



**MICHAEL GEHRING**

# «Ich denke, der Spagat ist geglückt»

Der Gastgeber im Hotel The Alpina Mountain Resort & Spa in Tschierschen über seine Rolle als Vermittler zwischen dem milliardenschweren Investor aus China und den Einwohnern des kleinen Bergdorfes im bündnerischen Schanfigg.

**Michael Gehring, sind Sie ein Zocker?**  
Nein, bin ich eigentlich nicht. Warum fragen Sie?

erzählt ihnen Teo Ah Khing jeweils mit Stolz von seinem Schweizer Resort.

**Weil der Chinese Teo Ah Khing, Eigentümer des «Alpina», milliardenschwerer Investor und Besitzer des China Horse Clubs, Ihnen ein halbes Rennpferd geschenkt hat, das den Namen «Alpina» trägt. Wie viel Preisgeld haben Sie schon gewonnen?**

Der China Horse Club ist erfolgreich mit Rennpferden, Pferdezüchtungen und einem sehr guten Businessnetzwerk. Aber die «Alpina» muss nicht jeden Preis gewinnen. Wir sind stolz, dass sie auf der ganzen Welt Rennen bestreitet und so den Namen unseres Hotels und des Dorfes Tschierschen bekannt machen hilft.

**Wie sprechen Asiaten Tschierschen aus?**  
Das ist für sie tatsächlich ein Zungenbrecher. Aber es macht sie auch neugierig. Und dann

**Wie kam er auf dieses abgelegene Schweizer Bergdorf?**

Nachdem das Hotel Alpina 2013 in die Insolvenz gegangen war, trug man das Haus auch Teo Ah Khing an. Es waren genau die Abgeschlossenheit und Ruhe dieses typischen Schweizer Bergdorfes, die ihm vom ersten Moment an gefielen.

Und er hat sich rasch entschieden, hier nicht nur ein Money-Investment zu tätigen. Das Alpina ist für ihn zu einem Herz-Investment geworden.

**Sprechen wir von Ihnen. Wie kommt ein Bayer nach Tschierschen?**

Ein Bayer und eine Steirerin! Seit ich mit meiner österreichischen Frau Marlies verheiratet bin, führen wir die Geschäfte gemeinsam. Das geschah zuerst auf ihrem elterlichen Restau-



Datum: 22.12.2016

**Top hotel**  
DAS MAGAZIN DER HOTELLERIE

Schweizer Ausgabe

Top hotel / Schweizer Ausgabe  
3001 Bern  
031 370 42 16

Medienart: Print  
Medientyp: Fachpresse  
Auflage: 10'301  
Erscheinungsweise: 5x jährlich



Themen-Nr.: 571.073  
Abo-Nr.: 3005059  
Seite: 10  
Fläche: 296'040 mm<sup>2</sup>



**MICHAEL GEHRING** kam 1960 im bayerischen Ottobeuren zur Welt. Er bildete sich zum Hotelkaufmann aus, ist verheiratet mit der Hôtelière Marlies Gehring aus der Steiermark und war mit ihr längere Zeit im Hotel-Sanierungsmanagement tätig. Der 2013 in Österreich zum «Genuss Wirt des Jahres» erkorene Gourmet, Hobbygolfer und «Familienmensch» war unter anderem auch Geschäftsführer der bayerischen Ferienwohnungsanlage Mittenwald und des Münchner Stadthotels «Schweiz».



rationsbetrieb in der Steiermark. Dann betrieben wir eine grosse Ferienanlage in Bayern und waren schliesslich während einigen Jahren im Bereich der Hotelsanierungen tätig. Das haben wir mit Erfolg getan. Für das spannende Objekt in Tschierschen haben wir uns anfänglich als Berater interessiert. Nun sind wir hier zu General Managern oder besser zu Gastgebern geworden.

**Was ist das Rezept, in Mitleidenschaft gezogene Betriebe erfolgreich in die schwarzen Zahlen zurückzubringen?**

Das Rezept gibt es nicht. Wir übernehmen jeweils für eine begrenzte Zeitdauer die operative Leitung, in der Regel im Auftrag von Gläubigern wie Banken oder Eigentümer von Management- oder Pachtbetrieben. Sie können sich vorstellen, dass wir jeweils anfäng-

lich nicht sehr willkommen waren. Und dann stellten wir bald einmal fest: Ursache für die Misere waren selten äussere Einflüsse. In den allermeisten Fällen ist es der Mensch.

