

DIE ARCADEON NEWS

Inspiriert. Motiviert. Fasziniert.

www.ARCADEON.de - Ausgabe 8 - Herbst 2024



Genauso machen wir Tagungen jetzt immer!
#NEXTLEVELWORKSHOPARCADEON

GreenSignLevel 4:

**Unser Beitrag für
eine nachhaltige
Zukunft!**

Ideenwettbewerb 2024:

**Wie stellt sich die
Generation Y - Z
Tagungsräume vor?**



HAGEN TRIFFT...



Inhalt



4

WIR SIND HAGEN

*Lennetal 8 –
Neue Fahrradroute in Hagen*



5

ERFOLGREICH DEN TITEL VERTEIDIGT

*Der Grand Prix der
Tagungshotellerie*



6-7

TEAM HOUSEKEEPING

*Die unsichtbaren Helden
unseres Hauses*



8-16

RÄUME UND IHRE WIRKUNG

*Neues Denken braucht
neue Räume*



17

HAGEN TRIFFT: TOP-VIP-EVENT

*Tommie Bayer liest aus
„Einer fehlt“*



18

ARCADEON TRIFFT THALIA

*Arno Strobel & Ingo Bott:
Gegenspieler*



19

LEVEL 4 GREENSIGN

Zertifizierung geschafft



20-21

REZEPTIDEEN

*Patrick Gergs – Küchenchef
Christian Szerenzits – Barchef*



22-23

DER ERFOLGSFAKTOR

*Personalführung und
Mitarbeitermotivation*



24

EXZELLENT LERNORTE

*Das Engagement des
ARCADEON*



26-27

EIN FEST FÜR ALLE SINNE

*Das Weihnachtsprogramm
im ARCADEON*

Impressum

Fotografien

ARCADEON, Stephan Münnich Fotografie,
Timm Ortmüller (Erlebnisraum Wald),
Ralf Müller Fotografie (Kreativraum Hexagon),
Tim Nolte (Hagen Wirtschaftsentwicklung),
Lukas Zecher / From Above Film,
Foto Thommie Bayer (Peter von Felbert/
Piper Verlag), Julia von Klitzing-Peter,
Gaby Gerster Istock Fotos (537435246,
185243256, 688239710, 520243331)

Autoren/Presstexte

Claudia und Jörg Bachmann

Herausgeber

ARCADEON HWW Seminar- und
Tagungsbetrieb GmbH

Layout, Satz und Druck

Druckpunkt Ruhr GmbH



Willkommen

Liebe Leserinnen und Leser,

herzlich willkommen zur neusten Ausgabe der ARCADEON News.

Titel erfolgreich verteidigt! Nach 2023 haben wir auch in 2024 den Grand Prix der deutschen Tagungshotellerie gewonnen. Ein dickes Lob gilt unserem Team für diese großartige Leistung. Natürlich teilen wir die Freude mit allen, die uns in diese Spitzenposition gewählt haben. Herzlichen Dank dafür!

In dieser Ausgabe dürfen wir voller Vorfreude verkünden, dass wir in Zusammenarbeit mit dem Hotelkompetenzzentrum Oberschleißheim (bei München) an einem aufregenden Projekt teilnehmen: Wir sitzen in der Jury, die den Tagungsraum der Zukunft prämiert. Seien Sie gespannt auf innovative Konzepte und bahnbrechende Ideen!

Für unsere Gäste haben wir ebenfalls wieder für die Weihnachtszeit ein neues Programm zusammengestellt. Freuen Sie sich auf festliche Aktivitäten und unvergessliche Erlebnisse in der besinnlichsten Zeit des Jahres.

Unser Housekeeping-Team, das meistens unsichtbar ist, stellen wir Ihnen dieses Mal auf ungewöhnliche Weise vor. Lernen Sie die Menschen kennen, die täglich für Sauberkeit und Wohlfühlatmosphäre sorgen, und erfahren Sie dabei einige überraschende Fakten!

Ein weiteres Highlight ist unser Engagement bei den Exzellenten Lernorten, dass wir Ihnen näher vorstellen möchten.

Darüber hinaus feiern wir unsere erfolgreiche GreenSign Zertifizierung, die unser nachhaltiges Handeln bestätigt.

Freuen Sie sich außerdem auf neue Veranstaltungen wie „Hagen trifft“ und „Arcadeon trifft Thalia“, hier erwarten Sie inspirierende Begegnungen und spannende Gespräche. Wie immer teilen wir auch wieder ein tolles Gericht und coole Drinks mit Ihnen. Lassen Sie sich inspirieren und probieren Sie unsere neuesten kulinarischen Kreationen!

Wir beleuchten unsere Holobybefragung und die Bedeutung von Loyalität für Unternehmen. Ein spannendes Thema, das Sie nicht verpassen sollten.

Eine besondere Freude bereitet uns die Vorstellung der neuen Radroute „Lennetal 8“. Entdecken Sie die Schönheit unserer Region auf zwei Rädern und lassen Sie sich von den vielfältigen Eindrücken begeistern!

Wir danken Ihnen von Herzen für Ihre Treue und Unterstützung. Genießen Sie jede Seite dieser Ausgabe, die wir mit viel Liebe und großer Freude für Sie zusammengestellt haben.

Herzliche Grüße

Jörg und Claudia Bachmann





Die Route „Lennetal 8“ führt direkt am ARCADEON vorbei!

ARCADEON – Hengsteysee – Garenfeld – Hohenlimburg – Herbeck – ARCADEON

Wir freuen uns, eine aufregende Neuerung vorzustellen: Die neue Fahrradtour „Lennetal 8“. Sie führt direkt am ARCADEON vorbei und bietet nach einem ereignisreichen Tag die perfekte Gelegenheit für eine entspannte und malerische Abendrunde in der Natur!

Radfahren entlang der Flusstäler liegt voll im Trend, auch unsere Region bietet eine Vielzahl an wunderschönen Radrouten. Neben dem Ruhrtalweg gibt es auch den Lennerradweg und nun die neue Route „Lennetal 8“ – eine rund 26 km lange Rundtour, die Abwechslung und Naturgenuss kombiniert.

Das Lennetal, geprägt von sanften Hügeln, bewaldeten Gebieten und landwirtschaftlichen Flächen, bietet eine einzigartige Mischung aus städtischem und ländlichem Charakter. Historische Elemente wie alte Mühlen, Fachwerkhäuser und traditionelle Gebäude verleihen der Tour einen besonderen Charme.

Vom ARCADEON gestartet in Richtung Hengsteysee, genießt man vom Parkplatz an der Dortmunder Straße die ruhige Atmosphäre und einen herrlichen Blick auf

die Mündung der Lenne in die Ruhr. Die Strecke führt auch durch das idyllische Garenfeld, vorbei am industriellen Herzen Hagens und hinein nach Hohenlimburg. Von dort geht es entspannt über die Lennerroute zurück, durch den Lennepark und die renaturierten Lenneauen bis zu uns. Wer noch Lust und Energie hat, kann die Tour mit der 26,6 km langen „Ruhrtal 8“ verbinden.

<https://hagenentdecken.de/wp-content/uploads/2024/05/Lennetal-8.pdf>



Bereits zum 28. Mal verlieh ‚Mein Tophotel‘ am 16. Juli 2024 den Grand Prix der Tagungshotellerie als einen der begehrtesten und renommiertesten Awards der Branche. Er gilt als bedeutender Qualitätsspiegel im deutschen Tagungsmarkt.



Der Grand Prix der Tagungshotellerie:

Titel erfolgreich verteidigt!

User der Website www.meintophotel.de und Tagungsveranstalter waren aufgerufen worden, ihre Favoriten aus Häusern der ‚Mein Tophotel‘-Community zu wählen. Die feierliche Ehrung der Gewinner fand im Rahmen des Tophotel Day im BOLD CAMPUS in Königstein statt. Den Sieg in den drei ausgezeichneten Kategorien trugen das Wald- & Schlosshotel Friedrichsruhe in Zweiflingen, der Öschberghof in Donaueschingen und das ARCADEON in Hagen davon.

Walking Dinner mit Marktplatz-Atmosphäre

Die Siegerehrung wurde umrahmt von einem außergewöhnlichen Walking Dinner, bei dem exklusive regionale Hersteller ihre Spezialitäten in Form von Front Cooking an Marktständen im „Taunusgarten“ präsentierten. Vor dem Dinner begrüßte Jan Peter Kruse, Verlagsleiter des austragenden Freizeit Verlages, die Gäste und würdigte die Leistungen der Tagungshotellerie, die mit ihren Innovationen maßgeblich zur stetigen Weiterentwicklung der Branche beitragen. Zusammen mit Jacqueline Schaffrath, Leiterin der Hotelguides Print & Digital präsentierte er sowohl die positive Entwicklung der Website www.meintophotel.de als auch den erfolgreich im Markt eingeführten hochwertigen Printguide. Jacqueline Schaffrath überreichte den glücklichen Ge-



winnern die exklusiven Siebertrophäen aus dem Hause Zwiesel Kristallglas.

