



Die Privathotellerie Wiens

Gesunder Wettbewerb oder schädliche Verdrängung?

str

Mai 2017

 **CHRISTIE & CO**

Alles Andere als verstaubt

Die Wiener Privathotellerie im Wandel

Kaum eine Branche ist in den letzten Jahren so unter Druck geraten wie die Wiener Privathotellerie. Die touristische Nachfrage steigt und Wien gilt nach wie vor als sicherer Standort. So werden zunehmend neue Hotels errichtet und internationale Ketten drängen auf den Markt. Gleichzeitig sorgen die Mehrwertsteuererhöhung, Registrierkassenpflicht, neue Buchungskanäle und Privatzimmervermietung für eine zusätzliche Wettbewerbsverschärfung.

Doch wie steht es aktuell tatsächlich um die Privathotels und deren Entwicklung in der Bundeshauptstadt? Wie schätzen Eigentümer und Betreiber ihre aktuelle Position und die Zukunftsaussichten ein? Was sind die größten Herausforderungen bzw. was können Privathotels besser machen?

Christie & Co, Europas Nummer eins bei Hotelimmobilien, hat daher Interviews mit Wiener Privathoteliers geführt und auf den folgenden Seiten einen Überblick ihrer Einschätzungen eingefangen.

Wir wünschen Ihnen viel Freude beim Lesen und hoffen, Ihnen einen spannenden Markteinblick geben zu können.



Lukas Hochedlinger
Managing Director Central & Northern Europe



Simon Kronberger
Senior Consultant Investment & Letting

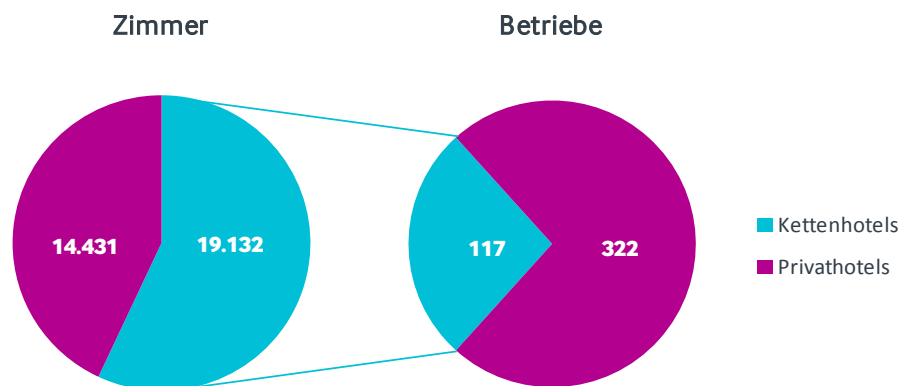
Mehr Privathotels, größere Kettenhotels

Entwicklung des Hotelangebots in Wien 2007 - 2016

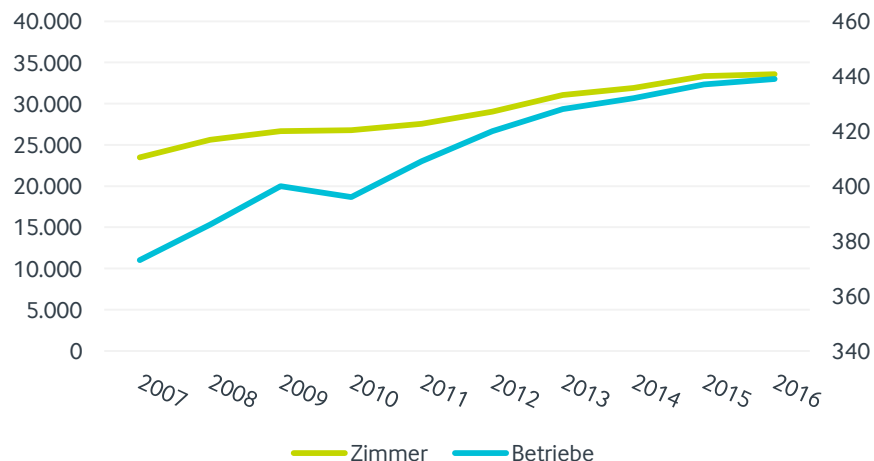
Über die letzten 10 Jahre gab es ein kontinuierliches Wachstum an Hotelbetrieben in Wien. Während 2007 erst 373 Betriebe mit insgesamt etwa 23.500 Zimmern existierten, waren es 2016 bereits 439 Hotels mit 33.600 Zimmern. Während also im Vergleichszeitraum von 10 Jahren die Anzahl der Betriebe um 18 % stieg, verzeichnete die Zimmeranzahl in derselben Periode eine Steigerung um fast 45 %.

