

Lernen, die Herzen ticken zu hören

Das Menschsein steht im Mittelpunkt der Hotel- und Gastronomiebranche. Dennoch fühlen sich Nachwuchskräfte und bewährte Talente trotz ihrer Leidenschaft für ihre Arbeit oft nicht richtig wertgeschätzt. Hotalents-Teilnehmer*innen fordern ein Umdenken.

Wiesloch, 5. April 2019. Hotalents – der junge Hotelkongress ging am 1. und 2. April im Best Western Plus Palatin in Wiesloch in die zweite Runde. In einem symbolischen Boxring setzten sich Führungs- und Nachwuchskräfte mit der Arbeitssituation in der Hotellerie und ihrer Zukunft auseinander.

Vertrauen sei vor allem gefordert, sagte Hotalents-Initiator Klaus Michael Schindlmeier zur Eröffnung. Vertrauen in die Gastgeber und Vertrauen in die Gäste. Airbnb mache das vorbildlich vor. Vieles davon sei noch nicht angekommen in der Branche. „Wir müssen lernen, die Herzen ticken zu hören.“

Marlina Butt, 28-jährige „Gastro-Piratin“, plädierte in ihrer Keynote an die rund 150 Teilnehmer*innen, mehr Leidenschaft und Motivation im Gastgewerbe auszuleben. Das unterscheide Menschen von Maschinen. In den anschließenden Ideentalks in Kleingruppen mit Olaf P. Beck (Director of Human Relations Novum Hospitality), Patrick Deseyve (Mitgründer & Geschäftsführer von HOTELSHOP.one), Alexander Haußmann (Co-Founder und Geschäftsführer CODE2ORDER), Annett Reimers (Optimiserin und Hotelberatung mit Herz), Markus F. Weidner (Gründer der Qnigge Akademie – Freude an Qualität), Florian Weißenberger (Gebietsverkaufsleiter Nord Althaus Tea – Hanseatic Tea Export), Anja Eigen (Projektleiterin #hierwillicharbeiten, Lea Jordan (Geschäftsführerin HSMA Deutschland e. V.) und Klaus Michael Schindlmeier kam jeder zu Wort und Erfahrungen im Berufsleben wurden ausgetauscht. Dabei wurde deutlich, dass die Arbeitsbedingungen leider nach wie vor in vielen Häusern alles andere als vorbildlich sind. Auszubildende fühlen sich oft nicht ernst genommen und herablassend behandelt. Daran muss sich etwas ändern, so die Forderung. Der Dialog ist der erste Schritt. Nun müssen auch Konsequenzen in den Unternehmen folgen.

Die Keynote von Vaya Wieser-Weber zur Eröffnung des zweiten Kongresstages brachte es auf den Punkt: „Gute Laune ist Chefsache!“ Wenn eine Führungskraft sich nicht selbst im Griff hat, wird sie auch kein Team zusammenhalten und zum Erfolg führen können. Daraus brachte die heute als Coach und Rednerin tätige gelernte Köchin emotional bewegende Beispiele aus ihrem eigenen Leben, die ihre Botschaft einprägsam vermittelten.

In parallel stattfindenden Workshops konnten sich die Teilnehmer*innen anschließend im Detail mit verschiedenen Themen befassen: Jochen Oehler (Strategievorstand der DEHAG AG und Geschäftsführer der prognos) und Mario Pick (Partner bei der VON BONIN und Partner Personalberatung) gaben Tipps aus Personalersicht: „Ich seh' Dir in die Augen, 'Kleines'. Das Bewerbungsgespräch – Verhandlung auf Augenhöhe“. Julia von Klitzing (Prokuristin Hotelkompetenzzentrum GmbH) und David Siebert (Betterspace) erarbeiteten mit ihren Gruppen die Anforderungen an „Hotelzimmer der Generations Y–Z“. Andreas Georg Guth (Direktionsassistent Trainee Panorama Hotel Mercure Freiburg) stellte das Thema „Personalmanagement nach Aristoteles – Der Psychologische Vertrag und seine Auswirkung auf die Personalführung“ in den Fokus. Bei Clemens Arnold (Partner 2bdifferent, Heidelberg) ging es um eine nachhaltige Zukunft für die Hotellerie. „Sketchnoting und Gedankenskizzen“ konnten bei Anastasios Mengulis (Bikablo-Trainer) erprobt werden. Und die Ursachen für die hohe Personalfluktuation im Gastgewerbe wurden

mit Lea Stiller (Junior Marketing Specialist Hotelcareer) analysiert.

Nach einer frische Kräfte mobilisierenden Skyboxing-Session mit Ladies Full Power aus Darmstadt zeigte Markus F. Weidner, wie durch Berücksichtigung der 16 Lebensmotive nach Reiss gute Führung gelingen kann. Ob Ordnung, Macht, Beziehungen oder Neugier: Jeden bewegen andere Motive, was zu unterschiedlichem Verhalten führt. Eine gute Führungskraft muss sich selbst einordnen und das auch in der Zusammenarbeit mit anderen berücksichtigen können.

