

WELLNESS

Thema: [WELLNESS TIROL]

Ausblick auf Tourismus-Highlights

■ Internationale Tourismuskünfte werden laut der Prognose der Weltorganisation für Tourismus um 3,3 Prozent pro Jahr auf 1,8 Milliarden im Jahr 2030 steigen. Dabei liegt das Wachstum bei klassischen Destinationen bei 2,2 Prozent, junge Destinationen hingegen legen um 4,4 Prozent zu. Diese sollen 2030 auf über eine Milliarde internationaler Ankünfte verweisen können.

„Je rechtzeitiger, desto besser“

Bis 2020 stehen laut einer Schätzung der KMU-Forschung Austria rund 2000 Hotels in Österreich zur Übergabe an. Auf was dabei zu achten ist, weiß der Unternehmensberater Clemens Westreicher.

STANDORT: Was unterscheidet Hotelübergaben von Übergaben anderer familiengeführter Unternehmen?
CLEMENS WESTREICHER: Überhaupt nichts. Übergabe ist brachenunabhängig und die strategische Letztverantwortung des Unternehmers. Das kann ein Industriebetrieb sein, eine Tischlerei oder ein Fünf-Sterne-Hotel. Einen Unterschied sehe ich in der Größe der Betriebe, bei kleineren sind die Beteiligten emotional stärker gefordert.

STANDORT: Besteht ein Unterschied zwischen einer Übergabe in einem Unternehmen der ersten Generation und einer in einem Traditionsbetrieb?
WESTREICHER: Ja, ein deutlicher. In der ersten Generation hat der Gründer einen anderen Bezug zum Unternehmen. Zudem hat die erste Generation noch nie einen Übergabeprozess durchgemacht.

STANDORT: Sie verdeutlichen Übergaben in Familienbetrieben mit drei Kreisen. Für was stehen diese?

WESTREICHER: Ein Kreis ist die Familie, einer die Geschäftsführung, einer das Eigentum. Die Kreise sind sehr stark ineinander verflochten – z.B. hat die Familie Auswirkungen auf das Unternehmen und umgekehrt. Die Familienmitglieder können in allen Kreisen beheimatet sein, aber auch nur in einem. Wann immer es zu Grenzüberschreitungen kommt,



Clemens Westreicher: „Man muss analysieren, ob das Hotel übergabefit ist.“

z.B. der Sohn in den Betrieb eintritt und damit auch zum Mitarbeiter wird, kommt es zu Reibungen.

STANDORT: Die durch Vorbereitung vermindert werden können?

WESTREICHER: Ja, nur wie passieren heute viele Übergaben. Der Senior will vom langjährigen Steuerberater ein Übergabekonzept, der macht ein steuerliches. Das kann gut gehen, muss aber nicht. Aus vielen eigenen Beobachtungen: Eine Übergabe rein steuerlich betrachtet hält nicht. Wichtig sind auch die Familie, die Struktur sowie die Zukunftschance des Unternehmens. Das Verständnis für die drei Kreise kann dabei viel bewirken.

STANDORT: Was ist die Familie?

WESTREICHER: Mehr als nur die Kinder – Schwiegersöhne, uneheliche Kinder, die Nichten, die zweite Ehegattin, der Lebenspartner. Die Fragen, wer Familie ist und welche Erwartungen jeder hat, sind wichtig. Wenn das geklärt ist, hat man viel erreicht. Es kann sich ja herausstellen, dass der Kronprinz das Hotel gar nicht übernehmen...

STANDORT: ...sondern weiter in der Küche arbeiten will.

WESTREICHER: Das eine ist Wille, das andere ist Fähigkeit. Wenn man jemanden hat, der übernehmen will und fähig ist, in bestimmten Be-

reichen aber Mankos aufweist, muss man Lösungen finden – soll er sich selbst dorthin entwickeln oder stelle ich ihm jemanden zur Seite.

STANDORT: Wie schaut es mit dem dritten Kreis, dem Eigentum, aus?

