

Wolfgang Clement (r.)
übergibt das „Top Job-
Siegel 2016“ an Klaus
Michael Schindlmeier
(2.v.l.) und Mitarbeiter.



EMPLOYER BRANDING

#LoveMyJob

Mit den sinkenden Geburtenzahlen steigen die Nachwuchssorgen der Hotellerie, die ein Haus nach dem anderen eröffnet. Die Millennials sind wenige und wählerisch. Wie finden und binden Hotels die besten Köpfe?

► Als der ehemalige Bundeswirtschaftsminister Wolfgang Clement in Berlin 93 Mittelständler für ihre Arbeitgeberqualitäten mit dem „Top Job-Siegel 2016“ auszeichnet, ist das Best Western Plus Palatin Kongresshotel darunter. Grundlage für die Bewertung ist eine Befragung unter 19.884 Beschäftigten. Wolfgang Clement lobt das Palatin für seine Fachkräftesicherung durch Arbeitgeberattraktivität. Klaus Michael Schindlmeier versichert stolz: „Mit Hilfe der ‚Top Job‘-Analyse und dem Feedback der Mitarbeiter werden wir unsere Arbeitgeberqualitäten weiter ausbauen.“ Den demografischen Wandel vor Augen betont der Hoteldirektor: „Wir müssen ungewöhnliche Wege gehen, um junge Menschen von einer Ausbildung oder einem dualen Studium bei uns zu überzeugen.“

Dem schlechten Image der Hoteliers als Arbeitgeber begegnet Schindlmeier als Herausgeber des Buchs „Breite Brust – Hotellerie ist Zukunft“. Seine Autoren sind junge Mitarbeiter aus verschiedenen Abteilungen wie Veranstaltungstechnik, F&B oder Sales & Marketing. Unzensuriert schildern sie die Höhen und Tiefen ihres beruflichen Werdegangs in Wiesloch. Auf Facebook ist zu sehen, wie der GM mit zehn jungen Führungskräften auf Leser- bzw. Studienreise geht und das Werk u.a. im Jumeirah Frankfurt vorstellt, FourSide Hotel Braunschweig, Prizeotel Hannover-City und Estrel Berlin – Hausführungen

und Blicke hinter die Kulissen inklusive. Gastgeber und Gäste sind begeistert.

Platz drei als „Deutschlands beste Arbeitgeber 2016“ in der Kategorie 501 bis 2.000 Beschäftigte sichert sich die Hyatt Hotels Corporation. Auch „Great Place to Work“ ehrt aus Mitarbeitersicht Betriebe mit attraktiver Arbeitsplatzkultur. Hyatt ist die einzige Hotelkette, die sich platziert. „Unsere Unternehmenskultur basiert auf Empathie und Fürsorge für Gäste und Mitarbeiter und die jüngste Auszeichnung beweist, dass unsere Mitarbeiter dies sehr schätzen“, sagt Bastian Bösel. Der Area Human Resources Director in Deutschland ist zuständig für 980 Mitarbeiter in sechs Häusern, dem im Park Hyatt Hamburg, Grand Hyatt Berlin und den Hyatt Regency Hotels in Düsseldorf, Köln und Mainz. Einmal im Jahr treffen sie sich unter dem Motto „Celebrating our People“. Das Jahr über nutzen sie kostenlose Fortbildungen wie Schulungen und E-Learnings oder Austauschprogramme. In „Hyattalks“ geben sich Mitarbeiter und Direktoren Feedback, nicht zuletzt zu Karriereperspektiven in den Schwesterhotels von zehn Marken und 600 Betrieben in aller Welt.

