



DER ALPINE KRAFTPLATZ

UNSER WEG
2019

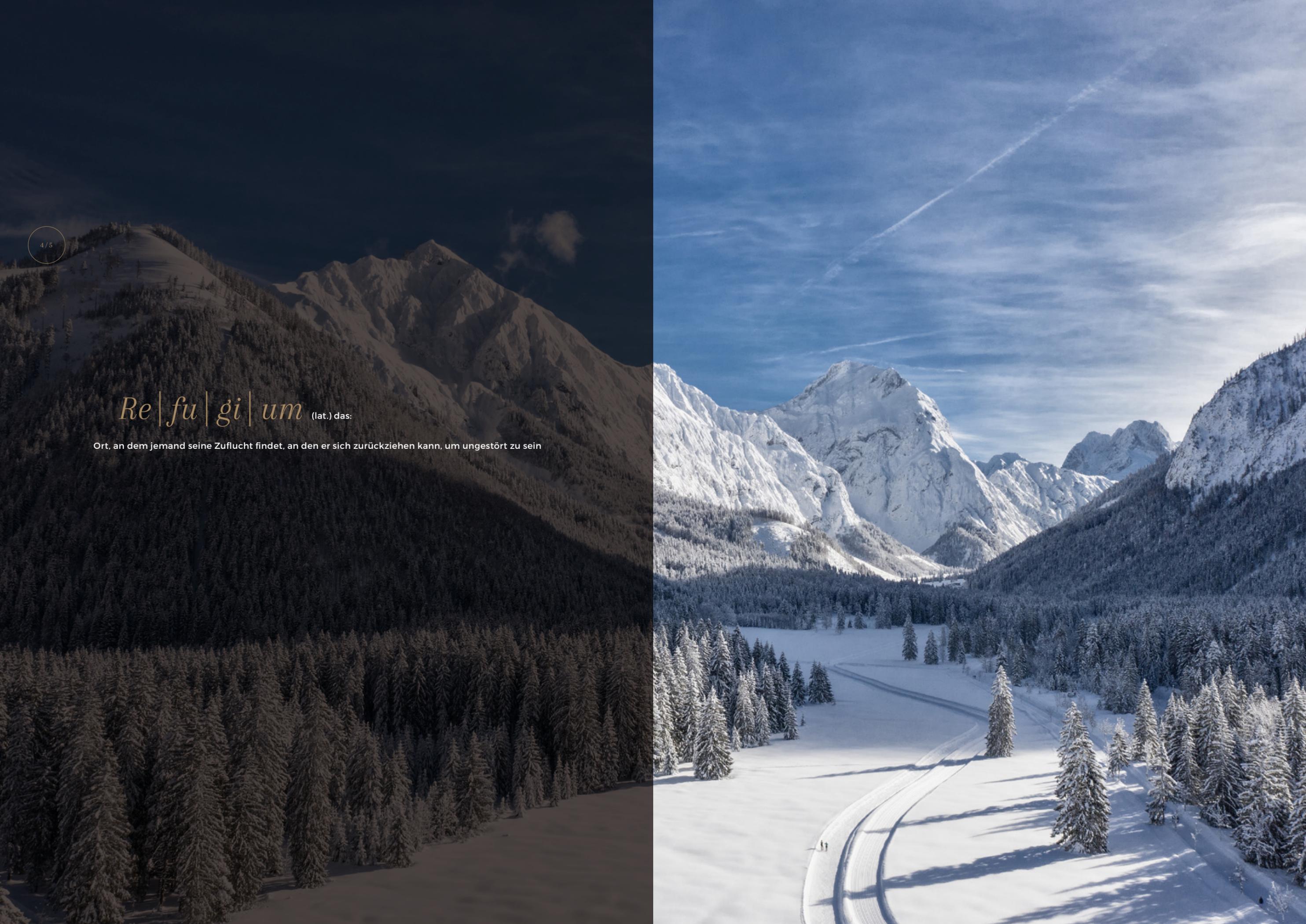
Geboren für Wohlbefinden.
Gemacht für den freien Geist.
Alpine Gesundheit für die Zukunft.



DER ALPINE KRAFTPLATZ

Re | fu | gi | um (lat.) das:

Ort, an dem jemand seine Zuflucht findet, an den er sich zurückziehen kann, um ungestört zu sein





DER ALPINE KRAFTPLATZ


Alpenrose


COCOON

Als neuer Verwöhnspezialist wirst du dazu beitragen, das hohe Niveau unseres Hauses als exzellentes Wellnesshotel zu halten und die Marke „Der alpine Kraftplatz“ zu stärken. Jede/r unserer Mitarbeiter/innen prägt und verkörpert unsere Marke.

In diesem Handbuch erhältst du einen Einblick in unsere Philosophie und unser Leitbild, sowie in die Werte und Ziele, die wir gemeinsam mit unseren Mitarbeitern nach außen hin vermitteln und von Herzen vertreten wollen. Dazu gehört das Auftreten als Gemeinschaft, als starke, emotional positiv geprägte Marke. Wir hoffen, dass du dich mit unserem Haus identifizieren kannst, denn nur so kann die Arbeit zur Leidenschaft werden und leicht von der Hand gehen. Wir alle ziehen gemeinsam an einem Strang. Bringe auch du deine fleißigen Hände mit ins Spiel!

Zu einer starken Marke gehört ein starkes Auftreten. Um dir dies zu erleichtern, haben wir dir in den nachfolgenden Kapiteln viele Informationen und wichtige Richtlinien zusammengefasst, damit du dich leichter und rascher an deiner neuen Arbeitsstelle zurechtfindest.

Inhalt

Zu einer starken Marke gehören ein starkes Auftreten und eine klare Linie. In den nachfolgenden Kapiteln sind viele Informationen, wichtige Richtlinien sowie Visionen und Ziele zusammengefasst, über die sich der Alpine Kraftplatz definiert und die den charmanten Charakter unseres Hauses ausmachen.

I. Unser Alpiner Kraftplatz

- I-1 Unsere Häuser
- I-2 Die Gastgeber
- I-3 Unser Motto
- I-4 Was wir sind
- I-5 Was wir nicht sind
- I-6 Unsere Werte
- I-7 Unsere Visionen und Ziele
- I-8 Unsere Partner
- I-9 Nachhaltigkeit
- I-10 Unser Schmetterlingsfond
- I-11 Best Wellness Hotels Austria
- I-12 Unsere Spa- und Wellness-Produkte

II. Unsere Zielgruppe

- II-1 Facts
- II-2 Was unsere Gäste von uns erwarten
- II-3 Was wir von unseren Gästen erwarten
- II-4 Der richtige Umgang mit Wünschen
- II-5 Der richtige Umgang mit Kritik

III. Unsere Mitarbeiter

- III-1 Facts
- III-2 Was wir von unseren Mitarbeitern erwarten
- III-3 Was unsere Mitarbeiter von uns erwarten können
- III-4 Unsere Mitarbeiterphilosophie „Du und der Schmetterling“

