

II
**Schönbrunn
Group**

KAISERLICHES ÖSTERREICH ENTDECKEN

JAHRESBERICHT 2025



JAHRESBERICHT 2025

SCHÖNBRUNN GROUP –
VIER STANDORTE. EINE GEMEINSAME VERANTWORTUNG.

Vorwort.....	3
Schönbrunn Group.....	4
2025 auf einen Blick.....	6
Das Management.....	8
Kulturerbe sichern.....	12
Geschichte vermitteln.....	16
Geschäftsjahr 2025.....	20
Verwaltung.....	24
Schloss Schönbrunn.....	26
Sisi Museum.....	40
Möbelmuseum Wien.....	46
Schloss Hof.....	54
Impressum.....	64

Herausgegeben von der Schloß Schönbrunn Kultur- und Betriebsges.m.b.H.



„Schönbrunn ist zugleich historischer Ort und ein Aushängeschild Österreichs in der Welt. Die Schönbrunn Group beweist eindrucksvoll, dass kulturelles Erbe, wirtschaftliche Stärke und Verantwortung für kommende Generationen kein Widerspruch sind. Mit gezielten Investitionen, konsequentem Substanzerhalt und modernen Besucherinnen- und Besucherangeboten wird unser imperiales Erbe nicht nur bewahrt, sondern zukunftsfit gemacht. Das ist Standortpolitik im besten Sinn: Es stärkt den Tourismus, schafft Wertschöpfung und macht Österreich international sichtbar. Mein besonderer Dank gilt dem gesamten Team, das diese Qualität täglich möglich macht.“

Mag. Dr. Wolfgang Hattmannsdorfer
Bundesminister für Wirtschaft, Energie und Tourismus

VORWORT DES GESCHÄFTSFÜHRERS



Der Gesamtumsatz von 97,30 Mio. Euro ermöglichte uns daher 2025 über das gesetzlich geregelte Fruchtgenuss- bzw. Pachtentgelt rd. 15,30 Mio. Euro an den Bund abzuführen – gemeinsam mit der Körperschaftsteuer von 3,44 Mio. Euro. Somit verblieb ein Jahresüberschuss von 11,85 Mio. Euro im Unternehmen. Damit sind wir europaweit in der einzigartigen Position nicht nur unseren laufenden Betrieb, sondern darüber hinaus alle unsere Investitionen, Restaurierungen, Instandhaltungen und Weiterentwicklungen vollständig aus eigener Kraft und ohne staatliche Subventionen zu bestreiten.

Dieser Erfolg baut auf zwei Säulen: dem Vertrauen unseres Eigentümers und Aufsichtsrates in unsere Arbeit sowie der Kreativität, dem Engagement und der Professionalität unseres Teams. Ohne sie wäre diese Leistungsbilanz nicht möglich. Beiden gebührt mein aufrichtiger Dank.

Mit der Schönbrunn Group erhalten und entwickeln wir das imperiale Erbe Österreichs weiter. Wir tun das mit Respekt vor der Geschichte, mit wirtschaftlicher Verantwortung und mit dem klaren Anspruch, diese einzigartigen Orte auch kommenden Generationen zugänglich zu machen.

Ich lade Sie ein, die folgenden Seiten mit Neugier zu erkunden und so mehr über unsere Arbeit, über die Menschen hinter diesem Erfolg und über die Projekte, mit denen wir das kulturelle Erbe Österreichs in die Zukunft tragen, zu erfahren.

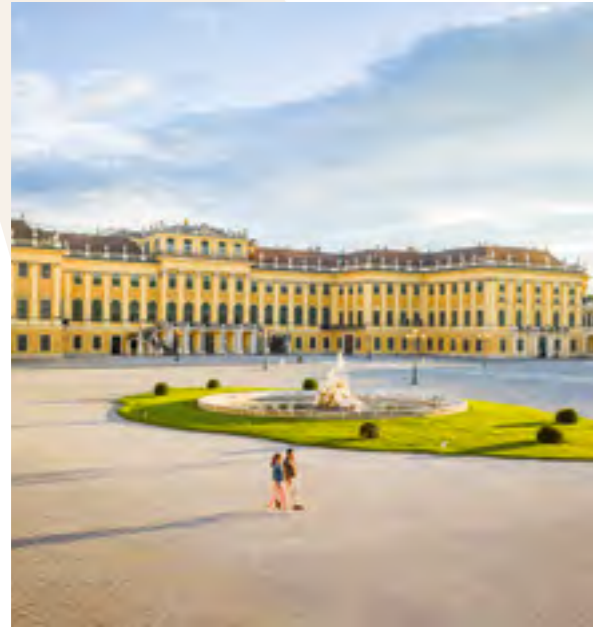
Ihr

Mag. Klaus Panholzer, Geschäftsführer

**Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Freundinnen und Freunde
der Schönbrunn Group,**

das imperiale Erbe Österreichs zu pflegen, weiterzuentwickeln und für Menschen aus Österreich sowie Gästinnen und Gäste aus aller Welt erlebbar zu machen, ist der zentrale Auftrag der Schönbrunn Group. Und nicht ohne Stolz können wir sagen, dass es uns auch im Geschäftsjahr 2025 gelungen ist, diesen Auftrag mit wirtschaftlicher Stärke, hoher Besucherinnen- und Besucherorientierung und großer Verantwortung für die uns anvertrauten Kulturgüter zu erfüllen. Mit 5,26 Mio. Besucherinnen und Besuchern über alle Standorte, einem Gesamtumsatz von 97,30 Mio. Euro und einem Gewinn von 11,85 Mio. Euro sprechen die Zahlen eine klare Sprache.

Das Schloss Schönbrunn blieb dabei mit rund 3,96 Mio. Besucherinnen und Besuchern der stärkste Standort, gefolgt vom Sisi Museum in der Wiener Hofburg, das trotz laufender Neugestaltung mehr als 927.000 Gästinnen und Gäste begrüßen konnte. Auch das Möbelmuseum Wien und Schloss Hof entwickelten sich mit deutlichen Zuwächsen – vor allem heimischer Besucherinnen und Besucher – sehr erfreulich.



Schloss Schönbrunn



Sisi Museum in der Wiener Hofburg



Möbelmuseum Wien



Schloss Hof

ÖSTERREICHS IMPERIALES ERBE UNTER EINEM DACH

ÜBER 30 JAHRE VERANTWORTUNG FÜR IMPERIALES ERBE

Mit Besucherinnen- und Besucherrekorden an allen Standorten und dem 100-millionsten Besuch seit ihrer Gründung war 2025 ein besonderes Jahr für die Schönbrunn Group. Die Schloß Schönbrunn Kultur- und Betriebs-ges.m.b.H. wurde 1992 gegründet und blickt heute auf mehr als drei Jahrzehnte erfolgreicher Unternehmensentwicklung zurück. Seit 2020 tritt sie unter dem Markennamen Schönbrunn Group auf. Ihre Aufgabe ist es, die ihr anvertrauten Kulturgüter zu erhalten, zu revitalisieren, zeitgemäß zu vermitteln und zugleich neue Geschäftsfelder zu entwickeln.

Die Schönbrunn Group steht im Eigentum der Republik Österreich, vertreten durch das Bundesministerium für Wirtschaft, Energie und Tourismus. Staatliche Zuwendungen erhält die Schönbrunn Group nicht. Sie finanziert sich aus selbst erwirtschafteten Erlösen und führt 50 Prozent ihrer Gewinne als Fruchtgenussentgelt an die Republik Österreich ab.

Unter dem Dach der Schönbrunn Group befinden sich zentrale Orte des imperialen Erbes Österreichs: die UNESCO-Welterbestätte Schloss Schönbrunn, das Sisi Museum mit Kaiserappartements und Silberkammer in der Wiener Hofburg, das Möbelmuseum Wien sowie Schloss Hof mit Schloss Niederweiden im niederösterreichischen Marchfeld. Die Standorte zählen zu den bekanntesten Kulturtourismusdestinationen des Landes und sind zugleich beliebte Freizeitziele und Naherholungsräume für internationale, nationale und lokale Gästinnen und Gäste.

Die Entwicklung der vergangenen Jahre zeigt, wie stark Erhaltung, Vermittlung und Besucherinnen- und Besucherorientierung ineinandergreifen. Rund 328 Mio. Euro wurden seit 1993 in Bau- und Restaurierungsarbeiten investiert, um die Kulturdenkmäler auf Grundlage intensiver Forschung authentisch zu bewahren, zu erhalten und erlebbar zu machen. Mehr als 55 Mio. Euro davon entfielen allein auf die vergangenen fünf Jahre. Insgesamt wurden bisher über 800 Bauprojekte umgesetzt.

Bei allen Maßnahmen steht die behutsame Weiterentwicklung der historischen Standorte im Mittelpunkt. Moderne kulturtouristische Infrastruktur wird so integriert, dass die historische Substanz größtmöglich geschont bleibt. Damit schafft die Schönbrunn Group die Grundlage dafür, das imperiale Erbe und die Welt der Habsburger auch künftig für Menschen aus aller Welt zugänglich und lebendig zu halten.

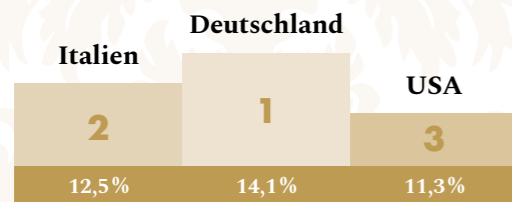
2025 AUF EINEN BLICK

Die Schönbrunn Group blickt auf ein besucherinnen- und besucherstarkes und wirtschaftlich erfolgreiches Jahr zurück. Steigende Gästinnen- und Gästezahlen, Investitionen aus eigener Kraft und neue Angebote zeigen, wie Kulturvermittlung, Substanzerhalt und touristische Attraktivität ineinandergreifen.



BESUCHERINNEN- & BESUCHERHERKUNFT

(standortübergreifend)



610
Mitarbeitende



62%
Frauenquote

TOP-RESTAURIERUNGSPROJEKTE



Blauer Chinesischer Salon,
Schloss Schönbrunn



Miniaturenkabinett,
Schloss Schönbrunn



Weißgoldzimmer,
Sisi Museum



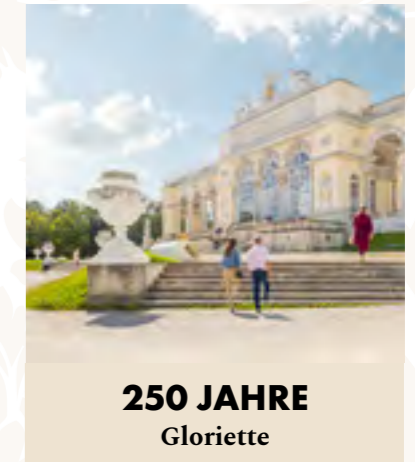
554.737
Social Media Followerinnen
& Follower (gesamt)



158.000
Google Ratings
Schloss Schönbrunn



10%
Steigerung
Gesamtbesucherinnen-
& Gesamtbesucherdahlen



250 JAHRE
Gloriette



300 JAHRE
Schloss Hof



2.000m²
Wassererlebnispfad
Schloss Hof



19
seltene Haustierrassen
auf Schloss Hof



930m²
neue PV-Fläche
auf Schloss Hof



274
Tiere auf Schloss Hof



5
Awards & Auszeichnungen
(standortübergreifend)



2
Standort Besucherinnen-
& Besucherrekorde



NEUER REKORD

10.000
Jahreskartenbesitzerinnen & -besitzer
auf Schloss Hof



100 MIO.
Besuche
(standortübergreifend)

DAS MANAGEMENT

GESCHÄFTSLEITUNG

<p>Mag. Klaus Panholzer Geschäftsführer</p>		
<p>Mag.^a (FH) Christina Schumann Abteilung Finanzen, Prokuristin</p>	<p>Ing. Herbert Polsterer Technische Abteilung, Stv. Direktor, Prokurist</p>	<p>Mag. (FH) Florian Felder Stabstelle Strategie und Entwicklung, Prokurist</p>

AUFSICHTSRAT

<p>Mag.^a Elisabeth Udolf-Strobl Vorsitzende</p>		<p>Mag.^a Eva Landrichtinger Stv. Vorsitzende</p>
<p>DI Matthias Molzbichler</p>	<p>Florian Langmann-Frisch, MA, MSc</p>	<p>Mag.^a Beatrice Schobesberger</p>
<p>Paul Gludovatz Arbeitnehmersvertreter</p>	<p>Mag.^a Maria Elisabeth Prenner Arbeitnehmersvertreterin</p>	<p>Michael Schuhböck Arbeitnehmersvertreter</p>

KULTURHISTORISCH-TOURISTISCHER BEIRAT

Der Beirat – gebildet aus Fachleuten für Kunstgeschichte, Denkmalschutz, Museumswissenschaft und Touristik – nimmt eine beratende Funktion zu allen wesentlichen Fragen der touristischen Nutzung ein.



