





Organisation

Vorwort der Geschäftsleitung

Das Miteinander für eine lebenswerte Zukunft

Das Altstadt Vienna, gegründet 1991, wurde 1998 als erstes Hotel Wiens mit dem österreichischen Umweltzeichen ausgezeichnet. Die Idee sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit ist ein wesentlicher Teil unserer Unternehmensphilosophie. Wir beweisen damit schon lange, dass hohe Produkt- und Dienstleistungsstandards, wie sie in der Top-Hotellerie üblich sind, in keinem Widerspruch zu Ressourcenschonung und bewusstem Konsum stehen. Achtsame Nutzung und Einsparung von wertvollen Produktionsmitteln wie Strom, Gas, Wasser, Papier, Lebensmittel und Reinigungsmittel sind im Altstadt Vienna langjährige Praxis. Vor ca. drei zwei Jahren haben wir begonnen unsere Nachhaltigkeitsleistungen tatsächlich zu messen und auszuwerten, um sie vergleichen zu können.

Messbare Nachhaltigkeit

Für die Jahre 2022, 2024 und 2025 wurde jeweils der Unternehmens-CO₂-Fußabdruck (genannt Corporate Carbon Footprint oder kurz CCF) errechnet. Zusätzlich wurden in unserem kaufmännischen System einige Parameter hinterlegt, um die künftige Datenanalyse für die jährliche Berechnung zu erleichtern. Der regelmäßige Vergleich ermöglicht es, unsere Nachhaltigkeitsbestrebungen zu messen, zu verstehen und sie mit konkreten Maßnahmen laufend zu verbessern.

Für die Nachhaltigkeits-Messung und die Ausarbeitung der Branchen-Kennzahlen haben wir den SDI-Score gewählt, der die Unternehmenspraktiken in den Bereichen Umwelt, Soziales und Unternehmensführung gezielt für die Hotellerie analysiert. Das System erfasst und bewertet quantitative Daten

wie CO₂-Emissionen, Wasserverbrauch und Abfallaufkommen und vieles mehr. Zusätzlich werden die Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen (SDGs) auf Unternehmensebene ausgewertet und zeigen Bereiche für Verbesserungen auf.

Mit dem Ergebnis von 83 Punkten für 2024 und 87 Punkten für 2025 gehört das Altstadt Vienna zum Spitzenfeld der österreichischen Hotels, die ihre Nachhaltigkeitsleistungen messen lassen. In der internen Bewertung von SDI haben wir mit 87 Punkten die höchste Stufe* erreicht.

Der Blick über den Tellerrand

Neben der eigenen Nachhaltigkeitsmessung hat das Altstadt Vienna zwischen 2023 und 2025 auch an einem wissenschaftlichen europäischen Tourismusprojekt für Nachhaltigkeitsmonitoring und -zertifizierung teilgenommen (ETSM2030). Wir waren einer von 84 Tourismusbetrieben aus Österreich, Deutschland, Italien, Polen, Rumänien und Slowenien, die universitär-wissenschaftlich begleitet in einer europäischen Partnerschaft miteinander arbeiten und viele verschiedene Problemstellungen und Lösungen hinsichtlich Nachhaltigkeit kennenlernen konnten.

Die Offenheit für Neues, Innovationsgeist und der Wille immer an der Spitze der Tourismusindustrie als Vorreiter zu stehen, sind wesentlicher Teil unserer Unternehmensphilosophie – so auch beim Thema Nachhaltigkeit.

Wir laden alle Mitarbeiter*innen, Lieferant*innen und Kooperationspartner*innen ein, diesen Weg mit uns gemeinsam zu gestalten und jederzeit ihre Ideen, Beobachtungen und Vorschläge einzubringen.

Altstadt Vienna Geschäftsleitung

Barbara Hammerschmid-Kovar (Geschäftsführerin/CEO)

Otto E. Wiesenthal (Eigentümer/Owner)

Allgemeine Information

Raumangebot

Das Hotel Altstadt Vienna ist ein 4-Sterne Beherbergungsbetrieb mit 62 Zimmern und Suiten sowie Tagungsräumlichkeiten von 4 bis 90 Personen. Das Hotel befindet sich am Spittelberg, im Zentrum von Wiens 7. Bezirk. Das Gebäude ist ein altehrwürdiges Patrizierhaus, das dem Hotel seine einzigartige architektonische Struktur und auch seinen Charme gibt. Jedes Stockwerk hat seine eigenen Raumstrukturen – egal ob Zimmer, Gänge oder Tagungsräume – die einstigen Wohn- und Nuteinheiten des Jahrhundertwendehauses prägen die individuelle Raumaufteilung und -gestaltung maßgeblich.

Einzigartige Wiener Architektur, zeitgenössische Kunst und klassisches Design

Die typisch wienerische Jahrhundertwende-Architektur bekommt in der modernen Innenraumgestaltung und einer großzügigen Sammlung moderner und zeitgenössischer Kunst seinen perfekten Konterpart. Warhol, Kowanz, Prachensky, Leibowitz, Attersee und viele Werke anderer inspirierender Künstler*innen sind im Altstadt Vienna zu Hause. Namhafte und aufstrebende Architekt*innen und Designer*innen sind für eine mutige, aber trotzdem klassisch-moderne Innenraumgestaltung verantwortlich. Sie inspirieren und erweitern beständig unser Interieur durch die Zusammenarbeit mit ausgezeichneten Handwerker*innen,

sowie Licht-, Möbel- und Stoffdesigner*innen und interpretieren so die Kunst der Gastfreundschaft immer wieder neu.

