

JOHANNES PFEFFERKORN

»Das Wort ›Gastgeber‹ ist für uns nicht nur eine Bezeichnung; wir verstehen das Wort aus seinem und unserem Selbstverständnis heraus als unsere Aufgabe und Verpflichtung.«

PROFI *Wie gelingt es Ihnen, die Balance zwischen den Bedürfnissen und Erwartungen der Gäste in beiden Jahreszeiten zu halten?*

JOHANNES PFEFFERKORN Unsere Philosophie beruht auf einer einfachen, aber wirkungsvollen Prämisse: Das Wort ›Gastgeber‹ ist für uns nicht nur eine Bezeichnung; wir verstehen das Wort aus seinem und unserem Selbstverständnis heraus als unsere Aufgabe und Verpflichtung. Dies zeigt sich am besten darin, dass wir bestrebt sind, die unausgesprochenen Wünsche unserer Gäste zu erkennen und zu erfüllen – eine Art der Gastfreundschaft, die nur durch eine persönliche und empathische Beziehung zu jedem Gast möglich ist. Ganz gleich, ob es sich um Winterurlauber oder Sommergäste handelt; unser Ziel ist es, jedem Gast als Individuum ein maßgeschneidertes und unvergessliches Erlebnis zu bieten. So gelingt es uns, durchgehend auf die variierenden Bedürfnisse und Erwartungen unserer Gäste einzugehen und dabei unseren erstklassigen Service und unser hochwertiges Angebot beizubehalten.

Welche neuen Dienstleistungen oder Angebote haben Sie in den letzten Jahren in der Krone von Lech eingeführt, um mit den aktuellen Entwicklungen in der Hotellerie Schritt zu halten?

Natürlich ist es unser Ziel, mit den neuesten Trends in der Hotellerie Schritt zu halten – doch mit Maß und Ziel oder in leicht abgewandelter Form von Apostel Paulus: »Prüft

alles und das Gute übernehmt.« So nützen wir die Technologie vor allem dafür, den Aufenthalt für unsere Gäste so angenehm wie möglich zu gestalten. Wir sind der Überzeugung, dass wahre Gastfreundschaft im (Zwischen-)Menschlichen liegt und vor allem durch persönliche Interaktion erreicht wird. Technologische Verbesserungen sind wichtig, doch dienen sie uns vor allem als Mittel zum Zweck: Unseren Gästen das Gefühl zu geben, dass sie bei uns keine »anonyme Nummer« sind, sondern (wert-)geschätzt und persönlich wahrgenommen werden. Diese Persönlichkeit ist der Kern unserer Dienstleistung und wird es auch in Zukunft sein.

Wie investiert »Die Krone von Lech« in die Weiterbildung und Schulung der Mitarbeiter:innen, um sicherzustellen, dass sie den hohen Standards des Hotels gerecht werden? Wir legen großen Wert auf die kontinuierliche Weiterbildung und Schulung unserer Mitarbeiter:innen. Neben regelmäßigen Fortbildungen in den Zwischensaisonen, die wir



unter anderem über das WIFI anbieten, setzen wir auch auf ganz individuelle und spezifische Qualifikationen. Unsere Mitarbeiter:innen können sich zum Lehrlingsausbilder, Sommelier oder Diätkoch weiterbilden. Darüber hinaus fördern wir den interdisziplinären Austausch durch Praktika in renommierten Betrieben wie dem Ikarus im Hanger 7. Weiters setzen wir auf Kooperationen mit Weingütern wie dem Weingut der Stadt Krems oder dem Weingut Prieler. Das alles und noch mehr tun wir für die Bewahrung unserer Team-Stabilität. Die geringe Fluktuation unserer Mitarbeiter:innen spricht für das gute Arbeitsklima und ermöglicht es uns, langfristig unsere hohen Standards in der Dienstleistung zu gewährleisten.

Wie geht Ihr Traditions- und Herausforderung um, ausreichend qualifiziertes Personal zu finden und zu halten?

Gute Bezahlung, komfortable Unterkunft, interne und externe Weiterbildung, kostenlose Skipässe für all unsere Stamm-Saisoniers und Mitarbeiter:innen in Jahresanstellung sowie diverse Hotelleistungen sind Standards. Das Besondere ist die Begegnung mit allen Menschen – Gästen, Mitarbeiter:innen, Lieferanten und anderen Geschäftspartnern – auf Augenhöhe und die gemeinsame Vision, für unsere Gäste täglich das Beste zu geben – von mir als Geschäftsführer und Arbeitgeber bis zu unseren Lehrlingen; jeder unterstützt jeden und jeder ist für den anderen da.