Von den aktuell 439 Hotels werden 117 als Kettenhotels mit einer Marke geführt, die aber 19.132 der Zimmer umfassen. 27 % der Hotels machen also 57 % der Zimmer aus und sind mit einer Durchschnittskapazität von 164 Zimmern um 120 Zimmer größer als die privat geführten Häuser, die im Schnitt auf 45 Zimmer kommen.

Aufteilung Kapazitäten Wien



Entwicklung Kapazitäten Wien

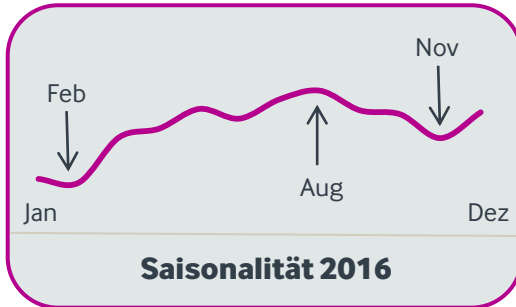


Christie & Co hat im Februar und März 2017 qualitative Interviews nach einem standardisierten Fragenkatalog geführt, wobei als relevante Größe jene 129 Privathotels herangezogen wurden, die über 37 Zimmer aufweisen. Die Rücklaufquote der Umfrage lag bei fast 50 %. Diese Ergebnisse werden im Laufe der Studie zeitweise auch mit den Daten einer ähnlichen Erhebung von Christie & Co aus dem Jahr 2013 verglichen.

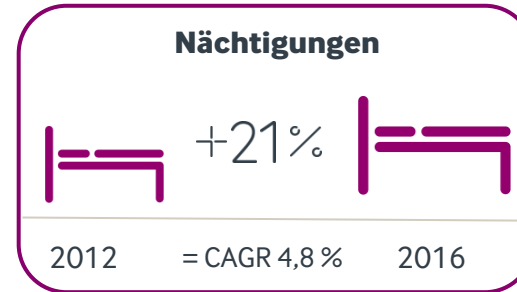
Es ist davon auszugehen, dass die nicht berücksichtigten Betriebe, also jene 193 Hotels mit einer Größe von 37 Zimmern oder weniger (durchschnittlich circa 18 Zimmer/Hotel), ebenfalls überwiegend eigentümergeführt sind.

Steigende Nachfrage, andere Quellmärkte

Nachfrageentwicklung in Wien 2012 - 2016

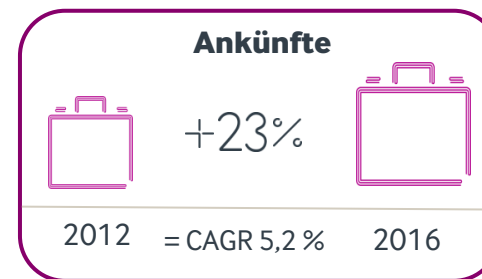


Bei der Analyse zeigt sich die seit Jahren zu beobachtende Saisonalität der Stadt mit einem schwachen Jahresbeginn und einer dann stark steigenden Nachfrage. Den Höhepunkt im Jahresverlauf stellt der August dar, in dem auch über die letzten Jahren konstant die höchsten Nächtigungszahlen verzeichnet wurden.



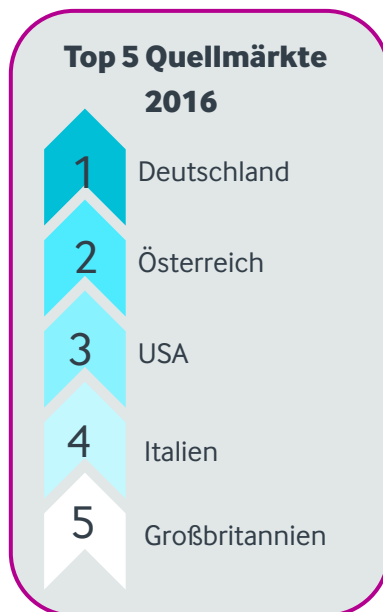
China schaffte es 2016 erstmals in die Top 10 der Quellmärkte.

Insgesamt wurden im Jahr 2016 über 13,5 Millionen Nächtigungen in Hotels und Hotels garni in Wien verzeichnet. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer kann im Rückblick auf die vergangenen fünf Jahre als marginal rückläufig bezeichnet werden und belief sich im Jahr 2016 auf 2,13 Nächte pro Ankunft (2012: 2,17 Nächte).



