

10 Thesen von Caroline von Kretschmann:

1. Herzlichkeit ist unsere DNA und unsere Haltung.

Unsere Vision ist es, das herzlichste und persönlichste 5-Sterne-Hotel Deutschlands zu werden.

Wir verbinden Grandhotellerie mit einer empathischen und werteorientierten Unternehmenskultur. Werte, Sinn, Vertrauen, Haltung und eine herausragende, bedingungslose und aufrichtige Herzlichkeit, das ist unser Versprechen. Hotels sind kuratierte Orte. Zugleich wissen wir, dass es nicht die Orte selbst sind, die Menschen berühren, sondern die Gefühle, die sie dort empfinden. Daher ist es unser Herzensanliegen, durch achtsame, zugewandte und herzliche Zugewandtheit positive und bleibende Gefühle auszulösen.

2. Worum es uns geht: Menschen berühren und glücklich machen.

Wir schaffen einen Ort, an dem Menschen glückliche Momente erleben. Das ist der Grund, warum wir alle hier jeden Morgen aufstehen. Und das beginnt mit unseren Kolleginnen und Kollegen, die bei uns an erster Stelle stehen, noch vor dem Gast und weit vor dem Unternehmen. Unser Ziel ist kein perfekt geführtes Hotel, sondern ein beseelter Ort, an dem Menschen sich getragen, geborgen und lebendig fühlen. Wir verbinden die Tradition der Grand-Hotellerie mit einer sehr modernen (revolutionären) Unternehmens- und Mitarbeiterführung. Das ist das Spannende. Wir sind kein Grandhotel, in den man vor Ehrfurcht erstarrt, sondern in dem man laut lachen darf, weinen darf, herzlich und empathisch sein darf, miteinander eng sein und streiten darf. Es ist die Seele des Hauses, das sehr besondere Team, dieser Spirit, dieses „Musterbrecher-Tun“, diese ganz besondere Führungs- und Unternehmenskultur, die uns ausmacht.

4. Luxus ist für uns Zeit und Aufmerksamkeit.

Luxus interpretieren wir hier vor allem als Zeit und Aufmerksamkeit für den Gast. Das Ziel, das uns leitet, ist einen Ort zu schaffen, an dem Gäste gerne übernachten, essen, trinken, anderen Menschen begegnen und sich zutiefst wohl und aufgehoben fühlen. Einen Ort, an dem Menschen glückliche Momente haben. Wir wissen, dass diese Form der besonderen Dienstleistung kein Regelwerk, sondern Ausdruck einer inneren Haltung ist. Wir sind verschwenderisch mit Herzlichkeit – denn Gäste kommen nicht wegen der Perfektion, sondern weil sie sich gemeint, gesehen und erinnert fühlen. Und: Menschen wollen verstärkt nicht mehr nur schöne, sondern gleichzeitig gute Dinge konsumieren, die dem Gemeinwohl nicht schaden sondern es fördern. Nach dem Besitzluxus und dem Erlebnisluxus geht es jetzt um den Sinnluxus.

6. Unsere Werte sind unsere Kraftquellen.

Für uns als Familienunternehmen sind unsere Werte eine „wert“-volle Ressource, um in der sich wandelnden Welt bestehen zu können. Unsere Werte bilden das Fundament unserer zutiefst menschlichen, werteorientierten und empathischen Unternehmenskultur. Sie dienen uns als Kompass, der uns dabei unterstützt, uns auf das Wesentliche und aus unserer Sicht „Gute“ zu konzentrieren. Wir wissen, dass wir die Welt nicht grundsätzlich verbessern können, aber wir wollen jeden Tag im Kleinen einen Beitrag dazu leisten, dass wir eine Welt erschaffen, in der wir selber gerne leben wollen. Unsere Werte geben uns Sicherheit und Orientierung, auch und gerade in unsicheren Zeiten. Konkret glauben wir an Vertrauen statt Kontrolle, an Kooperation statt Wettbewerb, an Geben statt Nehmen und an das WIR und nicht an das ICH. Werte wie Vertrauen, Verantwortung, Herzlichkeit, Integrität, Fairness und Zuverlässigkeit haben wir in unserer Unternehmensphilosophie verankert. Es sind Werte des Humanismus, die Sinngelitetes, nach dem Guten strebendes Leben und Handeln ausdrücken. Darauf fußt seit mehr als 4 Generationen unser unternehmerisches, gesellschaftliches und soziales Engagement.

