



Tipp

CHALET-GEMÜTLICHKEIT UND FAMILIENANSCHLUSS: DIE RÜCKBESINNUNG AUF DIE GUTE ALTE ZEIT LIEGT BEI GÄSTEN VOLL IM TREND

Waren es früher die renommierten Hotelketten, die große Zahlen von Gästen für sich verbuchen konnten, so geht seit einiger Zeit der Trend hin zu mehr Überschaubarkeit. Sind Status und Moderne also weniger wichtig geworden? Keineswegs, denn an Zeitgeist und Niveau lassen auch Boutique-, Chalet- oder Wellnesshotels nicht missen. Es liegt vielmehr an den Gästen, deren Bedürfnisse sich verändert haben: Sie wünschen sich ein individuelleres, persönlicheres Erlebnis bei einem Aufenthalt – mit dem Wunsch nach Behaglichkeit und Wohlfühlen. Zeitgemäßer digitaler Komfort wird vorausgesetzt.

Zunächst ein paar Zahlen: 2020 haben mehr als 302 Millionen Gäste* in deutschen Beherbergungsbetrieben übernachtet – die deutlichen Auswirkungen durch Corona zeigt der Vergleich: In 2019 waren es rund 495 Millionen*. Stand Juli 2021 gab es rund 50.900* geöffnete Beherbergungsbetriebe, Campingplätze eingerechnet. Es gilt also, sich als Betrieb in einem breiten Wettbewerbsumfeld erfolgreich durchzusetzen.

In den letzten Jahren war zu beobachten, dass individuelle Unterkünfte immer stärker gefragt sind. Immer mehr Hotels werden zu Nischen-Anbietern, um Gäste mit einzigartigen Angeboten zu überzeugen. Design oder Luxus allein reichen längst nicht mehr, Betriebe mit einer klaren Positionierung haben die Nase vorn. Berge oder Meer, Stadt oder Land, Gesundheit oder Gourmet, Kultur oder Action – Themen gibt es viele, die den individuellen Wohlgefühl- und Erlebnischarakter bedienen. Nur: Authentisch sollte das Konzept sein und auf die emotionalen Wünsche des

Gastes einzahlen. Denn obwohl der Gast sehr wohl gerne von flexibler Onlinebuchung und digitalisiertem Check in-Prozess profitiert, sich gerne auch im Hotel TV namentlich begrüßt sieht und smarte Services im Haus nutzt, wird Offline-Dienstleistung nicht weniger bedeutsam: Das kann die persönliche Begrüßung durch die Inhabersfamilie sein, das die Menschen hinter dem Hotel greifbar macht und echte Wertschätzung vermittelt, oder ein Sport- oder Koch-Event, das ihn in fast familiärer Weise einbezieht – wie bei einer Führung durch den eigenen Bio-kräutergarten, einer geführte Bergtour oder eine Degustation im eigenen Weinkeller. Das können die Präsentation der Räume und die Accessoires sein, die den Erlebnischarakter des Hauses auf individuelle und einzigartige Weise prägen – wie Design mit nachhaltigen Materialien aus der Region, Naturkosmetik aus regionalen Rohstoffen oder Dekoration mit Werken lokaler Künstler etwa – oder das kulinarische Angebot, das eine direkte Verbindung zur gewählten Destination knüpft.

Individualität, Authentizität und Menschlichkeit als Erfolgsgrundlage für die Zukunft? Ganz genau. Denn eines ist unbestritten: In einer zunehmend digitalisierten, zwar komfortablen, aber auch unpersönlichen Welt wächst die Sehnsucht nach alten Werten und altbewährtem persönlichem Miteinander. Alles dreht sich darum, was der Gast an diesem Ort sucht, um sich wohl- und verbunden zu fühlen. Und genau das bietet Gastgebern große Chancen für die Zukunft. &

* Quelle: statista.de

Autorin: Monika Herrmann-Tross