ARCADEON Gewinner bei den Tagungshotels

In der Kategorie der reinen Tagungsstätten machte das ARCADEON – Haus der Wissenschaft und Weiterbildung Hagen auch in diesem Jahr das Rennen. Seit über zwanzig Jahren leiten die unermüdlichen Hoteliers Claudia und Jörg Bachmann das ARCADEON. Mit ihren Ideen krempeln sie alte Muster in Sachen Tagung um und erfinden sich ständig neu. Ob Erlebnisräume, die die Kreativität fördern oder „Transforming Rooms“, die sich mit wenigen Handgriffen in einen großen Meetingraum verwandeln lassen – wegen des Innovationsgeistes nimmt das Haus schon lange in der Branche eine Vorreiterrolle ein. Das hochprofessionelle Spezialinstitut bietet großzügige und erstklassig ausgestattete Räumlichkeiten in anspruchsvoller Architektur, die den Rahmen für Kunst, Kultur und eine hervorragende Gastronomie bildet. ARCADEON Geschäftsführer Jörg Bachmann nahm den Preis zusammen mit seiner Frau Claudia Bachmann (Leitung Marketing/Verkauf) und Ihrem Team, anwesend durch Daniel Kembügler (Empfangschef), Mario Koch (Serviceleiter), Sabine Ackermann (Bankett-Verkaufsleiterin) und Küchenchef Patrick Gergs, entgegen.



Unser Team von links nach rechts: Noorzia Amini (seit Mai 2023), Kremena Kirova (seit Juni 2023), Larysa Yukhno (seit November 2023), Katarzyna Fiedler (seit Februar 2012), Kadriye Sevdiren (seit Februar 2012), Nico Teixeira (Auszubildender Hotelfach), Fatma Dönmez (seit August 1999), Marie Czerwinski (Auszubildende Hotelfach). Maria-Magdalena Leu (seit März 2024) ist nicht auf dem Bild.
Bild unten: Maria Kopp (seit August 2021), unsere Hausdame.

Wir stellen uns vor:

Das beste Housekeeping-Team aller Zeiten!

Liebe Leserinnen und Leser,

in dieser Ausgabe möchten wir unser fantastisches Housekeeping-Team vorstellen. Sie sind die unsichtbaren Helden, die dafür sorgen, dass unser ARCADEON immer strahlend sauber und einladend ist.

Aber wer sind die Menschen hinter den perfekt geputzten Zimmern und blitzblanken Fluren?

Wir haben uns mit ihnen zusammengesetzt und ihnen ein paar ungewöhnliche Fragen gestellt, um die einzigartigen Geschichten und Geheimnisse unseres großartigen Teams zu entdecken.



Was ist das verrückteste Fundstück, das ihr jemals in einem Zimmer entdeckt habt? Erzählt uns die Geschichte dahinter!

Kremena Kirova: In einem Familienzimmer waren auf dem Kinderbett 7 bis 8 Stofftiere in Schlafposition angeordnet. Nach dem Wechseln der Bettwäsche habe ich die Stofftiere natürlich wieder genauso gebettet, damit das Kind sah, dass ich die Stofftiere natürlich nicht geweckt habe und Sie friedlich weiterschummern konnten.

Wenn ihr ein Superheldenteam wäret, welche Superkräfte hättet ihr und wie würdet ihr sie im Housekeeping einsetzen?

Kremena Kirova: Batman, um vom ARCADEON zum Quartier82 fliegen zu können.

Noorzia Amini: Wonder Woman – dann kann ich die Arbeit blitzschnell erledigen.

Fatma Dönmez: Überschallgeschwindigkeit – ich könnte schneller als ein Ton das ganze Hotel reinigen.

Larysa Yukhno: Keine Superkraft, dafür wünsche ich mir einen Zauberstab.

Maria Kopp: Die Bezaubernde Jeannie – mit dem Kopfnicken und alle Aufgaben sind erledigt.

Welches Musikstück oder welcher Song darf auf eurer ultimativen Housekeeping-Playlist auf keinen Fall fehlen, um die Arbeit zu rocken? Gibt es einen besonderen Song, der euch immer motiviert?

Kremena Kirova: Retromusik – „From Souvenirs to Souvenirs“ von Demiss Rusoss.

Maria-Magdalena Leu: Ich höre am liebsten laute Rockmusik, da kann ich am effektivsten arbeiten, ein bestimmter Song fällt mir aber nicht ein.

Katarzyna Fiedler: Raffaella Carrà – „Pedro“.

Larysa Yukhno: Je nach Laune, ist das sehr unterschiedlich.

Maria Kopp: Queen – „Don't stop me now ... cause I'm having such a good time ...“.

Welches ist euer absoluter Lieblingsgegenstand im ARCADEON, den ihr putzt, und warum? Gibt es etwas, das besonders Freude macht?

Kremena Kirova: Unsere Gläserpoliertücher. Sie reinigen einfach perfekt.

Noorzia Amini: Der Zimmerspiegel – ich mag es, den Spiegel zu putzen und mich darin zu sehen.

Fatma Dönmez: Der Badezimmerspiegel – weil ich es mag, mich im sauberen Spiegel zu betrachten.

Maria-Magdalena Leu: Mein Lieblingsgegenstand ist unser Dyson Staubsauger, weil man mit ihm einfach schnell arbeiten kann.

Katarzyna Fiedler: Der Spiegel, weil alle gern in den Spiegel schauen.

Larysa Yukhno: Am liebsten putze ich Lampen, die wärmen so schön.

Maria Kopp: Fenster und Glastüren – das ist immer wieder ein Erfolgserlebnis.

Wenn Sie ein Möbelstück in einem Hotelzimmer sein könnten, welches würden Sie wählen und warum?

Kremena Kirova: Eine Lampe, die still steht und alles sieht.

Noorzia Amini: Der Fernseher – dann kann ich die Gäste unterhalten und zum Lachen bringen.

Fatma Dönmez: Der Kühlschrank – ich würde immer schön cool bleiben.

Maria-Magdalena Leu: Wenn ich ein Möbelstück sein dürfte, wäre ich gern die Lampe auf dem Nachttisch. Da könnte ich immer für die passende Beleuchtung sorgen.

Maria Kopp: Eine Stehlampe – dann kann ich immer wieder leuchten.

Was denken Sie, ist das Geheimnis, um jeden Gast im Hotel glücklich zu machen?

Kremena Kirova: Sauberkeit und eine volle Minibar.

Fatma Dönmez: Ein sauberes Hotel, freundliches Personal, kleine Aufmerksamkeiten, leckeres Essen und viele Sonderwünsche erfüllen.

Katarzyna Fiedler: Sehr gut gepflegte Zimmer.

Larysa Yukhno: Ich glaube, dass es hier Unterschiede zwischen männlichen und weiblichen Gästen gibt. Die einen sind glücklich, wenn sie ein Stück Tiramisu bekommen und die anderen, wenn sie ein kühles Bier im Emils genießen können.

Maria Kopp: Schon im Voraus die Wünsche der Gäste zu erkennen.

Das Thema „Räume und ihre Wirkung im Kontext einer Veranstaltung“ beschäftigt uns im ARCADEON schon seit vielen Jahren. Durch die Zusammenarbeit in der Jury des Ideenwettbewerbs 2023/2024 des Hotelkompetenzzentrums „Wie stellt sich die Generation Y-Z Tagungsräume vor?“ lernten wir Julia von Klitzing-Peter vom Hotelkompetenzzentrum kennen und konnten tiefe Einblicke in die Gestaltung und Nutzung innovativer Raumkonzepte gewinnen.

Räume und ihre Wirkung im Kontext einer Veranstaltung!

Wie definiert das ARCADEON ‚Raum‘ in Bezug auf seine Unternehmensphilosophie und welche Rolle spielen dabei Innovation und Design?

Jörg Bachmann (JB): Wir haben schon immer gesagt, dass wir ein Motto brauchen, das die Entwicklung unserer Räume widerspiegelt. Unser Motto lautet: „Neues Denken braucht neue Räume.“ Für uns ist es völlig klar, dass Räume nicht nach dem Geschmack derjenigen gestaltet werden dürfen, die sie entwerfen, sondern sie müssen sich zuerst nach ihrer Funktion richten. Es geht darum, was wir mit den Räumen erreichen wollen und welche Bedürfnisse die Menschen haben, die diese Räume nutzen.

Es ist uns wichtig zu betonen, dass ein Raum alles gleichzeitig sein kann. Eine Lobby muss nicht nur eine Durchgangsstation sein, ein Einzelzimmer nicht nur als solches genutzt werden und ein Restaurant nicht ausschließlich ein Restaurant bleiben. Eine Lobby kann auch Veranstaltungsfläche sein, ein Restaurant ebenso. Wir haben mit den Transforming Rooms gezeigt, dass wir Räume mit wenigen Mitteln dynamisch und flexibel gestalten können, sodass die Kunden die Möglichkeit haben, darin zu arbeiten, zu leben, zu schlafen – was auch immer sie in diesen Räumen machen möchten.

Unsere Unternehmensphilosophie basiert darauf, dass wir unsere bisherigen architektonischen Ansätze hinterfragen und uns am aktuellen Zeitgeist und den Bedürfnissen unserer Kunden orientieren. Die Kunden bestimmen das Programm im Hotel. Deshalb sagen wir: Neues Denken braucht neue Räume! Das bringt Flexibilität in die Gestaltung.

Diese Räume sind nicht nur funktional, sondern auch designorientiert. Es geht darum, die Balance zwischen Design und Funktionalität zu finden.

Das Hotelkompetenzzentrum ist bekannt für seine innovative Herangehensweise an Raumgestaltung. Können Sie ein Beispiel geben, wie ein bestimmtes Raumkonzept den Bedürfnissen Ihrer Kunden gerecht wird?

Julia von Klitzing (JvK): Ich habe bemerkt, dass wir viele ähnliche Denkansätze und Herangehensweisen wie ihr im ARCADEON verfolgen. Die Zukunft der Raumgestaltung zu planen finde ich persönlich sehr herausfordernd, weil sich Technologien und Ansprüche so schnell verändern. Daher ist es wichtig, sich mehr auf die Bedürfnisse der Menschen zu konzentrieren und zu verstehen, was sie wirklich von einem Raum erwarten.