IV. Unsere Marke

- IV-1 Die Verwendung des Marken-Logos
- IV-2 Die Farben
- IV-3 Die Submarken
- IV-4 Typographie
- IV-5 Schreibstil, Keywords, Stil, Anrede der Gäste
- IV-6 Bildsprache



SAUNADORF
KRÄUTERALM

HOTELPARK &
GARTEN
10.000 m²


Alpenrose
WELLNESS-
RESIDENZ

SPA'S UND
WELLNESSWELTEN
9 Saunen, 7 Pools,
2 Badeteiche, 10.000 m²


COOON
ALPINE
BOUTIQUE LODGE

I-1
Die Alpenrose

14/15



Alpenrose[®]

WELLNESSRESIDENZ

Der Alpine Kraftplatz ist eines der führenden Wellness-Hotels in Österreich und Mitglied der Best Alpine Wellness Hotels. Mit 92 Zimmern, 5.000 m² Spa- und Wellnessbereich, 9 Stuben und Restaurants, 150 Mitarbeitern und einer durchschnittlichen Auslastung von 95% thront das familiengeführte Haus stolz zwischen den Gebirgszügen Karwendel und Rofan, am Eingang des Achentales mit seinem einmalig-schönen Achensee.

Die Alpenrose steht für ehrliche Gastfreundschaft, ein unvergleichliches Wellnessangebot und eine hervorragende Kulinarik. Mehr als 80% unserer Gäste sind Stammgäste.



I-1
Das Cocoon


COCOON®

ALPINE BOUTIQUE LODGE

DER ORT ZUR ENTFALTUNG

So wie eine Raupe sich in ihren Kokon zurückzieht, um sich zu wandeln und die schützende Hülle als starker Schmetterling zu verlassen, sollen sich unsere Gäste im Cocoon geborgen fühlen, um sich frei entfalten zu können. Unser Cocoon ist ein Rückzugsort, an dem Persönlichkeiten reifen. Aus dem nach einer Phase der Ruhe und des In-Sich-Kehens der gestärkte Aufbruch in einen neuen Lebensabschnitt beginnt. Klare Linien, natürliche Baumaterialien und ein reduziertes Design schaffen ein ruhiges und privates Ambiente, in dem Sie sich auf das Wesentliche Ihres Wohlfühlurlaubs, sich selbst und Ihre individuellen Bedürfnisse, konzentrieren können.

COCOON
BY

Alpenrose





I-2
Die Gastgeber

1959 öffnete die „Alpenrose“ erstmals ihre Pforten. Schnell wuchs der kleine Familienbetrieb zu einer der beliebtesten Wellnessresidenzen in den Alpen heran. Wolfgang Kostenzer war einer der ersten Tiroler Hoteliers, der gegen Ende der 80er Jahre ein ganzheitliches Wohlfühlkonzept großzügig umsetzte. Und die Reise geht weiter: Gemeinsam mit dem Team wollen wir alpine Gesundheit und Wellness ganz neu definieren.

Wolfgang Kostenzer



I-3

Unsere Philosophie

Sehr gute Wohlfühlhotels gibt es viele. Sie alle setzen auf Herzlichkeit, Gastfreundschaft, kulinarische Genüsse, ein engagiertes Team und einen fesselnden Charme des Hauses. Natürlich vertreten auch wir diese Werte. Unsere Gäste sollen sich bei uns wohlfühlen, ihr Urlaub im Alpen Kraftplatz soll zu einem unvergesslichen Erlebnis werden.

Doch damit geben wir uns noch nicht zufrieden. Wir wollen nicht nur sehr gut, sondern hervorragend, ja sogar die Besten sein. Der Alpine Kraftplatz soll zu einem festen Bestandteil des Lebens unserer Gäste werden, indem wir Sie als Stammgäste gewinnen und sie ein „Aha-Erlebnis“ während Ihres Urlaubs haben. Wie wir das schaffen? Mit solider Beständigkeit und mutigen Innovationen.

Wir haben die traditionellen Werte unserer Häuser perfektioniert und streben weiter nach vorne, mit neuen Ideen, auf einer neuen Ebene von Wellness. Unsere Gäste sollen in ihrem Urlaub Erholung und Entspannung finden, aber vor allem auch sich selbst!

I-4 Wer wir sind

Himmlich, gastfreundlich, hervorragend, traumhaft, erholsam, ein optischer, sinnlicher und kulinarischer Genuss – das sind nur einige der wenigen positiven Eigenschaften, mit denen uns unsere Gäste gerne beschreiben. Wir geben uns sehr viel Mühe, diesen Umschreibungen für einen perfekten Urlaub gerecht zu werden. Daneben haben wir aber auch noch einige weitere prägende Charakterzüge. Wir sind:

TRADITIONELL

Wir wollen besser werden, aber ohne aufzuhören, gut zu sein. Deshalb werden wir immer ein traditionelles Haus mit beständigen Werten wie Gastfreundschaft, Herzlichkeit und Ehrlichkeit bleiben. Neues soll das Alte nicht verdrängen, sondern eine wertvolle Erweiterung sein. Denn auch wenn wir uns stets erweitern und nach vorne blicken, behalten wir im Fokus: „Never change a winning team!“

ERSTKLASSIG

Der erste Mann auf dem Mond war Neil Armstrong. Und wie heißt der zweite? Obwohl Edwin Aldrin seinem Kollegen im wahrsten Sinne des Wortes dicht auf den Fersen war, erinnert sich heutzutage kaum jemand an seinen Namen. Wir sind das Team Armstrong. Wir möchten dem Standard einen Schritt voraus sein und nach den Sternen greifen.

MUTIG

Als Wolfgang Kostenzer in den 80er Jahren seinen Gasthof zum ersten Wellnesshotel am Achensee ausbaute, hielt ihn so manch einer für großwahnsinnig. All die kritischen Stimmen sind mittlerweile verstummt. Der Pioniergeist ist aber im Team fest verankert geblieben. Viele innovative, verrückte und mutige Ideen für die Zukunft des Hauses sind notwendig. Als Mitglied unseres Teams erwarten wir auch von dir den Mut, über dich hinauszuwachsen und überdurchschnittlich zu sein. Wer nicht wagt, der nicht gewinnt.

I-5 Wer wir nicht sind

Um zu sagen, wer wir sind, müssen wir auch definieren, wer wir nicht sind. Das ist gar nicht so einfach, schließlich wollen wir es möglichst vielen Gästen recht machen und verschiedene Geschmäcker ansprechen. Doch egal, welche Wünsche und Interessen unsere Gäste haben, wir wollen für sie wie für unsere Mitarbeiter folgendes garantiert nicht sein:

DURCHSCHNITTLICH

Heutzutage gehört eine Wellness-Infrastruktur zum Standard eines jeden guten Hotels. Doch unserer ist mit seinen 5.000 m² außergewöhnlich, er ist kein Bereich, sondern eine eigene Welt. Was unsere Gäste besonders schätzen, ist das private Ambiente, das wir trotz hervorragender Auslastung gewährleisten können. Die vielen Ruhebereiche mit ausreichend Liegen für alle Gäste sind in anderen Häusern keine Selbstverständlichkeit. Bei uns schon.

