

# Hotellerie



Interview:

**Gäste nicht nur zufrieden stellen,  
sondern sie begeistern**

mit Gregor Andréewitch,  
Hoteldirektor des Waldorf Astoria Berlin

Porträts:

> **The Ritz London**, Seite 14

> **Reiteralm Betriebs GmbH**, Seite 16




**Schindlerhof**

**Schindlerhof Kobjoll GmbH**  
 Steinacher Straße 6-10  
 90427 Nürnberg  
 Deutschland  
 ☎ +49 911 93020  
 www.schindlerhof.de

*Nicole Kobjoll*  
Geschäftsführerin




**NH | HOTEL GROUP**

**NH Hotel Group**  
 Friedrichstraße 95  
 10117 Berlin  
 Deutschland  
 ☎ +49 30 206207219  
 www.nh-hotels.de

*Maarten Markus*  
Managing Director Northern  
Europe und South Africa




**Hotel Theresa GmbH**  
 Bahnhofstrasse 15 · 6280 Zell im Zillertal, Tirol · Österreich  
 ☎ +43 5282 22860 · 📠 +43 5282 4235  
 www.theresa.at

*Theresa*  
WELLNESS  
GENIESSER  
HOTEL




**Gaia Retreat & Spa**  
 933 Fernleigh  
 Rd, Brooklet NSW  
 2479, Australia  
 ☎ +61 2 6687 1216  
 info@gaiaretreat.com.au  
 www.oliviaappeal.com  
 www.gaiaretreat.com.au



### Liebe Leserin, lieber Leser,

für einige von uns ist Reisen eine wahre Wonne; für andere ist es ein notwendiges Übel. Was auch immer Ihre Meinung dazu ist, dem Hotel kommt dabei als Unterkunft in jedem Fall eine Schlüsselrolle zu. Es kann einen großartigen Urlaub perfekt machen oder die Rettung während einer anstrengenden Geschäftsreise sein. Wie vielfältig die Branche ist, zeigt unser Special Hotellerie.

Lesen Sie unter anderem folgende Interviews:

Mit Gregor Andréewitch, Hoteldirektor des Waldorf Astoria Berlin, sprachen wir über den „True Waldorf Service“ für die Gäste und warum man von den Zimmern aus Elefanten und Giraffen im Blick haben kann. Seite 6

Tennisprofi Andy Murray erklärte uns sein Engagement für das The Cromlix Hotel in seiner schottischen Heimat. Der dortige Geschäftsführer Norbert Lieder beleuchtete außerdem die gelungene Balance von Vergangenheit und Moderne während der Transformationsphase des Landsitzes. Seite 10

Lucille Yokell, Director Sales und Marketing Wellington Hotel New York, verriet uns, warum sich eine Reise nach New York zu jeder Jahreszeit wirklich lohnt. Seite 18

Neben unserem Special haben wir für Sie in unserer Rubrik „Im Interview mit“ weitere interessante Unternehmen zusammengestellt.

Viele Spaß bei der Lektüre

  
**Manfred Brinkmann**  
Chefredakteur

# 06

Interview mit Gregor Andréewitch, Hoteldirektor  
des Waldorf Astoria Berlin

## Gäste nicht nur zufrieden stellen, sondern sie begeistern



### Wirtschaftsforum:

Wir nehmen Wirtschaft persönlich!

## ePaper – 2018

**Was immer Sie bewegt –  
sprechen wir darüber!**

Präsentieren Sie Ihr Unternehmen und Ihre Ideen  
in einem persönlichen Interview im nächsten  
Special-ePaper von Wirtschaftsforum.

**Erfahren Sie mehr  
über geplante Themen!**

**Ihr Ansprechpartner:**  
Andreas Detert · +49 5971 921640  
media@wirtschaftsforum.de

---

## Special Hotellerie

---

# 10



**Andy Murray.**  
US Open-,  
Olympiasieger und  
Wimbledon-Champion



**Norbert Lieder,**  
Geschäftsführer des  
The Cromlix Hotel

# 12



**David Stepetic,**  
Geschäftsführer des Hotel  
Gili Lankanfushi Eco Resort

# 14



**Sal Gowili,**  
Geschäftsführer The  
Ritz London

# 16



**Corinne Kinz,**  
Geschäftsführerin der  
Reiteralm Betriebs GmbH

# 18



**Lucille Yokell,**  
Director Sales und  
Marketing Wellington  
Hotel New York

---

## Im Interview mit

---

# 20

**Falck & Cie. AG**  
Immobilien & Treuhand

# 22

**Candela Laser  
(Deutschland) GmbH**  
Für ein gesundes  
Körperbewusstsein

# 23

**MAGNET-PHYSIK  
Dr. Steingroever GmbH**  
Feldversuche mit Magnet

# 24

**EW Energy World  
GmbH**  
Minikraftwerke  
für das Zuhause

---

## Service

---

# 26

**Veranstaltungen**

# 27

**Kontakte**

Interview mit Gregor Andréewitch, Hoteldirektor des Waldorf Astoria Berlin

SPECIAL HOTELLERIE

# Gäste nicht nur zufrieden stellen, sondern sie begeistern

» Die großen Namen innerhalb der Hotelbranche verfügen seit jeher über eine ganz eigene Magie. Dazu gehört natürlich auch Waldorf Astoria. Seit 2013 verfügt die Luxushotelkette mit dem Waldorf Astoria Berlin über ein erstes Haus in Deutschland. Wirtschaftsforum sprach mit Hoteldirektor Gregor Andréewitch über Alleinstellungsmerkmale, Werte und die Antizipation von Gästewünschen.



WALDORF ASTORIA<sup>®</sup>  
BERLIN

WALDORF ASTORIA Berlin

Hardenbergstraße 28  
10623 Berlin  
Deutschland

+49 30 8140000

www.  
waldorfastoria.com/berlin

**Herr Andréewitch, der Name Waldorf Astoria steht für außergewöhnlichen Luxus und exzellenten Service. Wie genau sieht dieser spezielle Waldorf-Astoria-Service für Ihre Gäste in Berlin aus?**

Der sogenannte „True Waldorf Service“ steht für einen modernen Luxus und Gastlichkeit auf höchstem Niveau. Das heißt, dass wir die Traditionen und Werte von Waldorf Astoria leben, aber zeitgemäß umsetzen. In unserem Haus soll sich jeder wohlfühlen, egal ob Staatsoberhaupt oder Wochenendgast. Ob Reisender oder Berliner – wir wollen einen mühelosen Luxus vermitteln, bei dem der Gast zu jeder Zeit im Vordergrund steht. Ein Team von Personal Concierges befasst sich bei uns, neben den anderen Kollegen der Operativen, ausschließlich mit besonderen Wünschen und Präferenzen von Gästen.

**Ihr Hotel öffnete im Januar 2013 als erstes Hotel Ihrer Kette in Deutschland seine Türen. Was ist Ihrer Meinung nach die größte Besonderheit an Ihrem Haus?**

Dass wir zufällig die schönsten Suiten der Stadt haben, hilft uns natürlich, von der atemberaubenden Aussicht ganz zu schweigen. Sie können aus unseren Zimmern und Suiten Elefanten, Giraffen und Affen aus dem angrenzenden Zoo beobachten und den Blick auf den satten, grünen Tiergarten genießen und von unserer sehr zentralen Lage profitieren. Gerade im Zeitalter der Digitalisierung sehe ich unsere Chance aber vor allem darin, dass wir mit einem gut ausgebildeten und freundlichen Team, das sich um alle Details kümmert, der Marke



  
WALDORF ASTORIA®  
BERLIN



Waldorf Astoria weiteren Glanz verleihen und aus Gästen zunehmend Stammgäste werden. Wir möchten einen entspannten Luxus für moderne Reisende vermitteln.

**Ihr Haus gehört zur Hilton-Kette. Wieviel Hilton-Style steckt in Ihrem Waldorf Astoria Hotel?**

Wenn wir es wortwörtlich nehmen, steckt in einem Waldorf Astoria stilistisch nicht viel „Hilton“. Jedoch leben wir selbstverständlich nach den „Hilton Werten“. Das heißt wir teilen natürlich die Firmenphilosophie, die anstrebt, das gastfreundlichste Unternehmen der Welt zu sein – indem wir Gästen von Herzen kommende Erlebnisse, Teammitgliedern bedeutende Karrieremöglichkeiten, Eigentümern gute Rendite und unseren Gemeinschaften positive Einflüsse bieten. Außerdem sind wir natürlich Teil des weltweiten Hilton Honors Loyalty Programms.

**Im ursprünglichen Waldorf Astoria Hotel in New York sind keine zwei Zimmer gleich. Ist diese spezielle Inneneinrichtung auch in Ihrem Haus zu finden, oder welche Besonderheiten gibt es für Ihre Gäste in Berlin zu entdecken?**

In meinen Augen ist das Hotel eine gelungene Kombination aus zeitgenössischer Architektur und moderner Inneneinrichtung, bei der dezenter Luxus vorherrscht. Die moderne Interpretation des Art déco Stils halte ich für klug gewählt, da diese Richtung zeitlos ist.





