

Thema: Achim Feige

Autor: k.A.

Brand
TrustBRAND STRATEGY
CONSULTANTS

profi / TRENDS



Essay

Gastgeber im »Age of Love«

Trends erzeugen Gegentrends. In den schnelllebigen Zeiten der Gegenwart, wo alles digitalisiert und rund um die Uhr verfügbar ist, sehnen sich die Menschen immer mehr nach traditionellen Werten und Lebensweisen. Die Jungen zelebrieren den Neo-Biedermeier, anstatt in teuren Clubs zu feiern. Im Tourismus punktet der neue Trend des individuellen Sorglos-Pakets. Man mietet das stattliche Herrenhaus samt seinem Gastgeber gleich mit. Dieser kümmert sich um die Tagesgestaltung, führt durch Land und Kultur und unterhält abends mit Anekdoten und Wissenswertem aus der Region.

STILLEN SIE DIE SEHNSUCHT NACH ERLEB

Je digitaler die Welt, desto größer wird die Sehnsucht nach dem echten, sympathischen und analogen Menschlichen. Es entstehen neue Sehnsuchtsfelder – und genau hier liegen die Entwicklungs- und Attraktivitätspotenziale für Marken im Tourismus und Gastronomiebereich. Wer es schafft, neue Konzepte zu entwickeln und mit seiner Marke Werte und Spitzenleistungen zu vermitteln, schafft den Sprung in die Köpfe der Menschen und zur Begehrlichkeit.

Wie auch unsere aktuelle Luxusstudie zeigt, geht der Trend in Mitteleuropa klar hin zu immateriellen Luxuswerten. Als Möglichkeit, der ständigen Erreichbarkeit zu entfliehen und mental abzuschalten, wird Auszeiten und Reisen der höchste Stellenwert zugeschrieben. Es ist das neue Luxusgut Nr. 1. Nicht unterschätzen darf man hier die finanziell immer stärker werdende Generation der Millennials. Sie sehen Erlebnisse als Nährboden für Selbstverwirklichung und Horizonterweiterung. Persönliche Begegnungen und menschliche Nähe nehmen für Millennials in der zunehmend digitalen Welt einen besonderen Stellenwert ein.

Thema: Achim Feige**Autor:** k.A.

»Die Auszeit wird zum Luxus.
Das High-End-Sorglos-Paket stillt
die Sehnsucht der Gäste nach
kuratiertem Genuss und Erlebnis.«

FASZINIEREN SIE IHREN GAST

Für Gastgeber wie Sie birgt das neue *Zeitalter der Menschlichkeit* immense Chancen. Erfüllen Sie die Sehnsüchte und Wünsche Ihrer Gäste. Produzieren Sie hervorragende Serviceunikate, finden Sie Ihre Einzigartigkeit oder Spitzenleistung und erzählen Sie die spannende Geschichte Ihres Hauses, Ihrer Familie, Ihres Ortes oder Ihrer Region. Geschichten mit Tiefe und Spannung haben nachweislich die größte Wirkung auf unser Gehirn.

Sie zu erzählen, ist die Königsdisziplin von Marketing und Markenführung. Ziehen Sie den Gast in den Bann Ihrer Geschichte zu Herkunft, Handwerk oder geheimer Rezeptur, machen Sie ein einzigartiges Juwel aus Ihren Leistungen und Ihre Mitarbeiter zu Ihren Botschaftern, sodass auch sie sich als Gastgeber fühlen. So wird ein Besuch bei Ihnen zum unvergesslichen, wertgeschätzten Erlebnis.

Dies erfordert natürlich ein Investment, besonders in Ihre Mitarbeiter – sie müssen die Werte Ihres Hauses, Ihrer Marke verstehen und verinnerlichen. Sie müssen wissen, wie die angebotenen Speisen schmecken und welche aktuellen Weine dazu passen. Sie sollten vielleicht einmal eine Nacht im Haus verbracht haben, um zu spüren, wie es sich anfühlen muss, bei Ihnen zu Gast zu sein.

SCHAFFEN SIE VERTRAUEN

Die Menschen sehnen sich nach kuratiertem Genuss und Konsum – egal ob es um den Genuss zu Hause geht, wie es das Start-up 9Weine erfolgreich bedient, oder um ihre High-End-Wochenend- und Urlaubsgestaltung. Wenn Sie glaubwürdig sind und das Vertrauen Ihrer Gäste erworben haben, lassen sie sich als Dank zu 100 Prozent auf Ihre Betreuung und Beratung ein.

ACHIM FEIGE

Der Partner und Österreich-Repräsentant der Managementberatung BrandTrust ist Spezialist für zukunftsorientierte Markenentwicklung und Strategie.

