



## **"Fachkräftemangel in der Tourismuswirtschaft – Gegenmaßnahmen und Strategien"**

Dipl. Kfm. Gereon Haumann

Präsident

DEHOGA Rheinland-Pfalz

Der Fachkräftemangel kann nicht mehr wegdiskutiert werden. Demografischer Wandel, die steigende Zahl von Hotel-Neueröffnungen und die Ansprüche der Generation Y tragen dazu bei, dass die Hotellerie im Vergleich zu anderen Wirtschaftszweigen in Zukunft den größten Fachkräftebedarf haben wird.

Deshalb ist es für die Hoteliers besonders wichtig, an ihrem Image zu arbeiten und Arbeitnehmer für sich zu begeistern. Wichtige Stichworte in diesem Zusammenhang: **Employer Branding** = Aufbau einer Arbeitgebermarke und **Human Resources**

**Human Resources (HR)-Konzepte** beinhalten gezielte Maßnahmen zur Mitarbeitergewinnung und Mitarbeiterbindung z. B. durch:

- Aufbau und Übernahme von Lernpatenschaften mit Schulen.
- Maßnahmen zur Attraktivitätssteigerung des Berufes,
- Fortbildungen für Auszubildende.
- Beachtung der Belange der Best-Ager-Generation.
- Bonusprogramme
- Wettbewerbe
- Crosstrainings in anderen Hotels

## Daten / Fakten Ausbildungsmarkt in D

Die IHK-  
Ausbildungsumfrage 2013  
fasst folgende Ergebnisse  
zusammen:



das bedeutet:

Ab 2014 gibt es dann nur noch einen Trend: Die Zahl der Schulabgänger und damit auch der Ausbildungsverträge wird stetig zurückgehen. Schon im nächsten Jahr werden 65.000 junge Leute weniger die Schulen verlassen." Der Run auf die Hochschulen tue ein Übriges, so dass 2012 allein die Unternehmen im IHK-Bereich für 70.000 Lehrstellen keine geeigneten Bewerber finden konnten.

## Weniger Bewerber, weniger Ausbildungsplätze

- Die demographische Entwicklung ist in den Unternehmen angekommen.
- Das Ausbildungsplatzangebot wird vielfach der sinkenden Nachfrage anpasst.
- Die Schwierigkeiten, offene Ausbildungsstellen zu besetzen, haben sich weiter verstärkt und wirken sich besonders in Kleinstbetrieben aus. 2012 blieben im IHK-Bereich 70.000 Ausbildungsplätze unbesetzt.

## Unternehmen stellen sich auf Schwächere ein

- Um dem demographisch bedingten Rückgang an Bewerbern zu begegnen, senken Unternehmen ihre Anforderungen an Bewerber und geben damit auch lernschwächeren Jugendlichen eine Ausbildungschance.
- 70 Prozent der Unternehmen sind bereit, diese Jugendlichen in Ausbildung zu integrieren.
- Aber gute soziale und persönliche Kompetenzen sind für die Unternehmen notwendige Voraussetzung für eine Ausbildung.

## Berufsorientierung: Mangelhaft

- Die Unzufriedenheit der Unternehmen mit der Berufsorientierung steigt stetig und wird mit 53 Prozent als das zweithäufigste Ausbildungshemmnis genannt.
- Eine qualifizierte Berufsorientierung muss in der Schule beginnen.
- Die Unternehmen unterstützen diese Übergänge mit einem signifikanten Ausbau ihres Angebotes an Schülerpraktika um plus 10 Prozentpunkte.

## Azubis gesucht! - Marketinginstrumente werden geschärft

- Nahezu alle Betriebe nutzen bei der Azubisuche verstärkt alternative Wege und Medien.
- Die Meldung der freien Stellen bei der Bundesagentur für Arbeit reicht bei Weitem nicht mehr aus, um geeignete Auszubildende zu finden.
- 60 Prozent der Betriebe setzen dabei auf das Internet. Social Media-Aktivitäten nehmen deutlich zu.



