

Hotelier

Das Schweizer Fachmagazin
für Hotellerie und Gastronomie



Chris Rosser, Präsident der Hotelkooperation Frutigland

Der junge Thuner ist einer der kreativsten Hoteliers der Schweiz

Report
Wie man mit
Bleisure-Gästen
Geld verdient

Management
Positionierung ist auch
für kleine Privathotels
ein wichtiges Thema

Digital & Marketing
Wohin geht
die digitale Reise
für die Hotellerie?



Award von «GEO Saison» für das «Kranzbach»

Europas bestes Wellnesshotel

Es ist ein Hideaway in absoluter Ruhelage auf 1030 Meter über Meer. Weder Nachbarn noch Durchgangsstrassen noch Stromleitungen stören die Idylle. An diesem besonderen Ort, mitten in der Natur, steht das Hotel- und Wellnessrefugium «Kranzbach». Jetzt wurde das Resort mit einem weiteren Award geehrt: Das Magazin «GEO Saison» kürte es zu Europas bestem Wellnesshotel. «Hotelier» sprach mit Gastgeber Klaus King über sein Erfolgsprinzip.

TEXT **Hans R. Amrein**

Welches Haus würden Sie Freunden empfehlen? So lautete beim Magazin «GEO Saison» bei der Suche nach Europas schönsten Hotels die alles entscheidende Frage. In der Kategorie «Wellness» lautete die eindeutige Antwort der Jury: das Refugium «Das Kranzbach». «Das freut uns natürlich», meint Hotelinhaber Dr. Jakob Edinger. «Und das tut uns gut.» Für den Investor aus Tirol kam diese Auszeichnung überraschend und «wie aus heiterem Himmel». Warum Sascha Aumüller, Mitglied der Jury bei «GEO Saison», «Das Kranzbach» empfiehlt, begründet er nahezu philosophisch: «Es gibt keine Strassen, keine Nachbarn, nur die stille Bergwelt, Buckelwiesen und Nadelwälder. Das Quellwas-

ser ist so erfrischend, dass man Wein und Bier vergisst.» Und weiter meint Aumüller: «Die Wellness- und Spa-Landschaft erstreckt sich über 3500 Quadratmeter. Ruheräume haben einen offenen Kamin, durch Panoramafensterscheiben grüssen Zugspitze und Wetterstein. Neu ist das Meditationshaus im Wald. Weil die Natur die Seele heilt.» «Das Kranzbach» hat in den vergangenen Monaten nicht nur Eindruck auf die «GEO Saison»-Juroren gemacht. Beim Relax-Guide erhielt das Refugium mit vier Lilien die bestmögliche Bewertung. Der Hotel- und Restaurantführer Varta-Guide verlieh drei (von insgesamt fünf) Diamanten, und bei Holidaycheck waren's zuletzt 5,7 von 6 Punkten.

In Bezug auf Auszeichnungen kann das Hotel «Das Kranzbach» also durchaus mit seinem renommierten Fünf-Sterne-Superior-Nachbarn «Schloss Elmau» mithalten. Apropos: «GEO Saison» kürte das «Schloss Elmau» 2017, 2015, 2014 und 2012 zum «besten Wellnesshotel Europas». Jetzt prangt dieses Prädikat am ehemaligen Landsitz der kunstverständigen Britin Mary Isabel Portman zumindest für ein Jahr.

Klaus King, Sie haben mit Ihrem Hotel «Das Kranzbach» den «GEO Saison»-Award erhalten. Trotzdem: Warum sollte ein Gast das «Kranzbach» und nicht das weltberühmte Schlosshotel Elmau besuchen?



[1] «Onsen» – ein 40 Grad heisser Pool im Freien.

[2] Das Badehaus liegt mitten in der Natur.

[3] Der «games room» im historischen Haupthaus.

[4] Lesecken hier und dort, da findet jeder seinen Platz.

Schwierige Frage! Beide Häuser haben eine völlig andere Ausrichtung, wir sprechen mit unserem Hotel auch eine andere Zielgruppe an.

Sie setzen auf Aspekte wie Ruhe und Stille, Natur, Gesundheit, Nachhaltigkeit. Welche Zielgruppen sprechen Sie denn vor allem an?

Wir sprechen hauptsächlich Menschen an, die eine Auszeit brauchen. Sie wollen sich weit ab von Lärm und Unruhe erholen. Im «Kranzbach» steigen nur Privatgäste ab. Wir haben uns deshalb von allen Reisebüros und sämtlichen Online-Buchungsplattformen getrennt.

