



Bilder/Renderings: MOOONS Operations Alpha GmbH

No Stars, Just Mooons

Ende November 2016 erfolgte der Spatenstich für das Boutiquehotel Mooons am Wiedner Gürtel im 4. Wiener Gemeindebezirk. Anfang 2018 soll das Hotel mit 170 Zimmer auf acht Stockwerken eröffnet werden. Das Projekt wurde von der Bridge Group und Moser Architects ins Leben gerufen. Das operative Hotelmanagement wird Arcotel übernehmen. Inwiefern Mooons viel mehr als ein Hotel werden soll, das erläutern die Initiatoren und Eigentümer **Michael Davidson**, Geschäftsführer der Bridge Group, und **Marius Moser** von Moser Architects im Gespräch mit GASTRO.

Sie kündigen Mooons als Hotel von außergewöhnlichem Design mit aufregender Gastronomie zu überraschenden Preisen an. Superlativen, die neugierig machen. Was konkret ist so besonders?

Michael Davidson: Mooons soll ein Ort der Begegnung werden, an dem sich Wienerinnen und Wiener mit Gästen aus der ganzen Welt vermischen. Diese Mischung findet sich auch in unserer Küche wieder: eine Verschmelzung von internationalen Speisen und regionalen Zutaten. Wenn Sie so wollen, sind wir ein franko-italienischer Nordamerikaner mit österreichischen Wurzeln und einem Hang zum Asiatischen (*lacht*). Auch hier lassen wir uns nicht kategorisieren. Inspirierende Kulinarik, eine Ruhe-Oase im Garten zum Entspannen und coole Events auf der Rooftop-Terrasse mit spektakulärem Ausblick machen Mooons zu einem Erlebnis für unsere Gäste.

Ebenso außergewöhnlich ist das Design mit der markanten Fassade und den runden Panoramafenstern. Rundungen und kreisförmige Elemente ziehen sich durch das gesamte Hotelkonzept, vom Namen bis zur Fassade. Dabei handelt es sich keineswegs um eine rein äußerlich aufgetragene Theaterkulisse, die der Architektur des Namens folgt, sondern vielmehr um eine Fortsetzung der inneren Funktionalität. Beispielsweise in der Form großzügiger runder Fensterlaibungen, in denen unsere Gäste verweilen und die Stadt auf sich wirken lassen

können. Außerdem bieten wir intelligente Serviceleistungen und smarte Detaillösungen an – und das alles schon ab einem Preis von 89 Euro pro Nacht.

Sie sprechen davon, mit dem Hotelkonzept eine Nische gefunden zu haben, die so noch nicht bedient wird. Allerdings sind Low-Budget-Hotels – selbst in Wien – nicht bahnbrechend neu. Wodurch unterscheidet sich das Mooons beispielsweise von Motel One oder Ruby?

Marius Moser: Wir haben Mooons mit sehr viel Leidenschaft entwickelt und werden auch ab dem Start und während des Betriebes aufmerksam und kreativ bleiben, wenn es darum geht, auf die Wünsche unserer Gäste einzugehen. Wir machen uns – über den üblichen Rahmen hinaus – sehr viele Gedanken, wie wir Mooons noch attraktiver positionieren und damit nicht nur eine reine Übernachtungsmöglichkeit, sondern ein Gesamterlebnis bieten können. Wir wollen alle Sinne unserer Gäste ansprechen. Das reicht vom hoteleigenen Duft über besondere Lichtstimmungen in den öffentlichen Bereichen und Zimmern, speziell abgestimmte Musik im Restaurant und auf der Rooftop-Terrasse bis hin zum individuell gewünschten Schlafpolster. Serviceleistungen wie diese findet man normalerweise nur in 5-Sterne-Hotels. Deshalb passen wir auch in keine Kategorie, sondern schaffen ein Produkt, das es so bislang nicht gegeben hat – nach dem Motto: „No Stars,



