

Logistische Meisterleistung, perfekt inszeniert

Wie der umfassende Umbau des renommierten Zürcher Hotels Storchen zu einer Erfolgsgeschichte wurde.

Gery Nievergelt

Da steht er nun im Bademantel am Ufer der Limmat und lacht befreit in die Kameras. Nein, Jörg Arnold muss nicht ins kalte Wasser springen. Denn der Direktor hat die Wette gewonnen: Wie geplant konnten die umfassenden Umbauarbeiten im geschichtsträchtigen Hotel Storchen in einer Rekordzeit von nur sechseinhalb Wochen abgeschlossen werden.

Seit Montag dieser Woche ist das Haus, das zum Besitz der unabhängigen Ihag-Holding der Familien Anda und Bühle gehört, wieder geöffnet. Für einen zweistelligen Millionenbetrag wurden 35 Zimmer, alle Korridore sowie die Treppen modernisiert, das Erdgeschoss mit Bar und Lobby neu gestaltet, von der Limmat her ein neuer Eingang geschaffen, das Restaurant komplett umgebaut.

Das unter Denkmalschutz stehende Haus wirkt nun einladender, heller, auch edler mit den handgemalten Tapeten oder den neuen Uniformen der Mitarbeitenden. Auch gastronomisch sind die Ansprüche noch einmal

der Luxushotellerie. Das Audit für den fünften Stern erfolgt im März.

Nun wird auch anderswo in Beherbergungsbetriebe investiert; stehen auch anderswo Hoteliers und Eigentümer vor der Herausforderung, den Betrieb für die Zeit eines umfassenden Umbaus zu schliessen – und können womöglich bei der Finanzierung nicht wie im «Storchen» aus dem Vollen schöpfen. Wenn ich hier diesen Umbau herausstreiche, so deshalb, weil er für mich in zweierlei Hinsicht beispielhaft verlief.

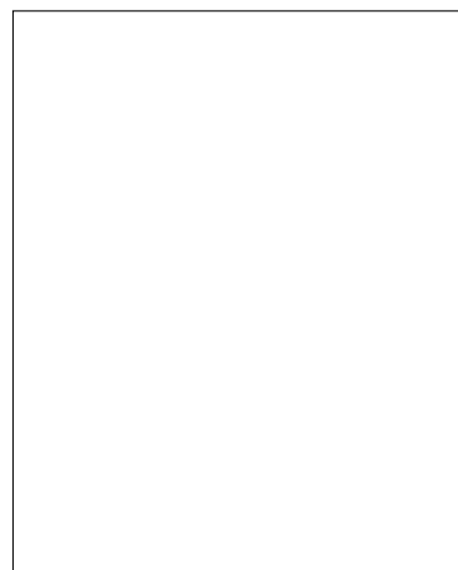
Beeindruckend ist die hohe Professionalität und optimale Zusammenarbeit aller Beteiligten, die die geforderte logistische Meisterleistung erst möglich machten. (Wir berichteten in der htr vom 12. Januar, nachzulesen auf htr.ch/storchen.) So zahlte es sich etwa aus, die zeitweise bis zu 400 im Haus beschäftigten Handwerker von morgens bis abends gratis zu «bekochen». Die Arbeitsmoral blieb dementsprechend gross.

Ebenso beispielhaft ist die geleistete Öffentlichkeitsarbeit. Schon früh wurden die lokalen Medien mit ins Boot geholt. In Social Media, vor allem mit dem Blog «followthestorchen.ch», wurde der unvermeidlich auch mit Einschränkungen verbundene Grosseumbau positiv kommuniziert. Im Blog sowie auf Youtube entstand ein vom Kunstschaaffenden Gerry Hofstetter inszeniertes Video, das die im Haus geleisteten Arbeiten zu einem mitreissenden Spektakel verdichtete. Der Arbeiter als Filmstar, das Hotel als Kulisse für Actiontheater. Damit – und mit weiteren Kampagnen – gelang es, den «Storchen» zu einem Erlebnis zu machen, ihn als vitales, im Um- und Aufbruch befindliches Hotel zu zeigen zu einem Zeitpunkt, wo es drinnen nur mächtig staubte. Allerbeste Werbung, sie wird sich auszahlen.

