

## Der Salzburger-Charme neu interpretiert

Von Redaktion | Montag, 05. September 2022



### MEISTGELESEN

- 01 "Wir finden gute Leute"
- 02 Early-Bird-Tarif für beste Standflächen
- 03 Moderner Online-Auftritt der Tourismusmedien
- 04 Cooles pic vom hohen peak!
- 05 „Das Gütesiegel ist zur Marke geworden“



Michael Königshofer

Das SALZ lädt seit Kurzem in die versteckten Winkel der Stadt ein.

**Das SALZ bringt Würze nach Salzburg und schafft eine einzigartige Kombination aus Verspieltheit und der Lust auf das Entdecken.**

Der Stadtteil Lehen galt lange als „dunkler Hinterhof“ Salzburgs, eine Gegend, in der man eigentlich kein Hotel eröffnet. Fabian Vorderegger und Beate Pöckl ließen sich davon aber nicht abschrecken und erkannten das Potential des Viertels, das sich im Aufbruch befindet: „Es entsteht viel Neues und diesen Aufbruch wollten wir nutzen, um einen Leuchtturm zu errichten – ein Vorzeigehaus in einem up- and coming Bezirk.“

Das neue Hotel entstand so in Zusammenarbeit mit der Designagentur moodley und den BWM Architekten. In dem Stadthaus aus den 1920er Jahren will man lauter kleine Geschichten erzählen, modern und unerwartet, mit einem ungewöhnlichen Blick auf den typischen Salzburger-Charme.

Es soll ein Ort für die Neugierigen, ein Zuhause für Entdeckungsreisende sein. „Wer mit offenen Augen und Ohren durchs Haus streift, dem offenbart auch das SALZ dann und wann Erstaunliches“, erklärt Birgit Taucher von moodley das Markenkonzept, das sich durch den gesamten Auftritt durchzieht.

Geschmackvolle Renovierungen und Kunstinstallationen wie „The Sound of the City“, die Informationen über die Stadt und dem Klang der Stadt bieten, Jedermann Rufe in den Toiletten oder die Mini-Golf-Anlage in einer Suite, lassen das Entdeckerherz höherschlagen.

## modern, digital

Auch sonst, versucht das SALZ anders als andere Hotels zu sein. Mit verstaubten Konventionen kann man hier in vielerlei Hinsicht wenig, mit digitalen Möglichkeiten dagegen viel anfangen. Beinahe ganz digital funktioniert das Hotel, vom Booking bis zum Check-out. Dabei hat die Design Agentur moodley das SALZ von Grund auf inszeniert und für das Hotel eine Identität geschaffen, die das Flair der 20er Jahre mit dem Zeitalter der Digitalisierung verbindet. Verspieltheit und die Lust auf Entdeckungen stehen für die Brand-Strategie des Hauses.

## Das SALZ bringt Würze nach Salzburg



Michael Königshofer/Jork Weismann

Tretet ein, tretet ein!

1/5

TEILEN     

## Weißes Gold

Der Name „das SALZ“ spielt mit dem sprachlichen Phänomen der Abkürzungen sowie Sprichwörtern und Legenden rund um das Salz. Denn laut Cassiodor kann man auf Gold verzichten, nicht aber auf das Salz.

Mit dem Zusammenspiel aus modernen Farben und dem Salzburger-Charme vereint moodley die reiche Vielfalt des Hotels das SALZ im Brand Design und setzt jene Konzepte auch in der Erstellung der Webseite um. Dafür wurde mit Jork Weismann als Fotograf zusammengearbeitet, der unter anderem für die Vogue, die Elle und Vanity Fair fotografiert. Die Einzigartigkeit des Hotels und der Stadt konnten entsprechend in Szene gesetzt werden.

[dassalz.com](http://dassalz.com)

THEMEN

SALZBURG

VERSPIELTHEIT

HOTEL

DESIGN

FABIAN VORDEREGGER

BEATE PÖCKL

Sie haben Fragen oder Anmerkungen zu diesem Artikel?

Schicken Sie eine E-Mail an [die Redaktion](#).

 Artikel drucken