V. l. n. r.: Mag. (FH) Florian Felder, Mag.^a (FH) Christina Schumann, Mag. Klaus Panholzer, Ing. Herbert Polsterer

DAS MANAGEMENT



Geschäftsführer, Stabstellen, Standort- und Abteilungsleitungen der Schönbrunn Group

DAS MANAGEMENT

STABSTELLEN

Mag. (FH) Florian Felder Stabstelle Strategie und Entwicklung, Prokurist	Mag.^a Katharina Karmel, Elisabeth Joham Stabstelle Unternehmenskommunikation, Pressesprecherin	Dr. Andreas Horner Stabstelle Recht & Compliance
Sophie Schuller, BSc Stabstelle Nachhaltigkeit	Marketa Schwarz, MSc Stabstelle Risikomanagement, Datenschutzverantwortliche	Franziska Kornek, MSc Stabstelle Sicherheit

ABTEILUNGS- UND STANDORTLEITUNGEN

Mag.^a (FH) Christina Schumann Abteilung Finanzen, Prokuristin	Ing. Herbert Polsterer Technische Abteilung, Stv. Direktor, Prokurist	Dr.ⁱⁿ Anna Mader-Kratky Wissenschaftliche Abteilung
Claudia Schmidberger-Slond Abteilung Marketing	Michael Leonardelli Abteilung IT	Anita Iser-Wieser Abteilung Event, Gastronomie & Hospitality
Mag. (FH) Helmut Pichler Abteilung Partner und Kooperationen	Gerlinde Leitner Stv. Leitung People & Culture, Leitung Personalverrechnung	Mag. Wolfgang Smejkal, BA Abteilung Gästeservice und Kulturvermittlung
Bernadette Krischke Abteilung Retail und Commercial Development	Mag.^a Katharina Tschann Zoologische Abteilung	Sebastian Joos, BSc Abteilung Garten
Mag. (FH) Mario Feigl Operative Standortleitung, Abteilung Programm- & Projektmanagement Schloss Hof	Ing. Günther Kvapil Technische Standortleitung, Bereichsleitung Technik Schloss Hof	Mag.^a Petra Reiner Standortleitung Möbelmuseum Wien
	Mag.^a Martina Kotvojs, Mag.^a Petra Putz Standortleitung Sisi Museum	



WO GESCHICHTE LEBENDIG BLEIBT UND ZUKUNFT GESTALTET WIRD

Die Schönbrunn Group verfolgte im Jahr 2025 konsequent das Ziel, ihre Standorte als attraktive Erlebnisorte weiterzuentwickeln und gleichzeitig die nachhaltige Erhaltung des kulturellen Erbes sicherzustellen. Im Mittelpunkt standen Investitionen in Infrastruktur, neue Organisationsbereiche sowie die Weiterentwicklung von Service- und Qualitätsstandards.

Mit der Etablierung eigener Stabsstellen für Sicherheits-, Risikomanagement und Datenschutz stärkte die Schönbrunn Group ihre organisatorische Resilienz. Sicherheit wird dabei ganzheitlich verstanden – vom Schutz der historischen Anlagen und Sammlungen über Veranstaltungssicherheit bis hin zu Datenschutz und Krisenmanagement. Damit wurden wichtige Grundlagen geschaffen, um den steigenden Anforderungen eines internationalen Kulturbetriebs langfristig gerecht zu werden.

NACHHALTIGKEIT ALS STRATEGISCHER SCHWERPUNKT

Nachhaltigkeit blieb auch 2025 ein zentraler Bestandteil der Unternehmensstrategie. Im Bereich Klima und Umwelt wurde die bereits erstellte Treibhausgasbilanz extern geprüft. Gleichzeitig setzte die Schönbrunn Group gezielte Maßnahmen zur Anpassung an steigende Hitzebelastungen. Dazu zählten technische Optimierungen von Lüftungssystemen, der Einsatz zusätzlicher Klimageräte sowie organisatorische Maßnahmen für Mitarbeitende.

Ein weiterer Schwerpunkt lag auf Biodiversität und Naturschutz. Gemeinsam mit der Österreichischen Gesellschaft für Herpetologie und dem Tiergarten Schönbrunn wurde das Arealpartnerprojekt „Biodiversität stärken“ umgesetzt.

Dabei wurden Amphibienbestände in Brunnen und Gewässern des Schlossparks dokumentiert und die Grundlagen für künftige Schutzmaßnahmen geschaffen.

Auch in den Bereichen Abfallwirtschaft und Kreislaufwirtschaft wurden in der Schönbrunn Group neue Standards etabliert. Flächendeckende Abfalltrennung, Schulungen für Mitarbeitende sowie ein interner Markt zur Weiterverwendung von Materialien unterstützten den nachhaltigen Umgang mit vorhandenen Ressourcen.

Im Bereich Mobilität führte die Schönbrunn Group erstmals eine unternehmensweite Mobilitätsumfrage durch. Die Ergebnisse dienen als Grundlage für zukünftige Maßnahmen zur Reduktion von CO₂-Emissionen.

Darüber hinaus wurden neue Nachhaltigkeits-Webseiten für die Schönbrunn Group, Schloss Hof sowie Schönbrunn Meetings & Events veröffentlicht. Auch im internationalen Netzwerk der „European Royal Residences“ engagierte sich die Schönbrunn Group mit einer eigens entwickelten Sustainability Survey, um Vergleichsdaten zu erheben und internationale Kooperationen zu fördern.

SCANNEN
SIE HIER!



Kulturerbe sichern:
Ein Blick
hinter die Kulissen

BARRIEREFREIHEIT WEITERDENKEN

Ein besonderer Fokus lag 2025 auf der systematischen Weiterentwicklung der Barrierefreiheit. Gemeinsam mit dem Beratungsunternehmen myAbility wurden umfassende bauliche und digitale Audits an den Standorten Schloss Schönbrunn, Schloss Hof und Möbelmuseum Wien durchgeführt.

Ziel war es, erstmals eine standortübergreifende Bestandsaufnahme zu schaffen und daraus konkrete Handlungsempfehlungen für eine nachhaltige Verbesserung abzuleiten. Die Ergebnisse wurden gemeinsam mit den Fachabteilungen analysiert, priorisiert und schrittweise in Umsetzung gebracht.

Die Audits zeigten deutlich, dass Barrierefreiheit weit über gesetzliche Anforderungen hinausgeht. Sie stärkt die Qualität des Besuchererlebnisses ebenso wie die Attraktivität der Schönbrunn Group als Arbeitgeberin. Die Einbindung von Menschen mit Behinderungen ermöglichte praxisnahe Perspektiven und neue Lösungsansätze – insbesondere im Spannungsfeld zwischen historischer Bausubstanz und modernen Anforderungen an Inklusion.

ARBEITGEBERMARKE UND UNTERNEHMENSKULTUR

Nach der erfolgreichen Etablierung der Unternehmensmarke hat die Schönbrunn Group 2025 den gezielten Aufbau einer starken Arbeitgebermarke vorangetrieben. Ziel war es, die Positionierung als Arbeitgeberin zu schärfen und intern wie extern sichtbar zu machen.

Die Schönbrunn Group verfolgt konsequent das Ziel, die Zufriedenheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu steigern und ihre Identifikation mit dem Unternehmen nachhaltig zu stärken. Gleichzeitig soll die öffentliche Wahrnehmung gestärkt und die Attraktivität als Arbeitgeberin erhöht werden. Eine klar positionierte Arbeitgebermarke bildet zudem die Grundlage, qualifizierte Talente für die Schönbrunn Group zu gewinnen.

Auf Basis der bestehenden Markenstrategie wurde 2025 eine umfassende Employer-Branding-Strategie entwickelt und eine klare Employer Value Proposition definiert. Gemeinsam mit den Führungskräften entstanden Leitlinien für Zusammenarbeit und Führung, die als gemeinsame Grundsätze verankert wurden und den Teamgeist nachhaltig stärken. Seit Ende 2025 befindet sich die Umsetzung in einer intensiven Kreativphase. Die neue strategische Ausrichtung wird schrittweise in zentralen Kommunikationsformaten und -kanälen sichtbar – von Stelleninseraten über Arbeitgeberprofile bis zur Weiterentwicklung der Website. Die enge Zusammenarbeit von Personalentwicklung, Strategie & Entwicklung sowie Brandmanagement war dabei ein wesentlicher Erfolgsfaktor, um die Arbeitgebermarke intern und extern zu positionieren und im Arbeitsalltag zu verankern.

Auch das Corporate Design wurde entsprechend erweitert: Für Kommunikationsmaßnahmen, in denen die Schönbrunn Group primär als Arbeitgebermarke auftritt, wurden spezielle Varianten von Logo und Siegel entwickelt. Das Logo mit dem Claim „Kaiserliches Kulturerbe mitgestalten“ sowie das Siegel „Great Palace to Work“ ersetzen in diesen Anwendungsfällen die klassischen Varianten.

DIGITALE TRANSFORMATION ERFOLGREICH AUSGEBAUT

Es wurden zahlreiche Maßnahmen zur Weiterentwicklung der digitalen Infrastruktur, zur Optimierung interner Prozesse sowie zur Verbesserung des Gästinnen- und Gästeservices umgesetzt. So wurde der B2B-Buchungsprozess mit Open-Innovation-Ansätzen überarbeitet und Analysen zu Gästinnen- und Gästeströmen und Nutzungsverhalten weiterentwickelt, um die Gästinnen- und Gästeführung und das Angebot weiter zu optimieren. Zudem wurden die Einwegpfandabwicklung digital integriert und innovative KI-Anwendungen erprobt. Besonders erfolgreich war dabei der Proof of Concept einer KI-gestützten Kommunikations-Trainingsplattform für Kulturvermittlerinnen und Kulturvermittler, die bei der Change Tourism Austria AI Challenge den ersten Platz erreichte.

Auch intern wurden wichtige Schritte zur Digitalisierung gesetzt. Durch Prozessoptimierungen und Automatisierungen in verschiedenen Unternehmensbereichen – etwa durch die Einführung eines papierlosen Eingangsrechnungsprozesses – konnten Abläufe effizienter gestaltet werden. Das Management-Informationssystem sowie die Reporting-Landschaft wurden laufend erweitert und modernisiert, um datenbasierte Entscheidungen noch besser zu unterstützen. Schulungsmaßnahmen zu Künstlicher Intelligenz im Arbeitsalltag sowie die Weiterentwicklung der Strategie für die digitale Transformation stärkten darüber hinaus die digitale Kompetenz und Effizienz innerhalb des Unternehmens.

Im Bereich IT wurden die digitalen Verkaufsplattformen kontinuierlich weiterentwickelt, der IT-ServiceDesk als zentrale Anlaufstelle ausgebaut und eine automatische Softwareverteilung eingeführt. Mit der Etablierung von OneDrive als cloudbasiertem Speichersystem konnten Zusammenarbeit und Datenzugriff weiter verbessert werden. Darüber hinaus wurden die Einführung eines neuen CRM-Systems sowie die Umsetzung des neuen Audioguide-Systems erfolgreich realisiert. Die aktive Mitwirkung an nationalen Innovations- und Digitalisierungsinitiativen unterstreicht zudem die Rolle der Schönbrunn Group als Impulsgeberin für digitale Entwicklungen im Kultur- und Tourismussektor.

II
Schönbrunn
Group

KAISERLICHES KULTURERBE MITGESTALTEN



VERMITTLUNG ZWISCHEN TRADITION UND INNOVATION

Im Jahr 2025 lag ein besonderer Fokus auf immersiven und interaktiven Formaten, die Besucherinnen und Besucher stärker in historische Erzählungen einbinden. Die neue Pre-Show in Schloss Schönbrunn steht exemplarisch für diesen Ansatz und verbindet moderne, immersive Inszenierung mit historischem Inhalt.

Auch im Sisi Museum wurde die Vermittlung im Zuge des Relaunchs grundlegend neu gedacht. Die Neugestaltung der Dauerausstellung

und der erstmals vollständige Rundgang werden künftig ein intensiveres und umfassenderes Besucherlebnis ermöglichen. Damit werden auch die Sicherheit und der Komfort der Besucherinnen und Besucher gesteigert.

All diese Neuerungen verfolgten das Ziel, die Geschichte aller Standorte der Schönbrunn Group zeitgemäß und emotional zu vermitteln.



100 MILLIONEN BESUCHE

2025 war es so weit: Die Schönbrunn Group konnte ihren 100-millionsten Besuch seit ihrer Gründung im Jahr 1992 an ihren Standorten verzeichnen.

Das Jubiläum wurde im September 2025 in Schloss Schönbrunn gefeiert. Gemeinsam mit Bundesminister Wolfgang Hattmannsdorfer würdigte die Schönbrunn Group die internationale Strahlkraft der Kulturstandorte sowie deren wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung.

Dieser Meilenstein verdeutlicht die Rolle der Schönbrunn Group als zentrale Säule des österreichischen Kulturtourismus. Gleichzeitig unterstreicht er den Anspruch, historische Orte mit zeitgemäßer Besucherinnen- und Besucherorientierung und innovativer Vermittlung zu verbinden.



INTERNATIONALE VERNETZUNG UND KULTURELLER AUSTAUSCH

Im Rahmen der Expo 2025 in Osaka intensivierte die Schönbrunn Group ihre Zusammenarbeit mit der japanischen Burg Himeji. Gemeinsam mit dem Bundespräsidenten und dem Bundesminister für Wirtschaft, Energie und Tourismus wurde die Partnerschaft der beiden UNESCO-Welterbestätten weiter gefestigt. Im Mittelpunkt des Austauschs standen Themen wie nachhaltiger Tourismus, kulturelle Vermittlung sowie die langfristige Sicherung historischer Kulturgüter. Die Begegnung im Rahmen des Österreich-Tages auf der Expo 2025 unterstrich die Bedeutung internationaler Kooperationen für die Zukunft kultureller Institutionen. Darüber hinaus engagierte sich die Schönbrunn Group aktiv im Netzwerk der „European Royal Residences“ und forcierte den internationalen Austausch zu den Themenfeldern Nachhaltigkeit, Besucherinnen- und Besucherorientierung und Zukunftsstrategien kultureller Institutionen.



KULTURERBE BEWAHREN, GEMEINSAM ZUKUNFT GESTALTEN

**Was die Schönbrunn Group bewegt, entsteht durch Menschen,
die Verantwortung übernehmen, Zukunft mitgestalten
und kulturelles Erbe lebendig halten.**



SCHÖNBRUNN GROUP STIMMEN



Christina Schumann
Prokuristin, Leitung Abteilung Finanzen,
Schönbrunn Group:

Die Schönbrunn Group trägt Verantwortung für einige der bedeutendsten Sehenswürdigkeiten Österreichs. Ein verantwortungsvolles und vorausschauendes Finanzmanagement ist für uns die Basis, um dieses kulturelle Erbe zu erhalten, weiterzuentwickeln und unseren Gästinnen und Gästen als Erlebnis zugänglich zu machen.

