

Presseinformation

Gut wohnen, vielfältig leben und Wertschöpfung erfahren

Handlungsempfehlungen zur Gewinnung von Arbeitskräften im Tourismus

Eine passende Wohnung, alternative Kita-Konzepte und ein interessantes Veranstaltungs- und Freizeitangebot mit entsprechenden Vergünstigungen seien Motivations-Motive für Arbeitnehmer im touristischen Bereich. Das haben Studenten der Hochschule Bremen in ihrer diesjährigen Learners‘ Company herausgearbeitet. Im Auftrag der AG Stadtmarketing „Wir für Lübbenau“ haben sie erforscht, wie man dem Fachkräftemangel im Spreewälder Gastgewerbe aktiv begegnen könnte. Zielstellung für die Tourismusstudenten war es, konkrete Handlungsempfehlungen zu geben, um Arbeitnehmer langfristig an Lübbenau/Spreewald zu binden sowie neue Arbeitskräfte aus dem In- und Ausland zu gewinnen. Katja Borowski und Isabell Eimerich haben die Ergebnisse stellvertretend für die am Projekt beteiligten Studierenden in einer Online-Sitzung präsentiert.

Der allgemeine Wunsch-Trend „Auf’s Land zu ziehen“ könnte beim Thema Wohnen eine echte Chance sein. Lebt es sich mit einer Familie in einer Kleinstadt doch oft besser. Moderne Wohnkonzepte könnten dabei helfen. „Junge Familien, die im Gastgewerbe tätig sind, schaffen es meist nur gut vernetzt ihre Dienstzeiten wahrzunehmen“, erklärt Katja Borowski. Wohnen diese Familien nun beispielsweise nah beieinander, können sie sich gegenseitig in der Kinderbetreuung aushelfen. Das sei bei den geforderten Arbeitszeiten notwendig und werde vor allem in Großstädten bereits gern praktiziert, so die Studentin.

Generell möchten Mitarbeiter Wertschätzung durch ihren Arbeitgeber erfahren. Dies äußert sich unter anderem im respektvollem Umgang und Austausch zwischen Chef und Angestellten. Gerade die jüngere Arbeitnehmer-Generation bevorzugt zudem eine gewisse Planungssicherheit – ohne kurzfristige Dienstplanänderungen. Monetäre Wertschätzung in Form von Weihnachts- und Urlaubsgeld gehöre ebenfalls dazu. „Wenn sich Mitarbeiter wohlfühlen, werden auch weitere nachkommen. Empfehlungen funktionieren in allen Branchen“, so die Meinung der Studenten.

Um potenzielle Arbeitnehmer überhaupt auf Lübbenau/Spreewald aufmerksam zu machen seien eine zielgruppengerechte Kommunikation und entsprechende Werbung nötig. Lübbenau mit seiner offenen Willkommenskultur sollte sich in gemeinschaftlichen Stellenangeboten sowie auf einer gemeinsamen Online-Plattform präsentieren. Die einzelnen Internetauftritte der gastgewerblichen Betriebe lassen sich gemäß der Studierenden optimieren. Potenzielle neue Arbeitnehmer müssten sofort einen positiven Eindruck gewinnen, wenn sie die jeweiligen Webseiten anschauen. Das erzeuge Lust, in dem Gastbetrieb zu arbeiten.

Wie werden die Handlungsempfehlungen nun in Lübbenau/Spreewald genutzt? Zur Erarbeitung der ersten konkreten Schritte, wolle die Stadtmarketing-AG zunächst Kontakt zu ähnlich strukturierten Destinationen herstellen, welche bereits modernes Mitarbeiter-Marketing betreiben. Erkenntnisse und Ansätze werden anschließend mit den Gastronomiebetrieben geteilt und weiterentwickelt. Auf lange Sicht werde man nur gemeinsam Fachkräfte für die Spreewaldstadt gewinnen können. Darüber waren sich die Teilnehmer der Runde einig.

Bildinfos: 1) Service am Wasser (Foto: Manuel Frauendorf) | 2) Angehende Restaurantfachfrau in den Spreewelten (Foto: Spreewelten)

Bildrechte: 1) Spreewald-Touristinfo Lübbenau e.V. | 2) Spreewelten GmbH

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Spreewald-Touristinformation Lübbenau e.V.
Daniel Schmidgunst (stellv. Geschäftsführer)
Ehm-Welk-Straße 15
03222 Lübbenau/Spreewald

Telefon: 03542 887040

E-Mail: schmidgunst@luebbenau-spreewald.com