

Interview. Florian Moosbrugger betreibt das renommierte Hotel Post in Lech. Er spricht über Umbauten, über Gäste, denen das Internet wichtiger ist als Warmwasser, das heikle Thema Handgeben und den schönsten Beruf der Welt.

„Unser Hotel ist keine Party-Location“

VON BEATE LAMMER

Die Presse: Sie haben das renommierteste Hotel in einem noblen Skiort. Bei Ihnen logiert die niederländische Königsfamilie. Den Familienbetrieb gibt es seit Jahrzehnten. Angesichts dieser Tradition, fällt es Ihnen da schwer, Änderungen durchzuführen?

ÜBER GELD SPRICHT MAN

DiePresse.com/meingeld

Florian Moosbrugger: Wir legen viel Wert darauf, unsere Tradition beizubehalten, wir sind sehr beständig in der Qualität der Dienstleistungen. Aber unsere Zeit ist geprägt durch einen schnellen Wandel, der natürlich auch den Tourismus betrifft. Die Erwartungshaltung der Gäste ändert sich relativ rasch. Und bei Bautätigkeiten stellt sich immer die zentrale Frage: Wie viel Modernität verträgt die Post?

Welche Bauvorhaben waren das in jüngster Zeit?

Ein großes Bauvorhaben war das Spa. Da spielt Tradition nicht so eine Rolle, da kann man ganz bewusst etwas Modernes machen. Aber bei der Neugestaltung des Restaurants ging es darum, was zum Wohlbefinden der Gäste beiträgt: eine Lichttemperatur, die sich je nach Tageszeit verändert, eine geringe Nachhallzeit, um die



Gesprächsqualität zu erhöhen, eine stabile Raumtemperatur und der Sitzkomfort. All das hat dazu geführt, dass wir kein alpines Restaurant gemacht haben, keine Zirbenstube, sondern wir haben es relativ modern gestaltet, allerdings mit Stilelementen aus dem bürgerlichen Haus der Gegend.

Sie sagen, die Erwartungshaltung der Gäste hat sich verändert: Gibt es da etwas, was Sie überrascht hat?

Als diese Streamingdienste angefangen haben, haben wir bemerkt, dass die Reklamationen über eine schlechte Internetverbindung viel heftiger waren als die Reklamationen, wenn das Warmwasser nicht geht. Inzwischen ist Lech bei der Internetkapazität führend in Österreich. Die Gäste bedenken aber oft nicht, dass es ein Gefälle zwischen Stadt und Land gibt. Die ländlichen Regionen sind oft nicht so vorbereitet auf diese Anforderungen. Die Erwartungshaltung der Menschen aus den Städten ist aber: So gut wie zu Hause muss es mindestens sein.

Welche Leute kommen typischerweise zu Ihnen? Eher Wohlhabende?

Eine Besonderheit der Post ist sicher die Internationalität, dass wir Gäste aus allen Kontinenten der Welt haben. Ich glaube, dass genau diese Mischung einen Teil des Charmes ausmacht.

Die Mischung können Sie ja nicht steuern, Sie können nur hoffen, dass sie passt.

Die einzige Möglichkeit, sie zu steuern, ist, in der Kommunikation nach außen zu sagen, für was man steht und was man bietet, um Menschen anzuziehen, die gleiche Werte ihr Eigen nennen.

Welche Werte sind das?

Die Post ist zum Beispiel keine Party-Location. Wenn jemand glaubt, er kann hier mit großen Champagnerflaschen Party machen: Das findet bei uns nicht

statt. Es ist eine ruhigere Art des Genießens. Der Genuss ist eher dezent und im Detail versteckt.

Haben die internationalen Gäste je nach Herkunft unterschiedliche Ansprüche?

Ganz klar gibt es da Unterschiede, und das ist auch die Herausforderung in einem Luxushotel. Genau diese Ansprüche und Erwartungen zu erfüllen muss von jedem im Hotel gelebt werden. Das darf nicht nur vom Eigentümer ausgehen, das muss in der Bildung der Mitarbeiter so kommuniziert werden, dass jeder Kellner, jeder Rezeptionist und jedes Stubenmädchen weiß, auf welche Dinge man da aufpassen muss.

Welche Dinge sind das?

