

Gastronomie atmet auf - Arbeitsmarkt knickt ein: 3 Wege zur Personal-Hochsaison

Neben der Weihnachtszeit generiert die Gastronomie in der Sommersaison den höchsten Umsatz. Vor allem in den Urlaubsregionen können sich die Restaurants und Gaststätten normalerweise über eine deutlich gestiegene Nachfrage freuen. In diesem Jahr stehen viele Gastronomiebetriebe allerdings vor einem Problem: Sie dürfen ihre Betriebe zwar wieder öffnen, müssen aber nach wie vor einige wichtige Hygienemassnahmen zum Schutz vor einer Corona-Infektion einhalten. Dies erfordert einen höheren logistischen Aufwand und bindet mehr Personalressourcen.

Angespannte Personalsituation

Doch gerade beim Personal gibt es derzeit einen Mangel, weil dieses in der Gastronomie vielfach fehlt. Aufgrund von Kurzarbeit und Entlassungen haben viele Gastromitarbeiter die Arbeitgeber gewechselt. Stattdessen arbeiten sie etwa im Einzelhandel, in der Lagerwirtschaft oder im Transportwesen. Viele von ihnen möchten auch nicht mehr unbedingt in ihre alten Berufe zurückkehren, weil sie befürchten, dass sich die Situation in der Gastronomie aufgrund eines neuen Lockdowns eventuell noch einmal wieder verschärfen wird und sie dort erneut mit Lohneinbussen oder sogar wieder mit Entlassungen rechnen müssen. Die Gastronomiebetreiber wiederum sind dringend auf der Suche nach tatkräftigen Helfern, doch der Markt an Kellnerinnen und Kellnern sowie an Köchinnen und Köchen ist aktuell wie leergefegt. An dieser Stelle gibt der erfahrene Schweizer Gastronomieexperte Thomas Holenstein drei wertvolle Tipps, wie es dennoch gelingen kann, Personal zu akquirieren und dauerhaft an den eigenen Betrieb zu binden.

1. Digitale Wege gehen

Medienstelle:

Pogastro.com, 6048 Horw
Tel. +41 41 500 75 51, thomas@pogastro.com

Die meisten Menschen, die potenziell für einen Job in der Gastronomie infrage kommen können, sind digital unterwegs. Das heisst, dass sie in der Regel keine Zeitung mehr lesen, und eventuelle Stellengesuche dort kaum noch einen Nutzen haben. Stattdessen sollten Gastronomen lieber auf Stellenbörsen im Netz setzen. Besonders effektiv sind lokale Job-Marktplätze, also nicht unbedingt solche, die bundesweit agieren. Zuerst sollte sich bei der Stellensuche einen Überblick verschafft werden, welche Stellenbörse oder -portale überhaupt interessant sein könnten.

Ein weiteres wichtiges Portal im Internet, um an qualifiziertes Personal zu kommen, sind die Plattformen Xing oder LinkedIn. Dafür sollte zuerst ein Profil angelegt werden. Anschliessend kann dort gezielt nach Menschen in der Region, die Interesse an einem Job haben könnten gesucht werden. Auch wenn diese Personen eine Anstellung haben, kann es dennoch lohnend sein, bei ihnen anzufragen, ob diese vielleicht Interesse an einem Jobwechsel haben. Wer direkt angesprochen wird, der denkt vor allem intensiver darüber nach, ob eine Anstellung in einem anderen Unternehmen einen Sinn ergibt oder nicht. Es gibt statistische Erhebungen, dass 60 Prozent der Jobsuchenden eine direkte Ansprache durch den Arbeitgeber bevorzugen.

2. Unternehmen ausführlich beschreiben und Vorzüge darstellen

Zu früheren Zeiten fielen Jobanzeigen häufig äusserst knapp aus. Texte wie "Suche Küchenhilfe, Bewerber melden sich bitte unter der Telefonnummer xxx" reichten oft schon aus, um das Interesse bei vielen Jobsuchenden zu wecken. In Situationen wie jetzt, in denen zu wenig freies Personal auf dem Markt ist, reichen solche Kurzanzeigen in den meisten Fällen aber nicht mehr aus. Daher sollten bei Gesuchen ausführlich die Vorzüge des Unternehmens beschrieben werden. Etwa dass die Mitarbeiter ein angenehmes Betriebsumfeld in einem netten Kollegenkreis erwartet. Der einfachste Benefit in der Gastronomie ist, den Mitarbeitern freie Getränke und freies Essen anzubieten.