Die Dienstleistungen und Kernkompetenzen des Hotel Altstadt Vienna umfassen Beherbergung, Meetings und Events, Frühstück, Bar und Nachmittagstee. Weitere Catering-Dienstleistungen werden mithilfe externer Partner*innen angeboten und organisiert.

Die Kunst des Gastgebens

Die Kunst der Gastfreundschaft ist unser höchster Wert. Dazu braucht es vor allem eines: Menschen. Der Mensch im Mittelpunkt ist damit gelebte Unternehmensphilosophie, die bei den Mitarbeiter*innen startet. Strahlende Gastgeber*innen, herzliche Nachbar*innen, inspirierende Lieferant*innen und Geschäftspartner*innen ermöglichen ein 5-Sterne Service in einem 4-Sterne Hotel für die besten Gäste, die man sich wünschen kann.

Bericht Standard:

Dieser Bericht wurde entsprechend den Vorgaben der VSME Basic Standards der EFRAG erstellt.



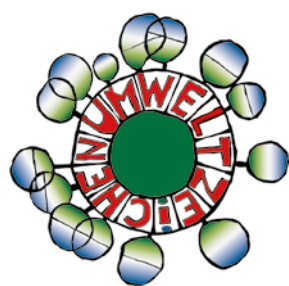


Grundlagen

BI Grundlagen der Erstellung

VSME-Standards Optionen	Basis
Konzernebene oder individuelle Ebene	Einzelunternehmen
Liste der Tochterunternehmen	0
Rechtsform des Unternehmens	GmbH
NACE-Code (Klassifikation der Wirtschaftstätigkeit)	
Berichtsjahr/Erhebungsjahr des Corporate Carbon Footprint	2025
Umsatz (in Euro)	6.197.756,- Brutto Gesamtumsatz
Anzahl Mitarbeiter*innen (Kopfzahl oder Vollzeitäquivalent)	48,5 Kopfzahl und 38,04 VZÄ
Standort des wesentlichen Vermögenswertes	1070 Wien

Erhaltene Zertifikate und Gütesiegel



Es wurden keine Daten aus dem Bericht weggelassen, weil sie sensible Informationen oder Verschlusssache sind.

B2 Praktiken zum Übergang in eine nachhaltigere Wirtschaft

Nachhaltigkeit für unsere Zukunft

Betrachtet man die bereits durchgeführten Nachhaltigkeitsmaßnahmen im Hotel Altstadt Vienna, lässt sich klar erkennen, dass Nachhaltigkeit nicht als Einzelmaßnahme, sondern als ganzheitlicher, kontinuierlicher Prozess verstanden wird. Aufbauend auf diesen bestehenden Aktivitäten werden die Nachhaltigkeitsziele für die kommenden Jahre konsequent weiterentwickelt und vertieft.

Ein zentrales Leitmotiv bleibt dabei die Ausrichtung an den Umweltzeichenrichtlinien. Die bereits erreichten Standards bilden das Fundament, auf dem weitere Maßnahmen geplant und umgesetzt werden. Ziel ist es, ökologische Verantwortung, sozialen Anspruch und wirtschaftliche Nachhaltigkeit weiterhin in Einklang zu bringen und die bestehenden Ziele laufend zu evaluieren, anzupassen und auszubauen. Nachhaltigkeit bedeutet nicht, einen statischen Zustand zu beschreiben, sondern wird als dynamischer Entwicklungsprozess verstanden, der regelmäßig überprüft und weiterentwickelt wird.

Energieeffizienz

Im Bereich Energieeffizienz setzt das Hotel Altstadt Vienna einen klaren Schwerpunkt. Ein konkretes Vorhaben für 2025/2026 war die vollständige Umstellung der Notbeleuchtung auf LED-Technologie. Diese Maßnahme wird den Stromverbrauch künftig deutlich senken und stellt einen weiteren wichtigen Schritt zur Reduktion des Strombedarfs dar.

Ergänzend dazu werden auch bestehende alte thermische Anlagen erneuert: Der Austausch der Thermen ist geplant, um den Gasverbrauch weiter zu verringern und die Energieversorgung effizienter und ressourcenschonender zu gestalten. Noch ist es uns nicht möglich, auf Gas für Heizung und Warmwasser zu verzichten, aber wir werden 2026 weitere Gespräche mit der Hausverwaltung und Expert*innen führen, um den Ausstieg aus dem Gas als langfristiges Ziel anzupeilen.

Eine weitere bauliche Maßnahme wird ab 2026 gezielt zur Verbesserung der Umweltbilanz beitragen: Durch neue Markisen wurde die Fassade nicht nur gestalterisch aufgewertet, sondern auch funktional optimiert. Die neuen Beschattungselemente sorgen für verbesserten Sonnenschutz, reduzieren die sommerliche Aufheizung der Zimmer und Salons und tragen so zu einem geringeren Kühlbedarf bei. Damit verbinden sich ästhetische, komfort-

bezogene und ökologische Vorteile in einem Projekt.

Zusätzlich wurden in den Salons im ersten Stock bereits alle Innenfenster getauscht und damit auf weitere Energieeffizienz geachtet.

Housekeeping und Kulinarik

Ein weiterer Schwerpunkt liegt im Bereich Green Housekeeping. Die bereits etablierten Maßnahmen werden weiter ausgebaut und noch stärker nach außen, wie nach innen kommuniziert. Ziel ist es, sowohl Gäste als auch Mitarbeiter*innen aktiv einzubinden, Bewusstsein zu schaffen und nachhaltiges Verhalten im Hotelalltag selbstverständlich zu machen. Zentrales Augenmerk bei dieser Nachhaltigkeitsmaßnahme liegt ganz klar auf der hohen Servicequalität eines 4-Sterne Hauses und der Sauberkeit der Zimmer.

