



Corporate Social Responsibility Report 2020/2021



Inhalt

1. Von der einfachen Herberge zum Leitbetrieb in Sachen Design, Kunst und Nachhaltigkeit - Geschichte, Daten und aktuelle Situation
2. Leitbild
3. Der Wilhelmshof und seine Gäste
4. Was tun wir für die Umwelt
5. Nachhaltigkeit bedeutet mehr als Umweltschutz
6. Der Wilhelmshof als Arbeitgeber
7. Unser Verhältnis zu unseren Partnern
8. Ein Hotel als Multiplikator
9. Nachhaltigkeit und wirtschaftlicher Erfolg
10. Erreichte Ziele 2019/2020
11. Ziele für 2021/2022
12. Berichterstattung

1. Von der einfachen Herberge zum grünen Kunsthotel – Geschichte, Daten und aktuelle Situation



Das Wiener Hotel Der Wilhelmshof blickt seit seiner Erbauung gegen Ende des 19. Jahrhunderts auf eine bewegte Vergangenheit zurück. Das geschichtsträchtige Hauptgebäude könnte seinen Besuchern Anekdoten aus zwei Weltkriegen, einer Zeit in der es „Hotel Moskau“ genannt wurde und mehreren Phasen als Wohnhaus erzählen. Der Namensgeber war kein Geringerer als der berühmte Wilhelm von Tegetthoff, der bedeutendste Admiral der österreichischen Kriegsmarine, dessen Denkmal am Praterstern weithin sichtbar ist.

Nach Maria und Johann Holzinger und dessen Nichte Auguste Mayrhofer sind nun Mag. Christian und Roman Mayrhofer die dritte Generation, die die Geschicke des Wilhelmshofs lenkt. Durch die liebevolle Führung und den unermüdlichen Einsatz der Familie entwickelte sich Der Wilhelmshof im Laufe der Jahrzehnte von einer einfachen 2-Sterne-Herberge mit 70 Betten in ein aufsehenerregendes, extravagantes 4-Sterne-Hotel mit 102 Zimmern. Nachhaltigkeit war immer Teil der Unternehmensphilosophie. Seit den 90-er Jahren des 20. Jahrhunderts spielten Themen wie Energieeffizienz und Umweltschutz bei jeder Investitionsentscheidung eine bedeutende Rolle.

Trotz der langjährigen Historie des Gebäudes ist dieses keineswegs „alt“. Seit Ende 2009 besteht eine Partnerschaft mit dem renommierten österreichischen Künstler Ty Waltinger. Im Zuge einer weiteren Kooperation mit dem Künstler Andreas Reimann, wurden 2017 - 43 Zimmer neu gestaltet und renoviert. Die stilvolle, detailreiche und außergewöhnliche Gestaltung der beiden expressiven Künstler zieht sich konsequent durch die 102 Zimmer.

Alle öffentlichen Bereiche wurden 2020 von der Wiener Designerin Augenie Art komplett neu gestaltet. Ihre klare Formen- und Farbsprache bildet die perfekte Ergänzung zum kunstvollen Gesamtkonzept.

Edles Unterstatement, warme Farben und erlesene Accessoires, perfekt von den Künstlern und Designern in Szene gesetzt, prägen das modern-exklusive Ambiente des 4-Sterne-Kunsthotels im Herzen Wiens.

Der Wilhelmshof unterscheidet sich dabei von anderen Kunsthotels dadurch, dass Kunst nicht nur ausgestellt, sondern der Künstler zum Gestalter ganzer Räume wird. So hat Ty Waltinger in unserem Haus einerseits bestehende Zimmer aufgewertet, aber auch ganze Zimmerkategorien völlig neu erschaffen. Besonders augenscheinlich wird dieses Konzept bei den 3 Junior Suiten "SuiteART" – üppigen Räumen voller Poesie mit kraftvollen Deckenmalereien. Andreas Reimann war wiederum für unsere Familiensuiten mit brillant großformatigen Pop-Art-Werken und einer reduzierteren Innenarchitektur verantwortlich – diese sind ideal für Familien geeignet.

