



hotelleriesuisse
3001 Bern
031/ 370 42 16
www.htr.ch

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 9'971
Erscheinungsweise: 48x jährlich

Themen-Nr.: 571.264
Abo-Nr.: 1092015
Seite: 3
Fläche: 84'995 mm²



Hoteldirektor Bardhyl Coli ist leidenschaftlicher Weinliebhaber.

ZVG

«Wir wollen unsere Gäste regelmässig verblüffen»

Stammgäste im Waldhotel Davos staunen nicht schlecht, wenn ihnen Direktor Bardhyl Coli das erste Mal die Hand reicht. Mit 29 Jahren gehört er zu den jüngsten Hoteldirektoren der Schweiz.

MELANIE ROTH

Bardhyl Coli, mit 15 Jahren wussten Sie: Sie wollen Hoteldirektor werden. Wie kam es dazu?

Ich habe ein paar Tage als Servicefachangestellter geschnuppert und mich hat beeindruckt, wie die Direktorin alles mit Bravour gemeistert hat. Da wusste ich: Genau das will ich auch. Diesen Weg habe ich dann zügig verfolgt. Es ist ein Vorteil, wenn man früh weiss, was man will.

Zügig ist gut: Sie haben innerhalb von zehn Jahren alle wesentlichen Stationen der Hotellerie durchlaufen. Haben Sie nie gezweifelt?

Nein, nie. Ich habe auf diesem Weg sehr viele positive Menschen kennengelernt, die mich inspiriert haben. Wie zum Beispiel Simone und Ueli Lanz im Hotel Jägerhof St. Gallen, wo ich als Chef de Service tätig war und meine Leidenschaft zum Wein entdeckte.

Heute gehören Sie zu den jüngsten Hoteldirektoren der Schweiz. Welche Vor- und Nachteile bringt das mit sich?
Je älter man ist, desto mehr Erfahrung hat man – das kann negativ und positiv sein. Man macht gewisse Fehler nicht

«Je raffinierter eine Aktion ist, desto grösser ist der Effekt, die Verblüffung.»

Bardhyl Coli
Direktor Waldhotel Davos



hotelleriesuisse
3001 Bern
031/ 370 42 16
www.htr.ch

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 9'971
Erscheinungsweise: 48x jährlich

Themen-Nr.: 571.264
Abo-Nr.: 1092015
Seite: 3
Fläche: 84'995 mm²

mehr. Andererseits geht man, wenn man jung ist, unbehelligter an eine Herausforderung heran. Man wagt etwas mehr. Grundsätzlich ist das Alter aber sekundär. Es geht darum, welche Werte man vermittelt und ob man mit Leidenschaft bei der Sache ist. Egal, wie alt man ist, Mitarbeitende merken sehr schnell, ob jemand selbst nach einem Credo lebt oder es nur vorgibt.

Wie reagieren Ihre Gäste auf einen so jungen Direktor?

Einige sind bei der ersten Begegnung etwas überrascht. Unser Hotel hat eine 100-jährige Geschichte und wir haben viele Stammgäste, die schon seit 30 oder 40 Jahren zu uns kommen. Von ihnen kriege ich manchmal einen Spruch das Alter betreffend zu hören – dann merken sie aber zügig, dass es keine Rolle spielt.

Mit acht Jahren sind Sie mit Ihren Eltern aus dem Kosovo in die Schweiz gekommen. Inwiefern hat Sie Ihr Migrationshintergrund geprägt?

Geprägt hat mich das sicher. In der Hotellerie lernt man unglaublich viele verschiedene Menschen kennen – man muss offen und neugierig sein und da helfen mir meine Wurzeln bestimmt. Als ich mit meinen Eltern in die Schweiz kam, hatten wir keinen hohen Lebensstandard. Um diesen erreichen zu können, entwickelt man einen gewissen Ehrgeiz. Insofern ist man vielleicht eher bereit, intensiver und länger am Ball zu bleiben.

Seit Ihrem Amtsantritt steigen die Übernachtungszahlen im Waldhotel, es gehört zu den hundert freundlichsten Hotels der Schweiz. Was ist Ihr Erfolgsgeheimnis?

Allgemein sind die Rahmenbedingungen besser geworden, Davos macht einen guten Job. Und mit Blick aufs Hotel: Ich glaube, das Geheimnis ist, dass uns viele Gäste weiterempfehlen. Und ich kann auf gute Mitarbeitende setzen. Sie haben eine Vision, dafür arbeiten sie tagtäglich mit viel Leidenschaft.

Welche Vision sprechen Sie an?

Ein wichtiger Punkt ist die Gästeverblüffung. Unsere Kadermitarbeiter haben alle das Jahresziel, mindestens fünf Gäste zu verblüffen. Das bedeutet, dass man gut zuhören muss, Wünsche aufnimmt und daraus eine Aktion macht. Je raffinierter eine Aktion ist, desto grösser ist der Effekt, die Verblüffung. Das Ziel ist es, vom Gast die Rückmeldung zu erhalten: So was habe ich noch nie erlebt.