Im kulinarischen Bereich wird der eingeschlagene Weg zu „Bio-Regional“ konsequent fortgesetzt. Wir arbeiten kontinuierlich daran den Bio-Anteil im Getränke und Speisenangebot weiter zu erhöhen, mit einem klaren Fokus auf Qualität, Regionalität und Saisonalität. Zusätzlich wurden die Snacks in den Zimmern bereits auf regionale und biologische Produkte umgestellt – ein Schritt, der das nachhaltige Gesamtkonzept auch im Detail erlebbar macht und den Gästen bewussten Genuss ermöglicht.

Design und Handwerk

Schließlich spiegeln sich die Nachhaltigkeitsbestrebungen auch in geplanten Umbauten wider. Kurze Transportwege, langlebige Qualität und die Unterstützung regionaler Wertschöpfung stehen dabei im Vordergrund. Unser aktuellstes Beispiel ist die Neugestaltung des Eingangsbereichs von der Straße bis zur Rezeption. Das Lichtdesign wird von den Vorarlberger Lichtexpert*innen Georg Bechter Licht verwirklicht. Österreichische Design- und Handwerkskunst findet sich in fast jedem Raum des Hotels, denn „Schönheit ist ein großartiger Beitrag zur Nachhaltigkeit. Lieblingsobjekte sind erwiesenermaßen langlebiger. Sie erfreuen den Menschen und werden ihrer Funktion gerecht.“ (Wir haben dieses Zitat bei Georg Bechter Licht geborgt, denn besser können wir es nicht ausdrücken.) Diese Investitionen unterstreichen den Anspruch, Nachhaltigkeit langfristig und verantwortungsvoll in die Infrastruktur des Hauses zu integrieren.

Gesundheit und Zufriedenheit

Im Bereich der sozialen Nachhaltigkeit sehen wir uns sowohl durch die herausragenden Ergebnisse aus der Zertifizierung von „Great Place to Work“ 2025 als auch durch

die hohe Punktzahl im Bereich Soziales 2025 bei der SDI-Analyse bestätigt. Erfolg und gute Bewertungen bei den Mitarbeiter*innen sind für die Geschäftsleitung kein Grund sich auszuruhen. Es gibt immer Ideen und Möglichkeiten, die Freude der Mitarbeiter*innen und Gastgeber*innen zu steigern. Die persönliche Yogamatte zu Weihnachten, die jährliche Betriebsreise oder das gemeinsame frisch gekochte Mittagessen sind vielleicht mit ein Grund, warum manche Mitarbeiter*innen schon seit mehr als 30 Jahren Teil des Teams sind und andere junge Menschen begeistert zu uns kommen wollen.

Insgesamt zeigen die Aktivitäten des Hotel Altstadt Vienna, dass Nachhaltigkeit als umfassende Haltung verstanden wird, die alle Bereiche des Betriebs einschließt. Durch den kontinuierlichen Ausbau bestehender Maßnahmen, gezielter Investitionen und klarer Kommunikation, wird der eingeschlagene Weg konsequent weiterverfolgt – mit dem Ziel, ökologisch verantwortungsvolles Handeln dauerhaft im Hotelalltag zu verankern.

Wesentlichkeitsanalyse

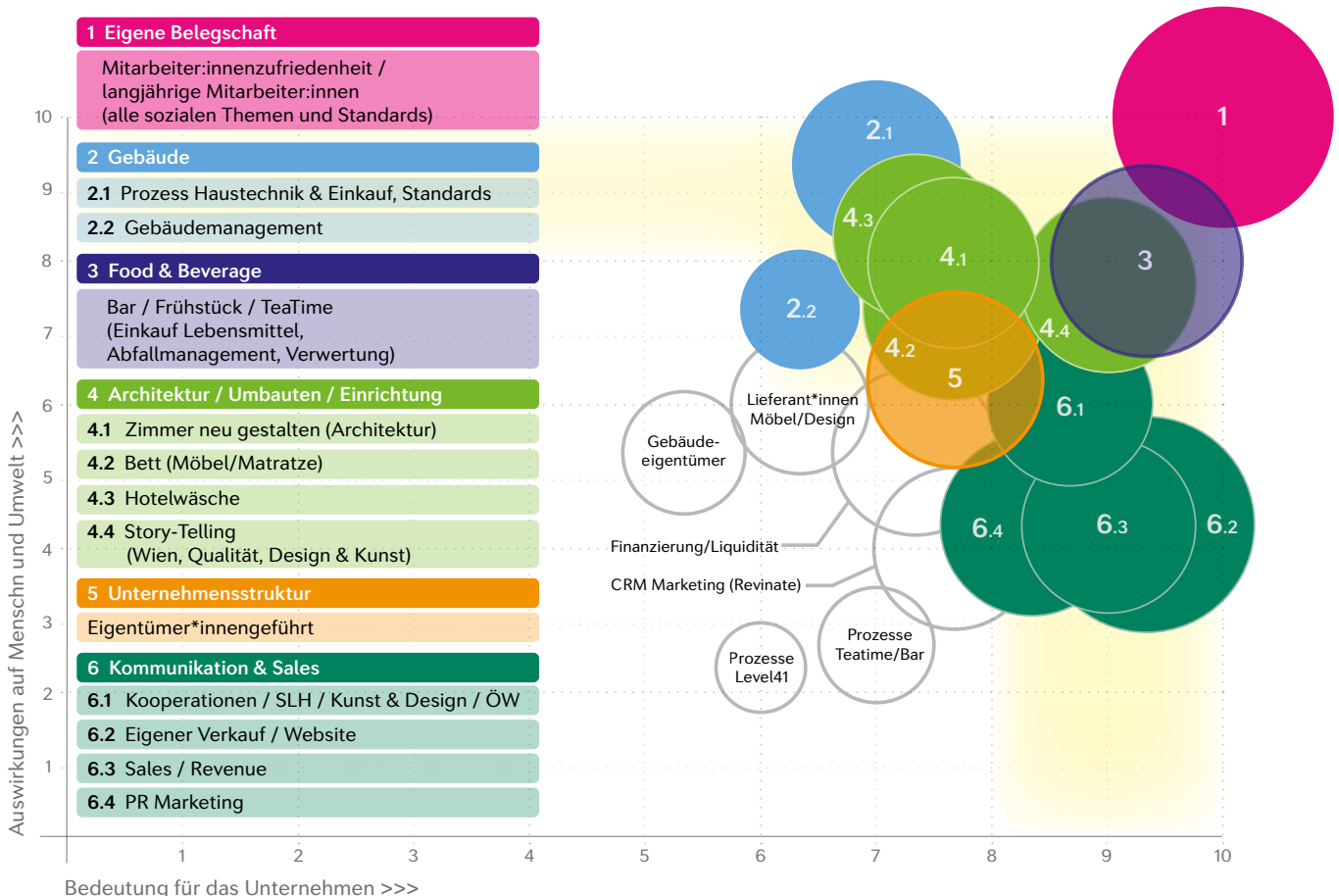
2024 hat das Hotel Altstadt Vienna eine vereinfachte Wesentlichkeitsanalyse nach dem Prinzip der doppelten Materialität erstellt. Hierzu wurde mit Vertreter*innen aus allen Geschäftsbereichen eine eingehende Unternehmensanalyse durchgeführt.

