

hogast-Symposium 2013: Starke Worte – starke Wirkung **Tourismus-Innovatoren wurden gekürt**

So viele Teilnehmer wie noch nie konnte **hogast** am Dienstag und Mittwoch, 22. und 23. Oktober, beim Symposium 2013 in Salzburg begrüßen. Rund 600 Mitglieder, Lieferanten und Partner hörten Antworten auf zukünftige Herausforderungen von vier Top-Referenten und erlebten eine fulminante Abendveranstaltung im Varieté-Stil. Höhepunkt war die Verleihung der neuen Innovatio*-Awards an Vorreiter im Tourismus.

Innovatio*-Awards: Die Gewinner

Den Hauptpreis für die „**Innovation des Jahres**“ verlieh die Jury an das **Almhotel Forsthofalm**, das in drei der vier Kategorien zu den Nominierten zählte. Vor allem die neue Vollholz-Erweiterung führte zu Top-Ergebnissen in baulicher Hinsicht, in Bezug auf Energie und Nachhaltigkeit und auch in der Kommunikation. „Wir haben für diesen Preis quasi einen Weltcupsieger gesucht, der über alle Kategorien hinweg zu überzeugen wusste. Mit der Forsthofalm haben wir einen würdigen Sieger gefunden“, sagt Astrid Spatzier von der Universität Salzburg, die als Kommunikationsexpertin in der Jury saß.

Das **Hotel Jungbrunn** wurde in zwei Kategorien als Sieger ausgezeichnet: **Kommunikation** und **Employer Branding**. „In beiden Disziplinen hat das Hotel Jungbrunn mit einer Vielzahl an professionell geplanten Maßnahmen nachweisbare Erfolge verzeichnen können“, erklärt Juror und Personal-Experte Wolfgang Elšik von der Wirtschaftsuniversität Wien. Ebenfalls nominiert für Employer Branding waren das Romantik Hotel Gmabl und der Panoramagasthof Kristberg. Für Kommunikation waren auch das Almhotel Forsthofalm sowie das Spiele- und Buchhotel Tschitscher nominiert.

In der Kategorie **Bauen & Investieren** hat die Jury das **Hofgut Hafnerleiten** ausgezeichnet. „Hervorragende Architektur, exzellente Wohlfühlfaktoren, biologische Baustoffe – hier hat alles gepasst“, so Ludwig Kofler, Architekt und Juror. Ebenfalls nominiert waren das Biohotel Mattlihüs und das Almhotel Forsthofalm. In der Kategorie **Energie & Nachhaltigkeit** hat das **Biohotel Grafenast** die Jury überzeugt. „Wir haben den Preis einem Bio-Pionier zugesprochen, der seit Jahrzehnten in vielen Bereichen wirksame Maßnahmen für mehr Nachhaltigkeit setzt“, so Juror Thomas Lindenthal von der Universität für Bodenkultur in Wien. Die beiden weiteren Nominerten waren das Almhotel Forsthofalm und das Posthotel Achenkirch.

Alexander Huber: Die Angst als bester Freund – am Berg und im Beruf

Extremkletterer Alexander Huber vermittelte den Teilnehmern des Symposiums ein Bild davon, wie man mit Risiken umgehen kann. Er schilderte einige seiner größten Erfolge und auch Rückschläge, um auf die Analogien zwischen Berg und Beruf hinzuweisen. Als wesentlichen Faktor für jeden Erfolg macht er die richtige Seilschaft aus, also ein Team, auf das man sich verlassen kann. „Mit dem richtigen Team kann man Stärken optimieren und Schwächen eliminieren“, so Huber. Dann gilt es, die Projekte auch anzugehen, auch wenn sie zu Beginn oft als übermächtige Herausforderung erscheinen. Erst nach den ersten Metern zeige sich wirklich, ob das Risiko beherrschbar ist.

Falls das Risiko zu groß ist oder etwas nicht klappt, ist „Scheitern“ keine Alternative. Anstatt sich aufzugeben, solle man aus Fehlern lernen. Bei engagierten Zielen zahlen sich so auch Rückschläge aus, wenn man dranbleibt. Als wichtigstes Instrumentarium bei der Entscheidungsfindung sieht er die Angst. „Am Berg ist die Angst dein steter Begleiter, dein bester Freund“, schilderte Alexander Huber. Erfahrung helfe dabei, Risiken bewusst wahrzunehmen, wachsam zu sein – allein dadurch könne man Risiken minimieren. Ein gesundes Maß Angst gepaart mit der notwendigen Erfahrung helfe ihm, sicher auf den Berg und wieder zurück zu kommen. Unternehmer können dieses Instrumentarium nutzen, um beispielsweise Investitionsentscheidungen zu treffen.