Schliesslich erfasste die gekonnt erzeugte positive Stimmung auch die unmittelbare Nachbarschaft. Als ich auf dem Weg der Limmat entlang vor einer Bauschranke umkehren musste, offerierte mir eine Dame in der neben der Baustelle gelegenen Konditorei eine Süßigkeit und meinte: «Damit Ihr Umweg nicht umsonst war.»

Und nun sind alle Schranken wieder weg, wie geplant nach nur sechseinhalb Wochen. Jörg Arnold freut sich zu Recht.

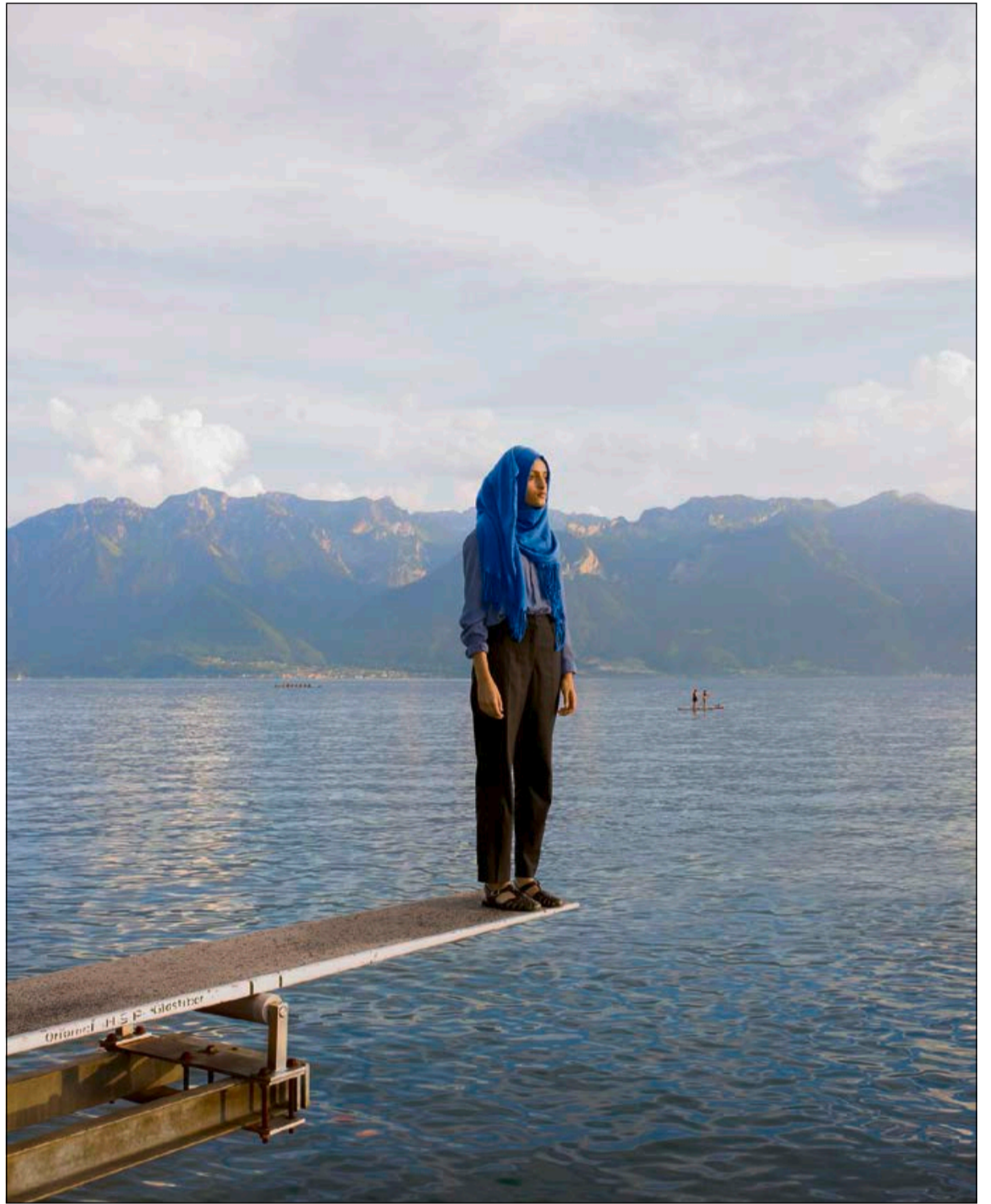
Die neue Einrichtung im Hotel Storchen auf htr.ch/storchen