Welche innovativen Ansätze hat »Die Krone von Lech« eingeführt, um den Gästen ein modernes und einzigartiges Erlebnis zu bieten? Tradition braucht Innovation. Gäbe es keinen Fortschritt, worauf würde die Tradition basieren (können)? Wie schon erwähnt, gehen wir den Weg der Digitalisierung mit, jedoch mit dem Anspruch, der lautet: nur so

PROFIS IM PORTRÄT

JOHANNES PFEFFERKORN
Unternehmer aus Überzeugung
und Gastgeber aus Leidenschaft

viel wie nötig. Um bargeldloses Zahlen, Schlüsselkarte, Online-Tischreservierung und Präsenz auf diversen Online-Reiseportalen kommen wir nicht umhin; die Reservierung jedoch machen wir immer noch analog mit Buchungsplänen, weil kein Reservierungsprogramm so gut Lücken füllen und so individuell auf Wünsche unserer (Stamm-)Gäste eingehen kann wie unsere langjährige Mitarbeiterin Renate Kert, Chef de Réception et Réservation. Dasselbe Zimmer wie im letzten Jahr, die Teilnahme an der Weinverkostung, die Kinder-Unterbringung Tür an Tür; das und viele andere sind Wünsche, die wir bei der »analogen« Buchung mit Freude und zur Freude unsere Gäste erfüllen.

Welche Trends beobachten Sie derzeit in Bezug auf Gästeverhalten und Präferenzen? Die Kurzfristigkeit und die kürzer werdende

Aufenthaltsdauer bekommen auch wir zu spüren. Im Winter tun wir uns mit Wochenbuchungen aufgrund der großen Nachfrage leichter; im Sommer beugen wir uns diesen Trends.

Wie gelingt es Ihnen, den charmanter Charakter des Hotels zu bewahren, während gleichzeitig Raum für kreative Neuerungen geschaffen wird?

»Das Alte bewahren und offen für das Neue sein.« Das ist einer unserer Leitsätze. In unserem Traditions- und Haus legen wir großen Wert auf unsere bewährte Gastfreundschaft, die auf einer langjährigen Geschichte beruht. Natürlich nehmen wir den Zeitgeist wahr und sind offen für Trends. Doch gilt es zu bedenken, dass Trends vergänglich sind und jeder Trend auch einen Gegentrend erzeugt. Es ist nicht immer ratsam, jeder neuen Strö-

mung blindlings zu folgen. Die Identität unseres Hauses und das Vertrauen unserer Gäste sind Werte, die über Jahre aufgebaut werden. Einer der Schlüssel zur Wahrung dieses sensiblen Gleichgewichts ist die aktive Einbindung unserer Mitarbeiter:innen. Durch regelmäßige Schulungen und Weiterbildungen stellen wir sicher, dass unser Team sowohl unsere Traditionen versteht als auch offen für Innovationen ist. Zusätzlich ist der Dialog mit unseren Gästen entscheidend.

Wie denken Sie, können wir mehr Nachwuchs für die Branche begeistern?

Leidenschaft ist einer der Schlüssel zum Erfolg in der Hotellerie und Gastronomie. Diese Begeisterung muss spürbar und vor allem authentisch weitergegeben werden. Es sind nicht nur die praktischen Aspekte des Berufs, die zählen – Arbeit und Freizeit kombinieren, in andere Länder und Kulturen eintauchen, dort Geld verdienen, wo andere für den Urlaub viel Geld ausgeben –, sondern auch die tiefgehenden menschlichen Beziehungen, die durch die Arbeit entstehen. Die Möglichkeit, Gästen unvergessliche Erlebnisse zu bereiten und ihre Erwartungen zu übertreffen.

Wenn Sie einen Ratschlag an Ihr junges Ich hätten – welcher wäre dies?

Übernehme selbst die Initiative und harre nicht aus in der Hoffnung, dass dir bürokratische und administrative Hürden automatisch aus dem Weg geräumt werden. Bewahre dein Ich und deine Leidenschaft und bleibe offen für frische Impulse und Ideen.

Info

Romantik Hotel »Die Krone von Lech«
Familie Pfefferkorn
Dorf 13, 6764 Lech am Arlberg, Österreich
www.kronetelech.at