Das Highlight sind die Suiten in unserem Tower, die mit bodentiefen Fenstern eine spektakuläre Aussicht garantieren und mit Ihrer Ausstattung eher luxuriösen Apartments, als normalen Hotelzimmern gleichen. Außerdem zeigen wir im ganzen Haus über 900 Werke von 50 zeitgenössischen lokalen Künstlern. Unser Guerlain Spa im 5. Stock des Hauses, ist eine Oase der Ruhe inmitten der pulsierenden Stadt.

**Der Name Waldorf Astoria ist ein Synonym für beste Qualität und höchsten Standard. Wie genau setzen Sie diesen Standard in Ihrem täglichen Geschäft um?**

Wir hören unseren Gästen sehr genau zu und setzen, wo wir können, deren Wünsche und Anmerkungen um. Unser Ziel ist es, Gäste nicht zufrieden zu stellen, sondern sie zu begeistern. Dafür müssen wir deren Wünsche antizipieren. Als Hoteldirektor hört man nie auf, Fragen zu stellen oder sich mit einem Ist-Zustand abzufinden. Ich diskutiere Verbesserungen und Veränderungen fortlaufend mit meinem Team. In erster Linie sollen sich Gäste bei uns zuhause fühlen. Es ist ein schmaler Grad einen herzlichen, aber hochwertigen Service zu bieten und dabei weder zu steif, noch zu vertraulich zu sein. Daran arbeiten wir ständig und sind sicher nicht frei von Fehlern, aber ich bin stolz auf mein Team, wenn ich im Internet Bewertungen internationaler Gäste lese, die von Ihren Aufenthalten bei uns schwärmen.





# Wirtschaftsforum:

Wir nehmen Wirtschaft persönlich!



Sie wollen wissen, was Unternehmer in Deutschland bewegt?

## Dann sollten Sie uns folgen!

Erhalten Sie Interviews, Unternehmensprofile und News aus Wirtschaft und Politik über unsere **Social-Media-Kanäle**:



<https://www.facebook.com/WirtschaftsforumVerlag/>



[https://twitter.com/wifo\\_de](https://twitter.com/wifo_de)



[https://www.instagram.com/\\_wifo\\_de/](https://www.instagram.com/_wifo_de/)



<https://www.pinterest.de/wirtschaftsforum/pins/>



<https://www.xing.com/news/pages/wirtschaftsforum-951>



<https://www.linkedin.com/company/wirtschaftsforum-verlag-gmbh/>

Interview mit Andy Murray – US Open-, Olympiasieger und Wimbledon-Champion  
und Norbert Lieder, Geschäftsführer des The Cromlix Hotel



# Die Balance zu halten, ist der Schlüssel zum Erfolg



SPECIAL HOTELLERIE

Die Zeit steht nie still und der Wandel ist eine Konstante, aber manchmal ist es eine Kunst, die üblichen zeitlichen Abläufe zu verlassen und etwas Einzigartiges wie im Fall des Cromlix Hotels in Schottland zu schaffen. Andy Murray – US Open-, Olympiasieger und Wimbledon-Champion – übernahm das Herrenhaus in der Nähe seiner Heimatstadt Dunblane. 2014 eröffnet, wurde es bald zu einem begehrten Fünf-Sterne-Reiseziel. Wirtschaftsforum sprach mit Andy Murray und Geschäftsführer Norbert Lieder über die Bedeutung von Heimat, erfüllte Erwartungen und die Qualität des hauseigenen Tennisplatzes.



**WF:** Herr Murray, mit der Übernahme von Cromlix haben Sie ein starkes Bekenntnis zu der Region gemacht, in der Sie aufgewachsen sind. Warum sind Ihnen Heimat und Herkunft so wichtig?

**Andy Murray:** Ich bin in der Nähe von Cromlix aufgewachsen, daher ist die Gegend sehr wichtig für mich. Ich habe viele glückliche Kindheits-erinnerungen in Verbindung mit dem Hotel, und als ich hörte, dass es zu verkaufen war, nutzte ich die Gelegenheit, um sicherzustellen, dass es ein Ort bleibt, den die Leute besuchen und genießen können. Wir haben so auch einer Reihe von Menschen vor Ort Arbeitsplätze und Karrieremöglichkeiten geboten und arbeiten eng mit regionalen Anbietern von Lebensmitteln und Getränken zusammen.

**WF:** Herr Lieder, Sie sind seit mehr als 20 Jahren in der Hotellerie tätig und hatten Führungspositionen auf der ganzen Welt inne. Wie unterscheidet sich Ihre Arbeit bei Cromlix von der in ehemaligen Hotels?

**Norbert Lieder:** Ein Hotel zu eröffnen und zu führen, das dem berühmtesten Sportler seiner Zeit in seiner Heimatstadt gehört, ist eine wunderbare Erfahrung. Die Murrays haben einen tollen Job gemacht, um Cromlix

komplett zu renovieren und zu dem zu machen, was es heute ist – eines der besten Luxushotels Europas. Der Erfolg von Cromlix hat alle Erwartungen erfüllt – Mittagessen, Nachmittagstee und Abendessen im Restaurant Chez Roux bleiben sehr beliebt und die Unterkunft ist das ganze Jahr über sehr gefragt. Wir haben ein fantastisches Team, dessen harte Arbeit dafür sorgt, dass das Hotel oft als eines der besten in Schottland bezeichnet wird, und wir bekommen weiterhin begeisterte Kritiken und prestigeträchtige Auszeichnungen, die wir schon seit der Eröffnung erhalten haben. Dieser Erfolg hat zu der Erweiterung des Hotels geführt, die unseren Gästen ein breiteres Angebot bieten wird, einschließlich einer Teestube, zusätzlicher Schlafzimmer, Event- und Hochzeitsräume und eines Fitnessstudios in naher Zukunft.

**WF:** Sie beide sind anerkannte Experten in Ihren jeweiligen Berufsfeldern. Auf welche Weise können Sie Synergien schaffen, von denen Cromlix profitiert?

**Andy Murray:** Inverlochty Castle Management International (ICMI) ist bekannt, und Norbert und das Team



machen bei Cromlix einen tollen Job.

**WF:** Cromlix lässt den Glanz des glorreichen Landhauslebens aufleben. Wie stellen Sie sicher, dass die Transformation der Vergangenheit in die Gegenwart erfolgreich ist und alle heutigen Anforderungen erfüllt?

**Norbert Lieder:** Wir haben das Erbe von Cromlix während der Transformationsphase sehr sorgfältig beibehalten. Jedes der zehn Schlafzimmer und fünf Suiten hat seinen individuellen Stil und Charakter, der dem gesamten Design des Hauses entspricht. Die meisten unserer Suiten verfügen über handbemalte, freistehende Badewannen in Gold, Silber und Kupfer – etwas, das Sie heute in Hotelzimmern nicht oft sehen – aber wir haben auch moderne Einrichtungen wie 32-Zoll-Fernseher als Spiegel verkleidet, persönliche Safes, iPhone Dockingstationen und DVD-Player sind auf Anfrage erhältlich. Es ist wichtig, die Balance zwischen der Geschichte des Gebäudes und den modernen Annehmlichkeiten zu bewahren.

**WF:** Eine letzte Frage: Herr Murray, hatten Sie jemals die Chance, den

hauseigenen Tennisplatz auszuprobieren?

**Andy Murray:** Am Eröffnungstag des Hotels schloss ich mich einer Gruppe von Schulkindern aus der Gegend zu einem Spiel an. Es ist ein guter Platz und die Gäste lieben die Möglichkeit, eine Trainingseinheit oder ein Spiel zu genießen, während sie bei uns sind.



**Cromlix**

The Cromlix Hotel  
Kinbuck, Near Dunblane  
FK15 9JT Perthshire  
Großbritannien

+44 1786 822125

www.cromlix.com



# Paradies gefunden

Das Gili Lankanfushi Eco Resort auf den Malediven liegt an einem der schönsten Orte der Welt. Es steht zugleich an vorderster Front des Klimawandels durch den damit einhergehenden steigenden Meeresspiegel, welcher die unberührten Strände und die üppige Landschaft bedroht, die von Besuchern so hoch geschätzt werden. Wirtschaftsforum sprach mit Geschäftsführer David Stepetic über das zweifache Bekenntnis des Resorts zu Nachhaltigkeit und Gästekomfort.

**WF:** Herr Stepetic, wie reagieren Sie als Geschäftsführer des Gili Lankanfushi Eco Resort, in einer Lagune im Indischen Ozean gelegen, auf die Bedrohung durch den Klimawandel?