WESTREICHER: Man muss analysieren, ob der Betrieb eine Größe hat, um Miteigentum anzudenken oder nicht. Dann, ob das Hotel übergabefit ist und der Nachfolger eine Chance hat. Entscheidend ist dabei nicht der Substanz-, sondern der Ertragswert. Bleibt vom Unternehmenswert nach Abzug des Fremdkapitals, der notwendigen Investitionen, des Unternehmerlohns und der Nachfolgekosten – Leibrente, Auszahlung weicherer Kinder – etwas übrig, macht eine Weiterführung Sinn. Bei vielen Hotels ist die Nulllinie aber schon nach Abzug des bestehenden Fremdkapitals überschritten. Daher ist es eine Herausforderung, dass die Überbergeneration den Betrieb so attraktiv macht, dass die Jungen ihn mit Perspektiven übernehmen können – und wollen.

STANDORT: Man sollte sich also früh mit der Übergabe beschäftigen?

WESTREICHER: Übergaben passieren häufig aus einem Notfall heraus, z.B. ein tödlicher Unfall. Ansonsten gilt: Je rechtzeitiger, desto besser. Es gibt auch Aussagen, dass die Übergabe schon mit der Geburt beginnt. Info: www.westreicher-consulting.at

FAKTEN. NEWS.
[Thema: Wellness]

■ Bestehende Produkte und Dienstleistungen zu verbessern, war das Ziel der Clusterworkshopreihe „Pimp my Business“. Gemeinsam mit Innovationscoach Martin Oberhauser begleitete der Cluster Wellness seine Mitglieder in drei Workshops von der Analysephase bestehender Produkte über die Optimierungsphase bis zur Umsetzungsphase. Mit einem greifbaren Plan, wie Schritt für Schritt das eigene Angebot noch attraktiver gemacht werden kann, arbeiten die Teilnehmer nun kontinuierlich an Verbesserungen.



Foto: Gastfreund

■ „Gastfreund“ ist sowohl mobiler Reiseführer und interaktiver Freizeitbegleiter als auch digitale Hotelmappe und Ortsleitsystem. Die mehrfach ausgezeichnete Plattform der Kemptener Gastfreund GmbH wurde speziell für die Tourismus- und Freizeitbranche entwickelt und wird Gästen und Einheimischen in den Regionen Allgäu, Oberbayern, Tirol und Vorarlberg kostenlos zur Verfügung gestellt. Das überregionale Netzwerk besteht aus hunderten Unterkünften, Gastronomiebetrieben, (Freizeit-)Dienstleistern und Einzelhändlern, die ihr Angebot und ihre Leistungen mit einem individuellen – durch Baukastenweise selbst gestaltbaren – Auftritt in der App und auf dem Online-Portal präsentieren. Mehr Informationen gibt es auf www.gastfreund.net

Mehr Info

Mehr Top-Betriebe aus dem Cluster Wellness Tirol finden Sie auf www.standort-tirol.at/mitglieder

[konkret GESEHEN]

Gesamtpaket kommunizieren

Die aus dem Kuvert gestanzte Batterie „verfärbt“ sich von rot/leer bis grün/voll, sobald man die Einladung aus dem Umschlag zieht – „Batterie aufladen“ bildlich umgesetzt als Mailing für ein sieben-tägiges Spezialprogramm eines Gesundheitshotels. „Mit Sprache und optischer Aufmachung neue Wege der Kommunikation zu gehen“, meint Robert Fattor, Geschäftsführer der Werbeagentur Forward, sei eine der Herausforderungen, wenn Medical Wellness und Gesundheit marktgerecht vermittelt werden sollen. Der Innsbrucker Werber hat sich rund um das Thema Gesundheit und Wellness einen Schwerpunkt gesetzt. „Das Thema Gesundheit wird wichtiger“, sagt er. Auch würden sich viele Tourismusbetriebe diesem Thema zuwenden, um Nischen zu besetzen, wichtig sei aber, so Fattor, dass man das Rüstzeug mitbringe: „Stimmt das Produkt, ist die Kommunikation leichter.“

Als Ausgangspunkt seiner Arbeit sieht er das Zuhören: Was ist der Wunsch der Geschäftsführung? Wo soll es hingehen? Was will man erreichen? „Kennt man das Produkt, kann man sich Alleinstellungsmerkmale und die Wege, diese zu transportieren, überlegen“, hält Fattor fest. Dabei sei ein einheitliches Wording mit einem bestimmten Stil wichtig, das Tun und Handeln z.B. im medizi-



