

# jobtelling

INTERNATIONAL TOPJOBS FOR HOSPITALITY MANAGEMENT

## CURRENT JOBS

### Von Bonin Personalberatung 6

Junior Consultant – Personalberatung  
Sales Manager – Hotel Media Systeme  
Hoteldirektor – Nordbayern  
Geschäftsführer – Kongresszentrum  
Betriebsleiter – Ferien- und Tagungshotel  
Verkaufsleiter – Hoteleinrichter  
Executive Sous Chef – Luxushotel  
General Manager – Kur- und Tagungshotel

### hoteljob-deutschland.de 8

Stellv. Direktor(in) – München  
stellv. Leiter/in Operations  
Hoteldirektor (m/w) – Berlin  
Oberkellner/Restaurantleiter – UK

### Argyle Recruitment 10

Hotel Contractor  
General Manager  
Financial Controller  
Industry Head – Travel

### Hostec 13 + 22

Restaurant Outlets Manager – Dubai  
Regional Director of Human Resources – Dubai  
Resident Manager – Maldives  
Chef de Cuisine (Brasserie) – Saudi Arabia  
Chef de Cuisine (Fine Dining) – Saudi Arabia

### Fachhochschule München 15

Professur Hospitality Management

### lost and found – The Management Selection 16

General Manager – Businesshotel,  
F&B Manager – Businesshotel  
Manager Business Development  
Director of Sales  
Leisure Sales Manager  
Revenue Manager

### hotelcareer 19 + 23

Area Loyalty Programs Coordinator (m/w)  
Assistant Director of Finance (m/w)  
AlleingeschäftsführerIn  
Area Director of F&B Mallorca (m/w)  
Director of Operations

## HOTEL HEADS – Wer Was Wann Wie Wo Warum

Alle wichtigen Hotelköpfe im Überblick – Monatlich für jobtelling-Leser



### Was macht eigentlich ... Walter Junger?

Der langjährige GM vom Ritz-Carlton VW-Autostadt Wolfsburg und Regionaldirektor Deutschland ist in Berlin schwer in Arbeit vertieft mit seiner Firma „Walter Junger & Friends“, ein Beratungs- und Dienstleistungsunternehmen speziell für Spitzenservice in Hotellerie und Gastronomie. Junger gilt ja als einer der besten Hotelservicekenner der Hotellerie in Deutschland, Dank sei der Philosophie von Ritz-Carlton und den Grundsätzen von Horst Schulze. Partnerin im Hauptbüro Berlin ist Martina Maly, zuvor Hotel Manager im Style Hotel Vienna. Kompagnon im Büro Singapur ist Joyce Ho, davor PR-Manager im Ritz-Carlton Millenia Singapur und bei einer IVMH-Tochtergesellschaft tätig. „Dedicated to quality and service“ lautet die Firmenphilosophie. Die Leistungen reichen von Motivationsseminaren über Beratung bei Neuprojekten bis zur Konzeption außergewöhnlicher Hotel- und Gastronomieideen sowie Events.

Kontakt: Walter Junger & Friends, Kadiner Straße 11, 10243 Berlin

Tel.: +49 (0)30 21 23 70 15, Fax: +49 (0)30 21 23 70 16,

E-Mail: [mm@walterjungerandfriends.com](mailto:mm@walterjungerandfriends.com)

Im Internet: [www.walterjungerandfriends.com](http://www.walterjungerandfriends.com)



### Was macht eigentlich ... Heinz Horrmann?

Er ist einer der weltbesten Hoteljournalisten und Reiseautoren. Heinz Horrmann leitet unter anderem das Ressort Reise bei der „Welt“ und ist fortan festfrei für den Axel Springer-Verlag tätig. Seine Beiträge werden in den Chefetagen der Hotelketten stets aufmerksam gelesen, sei es treffende Hotelbeschreibungen zu genießen oder auch konkrete Kritik zu erfahren. Horrmanns Wort wiegt schwer. Empfehlenswert ist die Lektüre seiner Rubrik „Horrmann unterwegs“ im Reise-Teil der „Welt“: Nirgends erfährt man mehr an Hintergrund, Bonmots und Querverweisen. Ein Muß ist der Kauf seiner zwei Bücher „In fremden Betten“ (erscheinen im Klocke Verlag, Bielefeld; im Internet: [www.klocke-verlag.de](http://www.klocke-verlag.de)): Die Kurzgeschichten machen durstig auf immer mehr Hotelstories.

