MARKTWERTREPORT 2027

von alpinen Hotels nach Destinationen

Ø 239.293 €
Marktwert pro Hotelzimmer (netto) 4 Sterne

60 – 70 ZIMMER
Durchschnittliche Referenzbetriebsgröße

2,3 %P
Anstieg des 3-Monats-Euribor seit 2015

Vermögenswerte steigen - die wirtschaftlichen Spielräume bleiben begrenzt

Die österreichische Ferienhotellerie zählt zu den kapitalintensivsten Branchen der heimischen Wirtschaft. Grundstücke, Gebäude, technische Anlagen und hochwertige Einrichtungen binden erhebliche finanzielle Mittel. Besonders in etablierten alpinen Tourismusdestinationen haben attraktive Lagen, begrenzte Flächenverfügbarkeit und hohe Bau- und Entwicklungskosten zu beträchtlichen Immobilienwerten beigetragen. Damit entsteht allerdings ein wirtschaftlicher Widerspruch: Während die Verkehrswerte vieler Betriebe deutlich über ihren historischen Anschaffungs- und Buchwerten liegen können, entwickelt sich die operative Ertragskraft nicht immer im gleichen Ausmaß.

Hohe Vermögenswerte bedeuten noch keine hohe Rentabilität. Ein Hotel kann über erhebliche stille Reserven verfügen und dennoch Schwierigkeiten haben, seine laufenden Finanzierungskosten, notwendigen Ersatzinvestitionen oder die nächste umfassende Modernisierung aus eigener Kraft zu finanzieren. Diese Diskrepanz zwischen Vermögenssubstanz und erwirtschafteten Cashflows prägt zunehmend die wirtschaftliche Situation der familiengeführten Ferienhotellerie.

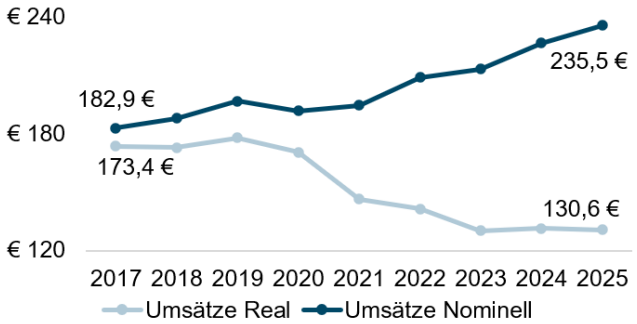
Der entscheidende Maßstab für die langfristige Zukunftsfähigkeit eines Hotels ist daher nicht ausschließlich die Höhe des vorhandenen Immobilienvermögens. Vielmehr geht es darum, ob das eingesetzte Kapital eine angemessene Rendite erwirtschaftet und der Betrieb dauerhaft ausreichend Liquidität generiert.

Die Hotellerie steht vor einer Ertragsfrage

Die österreichische Ferienhotellerie profitiert grundsätzlich von ihrer touristischen Attraktivität und einem hochwertigen Beherbergungsangebot. Dennoch führen gute Nächtigungszahlen und steigende Zimmerpreise nicht zwangsläufig zu besseren Betriebsergebnissen.

Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen haben sich in den vergangenen Jahren deutlich verändert. Insbesondere die Instandhaltung sowie Personal-, Betriebs- und Finanzierungsaufwendungen beanspruchen einen erheblichen Anteil der erwirtschafteten Umsätze. Hinzu kommt ein zunehmend schwieriges Nachfrageumfeld. Zwei Drittel der Sommergäste kommen aus Österreich und Deutschland, also aus jenen beiden Ländern, die in Europa das niedrigste Wirtschaftswachstum aufweisen. Die Kaufkraft ist in den beiden Staaten gesunken, es wird gespart – angstgespart, wie es heißt.

Umsätze im Österreich-Tourismus pro Nacht nominell vs. real



Kapitalintensität als zentrale Herausforderung

Nicht der höchste Umsatz je Zimmer führt automatisch zum besten wirtschaftlichen Ergebnis, sondern jener Umsatz, aus dem nach Abzug aller erforderlichen Aufwendungen ein nachhaltig

tragfähiger Ertrag verbleibt, auch in Relation zum Kapitaleinsatz.

