

# Innovative Mitarbeiter-Kommunikation am Beispiel Hochschober



HOTEL  
HOCHSCHÖBER

# WER SIND WIR ?



# DAS ORIGINAL SEIT 1929



- Gegründet 1929 von Hans und Hilde Leeb als Gasthof mit 30 Betten



# PIONIERE IHRER ZEIT



- Barbara und Peter Leeb – zweite Generation seit 1967



# GESTALTER STATT VERWALTER



- ab 2003 – Generationswechsel Karin Leeb & Martin Klein
- Ganzjahresöffnung, kompletter baulicher Relaunch
- Fokus auf Mitarbeiter

# ZAHLEN UND FAKTEN



- GmbH seit 1988
- Gesellschafter Bergbahnen & Biomasse Turracher Höhe
- Best Alpine Wellness Hotel
- 116 Zimmer
- 280 Gäste maximal
- über 90 % Auslastung
- 16 Millionen Euro Umsatz p.a.
- Strategie „2029“ – 100 Jahre



# WAS MACHT UNS EINZIGARTIG?



# DAS HOCHSCHOBER-TEAM



- **130**  
Mitarbeiter
- **18**  
Nationen
- **25**  
Lehrlinge





# IST SITUATION



- Corona hat viel verändert / Post Corona Situation
- Markenprozess wurde durchgeführt
- Anforderungen der unterschiedlichen Generationen
- Mehrwert für die Arbeit schaffen
- Digitalisierung

# NEUE WEGE

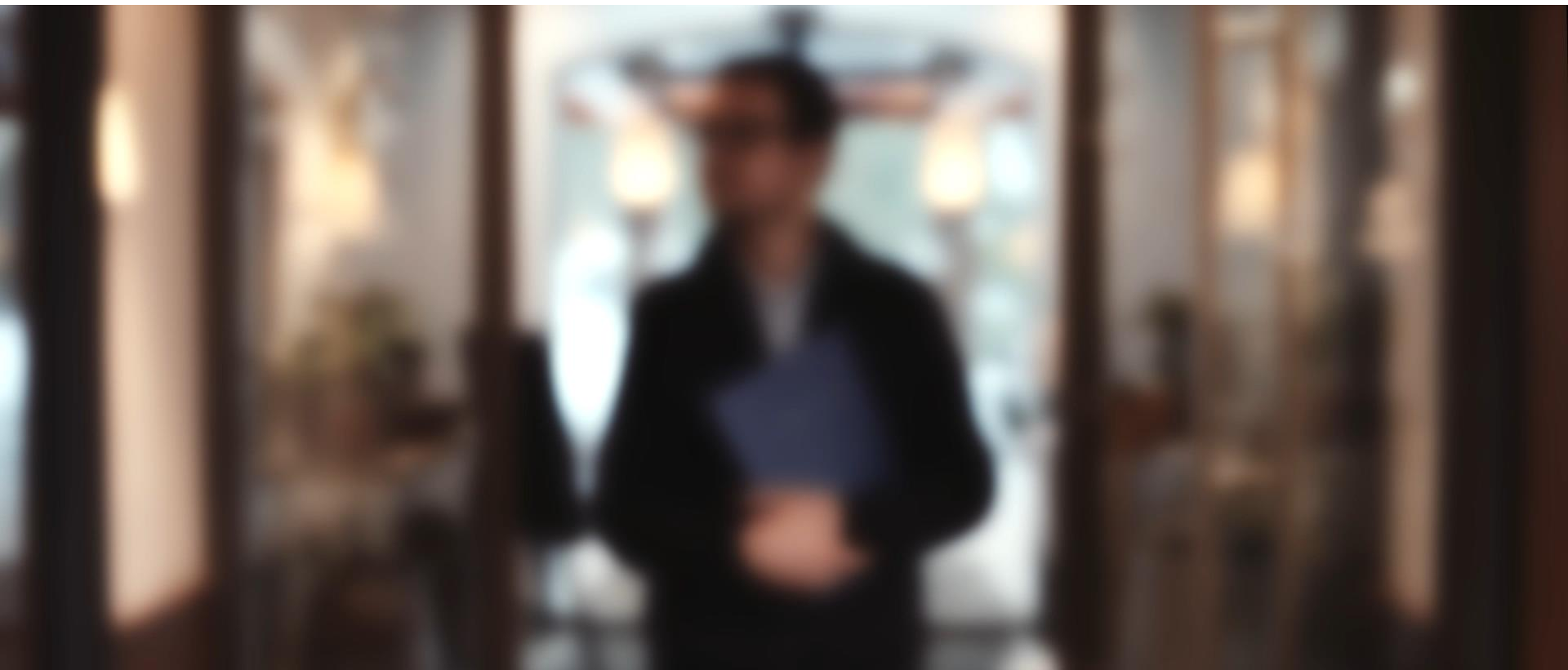


- Innovative Mitarbeiterkommunikation
- Unterschiedliche Ansprache der Generationen
- Personas & Lebensphasen
- New Work
- Digitales Lernen

