                                    |
|---------------------------------|------------------------------------|
| <b>+ 5,9 %</b><br>5/4 Sterne    | <b>- 4,2 %</b><br>3 Sterne         |
| <b>- 10,8 %</b><br>2 / 1 Sterne | <b>+ 58,2 %</b><br>Ferienwohnungen |
| <b>+ 11,2 %</b><br>Camping      | <b>0 %</b><br>Übrige²              |

² Kurheime, Jugendherbergen, Schutzhütten, Kinder- und Jugendherholungsheime

Quelle: Statistik Austria

# Hotelstruktur & Markenpenetration

Tourismusjahr November 2024 - Oktober 2025

| Unterkunftsart | Betriebe      | Zimmer         | Betten         |
|----------------|---------------|----------------|----------------|
| <b>Summe</b>   | <b>10.878</b> | <b>294.072</b> | <b>620.733</b> |
| 5-/4-Sterne    | 2.929         | 151.715        | 314.778        |
| 3-Sterne       | 4.613         | 100.406        | 211.856        |
| 2-/1-Sterne    | 3.336         | 41.951         | 94.099         |

**113**

Ø Zimmer pro  
Markenhotel

**23**

Ø Zimmer pro  
unabhängigem Hotel

**483**

Hotelbetriebe mit  
Marke

**10.395**

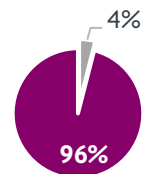
Unabhängige Hotels

## Bedeutende Ketten in Österreich

|                           |                             |                                |                                   |                                     |                                 |
|---------------------------|-----------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------|
| Österreichische<br>Marken | <b>JUFA</b><br>~ 40 Hotels  | <b>VAYA</b><br>~ 25 Hotels     | <b>Harrys Home</b><br>~ 11 Hotels | <b>Falkensteiner</b><br>~ 11 Hotels | <b>EEE</b><br>~ 8 Hotels        |
| Internationale Ketten     | <b>Accor</b><br>~ 43 Hotels | <b>Marriott</b><br>~ 27 Hotels | <b>Hilton</b><br>~ 23 Hotels      | <b>IHG</b><br>~ 15 Hotels           | <b>Motel One</b><br>~ 12 Hotels |