LANGWEILIG

Wir organisieren regelmäßig außergewöhnliche Events, wie z.B. unser Sommerfest oder die Wine and Dine Eventreihe, außerdem wird unser Haus stets um neue Attraktionen erweitert. So können wir unsere Stammgäste immer wieder aufs Neue für den Alpinen Kraftplatz begeistern und gleichzeitig eine neue Zielgruppe ansprechen. Die Dynamik unseres Hauses ist unser Markenzeichen.

STEIF

Obwohl wir ein Haus der gehobenen Klasse sind, geht es bei uns alles andere als steif und formell zu. Unsere Gäste sollen loslassen können und Spaß in ihrem Urlaub haben. Von den Mitarbeitern wird ein respektvoller, professioneller Umgang erwartet, trotzdem sollen sie sich ihre Natürlichkeit bewahren.

I-6

Unsere Werte und Ideale

Ehrliche Gastfreundschaft
Mut *Gesundheit*
Höchstes Wohlbefinden *Familie*
Perfekter Service *Lebensfreude*
Genuss *Selbstfindung* *Natur*
Erkenntnis *Begeisterung*
Tradition *Innovation*
Miteinander

UNSERE VISION

„Wir kreieren einen alpinen Kraftplatz, indem wir Mitarbeiter und Gäste fördern, und helfen ihre Träume, Gesundheit und Lebenswege zu beflügeln.“

I. Unser Haus

I-7

Unsere Visionen und Ziele

WELLNESS NEU DEFINIEREN

Wir bieten weiterhin unser ganzheitliches Wellness- und Beautyprogramm an, wollen es aber auf eine neue Ebene heben. Der Gast soll sich nicht nur passiv verwöhnen lassen, sondern sich aktiv auch selbst verwöhnen, indem er sein eigenes Ich wieder bewusster wahrnimmt. Der Urlaub soll nicht nur eine vorübergehende Entspannung sein, sondern dauerhafte positive Auswirkungen auf den Alltag haben. Seminare zur Selbsterkenntnis, zu Burn-Out, Gesundheit, Zeitmanagement usw. sollen dem Gast dabei helfen.

EINE NEUE ZIELGRUPPE ERREICHEN

Neben unseren treuen Wellness-Genießern wollen wir verstärkt ein junges Publikum ansprechen. Aktuell ist in der europäischen Gesellschaft ein Umbruch zu finden, weshalb wir unseren Gästen einen Weg zum selbstbestimmten Leben, mit Fokus auf Stärkung der Psyche, gesunder Ernährung und Fitness, anbieten wollen. Mit der neuen Wasser-Erlebniswelt im Haus der Elemente sprechen wir außerdem verstärkt Familien an.

WELLNESS 2.0

Modern bleiben: Wellness 2.0 und eine neue Zielgruppe sind Maßnahmen, um den Schwung und Elan in unserem Haus nicht einschlafen zu lassen. Auch ein neues Design mit klaren Linien, eine erfrischende, mutige Philosophie und Wellness, Fitness und Kulinarik am Puls der Zeit lassen den Alpinen Kraftplatz jung und attraktiv bleiben.

RevPAR € 201,- | RevPAR Index 143%
Auslastungsgrad (jährlich) 95,7%



I-8 Unsere Partner

So wie unsere Mitarbeiter im Team arbeiten, haben auch wir unsere Partner, mit denen wir zusammenarbeiten. Diese sind:

- Die Region: Die Achenseeregion ist ein idyllisches Kleinod, fernab vom Massentourismus. Wir wissen die Schönheit des Sees und der Berge sehr zu schätzen und achten sehr darauf, eine Symbiose mit unserer Umgebung einzugehen. Wir nutzen die Freizeit- und Erholungsmöglichkeiten, die uns der Achensee bietet, und begeistern unsere Gäste für dieses schöne Fleckchen Erde.

- Natur & Region gehen Hand in Hand: Als wertvolle Partner pflegen und schützen wir sie. Zum einen, indem wir einen möglichst kleinen CO₂-Fußabdruck hinterlassen, zum anderen, indem wir in all unseren Arbeitsbereichen auf regionale Produkte setzen.

- Die Best Wellness Hotels Austria: Als Mitglied der Best Wellness Hotels Austria haben wir strenge Kriterien zu erfüllen, die aber ohne hin unseren eigenen Werten entsprechen, wie z.B. ein ganzheitliches Wellnesskonzept, eine umweltbewusste Betriebsführung und die Pflege des „Kulinarischen Erbes Österreich“. Als Dank dafür dürfen wir die exklusiven Balance Alpine 1000+ Produkte verwenden, die ausschließlich heimische Kräuter enthalten, die über 1000 m Seehöhe wachsen.

Regionalität & Nachhaltigkeit

*„Innovation bedeutet mit dem Bestehenden zu arbeiten,
um etwas Neues zu schaffen.“*

Die Natur ist eine Schatzkiste. Sie liefert uns Ressourcen und Schönheiten, die der Mensch nicht nachbilden kann. Wir wissen den Reichtum unserer Region mit den majestätischen Bergen, dem tiefgründigen Achensee und den romantischen Tälern sehr zu schätzen und nehmen dieses Geschenk dankbar an. Wir versuchen dabei eine Symbiose mit der Umgebung einzugehen. Das beginnt bei unserem großen Residenzgarten, der vielen heimischen Tieren ein Zuhause bietet, und endet bei den vielen Ausflügen, bei denen wir unseren Gästen auf schonende Weise die schönsten und auch einige geheime Plätze unserer Region zeigen. Wir nutzen die Freizeit- und Erholungsmöglichkeiten, die uns der Achensee bietet, und begeistern unsere Gäste für dieses schöne Fleckchen Erde.

Die Natur ist unser Partner. Deshalb versuchen wir, sie so gut wie möglich zu schützen und einen möglichst kleinen CO₂-Fußabdruck zu hinterlassen. Wir nutzen unsere sonnige Lage, um auf unseren Dächern mit einer 450 m² großen Solaranlage Warmwasser zu gewinnen. Pro Tag sind bis zu 15 m³ heißes Wasser mit einer Temperatur von 95 Grad möglich, auch in den Wintermonaten.

Ein Bioheizkraftwerk, das aus Erdgas Wärme und Strom erzeugt, liefert ca. ein Drittel unseres täglichen Strombedarfs, das sind etwa 130 KW Strom und 400 KW Wärme. Auch den dabei freiwerdenden Wasserdampf nutzen wir zum Heizen.

Ein ausgeklügeltes Gebäudeleitsystem sorgt dafür, dass die Energie optimal verteilt und bedarfsgerecht genutzt wird. Auch die Abwärme unserer Schwimmbäder und Kühl- und Gefrierräume lassen wir nicht ungenutzt verpuffen, sondern wird durch neueste Technologien in der Wärmerückgewinnung energiesparend genutzt.