Die Kunst von Ty Waltinger ergänzt die Nachhaltigkeitsbestrebungen des Wilhelmshofs perfekt – arbeitet er doch vor allem mit alten, natürlichen Farbpigmenten und lässt teilweise die Natur seine Werke mitgestalten. Solche überaus aufwendigen "prozessualen Werke unter Natureinfluss" finden sich z.B. in unseren Frühstücksräumen und im gARTen. Andreas Reimann setzt wiederum auf Dynamik und sieht sich eher dem Manierismus verbunden. Seine Werke in vielschichtiger Siebdrucktechnik werden digital reproduziert – und offenbaren so versteckte Details. Internationale Bekanntheit erlangte er durch seine Hommagen an Persönlichkeiten wie Romy Schneider.

Eugenie Arlt ist eine in Wien lebende und international tätige Interior Designerin. Ihre Arbeiten bestechen durch klare Formen und Farbsprache und sind bis ins kleinste Detail durchkomponiert.

2. Leitbild

Wer wir sind

Der Wilhelmshof ist das einzige aus Künstlerhand gestaltete grüne Kunsthotel Wiens.

Unsere Vision

- den Wilhelmshof zu DEM Kunsthotel Wiens zu machen – und damit das beste Angebot für den kunst- und designinteressierten Gast zu bieten
- unseren Gästen ein absolut einzigartiges Erlebnis zu schenken indem wir die Atmosphäre eines zweiten Zuhause schaffen
- unseren Ökologischen Fußabdruck so gering wie möglich zu halten

Unsere Werte

- Gastfreundschaft: alle Mitarbeiter, unabhängig von ihrer Position und dem Ausmaß ihres Gästekontaktes, verstehen sich als Gastgeber
- Umweltbewusstsein: wir sparen Energie, schonen Ressourcen, reduzieren und trennen Abfall und sind uns unserer Rolle als Multiplikator bewusst
- Regionalbezug: wir bevorzugen regionale und biologische Produkte – sowie ebensolche Lieferanten und Partner
- Menschlichkeit, Offenheit und Toleranz: Der Mensch steht im Zentrum unseres Handelns. Wir fokussieren dabei nicht nur auf unsere Gäste (was eine Selbstverständlichkeit ist), sondern mit gleicher Energie auf unsere Mitarbeiter, Kollegen, Geschäftspartner und Lieferanten. Menschen mit Fairness, Wärme und Toleranz (unabhängig von Herkunft, Religion, Weltanschauung, Geschlecht, Alter oder sexueller Orientierung) zu behandeln ist für uns selbstverständlich.
- Professionalität: um allen Gästen gleichbleibend guten Service liefern zu können, arbeiten wir professionell und effizient.
- Freude: ist unser Antrieb. Und für unsere Gäste spürbar.
- Weiterentwicklung: wir hören nie auf, uns zu verbessern.
- Verlässlichkeit: auf die Menschen im Wilhelmshof ist ebenso Verlass wie auf die Qualität der gebotenen Dienstleistungen und Produkte

Unsere Gäste

Wir richten uns an alle kunstsinnigen und designorientierten Gäste jedweder Herkunft und unabhängig vom Grund ihres Wienaufenthaltes. Unsere Gäste schätzen unsere ehrliche Gastfreundschaft, die Einzigartigkeit des Designs und vor allem die familiäre Atmosphäre. Unser Leitspruch: feels like home – only with better service. Jeder Gast wird nach seinen speziellen Bedürfnissen behandelt – und „geht nicht“ gibt's nicht! Unsere Gäste schätzen unsere Nachhaltigkeitsbestrebungen und machen diese neben Lage und Design zur Grundlage ihrer Buchungsentscheidung. Unsere Gäste müssen Ihre Werte bezüglich Nachhaltigkeit und Ökologie während ihres Aufenthaltes bei uns nicht daheim zurücklassen, sondern finden Ihre diesbezüglichen Ansprüche auch im Urlaub oder der Geschäftsreise in unserem Haus verwirklicht oder übertroffen.

