



Corporate Social Responsibility Report

2024

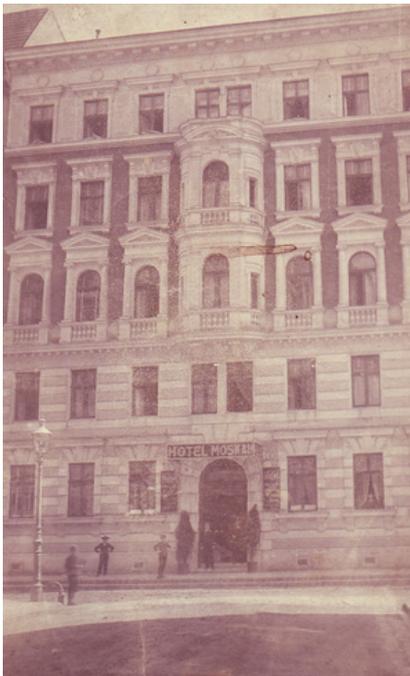


Inhalt

- 01** Einleitung: Von der einfachen Herberge zum Leitbetrieb in Sachen Design, Kunst und Nachhaltigkeit
- 02** Leitbild & Werte
- 03** Unsere Gäste
- 04** Unsere Umweltverantwortung
- 05** Soziale Verantwortung - Der Wilhelmshof als Arbeitgeber
- 06** Nachhaltige Kooperationen & Partnerschaften
- 07** Nachhaltigkeit & wirtschaftlicher Erfolg
- 08** Die SDGs & Der Wilhelmshof
- 09** Unsere Ziele und Erfolge
- 10** Zukunftsvisionen

Einleitung

Von der einfachen Herberge zum Leitbetrieb in Sachen Design, Kunst und Nachhaltigkeit



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. Die Geschichte als "Wilhelmshof" begann in den 1950er Jahren, als Johann Holzinger das Gebäude übernahm und es nach Wilhelm von Tegetthoff, dem wichtigsten Admiral der österreichischen Marine, dessen Denkmal am Praterstern weithin sichtbar ist, umbenannte.

Johann Holzinger bzw. seine Frau Maria führten das Hotel bis in die 1980er-Jahre. Dann übernahm ihre Nichte Auguste Mayrhofer den Betrieb. Sie renovierte und erweiterte das Haus von einer einfachen 2-Sterne-Herberge zu einem angesehenen 3-Sterne-Hotel. 1997 übernahmen schließlich ihre Söhne Mag. Christian und Roman Mayrhofer das Hotel und führen es seither in ihrem Sinne weiter. Sie führten den begonnenen Weg konsequent fort, vergrößerten binnen weniger Jahre das Haus nochmals um 40% und hoben die Qualität auf 4-Sterne-Standard.

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 zu einem einzigartigen, extravaganten 4-Sterne-Hotel mit 102 Zimmern. Nachhaltigkeit war immer Teil der Unternehmensphilosophie. So spielten seit den 1990er-Jahren Themen wie Energieeffizienz und Umweltschutz bei jeder Investitionsentscheidung eine bedeutende Rolle.

Der Wilhelmshof - where art meets sustainability 

Trotz der langen Historie des Gebäudes ist dieses jedoch keineswegs „alt“, sondern ist im Laufe der Jahre zu einem Gesamtkunstwerk gereift. Der Wilhelmshof unterscheidet sich dabei von anderen Kunsthotels dadurch, dass Kunst nicht nur ausgestellt, sondern die Künstler*innen und Designer*innen zu den Gestalter*innen ganzer Räume werden.

Ende 2009 gestaltete der Wiener Künstler Ty Waltinger einen Teil der Hotelzimmer sowie die öffentlichen Bereiche, dabei wurden einerseits bestehende Zimmer aufgewertet, andererseits aber auch ganze Zimmerkategorien völlig neu erschaffen. Besonders augenscheinlich wird dieses Konzept bei den 3 Juniorsuiten - üppigen Räumen voller Poesie mit kraftvollen Deckenmalereien. Die Kunst von Ty Waltinger ergänzt die Nachhaltigkeitsbestrebungen des Wilhelmshofs perfekt - arbeitet er doch vor allem mit alten, natürlichen Farbpigmenten und lässt seine Werke teilweise von der Natur mitgestalten. Solche überaus aufwendigen "prozessualen Werke unter Natureinfluss" sind zum Beispiel in unseren Frühstückssalons und im gARTen zu finden.

