



JOSEF SCHWAIGER, THE EDER COLLECTION

## „Jeder braucht seinen Truck am Dach“

Das ist die Geschichte von einem, der auszog, um heimzukommen. Mit einem Architektur- und Tourismusstudium im Gepäck, aber auch mit Tatkraft, internationalen Eindrücken und vielen Ideen macht er sich die Welt, wie sie ihm gefällt. Zumindest „seine“ Hotelwelt. 2008 stieg Josef Schwaiger in die Geschäftsführung des familieneigenen Hotelbetriebs in Maria Alm ein und seither gibt er Gas. Mit hotelbau sprach „Sepp“ über Wurzeln und Visionen – leidenschaftlich, humorig und „per Du“.

Bild: Neumayr/C. Leopold

### **Sepp, wie begann das mit „den Schwaigers“ und der Hotellerie? Und wie kommt die Familie Eder, nach der Eure Unternehmensgruppe benannt ist, ins Spiel?**

Na, eigentlich begann das „Hotelspiel“ mit der Familie Eder und „die Schwaigers“ heirateten mit meinem Vater ein. Mein Ur-OPA, Rupert Eder, legte die Keimzelle für die Hotels. Er lebte in Leogang und hatte zwei Söhne, aber nur einen Bauernhof. Was sollte also der zweite Sohn einmal erben? Über dieser Frage brütete mein Ur-OPA schon, als mein Opa noch keine zehn Jahre alt war. Die Antwort fand er in Maria Alm. Er entdeckte mitten im Ort einen alten Stadl, kaufte ihn, riss ihn ab und baute an seiner statt einen Gasthof mit neun Zimmern,

den mein Großvater dann 1961 im Alter von 18 Jahren eröffnete. Das ist heute unser Hotel Eder, das noch immer mitten im Dorf, direkt neben der Kirche, sitzt. In diesem Haus bin ich quasi groß geworden.

### **Also war von Anfang an klar, dass Du in die Hotellerie gehst?**

Nein, gar nicht. Ich wollte anfangs nicht in die Hotellerie, obwohl wir im „Eder“ eigentlich eine schöne Kindheit hatten. Wir waren nie allein, lernten von klein auf, mit verschiedensten Charakteren aus verschiedensten Nationen ohne Scheu umzugehen, und bekamen das Wesen der Gastgeberschaft, dieses Herzblut, von der Mama und den Großeltern automa-

tisch mit. Auf der anderen Seite waren vor allem die 1990er-Jahre eine große Herausforderung für die Familie. Zum einen boomte der alpine Tourismus, was sehr viel Arbeit bedeutete. Zum anderen verstarb mein Vater sehr jung. Trotzdem musste meine Mutter stark sein, für uns Kinder und den Betrieb. Für mich war bald klar: Ich will etwas anderes. Ich ging nach Innsbruck und studierte Architektur. Dann holte mich doch die Reisebranche insofern ein, als ich noch ein Tourismusstudium anschloss. Im Zuge dessen reiste ich sehr viel, vor allem nach New York und Asien. Dort entdeckte ich allerhand Neues, Spannendes, auch im Bereich der Hotellerie. Und eines Tages erkannte ich, wie schön es sein könnte, den Familienbetrieb weiterzuführen – wenn ich ihn so veränderte, dass es mir Spaß macht. So kam ich nach Hause zurück. Seither ist viel passiert ...

**Auf jeden Fall. Statt eines Hotels mit 15 Mitarbeitern umfasst die „Eder Collection“ heute drei Hotels mit insgesamt fast 500 Betten und 120 Mitarbeitern. Wann bist Du in den Betrieb zurückgekommen?**

2009 bin ich in die Geschäftsführung eingestiegen und investierte sofort. Betriebsübernahmen sind vor allem in der dritten Generation oft schwer, denn die Profilierung am Markt ist nicht immer einfach. Einerseits muss man den Bestand modernisieren und das Angebot optimieren, andererseits muss man sich im Sinne eines Markenaufbaus nach außen neu aufstellen. Ich wollte unseren Gasthof im Ort schrittweise als modernes alpines Lifestyle-Hotel positionieren. Dabei mussten wir den Spagat zwischen der wirtschaftlichen Weiterentwicklung des eigenen Betriebs, unseren Wurzeln und dem örtlichen Dasein meistern. Gerade wenn man wie wir mittendrin sitzt, ist der behutsame Umgang mit dem Dorfkern und ein Konzept, das die Region im Gesamtkontext im Blick hat, sehr wichtig.

