

Arbeitgeber suchen Arbeitnehmer

Der dritte Checkpoint Karriere der Hotelfachschule Thun schloss erstmal mit einer Nachmittagstagung ab. Thema: «Digital Recruiting». Klar wurde: Der Arbeitgeber muss heute den Mitarbeiter umwerben.



Gabriele Bryant.

Heute sei es nicht mehr der Stellenbewerber, der den künftigen Arbeitgeber «umwerben» müsse, sondern der Betrieb den Arbeitnehmenden: Gabriele Bryant, Spezialistin im Bereich Online und Social Media, eröffnete am vergangenen Mittwoch die Nachmittagstagung zum Thema «Digital Recruiting» des «Checkpoint Karriere» an der Hotelfachschule Thun mit einer Klarstellung der aktuellen Kräfteverhältnisse auf dem Arbeitsmarkt.

Diese zeigten sich bereits am Vormittag des Thuner Karrieretages: Es sind die Arbeitgebenden, die sich an der HF Thun den Studierenden präsentieren, um so Kandidatinnen und Kandidaten insbesondere für Hotelpraktika zu finden. Es brauche neben dem Gästemarketing heute genauso ein Mitarbeitermarketing. Und dieses müsse sich auch an die gesuchte Arbeitskraft richten. Oft verkaufe sich ein Haus im Web gegenüber den Mitarbeitenden noch mit den Attributen des Gästemarketing.

«Der Mitarbeiter muss etwas davon haben, dass er bei Ihnen arbeitet», sprach Bryant gegenüber den Teilnehmenden, Studenten und Manager aus der Hotellerie, Klartext. Das sind nicht Luxus und Lage, die den Gast ziehen, sondern Benefits, die das Arbeitsleben angenehmer machen. In ihrem einstündigen Referat ging sie auf all die möglichen digitalen Rekrutierungstools ein – von Employee Branding bis Active Sourcing, von Kununu als Bewertungsplattform für Arbeitgeber bis whatchado für die Berufswahl.

Bei der anschließenden Podiumsdiskussion mit Casimir Platzer, Präsident Gastrosuisse, Bernt Maulaz, Leiter Verlag und Marketing der htr hotel revue, Viktor Calabro, CEO von Coople AG und Astrid Kaiser, HR-Managerin der Bürgenstock Hotels&Resorts, suchte sie als Moderatorin mit den Exponenten nach Antworten auf die schwierige Suche nach Arbeitnehmenden. Stolpersteine gibt es viele, aber auch neue Ansätze. Zum Beispiel jenen von Coople: Die Vermittlungsagentur für spontane Kurzarbeitseinsätze bietet Betrieben und Kandidaten die Chance sich direkt in der Praxis näher kennenzulernen. Ist ein Kurzeinsatz für beide Seiten von Erfolg gekrönt, so ergibt sich daraus immer wieder ein dauerhaftes Arbeitsverhältnis.

Publiziert am Freitag, 03. November 2017