Es gibt hier keine Gruppen, Tagungen, Seminare und Hochzeiten. Wir wollen unsere Gäste vor jeglicher Unruhe im Haus schützen.

Wenn Sie «Das Kranzbach» in wenigen Worten kurz beschreiben müssten, wie würde der Werbeslogan lauten? «Das Kranzbach» ist ein mystisches Hideaway am Fusse der Zugspitze, ein Kraftort mitten in der Natur.

Ihr Hotel ist ganzjährig geöffnet. Wie schaffen Sie das?
Aufgrund unserer Positionierung und Ausrichtung auf Natur, Ruhe und Well-

ness haben wir inzwischen eine fast gleichmässig durchgängige Jahresbelegung. Sie liegt bei über 80 Prozent – und zwar aufs ganze Jahr gesehen.

Wellness bieten heute die meisten Resorthotels an. Was bietet «Das Kranzbach», was andere Mitbewerber nicht bieten können?

Es ist dieser besondere Ort mitten in der Natur, es ist das unter Denkmalschutz stehende englische Schloss, das von einer der besten Interieur-Designerinnen der Welt (Ilse Crawford aus London) gestaltet wurde. Wir bieten dem Gast viel Raum auf einer 130 000 Quadratmeter grossen

«Wir setzen im «Kranzbach» auf die bewährten, klassischen Angebote.»
KLÄUS KING



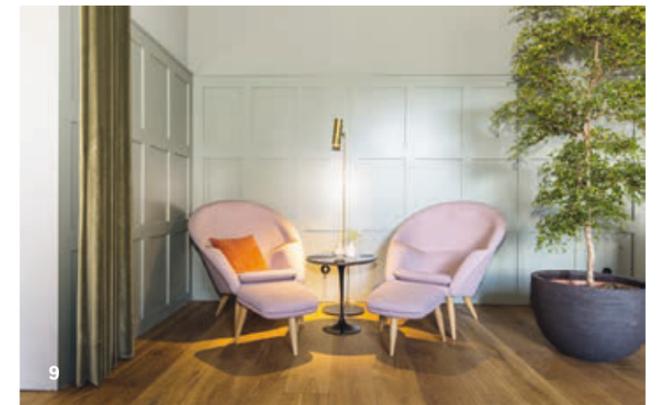
[5] Erholung und Schlaf werden im «Kranzbach» grossgeschrieben.

[6] Die Inneneinrichtung ist schlicht und dezent, auch in der Farbwahl.

[7] Im Dachgeschoss steht eine Badewanne aus früheren Zeiten.

[8] Erholung am Cheminéefeuer, und der Tag ist gelungen.

[9] Die Sitzecke in Marys Room lädt zum Verweilen ein.



Bergwiese. Die Ruhe wird hier nur durch Vogelgezwitscher und den Wind unterbrochen. Es ist kein Strassenlärm zu hören, es gibt keine direkten Nachbarn. Oder denken Sie an unser Badehaus mit 6 Pools und 30 Behandlungsräumen.

Neuerdings haben Sie ein Meditationshaus mitten im Wald. Wie kommt das bei den Gästen an? Und wer hatte die Idee?

Die Idee kam von unserem Eigentümer, als wir uns über künftige Mehrwerte für unsere stressgeplagten Gäste unterhalten hatten. Die Meditationsangebote kommen bei unseren Gästen äusserst gut

an, auch Meditationen, die in Richtung Zen gehen, sind sehr beliebt, wobei hier mit Zen die Methode und nicht die Religion gemeint ist.

Der Trendforscher Matthias Horx hat vor einigen Jahren den Begriff Selfness lanciert («Die Reise zum Ich»). Ist das «Kranzbach» ein Selfness-Hotel?

Wir wollen, dass unsere Gäste zu innerer Ruhe finden und sich eine Auszeit gönnen. Sie sollen nicht von den üblichen, alltäglichen Unterhaltungsprogrammen und musikalischer Berieselung abgelenkt werden, sondern sich nur auf sich konzentrieren können.

Das Thema Esoterik ist umstritten, nicht alle Gäste mögen esoterische Angebote. Wie gehen Sie mit diesem Begriff um?

Wir bieten im Hotel «Kranzbach» nichts Religiöses an – auch keine esoterischen Anwendungen von Schamanen oder Gurus. Wir setzen auf die bewährten Angebote.

