

Tour des Lebens auf den Kilimandscharo

Mutmacher für eine ganze Generation

Acht Auszubildende der Emdener Upstalsboom-Gruppe erklimmen den 5.894 Meter hohen Berg in Afrika / Nachwuchs Glauben an sich selbst vermitteln / Geschäftsführer fordert Umdenken in den Führungsetagen / Werte und Sinnhaftigkeit stärker in den Mittelpunkt stellen statt wirtschaftliche Kennzahlen / Motivierte Mitarbeiter stärken Ertragskraft / 2015 mit steigenden Übernachtungszahlen

Emden – Der Nachwuchs steht für Bodo Janssen an erster Stelle. „Die Kinder genießen in der Familie zu Recht die größte Aufmerksamkeit.“ Dies müsse auch in Unternehmen der Fall sein, sagte der Geschäftsführer der Upstalsboom Hotel- + Freizeit GmbH & Co. KG heute einem Pressegespräch am Firmensitz in Emden. Statt die jungen Mädchen und Jungen als „billige Hilfskräfte“ einzusetzen, wie es in der Hotellerie immer noch in weiten Teilen üblich sei, müssten diese gefordert und gefördert werden. Deshalb würden die aktuell 68 Nachwuchskräfte in der Upstalsboom-Gruppe weniger in den normalen Arbeitsprozess der zehn Hotels und rund 600 Ferienwohnungen entlang der Nord- und Ostsee eingesetzt. Vielmehr erhielten sie durch zahlreichen Schulungen, Seminare und Sonderprojekte „die höchste Aufmerksamkeit“ und viel Zeit zur Entwicklung ihrer Fähigkeiten und zur Entfaltung ihrer Potenziale.

Härtester Spaziergang der Welt

Dies zeigt auch die „Tour des Lebens“, von der acht von ihnen in der vergangenen Woche zurückgekehrt sind. Dahinter verbirgt sich die Besteigung des 5.894 Meter hohen Kilimandscharos in Afrika, die für jeden Teilnehmer die eigenen Grenzen des Vorstellbaren gesprengt habe. „Das war eine kaum zu beschreibende Erfahrung“, sagte Bodo Janssen, der diesen „härtesten Spaziergang der Welt“ mit vier Etappen über sechs Tage und insgesamt 84 Kilometern in der zweiten Januarwoche dieses Jahres selbst miterlebt hat. Künftig werde dies ein fester Bestandteil des Ausbildungsprogramms sein.

Für Janssen ist die „Tour des Lebens“, die mit einer einjährigen intensiven Vorbereitung verbunden gewesen sei, vor allem eine wichtige Wertschätzung für seinen Nachwuchs und damit ein „Mutmacher für eine ganze Generation“. So hätten es alle acht Auszubildenden bis zum Gipfel geschafft, obwohl ihnen dies im Umfeld kaum zugetraut worden sei. Gerade in der Hotellerie werde häufig ein negatives Bild von Auszubildenden gemalt, die nur wenig könnten und kaum leistungsbereit seien. Kindern und Jugendlichen werde ohnehin allzu häufig gesagt, was sie alles

*Upstalsboom -
so einzigartig wie sein Name!*

nicht können. So sei es kein Wunder, dass es immer weniger junge Menschen gebe, die den Weg in die Hotellerie und Gastronomie suchten. „Wir aber wollen unseren Auszubildenden zeigen, wozu sie in der Lage sind, dass sie über ihren Schatten springen können und ihnen Mut machen“, so der Geschäftsführer. Darüber hinaus kündigte Janssen an, dass künftig auch Bewerbungen ohne Zeugnisse von Auszubildenden möglich seien: „Noten sind für uns kein Maßstab dafür, ob jemand für die Arbeit im Hotel, in der Küche oder im Service geeignet ist.“ Deshalb gelte es, Hemmschwellen für die Bewerbung abzubauen. Viele geeignete Jugendliche würden ihre Unterlagen aber derzeit gar nicht erst einreichen, weil sie ihre Noten für zu schlecht hielten.

Sinn des Handelns im Mittelpunkt

Dass Janssen sein Unternehmen von der konventionellen betriebswirtschaftlichen Herangehensweise gelöst hat, zeigen auch seine Zielvorgaben. Diese bestehen seit einigen Jahren nicht mehr aus Umsatz- und Ertragsgrößen. „Für 2015 hatte ich vorgegeben, das ‚Wofür‘ und damit den Sinn unseres Handelns noch stärker in den Mittelpunkt zu stellen“, sagte Janssen. Der Gewinn dürfe für Unternehmer kein eigentliches Ziel sein, sondern stelle lediglich die wirtschaftliche Basis der Existenz dar. Sein persönliches Ziel sei es, möglichst viele zufriedene und glückliche Mitarbeiter zu erleben. Deshalb bräuchten diese eine Motivation außerhalb aller betriebswirtschaftlicher Kriterien. So plädiert Janssen für ein werteorientiertes Umdenken in den Führungsetagen der Wirtschaft. Ansonsten drohten vielen Betrieben angesichts des demographischen Wandels sowie eines sich wandelnden gesellschaftlichen Wertesystems mittel- und langfristig wirtschaftliche Probleme.