Ein Beispiel für ein erfolgreiches Raumkonzept ist das Projekt „Hotel und Care“, das mein Mann 2017 initiiert hat. Hier ging es darum, Barrierefreiheit ansprechend und schön zu gestalten. Es musste nicht immer klinisch und steril wirken. Er hat viele Monate recherchiert, mit Wahrnehmungspsychologen und Pflegeheimbetreibern gesprochen, um das Beste aus der Pflege und der Hotellerie zu verbinden. Die Pflegebranche weiß genau, wie man Barrierefreiheit praktisch umsetzt, und wir in der Hotellerie wissen, wie man freundliche, helle Räume gestaltet, in denen sich Gäste wohlfühlen.

Wir sprechen bewusst von Gästen und nicht von Patienten, um eine gesundheitsfördernde Atmosphäre zu schaffen.

Meine Interviewpartner sind Jörg Bachmann (Geschäftsführer des ARCADEON) und Julia von Klitzing-Peter (Prokuristin des Hotelkompetenzzentrums), das eine einzigartige Anlaufstelle in Oberschleißheim bietet, wenn es um ganzheitlichen Hotel- und Gastronomiebau geht. Ohne Rücksicht auf Messetermine können sich Hoteliers, Planer, Architekten etc. über Konzepte und Lösungen aus allen Bereichen der Hotellerie und Gastronomie informieren.

Beide bringen eine reiche Expertise in der Schaffung und Optimierung von Räumen mit, die sowohl funktional als auch ästhetisch ansprechend sind. Wir werden erkunden, wie Räume nicht nur unsere Arbeit, sondern auch unser Wohlbefinden beeinflussen können und welche Trends aktuell die Raumgestaltung prägen.

Ein weiteres Projekt, das mir besonders am Herzen liegt, ist „Next Generation“.

Hier haben wir uns mit den Bedürfnissen und Erwartungen der jüngeren Generationen auseinandergesetzt. Es gibt viele Diskussionen darüber, wie sich diese Generationen angeblich stark von ihren Vorgängern unterscheiden. Wenn dem so ist, müssen wir dies überprüfen und gegebenenfalls unsere Raumkonzepte anpassen. Aus einem Ideenwettbewerb heraus haben wir ein Hotelkonzept entwickelt, das auf den Vorstellungen und Wünschen der nächsten Generation basiert.

Diese Projekte zeigen, wie wichtig es ist, sich ständig weiterzuentwickeln und die Bedürfnisse unserer Kunden genau zu verstehen, um innovative und zukunftsorientierte Raumkonzepte zu schaffen.

Welche Herausforderungen sehen Sie in der aktuellen Raumgestaltung in Hotels und Geschäftsumgebungen und wie begegnen Sie diesen?

JK: Ein Thema, das besonders die Generation Z, auch durch Fridays for Future, mitgebracht hat, ist die Nachhaltigkeit. Eine der großen Herausforderungen besteht darin, diese im Einklang mit der Nutzung darzustellen. In der Materialentwicklung sind wir noch nicht so weit, dass sie wirklich den Gegebenheiten standhalten, die es im Hotelalltag braucht. Auch in der Preisgestaltung ist das oft ein Thema. Wir reden hier teilweise von einem kleinen Budget, das man pro Zimmer hat. Manche Materialien in diesem Segment sind einfach noch deutlich teurer. Da muss man dann kreativ werden, wie man so ein Konzept gestaltet und warum man es so gestaltet. Das sind im Moment die Herausforderungen, inklusive des Gefühls, dass sich alles zu schnell wandelt. Man hat viele Zielrichtungen und bekommt über Social Media so viel Inspiration, dass ich glaube, dass für viele die Challenge darin besteht, herauszufinden, was eigentlich ihr Ziel ist, was ihnen gefällt und was davon in ihrem Hotelzimmer umgesetzt werden kann.

JB: Ja, bei uns ist es so! Wir legen gerade auf diese Generation einen sehr großen Stellenwert, weil wir se-

hen, dass unsere Gäste und Seminarteilnehmer immer jünger werden. Das hat viel mit den Unternehmen zu tun, die gerade die Jungen sehr intensiv schulen. Das machen wir in unserem Betrieb ebenso.

Sie haben andere Anforderungen. Wenn ich zum Beispiel an diese Generation denke, dann ist sie es gewohnt, vieles mit der Sprachsteuerung zu machen. Sie haben zu Hause eine Alexa in ihrem Zimmer oder irgendwo in ihrem Wohngebäude. Damit schalten sie das Licht an, stellen die Eieruhr, schalten den Fernseher ein und telefonieren. Alles Mögliche machen sie über Sprachsteuerung. Das muss adaptiv sein, auch über Gestensteuerung. Das Thema ist, wie ein jüngerer Gast einen Raum wahrnimmt – nämlich mehr adaptiv und somit anders als andere Generationen.

Wir müssen allerdings, und da will ich kurz den Bogen spannen, sowohl jüngere als auch ältere Gäste berücksichtigen. Es gibt auch Gäste, die sind fünfzig, fünfundfünfzig, sechzig oder siebzig. Diese Gäste wollen keine ständigen Veränderungen. Sie wollen den Weg zum Bad so finden, wie sie es gewohnt sind, und draußen an der Zimmertür einen Lichtschalter haben. Da muss ein beleuchteter Spiegel sein. Das muss alles wie gewohnt vorhanden sein. Wir reden hier nicht über Ausschlusskriterien, sondern immer über ein „Sowohl-als-auch“. Ältere Gäste bedienen möglicherweise Lichtschalter und wollen nicht, dass das Zimmer adaptiv ist, und das müssen sie auch nicht wollen. Wir wollen niemandem etwas aufzwingen. Jüngere Gäste merken jedoch, dass sie in einem adaptiven Zimmer sind. Das geht dann so weit, dass es nicht nur das Wohlbefinden des Gastes betrifft, sondern auch die Nachhaltigkeit. Wir können adaptive Systeme schaffen, die tatsächlich auf die Person abgestimmt sind, wie biomaterialbasierte Teile und Systeme, die automatisch die Heizung regulieren, wenn jemand das Fenster öffnet.

Zusammengefasst ist die Herausforderung, dies so zu gestalten, dass es toll aussieht, einen Wohlfühleffekt hat, außergewöhnlich ist und – mein Lieblingswort – zeitgerecht bleibt. Das wird an der Spitze der Entwicklung stehen.

Können Sie beschreiben, wie die Raumgestaltung im ARCADEON zur Steigerung der Produktivität und Kreativität der Gäste dieser Räume beiträgt?

JB: Ja, das ist ja völlig klar. Wenn ein Raum adaptiv ist und vor allem alle Features hat, die er haben muss, wird das deutlich an unserem Beispiel der Transforming Rooms.

Wenn ich einen Raum betrete, der als Meetingraum hergerichtet ist, ist es für uns wichtig, dass wir nicht ständig Setups durchführen müssen und für jede Situation ein neues Setup schaffen. Adaptiv bedeutet, dass der Kunde selbst auch Möbel rücken kann. Alle Tische und Stühle haben Rollen, sodass unsere Gäste sich die Räume so zusammenbauen können, wie sie sie nutzen wollen.

Wenn also jemand in einen Meetingraum kommt, den er nur mit drei oder vier Leuten nutzen wird – und ich rede hier nicht von einem Seminar- oder Tagungsraum – muss er selbst die Möglichkeit haben, alle technischen Dinge zu steuern. Ob es ein Fernseher an der Wand ist oder Online-Kanäle, er muss Zugang zu diesen haben. Wir müssen genau erklären, wie er sich Daten von außen in den Meetingraum holt und wie er diese wieder verschickt. Wir müssen technische Tools in den Raum einbauen, ohne dass sie das Design stören.

Die wichtigste Frage ist: Wie schaffen wir es, dass der Kunde sofort versteht, dass wir dieses Angebot machen? Das Angebot muss so breit sein, dass der Kunde sich genau die Teile herausholt, die er für sich selbst braucht, ohne ständig mit uns kommunizieren zu müssen. Denn das ist mittlerweile für die meisten Gäste störend. Wenn wir das schaffen, hat der Kunde eine Lern- und Arbeitsumgebung, in der er sich perfekt aufgehoben fühlt. Dann liegt der Fokus auf seiner Arbeit und nicht darauf, warum etwas hinter ihm klappert oder rauscht, warum er aufstehen muss, warum er nicht die richtigen Adapter für seine Systeme hat.

Wenn wir all diese Fragen ausblenden können und der Kunde einen Raum hat, in dem er sich auch entspannen und erholen kann, wenn er sich nicht auf die Arbeit konzentrieren muss, dann haben wir alles richtig gemacht. Mit unseren Transforming Rooms haben wir das tatsächlich geschafft. Das ist der Grund für unseren Erfolg. In der heutigen Zeit wollen wir sofort alle Informationen und Leistungen eines Hotels zur Verfügung haben, ohne warten zu müssen. Das ist die wichtigste Herausforderung, um kreatives Lernen und Arbeiten in einer perfekten Umgebung zu ermöglichen.

Das Hotelkompetenzzentrum betont die Wichtigkeit von Nachhaltigkeit in der Raumgestaltung. Wie integrieren Sie nachhaltige Produkte in Ihre Raumkonzepte und wie wichtig ist dies für Ihre Kunden?