In der abschließenden Podiumsdiskussion im Ring nahmen neben Jürgen Gangl (Vorstandsvorsitzender der HDV Deutschland e. V. und General Manager park inn Berlin Alexanderplatz) und Christian Heck (Wohlfühlgastgeber Hotel am Wartturm Speyer) mit Sarah Dönnebrink (HR-Manager Employer Branding Motel One) und Lena Nowack (Auszubildende Hotelfachfrau im zweiten Lehrjahr im Wellnesshotel Bayerwaldhof) zwei Nachwuchskräfte Platz. Zusätzlich kamen Wurfmikrofone zum Einsatz, so dass auch im Publikum jeder mitdiskutieren konnte. Moderiert von Jan Steffen (Geschäftsführender Gesellschafter eto Personalmarketing) waren sich trotz unterschiedlicher Positionen alle einig, dass die Branche aus Leidenschaft und Herz besteht und unwahrscheinlich viele Möglichkeiten bietet. Dennoch werde oft das Negative hervorgehoben. Es liege an jedem, daran etwas zu ändern. „Hotellerie ist harte Arbeit“, wurde aus dem Publikum bestätigt, „aber man wächst dabei über sich hinaus.“ Leidenschaft und Neugier seien wichtige Eigenschaften, die sich alle, die in der Hotellerie arbeiten, bewahren sollten, so das Fazit.

„Es freut mich sehr, dass wir einen offenen, ehrlichen und vertrauensvollen Austausch ermöglichen konnten und eine Plattform ermöglicht haben, auf der Austausch auf Augenhöhe möglich ist“, kommentiert Annika Kranich (Junior Revenue Manager Palatin) von Gastgeberseite. „Die Teilnehmer können aus den Expertentalks, Workshops und Impulsvorträgen viel mitnehmen und bei sich im Unternehmen direkt umsetzen. In den Gesprächen und Diskussionen wurde deutlich, dass sich in unserer Branche etwas ändern muss: flexiblere Arbeitszeitmodelle, eine Änderung des Ausbildungsrahmenplans, eine offene Feedbackkultur und mehr Wertschätzung für uns, unsere Kollegen und unsere Arbeit.“

„Aus Sicht der Hotalents-Organisatorinnen war der zweite junge Hotelkongress ein Erfolg“, freut sich Mitinitiatorin und Projektleiterin Lisa Aenis. „Wünschenswert wäre, wenn künftig noch mehr Menschen daran teilnehmen würden. Vor allem die Direktoren sollten die Chance wahrnehmen und in den Austausch mit den jungen Menschen treten, um sich für die Zukunft gut aufzustellen. Gemeinsam können wir die Branche verändern.“

Projektleitung und Ansprechpartnerin Hotalents:

Lisa Aenis

Tel.: 06222 / 582-620

lisa.aenis@hotalents.de

Pressekontakt im Hotel:

Palatin Kongresshotel und Kulturzentrum GmbH

Dr. Anja Wagner

Leiterin Sales & Marketing

Ringstr. 17-19

69168 Wiesloch

Tel.: 06222 / 582-300

a.wagner@palatin.de

Das Best Western Plus Palatin Kongresshotel und Kulturzentrum liegt zwischen Heidelberg, Schwetzingen und Speyer im Herzen der Weinstadt Wiesloch und ist durch seine zentrale Lage und seine gute Verkehrsanbindung der ideale Ausgangspunkt für Ausflüge in die Region. Das 1992 gegründete 4-Sterne-Businesshotel, das über 115 Zimmer verfügt, wurde 2012 um das gegenüberliegende Boardinghouse mit 14 Studios, drei Juniorsuiten und zwei Suiten erweitert. Das angrenzende Kongresszentrum verfügt über 16 Veranstaltungsräume für bis 1276 Personen. Das Best Western Plus Palatin Kongresshotel und Kulturzentrum, das sich auf Tagungen, Kongresse & Events inhouse und außer Haus spezialisiert hat, ist u. a. „Certified Business Hotel“, „Certified Green Hotel“ und „Exzellenter Lernort“. Regelmäßig stattfindende Kulturveranstaltungen bringen renommierte, aus Fernsehen und Kino bekannte Darsteller und Stars von Weltniveau auf die Bühne. Ein besonderes Augenmerk gilt der Haus- und Veranstaltungstechnikabteilung, die mit Ton-, Licht- und IT-Spezialisten den normalen Rahmen an Betreuungspersonal vor, während und nach der Veranstaltung im Vergleich zu herkömmlichen Tagungshotels bei weitem überschreitet! Als mit dem Prüfsiegel Gesicherte Nachhaltigkeit ausgezeichnetes Haus werden bei den über 110 Mitarbeitern des Hotels und Veranstaltungszentrums nicht nur der Service, sondern auch Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein großgeschrieben. Mit „Palatin Concept“ bietet das Haus mit Hotel & Boardinghouse, Veranstaltungsräumen, Kulturzentrum, Partnerpool und vor allem dem Know-how seiner Mitarbeiter vollen Service aus einer Hand. Ziel ist es, ein Komplettangebot von A wie Anreise bis Z wie Zahlungsmodalitäten anzubieten. Die Philosophie ist es, den Kommunikationsschnittpunkt zwischen den einzelnen Leistungsträgern wie Hotel, Veranstaltungszentrum und Rahmenprogrammpartner zu sein und den Kunden somit die Arbeit abzunehmen.

