



LEITFADEN

ONLINE RECRUITING

Jobplattformen und Social Media als Recruiting-Tools
für die österreichische Hotellerie





IMPRESSUM

Medieninhaber und Herausgeber:

ÖSTERREICHISCHE HOTELIERVEREINIGUNG | Hofburg, A-1010 Wien

T: +43 1 533 09 52 | office@oehv.at | www.oehv.at

www.facebook.com/hoteliervereinigung

vertreten durch: Dr. Markus Gratzner, ÖHV-Generalsekretär

Koordination: Carina Rabelhofer, MA

Autorin:

Carina Rabelhofer, MA

Grafik, Design:

Birgit Rieger | www.br-design.at

Copyright:

Carina Rabelhofer, MA

Diese Publikation stellt eine allgemeine unverbindliche Information dar. Die Inhalte spiegeln die Auffassung der Erstellerin zum Zeitpunkt der Veröffentlichung wider. Obwohl die Informationen mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurden, besteht kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Aktualität, insbesondere kann diese Publikation nicht den besonderen Umständen des Einzelfalles Rechnung tragen. Eine Verwendung liegt daher in der eigenen Verantwortung des Lesers. Jegliche Haftung wird ausgeschlossen. Die Österreichische Hoteliervereinigung hat die Nutzungsrechte zur Veröffentlichung dieser Publikation. Alle Rechte, auch der auszugsweisen Vervielfältigung, liegen bei Carina Rabelhofer. Zur besseren Lesbarkeit sind Begriffe, die sich zugleich auf Frauen und Männer beziehen, in der männlichen Form angeführt. Dies soll jedoch keinesfalls eine Geschlechterdiskriminierung oder eine Verletzung des Gleichheitsgrundsatzes zum Ausdruck bringen.

EDITORIAL

Die Mehrheit der Arbeitgeber in der Hotellerie hat große Schwierigkeiten, neue geeignete Mitarbeiter zu finden. Die Zahlen des österreichischen Arbeitsmarktes zeigen jedoch, dass auf jede sofort verfügbare Stelle in der österreichischen Hotellerie vier Arbeitslose fallen. Woran liegt es also, dass sich die Mitarbeitersuche so schwierig gestaltet? Liegt es daran, dass die falsche Recruiting-Plattform gewählt wird? Um dieses Problem näher zu beleuchten, habe ich mich in meiner Masterarbeit mit folgender Fragestellung beschäftigt:

Wie verbreitet ist die Verwendung von Online Jobplattformen und Social Media im Recruiting der österreichischen Hotellerie, und welche Gründe gibt es für die Nichtverwendung?

Nach einem theoretischen Einblick in die Thematik von Recruiting, mit Spezialisierung auf dessen Online Aspekt, habe ich einerseits die 23 bekanntesten allgemeinen und hotel-spezifischen Online Jobplattformen und andererseits Social Media als Recruiting-Tools für die österreichische Hotellerie untersucht und beschrieben. Die herangezogene Literatur stimmt dahingehend überein, dass es keine Online Jobplattform gibt, welche die Bedürfnisse aller Unternehmen gleichermaßen erfüllt. Jeder Arbeitgeber steht somit vor der Herausforderung, die für sich optimale Plattform selbst zu finden.

Mittels Online Fragebogen habe ich außerdem rund 1.200 Mitglieder der Österreichischen Hotelierversammlung – unterschiedliche Hotels in ganz Österreich – zu ihren Erfahrungen und Meinungen befragt.

Bei der Analyse der Umfrage-Ergebnisse heben sich fünf Plattformen hervor, die mit großem Abstand von den Arbeitgebern der österreichischen Hotelbranche als die hilfreichsten beschrieben werden.

Ich bedanke mich ganz herzlich bei allen, die an der Befragung teilgenommen und mir einen Einblick in ihre Recruiting-Aktivitäten gegeben haben.

Mein Tipp an Sie: Verschaffen Sie sich anhand des Leitfadens einen Überblick über die Online Jobplattformen und Social-Media-Kanäle am Markt und setzen Sie sich damit auseinander. Sie finden bestimmt die Plattform, die für Ihren Betrieb am geeignetsten ist.

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg bei der Mitarbeitersuche und hoffe, dass Ihnen meine Ausarbeitung dabei behilflich ist.

Ihre



Carina Rabelhofer, MA

ÖHV-Mitgliederservice

Wien, im Juli 2018

INHALT

Editorial	3
Inhalt	4
1. Einleitung	5
2. E-Recruiting	6
2.1. Definition	6
2.2. Bereiche des E-Recruitings	8
2.3. Mobile Recruiting	9
2.4. Social Media im E-Recruiting	10
2.4.1. Was versteht man unter Social Media bzw. Social Networking?	10
2.4.2. Wie ticken die Nutzer?	12
2.4.3. Facebook	14
3. Online Jobplattformen	15
3.1. Kategorien und Funktionalitäten	15
3.2. Online Jobplattformen speziell für die Hotellerie und Gastronomie	16
3.3. Allgemeine Online Jobplattformen	18
3.4. Social-Media-Plattformen	22
4. Ergebnisse der Befragung	23
4.1. Mitarbeiter finden in der Hotellerie	23
4.2. Online Recruiting und Social Media	25
4.3. Empfehlungen	32
5. Fazit	34
6. Literaturverzeichnis	36
Anhang	38

1. Einleitung

Die Herausforderungen bei der Mitarbeitersuche in der Hotellerie sind vielfältig: Es fängt damit an, dass die Branche in den letzten Jahren sehr stark gewachsen ist, neue Angebote und Arbeitsplätze geschaffen hat, die demographische Entwicklung mit dem Tempo aber nicht mithalten konnte – d.h. der Pool der potentiellen Bewerber ist langsamer gewachsen als die zu besetzenden Stellen.

Zeitgleich haben sich auch die Anforderungsprofile an Lehrlinge bzw. Mitarbeiter geändert – Stichwort Digitalisierung. Heutzutage muss sich ein Hotel nicht nur gegen seine Mitbewerber behaupten, sondern auch gegen die großen Online Plattformen und neuen Player wie Airbnb und Co. Hierfür braucht man die richtig ausgebildeten Leute – Revenue Manager, Online Marketeers –, um vorne mit dabei zu sein. Die gibt es aber natürlich nicht wie Sand am Meer. Mit dem relativ neuen Lehrberuf „Hotelkaufmann/-frau“ hat die ÖHV einen wichtigen Schritt in die richtige Richtung initiiert, um Mitarbeiter auf die technologischen Entwicklungen und Anforderungen in Rezeption und Online Vertrieb vorzubereiten.

Dann wäre da natürlich noch die Mä, dass Arbeiten im Tourismus so furchtbar ist: Schlechte Dienstzeiten und wenig Geld lautet das Vorurteil, das von gewissen Seiten noch immer kultiviert und gepflegt wird. Die Realität schaut anders aus!

Wie in anderen Branchen auch, haben der technologische und ökologische Wandel sowie die Digitalisierung und Virtualisierung der Arbeitswelt, die Globalisierung und die demografische Veränderung den Arbeitsmarkt stark geprägt. Der Fachkräftemangel und die Entwicklung hin zu flexibleren Beschäftigungsformen machen es für Hoteliers noch schwerer, Mitarbeiter zu finden. Qualifizierte und motivierte Mitarbeiter sind aber DIE wichtigste Ressource für die Hotellerie.¹

Mit dem weltweit geringsten Durchschnittsalter zählt der Tourismus zu den jüngsten Branchen. Die hohe Fluktuationsrate aufgrund der Saisonalität, der hohe Anteil an Quereinsteiger, der hohe Frauenanteil und die Art der Leistung (persönliche Dienstleistung) prägen die Branche zusätzlich.²

Studien zur Arbeitszufriedenheit der Dienstnehmer in Österreich zeigen, dass die Zufriedenheit der Mitarbeiter im Tourismus weiter steigt. Mitarbeiter aus der Branche bewerten die Arbeitsmarktchancen sogar signifikant besser als die aus den anderen Branchen.³

1 vgl. Baier & Winter, 2016, S. 178

2 vgl. Berg, 2008, S. 540

3 vgl. Kleemann, 2017, S. 35

2. E-Recruiting

2.1. Definition

Unter E-Recruiting ist eine Form der Mitarbeitergewinnung, die von moderner Informations- und Kommunikationstechnologie unterstützt oder durchgeführt wird, zu verstehen, so eine Definition.⁴

Andere Experten meinen, es handelt sich beim E-Recruiting nicht nur um die Personalsuche, sondern auch um das gesamte Bewerbermanagement, die Unternehmenspräsentation als Arbeitgeber im Internet, Human Resources-Systeme, die Optimierung des Recruiting-Prozesses und die online stattfindende Vorselektion.

E-Recruiting ist in zwei bedeutende Komponenten zu unterteilen:

- das Medienmanagement: Publizieren von Stelleninseraten auf den passenden/zielgruppengerechten (Online) Plattformen
- das Bewerbermanagement: Sichtung und Selektion der Bewerbungen und Kommunikation mit den Bewerbern

Zur Analyse der E-Recruiting-Tätigkeiten stehen eine Reihe von Kennzahlen zur Verfügung. Die wichtigsten sind:⁵

- Zeitaufwand pro Bewerbung
- Kosten pro Bewerbung
- Performance pro Stellenbörse
- Vorstellungsquote
- durchschnittliche Recruiting-Kosten pro Einstellung
- Verhältnis interne/externe Neubesetzungen
- Verhältnis geführte Interviews zu Einstellungen
- Bewerberanzahl pro Stellenausschreibung

4 vgl. Krismer, 2012, S. 22

5 vgl. Meyer, 2013, S. 32

VORTEILE

Klare Vorteile des E-Recruitings sind die rasche Reaktionsmöglichkeit auf Bewerbungen, die schnelle und einfache Möglichkeit zur Kontaktaufnahme, die Möglichkeit, Aktivitäten auf internationale Arbeitsmärkte zu erweitern und die bessere Informationsmöglichkeit für beide Seiten.⁶

Weitere Vorteile sind die gleichzeitige Koordination mehrerer Kanäle, die höhere Transparenz und bessere Erfolgskontrolle, die enorme Kosten- und Zeitersparnis sowie die Möglichkeit, zielgruppenspezifische bestimmte Stellen auszuschreiben.⁷

Das Internet liefert außerdem eine Vielzahl an Informationen über die potentiellen Bewerber, da diese vor allem in sozialen Netzwerken eine Reihe von persönlichen Daten zurücklassen, die in Datenbanken kaum so umfangreich zu finden sind.⁸

Im Gegensatz zu Print-Anzeigen können Stellenanzeigen online länger geschaltet werden, ohne dabei einen erheblichen Mehrkostenaufwand zu verursachen, die Reichweite ist deutlich größer und sie können optisch ansprechender gestaltet werden.⁹

NACHTEILE

Der bedeutende Vorteil der großen Datenmenge, die im Internet zu finden ist, ist aber auch gleichzeitig eine beachtliche Herausforderung: aus der Menge an Daten diejenigen erst herauszufiltern, die für die ausgeschriebene Stelle von Bedeutung sind.¹⁰

Im Laufe der Zeit sind immer mehr Anbieter für die Online Personalsuche am Markt erschienen. Das macht es umso schwieriger, den Überblick zu behalten und somit die richtige Wahl zu treffen.

Ein weiterer Nachteil der Digitalisierung könnte sein, dass der persönliche Aspekt, der einen Recruiting-Prozess u.a. ausmacht, verdrängt wird. Wichtig ist daher, die persönliche Kommunikation zwischen Unternehmen und Bewerber nicht zu vergessen und bewusst in den Prozess einzubauen.

Wie bei jedem internetbasierendem Ablauf gibt es auch im Recruiting sogenannte Hypes, denen man nicht ohne vorherige Kosten-Nutzen-Analyse folgen sollte, denn bei manchen stellt sich erst im Nachhinein heraus, dass sie doch nicht so gut funktionieren.

