

# PRESSEMITTEILUNG

Best Western Hotel Das Donners, Cuxhaven

## Hotel baut Wohnhaus für Mitarbeiter

*Das Best Western Hotel Das Donners schafft Wohnraum für seine Mitarbeitenden. Nur wenige Minuten zu Fuß vom Hotel entfernt, entsteht in den kommenden Monaten ein vierstöckiges, modernes Mitarbeiterhaus nach Energieeffizienzstandard mit insgesamt elf Wohneinheiten. Mit diesem zentral gelegenen Objekt wird bezahlbarer Wohnraum in der Stadt geschaffen und der Arbeitsplatz Cuxhaven damit interessanter für potenzielle Bewerber.*

**Cuxhaven, 01. August 2022.** Altes macht Platz für Neues und neue Ideen: Das Best Western Hotel Das Donners in Cuxhaven baut ein modernes vierstöckiges Gebäude mit Mitarbeiterwohnungen. Dafür wurde ein baufälliges Gebäude in der Straße „Neue Reihe“ in Cuxhaven abgerissen. Dort soll in den kommenden Monaten das neue Gebäude nach Energieeffizienzstandard entstehen, Fertigstellung voraussichtlich im Sommer nächsten Jahres. Carsten Weber, Geschäftsführer des Best Western Hotel Das Donners, setzt damit seine Prioritäten klar für seine bestehenden Mitarbeiter sowie potenzielle Bewerber. Er möchte mit dem Projekt die Attraktivität von Arbeitsplätzen in Cuxhaven steigern und einen Mehrwert für potenzielle Mitarbeiter durch vereinfachte Wohnungssuche schaffen. Darum hat Weber seine Pläne für die Erweiterung des Hotelkomplexes zunächst verschoben und das Mitarbeiter-Wohnhaus vorgezogen. Die Umsetzung des Projekts wird unter anderem vom Architekten Manfred Ronstedt aus Halle und dem Bauunternehmen Lüdke Bau aus Cuxhaven begleitet. Das geplante Gebäude soll später Platz für elf vollmöblierte Wohnungen bieten. Geplant sind Wohnungen zwischen 21 und 39 Quadratmetern. „Das Gebäude wird durch einen Fahrstuhl und Bewegungsräume vollständig barrierefrei sein. Alle Wohnungen werden mit Wohn-Essbereich, Schlafplatz, Küchenzeile und Duschbad ausgestattet. Weiterhin wird nach Standard EE 40, also besonders energieeffizient, gebaut,“ erklärt Weber. Zusätzlich sollen Räumlichkeiten zur Nutzung für das Housekeeping, ein Pausenbereich und neue Sozialräume für das Team des Bestandshotels entstehen.

### **Bezahlbaren Wohnraum in Cuxhaven schaffen**

Die Thematik der bezahlbaren Wohnräume für Mitarbeiter steht allerdings nicht nur in der Gastronomie im Vordergrund. Auch andere Branchen könnten von dem Projekt profitieren. Weber würde sich freuen, wenn er die Wohnungen auch an weitere Unternehmer vermieten kann, um den Mangel an möblierten Team-Wohnungen zu reduzieren. „Diese Wohnungen wären zum Beispiel auch interessant für Projektleiter, Werksstudenten oder Schülerinnen und Schüler der Seefahrtsschule,“ so Weber.