**David Stepetic:** Hier auf Gili Lankanfushi sind wir mehr als glücklich in einer bezaubernden, aber auch fragilen Umwelt zu leben. Wie liegen an einer der größten natürlichen Lagunen der Malediven und können die Auswirkungen des Klimawandels aus nächster Nähe sehen. Deswegen sind wir bestrebt die Erde wenig zu beeinflussen und setzen uns für eine bewusste und nachhaltige Art des Reisens ein. Nachhaltigkeit fließt in jede Entscheidung, die wir auf der Insel treffen, und wir haben das Ziel immer nachhaltiger in den

kommenden Monaten und Jahren zu werden.

**WF:** Was machen Sie, um Ihre Gäste für ihre Umgebung zu sensibilisieren und wie gelingt es Ihnen, Nachhaltigkeit in das Tagesgeschäft zu integrieren?

**David Stepetic:** Viele unserer Gäste sind unserem Nachhaltigkeitscredo sehr eng verbunden und suchen aktiv nach Möglichkeiten, ihren eigenen Fußabdruck auf der Erde zu reduzieren. Unsere Angestellten reden gerne mit den Gästen über die Arbeit, die wir hier auf der Insel dahingehend verrichten. Sie laden sie in unser innovatives Gili Veshi, unsere Hütte für Meeresbiologie, ein, um das Team zu treffen und

an Tauchgängen zur Reinigung der Riffe teilzunehmen. Darüber hinaus lieben unsere Gäste unseren großen, auf biologischen Anbau ausgerichteten Garten, der den Großteil der Kräuter, Salate und Gemüsesorten der Insel produziert. Dort können Sie einen Rundgang mit dem Küchenchef machen. Tag für Tag versuchen wir unser Bestes, die Auswirkung auf den Planeten zu reduzieren, indem wir unsere Gebäude aus recycelten Materialien sowie Teak aus nachhaltigem Anbau herstellen oder unseren innovativen Öko-Center, der alles Aluminium, Glas sowie bis zu 100% des Essensabfalls recycelt. Unser Team von Meeresbiologen beobachtet den Ozean und führt regelmäßig Tauchgänge zu Reinigung der Riffe durch, und wir arbeiten

SPECIAL HOTELLERIE

## GILI LANKANFUSHI MALDIVES

Gili Lankanfushi Eco  
Resort  
Lankanfushi Island  
North Malé Atoll  
Malediven

+960 664 0304

+960 664 0305

www.gili-lankanfushi.com

mit der Plattform Parley, um Plastik aus dem Meer zu entfernen und zu recyceln.

**WF:** Welche Aktivitäten bieten Sie den Gästen während Ihres Aufenthaltes in Ihrem „Top 5 Hotel der Welt (TripAdvisor Travellers' Choice Awards)“ und was empfehlen Sie Ihren Gästen mitzubringen?

**David Stepetic:** Unsere Gäste sind dazu eingeladen, so viel oder so wenig Sie möchten über den Tag hinweg zu machen. Einige ziehen es vor in der Hängematte an der Lagune zu entspannen, andere beschäftigen sich mit Surfstunden oder spannenden Ausflügen wie Tauchen, Schnorcheln mit Mantarochen, einem Kinobesuch im Dschungel oder einem Match auf dem Tennisplatz. Wir versorgen jeden Gast mit Schnorchel und Schwimmflossen, haben eine fantastische Inselboutique und können fast jedem Gästewunsch direkt nachkommen. Alles was unsere Gäste mitbringen müssen, ist sich selbst. Wir haben auch eine „Keine News, keine Schuhe“ – Philosophie, also braucht man keine Sandalen einzupacken.

**WF:** Ihre Philosophie ist „Luxury in your own way, at your own pace“. Was ist das Schlüsselement zu dieser Philosophie und wie findet sie sich im Tagesgeschäft wieder?

**David Stepetic:** Hier auf Gili Lankanfushi sind wir besonders stolz auf unseren einwandfreien und freundlichen Service im Rahmen einer luxuriösen und doch rustikalen Umgebung. Unsere Gäste sind dazu ermutigt, die Insel zu Ihrem Zuhause zu machen, Ihre Zeit gehört Ihnen allein. Unsere wundervollen Gastgeber sind hier, um sicherzustellen, dass jeder Gast sich komplett wohlfühlt, jeder Wunsch erfüllt ist, ganz egal wie groß oder klein. Das ist der Inbegriff dieser Philosophie und der Schlüssel dazu aus Gili Lankanfushi den besonderen Ort zu machen, der er ist.

**WF:** Was ist die beste Zeit im Jahr, um Ihr Resort zu besuchen und wie kommen die Gäste dorthin?

**David Stepetic:** Die Malediven sind ein ganzjähriges Reiseziel. Die Monate von November bis April bringen heiße, sonnige Tage mit leichten Meeresbrisen, während die Zeit von Mai bis Oktober etwas frischere

Temperaturen hat mit gelegentlichen tropischen Stürmen oder Regenfällen – dadurch wird die Insel noch grüner und üppiger. Wir sind ideal gelegen, nur eine kurze Fahrt mit dem Schnellboot von Velana International entfernt – dadurch vermeiden wir lange Verzögerungen durch den Transfer per Wasserflugzeug – Gäste können so nach Verlassen des Flughafens nach nur 20 Minuten die Zehen in den Sand stecken.

**WF:** Was verbinden Sie persönlich mit dem Malediven und was mögen Sie am liebsten an der Arbeit an diesem wundervollen Ort?

**David Stepetic:** Ungeachtet meiner siebenjährigen Erfahrung auf den Malediven, bin ich immer noch begeistert von der entspannten Atmosphäre, den fantastischen Menschen und den spektakulären Sonnenuntergängen. Ich empfinde es als großes Glück in dieser wundervollen Umgebung leben zu dürfen und meine Zeit darauf zu verwenden, unseren Gästen wundervolle Erinnerungen zu ermöglichen, die ein ganzes Leben lang anhalten. Am meisten genieße ich es zu sehen, wie Menschen wachsen und sich weiterentwickeln.



# Ein Synonym für Luxus

The Ritz London wurde mit dem Ziel konzipiert, das ultimative Luxushotel und ein Zuhause für die Crème de la Crème der Gesellschaft zu sein. Heute bedient es weiterhin eine sehr anspruchsvolle Klientel. Wirtschaftsforum fragte Geschäftsführer Sal Gowili, wie The Ritz das Prestige seines berühmten Namens erhält und wie weit das Hotel dabei geht, die Gäste zufrieden zu stellen.



THE RITZ LONDON

The Ritz London

150 Picadilly  
W1J 9BR London  
United Kingdom

+44 207 4938181

www.theritzlondon.com

SPECIAL HOTELLERIE

**WF:** Herr Gowili, The Ritz in London ist berühmt für seinen Luxus und hervorragenden Catering-Service. Es ist auch eines der ältesten First-Class-Hotels in London, das 1906 eröffnet wurde. Wie halten Sie bis heute die gleichen hohen Standards aufrecht und haben Sie ein Motto nach dem Sie leben?

**Sal Gowili:** Wir haben ein unglaublich leidenschaftliches Team im Ritz, das es sich zur Aufgabe gemacht hat, allen Gästen hervorragende Leistungen zu bieten. Wir entwickeln uns ständig weiter, um sicherzustellen, dass wir weiterhin

unseren Kunden die beste Erfahrung im Haus bieten und zugleich relevant bleiben. Dies zeigt sich in allen Abteilungen des Hotels – zum Beispiel in der Küche. Unter der Leitung unseres Chefkochs John Williams MBE experimentiert das Team immer mit neuen Techniken und führt so neue Gerichte auf der Speisekarte in unserem Michelin-Sterne-Restaurant Ritz ein. Gleiches gilt für neues Gebäck mit saisonalen Zutaten zum weltberühmten Nachmittagstee serviert im Palm Court. Unser Pastry-Chef Lewis Wilson hat kürzlich eine Nachmittagstee-Pastete kreiert, bei der die Sahne mit Hilfe eines Plattenspielers eingestrichen wird. Das ist sehr innovativ! Unser

Housekeeping-Team versucht, jedem Aufenthalt einen Hauch von Ritz-Magie zu verleihen – mit personalisierten Elementen – unser Head Housekeeper zum Beispiel besprüht die Bettlaken am Morgen mit belebenden ätherische Zitrusölen und beruhigendem Lavendel am Abend, um den Schlaf zu fördern.

Wir investieren auch ständig in das Produkt selbst. In diesem Jahr sind wir sehr stolz darauf, die Ritz London Cigars, luxuriöser Zigarrenladen und Sampling Lounge zugleich, eröffnet zu haben sowie Hiro Miyoshi im brandneuen Friseursalon The Ritz London zu präsentieren. Im Juni dieses Jahres erhielten wir

das neueste Modell des Rolls-Royce Phantom, 8. Generation, direkt von der Produktionslinie, wo es kundenspezifisch an das Design des Hotels angepasst wurde. Jetzt können wir es als exklusiven Service für unsere Gäste zum Mieten anbieten.

