

Pressemitteilung 6. Januar 2020

COME AS YOU ARE: 25hours Hotel Company präsentiert 25hours people als neue Arbeitgebermarke

Hamburg: In Zeiten des Fachkräftemangels und New Work reicht es schon lange nicht mehr aus, seinen aktuellen und potenziellen Mitarbeitern lediglich ein cooles Produkt oder einen hippen Arbeitsplatz zu bieten. Deshalb hat 25hours für die neue Arbeitgebermarke 25hours people den Input der eigenen Mitarbeiter evaluiert und darauf aufbauend die Strategie entwickelt. Dabei hat 25hours herausgefunden, warum die mehr als 1.000 Mitarbeiter gerne für das Unternehmen arbeiten, was ihnen wichtig ist und aufgrund welcher Besonderheiten sie 25hours ihren Freunden weiterempfehlen. Dafür wurde die jährliche Mitarbeiterumfrage genutzt, aus dem sich ergeben hat: **COME AS YOU ARE**. Das ist das Arbeitgebersprechen, womit sich die 25hours-Mitarbeiter identifizieren. Das Ergebnis fasst das Versprechen an die Mitarbeiter zusammen: Sei so wie du bist, mit deinem Talent und deinem Charakter. Genauer definiert wird dieses Versprechen durch vier Kernbotschaften, die den Essentials **WE LIKE PEOPLE, WE ARE PASSIONATE, WE SEARCH FOR THE UNCONVENTIONAL** und **WE ARE IN CHARGE** der Hotelgruppe zugeordnet wurden. Diese Kernbotschaften wurden im Rahmen des neuen Employer Brandings wie folgt formuliert:

We don't just call ourselves a hotel tribe, we act like one.

Jeder, der durch unsere Türen tritt, wird ein Teil von uns und erlebt, was uns besonders macht. Was uns verbindet? Wir sind eine eingeschworene Gemeinschaft. Mit Vertrauen und Respekt zueinander führen wir unsere Idee von 25hours weiter zum Erfolg.

Our hotels stand out for their character, but with you they get a soul.

Wir schätzen Persönlichkeiten und ihre Geschichten. Denn wir sind nur so gut, so besonders und so mitreißend, wie die Menschen, die bei uns arbeiten. Es ist ihr Optimismus, ihre Empathie gegenüber unseren Gästen, ihre Neugier und Begeisterung für das, was sie jeden Tag tun, ihr ganz persönlicher Touch macht 25hours zu dem, was wir heute sind.

You love a little extra? We do, too.

Wer seinen Job liebt, gibt alles und möchte alles außer Standard. Genauso sind wir: anders, auffällig und vielleicht etwas verrückt. Und wir tun alles, damit das auch so bleibt - mit unkonventionellen Extras und einem anregenden Umfeld, in dem unsere Mitarbeiter Spaß bei der Arbeit haben und ihr Extra aus sich rausholen können.



come as you are.

Your opportunities are as individual as our hotels.

Wir schauen nicht nur auf den Lebenslauf. Wer die Dinge in die Hand nimmt, etwas lernen und erreichen will, ist bei uns richtig. Wer zeigt, dass er was reißen will, bekommt bei uns die Möglichkeit, das Beste aus seinem Talent zu machen.

Im Fokus stehen somit bei 25hours people die Themen Arbeitskultur & Miteinander, Benefits, Karrierechancen und natürlich die Persönlichkeit sowie eine ordentliche Portion Leidenschaft für den Job.



Kathrin Gollubits, Director of Human Resources bei 25hours formuliert es so: „Die Basis für das Überarbeiten unserer Arbeitgebermarke und die Neupositionierung war, dass wir im Zuge der Definition unserer Essentials überlegt haben, wofür wir stehen und was wir als Arbeitgeber bereits tun, um Mitarbeiter zu gewinnen und zu halten. Dabei haben wir festgestellt, dass wir schon vieles anbieten, dies aber den Mitarbeitern noch viel proaktiver mitteilen möchten.“ Deshalb schreibt sich die Hamburger Hotelgruppe das Thema Employer Branding auf die Fahne und implementiert mit 25hours people eine neue Marke. Flankiert wird diese unter anderem durch die Website www.25hours-people.com, die Einblicke in die 25hours-Welt gibt und die Mitarbeiter in den Fokus rückt. Die Bilder wurden von einer Hamburger 25hours-Kollegin selbst fotografiert. Zudem wurde ein eigener Instagram-Account www.instagram.com/25hourspeople/ aufgesetzt, um die Marke mit

Leben zu füllen und die Geschichten der Kollegen zu erzählen. Auf den Bildern: Mitarbeiter, die für das Unternehmen stehen. Denn die 25hours people sind echt, ehrlich und authentisch. CEO Christoph Hoffmann betont die Wichtigkeit des Themas Employer Branding für das gesamte Unternehmen: „Wir suchen Menschen aus aller Welt mit Charakter und Individualität, die Freude daran haben, sich und ihre Talente mit Begeisterung einzubringen und im Team die Marke 25hours weiter zu prägen. Bei uns zählt der Mensch mehr als der perfekte Lebenslauf.“

Dass die Kernbotschaften nicht nur leere Satzhüllen sind, wurde mit der ALL FOR WATER WEEK im November bereits bewiesen: Eine Woche lang fanden an allen Standorten, auch im Hamburger Head Office, über 70 Veranstaltungen statt, darunter Lesungen, Konzerte und Workshops. Ergänzt wurde das Programm durch weitere Aktionen im Hotelalltag. Geplant und umgesetzt wurde die ALL FOR WATER WEEK von den Mitarbeitern selbst. Das Ergebnis: Knapp 19.000 Euro Spenden für die gemeinnützige Organisation Viva con Agua e.V.

Weitere Informationen zur neuen Arbeitgebermarke:

www.25hours-people.com/

www.instagram.com/25hourspeople/

Videos zu den 25hours Hotels: youtube.com/25hourshotels

Presse- und Bildmaterial: 25hours-hotels.com/company/presse/bilder

come as you are.



Über 25hours Hotels

25hours ist eine smarte Hotelidee, die, von Persönlichkeiten und charmant-lockerem Service geprägt, zeitgemäße Antworten auf die Anforderungen eines urbanen, kosmopolitischen Reisenden sucht. Die Marke setzt auf Individualität, Authentizität und Persönlichkeit und gestaltet unter dem Motto „Kennst du eins, kennst du keins“ jedes ihrer Hotels mit unterschiedlichen Designern und einzigartigem Stil. Die 25hours Hotel Company wurde 2005 von Stephan Gerhard, Ardi Goldman, Christoph Hoffmann und Kai Hollmann gegründet und betreibt heute 13 Hotels im deutschsprachigen Raum sowie in Paris. Es stehen weitere Eröffnungen an: 25hours Hotel Florenz, 25hours Hotel Dubai (2020) und 25hours Hotel Kopenhagen (2021). Seit 2016 arbeitet die 25hours Hotel Company in einer strategischen Allianz mit AccorHotels zusammen. Europas größter Hotelkonzern beteiligt sich mit 50 Prozent an der dynamischen Hotelgruppe. Gemeinsam werden Hotelprojekte rund um den Globus verfolgt.

Pressekontakt

25hours Hotel Company
Anne Berger
Senior PR Manager
Zollhaus, Ericus 1
20457 Hamburg
p +49 40 22 616 24 197
media@25hours-hotels.com

come as you are.