Christian Blümelhuber: Fit, sexy und/oder glücklich mit Marketing

Der Marketing-Vordenker Christian Blümelhuber zeigte mit zahlreichen Beispielen auf, welche Marketing-Strategien in einer schnelllebigen Zeit überhaupt funktionieren. Fitness im darwinschen Sinn zählt er dazu, also sich als Unternehmen schnell an Trends und geänderte Rahmenbedingungen anpassen zu können. Eine weitere Strategie sieht er darin, als Unternehmen sexy zu sein. Nicht market-driven zu agieren, also auf die Erfordernisse des Marktes zu reagieren, sondern die Märkte selbst anzutreiben – etwa durch Provokation. Als dritte Strategie empfiehlt er Glück – im Sinne von „auf gut Glück“, also im Marketing viel auszuprobieren und nur das weiterzuverfolgen, was funktioniert.

Generell erfordere die heutige Zeit von Unternehmen vor allem Service, Beziehungen und eine Marke. „Kunden wollen echten, wertvollen Service, diesen können Unternehmen aber meist nur in Vernetzung mit anderen Partnern bieten“, so Blümelhuber. Beziehungen zu Kunden seien deshalb so wichtig, weil diese die glaubwürdigsten Markenbotschafter sind. Wenn Unternehmen sich selbst als innovativ, qualitätsbewusst oder serviceorientiert darstellen, wirke das auf Konsumenten unglaubwürdig. Eine starke Marke funktioniere als Rahmen für das Produkt, der es unterscheidbar und einzigartig macht. Eine durchgängige Umsetzung sei wesentlich: „Für ein Hotel reicht das Spektrum vom Online-Auftritt über die Bekleidung der Mitarbeiter bis hin zum Duschgel im Zimmer“, so Christian Blümelhuber.

Helga Kromp-Kolb: Klimawandel von der Basis aus bekämpfen

Klima-Expertin Helga Kromp-Kolb lieferte zu Beginn ihres Vortrags ein beängstigendes Bild von der bisherigen Klima-Entwicklung und den globalen Auswirkungen in den nächsten Jahren. Mit genauem Zahlenmaterial zeigte sie unter anderem auf, welchen Einfluss die Ernährung hat. Den steigenden Fleischkonsum machte sie als einen der wichtigsten Faktoren für die Erderwärmung aus. Allerdings machte Kromp-Kolb auch deutlich, dass „Bio“ wirklich hilft: So verursacht ein Bio-Schwein rund zwei Drittel weniger CO₂-Emissionen als ein herkömmliches. Ihrer Meinung nach können Hoteliers und Gastronomen mit der Wahl der Rohstoffe einen wichtigen Beitrag zum notwendigen Umdenken leisten.

Wintersportregionen rät sie, speziell vor größeren Investitionen in die Infrastruktur Beratung einzuholen. Die Erderwärmung könne kleinräumig zu unterschiedlichsten Entwicklungen führen, das habe Auswirkungen auf die gesamte Ausrichtung der Destination. Der Klimawandel ist für Kromp-Kolb nur ein

Teil der Umweltbelastung, die in den letzten Jahren enorm angestiegen ist. „Neue Technologien sind nicht im Stande, die steigenden Belastungen zu kompensieren, die immer mehr Menschen mit einem immer anspruchsvolleren Lebensstil verursachen“, so Helga Kromp-Kolb. Um die Entwicklung zu bekämpfen, sei allerdings ein Systemwechsel notwendig. Dieser komme ganz sicher nicht von oben, sondern zeichne sich jetzt schon an der Basis ab: Kromp-Kolb beobachtet schon jetzt eine Vielzahl von Menschen, die mit Mut und neuen Ideen den Kulturwandel einleiten.

Theo Waigel: Die Vorteile der europäischen Einigung überwiegen

Der langjährige deutsche Finanzminister Theo Waigel schilderte, wie das Jahrhundertprojekt Währungsunion umgesetzt wurde und welche Vorteile es bislang gebracht hat. Er sprach auch über die Schwächen des Euros und der EU, hält sie aber für überbewertet. Die Einigung Europas sei riesiger Erfolg für Frieden, Freiheit, Demokratie, Menschenrechte und Marktwirtschaft – und beispiellos in der Weltgeschichte. Er plädiert in der aktuellen Krisen-Situation für einen neuen Stabilitätspakt mit wirksamer Kontrolle und empfindlichen Sanktionen: „Griechenland hätte nie aufgenommen werden dürfen, aber jetzt braucht es von uns Rat und Tat – die geleistete Hilfe mit strenger Kontrolle zeigt auch schon erste Erfolge“, so Waigel.