**Wie hast Du den Gasthof Eder in das Hotel verwandelt, das Dir Spaß macht?**

Mein Opa und meine Mutter hatten den Betrieb schon um einen Speisesaal, ein Apartmenthaus und einen Wintergarten sowie Zimmer erweitert, aber ich verdoppelte die Kapazitäten in einem komplett neuen Stil auf 60 Zimmer, baute dann den Eingang, die Rezeption und die Hotelbar um, ergänzte einen großen Spa und erhöhte erneut auf 72 Zimmer. Zuletzt folgte ein Tagungsbereich. Mir war wichtig, dass wir mit unserem neuen Profil weiter eine sehr herzlich-gesellige Sprache sprechen, nah am Gast sind, aber auch Einheimische einbeziehen. So stehen all unsere Häuser auch den Maria Almern offen. Gleichzeitig wollte ich den Spirit der jungen, urbanen Boutique-Hotellerie in den Alpenraum bringen. Die Konzepte von 25hours, Moxy und – allen voran – Max Brown faszinieren mich. Ich will genau das mit einem spannenden Twist aufs Land übertragen. Internationale Urbanität trifft alpine Regionalität.

**Und getreu diesem Motto kam nach dem Hotel Eder 2018 der „Eder Sepp“ auf den Markt.**

Ja, und wie der kam. Das ist ein super-cooles Haus geworden, das uns in der Entwicklung total viel Spaß gemacht hat. Für den Sepp haben wir ebenfalls mitten im Dorfkern von Maria Alm ein Grundstück gekauft und ein Boutique-Hotel für Gäste ab 21 Jahren errichtet. Es hat 40 Zimmer und ist in seiner Gestaltung sehr „exSeptionell“ ...

**Aha! Und das heißt?**

Das heißt: sehr unerwartet. Sepp bewegt sich weit abseits der gewohnten alpinen Hotelpfade, wir haben uns hier kreativ ausgetobt. Schon die Fassade hat von Anfang an für Furore gesorgt: Sepp besteht aus zwei Baukörpern, die durch ein Atrium verbunden sind. Den einen Trakt haben wir üppigst mit urigem Altholz verkleidet, während der andere schlicht mit viel Glas gestaltet ist. Das Detail, das die Fassade aber am auffälligsten ziert, ist der silberne Airstream: ein Oldtimer-



Bild: Eder Hotels GmbH

Das zweite Haus der „The Eder Collection“ – der „Eder Sepp“ – hat 2018 eröffnet. Ein Boutique-Hotel für Erwachsene und alle, die älter als 21 Jahre sind.

Wohnwagen aus den USA, der über das Flachdach des Glasbaus nach außen ragt und auf dessen schwarzem Unterboden in weißen Lettern „Don't panic“ steht. Soll so viel heißen wie: Keine Sorge – der fällt nicht vom Dach.

### **Das ist beruhigend. Aber was macht der Airstream denn überhaupt auf dem Dach?**

Für Furore sorgen (schmunzelt). Einen Infinity-Pool hat ja schon jeder auf dem Dach. Der Sepp zwar auch, aber wir wollten hier noch etwas, worüber man spricht. Auf meinen Reisen habe ich zum Beispiel in Asien auf Dächern oft Wohnwagen gesehen. Das fand ich so cool, das wollte ich auch. Und ich denke, jede Alpenfassade – oder vielleicht auch jedes Haus überhaupt – braucht einen gestalterischen Gegensatz, einen sinnbildlichen Truck auf dem Dach. In unserem haben wir Saunen untergebracht. Ganz oben sitzt im Sepp nämlich der Wellnessbereich, aber zudem auch alle öffentlichen Nutzungen, inklusive Rezeption, Loungearea mit Bar und Kamin sowie eine Live-Cooking-Station mit großem Steintisch. Ein Dachboden im Open-Space-Konzept, wo sich alle Leute in ungezwungener Atmosphäre begegnen. Die Gäste sehen das nicht wie ein Hotel, sondern eher wie ihr Wohnzimmer.