Marketa Schwarz
Stabstelle Interne Revision und Risikomanagement,
Datenschutzverantwortliche, Schönbrunn Group:

„Ein modernes Risikomanagement lebt nicht nur von Prozessen und Richtlinien, sondern vor allem von einer gelebten Verantwortungskultur. Sicherheit entsteht dort, wo Mitarbeitende aufmerksam handeln, Risiken früh erkennen und gemeinsam Verantwortung übernehmen.“



Maria Ertl
Stv. Leitung Stabstelle Strategie und Entwicklung,
Leitung Brand Management, Schönbrunn Group:

„Eine Marke ist weit mehr als ein Erscheinungsbild – sie ist ein zentrales Steuerungsinstrument. Für eine erfolgreiche Positionierung sind vor allem die Menschen entscheidend, die sie täglich mit Leben füllen. Umso mehr freut es mich, dass wir nach dem erfolgreichen Markenprozess nun auch unsere Arbeitgebermarke weiterentwickeln konnten.“



Florian Felder
Prokurist, Leitung Stabstelle Strategie und Entwicklung,
Schönbrunn Group:

„Barrierefreiheit ist für die Schönbrunn Group eine gesetzliche Verpflichtung. Sie ist ein zentraler Bestandteil unseres Qualitätsanspruchs und unseres Verständnisses von Gastfreundschaft. Externe Expertise hilft uns dabei, den eigenen Blick zu erweitern, Potenziale zu erkennen und nachhaltige Verbesserungen umzusetzen, die unseren Gästinnen und Gästen wie auch unseren Mitarbeitenden zugutekommen.“

Elisabeth Joham
Unternehmenskommunikation, Schönbrunn Group:

„Die Kommunikation der Schönbrunn Group trägt wesentlich dazu bei, die Vielfalt unserer Standorte und Aufgaben sichtbar zu machen. Sie vermittelt kulturelle Inhalte, erzählt die Geschichten hinter unseren historischen Orten und schafft Verbindungen zwischen Vergangenheit und Gegenwart. Gleichzeitig ist die interne Kommunikation essenziell für eine erfolgreiche Zusammenarbeit über alle Standorte und Aufgabenbereiche hinweg.“



Franziska Kornek
Stabstelle Sicherheit, Schönbrunn Group:

„Sicherheit bedeutet für die Schönbrunn Group weit mehr als Schutz im klassischen Sinn. Sie schafft die Grundlage dafür, dass kulturelles Erbe bewahrt, Veranstaltungen verantwortungsvoll durchgeführt und unsere Häuser als sichere Orte für Millionen von Gästinnen und Gästen erlebbar bleiben.“



Sophie Schulter
Stabstelle Nachhaltigkeit, Schönbrunn Group:

„Historische Orte zu bewahren heißt heute auch, ökologische Verantwortung zu übernehmen. Klimaschutz, Biodiversität und nachhaltiges Ressourcenmanagement sind zentrale Bestandteile eines zukunftsorientierten Kulturbetriebs.“



SCHÖNBRUNN GROUP STIMMEN

SCHÖNBRUNN GROUP WÄCHST AN ALLEN VIER STANDORTEN

Die Standorte der Schönbrunn Group blicken auf ein erfolgreiches Jahr 2025 zurück: An allen vier Standorten – Schloss Schönbrunn, Möbelmuseum Wien, Sisi Museum und Schloss Hof – konnte ein Anstieg der Besucherinnen- und Besucherzahlen verzeichnet werden. Die Gesamtzahl der Gästinnen und Gäste stieg von rund 4.776.000 im Jahr 2024 auf 5.260.000 im Jahr 2025. Dieser Zuwachs von 10,1 Prozent unterstreicht die kontinuierlich wachsende Attraktivität der Kulturinstitutionen.

Zu der erneuten Steigerung der Besuche trugen an allen Standorten die bewährten Kulturvermittlung- und Veranstaltungsprogramme bei. Insbesondere begeisterten das Kinderprogramm im Kindermuseum Schloss Schönbrunn und Schloss Hof zahlreiche Familien. Sonderausstellungen und vielfältige Veranstaltungen sprachen verstärkt lokales und nationales Publikum an und trugen ebenfalls zu diesem Erfolg bei.

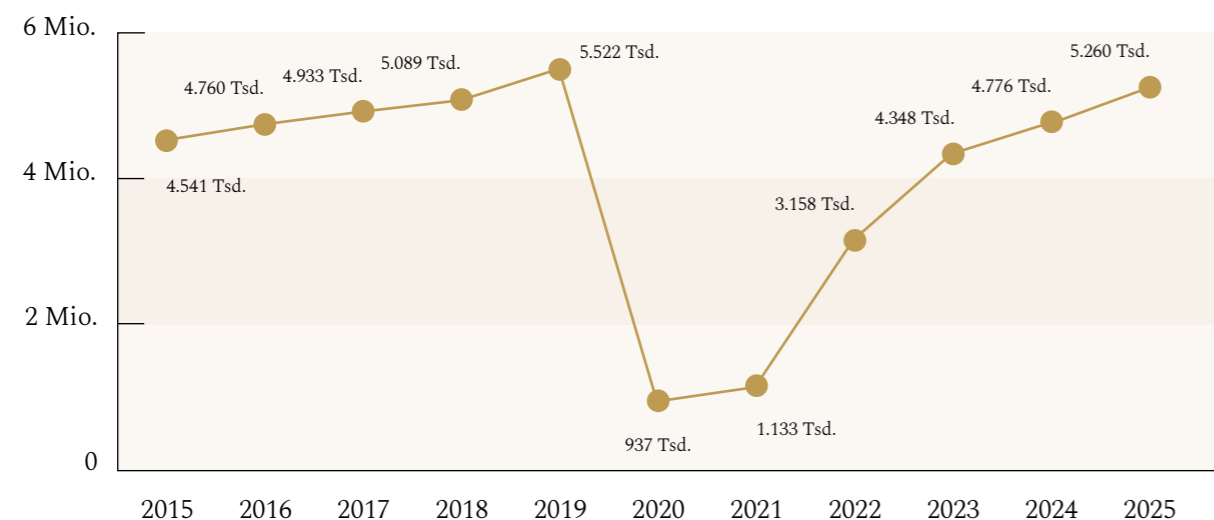
Eine besondere Bestätigung für das jahrelange Engagement, heimischen wie internationalen Gästinnen und Gästen ein attraktives Besucherlebnis zu bieten, war der 100-millionste

Besuch, der im Schloss Schönbrunn stattfand. Bundesminister Wolfgang Hattmannsdorfer und Geschäftsführer Klaus Panholzer hießen ihn persönlich willkommen.

Der größte Anteil von 14,1 Prozent der Gästinnen und Gäste stammte aus dem Nachbarland Deutschland, gefolgt von Italien mit einem Anteil von 12,5 Prozent. Besonders erfreulich war der Zuwachs an Gästinnen und Gästen aus Österreich mit 9,3 Prozent.

In Schloss Hof konnte 2025 ein Besucherinnen- und Besucherrekord von 308.000 erreicht werden.

GÄSTINNE- UND GÄSTEENTWICKLUNG 2015–2025



WIRTSCHAFTLICH STARK AUS EIGENER KRAFT

Die positive Entwicklung an den Standorten spiegelt sich auch in den Geschäftszahlen wider. 2025 konnte die Schönbrunn Group ihre Erträge erneut aus eigener Kraft erwirtschaften, in die Erhaltung der historischen Anlagen investieren und gleichzeitig einen wesentlichen Beitrag an die Republik Österreich leisten.

Mit einem Gesamtumsatz von rund 97,30 Mio. Euro erzielte die Schönbrunn Group 2025 erneut ein starkes Ergebnis. Der erwirtschaftete Überschuss lag bei 11,85 Mio. Euro. Aus diesem Ergebnis wurden 15,30 Mio. Euro im Rahmen des Fruchtgenuss- bzw. Pachtvertrags an die Republik Österreich abgeführt. Zusätzlich entrichtete die Schönbrunn Group 3,44 Mio. Euro an Körperschaftsteuer. Insgesamt leistete das Unternehmen damit einen Beitrag von 18,74 Mio. Euro an die öffentliche Hand.

Gleichzeitig investierte die Schönbrunn Group konsequent in ihre Standorte. 14,66 Mio. Euro flossen 2025 in Bau-, Investitions- und Restaurierungsmaßnahmen. Diese Mittel dienen der Erhaltung historischer Substanz ebenso wie

der Weiterentwicklung von Infrastruktur, Besucherinnen- und Besucherangeboten und betrieblichen Abläufen. Damit schaffte die Schönbrunn Group die Grundlage dafür, die ihr anvertrauten Kulturdenkmäler langfristig zu sichern und zugleich zeitgemäß erlebbar zu machen.

Die Schönbrunn Group finanzierte ihren laufenden Betrieb, notwendige Erhaltungsmaßnahmen und die Weiterentwicklung der Standorte aus selbst erwirtschafteten Mitteln. Öffentliche Zuschüsse wurden dafür nicht in Anspruch genommen. So blieb der wirtschaftliche Erfolg unmittelbar mit dem Auftrag verbunden, das imperiale Erbe Österreichs zu bewahren, weiterzuentwickeln und für kommende Generationen zugänglich zu halten.

	2024	2025	Veränderung in % zum Vorjahr
Besucherinnen- und Besucheranzahl gesamt	4.776.496	5.259.697	10,1%
Gesamtumsatz	€ 92.683.020	€ 97.300.083	5%
Investitions- und Restaurierungsvolumen	€ 15.460.596	€ 14.663.227	-5,1%

ERFAHRUNG, KONTINUITÄT UND EXPERTISE

Der Personalstand der Schönbrunn Group lag im Jahr 2025 bei 610 Mitarbeitenden beziehungsweise 471 Vollzeitäquivalenten. Zum Vergleich: 2024 beschäftigte die Schönbrunn Group 552 Mitarbeitende bei 415 Vollzeitäquivalenten. Damit spiegelt diese Entwicklung die betrieblichen Anforderungen und die Weiterentwicklung der Schönbrunn Group wider.

Der gezielte Personalaufbau erfolgte insbesondere im Gartenbereich von Schloss Hof sowie in der Gastronomie. Damit investierte die Schönbrunn Group bewusst in den Ausbau ihres Angebots und in den Aufbau von Expertinnen- und Expertenwissen in zukunftsrelevanten Bereichen ihres Dienstleistungsbetriebs.

Die Frauenquote lag 2025 bei 62 Prozent und bestätigt damit die starke weibliche Präsenz innerhalb des Unternehmens. Die kontinuierliche Entwicklung unterstreicht die Bedeutung von Chancengleichheit und Vielfalt als wesentliche Bestandteile der Unternehmenskultur.

Mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aus 47 Nationen stand die Schönbrunn Group 2025 zudem für Internationalität und kulturelle Vielfalt. Besonders stark vertreten sind Mitarbeitende aus Österreich, der Slowakei, Deutschland, Italien, Ungarn und Rumänien. Diese Diversität spiegelt die internationale Gästinnen- und Gästestruktur wider und unterstützt ein professionelles, serviceorientiertes Besuchererlebnis an allen Standorten.

Im Durchschnitt waren Mitarbeitende der Schönbrunn Group im Jahr 2025 42,55 Jahre alt und seit 6,24 Jahren im Unternehmen tätig. Diese Kennzahlen zeigen eine ausgewogene Verbindung aus Erfahrung, Kontinuität und neuer Expertise.

Die Vielfalt der Menschen und Berufsbilder prägt die außergewöhnlichen Arbeitsorte der Schönbrunn Group. Kompetenz, Teamgeist und Freude an der gemeinsamen Aufgabe stehen im Mittelpunkt der täglichen Arbeit: ein einmaliges Erlebnis für Gästinnen und Gäste aus aller Welt zu ermöglichen und zugleich das kulturelle Erbe zu bewahren, weiterzuentwickeln und lebendig zu gestalten.



DIE STANDORTE IM DIGITALEN AUSTAUSCH

Social Media stärkt die internationale Sichtbarkeit der Standorte und eröffnet neue Zugänge zu Kultur und Geschichte.

Die digitale Kommunikation über die Social-Media-Kanäle der Schönbrunn Group entwickelte sich 2025 weiterhin dynamisch und stärkte die internationale Sichtbarkeit der Standorte nachhaltig. Über Facebook, Instagram, X, Threads und YouTube wurden historische Inhalte, Veranstaltungsformate, Einblicke hinter die Kulissen sowie aktuelle Themen einer stetig wachsenden Community vermittelt.






Die Community des Standorts Schloss Schönbrunn wuchs im Jahr 2025 auf 324.286 Personen und blieb damit die reichweitenstärkste digitale Marke innerhalb der Schönbrunn Group. Das Sisi Museum verzeichnete ein hohes internationales Interesse und zählte 2025 163.429 Personen in seiner Social-Media-Community. Schloss Hof sowie das Möbelmuseum Wien bauten ihre Communities ebenfalls kontinuierlich aus.

Ergänzt wurde die digitale Präsenz durch den YouTube-Kanal der Schönbrunn Group mit aktuell 4.510 Abonnentinnen und Abonnenten, der insbesondere audiovisuelle Inhalte und historische Hintergrundgeschichten vermittelte.

Die Social-Media-Kanäle blieben damit zentrale Kommunikationsinstrumente der Kulturvermittlung und der internationalen Besucherinnen- und Besucherkommunikation.

Social-Media-Reichweite 2025
RUND 20 MIO. ERREICHTE NUTZER

SOCIAL MEDIA COMMUNITY 2025

	SCHLOSS SCHÖNBRUNN 324.286 Followerinnen & Follower
	SISI MUSEUM 163.429 Followerinnen & Follower
	SCHLOSS HOF 48.614 Followerinnen & Follower
	MÖBELMUSEUM WIEN 13.898 Followerinnen & Follower
	YOUTUBE 4.510 Followerinnen & Follower
GESAMT 554.737 Followerinnen & Follower	



HISTORISCHES ERBE, MODERN GEMANAGT

Die Verwaltung der Schönbrunn Group hat ihren Sitz in Wien im Kavalierstrakt des Schloss Schönbrunn. Von dort aus werden alle übergeordneten Aufgaben koordiniert, die für den Betrieb, die Erhaltung und die strategische Entwicklung der verschiedenen Standorte notwendig sind. Die Organisation der Verwaltung ist in mehrere Fachbereiche gegliedert, die eng zusammenarbeiten und gemeinsam die zentralen Verwaltungsfunktionen abdecken. 119 Mitarbeitende waren im Geschäftsjahr 2025 in der Verwaltung beschäftigt.

