Marburg ist „Schmuckstück und Geheimtipp“

Hoteldirektor Marcel Bruognolo wünscht sich, die Besonderheiten Marburgs stärker nach außen zu tragen

Fachkräftemangel und sich stetig wandelnde Bedürfnisse der Gäste – diesen Herausforderungen muss sich auch der Rosenpark stellen.

von Andreas Schmidt

Marburg. Marcel Bruognolo hat das Haus 2018 als geschäftsführender Direktor übernommen und erklärt im OP-Interview, was am Standort Marburg so speziell ist.

OP: *Wo liegt die Herausforderung, ein Haus wie den Rosenpark in Marburg erfolgreich zu führen?*
Marcel Bruognolo: In einem Haus wie dem Rosenpark gibt es natürlich viele Bereiche, die viel Aufmerksamkeit bedürfen – und dafür bedarf es eines großen, starken Teams. Unsere Gäste sollen sich zu jeder Zeit wohlfühlen. Marburg ist ein sehr, sehr schönes Reiseziel – aber auch keine A-Destination, wie wir sagen würden. Man muss die Menschen nach Marburg locken, um ihnen vor Augen zu führen, was die Stadt alles zu bieten hat – es ist ein absolutes Schmuckstück, aber eben auch vielerorts noch ein Geheimtipp.

4 FRAGEN ANTWORTEN

OP: *Wie gelingt es Ihnen, Azubis und Fachkräfte für den Rosenpark zu begeistern und zu gewinnen?*
Bruognolo: Im vergangenen Jahr haben wir 15 neue Azubis einstellen können, und auch 2020 werden es wieder 14 bis 15 sein. Wir machen gezielt Werbung, profitieren aber auch von der Mund-zu-Mund-Propaganda unserer Angestellten. Reizvoll zum einen ist bei uns natürlich die Vielfalt des Betriebs: nicht nur der Rosenpark, sondern die gesamte Vila Vita Marburg mit vielen unterschiedlichen Locations und spannenden Möglichkeiten. Zudem bieten wir viel, unter anderem ein eigenes Mitarbeiterrestaurant, Weiterbildungen und gute Aufstiegschancen.

OP: *Wie haben sich die Bedarfe der Gäste in den vergangenen zwei Jahrzehnten verändert – und wie haben Sie darauf reagiert?*
Bruognolo: Vor 20 Jahren, damals im Stil eines Grand Hotels, haben sich die Gäste für vieles mehr Zeit genommen, zum Beispiel für große Abendessen – heute geht alles schneller. Früher war zudem alles etwas piekfeiner, inzwischen kommt es lockerer daher.

Natürlich wahren wir stets die angemessene Distanz, dennoch ist alles rundum persönlicher. Der Gast hat natürlich den Anspruch des sich Wohlfühlens, allerdings mehr im Sinne von wie nach Hause kommen. Und genau das versuchen wir, unseren Gästen in allen Bereichen zu bieten.

OP: *Wo sollte sich Marburg touristisch weiterentwickeln – was ist gut, wo gibt es noch Defizite?*
Bruognolo: Das habe ich ja schon eingangs gesagt: Was Marburg und die Region bieten, ist toll und in manchen Bereichen fast einzigartig. Etwa historisch: die Elisabethkirche, das Schloss, die Brüder Grimm und die Lage an der Deutschen Märchenstraße und vieles, vieles mehr.

Und das müssen wir aber auch – in Maßen – nach außen tragen: in Deutschland, in Europa und auch darüber hinaus. Das würde der Hotellerie und Gastronomie in Marburg sowie allen Marburgern helfen.

Hoteldirektor Marcel Bruognolo. Foto: Tobias Hirsch