„MOOONS SOLL EIN ORT DER BEGEGNUNG WERDEN, AN DEM SICH WIENERINNEN UND WIENER MIT GÄSTEN AUS DER GANZEN WELT VERMISCHEN.“

Michael Davidson



„WIR PASSEN IN KEINE KATEGORIE, SONDERN SCHAFFEN EIN PRODUKT, DAS ES SO BISLANG NICHT GEGEBEN HAT – NACH DEM MOTTO: NO STARS, JUST MOOONS“

Marius Moser

Michael Davidson, Gründer und Initiator von Mooons, ist CEO des Mehrheits Eigentümers Bridge Group, ein auf Hotelausstattung spezialisiertes internationales Unternehmen.

Arch. Dipl.-Ing. Marius Moser ist geschäftsführender Gesellschafter von Moser Architects. Bis zum Projekt Mooons hat das Unternehmen ausschließlich als Architekt und Generalplaner für Auftraggeber agiert, beispielsweise für die Wiener Hotels Park Royal Palace beim Technischen Museum oder Motel One bei der Staatsoper. Für Mooons sind Moser Architects erstmals auch als Co-Investor, Eigentümer, Bauherr und Betreiber tätig.



170 ZIMMER MIT SMARTEN IDEEN



RESTAURANT, DACHTERRASSE UND GARTEN IM HOF PRÄSENTIEREN SICH ALS TOP-LOCATIONS FÜR HOTELGÄSTE UND LOCALS



Just Mooons“. Gegen Begrifflichkeiten wie Low-Budget-Hotel oder Budget-Hotel verwehren wir uns vehement und bezeichnen Mooons als leistbares Boutiquehotel.

Welche Zielgruppen wird Mooons ansprechen?

Davidson: Ich glaube nicht, dass es den typischen Mooons Gast gibt. Bei uns wird sich der viel reisende Businessgast ebenso wohl fühlen wie das Pärchen auf Wochenendbesuch. Auch wenn die Bedürfnisse dieser Gruppen immer mehr verschwimmen, so sind sie doch sehr unterschiedlich. Aus unserer Sicht verbindet die Mooons-Gäste, dass sie smart und anspruchsvoll sind, auf Genuss und Luxus nicht verzichten möchten und dabei trotzdem auf ihr Budget achten. Generell sind unsere Gäste vielleicht eine Spur erwachsener als jene in den sogenannten Lifestylehotels.

Wie digital wird sich das Hotel seinen Gästen präsentiert? Mit welchen High-tech-Features werden Sie bei den Gästen punkten? Wie viele Arbeitsplätze wird der virtuelle Concierge ersetzen?

Moser: Mooons wird technisch den aktuellsten Standards entsprechen, ohne dabei die Technologie vordergründig erscheinen zu lassen. Sie soll dem Gast lediglich als Unterstützung dienen, damit er seinen Aufenthalt individuell gestalten kann. Der mobile Check-in macht das Einchecken zu jeder Zeit möglich, und unser InROOM Entertainment System bietet dem Gast die Möglichkeit, seine eigenen Filme und seine Lieblingsmusik am Flatscreen abzuspielen. Der geplante virtuelle Concierge wird an sich keine Arbeitsplätze ersetzen. Wir haben uns bewusst für eine Rezeption entschieden, die 24 Stunden lang besetzt ist, weil die persönliche Beziehung zu unseren Gästen im Vordergrund steht.

Sie möchten Ihr 170-Zimmer-Hotel mit einem personaleffizienten Konzept wirtschaftlich führen. Wie viele Mitarbeiter werden Sie rekrutieren?

Davidson: Am Standort in Wien werden wir etwa 50 Mitarbeiter beschäftigen. Sie werden mit modernster Technologie arbeiten, die es leichter macht, auf die Wünsche der Gäste einzugehen, und dabei gleichzeitig ein sehr effizientes Arbeiten ermöglicht. Außerdem haben wir das Hotel logistisch und architektonisch so geplant, dass kurze Wege für das Personal möglich sind, und, dass sich beispielsweise sämtliche Oberflächen mühelos reinigen lassen.