### **Ein Stück weit ein wirkliches Zuhause.**

#### **Kein „anonymes“ Hotel also?**

Anonymes Hotel ist ein gutes Stichwort. Hotels mit langen, unpersönlichen Fluren – in der Stadt mag das okay sein, aber im Sepp wollten wir die Gänge „aufbrechen“. Die Idee war eine Gasse, in der eine kleine Wohneinheit auf die andere folgt, mit einzelnen Haustüren und einem Vorraum, wo Fahrräder und Skier stehen können. Und wir wollten bewusst Transparenz nach innen schaffen, damit sich die Leute auch hier besser begegnen, sich schneller kennenlernen können. Daher haben wir Teile der Flurwände verglast und im Zimmer mit Vorhängen versehen. Die Gäste entscheiden selbst, wie viel Privatsphäre sie möchten. Diese Idee ist aufgegangen – auch insgesamt das Konzept des Dachbodens. Mitarbeiter und Gäste begegnen sich im Sepp sehr offen. Das hat nicht zuletzt den Vorteil, dass meine Frau und ich nicht immer präsent sein müssen, um das Wir-Gefühl zu fördern, das uns so wichtig ist. Die Community entsteht in sich selbst.

### **Stammen all die Ideen und die Architekturleistung von Dir?**

Die Basis bilden anfängliche Handskizzen und Moodboards, die ich für die Designs mache. Auch die Abläufe in der Gastronomie definiere ich mit meiner Frau, die ebenfalls aus der Branche kommt. Aus diesen Unterlagen entsteht im Dialog mit dem Architekturbüro MAB aus Kaprun, das alle unsere Häuser begleitet hat, der Gesamtentwurf. Hierfür sehen wir uns Bedürfnisse und Trends an, entwickeln daraus aber immer etwas Eigenes, weil wir zeitlos und authentisch sein wollen.

Das erreicht man vor allem, wenn man selbst stark mitplant. Wer das nicht macht, bekommt andere Ideen „verkauft“.

### **Was ist Euer deutlichstes Alleinstellungsmerkmal?**

Unsere Kreativität und unsere Liebe zum Detail.

### **Ist Dir Kreativität, sprich eine Story, wichtiger als Design?**

Die Geschichte ist für mich essenziell, denn genau damit drücken wir etwas „Eigenes“ aus. Das zeigt sich bei unserem jüngsten Spross, der Eder Frida, am deutlichsten. Als Aufhänger für das Hotelkonzept haben meine Frau und ich wirklich ein Buch, ein Hörbuch, einen Song und kleine Pixi-Bücher geschrieben. Sie alle erzählen die Geschichten, die die fiktive Tante Frida, die Gastgeberin im Hotel, auf ihrer Reise um die Welt erlebt hat. Im Grunde sind das – kindgerecht übersetzt – meine Erlebnisse, denn genau wie ich ist Frida ausgezogen, um heimzukommen. Aber auch in unseren anderen Häusern geht es mir stark um die Story. Im Sepp inszenieren wir das exklusive Zusammensein in einem ganz besonderen Haus und im Hotel Eder das Mittendrin-Gefühl im echten Dorfgeschehen.

### **Zur Eder Collection gehören noch „Tom“ und „Maria & Josef“.**

#### **Was hat es damit auf sich?**

Die Almhütte Tom ist ein Projekt meines Bruders, wir haben aber unter anderem bei der Entwicklung der Marke zusammengearbeitet. Der modern-alpine Neubau thront mit seinem Maskottchen, dem Mops Chouquette, auf dem Gipfel unseres Hausbergs und fokussiert auf stylische Gastronomie sowie Events. Übernachten kann man hier leider nicht. Und Maria & Josef ist unser „Consepp Store“ – entstanden, weil wir es in Urlaubsorten immer geliebt haben, nach Mitbringenseln zu stöbern. Also haben wir auch auf dem Maria Almer Dorfplatz einen Shop eröffnet. Hier verkaufen wir unter anderem unsere Merchandising-Artikel, beispielsweise hochwertige T-Shirts. Beim Namen des Stores wollten wir wieder Bezug auf Personen nehmen. Und weil Maria Alm ein Wallfahrtsort ist, haben wir uns das berühmteste Paar der katholischen Kirche ausgesucht. Ein Paar sollte es sein, weil es in dem Laden für Mann und Frau alles gibt.