**Hatten Sie beide quasi eine therapeutische Aufgabe?**

Es fehlte meistens an der Wertschätzung für die Mitarbeitenden. Also investieren wir darin, Mitarbeiter durch Freude am Beruf zu motivieren. Es wäre im Grunde ja nicht so schwierig: Mitarbeiter, die Spass und Freude an der Arbeit haben, machen wiederum die Gäste glücklich.

**Stellen Sie den Mangel an Wertschätzung für Mitarbeitende auch in der Schweizer Hotellerie fest?**

Die Schweiz hat eine hervorragende Hotelle-

rie, und mir liegt es fern, über andere Betriebe und Betriebsphilosophien zu richten. Ich weiss einfach, wie wichtig es ist, dass wir für Mitarbeiter einen Arbeitsplatz schaffen, der nicht nur monetär interessant ist, sondern wo die Werte im Vordergrund stehen und Partizipation möglich ist – etwa indem man sich mit der Direktion und Gästen austauschen kann, oder dass man in gewisse Entscheidungsprozesse mit einbezogen wird. Wir sollten im Grunde nicht über Mitarbeiter reden, sondern über Mit-Gastgeber.

**Wie viele Mitgastgeber beschäftigen Sie?**

Im Sommer sind es 17, in der Wintersaison, auch aufgrund der vielfältigen Gastronomie und Veranstaltungen bis zu 28. Darunter sind derzeit fünf Studierende von der nahen Swiss



Die Gastgeber Marlies und Michael Gehring im rustikalen Fumoir des «Alpina». Das bayerisch-steirische Ehepaar hat zwei mittlerweile erwachsene Söhne, die in der Unternehmensführung tätig sind. Zur Familie gehört der Königspudel «Elvis».

Foto: Nik Hunger



Datum: 22.12.2016

**Top hotel**  
DAS MAGAZIN DER HOTELLERIE

Schweizer Ausgabe

Top hotel / Schweizer Ausgabe  
3001 Bern  
031 370 42 16

Medienart: Print  
Medientyp: Fachpresse  
Auflage: 10'301  
Erscheinungsweise: 5x jährlich



Themen-Nr.: 571.073  
Abo-Nr.: 3005059  
Seite: 10  
Fläche: 296'040 mm<sup>2</sup>

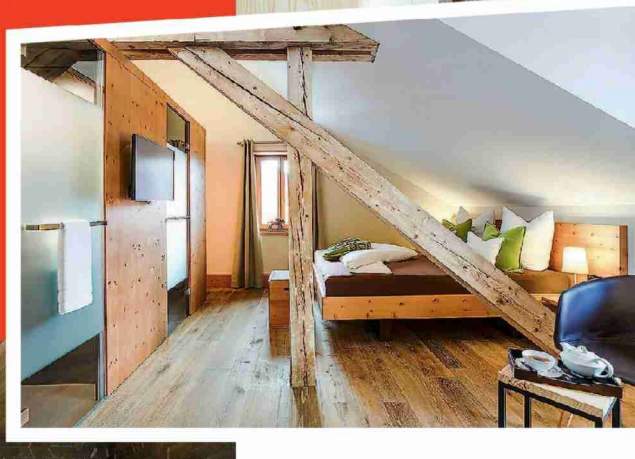


School of Tourism and Hospitality in Passugg, mit der wir eine sehr enge Zusammenarbeit pflegen. Wir sind gerade für asiatische Studenten eine ideale Ausbildungsstätte.

Schweizer Mitarbeitende dagegen sind rar. Direkt aus Tschierschen beschäftigen wir drei Mitarbeiter. Zum Glück konnten wir auf unser grosses Netzwerk in Österreich zurückgreifen.

