

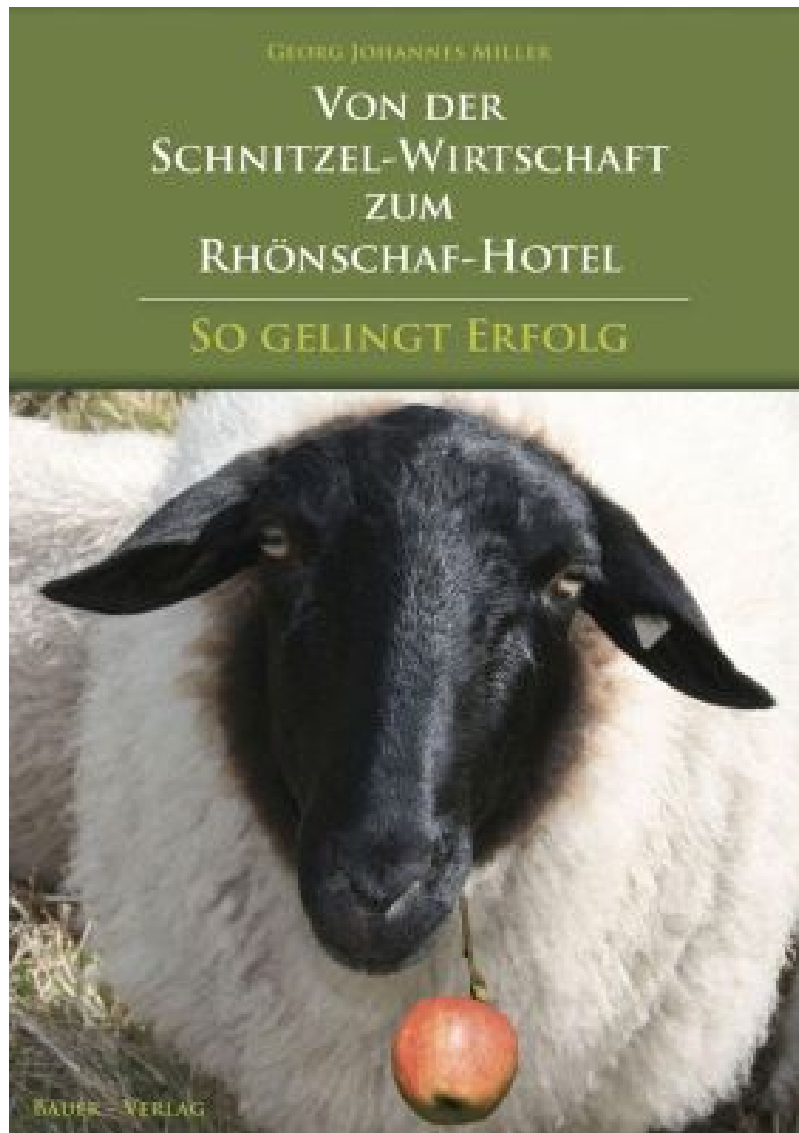
---

## Und es geht doch: Betrieb in schlechter Lage wird Trendsetter

10.11.2009, 12:20 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Bauer-Verlag GmbH*

---



Wer einen ganz gewöhnlichen Betrieb in schlechter Lage erbt, kann den Kopf in den Sand stecken. Oder etwas Besonderes daraus machen. Eine Neuerscheinung aus dem Bauer-Verlag in Thalhofen zeigt, wie aus einem Gasthaus ohne Profil ein unverwechselbares Erfolgsunternehmen wird. Das Buch "Von der Schnitzel-Wirtschaft zum Rhönschaf-Hotel" berichtet von einem Gastronomen, der seinen Betrieb in einer abgelegenen Ecke der Rhön so umkrempelt, dass dieser nicht nur wächst, sondern zum Trendsetter wird.