Die vereinfachte Wesentlichkeitsanalyse in 4 Schritten:

- Festlegung der Themen entlang der Wertschöpfungskette
- Bewertung und Entwicklung einer Shortlist
- Analyse der Einflussfaktoren und Stakeholder
- Bewertung und Einordnung auf einer Wesentlichkeitsmatrix

Auf Basis der Ergebnisse wurden die Themen in den Bereichen Umwelt, Soziales und Unternehmensführung jeweils unter den Perspektiven „Inside-out“ und „Outside-in“ in einer Skala von 0 (irrelevant) bis 10 (starke Auswirkung) bewertet.

Wesentlichkeitsanalys Altstadt Vienna, Oktober 2024



Aus allen Bewertungen zu einem Thema wurde für jede Dimension der Mittelwert gebildet. Je Dimension konnten maximal zehn Punkte erreicht werden. Die Werte wurden gleich gewichtet.

Wesentliche Erkenntnisse und Nachhaltigkeitsstrategie

Die Wesentlichkeitsanalyse hat für das Altstadt Vienna aufgezeigt, dass für den Corporate Carbon Footprint künftig eine möglichst umfangreiche Miteinbeziehung ermittelbarer

Scope 3 Emissionen notwendig wäre. Der Transparenz wegen weisen wir darauf hin, dass über der vom Altstadt Vienna verwendete SDI-Score derzeit bei den CO₂-Emissionen aber nur Scope 1 und Scope 2 erhoben werden. Neben den CO₂-Emissionen bewertet der SDI-Score jedoch viele andere Nachhaltigkeitsaspekte wie Wasserverbrauch, Art der Lebensmittel, Abfallaufkommen, soziale Faktoren und die Unternehmensführung, um einen Gesamtscore hinsichtlich Nachhaltigkeit abzubilden.

Themen, die für das Hotel Altstadt Vienna als wesentlich erhoben wurden.

Die Reihung erfolgt in absteigender Reihenfolge nach den Auswirkungen auf Menschen und Umwelt (nach ESRS E1 bis E5 und S1 bis S3).

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ● 1. Eigene Belegschaft <ul style="list-style-type: none"> – Mitarbeiter*innenzufriedenheit / langjährige Mitarbeiter*innen (alle sozialen Themen und Standards) | <ul style="list-style-type: none"> ● 4. Architektur / Umbauten / Einrichtung <ul style="list-style-type: none"> – Zimmer neu gestalten (Architektur) – Bett (Möbel/Matratze) – Hotelwäsche – Story-Telling (Wien, Qualität, Design & Kunst) |
| <ul style="list-style-type: none"> ● 2. Gebäude <ul style="list-style-type: none"> – Prozess Haustechnik + Einkauf, Standards – Gebäudemanagement | <ul style="list-style-type: none"> ● 5. Unternehmensstruktur <ul style="list-style-type: none"> – Eigentümergeführt |
| <ul style="list-style-type: none"> ● 3. Food & Beverage <ul style="list-style-type: none"> – Bar / Frühstück / TeaTime (Einkauf Lebensmittel, Abfallmanagement, Verwertung) | <ul style="list-style-type: none"> ● 6. Kommunikation & Sales <ul style="list-style-type: none"> – Kooperationen / SLH / Kunst & Design / ÖW – Eigener Verkauf / Website – Sales / Revenue – PR Marketing |

Nachhaltigkeitsstrategie und -ziele

Anhand der branchenrelevanten Kennzahlen haben wir für 2026 und die Folgejahre unsere Nachhaltigkeitsziele festgelegt. Die Ziele werden jährlich evaluiert und an die aktuellen Entwicklungen und Rahmenbedingungen

angepasst. Als Pächter und somit Nicht-Eigentümer einer Immobilie liegen nicht alle Optimierungen und Nachhaltigkeitsziele immer in unserem Einflussbereich. Wir bemühen uns aber permanent um den Dialog mit den entsprechenden Stakeholdern und um Bewusstseinsbildung.