JvK: Aktuell ist das Thema noch nicht sehr präsent, was auch daran liegt, dass viele der Vorgängergenerationen in Führungspositionen sind. Für die Generation Y und die Millennials ist Nachhaltigkeit jedoch ein ganz wichtiger Bestandteil bei der Auswahl ihres Arbeitgebers und ihres Urlaubs. Die Nachfrage steigt, aber ich könnte jetzt nicht sagen, dass sich jeder dafür interessiert. So weit sind wir noch nicht.

Wir müssen uns mit dem Thema näher beschäftigen und gemeinsam mit der Industrie daran arbeiten, dass es für Hotels attraktiver wird. In den nächsten Jahren kommen bestimmte Gesetzgebungen, nicht nur aus Deutschland, sondern auch von der EU auf uns zu, die es für manche Hotelbetriebe zur Voraussetzung machen werden, sich mit Nachhaltigkeit auseinanderzusetzen.

Julia von Klitzing-Peter (Prokuristin)

Ihr Herzensprojekt ist der Ideenwettbewerb. Als Expertin der Generationen Y-Z ist sie in den wichtigsten Netzwerken unserer Branche unterwegs. Ihr Mann Christian Peter führt seit 2011 als Gründer und Initiator das Hotelkompetenzzentrum in Oberschleißheim. Das Hotelkompetenzzentrum ist eine unabhängige und voll-funktionsfähige Informationsplattform für alle, die sich mit der Entwicklung von Hotelimmobilien beschäftigen.



Dem wollen wir vorbeugen und arbeiten seit September an einem Konzept. Einige Zimmer werden dieses Jahr noch umgebaut. Wir versuchen, das Thema ein bisschen anders zu interpretieren und den Minimalismus einzubeziehen.

Dabei achten wir darauf, dass das Design etwas ruhiger und reduzierter ausfällt. Wir versuchen, so viel wie möglich mit einem Material zu arbeiten, das einmal angeliefert und von einem Verarbeiter umgeformt wird. Auch das kann nachhaltig sein. Wir bemühen uns, eine Balance zu finden, wie man das wirtschaftlich umsetzen kann, ohne dass der Gast Einbußen hat.

Das beschäftigt mich ständig: Auf der einen Seite gibt es die Forderung nach Nachhaltigkeit, auf der anderen Seite spielen persönliche Bedürfnisse oft eine größere Rolle. Viele Menschen wollen von allem das Beste haben. Es ist eine Mentalität, die wir stark feststellen können. Die Kunst besteht darin, diese beiden Aspekte miteinander zu verbinden.

Welche technologischen Trends sehen Sie derzeit als wegweisend für die Zukunft der Raumgestaltung in der Hotellerie? Können Sie ein Projekt hervorheben, bei dem die Umgestaltung eines Raumes besonders erfolgreich war, und uns erzählen, was dabei die Schlüsselfaktoren waren?

JvK: Das Thema Technologie ist immer eine Frage der Gewohnheit. Es gibt viele neue Tools, die regelmäßig auf den Markt drängen, und ich glaube, dass es immer eine gewisse Zeit braucht, bis man sich daran gewöhnt hat. Sobald das passiert, ist es auch in Hotels akzeptiert. Ich schaue gerne in Richtung Apple oder auch in die Automobilindustrie. Wenn man sich die neuesten Fahrzeugmodelle anschaut, wird klar, dass Sprachsteuerung im Auto mittlerweile völlig normal ist. Man bedient das Menü nicht mehr mit einem Controller, sondern sagt einfach, was man möchte und die dahinterliegende Intelligenz ist so weit fortgeschritten, dass es kaum noch Fehler gibt.

Wenn wir das Konzept in die Zimmersteuerung einbringen, was momentan noch ein bisschen Neuland in der Hotellerie ist, könnten wir große Fortschritte machen. Es gibt schon Projekte, die das erfolgreich umsetzen, aber wir müssen auch auf die Bedürfnisse verschiedener Gästegruppen eingehen. Oft reicht es, wenn der Gast einfach das Licht an- und ausschalten kann. Die Akzeptanz und die Zeit werden hier entscheidend sein.

Was ich derzeit beobachte und hochinteressant finde, ist die ständige Beschwerde über steigende Kosten in der Hotellerie. Ich glaube, es gibt kaum eine Branche

mit so hohen Fixkosten wie unsere. Es gibt großartige Technologien, die uns helfen können, insbesondere durch KI, unser Hotel automatisiert zu steuern und nachweislich Kosten zu sparen. Ein Beispiel ist ein Unternehmen, das Lösungen präsentiert hat, wie sich Investitionen in einem Jahr amortisieren können. Hier reden wir nicht mehr von fünf Jahren, sondern von zwei bis drei Jahren, bis die Investition zurückgezahlt ist und wir danach nur noch profitieren.

Es gibt definitiv noch viel Potenzial, und der Markt bietet wahnsinnig viele Möglichkeiten. Wir können viele Stellschrauben finden, um unsere Fixkosten deutlich zu reduzieren.

Wie siehst Du das? (Frage von Julia an Jörg)

JB: Die technologischen Herausforderungen sind enorm. Was wir im ersten Schritt gemacht haben, ist sowohl im Detail als auch im Großen zu schauen. Ich mache mal ein technisches Beispiel, das viele vielleicht gar nicht auf dem Schirm haben, aber es verdeutlicht das Thema gut. In jedem Hotelbetrieb gibt es bei den Fixkosten enorme Ausgaben, vor allem bei der Energie. Es gibt das sogenannte Drei-Phasen-Modell, wo auf drei Phasen der gesamte Strombedarf eines Betriebes verteilt wird. Wenn die verschiedenen Elektroanlagen wie Klima, Lüftung, Technik und Küche nicht sauber geplant und auf die Phasen verteilt sind, haben wir in der Spitze einen Verbrauch von 120 Kilowatt. Wenn das nur an einer Phase hängt, zahlen wir für 120 Kilowatt. Wenn wir diese Last jedoch gleichmäßig auf die drei Phasen verteilen, sagen wir 50, 35 und 35 Kilowatt, zahlen wir nur für 50 Kilowatt auf dieser Phase. Viele Hotels unterschätzen diesen Aspekt. Allein bei dieser Stromposition reden wir über eine Ersparnis von 70 Kilowatt in der Spitze, was zwei Drittel der Kosten reduziert. Wenn ich den Durchflussstrom und die Heizungsstromflüsse nicht beachte, habe ich hohe Fixkosten bei Wärme und Elektro, die ich mit klarer Planung und Technik reduzieren kann.

Der globale Ansatz ist ebenfalls wichtig. Wir haben eine 300 kW-Solaranlage auf unserem Dach installiert, die uns Energie liefert und mit intelligenten Systemen Strom und Wasser erwärmt. Wenn das Wasser aus der Erde kommt hat es 5 Grad, der Gast jedoch will natürlich warm duschen. Die Sonne erhitzt das Wasser im Sommer auf 50 bis 60 Grad, und wir müssen es nur noch von 60 auf 72 Grad oder von 50 auf 65 Grad erwärmen. Das erreicht eine hohe Energieeffizienz. Wir haben sowohl den Detailansatz mit der Drei-Phasen-Regelung als auch den globalen Ansatz mit der Solaranlage. Andere Hotels können mit Windkraft oder anderen Technologien arbeiten.



**Jörg Bachmann – seit 1998
kreativer Takt- und Ideengeber**

Es geht zukünftig aber auch viel um Technologien, die den Betrieben Einsparpotenzial bieten und im Hintergrund arbeiten, die nicht so sichtbar sind.

Diese fördern die Nachhaltigkeit und sind unser gemeinsames Thema.

Die Investitionen in solche Energien können sich bereits nach wenigen Jahren amortisieren und zur neuen Norm werden. Zudem geht es um Komforttechnologien für den Gast, wie automatische Lichtsteuerung und Sprachassistenten, die mehr Funktionen bieten als herkömmliche Schalter. Viele dieser Technologien lassen sich sicher nahtlos in unsere Hotelzimmer integrieren.

Wie geht das Hotelkompetenzzentrum damit um, Räume so zu gestalten, dass sie sowohl funktional als auch ästhetisch ansprechend sind?

Welche Hürden entstehen dabei? Geht bei Ihnen Design vor Funktionalität?

JvK: Die Hürde ist für mich immer die Herangehensweise, weil ich glaube, viele entscheiden zuerst, was sie haben wollen und stellen dann fest, dass es nicht passt oder etwas fehlt. Was ich einem Planer immer mitgebe, ist, eine Guest Journey durchzuspielen und diese wirklich im Zimmer nachzuspielen. Wie checken unterschiedliche Reisetypen ein? Zum Beispiel saisonal abhängig, im Sommer oder Winter. Gehen wir mal in eine

mögliche Konstellation: Wir reisen entweder mit „nur“ einer Aktentasche mit Schlaufe, die sich bestenfalls am Koffer befestigen lässt und haben alle Hände frei, während eine andere Person mit drei Taschen kommt und diese unterbringen muss.

Das ist für mich das Paradebeispiel dafür, dass man den Prozess einfach mal zerlegen muss. Wenn ich dann einen Raum konzipiere, muss mein Raum erfüllen, was der Gast erwartet. Danach schaue ich, wie ich diese Dinge ins Design transportieren kann. Wie schaffe ich es, dass alles passt? Gibt es Produkte, die funktional sind, aber auch schön aussehen können?

