

«The Alpina Gstaad» schafft neue Stelle «Director Marketing & Partnership»

Das «The Alpina Gstaad» organisiert sein Marketingkader neu: Mit Brenda Zimmermann hat das 5-Superior-Hotel erstmals die Position eines «Director Marketing and Partnership» besetzt.



Neue «Director Marketing and Partnership» im «The Alpina Gstaad»: Brenda Zimmermann.

Bild: The Alpina Gstaad/zvg

Um sein Engagement für eine verantwortungsvolle und nachhaltige Unternehmensführung zu unterstreichen, hat das «The Alpina Gstaad» die Aufgaben der Marketingleitung neu definiert. Das 5-Superior-Hotel hat erstmals die Position eines «Director Marketing and Partnership» besetzt.

Mit der neu geschaffenen Stelle eines «Director Marketing and Partnership» will das 5-Sterne-Superior-Haus The Alpina Gstaad sein Engagement für eine verantwortungsvolle und nachhaltige Unternehmensführung unterstreichen, wie es in einer Mitteilung heisst. Für die neue Position hat das 5-Sterne-Haus per April 2019 Brenda Zimmermann gewinnen können. Die in Kenia und Deutschland aufgewachsene, ausgewiesene Branding-, Kommunikations- und Marketingexpertin ist in der Schweizer Tophotellerie keine Unbekannte.

Die Betriebswirtin für Hospitality & Tourism Management mit breiter internationaler Erfahrung – unter anderem als PR Manager EAME bei Starwood Hotels & Resorts – war von Juni 2012 bis Dezember 2016 Director of Sales & Marketing in den Schwesternbetrieben Kulm Hotel St. Moritz und Hotel Kronenhof in Pontresina. Danach arbeitete die 36-Jährige als selbstständige Branding- und Kommunikationsspezialistin in St. Moritz und Basel.[IMG 2]

«Es freut mich, dass wir Brenda Zimmermann in unserem Leitungsteam begrüßen können», sagt General Manager Tim Weiland. «Ihre internationale Ausrichtung, ihre breit gefächerte Erfahrung in Marketing, Public Relations und Kommunikation für führende Hotels und Hotelgruppen und ihre Sprachkenntnisse – Brenda Zimmermann spricht fünf Sprachen – haben uns überzeugt. Mit ihrer Persönlichkeit wird sie sowohl unserer Positionierung im Luxus-High-end-Bereich als auch unserem Engagement für Nachhaltigkeit gerecht.»

Neben der umfassenden Angebots- und Konzeptentwicklung gehören der Aufbau von Kooperationen mit Luxusmarken sowie strategischen Partnern auf globaler Ebene ebenso zu den Kernaufgaben der neuen Stelle wie die Bereiche Kundenbindung und die gesamte interne und externe Kommunikation. Auch das Thema Nachhaltigkeit wird zu den Kernaspekten der neuen Stelle gehören und soll so direkt in die Bereiche Marketing und Partnerschaften einfließen. (htr)

Publiziert am Dienstag, 25. Juni 2019