

stellenrevue htr marché d'emploi

Der grösste Stellenmarkt der Branche
Le principal marché de l'emploi
de la branche

htr hotel revue Nr. 8 / 23. Februar 2012

AG
ACTIVE GASTRO ENG

Neue Herausforderung
gesucht?

Active Gastro Eng GmbH
www.activegastro.ch

**Weiterbildung
aktuell**

Unser Weiterbildungsangebot
finden Sie hier:
www.hotelleriesuisse.ch/
weiterbildung

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Das
Intensiv-
seminar

GASTRO SUISSE

Der Barkurs

Termine: Blockkurs
Start Frühling: 7.05.2012, Start Sommer:
27.08.2012, Start Herbst: 12.11.2012

Weitere Informationen
GastroSuisse
Blumenfeldstrasse 20 8046 Zürich
Tel. 0848 377 111, www.gastrouisse.ch

www.hotelleriesuisse.ch

Unser
Beraternetzwerk –
Ihr Erfolg

Auf unserer
Website unter:
Partner/
Beraternetzwerk

CURAVIVA.CH

hotelleriesuisse
Swiss Hotel Association

Inhalt / Sommaire

Aus- und Weiterbildung.....	1
Direktion/Kader.....	3-4
Tourismus.....	5
Deutsche Schweiz.....	5-6
Suisse romande.....	7
Svizzera italiana.....	6
Stellengesuche/Demandes d'emploi...7	
Immobilien.....	8

Kommunikation

Wer die Seele
seines Hauses
kennt, ist
erfolgreich im
Auftritt gegen
aussen.



ZVG

Wie das Hotel tickt



BARBARA URFER WYSS
GESCHÄFTSLEITERIN
SWISS HOSPITALITY
COMMUNICATIONS AG
WWW.YOURASSET.CH

Liegt es wirklich nur an den neu renovierten Zimmern, dem guten Essen und den freundlichen Mitarbeitenden, wenn die Gäste wieder kommen oder öffentlich (z.B. auf Bewertungsplattformen) von einem bestimmten Hotel schwärmen und es so weiterempfehlen? Hat die Wahl des Hotels nicht auch wesentlich mit dessen Ausstrahlung, mit dem «gewissen Etwas», zu tun?

Sind USPs auch tatsächlich USPs?

Die Betriebsleitung macht sich in der Regel Gedanken zu ihren USPs (Unique Selling Propositions), den einzigartigen Verkaufsvorteilen. «Was ist genau so nur bei uns erhältlich?», ist die entscheidende Frage für einen Betrieb, der sich er-

folgreich positionieren möchte. Wer sich aber auf seine wirklichen USPs besinnt, geht einen wesentlichen Schritt weiter: Er setzt sich mit seiner persönlichen Einstellung und den in seinem Betrieb gelebten Spielregeln und Werten auseinander.

Seinen eigenen Kern kennen

«Was ist das Schwerste von allem? Mit den Augen zu sehen, was vor den Augen liegt», sagt Goethe. Die persönliche Grundhaltung der Hotelleitung prägt den täglichen Umgang im Team und wirkt sich auf die gesamte Strategie aus. Ist sich die Hotelleitung bewusst, weshalb sie am Morgen gerne aufsteht? Eine Direktion, die sich selbst und ihrem Ho-

telbetrieb mit wachem und geschärftem Blick begegnet, weiss, was das Besondere an ihrem Betrieb ist. Wissen die Mitarbeitenden, was der Direktion bei der täglichen Zusammenarbeit wichtig ist? Kennt das Team die Werte, die den Umgang mit den Gästen bestimmen? Wer wissen will, wie sein Hotel tickt und warum es so tickt, muss es mit offenen Sinnen in seinem Kern ergründen.

Erkenne deinen Kern und sprich darüber!

«Tue Gutes und sprich darüber!» ist eine klassische Aussage für gute Werbung. Wer genau hinschaut, sieht das Wertvolle, das bereits da ist. Es bildet ein starkes Fundament, auf das gebaut werden kann. Denn es ist der Wesenskern,

die Seele des Betriebs. Wer den Kern oder eben die Seele des eigenen Betriebs kennt, weiss, welchem Bereich er in Zukunft grössere Beachtung schenkt. Er weiss, wo ausgebaut oder investiert werden sollte.

Auftritt nach aussen

Wer weiss, wie sein Hotel tickt, zeigt diese Charakteristiken auch im Auftritt nach aussen. Mit diesem Wissen kann die eigene Homepage oder eine Broschüre das spiegeln, was der Gast während seines Aufenthalts erlebt. Deshalb macht es Sinn, zuerst in den Betrieb hineinzuhorchen und erst dann die Botschaft nach aussen zu tragen. In anderen Worten: «Erkenne deinen Kern und sprich darüber!»

Lehr- und Praktikumsstellen kostenlos
ausschreiben auf www.hoteljob.ch

htr **hotel revue**