

Berlin, 9. März 2017

A&O-Hotelgruppe schult Firmenphilosophie und Servicewerte: „Welcome Days“ für jeden neuen Mitarbeiter

**Das monatliche Einführungsseminar für jeden Angestellten gilt als zentrale „Kick Off“-
Veranstaltung des neuen Arbeitsverhältnisses.**

Das dreitägige Event in Berlin umfasst neben der Corporate Culture, dem Umgang mit Gästen auch professionelles Auftreten, Körpersprache und Beschwerdemanagement. Ein Trainerteam bestehend aus externen Kommunikationstrainern und internen Best Practise-Mitarbeitern liefert die Kombination aus Branchen- und Firmenwissen.

Die „Welcome Days“ finden erstmals am 28. März in den Tagungsräumen des A&O Berlin Mitte und dem angeschlossenen Headoffice statt. Die monatliche Teilnehmerzahl liegt dank des starken Wachstums der Kette zwischen 10-20 neuen Mitarbeitern.

„Vom Haustechniker über den Rezeptionisten bis zum Abteilungsleiter durchläuft jeder dieses Feelgood-Seminar, das neben den Basics auch die sonst im Hotelalltag „unsichtbaren“ Dinge schulen soll. Etwa: Wo sitzen die Teams, die sich um die Buchungsabwicklung, die Webseite, den Look der Marke oder die Buchhaltung kümmern? Was ist in einem Berliner A&O anders als in einem in Venedig? Auch CEO Oliver Winter schaut an einem der drei Tage vorbei, um jeden Newbie selbst willkommen zu heißen. Damit erhoffen wir uns mehr Zugehörigkeit zur A&O-Gruppe und ein besseres Verständnis für den Service am Gast“, sagt Phillip Winter, CMO der A&O-Hotelgruppe.

Interessierte Leserinnen und Leser finden weitere Informationen auf <https://www.aohostels.com/>

207 Wörter, 1.351 Zeichen

Druckfähige Bilder, © A&O HOTELS and HOSTELS Holding AG:
<https://www.aohostels.com/de/presse/material-informationen/>

Presse- und Downloadbereich des Unternehmens:
<https://www.aohostels.com/de/presse/>

Seit 2000 betreiben A&O HOTELS and HOSTELS in 19 Städten und vier Ländern (Deutschland, Österreich, Niederlande, Tschechien) 31 Hostels. Als größter Hostelanbieter Europas wächst die Kette mit über 20 Prozent p.a.; weitere Häuser in Bremen, Kopenhagen und Venedig werden 2017 eröffnet.

Mit rund 23.000 Betten und mehr als 3,7 Mio. Übernachtungen in 2016 verzeichnete A&O einen Umsatz von rund 114 Mio. Euro. Die Kette positioniert sich am Markt mit zentral gelegenen Hotelobjekten mit bestem Preis-Leistungsverhältnis für den Gast. Die Marke setzt auf unterschiedliche ensuite Zimmerkategorien, um reiseaffine Zielgruppen vom Soloreisenden, Pärchen, der Familie bis zur großen Gruppe unter einem Dach beherbergen zu können. Reisemotivationen sind Leisure/Städtetourismus (40 Prozent), Gruppen/Klassenreisen (37 Prozent), Familien (15 Prozent) und Business-tourismus (8 Prozent).

Das Unternehmen ist überdurchschnittlich stark im Direktvertrieb und Online Marketing: 52 Prozent der Gäste buchen ihre Übernachtungen online; aohostels.com ist stärkster Buchungskanal. Rund 19.600 Schul- und Gruppenfahrten vertrauen auf den Service und die Qualität der Kette.

Die Hotels und Hostels sind 4-Sterne QMJ zertifiziert, vom TÜV auf den „Youth Hostel Quality Standard“ geprüft und tragen das Jugendreisen-Qualitätssiegel des Reisetourismus Deutschland. Bereits im dritten Jahr in Folge erhält die A&O-Gruppe das Double A-Rating der TREUGAST Solutions Group.

Die Kette engagiert sich aktiv im Sport- und Bildungsbereich und unterstützt seit 2004 die SOS-Kinderdörfer sowie seit 2010 den Jugendsport des 1. FC Union Berlin, seit 2014 den Jugendsport des SK Sturm Graz sowie den SV Viktoria Pilsen seit 2016.

Kontakt für Redaktionen:

A&O HOTELS and HOSTELS Holding AG
Adalbertstraße 50 | 10179 Berlin | Deutschland

Phillip Winter

Chief Marketing Officer
fon +49 30 80 94 7 – 5030
phillip.winter@aohostels.com

Maike Rummich

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
fon +49 30 80 94 7 – 5063
presse@aohostels.com