

Um die Zukunft mit dem Ziel zufriedener Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter neu zu gestalten, nutzt das Nordsee Kollektiv die entstehenden Synergien zwischen fünf Betrieben. Beim Hospitality HR Award wurde der Zusammenschluss dafür gleich mit zwei Auszeichnungen bedacht.



In Zukunft menschlicher

Starke Arbeitgebermarken und innovative Human-Resources-Konzepte hat die Deutsche Hotelakademie in Kooperation mit Tophotel und weiteren Partnern beim Hospitality HR Award ausgezeichnet. Im Rahmen des digitalen Events wurden 21 Top-Arbeitgeber aus den Bereichen Hotellerie, Gastronomie und Leisure geehrt.



Diana-Nadine Brammann ist
Geschäftsführerin des
Nordsee Kollektivs.

”

Unser Leitgedanke ist,
dass die Mitarbeiter
gesehen werden
wollen.“

Diana-Nadine Brammann,
Nordsee Kollektiv

Welche Antworten haben Hotels und gastronomische Betriebe auf den Fachkräftemangel, der seit Corona weiter an Brisanz gewonnen hat? Bereits seit 2013 werden mit dem Hospitality HR Award der Deutschen Hotelakademie erfolgreiche Arbeitgeber-Konzepte ausgezeichnet.

Gemeinsam stark

Die Zukunft für Mitarbeiter in der Hotellerie und Gastronomie nachhaltig neu zu gestalten und das Branchenimage zu verbessern, verbunden mit einer Strahlkraft

über die regionalen Grenzen hinaus, das ist die Vision, die das Nordsee Kollektiv mit seinen fünf Betrieben und rund 210 Teammitgliedern in St. Peter-Ording verfolgt. Über den Weg, ein Netzwerk zwischen den Betrieben und innerhalb der Region zu schaffen, hat es der Zusammenschluss geschafft, spürbare Mitarbeiter-Mehrwerte zu generieren.

„Unser zentraler Leitgedanke ist, dass die Mitarbeiter gesehen werden wollen“, sagt Diana-Nadine Brammann, Geschäftsführerin des Nordsee Kollektivs, das



Happy über Platz eins in der Kategorie Recruiting: Ulrike Dahl, Leiterin Human Resources, bei Karls Markt.



„Smile Training“ bietet das Atlantic Hotel Sail City und liegt damit in der Kategorie Ausbildung ganz vorn.

zusätzlich zum Sieg in der Kategorie HR-Strategie Ketten und Kooperationen auch den zweiten Platz für seine Leistungen beim Thema Recruiting erlangte. „Wir setzen mit dem Nordsee Kollektiv da an, wo die individuelle Reichweite der HR-Abteilungen aufhört.“ Durch die Kooperation bleibe die Individualität der Betriebe gewährleistet; gleichzeitig könnten im gemein-

samen Recruiting und Development Synergien geschaffen werden. Der Zusammenschluss versteht sich dabei als zentraler Caretaker vor Ort, als Onboardingstelle, neutrale Instanz, Vertrauensperson, Vermittler bei Wohnungsbedarf, von Beratungsgesprächen, Kontakten und Netzwerken.

So wurden im Juni 2021 das erste gemeinsame Wohnhaus sowie ein Fitnessstudio für Mitarbeiter in St. Peter-Ording eröffnet, nachdem es in der gesamten Region kein Fitnessstudio gab. Diana-Nadine Brammann: „Wenn's keiner macht, selber machen – so gelangt man von der Herausforderung zum innovativen Geschäftsmodell.“

Erfolgreich mit der „Generation Gold“

Als ebenfalls besonders innovativ und kreativ stach Karls Markt heraus und sicherte sich den Sieg in der Kategorie Recruiting. Das Unternehmen geht einen besonderen Weg, indem es auf die Erschließung einer neuen Zielgruppe setzt: der „Generation Gold“. Zu Karls Markt gehören sieben Karls Erlebnisdörfer im Norden und Osten Deutschlands, ein Hotel und mehr als 400 Erdbeerverkaufsstände. Das selbsternannte „Hybrid-System im erdbeerigen Freizeitpark-Charakter“ beschäftigt 1.000 Mitarbeiter, „Karlsianer“ genannt, an 365 Tagen im Jahr.