**WF:** 2002 erhielt Ihr Hotel ein Royal Warrant (dt. Zulieferungsbefugnis) für Bankett- und Catering-Dienstleistungen, der von Prinz Charles verliehen wurde. Sie sind jetzt das erste und einzige Hotel, das mit diesem prestigeträchtigen Preis ausgezeichnet wurde. Welche besonderen Voraussetzungen müssen erfüllt sein, um eine solche Auszeichnung zu erhalten und was muss bei der

Verpflegung der königlichen Familie beachtet werden?

**Sal Gowili:** Unser Royal Warrant ist das Gütesiegel von Prinz Charles. Wir sind sehr stolz darauf, das erste Hotel der Welt zu sein, das ein Royal Warrant für die Hoteldienstleistungen Catering und Bankett erhalten hat. Wir zeigen den Warrant in der Lobby über dem Empfangsschreibtisch in der Empfangshalle. Wie Sie sagen, sind wir das einzige Hotel auf der Welt, das diese Auszeichnung erhalten hat, und es ist ein Beweis für das fortwährende Engagement des Teams, jedem Gast das Beste zu jeder Zeit zu bieten.

**WF:** Im Laufe der Jahre haben Sie zahlreiche berühmte Gäste von Charlie Chaplin und Roger Moore bis Paul Getty und viele andere bewirtet. Was war die ungewöhnlichste Bitte, die Sie von einem Gast bekommen haben und wie haben Sie seine Wünsche erfüllt?

**Sal Gowili:** Unser Chef Concierge Michael de Cozar, der in diesem Jahr sein 45. Dienstjahr im Ritz absolviert, erzählt eine wundervolle Geschichte, wie er am ersten Weihnachtstag Meerwasser an Gäste für ihr Bad lieferte, da es das erste Jahr war, an dem sie an Weihnachten nicht im Meer schwimmen konnten!

**WF:** The Ritz London wurde im Oktober 2016 mit einem Michelin-Stern ausgezeichnet. Was bedeutet diese Auszeichnung für Sie und was macht Ihr Catering so besonders?

**Sal Gowili:** Der Erhalt des Michelin-Sterns war ein unglaublich besonde-

rer Moment in der kulinarischen Geschichte des Hotels und zeugt von der Leidenschaft und dem Engagement unseres Küchenchefs John Williams, MBE, sowie unseres Front of House-Teams, das Experte für anspruchsvollen Service ist und für eine perfekt konzipierte Erfahrung in unserem schönen Speisesaal sorgt. Im Ritz haben wir ein Team von Köchen, die sich nicht nur um das Restaurant, sondern auch um den Palm Court, die Private Dining Rooms aus dem 18. Jahrhundert, die Speisekarte der Rivoli Bar und den Zimmerservice kümmern.

**WF:** In die Zukunft geblickt: Was tun Sie in Bezug auf Nachhaltigkeit und Ihren ökologischen Fußabdruck?

**Sal Gowili:** Im Ritz wissen wir, dass der tägliche Betrieb des Hotels Auswirkungen auf die Umwelt hat und wir kennen unsere soziale Verantwortung an. Wir haben ein engagiertes „Green Committee“, das sich aus Kollegen aus verschiedenen Abteilungen des Hotels zusammensetzt, die sich dafür einsetzen, dass wir einen Beitrag zum zukünftigen Wohlergehen der Umwelt leisten und nachhaltig wirtschaften (sowie zur Erhaltung der ikonischen Klasse II von denkmalgeschützten Gebäuden beitragen). Im letzten Jahr haben wir zum Beispiel drei Kolonien von Bienen auf unser Dach gebracht, als Antwort auf die sinkende Population von Honigbienen in Großbritannien, die für das Ökosystem unseres Planeten als Bestäuber wichtig sind. Die Bienenstöcke, benannt nach unseren Signature-Suiten (!), sind aus nachhaltigem Kiefernholz. Wir haben auch einen



Dachgarten mit Lavendel, Rosmarin, Thymian, Zitronenverbene, Stiefmütterchen, Viole und Schnittlauch gepflanzt, die von den Köchen in der Küche verwendet werden. Zu den weiteren Initiativen gehört das Recycling aller Korken aus den im Hotel geöffneten Wein- und Champagnerflaschen sowie aller gebrauchten Kerzen. Unsere Housekeeping-Abteilung hat eine enge Partnerschaft mit Clean Conscience entwickelt, einer innovativen Wohltätigkeitsorganisation, die teilweise gebrauchte Seife und Toilettenar-

tikel zurückgewinnt. Sie sortieren, sterilisieren und verarbeiten Seife und Pflegeprodukte manuell und verteilen sie weltweit an Menschen, die an lebensbedrohlichen Krankheiten leiden, die durch einfaches Händewaschen mit Seife verhindert werden können. Als Hotel wurden wir von Green Tourism, einem unabhängigen nachhaltigen Programm, mit der Gold-Zertifizierung ausgezeichnet, und somit denke ich, dass wir sicherlich positive Schritte in die richtige Richtung machen.

# Die Seele baumeln lassen

Wenn Gastronomie auf Eventcharakter trifft und ein breites Wellness-Angebot sowie persönliche und gemütliche Atmosphäre dabei zusammenkommen, ist für viele Urlauber der Traum einer perfekten Auszeit Realität geworden. Die Reiteralm Betriebs GmbH vereint diese Aspekte mit Hotel, Gastronomie und Wellness-Angeboten zu einem ganzheitlichen Konzept, das sowohl Paare als auch Familien in das idyllische Ainring nach Bayern zieht. So schafft das Unternehmen einen besonderen Ort für Seele und Körper.

SPECIAL HOTELLERIE



Die großflächige Außenanlage lässt nicht nur durch einen Whirlpool die Herzen der Gäste höher schlagen, auch das vielfältige Angebot der Saunalandschaft überzeugt durch Variation, Qualität und Gemütlichkeit

„Es ist eigentlich ganz einfach: Wenn es anderen gut geht, dann geht es mir auch gut.“ Corinne Kinz, Geschäftsführerin der Reiteralm Betriebs GmbH, steht als Geschäftsführerin für die Mentalität, die das ganze Unternehmen ausmacht: Die Gäste glücklich zu machen, ihnen ein breites und variationsreiches Angebot zu ermöglichen und somit einen unvergesslichen Urlaub ist die Maxime der Reiteralm. Die Erfolgsgeschichte des Unternehmens geht dabei schon bis ins Jahr 1909 zurück: „1909 wurde das Gebäude gebaut, in dem wir uns auch jetzt noch befinden. Damals war es ein klassischer Berggasthof mit traditioneller Küche. In den 1990er-Jahren haben die damaligen Inhaber dann erkannt, dass die Gastronomie allein nicht ausreicht: Sie haben Pensionszimmer angebaut und zudem eine Sauna eingerichtet. Schon damals sind diese Angebote Hand in Hand gegangen, das hat sehr gut zusammengepasst. 1999 hat dann Paul Haslauer das Ganze übernommen und seine Wellness-Vision umgesetzt. Es gab einige Entwicklungen,

bis die Reiteralm 2016 wieder in familiäre Hand, nämlich in die unsere, gewandert ist“, fasst die Geschäftsführerin die Entwicklung zusammen. Mittlerweile kümmern sich rund 20 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter darum, dass nicht nur die Gastronomie gut läuft. Denn: Die Reiteralm bietet ein Allround-Erlebnis, das nicht bei

---

Ein klarer Trend: Die Menschen bleiben gern in Deutschland und machen in der Heimat Urlaub.

---

kulinarischen Genüssen aufhört. „Bei uns können Kunden natürlich noch ganz klassisch Gastronomie in Anspruch nehmen, auch wenn sie nicht bei uns übernachten oder eines der anderen Angebote nutzen. Wir haben aber zudem so einiges mehr in petto, angefangen bei unseren Zimmern. 17 Zimmer – Einzel- und Doppelzimmer, mit



## Reiteralm Betriebs GmbH

Reit 1+2  
83404 Ainring  
Deutschland

+49 8654 77880  
+49 8654 77811

info@reiteralm.de  
www.reiteralm.de

# REITERALM

★★★ Hotel & Events



gemütlichem Flair stehen bei uns zur Verfügung. Wer eine Tagung oder ein Seminar ausrichtet, seiner Hochzeit einen besonderen Touch verleihen möchte oder einfach nur ein Event anderer Art plant, findet in uns auch einen kompetenten Eventpartner“, schwärmt Corinne Kinz. Die Event-Alm, wie sie genannt wird, verbindet bayerischen Charme mit traditionellem Flair und schafft so die perfekte Grundlage für gelungene Veranstaltungen aller Art. Ein weiteres Highlight der Reiteralm: Das breite und moderne Wellness-Angebot: „Unsere Wellness-Umgebung halten wir stets hochwertig und qualitativ auf dem neusten Stand. Dazu gehören nicht nur unser großzügiges Saunaangebot mit verschiedensten Saunen, sondern auch diverse kombinierbare Anwendungen, wie ein Salz-Öl-Peeling oder eine Klangreise. Natürlich haben wir auch vielfältige Massagen für jeden Geschmack. Und: Kosmetik sowie Wellness für Kinder und Teens haben wir auch im Programm.“ Von dem einst uralten Gasthof ist aber natürlich der bestechende Charme übrig geblieben. Corinne