Während die Verwaltung von Schloss Schönbrunn aus agiert, verfügen die einzelnen Standorte jeweils über eigene Leitungen mit lokalem Verantwortungsbereich. Ziel ist es, eine einheitliche strategische Ausrichtung sicherzustellen und gleichzeitig die standortspezifischen Anforderungen flexibel umsetzen zu können. Zu den Aufgaben der Verwaltung gehören unter anderem die Entwicklung langfristiger Strategien, das Projektmanagement, die Instandhaltung und technische Betreuung der Liegenschaften, die Durchführung von Personalprozessen sowie die Planung und Begleitung von Veranstaltungen und Vermittlungsangeboten. Darüber hinaus ist die Verwaltung für alle Marketing- und Kommunikationsaktivitäten der Schönbrunn Group verantwortlich und stellt sicher, dass die Inhalte und Angebote der Standorte professionell und zielgruppengerecht präsentiert werden. Die wissenschaftliche Abteilung übernimmt dabei nicht nur eine unterstützende Funktion, sondern verantwortet die inhaltliche Entwicklung

und Aufbereitung der musealen Angebote. Sie betreut zahlreiche Forschungsprojekte, pflegt nationale und internationale Kooperationen mit wissenschaftlichen Institutionen und organisiert darüber hinaus die größte Sammlung zu Kaiserin Elisabeth. Damit stellt sie sicher, dass die historische Relevanz und kulturgeschichtliche Bedeutung der betreuten Objekte fundiert dokumentiert, weiterentwickelt und vermittelt werden.

Die Verwaltungseinheit erfüllt damit eine zentrale Rolle innerhalb der Unternehmensgruppe. Sie sorgt für den reibungslosen Ablauf betrieblicher Prozesse, fördert die Weiterentwicklung der Organisation und stellt sicher, dass die kulturhistorischen Werte der Standorte langfristig erhalten und vermittelt werden können.

Die enge Zusammenarbeit zwischen Verwaltung und Standorten bildet die Grundlage für eine professionelle, wirtschaftlich tragfähige und inhaltlich fundierte Betreuung der historischen Anlagen.

SCHLOSS SCHÖNBRUNN: DIE BÜHNE IMPERIALER GESCHICHTE

Schloss Schönbrunn macht imperiale Geschichte als weitläufige Bühne erfahrbar: Die ehemalige Sommerresidenz der Habsburger verbindet barocke Schlossarchitektur, historische Gartenkunst und die lebendige Anziehungskraft eines Ortes, der seit Jahrhunderten Geschichte schreibt.

In den Prunkräumen des Schlosses wird das Leben der Herrscherfamilie bis heute unmittelbar erfahrbar. Ihre Ausstattung erzählt vom politischen Selbstverständnis und vom privaten Alltag der Herrscherfamilie: von der barocken Repräsentation unter Maria Theresia bis zur bürgerlich geprägten Wohnlichkeit des 19. Jahrhunderts. Auch die historischen Gärten prägen das Besuchserlebnis. Während die weitläufige Parkanlage von den Österreichischen Bundesgärten betreut wird, verantwortet die Schönbrunn Group zentrale Attraktionen wie Gloriette, Kronprinzengarten, Irrgarten, Labyrinth, Gloriettebrunnen und die 189 Meter lange Orangerie als eindrucksvolle Bezugspunkte des Areals. Ergänzt wird das Angebot durch das Kindermuseum, das Geschichte in zwölf interaktiven Räumen spielerisch zugänglich macht, sowie durch Veranstaltungsflächen im Apothekertrakt und in der Orangerie, die imperiales Ambiente mit zeitgemäßer Nutzung verbinden.

2025 bestätigte Schloss Schönbrunn seine Rolle als Leitstandort der Schönbrunn Group eindrucksvoll: Rund 3,963 Mio. Eintritte wurden gezählt, zehn Prozent mehr als im Vorjahr. Auf einem Areal von rund 131 Hektar – ohne Tiergarten – sorgten 354 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dafür, dass imperiales Erbe täglich authentisch erlebbar blieb. Audioguides in 18 Sprachen machten die Inhalte für ein internationales Publikum zugänglich. Neue Angebote wie die immersive Erlebniswelt „Echoes of a Monarchy“ in den Kronprinzenappartements, der Lichtergarten „Imperial Lights“ und ein neues Kombiticket erweiterten das Besuchserlebnis zusätzlich.

Schloss Schönbrunn blieb auch 2025 die zentrale Bühne imperialer Geschichte der Schönbrunn Group: ein Ort mit Geschichte, touristischer Strahlkraft, zeitgemäßer Vermittlung und vielfältiger Nutzung.

SCANNEN SIE HIER!



Erhalten Sie hier Einblicke
von Schloss Schönbrunn

ZAHLEN UND DATEN

Ausstellungsfläche	ca. 3.260m ² (davon ca. 288m ² Shopfläche)
Gesamtfläche Areal (ohne Tiergarten)	ca. 131 ha
Eintritte	rund 3.963.000 Eintritte (10% Steigerung zum Vorjahr)
Herkunft der Besucherinnen und Besucher	1. USA, 2. Deutschland, 3. Italien
Anzahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	Gesamt: 354 (140 männlich, 214 weiblich)
Audioguide-Sprachen	18
Neue Angebote	„Echoes of a Monarchy“ – immersive Pre-Show in den Kronprinzenappartements, Lichtergarten Imperial Lights, Kombiticket „Exklusivgärten Schönbrunn“ (Irrgarten, Orangeriegarten, Kronprinzengarten, Gloriette Aussichtsterrasse)
www.schoenbrunn.at	



3.963.000
EINTRITTE

ERHALTEN. ENTDECKEN. WEITERDENKEN.

In Schloss Schönbrunn wird laufend restauriert, geforscht und das Angebot weiterentwickelt: Historische Räume und Gemälde wurden befundet, dokumentiert und restauriert. An anderer Stelle wurden neue Attraktionen für Familien geschaffen. Während der Besuchsbetrieb weiterlief, zeigte sich, wie eng Erhaltung, Forschung und Weiterentwicklung an einem Ort wie Schönbrunn miteinander verbunden sind.

CHINESISCHE BILDWELTEN BEWAHRT

Im Blauen Chinesischen Salon wurde 2025 die im Frühjahr 2024 begonnene Restaurierung abgeschlossen. Der Raum war zur Zeit Maria Theresias als „Gelbes Zimmer“ bekannt und diente Kaiser Franz I. Stephan als Audienzzimmer. Aus dieser Zeit stammen auch die Nussholzvertäfelungen. Einen Schwerpunkt der Restaurierung bildeten die historischen Papiertapeten aus China, die im 18. Jahrhundert eigens für den europäischen Markt gefertigt und zu Beginn des 19. Jahrhunderts im Blauen Chinesischen Salon angebracht wurden. Ihre tiefblauen Bildfelder auf gelbem Grund zeigen Szenen aus dem Alltagsleben in China: Ackerbau, Seidenproduktion, Porzellanherstellung und Teekultur. Papierrestauratorinnen und Papierrestauratoren konservierten nun die empfindlichen Oberflächen.

Auch die stuckierte und farbig gefasste Decke, die Kaminverkleidung und die Nussholzvertäfelungen wurden eingehend befundet und anschließend restauriert. Spätere Firnis-schichten an den Boiserien konnten reduziert werden, wodurch der Raum wieder stärker das Erscheinungsbild des 18. Jahrhunderts vermittelt. Nach der Restaurierung der Wandschale kehrten auch die restaurierten Konsoltische und weitere Möbel zurück. Dadurch tritt der Blau Chinesische Salon wieder als vielschichtiger Raum hervor, der von der Vorliebe des Wiener Hofes für ostasiatische Kunst ebenso erzählt wie von höfischer Repräsentation.



EIN KLEINER RAUM MIT GROSSEN ENTDECKUNGEN

Das Miniaturenkabinett zählt zu den intimsten Räumen von Schloss Schönbrunn. 2025 wurde hier an einem Projekt weitergearbeitet, das auf kleinstem Raum eine detaillierte Abstimmung der ausführenden Gewerke verlangte. Der 13,25 Quadratmeter große Raum im Osttrakt gehörte einst zu den privaten Räumen Maria Theresias. In seine Holzvertäfelungen sind 56 Miniaturen eingelassen.

Rund 20 Restauratorinnen und Restauratoren arbeiteten an Wandvertäfelungen, Deckenmalerei, Miniaturen und historischem Möbelensemble. Dabei wurde sichtbar, wie oft sich der Raum verändert hatte: Unter Maria Theresia waren die Vertäfelungen hellgrün, später folgten Grautöne, im 20. Jahrhundert Weiß. Eine Mini-Kamera brachte über der heutigen Holzdecke zudem einen stuckierten Plafond aus einer früheren Ausstattungsphase zum Vorschein. Auch die Miniaturen rückten dank begleitender Forschung in ein neues Licht: 24 Werke tragen Signaturen von Franz Stephan sowie von den Erzherzoginnen Maria Anna, Maria Elisabeth und Maria Christina und wurden nach druckgraphischen Vorlagen gearbeitet. Damit wurde deutlich, dass dieser Raum für Maria Theresia auch eine sehr private Bedeutung hatte.





TEMPORÄRES ATELIER IM SCHLOSS

Im Zeremoniensaal begann 2025 die umfassende Gesamtrestaurierung eines der bedeutendsten Prunkräume von Schloss Schönbrunn. Zur Zeit Maria Theresias war er ein zentraler Ort offizieller Anlässe am kaiserlichen Hof. Sein Herzstück ist die Gemäldeserie zur Hochzeit Erzherzog Josephs mit Isabella von Bourbon-Parma.

Die großformatigen Gemälde wurden fachgerecht von den Wänden abgenommen, aber nicht außer Haus gebracht. Aufgrund ihrer Größe und Bedeutung richtete die Schönbrunn Group ein temporäres Atelier direkt im Schloss ein. Dort werden die etwa drei mal vier Meter großen Werke unter geeigneten Bedingungen derzeit restauriert.

Für die Arbeiten an Wandvertäfelungen und Decke wurde der Zeremoniensaal in eine Raum-in-Raum-Konstruktion eingebettet. So bleibt der Rundgang für Besucherinnen und Besucher weiterhin passierbar. Der Abschluss der Arbeiten ist für 2027 vorgesehen.

EIN NEUER TREFFPUNKT FÜR FAMILIEN

Neben den Restaurierungsprojekten wurde 2025 auch das Hietzinger Areal weiterentwickelt. Im denkmalgeschützten Fürstenstöckl eröffnete die Schönbrunn Group am 11. November 2025 das Fürstenkarussell Bistro & Café. Mit 40 Sitzplätzen im Innenbereich und 64 weiteren im Gastgarten entstand ein familienfreundlicher Treffpunkt in historischem Ambiente. Hochwertige Materialien, dezente Wandmalereien und ein behutsames Lichtkonzept fügen sich harmonisch in das UNESCO-Welterbe ein.

Für den Bereich vor dem Gastgarten kaufte die Schönbrunn Group ein Karussell aus dem Jahr 1903 an. Ursprünglich Teil des Böhmisches Praters, soll es ab 2026 junge Gästinnen und Gäste mit nostalgischem Charme begeistern. Damit wird das historische Gesamterlebnis von Schönbrunn um eine familienfreundliche Attraktion erweitert.



EIN AREAL, VIELE ERLEBNISSE

Ein historisches Areal wie Schloss Schönbrunn lebt davon, dass Menschen immer wieder neue Gründe finden, es zu besuchen. 2025 wurde genau das besonders sichtbar: im 100-millionsten Besuch der Schönbrunn Group seit ihrer Gründung – im Jahr 1992, aber auch in vielen Angeboten, die das Areal neu erschlossen. Wer nach Schönbrunn kam, konnte Geschichte immersiv erleben, neue Gartenbereiche entdecken, Märkte besuchen, Familienprogramme nutzen oder vertraute Wahrzeichen aus ungewohnten Perspektiven sehen.



NEUES IMMERSIVES ERLEBNIS

Der Rundgang durch das Schloss Schönbrunn erhielt 2025 eine neue Facette. Mit der 15-minütigen Pre-Show entstand ein zeitgemäßes, immersives Besuchererlebnis, das bereits vor der klassischen Schlosstour in die Geschichte Schönbrunns und der Habsburger einführt. Virtuelle Inhalte begleiten Besucherinnen und Besucher durch das Kronprinzenappartement und die vier Weißgoldzimmer.

MEHR ERLEBEN IM PARK



Im Schlosspark wurden 2025 ebenfalls neue Akzente gesetzt. Die Rollstuhlfahrerschaukel und die Kugelbahn erweiterten das Angebot um spielerische und zugänglichere Erlebnisse. Seit 1. April bietet zudem das Kombiticket „Exklusivgärten Schönbrunn“ den Besuch besonderer Gartenbereiche: Kronprinzengarten, Orangeriegarten, Irrgarten und die Aussichtsterrasse der Gloriette können damit mit einem Ticket erlebt werden. Ab November eröffnete „Imperial Lights“ eine weitere Perspektive auf den Park: Der Lichtergarten verwandelte den Bereich rund um den Kronprinzengarten in einen abendlichen Rundgang aus Lichtinstallationen und modernem Lichtdesign.



MÄRKTE MIT BESUCHERINNEN- UND BESUCHERREKORD

Auch die saisonalen Märkte stärkten Schloss Schönbrunn als wiederkehrenden Besuchsanlass. Der Oster- und Frühlingsmarkt brachte Kunsthandwerk, Kulinarik und Familienprogramm in den Ehrenhof und verband österliche Atmosphäre mit dem Beginn der warmen Jahreszeit. Zum Jahresende prägte der Weihnachtsmarkt Schloss Schönbrunn mit Lichtern, Hütten, traditionellem Handwerk und regionaler Gastronomie. 2025 erreichte er einen Besucherinnen- und Besucherrekord von rund 1,5 Mio. und bestätigte seine besondere Rolle im Jahresprogramm.