Bereich	Ziel 2026	Ziel 2028	Ziel 2030	Kennzahlen (Vergleich 2024 vs. 2025)
Energieverbrauch	Reduktion des Stromverbrauchs um 5%	Beginn der Planung Ausstieg aus Gas	Machbarkeitsstrategie und Investitionsplanung für den Ausstieg aus Gas bis 2040	Energieverbrauch (Strom und Gas) pro Nächtigung um 1,86 % gesenkt
Wasserverbrauch	Wasserverbrauch/Nacht ist seit 2024 ca. 65 % unter dem Branchendurchschnitt. Weitere Einsparungen nicht mehr realistisch. Alle derzeit möglichen Optimierungen durchgeführt (Stand 2026), Entwicklungen werden beobachtet.			Wasserverbrauch jährliche Schwankungsbreite +/- 5 %
Abfallmanagement	Reduktion von Abfällen um 5 %	Entwicklung von Strategien zur weiteren Müllreduktion mit Lieferant*innen (z.B. für Einweg-Plastik)	Initiativen entwickeln für die Zielgruppe Familie (Bewusstseinsbildung für Essen das mitgebracht und am Zimmer gegessen wird)	Abfallmenge pro Gastnacht 0,3 kg
CO₂-Emissionen	Reduktion um 5% gemessen am Umsatz	Reduktion um 5% gemessen am Umsatz	Klimaneutralitätsstrategie 2040 (abhängig vom Ausstieg Gas)	Die THG Intensität des Betriebes ist pro Euro Umsatz ist um 5 % gesunken
Green Housekeeping	Steigerung der Green Housekeeping-Aktivitäten um 5 % (Kommunikation)	Schulungen und Integration in den Standardbetrieb	Green Housekeeping als Standard	Laufende Wachstumsraten bei Green Housekeeping zwischen 5 bis 10 %
Regionalität und Bio	50% Bio-Produkte im Frühstück	60% Bio-Produkte im gesamt F&B-Einkauf	70 % Bio-Produkte im gesamt F&B-Einkauf	Bio-Anteil beim Frühstück auf 45% erhöht
Mitarbeiter*innen	Einführung von Weiterbildungsmaßnahmen zu Nachhaltigkeit	Schulungen für alle Mitarbeitenden	Nachhaltigkeitskultur als Kernwert des Unternehmens	2025 Umweltzeichen und Nachhaltigkeits-schulung für alle Mitarbeiter*innen
	Förderung der Aus- und Weiterbildung (Stundenanzahl erfassen und monitoren)	Schulungen für alle Mitarbeitenden	Beibehaltung des hohen Niveaus	Anzahl der Schulungen gleich geblieben
Lieferant*innen	Ausarbeitung eines kompakten Code of Conduct für alle Lieferant*innen	Übersichtliche, kompakte Beschaffungsrichtlinie als Richtlinie für die Mitarbeiter*innen	80 % der Lieferant*innen entsprechen der Beschaffungsrichtlinie	2025: ca. 80 % der Ausgaben gehen an österreichische Lieferant*innen, 50 % regional



Umwelt

B3 Energieverbrauch und Treibhausgasemission

Energieverbrauch	2024	2025
Gesamtenergieverbrauch fossil (Benzin eigene Autos) in Litern	240 l	1.920 l
Gesamtenergieverbrauch fossil (Diesel eigene Autos) in Litern	0	0
Stromverbrauch gesamt Öko (aus erneuerbaren Quellen) in kWh	200.753 kWh	241.283 kWh
Gasverbrauch (Heizung) in kWh	417.362 kWh	458.670 kWh

Treibhausgasemissionen und Kennzahlen Treibhausgasintensität	2024	2025	Veränderung
Brutto THG Emissionen Scope 1 & 2 in tCO₂eq (Tonne CO ₂ -Äquivalent)	114,719 tCO ₂ eq	122,367 tCO ₂ eq	
Umsatz in Euro	5.548.375,- €	6.197.756,- €	
THG Intensität pro Euro Umsatz (kgCO ₂ eq / €)	0,0207 kgCO ₂ eq / €	0,0197 kgCO ₂ eq / €	Die THG Intensität des Betriebes ist pro Euro Umsatz ist um 5 % gesunken
Nächtigungen	31.938	32.440	
THG Intensität pro Übernachtung (kgCO ₂ eq / Ü)	3,59 kgCO ₂ eq / Ü	3,77 kgCO ₂ eq / Ü	Die THG Intensität des Betriebes ist pro Übernachtung ist um 5 % gestiegen

B4 Luft-, Wasser- und Bodenverschmutzung

Schadstoffe, die behördlich gemeldet werden müssen

Das Hotel Altstadt Vienna verursachte 2025 keine relevante Luft-, Wasser- oder Bodenverschmutzung durch seine betrieblichen Aktivitäten.

B5 Biodiversität

Landnutzung		
Anzahl der betriebseigenen Standorte, die sich nahe schutzbedürftiger Biodiversitätsgebiete befinden	0	
Größe (in Hektar) der betriebseigenen Standorte, die sich nahe schutzbedürftiger Biodiversitätsgebiete befinden	0	
	2024	2025
Gesamtnutzung von Land (m²)	1.160 m²	1.160 m²
Gesamte versiegelte Fläche (m²)	1.160 m²	1.160 m²
Naturnahe Fläche am Standort (Hektar/m²)	0	0
Naturnahe Fläche abseits des Standorts (Hektar/m²)	0	0
Genutzte Fläche für Bio-Imkerei der Geschäftsführung	100 m²	100 m²

B6 Wasser

Wasserverbrauch	2024	2025
Wasserverbrauch in m³ Zu- und Abwasser kommunal	2.914,57 m3	3.086,73 m3
Davon in Gebieten mit hoher Wasserknappheit in m³	0	0

Hinweis: Im Hotel Altstadt Vienna wurden seit 2024 flächendeckend in allen Gästezimmern Perlatoren & Spar-Armaturen eingebaut, was den Wasserverbrauch weit unter den Branchendurchschnitt gesenkt hat.

