„Am Ende zählt das Ergebnis“: Zurück auf Vor-Corona-Niveau

01.02.2023 11:17 von Kevin Phillipp

„Am Ende zählt das Ergebnis“: Zurück auf Vor-Corona-Niveau

(Bad Düben/Wsp/kp). Ziemlich genau sechs Monate ist Thorsten Dressler (57) inzwischen

Geschäftsführer der Kurbetriebsgesellschaft Dübener Heide mbH und gilt somit auch als Kurdirektor der Stadt Bad Düben. In der vergangenen Woche traf er sich erstmalig zum gemeinsamen Interview mit der Leipziger Volkszeitung und dem Dübener Wochenspiegel.

Herr Dressler, wie fällt Ihre Bilanz nach dem ersten halben Jahr in Bad Düben aus?
Thorsten Dressler: Aufgrund der aktuellen Krisensituation kann ich mit bestem Willen kein Resümee abgeben. Ich befinde mich noch immer in der Bestandsaufnahme und lerne Stück für Stück die Bad Dübener Community kennen.

Wie ist das HEIDE SPA aktuell aufgestellt?
Dressler: Wir haben hier wirklich ein sehr schönes Produkt mit einem guten Ensemble. Aber es ist in die Jahre gekommen – das dürfte jeder erkennen. Nichtsdestotrotz sind wir sehr handlungsfähig. Die Geschäfte laufen in den einzelnen Bereichen gut. Ich bin vollends überzeugt, dass wir gefestigt durch die Krise gehen. Wir haben uns einen neuen Energielieferanten gesucht und erhalten große Unterstützung von unseren Gesellschaftern. Eine Schließung stand nie wirklich zur Debatte. Es wäre auch fatal, das Haus zu schließen. Das sieht man bei anderen Fällen.

Vor Corona konnte vor allem das Hotel immer wieder neue Rekordzahlen vermelden. Wie sieht es jetzt aus?
Dressler: Ich bin kein Freund von Superlativen. Am Ende zählt das Ergebnis. Und hierbei befinden wir uns in allen Bereichen auf Vor-Corona-Niveau. Quoten sind für mich eher zweitrangig.

Misst sich ein Hotel nicht an der Auslastung?
Dressler: Dieses Denken ist in meinen Augen seit 20 Jahren überholt. Wir haben die Preise im Hotel um 30 Prozent angehoben. Dadurch haben wir zwar leicht weniger Gäste, dafür aber mehr Umsatz und auch weniger Kosten, da beispielsweise weniger Zimmer zu reinigen sind. Nebenbei erhöht sich dadurch die Qualität im Hotel. Mitarbeiter haben mehr Zeit für den Gast und dieser findet keine überfüllten Restaurants vor.

Spüren Sie das Aus des Hotels „National“?
Dressler: Nein, einfach weil sich unser Kundenklientel grundsätzlich unterscheidet. Wir sind doch eher ein Wellnesshotel, brechen die Grenzen jedoch gerade auf und wollen uns künftig auch mehr zum Tagungs- und Familienhotel entwickeln.

Welche Veränderungen haben Sie noch unternommen?
Dressler: Wir haben in einem längeren Prozess zum 1. Januar das dynamische Pricing eingeführt. Das bedeutet, die Preise im Hotel richten sich mittlerweile nach der Nachfrage. Am Wochenende, wenn wir mehr Gäste haben, sind die Zimmer teurer als in der Woche. Das läuft sehr erfolgreich.

Die Dübener Gerüchteküche brodelt gern und oft. Man hört immer mal von Mitarbeitern, die das Haus inzwischen verlassen haben...
Dressler: Ich denke, das ist in der Hotellerie eine ganz normale Fluktuation. Da gibt es immer Mitarbeiter, die den neuen Weg nicht mitgehen wollen – auch in Führungspositionen. Allgemein halten wir das Personal stabil bei rund 150 Mitarbeitern – auch diese Zahl ist dynamisch.

Hier gibt es also Ihrer Meinung nach keinen Handlungsbedarf?
Dressler: Wir wollen durchaus die Facharbeiterquote erhöhen. Die war mir bei meinem Antritt zu gering. Das wird eine Herausforderung für die Zukunft sein. Wir brauchen mehr ausgebildete Köche, Therapeuten etc. Ich bin ein großer Freund von Qualität.

Wo sehen Sie das HEIDE SPA in drei bis vier Jahren?
Dressler: Sehen Sie es mir nach: Die Krise beschäftigt uns sehr. Aus diesem Grund kann ich einen

seriösen Ausblick derzeit nicht wagen. Wir werden auf jeden Fall alles dafür tun, die Attraktivität des Standorts hoch zu halten. Ich glaube schon, dass wir – so weit wie möglich – in der Zukunft auf erneuerbare Energien setzen müssen. Dabei reden wir sicher über einen Prozess, der Jahre dauert. Dabei sind wir jedoch auf die öffentliche Hand angewiesen. Aktuell sparen wir mit den gegebenen technischen Möglichkeiten bewusst und auch deutlich Energie ein. Unter anderem haben wir die Öffnungszeiten unserer Saunen zeitversetzt.

Das Hotel sahnte in den letzten Jahren einige Preise ab. Welchen Wert legen Sie auf so etwas?
Dressler: Ich möchte die PS, die wir haben, lieber beständig auf die Straße bringen, als mich marketingwirksam über den Sieg freuen. Mein Ziel ist ein zufriedener Gast und nicht der Award.

Interview: Kathrin Kabelitz (LVZ) und Kevin Phillipp (Wsp)