2017 wurden im Zuge einer weiteren Kooperation mit dem ebenfalls in Wien wirkenden Künstler Andreas Reimann 43 Zimmer renoviert und neu gestaltet. Er setzt auf Dynamik und sieht sich eher dem Manierismus verbunden. Seine Werke - brillant großformatige Pop-Art - in vielschichtiger Siebdrucktechnik werden digital reproduziert und offenbaren so versteckte Details. Internationale Bekanntheit erlangte er durch seine Hommagen an Persönlichkeiten wie Romy Schneider.

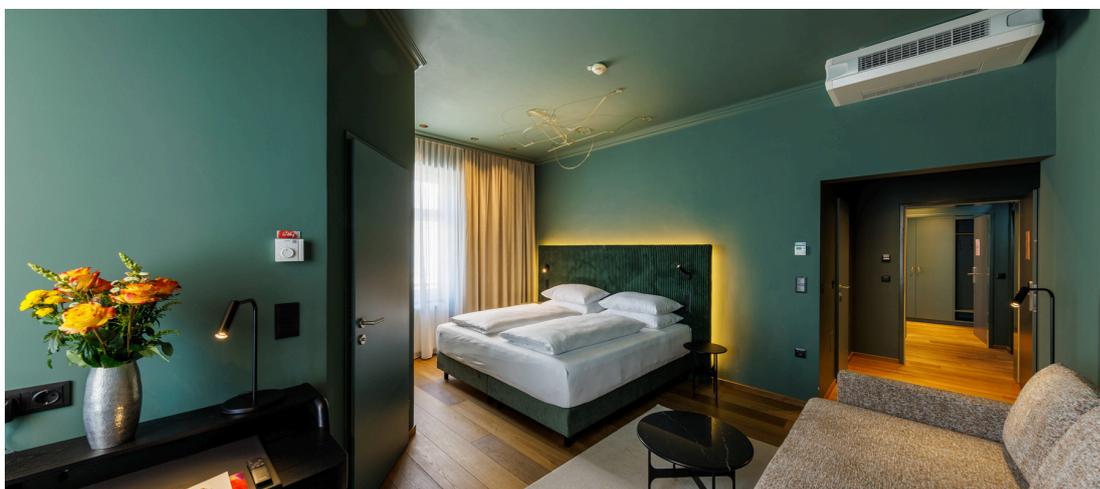


Der Wilhelmshof - where art meets sustainability 

2020 wurden alle öffentlichen Bereiche von der in Wien lebenden und international tätigen Interior Designerin Eugenie Arlt neu gestaltet, wobei bisherige Kunstwerke mit neuer Kunst zu einem harmonischen Gesamtkonzept kombiniert wurden. Die Arbeiten von Eugenie Arlt bestechen durch eine klare Formen- und Farbsprache und sind bis ins kleinste Detail durchkomponiert.

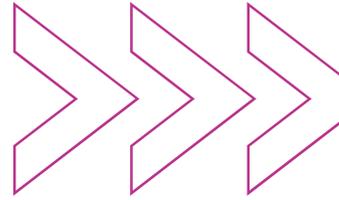
2023 wurde ein gesamter Gebäudetrakt unseres Hotels renoviert. Entstanden sind 29 Hotelzimmer entweder in einem tiefen Waldgrün oder einem sanften Blush - gestaltet vom Wiener Interior Designbüro Meindl Cavar Concepts und ausgestattet zum Teil mit unter der Decke schwebenden Drahtskulpturen und zum Teil mit beeindruckenden Spiegelzeichnungen vom u.a. in Wien lebenden Künstler Constantin Luser.

Die stilvolle, detailreiche und außergewöhnliche künstlerische Gestaltung des gesamten Hotels kombiniert mit den Nachhaltigkeitsbestrebungen sowie der familiären Atmosphäre machen den Wilhelmshof zu einer ganz besonderen Unterkunft.



Der Wilhelmshof - where art meets sustainability 

Leitbild & Werte



Mission

Der Wilhelmshof ist mehr als nur ein Hotel. Er soll DAS Kunsthotel Wiens sein und damit dem kunst- und designinteressierten Gast das beste Angebot bieten. Wir möchten unseren Gästen ein absolut einzigartiges Erlebnis schenken, indem wir die Atmosphäre eines zweiten Zuhauses schaffen und dabei einen positiven Beitrag für Umwelt sowie Gesellschaft leisten.

