Traditions Reich

Frische, regionale Produkte, angerichtet in rustikalen Steingut-töpfchen, unterstützen den Traditionsansatz des Hubertus

Tradition gehört zu den stabilsten Erfolgsfaktoren in der Hotellerie – der Tourismus ganzer Regionen basiert darauf. Viele Hotels sind seit langer Zeit in Familienbesitz; aus diesem dauerhaften Erbe entstehen Charakterstärke und Profil. Hoteliers, denen es gelingt, die Tradition mit Einfühlungsvermögen in die Gegenwart zu transferieren, haben gute Chancen, ihren Betrieb langfristig attraktiv zu machen – so wie das **Hubertus Alpin Lodge & Spa in Balderschwang**

In Zeiten, in denen das Leben zunehmend komplexer, manchmal auch anonymer und einsamer wird, sehnen sich die Menschen oft nach Konstanz. Sie wollen wieder feste Rituale, menschliche Begegnung, Verlässlichkeit und durchaus auch ein wenig Einfachheit im positiven Sinn. Genau dort findet die Traditionshotellerie und -gastronomie ihren Platz. Als trendige Alternative mit viel Menschlichkeit und als Kontrast zu allem, was nur noch »modern« ist. Traditionell heißt jedoch nicht verstaubt, langweilig und öde. Vielmehr muss auch ein gutes Traditionshotel ständig weiterentwickelt und an die Zeit angepasst werden. Gepflegte Zimmer sowie gutes Essen und Trinken allein genügen den Gästen allerdings schon lange nicht mehr. Umso wichtiger ist es, den Erfolg zu planen und dauerhaft zu sichern: mit einer klaren Markenstrategie, durchdachtem Management, starker Serviceorientierung und einer klugen Mitarbeiterführung.

16 Erfolgsfaktoren

Damit der Erfolg eines Unternehmens nicht dem Zufall überlassen wird, gilt es, gewisse Faktoren zu beachten. Die meisten sind Softfacts, also Faktoren, auf die der Hotelier Einfluss hat. Diese hängen alle voneinander ab und sind – je nach Betrieb und Situation – mit Augenmaß individuell fein zu dosieren.

1. Glaubwürdigkeit

»Eins sein mit dem Unternehmen« lautet die elementare Erfolgsformel. Besonders wichtig sind Details, all die Kleinigkeiten, die aus den Einzelteilen ein rundes Bild formen. Wie ist die Geschichte, die Story, die hinter allem steckt? Je tiefer man in ein Thema eindringt, umso glaubwürdiger wird man.

2. Leidenschaft

Um einen Betrieb begeistert und leidenschaftlich zu führen, muss man voll und ganz zum Konzept stehen. Dieser Funke überträgt sich auf Mitarbeiter und Gäste. Zu sehen, wie sich Menschen über Gastfreundschaft freuen und eine persönliche Ansprache genießen, macht Freude.

3. Wirtschaftlichkeit und ökonomische Arbeitsorganisation

Mieten, Nebenkosten, Personal- und Warenkosten sind in den vergangenen Jahren überproportional gestiegen. Man verdient im Gastgewerbe nur gut, wenn man auch gut organisiert ist und das richtige Konzept am richtigen Ort hat. Und wenn man konsequentes Controlling betreibt. Dazu gehört auch eine ökonomische Arbeitsorganisation. Gerade bei einem fairen Preis-Leistungs-Verhältnis muss jeder Handgriff sitzen. Investitionen in die langfristige Wirtschaftlichkeit, beispielsweise in optimierte Technik sowie in gute Arbeitsabläufe sind nötige Ausgaben, die sich jedoch schnell amortisieren.

4. Tradition braucht ein klares Profil

Gerade Traditionsbetriebe haben oft ein klares Profil aufgrund ihrer Geschichte; das kann ausgebaut und gepflegt werden. Wer genau hinsieht und ein bisschen in der Vergangenheit forscht, entdeckt immer mehr interessante Stories und Details – beispielsweise alte Rezepte, die neu interpretiert werden können.

