

## Gastkolumne

# Hoteliers gehören an die Front

Von Winfried D. E. Völcker

Als Starwood vor Jahren Führungskräfte aus aller Welt nach Kalifornien einberief, war die Schlüsselnachricht „High Touch“ nicht „High Tech“. Die weichen, menschlichen Faktoren zählen mehr als Marmor, goldene Wasser-

dem Gast zu tun hat. Die wunderbare globale Welt der Hospitality ist seit jeher unsere Bühne, die Bühne der Gastlichkeit. Wer da sagt, das klassische Hotel sei tot, der redet natürlich völligen Quatsch. Allerdings sieht man nicht wenige Hotelleute und Gastro-

nomen, die fleißig daran zu arbeiten scheinen. Mich erinnert das an den österreichischen Bergsteiger, der einfach „keinen Bock“ mehr hatte, die hohen Gipfel zu erklimmen. Also erklärte er das Bergsteigen



*„Der Kunde  
kauft nie einen  
Preis, sondern  
immer Befriedigung  
für sich selbst“*

kurzerhand für tot. So kann man sich auch vor der Realität drücken.

Die Realität fordert in allen Kategorien globale Präsenz und lokale Relevanz. Global wegen der Zielgruppen und Segmente. Die lokale Relevanz stellt Bedürfnisse und Vorlieben der Kunden in den Mittelpunkt. Was nicht relevant ist, ist nicht attraktiv und interessiert auch nicht.

kurzerhand für tot. So kann man sich auch vor der Realität drücken.

Die Realität fordert in allen Kategorien globale Präsenz und lokale Relevanz. Global wegen der Zielgruppen und Segmente. Die lokale Relevanz stellt Bedürfnisse und Vorlieben der Kunden in den Mittelpunkt. Was nicht relevant ist, ist nicht attraktiv und interessiert auch nicht.

hähne und Technologie. Ja, was denn sonst haben alle guten Hotelleute rund um den Globus seit Jahrzehnten praktiziert? Service, Service, Service! Und die Erfolgreichsten machten es am besten. Operations, Controlling, Marketing – alles zweifelsfrei zwingend für nachhaltigen Erfolg.

Dieser Entscheidungsvorgang ist subjektiv. Ein vom Bauchgefühl bestimmter Prozess, der sich vortrefflich durch Kontakt mit den Gästen an der Front erfassen lässt. Der Kunde kauft nie einen Preis, sondern immer Befriedigung für sich selbst. Die Welt aus der Sicht des Gastes sehen und sie dann im Marketing-Mix umsetzen: So werden aus Kunden Gäste und aus Gästen Stammgäste.

Doch eines bleibt bestehen: Wir Hoteliers und Hotelmanager sind auf allen Ebenen zu allererst Gastgeber. Wir bewirten und beherbergen Menschen. Wir dienen und bedienen mit Liebe, Herz und Verstand. Natürlich sind wir auch Kaufleute und haben High Tech längst zum Alltag gemacht.

Die Hotellerie ist und bleibt ein Geschäft, das von Menschen gemacht wird und in dem die Führungsriege als Vorbild und Gastgeber an die Front gehört: Zu den Mitarbeitern und zu den Gästen. Hospitality heißt Gastlichkeit und umfasst alles, was mit

**Der Autor** ist Chef der VHC Völcker Hospitality Company GmbH in Frankfurt-Dreieich