



## Die Steuerfrau

Edith Gerhardt steht seit rund sieben Jahren an der Spitze des 5-Sterne-Hotels The Ritz-Carlton Wolfsburg. Zielstrebig und mit viel Wertschätzung den Mitarbeitern gegenüber arbeitet sie an der Persönlichkeit des Hotels. Mit Erfolg.

Von Barbara Goerlich

Es war das Jahr 2010, als mit Edith Gerhardt nicht nur eine Frau, sondern die mit 34 Jahren jüngste General Managerin überhaupt an die Spitze eines Ritz-Carlton Hotels berufen wurde. Nach Hawaii, Philadelphia, Hongkong und Berlin führte diese Karriere die gebürtige Hessin ins The Ritz-Carlton Wolfsburg. In der Autostadt leitet sie seit sieben Jahren ein Luxushotel, das der Vision von Ex-VW-Chef Ferdinand Piëch entsprungen ist.

Die Autostadt ist Auslieferungszentrum für Neuwagen, Museum und Freizeitpark, mit jährlich mehr als zwei Millionen Besuchern. Mitten drin liegt das The Ritz-Carlton Wolfsburg: 147 Zimmer, 23 Suiten, 220 Mitarbeiter und mit dem Aqua das einzige 3-Sterne-Restaurant der Hotelgruppe. Und hier beweist sich, dass nicht jeder, der eine Vision hat, zum Arzt muss, wie das einst Ex-Bundeskanzler Helmut Schmidt empfahl. Im Gegenteil: Mit einer guten Vision als Basis lässt sich eine Destination planen, die weltweit ihresgleichen sucht.

Edith Gerhardt hat das von der französischen Star-Designerin Andrée Putman gestaltete Haus durch eine umfassende Renovierung begleitet und zudem dessen Platz in der Top-Liga der deutschen Luxus-Stadthotels weiter ausgebaut. Das Hotel ist eingebettet in eine Park- und Seenlandschaft. Trotzdem wäre Rudern wohl nichts für Edith Gerhardt. Ein Drachenboot passt deut-

lich besser, denn dabei wird im Gegensatz zum Rudern vorwärts gepaddelt. Wenn also die zierliche Managerin im Drachenboot auf die Trommel schlägt, tut sie für ihre Paddler im Boot das, was sie auch sonst tut: den Takt vorgeben. So erfolgreich, dass das Team beim hoteleigenen Drachenboot-Festival in der Autostadt mehrfach im Finale paddelte. Gemeinsam in einem Boot könne man so einiges lernen, etwa, dass das Boot „nur so gut ist wie der Schwächste“.

Wohin die Fahrt geht, wissen in einem Ritz-Carlton Hotel alle. Man hat es zum Prinzip erklärt, denn die im Marriott-Konzern als Top-Marke positionierte Hotelkette ist bekannt für ihre zwölf Gebote. Es sind „Servicewerte“, zusammengefasst in einem Faltkärtchen, das alle

„Damen und Herren“ – also die Mitarbeiter – mit sich tragen. Die vor einigen Jahren modernisierten Regeln enthalten klare Vorgaben zur Umsetzung der Philosophie der Gruppe, gewähren den Mitarbeitern definierten Freiraum, fördern Kreativität und Individualität. Kurzum Mitarbeiter dürfen sie selbst sein und entscheiden, wann welches Vorgehen gegenüber einem Gast angemessen ist. Darauf sind alle im Konzern eingeschworen, weltweit, 40.000 Ladies and Gentlemen in 91 Ritz-Carltons.

Mitarbeiter als Damen und Herren anzusprechen, findet Edith Gerhardt bestechend. „Das macht einen enormen psychologischen Unterschied“, so die Hotelchefin. Zwar müssen auch Ladies and Gentlemen ihre Aufgaben erfüllen,

**Edith Gerhardt:** „Ich liebe Menschen und liebe es, neue kennenzulernen“

Foto: Janina Snatzke

Strategien umsetzen helfen, Ziele erreichen und Ergebnisse liefern. Doch allein die Wertschätzung, die mit dem Begriff Damen und Herren einhergeht, hat sicht- und spürbare Auswirkungen aufs Hotelerlebnis. Für Gäste und Mitarbeiter, wohlgeachtet. So erreicht das Wolfsburger Hotel bei der jährlichen globalen Mitarbeiter-Zufriedenheitsbefragung stets höchste Werte, ähnlich hoch sind die Bewertungen von Gäste-seite. Die Gebote wirken sich aus.

Nur wer das Ziel kennt, kann darauf zusteuern. Dazu gehört Transparenz. Alle Mitarbeiter kennen die Finanzdaten und wissen über die langfristigen Ziele des Hotels Bescheid. Jeder ist informiert, wird dadurch eingebunden und fühlt sich verantwortlich. Mitarbeiter dürfen und sollen Verantwortung übernehmen und dabei auch Fehler machen. „Am liebsten natürlich nur einmal“, sagt die General Managerin lachend. „Man muss das Problem lösen und den Gast zufriedenstellen.“ Wird ein Weckruf vergessen, hilft es dem Gast nicht weiter, wenn man ihm eine Flasche Champagner aufs Zimmer schickt. Solche Herausforderungen werden dank eines ausgeklügelten Qualitäts-Management-Systems so erfolgreich gemeistert, dass das Wolfsburger Haus regelmäßig als eines der weltweit besten abschließt.

■ Fortsetzung auf Seite 2

### Zur Person

**Edith Gerhardt** wurde 1976 in Hessen geboren und führt seit 2010 als General Manager das The Ritz-Carlton Hotel in Wolfsburg. Nach ihrer Ausbildung zur Hotelfachfrau zog es Edith Gerhardt 1997 als Front Desk Manager ins The Ritz-Carlton Hotel in Kapalua (Hawaii). Es folgte ein Engagement im The Ritz-Carlton Philadelphia. Von 2002 bis 2005 kehrte sie zurück ins The Ritz-Carlton Kapalua und arbeitete hier zuletzt als Assistant Rooms Executive.

Schließlich zog es sie für zwei Jahre ins The Landmark Mandarin Oriental nach Hongkong. Dort übernahm sie die Position als Director of Rooms. Im September 2007 kehrte Edith Gerhardt zurück nach Deutschland und heuerte im The Ritz-Carlton Berlin an. Bis November 2010 übernahm sie im Luxushotel die Position als Hotel Manager. Dann folgte das Engagement in Wolfsburg. Hier zeichnet die heute 41-Jährige seit nunmehr sieben Jahren für den Erfolg des 5-Sterne-Hotels verantwortlich.

Anzeige

THE WHITE COMPANY  
LONDON

The ultimate scent  
for body and mind

ADA Cosmetics Int. GmbH  
Tel +49 7853 898 0 · [www.ada-international.com](http://www.ada-international.com)