Außerdem können erforderlicher Schulungsaufwand, Koordinationsaufwand und die erforderliche Berücksichtigung der Datenschutz-Regelungen Nachteile darstellen.¹¹

6 vgl. Krismer, 2012, S. 22f

7 vgl. Meyer, 2013, S. 12f

8 vgl. Fedossov & Kirchner, 2009, S. 92

9 vgl. Lorenz & Rohrschneider, 2015, S. 31

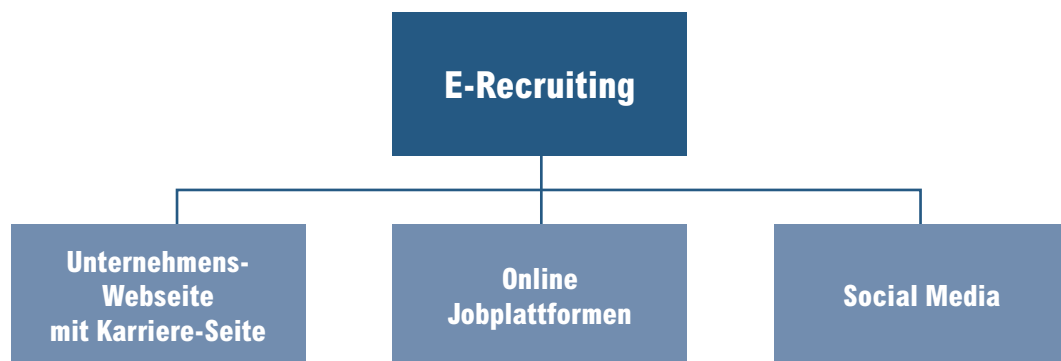
10 vgl. Fedossov & Kirchner, 2009, S. 92

11 vgl. Meyer, 2013, S. 44

2.2. Bereiche des E-Recruitings

E-Recruiting kann in drei große Bereiche unterteilt werden:

Abbildung 1: E-Recruiting Unterteilung



Mit am wichtigsten ist die eigene Webseite, insbesondere eine eigene Karriere-Seite. Gemäß dem Recruiting-Report 2018 geben 49 % in einer Befragung an, dass sie neue Mitarbeiter über die Unternehmens-Webseite finden und 42 % geben die eigene Karriere-Webseite dafür an. (Mehrfachantworten waren möglich)¹²

Die Webseite dient als Visitenkarte des Unternehmens und bietet die Möglichkeit, sich als attraktiver Arbeitgeber darzustellen. Dabei ist zu beachten dass die Informationen und aus-geschriebenen Stellen:

- immer aktuell sein müssen,
- einfach und übersichtlich gestaltet und vor allem leicht zu finden sind,
- es die Möglichkeit zur Kontaktaufnahme mit der richtigen Ansprechperson und Online Formulare zur direkten Bewerbung gibt sowie, dass
- die Seite authentisch und glaubwürdig ist.

Beispiele für Informationen auf der Karriere-Webseite sind:

- Blogs mit Statements bestehender Mitarbeiter
- Presse-Ausüge, in denen das Unternehmen vorkommt
- Aktuelles aus dem Unternehmen und für die Mitarbeiter
- Projekte
- Zahlen-Daten-Fakten
- direkte Bewerbungs-Möglichkeit

¹² vgl. Dorsch, 2018, S. 14

- spezieller Bereich für spezielle Bewerber (z.B. Studenten, High Potentials,...)
- Anmeldung zum Newsletter inklusive Stellenangebote
- Erklärung zum Bewerbungsprozess und die dazu passenden häufig gestellten Fragen¹³

Unerlässlich ist heutzutage, die Webseite für mobile Endgeräte zu optimieren, denn nicht nur bei jungen Menschen nimmt die mobile Internetnutzung zu, sondern bei der gesamten Bevölkerung.

Auch Recruiting-Videos können Bewerbern helfen, sich für einen Arbeitgeber zu entscheiden. Solche Videos müssen nicht professionell in einem Studio gedreht und geschnitten werden; je authentischer und direkter sie aus dem Unternehmensumfeld kommen, desto glaubwürdiger gelingen sie. Auch Lehrlinge können ihre Erfahrungsberichte in einem selbstgedrehten Video überzeugend erzählen.

Videos können ideal auf der Karriere-Webseite, in Stellenanzeigen auf den diversen Plattformen, aber auch in Social-Media-Kanälen eingebunden werden. Neben der Authentizität können auch die Unternehmenskultur, offene Stellen und Karrieremöglichkeiten im Unternehmen bildlich präsentiert werden.¹⁴

Die unterschiedlichen Online Jobplattformen sowie eine allgemeine Beschreibung werden in Kapitel 3; Social Media im Kapitel 2.4 näher erläutert.

2.3. Mobile Recruiting


Mobile Recruiting beschreibt Human Resources-Aktivitäten, die Bewerber und potentielle neue Mitarbeiter auf ihren mobilen Endgeräten ansprechen bzw. ihnen dort zur Verfügung stehen. Zu diesen Geräten gehören unter anderem Smartphones und Tablets. Viele Studien zeigen, dass Mobile ein unerlässlicher Kanal für Recruiting werden wird, zumindest für begleitende und ergänzende Aktivitäten, wie Kontaktaufnahme oder Newsletter-Versand. Als Vorteile sind die interessante Zielgruppe, die Beliebtheit und daher starke Nutzung von mobilen Geräten, die einfache Kontaktaufnahme und die weite Präsenzmöglichkeit zu sehen. Zu den Nachteilen zählen die beschränkte Sichtbarkeit durch die sehr kleine Displayfläche, die Gefährdung der Datensicherheit und eine eingeschränkte Nutzungsmöglichkeit: Social-Media-Aktivitäten, Apps, mobile Jobplattformen, Twitter, Newsletter eignen sich besonders gut für mobile Endgeräte; für Recherchen nach offenen Stellen, Videos und Zusendung von Bewerbungen sind sie hingegen nicht geeignet.¹⁵

Experten sehen im Mobile Recruiting zwei Kernfunktionen: das Informieren und Ansprechen der potentiellen Bewerber und die weitere Entwicklung des Bewerbungsprozesses.

¹³ vgl. Krismer, 2012, S. 26

¹⁴ vgl. Dietz & Geuenich, 2016, S. 42

¹⁵ vgl. Meyer, 2013, S. 96ff



Viele Unternehmen nutzen die Chance und vermarkten ihre Arbeitgebermarke mithilfe einer für mobile Endgeräte optimierten Karriere-Webseite. Dabei ist zu beachten, dass keine sogenannten Medienbrüche entstehen, z.B. mittels Verlinkung von einem QR-Code auf eine nicht mobil-taugliche Webseite. Die mobile Bewerbung funktioniert am besten, wenn nicht umfangreiche Bewerbungsformulare ausgefüllt werden müssen, sondern die Möglichkeit besteht, sich gleich anhand seines Xing- oder LinkedIn-Profiles durch einen Klick zu bewerben.¹⁶

2.4. Social Media im E-Recruiting

2.4.1. Was versteht man unter Social Media bzw. Social Networking?

Soziale Medien erleichtern den Menschen, Beziehungen zu pflegen und Informationen jeglicher Art miteinander zu teilen. Je nach Inhalt und Verwendung werden unterschiedliche Formen von Social-Media-Plattformen genutzt:

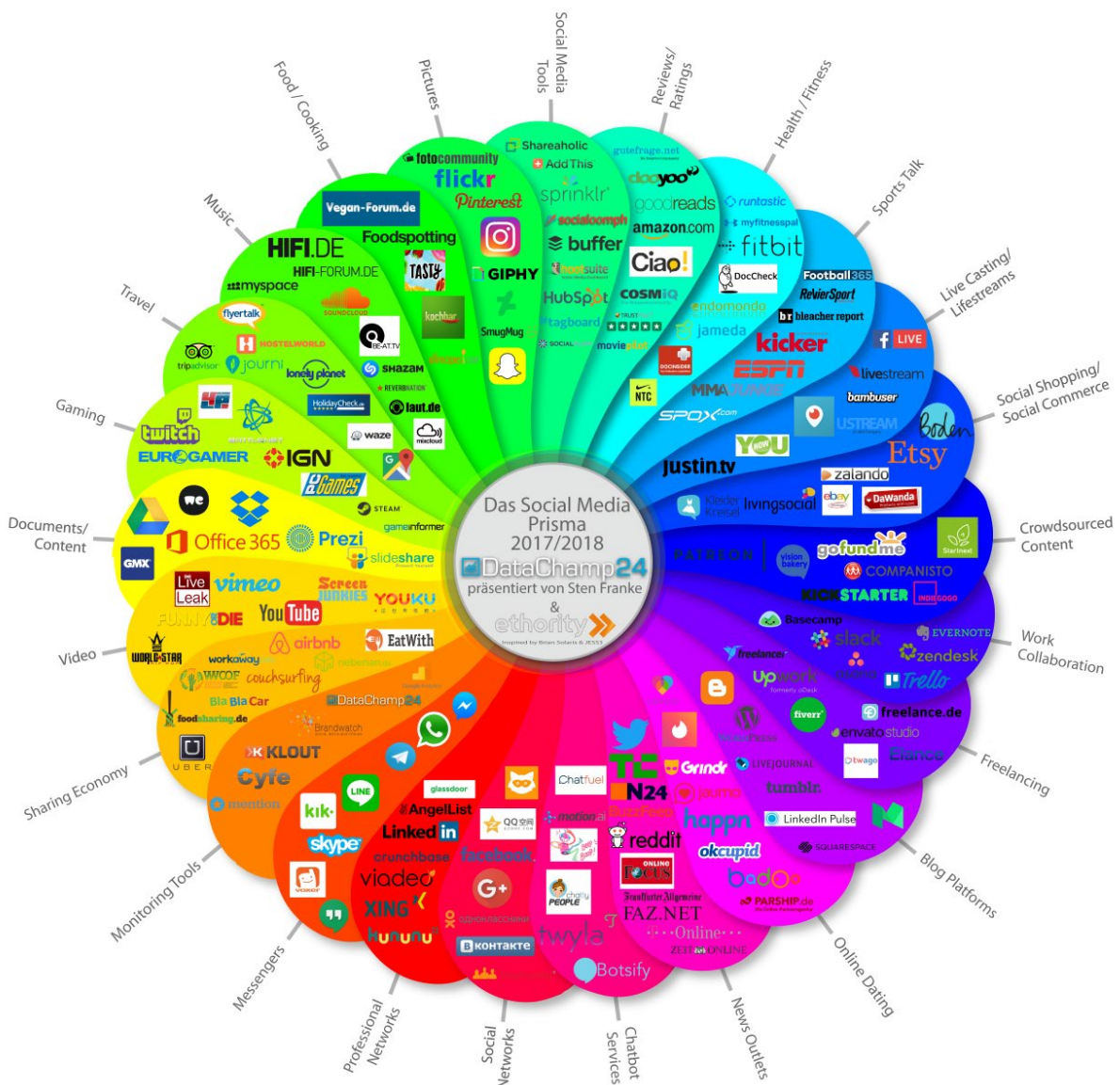
- Netzwerkplattformen (auch „soziale Netzwerke“ oder „Online Communities“ genannt) dienen dazu, sich mithilfe des eigenen Profils mit Freunden/Kontakten zu verknüpfen bzw. neue Leute kennenzulernen. Mit mehr als zwei Milliarden Nutzern ist Facebook seit Jahren die bekannteste und meist genutzte Netzwerkplattform. Weitere bekannte Plattformen sind Google+, Xing und LinkedIn. Facebook hat frühere Plattformen wie MySpace, schülerVZ, studiVZ oder meinVZ vom Markt verdrängt.
- Bei Multimediaplattformen hingegen geht es darum, Fotos, Musik und Videos zu tauschen. Beispiele dafür sind YouTube, Instagram und Snapchat.
- Weblogs, oder auch Blogs genannt, werden dazu genutzt, Erlebnisse oder Internet-Funde zu dokumentieren. Diese können dann von anderen Nutzern („Followern“) kommentiert oder ergänzt werden, z.B. auf Twitter: Als sogenannter Microblog können Beiträge in Form von „Tweets“ mit maximaler Länge von 280 Zeichen gepostet werden.
- Auch Instant-Messaging-Dienste gehören zu sozialen Medien. Hierbei handelt es sich um Chats bzw. SMS-Programme, die es ermöglichen, Kontakte hinzuzufügen, sie in Gruppen einzuteilen und Nachrichten und Fotos zu verschicken. Die bekanntesten Anbieter sind WhatsApp, Skype und der Facebook Messenger.
- Die letzte Form von Social Media sind Wikis. Dieses Format dient dem Wissensaustausch. Das bekannteste Wiki ist „Wikipedia“. Mittlerweile gibt es auch Sonderformen für Unternehmen, die zur internen Organisation und Dokumentation genutzt werden.¹⁷

¹⁶ vgl. Jäger & Wickel-Kirsch, 2015, S. 121ff

¹⁷ vgl. Schmidt, 2018, S. 7ff

Das Social-Media-Prisma gibt einen Überblick, welche Plattformen und Kategorien von Plattformen zu Social Media zählen. Aktuell (2018) handelt es sich um mehr als 250 Anbieter in 25 Kategorien.¹⁸

Abbildung 2: Social-Media-Prisma



18 vgl. ethority.de, 2018

Wie im privaten Bereich sind Social Media auch im geschäftlichen Kontext nicht mehr wegzudenken. Hier treffen Unternehmen auf Augenhöhe auf potentielle Bewerber und können direkt Kontakt aufnehmen.¹⁹