## Daten / Fakten Ausbildung Gastgewerbe

- Der Kampf um die besten Köpfe ist auch im Gastgewerbe voll entbrannt
- Sicherung des Fach- und Arbeitskräftebedarfs ist für das arbeitsintensive Gastgewerbe eine der größten Herausforderungen
- Ausbildung und Qualifizierung haben für den DEHOGA Priorität
- Unsere Branche muss die AZUBIS und MITARBEITER begeistern, qualifizieren, fördern und eine attraktive berufliche Perspektive bieten

## Daten / Fakten Ausbildung Gastgewerbe

- Knapp 90.000 junge Menschen lernen derzeit einen der gastgewerblichen Berufe
- Das entspricht 8 % aller Ausbildungsverträge
- Der Beruf Koch/Köchin liegt nach dem aktuellen Ranking der Bundesagentur für Arbeit auf Platz 5, der Ausbildungslehrgang Hotelfachmann/-frau auf dem achten Platz.
- Die Beschäftigtenzahlen liegen auf einem Allzeit-Hoch: Im Jahr 2012 gab es über 901.000 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte im Gastgewerbe.

## Daten / Fakten Ausbildung Gastgewerbe

Aber durch die Einführung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes für die Beherbergung steigt derzeit auch die Nachfrage nach Arbeitskräften im Gastgewerbe.



Folge:

Es wird immer schwieriger, geeignetes und motiviertes Fachpersonal zu finden!  
Vakanzenzeiten werden länger, Kompromisse bei der Mitarbeiterauswahl nehmen zu!

## Daten / Fakten Ausbildung Gastgewerbe

- Die Zahl der Ausbildungsplatzbewerber ging im Jahr 2011 in der Speisezubereitung um 15,7 % zurück, in der Gastronomie um 15,6 % und in der Hotellerie um 9,7 %.
- Die doppelten Abiturientenjahrgänge und die Aussetzung der Wehrpflicht konnte das Gastgewerbe bisher **nicht** für sich nutzen.

## Demographischer Wandel D

- Das Erwerbspotential in Deutschland wird von heute 55 Millionen auf 44 Millionen im Jahr 2050 sinken.
- Bereits ab diesem Jahr werden jährlich mehr Menschen aus dem Erwerbsleben ausscheiden als einsteigen. Im Jahr 2015 werden bereits fast 3 Million Arbeitskräfte fehlen.
- 2030 werden es mehr als 5 Mio. sein

## Demographischer Wandel D

- Der größte Arbeitskräftemangel wird in den Dienstleistungsbranchen – also auch in der **Tourismusbranche** – bestehen.
- Hier fehlen 2030 bereits 4 Millionen Erwerbstätige.
- Wohl gemerkt: Arbeitskräftemangel – nicht nur Fachkräftemangel.

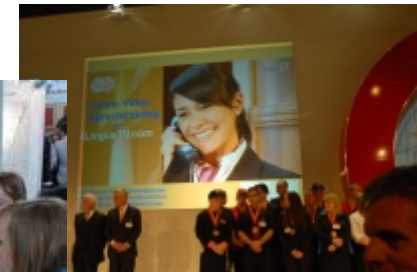
## Demographischer Wandel D

- Bis 2020 werden die Schulabgängerzahlen in Deutschland im Vergleich zu 2005 um 18,6 % gesunken sein.
- Drei Viertel der Unternehmen beklagen bei Ausbildungsplatzbewerbern fehlende Ausbildungsreife.
- zunehmende Unzufriedenheit mit „Soft Skills“ wie Leistungsbereitschaft, Belastbarkeit und Disziplin.
- 7 % der Jugendlichen verlassen die Schule ohne Abschluss
- Deutlich mehr als die Hälfte der Unternehmen organisiert Nachhilfe im Betrieb.

## Demographischer Wandel D

Die Ausbildungszahlen im Gastgewerbe werden deutschlandweit **also auch in Rheinland-Pfalz** weiter sinken. Weniger profilierte Ausbildungsunternehmen oder solche mit strukturellen Nachteilen, wie einer abgelegenen Lage, werden die Leidtragenden sein.

**Diese Herausforderung müssen wir angehen!**





## Demographischer Wandel in RLP

- Rheinland-Pfalz verzeichnet ca. 4 Mio. Einwohner. Bis zum Jahr 2015 wird sich die Bevölkerung um 100.000 Einwohner reduzieren, bis zum Jahr 2050 um 500.000. D. h. im Jahr 2050 werden ca. 31,8 % der Bevölkerung älter als 65 Jahre sein.
- Neben der Altersstruktur spielt die **Qualifikation** des Erwerbsspersonenangebots eine wichtige Rolle für die Zukunft.

## Demographischer Wandel in RLP

Die Analyse der zukünftigen Entwicklung des Erwerbspersonenpotentials lässt folgende Schlüsse zu:

- Rückläufige Bevölkerungszahlen
- Erhöhte Erwerbsbeteiligung von Frauen und Älteren
- Trotzdem verringertes Erwerbspersonenpotential
- Steigende Qualifikationsanforderungen an jeden einzelnen Arbeitnehmer

## Fazit

### **Ausbildungsqualität hat Priorität.**

Eine fachlich fundierte, praxisorientierte und moderne Ausbildung ist der beste Garant dafür, dass Hotellerie und Gastronomie in Rheinland-Pfalz auch in Zukunft über die erforderlichen Fachkräfte verfügen.