### Was sind für Sie die Unterschiede in der Ferienhotellerie Österreichs und der Schweiz?

Da fällt mir als Erstes ein, dass die Schweiz bei den Finanzierungsmöglichkeiten von Hotelbetrieben zurückliegt. In Österreich hat man eine bedeutend höhere Fremdfinanzierung und konnte so etwa im Wellnessbereich viel stärker ausbauen. Aber man sollte es mit dem Vergleichen nicht übertreiben. Der Schweizer Tourismus und die Hotellerie sind qualitativ hochwertig! Das müssen wir herausstreichen. Wir sollten nicht selbst die Hochpreisinsel thematisieren, den Schweizer Markt nicht zu selbstkritisch darstellen. Ja, wir haben den 15. Januar 2015. Ja, wir haben noch ein paar weitere Schwierigkeiten. Aber ich glaube nicht, dass das den Gast interessiert. Er kommt zur Erholung hierher.



Fotos: The Alpina / Thomas Magyar

Datum: 22.12.2016

**Top hotel**  
DAS MAGAZIN DER HOTELLERIE

Schweizer Ausgabe

Top hotel / Schweizer Ausgabe  
3001 Bern  
031 370 42 16

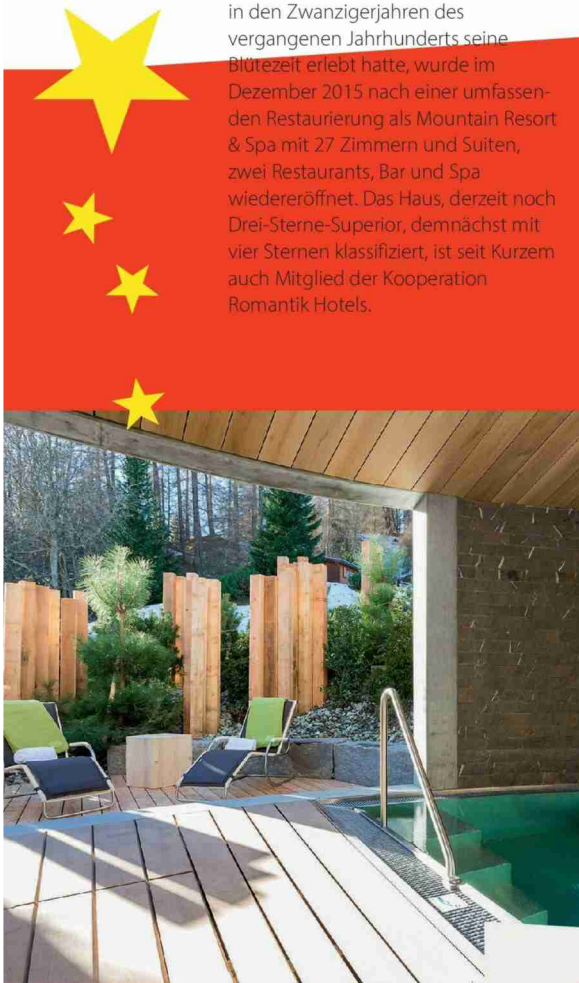
Medienart: Print  
Medientyp: Fachpresse  
Auflage: 10'301  
Erscheinungsweise: 5x jährlich



Themen-Nr.: 571.073  
Abo-Nr.: 3005059  
Seite: 10  
Fläche: 296'040 mm<sup>2</sup>

### ROMANTIK HOTEL ALPINA

Das im kommenden Jahr sein 120-Jahre-Jubiläum feiernde Jugendstil-Hotel oberhalb Tschierschen, das in den Zwanzigerjahren des vergangenen Jahrhunderts seine Blütezeit erlebt hatte, wurde im Dezember 2015 nach einer umfassenden Restaurierung als Mountain Resort & Spa mit 27 Zimmern und Suiten, zwei Restaurants, Bar und Spa wiedereröffnet. Das Haus, derzeit noch Drei-Sterne-Superior, demnächst mit vier Sternen klassifiziert, ist seit Kurzem auch Mitglied der Kooperation Romantik Hotels.



Réception und Lobby befinden sich im neuen Anbau (oben).  
Bei der Ausgestaltung von Zimmern und Suiten wurde viel Arvenholz verwendet, das den tiefen und gesunden Schlaf fördert (Mitte).  
Im «Shan Spa» mit Blick auf die Bergwelt erwarten den Gast unter anderem eine Bio-Sauna, Dampfbad, Infrarot-Kabine, Kneipp-Zone und ein «Via Mala Gewitterpfad» (unten).