Kinz selbst sorgt dafür, dass das Unternehmen immer am Puls der Zeit bleibt und vorausschauend agiert. „Dafür ist vor allem ein gutes Netzwerk nötig – das pflege ich.“ Ihr Engagement und das der Mitarbeiter zahlt sich aus: Gäste aus aller Welt sorgen für einen stetig steigenden Umsatz. „Nicht nur aus Deutschland kommen Kunden zu uns und wollen einen besonderen Urlaub erleben. Wir haben auch viele Gäste aus dem Ausland, beispielsweise aus China, den USA, Kanada, Italien oder auch Japan.“

## GROSSE ZUKUNFTSPLÄNE

Dieser internationale Zuspruch beweist, dass das Konzept der Reiteralm aufgeht. „Wir als Familienunternehmen halten zusammen, wir sind wirklich wie eine Familie. Ich stehe hinter meinen Mitarbeitern; sie können sich auf mich verlassen.“ Neben dem internen Zusammenhalt sollen in der Zukunft diverse Neuprojekte für noch mehr Gäste sorgen: „Wir befinden uns aktuell in der Endphase was unsere neue Sauna angeht. Diese

eröffnen wir bald mit angrenzendem Bistro. Zusätzlich werden wir den Ausbau der Zimmer vorantreiben und dort bei der Anzahl aufstocken. Hochqualitative und medizinische Kuren und Kosmetik stehen nach wie vor auf unserem Plan, auch darauf werden wir in Zukunft verstärkt setzen. In Sachen Gastronomie ist Nachhaltigkeit für uns ein wichtiges Thema. Regionale Produkte zu kaufen ist daher ein Muss, so stärken wir auch unseren Wert in der Region.“ Ganz egal, ob es der Familienurlaub, die Traumhochzeit oder doch die Pause vom Alltagsstress sein soll: Auf der Reiteralm kann jeder Gast ganz einfach die Seele baumeln lassen.



**Gastronomie wird auf der Reiteralm groß geschrieben: Das Restaurant ist auch für Nicht-Übernachtungsgäste zugänglich**

**Wellness bedeutet Entspannung: Dank verschiedenster Wellness-Angebote kommen Gäste ganz auf ihre Kosten**





# Jede Zeit ist die perfekte Zeit, um New York zu besuchen

Es muss einen Grund geben, warum das Wellington Hotel New York, das über 110 Jahre alt ist, bis heute zu den bekanntesten und beliebtesten Hotels in der Stadt zählt. Vielleicht liegt es am opulenten Gebäude mit seinem Dekor, dem hervorragenden Service durch die erfahrene und engagierte Belegschaft oder an den fantastischen Ausblicken über die 'Stadt, die niemals schläft'. Höchstwahrscheinlich ist es eine Vielzahl solcher Faktoren zusammengenommen, die den unvergesslichen Aufenthalt im Hotel ausmacht. Sales und Marketing Director Lucille Yokell nannte im Interview mit Wirtschaftsforum ihre Gründe für die Popularität des Wellington Hotels und verriet den ein oder anderen Insider-Tipp.

**WF:** Frau Yokell, das Wellington Hotel, das 1902 eröffnet wurde, ist eines der ältesten Hotels von New York. Was macht Ihrer Meinung nach das Hotel zu einem so erfolgreichen und besonderen Ort?

**Lucille Yokell:** Tatsächlich sind wir uns gar nicht sicher, wann das Wellington Hotel genau eröffnet wurde. Wir wissen von einem Foto aus einem Artikel der New York Times aus dem Jahr 1902, das das ursprüngliche Gebäude in vollem Um-

fang genutzt wurde. In Ergänzung zu unserem fantastischen Standort machen unsere Angestellten das Wellington zu einem besonderen Ort. Wir haben viele langjährige Angestellte: Am Empfang ist eine Person schon über 30 Jahre bei uns

und einige andere über zehn Jahre; in der Buchhaltung ist die zuletzt angestellte Person seit acht Jahren mit dabei und drei weitere sind über 25 Jahre im Dienst. In meinem eigenen Büro ist der neueste Angestellte der Gruppenkoordinator, der

seit neun Jahren bei uns ist. Wir alle glauben leidenschaftlich daran, dass Menschen glücklich zu machen ein großartiger Job ist!

**WF:** Ihr Hotel ist schon so lange in Betrieb, da hat es viele Gäste kommen und gehen gesehen. Wie haben sich die Erwartungen Ihrer Gäste in den Jahren verändert und wie kommen Sie deren Ansprüchen entgegen?

**Lucille Yokell:** Während einige Leute sagen, dass sie ein Hightech-Check-in nicht stört, sind die meisten unserer Gäste glücklich, ein lächelndes, einladendes Gesicht zu sehen und ein 'Guten Morgen, willkommen in New York City und im Wellington Hotel' zu hören. Wir glauben außerdem in kleine, persönliche Anlässe zum Feiern. Wenn uns also ein Reiseveranstalter über einen besonderen Tag im Leben eines Gastes erzählt, der bei uns gebucht hat, hinterlegen wir eine Überraschung in seinem Zimmer. Wir haben zudem das Glück, Gäste aus aller Welt bei uns zu begrüßen. Viele haben spezielle Erwartungen, die wir bestmöglich erfüllen, um es jedem angenehm zu machen.

**WF:** In einem 27-stöckigem Art-Deco-Gebäude untergebracht, können Ihre Gäste sicherlich fantastische Aussichten auf die Stadt erwarten. Welche Zimmer würden Sie empfehlen, um die beste Aussicht während des Aufenthalts zu haben?

**Lucille Yokell:** Glauben Sie wirklich ich würde solche Geheimnisse verraten? Aber im Ernst, es stimmt, dass wir eine Zahl von Räumen mit

einem fantastischen Ausblick über Central Park sowie Times Square haben. Wir hatten auch Blick auf den Hudson, aber jetzt sind neue Gebäude dazwischengekommen.

**WF:** Ihr Motto 'We put Manhattan in the palm of your hand' (dt. 'Wir bringen Manhattan auf ihre Handfläche') ist eine starke Aussage. Wo genau befinden Sie sich und welche örtlichen Attraktionen sind nahe?

**Lucille Yokell:** Ich wünschte, ich wäre der Urheber dieses Mottos, aber es wurde schon genutzt als ich 2000 zum Wellington kam. Ich kann zumindest für mich beanspruchen, es nach draußen und wortwörtlich auf alles gebracht zu haben – sogar auf die Fußzeile unserer Notizblöcke. Wir sind an der 871 Seventh Avenue bei der 55th Street, einen Block von Broadway, Carnegie Hall und dem Stadtzentrum, zwei Blöcke von Spyscape, drei Blöcke von Central Park und MoMA, fünf Blöcke von Radio City, dem Rockefeller Center und Time Warner Center sowie sieben Blöcke von Times Square entfernt und 100 Restaurants sind fußläufig in fünf Minuten zu erreichen. THE RIDE hält mehrmals täglich vor unserem Hotel für eine ihrer Live-Vorstellungen und alle hop-on-hop-off-Busse stoppen an der Straße gegenüber.

**WF:** Es gibt viel Konkurrenz in einer Stadt wie New York, wenn es um Hotels geht. Was bieten Sie potenziellen Kunden, damit Sie ein Zimmer künftig bei Ihnen buchen?

**Lucille Yokell:** In Ergänzung zu unserem großartigen Standort bieten

wir komfortable Zimmer mit einer Vielzahl an Bettenoptionen und wir haben 60 1-Zimmer-Suiten, die sich perfekt für Familien eignen. Wir bieten zahlreiche Frühstückvarianten zu bezahlbaren Preisen in unserem Park Café, das von 6 Uhr morgens bis 1 Uhr nachts jeden Tag geöffnet hat. Es gibt Sonderangebote, zum Beispiel an einem Sonntag kommen und drei Nächte bleiben oder sieben beziehungsweise zehn Nächte. Dazu schnüren wir Themenpakete rund um die US Open, Weihnachten, Neujahr, Valentinstag und mehr. Wir haben einen, wie erwähnt, sehr personalisierten Service für besondere Anlässe. Gruppen sind bei uns sehr gut aufgehoben und ich bin erfreut zu sagen, dass viele von ihnen Jahr für Jahr zu uns kommen.

**WF:** New York ist sicherlich zu jeder Jahreszeit einen Besuch wert. Welche ist Ihrer Meinung nach die beste, um in die Stadt zu kommen, die niemals schläft?



**Lucille Yokell:** Lassen Sie mich kurz überlegen: Winter, Frühjahr, Sommer, Herbst – jede Jahreszeit ist großartig in New York.