### **Was sagt der Rest der Familie zu all Deinen Ideen und Veränderungen?**

Die freuen sich total, weil es ihnen auch gefällt und weil das Feedback der Gäste so gut ist.

### **Und was habt Ihr als Nächstes vor?**

Wir wollen auf jeden Fall den Sepp noch erweitern, aber momentan gewöhnen wir uns noch daran, dass unser Betrieb doch ordentlich und schnell gewachsen ist. Das ist schon auch eine Herausforderung ...

Sandra Hoffmann ■ ■ ■

EDER FRIDA, MARIA ALM, ÖSTERREICH

# FriDas wELt

Jeder hat eine Geschichte. Es geht nur darum, sie zu erzählen.

Und zwar so gut, dass der Funke überspringt. Denn dann ist

das Feuerentfacht und die Zuhörer brennen. Wer brennt,

will mehr – wer brennt, kommt wieder. Tante Frida hat auch

eine Geschichte zu erzählen. In Maria Alm hat sie ihr

buntes Buch aufgeschlagen ...





... und nimmt ihre Gäste – Klein und Groß – mit in eine fröhlich-freie, freche Welt. Dabei war ihr Leben nicht immer so. Im Gegenteil. Zum Gääähnen fad und stinklangweilig war das, als die kleine Frida in dem großen Haus aufgewachsen ist, in dem immer fremde Leute waren. Und dauernd musste sie folgen und leise sein. In den Gängen toben und frech sein durfte sie schon gar nicht. Das hätte ja den Gästen, die jeden Tag, das ganze Jahr, bei der Mama und dem Papa im Hotel zur Erholung waren, gar nicht gefallen. Der Frida hätte das schon gefallen. Daher ist sie auch gleich von daheim ausgebüxt, als sie endlich groß war, um zu reisen. Von hierhin, nach dorthin – um die ganze Welt. Das war nimmer fad, sondern sauspännend. Abenteuer hat sie erlebt, viele neue Sachen gelernt und viele Freunde gefunden. Aber irgendwann, da hat das so gepikst im Herzen von der Frida. Was war das? Heimweh? Oh ja! Nach Hause wollt sie wieder. Aber nimmer in das

fade, stinklangweilige große Ruhehotel. Ein Haus für alles Bunte und Leckere und Laute der Welt wollte sie sich bauen, wenn sie wieder in Maria Alm war. Und da wollte sie mit Freunden leben und all die Geschichten erzählen, die sie in der Ferne erlebt hat. Damit man bei ihr auch auf die Reise gehen kann – die Reise durch Fridas Welt.

## Geschichten, die das Leben schreibt

Eigentlich gibt es Frida – die Tante mit den roten Haaren, die genau genommen Fridolina Paprika Viktoria von Wiese heißt – ja gar nicht. Und doch ist etwas Wahres dran, denn für die fiktive Frida stand die Geschichte von Sepp, der eigentlich Josef Schwaiger heißt, Pate. Er ist in einem Gasthof mit Beherbergungsbetrieb groß geworden und wollte, obwohl seine Kindheit dort schön war, irgendwann raus in die weite Welt, weil er damals mit der Hotellerie



Ein Teil der Familie Schwaiger im Tante Frida:  
Vorne sitzen Josef Schwaiger mit Frau Tanja und Sohn Seppi.



Gemütlicher Aufenthaltsbereich.

der Visionär den Hotelparkplatz in Grünfläche zurückverwandeln, und stattdessen eine dreigeschossige Tiefgarage errichten, die nicht nur Gästen der Eder-Häuser, sondern – wie das gesamte Angebot der Kollektion – auch Einheimischen offensteht. Zum anderen sollte ein Familienhotel eine völlig neue Zielgruppe in den Bezirk Pinzgau bringen.

### Gestatten: Frida. Eder Frida.

Als es daran ging, das jüngste Hotelprojekt zu entwickeln, begannen Josef

nichts am Hut hatte. Doch eines Tages zog es ihn nach Hause zurück, wo er – mit einem Architektur- und Tourismusstudium in der Tasche – den Familienbetrieb neu positionierte und erweiterte. Dabei ging es ihm vor allem darum, eine starke Marke zu etablieren, die mit dem Puls der Zeit schlägt, dem Alpenraum stilistisch eine ordentliche Prise Urbanität verpasst und die humorige, kreative, authentische und bildstarke Geschichten erzählt, um sich damit ein Alleinstellungsmerkmal zu schaffen.

