

Unternehmensinformation der IKUNA Naturresort GmbH

(nachfolgend auch „IKUNA“, „Emittent“ oder „Unternehmen“)

vom 16.03.2026



Inhaltsverzeichnis

1. Unternehmen	3
1.1. Kurzprofil.....	3
1.2. Unternehmensgeschichte	4
1.3. Eigentümerschaft und Unternehmensstruktur.....	4
1.4. Management.....	5
2. Geschäftsmodell.....	5
2.1. Produktentwicklung	6
3. Leistungsangebot.....	6
4. Markt	7
5. Finanzielle Entwicklung.....	7
5.1. Gewinn- und Verlustrechnung	8
5.2. Bilanz.....	8
5.3. Wesentliche Finanzkennzahlen.....	9
6. Investitionsvorhaben Waldnester.....	9
6.1. Mittelbedarf.....	9

1. Unternehmen

1.1. Kurzprofil

Die IKUNA Naturresort GmbH betreibt in Natternbach (Oberösterreich) ein kombiniertes Freizeit- und Beherbergungskonzept, das Tagesgäste, Kurzurlauber sowie Seminar- und Gruppenreisende adressiert. Der Standort verbindet einen großflächigen Naturerlebnispark mit mehreren Übernachtungsformen, gastronomischen Angeboten sowie Event- und Seminarleistungen. Daraus entsteht ein integriertes Ökosystem aus Besucherfrequenz und planbarem Übernachtungsumsatz, das durch Cross-Selling eine hohe Wertabschöpfung pro Gast ermöglicht.

Im Geschäftsjahr 2024/2025 (Stichtag 30.09.2025) erwirtschaftete die Gesellschaft einen Umsatz von EUR 9,1 Mio.– ein Wachstum von 26 % gegenüber dem Vorjahr. Das Betriebsergebnis stieg auf rund EUR 200.000, der Jahresüberschuss auf EUR 189.000. Das Eigenkapital wuchs auf EUR 339.000, der durchschnittliche Personalstand auf 70 Mitarbeitende.

Zentrales Wachstumsthema für den Planungszeitraum 2026 bis 2029 ist die Erhöhung der Aufenthaltsdauer und der Durchschnittserlöse durch den Ausbau hochwertiger Übernachtungskapazitäten. Als konkretes Investitionsvorhaben ist der Bau von fünf Tiny Houses unter der Bezeichnung „Waldnester“ vorgesehen. Die Gesamtinvestition beträgt EUR 1.000.000 und soll über ein Nachrangdarlehen im Rahmen eines Crowdinvestings finanziert werden.

Der vorliegende Geschäftsplan beschreibt das Unternehmen, sein Geschäftsmodell, das Marktumfeld, die operative und finanzielle Entwicklung sowie das Investitionsvorhaben. Er dient als Informationsgrundlage für potenzielle Darlehensgeber.

Firma	IKUNA Naturresort GmbH
Firmenbuch	Landesgericht Wels, FN 615537b
Sitz	Naturpfad 1, 4723 Natternbach
Unternehmensgegenstand	Hotels, Freizeit- und Beherbergungsbetrieb
MitarbeiterInnen (Durchschnitt)	70 (GJ 2024/2025)
Umsatz (GJ 2024/2025)	EUR 9.100.000

1.2. Unternehmensgeschichte

Die Entstehung des IKUNA Naturresorts ist eng mit der Entwicklung eines familienorientierten Ausflugsziels in der Region Natternbach verbunden. Auf dem heutigen Gelände existierten bereits vor der aktuellen Markenpositionierung Freizeit- und Spielangebote, die im Lauf der Jahre erweitert und professionalisiert wurden. In der Gründungsphase der heutigen Betreiberstruktur wurde das Konzept zunächst mit thematischem Fokus aufgebaut und danach schrittweise in Richtung eines umfassenden Natur- und Erlebnisresorts weiterentwickelt.

Ein wesentlicher Meilenstein war die Erweiterung vom reinen Tagesausflugsziel hin zu einem Übernachtungs- und Seminarangebot. Mit der Integration hochwertiger Logisprodukte wurde aus dem Tageserlebnis ein Kurzurlaub. Diese Entwicklung ermöglichte höhere Durchschnittserlöse und eine bessere Planbarkeit der Cashflows, weil Übernachtungen weniger volatil sind als reine Tagesbesuche.

Die letzten Jahre waren von konsequenter Angebotsdiversifikation geprägt. Neue Attraktionen, thematische Bereiche, saisonale Programmpunkte und der Aufbau eines Indoor-Bereichs für Familien (KidsWorld) haben dazu beigetragen, dass Stammgäste wiederkehren und neue Zielgruppen erschlossen werden. Parallel wurde die Infrastruktur für Gruppen, Schulen und Unternehmen ausgebaut. Im B2B-Bereich entsteht ein skalierbarer Umsatzmix, weil Seminar- und Eventbuchungen mit klaren Kapazitätsfenstern geplant werden können und hohe Deckungsbeiträge liefern.