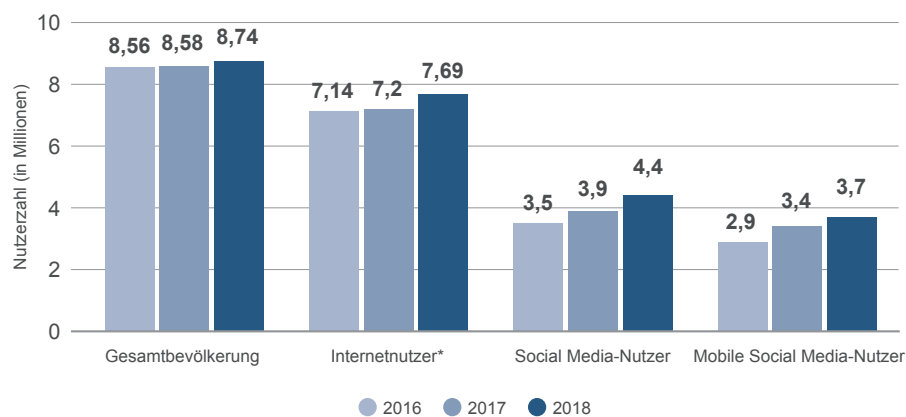
Folgende Voraussetzungen sollten für den Einsatz von Social Media für Human Resources-Aktivitäten gegeben sein:

- Neben der Arbeitgebermarke (Employer Brand), die als Grundlage dient, sollte eine authentische Kommunikation gewahrt werden – echte und glaubhafte Botschaften stehen im Fokus. Die Arbeitgebermarke gibt an, wofür das Unternehmen steht, welchen Nutzen Mitarbeiter des Unternehmens haben und was das Unternehmen als Arbeitgeber ausmacht.
- Eine Social-Media-Guideline hilft dem Social-Media-Team, sich an Vorgaben zu halten, und es wird geregelt, wer wann was und in welcher Form kommuniziert.
- Das Team sollte aus Mitarbeitern bestehen, die ein Verständnis von Social Media und der Kommunikation auf diesem Gebiet, gute online Kommunikationsfähigkeiten und ein breites Wissen über das Unternehmen haben.
- Zuletzt sollte eine Social-Media-Strategie entworfen werden, bei der die Ressourcen und Kosten gegenübergestellt und anhand von Kennzahlen die Rentabilität des Social-Media-Einsatzes ermittelt wird.²⁰

2.4.2. Wie ticken die Nutzer?

Rund 7,7 Millionen Österreicher, das sind 88% der Gesamtbevölkerung, nutzen regelmäßig das Internet. Social Media werden hingegen von „nur“ 4,4 Millionen Nutzern (rund 50 % der Gesamtbevölkerung) frequentiert.

Abbildung 3: Anzahl der Internetnutzer und der Social-Media-Nutzer in Österreich von 2016-2018 (in Millionen) ²¹



¹⁹ vgl. Krismer, 2012, S. 27

²⁰ vgl. Hesse, 2012, S. 250ff

²¹ vgl. statista.com, 2018

Laut einer Statistik im dritten Quartal 2017 nutzen 93 % der Männer und 80 % der Frauen das Internet. Im Altersvergleich wird deutlich, dass das Internet bei den 14- bis 59-Jährigen nicht mehr wegzudenken ist. 100 % der 14-19-Jährigen, 98 % der 20-29-Jährigen, 100 % der 30-39-Jährigen, 97 % der 40-49-Jährigen und 89 % der 50-59-Jährigen zählen zu den Internetnutzern. Auch die 60-69-Jährigen sind mit 75 % fleißige Surfer.²²

Diese Statistik zeigt, dass gerade die Generationen Y und Z, mit 97-100 % Internetnutzung, für Unternehmen hinsichtlich E-Recruiting interessant sind.

Zur Generation Y gehören Personen, die zwischen 1980 und 1995, zur Generation Z diejenigen, die zwischen 1995 und 2010 geboren wurden.²³

Die Generation Y wird auch „Millenials“ oder „Digital Natives“ genannt. In wenigen Jahren werden Personen dieser Altersgruppe die Mehrheit der arbeitenden Bevölkerung bilden. Laut einer Umfrage der Unternehmensberatung Ernst & Young im Jahr 2013 gaben 72 % der Generation Y an, dass Entfaltungsmöglichkeiten im Job das wichtigste Kriterium für die Arbeitgeberwahl sind; 56 % nannten die Work-Life-Balance als ausschlaggebend. Karriere-chancen sind dieser Gruppe nicht so wichtig.²⁴

Arbeitsuchenden, die zur Generation Y gehören, ist auch Authentizität wichtig. Sie informieren sich über Blogs, Video- und Bewertungsportale. Unternehmenswebseiten mit authentischen Erfahrungsberichten von Mitarbeitern sind beim Kontakt mit dieser Gruppe genauso wertvoll wie virtuelle Jobmessen, auf denen sich Arbeitgeber und Bewerber kennenlernen können. Die Ansprache sollte locker und informell sein.²⁵

Die Generation Z ist die erste, die von Kindheit an mit dem Internet, vor allem auf mobilen Geräten, konfrontiert wurde. Personen dieser Altersgruppe sind daher in sehr hohem Maß technikaffin. Dank Social Media haben sie direkten Zugang zu verschiedenen Kulturen und sind gegenüber Diversität, wie unterschiedliche Nationalitäten oder Sprachen, bei der Arbeit sehr offen. Unterstützung bei Aufstiegs- und Weiterentwicklungsmöglichkeiten, wirtschaftliche Sicherheit und bessere Zusatzleistungen, wie Versicherungen oder Gesundheitsleistungen, sind der Generation Z sehr wichtig.²⁶

Von großer Bedeutung für den zukünftigen Erfolg sind somit Mobile Recruiting und eine ansprechend gestaltete Arbeitgebermarke.²⁷

22 vgl. statista.com, 2018

23 vgl. Zemke et al., 2000, zitiert nach Bencsik, Horváth-Csikós & Juhász, 2016, S. 92

24 vgl. Ewinger, Ternès, Koerbel & Towers, 2016, S. 15

25 vgl. Mangelsdorf, 2015, S. 30f

26 vgl. Lanier, 2017, S. 289

27 vgl. Mangelsdorf, 2015, S. 31f



2.4.3. Facebook

Facebook ist, wie bereits erwähnt, die meist genutzte Social-Media-Plattform. Bei der Nutzung für Recruiting-Aktivitäten sollte immer bedacht werden, dass es sich primär um eine Plattform handelt, die dem privaten Netzwerken dient: Passen Sie Ihren Kommunikationsstil also dahingehend an.²⁸

Facebook zählt zu den sozialen Netzwerken und nicht zu den Online Jobplattformen. Unternehmen nutzen es, um die Bekanntheit zu erhöhen, das Image zu verbessern und somit die Bewerberanzahl zu erhöhen. Die Gefahr negativer Kommentare und dadurch die Gefährdung des positiven Images sind nicht außer Acht zu lassen.²⁹

²⁸ vgl. Krismer, 2012, S. 27

²⁹ vgl. Bernauer et al., 2011, zitiert nach Berthel & Becker, 2013, S. 332

3. Online Jobplattformen

Neben unzähligen allgemeinen Online Jobplattformen gibt es auch einige, die sich auf die Hotellerie und Gastronomie spezialisiert haben. In diesem Kapitel wird ein Überblick über die Kategorien und Funktionalitäten von Online Jobplattformen sowie über die aktuellen (Stand Anfang 2018) (Tourismus-)Plattformen gegeben.

3.1. Kategorien und Funktionalitäten

Der Crosswater-Job-Guide bietet ein Verzeichnis aller Jobplattformen auf der ganzen Welt. Bereits über 1.740 sind weltweit auf dem Markt.³⁰

Jobplattformen können nach Branchenabdeckung, Regionen- oder Positionen-Spezialisierung kategorisiert werden:

Job-Suchmaschinen durchsuchen das gesamte Internet (Karriere-Webseiten, Jobbörsen, etc.) nach Stellenanzeigen. Sie bieten eine große Anzahl an Anzeigen.

Jobbörsen, oder auch Stellenplattformen genannt, bieten großes Know-how und eine große Vielfalt an Möglichkeiten, Stellen zu inserieren. Auch Zusatzleistungen wie Bewerbermanagement und Datenbanken gehören mittlerweile zum Standard.

Spezialisierte Nischenanbieter haben sich, wie es der Name schon sagt, auf bestimmte Branchen, Berufsgruppen oder Positionen spezialisiert. Qualitativ hochwertige Ergebnisse stehen hier im Vordergrund.


Ebenso spezialisiert haben sich **regionale Jobbörsen**. In diesem Fall liegt der Fokus auf einer bestimmten Region oder einem bestimmten Sprachgebiet (z.B. Österreich, DACH-Region – Deutschland-Österreich-Schweiz, deutschsprachig, etc.).

Neben dem Hauptziel, dem Inserieren von offenen Stellen, bieten Jobplattformen viele weitere Leistungen, um Recruiting zu erleichtern bzw. zu optimieren:

- **Bewerber-Managementsysteme**, welche eine Übersicht über die Bewerber und den Bewerbungsstatus geben
- **Abo-Formen** (Möglichkeit, ein Anzeigen-Kontingent über mehrere Monate zu buchen)
- **Layoutierung und Rubrizierung** (Layout in eigenem CI, Zuordnung zur richtigen Rubrik für bestmögliche Suchergebnisse)
- **Bewerberprofile und Profil-Zugriffe** (Bewerber erstellen ein eigenes Profil, geben dort ihre Daten, eine Art erweiterten Lebenslauf, ein und können ihre Suchkriterien verwalten). Das Matching ermöglicht es, den Bewerbern, die aufgrund des erstellten Profils für sie passenden offenen Stellen anzuzeigen.³¹

³⁰ vgl. crosswater-job-guide.com, 2018

³¹ vgl. Meyer, 2013, S. 65ff



In den folgenden Auflistungen werden Jobbörsen, Nischenanbieter und regionale Jobbörsen unter dem Sammelbegriff „Online Jobplattformen“ beschrieben und ein kurzer Überblick über deren Funktionalitäten und Zusatzleistungen gegeben. Die Auswahl erfolgte aufgrund eigener Internet-Recherche der Autorin bzw. Informationen der Österreichischen Hoteliervereinigung. Nutzerzahlen und Preisangaben wurden im Jänner 2018 der jeweiligen Webseite entnommen.

3.2. Online Jobplattformen speziell für die Hotellerie und Gastronomie

GRONDA

www.gronda.eu

Unter dem Motto „**Lebe deine Leidenschaft – Karriere und Inspiration für Gastronomie und Hotellerie**“ bietet die Plattform neben der Möglichkeit zur Vernetzung zwischen Arbeitgeber und Arbeitsuchenden auch Kommunikationsmöglichkeiten, um sich mit anderen registrierten Bewerbern aus der Branche austauschen zu können. Hoteliers können sich die Lebensläufe von Bewerbern ansehen, sie direkt kontaktieren oder ihre Fotos und Beiträge sehen und darauf reagieren. Mehr als 500.000 monatliche Besucher und mehr als 35.000 aktive Nutzer werden verzeichnet. Die Kosten belaufen sich bei einer Laufzeit von 12 Monaten je nach Mitarbeiteranzahl auf 65 bis 165 Euro pro Monat. Auch kürzere Laufzeiten von drei oder sechs Monaten sind möglich, die monatliche Gebühr fällt dann jedoch höher aus.

HOCABOO

www.hocaboo.com

„**Mit nur einem Swipe zum Hoteljob**“ – die Plattform ist speziell für mobile Endgeräte ausgelegt. Der Arbeitsuchende wischt dabei einfach bei Jobinseraten, die ihm gefallen, nach rechts und bei Inseraten, die nicht gefallen, nach links. Findet jemand eine Stelle interessant, bekommt der Hotelier eine Nachricht und kann direkt via Chat am Smartphone ein Vorstellungsgespräch ausmachen. Aber auch die aktive Ansprache von potentiellen Mitarbeitern und die automatische Zuweisung der passendsten Kandidaten auf die ausgeschriebene Stelle gehören zu den Vorteilen dieser App. Die Preise beginnen bei dieser Plattform je nach Mitarbeiteranzahl bei 29 Euro pro Monat.

HOGASTJOB

www.hogastjob.com

„**Das Karriere-Portal für Gastronomie und Hotellerie**“ der Hogast in Zusammenarbeit mit dem Falstaff-Karriere-Magazin bietet die Möglichkeit, Stellen online und offline zu inserieren. Die Online Plattform verzeichnet etwa 200.000 Zugriffe pro Monat, und das Job-Magazin wird in einer Auflage von 30.000 Stück sechs Mal pro Jahr gedruckt. Mitglieder der Hogast, des Hotel Gastro Pool, der Österreichischen Hoteliervereinigung oder der Urlaubsspezialisten der Österreich Werbung können Stellenanzeigen günstiger ausschreiben und auf Jobsuchende im Hogast-Pool zugreifen. Um 54 Euro pro Monat können neue Mitarbeiter unbeschränkt gesucht sowie bestehende und frühere Mitarbeiter verwaltet und weiterempfohlen werden.