  
Wellington  
HOTEL New York City

*...we put Manhattan in the palm of your hand!*

**Wellington Hotel**

871 Seventh Avenue at 55th Street  
NY 10019, New York  
USA

☎ (+ +1) 212.247.3900

☎ (+ +1) 212.581.1350

✉ [reservations@wellingtonhotel.com](mailto:reservations@wellingtonhotel.com)

🌐 [www.wellingtonhotel.com](http://www.wellingtonhotel.com)

# Alles rund um Immobilien & Treuhand

Ob selbstgenutzt oder vermietet, Immobilien gehören zu den beliebtesten Anlagen, sie sind Teil des klassischen Asset-Mixes. Wie bei allen Anlagen gibt es auch bei Immobilien viele Faktoren, die den Wert und die Rendite bestimmen. Für sämtliche Vermögenswerte ist eine umsichtige Planung entscheidend. Versierte Beratung ist daher gefragt und die Schweizer Firma Falck & Cie. AG hat sich seit Jahren als kompetenter und erfahrener Partner für komplette Dienstleistungen rund um Immobilien und Treuhand etabliert.

„Unser Unternehmen hat eine Jahrhundert- und eine Jahrtausendwende miterlebt“, sagt Moritz Falck, Verwaltungsratspräsident der gleichnamigen Unternehmensgruppe. „Unsere erste Firma wurde 1875 gegründet, heute sind wir eine Gruppe von fünf Immobilien-, Beratungs- und Finanzgesellschaften, die alle im Kanton Luzern ansässig sind.“



Die Unternehmensgruppe hat eine mehr als 140-jährige Geschäftstätigkeit in der Region Luzern



Falck & Cie. ist ein kompetenter Partner für sichere, gewinnbringende Anlagen in Immobilien

IM INTERVIEW

## NEUE FÜHRUNG

Als Immobilien- und Treuhandgesellschaft ist die Falck & Cie. AG der Rechtsträger, mit dem die

Gruppe gegenüber den Kunden auftritt. Seit dem Generations-

---

Wir sind klein, bieten aber ein großes Spektrum von Dienstleistungen aus einer Hand an.

---

wechsel 2017/18 hat Moritz Falck einen Großteil der Aufsichtstätigkeiten übernommen, sein Vater ist noch

**Moritz Falck setzt auf eine breite und kundennahe Dienstleistungspalette**

im Unternehmen, hat aber seine Aktivitäten reduziert. Mit Christian Käppeli konnte zu Jahresanfang ein erfahrener Treuhandexperte für die Geschäftsführung gewonnen werden. Moritz Falck hatte ursprünglich nicht das Ziel, in das Unternehmen einzutreten. „Ich habe in London Wirtschaft studiert und danach als Unternehmensberater gearbeitet und war hin und wieder in Luzern tätig. Dann zeichnete sich ab, dass ich die Nachfolge antreten sollte und seit November 2017 bin ich ganz im Unternehmen. Die Firmenkultur ist anders. In der Unternehmensberatung war alles schneller, aber

anonymer. Hier ist alles eng beieinander, das Team funktioniert menschlich anders, wir hängen sehr stark voneinander ab. Für mich ist das eine Umstellung, aber eine, die ich als positiv empfinde.“

## VIELZAHL AN DIENSTLEISTUNGEN

Mit einem kleinen Team von erfahrenen Fachleuten bietet die Falck & Cie. AG umfassende Dienstleistungen rund um Immobilien, Treuhand und Steuern. „Wir sind relativ klein, aber wir bieten eine große Bandbreite an unterschiedlichen Dienstleistungen aus einer Hand





**Im Team werden Lösungen erarbeitet**

an“, betont Moritz Falck. Die Fachleute der Falck & Cie. AG beraten die Kunden, planen und übernehmen die Aufsicht bei Bauprojekten oder Sanierungen, schätzen und bewerten Immobilien und übernehmen Maklertätigkeiten. Die Immobilienbewirtschaftung ergänzt das Angebot ganzheitlich. Im Bereich Treuhand begleiten erfahrene Experten die Kunden unter anderem in allen Steuern- und Buchhaltungsfragen. Dank einer modernen Softwarelösung kann eine rein digitale Buchhaltungsführung angeboten werden.

## NAH AM KUNDEN

Die starke Verankerung in der Region und die große Nähe zu den Kunden sind für Moritz Falck

die entscheidenden Vorteile des Unternehmens. „Wir haben gut eingespielte Prozesse und eine große Nähe zu den Kunden, wir geben die familiäre Atmosphäre aus dem Team an die Kunden weiter“, unterstreicht er. „Und wir waren schon immer hier. Die meisten unserer Mitarbeitenden sind hier aufgewachsen. Wir ken-

nen die hiesigen Marktverhältnisse sehr gut.“ Die Kunden der Falck & Cie. AG sind Privatpersonen, aber auch Familienbüros sowie kleine und mittlere Unternehmen aus der Region Luzern, welche die Falck &



**Ein neues Team hat das Ruder übernommen, Moritz Falck und Christian Käppeli**

Cie. AG bisher vor allem über persönliche Kontakte gewinnt.

## DIGITALE ZUKUNFT

„Mein Interesse liegt in der Digitalisierung, das wollte ich von Anfang an ausbauen“, erklärt Moritz Falck. „Digitalisierung ist wichtig, auch angesichts der komplexer werden-

einfacher. Digitale Lösungen sind dabei ein wichtiger Kosten- und Vermarktungsfaktor. Den Treuhandteil wollen wir auch gezielt vorantreiben. Dabei setzen wir auf eine umfassende Beratung und verringern reine Administrationsarbeiten durch Prozesseffizienz. Den Immobilienteil möchten wir auch in Richtung Ausland entwickeln. Für unsere Wachstumsziele setzen wir ebenfalls bewusst auf Marketing. Über eine neue Webseite, soziale Medien, Publikationen sowie mit der aktiven Teilnahme an Tagungen und Konferenzen sollen neue Kunden angesprochen werden. Ich will Tradition mit Moderne verbinden und ein gesundes Wachstum unseres Umsatzes erzielen.“

## Wir sind in der Region stark verankert und kennen den Markt sehr gut.

den Märkte. Die Negativzinsen haben zu einem Anlagenotstand geführt. Gleichwohl wird in gewissen Regionen zu viel produziert, was die Mieten nach unten drückt. Die Leerstandsituation wird nicht

### Digitalisieren, um schnell und effizient zu sein

Falck & Cie. AG  
Ledergasse 11  
6004 Luzern  
Schweiz

+41 418 54 50

+41 418 54 51

info@falck.swiss

www.falck.swiss





Interview mit Anja Siebert, Country Manager Deutschland, Österreich und Schweiz der Candela Laser (Deutschland) GmbH

# Für ein gesundes Körperbewusstsein

Das Körperbewusstsein vieler Menschen hat sich in den vergangenen zwanzig Jahren stark geändert. Frauen und auch Männer legen immer mehr Wert auf ihr Äußeres und setzen vermehrt auf Schönheitsbehandlungen, um ihr Hautbild zu optimieren. Die Candela Laser (Deutschland) GmbH bietet hochtechnologische Geräte für medizinisch-ästhetische Anwendungen, die exzellente Ergebnisse erzielen.

Candela gehört zu den Marktführern auf dem Gebiet der medizinisch-ästhetischen Spezialgeräte und überzeugt mit sehr guten Behandlungsergebnissen. „Wir haben eine Patientenzufriedenheit von über 90% und auch in klinischen Studien exzellente Ergebnisse erzielt“, so Anja Siebert, Country Manager Deutschland, Österreich und Schweiz sowie Director of Central Europe. „Aufgrund der hervorragenden Ergebnisse sind unsere Gerätenamen mittlerweile zu generischen Markennamen geworden.“

## INTERESSANTE MODELLE

Candela ermöglicht mit seinen Geräten die dauerhafte Haarentfernung, Faltenreduzierung, Entfernung von Gefäßen sowie Pigmentstörungen und Tattoos, aber auch die Behandlung von Akne, Cellulite und Narben. Mit dem CO2RE® Intima- Laser bietet das Unternehmen seit Kurzem zudem eine Möglichkeit für Behandlungen im Bereich der Intimgesundheit auf dem Gebiet der Gynäkologie an. Sämtliche Technologien arbeiten nicht-invasiv, bieten eine einfache Handhabung und höchste Sicherheit. „Wir führen auch Systeme



© Dr. David de Jongh (Profound-Behandlung)  
**Einzelbehandlung mit 100%iger Erfolgsquote: Profound korrigiert Kieferpartie, Wangen, Falten und andere strukturelle Symptome**

für Praxisgründungen, also für Ärzte, die neu einsteigen wollen und weniger Budget haben“, erläutert Anja Siebert. „Außerdem

Beispiel von Candelas Erfahrung mit Ärzteportalen profitieren und erhalten Unterstützung bei ihrer eigenen Präsentation in den Sozialen Medien.