### **Herausforderung Mitarbeitende**

„Die vergangenen Monate waren aufgrund der Corona-Pandemie besonders hart für die Hotellerie und Gastronomie. Auch wenn die Auflagen und Maßnahmen zurzeit fast vollständig verschwunden sind, ist die Situation weiter angespannt. Bereits vor der Pandemie war es eine Herausforderung, qualifizierten Nachwuchs und ausgebildete Fachkräfte zu finden. Aber während der Pandemie kam hinzu, dass viele Betriebe in Kurzarbeit gehen mussten und die Mitarbeiter teilweise in andere Branchen abwanderten“, erklärt Weber. Am Standort Cuxhaven komme erschwerend hinzu, dass bezahlbarer Wohnraum rar ist. Die Alternative, eine entfernte Wohnung anzumieten, sei nur erschwert möglich, da wechselnde Dienstzeiten nicht durch den ÖPNV abgedeckt werden können. Viele Bewerber kommen zudem nicht direkt aus Cuxhaven oder dem Umland. „Gerade hier in Cuxhaven mit der Nordsee und dem UNESCO-Weltnaturerbe Wattenmeer direkt vor der Tür reizt die Küstenregion viele Menschen aus verschiedenen Ecken Deutschlands, aber auch dem Ausland als neuer Arbeitsplatz“, sagt Weber.

Beim Thema Nachwuchskräfte und Auszubildende sind die Anfragen ebenfalls eher verhalten. „In den vergangenen Jahren wurden jährlich zwischen sechs und zehn neue Auszubildende eingestellt“, so Weber. „In diesem Jahr konnte nur eine neue Auszubildene für unser Team gewonnen werden. Dies hat auch mit fehlendem, bezahlbarem Wohnraum zu tun.“ Wie Weber beschreibt, ist gerade bezahlbarer Wohnraum auf Zeit ein Grund, warum das Hotel ein Nachsehen bei den Bewerbern hat: „Als Ausbildungsbetrieb sind wir in der glücklichen Lage, unseren eigenen Nachwuchs nach der Ausbildung übernehmen zu können“, erklärt Weber. „In diesem Jahr freuen wir uns direkt über vier motivierte Auszubildende, die uns im Team weiterhin unterstützen

werden. In den kommenden Jahren könnte sich dies allerdings schwieriger gestalten“, so die Einschätzung des Hotelchefs.

**Pressekontakt im Hotel:**

Best Western Hotel Das Donners  
Carsten Weber, Geschäftsführer  
Am Seedeich 2, 27472 Cuxhaven  
Tel.: (0 47 21) 50 90, Fax: (0 47 21) 50 91 34  
E-Mail: [info@donners.bestwestern.de](mailto:info@donners.bestwestern.de)  
Internet: [www.donners.bestwestern.de](http://www.donners.bestwestern.de)

**Folgende Pressebilder stehen für Sie zum Download zur Verfügung:**



*Bildunterschrift: Hotelier Carsten Weber, Best Western Hotel Das Donners in Cuxhaven, möchte seine Stadt als Arbeitsplatz attraktiver machen. Dazu entsteht nach Abriss eines baufälligen Hauses nun das neue Mitarbeiterhaus wenige Meter vom Hotel entfernt.*

**Weiteres Bildmaterial steht zum Download bereit unter:**

[www.bestwestern.de/Bildmaterial](http://www.bestwestern.de/Bildmaterial)

**Über Best Western Hotels & Resorts:**

*Best Western Hotels & Resorts mit Hauptsitz in Phoenix, Arizona, ist eine Hotelmarke innerhalb der BWH Hotel Group, dem Markendach für die drei weltweiten Markenfamilien Best Western Hotels & Resorts, WorldHotels Collection und SureStay Hotel Group mit einem globalen Netzwerk von rund 4.500 unabhängigen Hotels in rund 100 Ländern weltweit.\* Insgesamt gehören zur Markenfamilie BWH Hotel Group weltweit 18 Hotelmarken, die die Anforderungen und Bedürfnisse von Hotelentwicklern und Gästen in aller Welt erfüllen: Best Western, Best Western Plus, Best Western Premier, Executive Residency by Best Western, Vib, GLo, Aiden, Sadie, BW Premier Collection und BW Signature Collection sowie WorldHotels Luxury, WorldHotels Elite, WorldHotels Distinctive und WorldHotels Crafted. Zudem ergänzen die Marken Sure Hotel, Sure Hotel Plus, Sure Hotel Collection und Sure Hotel Studio das Portfolio der Gruppe.\*\* Diese Marken-Diversität bietet Hotelbetreibern, Entwicklern und Investoren die Möglichkeit, das passende Markenkonzept aus dem Markenangebot von drei eigenständigen Markenfamilien auszuwählen. Gleichzeitig erleichtert das breitgefächerte Portfolio dem Reisenden die Hotelauswahl. Alle Hotels unter dem Dach der BWH Hotel Group weltweit sind unternehmerisch unabhängig und individuell geführt. Die BWH Hotel Group bietet Hoteliers weltweit operative Dienstleistungen sowie Vertriebs- und Marketing-Unterstützung sowie mehrfach ausgezeichnete und preisgekrönte Online- und mobile Buchungsmöglichkeiten und die Kundenbindungsprogramme Best Western Rewards und WorldHotels Rewards.*

