

Das Vier-Sterne-Hotel Gstaaderhof: Auch hier stehen die Betreiber vor neuen Herausforderungen.



Das Klima verändert sich, der Gast auch

GASTROFACTS-REPORTAGE

Schneemangel, Internettransparenz und immer mehr kurzfristige Buchungen von immer preisbewussteren Kunden fordern die Schweizer Hotellerie. Was bringt die Zukunft? Eine neue Gastgeberkultur! Die unterschiedlichen Konzepte, Ein- und Aussichten zweier Hoteliers im Saanenland.

Von Tommy Dätwyler



Das Hotel der Zukunft ermöglicht Vorfreude, bietet Raum und Zeit für Begegnungen (auch mit sich selbst) und verspricht gute Erinnerungen. Klimawandel, Digitalisierung und ein neuer Gästecharakter zwingen Hotelbetreiber, eine neue, lebendige und qualitativ wertvolle Gastgeberrolle zu übernehmen. Christof Huber vom Vier-Sterne-Hotel Gstaaderhof will seine «Gastfreundschaft der 1000 Details» deshalb weiter perfektionieren. Michel Wichman vom Drei-Sterne-Superior-Hotel Spitzhorn in Saanen stapelt bewusst tief, um sich so die Möglichkeit zu schaffen, als Gastgeber seine Gäste immer wieder zu überraschen und Erwartungen zu übertreffen. Zwei Hotels, zwei Gastgeber mit ihren Partnerinnen, zwei Konzepte, die in die Zukunft weisen und einen Weg aus der Gefahrenzone für Mittelklassehotels zeigen.

«Wir brauchen eine neue Gastfreundschaft und ein neues Selbstverständnis als Gastgeber.»

Verblüffen macht Spass

Der Klimawandel sei wohl Tatsache, meint Michel Wichman vom Hotel Spitzhorn in Saanen, aber es gebe noch andere Probleme, auf welche die Schweizer Hotellerie reagieren müsse. «Selbst wenn wir Weihnachten und die Sommerferien aufgrund des Wetters um einen Monat nach hinten verschieben: Die Probleme sind nicht langfristig gelöst. Wir brauchen eine neue Gastfreundschaft und ein neues Selbstverständnis als Gastgeber.



Ilse und Michel Wichman, Gastgeber im Hotel Spitzhorn in Saanen.

Wir müssen wieder lernen, unsere Gäste zu überraschen.» Ein Hotel, ein Hotelier und seine Crew müssten mehr sein und mehr bieten, als man sich als Gast erhoffe. «Das ist mit drei statt mit fünf Sternen einfacher. Und es macht erst noch Spass.» Michel Wichman sagt und meint verschmitzt: «Ich bin so – ich kann nicht anders.»

400 Franken pro Nacht sind zu viel

Michel Wichman, der Holländer mit Schweizer Pass oder umgekehrt, kann und will nicht klagen. Aber er will seine Gäste im Hotel Spitzhorn beispielhaft und an einem neuen Ort abholen: dort, wo er sie berührt. Seinem Haus liege eine «ehrliche und authentische Gastfreundschaft» zu Grunde, und das zu einem «fairen Drei-Sterne-Preis».



Hotel Spitzhorn: Hier sollen die Gäste überrascht werden.

«Ein Gast will nicht mehr 400 Franken pro Nacht bezahlen, auch wenn er das locker könnte. Er braucht keine Minibar und ein Koffer kann – falls überhaupt gewünscht – auch von einer Receptionistin ins Zimmer getragen werden.» Es brauche auch keinen Nachtportier und keinen Chauffeur. Wichmans Rezept tönt einfach: Die Receptionistin ist auch Barfrau, der Servicefachangestellte auch Chauffeur. Und er, der Hotelier, sei im Notfall in der Nacht auch Concierge.

«Nicht immer mehr von allem, sondern das Beste vom Wichtigem.»

Im «Spitzhorn» sind die Aufgaben nicht klar verteilt, oder anders gesagt: Was getan werden muss, soll schnell und zur Zufriedenheit aller getan werden, egal von wem. «Alle können jederzeit überall helfen», sagt Michel Wichman. Und er ist überzeugt, dass dieses System auch von den Angestellten geschätzt wird. Ilse und Michel Wichman führen ihren Betrieb mit 23 Angestellten nach dem Muster eines Familienbetriebes, obwohl er keiner ist. Die Individualität steht im Zentrum, Kontinuität ist das Ziel «und natürlich, damit auch etwas zu verdienen.»



Kein Familienbetrieb, wird aber wie einer geführt.

