



ANDRIN WILLI
HOTELRATING SCHWEIZ

HOTELIERS DES JAHRES

BRIGITTE UND CHRISTIAN
HOEFLIGER-VON SIEBENTHAL

Gastgeber und Besitzer
Maison Hornberg, Saanenmöser

«Die 150 besten Hotels der Schweiz» 2026|27

A.W.

Zürich, 18. Mai 2026 | Andrin Willi, Autor

Die Besten 2026

Andrin Willi Hotelrating –
Die 150 besten Hotels
der Schweiz 2026

Maison Hornberg – «wie eine WG»

Echt und ehrlich. Das ist der Eindruck, den das Gespräch mit Brigitte und Christian Hoefliger-von Siebenthal in ihrem Hotel Maison Hornberg in Saanenmöser hinterlässt. Über ihren Antrieb und Ambition erzählen die Hotelière und der Hotelier des Jahres 2026.

Hilmar Gernet

In einem Satz lässt sich nicht festhalten, was das Maison Hornberg ausmacht. Vielleicht sind es genau die vielen verschiedenen Facetten, die in diesem Hotel zusammenkommen, die sein Wesen ausmachen. Für Brigitte Hoefliger-von Siebenthal ist es «der Ort, wo man sich wohlfühlt, wo man angenommen ist, wie man ist». Sie entschuldigt sich beinahe für diese Beschreibung. Sie wisse, das töne etwas «kitschig und süss». Sie fügt dann hinzu, dass es hier «keinen typischen Hornberg-Gast» gebe, sondern «jeder Gast als Mensch zählt, wie er ist». Zur Haltung, die man im Maison Hornberg lebt, sieht sie sich drei Prinzipien verpflichtet – «Einfachheit, Qualität, Ehrlichkeit.»

Christian Hoefliger-von Siebenthal, ihr Ehemann, charakterisiert das 4-Sterne-Superior-Hotel auf einem gemeinsamen Rundgang: «Die überschaubare Grösse – vierzig Zimmer – soll bleiben, wie sie ist. Sie hat ihren Zauber. So haben wir wirklich die Möglichkeit, alle Gäste persönlich zu begleiten. Wir können und wollen alle mit ihrem Namen ansprechen. Zudem müssen die Gäste die gesamte Hotel-Infrastruktur nur mit wenigen anderen teilen.» Verschmitzt fügt er hinzu, «wie eine WG».

Konsistente Vision

Entscheidend für die beiden Eigentümer und Gastgeber ist ihre gemeinsame Vision, die sie konsequent praktizieren. «Wir legen grossen Wert darauf, unsere Vorstellungen konsistent zu gestalten, dass der Gast die Vision spürt.» Starr ist ihre Vision nicht, sondern wird selbstver-

ständiglich sanft weiterentwickelt. Denn sie ist das Ergebnis eines langen, konzentrierten Denkprozesses, den die beiden über ein Jahr fokussiert führten. Ihre Hornberg-Vision haben Brigitte und Christian in einem Strategiepapier festgeschrieben. Festgehalten sind das «Why» und das «How» für ihr gemeinsames unternehmerisches Handeln. «Was man schreibt, muss man auch umsetzen können. Sonst darf man es nicht schreiben», sagt Brigitte.

Ziel des Dokuments ist es, die verschiedenen vielfältigen Komponenten ihres Produkts zeitgerecht und als Ganzes zu umschreiben (Küche, Ästhetik etc.) und zugleich, um Wege in die Zukunft offen zu halten, «nicht jedem Trend nachzurrennen». In der verschriftlichten Vision gehe es nicht um einzelne Aspekte, sondern um das Zusammenspiel von Allen und Allem. Wie in die Zentralperspektive ausgerichtet auf einen Punkt: «War der Aufenthalt hier schön? Hat es mir gutgetan?» Die Antworten der Gäste auf diese Fragen seien entscheidend, sagt Brigitte. Mir erscheint im Maison Hornberg alles aus einem Guss zu sein, keine aufdringlichen Extravaganzen, dafür viele – beinahe unsichtbare – durchdachte Extras.

Von der vielfältigen Ausbildung ...