Die hohe Kapitalbindung ist ein strukturelles Merkmal der Ferienhotellerie. Hotelimmobilien müssen regelmäßig modernisiert und an veränderte Gästebedürfnisse angepasst werden. Während bei anderen Immobiliennutzungen wesentliche Gebäudebestandteile oft über längere Zeiträume unverändert genutzt werden können, unterliegen Hotels vergleichsweise kurzen Erneuerungszyklen. Zimmer, Bäder, Wellnessbereiche, Gastronomieeinrichtungen und technische Anlagen verlieren nicht nur physisch an Wert, sondern können auch durch veränderte Marktanforderungen wirtschaftlich überaltern. Dadurch entsteht ein laufender Reinvestitionsbedarf, der bei der Beurteilung der Wirtschaftlichkeit nicht unterschätzt werden darf.

Ein Hotelbetrieb kann einen positiven Gross Operating Profit (GOP) ausweisen und dennoch zu wenig freie Mittel erwirtschaften, um den Kapitaldienst zu leisten und gleichzeitig die langfristige Qualität des Immobilienbestands zu sichern. Gerade hier liegt eine wesentliche Herausforderung vieler familiengeführter Betriebe: Die Immobilie stellt zwar einen erheblichen Vermögenswert dar, die finanziellen Mittel sind jedoch dauerhaft gebunden.

Zinsumfeld als Belastungsprobe für den Hotelimmobilienmarkt

Nach der Zinssenkungsphase 2024/25 hat sich das Finanzierungsumfeld 2026 wieder spürbar verschärft. Die EZB hat ihre Leitzinsen im Juni und im September 2026 um jeweils 0,25 Prozentpunkte angehoben. Noch deutlicher zeigt sich der Anstieg bei den für Kredite maßgeblichen Referenzzinsen: Der 12-Monats-Euribor lag im Sommer 2026 rund 0,7 Prozentpunkte über dem Vorjahresniveau. Für Betriebe mit variabel verzinsten Krediten oder anstehenden Anschlussfinanzierungen bedeutet das eine zusätzliche Belastung, gerade bei ohnehin knappen Margen. Trotz des verschärften Finanzierungsumfelds zeigt sich der österreichische Hoteltransaktionsmarkt 2026 aktiv. Zudem sind Bestandsobjekte gefragt, da hohe Bau- und Finanzierungskosten Neubauprojekte zunehmend erschweren.

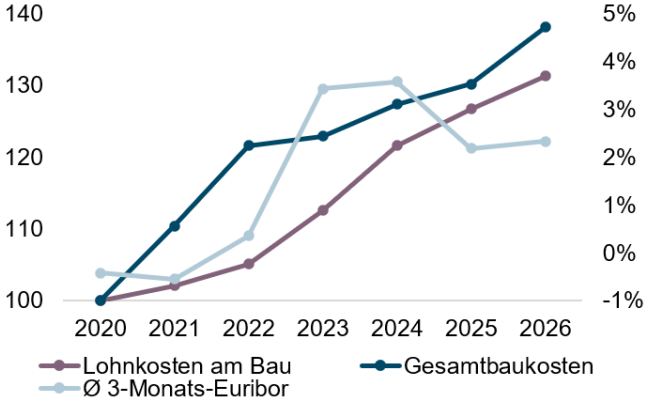
Für 2027 ist davon auszugehen, dass sich der Druck auf die Betriebe weiter erhöht. Steigende Finanzierungskosten, auslaufende Zinsbindungen und anhaltender Investitionsbedarf dürften vor allem kleinere, familiengeführte Betriebe belasten. Gleichzeitig eröffnen sich für kapitalstarke Käufer und strategische Betreiber zunehmend Chancen, Betriebe zu übernehmen.

Baukosten und Ertragswert driften auseinander

Die gestiegenen Baukosten erhöhen die Eintrittsbarrieren für neue Hotelprojekte. Gleichzeitig verteuern sie Erweiterungen, Modernisierungen und Ersatzinvestitionen im Bestand. Hohe Wiederherstellungskosten können die Knappheit bestehender Hotelimmobilien unterstreichen. Sie begründen jedoch nicht automatisch einen entsprechend hohen Marktwert. Wenn die erzielbaren Betriebsergebnisse keine ausreichende Verzinsung des eingesetzten Kapitals zulassen, entsteht eine wirtschaftliche Diskrepanz zwischen Baukosten und Ertragswert.

Für die Immobilienbewertung gewinnt deshalb die Frage an Bedeutung, welche Investitionen notwendig sind, um die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit und Ertragskraft eines Hotels zu sichern.

Bau- & Lohnkostenindex und Ø 3-Monats-Euribor



Hotelimmobilienwerte: Zwischen Substanzwert und Ertragswert

Die Bewertung von Hotelimmobilien unterscheidet sich wesentlich von jener klassischer Wohn- oder Büroimmobilien. Während bei vermieteten Immobilien häufig langfristig vereinbarte Mieterträge die Grundlage der Bewertung bilden, hängen die Erträge eines Hotelbetriebs unmittelbar von der touristischen Nachfrage, der Wettbewerbsposition und der operativen Leistungsfähigkeit ab.