Immer eine Stelle unbesetzt

Der «neue Gast» will nach Wichman Qualität, ehrliche Betreuung und nachvollziehbare Fairness bis zum Preis. Die Devise heisse: Weg vom Protz, hin zu Mehrwert und Anerkennung, im besten Fall sogar zur Freundschaft. «Nicht immer mehr von allem, sondern das Beste vom Wichtigen», so Wichmans kurzes Fazit. Und dies zwingt den Hoteldirektor an die Front und in die Begegnungszone. «Gut so», sagt Wichman, der im «Spitzhorn» von morgens um 7 bis abends um 23 Uhr sichtbar und für die Gäste im Normalfall auch ansprechbar ist.

«Ich will immer besser sein, als es der Gast erwartet», sagt Querdenker Michel Wichman, der mit der Baloise einen potenten Mit-Investor im Rücken hat. Der «Drei-Sterne-King», wie er auch schon bezeichnet wurde, hat grundsätzlich immer eine Stelle unbesetzt, um sich und seine Crew auf Trab zu halten. «So bleiben wir in Bewegung.»



Das Hotel Spitzhorn hat drei Sterne. Das mache es leichter, Erwartungen zu übertreffen.



Der Weinkühlschrank für den gewerblichen Einsatz.



Whirlpool

Entdecken Sie den Unterschied.

Das vielseitige TOP-Programm der Whirlpool Kühl- und Gefriergeräte liefert passende Lösungen für viele verschiedene Anforderungen. 24 Monate Garantie Service durch Whirlpool Kundendienst.

Erfahren Sie mehr auf whirlpool-professional.com
Kontakt: professional_schweiz@whirlpool.com oder per
Telefon: 0848 801 005



Offene Türen, offen für Neues: das Hotel Gstaaderhof.

Alte Zöpfe abschneiden

Sein Credo «Reduktion aufs Maximum» hat Wichman schon zu mancher Kehrtwende gezwungen und nicht nur Applaus provoziert. Aber: Er genießt es. Regeln werden neu geschrieben, oder noch besser ganz gestrichen und durch Freude, Freundschaft und Empathie ersetzt.

«Wir sind Gastgeber und Unterstützer – in jeder erdenklichen Situation.»

Der Andersmacher braucht selber Freiheit: «Der Teller muss nicht immer von rechts kommen, und es muss nicht immer Rotwein sein zum Fleisch.» Das alles sei Nebensache, wichtig nur: Der Teller will mit Freude und Liebe serviert werden. So spüre der Gast Aufbruch- und Ferienstimmung – und sich selber im Zentrum. Aber was, wenn die Chemie zwischen Gastgeber und Gast einmal trotzdem nicht stimmt? «Das gibts und das beschäftigt mich dann schon», sagt Michel Wichman, «aber wenn die Positionen einmal geklärt sind, muss man auch mal neu beginnen oder etwas stehen lassen können.» Punkt, basta. Es gelte, sich auf das Wesentliche zu reduzieren. Und was wesentlich ist, das müsse jeder für sich selber wissen. Etwas werde sich aber nie ändern: «Von nichts kommt nichts, und wer 100 Prozent Einsatz zeigt, kann alles erreichen.»

«Gstaaderhof» will volle Gastfreundschaft

Nichts von radikalen Ideen und schnellem Wechsel hält Christof Huber vom Hotel Gstaaderhof in Gstaad. Der 32-jährige Hotelier hat den «Gstaaderhof» zusammen mit seiner Frau Konstanze vor zwei Jahren von seinen Eltern übernommen. Schritt für Schritt hauchen sie ihrem Haus seither einen frischen Wind ein und reagieren auf die «langsamen, aber weitreichenden Veränderungen» und neuen Herausforderungen. Ihr Augenmerk gilt ausdrücklich Investitionen in die Gastfreundlichkeit und in einen hohen Service-Standard.



Der «Gstaaderhof» setzt auf «die Gastfreundschaft der 1000 Details».

Faire, aber stabile Preise

«Das Internet hat die Hotellerie auf den Kopf gestellt», sagt Christof Huber, der seinen Beruf von der Pike auf gelernt hat. Die Gäste sind informiert, sie vergleichen und haben so den Preisdruck in der Hotellerie und der Gastronomie erhöht. Viel Spielraum bleibe da nicht, meint Huber. «Gebucht wird kurzfristig, aus dem Bauch heraus, und die Gäste bleiben nicht mehr so lang. Sie kommen aber vielleicht drei Mal pro Jahr – und nicht mehr einmal wie früher.» Das mache Planung, Kalkulation und Einkauf schwieriger. Umso wichtiger sei eine ehrliche, transparente und stabile Preisstruktur, auf die sich auch die Gäste verlassen können. Sie gehöre genauso zur «neuen Gastfreundschaft» wie eine direkte und persönliche Kommunikation zwischen Gastgebern und Gast.



Stübli im «Gstaaderhof».



Konstanze und Christof Huber haben den «Gstaaderhof» in Gstaad vor zwei Jahren übernommen.