Der Weg zum Top Natur-Resort war für Brigitte und Christian nicht geplant und alles andere als selbstverständlich. Brigitte hatte überhaupt nicht vor, den Betrieb ihrer Eltern jemals zu übernehmen: «Es war für mich immer klar, dass ich das Hotel nicht führen will.» So hat sie das Tal im



Hotelière und Hotelier des Jahres 2026: Brigitte und Christian Hoefliger-von Siebenthal, Hotel Maison Hornberg, Saanenmöser

«Die überschaubare Grösse – vierzig Zimmer – soll bleiben, wie sie ist. Sie hat ihren Zauber.»



David Ebner, Co-Küchenchef mit ansteckender Fröhlichkeit, Wiener Eleganz und viel Fachkompetenz.



Alter von 16 Jahren verlassen, um in Neuchâtel die Matur zu absolvieren. Erst später – nach beruflichen Stationen als Flight Attendant bei der Swissair und im Management eines Flussschiff-fahrt-Unternehmens in Basel – reifte die Entscheidung. Sie hatte sich, ohne es den Eltern zu sagen, in der Schweizer Hotelfachschule Luzern SHL eingeschrieben. Dort lernten sich Brigitte und Christian kennen.

Für Christian war der Weg ins Hotel nach Saanenmöser nicht vorgezeichnet. Geprägt worden war er von seinem unternehmerischen Elternhaus in Lengnau bei Baden. Er hätte sich den Beruf des Elektromechanikers vorstellen können. Der Berufsberater empfahl ihm zusätzlich eine Schnupperlehre als Koch. Das passte perfekt und er ergänzte das noch mit der Berufsmaturität. Als Koch arbeitete er in diversen Betrieben, im Dolder Golf in Zürich im Service, ging an die Hotelfachschule, war in Kanada ... Später war er in Basel für einen amerikanischen Reisekonzern im Head Office tätig, der mit seinen Schiffen auf Rhein, Main und Donau fuhr. Eine prägende Zeit, auch aufgrund der amerikanischen Business-Kultur.



... zum gemeinsamen Unternehmen

Der gemeinsame Einstieg ins elterliche Hotel 2002 war geprägt von Intuition. Zum einen hatten die beiden während des SHL-Studiums eigentlich daheim nur gelegentlich aushelfen wollen. Zum anderen waren die Business-Fakten äusserst schwierig. Dennoch: «Wir sahen die Bilanz – aber glaubten, irgendwie geht das schon», erinnert sich Brigitte. Nüchtern beschreibt Christian die Situation rückblickend: «Das Haus hatte eine über 60-jährige Geschichte und viele Stammgäste, aber es gab einen Investitionsstau. Dem Haus fehlten die finanziellen Möglichkeiten.» Trotzdem entschieden sie sich dafür, gemeinsam Hotel-Unternehmer zu werden. «Wir waren 25 und 27 – wir sahen nicht die Risiken, sondern die Chancen. Auf gehts.» Der Einstieg war tatsächlich rasant. «Den Business-Plan schrieben wir während dem letzten SHL-Semester nebenbei. Am Freitag, 13. Dezember, war die Diplomfeier an der Hotelfachschule Luzern. Am 14. war der Umzug mit Kopfweh angesagt. Am 15. Dezember ging die Arbeit los», erinnert sich Brigitte.

Christian: «Es war eine unternehmerisch herausfordernde Zeit. Dieses Gefühl vergisst man nicht.

Damals war es ein Traum, dass alle Rechnungen bezahlt und 10 000 Franken Liquidität in der Kasse sind.» Der Traum wurde in wenigen Monaten Realität. Gelungen ist es dank Disziplin und der Unterstützung einer lokalen Bank. Brigitte: «Wir freuten uns immer, wenn wir mit dem verdienten Geld etwas renovieren konnten – ein Badzimmer oder einen Teppich ersetzen. Das war eine sehr schöne Erfahrung.»

Für Werbung reichte das Geld anfänglich nicht. Christian: «Unsere Gäste waren unsere besten Werber, die besten Botschafter für das Hornberg. Sie schickten eine Cousine zu uns oder schenkten Freunden einen Gutschein für einen Aufenthalt im Hornberg.» Da hätten sie gelernt, so beide, dass «die Zufriedenheit der Gäste» entscheidend für den Erfolg sei.