Medienstelle:

Pogastro.com, 6048 Horw
Tel. +41 41 500 75 51, thomas@pogastro.com

Stellengesuche sollen möglichst kreativ beschrieben werden - gerne auch mit ein bisschen Witz. Beim Layout sollte sich ebenfalls ein bisschen Mühe gegeben werden, sodass die Anzeige sofort optisch auffällt. Wenn die notwendigen Fähigkeiten fehlen, gibt es Experten, die diese Arbeiten übernehmen können. Solche Dienstleistungen kosten natürlich Geld, aber es macht immer noch mehr Sinn, in diesem Bereich zu investieren, anstatt hinterher auf Umsatz zu verzichten, weil das Personal fehlt.

3. Bestehendes Personal miteinbeziehen und mit Prämien locken

Ein dritter sehr guter Weg, um an neue Mitarbeiter zu kommen, ist immer, die Netzwerke des eigenen Personals zu nutzen. Wenn eigenen Mitarbeiter von der Arbeit überzeugt sind, dann sind diese gerne bereit, den Arbeitgeber weiterzuempfehlen. Das heisst auf der anderen Seite natürlich aber auch, dass ein freundlicher und immer fairen Umgang mit Mitarbeitern gepflegt werden muss. Um die Bereitschaft der Mitarbeiter, neues Personal für den Betrieb zu suchen, noch ein wenig weiter zu erhöhen, kann mit Prämien gelockt werden. Bietet man den Mitarbeitern einen Bonus - vielleicht in Höhe von CHF 100.00 an, wenn diese einen Mitarbeiter organisieren, der den gewünschten Anforderungen entspricht. Darüber hinaus kann auch im eigenen Lokal auf Personalsuche gegangen werden. Plakate an die Wände aufhängen oder Tischaufsteller aufstellen, bewirkt meist schon sehr viel. Es soll auch hierbei daran gedacht werden, die Vorzüge im Unternehmen hervorzuheben. Die Vergangenheit hat bewiesen, dass auf diese Art und Weise sehr häufig Kunden zu neuen Mitarbeitern wurden.

Ein erhöhtes Engagement kann sich auszahlen, wenn die vorgeschlagenen Möglichkeiten befolgt werden, erhöhen sich die Chancen deutlich, um an neues Personal zu kommen. Das Engagement bei der Jobsuche muss zwar erhöht und mit höheren Kosten kalkuliert werden, aber in sehr vielen Fällen macht sich dies bezahlt. Wer sich mehr Mühe bei der Jobsuche als die Mitbewerber gibt, der wird oft belohnt. Wichtig dabei ist, auch nach der Einstellung einen guten Umgang mit den

Medienstelle:

Pogastro.com, 6048 Horw
Tel. +41 41 500 75 51, thomas@pogastro.com

Mitarbeitern zu pflegen. Wenn diese zufrieden mit ihrer Arbeit sind, kommen diese nicht so schnell auf die Idee, sich nach anderen Arbeitgebern umzuschauen und sich eventuell bei diesen zu bewerben. Falls noch weitere Anregungen für die erfolgreiche Beschaffung von Personal benötigt wird, kann gerne Kontakt zu Thomas Holenstein und seinen Mitarbeiter aufgenommen werden. Thomas Holenstein ist Geschäftsführer der Precom Group AG, einer Full Service Marketing Agentur. Zudem betreibt er die beiden Portale pogastro.com und sichergeniessen.com. Dort schafft Holenstein digitale Lösungen für die Gastronomie, mit der sich die derzeit schwierigen Zeiten in der Branche etwas leichter meistern lassen.

Über Pogastro.com:

Pogastro.com ist Teil der Precom Group AG und gehört seit Jahren zu den effektivsten Vermarktungstools in der Gastronomie. Pogastro.com unterstützt gastronomische Unternehmen in der Digitalisierung und dem Marketing. So zum Beispiel mit digitalen Speisekarten, Webauftritten, Reservierungslösungen, Covid-19-Gäste-Registrierungen oder Promotions-Werkzeugen für Social Media. Pogastro.com präsentiert Gästen mit seinem öffentlichen Verzeichnis die leckersten Angebote aus der Welt der Gastronomie und ist die Initiantin der Kampagne [#sichergeniessen](https://www.instagram.com/sichergeniessen), die nach Corona das Vertrauen in die Gastro-Branche wieder stärken soll.

Informationen unter www.pogastro.com und www.sichergeniessen.com.

Medienstelle:

Pogastro.com, 6048 Horw
Tel. +41 41 500 75 51, thomas@pogastro.com