Werte

- 01 Gastfreundschaft:** Alle Mitarbeiter*innen - unabhängig von ihrer Position und dem Ausmaß des Gästekontaktes - verstehen sich als Gastgeber*innen.
- 02 Umweltbewusstsein:** Wir sparen Energie, schonen Ressourcen, reduzieren und trennen Abfall und sind uns unserer Rolle als Multiplikator bewusst.
- 03 Regionalbezug:** Wir bevorzugen regionale Lieferant*innen und Partner*innen sowie regionale und biologische Produkte.
- 04 Soziale Verantwortung:** Der Mensch steht im Zentrum unseres Handelns. Wir stehen für Wärme, Fairness, Diversität, Toleranz und Gleichstellung - sowohl bei unseren Gästen als auch in unserem Team, bei (Geschäfts-)Partnerschaften sowie in der Unterstützung sozialer Projekte.
- 05 Professionalität:** Um allen Gästen einen gleichbleibend guten Service liefern zu können, arbeiten wir professionell und effizient.
- 06 Freude** ist unser Antrieb und für unsere Gäste spürbar.
- 07 Weiterentwicklung:** Wir hören nie auf, uns zu verbessern.
- 08 Verlässlichkeit:** Auf die Menschen im Wilhelmshof ist ebenso Verlass wie auf die Qualität der gebotenen Dienstleistungen und Produkte.

Vision



01 Positionierung

Noch stärkere Positionierung als DAS Wiener Kunsthotel.

02 Perfekte Gastgeber*innen

Perfekte Gastgeber*innen zu sein - nicht für jede*n Wien-Besucher*in das richtige Design, aber für jeden Gast den richtigen Ton zu finden.

03 Nachhaltigkeit

Ausbau unserer Nachhaltigkeitsbestrebungen inklusive der sozialen Nachhaltigkeit mittels Unterstützung ausgewählter sozialer Projekte.

04 Arbeitsumfeld

Freudvolle und lebenswerte Arbeitsbedingungen zu schaffen und zu erhalten.

Unsere Gäste

Wir richten uns an alle kunstsinnigen und designorientierten Gäste jedweder Herkunft und unabhängig vom Grund ihres Wienaufenthaltes.

Aufgrund unseres Angebotes und unserer Lage sprechen wir unterschiedlichste Gästesegmente gleicherlei an. So haben wir für Familien großzügige Familiensuiten, welche Platz für bis zu 6 Personen bieten, im Angebot. Businessgäste schätzen unsere Nähe zur Messe, zum Vienna International Center, aber auch zum Verkehrsknotenpunkt Praterstern und zum Stadtzentrum sowie unsere hoteleigene Tiefgarage mit E-Lademöglichkeit. Und Paare werden bei uns durch spezielle Packages sowie einer breitgefächerten Auswahl an Zimmerkategorien - von schlicht bis extravagant - angesprochen.

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!

Überdies spielen unsere Nachhaltigkeitsbestrebungen neben Lage und Design bei der Buchungsentscheidung unserer Gäste eine wesentliche Rolle.



Unsere Gäste kommen zu ca. 75% aus Zentral- und Südeuropa, der Großteil des Restes verteilt sich auf den Angelsächsischen Raum sowie Skandinavien. Der Anteil an asiatischen und arabischen Gästen ist gering.

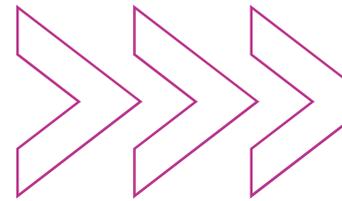
60% unserer Gäste buchen uns direkt, d.h. über unsere Hotel-Website, telefonisch oder per E-Mail. Weitere 35% buchen über Buchungsportale (wie booking.com & Co.) und die verbleibenden 5% reservieren über Reisebüros.

Als Dienstleistungsbetrieb steht die Zufriedenheit unserer Gäste natürlich im Fokus unserer Bemühungen. Deshalb holen wir uns von unseren Gästen persönlich direkt vor Ort Feedback ein und evaluieren täglich die Hotelbewertungen, welche im Internet veröffentlicht werden. Denn nur durch das Feedback unserer Gäste können wir unsere Leistungen verbessern.

Wir honorieren Gäste, die umweltfreundliche anreisen (Zug, Fahrrad) und unsere Nachhaltigkeitsbestrebungen damit unterstützen, mit einem Glas unserer köstlichen Hausmarmelade. Dies ist auch aktiv als Package „Sanfte Mobilität“ auf unserer Website buchbar.



Unsere Umweltverantwortung



Seit vielen Jahren ist uns Umwelt- und Klimaschutz ein zentrales 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 gesetzlichen Vorgaben zu erfüllen.