B7 Ressourcennutzung, Kreislaufwirtschaft und Abfallmanagement

Abfallaufkommen 1	2024	2025
Restmüll ganzjährig in kg	4.464 kg	5.315 kg
Food-Waste/Bioabfälle in kg	1.704 kg	1.690 kg
Glasabfälle in kg	1.140 kg	994 kg
Papier	nicht erhoben	1.341 kg
Plastik	nicht erhoben	374 kg

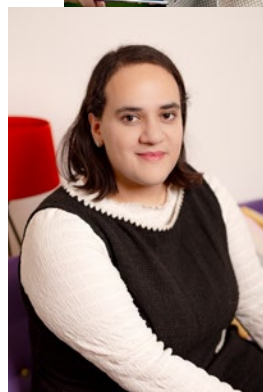
Zu 1) Gefährliche Abfälle wurden im Jahr 2025 im Altstadt Vienna keine verzeichnet, da ausschließlich Eco-Label Putz- und Reinigungsmittel eingekauft werden und weitestgehend mit Dampfreinigung gearbeitet wird.

Plastik- und Papierabfall ist im Altstadt Vienna schwer erfassbar. Das Hotel hat keine eigenen Entsorgungstonnen, der Müll wird im Häuserverbund gesammelt und abgeholt. 2025 wurde mit dem Monitoring der Abholungen und der statistischen Erfassung begonnen.

PET-Flaschen wurden schon vor vielen Jahren aus dem Hotel verbannt. Säfte werden fast gänzlich in Mehrwegglasflaschen von einem regionalen Obstbauern eingekauft oder bei exotischen Früchten vom Getränkegroßhandel in Mehrwegglasflaschen geliefert.

Hinweis: Da wir keine physischen Produkte herstellen werden folgende Punkte nicht angeführt: Recyclinganteil in Produkten und Verpackungen und Anteil recycelbarer Materialien in Produkten und Verpackungen.

Weitere ESG-Kennzahlen Umwelt	2024	2025
Stromverbrauch pro Nächtigung	7,14 kWh	7,44 kWh
Wärme/Heizenergie pro Nächtigung	14,85 kWh	14.14 kWh
Wasserverbrauch pro Nächtigung	91,25 l	95,16 l
Abfall pro Nächtigung	nicht vergleichbar, da veränderte Methodik	0,3 kg



Sozial

B8 Belegschaft: generelle Merkmale

Mitarbeiter*innen-Statistik:

Mitarbeiter*innen	Gesamt 2024	Gesamt 2025
Art des Arbeitsvertrags:		
Befristet	0	0
Unbefristet	100%	100%
Geschlecht:		
Männlich	15%	15%
Weiblich	85%	85%
Divers	nicht relevant	nicht relevant
Managementpositionen:		
Männlich	0	0
Weiblich	2	2
Divers	nicht relevant	nicht relevant
Land des Arbeitsvertrags:		
Österreich	100%	100%

Hinweis: Bei mehr als 50 Arbeitnehmer*innen ist die Fluktuationsrate offenzulegen.

B9 Belegschaft: Gesundheit und Sicherheit

Nachhaltige Gesundheit, Sicherheit und Personalentwicklung

Die Gesundheit der Mitarbeiter*innen ist ein wesentlicher Fokus im Unternehmen. Alle Sicherheitsvorkehrungen und -trainings folgen nicht nur den gesetzlichen Standards, sondern gehen in vielen Bereichen darüber hinaus. Brandschutz und erste Löschhilfe, Erste-Hilfe-Kurse für Beginner*innen sowie Auffrischungen sind für alle Mitarbeiter*innen jährlich verpflichtend.

Darüberhinaus wird seit einigen Jahren ein individuelles Coaching-Programm für mentale Gesundheit ermöglicht, Physiotherapie oder osteopathische Behandlungen für körperlich besonders anstrengende Berufsgruppen werden finanziell unterstützt, sowie Yogakurse zur Verfügung gestellt. Auch der gemeinsame Mittagstisch mit einem täglich frisch gekochten Essen – immer auch vegetarisch oder

vegan – zählt zur Gesundheitsförderung der Mitarbeiter*innen. Wir sind überzeugt, das gemeinsame Mittagessen nährt nicht nur den Körper, sondern fördert den Austausch und den Zusammenhalt. Mit 7,47 Krankenstandstagen

im Jahresdurchschnitt 2025 befindet sich das Altstadt Vienna sehr weit unter dem Branchenschnitt.

Bio Belegschaft: Vergütung, Tarifverträge, Schulungen

Mitarbeiter*innenschulung und -vergütung

Faire Vergütung und kontinuierliche Weiterbildung bilden die Grundlage unserer Unternehmenskultur. Unsere Mitarbeitenden erhalten eine Vergütung, die durchschnittlich über dem gesetzlichen Mindestlohn liegt. Zusätzlich bieten wir regelmäßige Schulungen, um die Fähigkeiten unserer Mitarbeitenden gezielt weiterzuentwickeln.

