



NH Hoteles Deutschland GmbH

Friedrichstraße 76
10117 Berlin
Diana Illgen
d.illgen@nh-hotels.com
Tel.: +49(0)30/20 62 07-0
www.nh-hotels.com



Mitarbeiter	3.450 in Deutschland, rund 21.000 weltweit
Standorte	Berlin (Deutschlandzentrale), München, Frankfurt am Main, Düsseldorf, Hamburg, Nürnberg, Köln, Stuttgart; Madrid (Konzernzentrale)
Umsatz	rund 1,53 Mrd. Euro weltweit (2008)
Fachrichtungen	Wirtschaftswissenschaften, Tourismus, Rechtswissenschaften, Ingenieurwissenschaften, Informatik, Geisteswissenschaften
Einstellungen 2010	ca. 50 Hochschulabsolventen und 5 Trainees
Einstiegsgehalt	abhängig von der Position
Internationale Einsätze	ja
Praktika	ja
Studienabschlussarbeiten	ja

Entwicklungsmöglichkeiten	★ ★ ★ ★ ★
Jobsicherheit	★ ★ ★ ★ ★
Marktposition & Image	★ ★ ★ ★ ☆
Unternehmenskultur	★ ★ ★ ★ ★
Vergütung	★ ★ ★ ★ ☆
Work-Life-Balance	★ ★ ★ ★ ☆

NH Hoteles Deutschland GmbH



1978 im spanischen Pamplona gegründet, ist NH Hoteles heute mit 21.000 Mitarbeitern die drittgrößte Businesshotelkette in Europa. Unter den rund 400 Hotels, die der spanische Konzern in 23 Ländern führt, finden sich auch exklusive Ferienresorts und Designhotels. Der Hauptsitz des Unternehmens befindet sich in Madrid, die zentrale Verwaltung für Deutschland ist in Berlin-Mitte ansässig. Von hier aus werden 59 Hotels verwaltet. Die Finanzkrise bremste das innovationsfreudige Unternehmen nicht aus: Derzeit befinden sich weltweit 54 Projekte in der Planung. Dabei sollen rund 8.000 neue Zimmer entstehen.

Ein verantwortungsbewusstes Unternehmen

Die Gefahr, dass es Susanne Hornschuh auf ihrer neuen Stelle langweilig werden würde, bestand nicht: Nach ihrem ersten Tag mit einem Schreibtisch voller Willkommensgeschenke und einer Woche mit Schulungen und Führungen stand die Einführung von neuen Assessment-Centern bei NH Hoteles an. Wer bekam die Aufgabe, dafür ein Konzept auszuarbeiten? Der neue Trainee. „Ich war schon ziemlich verblüfft, dass mir gleich so viel Verantwortung übertragen wurde“, berichtet die 26-Jährige. Daniela Hupfeld, Director of Revenue Management, zuckt mit den Schultern. „Wir halten nicht viel von Mitarbeitern, die nur Anweisungen entgegennehmen“, sagt die Senior-Managerin. Bei NH Hoteles lasse man die Leute sich ausprobieren. „Die Mitar-

>>

beiter sollen schließlich neue Ideen einbringen“, erklärt sie. Deutsche Gründlichkeit sei bei dem börsennotierten Unternehmen natürlich gefragt, aber nur in Verbindung mit spanischem Flair. „Bei uns geht es darum, Spaß an der Arbeit zu haben“, betont Daniela Hupfeld.

Strenge Hierarchien und penibel genaue Verhaltenskodizes findet man bei NH Hoteles nicht. Das internationale Unternehmen hat nichts von dem verstaubten Image der traditionellen Branche. In der Berliner Hauptverwaltung gleich neben dem französischen Kaufhaus Lafayette arbeiten 150 Mitarbeiter für die rund 3.450 Menschen, die NH Hoteles in Deutschland beschäftigt. Ein großer Lichtschacht in der Mitte der beiden Großraumbüros lässt die Sonne ein, in verglasten Büros mit offenen Türen sitzt die Geschäftsführung. „Für uns hat es Priorität, NH Hoteles als Marke bekannt zu machen“, sagt José Luis Cernuda, der 31-jährige Director of Human Resources. „Das geht nur mit einer starken Unternehmenskultur und einem effizienten Talentmanagement.“ Auch soziales und umweltbewusstes Engagement spielt bei NH Hoteles eine wichtige Rolle. Jedes Hotel unterstützt eine soziale Einrichtung vor Ort, zum Beispiel ein Waisenhaus oder eine Organisation für Arbeitslose. An einem nachhaltigen Wasser- und Stromverbrauch wird genauso gearbeitet wie daran, Verpackungen zu reduzieren. „Wir wollen offen für neue Perspektiven sein und die Sachen besser machen“, unterstreicht José Luis Cernuda.

