

# besondere

## INNENANSICHTEN

### Hotels, Veranstaltungshotels, Event Locations ... „Hier brummt es, da ist nichts los ...“ Warum?

Was ist der wahre Wert einer Hospitality-Unternehmung? Definiert er sich über Produkt- und Angebots-Exzellenz? Über „People Excellence“, Menschen und Services? Über Vielfalt, Abwechslung, Ausstattung, Ambiente, Wohlbefinden und Zuverlässigkeit? Über High-tech und High-touch. Oder doch über das Vermögen des Investors? Hoffentlich nicht, denn es ist viel Vermögen in unvermögenden Händen ...



**Winfried D. E. Völcker,**  
Hotelier  
[www.voelcker-hospitality.de](http://www.voelcker-hospitality.de)

Funktionale Relevanz ist für effizientes und effektives Arbeiten zwingend, und natürlich sind es die „Arbeiter“: Menschen, Menschen, Menschen. „Hospitality Business is all about people!“ In Zeiten des World Wide Webs tragen zudem eine exzellente Kommunikation mit eigener Story, Price Excellence, Vertrieb und exzellentes Marketing zur Wertschöpfung bei. Das Prinzip der Ganzheitlichkeit macht den Unterschied. „Connected Thinking“ nennen es die Amerikaner.

Verknüpft man beim vernetzten Denken und Handeln seine Marketingstrategie mit der „Customer Experience“, so erhöht man die Kundenzufriedenheit um 35 Prozent und die Bekanntheit um durchschnittlich 30 Prozent. Bietet man seinen Kunden außerdem, was sie wirklich wollen, geben sie bis zu 40 Prozent mehr aus, als geplant. Führt die Führung dann noch mit preußischen Tugenden wie Fairness, Zielstrebigkeit, Durchsetzungsvermögen und Entscheidungsfreude, dann ist der Erfolg in keinem Betrieb, alt oder neu, zu verhindern.

Die zentrale Schnittstelle zum Kunden bleiben die Mitarbeiter. Das Problem ist nicht der Mangel an, sondern die Behandlung von diesen Menschen. Ein PCO sagte mir mal: „Wenn Hotelchefs ihre Gäste wie ihre Mitarbeiter behandeln würden, sie hätten keine Gäste mehr.“

„People Excellence“ ist auch eine Frage der Qualität der Patrons, Geschäftsführer und Abteilungsleiter. Sie düngen den Boden entweder mit Nährstoffen oder vergiften ihn. Der Aderlass an guten Leuten ist omnipräsent und hausgemacht.

VHC sanierte und führte einst Deutschlands größtes Hotel-Congress-Centrum, das Kempinski Rheinpark Plaza Neuss. Dort sagte mir ein CEO: „Wissen Sie, Herr Völcker, warum wir so gerne zu Ihnen kommen? Weil wir uns um nichts kümmern müssen!“ Any Questions? It's all about people. Call me if you wish.

Winfried D. E. Völcker



Bild: Hilton Hotels & Resorts

## Hilton Munich City

Das Hilton Munich City befindet sich direkt im Zentrum der bayerischen Landeshauptstadt. In diesem Hotel in der „Weltstadt mit Herz“ kann man es sich auf 35 m<sup>2</sup> gemütlich machen oder sich mit bis zu 300 Gästen auf 356 m<sup>2</sup> ausbreiten: Dazu gibt es neun flexible Veranstaltungsräume, die kürzlich renoviert wurden. Zudem umfasst das Haus ein Foyer, über das die Veranstaltungsteilnehmer in den Pausen in den Innenhof gelangen, um frische Luft zu schnappen und neue Energie zu tanken. Zwei Terrassen, eine Bar, ein Restaurant sowie 483 Zimmer runden den Eventbereich ab. Im Business Center des Hilton Munich City findet die hotelbau Jahrestagung 2020 statt.



Bild: Leonardo Hotels Benelux

## Leonardo Royal Amsterdam

Das Leonardo Royal Amsterdam bietet 4 Sterne, zehn Konferenzräume und einen 6 m hohen Ballsaal mit Platz für 600 Gäste. Insgesamt umfasst der Tagungsbereich des Hotels 1.200 m<sup>2</sup>, davon nimmt der Ballsaal als Herzstück 900 m<sup>2</sup> ein. Benannt nach dem Fluss Amstel, auf dessen Ufer er den Veranstaltungsteilnehmern einen Blick gewährt, wird er außerdem von Tageslicht durchflutet. Der Zugang auf die private Außenterrasse (300 m<sup>2</sup>) gehört ebenfalls zur Saalmiete.