

25. Februar 2013

Top Weine gibt es auch im Hotel: Mercure bildet eigene Mundschenke aus

Die Schulung war anstrengend und anspruchsvoll, die Prüfung war extrem hart. Auch das ist ein Zeichen, wie ernst die Hotelmarke Mercure (mercure.com) die kulinarischen Spezialitäten in seinen über 100 Hotels und damit folgerichtig die Ausbildung seiner Mundschenke nimmt. Denn für Mercure sind das kulinarische Angebot und die Grands Vins Mercure klare Vorteile im Wettbewerb um Gäste im Hotelmarkt des individuellen Mittelklassesegments.

Für Volkmar Pfaff, Geschäftsführung Accor Hospitality Germany GmbH & Senior Vice President MGallery & Mercure Central Europe, sind die Mundschenke neben der Qualität der Weine und dem Verfahren der Endverkostung die „dritte Säule, die den ausgezeichneten Ruf der Grands Vins Mercure bei Hotelgästen, Weinliebhabern und -experten gleichermaßen ausgebaut und gefestigt haben“. Es geht laut Volkmar Pfaff bei der Weinpolitik der Marke „um das konkurrenzlose Angebot erlesener, vornehmlich deutscher Weine, mit dem sich unsere Hotelmarke deutlich im Wettbewerb absetzt.“

Botschafter für die Grands Vins Mercure

Für Mercure sind die Mundschenke die Botschafter der Weine und der Hotelmarke. Entsprechende Herausforderungen sind die Ausbildungen zu den drei Stufen Bronze, Silber und Gold, wobei das Gold-Prädikat aufgrund der Schwierigkeit der Prüfungen nur noch sehr wenigen Mercure Mitarbeitern vorbehalten ist. Die jüngste Prüfung bestanden schließlich:

Nadia Tanguy (Mercure Hotel Berlin City West)
Beate Ziolo (Mercure Hotel München Neuperlach Süd)
Stephanie Schultis (Mercure Hotel München Neuperlach Süd)
Martina Hocke (Mercure Tagungs- und Landhotel Krefeld)
Sandy Mauermann (Mercure Hotel Erfurt Altstadt)
Alexander Schmidt (Mercure Hotel Frankfurt Airport Neu-Isenburg)

Mehr Informationen zu den Mercure Mundschenken und den Grands Vins Mercure, Philosophie und aktuelle Weine: grandsvinsmercure.de

Bildunterschrift: Die frisch gebackenen Gold Mundschenke mit ihren Ausbildern und Prüfern Thomas Dröscher (2. V. li.), Kurt Janett und Ulrich Fehmer (v. re.).



Accor, der weltweit führende Hotelbetreiber und europäische Marktführer, ist in 92 Ländern mit über 3.500 Hotels und 450.000 Zimmern präsent. Accors breit gefächerte Hotelpalette – Sofitel, Pullman, MGallery, Grand Mercure, Novotel, Suite Novotel, Mercure, Adagio, ibis, ibis Styles, ibis *budget* und hotelF1 – hält ein umfangreiches Angebot von Luxus bis Budget bereit. Mit mehr als 160.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern weltweit steht die Gruppe ihren Kunden und Partnern mit 45 Jahren Know-how und Fachkompetenz zur Seite. In Deutschland ist Accor mit über 330 Hotels der Marken Sofitel, Pullman, MGallery, Novotel, Suite Novotel, Mercure, Adagio, ibis, ibis Styles und ibis *budget* vertreten.

Über Mercure:

Mercure ist die Mittelklasse-Marke der Accor Gruppe, dem weltweit führenden Hotelbetreiber mit über 3.500 Hotels und mehr als 160.000 Mitarbeitern in 92 Ländern.

Die nicht-standardisierten Häuser der Marke Mercure liegen in Städten und Urlaubsregionen und bieten sowohl Geschäfts- als auch Freizeitreisenden eine attraktive Alternative zu Hotelketten oder Individualhotels. Alle Mercure Hotels werden von engagierten Hoteldirektoren geführt. Im Mittelklasse-Segment ist Mercure die einzige Marke, die die Stärken eines internationalen Netzwerks mit über 725 Hotels in 51 Ländern und garantierten Qualitätsstandards mit einem authentischen Hotelerlebnis verbindet – jedes einzelne Mercure Hotel hat einen individuellen Charakter und einen starken regionalen Bezug.

Mehr Informationen finden Sie unter mercure.com.

Pressekontakt:

Accor Hospitality Germany GmbH

Eike Alexander Kraft
Vice President
Public Relations & Corporate Communications
Tel : +49 (0) 89 / 63002 - 500
E-Mail: eike.kraft@accor.com
Web: www.accor.com/presse/deutschland

Accor Presse Service

Bernhard Krebs
Tel: +49 (0) 9471 / 6047784
E-Mail: accor-presseservice@redkrebs.de

Service für Journalisten

Die Accor PressCorner Deutschland www.accor.com/presse/deutschland