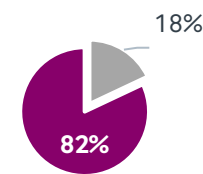
## Anteil Markenhotels

Betriebe



■ Marke ■ Unabhängig

Zimmer

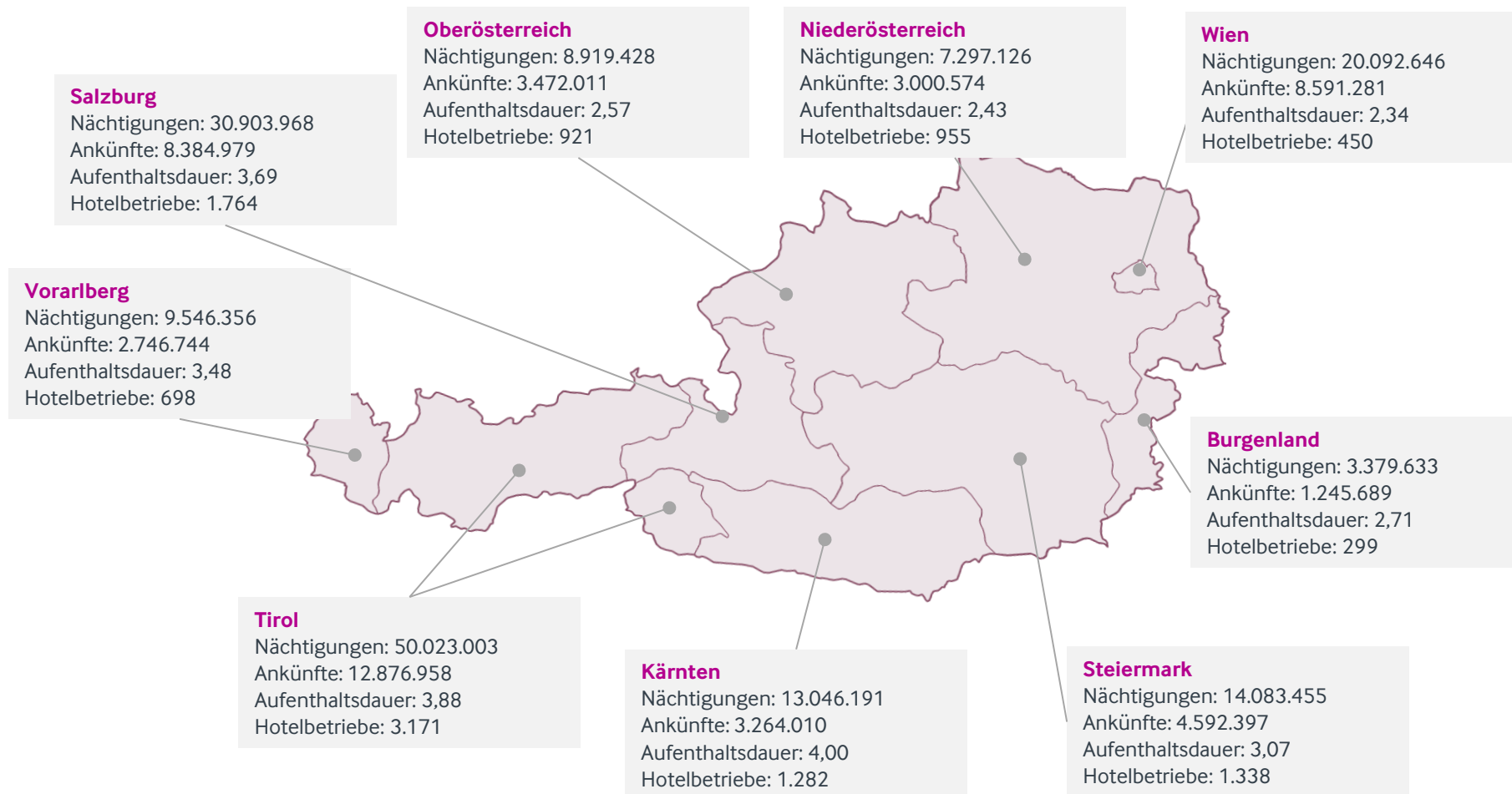


■ Marke ■ Unabhängig

- Österreich bleibt ein eigentümergeprägter Hotelmarkt.
- Markenhotels stellen nur einen kleinen Teil der Betriebe.
- Größere Betriebe konzentrieren sich verstärkt im Markensegment.
- Markendurchdringung erfolgt primär über Zimmerkapazität.

