

SUPERIOR HOTEL

BRANCHENNEWS

Krisenmanagement



Die BWH Hotel Group ist in Deutschland als 'Vorbildliches Unternehmen in der Krise' im Gast- und Tourismugewerbe ausgezeichnet worden /Foto: Best Western Hotels

'Vorbildliche Unternehmen in der Krise' als solches wird die BWH Hotel Group Central Europe mit ihrer Markenfamilie Best Western Hotels & Resorts für ihr Krisenmanagement ausgezeichnet. Damit gehört die Gruppe individueller Hotels in der Studie vom F.A.Z.-Institut und dem Institut für Management- und Wirtschaftsforschung (IMWF) zu den besten Unternehmen in der Kategorie 'Gast- und Tourismugewerbe' in Deutschland. Ausgezeichnet werden laut Initiatoren der Studie diejenigen Unternehmen und Marken, die während der Pandemiezeiten gesellschaftliche Verantwortung übernehmen und ihren Beitrag in der Ausnahmesituation leisten. 'Viele Einschränkungen im Alltag und eine ungewisse Zukunft haben den Bürgern in der nun mehr als ein Jahr dauernden Pandemie einiges abverlangt' aber auch unseren Hoteliers und ihren Mitarbeitern, die den Betrieb teilweise behördlich schließen mussten oder massive Umsatzrückgänge aufgrund von Reiseverboten zu verzeichnen hatten und noch immer haben. Es freut uns umso mehr, dass all unsere zentralen Maßnahmen und Strategien sowie zahlreiche Initiativen unserer Hotels so positiv aufgenommen wurden und damit unserer Gruppe ein exzellentes Krisenmanagement bescheinigen', sagt Marcus Smola, Geschäftsführer von BWH. 'Das größte Dankeschön gilt unseren Hoteliers und allen Mitarbeitern für den unermüdlichen Einsatz, ihren Zusammenhalt und die Hilfsbereitschaft sowie für das nachhaltige Engagement in diesen schwierigen Zeiten.'

Erfolgreiches Krisenmanagement

Direkt mit dem Start der Corona-Krise im März 2020 sowie darüber hinaus hat BWH für

ihre angeschlossenen Partnerhotels ein umfangreiches Maßnahmenpaket initiiert und der Krise an allen Stellen höchste Priorität gegeben. Finanzielle Unterstützung durch Beitragsreduzierung, Digitalisierung in vielen Bereichen, Ausbau der Kommunikation, Hilfestellung bei Hygienekonzepten, Unterstützung im Reservierungsmanagement bei Lockdowns und Restarts, Restart-Konzepte, Home-Office-Konzepte, hybride Tagungsangebote, neue und angepasste Marketingstrategien und vieles mehr. Einzelne Hotels der Gruppe haben mit zahlreichen Aktionen ebenfalls beigetragen: So wurden Hotelzimmer zu Homeoffices oder zu Unterkünften für Helfer in der Krise, Hof- oder Straßenkonzerte mit Abstand fanden statt, neue Take-away-Angebote samt Online-Shops wurden kreiert bis hin zu zahlreichen emotionalen Social-Media-Aktivitäten, um mit den Gästen in Kontakt zu bleiben und sich für den Restart zu rüsten. Auch das Thema Development ist in der Krisenzeit nicht in den Hintergrund getreten, vielmehr wurde ein zentraler Fokus auf Wachstum gelegt, um die Markenbedeutung weiter auszubauen. So haben sich im vergangenen Jahr elf Hotels für eine der BWH-Marken entschieden.

„Zusammengefasst sind wir überzeugt, dass wir viele Strategien und Ideen auch künftig beibehalten werden und so gestärkt gemeinsam aus der Krise gehen werden,“ so Smola.
Studie: Unternehmen in der Krise

Die Vorauswahl möglicher Unternehmen für die Studie „Vorbildliche Unternehmen in der Krise“ wurde vom F.A.Z.-Institut und IMWF durch ein so genanntes Social Listening getroffen, das im ersten Schritt rund 438 Millionen Online-Quellen wie etwa Nachrichtenseiten, Social-Media-Kanäle, Foren, Webseiten und Blogs umfasste. Im Anschluss wurden die Daten durch individuelle Recherche und mittels Verfahren der Künstlichen Intelligenz verifiziert, in Themengebiete sortiert sowie bewertet. So konnten für die Studie nach der Vorauswahl rund 70.000 Nennungen zu etwa 20.000 Unternehmen innerhalb des Untersuchungszeitraums vom 15. März 2020 bis 15. März 2021 berücksichtigt werden. Folgende Themengebiete fanden Berücksichtigung: ökonomische Nachhaltigkeit (wirtschaftliche Verantwortung, zukunftsorientiert, Compliance, Transparenz), ökologische Nachhaltigkeit (Umweltverantwortung, Klimaschutz, Tier- und Pflanzenschutz, Zero Waste), soziale Nachhaltigkeit (soziale Verantwortung, Arbeitsbedingungen, Fairness, Inklusion) und Nachhaltigkeit allgemein (nachhaltig, energieeffizient/sparend, erneuerbar, moralisch, verschmutzt, verschwenderisch, wiederverwertbar, zukunftsorientiert, ökologisch, gemeinnützig). Insgesamt wurden 300 Unternehmen ausgezeichnet. Die Studie ist Ende April 2021 erschienen.