

Romantik Hotel Hornberg, Saanenmöser, Gastgeber Brigitte und Christian Hoefliger-von Siebenthal

# Kein Buchungsportal von Nöten

Christine Bachmann Christian und Brigitte Hoefliger-von Siebenthal setzen auf Direktmarketing und engagierte Mitarbeitende – erfolgreich.

Stimmengewirr, heiteres Lachen, ein Grüezi da, ein Bonjour dort. Im Romantik Hotel Hornberg in Saanenmöser-Gstaad kennen Gastgeberpaar Brigitte und Christian Hoefliger-von Siebenthal jeden Gast mit Namen sowie dessen Vorlieben – so richtig alte Schule. Hier im traditionellen Familienbetrieb existiert es noch: gelebtes Gastgbertum. «Wir leben von der Nähe zum Gast, der als Dankeschön bei uns zum Wiederholungstäter wird», erläutern Hoefligers.

In Zahlen ausgedrückt frequentieren das Romantik Hotel Hornberg über 70 Prozent Stammgäste – «überwiegend Schweizer, gefolgt von Gästen aus Europa». Das Marketing beschränkt sich weitgehend auf Mund-zu-Mund-Propaganda. Einzige Ausnahme: die Mitgliedschaft bei den Vereinigungen Romantik Hotels und Relais de Silence. «Die Romantik Hotels öffnen uns den Zugang zum deutschen Markt. Zudem schätzen wir den Austausch sowie Zusammenhalt in dieser Vereinigung unter den Mitglied-Hoteliern.» Relais de Silence indes bringe den französischen Gast ins Berner Oberland.

Online-Buchungsportale als Distributionsmittel werden im Hornberg indes nicht genutzt. Eine bewusste Entscheidung, wie Christian Hoefliger betont, aber in der Branche immer wieder für Erstaunen sorge. Denn in der Hotellerie gehören Online-Buchungen zum Standard (siehe Grafik). «Für uns ist es eine klare



«Ein gutes Produkt ist das beste Marketing», sind Brigitte und Christian Hoefliger-von Siebenthal überzeugt.

Strategie, dass wir auf keinem Portal zu finden sind, und wir werden auch nie auf einem zu finden sein.» Die Gründe dafür seien bestechend: Erstens assoziiere der Gast mit Booking.com und Co. von vornherein einen Preisabschlag. Zweitens gebe es bei ihnen im Haus grundsätzlich kein Yield-Management: «Bei uns zahlt der Gast, der drei Tage vorher bucht, genauso viel wie derjenige, der drei Monate vorher bucht.» Und drittens seien die Kommissionskosten einfach zu hoch. «Am Ende ist ein gutes Produkt das beste Marketing, wenn das Preis-Leistungs-Verhältnis stimmt», sind die beiden Gastgeber überzeugt.

Seit 12 Jahren führt das junge Paar nun in dritter Generation den elterli-

chen Betrieb von Brigitte. Das heutige Romantik Hotel Hornberg hat sich seit der Eröffnung 1936/37 von einer Pension mit 24 Betten zu einem 4-Stern-Hotel mit 40 Zimmern und 85 Betten gemausert. «Ein überschaubarer Betrieb», wie Christian findet. «Bei dieser Anzahl Zimmer kann ich jeden Gast noch persönlich mit Namen begrüssen, für ihn da sein, 15 Zimmer mehr, und das wäre mir nicht mehr möglich.» Der persönliche Umgang ist am Ende das Erfolgsrezept der beiden.

Sehr wichtig ist Brigitte und Christian Hoefliger auch der Umgang mit den Mitarbeitenden: «Wir pflegen hier einen offenen und kollegialen Umgang und sind mit allen per Du.» Dabei sei für sie essenziell, dass sich ihre eigene Lust und Energie auf die Arbeit der Mitarbeitenden überträgt und diese die Philosophie des Hauses mittragen. Damit diese Nähe möglich ist, haben die beiden vor vier Jahren beschlossen, nur noch auf unbefristete Anstellungsverhältnisse zu setzen. «Das war im ersten Moment kostenintensiv, aber langfristig hat es sich für uns auszahlt. Da die Leute im Betrieb integrierter und engagierter sind und wir eine stärkere Bindung zu den Mitarbeitenden aufbauen können», betonen die beiden. Heute werden sie im Betrieb von insgesamt 48 Mitarbeitenden unterstützt, darunter 7 Lernende.