Quellen: Statistik Austria, Christie & Co Research

# Verteilung der Nachfrage nach Bundesländern (2025)



Quelle: Statistik Austria

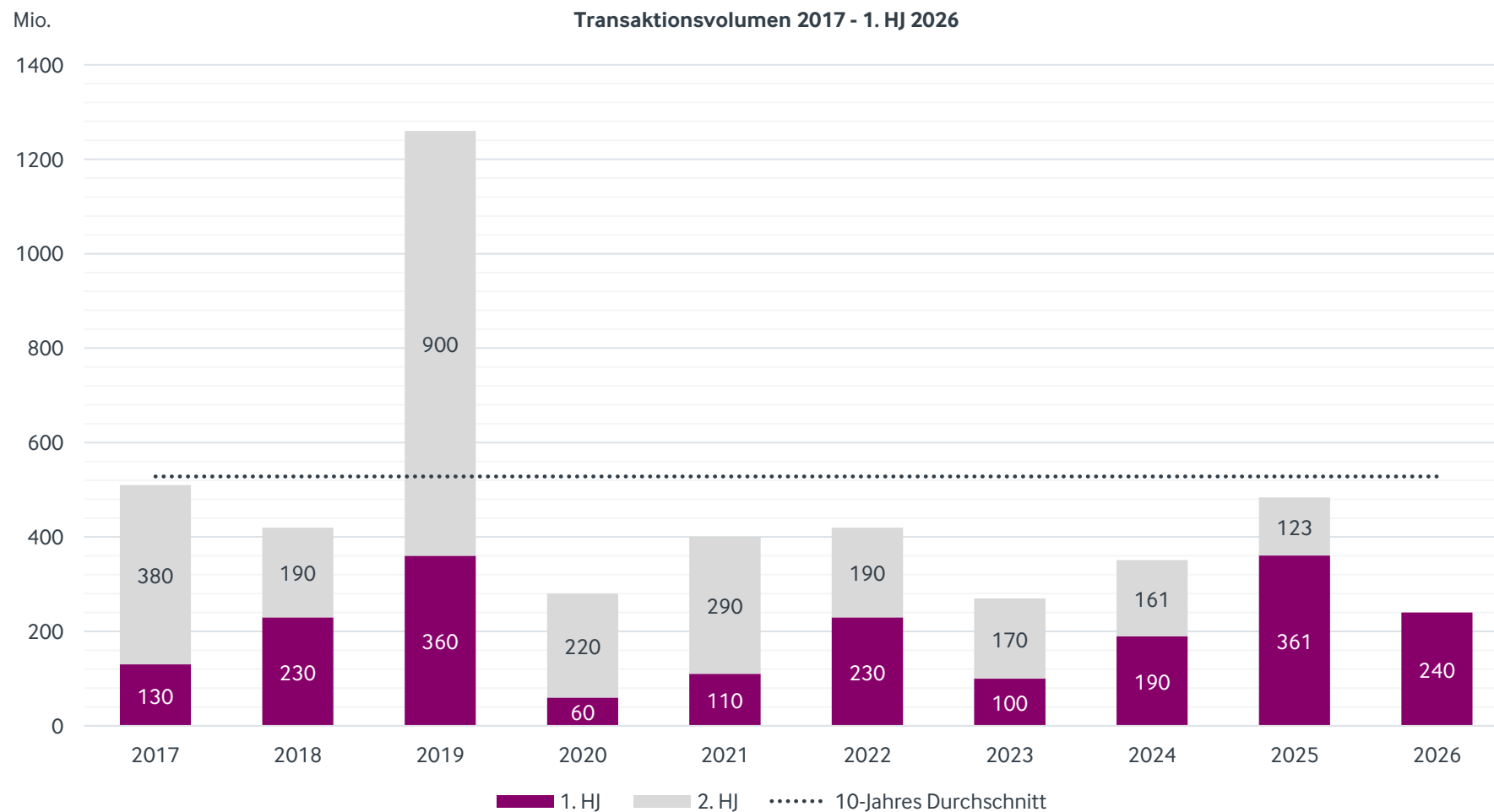
BUSINESS. BUILT AROUND YOU.

# Transaktionsmarkt

---



# Hoteltransaktionsmarkt Österreich



Quellen: Christie & Co Research, RCA

# Wer kauft Hotels – und was muss ein Objekt bieten?

## Institutionelle Investoren

### FOKUS

Langfristig verpachtete Stadthotels in sehr guten Lagen, sehr selektiv auch Ferienhotels

### SUCHT

Bonitätsstarke Betreiber, lange Laufzeit, stabile Mieterträge

*Geringes Risiko & planbare Rendite /  
z. B. Union Investment, Deka, UNIQA, Raiffeisen KAG*

## Hotelbetreiber & -gruppen

### FOKUS

Betreiberfreie Hotels oder Objekte mit Übernahme Potenzial

### SUCHT

Wachstumspotenzial, tragfähiger Businessplan, teils Immobilienpartner

*Beispiele: Leonardo, VAYA, Schiehs Hotels, DORMERO; vereinzelt auch Hoteliersfamilien*

## Vermögende Privatpersonen

### FOKUS

Charaktervolle Einzelobjekte und Trophy Assets

### SUCHT

Emotionale Bindung zum Haus, Prestige

*Seit Covid weniger internationale Aktivität;  
Ausnahmen bei absoluten Spitzenobjekten  
Historisch u. a. Käufer aus Osteuropa und Asien*

## Family Offices

### FOKUS

Hochwertige, langfristig verpachtete Hotels in Toplagen

### SUCHT

Verlässliche Betreiber, langfristige Perspektive

*Professionell gemanagtes privates Kapital in Form von Direktinvestments*

## Value-Add-Investoren

### FOKUS

Große Stadthotels mit Repositionierungs- oder Sanierungsbedarf

### SUCHT

Operatives Wertsteigerungspotenzial, Marken- oder Betreiberwechsel, klarer Exit

*Typischer Anlagehorizont: ca. 5–8 Jahre, häufig internationales Kapital aus USA und UK*

## (Lokale) Immobilieninvestoren

### FOKUS

Ferienhotels und Hotels in regionalen Städten

### SUCHT

Umnutzungs- oder Entwicklungspotenzial, flexible Exit-Optionen

*Opportunistisch hinsichtlich Halten oder Verkauf*

# Worauf achten Käufer?

## Käufer bewerten Hotels als Gesamtpaket

Der wirtschaftliche Ertrag ist wichtig, aber nie allein ausschlaggebend. Käufer beurteilen ebenso Standort, Zustand, Betreiber, Größe und Finanzierbarkeit.