Während der Saison von Ostern bis Anfang November rekrutiert das Unternehmen zusätzlich 120 Saisonkräfte, 420 Schüler und 230 internationale Studenten. „Durch Corona war die Einstellung von internationalen Studenten und Saisonkräften nicht mehr möglich“, berichtet Ulrike Dahl, Leiterin Human Resources. Daher entwickelte Karls Markt eine neue Kampagne, die das Wissen und die Lebenserfahrung der „Generation Gold“ in den Mittelpunkt stellt und wertschätzt. „Wissen und Lebenserfahrung sind ein Schatz, sind Gold wert“, sagt Ulrike Dahl. Die an nur einem Tag geborene Kampagne mit dem Slogan „Für die einen bist Du ein Rentner. Bei Karls bist Du ein Goldstück!“, brachte dem Unternehmen 400 Bewerbungen und 322 „Goldies“ in sein Team.

„Smile Training“ für Azubis

Auf der tendenziell jüngeren Zielgruppe, den Auszubildenden, liegt der Fokus des Atlantic Hotels Sail City in Bremerhaven. Die jungen Leute ab dem ersten Lehrjahr in ihrer Persönlichkeitsentwicklung zu stärken ist die Antwort des Hauptpreisträgers in der Kategorie Ausbildung auf abnehmende Bewerberzahlen und hohe Abbrecherquoten innerhalb der Probezeit. Konzipiert wurde eine individuelle Förderung namens „Smile Training“, „damit aus unseren Mitarbeitenden echte Persönlichkeiten werden“, erklärt Hoteldirek-

tor Tim Oberdieck. „Soziale Verantwortung als Säule nachhaltiger Unternehmensführung bedeutet für uns, dass wir besonders in Dienstleistungsberufen gut mit unseren Mitarbeitenden umgehen, damit auch sie mit Gästen und Kollegen gut umgehen können.“

Mitarbeiterbindung auf sieben Säulen

Die Bindung der Mitarbeiter steht auch im Hotel Der Blaue Reiter in Karlsruhe seit vielen Jahren im Fokus der Unternehmensführung. Bereits 2013 hat Geschäftsführer Marcus Fränkle das „Sieben-Säulen-Mitarbeiterbindungs- und förderprogramm“ entwickelt, das sich in die sieben Bereiche Gesundheit, Sicherheit, Wissen, Freizeit, Soziales, Finanzen und Extras aufteilt. Alle Bereiche weisen dabei Benefits auf, die auf die Belange der Mitarbeiter ausgerichtet sind.

Neu hinzugekommen ist 2020 ein außergewöhnlicher Karriereplan, in dessen Zentrum die „Blauer Reiter Akademie by Deutsche Hotelakademie“ steht. Dabei handelt es sich um eine digitale Trainingsplattform, die den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Zugriff auf

eine Vielzahl von Webinaren ermöglicht. Sie werden dadurch gezielt, anwendungsorientiert sowie individuell gefördert. „Das Ziel ist, den Arbeitnehmern aufzuzeigen, wie sie sich weiterentwickeln und für eine langfristige Karriere im Haus gut aufstellen können.“



Mitarbeiterbindung und -entwicklung: Darin ist das Hotel Der Blaue Reiter von Geschäftsführer Marcus Fränkle Spitzenreiter.



DIE PREISTRÄGER 2021 IM ÜBERBLICK

HR-Strategie Ketten und Kooperationen

1. Nordsee Kollektiv
2. Lindner Hotels & Resorts
3. 25hours Hotels

Recruiting

1. Karls Markt
2. Nordsee Kollektiv
3. Coole Branche, ein gemeinsames Projekt von Dehoga Frankfurt, IGF Initiative Gastronomie Frankfurt und FHA Frankfurt Hotel Alliance

Ausbildung

1. Atlantic Hotel Sail City
2. H-Hotels.com
3. Dinzler Kaffeerösterei

Mitarbeiterbindung und -entwicklung

1. Hotel Der Blaue Reiter
2. Hotel Victoria Nürnberg
3. Natur- und Wellnesshotel Höflechner

HR-Strategie Individualhotellerie, Gastronomie & Leisure

1. Platzl Hotel
2. Ritter Durbach
3. Parkhotel Schillerhain

Change & Challenges

1. Schloss Hohenkammer
2. Scandic
3. Die Wasnerin

HGK-Ehrenpreis

1. Hotel Esplanade Dortmund
2. Seetel Hotels
3. Kastens Hotel Luisenhof

ÜBER DEN HOSPITALITY HR AWARD



**Merle Losem, Geschäftsführerin
Deutsche Hotelakademie.**

Wie zeitgemäße und mitarbeiterorientierte HR-Konzepte aussehen, zeigt der Hospitality HR Award und zeichnet alle zwei Jahre die besten HR-Konzepte aus. Coronabedingt wurde die Veranstaltung von 2020 in das Jahr 2021 verlegt. Mehr als 70 Bewerbungen gingen ein. In einem mehrstufigen Auswahlverfahren wurden die Sieger von einer Jury, bestehend aus acht Branchenexperten aus Wissenschaft, Beratung und Praxis, ausgewählt.