Balanceakt Familie und Betrieb

Parallel zum Aufbau des Unternehmens entstand und wuchs ihre Familie. Für Brigitte war klar: «Ich wollte auch Mutter sein.» Die Kinder sollten bewusst nicht im Hotelalltag aufwachsen. «Das ging mal einfacher, mal harziger. Aber ich bin stolz darauf, dass es uns gelungen ist, dieses



Naturpool
und Ruhepol

Modell mit und für unsere beiden Söhne zu leben.» Auch wenn die Frage nach den persönlichen und familiären Freiräumen bei gleichzeitiger Verantwortung für das eigene Hotel «die grösste Herausforderung war – und ist», sagt Brigitte. Heute blicken die Eltern zufrieden auf diesen Balanceakt zurück und sind stolz auf ihre beiden Söhne, die inzwischen in Bern in einer gemeinsamen WG leben. Beide schliessen diesen Sommer ihre Lehren als Informatiker und Koch ab.

Nähe und Distanz

Das Verhältnis der Gastgeber zu den Gästen ist in jedem Hotel eine besondere Mischung aus Nähe und Distanz. Eine, die den Stil, die Atmosphäre des Hauses prägt. Wie handhaben Brigitte und Chistian in ihrem Maison Hornberg diese Aufgabe? Zumal sie den Betrieb von Brigittes Eltern übernommen hatten, die einen starken und engen Kontakt zu den Gästen gepflegt hatten. Es stellte sich für sie die Frage, ob und wie zwischen «Freundschaft und Professionalität» zu unterscheiden sei. «Ich bin immer Brigitte – an jedem Ort und jederzeit», sagt sie klipp und klar. Diese

Authentizität sei zentral für einen ehrlichen, offenen Umgang. Und sie bereut ihre Haltung und Entscheidung in keiner Weise und sagt heute: «Ich erlebe die Vielfalt der Gäste als Bereicherung.» Ergänzend sagt Christian: «Professionalität ist die Voraussetzung in unserem Beruf. Das heisst aber nicht, dass man keine Nähe zulassen darf.»

Politik gehört zur DNA

Dass der Austausch über politische Fragen in der Hotellerie nicht selten als heikles Thema gilt, sehen die beiden Hornberger gelassen. Brigitte: «Christian schätzt die vielen Gespräche auch über persönliche oder politische Themen. Es gibt so viele interessante Leute, es wäre schade, nicht mit ihnen darüber zu reden.» Für Christian, der den Austausch als «spannend» beschreibt, präsentiert sich die Sache ebenfalls klar. «Entscheidend ist, wie darüber gesprochen werde. Der Gast vertraut uns. Er soll uns erleben, wie wir sind. Er hat ein Anrecht darauf, dass wir authentisch sind. Dazu gehören auch die Politik und die politische Meinung. Zudem sind wir in verschiedenen Verwaltungsräten engagiert, da ist man bei politischen Themen häufig mittendrin.»

Zu Verantwortung führen

Die Führung im Maison Hornberg basiert auf Vertrauen und Klarheit. «Ehrlichkeit ist uns sehr wichtig», betont Brigitte. Mitarbeitende sollen Verantwortung übernehmen und sich entwickeln können. «Sie sollen in ihrem Bereich, selbst entscheiden können. Es ist alles da, damit sie das auch tun können.» Christian vergleicht sein Führungsverständnis mit der Rolle eines Orchester-Dirigenten. Zudem sind für ihn «Handwerk, Präzision und Disziplin nicht verhandelbar». Gleichzeitig gehe es darum, die Mitarbeitenden zu befähigen ihre Verantwortung für das Gelingen im Hotel wahrzunehmen. «Ein Teil der Verantwortung liegt bei ihnen. Sie dürfen sich nicht hinter uns verstecken, aber wir sind Coach und Mentor.» Beide betonen, dass Führung heute anders funktioniere als früher. «Junge Leute verlangen von uns Anpassungsfähigkeit, das ist entscheidend. Ebenso unverzichtbar sind eine offene Gesprächskultur und unmittelbares Feedback für ihre Arbeit.»

Druck oder Leichtigkeit

«Inspiration für das Hotel entsteht überall», sagt Brigitte, «durch Beobachtungen, Begegnungen,

Das Schöne, Wahre, Gute

Was ist für Euch das Schöne?

Brigitte: Ich bin ein Familienmensch. Familienzeit, die Zeit der uneingeschränkten Zugehörigkeit, das ist für mich das Schöne.

Christian: Zum Schönen gehört für mich Genuss aller Art, Kultur, die bereichert, und Ehrlichkeit.

Was ist für Euch das Wahre?