Angefangen hat die Transformation mit dem Gasthof Eder, den Sepp in ein modernes Lifestylehotel verwandelte. Der Name „Eder“ verweist auf seinen Urgroßvater, Rupert Eder, der mit dem Gasthof den Grundstein für das familiengeführte Unternehmen gelegt hatte. Nach dem Eder folgte 2018 nebenan das Boutique-Hotel „Eder Sepp“. Mit ihm war die „The Eder Collection“ geboren. Und dann kam Frida – als sich vollkommen unerwartet die Möglichkeit ergab, das große Apartment-/Timesharing-Hotel, auf der Straßenseite gegenüber vom „Sepp“, zu kaufen. Das Anwesen hatte Amerikanern gehört und die Schwaigers wollten, dass es wieder zurück in heimatverbundene Hände kommt, um so einen Mehrwert für die Region zu schaffen. Zum einen wollte

Eingang zur Malwerkstatt und Spielwelt.



Mutter und Vater beim Entspannen über der Erlebniswelt.



Fridas Streetfood-Market in der Hotelhalle.





Verschiedene Brauntöne, viel Holz und Leder machen das Restaurant-Interieur gemütlich und stimmig.



Flur im ersten Stock in Regenbogen-Optik.

Bilder: Eder Hotels GmbH (8)



Blick in den Aufenthaltsbereich mit Schild zum Pool.

dieser kam die Tante Frida zu Besuch und sie hat unseren Sohn derart beeindruckt, dass wir überzeugt waren: Das ist der richtige Name für unseren Neuzugang“, erzählt Schwaiger. Nach zwei Monaten Planungszeit begannen mitten in der Pandemie die Arbeiten an der „Eder Frida“. Da die anderen Betriebe der Collection einige Monate geschlossen waren, legten die Mitarbeiter stattdessen beim Umbau mit Hand an. „Das war für uns trotz Corona eine schöne, intensive Erfahrung, weil sie Mut machte. Auch die Mitarbeiter waren begeistert in einer trostlosen Zeit“, erinnert sich Sepp.

Die Maßnahmen erfolgten schrittweise, wobei die vier Bestandsgebäude erhalten blieben. Je zwei davon stehen als Paar beieinander und im rechten

Winkel zu den beiden anderen. Auch an den Zimmergrundrissen änderte sich nicht viel, denn die Familieneinheiten, die neu entstanden, fanden gut Platz in den ehemaligen 30 bis 65 Quadratmeter großen Apartments. Lediglich der alte, erdgeschossige Verbindungstrakt zwischen den vier Baukörpern wurde um zwei Geschosse unterirdisch erweitert, um hier eine Turn- und Veranstaltungshalle einzurichten. Komplett eröffnet hat die Tante nach rund anderthalb Jahren im Juni 2022. Ein Teil ihres „Haus der Kulturen“ war jedoch schon im Dezember 2021 am Start: der bunte Part namens Frida, der mit 42 Zimmern in einer Hälfte des Areals untergebracht ist. In der anderen sitzt der Part namens „Fritz“ mit 42 Boohooo-Zimmern, der ruhiger und natürlicher – mit viel Schilf,

und seine Frau Tanja, ein Buch zu schreiben – mit Frida als Hauptfigur. Ihre Story sollte den roten Faden für die Gestaltungsgeschichte des neuen Hauses geben. Die Ideen für das Buch stammen nicht nur von Sepps Reisen, auch der vierjährige Sohn Seppi hat viel kindlichen Input geliefert. Er war es auch, der die Initialzündung für den Namen gab. „Wir sahen damals eine Fernsehsendung mit unserem Sohn. In

Gemütlicher Pool- und Wellnessbereich.





Bei Tante Frida gibt es sieben Zimmertypen. Einer davon mit dem Motto Dschungel, einer namens „Le Chic“ mit Blumenmotiven, eine Waldbaden-Suite und eine Weltraum-Suite. Nicht abgebildet: die Kategorien Zirkus, Boohooo und Frida.