Mit der Gründung der heutigen IKUNA Naturresort GmbH im Oktober 2023 und der im Zuge einer mehrstufigen Umgründung erfolgten Einbringung des Betriebs „IKUNA Naturresort“ wurde die operative Struktur auf eine eigenständige Basis gestellt.

1.3. Eigentümerschaft und Unternehmensstruktur

Die IKUNA Naturresort GmbH (FN 615537b, LG Wels) ist als operative Gesellschaft für den laufenden Betrieb verantwortlich. Sie steuert Parkbetrieb, Beherbergung, Gastronomie sowie Event- und Seminarleistungen und verantwortet die wesentlichen operativen Cashflows.

Alleingesellschafterin ist die IKUNA Park Immobilien GmbH (FN 568639i), die als Besitzgesellschaft die betriebsnotwendigen Liegenschaften hält und an die Betriebsgesellschaft verpachtet. Diese Trennung zwischen operativem Betrieb und Immobilienbesitz schafft eine klare Zuordnung von Cashflows und ermöglicht eine differenzierte Finanzierungsstruktur.

IKUNA ist Teil der Schmidbauer-Unternehmensgruppe (Schmidbauer Management Holding GmbH), welche 100 %ige Eigentümerin der IKUNA Park Immobilien GmbH ist.

1.4. Management

Die Geschäftsführung der IKUNA Naturresort GmbH wird seit März 2024 von Thomas Lehner wahrgenommen, der selbständig vertretungsbefugt ist. Ergänzend fungiert Sabine Rainer seit März 2024 als Prokuristin ebenfalls mit selbständiger Vertretungsbefugnis.

Das Management verfügt über profunde Erfahrung im Tourismus- und Freizeitbereich. Die Managementstruktur gewährleistet eine operative Steuerung mit klarer Verantwortungszuordnung für Parkbetrieb, Beherbergung, Gastronomie sowie Finanzen und Administration.

2. Geschäftsmodell

Das Geschäftsmodell der IKUNA Naturresort GmbH basiert auf einem integrierten Destination-Ansatz. Im Zentrum steht die Kombination aus hoher Besucherfrequenz im Naturerlebnispark und margenstarker Wertabschöpfung in Übernachtung, Gastronomie und Zusatzleistungen. Die Steuerung erfolgt über ein Portfolio aus Produkten mit unterschiedlicher Preiselastizität, sodass sowohl preisbewusste Familien als auch premiumorientierte Zielgruppen angesprochen werden.

Parkbetrieb als Frequenzgenerator

Der Naturerlebnispark ist der wichtigste Traffic-Generator. Eintrittstickets, Saisonkarten und Gruppenangebote schaffen eine breite Nachfragebasis, die als Ausgangspunkt für Cross-Selling in Gastronomie, Shop und Übernachtung genutzt wird. Im Geschäftsjahr 2024/2025 generierten Parkeintritt und parknahe Attraktionen (Indoor-KidsWorld, Hochseilgarten, Kugelbahn, Segways) Erlöse von rund EUR 2,1 Mio.

Beherbergung als Margenträger

Das Logisgeschäft ergänzt den Parkbetrieb durch planbare Nächtigungen, höhere Margen und bessere Auslastungssteuerung. Übernachtungsgäste konsumieren nicht nur Eintritt und Verpflegung, sondern binden sich über mehrere Touchpoints an das Resort. Die drei bestehenden Unterkunftsformen – Tipis, Chalets und Camping – erwirtschafteten im abgelaufenen Geschäftsjahr Logis-Erlöse von rund EUR 2,4 Mio. (Tipis: EUR 1,17 Mio.; Chalets: EUR 618.000 Camping: EUR 598.000).

Gastronomie und Zusatzleistungen

Sieben gastronomische Standorte am Gelände – vom Restaurant Miraculix über das Bistro und die Eisbar bis zu Pizzahorst – erzielten zusammen rund EUR 3,5 Mio. Umsatz. Shop, Merchandising, Massagen, Kindergeburtstage, Events und Seminare ergänzen das Angebot und steigern den durchschnittlichen Umsatz pro Gast systematisch.

B2B-Segment

Seminare, Teamevents, Schulausflüge und Vereinsreisen bilden einen saisonal stabilisierenden Erlösstrom. Durch standardisierte Pakete und wiederkehrende Kooperationen können Skaleneffekte erzielt werden, ohne das Kernerlebnis für Familien zu verwässern.