SCHLOSS SCHÖNBRUNN

GESCHICHTE FÜR KINDER

Das Kindermuseum Schloss Schönbrunn begleitete junge Gästinnen und Gäste 2025 durchs ganze Jahr: In den Semesterferien führten „Wintergeschichten aus Schönbrunn“ und der Workshop „Die Kaiserin bittet zu Tisch“ in den Alltag am Hof. Zu Ostern sorgten Suchspiel, Handpuppenführung und Poldis Bastelwerkstatt für Abwechslung, im Mai feierte Schlossgeist Poldi seinen Geburtstag mit Führungen, Spielstationen und Erinnerungsfotos. Im Herbst wurde es in den kaiserlichen Räumen etwas unheimlicher: Halloween brachte Gruselparcours, Rätselrallye und die Führung „Pesthauch und Wahnsinn am Kaiserhof“. Beim Namenstagsfest von Poldi standen Puppentheater, Suchspiele und Begegnungen mit dem Maskottchen im Mittelpunkt. Auch in der Weihnachtszeit gab es für die Kleinen ein großartiges Programm.



VON AUFSTIEGSHILFEN BIS LEGO-MODELL

Mit der Gloriette feierte 2025 eines der bekanntesten Bauwerke Wiens sein 250-jähriges Bestehen. Eine Sonderbriefmarke der Post würdigte das Jubiläum genauso wie vertiefende Einblicke am YouTube-Kanal der Schönbrunn Group. Einen spielerischen Blick auf das Schloss eröffnete ein LEGO-Modell, das seit Oktober 2025 im Besucherinnen- und Besucherzentrum von Schloss Schönbrunn ausgestellt wird: Manfred Kasper und sein Enkel Keanu bauten Schönbrunn aus rund 5.000 LEGO-Steinen nach und brachten das Projekt auf die Plattform LEGO Ideas.



Neben Programm und Besucherlebnis rückte auch der Naturraum in den Blick. Von März bis September wurden im Tiergarten und Schlosspark Amphibien kartiert. 18 Gewässer wurden identifiziert, 16 davon erfasst. Erste Laichaktivitäten von Springfröschen und Erdkröten konnten nachgewiesen werden. Temporäre Ausstiegshilfen aus Kokosmatten am Vorderen Gloriette Teich und bei der Römischen Ruine unterstützten Amphibien dabei, Brunnen sicher zu verlassen.

SCANNEN SIE HIER!



Erhalten Sie hier Einblicke von der Gloriette

GROSSE MOMENTE IN HISTORISCHER KULISSE

Als Event- und Filmlocation zeigte Schloss Schönbrunn 2025 eine besondere Bandbreite. Die Auszeichnung mit dem „EUFCN Audience Location Award 2024“ bestätigte die internationale Sichtbarkeit des Standorts weit über den klassischen Museumsbetrieb hinaus. Verliehen wurde der Preis für Schloss Schönbrunn als Drehort der HBO-Serie „The Regime“ im Rahmen der 75. Berlinale am 17. Februar 2025. Im Jahresverlauf wurde das Areal zur Kulisse für internationalen Spitzensport, zeitgenössische Musik, das Sommernachtskonzert der Wiener Philharmoniker, Charity-Formate, Fachveranstaltungen und Begegnungen innerhalb der Schönbrunn Group.

PREMIERE IM INTERNATIONALEN SPRINGSPORT

Vom 26. bis 28. September 2025 fand erstmals die „Longines Global Champions Tour“ im Ehrenhof von Schloss Schönbrunn statt. Die weltweit renommierte Turnierserie im Springreiten brachte 60 der besten Reiterinnen und Reiter aus 23 Nationen nach Wien. Unter ihnen waren 15 Athletinnen und Athleten aus den aktuellen Top 30 der Welt-rangliste sowie acht österreichische Starterinnen und Starter.

Mit der Premiere wurde der Ehrenhof von Schloss Schönbrunn zur Bühne für internationalen Spitzensport. Die historische Kulisse verlieh dem Turnier einen besonderen Rahmen, zugleich eröffnete sich für die Schönbrunn Group ein neues, prominentes Veranstaltungssegment. Aufgrund des großen Erfolgs wird die „Longines Global Champions Tour“ auch in den kommenden vier Jahren in Schönbrunn stattfinden und den Standort damit langfristig im internationalen Sportkalender verankern. Die „Longines Global Champions Tour of Vienna“ und Schloss Schönbrunn wurden 2026 bei den renommierten „Prestigious Star Awards 2026“ in London prämiert. Die LGCT Vienna erreichte den zweiten Platz als „Best Event“ und die Orangerie von Schloss Schönbrunn den Titel „Best Reception Venue“.



EHRENHOF ALS KONZERTORT MIT MACHBARKEITSSTUDIE

Auch musikalisch wurde der Ehrenhof 2025 neu erprobt. Am 12. September 2025 spielte der international erfolgreiche Elektronikmusiker Paul Kalkbrenner vor Schloss Schönbrunn. Das Konzert war zugleich zentrales Testevent einer Machbarkeitsstudie zu Akustik und Konzertformaten am Standort. Im Mittelpunkt stand die Frage, wie zeitgenössische Großkonzerte in einem denkmalgeschützten Areal dauerhaft und rechtssicher möglich sind. Dafür wurde ein Beschallungskonzept geprüft, das hohe Klangqualität mit maximalem Schallschutz verbindet und die Vorgaben der Wiener Veranstaltungsbehörde sowie denkmalpflegerische Rahmenbedingungen berücksichtigt. Das Konzert lieferte dafür wichtige Erkenntnisse unter realen Bedingungen.



KLASSIK MIT WELTPUBLIKUM

Mit dem Sommernachtskonzert der Wiener Philharmoniker blieb Schloss Schönbrunn auch 2025 eine internationale Bühne der klassischen Musik. Am 13. Juni 2025 kamen rund 53.000 Besucherinnen und Besucher in den Schlosspark. Gleichzeitig wurde das Konzert in mehr als 80 Länder übertragen. Eine Premiere gab es auch künstlerisch: Erstmals wirkten die Wiener Sängerknaben beim Sommernachtskonzert mit – gemeinsam mit Dirigent Tugan Sokhiev und Star-Tenor Piotr Beczala. So verband das Konzert die besondere Atmosphäre des Schlossparks mit weltweiter Reichweite.



**VON CHARITY
BIS FACHAUSTAUSCH**

Die Bandbreite der Eventlocation zeigte sich auch in weiteren Formaten. Beim ersten gemeinsamen Eisstock-Turnier der Schönbrunn Group und der VIVATIS Holding AG auf dem Weihnachtsmarkt traten acht Teams mit prominenter Unterstützung für den guten Zweck an. Insgesamt kamen 50.000 Euro für die ORF-Aktion „Licht ins Dunkel“ zusammen.

Auch fachlicher Austausch fand in Schloss Schönbrunn seinen Platz: Am 11. und 12. Juni 2025 war der Apothekertrakt Schauplatz des „Technical Meetings“ des „Network of European Royal Residences“. Unter dem Titel „Managing Visitor Flow“ diskutierten Vertreterinnen und Vertreter bedeutender königlicher Residenzen Europas über Besucherinnen- und Besucherlenkung, Schutz des Kulturerbes und neue Ansätze im Besucherinnen- und Besuchermanagement. Die Weihnachtsfeier der Schönbrunn Group in der Orangerie zeigte schließlich, dass der Standort auch intern als besonderer Ort der Begegnung genutzt wurde.



Herbert Polsterer
Stv. Direktor, Prokurist, Leitung Bau und Technik,
Schönbrunn Group:

„Der Erhalt historischer Bausubstanz zählt zu unseren zentralen Aufgaben und prägt unser tägliches Handeln. Gleichzeitig schaffen wir die Voraussetzungen dafür, dass unsere Standorte auch künftig funktionale, zeitgemäße und attraktive Orte für Gästinnen und Gäste und Mitarbeitende bleiben.“



Anna Mader-Kratky
Leitung Wissenschaft, Schönbrunn Group:

„Jede Restaurierung eröffnet neue Einblicke in die Bau- und Nutzungsgeschichte unserer Schlösser. Oft bringen gerade die behutsamen Eingriffe überraschende Erkenntnisse ans Licht, die unser Verständnis dieser historischen Orte nachhaltig vertiefen.“



Wolfgang Smejkal
Leitung Gästeservice und Kulturvermittlung, Schönbrunn Group:

„Kulturvermittlung ist für uns mehr als die Vermittlung historischer Inhalte – sie macht Geschichte für unterschiedliche Zielgruppen erlebbar und zugänglich. Durch die gezielte Weiterentwicklung unserer Angebote verbessern wir nicht nur das Besucherlebnis, sondern auch die sinnvolle Lenkung der Besucherinnen- und Besucherströme. Dabei ist es unser Anspruch, Kulturvermittlung so barrierefrei wie im Rahmen der gegebenen historischen Strukturen möglich zu gestalten.“



Anita Iser-Wieser
Leitung Events, Gastronomie und Hospitality,
Schönbrunn Group:

„Neben der erfolgreichen Durchführung von Veranstaltungen investieren wir kontinuierlich in die Weiterentwicklung unserer Infrastruktur. Moderne Empfangs- und Technikkonzepte schaffen die Grundlage dafür, unseren Gästinnen und Gästen auch künftig zeitgemäße Veranstaltungsformate auf höchstem Niveau bieten zu können.“

SISI MUSEUM: DER KAISERIN GANZ NAH

In der Wiener Hofburg – fast 700 Jahre lang Machtzentrum der Habsburgermonarchie – wird Geschichte auf besondere Weise erfahrbar. Zwischen Reichskanzleitrakt und Amalienburg führt das Sisi Museum an eine Persönlichkeit heran, deren Bild bis heute von Mythos, Projektion und Faszination geprägt ist.

Der Rundgang durch das Stephan-Appartement öffnet den Blick auf Kaiserin Elisabeth jenseits vertrauter Klischees: als Frau zwischen höfischer Rolle und persönlichem Freiheitsdrang, zwischen Schönheitssinn, Rückzug und innerer Unruhe. Mehr als 300 persönliche Objekte – von Kleidung, Fächern, Schirmen und Handschuhen bis zu Schönheitspräparaten, Reiseutensilien und Dokumenten – machen nicht nur die historische Figur, sondern auch die Brüche eines außergewöhnlichen Lebens greifbar. Ergänzt wird diese Annäherung durch die Kaiserappartements, die einen authentischen Eindruck vom privaten Alltag Franz Josephs und Elisabeths vermitteln: von Arbeits- und Schlafzimmern bis zu Räumen, die trotz imperialer Umgebung eher Bescheidenheit als Prunk erkennen lassen. Die Silberkammer, eine der bedeutendsten Sammlungen höfischer Tafelkultur, blieb aufgrund der Neugestaltung des Sisi Museums 2025 geschlossen; ihre Bestände reichen von kaiserlichem Tafelsilber und Porzellan bis zu Tafelaufsätzen, Glasserien und Objekten des Hofhaushalts.

2025 stieß diese Erzählung erneut auf großes internationales Interesse: 926.652 Besucherinnen und Besucher kamen an den Standort im 1. Bezirk in Wien, sechs Prozent mehr als im Vorjahr – und das trotz der laufenden Neugestaltung und leicht geänderter Wegführung. Besonders stark vertreten waren Gästinnen und Gäste aus Deutschland, Italien, Spanien, den USA und Frankreich. Möglich wurde dieses Besuchserlebnis durch 62 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und ein Vermittlungsangebot in 14 Audioguide-Sprachen, das ab 19. November 2026 auf 21 Sprachen erweitert wird.

Das Sisi Museum blieb auch 2025 ein zentraler internationaler Anziehungspunkt der Schönbrunn Group: ein Ort, an dem historische Authentizität, museale Vermittlung und zeitgemäßer Gästinnen- und Gästeservice ineinandergreifen.

SCANNEN SIE HIER!



Erhalten Sie hier Einblicke
in das Sisi Museum

ZAHLEN UND DATEN

Ausstellungsfläche	1.900 m ²
Besucherinnen und Besucher	926.652 (6% Steigerung zum Vorjahr)
Herkunft der Besucherinnen und Besucher	1. Deutschland, 2. Italien, 3. Spanien
Anzahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	Gesamt: 62 (24 männlich, 38 weiblich)
Audioguide-Sprachen	14 – mit der Eröffnung des erweiterten Museums am 19. November 2026 erhöht sich die Anzahl der Sprachen auf 21
www.sisimuseum-hofburg.at	



926.652
BESUCHERINNEN
& BESUCHER



NEUE WEGE ZUR KAISERIN

Im Sisi Museum wurde 2025 am offenen Herzen gearbeitet. Während den Besucherinnen und Besuchern das Erleben der Geschichte Kaiserin Elisabeths weiterhin zugänglich blieb, wurde hinter den Kulissen gebaut, restauriert und neu geordnet. Aus einem Wasserschaden entwickelte sich eine Augmented-Reality-Lösung, die noch heute Teil des Besucherlebnisses ist, und neben einer neuen Annäherung an die Person Elisabeth reiste die einstige Kaiserin mit der Schönbrunn Group an den Times Square in New York.

WEISSGOLDZIMMER ERWEITERN NEUEN RUNDGANG

Im Jahr 2025 wurden wichtige Schritte für die Neugestaltung und Erweiterung des Rundgangs im Sisi Museum umgesetzt. Insgesamt werden zwölf zusätzliche Räume in den Rundgang eingebunden. Dazu zählen fünf Weißgoldzimmer aus der Zeit des Rokoko, die bislang nicht öffentlich zugänglich waren. Diese Räume wurden 2025 restauriert und für die museale Nutzung ab 2026 vorbereitet. Ergänzend dazu wurde im Marschallhof ein neues Stiegenhaus errichtet, das künftig die interne Erschließung verbessert und den barrierefreien Rundgang nochmals erleichtert. Die Museumsfläche wächst damit um rund 700 Quadratmeter.

Zum Jahresende 2025 präsentierten sich die neuen Bereiche bereits in restaurierter Form, jedoch noch ohne Ausstellungseinrichtung. In den nächsten Arbeitsschritten folgen der Einbau von Vitrinen, die Platzierung der Exponate sowie die finale kuratorische Ausgestaltung. Der neu gestaltete und erweiterte Rundgang soll Ende 2026 erstmals für Besucherinnen und Besucher zugänglich sein. Bis dato wurden rund 14 Mio. Euro in das Projekt investiert. Die Finanzierung erfolgt vollständig aus eigenen Erträgen der Schönbrunn Group.