Zum Beispiel: Was bei uns immer auf Unverständnis stößt, ist, dass in den arabischen Ländern Männer nicht mit Frauen sprechen. Das wird oft als Missachtung interpretiert, was es nicht ist. Ich will gar nicht bewerten, ob das gut oder schlecht ist. Aber es kommt ganz schlecht, wenn ein männlicher Kellner die Frau anspricht. Das macht man nicht. Oder bei russischen Gästen gibt ein fremder Mann der Frau nicht die Hand. Das ist einfach so. Da gibt es eine ganze Liste. Handgeben ist überhaupt ein sensibles Thema, da kann man gleich bei der ersten Begegnung viel falsch machen.

Ist es nicht schwierig, da immer den Überblick zu bewahren?

ZUR PERSON

Florian Moosbrugger (*1969) hat im Jahr 1999 zusammen mit seiner Frau, Sandra, die Führung des Hotels Post in Lech übernommen, das sich seit 1937 im Familienbesitz befindet. Es handelt sich um eines der gehobenen Hotels der Stadt. Seit 1960 verbringt die niederländische Königsfamilie dort regelmäßig ihren Urlaub. Das Hotel bietet heute 95 Betten in 48 Zimmern. Vor zwei Jahren wurde das Restaurant völlig neu gestaltet.

Ja, man muss da sehr aufmerksam sein.

War es für Sie schon als Kind klar, dass Sie einmal das Hotel betreiben werden?

Das war bei uns in der Familie nicht so eindeutig definiert. Mein Vater ist leider gestorben, als ich noch minderjährig war, und meine Geschwister, die beide älter sind, waren auch noch in der Ausbildung. Erst nachdem beide davon Abstand genommen haben, die Post zu übernehmen, kam ich an die Reihe.

Hat Ihnen das nicht ein bisschen Angst gemacht, dass Sie in so große Fußstapfen treten und Fehler machen könnten?

Da hat mich der jugendliche Übermut vor zu viel Bedenken gerettet. Zuerst war meine Mutter noch Geschäftsführerin, und ich habe das Tagesgeschäft geleitet. Richtig gespürt habe ich dieses Gewicht erstmals nach der Hochzeit mit meiner Frau, Sandra. Da hat meine Mutter gesagt: „Du kriegst jetzt offiziell die Geschäftsführung übertragen.“ Wir sind zum Notar gegangen und haben die Verträge unterschrieben. Das war Anfang Juni, und ich habe gesagt: „Jetzt gehen wir nach Hause und bereiten die Sommersaison vor.“ Aber meine Mutter hat gesagt: „Sommersaison vorbereiten? Mich interessiert das nicht mehr. Ich gehe drei Wochen auf Urlaub, und du kannst dir deinen Laden selbst führen.“ Ich war damals 29, und da habe ich diese Verantwortung gespürt.

Haben Sie sich gleich getraut, dem Hotel Ihren eigenen Stempel aufzudrücken?

Es hat einige Jahre gedauert, dann haben wir gemeinsam mit dem Steuerberater und dem Architekten überlegt, wie wir die Post in die Zukunft führen können. Wir haben alle Wünsche deponiert und ein sensationelles Projekt ausgearbeitet, was natürlich in keiner Weise finanzierbar war. Und dann haben wir gesagt: Okay, wir teilen

das in Bauetappen ein. Mittlerweile haben wir alles realisiert. Erst am Ende dieses Wegs und dieser vier großen Bauetappen bin ich in der Früh aufgewacht und habe gedacht: Ja, das ist mein Hotel. Ich habe es von meinem Vater bekommen, aber jetzt gibt es den Ausdruck von Urlaub, den ich meinen Gästen bieten möchte.

Wenn Sie von Pleiten im Tourismus hören wie Thomas Cook, was natürlich ein anderes Segment betrifft, machen Ihnen solche Entwicklungen Sorge?

Ich glaube, dass maßloses Wachstum im Tourismus ein ganz heikles Thema ist. Da ist oft auch die Berichterstattung irreführend: Wir hören häufig von Auslastung und Nächtigungszahlen. Aber im Endeffekt geht es um die Wertschöpfung. Wenn ich zu billig bin, kann die Auslastung steigen und es so aussehen, als wäre ein wirtschaftlicher Erfolg gegeben, der aber in Wirklichkeit nicht da ist. Wir als Post schauen darauf, dass wir den richtigen Preis bekommen. Da verzichten wir gern auf ein paar Auslastungspunkte. Weil zurückkommend auf das Thema mit den richtigen Gästen: Wenn der Preis so volatil ist, dann vermische ich auch meine Gästeschieden und habe dort keine Einheit mehr. Ich glaube, dass sich die Verantwortlichen bei Thomas Cook zu sehr auf Menge konzentriert haben und zu wenig auf Wertschöpfung.