I-10
Unser
Schmetterlingsfond

„Die beflügelnde Hilfe für die Kinder der Berge“

Wir und unsere Gäste können die Schönheit der Berge in vollen Zügen genießen. In manchen Ländern sind sie mit ihrem kargen Boden und der schroffen Landschaft hingegen eine Herausforderung für das Leben. Deshalb haben wir unseren Schmetterlingsfond ins Leben gerufen. Wir möchten damit bedürftige Kinder in Bergregionen aus aller Welt, wie z.B. Lesotho, Bolivien oder Nepal, finanziell unterstützen. Damit auch sie ihre Heimat etwas unbeschwerter genießen können und eine Chance für die Zukunft haben.

Unsere Gäste können online oder vor Ort Geld für unser hoffnungsstiftendes Projekt spenden und erhalten als Dank dafür einen schönen Schmetterling-Pin.

Außerdem gehen von jeder Flasche Wein, die in unserem Haus verkauft wird, 2 bis 3 Euro an den Schmetterlings-Fond. Unser Wein wird damit jährlich die Quelle für Projekte für Kinder in alpinen Regionen sein.

*„Education is the most powerful weapon
which you can use to change the world“*

Nelson Mandela



I-11
Best Alpine
Wellness Hotels

Der Alpine Kraftplatz ist stolzes Mitglied der Best Alpine Wellness Hotels. Dieser Verband aus 24 familiengeführten Wellnesshotels der Kategorien ****s und ***** in Österreich und Südtirol verfolgt ein Wohlfühlkonzept, basierend auf den vier Säulen:

RELAX & BEAUTY
AKTIV
GENUSS
FAMILIE

Um sich Best Alpine Wellness Hotel nennen zu dürfen, müssen wir strenge Kriterien erfüllen, wie etwa eine ruhige Lage, ein großzügiger Spa-Bereich, verschiedene Saunen und Wellnessbäder, professionelle Kosmetik- und Massageeinrichtungen und ein abwechslungsreiches sportliches Angebot. Außerdem verpflichten wir uns dem Klimaschutz, einer hervorragenden Hygiene in allen Arbeitsbereichen und der Bevorzugung regionaler Produkte.

Einmal pro Jahr prüfen Mystery Guests, ob wir den Ansprüchen der Best Alpine Wellness Hotels gerecht werden. 2.000 Fragebögen, die von unseren Gästen ausgefüllt werden, geben außerdem verlässliche Einblicke in unsere Qualitätsstandards. Wir sind stolz darauf, ein Mitglied der Best Alpine Wellness Hotels Austria zu sein.





I-12
Unsere Spa- und
Wellness-Produkte

Für unsere Gäste nur das Beste! Bei der Auswahl unserer Produkte gehen wir deshalb mit sehr viel Bedacht vor. In der Küche achten wir auf Regionalität, Frische und Qualität. Auch im Kosmetik- und Wellnessbereich vertrauen wir auf die Kraft der Alpen. Als Mitglied der Best Alpine Wellness Hotels Austria dürfen wir unsere Gäste mit den exklusiven Produkten von Balance Alpine 1000+ verwöhnen, für die ausschließlich „Mehrer Heilwasser“ aus Tirol, das besonders viele gesundheitsfördernde Mineralstoffe enthält, sowie heimische Heilkräuter verwendet werden, die auf über 1.000m Seehöhe in rein ökologischen Almkulturen angebaut werden.

Daneben setzen wir auf die exklusiven Produkte von Vinoble, einer Naturkosmetiklinie, die mit Wirkstoffen der österreichischen Weintraube arbeitet, sowie auf die traditionellen Rezepturen der pflanzlichen Pflege von Ligne St. Barth und die hervorragenden Kosmetikprodukte von Maria Galland. Selbstverständlich darf bei unseren Beauty- und Wellnessanwendungen auch nicht das kostbare Tiroler Steinöl fehlen, das hier in der Region aus Steinen gewonnen wird.

Unsere Produkte sind wie wir: Ehrlich & natürlich!

II-1
Unsere Zielgruppe

Der Alpine Kraftplatz lebt von ihren treuen Stammgästen. Einige davon sind mit uns aufgewachsen, sie sind früher mit ihren Eltern gekommen und bringen jetzt ihre eigenen Kinder mit. Das sorgt für frischen Wind in unserem traditionsreichen Haus. Auch in Bezug auf die Nationalitäten ist der Alpine Kraftplatz sehr abwechslungsreich, wobei der Großteil unserer Gäste aus dem europäischen Raum, d.h. aus Deutschland, der Schweiz, Österreich, Italien und Frankreich stammt. Wir bewirten aber auch Gäste aus Südafrika, Namibia, Australien und Kanada.

GÄSTE-ZIELGRUPPE

HERKUNFTSLÄNDER
DER GÄSTE

FAMILIENORIENTIERUNG

ARCHITEKTUR-STIL

AMBIENTE

PERSÖNLICHE
ANSPRACHE DER GÄSTE

KULINARIKUM, DINING

GÄSTE-TYPEN

GÄSTE-SPRACHE

GÄSTE-STATUS, MILIEUS

GÄSTE-BEWEGUNGS-TYP

GÄSTE-SPORT-TYPEN

GÄSTE-GESUNDHEITS-
TYPEN

GÄSTE-ERNÄHRUNGS-
TYPEN

GÄSTE-MEDIZIN-TYPEN



Premium Wellness-Geniesser

DE, AT, CH, Benelux, FR (Elsass),
Südtirol, GB

ja

Alpenländisches Landhaus

romantisch, kuschelig,
heimelig, detailverliebt

generell „Sie“, sehr persönlich,
familiär und „Du“ bei Stammgästen
bzw. wenn „Du“ gewünscht wird

Verwöhnpension, Buffet und ein
TOP-Wahlmenü

alle Generationen, aktive Geniesser

DE, EN, FR

Klassischer Unternehmer

frische Luft, Entspannung, ausgewogene
Bewegung (Wandern, Spazieren, E-Biken,
Langlaufen, Skifahren...)

Genuss-Sportler

„Der Gestresste“, „Der Büromensch“, „Der
Feinfühlige“

ich lasse es mir gutgehen, esse und
trinke gern, ausgewogen, massvoll

Vorsorgeorientierung
und eher reaktiv

Anspruchsvoller, individueller Geniesser

DE, AT, CH, Benelux, FR (Elsass),
Südtirol, GB

ja

Modern, Lifestyle, Alpin

alpin, zeitgeistig, modern,
grosszügig, ruhig

generell „Sie“, sehr persönlich,
familiär und „Du“ bei Stammgästen
bzw. wenn „Du“ gewünscht wird

Verwöhnpension und Gourmet-
Gloschen-Service, Koch-Entertainment

modern, aktiv, exklusiv

EN, DE, FR

Aufstrebender Jung-Unternehmer

frische Luft, Entspannung, ausgewogene
Bewegung (Wandern, Spazieren, E-Biken,
Langlaufen, Skifahren...)