NEUE PERSPEKTIVEN IM SISI MUSEUM

Die Weißgoldzimmer zählen zu den besonderen Elementen der Erweiterung. Die barocken Räume mit intemem Charakter dienten einst der kaiserlichen Familie und ihrem Umfeld als Rückzugsorte vom formellen höfischen Leben. Ihre Integration in den neuen Rundgang eröffnet neue Einblicke in die kaiserliche Wohnkultur und schafft Raum, um die Elisabeth-Sammlung der Schönbrunn Group attraktiver zu präsentieren.

Auch die Silberkammer wird im Zuge der Neustrukturierung neu eingebunden. Als bedeutende Sammlung höfischer Tafelkultur erhält sie künftig eine stärkere Rolle im Gesamterlebnis. So entsteht ein Rundgang, der Kaiserin Elisabeth nicht isoliert erzählt, sondern stärker in den Alltag, die Repräsentation und die materielle Kultur des Wiener Hofes einbettet.



SCHNELLE LÖSUNG NACH WASSERSCHADEN

Ende März 2025 stellte ein Wassereintritt das Team des Sisi Museums vor eine unerwartete Aufgabe. Aufgrund eines Wasserschadens musste der Große Salon des Kaisers kurzfristig geräumt werden, wodurch auch die kaiserliche Familientafel nicht mehr wie gewohnt präsentiert werden konnte. Innerhalb von nur 14 Tagen entstand mit „Dine with Sisi“ eine Augmented-Reality-Lösung, die Besucherinnen und Besucher über einen QR-Code am eigenen Smartphone nutzen konnten. Aus der Herausforderung einer Überbrückungslösung wurde ein neues Vermittlungsformat. Die Installation macht die Familientafel digital erlebbar. Indem schnell auf eine konkrete Notsituation reagiert wurde, konnte im Sisi Museum eine neue Form der Vermittlung umgesetzt werden, die nun dauerhaft nutzbar bleibt.

SISI AM TIMES SQUARE

Internationale Sichtbarkeit erhielt das Sisi Museum 2025 auch mit dem Projekt #AuraofSisi. Gemeinsam mit der Künstlerin Layla Vladi entstanden zwei Kunstwerke, die mit einem AR-Filter ausgestattet wurden und Sisi am Bildschirm zum Leben erweckten. Im Februar 2025 wurden die Werke gemeinsam mit dem Logo der Schönbrunn Group auf vier Screens am Times Square in New York gezeigt – eine Woche lang im 24-Stunden-Loop. Damit trat Sisi aus dem Museumsraum hinaus und wurde an einem der sichtbarsten Orte der Welt neu inszeniert. Das Projekt verband historische Figur, zeitgenössische Bildsprache und digitale Erweiterung zu einem internationalen Auftritt der Schönbrunn Group. Beim 39. T.A.I. Werbe Grand Prix 2026 wurde die Kampagne zweifach ausgezeichnet:

- **Kristall-Award (Gesamtsieger)**
Online- & Digital-Marketing sowie Social-Media-Kampagnen
- **Gold Jury**
Online- & Digital-Marketing sowie Social-Media-Kampagnen

ELISABETH NEU GELESEN

Auch publizistisch wurde Kaiserin Elisabeth 2025 neu beleuchtet. In seinem Buch „Kaiserin Elisabeth von Österreich. Mensch und Majestät“ geht Michael Wohlfart, Kurator des Sisi Museums, der Frage nach, wer diese Frau hinter dem bis heute wirksamen Mythos war. Die Publikation nähert sich Elisabeth als Person zwischen öffentlicher Rolle, persönlichen Interessen und späterer Mythenbildung. Das Buch erschien im Kral Verlag und ist in acht Sprachen erhältlich. Es ergänzt die Vermittlung an den Standorten um einen vertiefenden Zugang und zeigt Elisabeth nicht nur als legendäre „Sisi“, sondern als vielschichtige Frau, deren Leben, Wirkung und Nachleben bis heute Fragen aufwerfen.





Martina Kotvojs
Standortleiterin, Sisi Museum:

„2025 war ein besonderes Jahr: Die Arbeiten zur Umgestaltung des neuen Sisi Museums setzten voll ein. Unser Team hat an 365 Tagen die Gästinnen und Gäste auf teilweise geänderter Wegführung betreut. Umso stolzer macht es uns, dass trotz dieser Herausforderung die Anzahl der Besucherinnen und Besucher im Sisi Museum auch im Jahr 2025 gestiegen ist.“



Petra Putz
Standortleiterin, Sisi Museum:

„Gemeinsam mit unserem engagierten 62-köpfigen Team haben wir 2025 zu einem weiteren Erfolgjahr gemacht. Dabei hatte das Jahr auch einige Überraschungen für das Sisi Museum parat, die gemeinsam mit den Kolleginnen und Kollegen aus Wissenschaft, Technik, Marketing und Social Media auf moderne und kreative Art und Weise gemeistert wurden.“



Felix Reinicke
Site Manager, Sisi Museum:

„Die Neustrukturierung eines ganzen Museums ist nur durch gute Zusammenarbeit verschiedener Partner möglich. Auch der interne Zusammenhalt und der Wille in einem der beliebtesten Museen der Hofburg den Besucherinnen und Besuchern mehr Sicherheit und mehr Komfort zu geben, sind Grundvoraussetzungen für das gemeinsame Erreichen des Ziels.“



Michael Wohlfart
Kurator, Sisi Museum:

„Wir können sehr stolz auf die mittlerweile weltweit größte Elisabeth-Sammlung sein. In Zukunft können wir im Sisi Museum viele Stücke daraus zeigen, die bislang noch nie öffentlich ausgestellt wurden. Möglich wird dies durch eine Geschäftsführung, die bereit ist, konsequent in den Aufbau und die Erweiterung einer solchen Sammlung zu investieren und damit deren langfristige Bedeutung zu sichern.“

SCHÖNBRUNN GROUP STIMMEN

MÖBELMUSEUM WIEN: WIE ÖSTERREICH WOHN(T)E

In der Andreasgasse im 7. Wiener Gemeindebezirk erzählt das Möbelmuseum Wien österreichische Wohnkultur als Geschichte von Macht, Alltag und Design. Aus dem ehemaligen kaiserlichen Hofmobiliendepot hervorgegangen, führt es durch drei Jahrhunderte des Wohnens – von barocker Repräsentation über Biedermeier und Historismus bis zur Wiener Moderne und zum Design des 20. und 21. Jahrhunderts.

Rund 6.500 Objekte machen sichtbar, wie sich Lebensstile, gesellschaftliche Ordnungen und gestalterische Ideale verändert haben. Raumensembles und Einzelstücke aus Schlössern wie Schönbrunn, Belvedere oder Laxenburg geben Einblick in höfisches Wohnen und lassen sich dabei Persönlichkeiten wie Maria Theresia, Kaiserin Elisabeth oder Kronprinz Rudolf zuordnen. Zugleich bewahren die historischen Biedermeier-Kojen den Charakter eines „Museums im Museum“: einst als Musterlager für Einrichtungsideen angelegt, vermitteln sie bis heute ein anschauliches Bild bürgerlicher Wohnkultur. Einen weiteren Schwerpunkt bilden Arbeiten der Wiener Moderne – mit Entwürfen von Otto Wagner, Adolf Loos und Josef Hoffmann – sowie Positionen des zeitgenössischen Designs. Auch die Welt der „Sissi-Filme“ mit Originalmöbeln, Plakaten und Fotografien ist Teil des Museums.

2025 fand dieser Zugang zu Wohn- und Designgeschichte deutlich wachsenden Zuspruch: Mehr als 62.000 Besucherinnen und Besucher kamen ins Möbelmuseum Wien, 18 Prozent mehr als im Vorjahr. Das Interesse galt dabei nicht nur den historischen Möbeln selbst, sondern den Geschichten, die sie erzählen – von kaiserlicher Repräsentation und bürgerlicher Wohnkultur bis zu österreichischem Design und seiner Wirkung in die Gegenwart.

Das Möbelmuseum Wien positionierte sich damit auch 2025 als Museum, das Wohnen nicht nur dokumentierte, sondern als Spiegel gesellschaftlicher Entwicklungen erfahrbar machte.

SCANNEN SIE HIER!



Erhalten Sie hier Einblicke
in das Möbelmuseum Wien

ZAHLEN UND DATEN

Gesamtfläche	ca. 4.000 m ²
Besucherinnen und Besucher	62.000 (Steigerung zum Vorjahr 18%)
Herkunft der Besucherinnen und Besucher	1. Österreich 2. Deutschland, 3. übriges Europa
Anzahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	Gesamt: 22 (6 männlich, 16 weiblich)
Audioguide-Sprachen	9
Neue Angebote	Neben der Dauer- und Sonderausstellung gab es eine wachsende Anzahl von Interventionen und Spezialformaten – beispielsweise „Kultur in Bewegung“, Pilates und Tanz im Innenhof sowie ein Open-Air-Filmsommer-Erlebnis.
www.moebelmuseumwien.at	



REKORD

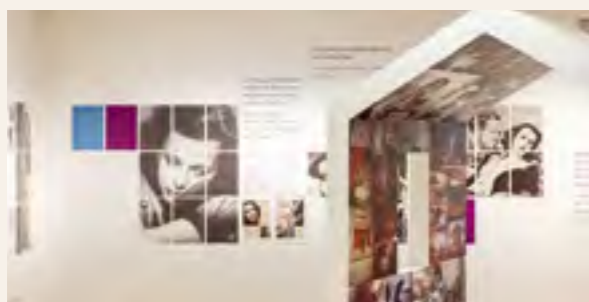


62.000
BESUCHERINNEN
& BESUCHER



ROUTEN DURCH DESIGN UND GESCHICHTE

2025 stand das Möbelmuseum Wien im Zeichen des Jahresschwerpunkts „Routen“. Das Programm folgte außergewöhnlichen Möbelstücken und Designobjekten ebenso wie inspirierenden Persönlichkeiten, Designerinnen und Designern auf ihren Wegen rund um den Globus. Gemeinsamer Bezugspunkt war immer das Möbelmuseum Wien, in dem diese Wege sichtbar und neu lesbar wurden. Die einzelnen Ausstellungen verbanden historische Sammlung, internationale Beziehungen und zeitgenössische Perspektiven zu einem vielschichtigen Jahresprogramm.



BIOGRAFIEN IN BEWEGUNG

Die bereits am 8. November 2024 gestartete Sonderausstellung „Hausfrau. Künstlerin. Wildfang. Hedy Lamarr 110.“ war bis 2. März 2025 zu sehen und folgte der in Wien geborenen Hedy Lamarr aus ihrem jüdischen Elternhaus über Europa nach Hollywood. Sie zeigte eine außergewöhnliche Frau, deren Leben von Kreativität, Eigenwilligkeit und Erfindergeist geprägt war. Aufgrund der hohen Nachfrage hatte das Möbelmuseum Wien zum Finale zusätzliche Führungstermine eingerichtet, um noch mehr Besucherinnen und Besuchern dieses besondere Erlebnis zu ermöglichen. Hedy Lamarrs Geschichte berührte damit auch noch im Jahr 2025 Fragen nach Selbstbestimmung, Sichtbarkeit und Neubeginn.

Am 9. April 2025 eröffnete die Sonderausstellung „Josef Frank und die anderen. Neue Möbel 1920–1940“. Ausgehend vom 140. Geburtstag Josef Franks und 100 Jahren „Haus & Garten“ rückte die Ausstellung österreichische Wohnkultur der Zwischenkriegszeit in den Blick. Möbel von Josef Frank, Felix Augenfeld, Herbert Eichholzer, Henry P. Glass, Walter Loos, Ernst A. Plischke, Otto Prutscher und Robert Sheldon erzählten von Komfort, handwerklicher Qualität und gestalterischer Freiheit. Mit der erstmals gezeigten kompletten Wohnungseinrichtung Josef Franks aus dem Jahr 1932 und den Arbeiten des ihn umgebenden Kreises an Designerinnen und Designern wurde sichtbar, wie eng Design, Migration, Exil und neue Lebensorte miteinander verbunden sind. Eine Begleitpublikation im Böhlau Verlag vertiefte die kuratorische Auseinandersetzung mit dieser prägenden Phase österreichischer Wohnkultur.



VON WIEN NACH OSAKA

Eine weitere Route führte nach Japan. Während die Schönbrunn Group bei der EXPO 2025 in Osaka das imperiale Erbe Österreichs präsentierte, griff das Möbelmuseum Wien die kulturelle Verbindung zwischen Österreich und Japan am Standort selbst auf. Von 26. Februar bis 31. August 2025 zeigte es die Objektschau „Japanisches Porzellan am Kaiserhof in Wien“. Präsentiert wurden Prunkstücke aus der kaiserlichen Silberkammer, darunter japanische Exportporzellane des frühen 18. Jahrhunderts. Die Schau erzählte vom Interesse der Habsburger an japanischem Porzellan seit Karl VI., von Arita-Ware, Imari-Dekoren und kostbaren Objekten in europäischen Bronzefassungen. Aus nächster Nähe konnten Besucherinnen und Besucher die technische Raffinesse, die feinen Dekore und die szenischen Bildfelder dieser Objekte entdecken. Passend zur internationalen Ausrichtung der Sonderausstellung wurde das kostenlose Audioguide-Angebot um Japanisch, Slowakisch und Ungarisch erweitert.



DESIGN BIS IN DIE GEGENWART

Auch zeitgenössisches Design war Teil des Jahresprogramms. Nach der Objektschau „Japanisches Porzellan am Kaiserhof in Wien“ begann im Rahmen der Vienna Design Week 2025 der Aufbau der Intervention „Alles Polka“, die das 20-jährige Bestehen des POLKA Designstudios von Marie Rahm und Monica Singer markierte. Die Präsentation gab Einblick in vergangene und aktuelle Arbeiten des Studios und zeigte, wie selbstverständlich Form, Farbe und Funktionalität ineinandergreifen können. So führte der Jahresschwerpunkt „Routen“ von historischen Sammlungen und internationalen Objektgeschichten bis zu aktuellen Positionen österreichischen Designs.





