

GASTBEITRAG

Rolf Seelige-Steinhoff: "Jetzt den Weitblick wagen!"

Von Redaktion | Montag, 25. Januar 2021



Rolf Seelige-Steinhoff: "Bestehende Abläufe überprüfen und Neues ausprobieren"

Der Chef der Seetelhotels auf Usedom schreibt exklusiv für die ahgz über die Bedeutung von unternehmerischen Visionen – in Coronazeiten und darüber hinaus.

"Die reinste Form des Wahnsinns ist es, alles beim Alten zu lassen und gleichzeitig zu hoffen, dass sich etwas ändert." Dieses Zitat von Albert Einstein begleitet mich schon sehr lange und beschreibt sehr gut, dass man bestehende Prozesse immer wieder kritisch hinterfragen sollte. Veränderungen bestimmen unseren Alltag, und es ist ein Teil unserer Aufgabe als Führungspersönlichkeit, Visionen zu entwickeln, Veränderungen anzustoßen und zu begleiten.

Warum ist es gerade jetzt wichtig, Visionen zu haben? Darf man das in diesen Zeiten überhaupt? Ja! Gerade jetzt, während der Corona-Pandemie mit harten Konsequenzen für unsere Branche, muss man Visionen Raum geben. Es ist eine Gelegenheit, bestehende Abläufe zu überprüfen und Neues auszuprobieren.

Hygienekonzept und privates Testzentrum

Wir haben uns die Frage gestellt, was wir tun können, um unseren Gästen einen sicheren Urlaub zu gewährleisten? Wie können wir die Gäste und auch Mitarbeiter bestmöglich unterstützen und deren Erfahrungen so positiv wie möglich gestalten? Die Entwicklung des Hygienekonzepts und die Zusammenarbeit mit dem Zulieferer Dr. Schnell waren der erste Schritt. Danach kam die Eröffnung des ersten privaten Testzentrums in Bansin/Usedom. Dies war das Resultat einer branchenübergreifenden Zusammenarbeit. Es entstand eine langfristige Lösung, die auf aktuellen und zukünftigen Herausforderungen auf der Insel Usedom ausgerichtet ist.

Gerade jetzt sollten wir uns gemeinsam aus unseren vertrauten Abläufen herausbewegen, aus unserem gewohnten Umfeld ausbrechen und unser Netzwerk nutzen, um auch außerhalb der Hotellerie neue Ideen und Abläufe zu entdecken und Lösungen zu entwickeln. Von hier geht eine Vision aus: Welche Ideen und Konzepte können wir übernehmen und damit in die Hotellerie einbringen?

Als Mitglied der Corona-Taskforce des Landes Mecklenburg-Vorpommern habe ich auf mein Netzwerk aus Personen außerhalb der Hotellerie zurückgegriffen. Zusammen haben wir den Shutdown genutzt, um die Zukunft proaktiv ins Visier zu nehmen und Dinge zu gestalten.

Durch Corona verändern sich auch die Bedürfnisse der Gäste – auch langfristig, es wird ein neues Buchungs- und Reiseverhalten geben. Wir können neue Konzepte liefern, die sich an diese Veränderungen und Bedürfnisse anpassen. Kurzfristigere Buchungen, kürzere Aufenthalte, Gäste gehen öfter in den Urlaub, aber buchen kurzfristiger und spontaner. Mehr Mikro-Urlaube finden statt. Hygiene und Sicherheit sind jetzt noch wichtiger.

Zu unserer Mission gehört es auch, unter dem Oberbegriff Nachhaltigkeit den Gesichtspunkten Ökonomie, Ökologie und Soziales gerecht zu werden. Nachhaltigkeit bezieht sich nicht auf ein Projekt oder einen bestimmten Bereich des Unternehmens. Wir sehen Nachhaltigkeit viel mehr als einen ganzheitlichen Ansatz, der sich über alle Bereiche unserer Gruppe erstreckt – und integrieren diesen in unser tägliches, bewusstes Handeln, in die Entscheidungen, die wir treffen und in die Lösungen, die wir für unsere Gäste, Mitarbeiter und Partner finden.

Hybrid aus Stadt- und Ferienhotellerie

Weiterhin sollte man sich die Frage stellen, welche Synergien sich in der Stadt- und Ferienhotellerie ergeben? Was kann das eine Segment vom anderem lernen? Auch wir haben uns diese Frage immer wieder gestellt und sind dabei, in den nächsten Jahren neue Produkte am Markt zu platzieren.

Ein Beispiel sind unsere neuen Roots Hotels, mit denen wir ein sehr spannendes Konzept auf den Markt bringen – es ist fast schon ein Hybrid zwischen den beiden Welten der Stadt- und der Ferienhotellerie. Um diese Vision zu verwirklichen, nutzten wir die Synergien innerhalb der eigenen Gruppe. Wir können uns glücklich schätzen, mit Walter Neumann einen Freund und Experten in den eigenen Reihen zu haben, der auch aus der Ferien- und Stadthotellerie kommt und auf jahrelange internationale Management-Erfahrung zurückblickt. Die Expansion der Seetelhotels als Vision und die Gründung der neuen International Hotels & Resorts GmbH sind Produkte dieser Zusammenarbeit. Auch der digitale Fortschritt hört nicht auf und geht immer weiter. Dieser sollte auch in der Hotellerie einen festen Platz einnehmen! Hierfür müssen wir aber Kapazitäten in den eigenen Reihen schaffen.

Von der Schönheit deutscher Standorte

Seit dem Ausbruch von Covid-19 sind die Menschen fast schon gezwungen, Deutschland zu entdecken. Dies hat auch eine neue Liebe für die Heimat hervorgebracht und bietet uns die Chance, unsere Leidenschaft für die Schönheit unserer Standorte mit den Gästen zu teilen. Wir freuen uns immer, wenn Gäste überrascht sind darüber, wie viel Positives sie erleben – und dass die Hotellerie in Deutschland am Puls der Zeit ist.

Mein Fazit: Visionen sind wichtig. Und diese brauchen wir auch innerhalb der Gesellschaft, um in die Zukunft zu gehen. Hätte Kennedy auf seine Berater gehört, wären die USA nicht die ersten auf dem Mond gewesen. Also: Lassen Sie uns mit unseren Ideen fliegen – und unsere Visionen für die Gäste zum Erlebnis machen!