

arte Hotel Krems:

Erfolgreiches Hotelmanagement mit Innovation

Eine moderne, durchdachte Strategie – intern und extern – macht das arte Hotel Krems seit nunmehr drei Jahren zu einem Hotspot als Lifestyle- und Kunst-Treff inmitten des traditionellen Flairs der Wachau. Mit klarer Positionierung, strenger TQM-Strategie, professionellem Mood-Management, einem effizienten Clustering Modell und spannenden Kulturprogrammen punktet das arte bei – für die Wachau – neuen Zielgruppen.

Klare Positionierung: Kunst als Teil des Lebens

Das arte Hotel Krems gilt seit nunmehr drei Jahren als zeitgeistiger Lifestyle- und Kunst-Treff inmitten der sonst sehr traditionellen Wachau. Kunst ist Teil des Namens und damit auch Teil der Unternehmens-Kultur im arte Hotel Krems: Neben der Lage inmitten des Kunstviertels sind es auch die moderne Architektur, sowie die Einrichtung und Ausstattung der Zimmer, die an das Italien der 70er erinnern. Kunst als selbstverständlicher Teil des Lebens begegnet einem hier überall. Zusätzlich wird alle sechs Monate Künstlern die Möglichkeit zur Bilder-Kunst Ausstellung geboten. Damit unterstreicht das Arte die spezielle Atmosphäre und Positionierung der künstlerischen Grundphilosophie.

Kooperationen

Auch bei den Kooperationen setzt das arte Hotel auf Kunst und Kultur: Eine umfassende Kooperation mit der Kunstmeile Krems, die auch in die Angebotsentwicklung einbezogen wird, richtet sich themenspezifisch nach den aktuellen Ausstellungen. Aufhorchen ließ das arte Hotel Krems 2011 auch mit seinem Package anlässlich der Sonderausstellung „Playboy“ im Karikaturmuseum. Weitere Kooperationen bestehen mit dem Literaturhaus Niederösterreich im Schwerpunkt Literatur & Wein, dem Festival glatt & verkehrt und dem international renommierten Sommerhighlight Musik-Festival Grafenegg.

Internes Clustermodell als Effizienzoptimierung

Kooperationen finden aber hier nicht nur extern, sondern auch intern statt. Michael Frödrich, Resident Manager: *„Wir haben hier im Hotel ein „Clustermodell“ implementiert, das die Dienstleistungskette auf verschiedene Betreiber aufteilt, was für den Gast nicht merkbar ist, jedoch innerbetrieblich eine sehr effiziente Optimierung der Kompetenzen und Ressourcen bedeutet.“* So erweitert sich das Angebot auf ein Fitness-Wellness-Studio, eine italienische Espresso-Bar, ein Restaurant und die Garage, die alle von eigenen Unternehmen betrieben werden, jedoch nach innen und außen ein synergistisches Ganzes ergeben.

TQM für harte und weiche Faktoren

Total-Quality-Management (TQM) wird im arte Hotel groß geschrieben und hier nicht nur in den Bereichen der Hardfacts gelebt. Um die Qualität als Systemziel dauerhaft zu garantieren, stehen auch die Softfacts im Fokus der Qualitätssicherung. So gehört die professionelle Inszenierung des typi-

schen arte-Feelings für Gäste und Mitarbeiter zur Strategie des Hotels. Im Rahmen des sogenannten „Mood-Managements“ wird in den Bereichen Licht, Pflanzen, Farbe, Klang, Optik und Haptik über bewusst eingesetzte Sinneseindrücke die typische Atmosphäre geschaffen, die Gäste und Mitarbeiter - bewusst oder unbewusst - so schätzen. Michael Frödrich, Resident Manager: *„Dadurch fühlen sich nicht nur unsere Gäste wohl, sondern auch die Mitarbeiterzufriedenheit ist bei uns sehr hoch, was natürlich der Qualität der gesamten Dienstleistungskette zu Gute kommt und uns sehr gute Hotelbewertungen bringt.“*

Neue Gästestruktur

Dass das durchdachte Konzept die Gäste anspricht, beweisen die Fakten: Allein 2011 konnten bereits 22.000 Nächtigungen verzeichnet werden. Das entspricht einer Jahresauslastung von über 50%, in den Segmenten Wirtschaftstouristen (70%) und Kulturtouristen (30%).

Ob klassischer Urlaub, Interesse an Kunst und Kultur, Genuss und Wandern oder berufliche Verpflichtungen - laut einer großangelegten Gästeanalyse genießt man hier die künstlerische Atmosphäre des Hotels und spricht Menschen an, die es gerne unkompliziert haben sowie kulinarisch sehr interessiert sind. Das bedeutet für das Hotel eine, für die Wachau bislang neue Gästegruppe, die einerseits modernen Lifestyle sucht, aber andererseits an Traditionellem interessiert ist.

Krems, am 10.November 2011

Weitere Informationen

Pressestelle Markus Hann

arte Hotel Krems - Arte Hotel GmbH

A-3500 Krems, Dr. Karl Dorrek-Straße 23

T +43(0)2732 71123 F +43(0)2732 71523

M 0664 126 123 0

E m.hann@arte-hotel.at | www.arte-hotel.at

Texte und Fotos zum Download im Pressebereich der Website www.arte-hotel.at

Zahlen, Fakten, Daten

Arte facts

Eröffnung Herbst 2008

Lifestyle Hotel in der traditionellen Wachau

90 Zimmer und Turmstudios

2 Seminarräume

Ca. 22.000 Übernachtungen, 50% Jahresauslastung

50% Businessgäste (**Donau Uni**, Firmen), 20% Seminar, 30% Touristen

24 Stunden Lounge-Bar, Sonnenfrühstücksterrasse

vollklimatisiert, in den Zimmern individuell regelbar

Komplettes Nichtraucherhotel

Mitglied Qualitätspartner Wachau

Die IPP HOTELS

Die österreichische Ipp-Hotelgruppe hat mit ihren vier Häusern insgesamt 16 Sterne und vereint ländliche Gemütlichkeit und städtischen Chic unter einem Dach. Betrieben von dem Ehepaar Alexander und Elisabeth Ipp, stehen die vier Hotels – so unterschiedlich sie in ihrer Lage, in ihrem Ambiente und ihren Zielgruppen sind – für höchst professionelles, aber dennoch individuelles und persönliches Service für die Gäste sowie einen fordernden, aber auch fördernden Umgang mit den Mitarbeitern, die allesamt als **Mit-Gastgeber** gesehen werden.

Der Althof**** in Retz, eröffnet **1991**, und die Schwarzalm**** bei Zwettl im Waldviertel, eröffnet 2009 als vorläufig letztes **Haus der IPP HOTELS**, stehen für ländlich-gemütlichen Luxus. Das Wiener Hotel Atlantis**** und das Arte Hotel**** in Krems hingegen repräsentieren städtisch-modernen Chic. Gemeinsam beschäftigen die vier Häuser 110 Mitarbeiter und machen einen Umsatz von 6,4 Millionen Euro pro Jahr.

Weitere Informationen: www.ipp-hotels.at