

05/12/2016

Hotellerie auf Rädern

"Das war die 'Breite Brust' on Tour": Der Nachbericht zur fast 2.000 Kilometer langen Fahrt zu zwölf Hotels in sieben Städten ist nun erhältlich. Ein Fazit daraus: In Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu investieren zahlt sich aus.

Wiesloch, 12. Mai 2016. Eine Woche lang war Klaus Michael Schindlmeier, Geschäftsführer des Best Western Plus Palatin Kongresshotel, mit zehn führenden Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Januar auf einer Tour quer durch Deutschland unterwegs. Ziel war es, das einige Monate zuvor veröffentlichte Buch „Breite Brust – Hotellerie ist Zukunft“ vorzustellen und den Dialog darüber zu suchen, was in der Hotellerie heute und morgen wichtig ist. Die dabei geführten persönlichen Gespräche mit Mitarbeitern anderer Hotels über Personalpolitik und Unternehmensausrichtung weckten frische Inspiration bei allen Beteiligten für ihre Arbeit. Mit entsprechend vielen Ideen für eine weitere Steigerung der Kundenfreundlichkeit im Palatin im Gepäck kam das Team zurück und setzte diese direkt um.

Damit hat Hoteldirektor Klaus Michael Schindlmeier eine weitere wirkungsvolle Maßnahme ergriffen, dem unattraktiven Ruf der Hotellerie und Gastronomie als Arbeitgeber den Kampf anzusagen. Das Buch „Breite Brust – Hotellerie ist Zukunft“ zeigt den bisher zurückgelegten Weg junger Talente auf, die inzwischen Führungskräfte im Palatin sind. Sie sprechen darin offen und praxisnah von ihren ganz persönlichen Hoffnungen, Erfahrungen und Perspektiven im Berufsfeld der Hotellerie.

Im nun veröffentlichten Nachbericht zur Tour schildert das Team, wie es diese ungewöhnliche Reise erlebt hat und was es daraus für sich und das Palatin mitgenommen hat. Auch die Auszubildenden, die währenddessen das Führungsteam zu Hause vertreten durften, melden sich darin zu Wort.

Damit leistet das Best Western Plus Palatin Kongresshotel erneut einen wertvollen Beitrag, um in der Öffentlichkeit Verständnis für die Herausforderungen in der Hotellerie zu wecken. Potenzielle Bewerber wie auch Kunden und Hotelmitarbeiter können auf einer bunten Strecke von 16 Seiten hinter die Hotelkulissen blicken und das Entwicklungspotenzial für Nachwuchskräfte wie auch für die Branche insgesamt auf subjektive und anschauliche Weise neu entdecken.

Die Sonderpublikation „Das war die ‚Breite Brust‘ on Tour“ kann – ebenso wie das Buch – per E-Mail über info@palatin.bestwestern.de kostenfrei sowohl in gedruckter Form als auch als PDF angefordert werden. Es steht außerdem zum Download bereit unter <http://www.palatin.de/welt/breite-brust-on-tour-der-nachbericht/>.

Pressekontakt im Hotel:

BEST WESTERN PLUS Palatin Kongresshotel und Kulturzentrum GmbH
Dr. Anja Wagner
Leiterin Sales & Marketing
Ringstr. 17-19
69168 Wiesloch
Tel.: 06222 / 582-300

Best Western Hotels & Resorts ist eine qualitätsorientierte, internationale Hotelkette, die unternehmerisch unabhängige Hotels unter einem Dach vereint. Mit über 4.000 Hotels in mehr als 90 Ländern ist Best Western Hotels & Resorts die größte Hotelkette der Welt. Die Best Western Hotels Central Europe GmbH betreut insgesamt rund 230 Hotels in den zehn Ländern Deutschland, Kroatien, Liechtenstein, Luxemburg, Österreich, Slowakei, Slowenien, Schweiz, Tschechien und Ungarn unter einem gemeinsamen Unternehmensdach. Neben dem deutschen Hauptsitz in Eschborn werden regionale Länderbüros in Wien und Bern geführt. Alle Tagungs-, Stadt- und Ferienhotels der Marke garantieren weltweit einheitliche Qualitätsstandards und behalten gleichzeitig ihren individuellen Stil und ihre unternehmerische Eigenständigkeit. Best Western Hotels & Resorts präsentiert unter seinem Markendach insgesamt sieben Einzelmarken: Best Western, Best Western Plus, Best Western Premier, Best Western Plus Executive Residency, Vib, Glo sowie den Softbrand BW Premier Collection.

Als Dienstleistungspartner verfolgt Best Western das Ziel, den wirtschaftlichen Erfolg und die Wettbewerbsfähigkeit der Partnerhotels zu steigern. Über den Markenanschluss profitieren die einzelnen Hotels von den umfassenden Marketing- und Verkaufsaktivitäten für alle relevanten Marktsegmente und Zielgruppen. Neben zielgruppenspezifischen Katalogen in Millionenaufgabe stellt Best Western für alle Marktsegmente modernste Vertriebs- und Kommunikationswege bereit. Alle Hotels sind über elektronische Distributionssysteme in den weltweiten Reservierungssystemen sowie im Internet optimal präsentiert und buchbar. Zudem verfügt Best Western über eigene Reservierungszentralen. Know-how Transfer ist eine der weiteren Aufgaben von Best Western: In der eigenen Best Western Akademie werden wichtige Fachkenntnisse vermittelt und geschult. Das Loyalitätsprogramm für Vielreisende heißt Best Western Rewards mit weltweit mehr als 27 Millionen Mitgliedern. Weitere Informationen: www.bestwestern.de und www.bestwestern.com

Weitere Informationen und Pressekontakt:

Best Western Hotels Central Europe GmbH

Deutschland | Kroatien | Liechtenstein | Luxemburg | Österreich | Slowakei | Slowenien | Schweiz | Tschechien | Ungarn

Anke Cimal, Direktorin Unternehmenskommunikation

Tel. (0 61 96) 47 24 -301, Fax (0 61 96) 47 24 129

E-Mail: presse@bestwestern.de

Internet: www.bestwestern.de/presse