

PRESSE - INFORMATION

Hotellerie / MICE / Klausurtagung 29-04-2019

Dolce Bad Nauheim: Change on stage



Innovative Live-Kommunikation meets Historie: Führungskräfte des größten hessischen Wohnungsunternehmens arbeiteten mit Regisseuren und Schauspielern im hoteleigenen Jugendstil-Theater an neuer Konzernstrategie

Bad Nauheim / Frankfurt am Main (hds).- Nur Vorausdenken macht fit für die Zukunft! Dieser Maxime folgend, überprüft die Unternehmensgruppe Nassauische Heimstätte | Wohnstadt alle fünf Jahre ihre Konzernstrategie. Mit rund 60.000 Mietwohnungen in 140 Städten und Gemeinden zählt sie zu den führenden deutschen Wohnungsunternehmen. Unterstützt durch die konstruktiv-kritische Mitarbeit von Ernst & Young Parthenon hat das Unternehmen auf allen Ebenen an neuen Zielen und Weiterentwicklungen in den Bereichen Expansion, Ökonomie, Nachhaltigkeit und

soziale Verantwortung gearbeitet. In einer zweitägigen Klausurtagung im Jugendstil-Theater des Konferenz- und Tagungshotels Dolce Bad Nauheim galt es, 65 Führungskräfte aktiv „mit ins Boot zu holen“. Sie erfuhren unter dem Motto „Strategie 2018+“, wo bereits jetzt die Unternehmensstärken liegen, wie die Zielsetzung aussieht und wie sie selbst zukunftsorientiert in ihren Teams Potenziale wecken können.

Neue Strategie – neues Format

Dabei wurden alle Teilnehmer zu „Regisseuren des Wandels“. Zunächst wurden sie backstage auf die Bühne des hoteleigenen Theaters geführt – „den Brettern, die die Welt bedeuten“. In dieser historischen Location finden sonst Konzerte, Ballett- und Musical-Aufführungen, aber auch Produkt-Präsentationen, Car-Launches sowie Themen-Dinner statt. Jeder der sichtlich überraschten Teilnehmer erhielt dort sein persönliches Regiebuch. „On stage“ befassten sie sich mit der Umsetzung und Vermittlung der zentralen Strategie-Inhalte. Ihnen zur Seite standen Coach und Speaker Dr. Carl Naughton, Braincheck, Köln, Live-Kommunikationsexperte Dr. Torsten Fremer, Agentur Klubhaus, Köln, sowie professionelle Regisseure und Schauspieler. „Ein hohes Maß an Partizipation ist ein wesentlicher Punkt erfolgreicher Events. Im Falle der Unternehmensgruppe Nassauische Heimstätte I Wohnstadt haben wir uns einer alten Kulturtechnik bedient – dem Theater: Es kombiniert Bilder mit Worten, ist unmittelbar und universal, basiert auf uralter Tradition und stellt eine sehr ursprüngliche Art von Kommunikation dar“, so Dr. Fremer. „Bei dieser Klausurtagung traf Wirtschaftspsychologie auf Pragmatik. In der Schnittmenge ergaben sich drei Schlüsselemente: ‚Klarheit‘, ‚Kompetenzbestätigung‘ und ‚emotionale Nähe‘. Diese Trias bildete sowohl den roten Faden der zweitägigen Veranstaltung als auch die Basis der Interaktion mit den Inhalten“, ergänzt Dr. Naughton.

Body Voting, Camp Fire, World Café



Moderne Elemente wie Body Voting, im ganzen Theater verteilte Camp Fires mit maximal acht Personen sowie die branchenübergreifende Situationsanalyse von E&Y Parthenon spielten ebenfalls eine wichtige Rolle. Auf dem Boden der 250 Quadratmeter großen Bühne war eine überdimensionale und

begehbare Strategie-Grafik aufgebracht. In ihr bewegten sich die Verantwortlichen des Führungsteams des Konzerns in ihren jeweiligen Geschäftsfeldern. Zuvor geschult durch ein Bühnen-Training, erläuterten sie anschaulich die Ist-Situation und den Weg, den das Unternehmen in ihrem Bereich nehmen muss, um weiterhin erfolgreich zu sein.

Graphic Recording: Strategie als Bild

Am zweiten Tag wurden die Themen intensiviert: In einem World Café beleuchteten Arbeitsgruppen inhaltliche Aspekte der Strategie-Module – gefolgt von Rhetorik-, Mimik- und Gestik-Trainings mit Profi-Schauspielern. Weiteres Novum: Graphic Recording! Zeichner Mathias Süß begleitete die komplette Tagung und erstellte mit seinem Strategiebild ein visuelles Protokoll. Zentrales Motiv: Die Etappen zu zwei Gipfeln mit den anvisierten Zielen: „Nr. 1 in Preis-Leistung“ und „75.000 Wohneinheiten“.

Zeichen: 3.847 (inklusive Leerzeichen, und Headline)

Fotos: Marc Strohfeldt

www.dolcebadnauheim.com

www.facebook.com/HotelDolceBadNauheim

www.instagram.com/dolcebadnauheim

Das **Dolce Bad Nauheim** liegt an den grünen Ausläufern des Taunus. In die City von Frankfurt am Main und zum drittgrößten Flughafen Europas sind es nur 20 Minuten Fahrtzeit. Alle 146 Zimmer und 13 Suiten verfügen über einen großzügig gestalteten Arbeitsplatz, einen Sitzbereich sowie größtenteils Balkone. Umgeben von einem 200 Hektar großen Park stehen indoor 2.750 Quadratmeter Veranstaltungsfläche für Tagungen und Events aller Art zur Verfügung. Das Vier-Sterne-Hotel ist EVVC- und Degefest-Mitglied. Neben 27 flexiblen Meeting-Räumen beherbergt es ein besonderes Veranstaltungsjuwel: Das historische Jugendstil-Theater mit 730 Plätzen kann für exklusive „Dinner on Stage“ und Produkt-Präsentationen und weitere kreative Veranstaltungsformate gebucht werden. In der Gesundheitsstadt Bad Nauheim verwöhnt auch das Hotel seine Gäste mit allen Sinnen: Feine Küche, ein Wellness-Bereich mit Hallenbad (20 x 8 Meter), finnische Sauna, Saunarium, Dampfbad und Babor Beauty-Salon, Fitness-Einrichtungen sowie zahlreiche Freizeitangebote bieten Entspannung zu jeder Jahreszeit und bei jedem Wetter. Des Weiteren zählt Bad Nauheim nach einer Focus-Studie zu den Top-Kurorten Deutschlands 2019! Für Elvis-Fans: Der King of Rock 'n' Roll lebte während seiner Militärzeit in einer Villa vis-à-vis.

Zeichen im Kasten: 1.290

Pressekontakt: hds agentur für presse- und öffentlichkeitsarbeit, Heike D. Schmitt, Stefan Krämer, Kaiser-Friedrich-Ring 23, 65185 Wiesbaden, T. (0) 611-99 29 - 111 / - 113, E-Mail: h.d.schmitt@hds-pr.com, s.kraemer@hds-pr.com

V. i. S. d. P.: Dolce Bad Nauheim, General Manager Harald Hock, Elvis-Presley-Platz 1, 61231 Bad Nauheim, T. (0) 6032 - 30 30, F. (0) 6032 – 30 34 19, harald.hock@dolcebadnauheim.com