HOTELCAREER

www.hotelcareer.at

„Ihr Onlineguide für Jobs und Stellenangebote in der Hotellerie“ – als eine der drei Jobbörsen der YOURCAREERGROUP spricht diese Plattform ausschließlich Arbeitssuchende an, die Interesse an der Hotellerie haben. Stellen werden im gesamten Netzwerk, d.h. mehrfach auf den Partnerseiten, und auf allen eigenen Seiten kostenlos veröffentlicht. Über die Jobfinder-E-Mail, welche an über 300.000 potentielle Bewerber geschickt wird, werden qualifizierte Bewerber passend zum Profil der Stellenanzeige direkt erreicht. Die Plattformen der gesamten Gruppe haben rund 2,2 Millionen Zugriffe pro Monat. Je nach Anzahl der Stelleninserate und Laufzeit beträgt der Preis zwischen 250 und 875 Euro; Premium-Leistungen, wie höhere Listung, umfangreicheres Unternehmensprofil oder ein Banner, sind optional zubuchbar.

HOTELJOB-ÖSTERREICH

www.hoteljob-oesterreich.at

Die Plattform mit dem Motto „Einfach gute Mitarbeiter“ hat sich auf Hotel-, Gastronomie- und Tourismus-Jobs in Österreich und Südtirol spezialisiert. Nach einer Überprüfung werden geschaltete Anzeigen innerhalb von 24 Stunden publiziert. Außerdem besteht die Möglichkeit, Inserate mit nur einem Klick in die eigene Webseite zu integrieren. Diese Plattform punktet auch mit einer eigenen Bewerberdatenbank. Jedes Inserat kann auch auf der deutschen Partner-Seite geschaltet werden. Der Preis ist abhängig von der Laufzeit der Inserate und er reicht von 89 Euro für einen Monat bis zu 489 Euro für 12 Monate, wobei die Zahl der geschalteten Inserate bei allen Varianten unbegrenzt ist.

HOTELLERIE-JOBS

www.hotellerie-jobs.com

Als internationale Stellenbörse hat sich diese Plattform auf Jobs im Bereich der gesamten Hotellerie und Gastronomie spezialisiert. Ein übersichtliches Bewerbermanagement mit täglichem Bewerber-Infoservice, unkompliziertem Direktkontakt zu den Bewerbern und einem Sterne-Bewertungsprofil zur leichteren Kandidatenauswahl steht hier stark im Vordergrund. Inserate werden auch kostenlos auf www.adsjob.com veröffentlicht. Arbeitssuchende können sich kostenlos registrieren und erhalten Hilfe bei der Bewerbung (Bewerbungs-Check). Die Abo-Preise variieren zwischen 344 Euro für einen Monat und 817 Euro für 12 Monate.

ROLLING PIN

www.rollingpin.at

Unter dem Motto „Great jobs for great people“ sind hier nur Hotel- und Gastronomie-Jobs zu finden. Die Plattform bietet die Möglichkeit, Stellen online an über 100.000 registrierte Nutzer und in einem der mit 28.00 Stück auflagenstärksten Gastronomie-Fachmagazine im deutsch-sprachigen Raum zu kommunizieren. Alle Stellenanzeigen werden auch via Facebook über 111.000 Followern zugänglich gemacht. Es stehen mehrere Varianten zur Verfügung: preislich ist die Nur-Online-Variante mit 149 Euro pro Position am günstigsten; eine Mischung aus on- und offline kann für max. 30 Positionen auf bis zu 2.980 Euro steigen.

TOURISMUSJOBS

www.tourismusjobs.at

Tourismusjobs versteht sich als private Initiative zur Förderung des regionalen Tourismus. Mitgliedsbetriebe der Wirtschaftskammer Österreich (Fachgruppen Gastronomie und Hotellerie) können sich auf dieser Seite registrieren und Inserate schalten – und das alles zum Null-Tarif und ohne Vertragsbindung. Durch den automatischen Jobletter und diverse Newsletter werden Unternehmen regelmäßig über passende Bewerbungen und wissenswerte Themen informiert.

3.3. Allgemeine Online Jobplattformen

AMS

www.ams.at

Der eJob-Room des Arbeitsmarktservice Österreich verbindet unter dem Motto „Gesucht – gefunden!“ Arbeitsuchende mit Arbeitgebern. Für jedes angelegte Stelleninserat wird eine eigene Mailbox eingerichtet mit automatischer SMS- oder E-Mail-Benachrichtigung, wenn ein Interessent zum Arbeitgeber Kontakt aufnehmen will. Außerdem gibt es die dazu passende AMS Job App, die den online eJob-Room direkt auf mobile Endgeräte spiegelt. Das AMS Österreich bietet zusätzliche Dienstleistungen im Bereich der europäischen Job-Vermittlung mit Hilfe des europäischen Jobnetzwerkes EURES (European Employment Services) an. Das Service dieser Plattform ist für Bewerber und Arbeitgeber kostenlos.

DER STANDARD

www.derstandard.at

Diese Plattform sieht sich als Recruiting-Partner für Fach- und Führungskräfte und positioniert sich somit im Bereich qualifizierter Stellenangebote ab Maturaniveau. Mit mehr als zwei Millionen Usern pro Monat wird ein breites Umfeld an potentiellen Bewerbern erreicht. Als Arbeitgeber wird man bei der Inserat-Gestaltung unterstützt und bekommt Bewerbungen zugeschickt. Die Kosten für Online Inserate beginnen bei 650 Euro für ein Inserat mit sechs Wochen Laufzeit und gehen bis zu mehrere Tausend Euro, wenn ganze Pakete gebucht werden.

EXPERTEER

www.experteer.at

„**Karrieren für Österreichs beste Köpfe**“ – Experteer ist ein diskretes und geschlossenes Karrierenetzwerk, welches sich auf die Kombination aus Active Sourcing (Erklärung: aktives Suchen nach und in Kontakt bleiben mit möglichen neuen Mitarbeitern im Internet – auf Social-Media-Kanälen aber auch in Web-Tools) von Spitzenkräften und dem Inserieren von Stellenanzeigen spezialisiert. Das Netzwerk besteht aus mehr als fünf Millionen wechselbereiten Kandidaten. Die Plattform verzeichnet mit mehr als 50 % Rücklauf eine überdurchschnittliche Antwortrate. Mit dem Tool „Experteer Analytics“ können Markt- und Branchenanalysen schnell durchgeführt werden. Diese erleichtern es, Markttrends im Recruiting zu identifizieren und Kandidaten-Potentiale nach Branchen u.ä. zu vergleichen. Für Unterneh-

men stehen ein Premium- und ein Professional-Paket zur Auswahl. Neben den Leistungen des Premium-Pakets (dem direkten Zugriff auf Besucher- und Kandidatenvorschläge, der direkten Verknüpfung von Anzeigen mit Kontaktanfragen, dem direkten Mailing an passende Kandidaten, der direkten Bewerber-Weiterleitung und dem effizienten Bewerber-Management-Tool), umfasst das Professional-Paket auch eine externe, über Experteer hinausgehende, Reichweite und eine Schaltung durch den Experteer-Kundenservice. Je nach Laufzeit beträgt der Preis für die Premium-Mitgliedschaft zwischen 24,90 Euro und 10,90 Euro pro Monat (je länger desto günstiger).

GIGAJOB

www.gigajob.com

„**Leute brauchen Arbeit. Arbeitgeber brauchen Mitarbeiter.**“ Arbeitgeber können mit Hilfe der Kontaktfunktion Arbeitsuchende auf die eigene Stelle aufmerksam machen, wenn ihnen das Profil des potentiellen Bewerbers zusagt. Mit der Funktion „Suchauftrag einrichten“ werden anhand von definierten Suchkriterien die neuesten, passenden Bewerbungen zugeschickt. Wird der Kontaktanfrage zugestimmt, werden die Kontaktdaten im Kontaktcenter gespeichert. Die weitere Kommunikation läuft dann via E-Mail ab. Je nach Anzeigentyp ist ein Inserat kostenlos oder kostet 89 bzw. 99 Euro für eine Laufzeit von 100 Tagen. Extras, wie doppelte Laufzeit, dringende Schaltung oder Hervorhebung können beim Typ „Plus Anzeige“ für wenige Euros dazu gebucht werden.

HOKIFY

www.hokify.at

„**Besorg dir mit hokify deinen neuen Job!**“ – die mobile Jobplattform bietet die Möglichkeit, Stellenanzeigen zu inserieren und direkt mit den Jobsuchenden via Chat und Push-Nachricht zu kommunizieren. Die Arbeitsuchenden können sich registrieren und ihre Bewerbungen in einer Übersicht sehen oder ohne Einloggen nach offenen Stellen suchen und sich direkt bewerben. Hokify ist eine Plattform für alle Branchen, wobei der Bereich Gastronomie/Hotellerie/Tourismus 12 % beträgt und somit unter den drei größten Branchen auf dieser Plattform rangiert. Die App nutzen rund 250.000 Arbeitsuchende pro Monat. Arbeitgeber können zwischen dem Starter-, dem Standard- und dem Premium-Paket wählen. Preislich liegt die Nutzung zwischen 59 und 199 Euro pro Monat.

INDEED

www.indeed.com

Weltweit 200 Millionen Besucher monatlich suchen auf dieser Plattform nach einem neuen Job aus allen Branchen. 66 % dieser Suchen werden über ein mobiles Endgerät getätigt. Die Stellenanzeigen sind somit für mobile Geräte optimiert. Mit einem sogenannten „Indeed-Konto“ können Inserate geschaltet, eingehende Bewerbungen abgerufen, Lebensläufe verwaltet und Vorstellungsgespräche ausgemacht werden. Grundsätzlich ist das Inserieren kostenlos. Sollen die Stellenanzeigen jedoch hervorstechen und vor den kostenlosen Inseraten platziert werden, ist dafür eine kostenpflichtige Premium-Stellenanzeige notwendig. Preise erhält man auf Anfrage – gezahlt wird nur, wenn Arbeitsuchende auf die Anzeige klicken.



JOB.AT

www.job.at

Unter dem Motto „Erfolg macht Spaß“ werden auf dieser Plattform Stellen aus allen Branchen kommuniziert. Neben den klassischen Stellenausschreibungen findet man dort einen Brutto-Netto-Rechner und Bewerbungstipps. Lehrstellen werden auch auf www.lehrstellen.at publiziert – die Verwaltung läuft aber gemeinsam mit den anderen inserierten Stellen auf job.at. Die Inserate werden ohne Mehraufwand auf der Facebook-Seite der Plattform veröffentlicht. Mit Hilfe eines Algorithmus bekommen Arbeitgeber aktiv passende Kandidaten-vorschläge zugeschickt. Der Preis variiert je nach gebuchtem Paket zwischen 190 und 870 Euro für eine Laufzeit von 60 Tagen.

JOBADLER

www.jobadler.at

„**Jedes Unternehmen ist nur so gut wie seine Mitarbeiter selbst.**“ Eine eigene Firmenwebseite, auf der alle ausgeschriebenen Stellen auf einen Blick ersichtlich sind, die einfache und schnelle Inserat-Eingabe sowie eine übersichtliche Bewerberverwaltung zählen zu den Vorteilen der Plattform. Anhand einer Statistikübersicht kann der Erfolg eines Inserates kontrolliert werden. Der Preis pro Inserat beträgt 199 Euro für eine Dauer von acht Wochen, egal ob es direkt auf der Plattform eingegeben, von der eigenen Webseite verlinkt oder als PDF hochgeladen wird. Die einmalige Verlängerung ist kostenlos genauso wie die Eingabe eines Inserates durch das Service-Team der Plattform.

KARRIERE.AT

www.karriere.at

Mit rund 3,49 Millionen Besuchern pro Monat zählt diese Plattform zu den größten und bekanntesten Österreichs. Zur Zielgruppe zählen alle Berufsstände – von Berufseinsteigern bis hin zu erfolgreichen Fachkräften. Über die sogenannte „talent.cloud“ haben Arbeitgeber die Möglichkeit, direkt mit potentiellen Bewerbern in Kontakt zu treten. Im persönlichen Business-Account befinden sich übersichtliche Statistiken und Hilfen zur einfachen Inserat-Verwaltung. Bei einer Laufzeit von 60 Tagen können Arbeitgeber zwischen zwei Varianten wählen: sie können Inserate selbst eingeben und pflegen (580 Euro) oder die Serviceeingabe der Plattform in Anspruch nehmen (680 Euro).

MEIN JOB

www.meinjob.at

Als Teil des oe24-Netzwerks verzeichnet die Plattform mehr als 2,5 Millionen Unique Users pro Monat. Im Vordergrund steht vor allem die interaktive Bewerbungsmöglichkeit; ebenso zu finden sind Bewerbungstipps und die Möglichkeit, einen Lebenslauf zu erstellen.