2.1. Produktentwicklung

Aus dem Anspruch die Kundenwünsche bestmöglich zu erfüllen, entstehen laufend neue Produktentwicklungen, welche den Anforderungen der Kunden, aber auch den Anforderungen unserer heutigen Zeit nach Energiesparsamkeit und Rohstoffknappheit entsprechen müssen. Sie werden vom erfahrenen Head of Engineering, basierend auf den Anregungen der Kunden, geplant, geprüft und umgesetzt. Daraus entstehen neue Produkte, wie z. B. ein Griller mit Förderband, eine Wärmelampe, die auf LED umgeschaltet wird, wenn Speisen kühl gehalten werden und die Optimierung des Hustenschutzes, welche als Einzelanfertigungen produziert werden.

3. Leistungsangebot

Naturerlebnispark

Das Parkangebot umfasst spielerische, kreative und bewegungsorientierte Stationen für unterschiedliche Altersgruppen. Highlights sind unter anderem die Indoor-KidsWorld, der Hochseilgarten, die Kugelbahn sowie saisonale Attraktionen wie Eislaufen und Segways. Der Park Eintritt allein brachte EUR 1,75 Mio. Saisonale Programmpunkte und laufende Erweiterungen sorgen für eine hohe Wiederbesuchsrate.

Beherbergung

Die bestehende Logisstruktur deckt verschiedene Preispunkte und Zielgruppen ab. Tipis bieten das authentische Naturerlebnis, Chalets adressieren komfortorientierte Familien, und der Campingbereich spricht das Outdoor-Segment an. Jede Unterkunftsform besitzt ein klares, erzählbares Konzept und wird als eigenständige Produktlinie im Property-Management-System geführt.

Im Geschäftsjahr 2024/2025 wurde zusätzlich die Produktlinie „Garden Rooms“ eingeführt. Die geplanten Waldnester ergänzen das Portfolio um ein Premium-Segment für Paare, Ruhesuchende und Familien mit besonderem Anspruch.

Gastronomie

Die Gastronomie erfüllt drei Funktionen: Sie steigert Komfort und Aufenthaltsdauer der Tagesgäste, erhöht den Ertrag je Übernachtung durch Frühstück, Halbpension und Themenabende

und liefert für Gruppen und Seminare standardisierte, kalkulierbare Leistungen. Das Gastronomiekonzept setzt auf regionale Produkte, effiziente Abwicklung an Spitzentagen und eine qualitätsgesicherte Servicekette.

Zusatzleistungen

Shop- und Merchandising-Angebote, Massagen, Kindergeburtstage sowie Seminare und Events runden das Leistungsspektrum ab. Diese Attach-Rate-Leistungen werden entlang der Nachfrage und operativen Kapazitäten in Zyklen weiterentwickelt.

4. Markt

Das Marktumfeld wird durch zwei sich überschneidende Märkte bestimmt: den Tagesausflug- und Freizeitmarkt sowie den Kurzurlaub- und Beherbergungsmarkt. In beiden Segmenten ist die Nachfrage durch zwei Entwicklungen geprägt: Einerseits suchen Familien nach erlebnisreichen, sicheren Angeboten in erreichbarer Distanz, andererseits steigt die Attraktivität naturnaher Kurzurlaube, die Komfort bieten und dennoch das Naturerlebnis in den Vordergrund stellen. Dieser Trend begünstigt Konzepte, die Erlebnis und Unterkunft aus einer Hand anbieten.

Im Tagesausflugmarkt differenziert sich IKUNA weniger über klassische Fahrgeschäfte als über Erlebnisqualität, thematische Vielfalt und Aufenthaltsdauer. Wettbewerber sind Freizeitparks, Zoos, Thermen, Indoor-Spielhallen und regionale Ausflugsziele. Im Beherbergungsmarkt liegt die besondere Stärke darin, dass das komplette Rahmenprogramm bereits am Standort vorhanden ist – kein vergleichbarer Mitbewerber in der Region bietet ein integriertes Paket aus Park, Gastronomie, verschiedenen Unterkunftsformen und Eventbereich.

Steigende Lebenshaltungskosten können preissensible Haushalte bremsen, gleichzeitig bleibt die Nachfrage nach kurzen, erreichbaren Auszeiten erfahrungsgemäß robuster als Fernreisen. Risiken im Marktumfeld ergeben sich aus Wettervolatilität, Fachkräftemangel und steigenden Energie- sowie Instandhaltungskosten. IKUNA begegnet diesen Risiken durch Diversifikation des Angebots, den Ausbau wetterunabhängiger Bereiche und eine klare Produkt- und Preispyramide vom erschwinglichen Tagedicket bis zum Premium-Übernachtungsprodukt.

