



Sven Reumkens ist Gründer und geschäftsführender Gesellschafter der Rheinland Hotel Kollektion.

Auch der Yogakurs zählt zur Weiterbildung

Bereits bei der Gründung der Rheinland Hotel Kollektion im Jahr 2010 hat Sven Reumkens ein eigenes Weiterbildungsprogramm initiiert, das beim Wachstum der Gruppe mittlerweile eine zentrale Rolle spielt. Ein Gespräch über gelebte Mitarbeiterförderung.

Tophotel: Herr Reumkens, Sie wollen mit Ihren Mitarbeitern wachsen und als regional verankerte Marke verstanden werden. Wie ist Ihr HR-Konzept aufgestellt?

Sven Reumkens: Alle Hotelleiter haben bei uns als Rezeptionisten begonnen und fungieren heute in unseren Häusern als Operations Manager. Andere starten bei uns als Trainee und arbeiten während ihrer von uns angebotenen berufsbegleitenden Weiterbildung zum Hotelbetriebswirt bereits als administrative Assistenten im Head Office. Kurzum: Wir wollen allen Mitarbeitern auf allen Ebenen Angebote und Perspektiven eröffnen, um sich beruflich und persönlich bei uns weiterentwickeln zu können. Auf diese Weise möchten wir uns als inhabergeführte Hotelkollektion mit ‚rheinischer Frohnatur‘ von den großen Ketten unterscheiden – immer mit dem Anspruch, dass wir uns an den Zielen, Wünschen und Lebensumständen jedes Teammitglieds orientieren.

Welche Elemente beinhalten die Weiterbildungsprogramme?

Dies reicht vom eintägigen Zeitmanagementkurs über den Intensivkurs zum Revenue Manager bis hin zum Studium des Hotelbetriebswirts. Auch der Yogakurs zum Stressausgleich oder ein Hör-

buch zählen bei uns zur Weiterbildung. Demnächst werden wir auch über ein eigenes Mitarbeiterhaus in der Kölner Innenstadt verfügen.

Sie haben dafür bereits in den Anfangsjahren ein Vier-Säulen-Konzept implementiert. Welche Elemente umfasst dies?

Das ‚People Development Concept‘ der Rheinland Hotel Kollektion basiert auf der Säule On-the-Job-Training und Mentoring, beides verantwortet von unserem Operationsmanager und den Hotelleitern vor Ort. Zudem wirken die internen, zentral organisierten Schulungen und Workshops, die unser Human Resources Department managt. Als dritte Säule bieten wir in Zusammenarbeit mit externen Bildungsträgern jobbegleitende Studiengänge an, die das theoretische Fachwissen vermitteln und international anerkannte Abschlüsse ermöglichen. Die vierte Säule umfasst schließlich digitale beziehungsweise Online-Lernkonzepte, wie firmeneigene Videotutorials, Webinare und eine Online-Mediathek. Bei der dritten und vierten Säule arbeiten wir unter anderem eng mit der Deutschen Hotelakademie (DHA) zusammen.

Wie darf man sich diese Zusammenarbeit vorstellen?

Seit der Gründung unserer Hotel Kollektion verfolgen wir das Ziel, geeignete Mitarbeiter via Management-Trainee-Programm ins mittlere Management zu bringen. Dafür habe ich nach einem zukunftssträchtigen Bildungsträger gesucht, der den theoretischen Teil berufsbegleitend anbietet. Das Leben und der Stil des Lernens in der Hotellerie haben sich einfach verändert, viele können und wollen heute nicht auf ihr Einkommen verzichten und während der Weiterbildung im Job bleiben. Ich stieß auf die damals ebenfalls noch junge DHA, die auch in Köln sitzt. Ihre Qualität und moderne Ausrichtung mit Webinaren, Online-Tests, Web Based Trainings und Praxis-Workshops hat uns sofort begeistert. Zusammen sind wir seitdem gewachsen, haben vor allem die 19-monatige DHA-Weiterbildung zum Hotelbetriebswirt als festen Teil unseres Management-Trainee-Programms etabliert.

Welche Grundlagen werden vermittelt?

Alles, was Führungskräfte in den Bereichen Betriebswirtschaftslehre, Marketing, Social Media, E-Commerce, HR- und Revenue-Management brauchen. Etwa vier Mitarbeiter nehmen pro Jahr teil, wir zahlen die kompletten Studiengebühren. Derzeit entwickeln wir mit der DHA auch eine eigene Online-Library mit Webinaren etc. und profitieren insgesamt vom steigenden Angebot der DHA. Für alle unsere Mitarbeiter gelten zwei Tage im Monat als vollbezahlte Studientage.

Ihre neuen Häuser werden alle unter der Smarty-Flagge segeln. Braucht man bei diesem schlanken Servicekonzept überhaupt noch so viel qualifiziertes Personal?

Mehr denn je, vor allem weil Smarty verschiedene Betriebskonzepte umfasst und damit auch unterschiedliche Arbeitsfelder. Eine nachhaltige Aus- und Weiterbildung bleibt das Handwerkszeug, um in unserem abwechslungsreichen Hotelalltag agieren zu können. Unter dieser Prämisse sind wir auch Quereinsteigern gegenüber sehr aufgeschlossen. Bei Smarty wollen wir die digitalen, technischen Möglichkeiten, die sich heute bieten, voll ausschöpfen und als Vorreiter handeln. Gerade in den Bereichen Reservierung, Rezeption und Zimmertechnologie werden wir in den nächsten Jahren Innovationen erleben, die die Mitarbeiter entlasten und wieder mehr direkt mit den Gästen interagieren lassen – davon bin ich überzeugt. Interview: Sylvie Konzack



ZUR PERSON

Rund zehn Jahre arbeitete Sven Reumkens nach seiner Hotelausbildung vor allem in Luxushotels im Mittleren Osten und in Asien. Zurück in Köln, gründete er 2010 die Rheinland Hotel Kollektion und spezialisierte sich auf das Management, Consulting und Investment in der Privat- und Budgethotellerie. Reumkens verantwortet derzeit 13 Häuser – neun in Köln sowie je eines in Düsseldorf, Aachen, Andernach und Bergheim. Fünf Betriebe firmieren unter der Eigenmarke Smarty, die Reumkens 2018 als Budget-Lifestyle-Brand mit einem raumoptimierten Design und digitalen Angeboten auf den Markt gebracht hat. Smarty kann ein Hotel, Hostel oder Boardinghaus in neuen oder bestehenden Immobilien sein; für 2020 ist das Rollout als Franchise-Konzept avisiert.



Jetzt
bestellen

Drinnen im Draussen.



liv.be