MONSTERwww.monster.at

„Für alle Jobs und alle Menschen“ – mit einer Reichweite von bis zu 14 Millionen Usern in der DACH-Region richtet sich diese Plattform an Berufseinsteiger, Studenten, Berufserfahrene, Manager und Führungskräfte. Monster war eine der ersten Online Jobplattformen mit Stellenanzeigen, die auch für mobile Endgeräte optimiert waren. Sie zählt zu den Erfindern des Online Recruiting. Inserate werden auch auf ausgewählten Partnerseiten gespiegelt. Die Plattform verfügt außerdem über eine Lebenslaufdatenbank, bei der man Zugang zu mehr als 18.000 aktuellen und qualifizierten Lebensläufen von Fach- und Führungskräften aus verschiedensten Branchen hat. Je nach Laufzeit und Anzahl der Anzeigen kostet das Inserieren auf dieser Plattform zwischen 380 und 1.279 Euro. Der Zugang zur Lebenslaufdatenbank kostet extra (ab 380 Euro pro Monat).

STEPSTONEwww.stepstone.at

„Mit einem Klick zum Traumkandidaten“ – 700.000 Arbeitssuchende besuchen monatlich die Plattform. Aufgrund von sieben verschiedenen Zielgruppen-Channels können Kandidaten der jeweiligen Branche direkt angesprochen werden. StepStone, als damaliges Gründungsmitglied von „The Network“ (ein Zusammenschluss der marktführenden Online Jobplattformen aus mehr als 130 Ländern), ermöglicht es, international zu rekrutieren. Ebenfalls von StepStone betrieben wird die Webseite www.unijobs.at, auf der Stellen für Teilzeit-, Neben- und Studentenjobs ausgeschrieben werden können. Je nach Paket kostet das Inserieren auf dieser Plattform zwischen 490 und 1.290 Euro pro Inserat.

WILLHABENwww.willhaben.at

Bekannt als die größte Marktplatz-App Österreichs, bietet diese Plattform auch die Möglichkeit, offene Stellen zu inserieren. Die Reichweite wird durch die Kooperation mit Die Presse und der Kleinen Zeitung zusätzlich vergrößert. Der Preis beginnt bei 240 Euro für das Standard-Paket und geht bis zu 1.740 Euro für das Premium-Paket.



3.4. Social-Media-Plattformen

LINKEDIN

www.linkedin.at

Von über 500 Millionen Mitgliedern sind rund 85% offen für neue berufliche Möglichkeiten, auch wenn sie nicht aktiv nach einer neuen Stelle suchen. LinkedIn zählt zu den größten beruflichen Netzwerken weltweit. Stellenanzeigen werden sowohl im gesamten Netzwerk als auch automatisiert an qualifizierte Fachkräfte, deren Kenntnisse und Erfahrungen den Kriterien der offenen Stelle entsprechen, weitergeleitet.

XING

www.xing.at

„**XING Stellenanzeigen – Einfach die Richtigen erreichen**“ – neben über 12 Millionen Mitgliedern besuchen auch Nicht-Mitglieder regelmäßig den Xing-Stellenmarkt. Durch die Funktion der Job-Empfehlung werden die inserierten Stellen an passende Kandidaten weitergeleitet. Aber auch Xing-Mitglieder selbst können schnell und einfach eine Stellenanzeige an persönliche Kontakte weiterempfehlen. Hat ein Kandidat einen Xing-Kontakt, der mit dem inserierenden Unternehmen verbunden ist, wird das in dem Inserat individuell ausgewiesen. Das erhöht die persönliche Relevanz und die Wahrscheinlichkeit einer Kontaktaufnahme. Auch die aktive Suche innerhalb der 12 Millionen Mitglieder-Profile ist möglich. Inserate können ab 363 Euro geschaltet werden.

4. Ergebnisse der Befragung

Im Rahmen der Befragung wurden etwa 1.200 Ansprechpersonen von Mitgliedern der Österreichischen Hotelierversammlung befragt. Die 122 vollständigen bzw. verwertbaren Antworten sind hier zusammengefasst. Die Ergebnisse repräsentieren die Erfahrungen und Meinungen von Hoteliers in ganz Österreich mit zwischen 3 und 5 Sternen sowie ohne Kategorie. Es sind Jahres- und Saison-Betriebe und Hotels mit wenigen bis hin zu über 130 Mitarbeitern vertreten. Sie spiegeln somit die gesamte Branche wider.

4.1. Mitarbeiter finden in der Hotellerie

Fast 95 % (115 Hotels) gaben an, dass es schwierig sei, Mitarbeiter zu finden. Als Begründung wurden folgende Argumente genannt:

- die mangelnde Ausbildung, Fachkompetenz und Anzahl der Fachkräfte am Arbeitsmarkt
- Arbeitszeit (Saisonalität, Arbeiten am Wochenende und in der Nacht)
- das Image der Branche (des Berufsbildes, die Attraktivität der Ausbildung und die „schwarzen Schafe“ am Markt)
- der fehlende Arbeitswille bzw. die falsche Arbeitseinstellung bei den potentiellen Bewerbern
- die geringe Anzahl an Interessierten am Markt
- die Angebot-Nachfrage-Situation
- der fehlende Nachwuchs in der Region
- die hohe Anzahl an offenen Stellen am Markt
- die schlechte Bezahlung/das Lohn-Leistungs-Verhältnis

Etwas mehr als 100 Hotels gaben an, dass es aktuell schwieriger ist, die geeigneten Mitarbeiter zu finden als vor fünf Jahren. Die 11 Hotels, die sagten, dass es einfacher sei als früher, gaben an, dass die neuen Medien (online schneller und einfacher als Print, Online Jobplattformen), deren größere Reichweite und die vermehrten Bewerbungen aus dem Osten die Mitarbeitersuche vereinfachen.

100 Betriebe (81,9 %) gaben an, dass es zwischen zwei Wochen und drei Monate dauert, um eine Stelle neu zu besetzen. Die meisten Befragten finden innerhalb eines Monats neue Mitarbeiter, und nur wenige brauchen länger als sechs Monate dafür.

Verglichen mit dem Ergebnis des Recruiting Reports 2018 stufen die Befragten die Dauer für die Stellenbesetzung etwas kürzer ein als die Unternehmen, die beim branchenübergreifenden Recruiting Report befragt wurden. Dort war die häufigste Nennung zwei Monate, gefolgt von drei Monate.³²

³² vgl. Dorsch, 2018

Fast alle Befragten gaben an, dass die Direktion/Geschäftsführung die Verantwortung für Recruiting-Aktivitäten hat. Nur 25 hatten eine eigene HR-Abteilung. Nur sieben der 22 Ketten-/Konzernhotels gaben an, eine konzernweite HR-Abteilung zu haben. Unter „andere“ wurden die jeweiligen Abteilungsleiter, der Inhaber, die Mitarbeiter und die Verwaltung genannt.

Hinsichtlich der eigenen HR-Abteilung zeigte sich deutlich: Je mehr Mitarbeiter in einem Hotel arbeiten, umso eher gibt es eine eigene HR-Abteilung.

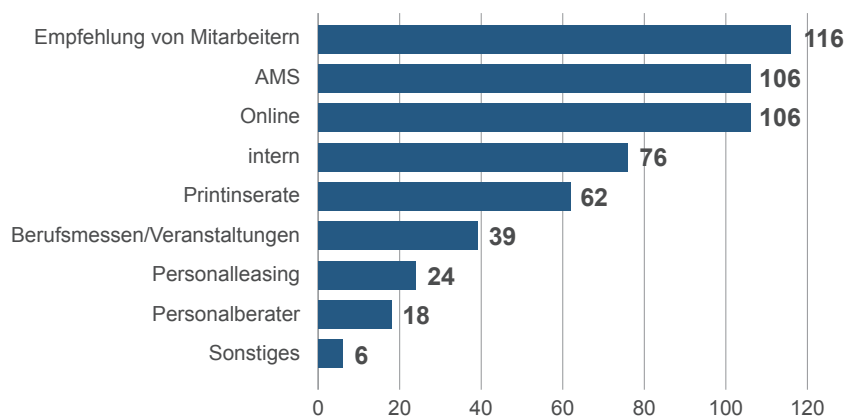
Insgesamt wurde der Stellenwert der Mitarbeiter im Durchschnitt mit 6,99 auf einer Skala von 0-10 (wobei 10 „sehr wichtig“ bedeutete) eingestuft.

Stellt man die Angaben der Betriebe in Relation zur Mitarbeiteranzahl, so wurde deutlich: je mehr Mitarbeiter im Hotel arbeiten, umso höher war ihr Stellenwert. So begann er bei unter 10 Mitarbeitern bei ca. 5,5 und war bei über 130 Mitarbeitern deutlich über 8.

Bevor es um die Online Jobplattformen im eigentlichen Sinn ging, wurden noch die am häufigsten genutzten Kanäle für Recruiting-Aktivitäten bzw. die Nutzung einer eigenen Karriere-Seite abgefragt:

Fast alle Befragten gaben an, dass viel Wert auf Empfehlungen von bestehenden Mitarbeitern gelegt werde. Am zweithäufigsten wurden Online Kanäle, wie Jobplattformen und Social Media, sowie das AMS genutzt. Nur wenige griffen auf Personalberater und Leiharbeiter zurück. Als „Sonstige“ wurden u.a. die Kooperation mit Partnern, Werbung unter den Gästen, Initiativbewerbungen, Weiterleitungen innerhalb der Hotel-Kollegenschaft und ÖHV-Aktionen genannt. Bei dieser Frage war es möglich, Mehrfachantworten zu geben.

Abbildung 4: Kanäle zur Mitarbeitersuche



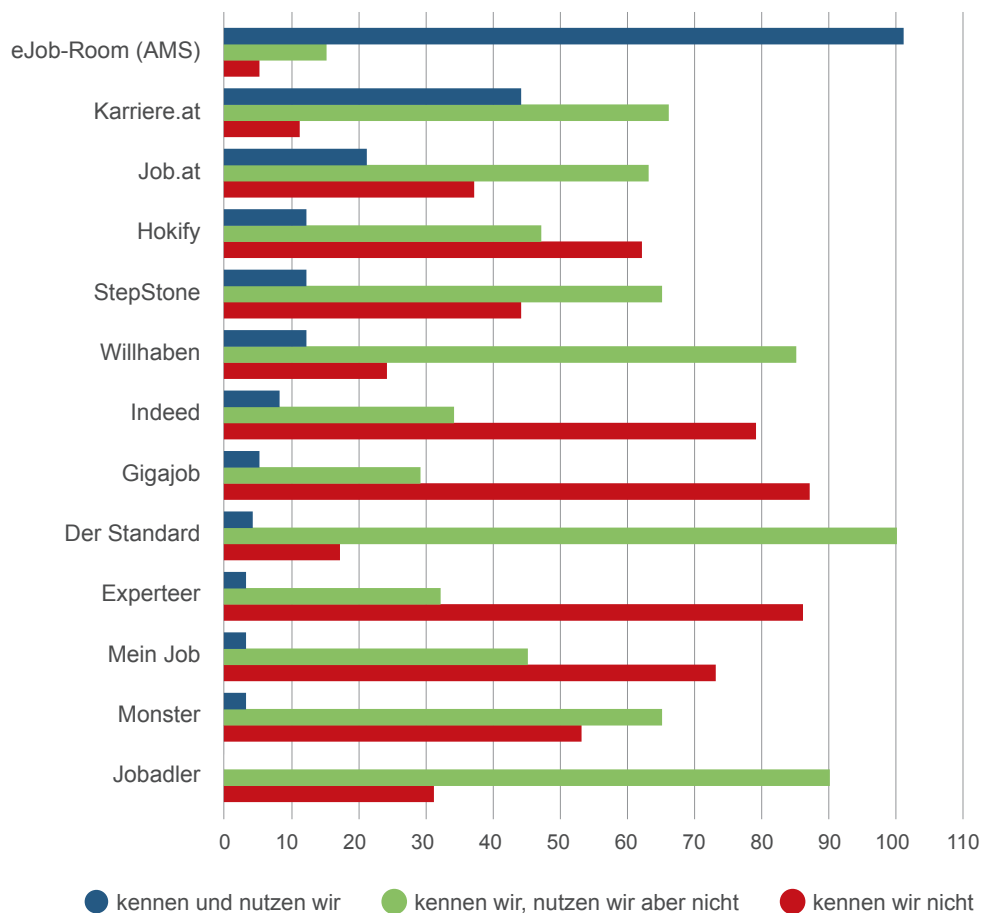
80 von 122 Betrieben gaben an, eine eigene Karriere-Seite zu haben, das entspricht etwa 65 %. Die Gründe für die Nichtverwendung wurden in folgender Reihenfolge genannt (beginnend beim häufigsten): sie bringe nicht die gewünschten Ergebnisse, eine eigene Seite sei zu aufwendig und dass das vorhandene Know-how nicht ausreiche.