**Seit rund einem Jahr sind Sie nun im wiedereröffneten Mountain Resort & Spa The Alpina tätig, mit einem neuen Produkt und an einem Ort, der auf der touristischen Landkarte ein weisser Fleck ist. Wie sind Sie gestartet?**

Im Dorf gab es vor Baubeginn Zweifel, und die betrafen den chinesischen Investor. Man fragte sich: Was macht er aus dem legendären Alpina? Welche Gäste werden hierherkommen? Aber Teo Ah Khing ist es gelungen, die Tschiertschener für sich zu gewinnen.

**Wie ist ihm das gelungen?**

Er bringt den Menschen Wertschätzung entgegen und liebt es, die Freundschaft zu pflegen. Er erwartet von anderen aber auch Eigeninitiative. So war es ihm wichtig, nicht einfach einen Hoteldirektor oder General Manager für sein Haus zu engagieren. Er wollte ein Paar, das sich im Dorf integrieren will. Das alles war aber nur möglich, weil die Einheimischen hier sehr offen sind. Wir wurden alle sehr herzlich aufgenommen.

**Ich konnte mich bei einem Anlass selbst davon überzeugen, wie gut man Sie und Ihre Frau hier aufgenommen hat. Ist es der bayerische und österreichische Scharm?**

Dafür können wir nix. Aber ich komme gerne wieder auf die Wertschätzung zu sprechen. Wir sind Gastgeber aus dem Bauch heraus. Wir stellen den Menschen in den Mittelpunkt, sei es der Gast, der Mitarbeiter oder der Mitbürger. Und womöglich merkt man uns halt an, dass uns die Arbeit hier sehr viel Spass und Freude macht.



**VON UNSEREM ASIAN-COOK AUS NORDCHINA WAR SELBST UNSER INVESTOR BEGEISTERT.»**

**Sie sind das Bindeglied zwischen chinesischer Grossfinanz und Schweizer Bergdorf.**

Absolut. Und wenn sich die Tschiertschener Bevöl-

kerung bei uns am offenen Kamin in der Bar mit der internationalen Gästeklientel über Weltpolitik unterhält, schmunzle ich innerlich und denke: Der Spagat ist geglückt.

**Wie sind Sie aber nun betriebswirtschaftlich gestartet?**

Wir wussten, dass es nicht einfach wird. Zuerst einmal haben wir mit einer guten Gastronomie das

Fundament gesetzt. Darauf bauen wir jetzt das Haus der Übernachtungen auf. Gleichzeitig wollen wir an unserer Positionierung feilen. Dabei setzen wir in Zukunft auch auf den Gesundheitstourismus, wobei wir als Säulen unsere natürlichen Ressourcen nutzen. Es sind dies die alpine Luft, das gute Wasser, unsere Innenausstattung mit viel Arvenholz, das sich besonders positiv auf den Schlaf auswirkt, und eine gesunde, hochwertige Kost ohne Geschmacksverstärker und künstliche Zusatzstoffe.

**Ihre fernöstlichen Angebote haben Sie nicht erwähnt.**

Wir positionieren uns als Resort in den Schweizer Alpen. Aber die fernöstlichen Einflüsse sind natürlich gross. Das zeigt sich etwa im Angebot asiatischer Heiltherapien und in unserer Küche. Wir beschäftigen einen eigenen Asian-Cook aus Nordchina, von dem selbst unser Investor begeistert war.

**Warum sind Sie nur als Drei-Sterne-Superior-Haus klassifiziert?**

Man dachte vor dem Umbau an den Bezug zum Dorf. Unser urchiges kleines Bergdorf und auf Anhieb ein Vier-Sterne-Haus: Das erschien seinerzeit den Projektentwicklern als ein zu grosser Sprung. Weitere Schritte sind jedoch geplant oder bereits in der Umsetzung.



**Sie haben 27 Zimmer. Wie war die Belegung im ersten Jahr?**

Wir sind am 20. Dezember 2015 gestartet und hatten gleich eine sehr gute Wintersaison mit einer Zimmerbelegung, die über den Budgetzahlen lag. Im Sommer haben wir vor allem mit F&B und Seminaren gut gearbeitet. Bei den Übernachtungen sehen wir also insgesamt noch ein grosses Potenzial. Das muss erst geweckt werden.