5. Finanzielle Entwicklung

Die folgenden Angaben basieren auf den testierten Jahresabschlüssen zum 30.09.2024 und 30.09.2025, erstellt von der BNP Wirtschaftstreuhand und Steuerberatungsgesellschaft m.b.H. (Gmunden) gemäß den Vorschriften der §§ 189 ff UGB.

5.1. Gewinn- und Verlustrechnung

Position (in EUR)	GJ 2024/2025	GJ 2023/2024	Veränderung
Umsatzerlöse	9.117.121	7.229.607	+26,1 %
Sonstige betriebl. Erträge	55.353	45.289	+22,2 %
Materialaufwand	-1.284.330	-1.123.849	+14,3 %
Personalaufwand	-2.796.179	-2.093.817	+33,5 %
Abschreibungen	-239.570	-167.028	+43,4 %
Sonst. betriebl. Aufwendungen	-4.651.965	-3.852.752	+20,8 %
Betriebsergebnis (EBIT)	200.431	37.451	+435 %
Finanzergebnis	-18.135	40.651	–
Ergebnis vor Steuern	182.296	78.102	+133 %
Jahresüberschuss	188.563	78.866	+139 %

Der Umsatzanstieg wurde breit getragen: Parkeintritt (+15 %), Logis (+23 %, insbesondere durch Camping-Wachstum) und Gastronomie (+34 %) trugen alle zum Wachstum bei. Der überproportionale Anstieg des Personalaufwands (+33 %) spiegelt den Aufbau von 49 auf 70 Mitarbeitende wider, der für die operative Expansion notwendig war. Der Materialaufwand blieb mit 13,7 % vom Umsatz diszipliniert (Vorjahr: 15,6 %).

In den sonstigen betrieblichen Aufwendungen entfallen wesentliche Positionen auf Miet- und Pachtaufwand (EUR 1,34 Mio., Rückgang gegenüber EUR 1,51 Mio. im Vorjahr), Reinigung (EUR 268.000), Energie (EUR 194.000), Kfz-Kosten (EUR 161.000), Versicherungen (EUR 107.000) sowie Marketing (EUR 568.000).

5.2. Bilanz

Position (in EUR)	30.09.2025	30.09.2024
Anlagevermögen	896.458	395.476
Umlaufvermögen	1.508.652	1.005.269
davon Kassenbestand/Bankguthaben	494.476	416.175
davon Forderungen	707.503	357.983
Rechnungsabgrenzung (aktiv)	124.851	46.193
Summe Aktiva	2.529.961	1.446.938
Eigenkapital	338.880	150.317
Rückstellungen	297.179	254.777
Verbindlichkeiten	1.877.481	1.024.428
davon Verb. aus L&L	996.163	588.563
davon Darlehen (A. Schmidbauer)	304.226	–
davon Gutschein-Verbindlichkeiten	185.205	134.385
Summe Passiva	2.529.961	1.446.938

Das Anlagevermögen stieg deutlich, unter anderem durch eine Aktivierung von Konzeptentwicklungskosten (EUR 319.000) und Investitionen in Außenanlagen (EUR 198.000). Die Eigenkapitalquote verbesserte sich auf 13,4 % (Vorjahr: 10,4 %). Die Liquiditätslage ist mit knapp EUR 495.000 an Kassenbestand und Bankguthaben solide. Der Anstieg der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen auf EUR 996.000 ist im Kontext des Umsatzwachstums und der erhöhten Investitionstätigkeit zu sehen.

5.3. Wesentliche Finanzkennzahlen

Kennzahl	GJ 2024/2025	GJ 2023/2024
Umsatzwachstum	+26,1 %	+26,2 %*
EBIT-Marge	2,2 %	0,5 %
Materialaufwandsquote	13,7 %	15,6 %
Personalaufwandsquote	30,7 %	29,0 %
Eigenkapitalquote	13,4 %	10,4 %
Kassenbestand / Bankguthaben	EUR 494.476	EUR 416.175
Bilanzsumme	EUR 2.529.961	EUR 1.446.938

6. Investitionsvorhaben Waldnester

Das Investitionsprojekt umfasst den Bau und die Inbetriebnahme von fünf Tiny Houses unter der Bezeichnung „Waldnester“ als zusätzliche Premium-Übernachungskapazität am Standort. Die Einheiten werden von Wolf Systemhaus als Grundmodul-Tiny-Houses auf Stelzen errichtet, mit umliegenden Terrassen und separatem Housekeeping-Zugang. Die technische Spezifikation ist auf Ganzjahresbetrieb ausgelegt.

6.1. Mittelbedarf

Position (in EUR)	pro Einheit	Anzahl	Gesamt
Tiny House inkl. Komplett Einrichtung	150.000	5	750.000
Terrassen- und Stelzenbau	40.000	5	200.000
Sonstige Kosten	50.000		50.000
Gesamtinvestition			1.000.000