



**HOTEL**  
Touristik

## EINSATZFREUDIG, EINFÜHLSAM, EINZIGARTIG (1/4)

hotel & touristik essenz Ausgabe 07/2022 | Seite 14, 15, 16, 17 | 19. Dezember 2022  
Auflage: 19.754 | Reichweite: 57.287

Print für pr.com

A PRODUCT OF APA-DEFACTO  
**CLIPPING**  
SERVICE



© Inge Prader (2), Catherine Stukhard (3)



## EINSATZFREUDIG, EINFÜHLSAM, EINZIGARTIG (2/4)

hotel & touristik essenz Ausgabe 07/2022 | Seite 14, 15, 16, 17 | 19. Dezember 2022  
Auflage: 19.754 | Reichweite: 57.287

Print für pr.com

STADTHOTELLERIE

# EINSATZFREUDIG, EINFÜHLSAM, EINZIGARTIG

## Leitideen zum Erfolg

Von Thomas Schweighofer

**Sonja Wimmer und ihr Hotel Harmonie in Wien sind ausgezeichnet – für das Konzept, das mit der Kultur tanzt, die Qualität auf allen Ebenen und als moderner Arbeitsplatz. Die Hotelière liefert uns Einblicke in ihr Erfolgsmodell.**

Das Harmonie muss man suchen, eine Suche, die sich lohnt. Das edle Boutique-hotel steht in einem ruhigen Gässchen im 9. Wiener Bezirk im Servitenviertel, abseits vom Trubel der Innenstadt und doch zentral gelegen. Seinen Namen verdankt es dem Harmonietheater (später Orpheum beziehungsweise Neue Wiener Bühne) am Kopfende der Gasse. Kunst und Kultur spielen für das Hotel eine große Rolle. Auf der Bühne des Lebens und Arbeitslebens macht **Sonja Wimmer** keine halben Sachen.

Wir treffen uns zum Frühstück im Hotel. Hier lässt es sich wunderbar und köstlich begleitet plaudern, der regelmäßige Austausch mit verschiedenen Köpfen voller Ideen aus unterschiedlichen Bereichen der Gesellschaft ist ihr sehr wichtig, erzählt sie. Wir genießen frisch gepresste Säfte, eine aromatisch duftende Melange, resches Gebäck sowie eine Eierspeise mit Kernöl. Die ehemalige Leistungssportlerin weiß zu kämpfen, gerade in den vergangenen Jahren ein besonders wertvoller Charakterzug. Aber wird man der ewigen Herausforderung nicht irgendwann einmal müde, frage ich sie. „Die Frage gönne ich mir nie“, lacht die Hotelière herzlich. „Einen Ausgleich finde ich und die Kraft nehme ich aus der Breite meines Lebens. Ich habe eine wunderbare vierjährige Tochter und einen tollen Mann, sie beide sind das Allerbeste in meinem Leben“, gibt **Sonja Wimmer** ganz offen Einblick in ihre Gefühlswelt. Da sitzt einem keine Technokratin gegenüber oder ein von Ehrgeiz getriebener Leistungsmensch, sondern eine Persönlichkeit, die ihre Mitte gefunden hat. Das lässt sie andere spüren – und gewinnt damit. Wimmer weiß, als Mensch ist man nie am Ende des Weges:

„Mir ist bewusst, ich stecke ständig in einem Fluss und Prozess des Entwickelns, Arbeitens und Besserwerdens.“

**Fördern und fordern.** Das erwartet sie sich auch von ihrem Team, das während der Pandemie noch enger zusammenrückte – über das Berufliche hinaus. Diese Ebene, in der Intensität, war neu für alle. „Man hat die schwierige Zeit der Pandemie durchgestanden und – Stand jetzt – erfolgreich gemeistert, das Unternehmen läuft wieder. Eine gute Wendung, denn die letzten zweieinhalb Jahre verlangten der Branche alles ab. **Sonja Wimmer** selbst übernahm am 1. Jänner 2020 das Eigentum von ihren Eltern, ein langer und mühsamer Prozess der Übergabe lag dahinter. „Über dieses Vertrauen bin ich sehr dankbar, aber es hat die ganze Situation extrem angespannt“, erzählt die Hotelière. Zwei Monate später passierte der erste volle Lockdown und kam die Ungewissheit, „dabei war ich in den Startlöchern, etwas aufzubauen“. Die situationsbedingte Perspektivlosigkeit war zermürbend, so ging es wohl allen.

