



GUTER
GASTGEBER
GUTER
ARBEITGEBER



Das Hotel- und Gaststättengewerbe in Mecklenburg Vorpommern:



Perspektive 2025 –

eine nachhaltigen Entwicklung im Tourismus
braucht qualifizierte Mitarbeiter

Projektleitung MV:



Projektnehmer:



Partner:



Gefördert durch:



Im Rahmen der Initiative:



Fachlich begleitet durch:



Gefördert durch:



Dieses Papier entstand innerhalb des Projektes „Guter Gastgeber – Guter Arbeitgeber“, welches im Rahmen der Initiative Neue Qualität der Arbeit vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales gefördert und durch die Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin (BAuA) fachlich begleitet wurde. Im Rahmen dieses Projektes erscheint parallel eine Praxishilfe zur Fachkräftesicherung und Steigerung der Arbeitgeberattraktivität im Gastgewerbe.

Weitere Informationen unter www.guter-gastgeber-guter-arbeitgeber.de.

Die Initiative Neue Qualität der Arbeit ist eine gemeinsame Initiative von Bund, Ländern, Verbänden und Institutionen der Wirtschaft, Gewerkschaften, Unternehmen, Sozialversicherungsträgern und Stiftungen. Ihr Ziel: mehr Arbeitsqualität als Schlüssel für Innovationskraft und Wettbewerbsfähigkeit am Standort Deutschland. Dazu bietet die 2002 ins Leben gerufene Initiative inspirierende Beispiele aus der Praxis, Beratungs- und Informationsangebote, Austauschmöglichkeiten sowie ein Förderprogramm für Projekte, die neue personal- und beschäftigungspolitische Ansätze auf den Weg bringen.

Weitere Informationen: www.inqa.de

Impressum

Herausgeber:

Guter Gastgeber – guter Arbeitgeber
www.guter-gastgeber-guter-arbeitgeber.de

Projektleitung Teilprojekt Mecklenburg-Vorpommern:

wmp consult
Schaarsteinwegsbrücke 2
20459 Hamburg

Projektleitung Gesamtprojekt:

ed-media e.V.
Amerikastraße 1
66482 Zweibrücken

Konzeption und Redaktion:

Judith Beile, Birte Homann, Katrin Schmid,
Katharina Schöneberg, Kim Schütze

Layout:

seitz-atlama-design.de

Fotos:

Titel: @shutterstock_wavebreakmedia
S. 5 @shutterstock_GlOck
S. 6 @shutterstock_wavebreakmedia
S. 9 @shutterstock_Vincent2004
S. 10 @Seehotel_Frankenhorst
S. 12 @graphicstock
S. 14 @shutterstock_Phovoir
S. 16 @Andrew Itaga unsplash.com
S. 18 @fotolia
S. 20 @graphicstock.com_neil Langan UK
S. 23 @graphicstock.com_BENIS

Stand: Mai 2017

Inhalt

1	Vorwort.....	4
2	Tourismus als Wachstumsmotor in Mecklenburg-Vorpommern	5
3	Qualifizierte Fachkräfte – die zentrale Herausforderung für die Branche	6
4	Drei Handlungsfelder	9
	Attraktivität der Branche/Gute Arbeit	10
	Ausbildung	14
	Ganzjährige Beschäftigung ermöglichen durch Ausweitung von Angeboten	18
5	Zusammenfassung	23

1 Vorwort


Tourismus und Gastgewerbe gehören in Mecklenburg-Vorpommern zu den wichtigsten Wirtschafts- und Wachstumsbranchen. Das drückt sich sowohl in steigenden Übernachtungszahlen als auch in wachsender Beschäftigung aus. 2016 wurde mit über 30 Millionen Übernachtungen ein neuer Rekord erzielt. Mecklenburg-Vorpommern ist mit seiner Ostseeküste und der einzigartigen Seenplatte ein attraktives Reiseziel mit vielfältigen Freizeitmöglichkeiten – von Strandurlaub über Wassersport, Radtouren und Städtereisen ist alles möglich.

