

Frauen als Erfolgsgaranten

Best Western ist mit über 4.000 Häusern in 80 Ländern die weltweit größte Marketingkooperation eigenständiger Privathotels und größte Einzelmarke (Single Brand) im Hoteltourismus. Barbara Operschall, seit 2003 Prokuristin, übernahm heuer die Geschäftsführung von Best Western Central Europe. Sie ist keine Ausnahme – Frauenförderung wird im Unternehmen großgeschrieben.

Rund 80 Prozent der Best-Western-MitarbeiterInnen sind weiblich, ebenso sind Vorstandsvorsitz, zentrale Führungspositionen in allen Organisationsteilen weltweit und in den Mitgliedsbetrieben der Gruppe mit Frauen besetzt. Bonnie McPeake, seit Ende 2008 Vorstandsvorsitzende von Best Western International, ist bereits die zweite Frau in dieser Funktion seit Gruppengründung. Weibliche CEOs stehen auch an der Spitze von Regionalorganisationen – wie Barbara Operschall. Sie übernahm heuer die Geschäftsführung von Best Western Central Europe, unterstützt von einem fast ausnahmslos weiblichen Team. Operschall: „Ganz besonders aber punkten die Mitgliedsbetriebe von Best Western Central Europe: Nicht weniger als 18 Hoteldirektorinnen zählt die Gruppe, dazu überwiegend Frauen in leitenden Positionen, viele davon mit jungen Familien – und voller Power. Frauen prägen Best Western Central Europe als Gruppe und als Garanten für Qualität und Leistung. ■

„Angesichts turbulenter Zeiten fokussieren wir die Unterstützung unserer Mitglieder und wollen mit unserer starken Marke das Best Western Central Europe Hotelportfolio weiter vergrößern.“



3 Fragen an Barbara Operschall

80 Prozent Ihrer MitarbeiterInnen sind Frauen, auch in Führungspositionen sind sie vertreten. Wie werden Frauen gefördert?

Neben Schulungen, E-Learning, internationalem Erfahrungsaustausch und Incentive-Programmen sind Flexibilität der Mitgliedsunternehmen sowie deren Bekenntnis zu fairen frauen- und familienfreundlichen Arbeitsbedingungen ebenso zentral wie die Erleichterung des Wiedereinstiegs durch projektorientierte Einbindung.

Was sind Ihre Ziele fürs Unternehmen?

Mein Vorgänger, Dr. Jungreuthmayer, hat BWCE zu einer der bedeutendsten Tourismusunternehmen Zentraleuropas werden lassen. Dafür gebührt ihm unser aller Dank. Nun ist es das Ziel, die Top-USPs von BWCE – gelebte Individualität, persönliche Gastfreundschaft und höchste Qualität von Service und Ambiente – vor allem aber auch die internationale Kooperation unter dem imagestarken Markendach für den weiteren Ausbau der Gruppe zu nutzen.

Was bieten Sie Ihren Mitgliedern?

Angesichts turbulenter Zeiten fokussieren wir die Unterstützung unserer Mitglieder und wollen mit unserer starken Marke das Best Western Central Europe Hotelportfolio weiter vergrößern. Ein entscheidender Unterschied ist No-Name oder echtes Markenprodukt: Zugang zu internationalen Märkten und Rahmenverträge mit Großunternehmen sind für Einzelunternehmen nicht in dem Umfang möglich, wie ihn Best Western bieten kann.