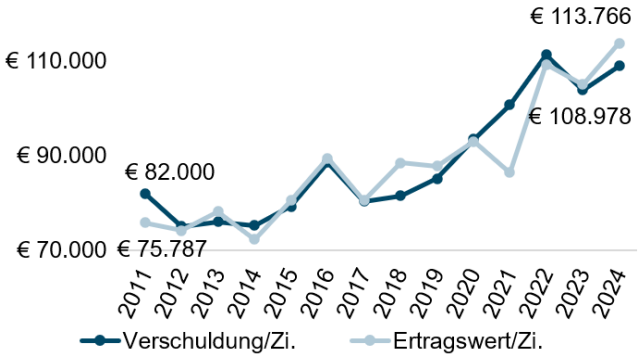
Damit besitzt der Hotelimmobilienmarkt eine besondere Verbindung zwischen Immobilienwirtschaft und Tourismusbetriebswirtschaft. Hohe Grundstückswerte, aufwendige Bauqualität und eine attraktive Destination können den Wert einer Hotelimmobilie stützen. Sie ersetzen jedoch keine tragfähige Ertragsbasis. Umgekehrt kann ein professionell geführter Betrieb mit stabilen Cashflows und geringem Investitionsbedarf

wirtschaftlich attraktiver sein als eine wesentlich kapitalintensivere Immobilie mit vergleichbarer Auslastung.

Für die Ermittlung marktgerechter Hotelimmobilienwerte ist daher eine ganzheitliche Betrachtung erforderlich. Neben Lage, Grundstück, Gebäude und Ausstattung müssen insbesondere die nachhaltige Ertragskraft, die Wettbewerbsfähigkeit, der Investitionsbedarf sowie die marktüblichen Rendite- und Risikoanforderungen berücksichtigt werden. Die tatsächliche Verschuldung des jeweiligen Eigentümers ist dabei von der Marktwertbestimmung der Immobilie zu unterscheiden.

Während die bestehenden Kredite maßgeblich die finanzielle Situation des Eigentümers beeinflussen, wird der Immobilienmarktwert durch die Eigenschaften und wirtschaftlichen Nutzungsmöglichkeiten des Objekts bestimmt. Der Wert einer Hotelimmobilie ergibt sich somit nicht allein aus ihrer baulichen Substanz, sondern wesentlich aus ihrer Fähigkeit, langfristig marktgerechte Erträge zu erwirtschaften.

Verschuldung und Ertragswert pro Zimmer (Median) in der 4/5-Sterne-Hotellerie

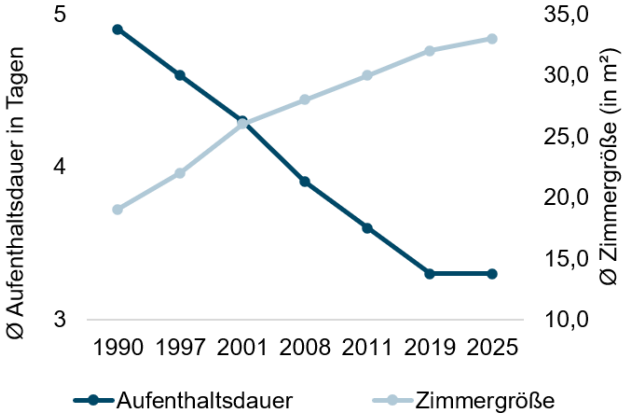


Attraktivität von Hotelimmobilien als Anlageklasse

Trotz der wirtschaftlichen Herausforderungen bleibt die Ferienhotellerie für Investoren interessant. Hotelimmobilien in etablierten alpinen Destinationen gelten aufgrund ihrer begrenzten Verfügbarkeit als vergleichsweise wertbeständig. Institutionelle Anleger, Hotelgruppen und zunehmend auch Privatanleger sehen darin ein Instrument zur Inflationsabsicherung und Portfoliodiversifikation.

Gleichzeitig sind Investoren selektiver geworden. Die Bewertung richtet sich weniger nach der Lage oder der baulichen Substanz allein als nach der nachhaltigen Ertragskraft, dem Investitionsbedarf und der Zukunftsfähigkeit des Konzepts. Dabei spielen auch die veränderten Anforderungen an das Hotelprojekt eine Rolle. Die durchschnittliche Zimmergröße hat sich seit 1990 von rund 19 auf 33 m² nahezu verdoppelt, während die Aufenthaltsdauer von 4,9 auf 3,3 Tage gesunken ist. Zeitgemäße Hotelkonzepte erfordern damit mehr Kapital je Zimmer und müssen zugleich mehr Gästewechsel bewältigen.

