

MITARBEITER SIND MEINE WERBE-  
TRÄGER. FÜHLEN SIE SICH HIER WOHL  
UND SEHEN CHANCEN FÜR DEN AUF-  
STIEG. BRINGEN SIE MIR DURCH MUND-  
PROPAGANDA DIE NEUEN TALENTE.

Der Trick für perfektes Selbst-Marketing  
von Sterne-Koch Ali Güngörmüs: Gute  
Stimmung sowie faires Miteinander  
fördern die Leistung und machen Arbeit-  
geber attraktiv.

# WIE SIE SICH ALS ARBEITGEBER ABHEBEN



Sie wollen die Top-Talente für Ihr **UNTERNEHMEN**? Dann müssen Sie selbst in der Liga der besten Arbeitgeber mitspielen. **ROLLING PIN** zeigt Ihnen, mit welcher **TAKTIK** Sie gegenüber der Konkurrenz klar in Führung gehen!

Text: Georg Hoffelner



Jede Herausforderung lächelnd annehmen, als Team für den Erfolg alles geben und dabei auch noch freudig den Werbejingle des Unternehmens pfeifen: Traumvorstellung oder umsetzbare Realität? Beste Karrierechancen, attraktive Prämien, ein guter Ausgleich zwischen Arbeit und Privatleben – das zeichnet unter anderem Spitzen-Unternehmen aus. Diese Betriebe setzen gezielt Aktivitäten, die sie als Arbeitgeber attraktiv machen.

Walter Junger, Geschäftsführer der international erfolgreichen Consulting-Agentur „Walter Junger and Friends“, sieht als entscheidenden Faktor das Image, warum sich Bewerbende letztendlich für ein Unternehmen entscheiden: „Das Prestige spielt heutzutage bei Jobentscheidungen für die Bewerber eine immer größe- ▶

38  
00  
00

Haben Sie Interesse an über **Dreihundertachtzigtausend** potentiellen Gästen?



## Als junger Unternehmer muss man mit einer spektakulären Idee Aufsehen erregen!

Klaus Kobjoll, Hotelier

re Rolle. Zwar hat das Einstiegsgehalt weiterhin großen Einfluss darauf, ob ein Kandidat ein Jobangebot annimmt oder nicht, immer wichtiger ist aber das Renommee des Arbeitgebers.“ Und da die eigenen Mitarbeiter die wichtigsten Botschafter des Betriebes sind, ist es am wichtigsten, mit der Imagearbeit gleich einmal bei ihnen zu beginnen.

### Job-Mekka

Ihre Hausaufgaben in puncto Mitarbeiter- sowie Personalpolitik augenscheinlich bravourös gemeistert hat Human Resources Director Kris Vanden Eynde von „Accor Hotels Österreich“. Bei der Verleihung des international renommierten Business-Awards „Great Place to Work“

wurde „Accor“ als einer der besten Arbeitgeber insgesamt und einziger Preisträger in der österreichischen Hotelbranche geehrt. „People first“

lautet bei einem Serviceunternehmen wie uns die entsprechende Devise. Das gilt für Gäste ebenso wie für Mitarbeiter“, erklärt Vanden Eynde.

Zu diesem Zweck wurde Anfang 2010 das Unternehmensprojekt „ARIANE 2015“ gestartet. Jeder Mitarbeiter kann so selbst daran mitwirken. Accor als einen „Best Place to Grow“ zu etablieren. „Mitarbeiter werden bei uns laufend über ihren Betrieb und die Gruppe informiert. Es gibt außerdem einmal im Jahr ein Abendessen mit dem Vorgesetzten des Vorgesetzten in einer locker-ungezwungenen Atmosphäre, bei dem betriebsinterne Themen besprochen werden“, erklärt die „Accor Österreich“-Personalchefin den Erfolg des Unternehmens.

Das „InterContinental Berchtesgaden Resort“ fördert die Eigeninitiative der Mitarbeiter mit einer ebenfalls spannenden Idee. General Manager Claus Geisselmann: „Bei uns übernehmen einmal im Jahr die Auszubildenden die Leitung. Bei einem ‚Open Day‘ meistern sie vom Einkauf über das Check-In bis zu Küche und Service für das Dinner am Abend alle Aufgaben der Abteilungsleiter und sind damit ihre eigenen Vorgesetzten.“

### Ideenkaiser

Ein Vorreiter für innovative Ideen, um die besten Kräfte anzulocken, ist seit Jahren Klaus Kobjoll, der smarte Besitzer des erfolgreichen 4-Sterne-Tagungshotels „Schindlerhof“ in Nürnberg. „Mein Ziel war es immer, den Schindlerhof zu der Attraktion auf dem Arbeitsmarkt zu machen“, erzählt Kobjoll im Interview. Dazu hat er sich für den Startschuss seines Vorzeigeunternehmens auch eine wirklich geniale Marketingstrategie ausgedacht und, wie er selbst meint, medial ziemlich laut getrommelt: „Als junger Unternehmer



## Der ultimative Quickguide

In drei Schritten zum gefragten Arbeitgeber.