In den letzten Jahren hat sich viel getan. Es gibt nicht mehr nur eine Linie, sondern auch schicke Varianten, zum Beispiel bei Schalterprogrammen oder Bettstoffen. Wir haben mittlerweile eine große Auswahl. Zum Glück schließt sich Funktionalität und Ästhetik nicht mehr aus. Man muss sich einfach die Zeit und Geduld nehmen, die beste Lösung zu finden.

JB: Wie es anderswo ist, weiß ich nicht, aber für uns ist es völlig klar: Wir sagen häufig, wenn wir irgendwo gewesen sind, „Das finden wir ja ganz nett.“ Wenn meine Frau das sagt, dann weiß ich, dass es dort Dekoration gibt. Bei uns gibt es DESIGN. Was ist der Unterschied? DESIGN hat eine Wirkung – eine Wirkung auf die Geisteshaltung, den psychischen und emotionalen Zustand. Ich bin kein Psychologe, aber es geht um Emotionen.

Wenn etwas besonders toll aussieht, hat es den Effekt, die Stimmung zu heben. Das, was ich in diesem Ambiente tue, wird dadurch positiv beeinflusst.

Das erzeuge ich, indem ich etwas fein abgestimmt und superschön mache. Oder ich mache etwas völlig Unerwartetes, das auch fein abgestimmt sein muss. Wenn der Gast ins Haus kommt, die Tür öffnet und plötzlich unseren Raum „Wald“ erlebt, dann hat das einen Effekt. Dieser Raum ist gestaltet wie ein Wald, weil direkt vor den bodentiefen Fenstern eine 800 Jahre alte Eiche steht. Der Gast kommt in eine Seminarsituation und erlebt etwas emotional Bekanntes in einer konträren Umgebung – das ist DESIGN. Es beeinflusst die Menschen emotional und erfüllt somit seinen Zweck.

Wenn wir das schaffen und alle praktischen Anforderungen erfüllen, dann macht DESIGN immer Sinn. Es geht darum, die praktische Tätigkeit nicht zu vernachlässigen und den Menschen in den Mittelpunkt zu stellen, wie du es bei der Gäste-Journey beschrieben hast.

Bei unseren Transforming Rooms und Kreativ- und Erlebnisräumen gibt es übrigens auch eine adaptive Gäste-Journey. Wir fragen den Gast, bevor er zu uns kommt, was er erreichen möchte bzw. was das Ziel seiner Veranstaltung ist.

Wenn der Gast sagt, dass es Konflikte zwischen der Technik, dem Vertrieb, dem Innendienst und der Geschäftsführung gibt und sie wieder näher zusammenrücken müssen, dann brauchen sie einen Ort, der Ruhe und Frieden ausstrahlt – das ist dann unser Erlebnisraum „Wald“.

Wenn wir jedoch mit einem Start-up arbeiten, das Crowdfunding betreibt, wo alles durcheinanderschreit und es keine Hierarchien gibt, dann passt eher unser Kreativraum „Hexagon“. Sie brauchen vielleicht einen wild gestalteten sechseckig eingerichteten Raum, um Ordnung zu schaffen. DESIGN ist nicht nur ein gestalterisches Element, sondern erzeugt auch emotionale Wirkung. Gepaart mit Funktionalität sind wir dann an der richtigen Stelle angekommen.

Welche Rolle spielt das Mitarbeiter- und Kundenfeedback in der Gestaltung und Anpassung von Räumen im ARCADEON? Gehen Sie hier aktuellen Trends nach oder entwickeln eigene Ideen, die ggf. auch scheitern können?

JB: Also, die Frage, ob Mitarbeiter- und Kundenfeedbacks eine Rolle spielen, beantworte ich mit einem klaren „Ja“. Mitarbeiter und Kunden spielen eine Rolle, aber

Kreativraum Hexagon



am Ende eines jeden Prozesses kann es keinen Kreis geben, in dem alle gemeinsam entscheiden, was geht und was nicht. Nachdem alle Stimmen gehört wurden, wird eine Entscheidung getroffen, und zwar letztendlich von mir, da ich das wirtschaftliche Risiko als Geschäftsführer trage. Es wird immer unter der Prämisse entschieden, dass Scheitern möglich und erlaubt ist.

Ich habe überhaupt kein Problem damit, wenn etwas nicht klappt. Wir haben hier im Haus Zimmer gebaut, bei denen ich heute noch die Hände über dem Kopf zusammenschlage, weil wir völlig auf dem Holzweg waren. Diese Zimmer existieren noch, und ich zeige gerne, was wir alles falsch gemacht haben. Scheitern ist kein Unglück, auch wenn es Geld kostet. Wir haben das mehrfach erlebt. Aber das gehört dazu.

Wer Scheitern negiert, kann keinen Erfolg produzieren. Es ist wichtig, Scheitern zuzulassen und offen darüber zu reden. Nur so kann man beim nächsten Schritt wirklich Gutes erreichen, denn dann hat man aus den Fehlern gelernt. Vertuschen ist keine Option.

JvK: Das würde ich gerne ganz streichen – ich habe die Befürchtung, dass das in dem Kontext nicht gut verstanden wird ...

Abschließend eine Frage an Sie Beide. Welche Visionen haben Sie für die Zukunft der Raumgestaltung und wie planen Sie, diese umzusetzen?

JvK: Ich habe das Gefühl, dass wir uns im Design in ein neues, „zeitlos“ Zeitalter bewegen, in dem viel mit

Basic-Elementen gearbeitet wird, die klimaneutral sind. Wir verändern die Zimmer regelmäßig, weil sie sich toll mit verschiedenen Farben und Stoffen anpassen lassen. Dadurch haben wir nicht mehr das Problem, dass man sich gegen bestimmte Wandverkleidungen entscheidet, aus Angst, dass sie schnell veraltet wirken.

Ein neuer Trend in der Flexibilisierung der Hotelgestaltung ist, dass wir die Standardausstattung recht schlicht halten und mit verschiedenen Highlights arbeiten. Dabei trauen wir uns auch in den Bereich der Dekoration und Beleuchtung, zum Beispiel mit Bildern und anderen Akzenten. Mir gefällt diese Individualität und Flexibilität sehr gut. Diese Wandelbarkeit in einer bestimmten Geschwindigkeit darzustellen, ist eine sehr schöne Entwicklung.

Diesen Leitsatz werden wir auch bei unseren weiteren Zimmerumbauten umsetzen. Zudem wollen wir den Gedanken „Hotel ist Zuhause“ wieder stärker spielen und mehr in den Bereich des Home-Interior blicken. Durch Social Media, insbesondere Instagram und Pinterest, hat sich wahnsinnig viel getan, und ich glaube, wir können viel davon lernen, wie die nächste Generation ihr Zuhause gestaltet und dieses Design auch bei uns integrieren.

JB: Ich sehe es ähnlich und kann mir gut vorstellen, dass die Herausforderung in der Zukunft darin besteht, noch schneller zu werden. Was wir heute sehen, ist, dass ein Hotelzimmer entwickelt wird, und bis es dann realisiert und in Betrieb genommen wird, vergehen zwei Jahre. Und dieses Zimmer soll dann zehn Jahre lang

Erlebnisraum Wald



genutzt werden. Wer hat denn zu Hause zwölf Jahre lang dieselben Kissen, Decken und Stühle? Das stammt aus einer längst vergangenen Zeit.

Wenn wir jetzt modulare Systeme haben, dann bin ich quasi wieder bei meinem eingangs erwähnten Punkt: Wir brauchen modularere Systeme, die einfacher zu transportieren, schneller auszutauschen und aus günstigeren Materialien sind. Dann können wir viel schneller Anpassungen vornehmen. Es ist keine Schande, in andere Branchen zu schauen. Wir schauen bei der Sprachsteuerung in die Automobilindustrie und bei Möbeln natürlich in die Möbelhäuser. Was kauft die Generation der 22- bis 24-Jährigen? Welche Dinge sind das?

Ich kann mir vorstellen, wie wir einen Schritt weitergehen und einen Prozess der Geschwindigkeit einführen, um Räume schneller und flexibler zu gestalten.

Nehmen wir das Beispiel, „Hotel ist Zuhause auf Zeit“. Viele unserer Stammgäste haben besondere Vorlieben. Wenn wir wissen, dass Frau Müller – nehmen wir an, sie heißt so – zu Hause samtrote Sachen liebt, dann können wir in relativ neutralen Räumen samtrote Accessoires bereitstellen. Wenn Frau Müller kommt, richten wir ihren Hocker und die Kissen samtrot ein, und schon wirkt der Raum völlig anders. Das Zimmer sieht anders aus, wenn Herr Meyer darin übernachtet.

Wir müssen schneller und flexibler werden, mit modularen Möbeln in der Zukunft. Die technische Entwicklung muss konsequent vorangetrieben werden.

Aber die Individualisierung in Verbindung mit Geschwindigkeit ist die Herausforderung der Zukunft.

O-Töne bereits nach dem Interview:

JvK: Ich begrüße es sehr, dass du das genauso siehst. Oft höre ich: „Wie soll das operativ umsetzbar sein?“ oder „Das können wir gar nicht umsetzen.“ Aber es hat sich einfach verändert.

Hast du das Gefühl, dass die Mehrheit der Leute oder unserer Branche sich noch dagegen wehrt? (Frage von Jörg an Julia)

JvK: Die meisten sind immer noch bei „zwanzig Jahre Eiche hell“, aber das ist hoffentlich vorbei. Der Markt hat sich geändert, durch Instagram und Co. Es gibt eine andere Erwartungshaltung, es soll günstiger werden, und wir haben kürzere

Zyklen. Das ist nicht schlechter, nur anders. Du bist einer der ersten, der mich versteht, wenn ich sage, dass wir anders denken und handeln müssen. Die meisten wollen nichts ändern und denken, andere seien weiter. Ich war vor vierzehn Tagen in London und dort gibt es einen viel höheren Anspruch an Architektur und Raumgestaltung. Wir sind davon noch Lichtjahre entfernt. Es ist erfrischend, jemanden wie dich zu hören, der sagt: „Okay, wenn Frau Müller rot mag, bekommt sie rot.“ Natürlich können wir das machen.