Haben Sie ein Beispiel einer erfolgreichen Gästeverblüffung?

Unsere Wellnessleiterin war auf einer Wanderung mit einem Gast. Die Dame hatte ihre Kamera vergessen und unsere Abteilungsleiterin machte an ihrer Stelle Fotos. Sie kam danach zu mir und sagte: Lass uns ein Fotoalbum machen. Das haben wir getan und es der Dame per Post zugeschickt. Oder ein anderes Beispiel: Unser Küchenchef wusste, wie gerne ein Gast unser Bircher muesli hat. Ihm haben wir eine Packung davon zusammen mit dem Rezept nach Hause geschickt. In beiden Fällen haben wir einen nachhaltigen Wow-Effekt erreicht.

Das Waldhotel war Inspiration für Thomas Manns «Zauberberg» und kann damit ein grosses geschichtliches Erbe vorweisen.

Kann eine solche «Geschichte» auch eine Bürde sein?

Dass das Waldhotel literarisch verankert ist, ist ein USP, den man nicht kopieren kann. Es ist aber auch eine Verpflichtung, wir können nicht einfach alles über den Haufen werfen, sondern müssen uns in diesen Schranken bewegen. Aber die Vorteile überwiegen, denn Menschen lieben Geschichten.

Aufgrund der Geschichte zog das Waldhotel lange Zeit vor allem deutsche Gäste an. Mit der Eurokrise wurde das zum Problem. Konnten Sie neue Gäste gewinnen?

Ja, das hat sich sehr positiv entwickelt. Hatten wir vor fünf Jahren noch über 60 Prozent deutsche Gäste, kommen heute nur noch 40 Prozent aus Deutschland und 55 Prozent aus der Schweiz. Ausserdem finden viele Gäste, die während der Krise wegblieben, heute den Weg wieder zu uns.

Apropos Krise: Ende Monat treffen sich Politiker aus der ganzen Welt in Davos, um aktuelle Wirtschaftsthemen zu besprechen. Welche Bedeutung hat das WEF für das Waldhotel?

Das WEF ist sicher ein Zweig, von dem wir profitieren. Es ist aber auch eine sehr anspruchsvolle Woche für alle, sie bedeutet mehr Aufwand als sonst. Schliesslich repräsentieren wir Davos und es ist unsere Pflicht, dass sich die Leute hier wohlfühlen.

Ist das neu eröffnete Intercontinental Hotel eine Konkurrenz für Sie?

Zunächst einmal ist das Haus ganz sicher eine Bereicherung für Davos. Aber natürlich, in der heutigen Zeit mit dem hybriden Kundenverhalten ist jedes Bett eine Konkurrenz. Allerdings auf eine belebende Art und Weise, weil man sich automatisch



hotelleriesuisse
3001 Bern
031/ 370 42 16
www.htr.ch

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 9'971
Erscheinungsweise: 48x jährlich

Themen-Nr.: 571.264
Abo-Nr.: 1092015
Seite: 3
Fläche: 84'995 mm²

ständig damit
beschäftigen muss,
noch besser zu
werden.

**Wo wollen Sie in
Zukunft noch besser
werden?**

Wir wollen die
Kundenbewertungen

und unsere Qualität hochhalten und
eines der freundlichsten Hotels bleiben.
Mittelfristig streben wir eine Ganz-
jahresauslastung von 80 bis 85 Prozent
an. Langfristig stehen sicher weitere
Investitionen an – gut möglich, dass
weitere Objekte, ähnlich wie das vor
einem Jahr gebaute Chalet Berghof
Sertig, dazukommen werden. Konkret
ist aber noch nichts in der Pipeline.

**«In der heutigen Zeit
mit dem hybriden
Kundenverhalten
ist jedes Bett
eine Konkurrenz.»**

Bardhyl Coli
Direktor Waldhotel Davos

**Zur Person Der
zielsichere Weg zum
Direktor**

Bardhyl Coli (29) ist seit Juni
2012 Direktor im Waldhotel
Davos. Zuvor war er stellvertre-
tender Direktor im NH Hotel
Berlin Mitte. Unter anderem
machte der Schweizer mit
albanischen Wurzeln die
Service-Ausbildung im Semi-
narhotel Kartause Ittingen,
eine Zweitlehre zum Koch im
Römerhof Arbon und liess sich
im Jägerhof St. Gallen zum
Sommelier ausbilden. 2008
absolvierte er im Belvoirpark
Zürich seine Ausbildung zum
dipl. Hotelier. In der Freizeit
liest und reist Bardhyl Coli
gerne. Seine grösste Passion
gilt dem Wein. mr