

# SUPERIOR HOTEL

MANAGEMENT & STRATEGIEN

## Auf der Suche nach neuen Talenten



Die Louvre Hotels Group hat eine Personalstrategie entwickelt, um jüngere Generationen besser anzusprechen und dem derzeitigen anhaltenden Fachkräftemangel im Gastgewerbe entgegenzuwirken /

Foto: Louvre Hotels Group

Die aktuelle Personalstrategie der Louvre Hotels Group versucht auch die jüngeren Generationen besser anzusprechen.

Während die Gäste in großer Zahl über den Sommer wieder zurückkehrten, haben die Hotels Schwierigkeiten, Arbeitskräfte auf dem Niveau von vor der Pandemie zu finden. Um diesem Problem zu begegnen, entwickelt die Louvre Hotels Group, die 36 Häuser in 20 Städten in Deutschland, Österreich und der Schweiz betreibt, eine neue Strategie zur Anwerbung von Mitarbeitern, die darauf abzielt, Mitglieder der jüngeren Generation für eine Karriere im Gastgewerbe zu begeistern.

Die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf die Wirtschaft bekam das Hotel- und Gastgewerbe besonders zu spüren. Die Situation erwies sich als verheerend für die Beschäftigungslage in der Branche und selbst nach Aufhebung der strengsten Beschränkungen reagierte der Arbeitsmarkt aufgrund der anhaltenden Unsicherheit nur zögerlich. Gegenwärtig bemühen sich die Hotels, freie Stellen zu besetzen und obwohl es viele Stellenangebote gibt, sind vielversprechende Kandidaten schwer zu finden.

?Genau wie andere Ketten haben wir in unseren Betrieben in der deutschsprachigen Region viele offene Stellen in allen Kategorien: bei Première Classe und Kyriad, Campanile, Tulip Inn und Golden Tulip. Es fällt uns jedoch schwer, in der aktuellen Marktsituation grundsätzlich Kandidaten zu finden. Dies deutet darauf hin, dass der Arbeitskräftemangel in der Hotelbranche nicht nur eine kurzfristige Folge, der durch die derzeitige Gesundheitskrise verursachten Verwerfungen im Hotel- und Gastgewerbe ist. Vielmehr haben wir es mit

einem grundlegenden Problem zu tun. Einfach ausgedrückt: Die Aussicht auf eine Karriere im Gastgewerbe ist für die jüngeren Generationen nicht attraktiv. Die Anzeichen dafür waren schon vor dem Ausbruch von COVID-19 zu erkennen, aber aufgrund der allgemeinen Stabilität des Marktes konnte man sie leicht beiseiteschieben. Jetzt sind wir in eine Phase des raschen Wandels eingetreten, eine übliche Folge jeder Krise, und die Branche kann es sich nicht mehr leisten, das Problem zu ignorieren. Das weitere Wachstum unseres Sektors hängt davon ab, dass wir Berufseinsteiger für das Abenteuer Hotellerie und Gastgewerbe begeistern. Das ist das Ziel. Diejenigen, die sich auf die Situation einstellen können, indem sie einen neuen Ansatz für die Ansprache potenzieller neuer Mitarbeiter entwickeln, werden auf lange Sicht davon profitieren?, sagt Daniel Stranninger, Director of Operations DACH, Louvre Hotels Group.

#### Echtes Gespräch als Basis

Als großer internationaler Akteur sei die Louvre Hotels Group gut gerüstet, um mit stabilen Einstellungsbedingungen und Sozialleistungen erfolgreich um neue Talente zu werben. Dies sei jedoch nicht genug. Genauso wichtig sei es, ein Gefühl der Gemeinschaft und der Zielsetzung innerhalb einer inspirierenden Unternehmenskultur zu vermitteln, die der Denkweise und Einstellung junger, temperamentvoller Menschen entspricht, die sich nach Engagement sehnen, die gerne mit und für Menschen arbeiten und die nach spannenden Möglichkeiten suchen, um sich mit gleichgesinnten Kollegen zu entwickeln.

„Unser Ziel ist es, die künftige Generation der Beschäftigten im Gastgewerbe zu erreichen und mit ihnen über Ideen und Emotionen in Kontakt zu treten. Wir warten nicht passiv auf potenzielle Kandidaten, sondern suchen sie aktiv in virtuellen Räumen auf, wo wir ein echtes Gespräch über ihre Bedürfnisse und Träume beginnen können. So können wir ihnen die Vision eines Arbeitsumfelds präsentieren, das auf ihre Erwartungen zugeschnitten ist. Wir möchten, dass sie die Identität unserer Marken kreativ mitgestalten, und laden sie ein, sich an einem Projekt zu beteiligen, das ihre eigene Persönlichkeit widerspiegelt. Bei der Einstellung unserer potenziellen neuen Mitarbeiter achten wir nicht in erster Linie auf harte Fähigkeiten, die mit der Erfüllung von Aufgaben in einer bestimmten Position zusammenhängen. Diese können durch Übung und die zahlreichen Möglichkeiten zur Selbstentwicklung, die wir anbieten, erlernt werden. Was wirklich zählt, sind Identität und Charakter. Unsere Golden Tulip-Hotels beispielsweise sind verspielt und spontan, Campanile-Hotels sind gesellig und sorgen für schöne Momente. Das Ziel ist es, die Persönlichkeit des Einzelnen und des Unternehmens in Einklang zu bringen“, sagt Marie Céline Chélar, HR-Koordinatorin, Louvre Hotels Group.

#### Botschafter der eigenen Marke werden

Die Hotelgruppe ermutigt ihre Mitarbeiter, Botschafter ihrer jeweiligen Marke auf dem Arbeitsmarkt zu werden und Berufseinsteigern dabei zu helfen, sich zurechtzufinden. Dies geschieht, indem an mehrere Wertesysteme appelliert wird. Zum einen ist da das Gefühl der gemeinsamen Verantwortung für den Gesamterfolg des Unternehmens. Zweitens ist da die Freude, die sich daraus ergibt, dass man als Wegweiser agiert, der den Neuling in die Welt der Gastfreundschaft einführt und ihm den Anpassungsprozess erleichtert. Und schließlich gibt es einen Anreiz in Form eines progressiven Bonussystems für Mitarbeiter, denen es gelingt, neue Talente an Bord zu bringen, ihnen zu helfen, sich zu entfalten und ein fester Bestandteil der Gemeinschaft der Louvre Hotels Group zu werden.

Gamification ist auch Teil des Einstellungsprozesses selbst. So hat das HR-Team des Campanile Hotels Berlin Brandenburg Airport im November einen experimentellen Interview-Marathon für Positionen im Frühstücksservice und im Front Office in einem Format durchgeführt, das an Speed-Dating-Veranstaltungen erinnert. Die Bewerber nahmen an rasanten 20-minütigen Gesprächen teil, gefolgt von einer sofortigen Einstellungsentscheidung. Ein potenzieller neuer Mitarbeiter musste sich lediglich per E-Mail anmelden, ohne Gefahr zu laufen, vor dem Gespräch abgelehnt zu werden. Der Lebenslauf war erforderlich und die Zeugnisse willkommen, aber optional. Was zählte, sei die Leistung während des Gesprächs gewesen.