Genuss-Sportler

„Der Gestresste“, „Der Büromensch“, „Der
Feinfühlige“

ich lasse es mir gutgehen, esse und
trinke gern, ausgewogen, massvoll

Exklusive Angebote mit
Nachhaltigkeit und preventiv

II-2

Was unsere Gäste von uns erwarten

Als Hotel der Kategorie ****s erwarten unsere Gäste perfekten Service, eine hochwertige Gastronomie und einen hohen Komfort, also einen Urlaub der Extraklasse. Darüber hinaus zeichnet sich der Alpine Kraftplatz aber noch durch einen zusätzlichen Mehrwert aus, der unser Haus so einzigartig macht. Unsere Gäste schätzen:

UNSERE AUTHENTIZITÄT

Es gilt das Motto: „Klasse statt Masse.“ Trotz der Größe unseres Hauses haben wir uns eine familiäre, private Atmosphäre bewahrt. Die Mitarbeiter haben einen freundschaftlichen Umgang miteinander, gegenüber den Gästen sind wir respektvoll, aber nicht distanziert oder aufgesetzt, sondern ehrlich und herzlich. Die Gäste wollen sich willkommen und geschätzt fühlen, was sie schließlich auch sind.

DAS BEWUSSTE ERLEBEN DES URLAUBS

Der Urlaub wird bei uns zum Erlebnis. Saunagänge werden durch eine niveauvolle Animation zu Zeremonien, Wohlfühlbehandlungen sprechen alle Sinne an, der Besuch im betreuten Fitnessstudio wird zum Erfolgserlebnis und vor allem die Kulinarik hinterlässt bleibende Eindrücke, allein beim Gedanken daran werden die Geschmacksnerven gekitzelt.

DAS BESONDERE

Das Außergewöhnliche wird schnell gewöhnlich. Nicht so bei uns. Gemäß unserer bisherigen Tradition erwarten sich unsere Stammgäste auch in Zukunft viele innovative Ideen, damit sie bei jedem Aufenthalt aufs Neue ein „Aha“-Erlebnis haben. Das gelingt uns, indem wir immer die neuesten Sport- und Beautytrends entdecken, bevor sie „Mainstream“ sind, indem wir neue Attraktionen anbieten und ein zukunftsweisendes, modernes Gesamtkonzept verfolgen.

II-3

Was wir von unseren Gästen erwarten

Als Dienstleister sind wir immer für unsere Gäste da und bemühen uns, ihnen einen schönen Urlaub zu bereiten. Doch so wie die Gäste mit einer bestimmten Erwartungshaltung an uns herantreten, haben wir auch Wünsche an den Gast:

WERBUNG

Auch in der Hotellerie ist Mundpropaganda immer noch die beste Werbung. Wir wünschen uns, dass unsere Gäste begeistert von ihren Erlebnissen im Alpiner Kraftplatz berichten und unser Haus weiterempfehlen. Mit einem Gutschein für Weiterempfehlungen schaffen wir eine kleine Motivationshilfe.

TREUE

Der Großteil unserer Gäste sind Stammgäste, die uns seit vielen Jahren die Treue halten. Wir machen Sie zu einem Teil unserer Familie, indem wir ihre individuellen Wünsche noch vor der Anreise erfüllen, sie zu ihren Geburtstagen anrufen und wir uns vor Ort viel Zeit für sie nehmen. Sie sind nicht nur als Gäste für uns wichtig, sondern auch als Partner. Stammgäste nehmen sich nämlich umgekehrt auch gerne Zeit für uns, sie geben uns ein Feedback und sagen ehrlich, welche Entwicklungen sie beobachtet haben und was ihnen gefällt und was nicht.

EHRlichkeit

Wenn ein Gast mit unserer Leistung unzufrieden ist, wünschen wir uns, dass er uns dies noch während seines Urlaubs mitteilt. Im Nachhinein können wir nur mehr Schadensbegrenzung üben, selbst dann, wenn das Problem vor Ort leicht zu lösen gewesen wäre. Wenn du als Mitarbeiter merkst, dass ein Gast unzufrieden ist, sprich ihn mit viel Feingefühl darauf an und zeige Verständnis, jedoch ohne aufdringlich zu sein.

II-4

Der richtige Umgang mit Wünschen

FÜHLE DICH VERANTWORTLICH!

Unsere Gäste schätzen besonders unsere Serviceleistungen und die ehrlichen Bemühungen unserer Mitarbeiter, ihnen einen schönen Urlaub zu bereiten. Dazu gehört, dass wir auch auf Sonderwünsche eingehen. Vom zusätzlichen Kopfkissen bis hin zum speziellen Menü sind wir auf die verschiedensten Bedürfnisse vorbereitet.

Wichtig ist, möglichst bald auf die Wünsche zu reagieren und sie den zuständigen Teams verlässlich weiterzuleiten. Wenn du beim Bedienen während des Frühstücks erfährst, dass dem Gast die Matratze zu weich war, biete ihm gleich an, sie gegen eine härtere auszutauschen und informiere das Housekeeping. Auch wenn es nicht zu deinem direkten Aufgabenbereich gehört, trägst du damit zum Wohlbefinden des Gastes bei. Und das ist schließlich unser gemeinsames Ziel!

ÖFFNE EIN FENSTER, WENN DIE TÜR VERSCHLOSSEN BLEIBT!

Doch was ist, wenn ein außergewöhnlicher Wunsch geäußert wird? Hier gilt die Faustregel: Ein „Nein“ gibt es nicht. Es wird sicher Wünsche geben, die wir nicht erfüllen können. Doch statt sie einfach abzuschmettern, muss wenigstens eine Alternative angeboten werden, damit der Gast spürt, dass wir uns um seine Anliegen kümmern.



II-5
Der richtige Umgang
mit Kritik

*„Man erlebt nicht das, was man erlebt,
sondern wie man es erlebt.“*

Wilhelm Raabe

Kritik wird es selbst in den besten Häusern immer wieder geben. Entscheidend ist, richtig damit umzugehen. Folgende Punkte solltest du dir dabei zu Herzen nehmen:

KLEINERE BEMÄNGELUNGEN

- Bleibe ruhig und höflich. Mit einem freundlichen Lächeln auf den Lippen kannst du deinem Gegenüber viel leichter „den Wind aus den Segeln nehmen“.
- Lass die andere Person ausreden und gib ihr das Gefühl, dass du zuhörst.
- Antworte in einer ruhigen Stimmlage und geh auf die Kritik ein. Blocke nicht ab und betrachte die konstruktive Kritik nicht als persönlichen Vorwurf, sondern als Vorschlag, es besser zu machen.