Wien verzeichnete 2016 zum siebten Mal in Folge steigende Ankünfte und Nächtigungszahlen.

Im Jahr 2016 wurden rund 6,3 Millionen Ankünfte in Hotels und Hotels garni in Wien verzeichnet. Die Wachstumsrate im Vorjahresvergleich gestaltete sich mit 3,8 % etwas geringer als in den zwei vorangegangenen Jahren (6-7 %), was aber als stabiles und nachhaltiges Wachstum bezeichnet werden kann.



Bei Betrachtung von Wiens Quellmärkten fällt auf, dass hier viel Bewegung herrscht. War Russland 2012 noch unter den Top 5 zu finden, gestalten sich die Nächtigungszahlen seitdem rückläufig und 2016 nahm das Land nur noch Platz 9 ein. Aufgefangen wird dieser Einbruch durch eine stark steigende Nachfrage aus China (+ 66 %) und Großbritannien (+ 62 %). Ob sich die Nachfrage aus Großbritannien nach dem Brexit weiterhin so positiv entwickelt, bleibt abzuwarten. Ungebrochen hoch bleibt allerdings die Nachfrage aus Deutschland, das seit jeher wichtigster Quellmarkt Wiens ist. Auch 2016 wurden fast drei Millionen Nächtigungen von dem Nachbarland generiert, was rund einem Viertel aller Übernachtungen entspricht.

Privathotels punkten bei der Performance

Vergleich der Performance „Unbranded“ vs. „Branded“ Hotels

Gemeinsam mit STR, einem der weltweit führenden Anbieter von Performancekennzahlen für die Hotellerie, hat sich Christie & Co die Daten der Wiener Hotels angesehen. Diese wurden in die Gruppen Markenhotels und Privathotels bzw. unabhängige Hotels, ohne Anbindung an eine internationale Marke, geteilt. Dabei zeigt sich, dass jene Hotels ohne internationale Markenbindung in Wien deutlich besser abschneiden als international geführte Hotels. Als Vergleichszeitraum betrachten wir das erste Quartal 2017, welches erfahrungsgemäß die schwächste Periode für den Wiener Städtetourismus ist.

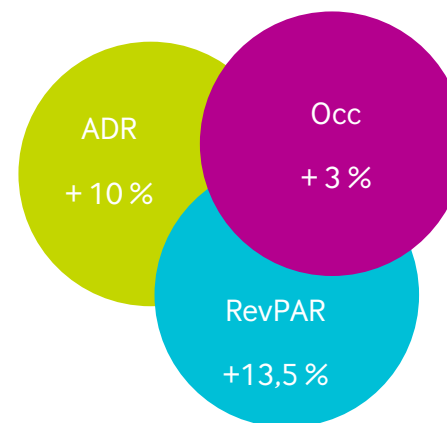
Bei der Zimmerauslastung ist die Performance mit jeweils durchschnittlich etwa 60 % noch relativ ähnlich, wobei hier die Privathotels bereits um 1,7 Prozentpunkte vor Kettenhotels liegen. Verblüffend ist hingegen der Unterschied bei der Durchschnittsrate (ADR). Während Markenhotels auf eine ADR von 88 Euro kommen, liegen Privathotels im Schnitt um fast 10 Euro darüber, also bei 97 Euro im ersten Quartal 2017. Daraus ergibt sich auch beim Zimmererlös (RevPAR) ein Unterschied von sieben Euro zu Gunsten der Betriebe ohne Marke.

Die Durchschnittsrate des Gesamtmarktes liegt zwar marginal unter den Zahlen aus dem Vergleichszeitraum 2016, was unter anderem auf die Erhöhung der Mehrwertsteuer zurückzuführen ist. Dennoch zeigen sich ähnliche Unterschiede zwischen Privat- und Markenhotels sowohl für das erste Quartal des vergangenen Jahres als auch für das Gesamtjahr 2016.

Entgegen der Meinung vieler Hoteliers schaffen es die Privathotels also sehr wohl, sich bei der Ratendurchsetzung gegenüber dem stärker werdenden Markt an Kettenhotels durchzusetzen.

Da nicht alle Hotels von STR erfasst werden, ist davon auszugehen, dass die Vergleichsdaten eher von größeren Privathotels in Wien stammen.