Ein schlüssiges Gesamtbild schafft Vertrauen und erweitert den Kreis möglicher Käufer.

Entscheidend ist das Gesamtbild

LAGE

IMMOBILIE

ERTRAG

➡ RISIKO



### Standort

- Touristische Nachfrage
- Erreichbarkeit
- Mikrolage
- Saisonalität



### Immobilie

- Zustand & Investitionsbedarf
- Energieeffizienz & Nachhaltigkeit
- Entwicklungsreserven



### Finanzkennzahlen

- Betriebsergebnis
- Zimmerpreis & Auslastung
- Umsatz-Mix



### Betreiber

- Vertragslaufzeit
- Marke
- Sicherheiten & Bonität



### Kaufpreis & Finanzierung

- Eigenkapitalbedarf
- Finanzierbarkeit
- Höhe des Gesamtinvestments



### Hotelgröße

- Meist ab 40–50 Zimmer
- Je nach Standort auch etwas kleiner
- Größe ermöglicht betriebliche Synergien

Je besser Lage, Ertrag, Zustand und Betriebsgröße zusammenpassen, desto größer ist der Kreis geeigneter Käufer.

# Ausgewählte Transaktionen



## **Prielmayerhof, Linz**

Bestandsverhältnis: Betreiberfrei  
Zimmer: 73  
Käufer: Family Office  
Verkäufer: Privat



## **Hotel Spirodom, Admont**

Bestandsverhältnis: Betreiberfrei  
Zimmer: 67  
Käufer: Hotelbetreiber  
Verkäufer: Stift Admont



## **Triforêt, Hinterstoder**

Bestandsverhältnis: Betreiberfrei  
Zimmer: 61  
Käufer: Huemer Invest  
Verkäufer: Insolvenz



## **Hilton Garden Inn Innsbruck, AT**

Bestandsverhältnis: Bestandsfrei  
Zimmer: 159  
Käufer: Schiehser Hotels  
Verkäufer: Union Investment Real Estate



## **MyTirol / DORMERO BeHo Zugspitze, Tirol**

Bestandsverhältnis: Betreiberfrei  
Zimmer: 83  
Käufer: Dahlheim Immobiliegruppe  
Verkäufer: Swarovski



## **Sporthotel Fontana, AT**

Bestandsverhältnis: Bestandsfrei  
Zimmer: 125  
Käufer: Auszeit Hotels & Resorts  
Verkäufer: Verkehrsbüro



## **Hotel Brennerspitz**

Bestandsverhältnis: Bestandsfrei  
Zimmer: 47  
Käufer: Immobilienunternehmer  
Verkäufer: Privat



## **Mozart Vital Hotel, AT**

Bestandsverhältnis: Bestandsfrei  
Zimmer: 123  
Käufer: Lokaler Investor  
Verkäufer: Tiroler Sparkasse