Brigitte: Da ordne ich die Ehrlichkeit ein. Wertschätzung und Dankbarkeit gehören auch dazu. Ohne jeden religiösen Anstrich, sondern sich immer wieder bewusst sein, wie gut es uns in der Schweiz geht. Das Gesundheitswesen, die freie Meinung und vieles mehr wären zu nennen. Es zeigt, wie reich wir eigentlich sind.

Christian: Das Leben in einem Bogen sehen und leben. Alles im Leben, die ganze Lebensspanne, ist als Leihgabe zu betrachten. Das gehört zum Wahren.

Was ist für Euch das Gute?

Brigitte: Jeder hat leichte und schwere Zeiten. Das Gute ist, wenn wir aus jeder Situation herauskommen, gestärkt weitergehen können und etwas gelernt haben.

Christian: Wenn durch authentisches Handeln die eigenen Absichten und Pläne aufgehen.



Bis ins kleinste Detail komponiert

bei einer Zugfahrt oder in einem Gespräch». Neue Ideen würden sich ergeben. «Das ist für mich kein strukturierter Prozess, sondern ein Teil meines Alltags, wenn man offen ist für Neues.» Christian kommen die besten Einfälle beim Joggen. «Das ist für mich physische und psychische Reinigung.» Kongresse, geschäftliche Begegnungen, Gespräche bei einem Glas Wein oder der Austausch mit den Söhnen liefern ihm Impulse.

Wichtig ist Brigitte und Christian eine gewisse Distanz zum eigenen Betrieb, die für die Weiterentwicklung ihres Hotel-Unternehmens notwendig sei. «Man darf nicht betriebsblind werden, auch wenn das fast nicht zu vermeiden ist. Deshalb suchen wir gezielt den Perspektivenwechsel, beispielsweise als Gäste in anderen Hotels zu verkehren. «Nicht, um zu kopieren, sondern um inspiriert zu werden», so Christian. Eine andere, der regelmässige Austausch mit Mitarbeitenden. Eine dritte und besonders wichtige, der professionelle Umgang mit Rückmeldungen und Hinweisen von Gästen, von den Leuten aus dem Dorf oder von Lieferanten. «Man muss zuhören, auch zwischen den Zeilen», sagt er.

Eine zentrale Frage für die Weiterentwicklung des Hotels formuliert Brigitte: «Muss ich etwas ändern oder will ich etwas ändern?» Dieser Unterschied sei fundamental. Eine Veränderung aus Überzeugung sei von Leichtigkeit geprägt; nicht zu vergleichen mit einer Veränderung aufgrund von Druck, die fühle sich ganz anders an. Christian beschreibt diese Situation als nicht immer deckungsgleich. «Die Gäste wollen hier wiederfinden, was sie kennen und was sie glücklich gemacht hat. Wir dürfen uns in bestimmten Bereichen auch weiterentwickeln.» In diesem Spannungsfeld liege die Herausforderung: «Das Bestehende bewahren und gleichzeitig offen bleiben für Neues.» Oder, wie Brigitte es zusammenfasst: «Neugier ist wichtig. Innovation passiert in kleinen Schritten. Stillstand ist das Gegenteil vom Glauben an die Zukunft.»

Top und Flop

Sechs Fragen und kein Joker an Brigitte & Christian Hoefliger-von Siebenthal, in dritter Generation Eigentümer und Gastgeber im Maison Hornberg, Saanenmöser:

Welchen Platz bekommt der Einzelreisende im Speisesaal?

Brigitte: Beim Umbau des Saals haben wir bewusst viele Plätze für Einzelreisende geschaffen, da wir viele solche Gäste haben. Wir fragen den Gast, wo er sitzen möchte. Diesen Platz bekommt er, wenn der noch frei ist.
Christian: Wir müssen in der Situation beurteilen, wo der Gast mit seinen Werten hinpasst. Deshalb schaue ich mir persönlich immer den Tischplan an. Wer sitzt neben wem? Ich versuche, die Einzelreisenden so zu platzieren, dass potenziell ein gutes Gespräch mit der Tischnachbarin möglich ist. Der Einzelgast soll von seinem Platz aus alle anderen Gäste sehen, den Überblick haben.

Grösstes Kompliment von einem Gast?