Performance Privathotels vs. Kettenhotels



YTD Q1 2017	Auslastung	Durchschnittsrate (€)	Zimmererlös (€)
Unbranded	60,4 %	97	59
Branded	58,7 %	88	52

Quelle: STR; die Wiederveröffentlichung oder weitere Verwendung dieser Daten ohne ausdrückliche schriftliche Genehmigung durch STR ist streng verboten.

Bewertungsportal sticht Hotelklassifizierung

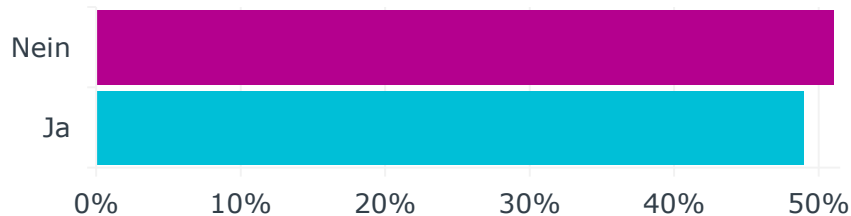
„Sind die klassischen Sternekategorien als Klassifizierung noch zeitgemäß?“

Beobachtet man den Hotelmarkt in Wien, so zeigt sich, dass sich immer weniger Hotels nach den bekannten Sternekategorien klassifizieren lassen. Im Jahr 2010 waren erst 34 Hotels nicht kategorisiert, darunter überwiegend Kettenhotels, die aufgrund ihrer internen Standards ohnehin von jedem Gast unabhängig der Sternekategorie eingeordnet werden konnten. Im Jahr 2016 gab es bereits über 70 Hotels ohne Kategorisierung. Entgegen des damaligen Trends sind es nun zunehmend Privathotels, die auf die Kategorisierung verzichten und sich durch einen individuellen Marktauftritt differenzieren.



Sterne bieten Orientierungshilfe hinsichtlich Service und Ausstattung, wobei die Kriterien nicht alle zeitgemäß sind.

Jennifer Müllner, Hotel Boltzmann



Zeitgemäße Produkte brauchen nur Gästebewertungen.

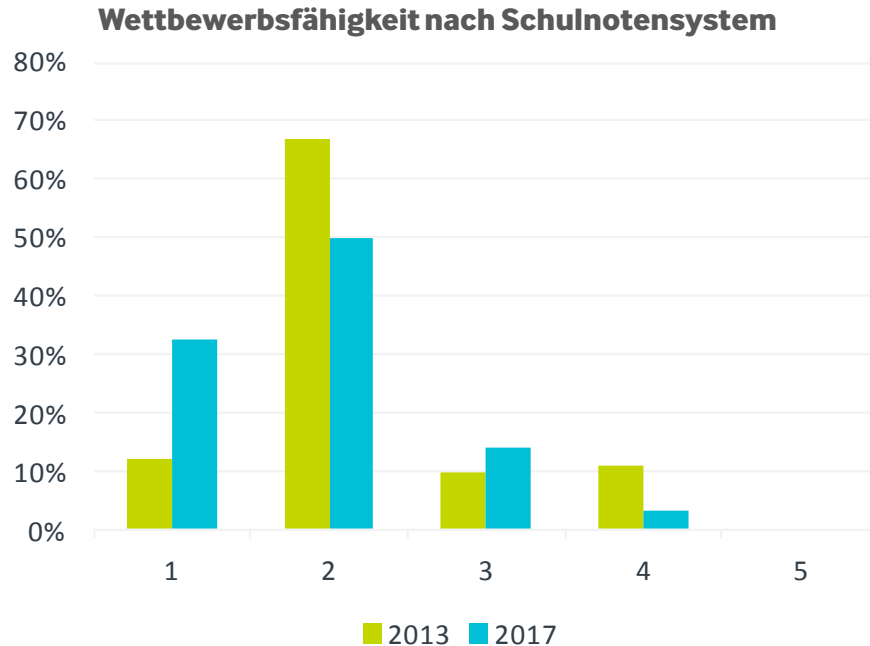
Reinhold Hofmann,
Gartenhotel Altmannsdorf



In unserer Befragung der Privathoteliere haben sich zwei konträre Meinungsbilder ergeben: 51 % der Befragten waren der Ansicht, dass die klassischen Sternekategorisierungen grundsätzlich nicht mehr zeitgemäß seien. Hier zeigte sich vor allem, dass die Zukunft in den Gästebewertungen auf gängigen Portalen liegt. Im Gegenzug dazu meinten 49 %, dass die Kategorisierung vor allem in der Privathotellerie nach wie vor berechtigt ist, da diese einen ersten Anhaltspunkt für Gäste darstellt. Dies ist vor allem für ausländische Gäste wichtig, auch wenn die Unterschiede innerhalb der Kategorien teilweise sehr groß sind. Die klassische Sternekategorisierung hilft außerdem laut Meinung einiger Hoteliers bei der Preisdurchsetzung am Markt. Die Befragung hat aber in jedem Fall gezeigt, dass selbst Befürworter der Kategorisierung hinzufügten, dass Bewertungsportale ein tagesaktuelles Leistungsbild des Betriebes abgeben und daher zunehmend an Bedeutung gewinnen.