Vor dem Hintergrund des wirtschaftlichen Erfolges geht Autor Georg Johannes Miller auch der Frage nach, ob Umweltschutz und erfolgreiche Betriebsführung tatsächlich vereinbar sind. Schließlich lautet so eines der Ziele der UNESCO, die die Rhön 1991 als Biosphärenreservat anerkannt hat und in ihr eine Modellregion für nachhaltige Entwicklung sieht. Was Miller aufzeigt, überrascht: Die Entscheidung des Betriebes, ganz auf die fast vergessenen Schätze der Region, Rhön-Schaf und Rhön-Apfel, zu setzen, brachte ihm sein Profil und bewirkte Impulse, die sich bis

in die Region und ihre Entwicklung niederschlagen.

Über ein Jahrzehnt hat Georg Johannes Miller das Rhönschaf-Hotel begleitet und die Geschichte dokumentiert. Sein Buch zeigt, wie strategisches Marketing, starke Verwurzelung in der Region und pfiffige Ideen zu einem patenten Erfolgsrezept zusammenlaufen. Es wendet sich nicht nur an Interessierte aus der Gastronomie, sondern an alle, die mehr über strategisches Marketing wissen wollen. Auch all jene, die sich mit Regionalentwicklung und Umweltschutz beschäftigen, werden in dem Buch eine spannende und ermutigende Lektüre sehen.

Abdruck honorarfrei. Wir bitten um einen Beleg.

Informationen für die Medien: Bildmaterial und Cover finden Sie im Pressebereich unter [www.verlag-bauer.de/presse](http://www.verlag-bauer.de/presse). Wenn Sie Fragen haben, ein Ansichtsexemplar wünschen oder einen Interview-Termin, steht Ihnen Alexandra Kreuzer unter Tel. 08345/1601 und E-Mail [mail@verlag-bauer.de](mailto:mail@verlag-bauer.de) gern zur Verfügung.

-----  
"Von der Schnitzel-Wirtschaft zum Rhönschaf-Hotel – So gelingt Erfolg"

von Georg Johannes Miller, 176 Seiten mit über 100 z.T. ganzseitigen Farbfotos, Format: 24 x 17 cm, Einband: Englisch Broschur, Bauer-Verlag Thalhofen, ISBN: 978-3-941013-16-2, Preis: 29,00 Euro

Über den Autor

Georg Johannes Miller ist gelernter und aktiver Landwirt. Er hat an der Fachhochschule München Tourismus studiert und war in verschiedenen Funktionen im Tourismus tätig. Stets strebt er danach, Projekte zu schaffen oder anzustoßen, die eine Region in ihrer Identität und Wirtschaftskraft stärken. Seit 1984 arbeitet er als selbständiger Unternehmensberater, Fachjournalist und Buchautor.

## Portrait

\*Zum 25-jährigen Querdenker-Jubiläum ein Buch geschrieben\*

\*\* \*Ungerhausen - Am 1. Juli 2009 sind es genau 25 Jahre her, dass der heute in Ungerhausen im Unterallgäu ansässige Tourismus-Experte Georg Johannes Miller sich selbständig gemacht hat. Er hat damals seinen Job als Verkehrsamtsleiter bei der Stadt Kempten gekündigt, um weiterhin freiberuflich im Tourismus tätig sein zu können. Damals war es eine kleine Sensation, dass jemand seine sichere Stellung freiwillig aufgibt, um sich unternehmerisch im Tourismus zu betätigen. Heute dagegen ist es an der Tagesordnung, dass Tourismusleute unfreiwillig auf die Straße gesetzt werden. So vor kurzem geschehen in den Allgäuer Tourismus-Hochburgen Füssen und Oberstdorf. In seiner langjährigen Beratungspraxis ist Miller in den letzten Jahren in ganz Deutschland tätig gewesen. Zuletzt in der Rhön. Über sein vorläufig letztes Projekt in der Rhön hat er nunmehr ein Buch verfasst, an dem er mehr als ein Jahrzehnt gearbeitet hat. \* Zum Abschluss seiner 176 umfassenden Dokumentation über die Arbeit für das Rhönschaf-Hotel fordert er die Gemeinden und Städte sehr konkret zu mehr Unternehmerfreundlichkeit auf: "Aufgabe der örtlichen und regionalen Tourismus-Organisationen wäre es, Trendsetter-Betriebe anzusiedeln und diese zu fördern". Dass dieser Vorschlag oft ein nicht erreichbarer Zustand bleibt, davon weiß Miller auch nach 25 Jahren Beratertätigkeit ein Lied zu singen und betont gleichzeitig: "Man kann es nicht oft genug fordern, denn genau die Trendsetter-Betriebe ziehen oft die ganze Region mit". Genau dieses Beispiel dokumentiert Miller in seinem Buch. Der touristische Erfolg stellt sich seiner Meinung dann ein, wenn es gelingt, für die Region oder für den Betrieb ein oder mehrere Alleinstellungsmerkmale zu definieren. Rund um diese Merkmale ist dann eine Strategie aufzubauen und diese muss Jahr für Jahr konsequent umgesetzt werden. Die von Miller in seinem Buch dargestellten Methoden und Erfolgsfaktoren sind einfach aber wirksam. Dazu gehören unter anderem: "Ehrlich und echt bleiben" oder "Weniger ist mehr". Am Beispiel des Rhönschaf-

