

Interview TRUST Magazin mit Dipl.-Kfm. Univ. Gregor Gerlach, Geschäftsführer der Seaside Collection.



Gregor Gerlach studierte Wirtschaftswissenschaften an der Ludwig-Maximilians-Universität München. Danach absolvierte er seinen Master an der Northwestern University, Kellogg/Chicago. Seine Karriere startete er bei McKinsey & Company als Berater. Seit dem Jahr 1996 gründete der Unternehmer mehrere Betriebe im Gastgewerbe und etablierte bekannte Marken wie «Bagel Brothers», «(m)eatery» oder «Vapiano». Als Gründungsmitglied von «Vapiano» übernahm er darüber hinaus für mehrere Jahre die Funktion des Vorstandsvorsitzenden. Heute leitet er nach wie vor das Familienunternehmen Seaside Hotels Deutschland als Geschäftsführer, welches 2021 in Seaside Collection umbenannt wurde.

- 1. Trust: Herr Gerlach, die Seaside Collection hat sich auf Hotels am Wasser und auf Flusskreuzfahrten spezialisiert. Was waren die entscheidenden Motivationen und Überlegungen, die Sie dazu veranlasst haben, sich gleichzeitig auf diese einzigartigen Bereiche der Hotellerie zu konzentrieren?**

Wir sind Gastgeber mit Leidenschaft und wollen unseren Gästen etwas Besonderes bieten. In Urlaubshotels – oder eben auch auf Flusskreuzfahrtschiffen – hat man dazu einfach mehr Gelegenheit und kann sich besser vom Wettbewerb absetzen. In Stadthotels, wo sich die Gäste in der Regel nur zum Schlafen im Hotel aufhalten, ist dies eben sehr viel schwieriger.

- 2. Trust: Die Hotellerie auf dem Wasser bietet sicherlich einzigartige Herausforderungen im Vergleich zu herkömmlichen Landhotels. Welche besonderen Aspekte spielen bei dem Betrieb von schwimmenden Unterkünften**

eine zentrale Rolle und wie meistert die Seaside Collection diese speziellen Anforderungen?

In erster Linie sind auch Kreuzfahrtschiffe zunächst einmal schwimmende Hotels. Von zirka 65 Mitarbeitern an Bord eines unserer Schiffe sind ungefähr 50 Mitarbeiter dem Hotelbereich zugeordnet. Auch hier geht es darum, die Gäste mit hervorragendem Essen zu überraschen sowie einen perfekten Service zu bieten, der jeden Wunsch antizipiert und erfüllt. Der überwiegende Teil der Arbeit unterscheidet sich also nicht von den Hotels. Dann gibt es den nautischen Bereich, also alles, was mit dem Fahren des Schiffes zu tun hat; diesen haben wir an externe Experten ausgesourct, da wir in der Tat davon nicht so viel verstehen. Und dann gibt es noch den Bereich der Ausflüge, die auf einem Kreuzfahrtschiff natürlich eine ganz wichtige Rolle spielen: Hier arbeiten wir auch mit externen Partnern zusammen. Jedoch verfügen wir zusätzlich über ein eigenes Team, welches das Ziel verfolgt, die Erlebnisse noch attraktiver zu gestalten. Darüber hinaus investieren wir außerdem sehr viel Zeit mit dem Ziel, wirklich ganz besondere Erlebnisse auch außerhalb der Schiffe anzubieten. Dies ist für uns sicherlich ein neues Thema, aber auf der anderen Seite keine Hexerei. Das Wichtigste ist hier ebenfalls – wie überall anders bei uns – die Leidenschaft.

3. Trust: Inwieweit unterscheidet sich die Gästeerfahrung an Bord eines Flusskreuzfahrtschiffes von der in einem traditionellen Hotel?

Zunächst einmal haben wir den Anspruch, dass die Gästeerfahrung im Hotelbereich des Schiffes sich nicht von einem traditionellen Luxushotel unterscheidet. Das heißt bei der Qualität des Essens, bei dem Service, bei der Freundlichkeit der Mitarbeiter, etc. haben wir den gleichen Anspruch wie an Land. Natürlich bietet ein Schiff, welches durch Europa fährt, den Gästen noch viel mehr Möglichkeit zu Entdeckungen und Aktivitäten an Land.

4. Trust: Die Nachhaltigkeit spielt heutzutage eine immer wichtigere Rolle in der Hotellerie. Wie integriert die Seaside Collection umweltfreundliche Praktiken und nachhaltige Ansätze in den Betrieb der beiden unterschiedlichen Hotel- bzw. Reisearten und welche positiven Auswirkungen haben diese Bemühungen auf die Umwelt?

In der Tat spielt Nachhaltigkeit eine immer größere Rolle. Wir beschäftigen uns schon seit vielen Jahren mit diesem Thema. Jedoch nicht aus Profitstreben, sondern aus eigenem innerem Antrieb heraus. Die beiden Themen, die dabei für uns an erster Stelle stehen, sind Energie und Müll. Wir haben in den letzten Jahren sehr viel investiert in

Solarenergie und gleichzeitig in die Reduzierung des Energieverbrauches durch beispielsweise Umstellung der Leuchtmittel auf LEDs oder effizientere und intelligentere Klimatisierung. Unser Ziel ist es, soviel es irgendwie geht, Müll und auch unnötige Transportkosten zu vermeiden. Das heißt, wir kaufen in möglichst großen Packungsgrößen ein, wir vermeiden nach Möglichkeit Plastikmüll und wir kaufen, wenn es irgendwie geht, lokal ein. Dies reduziert in der Regel nicht nur die Transportwege und Verpackungsmengen, sondern schmeckt in der Regel auch besser; weil oft frischer. Dies gilt für die Hotels an Land genauso wie für unsere Schiffe. Und in der Tat sehen wir, dass sich immer mehr Gäste für dieses Thema interessieren.

5. Trust: Die Reisebranche hat in den letzten Jahren bedeutende Veränderungen erlebt, insbesondere aufgrund von globalen Ereignissen. Wie hat die Hotellerie insgesamt auf diese Veränderungen reagiert und welche Trends erwarten Sie für die Zukunft?

Es ist sehr schwer vorauszusagen, wohin sich die Reisebranche entwickelt. Wenn wir uns langfristig die zu Grunde liegenden Megatrends anschauen, dann waren die Jahrzehnte nach dem 2. Weltkrieg von einer starken Fokussierung auf den Service geprägt. Bestes Beispiel für mich waren – und sind es teilweise immer noch – traditionelle Hotels, wo zwei Mitarbeiter die Eingangstüren aufreißen, aber der Orangensaft aus der Tüte kommt. Die letzten Jahrzehnte waren geprägt von einem kulinarischen Fokus. Plötzlich war für eine neue Generation die Qualität des Essens noch wichtiger als der Service. Mein Vater hat dies sehr früh erkannt und die Qualität des Essens steht bei uns seitdem immer ganz besonders im Fokus. Was wir aktuell sehen, ist, dass das Thema Erlebnis immer stärker an Bedeutung gewinnt. Eine neue Generation von Gästen möchte nicht nur gut Essen und in der Sonne liegen, sondern kleine sowie große Erlebnisse spielen immer stärker eine große Rolle. Hierfür sind natürlich unsere Schiffe, die sich von einem Ort zum nächsten bewegen, in ganz besonderer Weise geeignet.

Wolf-Thomas Karl, Redaktion TRUST Magazin by KAJ Hotel Networks.