

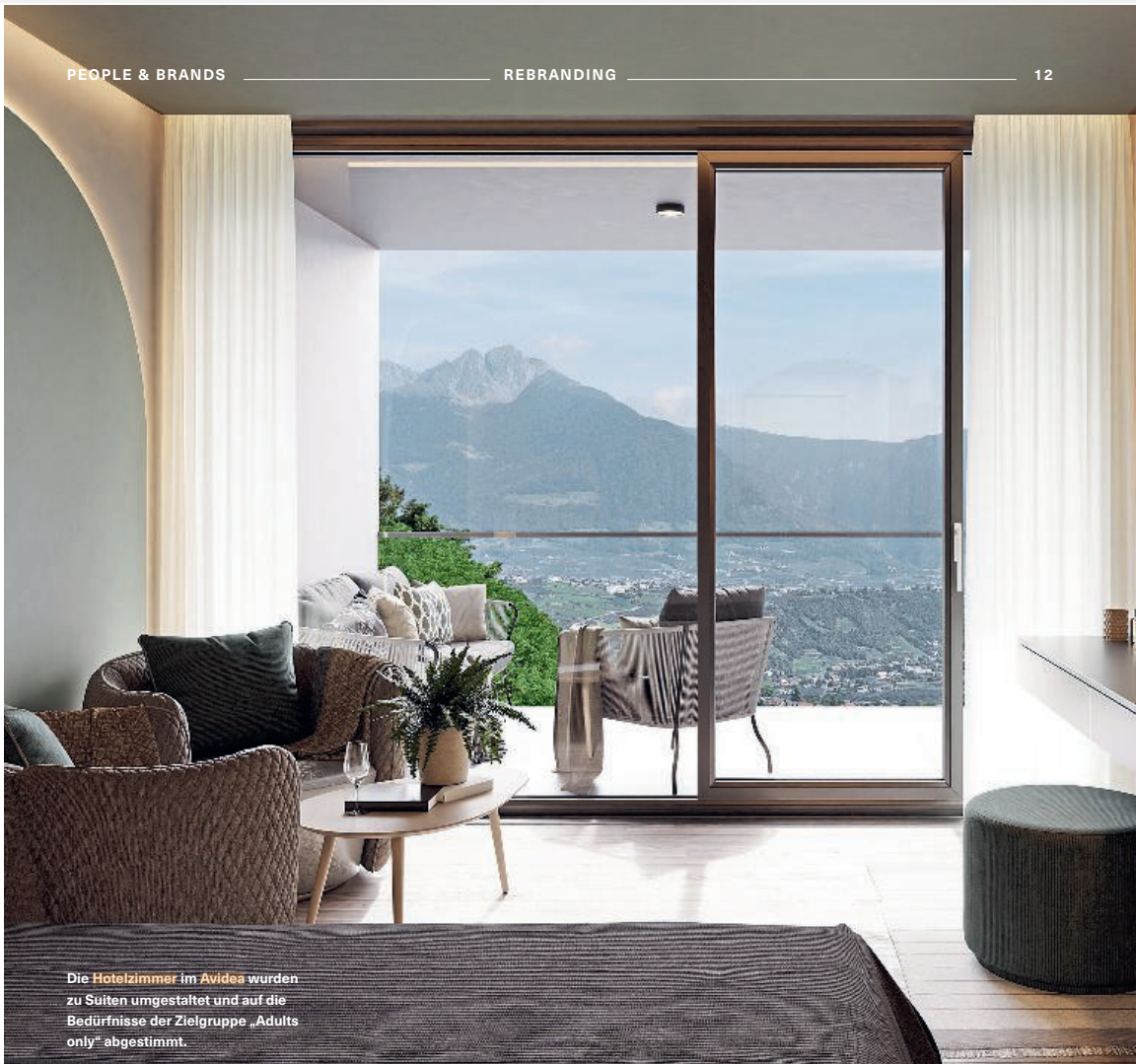
Tophotel

■ DAS MAGAZIN DER HOTELLERIE

Publikation Tophotel
Ausgabe 01.06.2024
Seite 12
Abo-Nr 127764
Treffer-Nr 3340479
Suchbegriff Avidea nur in Zus. mit Tourismus

Autor*in Stefanie Reinhardt
RESSORT Keine Angabe
Verlag Freizeit Verlag GmbH
Medientyp Fachzeitschriften
Branche Hotels/Gaststätten
Bundesland Überregional

Reichweite 99372
Verbreitet 17682
Verkauft 13940
Gedruckt 12400
AÄW/€ 38616.98
Erscheint 8 x jährlich



PEOPLE & BRANDS

REBRANDING

12

Die Hotelzimmer im Avidea wurden zu Suiten umgestaltet und auf die Bedürfnisse der Zielgruppe „Adults only“ abgestimmt.