Wünschen Sie sich, dass Ihre Kinder einmal den Betrieb übernehmen, oder denken Sie sich, das ist ein schwieriges Geschäft und wenn sie etwas anderes machen wollen, sollen sie?

Abgesehen davon, dass es das schönste Geschäft der Welt ist, ja, das wünscht man sich natürlich. Aber nur, wenn es vom eigenen Herzen kommt. Ich würde sicher nicht ein Kind dazu drängen, die Post zu übernehmen, nur damit es weitergeht. Wobei die Frage ist: Wie können wir unsere Kinder dazu bringen, unser Leben weiterzuführen? Das geht nur dadurch, dass man den Kindern vorlebt, dass es ein lebenswertes Leben ist.

Wie machen Sie das?

Ich gehe in der Früh gern in die Arbeit, ich bin am Abend gut gelaunt, wenn ich aus der Arbeit komme, meistens. Und das sehen die Kinder. Wenn ich jeden Abend heimkommen täte und fluchen würde über die Gäste und die Probleme, dann würden die sich wahrscheinlich dreimal überlegen, ob sie das machen wollen. Wir arbeiten viel, aber wir haben auch schöne Momente. Jeder Beruf hat seine schönen Seiten, und jeder Beruf hat seine Restriktionen und Nachteile. Es gibt nur das Gesamtpaket, man kann sich nicht nur die Rosinen rauspicken. Das müssen die Kinder selbst für sich rausfinden, ob das Gesamtpaket, ein eigenes Hotel in Lech zu haben, für sie lebenswert erscheint.

Stecken Sie alles Geld, das Sie verdienen, wieder in das Unternehmen, oder gönnen Sie sich auch irgendwelchen Luxus?

Wir gönnen uns schöne Reisen in der Zwischensaison, die für uns gleichzeitig einen geschäftlichen Hintergrund haben, um zu sehen, was passiert in der Luxushotellerie auf der Welt. Aber für uns sind diese Reisen auch bewusste Zeiten von Quality Time, in der wir sagen, das ist das Wichtigste für uns: diese schöne Zeit, die wir miteinander verbringen können. [Clemens Fabry]



Mythen und Fakten zum Thema Gold

Edelmetalle faszinieren seit Jahrtausenden und regen die Fantasie der Menschen an. Nicht verwunderlich, dass es viele Anekdoten und Legenden rund um das begehrte Edelmetall gibt: die Hochzeitssaison Indien soll angeblich den Preis des Goldes maßgeblich beeinflussen, da in Indien bei diesem Anlass traditionell Gold geschenkt wird. Tatsächlich erfolgt die Preisgestaltung des Goldes am Terminmarkt, welcher durch die gestiegene Nachfrage aufgrund der Eheschließungen nicht spürbar beeinflusst wird. Außerdem decken sich indische Goldhändler nicht erst in der Hochzeitssaison ein, sondern dann, wenn der Goldpreis günstig ist. Diese Geschichte ist daher leider nur ein Mythos.

Tatsache aber ist, dass bis 2018 weltweit 200.000 Tonnen Gold gefördert wurden. Das entspricht einem Würfel mit einer Kantenlänge von 21 Metern. Kein anderes Material der Welt ist so formbar und dehnbar wie Gold: Eine Unze Gold kann bis zu 160m2 ausgedehnt werden. Diese Fläche entspricht in etwa einem Volleyballfeld.

Auch die Wertstabilität von Gold ist ein Fakt: Vor hundert Jahren bezahlte man – wie heute – für einen Mittelklassewagen 1kg Gold.

Mag. (FH) Rudolf Brenner, Gründer und CEO von philoro EDELMETALLE GmbH ist seit bald 20 Jahren im Veranlagungsbereich erfolgreich tätig. 2011 hat er philoro gemeinsam mit René Brückler, MA gegründet und zu einem der wichtigsten Edelmetallhändler mit Filialen in Österreich, Deutschland, der Schweiz und Liechtenstein aufgebaut.

