



# Kunst als Identität

Das kürzlich renovierte Hotel Harmonie Vienna setzt auf Visionäres: Tanz und Malerei beherrschen das neue Ambiente. Zudem überrascht das Haus mit spannender, neu definierter Kulinarik - man will anders sein als die anderen.

**Autorin: Irene Stelzmüller**

Ihre Lebensplanung war eine andere. Sonja Wimmer, aufgewachsen im ehemaligen Relais & Chateaux Hotel Traube in Lienz, wollte unabhängig sein und rüstete sich dafür mit einem BWL-Studium mit Fokus auf mittelständische Unternehmen und Touristik an der Wirtschaftsuniversität Wien. Doch wie so oft im Leben kommt es anders als man denkt, und so entschied sich Wimmer schließlich für die Karriere als Gastgeberin. „Unser Vater hat meinen Bruder und mich gefragt, ob wir in das Hotelgeschäft einsteigen. Eine Chance, die sich nur einmal bietet.“

## Design-Elemente: Tanz und Malerei

Quasi als Quereinsteigerin übernahm die ehemalige Balletttänzerin und nunmehrige Freizeit-Triathletin, den elterlichen Betrieb im Servitenviertel in Wien 9, Harmoniegasse – ihren Bruder findet man im Holiday Inn Vienna City. Sie unterzog das Haus einer General-Renovierung und stellte dabei alles historisch Gewachsene in Frage. „Ich möchte mehr als nur eine Übernachtungsmög-



lichkeit bzw. Betten anbieten. Ich möchte nicht besser sein als die anderen, sondern anders“, erklärt die mit beiden Beinen im Leben stehende Hoteldirektorin und formulierte ihr eigenes Identitätskonzept für das Hotel Harmonie Vienna. Dieses ist eng mit der Geschichte der Harmoniegasse verbunden – das architektonische Erstlingswerk von Otto Wagner, der die Gasse gestaltete. Schräg gegenüber des Hotels findet sich noch heute die Originalfassade des 1863 erbauten Harmonietheaters. Damit war auch das Design-Thema – ein visionäres Kunstkonzept, das Tanz und Malerei vereint – gefunden. Die Design-Elemente des Best Western Premier Harmonie Vienna stammen aus dem Kunstprojekt „Signapura“ von Luis Casanova Sorolla. Der peruanische Künstler, er studierte an der Akademie der

bildenden Künste in Wien, hält die Bewegungsspur eines Tänzers in Farbe auf Leinwand fest. Die Gäste treffen in vielfacher Weise mit den Kunstwerken zusammen: Das größte Bild aus der Reihe „Signapura“ hängt in der Lobby, weitere Bilder finden sich in jedem Stockwerk des Hotels, und einzelne Bildausschnitte aus dem Zyklus ergänzen das elegante Design der 66 Zimmer und machen jeden Raum des familiengeführten 4-Sterne-Boutiquehotels zu einem einzigartigen Kunstwerk.

Das Hotel ist Mitglied bei Best Western. Die starke Marke und die Möglichkeit, sich mit Best Western Premier als Boutiquehotel zu positionieren, sprachen dafür, dass das Haus der Kooperation treu geblieben ist. „Die Gäste aus Übersee wissen die regelmäßig durchgeführten Qualitätsstandards zu schätzen. Wir machen 30 Prozent unseres Umsatzes über Best Western und können über das eigene Reservierungssystem bessere Raten erzielen“, betont Wimmer. Best Western erkennt Trends und setzt technische Neuerungen umgehend um. „Eine davon ist das Interface, das Buchungen automatisch ins eigene System einfließen lässt“, erklärt Wimmer die Best-Western-Effizienz.