*Nimm nichts persönlich. Nichts was andere Leute zu dir
sagen ist wegen dir, es ist wegen ihnen selbst.*

Miguel Ruiz

HARTE KRITIK

- Ist dein Gegenüber aufgebracht und laut, solltest du zunächst versuchen, ein ruhiges, entspanntes Gesprächsklima zu schaffen. Das gelingt dir, indem du selbst besonnen bleibst, einen intimeren Rahmen schaffst, indem du die Person zur Seite nimmst oder um ein persönliches Gespräch bittest und du deine Stimme nicht anhebst. Es liegt zwar in der Natur des Menschen, sich bei Vorwürfen rechtfertigen zu wollen, manchmal bringt dich ein Schritt zurück aber weiter nach vorne.
- Nicht jede Kritik ist konstruktiv und berechtigt. Sich zu rechtfertigen bzw. es dem Gegenüber recht zu machen ist in solchen Fällen oftmals schwierig. Höre dir das Anliegen an und widersprich nicht, sondern versuche, mit handfesten Argumenten zu überzeugen. Mit Antworten wie „Das stimmt nicht“ oder „Das ist nicht wahr“ wird nur Öl ins Feuer gegossen. Stattdessen ist ein „Ich verstehe Ihr Anliegen, aber bedenken Sie...“ oder „aber betrachten Sie es doch auch einmal aus meiner Sichtweise...“ eindeutig zielführender.
- Der Kunde ist zwar König, trotzdem müssen wir nicht „unterwürfig“ sein. Wenn dich ein Gast oder Mitarbeiter persönlich beleidigt, musst du das nicht einfach hinnehmen. Bleib aber bitte sachlich, ruhig und freundlich. Du beweist innere Stärke und Überlegenheit, wenn du gar nicht erst darauf eingehst. Das ist zwar nicht immer ganz leicht, aber man kann es lernen.



III-1 Unsere Mitarbeiter

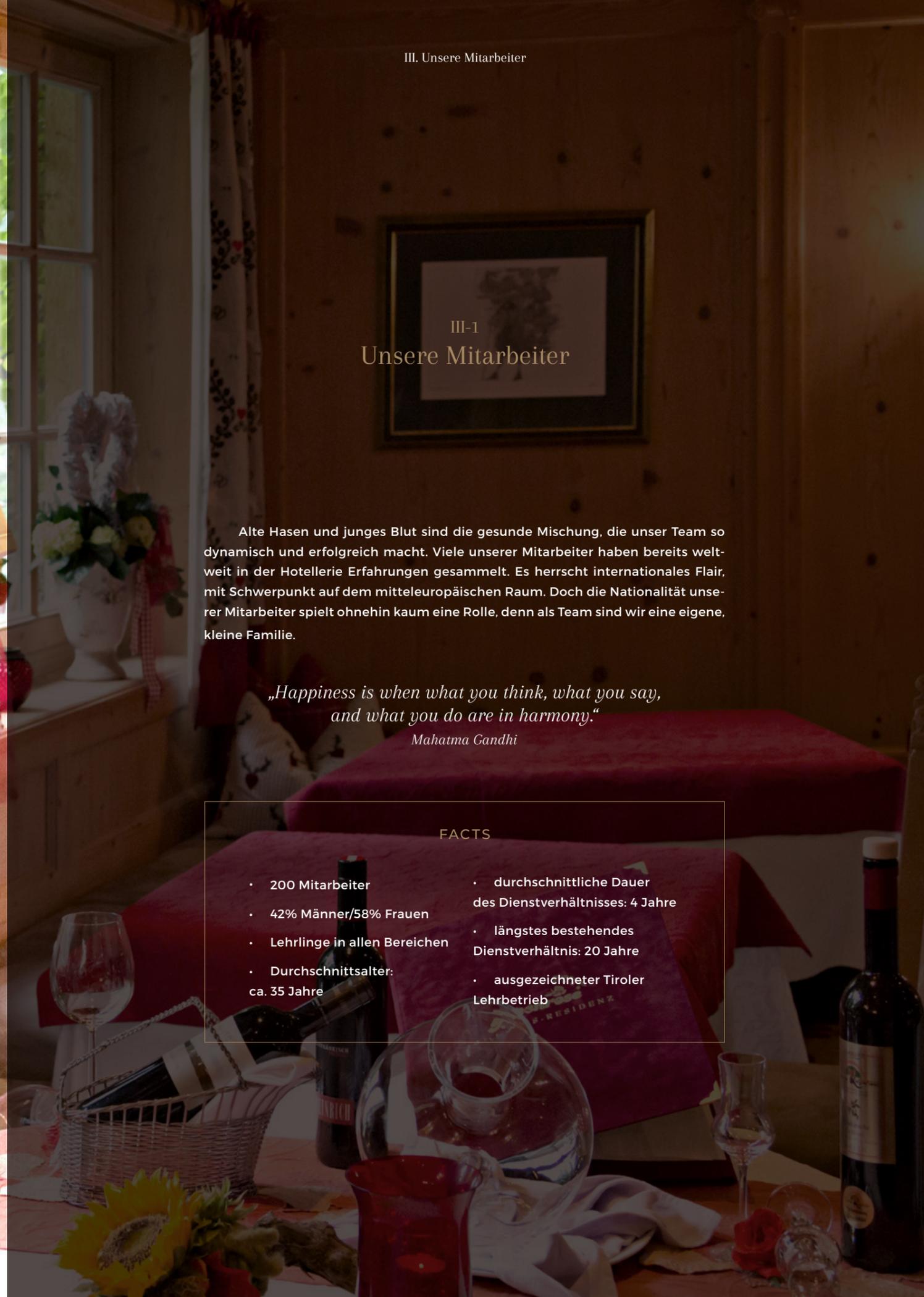
Alte Hasen und junges Blut sind die gesunde Mischung, die unser Team so dynamisch und erfolgreich macht. Viele unserer Mitarbeiter haben bereits weltweit in der Hotellerie Erfahrungen gesammelt. Es herrscht internationales Flair, mit Schwerpunkt auf dem mitteleuropäischen Raum. Doch die Nationalität unserer Mitarbeiter spielt ohnehin kaum eine Rolle, denn als Team sind wir eine eigene, kleine Familie.

*„Happiness is when what you think, what you say,
and what you do are in harmony.“*

Mahatma Gandhi

FACTS

- 200 Mitarbeiter
- 42% Männer/58% Frauen
- Lehrlinge in allen Bereichen
- Durchschnittsalter: ca. 35 Jahre
- durchschnittliche Dauer des Dienstverhältnisses: 4 Jahre
- längstes bestehendes Dienstverhältnis: 20 Jahre
- ausgezeichneter Tiroler Lehrbetrieb



III-2

Was wir von unseren Mitarbeitern erwarten

Wir wollen dir Nichts vormachen: Die Arbeit in der Hotellerie kann körperlich und mental sehr anstrengend sein. Nur wer eine gewisse Leidenschaft für seine Aufgaben mitbringt, wird langfristig Freude daran haben. In diesem Sinne erwarten wir folgende Eigenschaften:

LEIDENSCHAFT

Wir raten dir im Namen von Konfuzius: „Wähle einen Beruf, den du liebst, und du brauchst keinen Tag in deinem Leben mehr zu arbeiten.“ Begeisterung, Arbeitsbereitschaft und die Identifikation mit unserem Haus sind Voraussetzungen dafür.