4.2. Online Recruiting und Social Media

In diesem Teil des Fragebogens ging es um die Nutzung von Online Jobplattformen und Social Media für Recruiting-Aktivitäten.

Welche der folgenden allgemeinen Online Jobplattformen kennen und nutzen Sie?

Abbildung 5: Bekanntheit und Nutzung von allgemeinen Online Jobplattformen



Wie die Abbildung 5 zeigt, war der eJob-Room des AMS mit deutlichem Abstand die bekannteste und am meisten genutzte Online Jobplattform (101 Mal). Am zweithäufigsten wurde Karriere.at genutzt (44 Mal), gefolgt von Job.at auf Platz 3 (21 Mal).

Die Online Jobplattform der Zeitung Der Standard war zwar fast jedem bekannt, aber nur vier Befragte nutzten diese Plattform auch. Mit 85 und 90 Nennungen waren auch die Plattformen Willhaben und Jobadler sehr bekannt, aber so gut wie ungenutzt, um Mitarbeiter zu finden.

Am unbekanntesten waren Gigajob und Experteer, gefolgt von Indeed und Mein Job.

Wieso nutzen Sie die folgenden allgemeinen Online Jobplattformen nicht?

Die Befragten waren sich bezüglich der Gründe für die Nichtnutzung bei allen Plattformen einig: Entweder wurden sie noch nie genutzt und man hatte sich auch noch nicht damit beschäftigt oder sie wurden bereits ausprobiert, damit aber keine guten Ergebnisse erzielt.

Die am häufigsten genannten Gründe waren für alle Plattformen einheitlich:

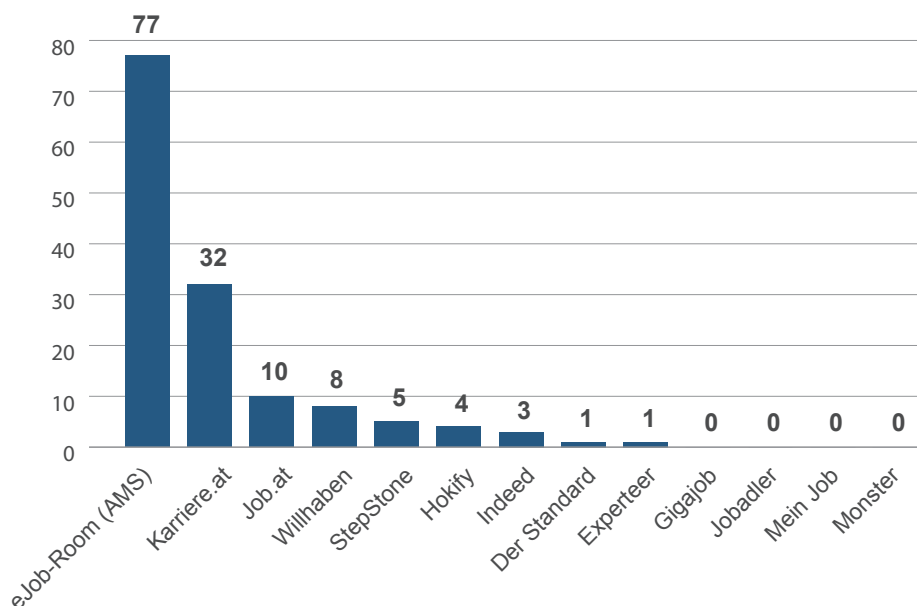
- keine bzw. unqualifizierte Rückmeldungen/Bewerbungen,
- zu hohe Kosten (vor allem bei Der Standard),
- fehlende Spezialisierung auf die Hotellerie und somit die Ansprache der falschen Zielgruppe (am meisten genannt bei Der Standard und Monster),
- kein Interesse oder Unbekanntheit

Ebenfalls erwähnt wurde, dass aus Kosten- und/oder Zeit-Gründen nicht alle Plattformen genutzt werden können.

Rund 13 % der Befragten, die angaben, dass Sie Willhaben kennen aber nicht nutzen, wussten gar nicht, dass diese Plattform die Möglichkeit der Mitarbeitersuche bietet.

Mit welchen zwei allgemeinen Plattformen, die Sie nutzen, haben Sie die besten Erfahrungen gemacht? Und wieso – was alles spricht für diese Plattformen?

Abbildung 6: beste Erfahrungen allgemeine Online Jobplattformen



Der eJob-Room des AMS wurde am geeignetsten eingestuft, da die regionale Suche über diese Plattform am besten funktioniert und die persönliche Beratung durch die AMS-Mitarbeiter die Arbeit sehr erleichtert. Die Wartung der Inserate ginge schnell und unkompliziert, und auch die große Reichweite wurde positiv hervorgehoben. Bezüglich der Qualität der Bewerbungen herrschten unterschiedliche Meinungen: So ergab sich, dass das AMS für Positionen, die wenig Qualifikationen erfordern, gut geeignet sein sollte. Auch dass die Vorauswahl durch das AMS hilfreich sei, wurde erwähnt.

Karriere.at wurde aufgrund der hohen Rücklaufquote, der großen Reichweite und der einfachen Bedienung genutzt. Diese Plattform eigne sich, im Gegensatz zum eJob-Room, gut für die Suche nach mittel- und höher qualifizierten Positionen, wie z.B. für administrative Tätigkeiten oder Führungspositionen.

Für Job.at sprach laut den Befragten der hohe Rücklauf und die große Reichweite und für Willhaben der hohe Bekanntheitsgrad und die Regionalität.

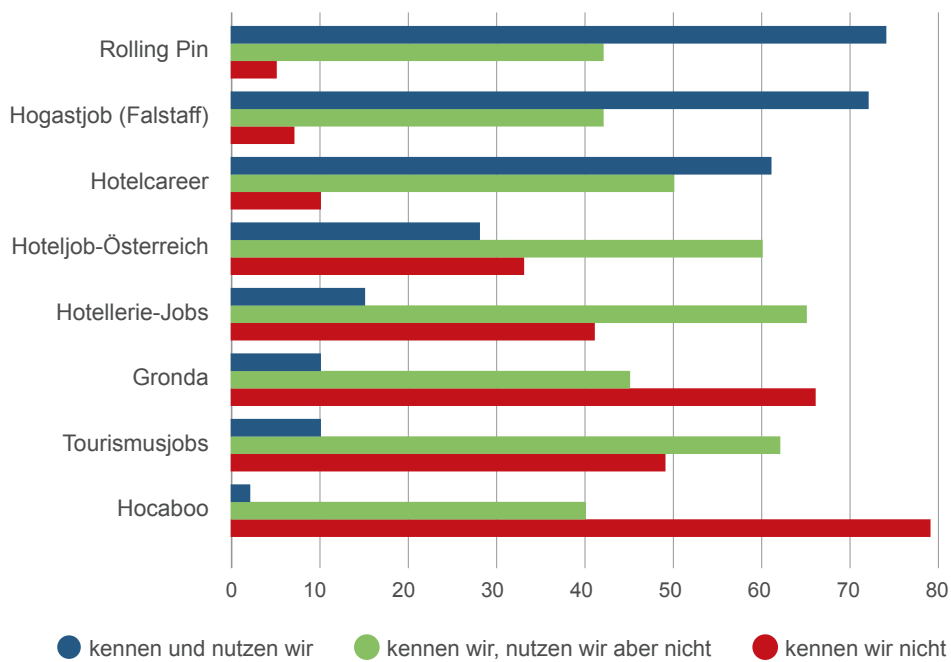
Vergleicht man die Nennungen anhand der Betriebsgrößen, gemessen an der Mitarbeiteranzahl, zeigt sich, dass Betriebe mit bis zu 130 Mitarbeitern den eJob-Room des AMS am häufigsten nannten. Betriebe mit mehr als 130 Mitarbeitern gaben Karriere.at häufiger an als das AMS. Kleine Betriebe mit unter 10 Arbeitnehmern setzten grundsätzlich auf das AMS. Die meisten eJob-Room-Nennungen (25 Mal) gaben mit großem Abstand die Betriebe an, die zwischen 11-30 Personen beschäftigten.

Bei den Konzernen (22 Betriebe) lagen die Plattformen eJob-Room und Karriere.at mit 15 und 14 Nennungen ganz vorne.

Geht man nach der Saisonalität so zeigt sich, dass StepStone, Der Standard und Experteer nur von ganzjährig geöffneten Betrieben genutzt wurden. Ansonsten spiegelt sich das eindeutige Bild der Gesamtübersicht wider: ganzjährige Betriebe nannten das AMS 51 Mal (67 %) und Karriere.at 30 Mal (39 %) und Zwei-Saison-Betriebe 31 Mal (82 %) das AMS. Bei den Zwei-Saison-Betrieben wurden jedoch Willhaben und Job.at öfter genutzt als Karriere.at.

Welche der folgenden hotelspezifischen Online Jobplattformen kennen und nutzen Sie?

Abbildung 7: Bekanntheit und Nutzung von hotelspezifischen Online Plattformen



Wie in Abbildung 14 abgebildet, gab es drei Plattformen, die mit deutlichem Abstand die bekanntesten und am meist genutzten Online Jobplattformen waren. Dabei handelte es sich um Rolling Pin, Hogastjob und Hotelcareer.

Die Online Jobplattformen Hotellerie-Jobs und Tourismusjobs waren zwar mehr als der Hälfte der Befragten bekannt, aber nur rund 10% nutzten diese auch.

Am unbekanntesten waren Hocaboo (65 %) und Gronda (37 %).

Wieso nutzen Sie die folgenden hotelspezifischen Online Jobplattformen nicht?

Auch bei den hotelspezifischen Plattformen fielen die Antworten auf die Frage nach der Begründung für die Nichtnutzung der Plattformen sehr ähnlich aus.

Die meist genannten waren:

- keine gewünschten Ergebnisse/Rückmeldungen
- noch keine Erfahrungen damit gemacht, da noch nie probiert
- zu hohe Kosten und
- geringe Erwartungen bzw. kein Interesse an der Plattform

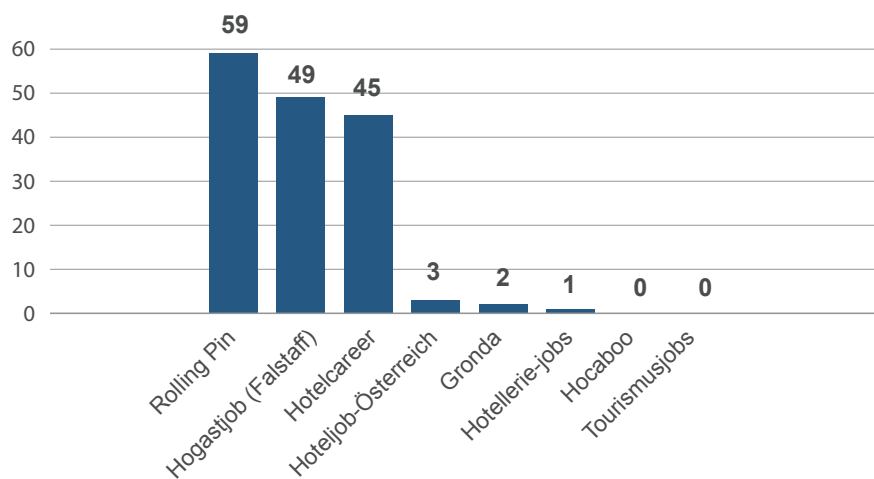
Ebenfalls sehr häufig geantwortet wurde, dass es nicht möglich sei, auf allen Plattformen zu inserieren. Hotels hatten ihre Favoriten, mit denen sie bereits gute Erfahrungen gemacht hatten und die sie mochten, oder sie gaben an, nicht noch mehr Zeit und Geld in weitere Plattformen investieren zu können.


Bei fast jeder Plattform gab es auch ein paar wenige Befragte, die sagten, dass sie die Plattform zukünftig testen oder sogar sicher verwenden möchten.

Mit welchen zwei hotelspezifischen Plattformen haben Sie die besten Erfahrungen gemacht? Und wieso – was alles spricht für diese Plattformen?

Drei Plattformen wurden mit beachtlichem Abstand am häufigsten als die erfolgreichsten genannt. Dabei handelte es sich um Rolling Pin, Hogastjob und Hotelcareer. Hocaboo und Tourismusjobs wurden kein einziges Mal ausgewählt.

Abbildung 8: beste Erfahrungen mit hotelspezifischen Online Jobplattformen





Rolling Pin war vor allem wegen des hohen Bekanntheitsgrades unter Jobsuchenden und somit der enormen Reichweite wegen beliebt. Viele Bewerbungen von qualifizierten Fachkräften sprachen für diese Plattformen. Zurückzuführen war das auf die Ansprache der richtigen Zielgruppe. Die Befragten hoben außerdem das gute Preis-/Leistungs-Niveau, die Professionalität und die Internationalität der Online Plattform hervor.