Qualität bei Privathotels steigt

„Wie schätzen Sie die Wettbewerbsfähigkeit Ihres Hotels nach dem Schulnotensystem ein?“



Privathotels können fast alles besser als ein Kettenhotel, solange sich jemand damit beschäftigt.

Oliver W. Braun, Gerstner Hospitality GmbH



Ein privater Hotelier denkt langfristig und in Generationen, während ein Konzern nur an die Immobilie denkt.

Rainer Heilmann, Hotel Sacher



Während sich die absolute Zahl an privat geführten Hotels in Wien im Vergleich zum Jahr 2013 nur leicht negativ verändert hat, stieg die Einschätzung der Privathoteliere zu ihren eigenen Produkten. Bei der eigenen Bewertung der Wettbewerbsfähigkeit anhand des Schulnotensystems (1 = Sehr gut, 5 = Nicht genügend) ergab sich im Jahr 2013 ein Durchschnitt von 2,2, der sich im Jahr 2017 auf 1,9 verbesserte. Auffällig ist dabei der Anstieg jener Betriebe, die sich mit einem „Sehr gut“ bewerteten.

Davon lässt sich eine steigende Qualität der Privathotels in Wien ableiten, die sich durch Marktberreinigung ergeben hat. Außerdem zeigt sich, dass der digitale Fortschritt, und speziell die Online-Buchungsplattformen, einen breiteren Marktauftritt und größere Aufmerksamkeit für Privathotels bieten, welche wiederum eine Steigerung der Buchungen ermöglicht. Verstärkt wird dieser Effekt durch den touristischen Trend, demzufolge immer weniger standardisierte Kettenhotels, sondern vielmehr individuelle, authentische Hotels in der jeweiligen Destination buchen.

Wiener Hotels unter Druck

„In welcher Kategorie wird es in den nächsten Jahren in Wien die stärkste Wettbewerbsverschärfung geben?“

Kategorie mit stärkster Wettbewerbsverschärfung



Während vor einigen Jahren etwa mit dem Ritz Carlton, dem Palais Hansen Kempinski, dem Park Hyatt oder dem Hotel Grand Ferdinand vermehrt Luxushotels auf den Markt drängten, war seitdem eher ein Trend zu Budget oder „Lean Luxury“ (schlanker Luxus) zu erkennen. Speziell rund um den Hauptbahnhof entstand eine Vielzahl an neuen Hotels.

Dieser Trend zeigt sich auch bei den Antworten auf die Frage, in welcher Kategorie es in den nächsten Jahren eine weitere Wettbewerbsverschärfung geben wird. Während 2013 die Mehrheit davon überzeugt war, dass 3- und 4-Sterne-Hotels unter Druck geraten, hat sich diese Meinung 2017 etwas geglättet, und auf alle Kategorien verteilt. Angeführt wird dieses Ranking nach wie vor von der 4-Sterne-Kategorie, einerseits weil es die meisten Betriebe in dieser Kategorie gibt, andererseits weil diese den Druck durch günstige 5-Sterne Qualität und den Ratendruck der Budgetkategorie zu spüren bekommen. Dieses Segment wird also an beiden Enden des Spektrums unter Druck gesetzt. Viele Privathoteliers sind der Ansicht, dass auch in den Budget- und Economy-Hotels die Luft durch viele Neueröffnungen zunehmend dünner wird und der generelle Angebots-zuwachs zu einem „Überangebot“ und daher zu kategorieübergreifenden Problemen führen wird.



Die Wettbewerbsverschärfung trifft die Budgethotellerie durch die Austauschbarkeit der Produkte am stärksten.

Katharina Kluss, Boutique Hotel Donauwalzer



Aufgrund der aktuellen Preise sind die 5-Sterne-Hotels unter Druck, was sich auf die Preise aller Kategorien auswirkt.