Nachfolgend ein kleiner Überblick über unser Engagement:

- 01** Wir beziehen Strom aus 100% erneuerbaren Quellen (<https://www.kelag.at/>).
- 02** Wir heizen, klimatisieren und erwärmen unser Warmwasser CO₂-neutral - ohne fossile Brennstoffe - mit unserer Grundwasserwärmepumpe und unserer Solaranlage, die mit 156 m² seit 2008 die größte Solaranlage der Wiener Hotellerie ist.
- 03** 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.
- 04** Sämtliche Fenster des Hotels sind durch 3-Scheiben-Kunststofffenster mit besonders guten Dämmeigenschaften ausgestattet.
- 05** Wir verwenden ausschließlich Sparlampen oder modernste LED-Technologie.
- 06** Wir präferieren regionale und frische Produkte. Überdies bieten wir eine Auswahl an biologischen Produkten (wie z.B. Tees von Sonnentor, Säfte von Höllinger, Bio-Fairtrade Kaffeespezialitäten von Hornig), ein ausschließlich österreichisches Weinsortiment (teilweise Bio), CO₂-frei transportierten Rum von Tres Hombres oder Schokolade von plant-for-the-planet an.

Unsere Bestrebungen spiegeln sich in der Verleihung des Österreichischen Umweltzeichens für Tourismus sowie dem Europäischen Ecolabel wider - zwei Auszeichnungen für Unternehmen mit vorbildlichem Nachhaltigkeitsengagement.



Der Wilhelmshof - where art meets sustainability



Unsere soziale Verantwortung

Das Thema Nachhaltigkeit beschränkt sich für uns jedoch nicht auf das Thema Umweltschutz. Als familiär geführter Arbeit- und Auftraggeber spielt die soziale Nachhaltigkeit eine wesentliche Rolle: Unser Hotel ist nicht nur ein Ort, an dem Gäste sich wohlfühlen, sondern auch ein Unternehmen, das auf faire Arbeitsbedingungen und eine wertschätzende Unternehmenskultur setzt.

Wir pflegen nachhaltige Beziehungen zu allen Menschen und Unternehmen, die unseren Weg begleiten. Dies zeigt sich z.B. daran, dass uns ehemalige Mitarbeiter*innen regelmäßig besuchen oder dass sich aus Geschäftsbeziehungen mitunter langjährige Freundschaften entwickelt haben. Folgende Aspekte liegen uns als Arbeitgeber besonders am Herzen:

- 01 Faire Bezahlung & Weiterbildung:** Unsere Mitarbeiter*innen sind unser wertvollstes Gut. Regelmäßige interne sowie externe Schulungen angepasst an die jeweilige Position sowie den individuellen Interessen, ein teambasiertes, hierarchiearmes Arbeitsklima und eine faire Entlohnung sind bei uns selbstverständlich
- 02 Gesundheit & Wohlbefinden:** Neben gesundem Essen bieten wir kostenlose Massagen während der Arbeitszeit und legen Wert auf eine gute Work-Life-Balance (beispielsweise durch Berücksichtigung familiärer Gegebenheiten sowie privater Termine bei der Dienstplangestaltung, sekundengenaue Zeiterfassung, Teamausflüge und -events).
- 03 Diversität & Inklusion:** Wir leben Gleichstellung. Unabhängig von Herkunft, Geschlechtsidentität, Alter, Aussehen, Religion, sexueller Orientierung, körperlicher oder geistiger Einschränkungen, o.ä. - bei uns sind alle herzlich willkommen.

Ergänzend unterstützen wir mit unserem Spendenbudget diverse Projekte in aller Welt, so z.B. World Vision mit Kinderpatenschaften, Nachbar in Not, aber auch kleine Mikroprojekte durch Charity Events wie z.B. durch ein Punschevent in unserem gARTen im November 2023, wobei der Erlös an die Non-Profit-Organisation PA1 – Together for Africa ging, welche Frauen in Afrika Zugang zu Ausbildungsmöglichkeiten und folglich zu einem selbstbestimmten Leben ermöglicht.

Der Wilhelmshof - where art meets sustainability 

Nachhaltige Kooperationen & Partnerschaften

Nachhaltigkeit bedeutet auch mit den "richtigen" Partner*innen zusammenzuarbeiten.

Wir arbeiten eng mit lokalen Partner*innen und Lieferant*innen zusammen, kennen alle unsere Partner*innen persönlich und legen Wert auf langfristige Geschäftsbeziehungen mit Handschlagqualität. Aus diesem Grund sind etwa prompte Zahlung oder kulant es Entgegenkommen auch eine Selbstverständlichkeit.