Auf Platz 2 gereiht wurde Hogastjob, die Online Plattform des Falstaff-Magazins. Auch hier nannten die Befragten die hohe internationale Bekanntheit und die sehr gute Rücklaufquote als Gründe für diese Plattform. Die zielgruppengerechte Ansprache von potentiellen Bewerbern und die einfache Handhabung waren weitere Vorteile von Hogastjob. Bezüglich der Zielgruppe wurden verschiedene Positionen als am besten funktionierend genannt: Einige sagten, dass die Plattform für alle Jobs geeignet wäre, andere wiederum meinten, dass hier am besten Hilfskräfte zu finden seien, und wieder andere waren der Meinung, dass die Seite ideal für qualifizierte Fachkräfte sei.

Fasst man diese Aussagen zusammen, kann daraus geschlossen werden, dass die Seite in der Praxis für jegliche Positionen gut geeignet ist.

Hotelcareer wurde aufgrund der hohen Bekanntheit und somit wegen der großen Reichweite sowie der hohen Rücklaufquote positiv befunden. Die Befragten sagten, dass man auf Hotelcareer qualifizierte Mitarbeiter finden könne, die eine touristische Ausbildung oder Studium abgeschlossen haben. Diese Plattform wurde daher sehr zielgruppengerecht ausgelegt. Auch das gute Preis-/Leistungs-Verhältnis sowie die einfache Handhabung und schnelle Umsetzung wurden als Vorzüge genannt.

Die Kombination von Hogastjob und Rolling Pin wurde von knapp einem Viertel der Befragten ausgewählt.

Verglichen anhand der Betriebsgrößen, gemessen an der Mitarbeiteranzahl, ergibt sich folgendes Bild: 10 von 12 Betrieben mit mehr als 130 Mitarbeitern nutzten Hotelcareer für die Suche nach neuem Personal. Bei allen anderen spiegelt sich das allgemeine Gesamtbild wider: Rolling Pin lag teilweise mit Hogastjob und Hotelcareer gleich auf.

Bei den Konzernen (22 Betriebe) lag Hotelcareer mit 17 Nennungen vor Rolling Pin und Hogastjob. Bei den Einzelbetrieben zeigte sich die gleiche Reihenfolge wie im Gesamtüberblick: Rolling Pin auf Platz 1, gefolgt von Hogastjob und Hotelcareer.

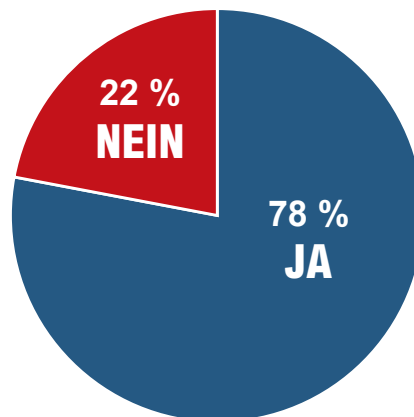
Geht man nach der Saisonalität zeigte sich, dass Hotelcareer gleich viele Nennungen wie Rolling Pin bei den ganzjährig geöffneten Betrieben hatte. Bei den Zwei-Saison-Betrieben wurde Hogastjob häufiger als Rolling Pin genutzt.

Nutzen Sie Social-Media-Kanäle für Recruiting-Aktivitäten?

86 % der Befragten hatten ein Firmen-Profil auf Facebook. LinkedIn und Xing wurden nur von 21 % bis 24 % der Hotels genutzt. Bei den Sonstigen wurden 11 Mal Instagram, 3 Mal Google+ und je 1 Mal Snapchat und Twitter genannt.

Bereits 78 % (das waren 85 Betriebe) nutzen diese Social-Media-Kanäle für Recruiting.

Abbildung 9: Social-Media-Nutzung für Recruiting



Auf die Frage, wieso Social Media nicht für Recruiting verwendet wurde, gaben neun Befragte an, dass sie zu wenig Know-how hätten, fünf sagten, dass es keine gewünschten Ergebnisse bringe, und sechs begründeten die Nichtnutzung damit, dass sie es noch nie probiert hätten und erst mit Social Media anfangen möchten.

Weniger als die Hälfte suchten aktiv auf Social-Media-Kanälen nach neuen Mitarbeitern.

Vergleicht man Einzel- mit Ketten-/Konzernhotels, dann wird deutlich, dass Einzelbetriebe häufiger aktiv über Social-Media-Kanäle nach Personal suchten (44 %). Bei den Ketten-/Konzernhotels waren es nur 30 %.

4.3. Empfehlungen

Aus den Antworten der Befragung können folgende Empfehlungen hinsichtlich Mitarbeiter-suche via Online Jobplattformen und Social Media gegeben werden:

Welche konkreten Empfehlungen würden Sie einem Hotel geben, das neu beginnen möchte, Plattformen für Recruiting zu nutzen?

Am häufigsten wurde empfohlen, Wert auf die Gestaltung des Inserates zu legen. Wichtig war aus Sicht der Befragten, eine klare, knackige Botschaft zeitgemäß und sauber aufzubereiten. Die Tätigkeitsbeschreibung sollte detailliert angegeben, selbstverständliche und außergewöhnliche Mehrleistungen hervorgehoben und großer Wert auf den Wiedererkennungswert gelegt werden.

Beginner sollten mehrere Plattformen ausprobieren und so die für sich selbst passende herausfinden. Für die Verwendung von Online Jobplattformen braucht es viel Zeit und Geld.

Einige nannten auch konkrete Plattformen, die sie empfehlen. Hier wurden vor allem Hogastjob und Rolling Pin, gefolgt von AMS und Hotelcareer erwähnt. Auch die eigene Webseite sollte als Recruiting-Tool genutzt werden.

Vergleicht man diese Empfehlungen mit der Einschätzung von Experten, sieht man, dass sich die Antworten mit der Theorie decken: Es gibt keine generell gültige Empfehlung. Jeder muss die für sich passende Plattform finden. Bei der Auswahl sollen die unterschiedlichsten Einflussfaktoren berücksichtigt werden. Dazu zählen zum Beispiel die Zielgruppe, die ausgeschriebene Stelle und die Regionalität.³³

Worauf ist aus Ihrer Erfahrung ganz besonders zu achten, um Online Plattformen bestmöglich für Recruiting zu nutzen?

Anhand dieser Frage stellte sich ganz deutlich heraus, dass eine ansprechende Gestaltung, die Verwendung der richtigen Sprache/Formulierung und Ehrlichkeit im Inserat am wichtigsten sind.

Inhaltlich sollte die ausgeschriebene Stelle detailliert beschrieben werden. Außerdem sollte sich der Betrieb als attraktives Unternehmen präsentieren und Boni hervorheben, ohne etwas zu beschönigen. Ebenso wichtig war den Befragten die Aktualität des Inserates.

Bei der Wahl der Plattform sollte ein Kosten-Nutzen-Vergleich gemacht werden.

³³ vgl. Bauer & Aigner 2008, S. 64f

In welchen Fällen sind andere Recruiting Methoden zielführender?

Klar ersichtlich war, dass die Befragten der Meinung waren, dass die Methode je nach aus-
geschriebener Stelle unterschiedlich sein sollte. Hervorgehoben wurden dabei vor allem
Führungspositionen wie Abteilungsleiter und höher sowie Housekeeping.

Mund-zu-Mund-Propaganda, vor allem durch bestehende Mitarbeiter, wurde als sehr er-
folgreiche Methode betont.

Auch die Suche nach regionalen Mitarbeitern wurde erwähnt – insbesondere hier sollte auf die
direkte Empfehlung durch Mitarbeiter oder Kollegen und auf regionale Medien gesetzt werden.

Welche konkreten Empfehlungen würden Sie einem Hotel geben, das neu beginnen möchte, Social Media für Recruiting zu nutzen?

Wie bei den Empfehlungen zu Online Jobplattformen wurden auch für Social-Media-Kanäle
die textliche und grafische Gestaltung sowie die Integration von Fotos am häufigsten er-
wähnt. Einige gaben an, dass es sinnvoll sei, für Gäste und Mitarbeiter jeweils ein eigenes
Social-Media-Profil anzulegen, um zielgruppengerecht agieren zu können. Wichtig war
ebenfalls, dass die Beiträge aktuell sein und die Kanäle aktiv genutzt werden müssen, um
eine starke Online Präsenz auch am Mitarbeitermarkt zu gewährleisten.

Diese Empfehlungen decken sich auch mit der Einschätzung von Experten. Demnach
brauchen Recruiter zukünftig vermehrt folgende Fähigkeiten: (online) Kommunikation,
hohe Lernbereitschaft im Umgang mit Internet-Technologien, Vertriebsorientierung und
eine aktive Arbeitsweise.³⁴

Auch das Verständnis für Social Media im Allgemeinen und ein ausführliches Wissen über
das eigene Unternehmen und dessen Arbeitgebermarke sind wichtige Voraussetzungen
für das Recruiting- und Social-Media-Team.³⁵

Zeitlich sollte dem Einsatz von Social Media aber auch von Online Jobplattformen viel
Platz eingeräumt werden, da Aktualität und Individualität sehr wichtig für den Erfolg bei der
Personalsuche sind. Online Recruiting sollte nicht als „kleine Aufgabe, die man nebenbei
erledigt“ gesehen werden.

Hinweis: Auf der Suche nach neuen Mitarbeitern und in der Anbahnung eines Ver-
tragsverhältnisses haben Sie Zugang zu vielen persönlichen Daten – bitte beachten
Sie auch bei der Mitarbeitersuche die Vorschriften der Datenschutzgrundverordnung.
Nachzulesen im ÖHV-Leitfaden unter www.oehv.at/dsgvo.

³⁴ vgl. Ralph Dannhäuser, 2017, S. 6

³⁵ vgl. Hesse, 2012, S. 250ff

5. Fazit

Aus dem Literatur-Studium und der Online Befragung können folgende Erfolgskriterien für eine Online Jobplattform abgeleitet werden:

- Kriterium 1:** einfache Handhabung
- Kriterium 2:** direkte Kontaktmöglichkeit
- Kriterium 3:** Spezialisierung Hotellerie
- Kriterium 4:** preisgünstig
- Kriterium 5:** mobile Version
- Kriterium 6:** Nutzungshäufigkeit der Befragten
- Kriterium 7:** Erfahrungswerte der Befragten

- | | |
|---|---------------|
| ✓ | gut |
| ~ | mittel |
| x | schlecht |
| ? | nicht bekannt |

Anhand dieser Kriterien und der Antworten der Befragten konnte folgendes **Ranking der Top 5 Online Jobplattformen** für die Hotellerie erstellt werden:

1. eJob-Room (AMS)
2. Rolling Pin
3. Hogastjob (Falstaff)
4. Hotelcareer
5. Karriere.at

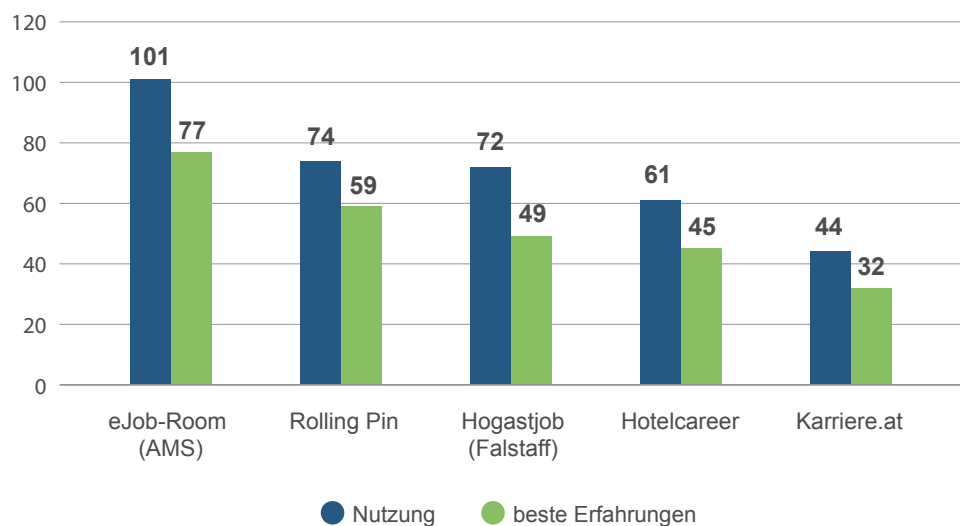
Tabelle 1: Überprüfung der Kriterien der Top 5 Online Jobplattformen

Plattform	eJob-Room (AMS)	Rolling Pin	Hogastjob (Falstaff)	Hotelcareer	Karriere.at
Kriterium 1	✓	✓ (Unterstützung durch Betreuer)	✓	✓ (Unterstützung durch Betreuer)	✓ (Eingabe durch Plattform gegen Aufpreis)
Kriterium 2	✓	✓	✓	✓	✓
Kriterium 3	x	✓	✓	✓	x
Kriterium 4	✓ (kostenlos)	~ (zw. 149 und 2.980 €/Anzahl Inserate und Variante)	✓ (54 €/Monat)	~ (zw. 250 und 875 €/Anzahl Inserate und Laufzeit)	x (zw. 580 und 680 €/60 Tage)
Kriterium 5	✓	~ (nur Magazin)	✓	✓	✓
Kriterium 6	✓	✓	✓	✓	✓
Kriterium 7	✓	✓	✓	✓	✓

Die Top 5 Online Jobplattformen erfüllen fast alle Kriterien. Nur der eJob-Room des AMS und Karriere.at sind nicht hotelspezifisch. Preislich liegen die fünf Plattformen teilweise weit auseinander; aus der hohen Nutzungshäufigkeit kann aber geschlossen werden, dass das Preis-Leistungs-Verhältnis als fair wahrgenommen wird.