Damit wir den weiter steigenden Bedarf an Fachkräften im Land auch perspektivisch decken und ein hohes Qualitätsniveau gewährleisten können, müssen Land, Sozialpartner und Unternehmen an einem Strang ziehen. In Zeiten des demografischen Wandels wird es schwieriger, Nachwuchskräfte zu finden und zu binden. Älter werdende Belegschaften und niedrige Geburtenraten stellen neue Herausforderungen insbesondere an Dienstleistungsbranchen wie das Gastgewerbe. Saisonale Schwankungen und damit verbundene Saisonbeschäftigung sowie die Notwendigkeit, abends, am Wochenende und an Feiertagen zu arbeiten, kennzeichnen das Gastgewerbe und erschweren die Rekrutierung von Personal. Junge Leute suchen attraktive Jobs mit familienfreundlichen Rahmenbedingungen und guten Aufstiegschancen.

Das Modellprojekt „Guter Gastgeber – guter Arbeitgeber“, das vom Bundesarbeitsministerium und in Mecklenburg-Vorpommern aus Mitteln des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Gesundheit gefördert wird, hat sich zum Ziel gesetzt, die Arbeitsbedingungen zu verbessern und die Attraktivität der Branche zu steigern. Die Sozialpartner DEHOGA MV und NGG haben im Dialog mit dem Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Gesundheit neue Ansätze entwickelt. Es ist ihre gemeinsame Überzeugung, dass es nur mit motivierten, zufriedenen und gesunden Beschäftigten gelingen kann, die Herausforderungen des Arbeitsmarktes der Zukunft zu bewältigen.

Wie Fachkräftesicherung im Gastgewerbe in Mecklenburg-Vorpommern aus Sicht der Projektpartner nachhaltig gelingen kann, beschreibt dieses Perspektiv-Papier. Es richtet sich an Politik und Sozialpartner und zeigt auf, was getan werden kann, um das Gastgewerbe zukunftssicher zu gestalten. Die Rahmenbedingungen im Gastgewerbe mögen teilweise schwierig sein – aber die Berufe der Branche bieten auch vielfältige Potenziale. Diese herauszustellen und die Ausbildungs- und Arbeitsbedingungen im Rahmen des Möglichen positiv und gesundheitsfördernd auszugestalten – diese Aufgabe müssen die Unternehmen der Branche im Schulterschluss mit den Sozialpartnern und der Politik bewältigen.

Wir sind das beliebteste innerdeutsche Reiseziel, und das wollen wir bleiben!



Matthias Dettmann
Hauptgeschäftsführer
DEHOGA MV e.V.



Jörg Dahms
Geschäftsführer NGG
Region MV

Tourismus als Wachstumsmotor in Mecklenburg-Vorpommern

Mecklenburg-Vorpommern ist eines der beliebtesten Reiseziele innerhalb Deutschlands. Die touristischen Angebote im Land sind in den letzten Jahren immer weiter ausgebaut worden. Die Zahl der Gästeübernachtungen ist von 9,41 Mio. im Jahr 1992 auf über 29,47 Mio. im Jahr 2015 gestiegen. In etwas mehr als 20 Jahren hat sich die Zahl der Gäste also mehr als verdreifacht. Mecklenburg-Vorpommern damit liegt bei den absoluten Übernachtungszahlen auf Platz 7 im Bundesländervergleich. Bei den Übernachtungen auf Campingplätzen nimmt Mecklenburg-Vorpommern mit 4,6 Mio. Platz 2 im Bundesländerranking ein.

Dem entsprechend haben der Tourismus und das Gastgewerbe für Mecklenburg-Vorpommern eine große wirtschaftliche Bedeutung. Legt man die so genannte Tourismusintensität zu Grunde, d.h. das Verhältnis der Gästeübernachtungen pro 1.000 Einwohner, wird die wirtschaftliche Bedeutung dieser Branche für das Bundesland noch deutlicher. Hier steht Mecklenburg-Vorpommern klar an der Spitze aller Bundesländer. Die Übernachtungsdichte pro 1.000 Einwohner war 2015 mit 18.276 fast doppelt so hoch wie in Schleswig-Holstein, dem Land mit der zweithöchsten Zahl der Übernachtungen je 1.000 Einwohner [9,474]¹.