Zimmergröße zu Aufenthaltsdauer (Kalenderjahr)



Stille Reserven lösen keine Liquiditätsprobleme

Viele österreichische Hotelbetriebe verfügen über Immobilien, deren heutige Marktwerte deutlich über den bilanzierten Buchwerten liegen können. Diese stillen Reserven bilden einen wesentlichen Teil des Vermögens familiengeführter Tourismusunternehmen.

In wirtschaftlich schwierigen Situationen können sie zusätzliche Sicherheiten für Finanzierungen darstellen oder im Zuge einer Veräußerung beziehungsweise Umstrukturierung realisiert werden. Allerdings sind stille Reserven nicht mit frei verfügbaren finanziellen Mitteln gleichzusetzen.

Eine Wertsteigerung der Immobilie verbessert nicht automatisch die Fähigkeit des laufenden Betriebs, Zins- und Tilgungsverpflichtungen zu bedienen. Auch eine zusätzliche Beleihung führt zunächst zu neuer Liquidität, gleichzeitig aber zu höheren zukünftigen finanziellen Verpflichtungen.

Damit entsteht ein Spannungsfeld zwischen Vermögenssubstanz, Verschuldung und operativer Wirtschaftlichkeit. Besonders deutlich wird dies bei älteren, gut gelegenen Ferienhotels mit erheblichem Immobilienvermögen, aber begrenzter Ertragskraft und hohem Modernisierungsbedarf.

Marktwert pro Zimmer von alpinen Hotels nach Destinationen

Erhoben wird der Marktwert pro Hotelzimmer in der 4-Sterne-Kategorie, inklusive Grund und Einrichtung, ohne Investitionsstau und ohne besondere Infrastruktur. Vorausgesetzt werden eine jederzeit mögliche Betriebsfortführung sowie eine vorhandene Betriebsanlagengenehmigung. Die in der Branchenerhebung erfassten Ferienhotels verfügen im Durchschnitt über 60 bis 70 Zimmer. Mit zunehmender Betriebsgröße sinkt der Marktwert pro Einheit. Die regionale Einteilung erfolgt nach touristischen Destinationen.

Die Transaktionsrichtwerte sind aggregiert und bilden Markttendenzen ab, nicht die Besonderheiten eines einzelnen Hotels. Der Marktwertreport liefert damit Marktindikationen, ersetzt jedoch keine Einzelfallbewertung.

Destination	Basis-Transaktions-Richtwert (netto) pro Einheit 4*
Kitzbühel Tourismus	337.090 €
Lech Zürs / Warth-Schröcken	335.405 €
Serfaus-Fiss-Ladis	328.410 €
Obertauern	312.500 €
Wilder Kaiser	293.185 €
St. Anton am Arlberg	269.540 €
Mayrhofen-Hippach	256.820 €
Kitzbüheler Alpen-St. Johann	251.500 €
Ötztal Tourismus	250.055 €
Zell am See-Kaprun	247.165 €
Seefeld	245.000 €
Saalbach Hinterglemm	234.645 €
Paznaun-Ischgl	234.520 €
Stubai Tirol	230.020 €
Tux-Finkenberg	228.295 €
Achensee	222.820 €
Erste Ferienregion im Zillertal	211.025 €
Kitzbüheler Alpen-Brixental	208.985 €
Gasteinertal	208.720 €
Hochkönig	205.710 €
Pitztal	199.215 €
Montafon	196.650 €
Schladming-Dachstein	191.915 €
Tiroler Zugspitz Arena	184.850 €
Salzburger Sportwelt (Neufusionierung)	171.705 €
Turracher Höhe	165.880 €