Unsere Ziele

- noch stärkere Positionierung als DAS Wiener Kunsthotel
- perfekte Gastgeber zu sein – nicht für jeden Wien-Besucher das richtige Design, jedoch für jeden Gast den richtigen Ton zu finden
- Ausbau unserer Nachhaltigkeitsbestrebungen – es geht immer noch besser!
- Unterstützung von ausgewählten sozialen Projekten
- Freudvolle und lebenswerte Arbeitsbedingungen zu schaffen und zu erhalten

Der Wilhelmshof ist Mitglied bei folgenden Kooperationen:

- PrivateCityHotels.: eine Kooperation privat geführter, erfolgreicher Stadthotels mit Fokus auf Gastfreundschaft und Individualität
- Sleep Green Hotels: Umweltfreundlich übernachten, ohne dabei auf Komfort zu verzichten.
- Fabelhafte Hotels: einzigartige Hotels in Österreich

3. Der Wilhelmshof und seine Gäste

Unsere Gäste kommen zu ca. 70% aus Zentraleuropa, der Rest verteilt sich auf den Angelsächsischen Raum sowie Skandinavien. Der Anteil an Asiatischen und Arabischen Gästen ist gering. Zu 30% buchen unsere Gäste direkt bei uns, weitere 30% über Buchungsportale. 20% unserer Gäste sind Geschäftsreisende, die verbleibenden 20% reservieren über Reisebüros.

Als Dienstleistungsbetrieb steht die Zufriedenheit unserer Gäste natürlich im Fokus unserer Bemühungen. Wir verfolgen täglich die aktuellsten Bewertungen über unser Haus im Internet und befragen unsere Gäste auch persönlich – denn nur durch das Feedback unserer Gäste können wir unser Leistungen verbessern!

Wir honorieren Gäste, die auf umweltfreundliche Art anreisen (Bahn, Fahrrad, Elektroauto) mit einem Glas unserer Hausmarmelade.

4 Was tun wir für die Umwelt

Seit vielen Jahren ist uns Umwelt- und Klimaschutz ein sehr ernstes Anliegen. So haben wir bei allen Renovierungen besonders auf die Einsparung von Energie und Schadstoffen Rücksicht genommen. Uns ist wichtig, mit durchdachten Maßnahmen mehr zu tun, als lediglich die allgemeinen Vorgaben zu erfüllen.

Nachfolgend ein kleiner Überblick über unser Engagement:

- Wir beziehen Strom ausschließlich aus erneuerbaren Quellen (<http://www.kelag.at/>)
- Alle Fassaden verfügen über eine Dämmung mit Vollwärmeschutz (außer der wunderschön gegliederten Jahrhundertwendefassade des Hauptgebäudes, bei der eine solche Dämmung leider nicht möglich ist) - U-Wert von unter 0,25w/m²K.
- Seit April 2008 verfügt unser Hotel über die größte Solaranlage der Wiener Hotellerie (156m²) zur Warmwasserbereitung. Diese Anlage deckt (je nach Sonneneinstrahlung) ca. 50% unseres Energiebedarfs zur Warmwasserbereitung ab!
- Ein alter Ölkessel wurde durch ein hocheffizientes und schadstoffarmes Gasbrennwertgerät ersetzt.
- Sämtliche Fenster des Hotels wurden durch neue 3-Scheiben-Kunststofffenster mit besonders guten Dämmeigenschaften ersetzt.
- Unser Hotel ist auf moderne Klimaanlage mit leisen und schadstoffarmen Außengeräten umgestiegen.
- Wir verwenden fast ausschließlich Sparlampen oder modernste LED-Technologie.
- Wir präferieren regionale und frische Produkte (egal ob Frühstücksbuffet, Bar, gARTern oder Minibar) und bieten eine Auswahl biologischer Produkte - so z.B. Tees von Sonnentor, Säfte von Höllinger, Biogebäck von Felber, Kaffeespezialitäten von Hornig (Bio-Fairtrade), Wein und Bier aus Wien, CO₂-frei transportierter Rum von Tres Hombres, Schokolade von plant-for-the-planet etc.