«Wir müssen die Details kennen, um das grosse Ganze zu verändern.»

Ausbildung als Schlüssel zum Erfolg

«Wir sind Gastgeber und Unterstützer – in jeder erdenklichen Situation. Und in dieser Rolle müssen wir uns weiterentwickeln.» So umschreibt Huber sein Rezept für die Zukunft. Unabdingbare Voraussetzungen dafür seien die bedingungslose Leidenschaft für den Beruf, eine kommunikative Offenheit auch Neuem gegenüber sowie eine fundierte Ausbildung. Das gelte für die ganze Hotelbelegschaft. Der Schnee sei nämlich nicht das Einzige, was ab und zu auf sich warten lasse. Auch sei es

zunehmend schwieriger geworden, das richtige und gut ausgebildete Personal zu finden. «Arbeitsbereitschaft, Hilfsbereitschaft und Herzblut einerseits, Können und Erfahrung andererseits», das seien die Voraussetzungen.

«Nur ehrliche Gäste bringen uns weiter»

Konstanze und Christof Huber sind für ihre Gäste da und praktizieren eine bewusst offensive Kommunikationskultur. «Unsere Gastfreundschaft basiert auf unzähligen kleinen Details, die jedes für sich gepflegt werden müssen. Uns freuen Rückmeldungen immer, aber am meisten jene, die noch während einem Aufenthalt in unserem Haus mitgeteilt werden.» Dann sei es möglich, im direkten Gespräch darauf einzugehen und wo nötig zu handeln. «Wir müssen die Details kennen, um das grosse Ganze zu verändern.»



«Wie im Paradies»: Komplimente freuen den Hotelier, er hütet sich aber davor, sich den Lorbeer ausruhen.

«Die Zukunft lässt uns nicht kalt»

Zukunftsangst sei fehl am Platz, sagt Christof Huber. Als Unternehmer kenne er die Zweifel, die trotz fantastischem Umfeld im Saanenland auch mal beklemmend sein könnten. Huber fordert wieder mehr Pioniergeist, Mut und ein klares Bekenntnis auch zum Wintersport, insbesondere zum Skifahren. Obwohl die Sommermonate in Gstaad eine grosse Wertschöpfung verzeichnen, dürfe das alpine Skifahren nicht vergessen werden. Da brauche es neue Anstrengungen, um neue Gäste anzu-

sprechen und speziell den Nachwuchs wieder auf die Piste zu locken. Das eine tun und das andere nicht lassen, fordert Huber. Wer sich auf vermeintlichen Lorbeer ausruhe, habe verloren. Attribute und Komplimente wie «so schön», «lieblich» und «wie im Paradies» reichten nicht mehr aus.

«Gebucht wird kurzfristig, aus dem Bauch heraus.»



Im «Gstaaderhof» setzt man auf Liebe zum Detail und gut ausgebildetes Personal.



Kooperation wird immer wichtiger

Wie für viele andere Mittelklasshotels in der Schweiz ist die Luft auch für den «Gstaaderhof» dünner, der Spielraum für Experimente enger geworden. Da ist es Gift, wenn sich die Hoteliers gegenseitig die Preise in den Kellern drücken. Als umso wichtiger erachtet Huber deshalb gegenseitige Hilfe und Kooperationen. Zusammenschlüsse und gemeinsame Anstrengungen auch bei der

«Unsere Gastfreundschaft basiert auf unzähligen kleinen Details, die jedes für sich gepflegt werden müssen.»

Werbung würden immer wichtiger. «Wir müssen unsere Bemühungen im Bereich Klimaschutz und Ökologie besser kommunizieren», zeigt sich Huber überzeugt. «Haben Sie gewusst, dass die Hotels im Saanenland ihre Wäsche schon länger in einer gemeinsamen Grosswäscherei aufbereiten und so viel Energie sparen und lange Transportwege verhindern? Eben!» Hubers wissen, dass die «Gstaaderhof»-Gäste Traditionen mögen, und dazu gehört auch die «1000-Detail-Gastfreundschaft». «Wenn sich unsere Gäste noch



Blick ins Grüne: Ökologie soll stärker betont werden.

zu Hause mit Freude an ihre Zeit bei uns erinnern und vielleicht ein weiteres Mal eine Reise zu uns nach Gstaad unternehmen, dann gibt uns das recht.» ■

Mehr zum Thema:

www.gastrofacts.ch/saanenland



WWW.MAZUVO.CH

MAZUVO – IHR BERATER, PLANER UND AUSTRÜCKER
FÜR DEN GASTRO-AUSSENBEREICH.

Mazuvo | Oasiq | Todus | Gloster | Glatz | Heatsail

MAZUVO AG | Brunnenstrasse 3 | CH-8604 Volketswil | www.mazuvo.ch

