

KOMMUNIKATION

DER HOTELDIREKTOR IM ANZUG AUF DEM MASSAGETISCH?



Die Autorin: Nora Fehr ist Partnerin und Mitglied der Geschäftsleitung bei Dr. Schenker Kommunikation AG in Bern. Zuvor wirkte die eidg. dipl. PR-Beraterin als Kommunikationsleiterin bei Hotelleriesuisse. Sie ist auch als Expertin an den Berufsprüfungen für eidg. dipl. Marketingfachleute tätig.
Kontakt: n.fehr@schenkerkom.ch
www.schenkerkom.ch

FRAGE: Für eine renommierte deutsche Zeitung hätte ich in einer meiner Meinungen nach lächerlichen Pose fotografiert werden sollen (im Anzug auf dem Massagetisch). Ich weigerte mich, was beim Fotografieren auf totales Unverständnis stiess. Er behauptete, dass ein ausgefallenes Bild des Hoteldirektors gut fürs Image sei. Stimmt das? War es ein Fehler, mich ganz «gewöhnlich» ablichten zu lassen? **Z. M., Hotelier**

ANTWORT: Ich habe grundsätzlich Verständnis für den Fotografen, der das Besondere sucht. Er hat auch Recht mit seinem Hinweis auf die imagebildende Kraft von Bildern. Aber: Die Aufnahmen müssen vor allem Ihnen und Ihrem Haus gerecht werden und die zu Ihrem Angebot passende Botschaft übermitteln. Ist dies nicht der Fall, werden ungewollte Signale gesendet, falsche Erwartungen geweckt oder auch Irritationen ausgelöst. Deshalb: Hut ab, dass Sie die Diskussion nicht gescheut und auf ein «Setting» gepocht haben, das Ihnen entspricht.

Bilder wirken stark: Sie werden als Abbild der Wirklichkeit verstanden, ziehen die Aufmerksamkeit auf sich, sprechen Emotionen an und prägen sich ein. Deshalb sollte man der Bildersprache unbedingt grösste Beachtung schenken. Überlegen Sie sich schon im Vorfeld eines Fototermins, wie und in welcher Umgebung Sie sich zeigen möchten. Bringen Sie im Vorgespräch ruhig auch

Ihre Ideen zu weiteren möglichen Sujets ein. So stellen Sie sicher, dass alle Personen, Räume und Requisiten fürs Fotoshooting zur Verfügung stehen. Und gleichzeitig können Sie in konstruktiver Weise Einfluss nehmen. In der Regel sind Fotografen um solche Mitarbeit froh, da sie ihnen die Arbeit erleichtert und meist auch zu deutlich besseren Resultaten führt.

Noch wichtiger als in Medienberichten ist die «Bilderfrage» in den eigenen Kommunikationsmitteln. Sorgen Sie dafür, dass die Bildwelt auf Ihrer Website, in Ihrem Film-Porträt und in Broschüren etc. unverwechselbar ist und in einem übergeordneten Corporate-Identity-Konzept festgehalten wird. Gehen Sie ruhig neue Wege – aber solche, die für Sie und Ihren Hotelbetrieb stimmen. Denn ästhetische, aber emotionslose Fotos mit makellosen Models oder gänzlich menschenleeren Räumen gibt es in der Hotellerie schon genug. **H**

HUMAN RESOURCES

WAS, WENN DIE MITARBEITER PRIVAT IM INTERNET SURFEN?

Was kann ich als Hotelier und Chef tun, wenn meine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter während der Arbeitszeit immer wieder im Internet surfen, private Mails verschicken oder Facebook und andere Social-Media-Plattformen besuchen? Gibt es da Regeln? Haben Sie ein paar Tipps für mich? **S. R., General-Manager**



Die Autorin: Lianne Fravi ist Psychologin FH/SBAP, Dipl. Berufs- und Laufbahnberaterin und Dipl. Hôtelière-Restauratrice HF. Sie ist Partner bei «Fravi & Fravi AG – Für die Entwicklung von Menschen und Unternehmen».

Kontakt:
lianne.fravi@fraviundfravi.ch
www.fraviundfravi.ch

ANTWORT: In Bezug auf die private Benutzung der PC-Infrastruktur des Hotels im Allgemeinen und von Facebook und anderen Social-Media-Plattformen im Besonderen empfehle ich die Verwendung eines kurzen und klar verständlichen Mitarbeiterreglements, das ein integrierender Bestandteil des Arbeitsvertrags sein soll. Dieses Führungsinstrument kann beispielsweise folgende Punkte beinhalten:

- Die private Nutzung der Infrastruktur (Telefon, Computer etc.) des Unternehmens ist im Rahmen einer normalen Nutzung zulässig. Das heisst, dass ein privater Telefonanruf – zum Beispiel für die Vereinbarung eines Arzttermins – während der Arbeitszeit getätigt und empfangen werden darf. Das Verschicken von privaten E-Mails zu diesem Zweck kann ähnlich gehandhabt werden. Dringende private Anrufe oder E-Mails sollen jedoch grundsätzlich während den Pausen getätigt bzw. versandt werden.

- Die Mitarbeitenden müssen mit der Informatik-Infrastruktur des Unternehmens sorgfältig umgehen, das heisst sie müssen beim Downloaden, Kopieren etc. von Internetseiten und von externen Datenträgern (USB-Sticks) darauf achten, dass die Hard- und Software nicht beschädigt wird, zum Beispiel durch Viren.
- E-Mails, Webseiten mit rassistischen, pornografischen, gewaltverherrlichenden oder rechtswidrigen Inhalten dürfen nicht konsumiert oder weiterverbreitet werden.
- Negative Bemerkungen über den Arbeitgeber auf Social-Media-Plattformen werden nicht toleriert, denn die Mitarbeitenden sind «Botschafter» des Unternehmens.
- Weiter können Sie als Vorgesetzter entsprechende prophylaktische Massnahmen in Betracht ziehen, wie zum Beispiel das Sperren von bestimmten Social-Media-Plattformen. Weisen Sie im Reglement auch auf die

arbeitsrechtlichen Sanktionen (Mündliche Verwarnung, Schriftliche Verwarnung, Kündigung) hin, wenn Mitarbeitende diese Regeln nicht einhalten.

- Informieren Sie sich bei Unklarheiten und über allfällige weitere Möglichkeiten einer personenbezogenen Überwachung (Datenschutz), zum Beispiel bei einem Rechtsdienst Ihres Verbandes. **H**