

Online-Potenzial besser nutzen

Sich auf Websites und im Web 2.0 zu präsentieren, wird von der Hotellerie mittlerweile recht gut beherrscht. Doch die Möglichkeit, potenzielle Fachkräfte im Netz anzusprechen, wird selten genutzt. Jörg Müller-Huck, CEO von Lost and Found Personalrecruiting, gibt im Interview mit Top hotel Tipps für eine bessere Online-Kommunikation mit Bewerbern

Top hotel: Soziale Netzwerke wie Facebook, Xing, StudiVZ, LinkedIn oder My Space werden häufig auch für berufliche Zwecke genutzt. Machen auch Personalberater von diesen Kanälen Gebrauch?

Jörg Müller-Huck: Aktuelle Studien gehen davon aus, dass knapp 90 Prozent der Personalberater aller Branchen ihre Kandidaten im



Jörg Müller-Huck

Netz suchen. Deutsche Unternehmen haben das Potenzial sozialer Netzwerke erkannt. Dieser Trend wird auch weiterhin anhalten, denn durch den demographischen Wandel wird sich der Mangel an qualifizierten Fachkräften weiter verschärfen.

Top hotel: Wie sieht es denn in den Bereichen Hotellerie und Touristik aus?

Müller-Huck: Beim Wettbewerb um die besten Talente zeigen sich viele Unternehmen aus den Bereichen Hotellerie und Touristik besonders fortschrittlich und setzen zunehmend auf soziale Netzwerke. Dabei eignen sich die Social-Media-Seiten nicht nur für die erste Kontaktaufnahme, sondern gewinnen auch beim Einschätzen von Bewerbern an Einfluss.

Top hotel: Haben die Hotel- und Touristikbetriebe also schon aus- gesorgt?

Müller-Huck: Nein, keineswegs. Es reicht nicht, Kandidaten nur über die Social-Media-Seiten anzusprechen. Man muss Bewerber auch für das jeweilige Hotel oder Unternehmen interessieren. Voraussetzung dafür ist, dass sich die Anbieter im Web zeitgemäß und professionell präsentieren und die Jobinteressierten da genauso abholen, wie ihre Gäste und Bucher.

Top hotel: Also ist die Unternehmenswebsite die wichtigste Visitenkarte?

Müller-Huck: Eine aktuell im Handelsblatt veröffentlichte Studie der Universität Bamberg hat herausgefunden, dass sich über 86 Prozent der Bewerber auf den Unternehmenswebsites informieren. Deshalb sind Hotelbetriebe gut beraten, mögliche Bewerber genau da anzusprechen. Am besten mit einer eigenen segmentierten Unternehmenswebsite. Gleichzeitig sollte aber auch der Bereich Social Media bei allen HR-Prozessen mitberücksichtigt werden.

Top hotel: Und dann kommen die Bewerber und bleiben auch?

Müller-Huck: Wenn in der Suche um Talente den gestiegenen Bedürfnissen der Bewerber Rechnung getragen wird, verbleiben mehr junge und ausgebildete Fachkräfte in der Branche und Vermittlungen können für alle Beteiligten erfolgreich abgeschlossen werden. Beim Thema Image und Kommunikation schneidet die Hotelbranche im Übrigen vergleichsweise schlecht ab.

Top hotel: Können Personalberater daran etwas ändern?

Müller-Huck: Es ist im Moment so, dass immer mehr Fach- und Führungskräfte von Personalberatungsgesellschaften vorausgewählt und vermittelt werden. Das zeigen auch die Zahlen der aktuellen Marktstudie des Bundesverbands Deutscher Unternehmensberater. Für 2012 werden weitere Umsatzzuwächse erwartet, nach einem Umsatzanstieg von 14,8 Prozent im letzten Jahr. Wir bei Lost and Found haben uns auf die internationale Hotellerie, Touristik und Zulieferindustrie spezialisiert. Und weil wir den Markt kennen, appellieren wir immer an die Unternehmen, ihre ungenutzten Potenziale auszuschöpfen und die vernetzte Ansprache zu verbessern, um das Recruiting künftig erfolgreicher zu gestalten.

Zehn Prozent Rabatt bietet das iST-Studieninstitut anlässlich des fünften Geburtstages der **Weiterbildung »Hotelbetriebswirt«** auf den Studiengang. Außerdem erhalten die Teilnehmer neben dem Diplom zusätzlich das Zertifikat »Sales Management«. Wer sich für den letzten Starttermin in diesem Jahr anmelden und von den zehn Prozent Rabatt profitieren möchte, sollte im Bemerkungsfeld »Jubiläum« eintragen. Infos: www.ist.de +++ Zwei Studierende der IUBH (Internationale Hochschule Bad Honnef) in Bonn haben ab dem kommenden Wintersemester die Möglichkeit, ein **Gastsemester an der Cornell School of Hotel Administration (CSHA)** zu verbringen. Die Bewerber müssen sich einem strengen Auswahlverfahren stellen. Infos: www.iubh.de +++ Die Bedürfnisse von Familienunternehmen und Frauen stehen bei Ute Zischinsky im Fokus. Mit ihrem neu gegründeten **Unternehmen Die Coach** mit Sitz in Salzburg füllt sie mit ganzheitlichem Hotelmarketing eine Nische für kleine und mittelständische Hotelbetriebe. Die Lebens- und Sozialberaterin kann für ihre neue Aufgabe auf ihre langjährigen Erfahrungen in der gehobenen Hotellerie zurückgreifen. Info: www.diecoach.eu