Wie hat sich das Resort in den letzten fünf Jahren in finanzieller Hinsicht entwickelt?

Kontinuierlich gut. Sie werden sicher verstehen, dass wir als Privatunternehmen keine Zahlen veröffentlichen.

Wo ungefähr liegt die Rendite des Hauses?

Die erreichte Rendite ist so gut, dass wir das Resort laufend weiterentwickeln können. Investitionen werden aus den jährlichen Betriebsergebnissen finanziert. Also aus eigenen Mitteln.

In welchem Bereich liegen im «Kranzbach» die Personalkosten?

Unter 30 Prozent.

Schweizer Hoteliers werden Sie beneiden! Sprechen wir über die sogenannte Service-Exzellenz, die viele Hoteliers auf ihre Fahne geschrieben

haben. Was verstehen Sie darunter, und wie setzen Sie diese konkret um?

Service-Exzellenz beginnt lange vor der Anreise und endet nicht bei der Abreise! Wir wollen mit unseren Gästen in Kontakt bleiben und sie zu treuen Stammgästen machen. Dies bedeutet ein tägliches Arbeiten an der kompletten Servicekultur im Hause. Viele motivierende Gespräche, Trainings und Schulungen sind nötig, um diese Servicekultur zu erreichen. Es wird nie ein Ende geben!

In der Schweiz existiert kein Resort, das man mit dem «Kranzbach» direkt vergleichen könnte. Warum eröffnen Sie

nicht ein «helvetisches Kranzbach» in den Schweizer Bergen?

Ich bin überzeugt, dass die Schweizer Gäste ein «helvetisches Kranzbach», so wie Sie es nennen, lieben würden. Wir wären bereit und würden sofort loslegen, doch es fehlt uns noch der passende Standort in der Schweiz. Der Standort ist ja ein ganz entscheidender Erfolgsfaktor.

Steigen eigentlich viele Schweizerinnen und Schweizer im «Kranzbach» ab?

Wir würden uns sehr freuen, wenn noch mehr Schweizer Gäste unser Haus besuchen würden! Die meisten kommen aus der Deutschschweiz.



Ein Meditationshaus mitten im Wald

Mit der Realisierung eines eigenen Meditationshauses durch den renommierten japanischen Architekten Kengo Kuma hat das «Kranzbach» ein weiteres Highlight für seine Gäste geschaffen. Inhaber Dr. Jakob Edinger entschied sich für Kengo Kuma, «weil die Meditation in Japan kulturell fest verwurzelt ist und Holzbauten eine grosse Tradition haben». 200 Meter vom Hotel entfernt bietet das

Meditation House den Gästen eine Rückzugsoase. Allein oder in Kleingruppen können sich die Hotelgäste darin üben, Körper und Geist zur Ruhe kommen zu lassen und die Konzentration nach innen zu richten. Das Meditation House ist exklusiv nur für Hotelgäste zugänglich. Auf einer Gesamtfläche von 160 m² beherbergt das eingeschossige Gebäude einen 80 Quadratmeter grossen Meditations-

raum und eine Teelounge. Die Übergänge zwischen innen und aussen scheinen durch eine bodentiefe Verglasung auf drei Seiten, die den Blick in den Wald freigibt, fließend. Die Fensterfront im Westen kann grossflächig geöffnet werden. 1550 handbearbeitete Schindeln aus steirischer Weisstanne bilden ineinander verschränkt als filigranes, geometrisches Muster die Decke.



Interview mit Investor Dr. Jakob Edinger

Warum investieren Sie in Hotels, Herr Edinger?

Hinter dem einzigartigen «Kranzbach» in Oberbayern steht als Investor und Inhaber der österreichische Tourismus-Experte Dr. Jakob Edinger. «Hotelier» sprach mit Jakob Edinger über Investitionen in Hotels, Hotelstandorte und Rentabilität: Wäre ein Resort wie das «Kranzbach» auch in der Schweiz machbar?

Herr Dr. Edinger, warum haben Sie vor einigen Jahren das «Kranzbach» gekauft und dann viele Millionen Euro in das Resort investiert?
Wir führten damals bereits Hotels in Österreich und wollten bewusst ein Hotel in Deutschland dazunehmen – nahe unserem Hauptmarkt. Dann kam uns der Zufall zu Hilfe!