Film ab: Hoteldirektor Jörg Arnold wird für die Schlusszene eingekleidet. zvg

gestiegen: Spitzenkoch André Jaeger tritt temporär vom Rücktritt zurück und steht dem Küchenteam beratend zur Seite. Es ist offensichtlich: Der «Storchen», der bereits als Vier-Sterne-Superior Betrieb höchsten Ansprüchen genügt, positioniert sich neu in

blickfang



htr im netz / sur la toile «Best of» der letzten 14 Tage

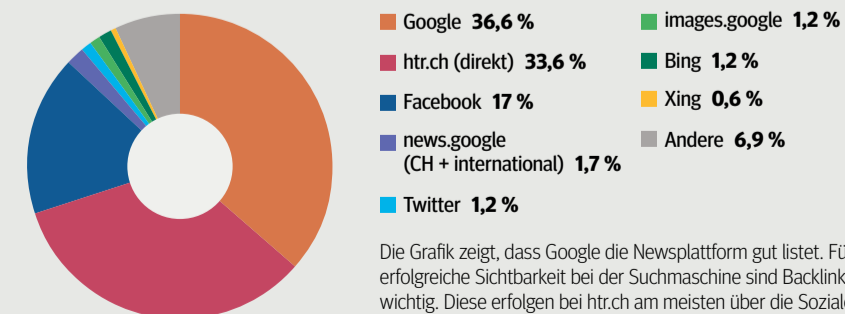
meistgeklickt

- 1 Doppelter Abgang im «Belvedere Locarno»
- 2 Neuer Executive Küchenchef im «Waldhaus Flims»
- 3 Wechsel bei der Lenzerheide Marketing und Support AG
- 4 Spitzenkoch schliesst Restaurant Dreizehn Sinne
- 5 Zermatt übernimmt führende Rolle bei der digitalen Transformation

les actualités les plus lues

- 1 Thyon mise sur le «tiny chalet» pour promouvoir ses atouts naturels
- 2 Un projet pilote vaudois dans l'hôtellerie-restauration
- 3 Rougemont et Avenches rejoignent les plus beaux villages de Suisse
- 4 Le projet «Marguerite» prend vie dans le Jura
- 5 «Sion 2026»: seule candidature en lice pour les Jeux Olympiques

Woher kommen die Zugriffe auf htr.ch?



Die Grafik zeigt, dass Google die Newsplattform gut listet. Für eine erfolgreiche Sichtbarkeit bei der Suchmaschine sind Backlinks wichtig. Diese erfolgen bei htr.ch am meisten über die Sozialen Medien. Dabei erfreuen sich Facebook, aber auch Twitter und Xing einer stetig wachsenden Community.

Fremdvertraut. Aussensichten auf die Schweiz

Das Bild der Schweiz wurde massgeblich vom Tourismus geprägt. Mit Aufnahmen von spektakulären Bergpanoramen und ländlichen Idyllen liess sich das Land immer wieder erfolgreich vermarkten. Schweiz Tourismus hat das eigene 100-Jahr-Jubiläum 2017 zum Anlass genommen, die Verbindung von Reisen und Fotografieren zu beleben. Unter der Regie von Fotostiftung Schweiz und Musée de l'Elysée wurden fünf international bekannte Fotografen und Fotografinnen eingeladen, die Schweiz zu beleuchten – frei von jedem Werbeauftrag. Wir zeigen Bilder von Alinka Echeverria, Mexiko.