

# MÜNCHNER NOTIZEN



„Nicht der zufriedene Gast – das ist nur Note drei –, sondern der positiv überraschte, der begeisterte und loyale Gast muss das Ziel unserer Bemühungen sein.“ Dies ist das Credo, das Managementtrainer **Gerhard Fuchs** 28 Auszubildenden in Mayers Intercity-Hotel München bei einem Workshop vermittelte. Mit dem Total Loyalty Marketingkonzept soll der Gast so weit loyal werden, dass er oder sie letztendlich als Empfehler für das Haus auftritt. Als erster Betrieb überhaupt richtet **Mayers Intercity-Hotel** München sein Unternehmenskonzept damit vollständig an den Prinzipien des Total Loyalty Marketing aus. Während eines zweitägigen Workshops für alle anderen Mitarbeiter hatten die Auszubildenden in eigener Verantwortung den Hotelbetrieb alleine geführt. *fis*