



SELEKTION DEUTSCHER LUXUSHOTELS

# LEITLINIEN





SELEKTION DEUTSCHER LUXUSHOTELS

www.selektion-deutscher-luxushotels.de

# LEITLINIEN

## SELBSTVERSTÄNDNIS

1987 wurde die Selektion Deutscher Luxushotels als eine Kooperation aus neun Grand-Hotels gegründet. Alle Hoteliers des Verbunds besitzen weltweites Renommee und führen jeweils das beste Haus in der Stadt oder in der Region.

Wir fühlen uns im höchsten Maße der Kultur der Gastlichkeit, höchster Qualität, leidenschaftlichem Service und individueller, persönlicher Betreuung verpflichtet.

Als Mitglieder der Selektion Deutscher Luxushotels verpflichten wir uns, aus unternehmerischem Antrieb offenen Gedanken- und Erfahrungsaustausch zu pflegen und gemeinsam Umsatz steigernde, Image bildende und Wert schaffende Maßnahmen beispielhaft zu realisieren.

Wir treffen uns vier Mal jährlich bei einem der Selektionspartner. Die persönliche Anwesenheit der Mitglieder ist Pflicht. Stellvertreter sind zu den Treffen nicht zugelassen. Alle Beschlüsse werden von den Mitgliedern mit einfacher Mehrheit gefällt.

Die Mitgliedschaft ist personengebunden. Scheidet einer der Direktoren aus, bedarf die Aufnahme des Nachfolgers der einheitlichen Zustimmung aller Mitglieder. Er muss sich zu den Leitlinien der Selektion Deutscher Luxushotels bekennen. Es gilt der jeweils aktuelle Kooperationsvertrag.

Wir agieren als freundschaftlich verbundene Hoteldirektoren und als wirtschaftlich unabhängige Unternehmer mit dem Anspruch, zur Spitze der 5-Sterne-Superior-Hotels zu gehören.

Wir üben im privaten und beruflichen Leben ehrliche Loyalität aus. In der Wahrnehmung der eigenen Interessen berücksichtigen wir immer die moralische und partnerschaftliche Verpflichtung gegenüber den Kooperationspartnern. Wir fühlen uns unseren gemeinsamen Gästen gleichermaßen verpflichtet und empfehlen diese innerhalb der Selektion weiter.

Wir setzen die volle unternehmerische Leistung ein, um Übereinkunft in Fragen des gemeinsamen HR-Managements, Marketings, Vertriebs und Einkaufs zu erzielen. Wir verpflichten uns, die getroffenen Beschlüsse umzusetzen und unseren jeweiligen, anteilig finanziellen Beitrag zu leisten.

Wir arbeiten national an der strategischen Ausrichtung der Selektion, um damit unsere Bekanntheit und Marktanteile zu steigern und weitere Wettbewerbsvorteile zu schaffen. Wir wissen um die Stärke unserer Gemeinschaft und nutzen die Kreativität, Erfahrung und Eigeninitiative jedes einzelnen Mitglieds. Wir sorgen für die fachliche und persönliche Entwicklung unserer Mitarbeiter.

Wir handeln unternehmerisch so, wie es dem nachhaltigen Marketing- und Vertriebs Erfolg der Selektion Deutscher Luxushotels dienlich ist.

Die Einhaltung aller Gesetze und Vorschriften ist für uns selbstverständliche Grundlage gesellschaftlich verpflichteten Handelns.

## ORIENTIERUNG NACH AUSSEN

Wir leben den 5-Sterne-Superior-Standard, den der national und international erfahrene Hotelgast erwartet. Diese permanente hohe Qualität ist entscheidend für unseren gemeinsamen Erfolg.

Wir setzen auf eine vertrauensvolle Zusammenarbeit und partnerschaftliche, dauerhafte Beziehungen mit unseren Gästen, Lieferanten und anderen Geschäftspartnern.

Wir sehen in einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess die Voraussetzung, um die Ergebnisse unserer Arbeit für den Gast und für unsere Mitarbeiter stets optimal zu gestalten. Die Beurteilung unserer Leistungen durch Gäste und Mitarbeiter stellt für uns ein wichtiges Instrument zur ständigen Verbesserung dar.

## ORIENTIERUNG NACH INNEN

Im internen Umgang sind Vertrauen, Fairness, Wertschätzung und Offenheit Grundlage unseres Handelns. Kontinuierlicher Informationsaustausch, Teamarbeit sowie Eigeninitiative und verantwortliches Handeln jedes Einzelnen kennzeichnen unsere Haltung.

Wir benennen Konflikte offen und verpflichten uns, Spannungen untereinander aktiv und unmittelbar zu lösen. Wir schaffen ein Umfeld, in dem es Spaß bereitet Leistung zu erbringen. Probleme sehen wir als Lernchancen. Wir sind Magnet für die Besten.

## KONTINUIERLICHE VERBESSERUNG

Wir arbeiten konsequent an der Verbesserung der Qualität unserer Dienstleistungen. Ein Ziel dabei ist, die Kommunikation zu unseren Gästen nachhaltig zu optimieren.

Wir wollen unsere Effizienz in allen Bereichen der Kommunikation kontinuierlich steigern. Wir streben stets nach den besten verfügbaren Technologien und Methoden. Dabei achten wir konsequent auf die ständige Verbesserung unserer Marketing-, PR- und Vertriebsmöglichkeiten.

Wir definieren die Unternehmensprozesse und Ziele klar und transparent, überwachen und analysieren diese regelmäßig und reagieren schnell auf Abweichungen.



## PARTNERHOTELS



Hotel Severin's Resort & Spa  
[www.severins-sylt.de](http://www.severins-sylt.de)



Grand Hotel Heiligendamm  
[www.grandhotel-heiligendamm.de](http://www.grandhotel-heiligendamm.de)



Hotel Vier Jahreszeiten  
Hamburg  
[www.fairmont-hvj.de](http://www.fairmont-hvj.de)



Breidenbacher Hof  
Düsseldorf  
[www.breidenbacherhof.com](http://www.breidenbacherhof.com)



Excelsior Hotel Ernst  
Köln  
[www.excelsior-hotel-emst.de](http://www.excelsior-hotel-emst.de)



Brenner's Park  
Baden-Baden  
[www.brenners.com](http://www.brenners.com)



Mandarin Oriental  
Munich  
[www.mandarinoriental.com](http://www.mandarinoriental.com)



Rosewood  
Schloss Fuschl  
[www.schlossfuschlsalzburg.com](http://www.schlossfuschlsalzburg.com)