Als Folge hat Mecklenburg-Vorpommern deutschlandweit mit 7,23% den höchsten Anteil der Erwerbstätigen im Gastgewerbe im Verhältnis zur Gesamtzahl aller Erwerbstätigen. In den ebenfalls stark touristisch geprägten Bundesländern Bayern und Schleswig-Holstein liegt dieser Wert mit 4,37 bzw. 4,97% deutlich niedriger. Der Anteil der in Mecklenburg-Vorpommern im Gastgewerbe Tätigen ist von 2008 bis 2014 um 0,7 Prozentpunkte gestiegen.

Aufgrund der touristischen Attraktivität von Mecklenburg-Vorpommern hält das positive Wachstum des Gastgewerbes schon seit Jahren an und ist dynamischer als die Entwicklung in vielen anderen Bereichen der Wirtschaft. Es spricht vieles dafür, dass dieser Trend der vergangenen Jahre sich fortsetzt und der Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern weiter zunimmt, wenn entsprechend attraktive Angebote gemacht werden und die Qualität der angebotenen Leistungen stimmt. Dies hängt im Tourismus vor allem auch an der Qualität der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die für die Gäste sorgen und ein hochwertiges Urlaubserlebnis ermöglichen.

¹ <https://www.tmv.de/vergleich-mvs-mit-anderen-bundeslandern/> Die statistischen Angaben in diesem Papier beziehen sich auf das Jahr 2015, da vergleichbare frei verfügbare Zahlen für 2016 nicht durchgängig verfügbar waren.



Tourismus wächst



Qualifizierte Fachkräfte – die zentrale Herausforderung für die Branche

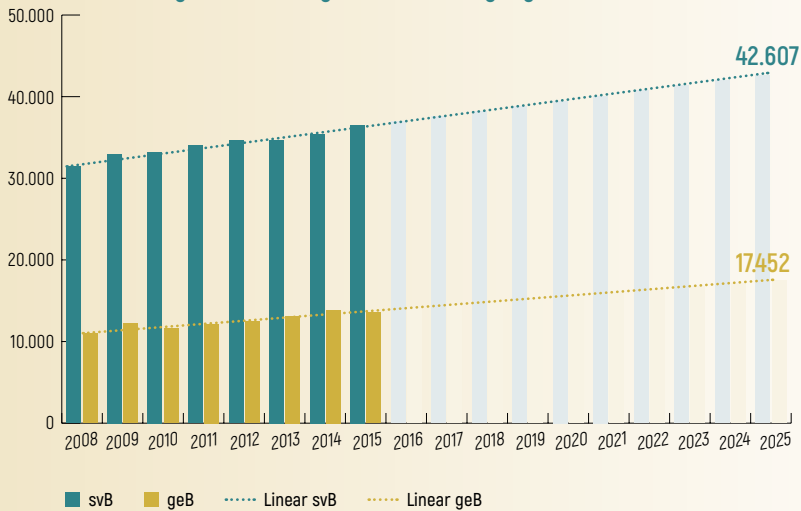
Das anhaltende Wachstum des Tourismussektors - vor allem im Hotel- und Gastgewerbe - hat einerseits dazu geführt, dass dieser Wirtschaftsbereich in den letzten Jahrzehnten eine Schlüsselrolle für die wirtschaftliche Entwicklung des Landes eingenommen hat. Er ist für den regionalen Arbeitsmarkt von hoher Bedeutung. Andererseits hat die steigende Nachfrage nach Arbeitskräften aber auch dazu geführt, dass es immer weniger qualifizierte Bewerber gibt, die bereit sind, im Hotel- und Gaststättengewerbe zu arbeiten. Angesichts der im Vergleich zu anderen Branchen (z.B. Industrie-arbeitsplätze, öffentlicher Dienst) eher geringeren Entgelte und atypischen Arbeitszeiten wandern im Gegenteil viele, die in der Branche gelernt haben, in andere Bereiche ab. Dies führt zunehmend zu einem Problem der Branche, das sich künftig – wenn nicht gegengesteuert wird – noch verschärfen wird: es fehlen Fachkräfte.

