

Umbau & Sanierung - 18. Mai 2026

Modernisierung

25hours in Wien präsentiert neue Lobby



Beim Umbau der Lobby setzten die Designer auf neue Zonierungen und künstlerische Wandgestaltung. © Stephan Lemke

BWM Designers & Architects hat die Lobby des 25hours Hotels beim Museumsquartier neu gestaltet. Kino, Aperó-Tresen und Kunstinstallationen richten das Konzept stärker auf Wien als Kulturstadt aus.

Die Lobby des **25hours Hotels beim Museumsquartier** zeigt sich nach mehrmonatigem Umbau in neuem Design. Verantwortlich für den Umbau zeichnet das Büro **BWM Designers & Architects**, das bereits 2013 das damalige Studentenwohnheim in ein Hotel umgewandelt hat. Ziel der Neugestaltung war es, das ursprüngliche Zirkus-Thema zu erhalten, ihm aber einen reiferen Charakter zu verleihen. Der neue Auftritt bewegt sich zwischen Realität und Illusion und nimmt Wien als Kulturmetropole als gestalterischen Rahmen.

Neue Raumaufteilung

Im Zuge des Umbaus erhielt die **Lobby eine neue Zonierung**. Die Rezeption ist nun zum Eingang hin ausgerichtet und damit den ankommenden Gästen zugewandt. Der hauseigene 25hours things Shop erhielt ein luftigeres Redesign und wirkt großzügiger als zuvor. Am Aperó-Tresen können Gäste tagsüber arbeiten, abends dient er als Bar. Zusätzlich wurde ein Kino mit zwölf Sitzplätzen integriert, in dem zu wechselnden Tageszeiten Filme gezeigt werden, darunter moderne Klassiker wie Harry Potter.

WEITERE BEITRÄGE ZU DIESEM ARTIKEL

[Neuer General Manager im 25hours Hotel in Jakarta](#)

[25hours debütiert in Australien](#)

„Die Idee war, Ereignisse zu schaffen, die Aufsehen erregen – ein Spektakel für alle, mit Attraktionen, die sich zwischen Realität und Illusion bewegen“, sagt **Erich Bernard** von BWM Designers & Architects. Gleichzeitig hätten neue Zonierungen Abläufe und Kommunikation verbessert.

Farblich ergänzen bunte Akzente das klassische Zirkus-Rot, das sich weiterhin in den Teppichen der Zimmerflure, den Samtvorhängen sowie in zahlreichen Stoffbezügen der Sitzmöbel findet. Die Teppichflächen bestehen laut Hotel vollständig aus neuseeländischer Wolle und sollen dem Raum Wärme verleihen.

Kunst als erzählerisches Element

Im Eingangsbereich steht ein zentrales **Säulenelement** mit dem **Titel „4 Akte in Wolle“**, gestaltet vom in Wien lebenden Künstler David Meran. Die darauf angebrachten Texte – „1. Du bist (Pause) hier“, „2. Nichts fehlt (Pause) jetzt“, „3. Alles ruht (Pause) in dir“ und „4. Bleib noch (Pause) etwas“ – sind als Regieanweisungen formuliert und verweisen auf Wien als Theaterstadt. Je nach Blickwinkel treten die einzelnen Anweisungen unterschiedlich in Erscheinung und sollen die Gäste zum Innehalten einladen.

Für die **künstlerische Gestaltung der Lobbywände** und der **Aufzüge** ist der in New York aufgewachsene Künstler Spencer Chalk-Levy verantwortlich. Er ist für großformatige, narrative Bildwelten bekannt, die an „barockes Graffiti“ erinnern. Mit der Trompe-l'œil-Technik erzeugt er auf flachen Oberflächen eine dreidimensionale Wirkung. Sichtbar wird das etwa in den orangenen und pinken Fahrstühlen, in denen aufgemalte Wandverzierungen optische Täuschungen erzeugen.

„Unsere neue Lobby ist für uns weit mehr als nur ein Raum – sie ist ein lebendiges Statement voller Kreativität und Lebensfreude. Ich bin unglaublich stolz auf all die Künstler und Designer, die mit so viel Leidenschaft und Fantasie hier etwas ganz Besonderes geschaffen haben“, sagt General

Managerin Patricia Rzehatschek und ergänzt: „Wir blicken voller Vorfreude nach vorne: **2027** beginnen wir mit der **Renovierung** unserer **Suiten** und schlagen damit ein neues, aufregendes Kapitel auf.“ *red/sar*

Über 25hours Hotels

Die 25hours Hotels sind Teil von Ennismore. Das globale Kollektiv ist von Gründerpersönlichkeiten geprägt und beinhaltet Marken, bei denen zeitgemäße Gastfreundschaft im Mittelpunkt steht. Ennismore ist ein Joint-Venture mit Accor. Accor ist Mehrheitsaktionär.

Die Marke 25hours bauten die vier Initiatoren Christoph Hoffmann, Kai Hollmann, Ardi Goldman und Stephan Gerhard von 2005 an auf. Heute gibt es 18 Hotels in europäischen Destinationen wie Hamburg, Berlin, Paris, Kopenhagen und Florenz sowie in den internationalen Metropolen Jakarta, Dubai und Sydney. Die Marke setzt auf Individualität, Authentizität und Persönlichkeit und gestaltet unter dem Motto „Kennst du eins, kennst du keins“ jedes ihrer Hotels mit unterschiedlichen Designern und einzigartigem Stil. Triest, Trojena und Kairo zählen zu den zukünftigen Destinationen.
