

# Hotel mit Hund? Pferd? Kind?

*Warum bucht ein Gast ein Hotel? Vielleicht, weil er sich ein unvergessliches Erlebnis erwartet, wie im Anantara Kihavah Villas auf den Malediven, das mit seinem einzigartigen Unterwasserrestaurant wirbt? Oder weil er schlicht einmal dem „Nichtstun“ frönen will, einem neuen Trend, dem sich zum Beispiel das Hotel Zeller in Kahls am Main verpflichtet fühlt: „Slow Tourism, die Wiederentdeckung des schlichten Nichtstuns“. Zwischen diesen Extremen gibt es eine fast unendliche Palette an Möglichkeiten sein Haus zu positionieren – wichtig ist nur: Positionieren Sie sich! Dann werden auch Gäste kommen.*

Davon konnte sich Hoteldirektorin Katharina Kluss erfreulicherweise in den letzten Wochen bereits überzeugen: sie stand Anfang des Jahres vor der schwierigen Aufgabe, in ihrem Drei-Sterne-Haus „Donauwalzer“ am Wiener Gürtel eine ganze Etage renovieren zu müssen. Raumangebot und Layout des Gründerzeitgebäudes ließen allerdings nicht viel Platz für großes Kino. „Natürlich hätte mir ein Raumkonzept wie die ‚Space Suite‘ im Kameha Grand Hotel Zürich gefallen“, gesteht Kluss, „aber man muss auch wissen, was wo hinpasst und welche Gäste man mit einem Konzept ansprechen möchte!“

Im Hotel Donauwalzer sollen sich in erster Linie Wien-Touristen wohlfühlen, aber selbstverständlich sind auch Geschäftsleute willkommen und beide Gruppen nehmen die neuen Zimmer „Wiener Originale“ begeistert an. „Wir haben uns überlegt, was den Wiener Charme ausmacht und sind draufgekommen, dass es einige wenige Traditionsbetriebe sind, die der Stadt ganz stark ihren Stempel aufdrücken.“ Kluss hat nun zwölf dieser Betriebe gebeten, je ein Zimmer zu gestalten und so treten ihre Gäste unmittelbar nach dem Einchecken bereits in Kontakt mit dem „typischen“ Wien: Im Fiaker-

Zimmer, gestaltet von Sissy Ringel, DER Wiener Fiakerunternehmerin schlechthin, wiehert einem ein überlebensgroßes Pferd entgegen; ein ausgedienter Kutschbock dient als Kofferablage, die originale Reitgerte daneben ist reine Dekoration... Ein Marketing-Gag der besonderen Art ist im „Mühlbauer-Zimmer“ gelungen: dort hängen verschiedene Hüte in einer Art Mobile vor einem Spiegel... „Natürlich haben wir damit gerechnet, dass unsere Gäste die Hüte probieren, aber dass so viele ihre Selfies auch gleich posten, hat uns dann doch überrascht – finde ich aber super“, lacht Katharina Kluss.





Gewiehrter Willkommensruß im Hotel Donauwalzer Wien

© Hotel Donauwalzer



Space feeling im Kameha Grand Zürich

© Kameha Grand

Ebenfalls nicht ganz geplant, aber äußerst erfreulich: das Ottakringer-Zimmer mit Zapfanlage ist bis Weihnachten nahezu durchgehend ausgebucht. „Das sind meistens Burschen aus Wien, die sich einen gemütlichen Männerabend vor dem Fernseher machen!“ Die ihnen gewidmeten Zimmer animieren allerdings auch die namensgebenden Unternehmen, ihre Geschäftspartner

im „Donauwalzer“ einzubuchen. „Da haben dann wirklich alle was davon!“, freut sich Kluss.

### Bis ins kleinste Detail

Dass so ein bis ins Letzte durchdachtes Konzept immer wichtiger wird, bestätigt die Innsbrucker Unternehmensbe-

raterin Nikoletta Zambelis. Viele Hotels und Gastronomen suchen ihren Rat, weil sie mit Auslastung und Geschäftsgang unzufrieden sind. „Schauen Sie als erstes einmal, ob der Gast das Konzept, das Sie vielleicht ohnehin haben, auf den ersten Blick erkennt oder versteht“, rät Zambelis dann. Unausgegrenzte oder zu komplizierte Konzepte führten nämlich oft erst recht dazu, dass ein Betrieb

## Die Qualitätskasse aus Österreich!

# €asystart

by **aprom**

**JETZT ERHÄLTlich!**

Das €asystart Prinzip :

- + Mitnehmen und aufstellen
- + Leichte Inbetriebnahme durch Quickstart-Guide
- + Gesetzeskonform zur Registrierkassenpflicht 2016
- + Digitale Signatur
- + Freie Anlage von Artikeln, Tischen, Kellnern,...
- + Support-Hotline in Österreich
- + Elektronisches Handbuch und Videoanleitungen auf [www.easystart.at](http://www.easystart.at)

Vorbereitet für die **RKS-V 2017** Registrierkassensicherheitsverordnung Pflicht ab 1.1.2017  
Gesetzeskonform mit der Registrierkassenpflicht 2016!

