



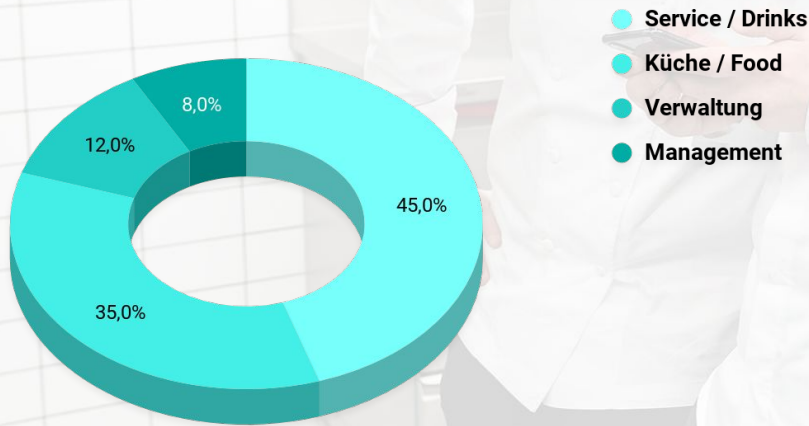
Was Arbeitnehmer in der Gastronomie & Hotellerie wirklich wollen

Eine Studie von Gronda

Wer wurde befragt

Durchgeführt wurde die Studie im Zeitraum vom 02.10. – 13.10.2019. Ziel war es einen Überblick über die Branche zu schaffen und auf bestimmte Themen in der Gastronomie & Hotellerie genauer einzugehen. Es wurden **1.596 Fachkräfte** der Gastronomie in ganz Deutschland, Österreich und der Schweiz befragt. Im Detail betrachtet waren davon 45% im Service Bereich tätig, 35% in der Küche und 20% im Management und der Verwaltung.

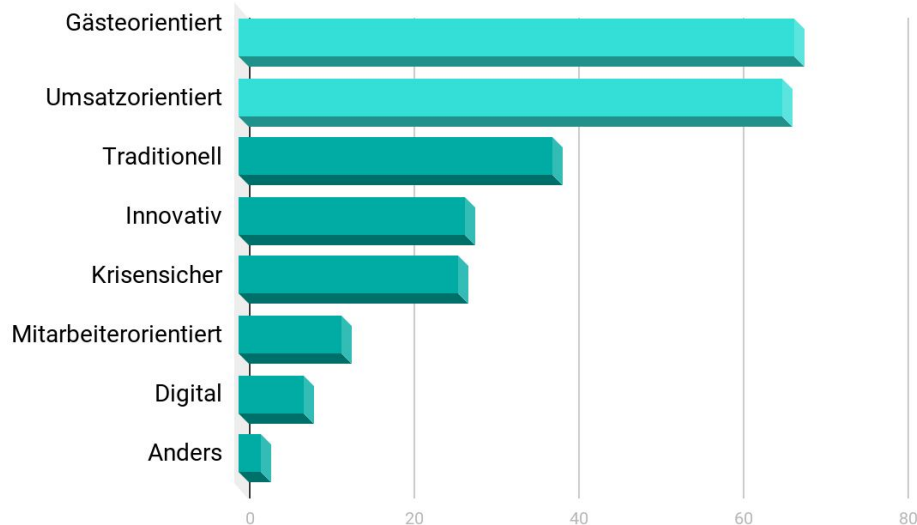
Arbeitsbereich



Endlich mal sagen, was Sache ist

Die Mitarbeiter sagen ganz klar, dass sich die Branche an Gästen und dem Umsatz orientiert. Unter 20% sagen, dass sie mitarbeiterorientiert ist. Auch Eigenschaften wie innovativ und digital schneiden sehr schlecht ab.