Motivation fand **Sonja Wimmer** in Projekten: „Mein Motto lautet, so wie ich es im Sportalltag handhabe: ‚Immer in Bewegung bleiben!‘“. Das bewährte sich, für die Arbeit für und mit ihrem Team in der Krise erhielt sie sechs Nominierungen unterschiedlichster Stellen, die in fünf Auszeichnungen mündeten, darunter den Innovationspreis Tourismus für innovative Mitarbeiter:innenführung und -entwicklung. Alle Projekte zielten darauf ab, sich selbst, das Team und das Unternehmen bestmöglich für einen erfolgreichen Start nach dem Umbruch vorzubereiten, erklärt sie. Themen wie die Digitalisierung nach

## EINSATZFREUDIG, EINFÜHLSAM, EINZIGARTIG (3/4)

hotel & touristik essenz Ausgabe 07/2022 | Seite 14, 15, 16, 17 | 19. Dezember 2022  
 Auflage: 19.754 | Reichweite: 57.287

Print für pr.com

## STADTHOTELLERIE

innen und außen standen im Vordergrund, diese Projekte waren besonders erfolgreich und nachhaltig. „Und natürlich mein Herzensprojekt, das Employer Branding“, so Wimmer mit Begeisterung.

**Employer Branding kann man nicht kaufen.** Schon vor einiger Zeit hatte sie fünf Punkte der Nachhaltigkeit formuliert. Diese waren die Basis für das Employer Branding. Davor gab es noch anonyme Interviews mit den Mitarbeitenden, mit denen man deren Bedürfnisse und Wünsche erhob. Daraus entstanden kleinere Projekte wie die Neugestaltung des Mitarbeiteraums oder vegane Optionen für das Mitarbeiteressen. Aber die Essenz aus den Interviews mündete vor allem in der Erarbeitung einer DNA des Hotels Harmonie als Arbeitsplatz. Diese lässt sich in drei Worten ausdrücken, die Orientierung geben sollen: einsatzfreudig („wir arbeiten engagiert“), einfühlsam („wir hören einander zu und kümmern uns umeinander“) und einzigartig („wir schaffen einzigartige Lösungen, die eine Verbesserung für das Team und unsere Gäste bringen“). Da geht es unter anderem um Fragen wie Fehlerkultur („Wir lernen aus Fehlern, es gibt keine Schuldigen!“), um sich weiter zu verbessern. Ein weiteres Beispiel ist die Transparenz. „Alles, was ans Tageslicht kommt“, so Wimmer, hat eine gewisse Logik und ist in Konzepte gefasst. „Es war mir ein großes Anliegen, dass Dinge nachvollziehbar sind, etwa Gehälter, dass man sich fair behandelt fühlt, immer eine Wahlmöglichkeit hat, dass es keinen Schuldigen gibt, man sich nicht in Emotionen aufhängt, sondern ein starkes Regelwerk als Basis des Miteinanders mit Gästen und Mitarbeitern hat, um kreative Räume zu haben, um Strategien zu entwickeln und Qualität zu verbessern“, fasst die Hotelière zusammen.

Die Mitarbeitenden haben zudem beschlossen, dass sie als „Harmonie Heros“ auftreten wollen. Gemeinsame Ausflüge und Projekte stärken den Zusammenhalt und erinnern an die Werte. Dazu kommt noch eine von Sonja