Martin Schick, Schick-Hotels



Investitionshunger unter Wiener Hoteliers

„Planen Sie an Ihrem Hotel wesentliche Veränderungen in den nächsten Jahren?“

Die Befragung der Privathoteliers offenbarte, dass die Einschätzung der Wettbewerbsfähigkeit im Vergleich zu 2013 deutlich gesteigert werden konnte. Dies kann unter anderem an der Investmentfreudigkeit der Hoteliers liegen, mit der die Qualität der Hotels gesichert wird. 70 % der Eigentümer gaben an, in naher Zukunft in die Hardware investieren zu wollen bzw. diese Investments bereits konkret geplant und begonnen zu haben. Lediglich 30 % sehen aktuell – abgesehen von laufenden Instandhaltungen – keinen Investitionsbedarf, wobei diese Hotels teilweise kürzlich renoviert wurden oder überhaupt neu auf dem Markt sind.



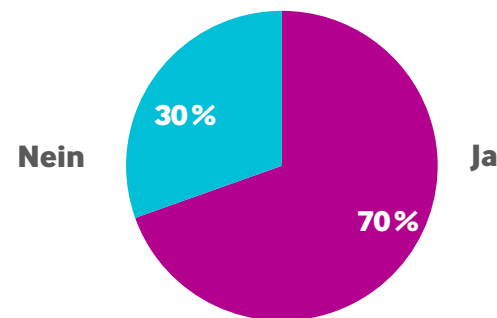
Qualität wird sich unabhängig von der Kategorie immer durchsetzen.

Georg Pastuszyn, Das Capri



Auf die Frage, welche Investitionen geplant sind, hat sich eine Vielzahl an unterschiedlichen Antworten ergeben. Angeführt wird das Ranking der meistgenannten Investitionen von einer Auffrischung des Zimmerproduktes in der Ausstattung und im Mobiliar (FF&E - Furniture, Fixtures & Equipment). Danach folgen die Erneuerung der Fassade bzw. der Fenster, wobei hier unter anderem die Aufrüstung auf Schallschutzfenster häufig genannt wurde, sowie die Auffrischung der Einrichtung in den öffentlichen Bereichen. Hotelenerweiterungen und Komplettrenovierungen vervollständigen die am häufigsten genannten Investitionen.

Investmentbereitschaft der Privathoteliers



Top 5 der Investitionen

- 1 Mobiliar Zimmer
- 2 Fassade/Fenster
- 3 Öffentliche Bereiche
- 4 Erweiterung
- 5 Komplettrenovierung

Gestiegene Anforderungen an Hoteliere

„Was sind die größten Herausforderungen, denen sich Privathoteliere stellen müssen?“

Die aktuelle Zufriedenheit der Privathoteliere mit den eigenen Produkten und der nachhaltig wachsende Tourismus in Wien lassen den Rückschluss zu, dass es der Hotellerie in Wien aktuell sehr gut geht. Dennoch sehen sich die Hoteliere einigen Herausforderungen für die Zukunft gegenüber.

Als aktuellstes Thema wurde hier die im Mai 2016 erfolgte Erhöhung der Mehrwertsteuer genannt, die vor allem durch die unterjährige Anpassung erheblichen Mehraufwand bedeutete. Hinzu kommen regelmäßig zusätzliche Auflagen bzw. eine generelle „Abgabenlast“, weshalb viele Hoteliere der Ansicht sind, dass in Österreich derzeit kein unternehmerfreundliches Klima herrscht. Das ständig fortgeführte Bettenwachstum führt zu einer von Hoteliers empfundenen Überkapazität in Wien und zu einer Verschärfung im Verkauf, was zusätzlich auf das ohnehin schon niedrige Preisniveau drückt. In diesem Zusammenhang trägt auch der Onlinevertrieb über Buchungsplattformen und die damit verbundene Preistransparenz bei gleichzeitig hohen Kommissionen zum Unmut bei. Erwähnt sei aber, dass sich einige Hoteliere explizit positiv zu diesen Vertriebskanälen geäußert haben; die Meinungen gehen hier also stark auseinander. Einig ist man sich jedoch hinsichtlich der hohen Personalkosten, dem negativen Image der Hotellerie bei Arbeitskräften und der abnehmenden Qualität bei der Ausbildung der Mitarbeiter. Es wird in Wien zunehmend schwer, qualifiziertes Personal zu finden.

Im Immobilienbereich gibt es ebenfalls einige Herausforderungen, denen sich die Privathotellerie stellen muss. So steigen die Immobilienpreise zunehmend, wodurch Privathotels von finanzstarken Kettenhotels aus den Top-Lagen verdrängt werden.