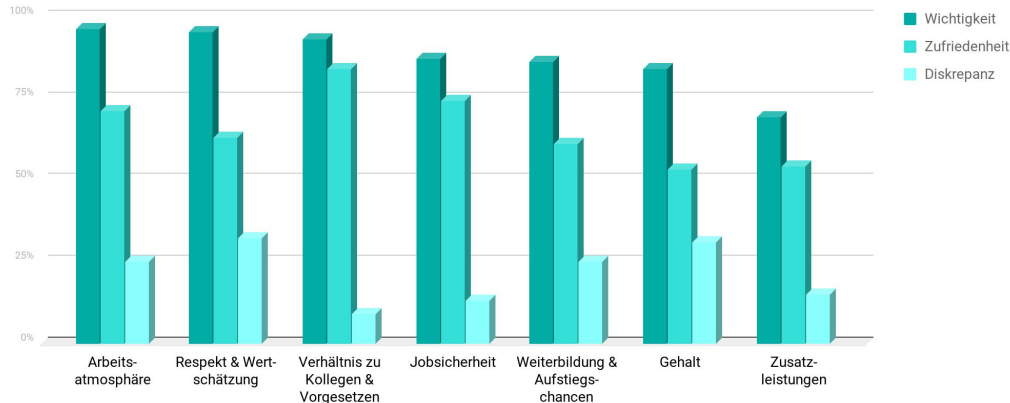
Eigenschaften der Branche



Status Quo der Hotellerie & Gastronomie

Aus dieser Grafik lässt sich die Diskrepanz zwischen Wichtigkeit und die Zufriedenheit ablesen. Hierbei geht es um die 7 Faktoren Arbeitsatmosphäre, Respekt & Wertschätzung, Verhältnis zu Kollegen & Vorgesetzten, Jobsicherheit, Weiterbildung & Aufstiegschancen, Gehalt und Zusatzleistungen (Benefits). Die Mitarbeiter wurden bei jedem Punkt gefragt, wie zufrieden sie damit sind, um die derzeitige Situation zu beschreiben und wie wichtig es ihnen generell ist, um zu zeigen, wie wo sich die Parameter befinden sollten. Es hat sich herausgestellt, dass ihnen eine gute Arbeitsatmosphäre und Respekt & Wertschätzung sehr wichtig sind, aber sie im Verhältnis weniger zufrieden damit sind. Das Verhältnis zu Kollegen & Vorgesetzten wird auch als sehr wichtig eingestuft, aber der Großteil ist auch sehr zufrieden damit. Die Diskrepanz zwischen Wichtigkeit und Zufriedenheit ist beim Gehalt am Größten. Zusatzleistungen, sogenannte Benefits zum Gehalt, werden als am wenigsten wichtig bewertet.

Faktorenanalyse

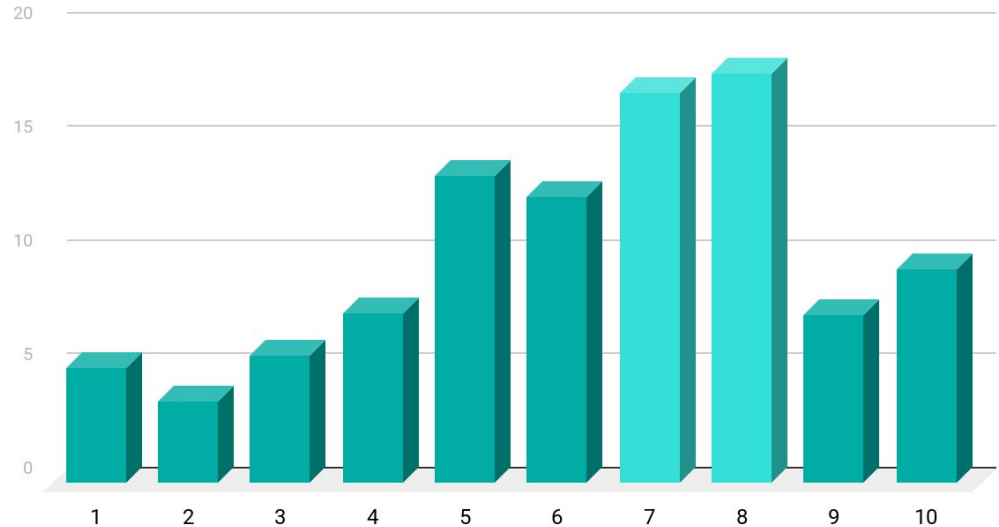




So attraktiv sind Arbeitgeber

Arbeitgeber erreichen auf einer Skala von 1 (unattraktiv) bis 10 (attraktiv) eine durchschnittliche Bewertung von **6,3 Punkten**.