Bei der Auswahl unserer Partner*innen beziehen wir unsere Nachhaltigkeitsbestrebungen mit ein. So bevorzugen wir regionale Lieferant*innen, Designer*innen und Künstler*innen und generell Partner*innen, die unsere Einstellungen und Werte teilen.

Der Wilhelmshof beherbergt jährlich ca. 50 000 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 bieten wir beispielsweise "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 - dem einzigen emissionsfrei transportierten Rum, der per Segelfrachtschiff - ausschließlich mit Windkraft - aus der Karibik über den Atlantik nach Europa gebracht wird.

Wir sind Mitglied der PrivateCityHotels, einer Kooperation privat geführter, erfolgreicher Stadthotels mit Fokus auf Gastfreundschaft und Individualität.

Nachhaltigkeit & wirtschaftlicher Erfolg

Nachhaltigkeit endet für uns nicht bei ökologischen und sozialen Maßnahmen – sie umfasst auch die wirtschaftliche Effizienz. Unser Ansatz zeigt, dass nachhaltiges Handeln langfristig nicht nur die Umwelt schont und soziale Gerechtigkeit fördert, sondern auch wirtschaftlich erfolgreich ist. Bei allen Entscheidungen im Wilhelmshof achten wir darauf, dass Nachhaltigkeit und wirtschaftlicher Erfolg Hand in Hand gehen.

Langfristige Investitionen in Qualität und Effizienz

Wir bevorzugen Investitionen in hochwertige, langlebige Güter und innovative Technologien, die langfristig Kosten senken und Ressourcen schonen, wie beispielsweise unsere Grundwasserwärmepumpe sowie die Solaranlage. Ebenso tragen die Modernisierung der Beleuchtung auf LED-Technik und die Digitalisierung von Prozessen zu Einsparungen bei, indem wir den Energieverbrauch reduzieren und Materialkosten senken.

Geringe Fluktuation und hohe Teamzufriedenheit

Ein zentraler Faktor unseres wirtschaftlichen Erfolgs ist unsere Mitarbeiter*innenbindung. Die Zufriedenheit und das Wohlbefinden unseres Teams sorgen für geringe Fluktuation und damit für stabile Arbeitsverhältnisse. Dies minimiert Einarbeitungskosten und gewährleistet einen konstant hohen Servicelevel für unsere Gäste. Eine nachhaltige, faire Personalführung zahlt sich also auch wirtschaftlich aus.

Wirtschaftlicher Nutzen durch Stammgäste

Nachhaltigkeit und das außergewöhnliche Erlebnis, das wir unseren Gästen bieten, führen zu einer hohen Gästezufriedenheit und einem hohen Anteil an Stammgästen. Diese langjährigen Beziehungen ermöglichen es uns, durch direkte Buchungen Kosten für Vermittler zu sparen und eine stabile Auslastung sicherzustellen. Gäste schätzen neben dem einzigartigen Ambiente und der familiären Atmosphäre im Wilhelmshof, unser Engagement für Umwelt und Gesellschaft, was sich zunehmend auf ihre Buchungsentscheidungen auswirkt.

Effizienz durch regionale Partnerschaften

Die enge Zusammenarbeit mit regionalen Lieferant*innen und die Entscheidung für (biologische) Produkte aus der Umgebung tragen nicht nur zu unserem ökologischen Engagement bei, sondern sorgen auch für wirtschaftliche Vorteile. Kurze Lieferwege bedeuten geringere Transportkosten, und die Zusammenarbeit mit langjährigen Partner*innen schafft Vertrauen und sorgt für verlässliche Qualität zu fairen Preisen.

Nachhaltigkeit als Teil unseres Markenkerns

Nachhaltigkeit ist für den Wilhelmshof nicht nur eine betriebliche Maßnahme, sondern ein Teil unseres Markenkerns, der uns auf dem Markt differenziert. Unser Fokus auf umweltbewusste Innovationen und kunstvolles Design stärkt unsere Position in einem wettbewerbsintensiven Markt und trägt zur Erhöhung der Markentreue bei. Durch die Kombination aus nachhaltigem Handeln, einzigartigem Design sowie Persönlichkeit und Herzlichkeit unseres Teams bieten wir unseren Gästen ein Erlebnis, das sich auch ökonomisch auszahlt.