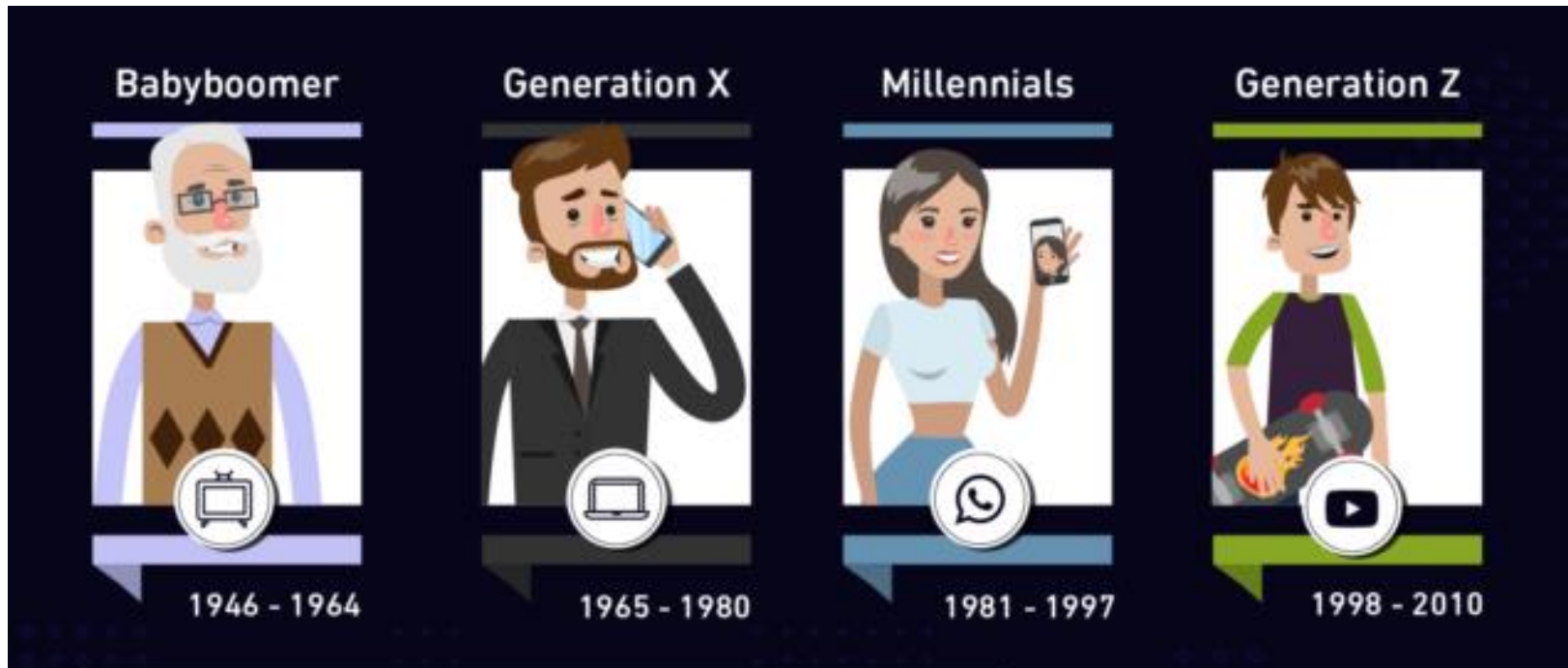
# INNOVATIVE MITARBEITERKOMMUNIKATION - AGENTEN MIT TALENTEN



# INNOVATIVE MITARBEITERKOMMUNIKATION- AGENTEN MIT TALENTEN



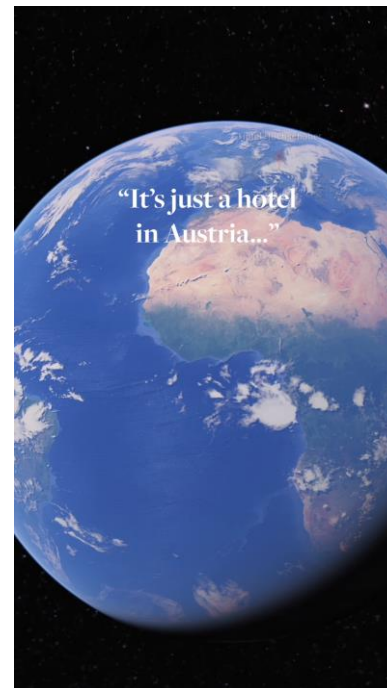
# UNTERSCHIEDLICHE ANSPRACHE DER GENERATIONEN



# UNTERSCHIEDLICHE ANSPRACHE DER GENERATIONEN



Wird immer wichtiger in der innovativen Mitarbeiterkommunikation



# PERSONAS & LEBENSPHASEN



**Für eine innovative Mitarbeiter-Kommunikation ist es wichtig**

- die PAIN POINTs der Mitarbeiter zu kennen
- Personas zu definieren
- Flexible Arbeitszeitmodelle für die unterschiedlichen Lebensphasen anzubieten

# MITARBEITERAKADEMIE/ DIGITALES LERNEN





# FAZIT



- Employer Branding: Agenten mit Talenten muss nach Innen & Außen für die Mitarbeiter spürbar sein
- Ziel ist es, die ganze Employee Journey darauf auszurichten
- Die Kinder/Jugendlichen von heute sind unsere zukünftigen MitarbeiterInnen - aus diesem Grund müssen wir schon rechtzeitig innovativ unsere Arbeitgebermarke kommunizieren.