MUSEUM IN BEWEGUNG

2025 führte das Möbelmuseum Wien seine Besucherinnen und Besucher nicht nur durch Ausstellungen und Sammlungsräume. Das Haus öffnete sich auch in den Innenhof, in die Abendstunden und für neue Formen der Vermittlung. Filme unter freiem Himmel, ein spielerisches Kinderprogramm und die Lange Nacht der Museen machten das Museum als lebendigen Kulturort erfahrbar. Gleichzeitig wurde ein Fokus auf Barrierefreiheit gesetzt. Es entstand beispielsweise mit dem Tastmodell des Ägyptischen Kabinetts ein neuer Zugang für Menschen mit Sehbeeinträchtigungen. Mit der Wiener Eiswerkstatt wurde zudem das gastronomische Angebot am Standort gestärkt.

SOMMERKINO IM INNENHOF

Von 25. Juli bis 6. September 2025 verwandelte sich der Innenhof des Möbelmuseums Wien an acht Abenden zum Sommerkino. Jeweils Freitag und Samstag liefen ab 20:00 Uhr ausgewählte Filme, Serien und Dokumentationen, die an den Jahres-schwerpunkt „Routen“ anknüpften. Zwischen Liegestühlen, Picknickdecken und Campingsesseln entstand ein offenes Format, das Kulturgenuß mit sommerlicher Atmosphäre verband.

DIE SAMMLUNG SPIELERISCH ENTDECKEN

Auch für junge Besucherinnen und Besucher wurde das Möbelmuseum Wien 2025 zum Entdeckungsort. Gemeinsam mit dem Bezirk Neubau lud das Haus am 27. August von 11:00 bis 16:00 Uhr zum Bezirks-Kindersommerprogramm. Beim Suchspiel „Wer bin ich?“ spürten Kinder außergewöhnliche Gegenstände im Museum auf und lernten deren Geschichten kennen. Im Wintergarten entstand auf einem großen Plakat ein gemeinsames Traummuseum, während im Hof ein Hindernisparcours Bewegung ins Programm brachte.

MÖBELMUSEUM WIEN

DESIGNGESCHICHTE BIS MITTERNACHT

Am 4. Oktober 2025 zeigte sich das Möbelmuseum Wien bei der „ORF Langen Nacht der Museen“ von 18:00 bis 24:00 Uhr in besonderer Abendstimmung. Rund 6.500 Objekte auf vier Etagen konnten entdeckt werden. Kurzführungen durch die Dauerausstellung um 19:00 und 21:00 Uhr sowie durch die Sonderausstellung „Josef Frank und die anderen“ um 20:00 und 23:00 Uhr setzten inhaltliche Schwerpunkte. Bis 22:00 Uhr führte eine Rätselrallye durch das Museum. Gleichzeitig gaben Expertinnen und Experten der Werkstätten der Bundesmobilienvverwaltung von 18:00 bis 22:00 Uhr Einblick in Restaurierung, Vergoldung und Tapezierung historischer Möbel. Eine Bastelwerkstatt ergänzte das Programm für junge Gästinnen und Gäste.

SUBSTANZ SICHERN

Im zweiten Stock des Möbelmuseums Wien wurde eine umfassende Fenstersanierung umgesetzt. Die Maßnahme stärkte die historische Bausubstanz und verbesserte die klimatischen Bedingungen in den Ausstellungsräumen. Solche Arbeiten bleiben im Museumsalltag oft im Hintergrund, sind für den langfristigen Schutz der Sammlung aber entscheidend.



ÄGYPTISCHES KABINETT ZUM ERTASTEN

Mit einem neuen Tastmodell wurde das Ägyptische Kabinett 2025 für Besucherinnen und Besucher mit Sehbeeinträchtigungen besser zugänglich. Das historische Raumensemble entstand 1810/12 im Auftrag von Maria Ludovica Beatrix von Modena-Este für den Leopoldinischen Trakt der Hofburg und zählt heute zu den besonderen Blickfängen des Möbelmuseums. In verkleinerter Form macht das Modell Ornamente, Raumwirkung und Details haptisch erfahrbar. Es steht in unmittelbarer Nähe des Originals und kommt vor allem bei barrierefreien Führungen zum Einsatz.

EIN ORT ZUM VERWEILEN

Auch das Museumslokal erhielt 2025 neue Impulse. Mit der Wiener Eiswerkstatt konnte erneut ein Zwischennutzer gewonnen werden. Seit dem Soft Opening ergänzt das Angebot mit Mehlspeisen, Eis und kleinen Snacks den Museumsbesuch um einen zusätzlichen Ort zum Ankommen, Verweilen und Begegnen.





Petra Reiner
Leitung Möbelmuseum Wien:

„Das Möbelmuseum Wien ist heute weit mehr als ein klassisches Museum. Es bietet Raum für neue Formate sowie Begegnungen und schafft somit Möglichkeiten für gesellschaftlichen Austausch und Dialog – im Rahmen der Dauer- und Sonderausstellung bis hin zur Initiative ‚Kultur in Bewegung‘. Für all unsere Gästinnen und Gäste wollen wir ein offener kultureller Ankerpunkt für unterschiedliche Generationen und Interessen sein.“

Bruno Greutter
Stv. Leitung Schauräume, Möbelmuseum Wien:



„Viele Besucherinnen und Besucher kommen wegen der historischen Sammlung und entdecken hier unterschiedliche Bezüge zur Gegenwart. Die Präsentation von Entwicklungslinien der Inneneinrichtung anhand hochwertiger Exponate macht den Besuch des Museums und die Arbeit in der Kulturvermittlung besonders spannend.“

Katharina Karmel
Unternehmenskommunikation, Schönbrunn Group:



Erfolgreiche Kommunikation entsteht im engen Miteinander. Wenn Museumsleitung, Produktmanagement, Wissenschaft, Marketing und Unternehmenskommunikation eng zusammenarbeiten, wird aus vielen einzelnen Ideen ein klares gemeinsames Ziel, das wir bei der Schönbrunn Group mit modernen digitalen Kanälen ebenso wie mit bewährten klassischen Instrumenten wie Pressearbeit verfolgen.

Claudia Schmidberger-Slond
Marketingleitung, Schönbrunn Group:



„Unser Anspruch ist es, das Möbelmuseum Wien als lebendigen Kulturort kontinuierlich weiterzuentwickeln und mit attraktiven Ausstellungen, vielfältigen Veranstaltungen sowie innovativen Vermittlungsangeboten neue Besuchsansätze zu schaffen. Die wachsende Begeisterung bei touristischen und lokalen Gästinnen und Gästen zeigt, dass dieser Weg erfolgreich ist und das Museum zunehmend als kultureller Treffpunkt wahrgenommen wird.“



SCHLOSS HOF: BAROCK ERLEBEN

Wo höfische Pracht auf ländliche Lebensfreude trifft, entfaltet Schloss Hof seine besondere Atmosphäre. Die ehemalige Sommerresidenz Prinz Eugens von Savoyen und spätere Landschloss-Anlage Maria Theresias zählt zu den bedeutendsten Barockensembles Europas. Der Standort feierte 2025 sein 300-jähriges Jubiläum. Bis heute vereint er Schloss, Garten und Gutshof zu einem Ort, an dem Geschichte lebendig wird.

Auf dem weitläufigen Areal Schloss Hof begegnen Besucherinnen und Besucher dem Barock in vielen Facetten. In der Beletage geben original ausgestattete Prunkräume Einblick in das höfische Leben – vom Wohnappartement Prinz Eugens bis zu den Gemächern der Kaiserinwitwe Maria Theresia. Der terrassierte Barockgarten mit Großer Kaskade, Brunnen, Alleen, Irrgarten, Labyrinth und historischen Orangerien zeigt die gestalterische Kraft dieser Epoche im Außenraum. Im Gutshof wird dagegen der Alltag lebendig: mit alten Handwerkskünsten, Gärten, Spiel- und Erlebnisbereichen sowie 274 Tieren, die den Standort besonders für Familien attraktiv machen. Ergänzt wird das Ensemble durch Schloss Niederweiden, das mit historischer Wildküche, Festsaal im Chinoiserie-Stil und wechselnden Ausstellungen das barocke Besucherlebnis erweitert. Ab Ende 2025 blieb Schloss Niederweiden aufgrund von Sanierungsarbeiten geschlossen.

2025 war für Schloss Hof ein Jahr mit besonders großer Resonanz. 308.000 Gästinnen und Gäste besuchten den Standort im Marchfeld, 19 Prozent mehr als im Vorjahr. Auch die starke Bindung des Publikums zeigte sich deutlich: Rund 10.000 Jahreskartenbesitzerinnen und Jahreskartenbesitzer bedeuteten einen neuen Rekord.

Der Weihnachtsmarkt unterstrich die saisonale Anziehungskraft des Standorts und begrüßte an sechs Wochenenden 73.042 Gästinnen und Gäste. Zugleich erweiterten neue Angebote wie der Wassererlebnispfad, Kultur- und Kulinarik-Packages, kulinarische Festtage sowie der Lichterpark von 25. Dezember bis 6. Jänner das Programm. 172 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter trugen dazu bei, dass Schloss Hof 2025 als Kultur-, Natur- und Familienraum erlebbar wurde.

Schloss Hof zeigte damit auch 2025, wie lebendig barockes Erbe vermittelt werden kann: als historischer Ort mit starker regionaler Verankerung, vielfältigem Programm und hoher Anziehungskraft für Familien, Kulturinteressierte und Ausflugs-gästinnen und -gäste.

SCANNEN SIE HIER!



Erhalten Sie hier Einblicke
von Schloss Hof

ZAHLEN UND DATEN

Gesamtfläche	Schloss (Ausstellungsfläche): 2.621 m ² Gartenanlage: 5.500 m ²
Besucherinnen und Besucher	Rekordzahl von 308.000 Gästinnen & Gästen (19 % Steigerung zum Vorjahr)
Jahreskartenrekord	Die Anzahl der Jahreskartenbesitzerinnen und Jahreskartenbesitzer erreichte 2025 einen neuen Rekord von rund 10.000 und unterstreicht die hohe Besucherinnen- und Besucherbindung.
Besucherinnen- und Besucherrekord Weihnachtsmarkt	73.042 Gästinnen & Gästen an sechs Wochenenden
Herkunft der Besucherinnen und Besucher	1. Österreich, 2. Slowakei, 3. Ungarn
Anzahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	Gesamt: 172 (62 männlich, 110 weiblich)
Audioguide-Sprachen	3
Tierbestand	274
Neue Angebote	Lichterpark (25.12.-6.1.), kulinarische Festtage, Wassererlebnispfad, Kultur & Kulinarik-Packages (Frühstück & Führung, Durchlaucht & Dinner), kulinarische Festtage (25.12.-6.1.)
www.schlosshof.at	



REKORD



308.000
BESUCHERINNEN
& BESUCHER

EIN JUBILÄUMSJAHR VOLLER ERLEBNISSE

Schloss Hof warf 2025 einen neuen Blick auf seine Geschichte und eröffnete zugleich neue Erlebnisräume: Zum 300-jährigen Jubiläum seines Bestehens rückte die Sonderausstellung „Der Eugen hinter dem Prinzen – 300 Jahre Schloss Hof“ die Persönlichkeit Prinz Eugens in den Mittelpunkt. Und mit dem neuen Wassererlebnispfad wurde ein zusätzliches Angebot fertiggestellt, das Natur, Spiel und historische Gartenkultur verbindet und gemeinsam mit dem vielfältigen Familien- und Kinderprogramm ganz entscheidend zu einem Besucherinnen- und Besucherrekord im Marchfeld beitrug.

SONDERAUSSTELLUNG ZUM JUBILÄUM

1725 hatte Prinz Eugen von Savoyen die Herrschaft Hof erworben und ließ das ehemalige Renaissance-Kastell zu einer barocken Schlossanlage ausbauen. 300 Jahre später widmete Schloss Hof diesem historischen Ausgangspunkt der heutigen Anlage eine große Sonderausstellung. Von 15. März bis 2. November 2025 zeigte „Der Eugen hinter dem Prinzen – 300 Jahre Schloss Hof“ auf Schloss Hof und Schloss Niederweiden die vielfältigen Seiten jenseits seiner Rolle als Feldherr und Staatsmann.

Die Ausstellung, die von Katrin Harter, Birgit Schmidt-Messner und Martin Mutschlechner kuratiert wurde, blickte dabei nicht nur auf den Feldherrn und Strategen, sondern auch auf den Prinzen als Bauherrn, Kunstmäzen, Sammler und Netzwerker. Sie fragte nach seinem privaten Umfeld, seinen Interessen, seinem Freundeskreis und jenem Lebensgefühl, das Schloss Hof bis heute prägt. Schloss Niederweiden wurde in die Erzählung eingebunden, indem hier Eugens Sinn für Architektur, Gartenkunst und repräsentative Lebensformen in den Blick gerückt wurde. Zur Sonderausstellung erschien das Buch „Prinz Eugen von Savoyen – Strategie, Sammler, Bauherr“ mit Beiträgen zu den vielen Facetten seines faszinierenden Lebens und seines kometenhaften Aufstiegs zu einer der wohlhabendsten und einflussreichsten Persönlichkeiten der Barockzeit.



WASSER ALS NEUES ERLEBNIS

Am 1. Juni 2025 wurde der über 2.000 Quadratmeter große Wassererlebnispfad eröffnet. Er lädt Kinder mit ihren Familien dazu ein, das Element Wasser spielerisch zu entdecken und zugleich seine Bedeutung für Schloss Hof zu verstehen. Schon im 18. Jahrhundert waren Teiche, Brunnen und Wasserspiele ein wesentlicher Teil der barocken Gestaltung. Der neue Pfad knüpft daran an und übersetzt das Thema in ein zeitgemäßes Natur- und Lernerlebnis.

Nach intensiven Vorarbeiten mit Landschaftsmodellierung, Wegeführung, Pflanzungen und Infrastrukturaufbau entstand eine Wasserlandschaft mit Wasserläufen, Quellsteinen, Schotterflächen und viel Grün. Einzelne Spielgeräte, eine Plattform und Wege wurden barrierefrei ausgeführt. Sieben Sonnensegel und mehr als 30 neu gepflanzte Bäume sorgen mit ihrem Schatten für ein angenehmes Klima. Zugleich wurde der Betrieb ressourcenschonend angelegt: Wasser wird über Bewegungsmelder und manuelle Steuerung nur dann freigesetzt, wenn Stationen genutzt werden, und anschließend für die Bewässerung des Barockgartens wiederverwendet.