„ Uns ist es wichtig, dass die Ärzte erfolgreich mit unseren Produkten arbeiten können.“

bieten wir interessante Finanzierungs- und Mietmodelle. Uns ist es wichtig, dass die Ärzte erfolgreich mit unseren Produkten arbeiten können.“ Deshalb begleitet Candela Laser seine Kunden auch in der Patientenakquise und dem technischen Support. Darüber hinaus bietet das Unternehmen Unterstützung in der digitalen Kommunikation an. So können Kunden zum

**Profound ist das erste Gerät, das alle drei Grundbausteine der Haut neu aufbaut: Elastin, Kollagen, Hyaluronsäure**

## AUF DEM WEG ZUR SPITZE

Candela ist mittlerweile ein international erfolgreiches Unternehmen mit Aktivitäten in über 90 Ländern. Es gehört bereits zu den Top 5 in der apparativen Medizintechnik weltweit und ist auf dem guten Weg zur Marktspitze. „Das Schönheitsbild hat sich geändert und es sind längst nicht mehr nur die Prominenten, die sich für Schönheitsbehandlungen entscheiden“, so Anja Siebert. „Unsere Behandlungen ermöglichen ein gutes Körperbewusstsein, was das psychische Wohlbefinden unterstützen kann. Damit leisten wir einen wichtigen Beitrag zur individuellen Lebensqualität.“



**CANDELA™**  
 Science. Results. Trust.

Candela Laser (Deutschland) GmbH  
 Schleussnerstraße 42  
 63263 Neu-Isenburg  
 Deutschland

+49 6102 599850  
 +49 6102 5998517

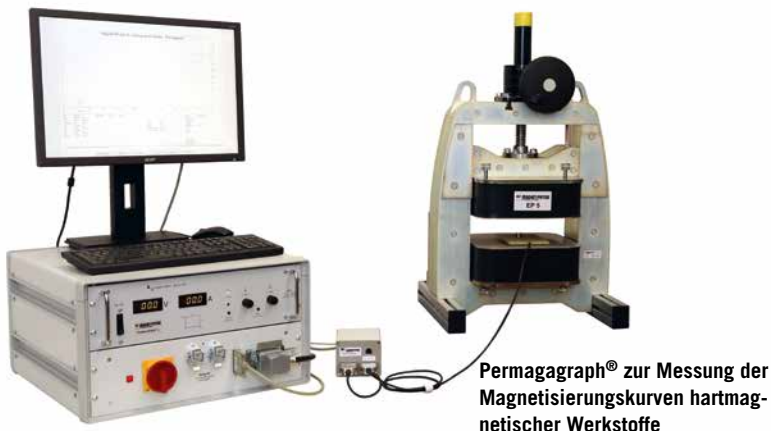
info.de@  
 syneron-candela.com

www.  
 syneron-candela.com/de



# Feldversuche mit Magnet

Die Wirkung eines Magneten ist nicht nur für Kinder immer wieder faszinierend. Die MAGNET-PHYSIK Dr. Steingroever GmbH aus Köln betreibt jedoch keine Spielerei, sondern ein Geschäft auf hohem wissenschaftlichem Niveau. Seit über 40 Jahren ist die Expertise des in Europa marktführenden Herstellers von Magnetisier- und Messtechnik unter anderem in der Automobil-, Antriebs- und Medizintechnik gefragt.



**Permagraph® zur Messung der Magnetisierungskurven hartmagnetischer Werkstoffe**

Geschäftsführer Peter Ulrich hat mit seiner Frau Ana auch gleich ein Unternehmen geheiratet: Ihr Vater Dietrich gründete den Betrieb 1976 gemeinsam mit seinem Vater Dr. Erich Steingroever. Ihr Fokus lag seinerzeit auf der magnetischen Messtechnik. Gemeinsam mit seiner Frau stieg der Diplomingenieur vor zwölf Jahren ins Unternehmen ein. Heute bilden beide die Geschäftsführung. Ein großer Teil der Kunden sind Hersteller von

elektrischer Antriebstechnik, daher hat er elektrische Energietechnik studiert und sich auf Antriebstechnik spezialisiert. „Wir bedienen eine absolute Nische, die aber wichtig ist für alle Kunden, die im Massenproduktionsbereich Permanentmagnete magnetisieren wollen. Die Magnete werden erst nachträglich mit unserer Magnetenspule, die ein Magnetfeld erzeugt, magnetisiert. Dies ermöglicht eine völlig kraftfreie Montage“, erklärt

Peter Ulrich. Die Messtechnik bildet das zweite Geschäftsfeld. „Seit 2001 haben wir ein akkreditiertes Kalibrierlabor. Damit sind wir das einzige private Unternehmen in Deutschland, wenn nicht gar europaweit, das von einer nationalen Behörde für den für uns gültigen Akkreditierungsbereich eine Akkreditierung bekommen hat.“

## WISSEN, WAS GEHT

Gefragt sind die Leistungen von MAGNET-PHYSIK überall dort, wo elektrische in mechanische Energie umgewandelt werden muss, zum Beispiel im Bereich regenerativer Energien. Die Produkte werden ausschließlich entsprechend den Kundenanforderungen gefertigt. Ein großes Anliegen ist Peter Ulrich die Wissensverbreitung auf dem Gebiet der Magnettechnik. „Der Wissens-

Technische Lösungen werden oft aufgrund von Halbwissen verworfen, weil man glaubt, es funktioniert nicht.

transfer ist bisher noch sehr dünn. Wir arbeiten auf einem hohen wissenschaftlichen Niveau, auch in Zusammenarbeit mit der TH in Köln, und betreiben ein ausgefeiltes Wissensmanagement. Dazu gehört auch unser Engagement als Förderer des ‘Deutschland Stipendiums’. Ich selbst halte viele Vorträge und führe Schulungen durch. Technische Lösungen werden oft aufgrund von Halbwissen verworfen, weil man glaubt, es funktioniert nicht. Junge Entscheider sollten deshalb darüber informiert werden, was möglich ist.“

IM INTERVIEW



**Magnetisiervorrichtung für die Magnetisierung eines Rotors mit Magneten**



**Fluxmeter EF 5 (unten) und EF 14 (oben) mit Helmholtzspule (Vordergrund)**



**MAGNET-PHYSIK**  
Dr. Steingroever GmbH  
Emil-Hoffmann-Straße 3  
50996 Köln  
Deutschland

+49 2236 39190  
+49 2236 391919

info@magnet-physik.de

www.magnet-physik.de



Denis Lehmann, Geschäftsführer

# Minikraftwerke für das Zuhause

Energie ist ein bedeutender Kostenfaktor für Unternehmen und für Privatleute. Strom und Wärme braucht jeder und die Kosten dafür machen einen großen Teil der Wohnkosten aus – mit steigender Tendenz. Dabei gibt es Alternativen, sagt die EW Energy World GmbH aus Köln. Beispielsweise selbst Energie zu erzeugen und damit nicht nur Kosten zu sparen, sondern auch die Umwelt zu entlasten. EW Energy World hat nicht nur die Idee, als kompetente Partner haben die Energiespezialisten aus Köln auch die Lösung: Mikrokraftwerke für Ein- und Zweifamilienhäuser.

IM INTERVIEW

„Begonnen hat alles mit einer Idee“, sagt der Gründungsgesellschafter und Geschäftsführer Denis Lehmann. „Der Idee, als Dienstleister Eigenheimbesitzern mit stromerzeugenden Heizgeräten eine wirtschaftliche und umweltfreundliche Energieversorgung zu bieten. Auf diese Idee gründeten wir 2013 die EW Energy World.“

## WACHSTUMSSTRATEGIE

Denis Lehmann und seine Partner analysierten den Markt gründlich,

ehe sie das Unternehmen gründeten. Der Bedarf war vorhanden, betont Denis Lehmann. „Viele Hausbesitzer wollten weniger abhängig von Energieversorgern sein und natürlich wollten sie auch Kosten sparen. Es gab aber keinen Komplettanbieter, der ihnen das ganze Paket an Serviceleistungen lieferte. Das war unsere Chance. Bei den Systemen setzten wir auf Kraft-Wärme-Kopplung, also auf Blockheizkraftwerke, bei denen wir ein großes Entwicklungspotenzial sahen. Die

Entwicklung hat uns Recht gegeben. Heute installieren wir Mikro-BHKW in ganz Deutschland.“ Denis Lehmann ist besonders stolz darauf, dass EW Energy World mit einem Marktanteil von mehr als 30% zu den führenden Anbietern von Mikro-BHKW für Eigenheime gehört.

