

Steigenberger

Fokus liegt auf Expansion – zwei neue Hotels in Österreich | 12

Studie

Wichtigstes Buchungskriterium ist die Hygiene | 14-15

ÜGZ | Hotellerie

Kunstkonzept gepaart mit Nachhaltigkeit

Der von Ty Waltinger gestaltete **Wilhelmshof in Wien** ist seit drei Generationen im Familienbesitz, wird als Vier-Sterne-ART-Hotel geführt und verfügt über die größte Solaranlage der Wiener Hotellerie

Der Wilhelmshof in Wien, exakt zwischen Prater und Innerer Stadt gelegen, schlägt ein neues Kapitel in der Kategorisierung auf: „Wir sehen uns als ART-Hotel und verstehen unser Hotel als Gesamtkunstwerk aus Kreativität, Wiener Charme, Qualität und persönlicher Atmosphäre“, betont Roman Mayrhofer, Geschäftsführer und Eigentümer. Gemeinsam mit seinem Bruder, Mag. Christian Mayrhofer, hat er 1997 in dritter Generation – nach seinem Großonkel Johann Holzinger und dessen Nichte Auguste Mayrhofer – den elterlichen Betrieb, der als Drei-Sterne-Hotel geführt wurde, übernommen und behutsam in ein Kunsthotel umgestaltet.

Kunstorientierte Gäste

Hierfür verpflichteten sie den österreichischen Künstler Ty Waltinger. Er bedient sich in all seinen Werken der intensiven Leuchtkraft natürlicher



Roman Mayrhofer, Geschäftsführer des Kunsthotels Wilhelmshof

Farbpigmente und hat so dem Wilhelmshof seine persönliche Note verliehen. Das Resultat besticht durch sein kreatives, elegantes

Ambiente mit unterschiedlich gestalteten Zimmern und Suiten. Das Hotel-Kunstkonzept umfasst unter



Der österreichische Künstler Ty Waltinger zeichnet für das kreativ-elegante Ambiente im Hotel Wilhelmshof verantwortlich

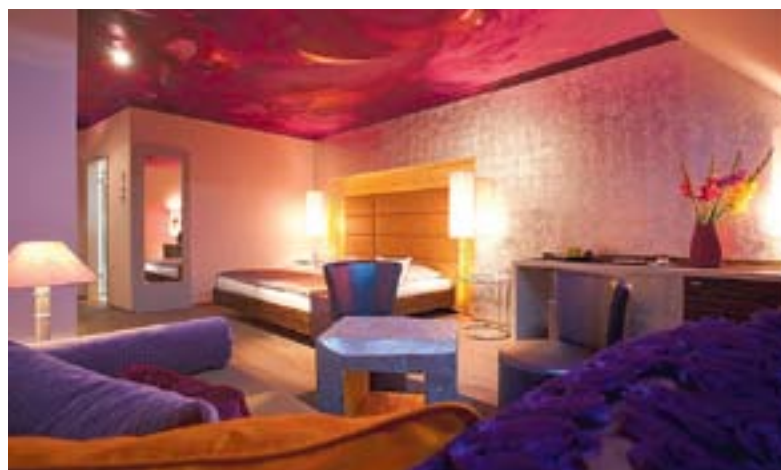


Foto: Wilhelmshof

anderem individuell bemalte Lampenschirme, exklusive Raumbilder in den Zimmern und das Projekt „5 steps to heaven“, in dem der Künstler die fünf Halbstöcke des Hotels kreativ in Szene setzte. Seit dem Jahr 2008 wird das Haus als Vier-Sterne-Betrieb geführt.

Das Stadthotel Wilhelmshof, dessen Namensgeber der bedeutendste Admiral der österreichischen Kriegsmarine, Wilhelm von Tegetthoff, ist, wurde gegen Ende des 19. Jahrhunderts erbaut und war zwischenzeitlich ein Wohnhaus, dann wiederum das Hotel Moskau. Der Wilhelmshof entwickelte sich im Laufe der Jahrzehnte von einer einfachen Zwei-Sterne-Herberge mit 70 Betten in ein Vier-Sterne-Hotel mit 105 Zimmern und drei einzigartigen Suiten namens Silver Moon, Golden Sunrise und Deep Purple. „Kein Zimmer gleicht dem anderen, und daraus ergaben sich auch die

vier Zimmerkategorien StandART, WienerART, ARTelier und SuitART, die je nach Saison zwischen 100 und 300 Euro inklusive Frühstück kosten. Kinder bis 12 Jahre nächtigen bei uns gratis. Mit dem Designhotel der besonderen ART möchten wir den design- und kunstorientierten Einzelreisenden ansprechen. Durch das neue Konzept steigt die Zahl der individuellen Buchungen stetig. Derzeit liegen wir bei rund 60 Prozent Auslastung, 20 Prozent sind Firmengäste, und 20 Prozent finden zu uns über das Reisebüro. Da wir den Individualgast ansprechen möchten, benötigen wir auch ein Social-Media-Konzept, für das wir eine eigene Mitarbeiterin beschäftigen. Ich sehe darin eine große Chance, Stammkunden zu binden und Neukunden zu finden. Wir sind auch auf allen Internetbuchungsplattformen vertreten“, erklärt Mayrhofer sein Konzept.

Solaranlage

Neben Kunst setzt Roman Mayrhofer beim Wilhelmshof auf eine zweite Säule: die Nachhaltigkeit. „Unser gesamtes Tun ist stets darauf ausgerichtet, nachhaltig zu wirken: bei Mitarbeitern, Gästen, Partnern und der Umwelt“, beschreibt Mayrhofer seine Ambitionen bezüglich sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit. „Der Wilhelmshof besitzt mit 256 Quadratmetern die größte Solaranlage der Wiener Hotellerie. Im Sommer erfolgt die Warmwasseraufbereitung ausschließlich über die Solaranlage“, betont Mayerhofer. Energiesparen sowie Müllvermeiden und richtiges Trennen zählen zu wichtigen Werten im Hotelbetrieb. Ebenso im Fokus stehen soziale Faktoren. Mayrhofer ist stolz auf die geringe Fluktuation seines Personals und die sehr guten persönlichen Beziehungen zwischen

Hotelangestellten, Gästen und Lieferanten. „Wir haben uns zum Ziel gesetzt, unseren Gästen Einzigartiges zu bieten. Das fängt beim kreativen Ambiente an und hört beim Lächeln der Rezeptionistin auf“, so Mayrhofer.

Bar als Wirtschaftszweig

Der Wilhelmshof wird als Hotel Garni geführt und beschäftigt derzeit 33 Mitarbeiter, viele davon in Teilzeit. „Es gibt eine Bar mit einer kleinen Kaffeehauskarte, die tagsüber von der Rezeption und abends von einem Barmitarbeiter mitbetreut wird. Durch die Geschäftsreisenden, die abends gerne noch ein Bier trinken und eine Kleinigkeit essen möchten, ist die Bar durchaus ein lukrativer Wirtschaftszweig“, meint Mayrhofer. Das Hotel ist Mitglied der neu gegründeten Hotelloperation Private-City-Hotels.

IRENE STELZMÜLLER

INVESTITIONSGÜTER MIT HOGAST-FAKTOR

Optimale Produktselektion
+ Preise, die sich rechnen
+ Mit Spezialisten geplant
= IHR ERFOLG!

hogast
Unser Service. Ihr Gewinn.

www.hogast.at