# Weitere Transaktionen der letzten Jahre

| Jahr | Stadt        | Hotel                                   | Kategorie | Zimmeranzahl | Käufer                    |
|------|--------------|-----------------------------------------|-----------|--------------|---------------------------|
| 2026 | Wien         | Double Tree by Hilton Vienna Schönbrunn | 4-Sterne  | 247          | Hotelbetreiber            |
| 2026 | Wien         | Lindner Hotel am Belvedere              | 4-Sterne  | 219          | Value-Add Investor        |
| 2026 | Wr. Neustadt | Hilton Garden Inn                       | 4-Sterne  | 133          | Vermögende Privatperson   |
| 2026 | Innsbruck    | Hilton Garden Inn                       | 4-Sterne  | 159          | Hotelbetreiber            |
| 2026 | Niederöblarn | Sportsarea Grimming                     | 2-Sterne  | 50           | Lokaler Unternehmer       |
| 2026 | Steyr        | Hotel Mader                             | 4-Sterne  | 59           | Immobilieninvestor        |
| 2026 | Wien         | Andaz Wien Hauptbahnhof                 | 5-Sterne  | 303          | Institutioneller Investor |
| 2025 | Wien         | 25Hours Hotel                           | 4-Sterne  | 216          | Institutioneller Investor |
| 2025 | Wien         | Grand Hotel Wien                        | 5-Sterne  | 205          | Hotelbetreiber            |
| 2025 | Patergassen  | Almdorf Seinerzeit                      | 4-Sterne  | 51           | Vermögende Privatperson   |
| 2025 | Admont       | Hotel Spirodom                          | 4-Sterne  | 67           | Hotelbetreiber            |
| 2025 | Baden        | Hotel Sacher Baden                      | 4-Sterne  | 37           | Vermögende Privatperson   |
| 2025 | Linz         | Amedia Linz                             | 3-Sterne  | 97           | Immobilieninvestor        |
| 2025 | Linz         | Motel One Linz Hauptplatz               | 3-Sterne  | 111          | Family Office             |
| 2025 | Linz         | Prielmayerhof                           | 4-Sterne  | 73           | Family Office             |
| 2025 | Sautens      | Hotel Ritzlerhof                        | 4-Sterne  | 48           | Hotelbetreiber            |
| 2025 | Salzburg     | Meininger Salzburg City Center          | 2-Sterne  | 100          | Immobilieninvestor        |
| 2025 | Wien         | Vienna Marriott Hotel                   | 5-Sterne  | 328          | Private Equity            |
| 2025 | Wien         | Ritz Carlton                            | 5-Sterne  | 202          | Vermögende Privatperson   |
| 2024 | Amstetten    | Hotel Exel                              | 4-Sterne  | 59           | Hotelbetreiber            |
| 2024 | Wien         | Hotel Boltzmann                         | 3-Sterne  | 70           | Hotelbetreiber            |
| 2024 | Wien         | Ibis budget Wien Sankt Marx             | 2-Sterne  | 271          | Immobilieninvestor        |

Quellen: Christie & Co Research, RCA

BUSINESS. BUILT AROUND YOU.

# Case Studies

---



# Hotel Mader, Steyr

## CASE STUDY 01



**Vom familiengeführten Lebenswerk zur neuen  
Eigentümer- und Betreiberstruktur.**

## 59 ZIMMER

**≈ 90 Jahre  
Familientradition**

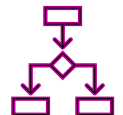
### Ausgangslage

Keine familieninterne Nachfolge, sensible Übergabe  
eines traditionsreichen Betriebs.



### Prozess

Frühe Gespräche ab 2023, Mandat Mitte 2024, gezielte  
Käufer- und Betreiberansprache.



### Ergebnis

Verkauf an Dahlheim Immobiliengruppe; künftiger  
Betrieb durch DORMERO.



# Grand Hotel Europa, Innsbruck

## CASE STUDY 02



**Viele Angebote sind noch kein Ergebnis:  
Vergleichbarkeit und Vertragstiefe entscheiden.**

**≈ 100**

Betreiber angesprochen

**30**

Angebote & Konzepte

**5**

Finalisten

### Komplexität

Pacht, Marke, Garantien, TSA, Capex und Verantwortungsmatrix mussten vergleichbar gemacht werden.



### Auswahl

Nicht die höchste nominelle Pacht, sondern Gesamtwert, Bonität und Konzeptqualität waren entscheidend.



### Ergebnis

Minor Hotels als langfristiger Partner für Revitalisierung und zukünftigen Betrieb.



# Hotel Brennerspitz, Neustift im Stubaital

## CASE STUDY 03



**Vom familiengeführten Hotel  
zum schrittweise entwickelten Aparthotel**

**ca. 50 ZIMMER**

Mandat Dezember 2024

### Ausgangslage

Eigentümerfamilie verkaufte aus gesundheitlichen Gründen.  
Senior-Eigentümer wohnten im Hotel.



### Käufer

Zwei lokale Immobilienunternehmer mit klarem Entwicklungs- und Repositionierungsansatz.



### Entwicklungskonzept

Vom familiengeführten Hotel zur schrittweisen Neupositionierung als Aparthotel



BUSINESS. BUILT AROUND YOU.