5. Regionalität

Die Region ist ein großer Geschichtenerzähler. Sitten und Bräuche sind genau wie die Landschaft oder Kulturschätze ein reicher Inspirationsquell für Geschichten, mit denen man Gäste fesseln kann. Die Regionalität spiegelt sich im Großen wie im Kleinen wider: im Design, das typische Formen, Farben und Materialien aufgreift und durch traditionelle Handwerkskunst inspiriert wird, in der Bekleidung der Mitarbeiter oder in Produkten von Erzeugerbetrieben aus dem Umland.

6. Essen und Trinken

Gäste lieben traditionelle Gerichte, die sie aus ihrer Kindheit kennen. Zimt erinnert sofort an Weihnachten; den Geruch von Omas Braten vergisst man nie. Meist wollen die Gäste deshalb beliebte Klassiker, leichter und modern interpretiert, frisch gekocht möglichst mit regionalen Produkten. Bei den Getränken geben oft Bier oder Wein Anlass für interessante Geschichten.

7. Preise

Traditionsgastronomie ist Gastronomie für alle. Hier trifft sich jede Generation und jede Gesellschaftsschicht. Eine so große Zielgruppe ist gerade in der heutigen Zeit ein riesiges Plus. Deshalb muss auch für alle der Preis stimmen. Wer hier übers Ziel hinaus schießt, hat verloren.

8. Gastfreundschaft und herzlicher Service

Ein Gast ist ein »zum Bleiben eingeladener Besucher«. Das hat lange Tradition. Reisende waren immer schon auf die Gastfreundschaft von Fremden angewiesen. Mit einem Plus an Herzlichkeit können Traditionsbetriebe gerade in unserer schnelllebigen und anonymen Gesellschaft punkten.

9. Großzügigkeit

Als besonderes Phänomen kann Großzügigkeit in vielen erfolgreichen Traditionsbetrieben beobachtet werden, etwa bei der Portionsgröße oder beim Erfüllen von Sonderwünschen. Das wirkt in der kleinlichen, komplexen Umgebung der heutigen Zeit wie eine Oase der Menschlichkeit und Wärme.

10. Marke sein (und bleiben)

Ein Traditionsbetrieb ist wie eine eigene Marke. Eine Marke hilft beim Aufbau von Vertrauen und der Wiedererkennbarkeit. Bei seinem Tun und bei der Kommunikation muss man sich deshalb immer wieder »selbstähnlich« sein – so wird man zur Marke.

11. Einfachheit

In der komplexen, aber vielfach unpersönlichen Alltagswelt sehnen sich Menschen nach Kalkulierbarkeit, Einfachheit, Ehrlichkeit und Echtheit. Genau das sind die Stärken der Traditionsbetriebe,

Die »Wäldlerstube« (oben) im Hubertus greift den angrenzenden Bregenzer Wald auf; in der »Berglar-Stube« steht eine große Tafel im Alm- und Kuhglockenambiente

Pierre Nierhaus, Michael Süßmeier
Traditionsreich mit Gasthof, Wirtshaus und Kneipe
Matthaes Verlag, Stuttgart 2013
320 Seiten; 32 €
ISBN 978-3-87515-086-5
Vom Autor signierte Exemplare können bestellt werden unter www.nierhaus.com

Der Autor:
Pierre Nierhaus ist Innovations- und Veränderungsspezialist für die Hospitality Industrie und Dienstleistungsbranche. Er ist Experte für Trend und Innovation, Berater und Coach (Change Management), Konzeptentwickler und Keynote Speaker.

Orte zum Ausruhen und Durchatmen, zum Abschalten, Genießen und zum »Mensch sein«. Das kann der Hotelier unterstützen, indem er für den Gast – aber auch für die Mitarbeiter – alles so einfach wie möglich hält. Das entspannt, macht glücklich und reduziert nebenbei auch noch Kosten.

12. Alles echt oder Altes neu erfinden

Es müssen nicht unbedingt original antike Möbel oder ein altes Gebäude sein; aber das Gesamtbild muss »echt und ehrlich« sein: beispielsweise Massivholz statt Furniertischplatten oder alte Lampen vom Flohmarkt. Wichtig sind auch Partner und Mitarbeiter, die diesen Ansatz verstehen und ihn mittragen.