TEAMFÄHIGKEIT

Nur wenn wir miteinander und nicht gegeneinander arbeiten, wird uns die Arbeit leicht von der Hand gehen. Wenn du dich nicht sinnlos über schwächere Teammitglieder ärgerst, sondern ihnen hilfst, wirst du dir viele Nerven sparen und nur so eine Verbesserung der Situation möglich machen. Erwinnere dich an Momente, in denen du selbst einmal Hilfe gebraucht hast, und daran, wie dankbar du warst, wenn dir jemand unter die Arme gegriffen hat. Das Team des Alpinen Kraftplatz lebt von einem engen Zusammenhalt und einer familiären Atmosphäre. Man erreicht mehr mit einem freundlichen Blick, mit einem guten Wort der Ermunterung, das Vertrauen einflößt, als mit vielen Vorwürfen.

EHRlichkeit

Wenn du mit einer Situation oder einem Kollegen unzufrieden bist, sprich deinen Unmut bitte offen aus, und zwar direkt gegenüber der betroffenen Person. Durch Lästereien wird sich die Situation nicht ändern, ganz im Gegenteil wird die negative Stimmung allen Beteiligten die Arbeit nur noch schwerer machen. Eine Rüge vor den Gästen oder anderen Mitarbeitern ist dabei aber ein Tabu, weil es äußerst respektlos ist. Auch gegenüber dem Unternehmen erwarten wir diese Ehrlichkeit. Wende dich an uns, wenn du unzufrieden bist. Nur so können wir es ändern!

III-3

Was unsere Mitarbeiter von uns erwarten können

SICHERHEIT

Unsere Mitarbeiter erwartet bei uns die Aussicht auf eine Ganzjahresstelle bzw. gerne auch auf eine langfristige Anstellung mit Aufstiegschancen. Wir freuen uns über jeden Mitarbeiter, der bei uns „sesshaft“ wird und bieten die besten Voraussetzungen dafür, wie z.B. eine schöne Mitarbeiterunterkunft mit eigenem Bad, TV und Wifi in einem unserer Mitarbeiterhäuser, auch für Paare und Familien, sowie eine Sauna, einen Fitnessraum und einen kostenlosen Fahrradverleih sowie die kostenlose Verpflegung in unserem Ausrasterl auch an freien Tagen.

UNTERSTÜTZUNG

Neue Mitarbeiter werden nicht ins kalte Wasser geworfen. Wir stellen ihnen einen „Buddy“ zur Seite, der ihr Ansprechpartner ist und sie einlernt. Auch sonst haben wir immer ein offenes Ohr für Fragen, Anregungen und Kritik. Unser Umgang miteinander ist familiär und familienfreundlich: Die Kinder unserer Mitarbeiter können ab einem Alter von 3 Jahren unseren Kinderclub besuchen, wo sie von 9:30 bis 22:00 Uhr kostenlos betreut werden.

FÖRDERUNG

Wir sind ein sehr junges und dynamisches Team, mit vielen kreativen Köpfen voller interessanter Ideen, die wir sehr gerne fördern. Du kannst bei uns deine Fähigkeiten erweitern, Fortbildungskurse belegen und Spezialausbildungen machen. Mehr als 30% unserer Mitarbeiter nutzen diese Chance. Auch Inhouse wird es in Zukunft ein entsprechendes Angebot geben.

Aber schon jetzt haben viele unserer heutigen Teamleiter bei uns als Einsteiger angefangen. Auch deine Gesundheit liegt uns sehr am Herzen. Darum werden wir in Zukunft verstärkt auf eine betriebliche Gesundheitsförderung setzen.

III-4

Unsere Mitarbeiterphilosophie – Du und der Schmetterling

Schönheit, Beweglichkeit, und Entwicklung, dafür steht unser facettenreicher Schmetterling, der seit vielen Jahren das Logo der Alpenrose ist. Er ist sogar mehr als das: Das altgriechische Wort für Schmetterling ist „Psyche“, da er als Verkörperung der menschlichen Seele betrachtet wurde.

Unser Schmetterling ist das Symbol für die Seele unseres Hauses und zugleich auch für unsere Mitarbeiterphilosophie. Seine Farbenpracht drückt die Vielfalt der Fähigkeiten, Talente und Aufgaben unserer Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen aus. Von der unscheinbaren Raupe wird er zum bunten Prachtfalter, so wie du bei uns mit viel Engagement und Herzblut vom neuen Teammitglied zu einer qualifizierten Führungskraft werden kannst. Und so wie der Schmetterling Leichtigkeit und Freude ausdrückt, soll auch die Stimmung unter den Mitarbeitern und gegenüber unseren Gästen sein.

„Jede Zusammenarbeit ist schwierig, solange den Menschen das Glück ihrer Mitmenschen gleichgültig ist.“

Dalai Lama



Von Anfang an wurden im Alpinen Kraftplatz Nägel mit Köpfen gemacht. Und diese waren immer schon sehr modern und auffallend. Was in den 50er Jahren als Sommerfrische-Hotel begann, erweckte in den 70ern erstmals tirolweit Aufsehen, als Wolfgang Kostenzer den Familienbetrieb zu einem Wellnesshotel umwandelte. Damals war das eine Sensation, und auch heute noch ist der Alpine Kraftplatz bekannt für innovative, mutige Ideen.

Das ****s-Hotel genießt ein europaweit anerkanntes Renommee und eine Vorreiterrolle in der Wellnesshotellerie. Für viele Konkurrenten sind wir ein Vorbild, für unsere Gäste ein emotionales Erlebnis und die Perfektion von Urlaub. Denn die Marke Alpiner Kraftplatz zeichnet sich auch durch ausgezeichneten Service, ehrliche Gastfreundschaft und Leidenschaft für das Leben aus.

Wer an den Alpinen Kraftplatz denkt, spürt das prickelnde Gefühl einer Wellnessanwendung auf der Haut und erinnert sich, schmeckt die kulinarischen Genüsse auf den Lippen, das angenehme, familiäre Ambiente. Und genau diese Emotionen sind es, die wir weiterhin vermitteln wollen.

Die Marke „Der alpine Kraftplatz“



DER ALPINE KRAFTPLATZ



DAS MANIFEST DER MARKE

Der Alpine Kraftplatz als Marke braucht Freiheit und Pflege. Sie ist das, was tausende kleiner Gesten während des ganzen Jahres ausmacht. Eine effektive, erlebnisreiche Marke muss über alle Kommunikationskanäle und Materialien bestehen. Dieses Markenleitbild soll helfen dass jeder diese Erlebnisse rundum die Marke kreieren kann, um viele Gäste von unserer Marke überzeugen zu können.

Die Marke ist viel mehr als ein Logo. Es ist ein gemeinsames Bündel von Leidenschaften, die Mitarbeiter und Gäste jeden Tag hervorbringen. Sie ist eine kollektive Verfolgung von Lebenskünsten, ein geteiltes Versprechen einzigartiger Erlebnisse die den Geist bereichern, nur sie erwecken die Sinne und das Wohlbefinden unserer geschätzten Gäste.