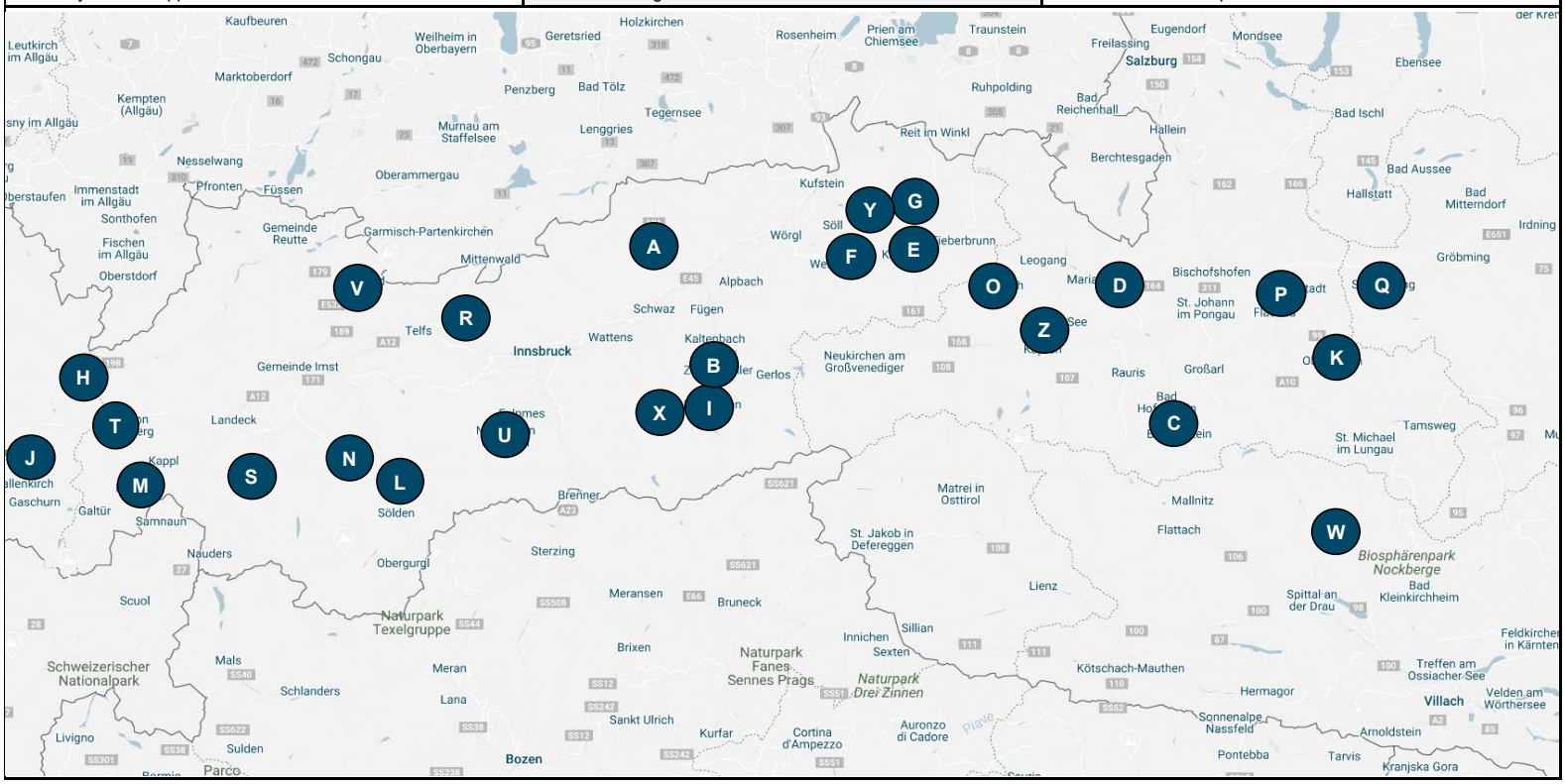
RÜCKFRAGEN UND KONTAKT

AUTOR

Prodinger Tourismusberatung

Thomas Reisenzahn
t.reisenzahn@prodinger.at

Lage der Destinationen		
A Achensee	J Montafon	R Seefeld
B Erste Ferienregion im Zillertal	K Obertauern	S Serfaus-Fiss-Ladis
C Gasteinertal	L Ötztal Tourismus	T St. Anton am Arlberg
D Hochkönig	M Paznaun-Ischgl	U Stubai Tirol
E Kitzbühel Tourismus	N Pitztal	V Tiroler Zugspitz Arena
F Kitzbüheler Alpen-Brixental	O Saalbach Hinterglemm	W Turracher Höhe
G Kitzbüheler Alpen-St. Johann	P Salzburger Sportwelt (Neufusionierung der TVBs Altenmarkt-Zauchensee, Eben i. Pongau, Radstadt und Wagrain-Kleinarl)	X Tux-Finkenberg
H Lech Zürs / Warth-Schröcken		Y Wilder Kaiser
I Mayrhofen - Hippach	Q Schladming-Dachstein	Z Zell am See - Kaprun



PRODINGER TOURISMUSBERATUNGS GMBH

Parkring 12/80b, 1010 Wien | Professor-Ferry-Porsche-Straße 28, 5700 Zell am See
+43 1 890 730 9 | +43 6542 736 61-1544
tourismusberatung@prodinger.at
www.prodinger-tourismusberatung.at