

Die Hardware macht den Unterschied Fünf Smileys für den Umbau

Das „Kinderhotel Galtenberg“ gehört seit vielen Jahren zu den touristischen Leitbetrieben im Alpbachtal.

Als Sie 1994 in den Familienbetrieb eingestiegen sind, hatte er drei Sterne und noch keine so eindeutige Spezialisierung. Welche Erwartungshaltung hatten Gäste damals? Das Galtenberg war Anfang der 1990er-Jahre ein Ski- und Familienhotel mit 80 Betten, der Schwerpunkt lag auf dem Winter. Wir konzentrierten uns zwar damals schon auf Familien, aber das Motto hieß, möglichst viele unterzukriegen. (lacht) Die Gäste wollten eine Unterkunft möglichst nahe an der Liftanlage und zu einem angemessenen Preis. Das Galtenberg hatte damals eine kleine Sauna und eine Tischtennisplatte im „Bunker“ – zu dieser Zeit mussten Häuser ja noch über einen Luftschutzkeller verfügen. Wir stellten die Betten zur Verfügung, den Rest organisierten die Gäste selbst – auch den Skikurs für die Kinder. Heute ist das völlig anders.

Mittlerweile betreibt das Galtenberg eine eigene Skischule, verfügt unter anderem über 2.500 Quadratmeter Family-Wellness, ein 1.000 Quadratmeter großes „Indoor-Kinderparadies“, „Österreichs größte Softplayanlage“. Insgesamt sind die Ansprüche enorm gestiegen, wie lässt sich das erklären?

Es gab in der Tourismusbranche einige, die sehr innovative Ideen hatten und ihr Angebot stetig ausgebaut haben. Die Gäste wollten das dann natürlich überall haben. Damit wurde eine Konkurrenz in der Hardware entfacht, die sich bis heute durchzieht. Die extrem Guten in



Gast- und Kinderfreundlich: Urlaub für die ganze Familie im Hotel Galtenberg

der Branche, von denen es in Tirol eine Handvoll gibt, investieren jedes Jahr so viel, wie wir im Galtenberg alle fünf, sechs Jahre – und pushen sich damit auch gegenseitig.

Sie haben seit dem letzten Umbau einen eigenen Wellnessbereich für die Erwachsenen. Warum braucht es einen solchen in einem Kinderhotel?

Die Idee entstand schon vor längerer Zeit bei einem Urlaub in Amerika. Die Amerikaner sind sehr prüde, also speziell auf den amerikanischen geprägten Inseln ist das so. Die Hotels haben einen eigenen Bereich für Frauen und einen für Männer, in der Ausstattung sind sie spiegelgleich. Im muslimisch geprägten Dubai, wo ich mit meiner Familie öfters Urlaub mache, ist das nicht so streng wie dort. Schließlich habe ich das Konzept

in ähnlicher Form noch auf Schloss Ellmau gesehen. Dort gibt es einen Erwachsenen- und einen Familienbereich nach diesem Muster. Auch Eltern schätzen es, einen Bereich nur für sich zu haben. Um das zu gewährleisten, haben wir den Wellnessbereich für die Erwachsenen im obersten Stockwerk des Galtenbergs realisiert, der für die Familien ist Parterre.

Wie wichtig ist die Spezialisierung im Tourismus?

Spezialisierung ist für jeden in dieser Branche wichtig – ob Romantikhotel, Kinderhotel, oder Hotel nur für Erwachsene. Bei denen, die alles haben wollen – auch das ist eine Spezialisierung – gibt es meiner Ansicht nach zwei Gruppen. Betriebe mit 500 Betten und mehr, die können alles anbieten für jeden. Die machen ihr Geschäft auf-

grund ihrer Größe, nach amerikanische Modell. Schwierig ist es, wenn „Kleinere“ das nachmachen wollen: Jemand, der nur 80 Betten hat und zum günstigen Preis alles bieten will, bei dem dreht sich die Preisspirale nach unten und er verliert.

Das Galtenberg gehört seit elf Jahren zu den Kinderhotels? Welche Vorteile ziehen Sie daraus?

Bei den Kinderhotels handelt es sich um eine Marketinggemeinschaft, also keine Hotelkette, wie die Gäste oft meinen. Um Mitglied zu sein, muss man bestimmte Kriterien erfüllen, je nach Ausstattung gibt es Smileys. Sie haben einen hervorragenden Ruf, die Wertschöpfung ist hoch – allerdings auch die Ansprüche der Gäste. Eigentlich hätte das Galtenberg bereits Anfang der 1990er-Jahre Mitglied werden können, meinem Vater war aber die Beitrittsgebühr zu teuer. (lacht) Schließlich nahmen wir Ende der 1990-er Jahre einen neuen Anlauf. Unsere damalige Hausbank wollte die notwendige Erweiterung des Betriebs nicht finanzieren.

Und was haben Sie gemacht?

Ich habe das Firmenkonto zur Hypo Tirol Bank verlegt und ein Konzept ausgearbeitet. Die Hypo hat den Ankauf des Grundstücks finanziert, die Wintersaison darauf lief ausgezeichnet, sodass wir unsere Idee umsetzen konnten. Einfach war das insgesamt natürlich nicht: Du hast ein 3-Sterne-Hotel, das gut läuft, willst den Preis verdoppeln, die

Schulden verdreifachen und das Haus vervierfachen. Du brauchst also nicht nur innovative Ideen, du brauchst auch entsprechende Partner, sonst lässt sich das nicht machen. Mit der letzten Investition nun, die ja vor allem die Schlechtwettereinrichtungen betrafen, wie das Kinderparadies oder die Wellnessanlage, sind wir in die höchste Kategorie bei den Kinderhotels aufgestiegen und führen jetzt fünf Smileys.

es gut bezahlte Jobs als Fahrer zum Beispiel. Leider hat diese Serie, im Gegensatz zum „Bergdoktor“ am Mieminger Plateau, dem Alpbachtal keine größere Bekanntheit beschert, weil es nur im Abspann genannt war. Eine verpasste Chance, leider. Aber sonst war das eine lässige Zeit.

Wo verbringen Sie mit Ihrer Familie den Urlaub?

Oh je, einen Hoteller fragen, wo er Urlaub macht. (lacht) Wir fahren gerne in eine große Anlage in Dubai, die ein Freund, den ich seit der Schule kenne, leitet. Wir sind aber ebenso im Burgenland oder in Südtirol unterwegs. Ein Hoteller will natürlich etwas anschauen. Wir wählen also immer Hotels, die ein umfassenderes Angebot haben als wir, um zu lernen, zu sehen, was wir besser machen können, anders machen können. Auch wenn der Urlaub toll war, geschäftlich gesehen, fährst du deprimiert heim, (lacht) denn du weißt, was es noch gäbe. Wir haben im Galtenberg nach dem jetzigen Umbau wieder eine super Hardware. Aber man darf nicht stehenbleiben.



Frank Kostner, Hotelier mit Herz und Seele



Einen wunderbaren Ausblick bietet die neue 2.500 m² große Wellnessoase. Eine Investition mit Weitblick.

Für den Erfolg Ihres Unternehmens



IMPULSE
FÜR
TIROL

350 MIO. EURO

Mit unserem Finanzierungspaket sorgen wir für die finanzielle Schubkraft, die Ihre Ideen brauchen. Denn: **Jeder Erfolg beginnt mit einer genutzten Chance.**



HYPO TIROL BANK
Unsere Landesbank

www.impulse-tirol.at