## Maßnahmen

- Der DEHOGA sensibilisiert und informiert seine Mitglieder hinsichtlich der Bedeutung von Ausbildungsqualität.
- Die regionalen Netzwerke, insbesondere der Dialog mit IHKs und Berufsschulen werden aktiv gefördert, z. B. durch die Initiierung Runder Tische:
- Gemeinsame Ziele:
  - Reduzierung der Zahl der Schulabgänger ohne Abschluss
  - In 2009 wurde jeder vierte Ausbildungsvertrag frühzeitig aufgelöst.
  - Ein Rückgang der Ausbildungsabbrecher ab 2015 um 10 % würde ein zusätzliches Fachkräftepotenzial von 4.000 Personen bis 2025 bedeuten – ein Rückgang um 50 % von 20.000 Personen

## Maßnahmen

*„Für den Abbruch der Ausbildung sind nach einer Umfrage des Bundesinstitut für Berufsbildung vor allem betriebliche Gründe (ca. 70 %) ausschlaggebend und Konflikte mit Ausbildern und anderen Vorgesetzten. Vor diesem Hintergrund dürfte es auf Unternehmerseite hilfreich sein, die Ausbildung weiter zu professionalisieren“.*

- Die DEHOGA Landesverbände bauen ein flächendeckendes Netz von Verantwortlichen für das Thema Ausbildung aus.
- Der DEHOGA Rheinland-Pfalz unterstützt zukünftig gerne die Kooperationsgemeinschaft der Regionaldirektion Rheinland-Pfalz-Saarland, des Ministerium für Wirtschaft, Klimaschutz, Energie und Landesplanung sowie die Arbeitsgemeinschaften der HWKs hinsichtlich der Förderung von Coaches für betriebliche Ausbildung.

## Maßnahmen

- Wir in Rheinland-Pfalz fordern und fördern flexible Arbeitszeitmodelle.
- Wir arbeiten für ein funktionierendes, flächendeckendes und professionelles Tarifgeschäft
- Wir unterstützen durch eine neue Fachgruppe Unternehmerinnen, Frauen in Führungspositionen
  - Die Erwerbstätigkeit von Frauen wird zu einem zentralen Thema am sich wandelnden Arbeitsmarkt. Wirtschaft und Gesellschaft sind jetzt und in der Zukunft auf eine verstärkte Beschäftigung von Frauen angewiesen
- Wir fördern die Jugendarbeit durch einen neu gegründeten Förderverein.

## Maßnahmen

- Wir unterstützen unsere Mitglieder bei der lebensphasenorientierten Arbeitsgestaltung.
- Wir sensibilisieren unsere Mitglieder für die Potenziale älterer Mitarbeiter und informieren über Nachfolgeplanung und Karrierekonzepte für ältere Mitarbeiter.
- Wir unterstützen unsere Mitglieder bei der Rekrutierung ausländischer Auszubilder

## Maßnahmen

Unsere Branche lebt nicht nur von Gästen aus aller Welt, sondern profitiert auch vom Wechsel der Beschäftigten zwischen Staaten, Sprachen und Kulturräumen!

Derzeit erarbeiten wir in Kooperation mit unseren Mitgliedbetrieben, den Berufsbildenden Schulen und der Bundesagentur für Arbeit, und dem Ministerium für Wirtschaft Konzepte, junge arbeitssuchende Auszubildende aus Spanien und anderen EU-Ländern in unser anerkanntes System der Dualen Ausbildung zu integrieren.



## Maßnahmen

- Die wichtigste Maßnahme ist jedoch eine **wertschätzende** Unternehmenskultur und Mitarbeiterführung in allen Betrieben zu implementieren.
- Denn bevor man hin und her rechnet, wie man dem Mitarbeiter am günstigsten eine Wellnessbehandlung im eigenen Haus zukommen lässt, sollte man überdenken, die Löhne in ein gesundes Verhältnis zu den Lebenshaltungs-kosten in den verschiedenen Regionen zu setzen.
- Generell gilt: Man muss Menschen mögen und ihre Bedürfnisse kennen, dann gelingt es, sie für unsere Branche zu gewinnen und sie an uns zu binden.

**Ich danke Ihnen für Ihre  
Aufmerksamkeit**