Für die investitionsfreudigen Touristiker war insbesondere die Expertise zu den Zinssätzen relevant. Theo Waigel ist der Ansicht, dass diese noch länger auf niedrigem Niveau bleiben und dann auch nicht stark ansteigen. Ein wesentliches Kriterium sei der Arbeitsmarkt in den USA, erst bei Erreichen einer Arbeitslosenrate von 6,5 Prozent oder weniger seien Zinserhöhungen zu erwarten. In Europa müsse man die Inflationsentwicklung im Auge behalten. Aber noch vor einer Zinserhöhung würde die EZB wohl die in den letzten Jahren erhöhte Liquidität aus dem Markt absaugen. Zudem bezeichnete sich Waigel als Befürworter des ermäßigten Mehrwertsteuersatzes für Hotels in Deutschland: „Als Allgäuer sehe ich, welche Investitionen die Mehrwertsteuersenkung bei uns ausgelöst hat, das halte ich für äußerst positiv.“

Bildlegende

Download unter http://www.plenos.at/pt_hogast-Symposium_Bilder

Bildnachweis für alle: hogast/Neumayr/SB

Veröffentlichung bei Nennung des Rechteinhabers honorarfrei.



hogast_Symposium-2013_Huber.jpg: Extremkletterer Alexander Huber von den „Huberbuam“ zeigte Analogien zwischen Berg und Beruf auf. Von links: hogast-Aufsichtsratsvorsitzender Johannes Scheiblauer, Alexander Huber, Moderator Ronald Barazon und hogast-Geschäftsführerin Barbara Schenk.



hogast_Symposium-2013_Bluemelhuber.jpg: Marketing-Guru Christian Blümelhuber führte die Gäste des Symposiums in die Welt des Marketings.



hogast_Symposium-2013_Kromp-Kolb.jpg: Klima-Forscherin Helga Kromp-Kolb sprach über den Zusammenhang von Ernährung und Klimawandel.



hogast_Symposium-2013_Waigel.jpg: Der deutsche Ex-Finanzminister Theo Waigel sprach über den Euro und darüber, was Europa zusammenhält.



hogast_Symposium-2013_Sieger.jpg: Die Preisträger der neuen Innovatio*-Awards, Gastgeber und Sponsoren sowie Alfons Haider, der Moderator und Varieté-Star des Abends.



hogast_Symposium-2013_Hauptpreis.jpg: Den Hauptpreis für die „Innovation des Jahres“ sicherte sich das Almhotel Forsthofalm. Von links: Die Preisträger Markus und Emmi Widauer mit hogast-Geschäftsführerin Barbara Schenk und Moderator Alfons Haider.



hogast_Symposium-2013_Gastgeber.jpg: Die Abendveranstaltung wurde heuer erstmals von einem Hauptsponsor präsentiert – dem Hygienespezialisten hollu. Von links: hollu-Geschäftsführer Simon Meinschad, hogast-Geschäftsführerin Barbara Schenk und Moderator Alfons Haider.



hogast_Symposium-2013_Abendveranstaltung.jpg: Mehr Gäste als je zuvor kamen zur Abendveranstaltung im Rahmen des hogast-Symposiums 2013. Highlights waren Moderation und Showprogramm von Alfons Haider, der Auftritt einer Vertikaltuchartistin (im Bild) sowie die Verleihung der neuen Innovatio*-Awards.

hogast Einkaufsgenossenschaft f.d.
Hotel- u. Gastgewerbe regGenmbH
Sonystraße 4
A-5081 Anif
T: +43 (0)6246 8963 0
F: +43 (0)6246 8963 990
office@hogast.at, www.hogast.at
UID-Nr.: ATU34003805
IBAN: AT62350000000046920
BIC: RVSAAT2S
DVR: 005118 · FN 69493x
Landesgericht Salzburg

hogast im Detail

hogast ist mit mehr als 2.000 Mitgliedsbetrieben und einem Umsatz von 736 Millionen Euro die Einkaufsorganisation für Hotellerie und Gastronomie in Österreich. Den süddeutschen Raum betreut das Tochterunternehmen mit Sitz in München. Teil der hogast-Gruppe sind auch Hotel Gastro Pool speziell für kleinere Hotel- und Gastronomie-Betriebe sowie HandOver für Einrichtungen aus dem Sozialbereich. Mitgliedsbetriebe genießen beste Konditionen und optimierte Prozesse. Dafür bündelt hogast das Einkaufsvolumen in allen wichtigen Bereichen – von F&B über Verbrauchsgüter und Investitionsgüter bis hin zu Energie und Versicherungen. Der Gruppeneinkauf ist dabei ein effektives Instrumentarium. Zentrales Element der Dienstleistungen ist die lieferantenübergreifende Online-Bestellplattform EasyGoing. Darüber hinaus bietet hogast wertvolle Beratung und Services zu einzelnen Produkten und Themen wie Investitionen, Energieeffizienz, Personal und Finanzdienstleistungen.

Auskünfte

Mag. (FH) Dietmar Winkler, MAS
Bereichsleiter Marketing/Kommunikation/Personaldienstleistungen
T: +43 6246 8963 501, F: +43 6246 8963 9501
E: dietmar.winkler@hogast.at
Weitere Informationen: www.hogast.at