FESTE DURCHS JAHR

Begleitet wurde der Wassererlebnispfad durch ein vielfältiges Jahresprogramm: Das große Familienfest am 31. Mai und 1. Juni brachte Mitmachstationen, Shows und tierische Begegnungen auf das Areal. Im Sommer folgte der Ferienspaß „So ein Zirkus!“ von 2. bis 31. August, ergänzt durch das Pferdefest am 30. und 31. August. Im Herbst brachten Drachensteigfest, Herbstfest und der „Gruselige Herbst“ neue Besuchsansätze auf das Areal. Erstmals eingesetzte Lichtinstallationen erweiterten 2025 zudem den „Gruseligen Herbst“, den Weihnachtsmarkt und die Zeit bis 6. Jänner 2026 um stimmungsvolle Abendformate.





EIN GUTSHOF VOLLER LEBEN

Abseits der großen Ausstellungs- und Veranstaltungsformate wurde Schloss Hof 2025 laufend weiterentwickelt: im Barockgarten, im Tierbereich und in der Gastronomie. Seltene Haustierrassen, neue Akzente im Garten und eine stärker regional geprägte Küche zeigten, wie sehr der Standort von der Verbindung aus historischer Anlage, lebendigem Gutshof und Aufenthaltsqualität lebt.

SELTENE RASSEN, LEBENDIGER GUTSHOF

Zum Jahresende lebten 274 Tiere aus 14 Arten am Standort. Innerhalb dieser Arten wurden 19 seltene Haustierrassen gehalten und auch gezielt gezüchtet. Dazu zählten unter anderem Weiße Barockesel, Noriker, Ungarische Zackelschafe, Kärntner Brillenschafe, Walachenschafe, Vierhornziegen, Blobeziegen und Zwergziegen. Besonders die Weißen Barockesel,

die 2025 zwei Fohlen zur Welt brachten, gehören zu den prägenden Tierarten des Gutshofs. Tierworkshops, Kutschenfahrten oder Eselstriegeln rundeten das Angebot ab und begeisterten insbesondere die jüngeren Gästinnen und Gäste. Der Tierbereich blieb damit auch 2025 einer der besonderen Anziehungspunkte von Schloss Hof. Parallel wurde in die Qualität der Haltung investiert: Gehege, Koppelzäune, Heuraufen und Bodenbefestigungen wurden weiterentwickelt, um Tierwohl und Pflege zu stärken.

SCHLOSS HOF

GARTEN UND KÜCHE MIT NEUEM PROFIL

Der Garten fand 2025 seinen Weg in die Küche: Die Terrasse des Restaurants Kräutergarten erhielt neue Blumentröge mit Salbei, Rosmarin und weiteren duftenden Pflanzen. Erstmals belieferte der Garten das Restaurant auch mit „selbstgezogenen“ Kräutern und Spezialitäten, die Speisen und Getränke verfeinerten. Für die Gastronomie war es zugleich das erste vollständige Betriebsjahr nach der Übernahme Ende 2024. Mit regionalen Zutaten, saisonal abgestimmter Speisekarte und ganzjährig angebotenen dreigängigen Veranstaltungsmenüs wurde das kulinarische Profil des Standorts weiter geschärft.



Zwei neue Koppelwege wurden als Alleen im Gutshofareal angelegt und bieten kurze Spazierwegen mit Sitzgelegenheiten. 86 Jungbäume wurden als künftige Schattenspendler gepflanzt. Gleichzeitig wurden die Vorbereitungen für die zu 100 Prozent ökologische Bewirtschaftung der Gartenanlage abgeschlossen, die mit 1. Jänner 2026 startete. Auch das Wasser aus dem Wasserlehrpfad wurde gesammelt und für die Bewässerung der Rasenflächen genutzt.

Auch im Team gab es Entwicklungen: Der erste Lehrling in der Gartenabteilung hat seine Ausbildung aufgenommen und sich gut eingelebt.



SUBSTANZ SICHERN, INFRASTRUKTUR STÄRKEN

2025 hat sich in Schloss Hof infrastrukturell einiges getan: Fassaden wurden gereinigt, Holzkonstruktionen instandgesetzt, Veranstaltungsinfrastruktur verbessert, Arbeitsbereiche modernisiert und neue Infrastruktur geschaffen. Hinter diesen Maßnahmen stand ein gemeinsames Ziel: das barocke Ensemble in seiner Substanz zu erhalten und den Standort zugleich für den täglichen Betrieb weiterzuentwickeln.



ARBEITEN AM HISTORISCHEN BESTAND

Wer Schloss Hof besucht, erlebt ein geschlossenes barockes Ensemble. Damit dieser Eindruck erhalten bleibt, braucht es auch im Detail laufende Pflege. 2025 wurde die Südfassade des Schlosses umfassend gereinigt und neu gestrichen. Die Holzfenster und Fensterläden wurden saniert und farblich erneuert. Weitere Fassadenputz-Sanierungen erfolgten an der Nordfassade der Orangerie Ost und an der Südfassade des Meierhofs.

Auch die Orangerie West wurde weiter instandgesetzt. Ihre Holzkonstruktion, Fenster und Fensterläden wurden saniert und neu lackiert. Es sind Arbeiten, die nicht laut auftreten, aber entscheidend dafür sind, dass die historische Substanz geschützt bleibt und Schloss Hof seine Wirkung als gewachsenes Gesamtensemble bewahrt.

VERBESSERTE RAUMNUTZUNG

Neben der äußeren Hülle rückten 2025 auch Räume in den Fokus, die für Veranstaltungen, Ausstellungen und den Arbeitsalltag wichtig sind. Die Reithalle Nord wurde im Inneren saniert. Mit erneuerten WC-Anlagen und neuer Beleuchtung wurde sie für Vermietungen und Veranstaltungen aufgewertet.



In der Beletage wurde die Ausstellungsbeleuchtung in den Prunk- und Ausstellungsräumen vollständig auf LED-Technologie umgestellt. Dadurch werden historische Räume zeitgemäßer präsentiert und zugleich effizienter betrieben. Schließlich wurden wesentliche Arbeitsbereiche hinter den Kulissen verbessert: Das Büro der Zoologischen Abteilung wurde saniert und technisch modernisiert, die Abteilung Programm- und Projektmanagement erhielt einen zusätzlichen Raum und im Shop Kontor Meierhof entstand ein neuer Aufenthaltsraum.

BESUCHERINNEN- UND BESUCHER- KOMFORT MIT SONNENSTROM

Besonders sichtbar wurde die infrastrukturelle Weiterentwicklung am Besucherinnen- und Besucherparkplatz. Dort entstanden neue Carports mit 64 überdachten Stellplätzen, die zugleich zur Energiegewinnung beitragen. Auf rund 930 Quadratmetern wurden 465 Photovoltaikmodule installiert. Die Anlage erreicht eine Gesamtleistung von 190 kWp und wird durch einen Batteriespeicher mit 120 kW Leistung und 199 kWh Kapazität ergänzt. Pro Jahr können damit rund 180.000 bis 200.000 Kilowattstunden Strom erzeugt werden. Das entspricht etwa dem durchschnittlichen Jahresstromverbrauch von 40 bis 50 Haushalten. Der Strom wird direkt vor Ort genutzt und trägt zur Deckung des Energiebedarfs von Schloss Hof bei.

Auch die Organisation des täglichen Betriebs erhielt 2025 einen neuen Fixpunkt. Für die externe Sicherheitsfirma Siwacht wurde eine neue Portierloge errichtet. Sie bündelt Portier- und Empfangsdienste, Anlieferungen, Post- und Paketdienste sowie den Schließdienst an einem zentralen Ort.

NÄCHSTER SCHRITT BEIM HOTELDORF

Mit dem geplanten Hoteldorf wurde 2025 auch die langfristige Weiterentwicklung von Schloss Hof vorbereitet. Ab 2028 soll der Standort um eine hochwertige Übernachtungsinfrastruktur ergänzt werden. Vorgesehen ist kein klassischer Hotelbau, sondern ein Dorfensemble aus behutsam integrierten Gästinnen- und Gästehäusern, das sich in die historische Kulturlandschaft einfügt. Damit soll Schloss Hof künftig nicht nur als Tagesausflugsziel, sondern auch als naturnaher Aufenthaltsort erlebbar werden.

Nach einer Wettbewerbsphase wurde Ende 2025 ein Generalplaner beauftragt. Auf Basis der Wettbewerbsentwürfe wurden damit die nächsten Planungsschritte und behördlichen Verfahren eingeleitet. Für Schloss Hof ist das Projekt ein wichtiger Schritt, um die Nutzung des barocken Ensembles langfristig weiterzuentwickeln.





Mario Feigl
Operative Standortleitung, Abteilung Programm- und Projektmanagement, Schloss Hof:

„Durch neue Familienangebote und die Übernahme der Gastronomie durch die Schönbrunn Group konnte die Attraktivität unseres Standorts deutlich gesteigert werden, was sich auch in einem Besucherinnen- und Besucherrekord widerspiegelt. Diesen Weg möchten wir mit gezielt entwickelten Angeboten und einem konsequenten Qualitätsanspruch nachhaltig fortsetzen.“



Günther Kvapil,
Technische Standortleitung, Bereichsleitung Bau und Technik, Schloss Hof:

„Die technische Betreuung eines historischen Schlossareals erfordert laufende Abstimmung zwischen Denkmalschutz, moderner Infrastruktur und täglichem Betrieb. Mit gezielten Investitionen und vorausschauender Instandhaltung schaffen wir die Grundlage für einen sicheren und nachhaltigen Betrieb des Standorts.“



Katharina Tschann
Leitung Zoologische Abteilung, Schloss Hof:

„Im Jahr 2025 durften wir erneut viele gesunde Jungtiere willkommen heißen. Dank des täglichen Engagements unseres Teams gedeihen bei uns gefährdete altösterreichische Haustierrassen besonders gut und zählen zu den beliebtesten Erlebnissen für unsere Besucherinnen und Besucher.“



Birgit Lindner
Leitung Gästeservice, Schloss Hof:

„Die Zufriedenheit unserer Gästinnen und Gäste hat für uns oberste Priorität. Die steigende Zahl an Jahreskartenbesitzerinnen und -besitzern zeigt, dass wir mit hoher Servicequalität und attraktiven Angeboten langfristige Bindungen zu unseren Gästinnen und Gästen schaffen.“



Sebastian Joos
Leitung Gartenabteilung, Schloss Hof:

„Die Pflege unserer barocken Gartenanlagen auf sieben Terrassen und in den Themengärten verbindet gelebte Gartenkultur mit dem Wissen um historisches Handwerk und traditionelle Gestaltungstechniken. Besonders freut es uns, dass Kräuter, Obst und Gemüse aus unseren Gärten auch in der Gastronomie von Schloss Hof Verwendung finden. Der neue Wassererlebnispfad bereichert die Gartenanlage um spannende Erlebnisstationen, an denen Familien Geschichte, Natur und Nachhaltigkeit spielerisch entdecken können.“



Marlene Steinbacher-Haas
Leitung Personalentwicklung und Recruiting, Schönbrunn Group:

„Unsere Mitarbeitenden sind die wichtigsten Botschafterinnen und Botschafter unserer Marke. Mit ihrem täglichen Handeln prägen sie das Bild der Schönbrunn Group und machen unsere Werte für Gästinnen und Gäste und potenzielle neue Kolleginnen und Kollegen authentisch erlebbar.“

IMPRESSUM

II Schönbrunn Group

Schloß Schönbrunn
Kultur- und Betriebsges.m.b.H.
Schönbrunner Schloßstraße 47
1130 Wien

Tel.: +43 1 811 13 0
E-Mail: info@schoenbrunn-group.com

www.schoenbrunn-group.com

II Schloss Schönbrunn

Schloss Schönbrunn
1130 Wien

Tel.: +43 1 811 13 0
E-Mail: info@schoenbrunn.at

www.schoenbrunn.at

II Schloss Hof

Schloss Hof
2294 Schloßhof 1

Tel.: +43 2285 20 000
E-Mail: office@schlosshof.at

www.schlosshof.at

II Sisi Museum

Sisi Museum
Hofburg, Michaelerkuppel
1010 Wien

Tel.: +43 1 533 75 70
E-Mail: info@sisimuseum-hofburg.at

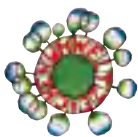
www.sisimuseum-hofburg.at

II Möbelmuseum Wien

Möbelmuseum Wien
Andreasgasse 7
1070 Wien

Tel.: +43 1 524 33 57
E-Mail: info@moebelmuseumwien.at

www.moebelmuseumwien.at



produziert gemäß Richtlinie Uz24
des Österreichischen Umweltzeichens,
Print Alliance HAV Produktions GmbH,
UW-Nr. 715

Folgen Sie uns auf unseren Social-Media-Kanälen



Impressum:

Schloß Schönbrunn Kultur- und Betriebsges.m.b.H.
Schönbrunner Schloßstraße 47, 1130 Wien

Herausgeber: Schloß Schönbrunn Kultur- und Betriebsges.m.b.H. • **Konzept und Inhalt:** Mag.^a Katharina Karmel, Elisabeth Joham, Maria Ertl, MBA, Kapp Hebein Partner GmbH • **Fotos:** © Schloß Schönbrunn Kultur- und Betriebsges.m.b.H., Viktor Annerl, Michael Bertha, Stefano Grasso/LGCT, Matthias Heschl, Stefan Joham, Edgar Knaack/Bundesmobilienvverwaltung, Zsolt Marton, Sandra Oblak, Klaus Ranger, Ludwig Schedl, Manfred Seidl, Martin Steiger, Severin Wurnig, Daniel Zupanc; © Bundesmobilienvverwaltung, Edgar Knaack, Manfred Seidl; © Benjamin Fellner; © Haiden&Holey BMWET; © Lena Ladi; © Katharina Schiffl; © Maurizio Maier • **Design:** Anja Schmutterer, MA • **Druck:** Print Alliance HAV Produktions GmbH, 2540 Bad Vöslau, UW-Nr. 715

Stand bei Drucklegung 6/2026 | Änderungen vorbehalten

© Schloß Schönbrunn Kultur- und Betriebsges.m.b.H. 2026
Alle Rechte vorbehalten



Schönbrunn Group

KAISERLICHES ÖSTERREICH ENTDECKEN

www.schoenbrunn-group.com