

Mehr als Seniorenteller

Menschen ab 50 auf einer nach oben offenen Altersskala sind eine interessante, aber eher komplizierte Zielgruppe. Immer mehr Hoteliers machen dieser Gruppe spezielle Angebote

Text: Susanne Mitterbauer



Seniorenteller ade: Ältere Menschen möchten mal viel, mal weniger, aber vor allem immer gut essen.



Das Hotel Gemma im Kleinwalsertal kümmert sich um die „Herzschlags-Variabilitätsrate“.

Kosmetikfirmen füllen für sie überbeuerte Cremes in Kristalltiegel. Schönheitschirurgen verdienen sich mit ihnen goldene Nasen. Die Kreuzfahrtindustrie hätte ohne sie keinen derartigen Boom erlebt. Gestern steckten sie noch voll im Berufsleben, heute wollen sie den „endlosen Urlaub“ in vollen Zügen genießen. Sie sind finanziell beruhigend ausgestattet und wissen genau, was sie wollen.

Fit und anspruchsvoll

Laut demoskopischen Umfragen werden sie immer mehr, denn 50 Jahre sind nicht das Ende. Ein sportlich fitter und geistig agiler Siebzigjähriger ist heute keine Ausnahme. Allerdings sind sie anspruchsvoll und verlangen ein erstklassiges Preis-Leistungs-Verhältnis. Sie haben in ihren vier Wänden alles so, wie es für ihr Alter ideal ist, also sind sie nicht bereit, im Urlaub irgendwelche Konzessionen zu machen. Ihren kulinarischen Anforderungen gerecht zu werden erfordert viel Fantasie und Flexibilität. Die einen wollen große Portionen frei nach dem ketzerischen Ausspruch „Essen ist der Sex des Alters“. Die anderen kaprizieren sich auf „sehr wenig, sehr gesund, sehr bio, aber trotzdem neue Geschmackswelten“. Das alles ist eine Herausforderung für Hotels, die sich auf diese Zielgruppe spezialisiert haben oder sie verstärkt ansprechen möchten.

Das Hotel „Erzherzog Johann“ in Bad Aussee setzt auf Kreativität und Tanz-Workshops. „Wir wollen, dass unsere Gäste den Kopf auslüften, die

Seele erquicken und etwas ganz Neues entdecken“, erklärt Regina Stocker das Konzept. Dafür stehen einheimische Künstler, Musiker und Tanzlehrer zur Verfügung.

Christine Egger-Jurikovszky vom Hotel „Egger“ in der Hinterglemm wendet sich besonders an Großeltern, die mit ihren Enkeln Urlaub machen wollen. Dafür unbedingt notwendig ist ein attraktives Programm für Kinder. In den Jahren hat sich herauskristallisiert, dass Kids auf Kreatives, Sportliches und Abenteuerlustiges besonders stark ansprechen.

Eine ganz andere Schiene fährt das Hotel Gemma im Kleinwalsertal. Hier geht es um das „Lebensfeuer“. Hotelier Klaus Peter ist zertifizierter Coach: „Die Herzschlags-Variabilitätsrate – was für ein Wort – kann tatsächlich durch Messungen festgestellt werden. Daraus ergibt sich ein Profil der allgemeinen Vitalität und des biologischen Alters. Darauf aufbauend, erstelle ich ein Programm der bewussten Erholung. In unserem Tal haben wir eine großartige Landschaft, die zu aktivierenden und regenerierenden Wanderungen einlädt. Zusammen mit den anderen selbstverständlichen Wohltaten unseres Hauses haben wir damit große Erfolge.“

Info

HOTELS FÜR BEST AGER
www.erzherzogjohann.at
www.tophotel.cc
www.gemma.at
www.50plusHotels.at

Schwerpunkt Software

Hermann Paschinger ist Obmann der 50plus Hotels, die spezielle Angebote für Best Ager auf Lager haben: vor allem „Beziehungsqualität“ für Stammgäste

Herr Paschinger, was sind die Voraussetzungen, um in Ihre Gruppierung aufgenommen zu werden?

Mindestens Drei-Sterne-Hotelqualität und die Erfüllung umfangreicher interner Kriterien, deren Schwerpunkt nicht in der Hardware, sondern im Softwarebereich liegt, das heißt persönlich geprägte Dienstleistung, abgestimmt auf das Alter unserer Klientel. Der jährliche Mitgliedsbeitrag beträgt ab 2.500 Euro, abhängig von der Zimmeranzahl. Derzeit gehören 20 Hotels in Österreich und 60 in Deutschland zu unserer Gruppe.

Wie unterscheiden sich Ihre Hotels von anderen?

Wir haben mindestens ein Pauschalpaket für Einzelreisende. Einzelzimmer-Zuschlag gibt es bei uns nicht. Wir berücksichtigen die Wünsche unserer Kunden hinsichtlich Komfort und Sicherheitsbedürfnis. So gibt es beispielsweise keine Stolperfallen, dafür sichere Badezimmer und kostenlose Zimmersafes. Wir bemühen uns durch besondere persönliche Nähe um emotional geprägte Bezie-

hungsqualität, deshalb haben unsere Hotels einen besonders hohen Stammgästeanteil. Wir bieten Themen wie „Wandern & Natur“, „Wellness & Vital“, „Genuss & Kultur“ an. Diese Konzepte bringen uns seit 15 Jahren Erfolge und Zuwachsraten.

Warum sind Senioren so interessant?

Das größte Wachstumspotenzial am Urlaubsmarkt liegt bei Menschen ab 50. Diese geben im Schnitt mehr Geld aus, sie buchen grundsätzlich früher, sind also besser einzuschätzen. Sie sind, wenn das Angebot stimmt, treue und dankbare Gäste.

Aus lässigen Alten können aber schnell lästige werden.

Die Mitarbeiter unserer Hotels sind, was Beschwerden betrifft, eingehend geschult. Wir haben auch viele ältere Angestellte, die sich als Ansprechpartner besonders bewähren. Bei ihrem großen persönlichen Engagement kommt es ohnehin eher selten zu Beschwerden.



„Wir haben mindestens ein Pauschalpaket für Einzelreisende.“

HERMANN PASCHINGER,
50PLUS HOTELS