Einzigartige Entwicklungsmöglichkeiten

Auf Personalentwicklung wird aufgrund dieser Unternehmensphilosophie besonders viel Wert gelegt. Dies war auch der Grund, warum sich Susanne Hornschuh nach ihrem BWL-Studium für das internationale Unternehmen als Arbeitgeber interessierte. „Ich wollte in ein großes Unternehmen, das wirklich Personalentwicklung betreibt“, sagt sie. Außerdem reizte sie das junge Team bei NH Hoteles. Der Altersdurchschnitt liege bei Anfang dreißig, schätzt Susanne Hornschuh. Sie fühlte sich von Anfang an wohl, als sie im September 2007 ins Unternehmen kam. Die Strukturen seien schlank, die Hierarchien flach. Als Neuling sei sie sofort eingebunden und

gefördert worden. „Hier gibt es einzigartige Möglichkeiten, sich zu entwickeln“, weiß Susanne Hornschuh.

„Hier gibt es einzigartige Möglichkeiten, sich zu entwickeln.“

Susanne Hornschuh, Human Resources Specialist

Für Hochschulabsolventen relevant ist vor allem das Trainee-

programm von NH Hoteles. Neben dem Direkteinstieg, zum Beispiel nach einem Praktikum oder einer im Unternehmen betreuten Diplomarbeit, bietet der Hotelkonzern ein praxisorientiertes Traineeprogramm an. Es dauert in der Regel zwei Jahre, wird aber bisweilen – je nach Leistung des Trainees und Projektlage im Unternehmen – früher beendet. Während ihrer Ausbildung erhalten die Trainees verschiedene Aufgaben in unterschiedlichen Bereichen des Unternehmens. Überdies werden sie in den Hotels eingesetzt, um das operative Geschäft hautnah mitzerleben, und gehen oft für ein Jahr ins Ausland.

2010 will NH Hoteles besonders viele Hochschulabsolventen einstellen. „Wir suchen fast in allen Bereichen neue Mitarbeiter“, sagt HR-Direktor José Luis Cernuda. Gute Chancen haben dabei nicht nur Tourismus- und Hotellerieabsolventen. Betriebs- und Volkswirte, Juristen, Geisteswissenschaftler oder Informatiker sind ebenso willkommen. Schließlich gehe es beim Management um effizientes Wirtschaften, Markenentwicklung und gute Personalführung, betont der Personalchef. „Wir sind ein leistungsgetriebenes Unternehmen.“ Allerdings eines mit Raum für neue Ideen. Im September 2010 zum Beispiel wird NH Hoteles in Berlin direkt neben dem Universal-Gebäude an der Spree ein Hotel eröffnen, wie es die deutsche Hauptstadt noch nicht gesehen hat. Die Innenausstattung, vor allem in Pink gehalten und fast ohne Ecken, wurde von einem New Yorker Designer entworfen. „Es kann ein großer Erfolg oder ein großer Flop werden“, meint José Luis Cernuda. „Aber uns geht es darum, etwas zu wagen und neue Standards zu setzen.“

Im Fokus der Personalentwicklung

Das trifft auch auf die Entwicklung der Mitarbeiter zu. NH Hoteles investiert viel in sie. Nach nur zwei Jahren im Unternehmen kann Susanne Hornschuh, inzwischen auf einer festen Stelle als Human Resources Specialist, eine beeindruckende Liste an Tätigkeiten und von ihr betreuten Projekten vorweisen: Parallel zu dem Projekt, ein Assessment-Center zu konzipieren, war sie weiterhin für die Trainingsorganisation und -administration zuständig. Mit der Zeit kamen weitere Projekte hinzu wie die Kommunikation der Mitarbeiterumfrage und die Vorbereitung von internen Nachwuchsführungskräfteprogrammen. Zusätzlich investierte das Unternehmen in die Weiterentwicklung von Susanne Hornschuh und ermöglichte ihr eine Ausbildung zur zertifizierten Trainerin.

„Wir wollen offen für neue Perspektiven sein und die Sachen besser machen.“
José Luis Cernuda, Director of Human Resources

Ein Standbein der Personalentwicklung bildet die selbstständige, von Zeit und Ort unabhängige Weiterbildung über die E-Learning-Plattform der NH University. Von Systemschulungen über Sprachtraining bis zu fachspezifischen Kursen findet sich hier alles, was das lernwillige Mitarbeiterherz begehrt. Ergänzt wird der virtuelle Lernstoff durch klassische Classroom-Trainings. Für High Potentials gibt es besondere Förderprogramme, um ins mittlere und ins Senior Management zu gelangen. Stellenausschreibungen finden die Mitarbeiter auf der internen NH-Job-Webseite. Manchmal werden sie auch direkt von der Personalabteilung angesprochen. Die mindestens einmal pro Jahr geführten Mitarbeitergespräche münden nicht nur in einen konkreten Aktionsplan für die nächsten Schritte in der Entwicklung des Mitarbeiters, sondern auch in eine Potenzialbewertung. Auf diese kann die Personalabteilung bei der Talentförderung zurückgreifen. Für die Teilnehmer der Managemententwicklungsprogramme gibt es ein besonderes Coachingangebot, bei dem die berufliche und auch persönliche Weiterentwicklung im Vordergrund steht.