Robert Fattor: „Einheitliches Wording soll Tun und Handeln kommunizieren.“

nischen Bereich fachlich richtig, aber doch so verständlich wie möglich kommuniziert. Entscheidend aber ist, ein Gesamtpaket zu kommunizieren. „Man muss umfassend denken und das Thema leben“, ist er überzeugt: „Das Um und Auf ist ein einheitliches Bild – und zwar den Gästen, der Allgemeinheit und den Mitarbeitern gegenüber.“

Speziell die Mitarbeiter, deren Findung, Führung sowie Aus- und Weiterbildung wären ein wichtiges Thema, denn, so Robert Fattor, „haben schließlich die Mitarbeiter des Hauses ständig den direkten Kontakt zum Gast.“ Mehr Informationen unter www.forward.cc

Gesteigerte Zufriedenheit

Mit eigens ausgebildeten Kids Coaches wollen die Best Wellness Hotels Austria ihr Qualitätsprofil schärfen und eine ganzheitliche Kinderbetreuung bieten.

Mehr Qualität im Angebot, mehr Zufriedenheit bei den Mitarbeitern – zwei Ziele, die sich die Best Wellness Hotels Austria gesetzt haben und die mit einem gruppeninternen Bildungspaket erreicht werden sollen. „Neben ‚Best Wellness Inside‘ – dem internen Erfahrungsaustausch mit Experten unserer 22 Mitgliedsbetriebe – bieten wir Fachseminare für einen Input von Außen sowie das Zukunftsforum für die Hoteliers an. Die vierte Schiene sind spezialisierte Ausbildungsprogramme für Themen, von denen wir von Seiten der Hoteliers und der Mitarbeiter wissen, dass Akzente gewünscht werden“, fasst Christiane Troicher, HR-Managerin bei den Best Wellness Hotels Austria, die – für Best Wellness Mitarbeiter exklusiven – Maßnahmen zusammen.

Bei den Ausbildungsprogrammen konzentriert man sich derzeit auf zwei Bereiche – Lehrlinge und Kinderbetreuung. „Am derzeitigen Ausbildungsmarkt gibt es nichts, was die speziellen Anforderungen für Kinderbetreuung in der Hotellerie abdeckt“, sagt Troicher. Neben der schweren Planbarkeit der Gruppengrößen ist dies auch die Heterogenität der Gruppen – im Extremfall vom Baby bis zum Jugendlichen, dazu noch unter-

schiedliche Sprachen und Kulturen. Und um dieses Dilemma zu beheben, holte man sich mit Karin Hörmann eine Expertin ins Boot. „Wir wollen die vier Säulen der Best Wellness Hotels – Relax, Beauty, Aktiv und Genuss – bestmöglich auf den Kinderbereich umlegen. Daher liegen die Schwerpunkte auf Bewegung, Ernährung und Entspannung für Kinder“, betont die ausgebildete Kindergartenpädagogin, Kindergesundheitstrainerin

und Erziehungswissenschaftlerin. Der „Best Wellness Kids Coach“ soll auch nicht mehr der klassische Animateur sein, sondern, so Hörmann, „den Geist der Kinder beleben“. Doch neben dem fachlichen Aspekt – entwicklungspsychologische Grundlagen, aktuelle Trends wie Kinderyoga, Ideen aus der Praxis etc. – setzt man in den einzelnen Ausbildungsmodulen auch auf die persönliche Entwicklung und Selbstreflexion der Kids Coaches. Eigene Ausbildungsorte muss man sich keine suchen, stehen doch 22 Mitgliederhotels zur Verfügung – was einen zusätzlichen Vorteil mit sich bringt. „Die Kids Coaches sehen so direkt vor Ort, wie Kinderbetreuung in anderen Hotels abläuft und können Anregungen mitnehmen“, meint Hörmann. „Die Ausbildung soll“, ergänzt Troicher, „den Kids Coaches Stabilität und Sicherheit geben, was wiederum die Arbeitszufriedenheit fördert.“

Neben dieser Mitarbeiterzufriedenheit ist die Zufriedenheit der Kinder, die wiederum, so Troicher, die Zufriedenheit der Eltern steigert, natürlich ein deklariertes Ziel des Ausbildungsprogramms. Wobei die HR-Managerin festhält: „Neben der inhaltlichen qualitativen Arbeit mit Kindern ist aber klar, dass diese Zeit vor allem Spaß machen soll.“]



Ausbildungsorte sind die Mitgliedsbetriebe – „So sieht man, wie Kinderbetreuung in anderen Hotels abläuft.“