

PRESSEMITTEILUNG

Berlin, den 23. April 2025

Hotellerie diskutiert auf einem Barcamp die Arbeitgeberrolle von morgen

Rund 50 Teilnehmende tauschten sich über die Zukunft der HR-Arbeit auf dem HSMA HR & Employer Branding Camp aus. Im Mittelpunkt stand dabei der Wunsch nach einer engeren Verbindung der Generationen.

Anfang April wurde das DEKRA Congress Center Wart im Schwarzwald erneut zum Treffpunkt für Vordenker, HR-Verantwortliche und Nachwuchstalente der Hotellerie. Bei dem Human Resources Event der HSMA Deutschland e.V. wurde im Rahmen eines Barcamp-Formats über aktuelle Herausforderungen, neue Perspektiven sowie die Zukunft des Arbeitens in der Hotellerie diskutiert.

Bereits am Vorabend zeigte sich bei einem lockeren Get-together, worum es bei dem spezialisierten HR-Barcamp wirklich geht: Menschen auf Augenhöhe zusammenbringen – unabhängig von Hierarchie oder Karrierestufe.

„Was uns beim HSMA HR & Employer Branding Camp alle bewegt hat, war der Wunsch nach echter Verbindung: Generationen verstehen, Perspektiven wechseln und Kommunikation schaffen, die auf Augenhöhe berührt – zwischen Menschen, nicht nur zwischen Positionen. Genau das ist der Schlüssel für starke Teams und eine gute Führungskultur“, so Christian Steinkalesky, Fachvorstand HR & Employer Branding der HSMA Deutschland e.V. sowie Head of People & Culture Europe der tristar Hotelgruppe.

Bei den zahlreichen Sessions des Barcamps tauschten sich die Teilnehmenden zu vielfältigen, praxisnahen Themen intensiv aus, die sie zuvor selbst bestimmt haben. Dabei ging es unter anderem um Fragestellungen rund um die Arbeitgebermarke, die Bedeutung von Talentmanagement, wie „jung führt alt“ in der Praxis funktionieren kann, welche Verantwortung Arbeitgeber tragen, wenn es im

Team zu Konflikten oder Anschuldigungen kommt oder wie psychische Krisen im Arbeitsumfeld frühzeitig zu erkennen sind.

Besonders wertvoll empfand Thomas Fülster, Geschäftsführer der DQuadrat Living GmbH, die Sessions mit offenem Erfahrungsaustausch: „Wir haben intensiv über Fluktuation, Kosten und Teamdynamiken gesprochen: Aber auch über Wahrheit und Gerechtigkeit bei Konflikten im Team. Besonders wichtig war für mich das Thema Talentmanagement. Aus dem eigenen Team heraus Entwicklungen zu ermöglichen, ist für mich zentral. In meiner eigenen Session ging es dann um Erwartungen, Rollen und moderne versus klassische Führungsverständnisse. Ein Dialog, der mir sehr viel gegeben hat.“

Auch der Nachwuchs kam bei dem HR & Employer Branding Camp zu Wort – und das mit Nachdruck: Chiara Kühle, Auszubildende im Kastens Hotel Luisenhof und Mitglied des Talentförderprogramms der HSMA Deutschland e.V. „#YoungRockstars“, war beeindruckt vom offenen Miteinander: „Ich wurde von allen herzlich empfangen, obwohl ich noch in der Ausbildung bin. Die Themen waren vielfältig, aber besonders identifizieren konnte ich mich mit Sessions zu KI-Unterstützung, Arbeitgebermarke und Personalführung aus Sicht der Gen Z. Ich habe viel mitnehmen können und würde behaupten wollen, durch das Camp ein wenig mehr Selbstbewusstsein entwickelt zu haben, womit ich auch leichter Verantwortung übernehmen kann.“

Nach einem geselligen Dinner im Anschluss wurde auf einer Abendveranstaltung bis spät in die Nacht weiterdiskutiert, gelacht und getanzt. Viele Gespräche aus dieser lockeren Runde mündeten am nächsten Morgen in weiteren spontan geplanten Sessions, bevor das Event gegen Mittag endete.

Anna Heuer, Verbandsgeschäftsführerin der HSMA Deutschland e.V., ergänzt: „Das Besondere am HR & Employer Branding Camp ist die Verbindung aus Tiefe, Nähe und Praxisrelevanz. Hier entstehen keine hypothetischen Strategien, sondern umsetzbare Ideen für den Arbeitsalltag. Die Offenheit der Teilnehmenden macht dieses Format so wertvoll für unsere Branche.“

Nach dem Camp ist vor dem Camp: Die elfte Ausgabe des etablierten Events befindet sich bereits in Planung, da die Themen rund um Arbeitgebermarke, Führungsverständnis und HR-Innovation hochaktuell sind. Der Verband beschäftigt sich darüber hinaus seit über einem Jahrzehnt mit der Thematik.

*Fotos: Event HSMA HR & Employer Branding Camp Bildquelle: HSMA
Deutschland e.V. Frei zum Druck. Abdruck der Presseinformation honorarfrei.*

4'033 Anschläge mit Leerzeichen (Ohne Unternehmens-Footer)

Über HSMA Deutschland e.V.:

Die HSMA (Hospitality Sales & Marketing Association) Deutschland e.V. ist der Fachverband für die Fach- und Führungskräfte aus Sales und Marketing in Hotellerie & Tourismus.

Ziel des Verbandes ist es die beruflichen Interessen der über 1.600 Mitglieder zu fördern. Es ist die Aufgabe der HSMA einen engen Kontakt zwischen den Mitgliedern herzustellen, um durch Informations- und Erfahrungsaustausch die Kenntnisse und Fähigkeiten in den Bereichen Distribution, E-Commerce, Revenue Management, Verkauf, Employer Branding und Marketing zu pflegen und zu verbessern.

Neben einer Vielzahl von fortbildenden Veranstaltungen in Form von Fachkongressen, Roadshows und Barcamps zu aktuellen Branchenthemen, schätzen die Mitglieder der HSMA vor allem das hochkarätige Netzwerk und den direkten Kontakt untereinander, der in der Hospitality-Branche unabdingbar ist. www.hsma.de

Kontakt Unternehmen:

HSMA Deutschland e.V.
c/o Design Offices
Anna Heuer
Koppenstrasse 93
10234 Berlin
Telefon +49 176 47812663
info@hsma.de
www.hsma.de

Kontakt Medien:

Wolf.Communications
by Wolf-Thomas Karl
Schulhausstrasse 3
8306 Brüttsellen/ZH
Telefon: +41 (0)76 4985993
mail@wolftomaskarl.com
www.wolftomaskarl.com