Wimmer entwickelte Kooperationskultur nach innen und außen. „Ich liebe es zu kooperieren“, hält sie fest. Zum Beispiel mit Kulturinstitutionen, die Kultur ist wichtiger Teil der Identität des Hotels, oder eben mit den Mitarbeitenden. So gibt es ein wöchentliches Team-Kooperationsmeeting und darüber hinaus jede Woche mit jedem Managementverantwortlichen ein Vier-Augen-Kooperationsmeeting, wo über Themen den jeweiligen Bereich betreffend gesprochen wird. Dabei geht es vorwiegend um Aspekte, die gut gelaufen sind und erst dann um Notwendigkeiten der Anpassung. Zusätzlich finden zweimal im Jahr Mitarbeiter:innengespräche statt. Ein Erfolgsgarant sind die flachen Hierarchien im Hotel Harmonie. Abteilungsleiter und Management werden in Entscheidungsprozesse eng eingebunden, „es wird ihnen einiges abverlangt“, schmunzelt Wimmer. „Ich sehe mich als Coach. Ich weiß aus meiner aktiven Karriere als Sportlerin mit vielen Trainern, wie motivierend das ist, wenn du direkt Feedback bekommst. Das sorgt für Orientierung und du bist bereit für die nächsten Schritte in der persönlichen und fachlichen Entwicklung. Beides ist für mich untrennbar miteinander verbunden.“

Obwohl die Zeit der Übergabe und der Pandemie sehr viel Energie forderte, konnte Wimmer damit beginnen, „meine ganzen



**„Ich sehe mich als Coach. Ich weiß, wie motivierend das ist, wenn man direkt Feedback bekommt.“**

Sonja Wimmer





## EINSATZFREUDIG, EINFÜHLSAM, EINZIGARTIG (4/4)

hotel & touristik essenz Ausgabe 07/2022 | Seite 14, 15, 16, 17 | 19. Dezember 2022  
Auflage: 19.754 | Reichweite: 57.287

Print für pr.com

### STADTHOTELLERIE

Wünsche, Träume, Visionen zu formulieren und umzusetzen. In der old Generation gab es einen Weg, der nach Rom führt. Ich bin kooperativ, flach hierarchisch, ich schätze Meinungen und Experten. Wer bei uns im Team arbeitet, sind Expert:innen, die wissen alle mehr als ich“, sagt sie mit Überzeugung. Große Freude, man sieht es ihr an im Gesicht, machte der Hotelchefin ein Ergebnis der anonymen Befragung. „Nämlich, dass alle schön finden, dass ich da bin“, strahlt sie. „Das hat mich sehr berührt, damit habe ich nicht gerechnet, dass ich für das Team ein so zentraler Punkt bin. Meine Vision ist, dass die Menschen gerne in die Arbeit kommen, sich wertgeschätzt und gehört fühlen.“ Das müsse zentraler Bestandteil eines ganzheitlichen Systems Hotel Harmonie sein.

**Mehr Intelligenz im System.** Neben dem Employer Branding war die Digitalisierung die zweite große Aufgabe der letzten Jahre. Die Gästewünsche haben sich gewandelt, die Customer Journey will digital optimal begleitet sein. Intern wurden mehrere Systeme aufgerüstet, damit der Alltag des Teams dem entspricht, was den Gästen angeboten wird. „Ja, das ist mir wichtig, die Digitalisierung von innen nach außen anzugehen und die Digitalisierung zu leben. Ich habe lieber meine ganze Energie für Weiterentwicklungen.“ Die Zettelwirtschaft im Harmonie hat somit ein Ende gefunden, Rechnungsablegung und Controlling sind digitalisiert, das Team ist verknüpft. „Ich liebe es, wie schnell und unkompliziert alles geworden ist und dass ich keine Excel Sheets mehr brauche.“ Begeistert ist Wimmer vom Artificial Intelligence Revenue Management System, das über Beobachtungen (z. B. Buchungsverhalten zu bestimmten Jahreszeiten) selbstständig lernt und über ein Dashboard Empfehlungen abgibt. „Das ist eine neue Art zu denken, die wir sehr bereichernd empfinden und am Ende des Tages die Ergebnisse wesentlich verbessert. Das geht in Sphären, das hätte ich mir nie gedacht.“

Ob Employer Branding oder Digitalisierung, allesamt sehr komplexe Themen, an deren Anfang immer ein Leitgedanke steht, erklärt **Sonja Wimmer**. Den zu finden, sei oft die mühsame Aufgabe. „Bei allen meinen Projekten ist das so: Es gibt eine Fülle an Informationen, die ich so lange in mir trage, bis schlussendlich der eine zentrale Satz rauskommt. Ich kann Ihnen gar nicht sagen, wie mich das innerlich quält, das lässt mir keine Sekunde Ruhe“, lächelt Wimmer. „Wenn ich den Leitgedanken dann habe, erscheinen mir alle Folgeentscheidungen logisch.“