Deshalb habe Upstalsboom Werte wie Respekt, Ehrlichkeit, Demut und Bescheidenheit in den Mittelpunkt seiner Führungsphilosophie und Personalentwicklung gestellt. So fördert das Unternehmen ehrenamtliches Engagement und soziale Projekte, schickt seine Führungskräfte ins Kloster oder zu vergleichbaren wissenschaftlich basierten Veranstaltungen wie Corporate-Happiness-Seminaren und einiges mehr. Neben der „Tour des Lebens“ stellt laut Janssen auch die „Reise des Lebens“ einen wichtigen Bestandteil dieser Philosophie dar. So unterstützt das Unternehmen den Bau und Betrieb eines Schulgebäudes für 200 Schüler im afrikanischen Ruanda. 2015 hätten sechs Mitarbeiter dieses Projekt vor Ort über mehrere Tage begleitet. „Im Februar fahren wir dort mit 20 Upstalsboomern nochmals hin“, erklärte Janssen. Zudem werde das Projekt, das über die Stiftung Fly & Help organisiert wird, in diesem Jahr mit einer zweiten Schule für 500 Kinder erweitert.

Dieser werteorientierte „Upstalsboom Weg“ ist bereits vielfach ausgezeichnet worden und genießt durch die mediale Darstellung eine hohe Aufmerksamkeit. „So sind aus Mitarbeitern und

*Upstalsboom -
so einzigartig wie sein Name!*

auch aus vielen Kunden, die unseren Weg verfolgen, Fans und Freunde geworden, die sich mit dem Unternehmen identifizieren, den Dialog suchen und auch Fehler mal verzeihen“, erklärte Janssen. Dadurch habe sich die Ertragskraft der Unternehmensgruppe mit weniger Krankheitstagen, einer geringeren Personalfuktuation, aufmerksamen und produktiveren Mitarbeitern, zufriedeneren Gästen und besseren Empfehlungen in den vergangenen drei Jahren um 300 Prozent erhöht. Die Gewinne würden zu 100 Prozent in das Unternehmen und seine 635 Mitarbeiter reinvestiert. Das habe Upstalsboom auch 2015 ein weiteres Wachstumjahr mit mehr als 400.000 Übernachtungen beschert.

Hohe Investitionen

Gleichzeitig sei die Modernisierung und Erweiterung von Hotels und Ferienwohnanlagen mit erhöhtem Engagement vorangetrieben worden. Erweitert wurde das Portfolio durch das im Sommer neu eröffnete Upstalsboom Aparthotel Anna Düne auf Wangerooge, das die Emdermanagen. 2016 würden sich die Investitionen auf „mindestens dem gleichen Niveau“ bewegen. So seien größere Erweiterungen und Modernisierungen unter anderem im Upstalsboom Parkhotel in Emden für rund 1,2 Millionen Euro mit der Schaffung von zusätzlich 17 auf dann insgesamt 113 Zimmern sowie der Renovierung bestehender Zimmer und der Lobby sowie im Upstalsboom Hotel Am Strand in Schillig (Landkreis Friesland) für etwa 600.000 Euro vorgesehen. In ähnlichem Umfang sind Maßnahmen im Upstalsboom Ostseestrand auf Usedom für rund 500.000 Euro geplant.

Zudem werde das Seehotel auf Borkum für rund eine halbe Million Euro umgebaut. Dort werde die seit rund zwei Jahren bestehende Kooperation mit der Fakultät für Tourismus der Hochschule München fortgeführt. Deren Managementstudenten unterstützen die Hotelleitung durch mehrmonatige Praxissemester operativ im täglichen Service und auch konzeptionell mit neuen Ideen und Ansätzen. „Die ersten Konzeptvorschläge, die mit den Studenten erarbeitet worden sind, werden mit dem Umbau jetzt konkret umgesetzt“, erläuterte Janssen. Insgesamt seien 2016 Investitionen in unsere Hotels in Höhe von rund drei Millionen Euro in die Hotels vorgesehen. Mit dem Jahresauftakt 2016 zeigte sich Janssen ebenfalls sehr zufrieden. Die Buchungszahlen für das 1. Quartal lägen deutlich über dem Vorjahreszeitraum.