Im internationalen Vergleich gelingt es den Wiener Hoteliers nur bedingt, die Einheimischen ins Hotelrestaurant zu locken. Sie möchten das Restaurant im Mooons und die Rooftop Bar als After-Work- und Szenetreff auch für das Wiener Publikum etablieren. Wie wollen Sie das angehen?

Moser: Ich denke, die jüngere Vergangenheit hat gezeigt, dass auch die Wienerinnen und Wiener ein Hotel nicht nur als Übernachtungsmöglichkeit wahrnehmen. Grundsätzlich haben Hotels als Treffpunkt eine lange Tradition; wir wollen diese Tradition aufgreifen und das urbane Wiener Publikum einladen. Die Gastronomie ist für uns von großer Bedeutung, weil wir mit ihr eine lokale Verankerung schaffen und Mooons dadurch zum Treffpunkt von Locals und internationalen Hotelgästen wird. Geboten wird eine internationale Küche, wobei lokale Produkte und lokale Kooperationspartner die Hauptrolle spielen werden. Genau diese Mischung aus Lokalem, gepaart mit internationalem Flair, wird sich sowohl auf der Speisekarte als auch bei unserem Publikum wiederfinden.

Das operative Hotelmanagement verantwortet die Arcotel Hotel AG. Wie kam es zu dieser Entscheidung?

Davidson: Da wir uns auf unsere Kernkompetenzen konzentrieren möchten, suchten wir nach einem Partner für das operative Management unserer Marke, nach jemandem, der sein Handwerk versteht und Professionalität mitbringt. So sind wir auf Arcotel gestoßen.

Die gemeinsamen österreichischen Wurzeln und bereits gemeinsam umgesetzte Projekte verbinden uns mit der Hotelgruppe. Ein großer Vorteil ist, dass Arcotel international aufgestellt ist und dynamisch wächst. Wir profitieren vom betrieblichen Know-how und den Vertriebsstrukturen. Arcotel erbringt zentrale Managementleistungen für uns, dabei profitieren wir von Synergien wie einem zentralen Reservierungssystem, zentralem Einkauf und einer gebündelten Informationstechnologie.

Mooons soll der Prototyp für weitere Hotels sein. Wie sehen Ihre Expansionspläne aus?

Davidson: Die Möglichkeiten, die sich in Europas Großstädten bieten, sind vielfältig. Wir wollen uns selbst keine Grenzen setzen, solange die DNA von Mooons bewahrt wird. **Moser:** Wir sind auf jeden Fall überzeugt davon, dass das Konzept Mooons grundsätzlich in sehr viele Großstädte passt. Die Marke haben wir uns vorrausschauend weltweit patentieren lassen, um für die Zukunft bestens gerüstet zu sein.

Von welchem Investitionsvolumen sprechen wir, und warum haben Sie Wien als Standort für den Prototyp ausgewählt?

Moser: Aufgrund der intensiven Entwicklungsarbeit ist der Prototyp von Mooons in puncto Investment verhältnismäßig aufwendig. Mit etwa 50.000 Euro pro Zimmer ist es uns dennoch gelungen, das Projekt kosteneffizient umzusetzen.

Davidson: Abgesehen davon, dass Wien unserer beider Heimatstadt ist, gilt die Bundeshauptstadt als sehr stabiler touristischer Markt mit geringer Saisonalität und steigender internationaler Nachfrage. 2015 verzeichnete Wien 14,3 Millionen Gästeübernachtungen. 18 Millionen Nächtigungen werden für 2020 prognostiziert. Wien zählt nicht nur zu den wichtigsten Business- und Kongressstandorten, sondern erfreut sich auch bei Städtetouristen großer Beliebtheit. Für uns ist die Stadt jedenfalls ein sehr guter Startpunkt für die weitere Expansion. www.mooons.com
welcome@mooons.com