



Bei der Werbung die Mitarbeiter nicht vergessen

Im Wettbewerb um Ihre Kunden spielen Ihre Mitarbeiter eine wichtige Rolle. Natürlich können es auch ein tolles Ambiente, ein edles Design oder eine pfiffige Küche sein, die Gäste in Ihr Restaurant oder Hotel kommen lassen. Das überzeugendste Argument für Ihr Haus ist aber zweifelsohne ein charmanter und aufmerksamer Service. Dessen Schlagkraft im Wettbewerb hängt maßgeblich von den Menschen ab, die diese Leistungen jeden Tag auf gleichbleibend hohem Niveau abrufen und zum Einsatz bringen. Vor allem sind es Ihre Mitarbeiter, die das einzigartige Profil Ihres Betriebs formen.

Der Ruf kommt vom Chef, das Image vom Team

Gute Mitarbeiter bringen gute Leistung. Und hinter guten Mitarbeitern stehen gute Chefs. Sie tragen Verantwortung für die kontinuierliche Verbesserung der Arbeitsqualität, beispielsweise durch konkrete Zielvorgaben, standardisierte Prozesse, individuelle Förderung und offene Kommunikation. Gute Mitarbeiter wollen aufgebaut und gehalten werden. Welchen Wert sie für den Betriebserfolg darstellen, merkt man vor allem dann, wenn man nach neuen, guten Mitarbeitern sucht.

Es ist längst kein Geheimnis mehr, dass der vielzitierte demografische Wandel bereits zu markanten Veränderungen auf dem Bewerbermarkt geführt hat. Nicht nur nimmt die Zahl an qualifizierten Ausbildungs- und Arbeitssuchenden beständig ab. Auch ihre Ansprüche wandeln sich.

Personalberater sprechen seit langem vom „War for Talents“, in dem die Arbeitgeber mit harten Bandagen um die Bewerber kämpfen müssen.

Es ist zur Notwendigkeit geworden, nicht nur als Restaurant oder Hotel um die Gäste, sondern auch als Arbeitgeber um die Mitarbeiter zu werben. Dieser Gedanke mag für manche von uns irritierend oder zumindest gewöhnungsbedürftig sein. Schließlich bietet man ein begehrtes Gut, nämlich bezahlte Arbeit an und ist aus der Tradition heraus derjenige, der entscheidet. Aber gute Arbeitskräfte wissen, dass sie gut und damit in einer Position sind, das für sie passende Unternehmen auszusuchen. Heute ist das Recruitment zu einer partnerschaftlichen Begegnung auf Augenhöhe geworden.

Die Chance, gute Mitarbeiter für sich zu gewinnen, steigt, wenn man als Unternehmen anbieten kann, was potenzielle Arbeitnehmer suchen, und das sowohl beständig als auch auf hohem Niveau. In dieser Hinsicht verhalten sich Mitarbeiter wie Gäste: Sie werden bleiben, wenn sie gefunden haben, was sie suchten. Denn warum sollten sie auch wechseln, wenn das Risiko besteht, beim nächsten Hotel oder Restaurant enttäuscht zu werden?

Wichtig ist auch der nächste Punkt: Die Arbeitgeberwerbung ist keine Marketing-Aktion mit schönen Hochglanzbildern. Die Beschreibung muss mit der Realität übereinstimmen. Setzen Sie sich also damit auseinander, was Mitarbeiter sich von ihren Arbeitgebern wünschen. Sicher wird eine angemessene Bezahlung auch weiter ein wichtiger Punkt bleiben. Mitentscheidend sind aber auch Faktoren im Bereich Führung und Möglichkeiten der Mitsprache, Kommunikation und Zusammenarbeit, persönliche Weiterentwicklung, Interesse an Menschen und ein Unternehmen, mit dem man sich identifizieren kann.



C.L.I.P.

BERATUNG & TRAINING IN HOTELLERIE & GASTRONOMIE

Der nächste Schritt ist dann die präzise Formulierung Ihres Unternehmensprofils ähnlich einer Bewerbungsmappe. Entscheidend ist dabei, die Position des potenziellen Mitarbeiters einzunehmen. Folgende Fragen müssen Sie positiv beantworten können: Würde ich auf Grund dieser Präsentation bei diesem Hotel oder Restaurant arbeiten wollen? Wirkt die Präsentation glaubwürdig? Platzieren Sie dann diese Präsentation auf Ihrer Homepage und nutzen Sie weitere Kommunikationsmöglichkeiten.

P. S.: Stellen Sie sich vor, Sie selbst fangen morgen in einem neuen Unternehmen an. Was wünschen Sie sich für einen gelungenen Start? Nun sehen Sie sich um. Bieten Sie in Ihrem Unternehmen oder Ihrer Abteilung, was Sie sich gerade gewünscht haben?

www.clipmanagement.de

www.clipakademie.de