5. Kulturräume und Werteräume sind bestimmend für die Zukunft. Bei uns gilt: People over profit.

Im Europäischen Hof steht an erster Stelle der Mensch. Zudem: wir haben ein besonderes Augenmerk auf den Menschen, die sich bei uns mit Hingabe in den Dienst unseres gemeinsamen Traumes stellen. Unsere Kolleginnen und Kollegen. Sie stehen bei uns an erster Stelle, noch vor dem Gast und weit vor dem Unternehmen. Denn nur glückliche Mitarbeitende schaffen glückliche Gäste. Das Gästelerlebnis kann nie besser sein als das Mitarbeitendenerlebnis. Und das hat nichts Transaktionales. Wir wollen, dass es unseren Kolleginnen und Kollegen wirklich gut geht – nicht als Mittel zum Zweck, sondern als Selbstverständnis.

6. Führung ist kein Privileg, sondern Verantwortung.

Echte Führung ist Haltung, nicht Hierarchie. Es geht um Vorleben statt Vorgeben, Erzählen statt Zählen, Zuhören statt Reden. Wir leben die dienende Führung. Sie beschreibt für uns einen Führungsstil, der die Mitarbeitenden und deren Bedürfnisse in den Fokus nimmt, mit dem Ziel, dass sie ihr ganzes Potenzial entfalten können. „Servant Leadership“ heißt für uns: unterstützen, begleiten, entwickeln, mit anpacken. Mehr vorleben, weniger vorgeben. Führung bedeutet für uns nicht Status, sondern Verantwortung. Nicht Kontrolle, sondern achtsames Vertrauen. Wir hören zu, fördern Potenziale, geben Orientierung und handeln aus der Haltung heraus: Wir sind für unser Team da, nicht umgekehrt. Wir glauben, dass nicht mehr das Ego des Führenden im Mittelpunkt steht, sondern die Interessen und Bedürfnisse der Mitarbeitenden. Wir definieren unserer Rolle als Führungskräfte primär als Dienstleister und Unterstützer der Mitarbeitenden, die wir bewusst Kolleginnen und Kollegen nennen, sehen uns als aktiver Teil des Teams und führen kooperativ, empathisch und wertorientiert.

7. Führung ist eine innere Haltung.

Vorbild sein, Verantwortung übernehmen, Beziehung gestalten. Darum geht es. Oder wie wir sagen: It's the relationship, stupid. Caring, die Fürsorge füreinander – auch jenseits des Arbeitsvertrags – ist für uns die Zukunftskompetenz moderner Organisationen. Die schönste Rückmeldung ist kein KPI, sondern ein Satz aus dem Team: „Sie haben an mich geglaubt, als ich selbst es noch nicht konnte.“ Zudem: Menschen verinnerlichen Werte über erlebte Beziehungen mit Bezugspersonen. In diesem Sinne kann ich am meisten bewirken, wenn ich das, was ich sage auch konsequent vorlebe. „Walk the talk.“

8. Wer führen will, muss Menschen lieben (zumindest mögen).

Führung ist Beziehungsarbeit. Unsere Kolleginnen und Kollegen sind das Wertvollste, was wir haben.

Wir schaffen Rahmenbedingungen, in denen sie wachsen, ihr ganzes Potenzial entfalten und ihrer Arbeit Sinn verleihen können. Das nennen wir: menschenmögliche Führung. Wir lieben unser Team.

9. Unser Führungscredo: Wir lieben, was wir tun.

Es ist unser Ziel, jede und jeden an den Platz im Unternehmen zu setzen, bei der er oder sie liebt, was er oder sie tut. Dann folgen Freude, Begeisterung und Erfolg meistens von selbst. Freude entsteht, wenn Menschen dort arbeiten, wo sie lieben, was sie tun. Dann blühen sie auf. Und das spüren dann auch die Gäste. Wer seinen ganz eigenen Weg geht, dem wachsen Flügel. Wir versuchen dafür die Rahmenbedingungen zu schaffen.

10. Familienunternehmen sind Verantwortungsgemeinschaften.

Der Europäische Hof ist für uns viel mehr als nur ein Unternehmen oder Hotel. Er ist ein Familienmitglied. Er ist aber

auch ein Medium, ein Vehikel, ein erlebbares und berührbares Beispiel, um eine zutiefst menschenfreundliche und zugewandte Haltung in die Welt zu tragen. Wir verfolgen durch und mit ihm einen höheren Sinn, der weit über das Ökonomische hinausgeht, und wir wollen durch ihn auch auf positive Weise „infizieren“ und eine Transformation in Richtung Enkelfähigkeit unterstützen, so wie wir das als Familienunternehmen nennen.