Unsere Bestrebungen spiegeln sich auch in der Verleihung des Österreichischen Umweltzeichens für Tourismus im Herbst 2012 wieder - einer Auszeichnung für Betriebe, die mit Ihrem Engagement weit über die gesetzlichen Anforderungen hinausgehen.



Weiters wurde uns das Europäische Ecolabel verliehen - ebenso eine Auszeichnung für Unternehmen mit vorbildlichem Nachhaltigkeitsengagement.

5. Nachhaltigkeit bedeutet mehr als Umweltschutz

Das Thema Nachhaltigkeit beschränkt sich für uns jedoch nicht auf das Thema Umweltschutz – als Arbeit- und Auftraggeber pflegen wir nachhaltige Beziehungen zu allen Menschen und Unternehmen, die unseren Weg begleiten. Dies zeigt sich z.B. daran, dass wir oft Besuch von ehemaligen MitarbeiterInnen bekommen und sich aus Geschäftsbeziehungen mitunter langjährige Freundschaften entwickelt haben.

Ergänzend unterstützen wir mit unserem Spendenbudget diverse Projekte in aller Welt, so z.B. World Vision mit Patenschaften, Nachbar in Not, aber auch kleine Microprojekte wie einen Kindergarten in Srebrenica, ein Brunnenprojekt in Äthiopien oder ein Schulprojekt in Indien.

Wir möchten außerdem das Augenmerk unserer Gäste immer wieder auf interessante Projekte lenken. In unserem Sortiment bieten wir auch "Die Gute Schokolade" an. Der Kauf dieser Schokolade unterstützt die Organisation Plant-for-the-planet, die sich der Wiederaufforstung gefährdeter Wälder verschrieben hat.

Ebenfalls in unserem Sortiment gibt es den ausgezeichneten Tres Hombres Rum - den einzigen emissionsfrei transportierten Rum aus der Karibik der mit einem Segelfrachtschiff ausschließlich mit Windkraft über den Atlantik nach Europa gebracht wird.

6. Der Wilhelmshof als Arbeitgeber



Da der Wilhelmshof ein familiär geführter Betrieb ist, sehen wir uns als Partner unserer MitarbeiterInnen. Ein familiengeführtes Hotel lebt von der freundlichen und entspannten Atmosphäre, welche die Menschen darin verbreiten. Durch dieses ausgezeichnete Teamwork ist es unserem Hotel möglich, dem Gast jederzeit einen perfekten und persönlichen Service zu bieten.

MitarbeiterInnen wird daher die Möglichkeit zur Weiterbildung und -entwicklung gegeben. Jede/r MitarbeiterIn erhält seiner Position und seinen Interessen entsprechende Schulungsangebote. Darüber hinaus bieten wir regelmäßige Trainingstermine (z.B. Rückenschule) als Ausgleich zu körperlicher oder sitzender Tätigkeit und motivieren die MitarbeiterInnen zu sportlicher Betätigung, z.B. durch die Teilnahme ganzer Teams an Laufveranstaltungen.

7. Unser Verhältnis zu unseren Partnern

Wir arbeiten eng mit den lokalen Geschäftspartnern und Lieferanten zusammen. Wir kennen alle unsere Partner persönlich und legen Wert auf langfristige Geschäftsverbindungen mit Handschlagqualität. Aus diesem Grund ist prompte Zahlung auch eine Selbstverständlichkeit.

Bei der Auswahl unserer Partner beziehen wir unsere Nachhaltigkeitsbestrebungen mit ein. So bevorzugen wir regionale Lieferanten und biologische Lebensmittel. Wir arbeiten mit Partnern, die unsere Einstellungen und Werte teilen.

8. Ein Hotel als Multiplikator

Der Wilhelmshof beherbergt jährlich ca. 25.000 Gäste – die ihre Entscheidung für ihr Wunschhotel sehr bewusst treffen. Wir sind uns unserer Rolle als Multiplikator bewusst und versuchen daher, unsere Nachhaltigkeitsbestrebungen für unsere Gäste nachvollziehbar zu gestalten und sie zur Auseinandersetzung damit einzuladen.