Brigitte: Es ist nicht das eine grosse Kompliment, sondern eine Summe von vielen. Beispielsweise war ein Schriftsteller hier und schrieb an einem Buch. Im Abspann wies er darauf hin, dass er einen Teil des Buches im Hornberg geschrieben habe. Das zeigt mir, dass unser Haus für diesen Gast eine Wichtigkeit hatte. Das ist für mich das Kompliment. Nicht, dass wir im Buch erwähnt sind.
Christian: Als jemand sagte, wir kombinierten maximale Professionalität mit maximaler Gastfreundschaft. Diese beiden Anforderungen zu erfüllen, ist in meiner Definition das Wichtigste, was wir für die Gäste tun können.

Grösste berufliche Peinlichkeit?

Brigitte: Ich habe jemandem zur Schwangerschaft gratuliert, die nicht schwanger war. So etwas sage ich nie mehr.
Christian: Ich hatte einen Anlass für 120 Personen vorbereitet, mit Übernachtungen. Dabei merkte ich nicht, dass es meine eigene Geburtstagsfeier war. Brigitte hatte den Event perfekt getarnt und sehr viel Aufwand betrieben, dass ich wirklich nichts bemerkt hatte. Das war die totale Überraschung bis auf dem Parkplatz, bei der gemeinsamen Anreise der Gäste. Zumal ich in unserem Haus dafür bekannt bin, immer im falschen Moment am richtigen Ort aufzutauchen, vor allem dann, wenn bei den Mitarbeitenden gerade etwas schiefläuft.

Ist die Minibar im Hotelzimmer-Preis inbegriffen? Warum ja/nein?

Brigitte: Nein. Unsere Minibar ist ein Angebot mit hochwertigen Produkten für den Genuss – Wein, Champagner – nicht nur Mineralwasser.
Christian: Nein. Brigitte hat das perfekt formuliert.

Was wird in Ihrem Hotel am meisten gestohlen?

Brigitte: Es wird wenig gestohlen, auch weil wir unsere Gäste gut kennen. Einmal hatten wir einen Kleptomane als Gast. Der hat alles mitgenommen, was ging – Deko, die Uhr im Hallenbad und vieles mehr.
Christian: Das interessiert mich überhaupt nicht. Dass in unserem Coffee House immer wieder viele Tassen fehlen ist eine Tatsache, die mir aber völlig egal ist.

Welche Gäste möchten Sie nie mehr in ihrem Hotel?

Brigitte: Den Kleptomane. Und Leute, die unanständig oder manipulativ gegenüber den Mitarbeitenden sind, wollen wir nicht.
Christian: Gäste, die über den Preis diskutieren. Die ertrage ich nicht.



Brigitte und Christian: aufgesetzte Fröhlichkeit ist wirklich nicht ihr Ding.

«2. Preis war wie ein Sieg»

Erfolge und Auszeichnungen begleiten den Weg von Brigitte und Christian Hoefliger-von Siebenthal und ihrem Maison Hornberg in den letzten Jahren. Für die Eigentümer und Gastgeber sind sie eine Motivation für ihre berufliche Leidenschaft und ihre unternehmerische Haltung. Preise haben für die Beiden auch eine besondere Bedeutung, aber wohl nicht jene, die viele erwarten: «Wir strengen uns nicht an, um Preise zu gewinnen», sagt Brigitte. «Sie sind ein Geschenk. Auszeichnungen verändern nicht unsere tägliche Arbeit, sie bestätigen sie höchstens.» Dazu passt, dass es in ihrem Hotel keine Galerie der gewonnen Preise gibt.

Ein besonderer Moment war 2019 die Auszeichnung durch den Swiss Venture Club für ihre unternehmerische Leistung. «Für uns war der zweite Platz wie ein Sieg», erinnert sich Christian. Ein Gast hatte sie für den Wettbewerb empfohlen. Nach der Nomination (200 Bewerber, 6 Finalisten) wurden sie von einer 18-köpfigen Jury bewertet. Sie mussten vorgängig die Bücher öffnen und sich dann in präzis sechzig Minuten vor Ort präsentieren. Als Preis durften sie nach Palm Springs reisen und an einem globalen CEO-Event der Unternehmensberatung EY teilnehmen. Brigitte erinnert sich: «Es war spannend, überhaupt dabei zu sein. Es war so inspirierend, dass wir keinen Vortrag ausgelassen haben.»

Ebenso bedeutend ist für die beiden sehr unternehmerischen Persönlichkeiten Brigitte und Christian die Anerkennung als «beliebtestes Hotel der Schweiz». Das lasse ihr «Hospitality-Herz» höherschlagen. Vergeben wird die Auszeichnung von HolidayCheck basiert auf direktem Gäste-Feedback.

