

EMPLOYER BRANDING

Wahre Schönheit kommt von innen

Jede Führungskraft in der Hospitality Industry muss sich darüber im Klaren sein, dass sie durch ihre eigene innere Einstellung zum Berufsfeld Hotellerie widerspiegelt, was interessierte Menschen von der Arbeit in dieser Branche erwarten können. Das hat insbesondere Auswirkungen auf das Employer Branding.

Ihre persönliche Motivation ist ansteckend – im Positiven wie im Negativen. Das betrifft vor allem auch das Employer Branding Ihres Unternehmens. Unterschätzen Sie Ihre Außenwirkung nicht. Hand aufs Herz: Haben Sie selbst wirklich ein positives Bild von Ihrer Arbeit, von Ihrem Betrieb und der Hotellerie im Allgemeinen? Sind Sie ein stolzer Botschafter Ihres Arbeitgebers? Leben Sie das Ihren Mitarbeitern im Arbeitsalltag authentisch vor?

Sie werden oft Kollegen begegnen, die als Führungskräfte negativ und abwertend über Gäste, Mitarbeiter und den eigenen Job sprechen. Sie fragen sich dann: Wenn der schon eine schlechte Meinung von seinem Job hat, wie will er dann das Feuer der Begeisterung auf seine Mitarbeiter und Azubis übertragen? Wer als Führungskraft so handelt, ist nicht nur eine Fehlbesetzung, sondern eine Schande für die ganze Branche. Wen wundert da die



hohe Quote von Kündigungen neuer Mitarbeiter in der Probezeit und von Abbrüchen von Ausbildungsverträgen? Wen wundert es, dass gerade junge Menschen es nicht reizvoll finden, in dieser Branche ihr Bestes zu geben? Schnell wird klar: Arbeitgeber-Marketing – Employer Branding – muss aus einer ehrlichen inneren Einstellung heraus entwickelt, glaubwürdig gelebt und kommuniziert werden. Hier gilt die Devise: Sagen, was man tut – und tun, was man gesagt hat.

Unterschätzen Sie die Bewerber nicht. Berufseinsteiger, Stellensuchende, Führungskräfte und Mitarbeiter entscheiden heute danach, ob sie ein Unternehmen als Arbeitgeber durch Klarheit, Glaubwürdigkeit, Sympathie und Vertrauen überzeugt. Mit dem »Markenbild« Ihres Betriebes beantworten Sie Fragen wie: Wer sind wir? Wofür stehen wir? Was macht uns als Arbeitgeber attraktiv und glaubwürdig? Worin unterscheiden wir uns von anderen Arbeitgebern? Wie gehen wir mit den Menschen um, die für uns arbeiten? Wer passt zu uns? Warum sollte jemand ausge-rechnet bei uns arbeiten wollen? Und: Welchen Nutzen und Spaß hat der Mitarbeiter dabei?



ARBEITGEBER-MARKETING MUSS AUS EINER EHRlichen INNEREN EINSTELLUNG HERAUS ENTWICKELT, GLAUBWÜRDIG GELEBT UND KOMMUNIZIERT WERDEN.



ALBRECHT VON BONIN

ist Inhaber der VON BONIN Personalberatung, Gelnhausen, und Autor des Buches

»Mitarbeiter suchen, finden, fördern, binden«. Leserfragen beantwortet er gern unter 06051-48280 oder per E-Mail an: a.vonbonin@von-bonin.de · www.von-bonin.de