Pflanzenmotiven und gedeckten Farben – gestaltet ist. Namensgeber ist der fiktive Papagei, den die Tante auf ihrer Reise gemeinsam mit seinem Kumpel, einem Kakadu, in Hollywood kennengelernt hat. „Die lustigen Vögel aus Fridas Buch gibt es im Hotel echt: den Papagei Fritz und den Kakadu Winnie. Sie sind in einer großen Voliere zu Hause und die Kinder haben eine riesige Freude mit den beiden“, klärt der Hotelier auf.

## www – Fridas „Widewidde-Welt“

Den Boohooo-Bereich haben die Schwaigers kreiert, damit Gäste, die zur Ruhe kommen möchten, das auch tun können. Entsprechend sind dieser Zone auch eher leisere Bereiche, wie Garten und Wellness, zugeordnet. Nebenan bei der Tante Frida geht es hingegen „fantasievoll-krachert“ zu: Hier tummeln sich nicht nur die spaßigen Outdoor-Angebote mit Attraktionen,

wie Gokartbahn, Flying Fox, Baumhaus, Hängebrücke und vielem mehr, sondern hier wird auch die Reise der Tante aus dem Buch in allen Gängen und Zimmern zelebriert. „Unsere Geschichte soll – wie die Erzählungen von Walt Disney, Pippi Langstrumpf und Benjamin Blümchen – bei den Kindern auch über den Urlaub hinaus anhalten. Wir wollen die Story erlebbar machen. Man geht ja auch nicht nach Disney World wegen der großen Achterbahn – man geht wegen der Geschichten dorthin. Um Teil der Fantasie zu werden“, sagt Sepp.

Im bunten Teil der Frida können Kinder Teil einer Weltraum-, Zirkus- oder Dschungelfantasie werden. Alle Bereiche sind – ihrem Motto folgend – mit entsprechenden Motivtapeten und Einrichtungsgegenständen gestaltet. Zudem gibt es die Kategorien „Waldbaden“, „Le Chic“ und „Frida“. „Die Doppelzimmer ‚Frida‘ bilden ein kunterbuntes Kinderparadies, während ‚Le Chic‘ das Designzimmer mit bunten Blumenmotiven ist.

In den Dschungelzimmern gibt es Affen und Giraffen, in der Weltraumsuite fliegt die Tante Frida auf der Tapete durchs All. Zudem gibt es bei uns Kletterbaumhäuser mit Hochbetten, aber auch freistehende Badewannen, Wärmeliegen, Mooswände und Walddapeten. Letzteres findet sich in der ‚Waldbaden‘-Suite, die vor allem bei den Eltern beliebt ist“, berichtet der Hausherr.

Die Schlafbereiche von Eltern und Kindern sind getrennt. Damit die Kleinen mal Ruhe vor den Großen haben. Und andersherum – dafür hat Frida mit dem Kinderbereich gesorgt. Hier wollen „der kleine Jonas, die kleine Leni & Co.“ gerne mal abgegeben werden – und die Eltern (auch Einheimische) können das guten Gewissens tun, denn für die Nachwuchsbetreuung ist gesorgt. Doch Sepp betont: „Generell wollen wir, dass die Eltern mit ihren Sprösslingen Urlaub machen. Daher sind die Kinder- und Sportbereiche nah beieinander und von der Markthalle gut

einsehbar.“ Diese Halle formt das Herz des ganzjährig geöffneten All-inclusive-Familienhotels – die Schwaigersche Alternative zur Hotellobby. Neben der Rezeption gibt es hier vor allem viel zu futtern. Wie auf einem internationalen Streetfood-Market warten kleine Trucks mit kulinarischen Leckerbissen aus aller Welt auf. Die Speisestationen sind von 7 bis 22 Uhr geöffnet. Neben der marktmäßigen Gestaltung sind hier auch Bereiche Restaurant- und Lounge-ähnlich mit skandinavischen Möbeln aus Leder und Holz möbliert. Aber auch das „normale“ Restaurant gibt es noch, und eine Pizzeria mit Kegelbahn im Untergeschoss.