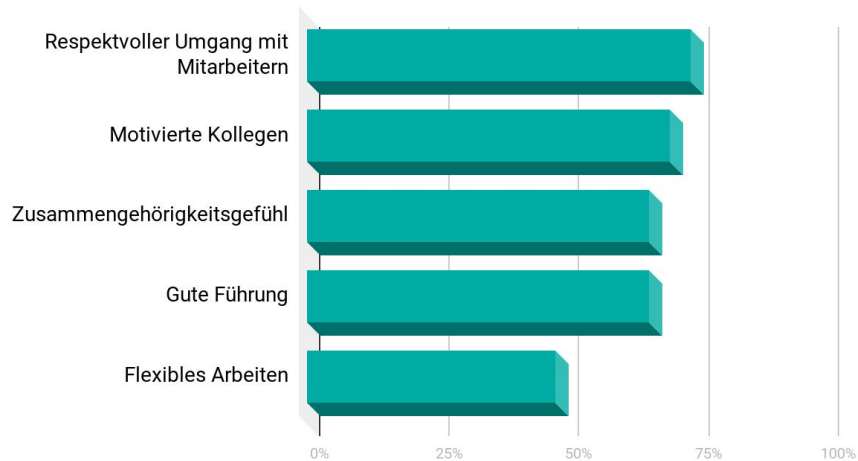
Attraktivität des Arbeitgebers



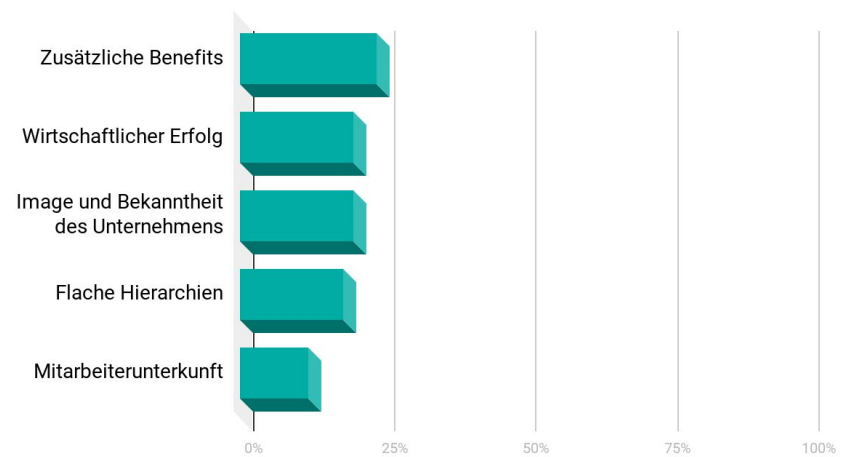
Was macht einen Arbeitgeber attraktiv? Genau das wollten wir auch herausfinden. An erster Stelle mit fast 75% steht ein respektvoller Umgang mit Mitarbeitern und ein motiviertes Team mit 70% an zweiter Stelle. Die Antwortmöglichkeit "Überbezahlung nach Qualifikation" wurde nur von ca. 35% aller Befragten als ein Kriterium für die Attraktivität eines Arbeitgebers genannt.

Mitarbeiter wollen in erster Linie von ihren Arbeitgebern und ihren Kollegen wertgeschätzt werden. Es ist die Aufgabe von guten Führungskräften den Teamzusammenhalt zu fördern und auf ein gutes Arbeitsklima zu achten.

Wichtige Faktoren



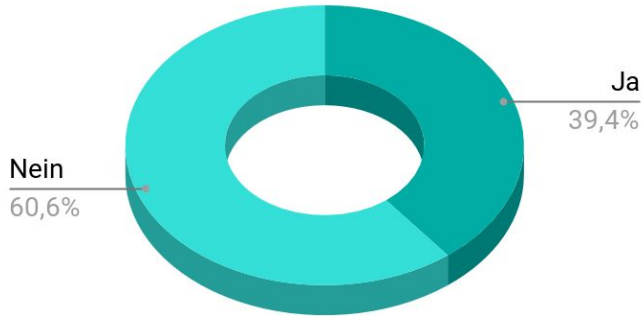
Eher unwichtige Faktoren



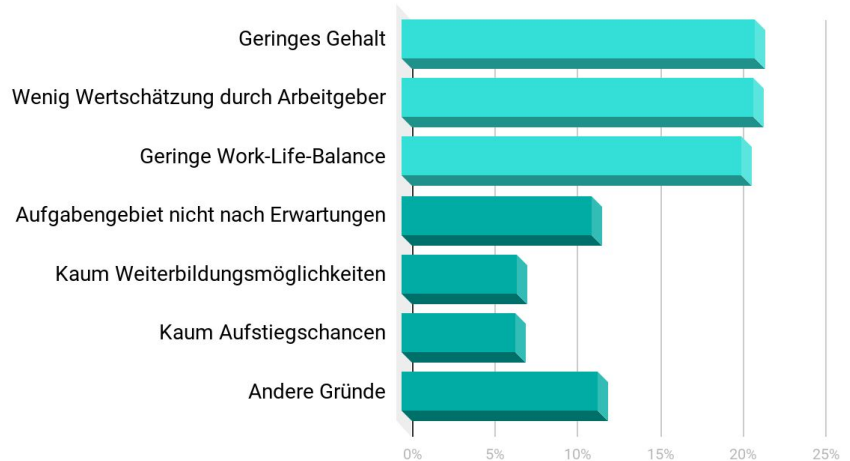
Next job?