# Transaktionsprozess

---



# Strategische Optionen für Hoteleigentümer

## 1. Enkelfit machen

Ziel: Zukunftsfähigkeit sichern und den Wert des Hotels langfristig erhalten bzw. steigern

- Familienhotels mit geplanter Nachfolge
- Betriebe mit Entwicklungspotenzial
- Eigentümer, die ihr Hotel selbst weiterführen möchten

- Investitionen in Energieeffizienz und Nachhaltigkeit
- Digitalisierung und Automatisierung von Abläufen
- Moderne Systemlandschaft und vernetzte Hotelsoftware
- Optimierung von Angebot, Preisgestaltung und Kostenstruktur

## 2. Verpachtung

Ziel: Eigentum behalten und operative Verantwortung reduzieren

- Eigentümer ohne Nachfolgelösung
- Wunsch nach planbaren Einnahmen
- Schrittweiser Rückzug aus dem Tagesgeschäft
- Erhalt des Immobilieneigentums

- Betreiberqualität und Bonität sorgfältig prüfen
- Fixpacht, variable Pacht oder Mischmodelle abwägen
- Begrenzte Betreiberanzahl für Vollhotels in Ferienregionen

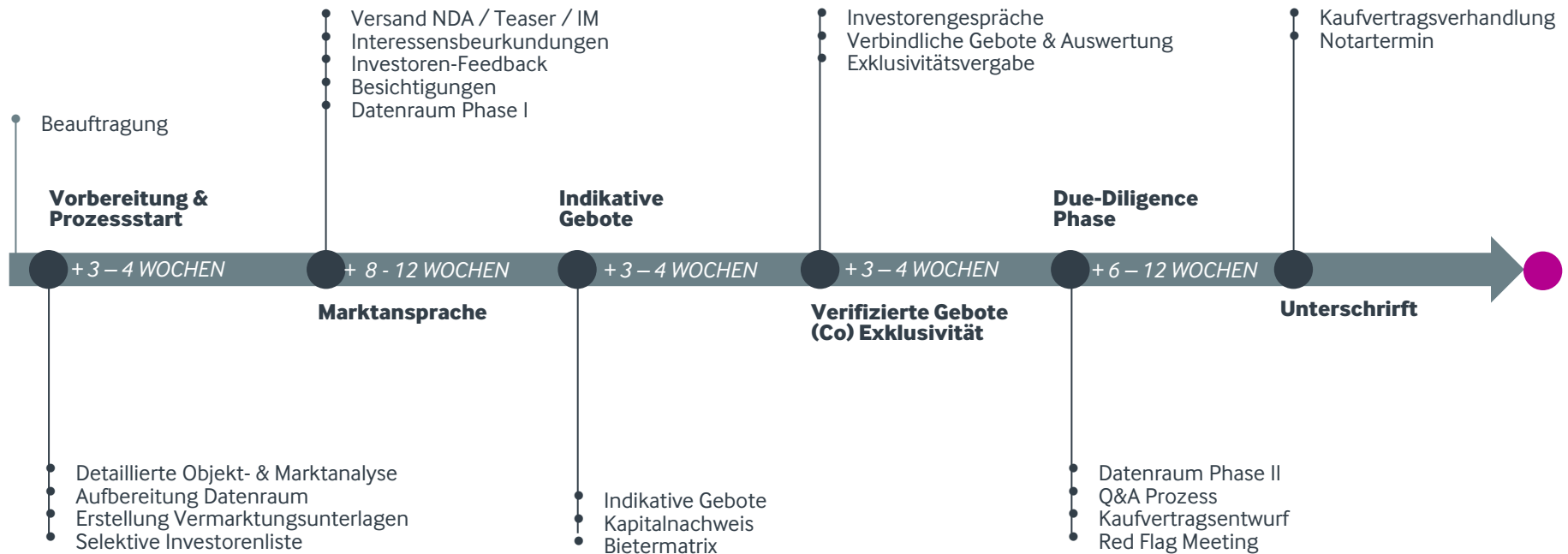
## 3. Verkauf

Ziel: Wert realisieren und geordnete Nachfolgelösung schaffen

- Eigentümer ohne interne Nachfolge
- Betriebe mit größerem Investitionsbedarf
- Wunsch nach vollständiger Übergabe
- Neuordnung der Vermögensstruktur