13. Persönlichkeit, Führung und Konsequenzen

Tradition und Werte gehören zueinander. Mehr als in jeder anderen Form der Hotellerie erwarten die Menschen hier eine starke Persönlichkeit als Hotelier und Gastronom; geradlinig und dennoch voller Herzensgüte, mit Respekt gegenüber Gästen, Mitarbeitern und Partnern. Jemand, der seinen Mitarbeitern vermitteln kann, dass jeder seinen Beitrag zum Ganzen leistet, dass es klare Regeln gibt und Verstöße Konsequenzen nach sich ziehen. Eine Führungspersönlichkeit hat zugleich Vertrauen in die Fähigkeiten seiner Angestellten und motiviert sie. Mitarbeiter, die mit diesem Verständnis geführt werden, handeln im Sinne des Hoteliers. Und nebenbei: Ein gutes Betriebsklima ist enorm wirtschaftlich. Mitarbeiter arbeiten effektiv, sind selten krank, sind engagiert – auch über ihre Arbeitszeit hinaus –, sorgen für Gästezufriedenheit und höheren Umsatz.

14. Der richtige Trend und die richtige Lage

Alles Können und jede gute Absicht nützen nichts, wenn der Betrieb nicht die richtige Lage hat oder der Markt schon übersättigt ist. Das Angebot muss auf einen gewissen Bedarf treffen, oder es wird etwas geboten, was andere so nicht haben.

Stimmig bis ins kleinste Detail: Das Dessert »krönt« ein Schoko-Geweih, das dem Logo des Hubertus nachempfunden ist

15. Ein Konzept braucht klare Regeln

Ein Konzept muss kalkulierbar sein. Gäste haben gewisse Erwartungen, die sie mit Tradition verbinden, haben eine Art »Drehbuch« im Kopf. Werden diese Drehbuchelemente gut getroffen, ist der Gast zufrieden. Es gibt also bewusste und unbewusste Regeln und Abläufe für die Inszenierung von Tradition. Natürlich macht es auch Spaß, ab und zu mit solchen Regeln spielerisch zu brechen; aber es muss auch als »spielerisches Element« zu erkennen sein. Andernfalls denkt der Gast, er ist »im falschen Film« – das macht ihn unsicher und er kommt nicht wieder.

16. Stolz sein und Spaß haben

Das Wichtigste ist der Stolz auf das, was man tut. Mit Geben kann jeder Gastgeber so viel glücklicher werden als mit Nehmen. Wer als Hotelier Freude an seinem Tun hat, überträgt dies auf seine Mitarbeiter. Die Gäste spüren das; sie fühlen sich wie bei Freunden und sind gerne zu Besuch.

Traditionshotel ganz modern

Ein überzeugendes Beispiel für ein Traditionshotel, das in Region, Landschaft und Kultur fest verankert und trotzdem ganz im Hier und Heute ist, ist das Hubertus Alpin Lodge & Spa in Balderschwang. Das Hotel ist seit zwei Generationen in der Familie und wird heute von Christa und Karl Traubel geführt. Im Jahr 2010 wurde eine Neuausrichtung auf Wellness vorgenommen und das Hotel grundlegend umgebaut. Heute umfasst es 66 Gästezimmer. Statt eines Restaurants gibt es sechs Gasträume (insgesamt 140 Plätze), alle von überschaubarer Größe und unterschiedlich gestaltet. Einer davon ist die urige »Bauernstube«, die im traditionellen Stil erhalten blieb. Dazu gibt es die Sonnenterrasse und den »Kuchl-Tisch«, an dem der Küchenchef persönlich serviert. »Das Hubertus steht als ›Zuhause auf Zeit‹, in dem die Natur des Allgäus und die herzliche Gastfreundschaft der Menschen in dieser Region eine tragende Rolle spielen. Zugleich ist es modern und klar, von der Architektur über das Design bis zur Gastronomie«, so Hausherr Karl Traubel. »Wir verbinden hohen Anspruch mit Bodenständigkeit und zeitgenössischen Elementen. Und sehr viel Nähe zum Gast.« Auch in der Gastronomie bringt das Hubertus seine Philosophie deutlich zum Ausdruck. Die Heimatverbundenheit wird durch die Verwendung regionaler Produkte unterstrichen, wobei Rezepturen und Anrichteweise an moderne Ernährungsvorlieben angepasst sind.

PIERRE NIERHAUS