*Die BWH Hotel Group Central Europe GmbH, vormals Best Western Hotels Central Europe GmbH, mit Sitz in Eschborn betreut insgesamt rund 230 Hotels in den zehn Ländern Deutschland, Kroatien, Liechtenstein, Luxemburg, Österreich, Slowakei, Slowenien, Schweiz, Tschechien und Ungarn unter dem gemeinsamen Unternehmensdach. Neben dem deutschen Hauptsitz in Eschborn gibt es ein regionales Länderbüro in Wien, Österreich. Alle Tagungs-, Stadt- und Ferienhotels der Gruppe und der verschiedenen Marken garantieren weltweit einheitliche Qualitätsstandards und behalten gleichzeitig ihren individuellen Stil und ihre Eigenständigkeit.*

*Als Dienstleistungspartner von Hotels verfolgt die BWH Hotel Group 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. Für alle Marktsegmente werden modernste Vertriebs- und Kommunikationswege bereitgestellt. Alle Hotels sind über elektronische Distributionssysteme in den weltweiten Reservierungssystemen sowie im Internet und Partner optimal präsentiert und buchbar. Außerdem profitieren Hotels von dem stetigen Ausbau der eigenen Vertriebskanäle und der Social Media Aktivitäten, strategischem Revenue Management, eigenen Reservierungszentralen, Qualitätsberatung und einem umfassenden Schulungsangebot. Die Loyalitätsprogramme für Vielreisende, Best Western Rewards und WorldHotels Rewards, mit weltweit mehr als 48 Millionen Mitgliedern, gehören zu den größten Kundenbindungsprogrammen der Reisebranche. Weitere Informationen: [www.bwhhotelgroup.de](http://www.bwhhotelgroup.de) und [www.bestwestern.de](http://www.bestwestern.de)*

Seite 5 von 5 der Pressemitteilung: Hotel schafft Wohnraum für Mitarbeiter

*\* Die Zahlen sind Schätzwerte, die schwanken können und Hotels beinhalten, die sich derzeit in der Entwicklungspipeline befinden.*

*\*\*Alle Hotels der Marken Best Western, WorldHotels und Sure Hotels sind privat geführt und werden unabhängig betrieben. Außerhalb von Europa werden die Hotels der Marken Sure Hotels mit dem Namen SureStay geführt.*

**Weitere Informationen und Pressekontakt:**

BWH Hotel Group Central Europe GmbH

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

Anke Cimal, Head of Corporate Communications

Sophie Elise Pauly, Manager Corporate Communications

Frankfurter Straße 10-14, 65760 Eschborn, Deutschland

Tel. +49 (61 96) 47 24 -301, Fax +49 (61 96) 47 24 129

E-Mail: [presse@bwhhotelgroup.de](mailto:presse@bwhhotelgroup.de)

Internet: [www.bwhhotelgroup.de](http://www.bwhhotelgroup.de) [www.bestwestern.de/presse](http://www.bestwestern.de/presse)