Hotel verdeutlicht er, dass so einfache Dinge aber auch rechnerisch aufgehen und betont: "Wir müssen das Rad nicht neu erfinden, sondern im Prinzip nur Ursache und Wirkung untersuchen". Wenn beispielsweise das Betriebsergebnis nicht stimmt, kann die Ursache sein, dass zuviel angeboten wird. Dies heißt in der Millerschen Sprache dann: "In der Sackgasse umdrehen und das Angebot neu definieren".

Auch Jürgen Krenzer, der Inhaber des Rhönschaf-Hotels, musste diesen Weg gehen, weil er einfach zu viel auf einmal wollte. Im Laufe der Jahre wurde aus dem damaligen Gasthof Krone eben das Rhönschaf-Hotel mit einer klaren Ausrichtung des Angebotes. Die im Buch des 57-jährigen Querdenkers, der an der Fachhochschule Tourismus studiert hat, dargestellten Erkenntnisse, sind keine Schönfärberei, denn es wird auch schonungslos offengelegt, wenn das Team im Rhönschaf-Hotel auf dem Holzweg war. "Da lief auch nicht immer alles von Anfang perfekt", betont Miller. Aber solange man bereit sei, Widersprüche aufzulösen, würde sich am Ende eine ganze patente Lösung ergeben. Immerhin wurde mit dem Buch zugleich bewiesen, dass sich ökologisches Handeln im Sinne der UNESCO auszahlt: Das Rhönschaf-Hotel, das seine Rohstoffe fast ausschließlich in der Region einkauft, hat im letzten Jahr eine Umsatzrentabilität von 21.17% erzielt. Die vergleichbaren Betriebe haben nach einer Auswertung der Sparkassen-Finanzgruppe Werte zwischen 3,0% (schlechtester Wert) und 12,4 % (bester Wert) erreicht. Bei aller Darstellung von betriebswirtschaftlichen Erfolgswerten freut sich Miller heute aber auch über Projekte, die von ihm initiiert wurden und auch heute noch Bestand haben. Dazu zählt der Verkehrsverein Kaufbeuren, der damals zu den ersten Kunden von Miller zählte und der heuer auch sein 25-jähriges Jubiläum feiern konnte. Einige Beispiele von Projekten, die Georg Johannes Miller auf den Weg gebracht hat sind: Die Arbeitsgemeinschaft der Schwabenstädte in Bayern, Die Schwäbischen Kartoffelwirte, Die Allgäuer Heuwirte. Schlussendlich sind all diese Erfahrungen in das neue Buch "Von der Schnitzel-Wirtschaft zum Rhönschaf-Hotel - So gelingt Erfolg", das im Bauer-Verlag (Thalhofen/Ostallgäu) erschienen ist, eingeflossen.

---

News-ID: 369180 • Views: 166 (Stand: 13.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/369180/Und-es-geht-doch-Betrieb-in-schlechter-Lage-wird-Trendsetter.html>