Walter Junger ist Geschäftsführer der Consulting-Agentur „Walter Junger and Friends“ und blickt auf eine 20-jährige Karriere auf vier Kontinenten zurück. Der Experte mit Erfahrungen in der internationalen Luxushotellerie rät, sich auf folgende drei Punkte zu konzentrieren:

### 1. DAS IMAGE:

Nutzen sie alle zeitgemäßen Medien wie Facebook, Twitter und Co. um ihr Image aufzupolieren. Nehmen Sie an Bewerbungen teil. Sich mit den besten der Branche zu messen ist immer ein wesentlicher Erfolgsfaktor! Bieten Sie auch Schulungen an. Eine qualitativ hochwertige Ausbildung spricht sich schnell herum und ist somit die beste Werbung für ein Unternehmen.

### 2. WIE PROFESSIONELL GEHE ICH MIT BEWERBERN UM:

Den Bewerber niemals warten lassen. Keine Unterbrechung durch Telefonate. Sehr wichtig ist eine ausführliche Hausführung. Auch sollte man die Unternehmensphilosophie sowie ein Kurzportrait des Chefs kommunizieren.

### 3. MITARBEITER MÜSSEN IN DER UNTERNEHMENS PHILOSOPHIE EINEN PLATZ HABEN:

Angestrebte Ziele erreicht man ausschließlich mit motivierten und gut ausgebildeten Mitarbeitern, welche die Bestätigung in der Arbeit und in interessanten Projekten finden und genau deshalb überdurchschnittliche Leistungen erbringen. Sollte das Ihre Direktive sein, habe Sie auch schon gewonnen!

[www.walterjungerandfriends.com](http://www.walterjungerandfriends.com)



”

**Ich will Schritte setzen, die andere nicht machen. Das wird erst durch ein perfekt eingespieltes Ensemble möglich.**

**Karlheinz Hauser**

Sterne Koch und Patron im „Süllberg“

[www.suellberg-hamburg.de](http://www.suellberg-hamburg.de)

muss man unbedingt mit einer spektakulären Idee Aufsehen erregen. Wir haben im Jahr 1984 all unseren Lehrlingen Dienstautos verschafft. Das sorgt natürlich für Publicity. Ich wurde daraufhin von Tageszeitungen zum ‚Nettesten Chef Deutschlands‘ gewählt und war in diversen Fernsehsendungen zu Gast.“ Auch sonst lässt sich Klaus Kobjoll für seine „Schindlerhof“-Angestellten einiges einfallen. Neue Mitarbeiter werden mit Champagner, Blumenstrauß und Welcome-Party begrüßt.

Sollte ein Kollege Eigentümer erwerben wollen, erhält er vom Chef persönlich ein Darlehen. „Reine Promotion für den ‚Schindlerhof‘“, gibt Kobjoll zu. Aber genau so funktioniert das Spiel. Der erfolgreiche

Unternehmer kann sich über mangelndes Interesse an seinem Betrieb nicht beklagen.

Erfolgreiche Arbeitgeber haben erkannt, dass vor allem eines hilft, nämlich die bestehenden Mitarbeiter so zu qualifizieren, dass das Unternehmen auch in Zukunft wettbewerbsfähig bleibt.

Eine dementsprechende Personalpolitik scheint auch das Erfolgsrezept des Personalchefs der „Steigenberger Hotel Group“.

”

**Mein Ziel war es von Anfang an, den Schindlerhof zu der Attraktion am Arbeitsmarkt zu machen.**

**Klaus Kobjoll**

Eigentümer vom „Schindlerhof“ und Unternehmensberater

[www.schindlerhof.de](http://www.schindlerhof.de)

Andreas Elvers, zu sein: „Wir haben unterschiedliche Hotels, internationale Gäste und einzigartige Mitarbeiter. Aus diesem Grund individualisieren wir natürlich auch die Aus- und Weiterbildung.“ Und diese Ideologie praktiziert das Hotelunternehmen außerordentlich erfolgreich. Die „Steigenberger Hotel Group“ wurde vor Kurzem als „Top Arbeitgeber Deutschland 2011“ auf der Grundlage einer Studie des unabhängigen, international tätigen Instituts „Corporate Research Foundation“

”

**Bei uns übernehmen einmal im Jahr bei einem „Open Day“ die Auszubildenden die Leitung.**

Claus Geisselmann, General Manager

(kurz CRF) ausgezeichnet. Elvers erklärt den Erfolg ausgesprochen plausibel: „Mitarbeiter sind nicht einfach nur ein Posten in der Bilanz. Motivierte Angestellte sind das wichtigste Kapital eines erfolgreichen Unternehmens und nur Betriebe, die mit erstklassigen Arbeitsbedingungen aufwarten, finden letztendlich echte Spitzenleute.“ Ziel sollte sein, an der Reputation des eigenen Unternehmens aktiv zu arbeiten, um so die Zukunft zu sichern. ■

# Ihre Chance



Durch unsere **Hideaways-Packages** (Print, Online & Newsletter) erreichen Sie für nur **EUR 490,-** über 380.000 potentielle Gäste.

**GOURMETREISE ist eines der auflagenstärksten Reise- und Genussmagazine am deutschsprachigen Markt.**

Haben wir Ihr Interesse geweckt? E-Mail genügt:  
[hideaways@gourmetreise.com](mailto:hideaways@gourmetreise.com)