Als weitere Herausforderungen seien noch der Terrorismus, bzw. die Unsicherheit bei Reisenden, die fragliche Entwicklung des Flughafens oder auch der Wettbewerb für Wien als Destination zu nennen.



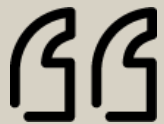
Die echten Herausforderungen warten im Bereich Ausbildung und Heranführung der neuen Mitarbeitergeneration in eine Arbeitswelt, die sich vom klassisch statisch definierten Berufsbild wegbewegt.

Jennifer Müllner, Hotel Boltzmann



Frischer Wind von Branchenfremden

„Wie können sich österreichische Privatunternehmer unter immer stärker werdendem Konkurrenzdruck herausheben oder behaupten?“



Es ist nicht schwer, sich zu behaupten, wenn man seine eigene Linie findet und keine Kopie eines bereits bestehenden Konzeptes fährt.

Für mich war immer wichtig, was will und braucht der Kunde, was macht ihn glücklich.

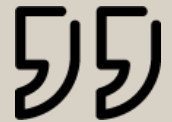
Und dann müssen wir das Konzept auch leben können, und zwar jeder einzelne Mitarbeiter. Lebe und liebe dein Produkt. Du darfst dich nicht verstellen. Das muss deine DNA sein.

Bernd Schlacher, Mottogroup

In der Gastronomie ist es wichtig, ein Alleinstellungsmerkmal sowie einen Wiedererkennungswert aufzubauen, langfristig auf Individualität, Regionalität und Qualität zu setzen und dabei offen für Änderungen auf dem Markt zu sein, um gegebenenfalls schnell darauf reagieren zu können. Essentiell ist auch eine gezielte Mediennutzung, um die unterschiedlichen Zielgruppen zu erreichen.

Thomas Figlmüller, Figlmüller Group

**FIGLMÜLLER
WIEN**



Wer kauft was?

Einblick in Transaktionen am Wiener Hotelmarkt

Nachdem Wien durch das stetige touristische Wachstum und die sichere politische Lage in den letzten Jahren seinen Ruf als profitabler Hotelmarkt festigen konnte, hat sich auch das Investmentvolumen auf einem hohen Niveau eingependelt. So lag das Gesamtvolumen in den letzten vier Jahren in Wien im Durchschnitt bei etwas über 240 Millionen Euro pro Jahr, was im vergangenen Jahr mit mehr als 500 Millionen (ohne NH Flughafen Wien) mehr als verdoppelt wurde.

Dieser Trend bestätigt, dass derzeit eine große Nachfrage nach Hotels in Wien herrscht und immer mehr Investoren in der Bundeshauptstadt investieren wollen. Da die Nachfrage deutlich über dem derzeitigen Angebot an verfügbaren Hotelimmobilien liegt, kann der Investmentmarkt Wien als Verkäufermarkt bezeichnet werden. Dies wirkt sich auch auf die Renditen aus, die in den letzten Jahren einen klaren Trend nach unten zeigten. Galten vor kurzem noch Renditen bei langfristig gebundenen, bonitätsstarken Pächtern von sechs Prozent und darüber als üblich, ist dieser Wert mittlerweile in guten Lagen auf deutlich unter sechs Prozent gesunken. In der nachfolgenden Tabelle sind ausgewählte Transaktionen aufgezeigt, für die teilweise auch Christie & Co verantwortlich zeichnete.

Jahr	Hotel	Zimmer	Käufer
2016	NH Vienna Airport	499	Pandox
2016	Hotel The Ring	68	AINA Capital
2016	Airo Tower Oberlaa	258	Vertraulich
2016	Hotel Bellevue	160	Vertraulich
2016	Ramada Encore Vienna City Centre	122	Privat
2016	Ramada Hotels & Suites Vienna	106	Privat
2016	Hotel Tabor	95	Vertraulich
2016	Hotel Reither	50	Privat
2016	Ruby Marie	186	CBRE GI für Bayrische Versorgungskammer
2016	Imperial Vienna	138	Al Habtoor Group
2015	K+K Hotel Maria Theresia	123	Highgate Hotels
2015	K+K Palais Hotel	66	Highgate Hotels
2015	Ramada Wien Süd – SCS	101	Privat
2015	Leonardo Hotel (ex Mercure)	213	Leonardo Hotels
2015	Wombats Naschmarkt	130	Russischer HNWI
2014	Artis Hotel am Rennweg	165	Privat