Als «Ehre und Geschenk» sehen die beiden jeden Preis. «Andere würdigen unsere Arbeit mit ihrer eigenen Seriosität. Das kann man nicht hoch genug einschätzen», sagt Christian. Brigitte sieht einen Preis als einen Teil der Motivation, um «mit Disziplin, in allen Tätigkeiten im Hotel dran zu bleiben». Und auch darin sind sich beide einig: «Nie verkrampft» einen Preis anstreben, Brigitte; «nach dem Spiel ist vor dem Spiel», Christian.

5 Sterne-Ambition mit 4 Sternen

Hotel-Sterne in den verschiedenen Kategorien sind in gewissem Sinne Auszeichnungen, die von HotellerieSuisse vergeben werden. Brigitte und Christian sagen dazu: «Mit unserem Maison Hornberg wollen wir kein 5-Sterne-Hotel, aber auch kein 3-Sterne-Hotel sein. Wir sind ein 4-Sterne-Superior Haus. Wichtig ist, dass die Sterne zum Produkt passen. Wir sind unserem Qualitätsdenken in unserer Hotelkategorie verpflichtet. Auch wenn 5 Sterne uns im internationalen Markt helfen könnten, streben wir nicht danach. Wir haben eine Sterne-Ambition, die wir gegenüber unseren Mitarbeitenden und Gästen vertreten. Wir haben im Maison Hornberg 4 Sterne und unser Denken ist ganz auf die Qualität von 5 Sternen ausgerichtet.»

An Preise gewöhnen sich Brigitte und Christian nie.



Genug Raum im Maison Hornberg für die Bedürfnisse und Wünsche der Gäste

«Die Füße bleiben immer schön auf dem Boden»

Hotelière und Hotelier des Jahres 2026 Brigitte und Christian Hoefliger-von Siebenthal sehen die Auszeichnung als Bestätigung für ihre Arbeit in den letzten 23 Jahren im Maison Hornberg. Zugleich betonten sie, ohne ihr tolles Team als Unternehmer wirkungslos zu sein.

Interview Hilmar Gernet

Was bedeutet für Euch der Preis Hotelière und Hotelier des Jahres 2026?

Es ist klar, dass wir uns sehr geehrt fühlen, das passiert einem ja nicht alle Tage. Dann ist da sicher auch eine Art Bestätigung, für die Arbeit der letzten 23 Jahre. Das tut natürlich sehr gut. Und letztlich ist es auch für uns als Paar und Geschäftspartner eine wunderschöne Sache, dürfen wir das gemeinsam erleben.

Welchen Stellenwert hat der Preis in Eurer bereits beachtlichen Preis-Sammlung?

Jede Auszeichnung ist speziell, da der Moment und damit auch die Emotion immer eine andere ist. Der Titel Hotelière und Hotelier des Jahres ist aber schon noch eine andere Stufe, da er ja vor allem auch uns als Unternehmer und letztlich als Personen betrifft.

Werdet Ihr den Preis feiern?

Wir haben nicht das Bedürfnis, uns hier in den Mittelpunkt zu stellen. Wir werden aber sicher einen Event mit dem Team machen, um diesen Moment zu würdigen und vor allem auch, weil wir

ja nur mit unseren Mitarbeitenden die Aufgaben im Hotel jeden Tag bewältigen können. Ohne die tollen Menschen, die mit und bei uns arbeiten, wären wir als Unternehmer wirkungslos.

Werdet Ihr den Preis für Eure Hotel-Kommunikation nutzen?

Wir sind da wohl in unserer Natur eher etwas zurückhaltend. Und gegenüber dem Gast sowieso, denn da stehen ja nicht unsere Auszeichnungen, sondern unser Leistungsversprechen, die Qualität und der Aufenthalt eben vom Gast im Vordergrund.

Beeinflusst der Preis Eure Arbeit und die Eurer Mitarbeitenden?

Eine solche Auszeichnung definiert natürlich das Selbstverständnis, den Anspruch an sich selbst schon mit, klar. So etwas verpflichtet, und zwar im allerpositivsten Sinne. Und beispielsweise in einem Vorstellungsgespräch lässt sich so eine Aussage machen über den Qualitätsanspruch des Hauses. Aber ganz wichtig und ohne Frage: Die Füße bleiben immer schön auf dem Boden.