ALLES FÜR DEN GAST  
HALLE 10- STAND 122

\*) Ab 1.1.2017 sieht der Gesetzgeber einen Manipulationsschutz von Kassensystemen vor. Die Easystart-Kasse ist für diesen Manipulationsschutz bereits vorbereitet und kann in Folge für die Registrierkassensicherheitsverordnung (RKS-V 2017) nachgerüstet werden!



**Einfach erweiterbar!**  
Das Easystart-Paket ist um alle apro|module, wie Büro, Funkbonierung, Lager, Schankanlagen, etc. jederzeit erweiterbar!

NÄHERE INFOS UNTER [WWW.EASYSTART.AT](http://WWW.EASYSTART.AT)



in der Profillosigkeit versinke. „Egal auf welchem Kanal – gesucht und gefunden werden Besonderheiten. Geben Sie doch einmal nur „Hotel“ ein: sie werden alle Beherbergungsbetriebe am Platz angezeigt bekommen – keine große Hilfe.“ Dem Hotelier legt Zambelis ans Herz: „Ohne Positionierung überlassen Sie es dem Zufall, ob Sie gesucht und gefunden werden – mit einer klaren Positionierung finden Sie die Gäste, die Ihr Angebot auch schätzen werden.“

### Einfach denken

Ein einfaches Beispiel für ein eindeutiges Bekenntnis zu einer Gästegruppe sind die Kinderhotels: sie sind ausschließlich

auf Familienurlaube ausgelegt. Singles und Pärchen ohne Kinder dürfen natürlich buchen – „Sie werden sich nur nicht wohlfühlen und das kommunizieren wir klar“, so Peter Kammerlander vom Kinderhotel Almhof in Gerlos. Für ihn war die klare Abgrenzung der entscheidende Schritt zum Erfolg: obwohl der Betrieb mit Schilift und Bauernhof schon vor der Positionierung von vielen Familien besucht wurde, waren einige Gäste unzufrieden – Paare ärgerten sich über Kinder im Wellnessbereich, Familien vermissten ein Schlechtwetterprogramm für die Kleinen. Kammerlander entschied sich für die Kinder als Zielgruppe: Wasserrutsche, Kindertheater und Babybereich zeichnen den Almhof heute als Kinderparadies aus; vom Waschbecken in Kindergröße bis

zum GASTWIRT4Kids in der „Almi-Edition“ zum Mit-nach-Hause-nehmen – hier wird alles getan, damit die Kleinsten die Größten sind. „Wir konzentrieren uns jetzt auf das, was wir am besten können und sind sehr glücklich damit – und unsere Gäste scheinbar auch!“, sagt Peter Kammerlander.

### Konzepte für alle

Besonders stolz ist Kammerlander auf sein Personal. Er weiß, dass es seine Mitarbeiter sind, die sein Konzept glaubwürdig umsetzen und dass der Erfolg seines Hauses allein davon abhängt. Auch Nikoletta Zambelis rät: „Von der Rezeption über das Stubenmädchen bis zur Küche müs-

## Großküchen-Geräte

**Bartscher**  
seit 1876

NEU

### Ausstellungs- und Schulungszentrum

Ab sofort steht Ihnen in der Nähe von Salzburg ein neuer Bartscher Schauraum für Produktpräsentationen und Schulungen zur Verfügung.

Sie sind HERZLICH WILLKOMMEN.

Bartscher Ausstellungs- und Schulungszentrum  
Wiener Bundesstr. 18  
5300 Hallwang-Mayrweies, Österreich  
Tel. +43 662 265962-0

07. bis 11. November 2015

### Messe - Alles für den Gast, Salzburg

Besuchen Sie uns auf der Messe „Alles für den Gast-Herbst“ in Salzburg und testen Sie unsere Geräteauswahl.