Über Christie & Co

Kurze Vorstellung von Christie & Co

Die führenden Hotelexperten in Europa

Über 80 Jahre kontinuierliches Wachstum

1935 Gründung durch drei Partner in Londons West End
Erstes internationales Büro 1998 in Paris, 1999 in Frankfurt
Erweiterung unserer Services im Corporate-Segment
Vom London Stock Exchange im Jahr 1988 zum AIM
(Alternative Investment Market) im Jahr 2005
2015 Einführung des Asia-Desk

31 Niederlassungen in Europa

15 Büros im Vereinigten Königreich und
16 hundertprozentige Niederlassungen
verteilt in ganz Europa, inklusive
4 im deutschsprachigen Raum

Christie & Co heute

Mehr als **280 Mitarbeiter**

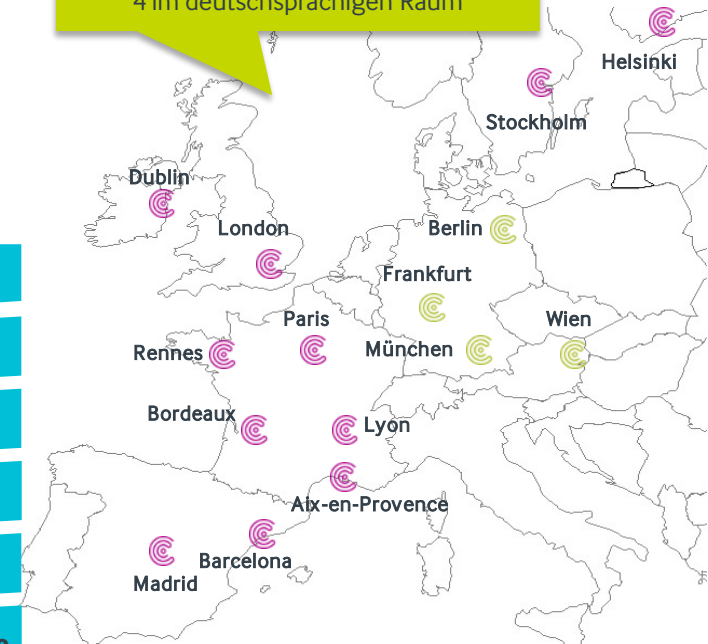
Führende Bewerter, Berater und Broker

Branchenexperten für 8 Spezialbereiche

Pan-europäisches **multilinguales** Team

500 Hotelbewertungen pro Jahr

Mehr als **400 laufende Hotel-Verkaufsmandate**



Unsere Dienstleistungen

Werte sichern und steigern

Hotels

- Limited-/Full-Service-Hotels
- Hostels
- Serviced Apartments
- Resorts
- Timeshare

Care

Pubs

Restaurants

Leisure

Retail

Pharmacies

Dental Practices

Childcare & Education

Agency & Brokerage Services



Advisory & Valuation Services

- Transaktionsunterstützung bei Verkauf/Ankauf von Einzelhotels oder Portfolios
- Vermarktung der Hotelimmobilie
- Betreibersuche und -auswahl
- Unterstützung bei Vertragsverhandlungen (Kaufverträge, Pacht, Franchise, Management)
- Standortsuche /Site-Scouting
- Verkaufspreiseinschätzung von Bestandsobjekten und Hotelprojekten
- Exitlösungen für NPLs
- Problemlösungen für WEG-Strukturen

- Standort- und Marktanalysen
- Machbarkeitsstudien
- Cashflow- und Pachtbenchmarkanalysen
- Operative und Strategische Beratung (Einzelobjekte und Portfolios)
- Plausibilisierung von Businessplänen
- Ankaufsprüfungen (Commercial Due-Diligence)
- Unterstützung Asset-Management und Performance Monitoring
- RICS-konforme Bewertung von Einzelobjekten und Portfolios
- Second Opinions
- Mystery Guest Check und operative Beratung
- Konzeptionelle Beratung bei der Erstellung von Betreiberverträgen
- Identifizierung alternativer Betreiber

Kontakt

Lukas Hochedlinger MRICS – Managing Director Central & Northern Europe

T +43 (0) 1 890 53 57 - 0

M +43 (0) 699 1997 1365

E Lukas.Hochedlinger@christie.com

Simon Kronberger – Senior Consultant Investment & Letting, Austria & CEE

T +43 (0) 1 890 53 57 - 3

M +43 (0) 699 1997 1333

E Simon.Kronberger@christie.com

Christie & Co Austria GmbH

Stallburggasse 2/3a

A-1010 Wien

T +43 (0) 1 890 53 57-0

F +43 (0) 890 53 57-15