Vergütung und Schulungen & Investitionen in Mitarbeit*innen	2024	2025
Verhältnis Einstiegs- zu Mindestvergütung	1,05 Ratio	1,05 Ratio
Vergütungslücke zwischen Geschlechtern	0%	0%
Anteil der Mitarbeitenden unter Kollektivvereinbarungen	0%	0%
Durchschn. Anzahl an Schulungsstunden pro weiblichen Mitarbeitenden	12 h*	6 h
Durchschn. Anzahl an Schulungsstunden pro männlichen Mitarbeitenden	12 h*	6 h
Durchschn. Anzahl an Schulungsstunden pro Mitarbeitenden (divers)	nicht relevant	nicht relevant
Stundenanzahl für Coachings und mentale Gesundheit	22 h	18 h
Aufwendungen für Fringe-Benefits (Betriebsausflug, Öffi-Tickets, Arbeitskleidung, MA-Verpflegung, Aus- und Weiterbildung, Prämien, Edenred)	€ 101.625,-	€ 84.706,20**

* 2024 wurden die Fortbildungsstunden nur geschätzt.

**Schwankungen bei diesen Ausgaben entstehen einerseits durch die Wahl der Destination für den Betriebsausflug und andererseits mussten die Ausgaben für Arbeitskleidung an der Rezeption gekürzt werden, da diese Kostenart bei der letzten Steuerprüfung beanstandet wurde.

Nachhaltige Personalentwicklung und -strategie

Im Hotel Altstadt Vienna verstehen wir, dass unser langfristiger Erfolg untrennbar mit der Zufriedenheit und Entwicklung unserer Mitarbeiter*innen verbunden ist. In Zeiten des Fachkräftemangels und gesellschaftlicher Werteververschiebung hin zu einer Sinn-Ökonomie schaffen wir einen Arbeitsplatz, der durch echte Begegnung, Verantwortung für die Zukunft und die Entfaltung individueller Potentiale Sinn stiftet.

Unsere Managementphilosophie

Seit der Gründung des Altstadt Vienna gilt unser Leitsatz: „Wir wollen Menschen inspirieren und inspiriert werden. Die Seele berühren. Ein Ort der Begegnung und Entfaltung sein – weil jemanden glücklich zu machen das größte Glück ist.“ Dieser Leitsatz gilt für alle Menschen im Hotel Altstadt Vienna. Wir orientieren uns an den Grundlagen der Gemein-

wohlökonomie und verstehen sozialen Mehrwert, Nachhaltigkeit und glückliche Mitarbeiter*innen als zentrale Unternehmensziele.

Nachhaltiges Personalmanagement bedeutet für uns Gleichbehandlung, Entwicklung und Gesundheit der Mitarbeiter*innen sowie die Unterstützung umweltfreundlicher Geschäftstätigkeit. Dies sichert langfristig unser Unternehmen durch Förderung und Eigenverantwortung der Belegschaft und steigert gleichzeitig Mitarbeiter*innen-zufriedenheit und -bindung.

Gelebte Werte im Arbeitsalltag

Der „Altstadt-Spirit“ zeichnet sich durch flache Hierarchien, individuell angepasste Stellenbeschreibungen und echte Wertschätzung aus. Während sich manche Mitarbeiter*innen Aufstiegschancen und erweiterte Verantwortung wünschen,

sind andere glücklich, seit Jahrzehnten dieselbe Position auszufüllen – beides respektieren wir gleichermaßen. Für talentierte Mitarbeiter*innen ohne klassische Aufstiegs-möglichkeiten bieten wir Projektleads mit erweiterten Ver-antwortungs- und Fachkompetenzen an.

Unser Management-Team steht mit ganzem Herzen und offenen Ohren für die Bedürfnisse der Belegschaft ein. Im Fokus stehen Maßnahmen für gute Work-Life-Balance, Anerkennung, Freude am Job und faire Bezahlung. Zu un-seren freiwilligen Sozialleistungen gehören die jährliche Betriebsreise, das tägliche gemeinsam frisch gekochte Mittagessen, individuelle Coaching-Angebote und Kosten-zuschüsse zur Arbeitskleidung.

Messbare Erfolge

Die Zertifizierung als Great Place To Work® bestätigt unsere Personalstrategie objektiv. Die Mitarbeiter*in-

nenbefragung zeigt beeindruckende Ergebnisse: 92 Prozent sind stolz darauf, hier zu arbeiten, 93 Pro-zent erleben faire Behandlung unabhängig von Natio-nalität oder ethnischer Herkunft, und 94 Prozent sind zufrieden mit unserem gesellschaftlichen Beitrag. Diese Zahlen spiegeln wider, was wir täglich leben: ein respektvolles, wertschätzendes und unterstützendes Miteinander.

Zukunftsorientiert und resilient

Auch angesichts kommender Herausforderungen – erste Pensionierungen ab 2026, notwendige Umstrukturierungen und ein anspruchsvolles gesamtwirtschaftliches Umfeld – halten wir an unseren Werten und Sozialleistungen fest. Veränderung gehört zur DNA des Altstadt Vienna. Mit Mut, Eigenverantwortung und beherzter Führung gestalten wir aktiv eine nachhaltige Zukunft für unser Team, unsere Gäste und die Gesellschaft.

Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette, betroffene Gemeinschaften und Verbraucher*innen

Der Umgang mit unseren Lieferant*innen, Nachbar*innen und Geschäftspartner*innen jeder Art ist ein Spiegelbild der Unternehmensphilosophie: auf Augenhöhe, wertschät-zend und wann immer möglich Qualität aus der Region.

Die zentralen Themen im Altstadt Vienna – Kunst, Design, Kultur und das Wiener Lebensgefühl – bestimmen auch das Einkaufsverhalten und die Auswahl unserer Lieferant*innen. Wertmäßig betrachtet erfolgt der Einkauf über alle Geschäfts-bereiche zu mehr als 83 % in Österreich, und davon mehr als 50 % lokal/regional. Bei den 17 % nicht österreichischer Lieferant*innen bzw. Partner*innen ist der höchste Anteil auf die Buchungsplattform „Booking.com“ zurückzuführen.