**Erhalten Sie die Zeit, die es dafür braucht?**

Ja. Selbstverständlich möchte jeder Investor irgendwann schwarze Zahlen sehen. Wir haben nicht unendlich Zeit, aber als Vorgabe eine realistische Zeitspanne erhalten.

**Konkret: Wie viel Zeit haben Sie?**

Ich denke, dass wir in zwei bis drei Jahren so weit sein sollten, Flagge zu zeigen.

**Wird Teo Ah Khing weiter in die Schweizer Hotellerie investieren?**

Ich gehe davon aus, dass es bis auf Weiteres darum geht, das Alpina zu konsolidieren, um dem Standort weiteres Profil zu geben. Ansonsten bestehen für die Schweiz offiziell zurzeit keine Entwicklungspläne.

**Ein chinesischer Investor: Da besteht na-**

**türlich die Hoffnung auf chinesische Individualgäste. Das hat sich noch nicht erfüllt.**

Das würde ich so nicht sagen. Tschierschen und das Alpina sind nicht die Destinationen für das asiatische Gruppengeschäft. Aber wir hatten diverse Besuche hochrangiger chinesischer Geschäftsleute, die die Einmaligkeit dieses Standorts festgestellt haben. Natürlich ist auch da noch viel Potenzial vorhanden. Wir werden neu einen eigenen Aussendienstmitarbeiter in Asien beschäftigen, der für uns den dortigen Geschäftsreisemarkt bearbeitet.

**Sind Sie auch eingebunden in Marketingaktivitäten der Region?**

Zuerst einmal sind wir seit kurzem und mit Stolz eingebunden in die Gruppierung der Romantik-Hotels. Von dieser Zusammenarbeit erhoffen wir uns viel. Wir sehen es aber auch als notwendig an, mitzuhelfen, die Destination zu stärken!

**Von welcher Destination sprechen Sie? Das wäre für Tschierschen-Praden doch wohl ein zu grosses Wort.**

Stimmt. Wir befinden uns zwischen den drei grossen und schönen Destinationen Lenzerheide, Arosa und Chur. Ich nenne es die LACH-Region. Das heisst, wir sind der Mittelpunkt der LACH-Region, eigentlich ihr

Herz, und es ist schön, mit allen drei Schönheiten gleichzeitig zusammenzuarbeiten.

**Wie übersetzt der Aussendienstmitarbeiter in Asien LACH-Region?**

Der verkauft zuerst einmal unser Alpina, aber gleichzeitig die ganze Schweiz. Denn natürlich wollen unsere asiatischen Gäste auch die umliegenden Destinationen oder etwa Zürich und Luzern besuchen. Wir machen das möglich mit einem privaten Shuttle-Dienst; ausserdem verfügen wir über einen nahen Hubschrauber-Landeplatz. Gerade im Januar erwarten wir wieder eine grosse Delegation aus China. Von hier aus werden dann etwa die Ski-WM und der White-Turf in St. Moritz besucht, wo auch ein Pferd des China Horse Clubs starten wird.

**Ist es die «Alpina»?**

Nein. (lacht) Am Start steht voraussichtlich der fünfjährige Lacan, ein erfolgreiches Pferd, das bereits 2015 beim White-Turf startete. In St. Moritz wollen wir gewinnen.

**DAS GESPRÄCH FÜHRTE ■ GERY NIEVERGELT**



Datum: 22.12.2016

**Top hotel**  
DAS MAGAZIN DER HOTELLERIE

Schweizer Ausgabe

Top hotel / Schweizer Ausgabe  
3001 Bern  
031 370 42 16

Medienart: Print  
Medientyp: Fachpresse  
Auflage: 10'301  
Erscheinungsweise: 5x jährlich

HOTELIERBEGEGNUNG

Ich denke, der Spagat ist geglückt



Themen-Nr.: 571.073  
Abo-Nr.: 3005059  
Seite: 10  
Fläche: 296'040 mm<sup>2</sup>



Whisky-Liebhaber Michael Gehring in der «Alpina»-Bar: Armin Politschnig, Chef de Bar, bedient seinen Chef.



**ABER NATÜRLICH  
WOLLEN UNSERE  
ASIATISCHEN GÄSTE  
AUCH ZÜRICH UND  
LUZERN BESUCHEN.»**