Mit Adults only in die Zukunft

Die Familie Bacher-Pircher hat ihr **Fünfsternhotel Avidea** in Algend in Südtirol neu positioniert. Der Fokus des Hauses liegt jetzt auf Erwachsene ohne Kinder. Dafür hat die Familie ihr Hotel umfassend neu gestaltet. Weshalb sie sich zu diesem Schritt entschieden haben.

Bilder: Avidae Adults Only, Hannes Niederhoffer



Das Hotel Avidia liegt idyllisch im Gartendorf Algund in Südtirol, zwischen Obstwiesen und Wäldern, direkt am Hang auf 550 Metern, mit Blick ins Tal und auf die Stadt Meran. Das Fünfsternehotel ist ein Familienbetrieb in zweiter Generation. Die erste Generation, das sind die Seniorchefs Evi und Georg Bacher (beide 58 Jahre alt), die das Hotel vor rund 35 Jahren eröffnet und aufgebaut haben. Die zweite Generation, das sind ihre Tochter Melanie Bacher und deren Ehemann Martin Pircher (beide 32 Jahre alt). Als Gastgeber steht die Familie mit ihrem Haus für Lebensfreude und Regionalität. „Wir wollen ein kleines Haus mit sehr hohem Servicestandard sein“, beschreiben sie ihre Philosophie. 1989 hatten Evi und Georg Bacher das Ho-



Ende April hat die Familie das Hotel wiedereröffnet: (von links) Evi und Georg Bacher, Melanie und Martin Bacher-Pircher.

tel gegründet. Damals war es ein kleines Haus mit elf Zimmern. Über die Jahre ist das Hotel weiter gewachsen. 2016 gab es einen umfangreichen Umbau. Die Zahl der Zimmer vergrößerte sich auf 34. Das Haus wurde als Avidia Hotel mit dem Thema Wellness positioniert. Mit dem Haupthaus und dem Neubau gab es eine alte und eine neue Struktur. „Wir waren ein Hotel wie viele andere im Meraner Raum auch“, sagt Martin Pircher. „Wir haben einfach alle angesprochen: Kinder, Erwachsene, Gourmetgäste und Aktive. „Eben ein Hotel, das in einem großen Becken gefischt hat. Ein gut laufender Betrieb, aber marketing- und positionierungstechnisch einfach weit gestreut.“ Die Auslastung durch Stammgäste lag bei bis zu 85 Prozent. Trotzdem war eine Veränderung notwendig, erläutert Martin Pircher.

Struktur war nicht für Kinder geeignet

Der Grund: Die Stammgäste des Hauses hatten einen Altersdurchschnitt von 68 Jahren. „An dem Punkt mussten wir überlegen, ob wir so weitermachen oder ob es einen Cut gibt und wir uns neue Gäste suchen“, sagt Martin Pircher. Die Gastgeber wollten sich neu positionieren und ein klareres Konzept finden, mit dem sie sich von den anderen Häusern abheben. Etwa zwei Jahre lang haben sie daran gearbeitet. Ihre Lage, die Ruhe und das Thema Genuss sollten im Mittelpunkt stehen. Um das Haus herum gibt es außerdem wenig Platz. Diese Struktur sei nicht für Kinder geeignet gewesen. „Wir haben zum Beispiel kein Spielzimmer und keinen Spielplatz“, sagt Pircher. „Deshalb haben wir uns gemeinsam als Familie entschieden, das Hotel homogener zu gestalten und das Angebot auf unserer Kernzielgruppe Erwachsene ohne Kinder auszurichten.“ Dazu kam der neue Hotelname „Avidia Adults Only“. Anfang Novem-

”

Wir haben uns als Familie entschieden, das Hotel homogener zu gestalten und unser Angebot noch mehr auf unsere Kernzielgruppe auszurichten.“

Martin Pircher, Hotel Avidéa Adults Only



Die neu gestalteten Suiten stehen für eine luxuriöse Wohlfühlhauszeit. Hier eines der Bäder mit Blick in die Natur.

ber 2023 wurde das Hotel für den Umbau geschlossen. In rund sechs Monaten wurde umfangreich renoviert. Der Neubau von 2016 sei stellenweise aufgefrischt aufgefrischt, erzählt Martin Pircher. Der Altbau wurde abgerissen und komplett neu aufgebaut.