Wolfgang Kostenzer jun.



Der Markenkern



IV-1
Die Verwendung
des Markenlogos



DER ALPINE
KRAFTPLATZ

Ausrichtung hoch



DER ALPINE KRAFTPLATZ

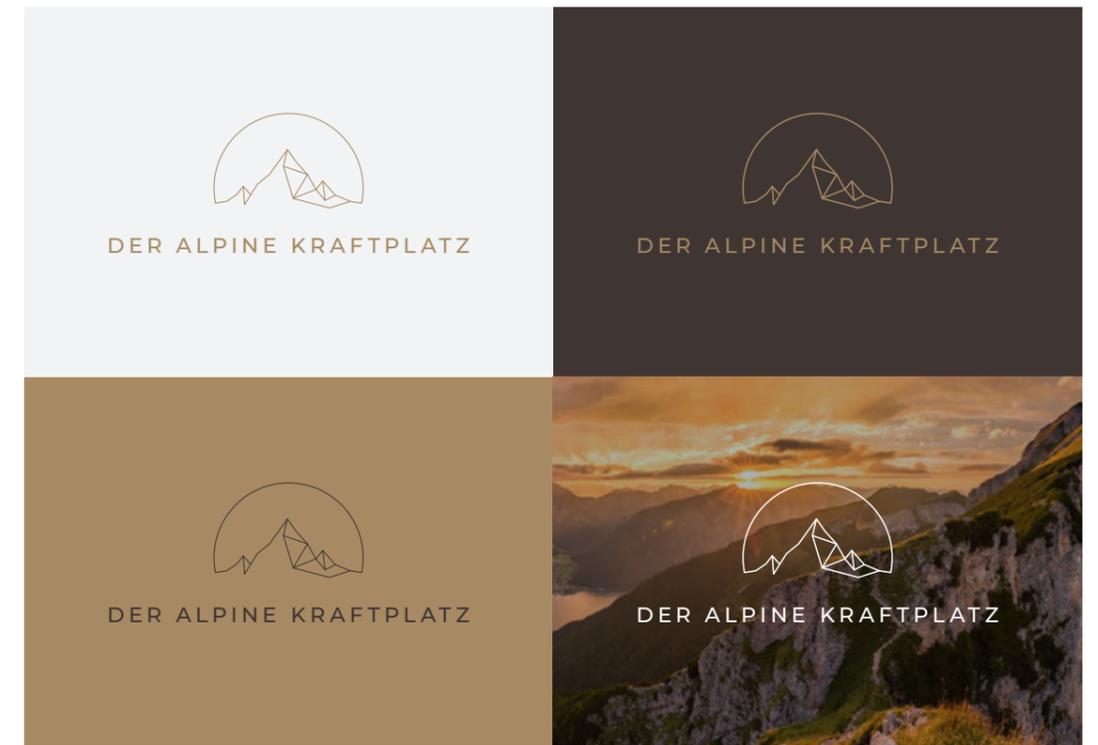
Ausrichtung quer

„Safety area“





Der richtige Einsatz



IV-2
Die Farben



8603 (Metallics)
0/10/10/90
9f162f
7022
100-107
-



874 (Metallics)
0/20/95/40
ad946d
1011
100-54 (metallic) 100-39 (solid)
334

Pantone
CMYK
Web Color
RAL
3M Scotcheal 100
Heißfolie Luxor



IV-3
Die Submarken



WELLNESSRESIDENZ



ALPINE BOUTIQUE LODGE





IV-4
Die Typografie

Headlines

Arapey regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNPNPQRSTUVWXYZ
1234567890!&()@*

Copytext / Auszeichnungstext

Montserrat light

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNPNPQRSTUVWXYZ
1234567890!&()@*



64/65

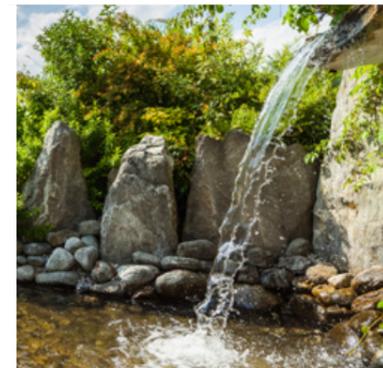
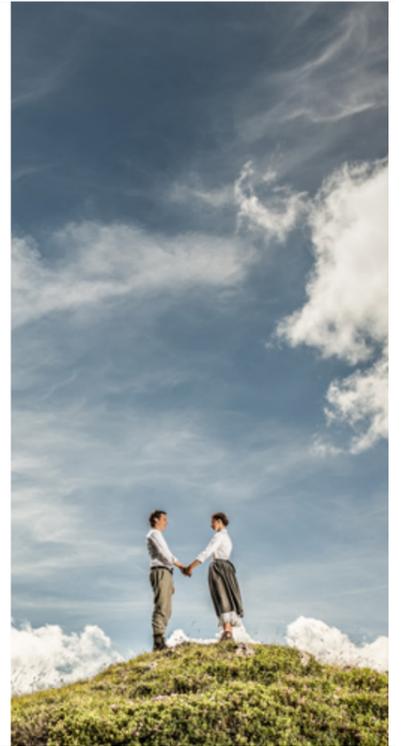
IV-4 Der Schreibstil

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte. – Deshalb wollen wir mit unseren Texten Bilder vermitteln. Wie uns das gelingt? Indem wir unsere Zielgruppe auf emotionaler Ebene ansprechen. Sie sollen die angenehmen Massagen auf der Haut spüren, sich unsere kulinarischen Meisterwerke auf der Zunge zergehen lassen und die Herzlichkeit unseres Hauses genießen – in ihrer Vorstellungskraft. Eine bildhafte, erlebnisorientierte und gefühlsbetonte, aber nicht zu blumige oder „kitschige“ Sprache ist der Schlüssel dazu.

Der Leser soll direkt angesprochen werden und sich reportageartig in das Beschriebene hineinversetzen können. Unsere Keywords:

*Kraftplatz Wohlfühlerlebnis
Schönheit des Augenblicks
im Einklang mit der Natur
körperliche und mentale Stärke
Gesundheit Kraft der Natur Natürlichkeit
Herzlichkeit Gastfreundschaft
Zufriedenheit
Ausgeglichenheit*

IV-6
Die Bildsprache







DER ALPINE KRAFTPLATZ





DER ALPINE KRAFTPLATZ

Für den Inhalt verantwortlich

Sporthotel Alpenrose Residenz Wolfgang Kostenzer CmbH

Geschäftsführung: Barbara Neuhauser

Design

FORWARD - Konzept. Design. Kommunikation, www.forward.cc

Fotografie

Hotelfotografie, www.l-hf.de

Johannes Felsch, www.felsch-foto.at

Tourismusverband Achensee, www.achensee.com

Bildartisten, www.bildartisten.at

Werner Elmer, www.wernerelmer.com

