



Fotos: zVg



Via Breitband ins Grand Hotel

Für Hotels mit Saisonbetrieb gehört die regelmässige Personalrekrutierung zur normalsten Sache der Welt. Entsprechend professionell sind die Recruiting-Prozesse. Wie das Beispiel vom Grand Hotel Kronenhof in Pontresina zeigt, dient das Internet nicht nur der Suche, sondern auch dem Employer Branding.

Zwei oder drei Dutzend Fachkräfte auf einmal zu suchen, gehört für Monika Kamm zum Berufsalltag. Die Personalchefin im Grand Hotel Kronenhof in Pontresina erklärt, eine Fluktuationsrate von rund 50 Prozent sei für Hotels mit Saisonbetrieb normal. «Nicht alle Angestellten können die mehrmonatigen Pausen zwischen Winter- und Sommersaison überbrücken oder mit einem Acht-Monats-Verdienst leben.» Während sich einige gut mit der Saison arrangieren können und in der arbeitsfreien Zeit ihre Familien besuchen, suchen andere nach Saisonende eine neue Anstellung und verlassen das Hotel. Im Dezember 2007 aber mussten fast alle Chargen neu besetzt werden. Damals, nach einer halbjährigen Umbauphase, erwachte der «Kronenhof» aus seinem Dornröschens-

schlaf. Das zwischen 1848 und 1900 entstandene Hotel, das architektonisch zu den bedeutendsten Häusern der Alpen gehört, präsentiert sich nach dem Umbau als wahre «Krone» der Region und kann es,

«Nicht alle Angestellten können die mehrmonatigen Pausen zwischen Winter- und Sommersaison überbrücken»

Monika Kamm, «Kronenhof»

insbesondere dank dem Bau des neuen Spa-Bereichs, mit der Konkurrenz im Engadin wieder aufnehmen.

Moderne Kanäle für die Suche

Für die Personalsuche nutzt man im «Kronenhof» hauptsächlich die drei in der Branche gut bekannten Internetportale hotelcareer.de, hoteljob-schweiz.ch und

oscars.li. Damit habe man die besten Erfahrungen gemacht, erzählt Monika Kamm, «auch wenn kurzfristig gesucht werden muss, weil jemand – wie es hin und wieder vorkommt – ausfällt oder seine Stelle gar nicht erst antritt». Für spezielle Positionen wie etwa Kindergärtnerinnen oder Coiffeusen bediene man sich der lokalen Presse. Wenig bis gar keine Resonanz dagegen brachten in letzter Zeit Stelleninserate in Printpublikationen. «Heute passiert alles im Internet», erklärt Kamm. Externe Beratung ziehe man nur im Notfall bei oder wenn es um die Besetzung höherer Positionen gehe, etwa diejenige des Küchenchefs.

Die nationale Durchmischung der Belegschaft ist im Hotel wichtig

So effizient die Suche im Internet auch ist, sie hat auch einen gravierenden Nachteil, bedauert die Personalchefin: «Wer auf deutschen Internetportalen sucht, erhält hauptsächlich Bewerbungen aus Deutschland.» Im Grand Hotel legt man aber Wert auf eine Belegschaft, die in ihrer nationalen Durchmischung diejenige der Gäste spiegelt. «Während die einen Gäste gerne

mit einem italienischen Kellner plaudern, ziehen andere eine deutsch sprechende Bedienung vor.» Eine «gesunde Durchmischung» werde auch aus unternehmenskulturellen Überlegungen angestrebt, habe die Erfahrung doch gezeigt, dass grosse nationale Gruppen die Tendenz hätten, sich gegen andere Gruppen abzugrenzen.

Vorstellungsgespräch in der Baustelle

Besonders prekär war die Situation kurz vor der Eröffnung in der Hotelküche. Normalerweise koche er mit Bewerbern, um ihr Können zu testen, erzählt Küchenchef Bernd Schützelhofer. Da jedoch die Küche kurzfristig und entgegen der ursprünglichen Umbauplanung ebenfalls von Grund auf erneuert wurde, sei dies nicht möglich gewesen. «Wir konnten auch nur andeutungsweise erklären, unter welchen Bedingungen nach der Eröffnung gearbeitet wird», erinnert sich Schützelhofer, der mit seinem Team sowohl das À-la-carte-Restaurant Kronenstübli bekocht als auch das mehrgängige tägliche Diner für die Hausgäste zubereitet. Heute lacht Schützelhofer über die turbulente Zeit – mit gutem Grund: Inzwischen wurde das Gourmetrestaurant von Gault Millau mit 15 Punkten und zwei Hauben belohnt. Auch habe sich die Fluktuation in der Küche in dieser Saison in normalem Mass bewegt – Beweis für die gute Hand des Meisterkochs.