Kontakt: Tel.: (030) 89 00 58 20, E-Mail: [hormann-hms@gmx.de](mailto:hormann-hms@gmx.de)

Anzeige

**100% relevant**  
Hospitality Top Jobs – inserieren ab nur 50 Euro!  
Kontakt: (040) 41 00 49 14 | [ch@jobtelling.com](mailto:ch@jobtelling.com)  
**jobtelling**

Anzeige

**VON BONIN**  
PERSONALBERATUNG

Executive Search  
✓ HR-Services  
Hospitality & Tourism Management

Seit 1978 kompetenter Partner für die internationale Hotellerie, Gastronomie und deren Zulieferer bei der Suche und Auswahl von Führungskräften.

Seite 6

Anzeige

Das große Hotel- & Gastronomieportal

**Hotel-Intern.de**

Fachinformationen für Hotel-Jobs, Ausbildungsplätze, Aus- und Weiterbildung



IFH-PROFI-TIPP

# Den Meeting- und Conventionmarkt professionell erobern

Der USP liegt in der Kompetenz des Verkäuferteams und den verfügbaren Daten



IFH-Vorstandsvorsitzender Thomas T. Kraft (ll.) im Gespräch mit Fritz Pütz, von eventcompetence+compagnie in Oppenheim

Wie kann ich mich erfolgreicher vom Mitbewerber abgrenzen? Wie kann ich den gehobenen Tagungs- und Kongressmarkt zielgerichteter erreichen? Mit diesen Fragen konfrontieren uns täglich Hoteliers, die sich ein größeres Stück vom M.I.C.E. Geschäft längerfristig sichern wollen. Dabei sind die Buchungswege klar. Mehr als 80 Prozent des gehobenen Marktes, ab 100 bis 2.000 Personen werden über professionelle Agenturen und/ oder fachlich versierten Corporate Veranstaltungsplaner vorbereitet und gebucht.

Wie erhalten diese heute Ihre Informationen zur Entscheidungsfindung und zur Auswahl der richtigen Location? Hier müssen in mühsamer Kleinarbeit und durch eine Vielzahl von frustrierenden Telefonaten alle wesentlichen Details zusammengetragen werden.

Welche Detailinformation kann ein Hotelverkäufer wirklich beim Kundenbesuch geben? Wer glaubt, dass sei mit einem Anruf in der Veranstaltungsabteilung eines Hotels getan, der irrt gewaltig. „Schon bei der Frage nach der Deckenhöhe des Ballsaals oder der statischen Belastbarkeit des Fußbodens, bekommen Sie nur noch ratloses Gebrummel“ sagt Fritz Pütz. Aus seiner Zeit als VP Sales bei Dorint Hotel & Resorts und Vice President Sales & Marketing bei Intercontinental Hotels Group, weiß Pütz, wie schwierig die Verwaltung der Detaildaten im Veranstaltungsbereich ist und wie steht es um die Qualität und Richtigkeit der Daten? Ständige Fluktuation und damit Datenverlust oder eine fehlende Fakten über das Hotel, lässt viele Veranstaltungskunden alleine mit Ihrer Frage, da niemand im Hotel die notwendigen Antworten geben kann. Bleibt nur die teure Besichtigungsreise zum Ausmaß und Erfassung der erforderlichen Details durch eigenes Personal oder beauftragter Agentur.

Hier sind die Hotels, die sich das Tool „Professional Hotel Facts“ leisten, klar im Vorteil. Zu den Kunden gehören unter anderem das Radisson SAS Frankfurt, Kempinski

Frankfurt-Gravenbruch, Atrium Hotel (Worldhotels) Mainz, Maritim Bonn, Nassauer Hof Wiesbaden. Sie können dem Kunden sofort und kompetent helfen. Die Kunden können auch selbst, via Internet sich über das Hotel durch mehr als 1.200 Detailfakten informieren ([www.professionalhotelfacts.com](http://www.professionalhotelfacts.com)).

Ziel ist es also, Veranstaltungsagenturen und Firmenkunden jederzeit mit den Fakten, Bildern, Plänen und Spezialdetails online zu versorgen, die zur Buchungsentscheidung und für die operative Durchführung einer Veranstaltung jeglicher Größe und Ausrichtung notwendig sind.