Die SDGs & Der Wilhelmshof

Die Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen sind ein zentraler Orientierungspunkt für unsere Nachhaltigkeitsstrategie. Der Wilhelmshof leistet in allen Bereichen einen direkten Beitrag zur Erreichung dieser globalen Ziele. Hier unsere wichtigsten Beiträge:



SDG 3: Gesundheit & Wohlergehen

Wir sind ein familiengeführter Betrieb und zu dieser Familie gehören auch unsere Mitarbeiter*innen. So liegt uns deren Gesundheit ganz besonders am Herzen und wir fördern diese nicht nur in der Bereitstellung einer gesunden Mahlzeit, sondern auch in Angeboten wie einer kostenfreien monatlichen Massage während der Arbeitszeit. Darüber hinaus leisten wir einen Beitrag zum SDG3, indem wir regelmäßig vom Schicksal geprägte Familien auf einen (Kurz-)Urlaub bei uns einladen, um ihnen eine Chance auf eine wohlverdiente Auszeit zu geben und damit zu ihrem Wohlbefinden beizutragen.



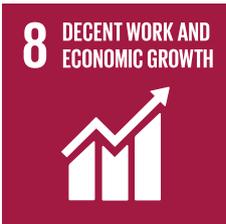
SDG 4: Hochwertige Bildung

Wir bieten unseren Mitarbeiter*innen regelmäßig interne und externe Schulungen zu unterschiedlichsten Themen von Gastfreundschaft über Sprachkurse zu Persönlichkeitsentwicklung an. Auch darüber hinaus setzen wir uns für Bildung für alle ein: etwa durch unsere Kinderpatenschaft oder durch die Unterstützung anderer sozialer Projekte wie die Non-Profit Organisation PA1 - Together for Africa, die Frauen eine Ausbildung bietet und ihnen so den Weg in ein selbstbestimmtes Berufsleben ebnet.



SDG 7: Bezahlbare & saubere Energie

Wir beziehen zu 100% grünen Strom. Zudem gibt es Überlegungen zur Inbetriebnahme einer Photovoltaikanlage.



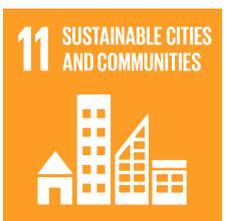
SDG 8: Menschenwürdige Arbeit & Wirtschaftswachstum

Durch faire Arbeitsbedingungen, regelmäßige Schulungen und die Förderung der Mitarbeiter*innen-zufriedenheit bieten wir ein positives Arbeitsumfeld. Außerdem fördern wir nachhaltige wirtschaftliche Projekte (z.B. berufliche Ausbildung von Frauen in Afrika).



SDG 10: Weniger Ungleichheiten

In unserem Team fördern wir eine vielfältige und inklusive Arbeitskultur. Außerdem unterstützen wir ausgewählte soziale Projekte (Kinderpatenschaft, Frauenförderprogramm), um zur Bekämpfung globaler Ungleichheiten beizutragen und ermöglichen benachteiligten Familien, bei uns einen unvergesslichen Urlaub zu verbringen, der ihnen sonst nicht möglich wäre.



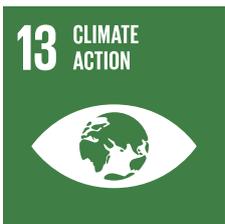
SDG 11: Nachhaltige Städte & Gemeinden

Wir fördern nachhaltigen Städtetourismus in Wien, indem wir innovative Technologien einsetzen und damit eine Vorbildfunktion für andere Hotels haben möchten. Wir legen Wert auf umweltfreundliche Mobilität und stellen unseren Gästen nicht nur kostenlose Fahrradstellplätze zur Verfügung, sondern bieten auch E-Parkplätze an und „belohnen“ Gäste, welche umweltfreundlich anreisen.