Entspannung dank guter Positionierung

Personalchefin Monika Kamm rechnet damit, dass sich der Beginn der nächsten Wintersaison als weniger stressreich erweisen wird als die letzte. Die Situation auf dem Arbeitsmarkt bezeichnet sie zwar als «nach wie vor mittelmässig». Zwar habe die EU-Osterweiterung zu einer merklichen Entlastung geführt, das Hauptproblem – gut qualifiziertes Personal zu finden – bestehe aber weiterhin. «Fehlt einem Bewerber oder einer Bewerberin die Erfahrung in der gehobenen Gastronomie, wird es schwierig.» Die Zeit, um unerfahrene Angestellte vor Saisonbeginn einzuarbeiten, fehlt. Dank dem Umbau punktet das Grand Hotel in Pontresina allerdings heute nicht nur bei den Gästen, sondern auch beim Personal. Das Personalhaus wurde komplett ausgehöhlt und die Zimmer umgebaut. Heute verfügen alle Zimmer über Internetanschluss. Für die vielen ausländischen Mitarbeitenden sei dies besonders wichtig, erklärt Kamm: «Übers Internet sind sie mit ihren Familien und Freunden im Heimatland verbunden.» Nicht nur sei die Internetverbindung günstiger als Telefongespräche, gegen Saisonende lässt sich so in der spärlichen Freizeit auch eine neue Stelle finden. Nicht nur für die nächste Saison, sondern «hoffentlich für die weitere Zukunft», wie es auf der Homepage des «Kronenhofs» heisst.

KP

www.kronenhof.com, www.oscars.li, www.hotelcareer.de
www.hoteljob-schweiz.de

Lufthansa: Entscheidungshilfe mit modernen Informationsmitteln

Konkrete Vorstellungen statt vage Vermutungen – dies möchte die Lufthansa bei ihren potenziellen Bewerbern schon in einem frühen Stadium fördern. «Wie werde ich eigentlich Luftfahrtbegleiterin?» Wer sich das fragt, kann auf dem Job- und Karriereportal «be-lufthansa.com» ein paar erste konkrete Eindrücke abholen. Das Filmchen über die Ausbildung zur Flugbegleiterin ist pure Eigenwerbung und in entsprechend rosigen Farben abgedreht, aber dennoch erheblich lebendiger als jede klassische Imagebroschüre. Noch konkreter zur Sache geht es auf der Seite www.lufthansa-pilot.de, wo jeder Mochtegern-Pilot seine Eignung gleich online testen kann. Der Eigenversuch beweist vielleicht, was die Lufthansa im Begleittext behauptet: «Pilot werden ist leichter, als Sie vermuten.» Dennoch – der Online-Test ist bloss eine Vorstufe: Bewerber müssen dann

auch die ausführliche Eignungsdiagnostik bestehen, bevor sie überhaupt nur in die Nähe eines Cockpits kommen. «Die Anforderungen für die Pilotenlaufbahn sind sehr hoch, da muss man schon sehr gute Fähigkeiten mitbringen», erklärt Frank Schmith, Leiter Personalmarketing und -auswahl beim Lufthansa-Konzern. Für die Pilotenausbildungsplätze – heuer sind es 360 – gehen aber sehr viele Bewerbungen ein. Deshalb macht ein Online-Pretest durchaus Sinn. Instrumente wie Videos und Podcasts will Lufthansa im Personalmarketing in Zukunft vermehrt nutzen, erklärt Schmith, denn: «Bewerber sollen sich über den Arbeitsalltag in den Bereichen, die sie interessieren, informieren können.» Nicht nur Hochschulabsolventen, bei denen Testimonials sehr beliebt seien, sondern auch Techniker und Ingenieure sollen sich in nächster Zeit ein eigenes Bild von der Ar-

Credit Suisse: Nachwuchsförderung und Sponsoring miteinander verbinden

Alle Jahrzehnte wieder dasselbe Lied: Die Schweiz braucht dringend Informatiker! Besser gesagt Nachwuchskräfte, die ihren PC nicht nur zum Herunterladen von Musik oder Spielen benutzen. «Es genügt nicht zu wissen, wie man Word, Excel oder einen Browser bedient. In einer Welt, die von Informatik durchdrungen ist, muss ein Grundverständnis für diese Disziplin geschaffen werden», erklärt Karl Landert, CIO Private Banking und CIO Europe der Credit Suisse. Als Sponsorpartner der Schweizer Informatik-Olympiade (SOI) schlägt die Bank – mit 4284 Vollzeitstellen im Bereich Informatik einer der grössten IT-Arbeitgeber der Schweiz – elegant zwei Fliegen auf einen Streich: Sie setzt sich für die Sache ein und kann Kontakte

knüpfen zu jungen Nachwuchstalenten. SOI ist ein Wettbewerb für Jugendliche unter 20 Jahren, die ihre Programmierfähigkeiten unter Beweis stellen wollen. Die vier Besten können sich nach mehreren Runden für das Finale qualifizieren, das im August 2008 in Ägypten stattfinden wird. Am Tag der Informatik am 28. August, dem Grossanlass im Rahmen der [informatics08](http://informatics08.ch) in Zürich, plant die Credit Suisse nebst eigenen Aktivitäten in Zusammenarbeit mit der SOI die Präsentation der Medaillengewinner, mit denen sich Besucher in einem Online-Spiel live werden messen können.

www.soi.ch
www.informatica08.ch
www.olympiads.ch
www.credit-suisse.com/careers/de/swit-