Seit der Premiere des Awards 2013 unterstützt die in der Hotellerie führende Stellenbörse Hotelcareer by Stepstone den Award der Deutschen Hotelakademie (DHA). Weitere Partner sind neben Tophotel auch HGK, Staatl. Fachingen, Gastromatic, Block Menü, Achenbach, Dallmayr, Eto Personalmarketing, Sion und Dorint Hotels & Resorts als Host für die Übertragung der Veranstaltung.

Der Verkündung der Preisträger ging auch in diesem Jahr der Hospitality HR Summit voraus. Worauf es heute als Arbeitgeber ankommt, erläuterte unter anderem Merle Losem, Geschäftsführerin der DHA. „Die Arbeitswelt in unserer Branche ist aus Mitarbeitersicht seit Corona besonders unsicher geworden.“ Es brauche neue Unternehmenskulturen, die Mitarbeiter stärken. Die Führungskräfte würden immer mehr zu Begleitern und Förderern. Ein weiterer Trend sei die fortschreitende Digitalisierung in allen Bereichen mit großen Potenzialen für die Mitarbeiter. Hier stelle sich die Frage, welche Aufgaben innerhalb eines Unternehmens an die IT abgegeben werden könnten und welche Freiräume dadurch für das jeweilige Team entstünden. Vor allem lebenslanges Lernen müsse laut Merle Losem unterstützt werden: „Wir leben in einer Wissensgesellschaft, der technologische Wandel schreitet voran. Nur mit Bildung lässt sich Schritt halten.“

Nachhaltige Strategie

Auch der Hauptpreisträger in der Kategorie HR-Strategie Individualhotellerie, das Platzl Hotel München, entwickelt seit vielen Jahren nachhaltig seine HR-Arbeit weiter, hat neue Prozesse implementiert und sein HR-Team verdoppelt. Bereits 2018 erhielt das Hotel einen



Bei den Individualhotels in der Kategorie HR-Strategie, Gastronomie & Leisure holte sich das Team des Platzl Hotels München den Sieg.



Geschäftsführer Martin Kirsch und Personalreferentin Ilona Heun vom Schloss Hohenkammer freuen sich über den ersten Platz in der Kategorie Change & Challenges.



Das Hotel Esplanade Dortmund wurde mit dem HGK-Ehrenpreis ausgezeichnet.

ersten Preis in der Kategorie Mitarbeiterbindung und -entwicklung. Auf der Basis einer gründlich erarbeiteten Arbeitgebermarke ist 2020 eine neue Employer-Branding-Kampagne entstanden, die die individuellen Talente der Mitarbeitenden in den Vordergrund stellt.

„Die gesamte HR-Strategie orientiert sich an unserer Philosophie. Wir erleben, dass das Miteinander im Team besser klappt, wenn jeder Einzelne im Job den Freiraum hat, sich zu entfalten. Wir glauben, dass man sich auf Traditionen nicht ausruhen darf, sondern sie ständig weiterentwickeln muss. Wir wissen, wie wichtig es ist, dass alle auf Augenhöhe miteinander kommunizieren, egal auf welcher Ebene“, erläutern Nina Mahnke, Leitern Personal und Qualitätsmanagement und Sophia Frei, Training und Quality Managerin des Platzl Hotels, bei der Vorstellung ihres Konzepts.

Zuschauer entscheiden

In der neuen Kategorie Change & Challenges des Hospitality HR Awards hatte schließlich das Publikum eine entscheidende Stimme, da die drei besten Bewerbungen von Die Wasnerin, Scandic und dem Schloss Hohenkammer eine gleich hohe Bewertung von der Jury erhalten hatten. Als Sieger ging am Ende Schloss Hohenkammer hervor. Der HGK-Ehrenpreis ging in diesem Jahr an das Mitglied Hotel Esplanade Dortmund für seinen Einsatz für das Team in Zeiten der Pandemie. Hoteldirektorin Katja Kortmann hatte gerade erst das Hotel des Vaters übernommen, um es zwei Wochen später coronabedingt schließen zu müssen.

Anja Eigen