**Die Preise steigen.** Die Logik am Markt ist hingegen verloren gegangen, die Kostensteigerungen machen der Branche zu



schaffen. Wimmers Glück ist die langjährige Mitgliedschaft in der Hogast, wie sie betont. Denn die Genossenschaft verhandelt aus der Position der Stärke vieler Mitglieder bessere Energiepreise aus. Irgendwann ist aber auch hier das Ende der Fahnenstange erreicht, kommendes Jahr ist mit stark gestiegenen Energiepreisen zu rechnen. „Das wird uns hart treffen“, weiß Wimmer, die im Rahmen eines geförderten Projekts der Wirtschaftskammer einen unabhängigen Berater für Energieeffizienz zur Seite gestellt bekommt. Die Investition in die geplante Photovoltaik-Anlage und eine Wärmepumpe müsse aufgrund der unsicheren Lage allerdings noch warten.

Der Hotellerie fällt die Preisdurchsetzung auf ein wirtschaftlich vernünftiges Maß trotz oder gerade wegen der Situation nicht leicht. „Ich bin fest davon überzeugt, dass die deutlichen Preissteigerungen in der Hotellerie, die kommen werden und kommen müssen, mit Qualitätsprojekten argumentiert werden müssen. Dann kann ich's dem Kunden plausibel erklären“, betont die Hotelière. Im Hotel Harmonie werden die Preise um 15 bis 20 Prozent steigen, „das ist das absolute Minimum. Die Ferienhotellerie war die letzten beiden Jahre, vor allem im Sommer, der Gewinner. Ich bin momentan aber sehr froh, dass wir im Harmonie am Abend keinen Restaurantbetrieb haben, sondern ein Hotel in der Stadt mit guter Lage.“ Übrigens: Corona ist gegessen, ist kein Thema mehr, meint **Sonja Wimmer**.

**Überzeugt, mit jeder Faser.** Die Krisen: Man hat gelernt, damit umzugehen. „Ich weiß, dass man aus einer Krise nur mit Investitionen rauskommt“, weiß Wimmer. In der Finanzkrise wurde ihr Hotel general-

saniert, sie stand mit fester Überzeugung hinter dieser Entscheidung. „Mein Vater hat mich damals gefragt: ‚Schaffst du das?‘. Meine Antwort war, mit jeder Faser meines Körpers werde ich das tun, damit das Familienunternehmen weiterexistiert. Das sehe ich als meine Verpflichtung gegenüber der Familie.“ Vater Günther Wimmer ist operativ noch tätig, betreibt das Hotel BW City Hotel Moran in Prag. Als Miteigentümerin ist sie strategisch eingebunden. „Es freut mich, wenn mein Vater erfolgreich sein kann, mit mir fachsimpelt. Er meint es mit mir und meinem Produkt immer ehrlich. Ich finde das ganz wunderbar, dass wir uns auf Augenhöhe begegnen.“ Leichter als in Wien ist das Geschäft in der tschechischen Metropole jedoch nicht. In Prag verläuft die wirtschaftliche Erholung wesentlich langsamer, die Auslastung in der Hotellerie liegt erst bei 60 Prozent und der Arbeitsmarkt macht Probleme. „Man kriegt einfach keine Leute“, erzählt Wimmer.

Die gebürtige Osttirolerin bringen solche Herausforderungen nicht aus der Ruhe, wie wir bereits wissen. Die Erfahrungen aus dem Leistungssport helfen immens. „Man muss sich immer weiterentwickeln, ist nie am Ende“, betont sie. „Mein letztes großes Rennen habe ich mit 40 Sekunden Vorsprung gewonnen, obwohl ich im Ranking hinter den Favoritinnen lag, also weitab von einem souveränen Sieg. In einem fünfständigen Rennen passiert immer etwas, du verlierst deine Trinkflasche, kriegst beim Schwimmen einen Schlag ab und hat Schmerzen, der Körper macht, was er will. Das kommt wie das Amen im Gebet. Am Ende gewinnt die, die am besten mit Widerständen umgehen kann.“ Sieg für **Sonja Wimmer** und ihr Hotel Harmonie. ■