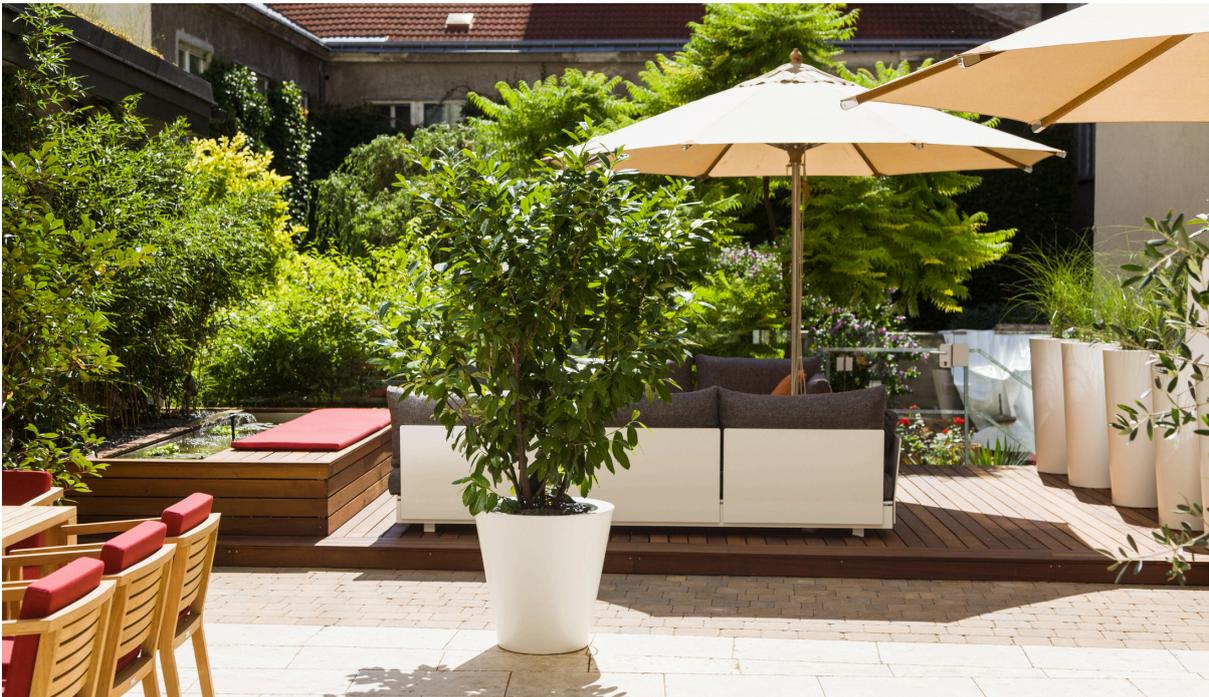
SDG 12: Nachhaltige/r Konsum & Produktion

Wir reduzieren Abfall und setzen auf nachhaltige, möglichst regionale und biologische Produkte (z.B. Biosäfte von Höllinger, Tee von Sonnentor, "Die gute Schokolade" von plant-for-the-planet oder den CO₂-neutral transportierten Tres Hombres Rum).

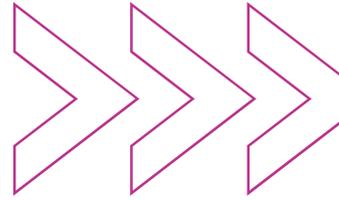


SDG 13: Maßnahmen zum Klimaschutz

Wir tragen mit unserer CO₂-neutralen Heizung, Kühlung und Warmwasseraufbereitung, aber auch mit vielen kleineren Maßnahmen aktiv zum Klimaschutz bei.



Unsere Ziele & Erfolge



2020-2021

Das gesamte Erdgeschoß (Bar, Halle, Rezeption, Frühstücksräume), sowie Teile des Kellers wurden komplett umgebaut.

Der Personalbereich im Untergeschoß wurde vergrößert und mit getrennten Garderoben sowie Personaldusche und Toiletten ausgestattet.

Im Gästebereich wurden neue getrennte Gästetoiletten und ein neuer Gepäckraum eingerichtet.

In der Bar wurde eine Temperaturschleuse errichtet, um den Energiebedarf für die Heizung und Klimatisierung zu reduzieren.

Außerdem wurde die Front zum Garten mit Glastüren ausgestattet, um Halle, Rezeption sowie Bar und den neu errichteten Lobby und Co-Working Bereich mit Tageslicht zu durchfluten.

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

Mit der Installation und Inbetriebnahme der Grundwasserwärmepumpe haben wir unser großes Ziel erreicht: Wir heizen, klimatisieren und erwärmen unser Warmwasser CO₂-neutral - ohne fossile Brennstoffe - mit der Grundwasserwärmepumpe sowie unserer Solaranlage.

Im Bereich der Energie sind wir daher nun fast CO₂-neutral. Lediglich durch unseren Wäschetrockner und den Firmenwagen wird noch CO₂ emittiert. Insgesamt wurden dadurch im Jahr 2023 ca. 5,4 t CO₂ emittiert. Dies entspricht in ungefähr jener Menge an CO₂, welche bei einem Economy-Flug von Wien nach Washington und zurück für 2 Personen entstehen (Quelle: <https://austria.myclimate.org>).

Seit Sommer 2021 ist unsere digitale Zimmermappe im Einsatz. Diese stellt einen großen Mehrwert für unsere Gäste dar und wir konnten dadurch einen Schritt weiter Richtung vollständiger Digitalisierung machen.