Rein wirtschaftlich gesehen: Kann man mit dem «Kranzbach» gutes Geld verdienen, oder ist das eher ein Liebhaberobjekt?
Ich liebe das «Kranzbach», es ist aber kein Liebhaberobjekt, es muss jedes Jahr eine Rendite erwirtschaften, um lebendig und wettbewerbsfähig zu bleiben.

Wenn Sie eine Art Zwischenbilanz ziehen müssten: Hat sich Ihr Engagement im «Kranzbach» gelohnt?
Das Arbeiten, das Nachdenken und das Tüfteln an der Konzeption eines neuartigen Ferienhotels in einem völlig einsamen Bergtal ohne jede touristische Infrastruktur bereichern mein Leben jeden Tag. Ökonomisch gesehen hat das «Kranzbach» ab dem vierten Betriebsjahr die Erwartungen übertroffen.

Das «Kranzbach» ist zweifelsohne ein einzigartiges Refugium. Warum realisieren Sie nicht ein vergleichbares Resort in der Schweiz? Sozusagen ein «helvetisches Kranzbach» ...
Ich bewundere die Schweizer Kollegen für ihr Durchhaltevermögen bei schwierigen Rahmenbedingungen: Die hohen Grundstücks- und Baukosten, der Schweizer Frankenkurs, die Lebensmitteleinkaufspreise und die Lohnkosten belasten die Schweizer Hotellerie im Wettbewerb mit den umliegenden Nachbarländern. Allerdings: Die Schweizer Gäste würden ein «helvetisches Kranzbach» lieben.

Ist der Standort Schweiz für Sie als Investor und Hotelbetreiber überhaupt eine Option? Wenn ja, welche Schweizer Regionen hätten das Potenzial für so ein Projekt?
Nicht die Region wäre für uns entscheidend, wir brauchten einen Talschluss ohne Durchgangsstrasse, mindestens fünf Hektaren Grund ohne Nachbarn, absolute Ruhe- und Sonnenlage, ein altes Klostergebäude... Das ist unrealistisches Wunschdenken.

Geben Sie uns doch im Sinne einer kurzen Übersicht einen Einblick in Ihr aktuelles Hotelportfolio. Und: Welche Hotelprojekte werden Sie in naher Zukunft noch umsetzen?
Unser Flaggschiff ist seit 20 Jahren das Hotel «Steirerhof» – zwischen Graz und Wien in der steirischen Wein- und Thermenregion gelegen – mit der exakt gleichen Hotelkonzeption wie das «Kranzbach», nur klassischer.

Wie lauten Ihre Kriterien, wenn Sie sich mit neuen Hotelprojekten befassen?
Standort und Rahmenbedingungen müssen uns überzeugen.

Der Bergsommer und der Bergtourismus machen vielen Anbietern zu schaffen. In gewissen Schweizer Berggebieten erzielt man 70 bis 80 Prozent der Wertschöpfung im Winter. Der Sommer ist die grosse Herausforderung. Sehen Sie einen Lösungsansatz für den Bergsommer?
Die saisonale Hotellerie in den Bergen bleibt ein hartes Brot. Ich denke ausschliesslich über Ganzjahreskonzeptionen nach – völlig unabhängig von üblichen Winter- und Sommersaisons. Das ist die intellektuelle Herausforderung. Ich weiss, dass dieser Ansatz eine besondere Nische anpeilt und nur für wenige Hotels möglich ist.



Konzept

Die Edinger Tourismusberatung

Dr. Jakob Edinger ist Inhaber der Edinger Tourismusberatung. Die Firma wurde 1970 von Edinger gegründet. Seither wurden über 5000 private Hotelbetriebe, touristische Destinationen, Freizeitinfrastrukturbetriebe und öffentliche Auftraggeber (Kommunen, Städte, Länder) betreut. Die Edinger Tourismusberatung ist ausschliesslich auf die Tourismus- und Freizeitwirtschaft spezialisiert, es werden keine Aufträge aus anderen Branchen übernommen. Die Edinger Tourismusberatung übernimmt im Auftrag von Eigentümern kurzfristige beziehungsweise langfristige Führungen von Hotelunternehmen (Interimsmanagement). Als Ausgangsbasis dienen zwei eigene Hotelunternehmen (Hotel Der Steirerhof Bad Waltersdorf, Hotel Das Kranzbach in Krün/Bayern) mit insgesamt circa 350 Mitarbeitenden.