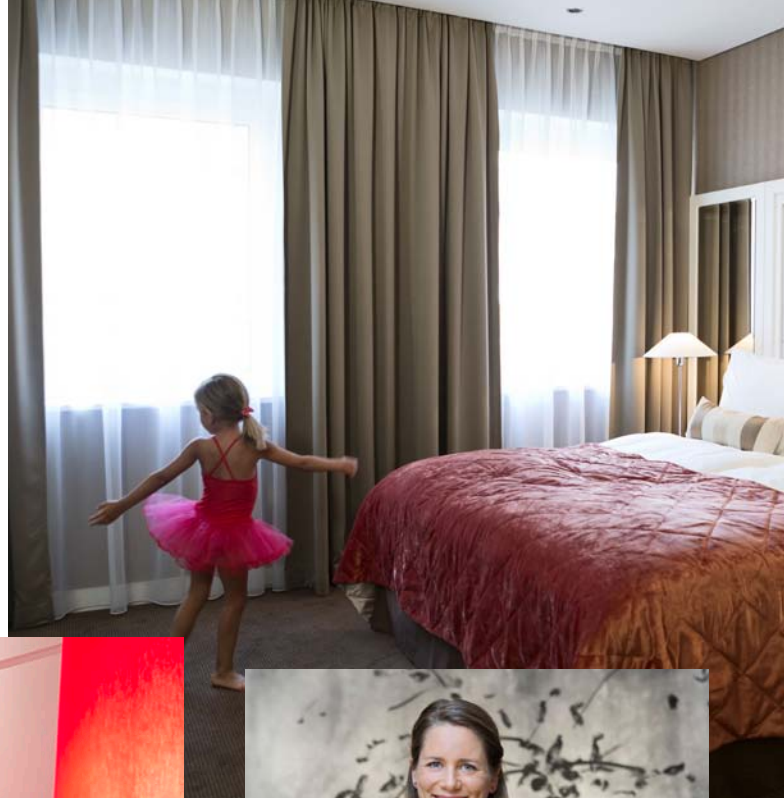


**Prickelnde Erlebnisse  
der Spitzenklasse  
aus dem Haus Canella**

**GHG, 4030 Linz**  
Telefon: 0732 / 37 38-0  
Fax: 0732 / 37 38-2208  
E-Mail: office@ghg.at

## Allergikerfreundliche Assets

Sonja Wimmer setzt auf transparente und nachhaltige Umweltpolitik, und so darf sich das Hotel mit dem österreichischen Umweltzeichen, dem Austria Bio Siegel und dem ECARF-Qualitätssiegel für zertifizierte Allergikerfreundlichkeit schmücken. Pflanzenfreie Nichtraucherzimmer, spezielle HEPA-13-Staubsaugerfilter, milbendichte Bettwäsche- und Matratzenüberzüge sowie daunenfreie Decken und Pölster sind nur ein paar der allergikerfreundlichen Selbstverständlichkeiten des Hauses. „Ich habe mit Julian Klinger einen Küchenchef gefunden, der die ‚Bewusst leben‘-Philosophie des Hauses aktiv mitträgt und auf biologische und regionale Produkte setzt. Wir verwenden keinen Bio-Schnittlauch aus Indien, denn das ergibt am Ende des Tages keine gesunde Rechnung“, betont die sportliche Hotelière.



Die Gäste treffen in der Lobby, der Bibliothek und in den Zimmern mit den Kunstwerken des peruanischen Künstlers Luis Casanova Sorolla zusammen



Quereinsteigerin Sonja Wimmer formulierte ihr eigenes Identitätskonzept und verwirklichte ein visionäres Kunstkonzept

## Emotionen zum Angreifen und Nachlesen

Dem Gast einfach nur eine Mappe mit Infos aufs Zimmer zu legen, passt einfach nicht zum Boutiquehotel, das mit dem Thema Tanz seine Gäste in eine emotionale Welt entführt und zur Einzigartigkeit des Hauses. Sonja Wimmer immer auf der Suche nach Innovationen, hatte die Idee für den hochwertig charmanten und zweisprachigen Hotel-Guide in Buchform, der die Geschichte des Hauses erzählt und gleichzeitig einlädt, sich auf die Spuren des Tanzes im Hotel zu begeben. Einmal eine andere Art, um den Gast anzusprechen. Das Buch liegt auf jedem Zimmer und ist für 25 Euro an der Rezeption erhältlich.



## Mitarbeitersuche: Keine Standardinserate

Sie möchte ihren Gästen ein zweites Zuhause bieten, und dies bestätigt auch der hohe Anteil an Stammgästen: „Wir haben rund 100 Gäste, die mehr als 50 Nächte

pro Jahr bei uns wohnen. Die sehr niedrige Mitarbeiterfluktuation trägt dazu bei, dass Stammgäste wiedererkannt werden, was wesentlich zur Kundenbindung beiträgt, und darüber hinaus sind die besonderen Wünsche unserer Gäste in der Karte gespeichert“, erklärt Sonja Wimmer. Sie legt sehr viel Wert auf ein harmonisches Team und schaut bei der Mitarbeiterauswahl nicht nur auf den Lebenslauf, sondern hört in persönlichen Gesprächen auch auf ihr Bauchgefühl, ob der Mitarbeiter in das 30-köpfige Team passt oder nicht. „Mir ist es wichtig, Mitarbeiter zu halten, daher schalte ich auch keine Standard-Inserate, sondern positionsbezogene, die ich von einer Agentur gestalten lasse“, erläutert sie ihr Erfolgskonzept bei der Mitarbeitersuche.

## Frühstück: Wiener Mehlspeisen

Ein weiteres Asset des Hauses ist das biologische Frühstück mit frisch gepressten Smoothies und seinen fünf À-la-carte-Eigerichten wie zum Beispiel das norwegische mit Shrimps oder das japanische mit Miso-Suppe. Beim Frühstück rückt man auch das Thema der Wiener bzw. böhmischen Mehlspeisküche in den Mittelpunkt mit täglich wechselndem Angebot wie Pofesen, Reisauflauf oder Palatschinken. „Im Preis inkludiert ist die Teatime von 15 bis 18 Uhr mit selbstgebackenem Kuchen. Abends servieren wir kleine Gerichte, die im Sous-Vide-Verfahren vorgekocht wurden. Die Gäste können aus je fünf verschiedenen Haupt- und Nachspeisen wählen“, erläutert Sonja Wimmer das kulinarische Konzept, das insbesondere Geschäftsreisende, die meist alleine sind, in Anspruch nehmen. &



DAMIT NICHT NUR IHRE KUNDEN PROFITIEREN:

AKZEPTIEREN SIE  
DIE ERSTE KREDITKARTE  
DER WELT.

48.18986

16.37144

falkner&iss



Mit der Akzeptanz von Diners Club erhalten Sie nicht nur Zugang zu mehr als 200.000 österreichischen DC Kunden sondern automatisch auch Zugang zu rund 120 Millionen internationalen Karteninhabern (Discover 58 Mio, BCcards 56 Mio, DinaCard 2,5 Mio). Und viele davon reisen mit Begeisterung durch die ganze Welt. Profitieren auch Sie von Millionen Karteninhabern aus aller Welt und werden Sie Diners Club Vertragspartner: +43 1 50 135-18 oder mail an partner@dinersclub.at