2022

Renovierung aller Flurbereiche und Einführung eines neuen einheitlichen Designkonzeptes mit Fokus auf die künstlerisch gestalteten Zimmerbeschilderungen - angelehnt an das Lichtkonzept einer Kunstgalerie.

Unsere neue Website ging online, welche unseren Gästen nun auch online eine ansprechende Experience - im Einklang mit dem Erlebnis vor Ort - bietet.

2023

Es wurden gleich zwei technische Innovationen umgesetzt: Durch die Umstellung des Channelmanagers konnte ein neues Reservierungssystem eingeführt werden. Das komplette Angebotswesen kann nun für Gäste einfach und übersichtlich digital umgesetzt werden.

2024

Unser ganzes Team wurde mit einer neuen Uniform ausgestattet. Durch ein Mix- & Match-Konzept konnte sich jede*r Mitarbeiter*in Farbe und Form der Uniform - den eigenen Präferenzen entsprechend - zusammenstellen.

Ein gesamter Gebäudetrakt mit insgesamt 29 Zimmern wurde umgebaut. Die dort liegenden Zimmer wurden renoviert und re-designet. Die Aufträge für die Umgestaltung gingen dabei vorwiegend an regionale bzw. österreichische Unternehmen. Außerdem entstand eine neue Künstlerkooperation mit dem u.a. in Wien lebenden Künstler Constantin Luser.



Der Wilhelmshof - where art meets sustainability 

Zukunftsvisionen

Im Winter 2024 planen wir wieder den Punschstand in unserem gARTen in der von unserem Seniorchef aus altem Hotel-Dachstuhl-Holz selbst angefertigten Punschütte. Dort schenken wir unseren Gästen hausgemachten Punsch nach dem Rezept unserer Seniorchefin aus. Weiters ist für Winter 2025 ein Charity-Punschevent in Planung, für welches wir aktuell ein passendes Projekt suchen.

Für Frühjahr 2025 planen wir zur Förderung der Biodiversität die Errichtung von zwei Insektenhotels auf unserem bereits bepflanzten Flachdach, sowie die Begrünung der Balkone unsere drei Juniorsuiten.

Als langfristige Maßnahmen der nächsten Jahre sind die Minimierung von chemischen Reinigungsmitteln durch den Umstieg auf Dampfreinigung sowie die Reduzierung der CO₂-Emissionen durch Anschaffung eines E-Firmenfahrzeuges geplant. Außerdem gibt es Überlegungen für die Errichtung einer Photovoltaikanlage.

Daneben möchten wir mehrere kleinere Maßnahmen umsetzen, wie beispielsweise die Minimierung von Einwegverpackungen bei Lebensmitteln, die Umstellung auf digitales Melde- und Zahlswesen, die Erhöhung des Anteils an Bio-Produkten am Frühstücksbuffet oder die Vernetzung mit anderen PCH-Mitgliedern in Form eines Mitarbeiter*innenaustauschs in Partnerhotels. Unser Ziel ist es, in allen Abteilungen Nachhaltigkeitsschwerpunkte zu setzen und diese gemeinsam mit unserem Team anzustreben.

Unsere Reise in Richtung Nachhaltigkeit und zu DEM Kunsthof Hotel Wiens zu werden, ist noch lange nicht abgeschlossen. Wir setzen uns dafür ein, dass der Wilhelmshof weiterhin ein Vorbild in der Wiener Hotellerie bleibt und dabei neue Standards für umweltfreundliche und soziale Verantwortung setzt. Innovationen und kreative Lösungen stehen dabei im Vordergrund.

Berichterstattung

Unsere neuen Projekte und Erfolge teilen wir laufend auf Instagram (derwilhelmshof) sowie auf unserer Facebook-Seite (Der Wilhelmshof).

Der aktuelle CSR-Report ist abrufbar

- auf unserer Hotel-Website (www.derwilhelmshof.com),
- in unserer digitalen Zimmermappe (<https://portal.gastfreund.net/derwilhelmshof>)
- sowie hotelintern in unserem Mitarbeiter*innenhandbuch.



Kontakt

Hotel Wilhelmshof GmbH

Kleine Stadtgutgasse 4
1020 Wien
ÖSTERREICH

+43 1 214 55 21 0
info@derwilhelmshof.com
www.derwilhelmshof.com

Ansprechpersonen:

Roman Mayrhofer - Geschäftsführender Gesellschafter
Corina Hörker - Hoteldirektorin