Wir freuen uns auf Sie! **Halle 06 - Stand 0408**



# Bartscher - Das Vollsortiment

GARTECHNIK

KÜHLTECHNIK

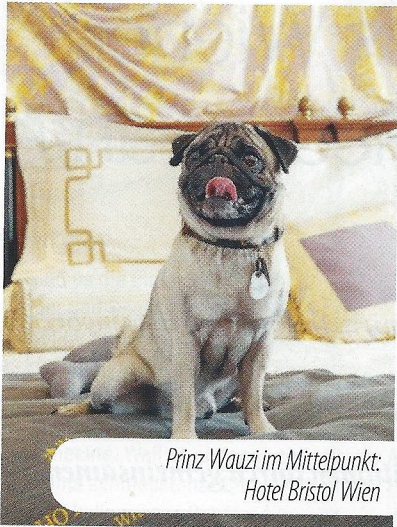
SPÜLTECHNIK

KLEINGERÄTE

info@bartscher.at

www.bartscher.at





Prinz Wauzi im Mittelpunkt:  
Hotel Bristol Wien

© Hotel Bristol



Unterwasserrestaurant "Sea" im Antanara Resort | Baa Atoll

© Antanara Resort

sen alle wissen, wofür das Haus steht.“ Das ist einerseits wichtig für die Identifikation der Mitarbeiter – sie sollen verstehen, was sie tun – und andererseits ein Puzzlestein im Gesamtauftritt des Betriebes. „Trauen Sie sich, Ihre Mitarbeiter bereits entsprechend einzukleiden – die Uniformen sollen und dürfen in einem Familienhotel anders aussehen, als in einem Bikerhotel oder in einer Nobelherberge. Auch Sprache und Benehmen darf – und sollte – in gewissem Rahmen angepasst werden“, ergänzt sie.

Auf ganz besondere Gäste und ein Konzept der etwas anderen Art stellt sich aktuell das Personal des Hotel Bristol in Wien ein: Hund, Katze oder Schildkröte – im Bristol muss seit Anfang Oktober keiner mehr draußen bleiben. „Wir wünschen uns, dass sich Mensch und Tier bei uns richtig wohl fühlen – wie zu Hause oder sogar noch besser! Wir werden alles daran setzen, dass anspruchsvolle Tierfreunde samt kleinem Liebling gerne immer wieder kommen“, so Hoteldirektorin Simone Dulies, die selbst jeden Tag ihren Hund Brix mit ins Hotel nimmt. Verwöhnt werden die vierbeinigen Gäste im Rahmen des „Pet-Programme“ dann auch auf der ganzen Linie: sie wählen – sofern sie, beziehungsweise ihre Besitzer, denn des Lesens mächtig sind – aus eigenen Speisekarten verschiedene Menüs, die ihnen dann in Restaurant oder Suite in Futternäpfen aus Porzellan serviert werden. Bequeme Bettchen, Decken und Handtücher sorgen für Komfort; Spielzeug und biologische Pflegeprodukte für

gute Laune und glänzendes Fell. Dulies beweist mit dem „Pet-Programme“, dass es auch im engen Korsett eines traditionschweren Fünf-Sterne-Hauses möglich ist, Impulse zu setzen. Ob das Konzept auch wirtschaftlich aufgeht, wird sich weisen – in Österreich ist die Idee jedenfalls ziemlich einzigartig.

### Bestandsaufnahme

Nikoletta Zambelis blickt des Öfteren in ratlose Gesichter, wenn sie über Positionierung spricht. Gerade sukzessiv gewachsene Häuser am Land hätten oft keine wirkliche Idee, wofür sie stünden, bedauert die Beraterin. Sie rät dann zu einer einfachen Bestandsaufnahme: Die Frage „Was haben wir eigentlich?“, wird meist mit einer Beschreibung der Umgebung, der Landschaft beantwortet und führt über die baulichen Gegebenheiten des Hauses langsam zu dem Punkt, wie einen die Gäste wahrnehmen. „Meistens finden wir im Gespräch in kürzester Zeit die Stärken eines Hauses heraus – und wenn ich die einmal kenne, kann ich damit arbeiten“, macht Zambelis Mut, sich auf so einen Selbstfindungsprozess als Hotelier einzulassen. „Wenn dieser erste Schritt einmal getan ist, kristallisiert sich aus den Einzelinformationen, die wir zusammentragen, oft fast von allein eine Geschichte – eine „Story“ heraus.“ Kreative Gedankenloopings wären gerade zu Beginn durchaus erlaubt, aber ganz aus den Augen sollte man die Frage: „Welche Story können wir uns leisten?“ nie verlie-

ren. Außerdem sollte die Geschichte, die Sie erzählen, authentisch und glaubwürdig sein: ein Haus, das an einer Durchzugsstraße liegt, zwar einen tollen Garten aber keinen Pool hat, wird schwerlich eine Story als „idyllische Ruheoase“ erzählen können – stattdessen aber vielleicht als Biker-Hotel punkten. Umgekehrt wird ein Hotel mit vielen Stiegenhäusern, antiken Möbeln und einer Bibliothek nur schwer zum glaubwürdigen Familienhotel werden, dafür aber recht schnell als Romantikhôtel Pärchen zum Schmachten bringen. Und selbst wenn man bisher nur von durchreisenden Handelsvertretern oder Baumonteuern aufgesucht wurde, kann man daraus eine Positionierung machen – wie wäre es zum Beispiel mit XXL-Menüs für kräftige Arbeiter, oder Massagen für einen verspannten Vertreterrücken? ■

07.-11.11.2015

ALLES FÜR DEN®

GAST

HERBST

salzburg.

www.gastmesse.at

facebook.com/gastmesse