Investiert haben die beiden aber nicht nur in die persönliche Umgangskultur und das Mitarbeiterwesen, sondern auch in die Infrastruktur. «Wir konnten glücklicherweise in den letzten zwölf Jahren sehr viel erneuern, um- und dazubauen.» Investiert wurden bis heute mittels erwirtschafteten Eigenmitteln und der Unterstützung der Hausbank mehrere Millionen Franken. So sind unter anderem alle Zimmer saniert worden, es entstanden ein Spa, neue Seminarräumlichkeiten, die heute Platz für bis zu 25 Personen bieten, sowie ein Natur-Schwimmbaden im Garten, das bei den Gästen im Sommer sehr beliebt sei. «Eine gute Infrastruktur ist in der Hotellerie die Voraussetzung, und die muss stimmen, denn darauf erhebt der Gast Anspruch», sagen die beiden Gastgeber. Dennoch dürfe man gerade heute die Softfaktoren nicht unterschätzen. Denn am Ende mache nicht die Infrastruktur einen Gast zum Stammgast, sondern der belebte Inhalt. [www.hotel-hornberg.ch](http://www.hotel-hornberg.ch)

EN BREF

Christian et Brigitte Hoefliger-von Siebenthal misent sur le marketing direct et des collaborateurs engagés. Le Romantik Hotel Hornberg à Saanenmöser renonce aux portails de réservation en ligne comme moyen de distribution. «En fin de compte, un bon produit est le meilleur des marketings.» Tous deux en sont convaincus.

ANZEIGE

96 Jahre

## HOBEDA

peugeot-muehlen.ch  
Sonderpreise auf Salz- und Pfeffermühle von Peugeot

Zum Beispiel: Fidji-Mü Nr. 560065, ein Art aus ca. 10000 im St.

hobeda.ch

GJ/170476

### Hotelgigant im Aufwind

Hotelgigant Accor kann sich über ein kräftiges Umsatzplus im vierten Quartal freuen. Wie Accor vermeldete, haben sich die Geschäfte des Konzerns auf den meisten Märkten solide entwickelt und im Vergleich zum Vorjahr sogar gesteigert. Auch das Portfolio der Hotelkette hat sich mit 208 Hotel-Eröffnungen mit 29 556 Zimmern zu nunmehr 3700 Hotels mit 470 000 Zimmern ausgeweitet. «Die konsequente Umsetzung unserer neuen Strategie und die Beschleunigung des Umsatzwachstums im vierten Quartal macht es uns heute möglich, unseren operativen Gewinn auf knapp 600 Millionen Franken anzuheben», rapportiert Accor-CEO Sébastien Bazin.

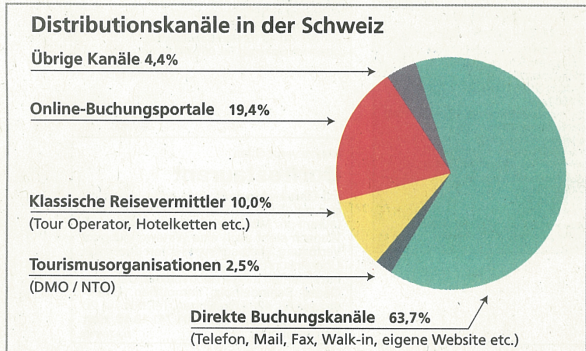
### Hotelbetrieb in Planung

Im zürcherischen Elsau soll gemäss Bauausschreibung auf der Gemeinewebsite in Kürze ein Hotelneubau entstehen. Bauherr des Projekts ist Knecht AG. Wie Geschäftsleitungsmitglied Erwin Knecht gegenüber dem «Landboten» äusserte, soll das Hotel «Hundert Sterne» heissen, rund acht Millionen Franken kosten und 83 Zimmer bieten. Mit dem Neubau soll eine Marktlücke geschlossen werden. Denn wie er als Arbeitgeber festgestellt habe, fehle es in der Region an zahlbaren Unterkünften für Handwerker, die mehrere Wochen für ein Projekt angestellt seien.

### Hotelpetriebe mit Handlungstrib



Nach dem «Franken-Schock» wird von allen Seiten kurzfristige Massnahmen für den Tourismus gefordert (siehe auch Seite 3). Auch vereinzelt Protagonisten der Hotellerie springen in diesen Zug auf und stellen ihre Forderungen. So ruft autobahnhotels.ch Davidischer Manier alle Buchungspersonale dazu auf, ihre Kommissionen bei den Buchungen von Gästen aus dem Euro Land um 5 bis 10 Prozent zu senken. Die Mitglieder von autobahnhotels würden im Gegenzug dafür dankbar sein.



Jede fünfte Buchung wird heute über eine Online-Buchungsplattform generiert.

Kriens, Luzern: Mobimo plant 250-Millionen-Franken-Projekt

## Hotelneubau im Mattenhof-Areal

Auf dem Areal am S-Bahnhof Mattenhof Kriens plant die Mobimo Management AG bis 2018 einen 250-

Millionen-Franken teuren Mikrokosmos – Fokus Wohnen, Arbeiten und Freizeit. Auf dem Areal wird dabei

auch ein Hotelneubau mit 155 Zimmern sowie Konferenzräumen entstehen – das Business-Lifestyle Hotel im Mattenhof Luzern Süd. Wie Projektleiterin Claudia Siegle von der Mobimo Management AG gegenüber Gastrojournal verlauten liess, habe



Mothotel Pilatusblick

## Ende naht

Das Mothotel Pilatusblick in Kriens schliesst nach 52 Jahren seine Türen. Begründet wird die Schliessung auf der Pilatusblick-Website unter anderem mit der heutigen Bausubstanz, die zu schlecht sei, um notwendige und umfassende Sanierungen zu ermöglichen.