»OBSERVER«

TAI Tourismuswirtschaft Austria & International
Fachmedium für Fremdenverkehrswirtschaft
Trausdorf, am 22.04.2016, Nr: 2276, 26x/Jahr, Seite: _
Druckauflage: 9 800, Größe: 100%, easyAPQ: _
Auftr.: 9624, Clip: 9735897, SB: Direktorenakademie

Position

www.observer.at

36

Direktoren-Akademie

Wie man Vertrauen der Gäste gewinnt

Dies bildet die Grundlage für den Aufbau einer Marke auch als kleiner Privatbetrieb – der Lohn sind Premium-Preise und höhere Wertschöpfung

Muss bzw. soll ein Privathotelier in den Aufbau einer Marke investieren? Mit dieser Frage beschäftigte sich vor kurzem die Direktoren-Akademie (DiA) in der arlberg1800 Kunsthalle. „Eine touristische Marke zu werden, schaffen wenige Einzelunternehmer", betont DiA-Leiterin **Elfriede Krempl**. Doch der Aufwand lohnt sich. **Stefan Pirchmoser**, Marken-Experte des Institute of Brand Logic: „Starke Marken erzielen Premium-Preise und höhere Wertschöpfung. Und die schaffen Stamm-Gäste – sogar bis zu einem zwei Drittel-Anteil."

Unter den TeilnehmerInnen befanden sich **Jutta Rührmair** sowie **Johanna** und **Klaus Moosbrugger-Lettner** (alle Schlosshotel Bergschlössl, St. Anton), **Florian Werner** (Arlberg Hospiz Hotel & arlberg1800, St. Christoph), **Michael Nöstlinger** (Seehotel Schwan, Gmunden), **Bernhard Luef** (Loisium Wein & Spa Resort Südsteiermark), **Peter Leidig** (Arcotel Camino, Stuttgart), **Florian Partel** (Gradonna Mountain Resort, Kals/ Großglockner) und **Rupert Schipflinger** (Funpark Westendorf).

Wichtig sei jedenfalls, „Orientierung statt einen ‚Bauchladen für alle Gäste' zu bieten", ebenso gehe es um „eine beständig exzellente Leistung." Krempl: „Dadurch lässt sich das Vertrauen der Gäste gewinnen", was sie auch als Erfolgsrezept zum Aufbau einer Marke sieht. „Gerade deshalb beschäftigt sich die Direktoren-Akademie damit, wie man langfristig das Vertrauen der Gäste gewinnt und die Aufmerksamkeit von potentiellen Gästen im internationalen Vergleich auf sich zieht", so Krempl.

Die Management-Akademie ist für erfahrene HoteldirektorInnen konzipiert und vermittelt Schlüsselkompetenzen. In 14 Präsenztagen, aufgeteilt in sieben Module, und mit ausgeklügelten E-Learning-Tools lernen die TeilnehmerInnen Management-Methoden nach den neuesten Ergebnissen der Hospitality-Forschung kennen. www.generatio.at

Zum eigenen Gebrauch nach §42a UrhG.Digitale Nutzung gem PDN-Vertrag des VÖZ voez.at.
Anfragen zum Inhalt und zu Nutzungsrechten bitte an den Verlag (Tel: 01/58881*50).