Mit „Professional Hotel Facts“ gibt die Beratungsgesellschaft eventcompetence+compagnie, dem Corporate Meeting- und Eventmarkt die erste Online-Datenbank an die Hand, die ein professionelles Einkaufsmanagement auf Basis detaillierter Hoteldaten ermöglicht. Alle Daten werden von kompetenten Fachleuten ausgemessen und katalogisiert. Das Hotel erhält eine komplette Datenbank, die Quartalsweise aktualisiert wird.

Dabei bietet die webbasierte Katalogisierung und Inventarisierung vor allem veranstaltungsrelevante Informationen an. Das Hotel schafft damit eine Plattform, auf der sich Veranstaltungsentscheider einen funktionellen, visuellen und vor allem realistischen Eindruck der Funktionalität machen und damit ihren Selektionsprozess erheblich beschleunigen können.

Das Versprechen: „Die Kosteneinsparung auf der Agentur- und Kundenseite wird zum unschlagbaren USP für das Hotel. Die Einsparungen im Hotel und bei Agenturen wirken sich spürbar auf die Budgets der zahlenden Firmenkunden aus,“ sagt Fritz Pütz.

Die Investition für Hotels mit Veranstaltungskapazitäten beginnt ab 5.000 Euro und kann durch eine Leasing-Finanzierung mit flexiblen Modellen erfolgen. Die Deutsche Leasing AG hat mit der eventcompetence+compagnie eine Vereinbarung getroffen, die eine rasche und reibungslose Abwicklung garantiert. Dies ist eine weitere Qualitätsaussage über das Produkt.

Bei konsequentem Einsatz der Daten können – so das Versprechen – bis zu 20 Prozent der Vertriebs- und Prozesskosten eingespart werden. Dies gilt vice versa für die Kunden der Hotellerie. Will heißen: Die einmalige Aufnahme, hohe Datenqualität und stete Aktualität durch gesteuerte Datenpflege sind eine Investition mit nachhaltigem Nutzwert.

## DIE IFH-SEMINARE IM SEPTEMBER 2006

### Fit für den Verkauf

04. September, Stuttgart, [Link](#)

### Effiziente Reservierungs-Annahme

05. September, Hamburg, [Link](#)

### Telefonmarketing

05. bis 07. September, Berlin, [Link](#)

### Dialogmarketing

06. September, München, [Link](#)

### Professionelle Up-Selling-Techniken in der Zimmerreservierung

06. September, Hamburg, [Link](#)

### Wer bin ich wirklich?

07. September, München, [Link](#)

### Betriebswirtschaft in der Küche

12. bis 13. September, Köln, [Link](#)

### Yield im Veranstaltungs-Verkauf

13. bis 14. September, Berlin, [Link](#)

### Fit für Top Frühstücks-Qualität

14. September, Köln, [Link](#)

### Verkaufs-Organisation

14. September, Hamburg, [Link](#)

### Effiziente Organisations-Instrumente zur Unternehmensführung

15. September, Berlin, [Link](#)

### Veranstaltungs-Betreuung im Hotel

19. September, Hamburg, [Link](#)

### Rhetorik und Kinesik II

20. bis 21. September, Mannheim, [Link](#)

### Verkaufen im Restaurant

20. bis 21. September, Hamburg, [Link](#)

### Strategische Einstellungs- und Beurteilungsgespräche

21. bis 22. September, Leipzig, [Link](#)

### Fit am Telefon

26. September, Bremen, [Link](#)

### Moderne Vertriebswege im Business- und Leisure-Travel

26. bis 28. September, Nürnberg, [Link](#)

### Strategisches Hotelmarketing

26. bis 28. September, Nürnberg, [Link](#)

### Reklamations-Behandlung

27. September, Bremen, [Link](#)

Wenn die Hotelmitarbeiter dann noch über verschiedene professionelle Verkaufstechniken verfügen, dann steht dem Auftrag nichts mehr im Weg. Die richtige Frage-technik, das Aufzeigen von Alternativen und Kundennutzen sind dabei nur ein Teil von wertvollen Methoden, die ein guter Verkäufer zum Einsatz bringt.

IFH\* bietet hier eine Reihe von verschiedenen Seminaren gezielt für den Veranstaltungsverkauf. Manuela Qach und Ihr Team helfen Ihnen dabei gerne, die richtige Weiterbildung für Ihr Team zu finden: [Link](#)

Nähere Informationen hier zu finden Sie bei: [www.professionalhotelfacts.com](http://www.professionalhotelfacts.com) | [www.eventcompetence.de](http://www.eventcompetence.de)