Auf internationales Recruiting setzt dieses Jahr Sandra Dreher, um die besten jungen Köpfe zu finden. Als Vice President Sales & Marketing Europe der Leonardo Hotels weiß sie: „Unsere Hotelgruppe ist ein international agierendes Unternehmen mit Gäs-

„Wir müssen
ungewöhnliche
Wege gehen, um
junge Menschen
von einer
Ausbildung zu
überzeugen.“

Klaus Michael Schindlmeier,
Palatin Kongresshotel





Employer Branding zeitgemäß: Méliá setzt auf soziale Medien und seine Mitarbeiter.

ten aus aller Welt, daher suchen wir gezielt „europäische Arbeitnehmer“. Hierzu hat Leonardo ein Recruiting-Netzwerk mit 30 Hotelfachschulen aus Europa ausgebaut und beteiligt sich beispielsweise am Assessment Center Day des Westminster Kingsway College in London und dem EMCup mit 30 Hotelfachschulen in Maastricht. **Karrierewege ebnet dem Nachwuchs die Leonardo Academy, die über 100 Mitarbeiter absolviert haben.** „Wir freuen uns auf die nächsten drei Studienjahrgänge in 2016“, so Dreher. Sie unterstreicht: „Leonardo Hotels rekrutiert seinen Führungsnachwuchs ausschließlich aus der eigenen Academy.“

„Wir bilden auf hohem Niveau aus und binden unsere Auszubildenden an das Unternehmen, etwa durch Übernahmegarantien und den ‚Dorint Azubi Oscar‘“, erläutert Karl-Heinz Pawlizki. Der Geschäftsführer der Neue Dorint GmbH ergänzt: „Neue Mitarbeiter stellen wir mit unbefristeten Verträgen ein.“ Den Beschäftigten bieten sich auf allen Ebenen Möglichkeiten der Aus- und Weiterbildung und Talenten interne Programme wie „Sales Manager.Made by Dorint“ oder „Controlling.Made by Dorint“.

Bei NH Hotels sichert die „NH University“ mit Fortbildungen in Fern- und Präsenzkursen. Da gerade die Generation Y ein sozial verträgliches Umfeld erwartet, fördert die NH Hotel Group die kulturelle und internationale Vielfalt und plädiert für Chancengleichheit. „Das Unternehmen agiert stets im Rahmen seines ethischen Verhaltenskodex, den allgemeinen Menschenrechten und den Grundsätzen des Global Compact und achtet auf die internationalen sowie nationalen Gesetze“, so Stephan Demmerle, Managing Director Business Unit Central Europe.

Den Global Compact, die weltgrößte Corporate Sustainability Initiative, hat auch Meliá Hotels International unterzeichnet. Geht es um die Ansprache der Digital Natives, sagt Gabriel Escarrer: „Wir nutzen die sozialen Netzwerke mehr und mehr als strategi-

sches Tool, um Talente anzuziehen.“ Für den CEO und Vice Chairman Meliá Hotels International eröffnet das digitale Umfeld neue Wege die Arbeitgebermarke aufzuwerten und menschlicher zu machen, ihre Werte und Arbeitsweise zu vermitteln.

Im letzten Jahr hat Meliá seine Recruitment-Strategie auf LinkedIn und Twitter ausgebaut und über den Account @MHICareers Beziehungen zu potenziellen Bewerbern aufgebaut. Mit über 80.000 Followern sind die Spanier sieben in der Nummer in der Twitter-Ranking internationaler Hotelketten. Auf die 50 Stellen, die Meliá Hotels in einem Monat bietet, gehen durchschnittlich 6.400 Bewerbungen ein. Über dem Hashtag #LoveMyJob teilen die Mitarbeiter in 140 Hotels in 40 Ländern auf Twitter ihre Leidenschaft für den Job. @KarenSmyth5 schreibt: „Just had strategy meeting for major academic/community/heritage industry project Bringing people together for new conversations #lovemyjob“. Das „Top Job-Siegel“ des 21. Jahrhunderts. **KERSTIN WÜNSCH**

 **WEB:** www.palatin.de

 **WEB:** www.melia.com

#LoveMyJob

In view of a steadily decreasing birth rate, the hotel industry, which is opening one property after the other, is facing a serious recruitment problem. The millennials are few and picky. Hotels are finding and binding top staff by offering an attractive working ambiance with empathy and qualification options. Meliá Hotels International is increasingly reaching out to talents through social networks. At hashtag #LoveMyJob, Meliá staffers in 140 hotels in 40 countries share their passion for the job. @KarenSmyth5 posted: "Just had strategy meeting for major academic/community/heritage industry project Bringing people together for new conversations #lovemyjob".