- Professionelle Aufbereitung aller Unterlagen
- Strukturierte und vertrauliche Käuferansprache
- Qualifizierung potenzieller Erwerber
- Maximierung von Transaktionssicherheit und Kaufpreis

# Wie läuft ein Hotelverkauf ab?



# Was es für einen strukturierten Hotelverkauf braucht

## Positionierung und Verkaufsunterlagen



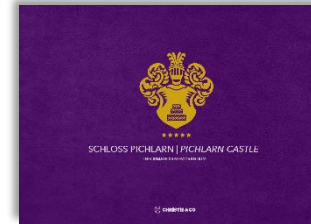
- Verkaufsstrategie und realistische Zielsetzung festlegen
- Stärken und Potenziale nachvollziehbar darstellen
- Verkaufsunterlagen und virtuellen Datenraum professionell aufbereiten

## Käuferstrategie und vertrauliche Ansprache



- Passende Käufergruppen im In- und Ausland identifizieren
- Geordnete und diskrete Ansprache entlang einer abgestimmten Liste
- Vertraulichkeitsvereinbarungen vor Freigabe sensibler Informationen

## Teaser



## NDA



## Investment Memorandum



## Qualifizierung und Prüfung



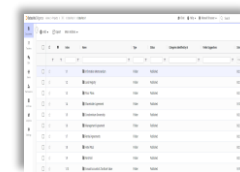
- Ernsthaftigkeit, Erwerbsstruktur und Finanzierungsfähigkeit prüfen
- Besichtigungen, Rückfragen und Datenraumzugang zentral steuern
- Angebote vergleichbar machen und Bedingungen transparent bewerten

## Verhandlung und Abschluss



- Kaufpreis, Transaktionsstruktur und wesentliche Bedingungen verhandeln
- Prüfungsprozess koordinieren und offene Punkte gezielt klären
- Vertrag, Finanzierung und Übergabe

## Datenraum



## Unterlagen



|                                                           |                                                                |                                                                     |
|-----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| Grundbuch, Eigentums- und Gesellschaftsunterlagen         | Betriebsanlagengenehmigung und relevante Bescheide             | Jahresabschlüsse, Betriebsergebnisse und Investitionshistorie       |
| Pläne, Flächenaufstellungen und behördliche Genehmigungen | Energieausweis, Wartungsprotokolle und technische Prüfberichte | Verträge, Versicherungen sowie Personal- und Betreiberinformationen |

# FRAGEN?

Wir freuen uns auf  
den Austausch!



**Lukas Hochedlinger MRICS**

Managing Director Central Northern  
Europe

**M** +43 (0) 699 1997 1365

**E** Lukas.Hochedlinger@christie.com

**Manuel Strasser**

Associate Director Investment &  
Letting

**M** + 43 (0) 699 1997 4545

**E** Manuel.Strasser@christie.com

**Elena Berwanger**

Consultant Investment &  
Letting

**M** +43 (0) 699 1997 1333

**E** Elena.Berwanger@christie.com



**BUSINESS. BUILT AROUND YOU.**

# Tipps

 Hotelvereinigung  
 oehv.hotelvereinigung  
 oesterreichische-hotelvereinigung





## WEBINAR

### “Unternehmensbewertung in der Hotellerie“

Do, 26. November 2026

#### Themen des Webinars:

- **Praxisnahe Bewertungsmethoden** für die Hotellerie
- **Immobilienwert vs. Unternehmenswert:** Die Unterschiede
- **Wichtige Kennzahlen:** Umsatz, GOP, EBITDA & Cashflow richtig einordnen
- **Schnellbewertung:** Einsatz von Multiplikatoren & vereinfachtem DCF-Ansatz
- **Do-it-yourself:** Den eigenen Unternehmenswert mit wenig Aufwand selbst ermitteln

 **Details und Anmeldung →**



# Save-the-date: Online-Talk DSGVO-Auffrischung



19. Okt. 2026, 10:00-11:30  
Uhr

**Mag. (FH) Annemarie Maurer**  
H3 Hotel Training & Beratung

- Grundprinzipien der DSGVO
- die wichtigsten To-dos im Hotelalltag
- Marketing und Videoüberwachung
- richtig reagieren bei Datenverlust
- Ihre Fragen

Hier anmelden!





# Danke für Ihre Aufmerksamkeit.

 Hotelvereinigung  
 oehv.hotelvereinigung  
 oesterreichische-hotelvereinigung