



**Foodservice Consultants Society International  
Deutschland-Österreich e.V.**

Telefon +49 (0)211-5203627 · Fax +49 (0)211-5203626  
info@fcsi.de · www.fcsi.de

## Arbeitnehmermarkt Gastgewerbe

**Was sich der FCSI 2016 für die Hotellerie &  
Gastronomie wünscht: Statements von Björn  
Grimm und Thomas Mertens**

**Unter der Moderation** von Iris Schmid FCSI und Maria-Luise Gerber FCSI diskutierten ein Vertreter der Arbeitsagentur, ein Hotelier, eine Studentin der Hofa Heidelberg und zwei Start-up-Unternehmer der Generation Y.

Der Druck für jeden Arbeitgeber im Gastgewerbe, gute und geschulte Mitarbeiter zu finden und dann noch zu halten, ist enorm und wird sich noch weiter verschärfen. Eine Patentlösung gibt es nicht. »Arbeitgeber sollten umdenken«, sagte FCSI-Unternehmensberaterin Iris Schmid.



Iris Schmid



Maria-Luise Gerber

»Gute Mitarbeiter zwischen 18 und 35 suchen sich den neuen Arbeitgeber regelrecht aus. Sie wissen, dass Sie gefragt sind und wollen für sich das Optimale erreichen.« Das muss nicht nur pekuniär sein – wichtig ist es, die Motivation der jüngeren Generation zu verstehen. Arbeit als Broterwerb ist ein Konzept, das für weite Teile der Generation Y nicht mehr gilt. Sie suchen Erfüllung in ihrem Job. Gerade in der Gastronomie geht es aber auch darum, Familienleben und Arbeit zu vereinbaren.

Damit gut ausgebildeten Fachkräfte nicht in die Industrie oder ins Ausland abwandern, regen die Moderatorinnen an, sich an Wirtschaftsunternehmen zu orientieren: »In jedem Budget sollte außer den Personalkosten ein Posten für Mitarbeitermarketing bereit stehen.« FCSI-Beraterin Maria-Luise Gerber – seit vielen Jahren in der Branche zuhause – empfiehlt einen Maßnahmenplan zur Mitarbeitersuche, -gewinnung und -pflege. »Toll, wenn jung ausgebildete Mitarbeiter

ihre Wanderjahre machen und das Unternehmen nach der Ausbildung verlassen, um viel zu lernen.« Umso wichtiger für den Arbeitgeber ist es aber aus ihrer Sicht hinterher, mit seinen »Ehemaligen« zu netzwerken, um sie später zurückzubewegen oder sie als Kontaktpersonen für neue Mitarbeiter zu gewinnen. Die neuen Medien bieten dafür optimale Möglichkeiten; auch wiederkehrende Treffen ehemaliger Mitarbeiter sind eine Möglichkeit, als Arbeitgeber im Gespräch zu bleiben. Saisonabhängige Betriebe können sich in Regionen mit einer Gegensaison schlau machen, um so an Mitarbeiter ranzukommen.

»Für die kurzfristige Mitarbeitersuche machen Anzeigen Sinn, doch vergessen Sie nicht die interne Ausschreibung, oft kennt ein Mitarbeiter jemand, der jemand kennt. Jeder Mitarbeiter hat sein eigenes Netzwerk«, ergänzt Iris Schmid FCSI. Inhalte und Diskussionsbeiträge: [www.fcsi.de/blog](http://www.fcsi.de/blog)

# SPATENSTICH FÜR MOXY STUTTGART



Clemens Jung (GBI AG), Manfred Frei (Frei Projektrealisierung), Reiner Nittka (GBI AG), Beat Kuhn (SV Hotel), Ingrid Grischtsch (Stadt- und Regionalrätin Leinfelden-Echterdingen), Kont Kurd (ehemaliger Eigentümer; v.li.)

**Moxy kommt.** Am Münchner und am Frankfurter Flughafen Eschborn und am Berlin-Ostbahnhof sind die ersten Depots des stylischen Marriott/IKEA-Brands bereits in der Entwicklung. Jetzt erfolgte auch an der Stuttgarter Messe der Spatenstich. Die AG als Immobilienentwicklerin plant die Eröffnung des 110-Zimmer-Hotels für September 2017; es ist das erste konventionelle Moxy Hotel in Europa. Fast gleichzeitig begannen die Arbeiten am Moxy Vienna Airport, dessen 400 Zimmer Anfang 2017 bezugsfertig sein sollen.

**»Ich hatte schon immer den Traum, ein Hotel zu besitzen.«**

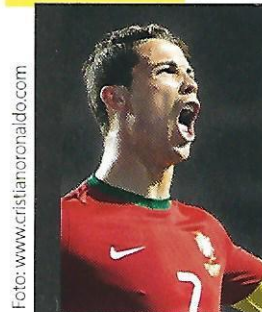


Foto: www.cristianoronaldo.com

Cristiano Ronaldo zum Start seiner internationalen Hotelkette CR7, die er in Zusammenarbeit mit Pestana plant. Erster Standort soll Ronaldos Geburtsort Funchal auf Madeira sein.

## SCHNEEMANGI TRIFFT DIE HOTEL

**Das Gastgewerbe vom Schneemangl**

den deutschen Skigebieten künftig stark betroffen sein. Die Bundesregierung erwartet, dass langfristige Skigebiete in den Alpen und den deutschen Mittelgebirgen schrumpfen werden. Kurzfristig ist daher von einem deutlichen Rückgang der Beschäftigung in der Hotellerie und Hotellergastronomie in den Wintersportregionen zu erwarten. Für viele Hotels, die auf das Saisongeschäft angewiesen sind, könnte dies ein »Spiegel«-Beispiel sein. Infolge der Entwicklung des Tourismus und zudem des wirtschaftlichen Ausbaus bedeuten.