Fast 40% aller Befragten planen demnächst einen Jobwechsel. 21% davon aufgrund zu geringer Bezahlung und weitere 21% aufgrund zu geringer Wertschätzung durch Arbeitgeber. Ein Jobwechsel muss aber nicht immer aus einer schlechten Erfahrung heraus entstehen. Viele der Befragten gaben an, dass sie sich weiterentwickeln möchten, Erfahrung in anderen Betrieben oder im Ausland sammeln möchten.

Jobwechsel in Planung



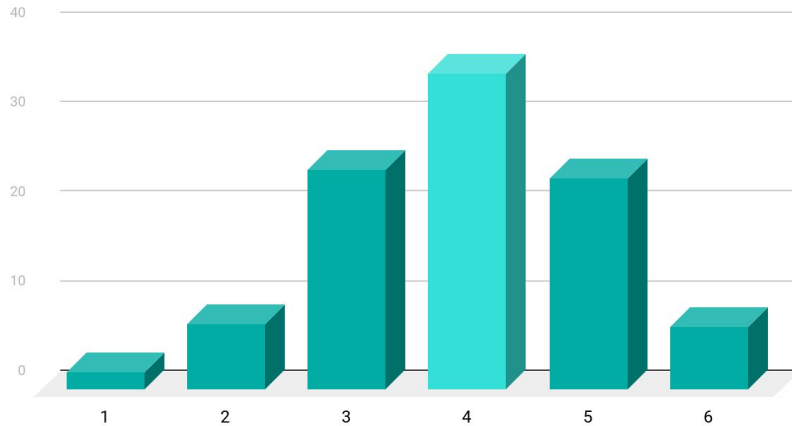
Gründe für einen Jobwechsel



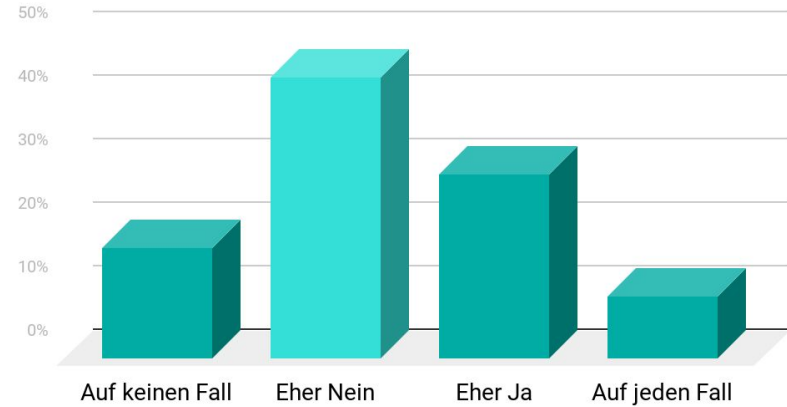
Im Gesamten betrachtet

Die Branche schneidet mit einem Mittelwert von **3,9 Punkten** auf einer Skala von 1 (nicht attraktiv) bis 6 (attraktiv) gar nicht so schlecht ab. Leider würden weniger Fachkräfte die Branche weiterempfehlen. Ca. 60% haben mit “auf keinen Fall” und “eher Nein” geantwortet. Nur etwa 10% waren sich ganz sicher, dass sie die Hotellerie & Gastronomie an Freunde und Familie als Arbeitsplatz empfehlen würden.

Zufriedenheit als Arbeitnehmer mit der Branche



Würdest du Freunden / Familie die Branche empfehlen?



Studienteam & Kontakt

Ziel dieser Studie war es herauszufinden wie die allgemeine Einstellung von Arbeitnehmern gegenüber der Branche und Arbeitgebern ist und Mitarbeitern in der Branche eine Stimme zu geben.

Die Studie wird sich in den nächsten Jahren weiterentwickeln und soll jährlich durchgeführt werden, um eine Entwicklung über mehrere Jahre darzustellen. Es liegt uns am Herzen, dass sich in der Hotellerie & Gastronomie etwas ändert und sich das negative Bild wieder in ein positives verwandelt.



Marie Klotz

Content Manager

marie@gronda.eu



Sebastian Schürgers

Marketing Manager

sebastian@gronda.eu