JB: Es spricht mir aus dem Herzen. Wenn ich höre: „Das haben wir noch nie gemacht“ oder „Das haben wir schon immer so gemacht“, dann wird mir schlecht. Die Stimmung in unserem Haus muss vorwärtsgerichtet sein. Nur so können wir Erfolg in der Zukunft haben. Wir müssen nach vorne schauen und Lösungen finden. Das darf nicht das Kriterium sein, das uns zurückhält.



Ideenwettbewerb 2024:

Wie stellt sich die Generation Y-Z Tagungsräume vor?

Das Abklingen der Corona-Pandemie hat das Tagungs- und Konferenzgeschäft wieder neu aufleben lassen: Endlich war es nach knapp zwei Jahren Pause wieder möglich, solche Veranstaltungen im persönlichen Kreis abzuhalten. Andererseits hat Corona aber Spuren hinterlassen und das Nutzerverhalten verändert. Das sorgt nun für einen Bedarf, der vorher kaum von Relevanz war: Videokonferenzen, hybride Lösungen uvm. schaffen für Tagungsanbieter ebenso neue Chancen wie auch Herausforderungen. Nicht selten stellt sich dabei die Frage, ob Investitionen in solche Möglichkeiten lohnen und wie nachhaltig sie für die Hotelbetriebe sind.

Wir möchten wissen, welche Bedürfnisse besonders die nachfolgenden Generationen an das Thema „Tagung“ haben: Was soll bleiben, was muss gehen? Wie sieht das Tagungs- und Konferenzgeschäft der Zukunft aus und welche Rolle spielt dabei die Hotellerie?

Das Hotelkompetenzzentrum sucht Antworten auf diese Fragen und wendet sich mit der fünften Runde des Ideenwettbewerbs wieder an Studierende der Generationen Y-Z: Wie schaffen wir es, Tagungen und Konferenzen sowohl für

Teilnehmer als auch Investoren und Betreiber in die Zukunft zu führen und nachhaltig weiterzuentwickeln?

Das sagen langjährige Begleiter & Juroren zum Ideenwettbewerb:

„In der Hotellerie finden Kunden und Kundenbedürfnisse oftmals viel zu wenig Gehör. Grund genug mit diesem Wettbewerb die Generation Y-Z zu fragen. Die Hotellerie braucht Impulse von außen.“

Prof. Dr. Marco A. Gardini, Juror Ideenwettbewerb

„Dass aber nun ein Hotelzimmer der Zukunft nicht von Forschern, Beratern und gestandenen Designern entwickelt wird, sondern von den zukünftigen Nutzern und Betreibern selbst, das ist wirklich neu und macht den Wettbewerb echt spannend.“

Prof. Dr. Stephan Gerhard, Juror Ideenwettbewerb

„Wir sind intensiv an der Zukunft der Hotellerie interessiert. Dieser Wettbewerb richtet sich an die künftigen Macher.“

Rolf Westermann, ahgz

Zielgruppe: Generationen Y-Z

Standort: frei wählbar

Teilnahme: Studierende der Studiengänge Architektur, Innenarchitektur, Hotel- und Gastronomiemanagement sowie (Medien-)Design. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Es können sowohl Einzelpersonen als auch Gruppen teilnehmen.

Fristen: bis einschließlich 31.08.2024

Format: frei wählbar

Motivation: Die Vorstellung der fünf Finalisten und die anschließende Preisverleihung findet im Rahmen eines gesonderten Events im Hotelkompetenzzentrum statt. Unter allen Einreichungen wird ausgewählt, welches Konzept am meisten Potential hat und im Arcadion Hotel in Zusammenarbeit mit Claudia & Jörg Bachmann realisiert werden kann.

Preisgelder:

1. Platz: 2.000 € | 2. Platz: 1.000 € | 3. Platz: 750 €

Finale: 18. November 2024

Ansprechpartner: Julia von Klitzing-Peter

Zur Anmeldung für das Finale:



Programm:

09.00 Uhr	Begrüßung & Einleitung
09.10 Uhr	Führung durch das HKZ
10.15 Uhr	kurze Kaffee- & Bio-Pause
10.30 Uhr	Keynote: neue Wege in der Hospitality – Claudia & Jörg Bachmann
11.30 Uhr	Paneldiskussion: Karrierewege & Persönlichkeiten der Hospitality
12.30 Uhr	Mittagspause
13.30 Uhr	Business-Speed-Dating
14.45 Uhr	Finalpräsentationen
15.30 Uhr	kurze Kaffee- & Bio-Pause
15.45 Uhr	Impulsvortrag Parallel: Jurysitzung
16.30 Uhr	Preisverleihung

Preisgeldsponsoren/Umsetzer:



TOP-VIP-Event am 17.01.2025 im ARCADEON

HAGEN TRIFFT ... Thommie Bayer:
Einer fehlt – Lesung und offene Fragerunde



HAGEN TRIFFT...



Einer fehlt

Drei Freunde, zwei Frauen, eine große Suche

Die Geschichte einer großen Freundschaft und ihrer schwersten Prüfung: In den wilden 70ern haben sich Georg, Paul und Schubert auf einer Italienreise kennengelernt und sind seither die engsten Freunde. Verbunden und zeitweise getrennt wurden und werden sie durch Carolin, in die alle drei verliebt und mit der sie nacheinander zusammen waren, Schubert bis heute. Als Georgs Frau stirbt und er aus Wien verschwindet, machen Schubert und Paul sich auf die Suche nach ihm – und nach ihrer Vergangenheit.

Eine sentimentale Reise in die Gefilde der Freundschaft und der Liebe, die bis nach Ligurien führt.

„Thommie Bayer erzählt Geschichten, die sich leicht und amüsant lesen lassen, aber zum Nachdenken verführen.“

NDR Kultur

„Gute, schnell zu lesende Unterhaltungslektüre.“

schreiblust-leselust.de

„Bewegende Ode an die Freundschaft.“ **Hörzu**

„Ein Roman, der unaufgeregt daherkommt und dennoch von einer behutsamen Spannung getragen wird.“ **Stern**

„Wie man es von Thommie Bayer kennt, entfaset er vorsichtig, fast zärtlich, das fein gewirkte Gespinnst zwischenmenschlicher Beziehungen und verliert dabei inzwischen auch die Enden nicht aus dem Blick.“ **Goslarsche Zeitung**

„Ein wunderbares Buch über Freundschaft, in der nicht alles ausdiskutiert werden muss, die ein Leben lang Bestand haben kann. Dass Thommie Bayer schreiben kann, das wissen nicht nur seine Fans.“ **Radio F Nürnberg**

„Es ist große Klasse, wie leichtfüßig Bayer eine doch dramatische Geschichte erzählen kann.“ **(A) Film, Sound & Media**

„Sein neuer Roman ›Einer fehlt‹ ist leicht erzählt und stimmt doch zutiefst nachdenklich.“ **WDR 5**

„Hagen trifft...“ geht weiter

Liebe Freundinnen und Freunde des Arcadeon,

wir sind stolz, dass es uns gelungen ist, den Roman- und Bestseller-Autor Thommie Bayer **erneut** zu gewinnen.

Am Freitag, dem 17.01.25 liest Thommie Bayer aus seinem aktuellen Roman „Einer fehlt“ und steht danach für Fragen zur Verfügung.

Eintrittspreis: 15,00 €

Reservierungen gern an: **vip-event@arcadeon.de**



Weitere Infos zum Programm finden Sie auf unserer Homepage: **www.arcadeon.de/vip-event.html**

Anmeldung unter: **vip-event@arcadeon.de**

17. Januar 2025 im ARCADEON

Einlass ab 18.00 Uhr

Beginn der Lesung 19.00 Uhr

Ab 20.20 Uhr offene Fragerunde

ARCADEON und Thalia:

Gemeinsam für die Liebe zum Buch



ARCADEON trifft Thalia

Fr., 25. Oktober 19 Uhr



© Gaby Gerster

Arno Strobel & Ingo Bott Gegenspieler

In unserer Auftaktveranstaltung „Mörderischer Herbst“ stellen Arno Strobel und Ingo Bott ihren ersten gemeinsamen Krimi *Gegenspieler* vor. Die beiden in Düsseldorf spielenden Krimireihen, Arno Strobels *Mörderfinder*-Reihe und Botts *Pirlo*-Reihe, treffen hier am Rande einer Mordserie aufeinander. Ein Ermittler und zwei Strafverteidiger stehen sich gegenüber, die Spannung ergibt sich von selbst.

Wählen Sie zwischen **Karten zur Lesung** oder **Premiumkarten zur Lesung** mit anschließendem Get together, verbunden mit einer Signierstunde der Autoren, Kulinarik und Getränken.