## MESSBARER ERFOLG

EW Energy World konzentriert sich auf BHKW-Anlagen und Brennstoffzellen, da sie umweltfreund-

lich sind und den Kunden deutliche Einsparungen bringen. „Die kompakten, nur kühschrankgroßen Anlagen haben einen Gesamtwirkungsgrad von über 90%“, erklärt Denis Lehmann. „Bei zentral gesteuerten, konventionellen Kraftwerken, die Strom und Wärme an ihre Kunden liefern, gehen bei Erzeugung und Transport bis zu 50% der eingesetzten Energie verloren. Ergänzend dazu gibt es attraktive staatliche Förderprogramme für diese effiziente, dezentrale Energieversorgung, besonders für



Wirtschaftliche und umweltfreundliche Energielösungen für Eigenheime: Firmensitz von EW Energy World in Köln



Die Brennstoffzellenheizung 'Vitovalor' überzeugt durch Vorteile für den Kunden



## EW Energy World GmbH

Adolf-Grimme-Allee 3  
50829 Köln  
Deutschland

+49 221 1395660

+49 221 13956649

info@ew-energy-world.de

www.ew-energy-world.de



Brennstoffzellen. Sie sind zurzeit unser Schwerpunkt.“

### WEITER BERGAUF

Bei EW Energy World erhalten Kunden alles aus einer Hand, vom ersten Kontakt bis hin zur Wartung der Anlage. Die erste Evaluierung erfolgt übers Telefon. Dann kommt ein EW-Fachberater für eine detaillierte Beratung zum Kunden. Bei Bedarf übernimmt EW die notwendigen Schritte hin zur Finanzierung oder auch die Entsorgung von Öltanks bei Umrüstung. EW stellt die Förderanträ-

ge, meldet die Anlage beim Netzbetreiber an, kurz: Das komplette Servicepaket rund um die Anlage wird von EW übernommen. „Dieser umfassende Service ist unser Alleinstellungsmerkmal“, sagt der Geschäftsführende Gesellschafter Stefan Möllenhoff. „Dabei sind wir sehr prozessorientiert mit dem Ziel Best in Class. Wir haben alles klar gegliedert, die Prozesse optimiert und klar durchgetaktet, auch auf dem Bau.“

Von 2014 bis 2016 hat EW Energy World den Umsatz auf 14 Millionen EUR verdoppelt und die Zeichen stehen weiter auf Wachstum. Bun-



Teil des erfolgreichen Portfolios: 'Vitotwin 300-W'

desweit hat das Unternehmen 70 bis 75 Mitarbeiter, die alle die Leidenschaft für das Energiekonzept teilen. „Wir funktionieren schon wie eine Familie“, unterstreicht Denis Lehmann. „Für den Vertrieb nutzen wir alle digitalen Kanäle, und

wir arbeiten mit Agenturen und Dienstleistern zusammen. Für die Zukunft denken wir an ein bundesweites Filialnetz. Bis jetzt haben wir nur einen Standort in Berlin. □

**Sichern Sie sich jetzt Ihre stromerzeugende Heizung inklusive staatlicher Förderung**

Für alle Eigenheimbesitzer

Bitte wählen Sie die Gebäudeart:

Einfamilienhaus  Zweifamilienhaus

INNR 2 MINUTEN

**Förderung berechnen**

Erhalten Sie bis zu **16.000 €** staatliche Förderung

Staatliche Förderprogramme bieten Anreize zur Umrüstung auf dezentrale Energieversorgung: EW Energy World unterstützt Interessenten dabei

---

# Messen

## **16.-18.09.2018 – Dubai**

The Hotel Show - Fachmesse für Hotelausrüstung, -technik und -dienstleistungen

## **24.-27.09.2018 – Moskau (Rußland)**

PIR Expo – Internationale Fachmesse für Hotellerie

## **20.09.2018 - Münster**

FORUM VIA - Kongress und Fachausstellung für Auszubildende und Studenten aus der Veranstaltungs-, Hotel- und Gastronomiebranche.

## **14.-16.10.2018 – Essen**

GastroTageWest - Internationale Fachmesse für Hotel, Restaurant und Catering

## **15.-18.10.2018 – Bozen (Italien)**

HOTEL- Internationale Fachmesse für Hotellerie

## **21.-24.10.2018 – Luzern (Schweiz)**

ZAGG – Schweizer Fachmesse für Hotellerie & Gastgewerbe

## **04.-07.11.2018 – Lausanne (Schweiz)**

Gastronomia – Westschweizer Hotel-Fachmesse

## **05.-07.11.2018 – London (England)**

WTM – World Travel Market – Internationale Reisemesse

## **11.-12.11.2018 – New York (USA)**

HX – The Hotel Experience – Internationale Fachmesse für Hotellerie und Motel

## **18.-21.11.2018 – Rostock**

GastRo - Fach- und Erlebnismesse für Hotellerie und Gastronomie

## **13.-15.01.2019 – Nürnberg**

HOGA - Fachmesse für Hotellerie und Gastronomie

## **21.-22.01.2019 – Kalkar**

Gastro-Talk - Fachmesse für Gastronomie und Hotellerie

## **29.-31.01.2019 – Myrtle Beach (USA)**

Hotel, Motel & Restaurant Supply Show – Fachmesse für Hotel, Motel, Restaurant

## **11.-12.02.2019 – Husum**

Nord Gastro & Hotel - Fachmesse für Gastronomie und Hotellerie

## **15.-19.03.2019 – Hamburg**

INTERNORGA – Größte deutsche Fachmesse für Hotellerie

## Kontakte

### WALDORF ASTORIA Berlin

Hardenbergstraße 28  
10623 Berlin  
Deutschland

☎ +49 30 8140000

🌐 [www.waldorfastoria.com/berlin](http://www.waldorfastoria.com/berlin)

### Gili Lankanfushi Eco Resort

Lankanfushi Island  
North Malé Atoll  
Malediven

☎ +960 664 0304

📠 +960 664 0305

🌐 [www.gili-lankanfushi.com](http://www.gili-lankanfushi.com)

### Reiteralm Betriebs GmbH

Reit 1+2  
83404 Ainring  
Deutschland

☎ +49 8654 77880

📠 +49 8654 778811

✉ [info@reiteralm.de](mailto:info@reiteralm.de)

🌐 [www.reiteralm.de](http://www.reiteralm.de)

### The Cromlix Hotel

Kinbuck, Near Dunblane  
FK15 9JT Perthshire  
Großbritannien

☎ +44 1786 822125

🌐 [www.cromlix.com](http://www.cromlix.com)

### The Ritz London

150 Picadilly  
W1J 9BR London  
United Kingdom

☎ +44 207 4938181

🌐 [www.theritzlondon.com](http://www.theritzlondon.com)

### Wellington Hotel

871 Seventh Avenue at 55th  
Street  
NY 10019, New York  
USA

☎ ++1 212.247.3900

📠 ++1 212.581.1350

✉ [reservations@wellingtonhotel.com](mailto:reservations@wellingtonhotel.com)

🌐 [www.wellingtonhotel.com](http://www.wellingtonhotel.com)

### Falck & Cie. AG

Ledergasse 11  
6004 Luzern  
Schweiz

☎ +41 418 54 50

📠 +41 418 54 51

✉ [info@falck.swiss](mailto:info@falck.swiss)

🌐 [www.falck.swiss](http://www.falck.swiss)

### MAGNET-PHYSIK

#### Dr. Steingroever GmbH

Emil-Hoffmann-Straße 3  
50996 Köln  
Deutschland

☎ +49 2236 39190

📠 +49 2236 391919

✉ [info@magnet-physik.de](mailto:info@magnet-physik.de)

🌐 [www.magnet-physik.de](http://www.magnet-physik.de)

### Candela Laser (Deutschland) GmbH

Schleussnerstraße 42  
63263 Neu-Isenburg  
Deutschland

☎ +49 6102 599850

📠 +49 6102 5998517

✉ [info.de@syneron-candela.com](mailto:info.de@syneron-candela.com)

🌐 [www.syneron-candela.com/de](http://www.syneron-candela.com/de)

### EW Energy World GmbH

Adolf-Grimme-Allee 3  
50829 Köln  
Deutschland

☎ +49 221 1395660

📠 +49 221 13956649

✉ [info@ew-energy-world.de](mailto:info@ew-energy-world.de)

🌐 [www.ew-energy-world.de](http://www.ew-energy-world.de)



## Was immer Sie bewegt – sprechen wir darüber!

Präsentieren Sie Ihr Unternehmen und Ihre Ideen in einem persönlichen Interview im nächsten Special-ePaper von Wirtschaftsforum.

## Erfahren Sie mehr über geplante Themen!

#### Ihr Ansprechpartner:

Andreas Detert  
+49 5971 921640  
[media@wirtschaftsforum.de](mailto:media@wirtschaftsforum.de)

## IMPRESSUM

#### Herausgeber:

Wirtschaftsforum Verlag GmbH

#### Redaktion:

Sassestraße 14  
48431 Rheine  
Deutschland  
Tel.: +49 5971 92164-0  
Fax: +49 5971 92164-838  
[info@wirtschaftsforum.de](mailto:info@wirtschaftsforum.de)  
[www.wirtschaftsforum.de](http://www.wirtschaftsforum.de)

#### Chefredakteur:

M. Brinkmann, Dipl.-Kaufmann

# Wirtschaftsforum:

**Wir nehmen Wirtschaft persönlich!**

*Sie auch?*



Sprechen Sie uns an!

**+49 5971 92164-0**