Mehr Raum für die Gäste

Rund vier Millionen Euro hat die Familie Bacher-Pircher in den Umbau investiert. Für das neue Konzept wurde die Zahl der Zimmer von 34 auf 29 verringert. Alle Gästezimmer wurden zu luxuriösen Natursuiten umgestaltet, jede Suite hat den Blick Richtung Süden ins Meraner Tal. Auch die öffentlichen Bereiche des Hauses wurden mit Naturfarben und warmen Grüntönen an das neue Design angepasst. Insgesamt verfügt das Fünfsternehaus jetzt über 58 Betten und bietet viele individuelle Rückzugsmöglichkeiten und mehr Platz für die Gäste.

Komplett erneuert wurde der Wellnessbereich, sodass das Hotel jetzt über mehrere Saunen, darunter eine Event-Sauna und eine Bio-Sauna, sowie zwei neue Ruheräume verfügt. Auch die Dachterrasse wurde neu gestaltet, mit Sky Pool, Bar und Open-Air-Kino. Die Restaurantterrasse wurde vergrößert, dort haben jetzt wie im Innenraum des Restaurants bis zu 58 Gäste Platz. Drinnen werden Frühstück, Mittag- und Abendessen serviert. Auch der Innenhof und der Parkplatzbereich wurden umgestaltet. Für den Umbau verwendeten die Planer vor allem Naturmaterialien. Erd- und Naturtöne finden sich in allen Räumen wieder. Auch Naturalien und Gesteine aus der Umgebung wurden in das Haus eingefügt. Ende April 2024 waren die Arbeiten fertig, sodass das Avidéa in die Saison starten konnte.

All-Luxury-inclusive-Konzept

Für alle Gäste, die im Hotel übernachten, gibt es jetzt das Angebot „All Luxury inclusive“. So etwas gab es im Meraner Raum bisher nicht, betont Martin Pircher. Zum Festpreis gehören ein energiegeladendes Langschläfer-Frühstück, feine Kulinarik ab dem frühen Nachmittag, ein Fünf-Gänge-Menü am Abend und eine Open-Bar mit alkoholischen und alkoholfreien Getränken. Damit sich das All-inclusive-Konzept rechnet, müsse das Haus im ersten Jahr nach der Wiedereröffnung eine Grundbelegung von 60 bis 70 Prozent erreichen, so Pircher. „Das Produkt muss jetzt wachsen“, sagt er und ist zuversichtlich, dass die Nachfrage vorhanden sein wird. „Es hat Potenzial für viel mehr.“

Sehr viel hänge künftig auch vom Branding ab, betont Martin Pircher. Damit das gelingt, hat die Hoteliersfamilie eine PR-Agentur und eine Social-Media-Firma beauftragt und für das Marketing eine Mitarbeiterin eingestellt. Außerdem arbeitet sie mit Influencern zusammen. „Influencer, Marketing und PR sind das A und O. Da müssen wir viel Geld in die Hand nehmen, damit das wächst“, sagt Pircher. „Das ist eine kostenintensive Sa-

Bilder: Hotel Avidéa



Erfolgreich auf kleiner Fläche: Der Neubau mit Pool, Bar und Open-Air-Kino auf der Dachterasse. Zum Hang hin liegen der Innenhof und der Parkplatz.

che, aber wenn es laufen soll, muss man es machen.“ Weil die Gastgeber viel investiert haben, wurden zum Neustart die Zimmerpreise erhöht. Bei 30 bis 40 Prozent liegt die Preissteigerung. Eine Suite kostet nun zwischen 280 Euro bis 450 Euro pro Person und Nacht. „Dadurch haben wir einige Stammgäste verloren. Das müssen wir in den nächsten Jahren wieder aufbauen“, so der Hotelier. Von manchen Gästen habe es auch Kritik an der Umstellung auf Adults only gegeben. Damit können die Gastgeber aber umgehen. „Die Umstellung bedeutet ja nicht, dass

wir nicht familienfreundlich sind. Wir haben selbst zwei kleine Kinder“, sagt Pircher. „Wir sind natürlich familien- und auch kinderfreundlich, aber unser Haus hat einfach nicht die Struktur, es ist nicht für Kinder ausgelegt.“

Für die nächsten Jahre hat sich die Hoteliersfamilie vorgenommen, ein Haus zu schaffen, in dem sich die Gäste entschlennigen können. „Wir möchten, dass unsere Gäste zu uns kommen und sich wohlfühlen, und dass sich die Zeit für sie etwas langsamer dreht.“

Stefanie Reinhardt