„Waterkant Suites“ Börgerende neues Leuchtturmprojekt an der Ostsee

Wachsen werde das Upstalsboom-Portfolio in den kommenden Jahren durch die derzeit in der Realisierung befindlichen Projekte. Dazu zählt Janssen vor allem das exklusive Vorhaben „Waterkant Suites“ in Börgerende im Landkreis Rostock mit 75 Suiten. Die Eröffnung sei für 2018 geplant. Darüber hinaus werde Upstalsboom auch das Management im geplanten „OstseeResort Olpenitz“ in Schleswig-Holstein mit mehr als 100 geplanten Wohneinheiten übernehmen.

*Upstalsboom -
so einzigartig wie sein Name!*

Strategisch setzt Upstalsboom bei seinem Wachstumskurs verstärkt auf den exklusiv-zwanglosen Komfort einer Ferienwohnung, der mit einem hochwertigen Hotelservice gepaart wird. Dieses Konzept finde sich bereits im Resort Deichgraf in Wremen (Landkreis Cuxhaven) sowie in einer weiterentwickelten Form in dem 2015 eröffneten Aparthotel Anna Düne auf Wangerooge wieder. Zur Zukunft des Ende Oktober von den Eigentümern geschlossenen Strandhotels Gerken auf Wangerooge, das 25 Jahre lang unter der Upstalsboom-Flagge betrieben wurde, konnte Janssen keine abschließenden Aussagen treffen. „Speziell aber mit unserem Aparthotel-Konzept haben wir eine neue Symbiose aus Ferienwohnung und Hotel geschaffen, die den Anforderungen der Küstengemeinden, den Gästen als auch dem Kapitalmarkt gerecht wird“, betonte der Geschäftsführer. Dieses neue Produkt werde in der Wachstumsstrategie eine wesentliche Rolle spielen.

Kennzahlen 2015

		Veränderung zum Vorjahr
Mitarbeiter	635	+ 1,6 %
Nettoumsatz	44,6 Mio. Euro	+3,2%
Übernachtungen (Hotel + Fewo)	400.479	+8,7%
Zimmer (Hotel + Fewo)	1.788	+2,8%
Ø Zimmerrate Hotels (ARR)	91 Euro	+5,8%
Hotels	10	+/-0
Auslastung Hotels	69,1%	-1,1 %
Kategorien	drei bis fünf Sterne	

Standorte

Nordsee: Borkum, Emden, Schillig, Wangerooge, Wremen und Varel-Dangast

Ostsee: Usedom (Bansin, Heringsdorf, Ahlbeck), Boltenhagen, Graal-Müritz, Kühlungsborn, Rügen (Binz, Glowe) und Fischland-Darß (Wieck)

Stadthotels: Emden, Berlin



Acht Auszubildende und weitere Begleiter auf dem Gipfel des Kilimandscharo.

*Upstalsboom -
so einzigartig wie sein Name!*

Ansprechpartner für Rückfragen:

Bodo Janssen

Geschäftsführer

Upstalsboom Hotel + Freizeit GmbH & Co. KG

Friedrich-Ebert-Str. 69-71

26725 Emden

Telefon 04921-8997-0

Upstalsboom Hotel + Freizeit GmbH & Co. KG

Die Upstalsboom Hotel + Freizeit GmbH & Co. KG ist einer der führenden Ferienanbieter an der Nord- und Ostsee. Als Betreiber von rund 70 Hotels und Ferienwohnanlagen sowie als Servicepartner für Investoren und Eigentümer von Ferienimmobilien bietet die mittelständische Unternehmensgruppe mit Sitz in Emden höchste Qualitätsstandards im Drei- bis Fünf-Sterne-Segment an 18 Standorten entlang der deutschen Küste sowie in Berlin und Emden in ausgewählten Toplagen. Mit friesischer Herzlichkeit und fortschrittlichen Ideen hat sich die Unternehmensgruppe mit rund 635 Mitarbeitern seit der Gründung 1976 dynamisch entwickelt. Mit einer wertorientierten Unternehmensphilosophie steht der Mensch dabei im Mittelpunkt. Tugenden wie Demut und Respekt prägen die Führungskultur, deren Ziel es ist, die Potenziale der Mitarbeiter zur Entfaltung zu bringen. Das Handeln von Upstalsboom beruht auf der Erkenntnis, dass sich durch die Potenzialentfaltung und Wertschätzung sowohl eine nachhaltige Wertschöpfung als auch eine hohe individuelle Zufriedenheit auf allen Ebenen erzeugen lässt.

Mehr Infos auch im Internet unter www.upstalsboom.de

*Upstalsboom -
so einzigartig wie sein Name!*