»

Kein Wunder, dass bei so vielen Förderungsmöglichkeiten die Verbundenheit der Mitarbeiter mit dem Unternehmen hoch ist. Die Fluktuation liegt bei 2 Prozent, langjährige Unternehmenszugehörigkeiten sind keine Seltenheit. „Manche Mitarbeiter heiraten sogar in unseren Hotels“, äußert Daniela Hupfeld erfreut. Auf ihren Reisen an die verschiedenen Standorte – mehr als 100 Tage im Jahr ist die Managerin unterwegs – sehe sie oft die gleichen Gesichter, wenn auch nicht immer an den gleichen Orten oder auf denselben Positionen. Es gehöre zur offenen Kultur von NH Hoteles, dass ein Mitarbeiter nicht nur quer die Bereiche wechseln könne, betont Daniela Hupfeld. Auch bisweilen rasante Aufstiege seien möglich, ob von der Position einer Sales Executive zur Hotelmanagerin oder vom Trainee innerhalb von zwei Jahren zur Führungsperson. „In der Regel kann man bei uns nach drei Jahren ins Management kommen“, hebt José Luis Cernuda hervor.

NH-Attitude

Gefordert wird von den Mitarbeitern dabei natürlich einiges. Der Leistungsanspruch bei NH Hoteles ist hoch. „Wir brauchen Mitarbeiter, die offen kommunizieren, Interesse für die Branche haben und die Bereitschaft mitbringen, Neues auszuprobieren“, sagt José Luis Cernuda. „NH-Attitude“ nennt Daniela Hupfeld diesen Mix an Fähigkeiten. „Ein Mitarbeiter muss Freude daran haben, Dinge aufzunehmen und weiterzuentwickeln“, erklärt sie. Kennzeichnend sei für NH Hoteles schließlich Innovationsbereitschaft. „Wir brauchen Leute, die auch mal ihre Pläne umwerfen und Neuland betreten.“ Doch genauso wie das Unternehmen Flexibilität fordert, bietet es sie auch an. Zum Beispiel in puncto Arbeitszeiten: Bei NH Hoteles herrscht Vertrauens-

„Wir halten nicht viel von Mitarbeitern, die nur Anweisungen entgegennehmen.“

Daniela Hupfeld, Director of Revenue Management

arbeitszeit. So ist es leichter für die Mitarbeiter, eine Balance zwischen ihrem Privat- und ihrem Berufsleben herzustellen.

Ein Ausdruck der NH-Attitude ist das neu aufgelegte Pro-

gramm „We are all Sales“. Der Slogan springt einem auf Pinnwänden und auf der Website entgegen. Mitarbeiter, die Freunde oder Bekannte für die NH Hotels begeistern können, haben die Möglichkeit, hierüber Punkte zu sammeln und eine Belohnung zu erhalten. „Ich dachte erst, dass ich gar nicht so darauf anspringe“, bemerkt Daniela Hupfeld und lacht. „Aber jetzt ertappe ich mich, wie ich immer wieder auf die Hitliste mit den Gewinnern schaue, wer denn am meisten Zimmer verkauft hat.“

Flexible Vergütung und internationale Möglichkeiten

Eine attraktive Vergütung unterstützt die Motivation der Mitarbeiter bei NH Hoteles. Das Unternehmen zahlt dem Mittelwert des Marktes entsprechend, zum Festgehalt kommen leistungsorientierte Anteile hinzu. Je nach Position sind 5 bis etwa 30 Prozent flexibel. Teilweise

wird dieser Anteil alle sechs Monate ausgezahlt, um die Mitarbeiter unmittelbar von der eigenen Leistung profitieren zu lassen. Auf der Managementebene gibt es Benefits wie Aktienoptionen oder einen Dienstwagen. Letzteren kann der Manager in bare Münze umwandeln. NH Hoteles fördert auch hier Umweltbewusstsein: Das Geld für den Dienstwagen kann man sich auf sein Gehaltskonto auszahlen lassen, verzichtet man auf das Auto.

Die Internationalität des Unternehmens ist für viele Mitarbeiter ein weiterer Anreiz, bei NH Hoteles tätig zu sein. Ob in Italien oder in der Karibik – überall ist das Unternehmen vertreten. Möglichkeiten, hier oder dort zu arbeiten, gibt es immer wieder. Auf der internen NH-Job-Webseite sind die offenen Stellen ausgeschrieben. Jeder, der die Anforderungen erfüllt, kann sich bewerben. Die Mitarbeiter von NH Hoteles können von der weltweiten Präsenz des Unternehmens aber auch profitieren, ohne umzuziehen: Urlaub zu machen ist für sie in den eigenen Hotels besonders günstig. „Man hat hier einfach Spaß an der Arbeit“, fasst Young Professional Susanne Hornschuh ihre Erfahrungen bei NH Hoteles zusammen. „Wer zu uns kommt, will nicht mehr weg.“