Über Best Western Hotels & Resorts:

Best Western Hotels & Resorts mit Hauptsitz in Phoenix, Arizona, ist eine internationale Hotelgruppe mit einem globalen Netzwerk von rund 4.500 Hotels in knapp 100 Ländern weltweit.* Insgesamt gehören zur Markenfamilie von Best Western Hotels & Resorts weltweit sowohl Full Brands als auch Soft Brands für alle Kategorien. So bietet Best Western 16 Hotelmarken, die die Anforderungen und Bedürfnisse von Hotelentwicklern und Gästen in aller Welt erfüllen. Zu den Best Western Markenhotels gehören Best Western®, Best Western Plus®, Best Western Premier®, Executive Residency by Best Western®, VÄ«b®, GL, AidenSM, SadieSM, BW Premier Collection® und BW Signature Collection®. Durch die kürzliche Übernahme bietet Best Western nun auch WorldHotels® Luxury, WorldHotels Elite und WorldHotels Distinctive Marken an. Zudem ergänzen die Franchisemarken Sure Hotel®, Sure Hotel Plus® und Sure Hotel Collection® das Portfolio der Gruppe.** Diese Marken-Diversität bietet Hotelbetreibern, Entwicklern und Investoren die Möglichkeit, das richtige Konzept für das eigene Produkt auszuwählen. Gleichzeitig erleichtert das breitgefächerte Portfolio dem Reisenden die Wahl des passenden Hotels. Alle Hotels unter dem Dach von Best Western Hotels & Resorts weltweit sind unternehmerisch unabhängig und individuell geführt. Best Western feiert mehr als 70 Jahre Gastfreundschaft und bietet seinen Hoteliers weltweit operative Dienstleistungen sowie Vertriebs- und Marketing-Unterstützung sowie mehrfach ausgezeichnete und preisgekrönte Online- und mobile Buchungsmöglichkeiten.

Best Western Hotels Central Europe GmbH betreut insgesamt rund 230 Hotels in den zehn Ländern Deutschland, Kroatien, Liechtenstein, Luxemburg, Österreich, Slowakei, Slowenien, Schweiz, Tschechien und Ungarn unter einem gemeinsamen Unternehmensdach. Neben dem deutschen Hauptsitz in Eschborn gibt es ein regionales Länderbüro in Wien, Österreich. Alle Tagungs-, Stadt- und Ferienhotels der Gruppe garantieren weltweit einheitliche Qualitätsstandards und behalten gleichzeitig ihren individuellen Stil und ihre Eigenständigkeit.

Als Dienstleistungspartner von Hotels verfolgt Best Western Hotels & Resorts das Ziel, den wirtschaftlichen Erfolg und die Wettbewerbsfähigkeit der Partnerhotels zu steigern. Über den Markenanschluss profitieren die einzelnen Hotels von den umfassenden Marketing- und Verkaufsaktivitäten für alle relevanten Marktsegmente und Zielgruppen. Für alle relevanten Marktsegmente werden modernste Vertriebs- und Kommunikationswege

bereitgestellt. Alle Hotels sind über elektronische Distributionssysteme in den weltweiten Reservierungssystemen sowie im Internet und Partner optimal präsentiert und buchbar. Außerdem profitieren Hotels von dem stetigen Ausbau der eigenen Vertriebskanäle und der Social Media Aktivitäten, strategischem Revenue Management, eigenen Reservierungszentralen, Qualitätsberatung und einem umfassenden Schulungsangebot. Das Loyalitätsprogramm für Vielreisende, Best Western Rewards mit weltweit mehr als 37 Millionen Mitgliedern, ist eines der größten Kundenbindungsprogramme der Reisebranche. Weitere Informationen: www.bestwestern.de und www.bestwestern.com

** Die Zahlen sind Schätzwerte, die schwanken können und Hotels beinhalten, die sich derzeit in der Entwicklungspipeline befinden.*

***Alle Hotels der Marken Best Western, WorldHotels und Sure Hotels sind privat geführt und werden unabhängig betrieben. Außerhalb von Europa werden die Hotels der Marken Sure Hotels mit dem Namen SureStay geführt.*

Weitere Informationen und Pressekontakt:

Best Western Hotels Central Europe GmbH

Deutschland | Kroatien | Liechtenstein | Luxemburg | Österreich | Slowakei | Slowenien | Schweiz | Tschechien | Ungarn

Anke Cimbal, Direktorin Unternehmenskommunikation

Tel. (0 61 96) 47 24 -301, Fax (0 61 96) 47 24 129

E-Mail: presse@bestwestern.de

Internet: www.bestwestern.de/presse