Tickets kaufen

ARCADEON
Haus der Wissenschaft
und Weiterbildung Hagen
Lennestr. 91 · 58093 Hagen

Karten zur Lesung: 15,00 €
Premiumkarten: 49,90 €

Tickets erhalten Sie in der Buchhandlung,
im ARCADEON und unter thalia.reservix.de

Weitere Informationen hier in der Buchhandlung
und unter thalia.de/veranstaltungen

Sitz der Gesellschaft: Thalia Vertriebs GmbH · Batheyer Straße 115-117 · 58099 Hagen

 **Thalia**

**Wir freuen uns riesig, dass unser Haus
das GreenSign Level 4 erreicht hat!**

Green Sign Level 4

Nach intensiver Auseinandersetzung mit den verschiedenen Säulen der Nachhaltigkeit und zahlreichen Verbesserungen im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung unseres Unternehmens, haben wir diesen bedeutenden Meilenstein erreicht.

Ein riesiges Dankeschön geht an unser engagiertes Team und unsere großartigen Lieferanten. Nur durch diese Unterstützung und Zusammenarbeit konnten wir diesen Erfolg erzielen. Gemeinsam gestalten wir eine nachhaltigere Zukunft und schaffen Transparenz in allen acht Kernbereichen:

1. Management & Kommunikation
2. Umwelt
3. Biodiversität & kulturelles Erbe
4. Einkauf
5. Regionalität & Mobilität
6. Soziale Verantwortung
7. Qualitätsmanagement & nachhaltige Entwicklung
8. Wirtschaftliche Verantwortung

Diese Zertifizierung bestätigt unseren kontinuierlichen Einsatz für eine nachhaltige Zukunft und zeigt, dass wir nicht nur in der Theorie, sondern auch in der Praxis nachhaltiges Handeln leben. Mit der GreenSign Zertifizierung Level 4 positioniert sich das ARCADEON als Vorreiter für Nachhaltigkeit in der Tagungs- und Hotelbranche.

Wir haben es geschafft!

Die GreenSign Zertifizierung, anerkannt vom Global Sustainable Tourism Council (GSTC), bewertet Hotels nach strengen ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Kriterien.

Mit dem Erreichen von Level 4 beweist das ARCADEON, dass es weit über die gesetzlichen Anforderungen hinausgeht und nachhaltige Praktiken tief in seiner Unternehmensphilosophie verankert hat.



Zu den nachhaltigen Maßnahmen im ARCADEON zählen:

- Energieeffizienz: Einsatz modernster Technik zur Reduktion des Energieverbrauchs.
- Ressourcenschonung: Verwendung umweltfreundlicher Materialien und Produkte.
- Soziale Verantwortung: Förderung fairer Arbeitsbedingungen und lokaler Partnerschaften.
- Umweltbewusstsein: Implementierung von Recycling- und Abfallmanagementsystemen.



Duroc-Schweinekotelett mit gebratenem Römersalat und Kartoffelpüree

von Patrick Gergs, Küchenchef



Zutaten für 4 Personen

Kartoffelpüree

- 1 kg Kartoffeln, mehlig kochend
- 120 g Butter, 120 ml Milch
- Salz, Pfeffer, Muskat

Schweinekoteletts

- 4x Schweinekoteletts mit Knochen vom Duroc-Schwein (à 220-250g)
- Salz, Pfeffer, geräuchertes Paprikapulver, Olivenöl

Salatherzen

- 40 g Schalotten
- Glatte Petersilie
- 6x Sardellenfilets in Öl
- 4 EL Apfelessig, 12 EL Olivenöl
- 900 g Römersalat-Herzen
- 2 Zwiebeln
- 2 EL Butter



Zubereitung

Arbeitszeit: ca. 60 Min.

Kartoffelpüree: Kartoffeln schälen und in Salzwasser gar kochen. Nun Milch, Butter und Gewürze zusammen erhitzen. Die gegarten Kartoffeln stampfen und die Milch-/Butter-Mischung dazugießen. Alles mit dem Schneebesen zu einem fluffigen Püree aufschlagen.

Duroc-Schweinekoteletts: Backofen auf 135 Grad (Ober-/Unterhitze) vorheizen. Koteletts mit Salz, Pfeffer und Paprikapulver würzen. Etwas Öl in einer ofenfesten Pfanne erhitzen und die Koteletts auf jeder Seite 2 Minuten anbraten. Diese dann für ca. 15-20 Minuten in den Ofen geben (mit Kerntemperaturfühler bis 68 Grad).

Gebratener Römersalat: Schalotten abziehen und fein würfeln. Anschließend Petersilie waschen und trocken tupfen. Sardellen in feine Streifen schneiden, ein Drittel davon abtupfen und fein hacken. Die gehackten Sardellen mit Essig, Salz, Öl und Petersilie verrühren, kurz vor dem Servieren mit Pfeffer abschmecken. Salat putzen, längs vierteln, waschen und trocken tupfen. Zwiebeln abziehen und in feine Streifen schneiden. Die restlichen Sardellen mit Küchenpapier abtupfen und grob schneiden. Anschließend Öl in der Pfanne erhitzen und Zwiebelstreifen, Sardellenstücke und Salatviertel zusammen garen (der Salat soll leicht knackig sein). Zum Schluss mit Salz und Pfeffer würzen.

Anrichten

Kartoffelpüree auf der Mitte des Tellers verteilen und glattstreichen. Links und rechts daneben nun die Salatherzen anrichten. Das Kotelett an das Püree anlegen und die Vinaigrette rundherum und auf den Salatherzen verteilen.

Hagen 91

von
Christian Szerencsits, Barchef



Zur Geschichte

Eversbusch ist ein traditionsreiches Familienunternehmen aus Hagen, das seit 1780 besteht. Die Wacholderbrennerei befindet sich seit 1817 an der Berliner Straße in Hagen. Heute führen Peter und Christoph Eversbusch das Unternehmen in der sechsten Generation.

Der bekannte „EVERSBUSCH“-Doppelwachholder wird nach unverändertem Rezept in kupfernen Anlagen destilliert. Das zweite „h“ in „Doppelwachholder“ ist ein traditionelles Element, das alle Rechtsschreibreformen überdauert hat.

Der Wacholder wird in Steinkrügen verschiedener Größen verkauft, die teils von Hand verkorkt werden. Seit 2017 gibt es den „1817“, einen 56%igen Doppelwachholder mit besonderem Aroma.

Eversbusch steht für Tradition und Qualität.

Zutaten

- 2 cl Eversbusch Doppelwachholder
- 2 cl Zitronensaft
- 1 cl Zuckersirup
- 1 Dash Angostura
- 3 Eiswürfel

Später hinzufügen

- 8 cl trockenen Sekt oder Champagner
- 5 Minieiswürfel Granatapfel
- Rosmarinzweig oder Bubble zur Deko

Zubereitung

1. Am Vortag bitte Wasser und Granatapfelsirup, je nach Süße und Farbintensität, mischen und in Minieiswürfelbereiter füllen und ins Eisfach legen!
2. Alle Zutaten auf Eis im Shaker mixen, in eine Sektschale abseihen und mit ca. 8 cl trockenen Sekt oder Champagner auffüllen!
3. Die Granatapfeleiswürfel (ca. 5 Stück) hinzufügen.
4. Zur Dekoration eignet sich ein Rosmarinzweig! Wir haben dieses Mal ein Bubble kreiert!



Loyalität und Vertrauen sind keine Einbahnstraße:



* Die Mitarbeitenden beurteilen Ihren Arbeitgeber mit der Gesamtnote 1,8 im Loyalitäts-Index zur Arbeitgeberzufriedenheit. Ermittelt durch eine anonyme Befragung der aktuellen Belegschaft durch das Marktforschungsinstitut COGITARIS (Mainz)

Liebe Leserinnen und Leser,

heute möchte ich über ein Thema sprechen, das für uns im ARCADEON von zentraler Bedeutung ist: Loyalität und Vertrauen in der Personalführung und Mitarbeitermotivation. Besonders stolz sind wir auf die Ergebnisse unserer aktuellen HOLOY-Mitarbeiterbefragung, bei der wir eine hervorragende Gesamtnote von 1,8 im Loyalitäts-Index zur Arbeitgeberzufriedenheit erzielt haben. Dies zeigt, dass unser Engagement für eine vertrauensvolle und loyale Arbeitsumgebung Früchte trägt.

Erfolgsfaktor in der Personalführung und Mitarbeitermotivation

Loyalität als Fundament

Loyalität zwischen Mitarbeitern und Führungskräften bildet das Fundament für eine stabile und produktive Arbeitsumgebung. Doch Loyalität ist keine Einbahnstraße. Es reicht nicht aus, von unseren Mitarbeitern Loyalität zu erwarten; wir als Führungskräfte müssen sie ebenso entgegenbringen. Das bedeutet, wir kümmern uns aktiv um die Bedürfnisse und das Wohl unserer Teams, bieten faire Arbeitsbedingungen und unterstützen sie in ihrer beruflichen und persönlichen Entwicklung.

Vertrauen schaffen und erhalten

Vertrauen ist das Schmiermittel, das die Zahnräder einer Organisation reibungslos drehen lässt. Um Vertrauen zu schaffen und zu erhalten, müssen Führungskräfte offen und transparent kommunizieren. Dies umfasst regelmäßige Updates über Unternehmensziele und -strategien sowie eine ehrliche und zeitnahe Kommunikation über Herausforderungen und Veränderungen.

Die hervorragende Note von 1,8 in unserem HOLOY-Index bestätigt, dass unsere Mitarbeitenden wissen, dass sie sich auf ihre Führungskräfte verlassen können.

Praktische Umsetzung im ARCADEON

Im ARCADEON legen wir großen Wert darauf, eine Kultur der Loyalität und des Vertrauens zu fördern. Dies erreichen wir durch verschiedene Maßnahmen:

1. Regelmäßige Feedback-Gespräche: Wir führen regelmäßige Feedback-Gespräche, um sicherzustellen, dass unsere Mitarbeiter gehört werden und ihre Anliegen ernst genommen werden.
2. Transparente Kommunikation: Wir informieren unsere Teams über wichtige Unternehmensentscheidungen und die Gründe dahinter.

