

Neues Seehotel in Bregenz

Fünf Schiffsminuten vom Bregenzer Festspielhaus entfernt entsteht das „Seehotel am Kaiserstrand“. Das Viersternehaus mit Gesundheitszentrum und einem großen Spa wird im Juni 2010 eröffnet.



102 Zimmer und Suiten, Meetingräume, Gesundheitszentrum – das alles und mehr wird das neue Seehotel am Kaiserstrand bieten

Auch wenn das Bühnenbild auf der Seebühne ein anderes Bild vermittelt: Im Ländle lebt man normalerweise nicht auf großem Fuß. Doch vom Backen kleiner Brötchen hält man in touristischen Krisenzeiten ebenfalls wenig. Das Großprojekt „Kaiserstrand“ allein repräsentiert einen Wert von rund 45 Millionen Euro und wird derzeit von RIMC, Wien, realisiert. RIMC ist die österreichische Tochter eines Hamburger Hotelbetreibers mit bisher acht Hotels in Deutschland, der ab 2010 auch das in Bau befindliche Park Inn in Graz betreiben wird.

„Wir werden in Bregenz das Hotel Kaiserstrand nicht nur in der Bauphase betreuen, sondern auch Betreiber sein“, erklärt RIMC-Managerin Sandra Neukart. Das Hotel soll unter der Bezeichnung „Seehotel am Kaiserstrand“ vermarktet werden. Bisher trat RIMC in der Regel als stiller Betreiber auf, der Gast wohnte in internationalen Markenhôtels wie Choice, Park Inn oder Best Western. Vorarlberg hätte sich für das direkt an der deutschen Bodenseegrenze in Lochau situierte Haus ebenfalls einen zugkräftigen internationalen Vermarktungspartner erhofft, doch Neukart sieht das anders: „Wir stecken unsere Gelder in diesem Fall lieber in andere Marketingmaßnahmen.“ Gerade in der Resorthotellerie würden diese globalen Brands wenig bringen, meint sie. Womit deutlich wird, dass die vom ehemaligen Hotelier des berühmten Hamburger „Vier Jahreszeiten“, Gert Prantner, begründete RIMC das Hotel am Kaiserstrand nicht als Stadthotel qualifiziert. Dabei wird der Schiffsanlegesteg des Hotels nicht nur klassischen Segelausflügen dienen. Convention Partner Vorarlberg sieht in dem Haus ein zusätzliches Angebot für Kongress- und Festspielbesucher. Diese können zweimal täglich mit einem Erlebnistransfer per Boot in fünf Minuten das Festspielhaus erreichen.

Das Gesundheitszentrum wird eine eigenständige Betriebsgesellschaft führen, gemeinsame Pakete sind aber vorgesehen. Das Seehotel am Kaiserstrand selbst wird ein 1.000 m² großes Spa bieten. Öffnen soll es als Viersternehotel im Juni 2010 zum 100. Geburtstag

des ehemaligen Kaiser-Strand-Hotels. Das Nichtraucherhotel wird über 102 Zimmer und Suiten verfügen, unvermeidlicherweise inklusive „Kaisersuite“ (90 m²). Neben Restaurants sind mehrere Meetingräume für insgesamt 165 Personen geplant.

Doch das Seehotel am Kaiserstrand steht keineswegs allein da. Über 1.000 neue Betten werden 2009/2010 entstehen und sollen den Bettenschwund der letzten Jahre teilweise kompensieren. „Für die laufende Sommersaison kann zwar kaum mit einem Zuwachs an Nächtigungen gerechnet werden, dennoch ist das Stimmungsbild in der Branche, nicht zuletzt durch die rege Investitionstätigkeit, positiv“, analysiert Landestourismuskurator Christian Schützinger. Insgesamt würden mehr als 130 Millionen Euro in neue Hotels, Bäder, Renovierungen und Seilbahnen fließen.

ÖBB railjet

Gabriele Lutter und Peter Klugar präsentierten „Business-Reisen der Zukunft“.

Vor einer handverlesenen Schar ausgewählter Meinungsmacher und Vertreter des österreichischen Topmanagements referierten in der Kunsthalle am Karlsplatz Gabriele Lutter, Vorstandssprecherin der ÖBB-Personenverkehrs AG, und Peter Klugar, Vorstandssprecher der ÖBB-Holding, über markante Eckpunkte des ÖBB Business Boards. Im Mittelpunkt: der ÖBB railjet, das zukunftsweisende Statement des Unternehmens in Sachen Komfort, Design, modernste Ausstattung und Topservice. Derzeit von München über Wien nach Budapest, von Wien über Salzburg nach Innsbruck – und ab Dezember 2009 bis nach Zürich. Peter Klugar: „Wir haben jahrelang auf dieses Produkt hingearbeitet. Der railjet ist als modernes, kundenorientiertes Fernprodukt wirklich etwas Besonderes.“ „Der railjet“, so Gabriele Lutter überzeugt, „ist das neue Premiumprodukt der ÖBB.“ In einem Impulsreferat zum Thema „Business-Reisen der Zukunft“ stellte Birgit Gebhart vom Trendbüro Hamburg fest: „Das Autofahren wird in Zukunft weniger Spaß machen, und Fahrten mit dem Zug sind für immer mehr Menschen eine Möglichkeit, ihre Reisezeit zu entschleunigen. Bis 2020 werden die wichtigsten Strecken schneller mit dem Zug als mit dem eigenen Auto zu erreichen sein.“ Genau der richtige Zeitpunkt, um den neuen railjet-Spot zu präsentieren. Applaus für Josef Mayerhofer von der verantwortlichen Werbeagentur PKP BBDO.