Fachkräfte werden gebraucht

Schon heute gibt es einen branchenübergreifenden Fachkräftengpass. Das Gastgewerbe hat sowohl in Mecklenburg-Vorpommern als auch bundesweit Schwierigkeiten, seinen Bedarf an qualifizierten und erfahrenen Fachkräften sowie an Auszubildenden aus dem regionalen und überregionalen Arbeitsmarkt heraus zu decken. Insbesondere die touristischen Hochburgen Mecklenburg-Vorpommerns, wie bspw. die Insel Rügen, können ihren Bedarf an Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und Auszubildenden schon lange nicht mehr allein aus dem regionalen Arbeitsmarkt heraus decken. Schon heute wirbt daher die Branche im Nordosten überregional, bundes- und europaweit um Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie Auszubildende. Dazu kommt die Saisonabhängigkeit der Branche, die Mecklenburg-Vorpommern in besonderem Maße trifft. Das anhaltende Wachstum der Branche verschärft dieses Problem, da es zu einer spürbar steigenden Nachfrage nach Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Gastgewerbe führt, während die Zahl der arbeitslosen Fachkräfte sinkt - auch wenn es im Winter immer noch eine hohe saisonale Arbeitslosigkeit gibt.

Das abnehmende Angebot an Fachkräften und Auszubildenden bei gleichzeitig steigendem Bedarf wird das Fachkräfteproblem in Mecklenburg-Vorpommern absehbar verschärfen. Eine ganz einfache Hochrechnung zeigt: Schreibt man den Trend der vergangenen Jahre linear fort und werden entsprechend weitere Kapazitäten im Tourismus aufgebaut, dann könnte der Bedarf an Beschäftigten bis 2025 um weitere 10.000 Stellen steigen. Davon

Entwicklung der svB und geB in Beherbergung und Gastronomie in M-V



entfallen ca. 6.000 Stellen auf die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, die von ca. 36.500 im Jahr 2015 auf ca. 42.600 im Jahr 2025 anwachsen könnten. Dazu kämen ca. 3.900 zusätzliche geringfügig Beschäftigte, deren Zahl von ca. 13.500 (2015) auf über 17.000 steigen würde.²

*Prognose:
Beschäftigungs-
anstieg*

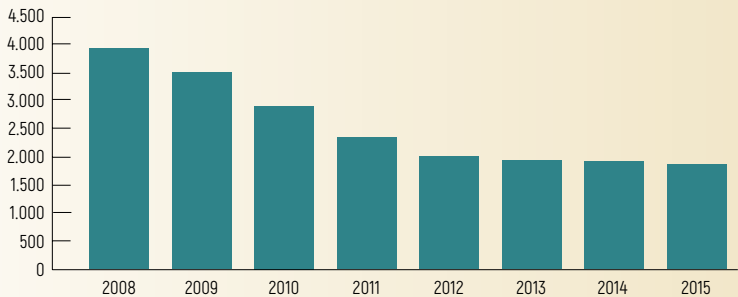
Eine kontinuierliche Ausweitung der touristischen Angebote ist aber nur möglich, wenn genügend qualifiziertes Personal zur Verfügung steht. Schon heute wird ein großer Teil der Arbeitsplätze im Gastgewerbe in MV nicht mehr aus dem deutschen Arbeitsmarkt besetzt. Die Unternehmen greifen in den letzten Jahren immer mehr auf den Einsatz ausländischer Beschäftigter zurück. Während die Anzahl der deutschen Beschäftigten seit 2011 stagniert, ist der Anteil der ausländischen Beschäftigten im gleichen Zeitraum um mehr als das Doppelte auf über 4.000 Beschäftigte angestiegen³ und hat von 5% im Jahr 2011 auf über 12% im Jahr 2015 zugenommen. In der Hauptsaison liegt der Anteil ausländischer Beschäftigter in stark touristisch geprägten Destinationen wie bspw. Rügen deutlich höher und macht in manchen Betrieben bis zu einem Drittel der Belegschaft aus. Allerdings sind damit auch Qualitätsprobleme in den Unternehmen verbunden, da nicht immer ausreichende Ausbildung und Sprachkenntnisse vorhanden sind.

