



Michael Teodorescu
Chefredakteur

Du fehlst uns!

Neulich habe ich mich mit einem Azubi unterhalten – charmanter Kerl, professionell am Gast. Er hätte es in der Gastronomie weit gebracht. Wollte er aber nicht und wechselte zu einem Hotel. Warum, wollte ich wissen – schließlich unterscheiden sich die beiden Branchen so wesentlich nicht: Wochenend- und Nachtdienst, vergleichsweise geringer Verdienst, ein harter Ton in der Küche... Seine Antwort? Weil er sich in einem Hotel besser wertgeschätzt fühlt. Ein Soft Skill also. Wohlgermerkt: des Arbeitgebers! Eine Studie unter rund 1.100 Azubis im Hotel- und Gastronomiegewerbe der Hochschule Fresenius und der Personalberatung Managerberater kommt zu dem Ergebnis: Die Zufriedenheit der jungen Leute ist nicht etwa vom Verdienst abhängig, sondern z. B. vom guten Betriebsklima oder einer „einwandfreien Feedbackkultur des Vorgesetzten“. „Die Azubis wünschen sich, mit einem Betrieb mitwachsen zu dürfen und nicht, dass sie am ersten Tag der Ausbildung die gleichen Tätigkeiten ausführen müssen, wie am letzten. Dieses Bedürfnis nach Anerkennung und Weiterentwicklung sollten die Unternehmen erfüllen“, empfiehlt Prof. Dr. Katja Mierke, Dozentin an der Hochschule Fresenius.

Die Hotellerie scheint dieses Bedürfnis schon länger erkannt zu haben. Das zeigte sich z. B. bei der Preisverleihung des Hospitality HR Awards, den unser „Schwestermagazin“ *first class* gemeinsam

mit der DHA austrägt. Gewinner des Awards und Inhaber des Nells Park Hotels Thomas Pütter erklärt dazu: „Der Nachwuchs will heute davon überzeugt werden, dass wir sein Chef sein dürfen.“ Dafür setzt er Azubis z. B. als Botschafter des Moselweins ein, schickt sie zu Bäckerei-Praktika oder stellt ihnen ein „Azubi-Car“ zur Verfügung. Die dabei entstehenden Clips werden werbewirksam auf YouTube eingestellt. Die Hotelgesellschaft Hospitality Alliance (jetzt H-Hotels) drehte unter dem Titel „Du fehlst uns“ einen Kinospot mit CEO Alexander Fitz und setzt mit dem Modul „Schön, dass du da bist“, das sich an bestehende Mitarbeiter richtet, noch einen drauf. Auch die Gastronomie liefert gute Beispiele. So fördert die Käfer Akademie, verantwortlich für die Personalentwicklung des Münchner Unternehmens, ihre Mitarbeiter mit Austauschprogrammen. Ein Koch arbeitete dabei drei Wochen in Shanghai, wo er in die Essgewohnheiten Chinas eingetaucht ist. Den daheimgebliebenen Kollegen berichtete er täglich im „Käfer Blog“ über seine Erlebnisse. Natürlich sind viele solcher Aktionen für kleinere Betriebe aufwändig. Aber wenn Azubis schon zu „Schwesterbranchen“ abwandern, die eigentlich das gleiche Imageproblem haben, lohnt es sich, über Möglichkeiten der Wertschätzung nachzudenken – sei es durch Perspektiven, Vertrauen oder einfach nur ein Lob – und das kostet nichts.