Gerade im Bereich der Hotelausstattung wird darauf Wert gelegt, ganz besonders hochwertige lokale Handwerker*in-nen und innovative lokale Produzent*innen einzubinden und dabei auf Nachhaltigkeit zu achten.

Auf Kooperation und Einbindung lokaler Communities, Künstler*innen, Designer*innen und Gestalter*innen wird besonders stark geachtet – nicht nur bei der Ausstattung des Hauses, sondern vor allem bei den Veranstaltungen und Ausstellungen, bei denen das Haus immer offen und frei zugänglich ist. Vielfältige lokale Kooperationen mit Museen, Kunst- und Kultureinrichtungen wie z.B. der Vienna Contemporary oder dem Museum in Progress öffnen immer wieder neue Räume und Begegnungen mit der Stadt und ihren lokalen Communities.

Eigene Rubriken auf der Website und in der Gästekommunikation thematisieren Angebote in der direkten Nachbar-schaft rund ums Hotel. Die vielfältige Kulinarik-Szene in Wien und Umgebung wird sogar mit einem eigenen Res-taurant-Guide adressiert, der jede Menge persönliche Empfehlungen der Mitarbeiter*innen enthält.



Verwaltung

B12 - Verurteilungen und Geldstrafen wegen Korruption & Bestechung

Allgemeines

Das Hotel Altstadt Vienna beteiligt sich an keinerlei Absprachen oder Korruption und toleriert keine Form davon – auch nicht bei Wettbewerbsnachteilen. Wir verurteilen Betrug, einschließlich Datenfälschung, Geldwäsche und Insiderhandel.

Verstöße gegen Antikorruptionsgesetze sind schwere Straftaten, die Unternehmen und Einzelpersonen rechtlich belasten können. Auch Bestechung durch Dritte zur Erlangung von Vorteilen ist untersagt. Daher wählen wir

Agent*innen, Berater*innen und Vermittler*innen mit besonderer Sorgfalt aus.

Unsere Einkaufsprozesse sind fair und transparent. Lieferant*innen und Auftragnehmer*innen werden bei Bedarf rechtlich und finanziell geprüft. Weiters werden kleinere regionale Lieferant*innen auch von unserem Team besucht, um deren Nachhaltigkeitsbestrebungen auch vor Ort persönlich kennenzulernen.



Sonstiges

Erfolgsgeschichten und Best Practice Beispiele

Erfolge und Partnerschaften

Das Hotel Altstadt Vienna hat sich einen nationalen und internationalen Spitzenplatz in der Stadthotellerie erobert. Es zeichnet sich durch kontinuierliche Exzellenz, strategische Partnerschaften und innovative Konzepte aus.

Internationale Auszeichnungen

Mit einem Michelin Key gehört das Haus zu den zwölf ausgezeichneten Hotels in Wien und damit zur Weltspitze im Hospitality-Sektor. Seit über 30 Jahren überzeugt das Hotel auf TripAdvisor mit konstanten Top-Rankings zwischen Platz 1 und 5 österreichweit und ist regelmäßig unter den „Travellers Choice Best of the Best“ vertreten.

Mediale Präsenz

Renommierte Publikationen wie Geo Saison (100 schönste Hotels Europas), Die Zeit (beste Kunsthôtels Europas), Forbes Österreich (Cover-Story) und das Schweizer Bilanz Magazin (300 beste Hotels Europas) berichten regelmäßig über das Haus. Diese kontinuierliche mediale Aufmerksamkeit wird durch die einzigartige Strategie der laufenden Zimmerneugestaltungen befeuert, die immer neue Stories für die internationale Presse liefern.

Strategische Kooperationen

Die enge Zusammenarbeit mit der Österreich Werbung ermöglicht direkten Kontakt zu führenden internationalen Journalist*innen und Reiseblogger*innen. Partnerschaften mit renommierten Design-Marken wie Gebrüder Thonet Wien, Wittmann und Arthur Arbesser entstehen durch regelmäßige Besuche auf internationalen Designmessen wie dem Salone Internazionale del Mobile in Mailand. Als Mitglied der Small Luxury Hotels of the World, seit 2014, ist das Hotel in einem exklusiven Netzwerk von rund 700 Top-Hotels weltweit verankert. Otto Ernst Wiesenthal war zudem fast 20 Jahre Präsident von Autriche pro France und langjähriges Vorstandsmitglied der Gruppe Schloss-hotels & Herrenhäuser.

Hochkarätige Gäste

Das Hotel wurde und wird regelmäßig für Staatsbesuche gebucht, darunter der deutsche Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier und der ehemalige Vizekanzler Robert Habeck. Internationale Künstler*innen wie der ghanaische Künstler El Anatsui (Gestaltung des Eisernen Vorhangs der Wiener Staatsoper) sowie zahlreiche Schauspieler*innen und Musiker*innen sind regelmäßig zu Gast.



Impressum: Herausgeber: Hotel Altstadt Vienna, Otto Ernst Wiesenthal GmbH; Geschäftsführerin: Barbara Hammerschmid-Kovar;

Umsetzung: Barbara Hammerschmid-Kovar, Saskia Wiesenthal, Birgit Farnleitner; Text: Birgit Farnleitner;

Fotos: Moritz Nachtschatt, Judith Stehlik, Cathrine Stukhard, Marisa Vranjes, Nicky Webb, Constantin Witt-Döring; Gestaltung: Maupie



Hotel Altstadt Vienna, Kirchengasse 41, 1070 Wien, +43 1 522 66 66, hotel@altstadt.at