

Weniger Office, mehr Offensive: Interview mit der neuen Direktorin des Jumeirah

Was kann Daniela Fette-Rakowski besser machen?

Während Frauen in Spitzenpositionen in der Tophotellerie immer noch eine Rarität sind, wurde im Jumeirah in Frankfurt nun zum dritten Mal eine Frau zur General Managerin ernannt. Vor Daniela Fette-Rakowski führten auch Dagmar Woodward und Doris Greif das Haus. Das Jumeirah in Frankfurt ist das einzige Hotel der in Dubai basierten Gruppe auf europäischem Boden. BISS sprach mit der neuen Hoteldirektorin.

Die Lage mitten im Zentrum von Frankfurt ist optimal. Für Hotelgäste, aber auch lokale Besucher. Der Frankfurter tut sich aber schwer mit seinen Hotels und dessen Restaurants und betritt diese nur zögerlich bis gar nicht. Ein Wohnzimmer, wie es beispielsweise das Vier Jahreszeiten für die Hamburger ist, gibt es unter den Frankfurter Hotels nicht. Das Restaurant Max on One liegt zudem auf der ersten Etage, was für lokale Gäste eine zusätzliche Hürde bedeutet. Trotz solider Küchenleistungen hat das Max on One bislang nicht sein Zielpublikum gefunden. Auch die neue General Managerin Daniela Fette-Rakowski möchte das Hotel und sein Restaurant „gerne zum Wohnzimmer der Stadt“ machen, kann dafür aber natürlich noch kein Rezept anbieten. „Das Max on One hat viel Potential, wir müssen weiter am Konzept feilen, meint sie.



Daniela Fette-Rakowski

Der Ex Michelin-Chef Michael Ellis ist seit genau einem Jahr „Chief Culinary Officer“ bei Jumeirah und damit für alle Hotels der Gruppe so etwas wie ein Geschmacksberater. Er und der ebenfalls noch neue CEO der Gruppe José Silva wollen Gastronomie und Kulinarik als Alleinstellungsmerkmal der Hotelgruppe etablieren. Das hört sich gut und hat in dem einen oder anderen Fall auch schon Wirkung gezeigt, in Frankfurt ist das jedoch noch nicht angekommen. Die Food & Beverage Abteilung ist keineswegs schlecht aufgestellt und engagiert sich, was fehlt ist tatsächlich ein Alleinstellungsmerkmal, dass für Gäste so überzeugend ist, dass sie deshalb auch den Weg in den ersten Stock wagen.

Frankfurt ist schon lange nicht nur eine Business & Banken-Metropole und wird immer mehr als touristische Destination entdeckt. „Wir beherbergen viele Gäste, die aus geschäftlichen

Gründen in die Stadt kommen“, meint Daniela Fette-Rakowski. „Die Stadt für Freizeitreisende attraktiv zu vermarkten, ist eine unserer Hauptaufgaben.“ Das Jumeirah, so sagt sie, profitiere von Attraktionen wie der Alten Oper, dem Mainufer und der Neuen Altstadt, die man vom Hotel bequem zu Fuß erreichen könne.

Ein Management, das sich immer mehr um Zahlen und Bürokratie kümmern muss, verliert den Kontakt zum Gast und im schlechtesten Fall auch zu den eigenen Mitarbeitern. Hier hat sich inzwischen in der Branche ein Gegentrend entwickelt, der einer Hotelführung mehr Freiraum zum Repräsentieren erlaubt. Dagmar Woodward, die mit sehr viel Chic ihren Pariser Background zeigen konnte, belebte das Haus auf ihre Weise. Auch Daniela Fette-Rakowski will „besonders stark den Kontakt zum Gast und den Mitarbeitern“ suchen. Wer meist im Büro sitzt, verpasst diese Möglichkeit. „Ich mache immer morgens meine Runde durchs Haus, um im direkten Gespräch zu erfahren, was die Mitarbeiter und die Gäste bewegt“, meint die Jumeirah-Chefin, die in erster Linie als „passionierte Gastgeberin“ gesehen werden möchte. Daniela Fette-Rakowskis offene und gewinnende Art wird ihr dabei helfen.

Ludwig Fienhold



Danie
la
Fette
-
Rakow
ski
arbei
tet
seit
mehr
als
19
Jahre
n in
der
Hotel

lerie und war zuvor als Hotelmanagerin in der Villa Kennedy in Frankfurt tätig. Weitere Stationen waren unter anderem das Kempinski Gravenbruch als Director of Sales & Marketing sowie die Steigenberger Hotels AG, wo sie als Regional Director of Sales arbeitete.

Photocredit: Jumeirah