Die Kriterien-Überprüfung aller Online Jobplattformen können im Anhang nachgelesen werden.

Abbildung 10: Nutzung und Zufriedenheit mit den Ergebnissen der Top 5 Plattformen



Der eJob-Room des AMS, welcher am häufigsten von den Befragten genannt wurde, ist am geeignetsten, da die regionale Suche am besten funktioniert und die persönliche Beratung durch die AMS-Mitarbeiter sehr hilfreich ist. Es herrschten jedoch geteilte Meinungen, wenn es um die Qualität der Bewerbungen geht; die meisten waren der Meinung, dass der eJob-Room am besten für Positionen, welche geringe Qualifikationen erfordern, geeignet ist.

Karriere.at wurde hingegen für die Suche nach mittel- und höher qualifizierten Positionen hervorgehoben.

Rolling Pin wurde für die Ansprache von qualifizierten Fachkräften gelobt.

Bei Hogastjob wurde von den Befragten positiv erwähnt, dass die Rücklaufquote sehr gut und die Plattform für alle Positionen in einem Hotel geeignet sei. Für manche ist diese Plattform geeigneter für Hilfskräfte, für andere ideal für die Suche nach Fachkräften.

Hotelcareer war für die gezielte Ansprache von qualifizierten Mitarbeitern mit touristischer Ausbildung oder Studium beliebt.

6. Literaturverzeichnis

- **Baier, M. & Winter, K.** (2016). Die Bedeutung des Personalmanagements für den unternehmerischen Erfolg. In Hänssler, K. (Hrsg.) Management in der Hotellerie und Gastronomie, 9. Aufl. (S. 178-179). Berlin/Boston: Walter de Gruyter GmbH
- **Bauer, C. & Aigner, U.** (2008). Der Weg zum richtigen Mitarbeiter. Wien: Linde Verlag Ges.m.b.H.
- **Bencsik, A., Horváth-Csikós, G. & Juhász, T.** (2016). Y and Z Generations at Workplaces, Journal of Competitiveness, Vol. 8, Issue 3, 90-106
- **Berg, W.** (2008). Tourismusmanagement (2. Aufl.). Ludwigshafen: Friedrich Kiehl Verlag GmbH
- **Bernauer, D., Hesse, G., Steffen, L. & Schmitz, B.** (2011), Social Media im Personalmarketing - Erfolgreich in Netzwerken kommunizieren. Köln: Wolters Kluwer Deutschland GmbH
- **Berthel, J. & Becker, G.** (2013). Personal-Management – Grundzüge für Konzeption betrieblicher Personalarbeit (10. Aufl.). Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag
- **Crosswater-job-guide.com** (2018). URL: <https://crosswater-job-guide.com/>
- **Dannhäuser, R.** (2017). Trends im Recruiting. In Dannhäuser, R. (Hrsg.), Praxishandbuch Social Media Recruiting, 3. Aufl. (S. 2-40). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH
- **Derstandard.at** (2018), URL: <https://derstandard.at/karriere/jobsuche/bewerbersuche>
- **Dietz, S. & Geuenich, B.** (2016). Junge Talente rekrutieren: Experten sehen viel Luft nach oben. personal manager, 6, 41-43
- **Dorsch, W.** (2018). Recruiting-Report 2018, Recruiting Aktuell, 6-21
- **Ethority.de** (2018), URL: <https://ethority.de/social-media-prisma/>
- **Ewinger, D., Ternès, A., Koerbel, J. & Towers, I** (2016). Arbeitswelt im Zeitalter der Individualisierung. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH
- **Experteer.at** (2018), URL: <https://www.experteer.at/docs/advantages>
- **Fedossov, A. & Kirchner, A.** (2009). Online-Personalsuche – Praxishandbuch für aktive Personalbeschaffung im Internet (1. Aufl.). Norderstedt: Books on Demand GmbH
- **Gigajob.com** (2018), URL: <https://at.gigajob.com/Preisliste>
- **Gronda.eu** (2018), URL: <https://gronda.eu/home/unternehmen/>
- **Hesse, G.** (2012), Social Media. In Beck, C. (Hrsg.), Personalmarketing 2.0, 2. Aufl. (S. 255-270). Köln: Wolters Kluwer Deutschland GmbH
- **Hocaboo.com** (2018), URL: <https://www.hocaboo.com/de/unternehmen/>
- **Hogastjob.com** (2018), URL: <https://www.hogastjob.com/info/Inserieren>
- **Hokify.at** (2018), URL: <https://hokify.at/business>

- **Hotelcareer.at** (2018), URL: <https://www.hotelcareer.at/arbeitgeber>
- **Hoteljob-Oesterreich.at** (2018), URL: http://www.hoteljob-oesterreich.de/content__f%C3%BCr-Unternehmen__view__16__42.html
- **Hotellerie-jobs.com** (2018), URL: <http://www.hotellerie-jobs.com/vorteile.html>
- **Indeed.com** (2018), URL: <https://at.indeed.com/hire?hl=de&cc=AT>
- **Jäger, W. & Wickel-Kirsch, S.** (2015). Personalmarketing und Personalgewinnung (-beschaffung und -auswahl). In Wagner, D. (Hrsg.), Praxishandbuch Personalmanagement (S. 97-162). Freiburg: Haufe-Lexware GmbH & Co. KG
- **Job.at** (2018), URL: <https://www.job.at/Arbeitgeber>
- **Jobadler.at** (2018), URL: http://www.jobadler.at/info/vorteile_unternehmer
- **Karriere.at** (2018), URL: <https://www.karriere.at/hr/>
- **Kleemann, W.** (2017). Ein Klimawandel in der Arbeitswelt!. hotel & touristik, 12, 35
- **Krismer, R.** (2012). Die 600 wichtigsten Fragen und Antworten zum Personalmanagement (5. Aufl.). Zürich: PRAXIUM Verlag
- **Lanier, K.** (2017). 5 things HR professionals need to know about Generation Z, Strategic HR Review, Vol. 16, No. 6, 288-290
- **LinkedIn.at** (2018), URL: <https://business.linkedin.com/talent-solutions>
- **Lorenz, M. & Rohrschneider, U.** (2015). Erfolgreiche Personalauswahl – Sicher, schnell und durchdacht (2. Aufl.). Wiesbaden: Springer Fachmedien
- **Mangelsdorf, M.** (2015). Von Babyboomer bis Generation Z. Offenbach: GABAL Verlag GmbH
- **Meinjob.at** (2018), URL: <http://meinjob.at/ueber-uns>
- **Meyer, R.** (2013). Praxishandbuch zur Online-Personalarbeit (1. Aufl.). Zürich: PRAXIUM Verlag
- **Monster.at** (2018), URL: https://arbeitsgeber.monster.at/?intcid=skr_swoop_TopNav_Employer
- **Rollingpin.at** (2018), URL: <https://www.rollingpin.at/arbeitsgeber/9-sensationelle-gruende/>
- **Schmidt, J-H.** (2018). Social Media (2. Aufl.). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH
- **Statista.com** (2018). URL: <https://de.statista.com/>
- **Stepstone.at** (2018), URL: <https://www.stepstone.at/e-recruiting/>
- **Tourismusjobs.at** (2018), URL: <http://www.tourismusjobs.at/html.php/fuer-unternehmer>
- **Willhaben.at** (2018), URL: <https://www.willhaben.at/jobs/arbeitsgeber>
- **Xing.com** (2018), URL: https://recruiting.xing.com/e-recruiting-loesungen/stellenanzeigen/?sc_o=recruiting_main_navigation_jobs
- **Zemke, R., Raines, C., & Filipczak, B.** (2000). Generations at Work: Managing the Clash of Veterans, Boomers, Xers, and Nexters in Your Workplace. New York: American Management Associatio

Anhang

Kriterien-Überprüfung aller Online Jobplattformen

Erläuterung:

Kriterium 1: einfache Handhabung

Kriterium 2: direkte Kontaktmöglichkeit

Kriterium 3: Spezialisierung Hotellerie

Kriterium 4: preisgünstig

Kriterium 5: mobile Version

Kriterium 6: Nutzungshäufigkeit der Befragten

Kriterium 7: Erfahrungswerte der Befragten

- ✓ gut
- ~ mittel
- x schlecht
- ? nicht bekannt

Tabelle 2: Kriterien-Überprüfung hotelspezifische Online Jobplattformen

Plattform	Grona	Hocaboo	Hogastjob (Falstaff)	Hotelcareer	Hotellerie-Jobs	Hoteljob-Österreich	Rolling Pin	Tourismus-jobs
Kriterium 1	✓	✓	✓	✓ (Unterstützung durch Betreuer)	✓	✓	✓ (Unterstützung durch Betreuer)	✓
Kriterium 2	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	?
Kriterium 3	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Kriterium 4	✓ (zw. 65 und 165 €/Monat bei 12 Monaten Laufzeit)	✓ (ab 29 €/Monat je nach Mitarbeiteranzahl)	✓ (54 €/Monat)	~ (zw. 250 und 875 €/Anzahl Inserate und Laufzeit)	x (zw. 344 und 817 €/12 Monate)	~ (zw. 89 und 489 € je nach Laufzeit)	~ (zw. 149 und 2.980 €/Anzahl Inserate und Variante)	✓ (kostenlos für WKO-Mitglieder)
Kriterium 5	✓	✓	✓	✓	✓	✓	~ (nur Magazin)	x
Kriterium 6	x	x	✓	✓	~	~	✓	x
Kriterium 7	x	x	✓	✓	x	x	✓	x

Tabelle 3: Kriterien-Überprüfung allgemeine Online Jobplattformen (1)

Plattform	eJob-Room (AMS)	Der Standard	Experteer	Gigajob	Hokify	Indeed	Job.at
Kriterium 1	✓	✓	✓ (Professional-Paket: Schaltung durch Experteer-Kundenservice)	✓	✓	✓	✓
Kriterium 2	✓	?	✓	✓	✓	✓	?
Kriterium 3	x	x	x	x	x	x	x
Kriterium 4	✓ (kostenlos)	x (zw. 650 und mehrere Tausend €/6 Wochen)	✓ (zw. 10,9 und 24,9 €/Monat je nach Laufzeit)	✓ (0 oder 89-99 €/100 Tage je nach Anzeigentyp)	✓ (zw. 59 und 199 €/Monat)	✓ (gezahlt wird nur, wenn auf Anzeige geklickt wird)	~ (zw. 190 und 870 €/60 Tage)
Kriterium 5	✓	✓	✓	?	✓	✓	✓
Kriterium 6	✓	x	x	x	~	~	✓
Kriterium 7	✓	x	x	x	x	x	~

Tabelle 4: Kriterien-Überprüfung allgemeine Online Jobplattformen (2)

Plattform	Jobadler	Karriere.at	Mein Job	Monster	StepStone	Willhaben
Kriterium 1	✓	✓ (Eingabe durch Plattform gegen Aufpreis)	✓	✓	✓	✓
Kriterium 2	✓	✓	✓	✓	✓	?
Kriterium 3	x	x	x	x	x	x
Kriterium 4	~ (199 €/Inserat für 8 Wochen)	x (zw. 580 und 680 €/60 Tage)	keine Angaben auf der Webseite	~ (zw. 380 und 1.279 € je nach Laufzeit und Anzahl der Anzeigen)	x (zw. 490 und 1.290 €/Anzeige)	~ (zw. 240 und 1.740 € je nach Paket)
Kriterium 5	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Kriterium 6	x	✓	x	x	~	~
Kriterium 7	x	✓	x	x	~	~



Österreichische Hoteliervereinigung

Hofburg, A-1010 Wien

T: +43 (0)1 533 09 52-0 | F: +43 (0)1 533 70 71 | office@oehv.at | www.oehv.at

Für eine STARKE Hotellerie.