Diese Überlegungen fließen auch in unsere Sortimentsentscheidungen mit ein – so lässt sich damit z.B. die Aufmerksamkeit der Gäste auf interessante Projekte oder Produkte lenken (wie z.B. Biosäfte in der Minibar etc.).

9. Nachhaltigkeit und wirtschaftlicher Erfolg

Nachhaltigkeit muss auch sozial und ökonomisch verstanden werden. Einzigartiges Ambiente stellt hierfür nur die Rahmenbedingungen her. Aus diesem Grund setzen wir auf sehr gute persönliche Beziehungen zwischen Hotelangestellten, Gästen und Lieferanten. Die Folge sind langfristige, wertschätzende Beziehungen, ein großer Stammgästeanteil und eine geringe Fluktuation beim Personal. So macht sich Nachhaltigkeit - konsequent betrieben und zu Ende gedacht - auch bezahlt und steigert nebenbei sowohl die Identifikation von MitarbeiterInnen und Gästen als auch deren Zufriedenheit.

Auch ökonomischer Erfolg ist eng mit Nachhaltigkeitsüberlegungen verknüpft. So bevorzugen wir die Investition in langlebige Güter, präferieren höhere Qualität trotz höherer Preise anstatt kurzfristig zu optimieren. So sichern wir auch langfristigen ökonomischen Erfolg.

10. Erreichte Ziele 2019/20

Das gesamte Erdgeschoß (Bar, Halle, Rezeption, Frühstücksräume), sowie Teile des Kellers wurden komplett umgebaut. Der Personalbereich im Untergeschoß wurde vergrößert und mit getrennten Garderoben und Personaldusche sowie Toiletten ausgestattet.

Der Gästebereich wurde mit neuen getrennten Gästetoiletten und einen neuen Gepäckraum ausgestattet.

Zusätzlich wurde in der Bar eine Temperaturschleuse errichtet, um den Energiebedarf für die Heizung und Klimatisierung der Bar zu reduzieren. Außerdem wurde die Front zum Garten mit Glastüren ausgestattet, um die Halle und Rezeption, sowie die Bar und den neu errichteten Lobby und Co-Working Bereich mit Tageslicht zu durchfluten.

Im Zuge der Umbauarbeiten wurde auch eine großformatige Lichtinstallation des Wiener Künstlers Valentin Ruhry platziert.

11. Ziele und Pläne für die Zukunft

Unser nächstes großes Ziel ist es bis 2022 unsere Heizung, Klimatisierung und Warmwasserbereitung CO₂-neutral über Grundwasserwärmepumpen zu betreiben.

Weiters ist die Errichtung einer Photovoltaik Anlage auf dem Dach eines Nebengebäudes von 100m² geplant (bis 2023).

Im Winter 2021 planen wir einen Punschstand in unsrem gARTen, in unserer aus altem Hotel-Dachstuhl-Holz angefertigten und selbstgebauten Punschütte. Dort möchten wir hausgemachten Punsch für unsere Gäste ausschenken. Weiters ist im Zuge dessen ein Charity Event geplant, für welches wir noch ein passendes Projekt suchen.

Daneben möchten wir weiterhin viele Details verbessern und in allen Abteilungen Nachhaltigkeitsschwerpunkte setzen. Es gibt immer wieder neue Ideen und es ist uns ein Anliegen, gemeinsam mit unseren MitarbeiterInnen in allen Bereichen immer besser zu werden.

12. Berichterstattung

Unsere neuen Projekte und Erfolge teilen wir auf unserer Instagram Seite (derwilhelmshof), Facebook Seite und auf unserer Website ist der aktuelle CRS Bericht abrufbar auf unserer Website.

Impressum:

Hotel Wilhelmshof GmbH
Kleine Stadtgutgasse 4
A-1020 Wien

Tel.: +43 - 1 - 214 55 21 – 0
Fax: +43 – 1 – 214 55 21 – 33
Mail: info@derwilhelmshof.com
Web: www.derwilhelmshof.com

Ansprechpartner:

Roman Mayrhofer
Geschäftsführender Gesellschafter

Corina Brazda
Assistenz der Geschäftsleitung

