



Vera Srock, Geschäftsführerin der auf Spa-Personalvermittlung spezialisierten Unternehmensberatung Spa eMotion

Spa-Personalsuche und Employer Branding

« Werden Sie zum Selbstdarsteller »»

Qualifizierte Fachkräfte in der Spa-Branche sind begehrt und rar – die Personalsuche ist mühselig, kann Jahre dauern und ist nicht immer von Erfolg gekrönt. Das muss nicht sein: Spa-Personalexpertin Vera Srock gibt wertvolle und konkrete Tipps aus der Praxis, wie Wellness-Hotels geeignete Kandidaten finden und binden

■ Die brennendste Frage vorweg – welche Maßnahmen empfehlen Sie konkret, um Spa-Fachkräfte zu finden?

Vera Srock: Erste Voraussetzung ist die klassische Stellenanzeige in Print und Web. Dann natürlich PR, Mundpropaganda und Empfehlungen nutzen. Oft kann man qualifizierten Kandidaten auf Spa-Tagungen und Kongressen begegnen – denn ihnen ist Weiterbildung wichtig. Gute Chancen haben auch gegensätzliche Saisonbetriebe, wenn sie zwecks Spa-Personal eine Partnerschaft schließen. Eine Job-Rotation kann nämlich

für Spa-Fachkräfte, sogar ganze Teams, sehr attraktiv sein: z.B. den Sommer über in den Alpen und im Winter im Süden zu arbeiten.

Langfristig unabdingbar ist ein kontinuierliches und professionelles Bewerber-Kontaktmanagement. Dazu gehören der Aufbau und die Nutzung von Netzwerken, Business-Networks und den Social Media Web 2.0, die dann bei Bedarf abgefragt werden können. Daran mangelt es aber meist in der Praxis. Oft kommen frustrierte Arbeitgeber dann zur Personalvermittlung zu uns, die schon seit einem Jahr suchen. Wir haben eine interne Bewerberdatenbank von rund 2.000 Kontakten, daher ist oft in der ersten Runde schon der Volltreffer dabei. Enormen Beratungsbedarf erlebe ich auch täglich bei der Selbstdarstellung als Arbeitgeber – dies ist ein ausschlaggebender Faktor für die Personalsuche und mittlerweile zur Hauptaufgabe unserer Personalvermittlung avanciert.

■ Stichwort Employer Branding – wie macht man sich denn als Arbeitgeber attraktiv?

Wir bekommen auffällig oft Rückmeldungen von Kandidaten, dass die vertraglich vereinbarten Arbeitszeiten real weit überschritten werden und

dass die Rahmenbedingungen, der Umgang mit den Spa-Mitarbeitern und deren Wertschätzung zu wünschen übrig lassen. Den Kandidaten sind oft die Arbeitsbedingungen wie interne Kommunikation und gutes Konfliktmanagement weit wichtiger als das Gehalt. Hier können sich Arbeitgeber profilieren und mit profitieren. Sei es durch „Goodies“ wie gesunde Mitverpflegung und Logis der Mitarbeiter im Hotel, Weiterbildungen, ein kostenfreies Behandlungskontingent, z.B. in auslastungsschwachen Zeiten als Quality Check, oder ein vergünstigter Bezug von Spa-Produkten. Solche Dinge machen monetär nicht viel aus, sind aber ein enormer Imagefaktor. Top-Kandidaten für Spa-Manager-Positionen erwarten darüber hinaus Handlungsbefugnis und den Einblick in Zahlen, sie wollen Personalentscheidungen treffen und Freiräume für Entscheidungen haben. Dies alles muss ein Arbeitgeber bei Stellenbeschreibung und Selbstdarstellung berücksichtigen.

■ Wie genau geht denn eine Spa-Personalvermittlung vor sich?

Zunächst möchten wir den Auftraggeber und seine Anforderungen kennenlernen. Wir erstellen gemeinsam ein Stellenprofil mit Soft- und Hard Facts und empfehlen daraufhin einen sehr kleinen Kreis handverlesener Bewerber aus unserem Pool. Parallel kann der Kunde auf Wunsch selbst weiter auf Suche gehen. Der Auftraggeber sichtet die Bewerbungsunterlagen und lädt passende Kandidaten zum Gespräch ein. Wir empfehlen beiden Seiten eine Woche Probearbeit, falls möglich. Unser Vermittlungshonorar wird erst fällig, sobald der Wunschkandidat den Vertrag unterschrieben hat. (ah)

NEU:

Spa Management als Wahlfach

Duale Hochschule Baden-Württemberg Ravensburg – Die Duale Hochschule in Ravensburg bietet den Studierenden des Studiengangs BWL in der Fachrichtung Tourismus, Hotellerie und Gastronomie erstmalig die Möglichkeit, im Hauptstudium das Wahlfach „Management von Spa-Anlagen und Freizeitbädern“ zu belegen. Die Leiterin des Studiengangs „Destinations- und Kurortemanagement“, Frau Prof. Dr. Brittnner-Widmann, hat mit der Unternehmensberatung Spa eMotion einen Partner gefunden, der die Studieninhalte mit entwickelt hat und die Vorlesungen aktiv unterstützt. Das neue Angebot wird zum Wintersemester 2010/2011 starten. Weitere Infos: www.dhbw-ravensburg.de, www.spa-emotion.de