## Geschichten gestalten

Insgesamt ist die Eder Frida angetreten, um ihren Gästen den lustigsten, verrücktesten und buntesten Familienurlaub ever zu beschieren. Dementsprechend und mit detailverliebtem Tiefgang hat das Ehepaar Schwaiger seine Geschichte gestaltet. Die Ideen stammen von ihnen selbst, doch bei der Umsetzung hatten sie Hilfe. Nicht nur vom Architekturbüro MAB aus Kaprun, sondern auch von 360° Decoro, die mit „der Frida“ bereits das dritte, aber auch umfangreichste Projekt der Eder Collection betreuen. „Wir haben zum einen in der grafischen Gestaltung und Entwicklung des Hotels mitgewirkt und versucht, die Visionen des Eigentümers in Bildmaterialien umzusetzen. Zum anderen haben wir alle individuellen Oberflächen im Haus, zum Beispiel Fototapeten, selbst produziert und vor Ort montiert“, erzählt Denise Lang, Geschäftsführerin von 360° Decoro.

Da sich die Geschichte des Hauses um Tante Frida, die auf einer Weltreise ihre Abenteuer erlebt, dreht, zeigt auch die Gestaltung der Oberflächen im Hotel eine ähnliche „Weltreise“ – nicht nur im Hinblick auf die Motive. „Wir haben je nach Anforderung die richtige Oberfläche gewählt und implementiert. Zu wasserfesten und kindertauglichen

Tapeten, die in Zimmern, Gängen und öffentlichen Bereichen zum Einsatz kamen, wurden auch die Duschtrennwände in den Zimmern und im Spa mit Tante-Frida-Farben gebrandet. Kinder-rutsche und -pool bekamen eine Verkleidung aus Aluverbundplatten mit individueller Grafik. Diverse Folienbelegungen im Skiraum sowie Schilder und Beschriftungen runden das Paket ab“, erklärt Lang. Sie ist der Ansicht, gutes Design als solches genügt nicht. Viel wichtiger sei die Frage nach der eigentlichen Corporate Identity und Personality des Hauses sowie wichtigen Impulsen, die sich daraus für das Design herauskristalisieren. Auf die Frage, wie man auf der Suche nach einer Story für sein Hotelprodukt vorgehen

soll, antwortet sie: „Die wesentlichste Frage ist: ‚Wer bin ich?‘ Das erfordert eine genaue Analyse des Objekts mit allen Rahmenbedingungen. Beispiele sind die Historie und Lokalität des Gebäudes, die Geschichte der Eigentümer, die Markenbestandteile und Kriterien im Falle von Betreibergesellschaften.“ Welche Fehler machen viele auf der Suche nach ihrer Geschichte? Sie lassen sich unter Zeitdruck setzen und haben oft nicht den Mut, etwas Neues zu probieren. Steht das Objekt und mit ihm wieder einmal eine Standardvariante, sind die Möglichkeiten, im Nachhinein zu personalisieren, eingeschränkt. Wer zu spät kommt, den bestraft eine schlechte Story.

Zischhhh ...

Sandra Hoffmann ■■■

## STECKBRIEF

|                              |  |
|------------------------------|--|
| Name/Adresse:                | Eder Frida, Hochkönigstr. 31, 5761 Maria Alm, Österreich |
| Betreiber, Investor:         | Eder Hotels GmbH   |
| Klassifizierung:             | 4 Sterne   |
| Eröffnung:                   | 12/2021  |
| Umbauzeit:                   | 1,5 Jahre  |
| Investitionssumme:           | 27 Mio. €  |
| Projektentwickler/-steuerer, |  |
| Eigentümer, Bauherr:         | Josef Schwaiger  |
| Generalunternehmer/          |  |
| Innenarchitekt:              | Gardetto   |
| Architekt:                   | MAB  |
| Grundstücksgröße:            | 6.700 m <sup>2</sup>                                     |
| Zimmerfläche:                | ca. 3.500 m <sup>2</sup>                                 |
| Zimmeranzahl:                | 84 (plus 26 für Mitarbeiter)                             |
| Zimmergrößen:                | 28-65 m <sup>2</sup>                                     |
| Zimmerpreise:                | 480-980 € (All inclusive)                                |
| Spa-/Fitnessbereich:         | 2.000 m <sup>2</sup>                                     |
| Konferenzbereich:            | 200 m <sup>2</sup>                                       |

## Ausrüster

|                |             |
|----------------|-------------|
| Aufzüge:       | Schindler   |
| Türen:         | Telser      |
| Tapeten:       | 360° Decoro |
| Schließsystem: | Salto       |