3. Mitarbeiterentwicklung: Wir investieren in die Weiterbildung und das Wachstum unserer Mitarbeiter, um ihnen zu zeigen, dass wir an ihre Zukunft glauben.
4. Anerkennung und Wertschätzung: Wir erkennen die Leistungen unserer Mitarbeiter an und zeigen ihnen regelmäßig, dass ihr großer Einsatz und Ihre Arbeit wertgeschätzt werden.

Loyalität und Vertrauen als Erfolgsfaktor

Loyalität und Vertrauen führen zu einer höheren Mitarbeiterbindung, reduzieren die Fluktuation und fördern ein positives Arbeitsklima. Wenn Mitarbeiter das Gefühl haben, dass sie in einem loyalen und vertrauensvollen Umfeld arbeiten, sind sie motivierter, ihr Bestes zu geben und sich langfristig für das Unternehmen zu engagieren. Unsere HOLOY-Bewertung zeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind und motiviert uns, weiterhin an diesen Werten festzuhalten.

Fazit

Loyalität und Vertrauen sind keine Einbahnstraße. Sie erfordern Engagement und Einsatz von beiden Seiten – Führungskräfte und Mitarbeiter. Indem wir diese Werte aktiv fördern, schaffen wir eine starke, motivierte und engagierte Mannschaft, die bereit ist, gemeinsam mit uns die Herausforderungen der Zukunft zu meistern. Diese Ergebnisse der HOLOY-Mitarbeiterbefragung sind ein klarer Beweis für den Erfolg unserer Bemühungen, eine vertrauensvolle und loyale Unternehmenskultur zu schaffen. Wir werden weiterhin daran arbeiten, diese Werte zu leben und zu stärken!

**Herzliche Grüße,
Ihr Jörg Bachmann**



Claudia und Jörg Bachmann



Stefan Meine

Wir freuen uns, Teil der Exzellenten Lernorte zu sein und aktiv zur Förderung von Innovation und Nachhaltigkeit in der Tagungshotellerie beizutragen. Unsere Beteiligung erstreckt sich über mehrere wichtige Gruppen, in denen wir unsere Expertise und Leidenschaft einbringen.

Unser Engagement bei den Exzellenten Lernorten, unseren ELOs!

ELO Trainer & ELO Vertrieb

Unser Geschäftsführer Jörg Bachmann vertritt das ARCADEON gleich in zwei Arbeitsgruppen. Er engagiert sich sowohl in der ELO Trainergruppe als auch in der ELO Vertriebsmannschaft. Hier setzen wir uns für die Kooperation mit unseren ELO Trainern ein und fördern Verkaufsaktivitäten, um die Bekanntheit und Attraktivität der Exzellenten Lernorte weiter zu steigern.

ELO Ideen & Trends

Claudia Bachmann, unsere Marketing- und Verkaufsleiterin, engagiert sich in der ELO Ideen & Trends Gruppe, die sich alle zwei Wochen donnerstags für eine Stunde online trifft. Unter anderem arbeitet sie bereits an der dritten Auflage des beliebten ELO Kochbuchs, das kulinarische Highlights unserer Mitgliedshotels hervorhebt. Gemeinsam bringen alle in dieser Gruppe immer wieder neue, innovative Ideen ein, testen modernste Technik und erforschen Trends der Tagungshotellerie.

ELO Azubicamp

Stefan Meine, unser Assistent der Geschäftsleitung, ist in der ELO Azubicamp-Gruppe aktiv. Diese Gruppe organisiert einmal im Jahr ein Azubicamp, bei dem alle Auszubildenden der Exzellenten Lernorte des ersten Lehrjahres für zwei Tage zusammenkommen. Es bietet eine großartige Gelegenheit zum Austausch und zur Vernetzung der Nachwuchskräfte. Das erste Camp fand im ARCADEON statt.

Gemeinsam mehr erreichen!

Durch unsere aktive Teilnahme in diesen Gruppen tragen wir dazu bei, die ELOs weiterzuentwickeln und gemeinsame Projekte voranzutreiben. Unser Engagement zeigt, dass wir nicht nur an die Zukunft der Tagungshotellerie glauben, sondern auch aktiv daran arbeiten, diese mitzugestalten.

Für weitere Informationen unserer Kooperation besuchen Sie auch gern die Homepage www.exzellente-lernorte.de



FESTIVALISIERE DEINE TAGUNG



EIN INNOVATIVES FORMAT IN UNGEWÖHNLICHEN ZEITEN!

„Ihre Tagung als Festival! Wir helfen mit unserer Konzeptkompetenz bei der Planung und Umsetzung Ihrer Tagung als Festival. Dabei ist die Festivalisierung keine reine Unterhaltungsangelegenheit, sondern eine erfolgssichernde Maßnahme, die unvergessliche emotionale Erlebnisse in Ihren Teilnehmenden hervorruft und so Bindungen in einem vielfältigen Geflecht erzeugt. **#nextlevelworkshoparcadeon**“



Die für Sie passgenaue Konzeptionierung und Durchführung Ihrer festivalisierten Tagung ist unser gemeinsam Ziel.



Unvergessliche emotionale Erlebnisse schaffen die Basis für Vertrauen und Identifikation.



NEUES DENKEN BRAUCHT NEUE RÄUME

ARCADEON

Haus der Wissenschaft und Weiterbildung
Lennestraße 91
58093 Hagen

Tel. +49 2331 / 3575-0
Mail: info@arcadeon.de
www.arcadeon.de



Weitere Infos
in unserem
IMAGEFILM

Die Weihnachtszeit kommt bestimmt und wir freuen uns, Ihnen unser neues und spannendes Weihnachtsprogramm 2024 vorstellen zu dürfen! Dieses Jahr laden wir Sie zu einem unvergesslichen Erlebnis in unserem Quartier 82 ein. Ob für Ihre Tagung zum Jahresabschluss, die Betriebsversammlung oder einfach nur eine festliche Feier mit Kollegen und Freunden – wir bieten Ihnen das perfekte Ambiente, um das Jahr gebührend ausklingen zu lassen.

Ein Fest für alle Sinne!

Das Weihnachtsprogramm 2024 im ARCADEON

Ein Fest der Möglichkeiten

Unser Weihnachtsprogramm verbindet Arbeit und Vergnügen auf einzigartige Weise. Beginnen Sie Ihren Tag mit einer inspirierenden Tagung in unseren außergewöhnlichen Räumlichkeiten, gefolgt von einem gemütlichen Empfang am Lagerfeuer. Für den Teamgeist sorgen spannende Events wie Eisstockschießen, Advents-Werkstatt, Christmas-Escape, Winter-Quiz oder die Weihnachts-Olympiade. Diese Aktivitäten bringen nicht nur Schwung in Ihre Veranstaltung, sondern sorgen auch für viel Spaß und gute Laune.

Genuss pur

Ab 19:30 Uhr öffnen wir die Türen zur großen Weihnachts-Party! In unseren Getränkekühlschränken erwarten Sie kühle Drinks, darunter Mineralwasser, Softgetränke, Säfte, Bier, Prosecco, Weißwein, Rosé und Rotwein. Diese Getränke sind bis 1:00 Uhr nachts im Preis enthalten, sodass Sie rundum sorglos feiern können.



Entspannt übernachten

Für eine komfortable Übernachtung bieten wir Ihnen Einzelzimmer inklusive reichhaltigem Frühstücksbuffet im Quartier 82 (3*-Kategorie | Gästehaus).

Wir haben 20 Zimmer verfügbar, bei Bedarf stehen weitere Zimmer im ARCADEON zur Verfügung.





Kulinarische Highlights

Unser Küchenteam verwöhnt Sie von 20:00 bis 22:00 Uhr mit kulinarischen Köstlichkeiten:

- Morchel-Rahmsuppe mit Petersilie und Croûtons
- Gefüllte Birnen im Ofen gratiniert mit Gorgonzola, Honig, Thymian und Walnusskernen
- Spare Ribs und eine Tasting-Bar mit BBQ-Saucen, Cole Slaw und Waldorfsalat

Dazu servieren wir:

- Kartoffel-Dippers mit Aioli
- Feldsalat mit Kräuter-Vinaigrette und Joghurt-Dressing

Kreieren Sie Ihren Traum-Burger an unserer Burger-Bar:

- Pulled Duck-Burger mit gezupfter Entenkeule, knusprigem Speck, glasierten Apfelspalten und Rotkrautsalat
- Veggie-Burger mit Green Oat Patties, Limetten-Mayonnaise und frischen Gemüsescheiben

Zum süßen Abschluss

genießen Sie warmen Apfel-Crumble mit Vanillesauce.

Buchen Sie Ihr Weihnachtsfest im ARCADEON

Wir freuen uns darauf, mit Ihnen eine unvergessliche Weihnachtszeit zu verbringen. Kontaktieren Sie uns für Buchungen und weitere Informationen. Lassen Sie uns gemeinsam das Jahr 2024 in festlicher Stimmung ausklingen oder das neue Jahr 2025 stimmungsvoll begrüßen – je nachdem wie es für Sie am besten passt!



Unser Veranstaltungsteam: Sabine Ackermann (Bankett-Verkaufsleiterin), Lea Vorkäufer (Bankettassistentin) und Rainer Weidlich (Veranstaltungsleiter)





GERNHIER
mit EUCH