² Daten bis 2015: Bundesagentur; ab 2016 lineare Trendfortschreibung.

³ Beschäftigtendaten der Bundesagentur für Arbeit, jeweils 30.6.

Das Arbeitskräfteangebot auf dem regionalen und bundesweiten Arbeitsmarkt wird zusätzlich dadurch geringer, dass die Ausbildungszahlen schon seit Jahren zurückgehen. Seit 2008 hat sich bspw. die Zahl der Auszubildenden im Hotel- und Gaststättenbereich in Mecklenburg-Vorpommern von ca. 4.400 Auszubildenden pro Jahr auf ca. 2.000 mehr als halbiert.⁴ Damit kann die Branche aus der intern organisierten Ausbildung den zukünftigen Bedarf an Fachkräften bei weitem nicht decken.

Auszubildende im Gastgewerbe in MV



Ausbildungszahlen gehen zurück

Und anders als in anderen Branchen werden technische Faktoren wie die zunehmende Digitalisierung im Gastgewerbe kaum zu Substitutionseffekten führen, so dass auch hier keine Entspannung des Arbeitsmarktes zu erwarten ist.⁵

Die Verfügbarkeit von Fachkräften stellt ein ernsthaftes Problem für die künftige Entwicklung der Branche dar, wenn Wachstumschancen genutzt werden sollen. Fachkräfteausbildung und -sicherung muss eine hohe Priorität für die Branche in Mecklenburg-Vorpommern haben. Denn eine erfolgreiche Hotellerie und Gastronomie ohne qualifiziertes Personal sind nicht vorstellbar. Für das Land Mecklenburg-Vorpommern hat eine Fachkräftesicherung im Tourismus auch wirtschaftspolitische und strukturpolitische Dimensionen. Ausbildung und Beschäftigungssicherung sind die gemeinsamen Herausforderungen für Unternehmen, Sozialpartner und Politik.

Ziel sollte es sein, die im Tourismus liegenden Chancen für Beschäftigungswachstum zu nutzen und Engpässe bei qualifizierten Arbeitskräften durch geeignete Maßnahmen zu vermeiden.

⁴ Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit: Arbeitsmarkt in Zahlen, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Auszubildende (SvB) am Arbeitsort (AO) im Wirtschaftsabschnitt „I - Gastgewerbe“ nach der Klassifikation der Wirtschaftszweige von 2008 (WZ 08), Hannover, November 2015.

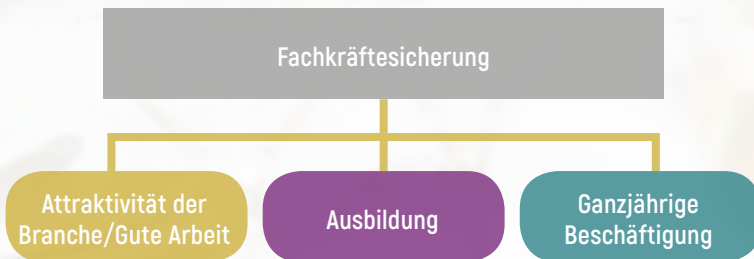
⁵ vgl. IHK-Unternehmensbarometer zur Digitalisierung 2016, S. 9.

Drei Handlungsfelder

Um Engpässe bei Fachkräften zu vermeiden und die hohe Angebotsqualität im Hotel- und Gaststättengewerbe zu sichern, sind Anstrengungen unter anderem in folgenden Bereichen notwendig:

- ❖ **Ausbildung:** Ziel sollte es sein, die Zahl der in Mecklenburg-Vorpommern ausgebildeten Fachkräfte wieder zu erhöhen und so für ausreichenden Nachwuchs für die Branche zu sorgen.
- ❖ **Steigerung der Attraktivität der Arbeitsplätze in der Branche:** Ziel sollte es sein, mittels der durch die Tarifpartner einvernehmlich vereinbarten Vergütungsstruktur und durch gute Arbeitsbedingungen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu halten und neue zu gewinnen.
- ❖ **Angebot ganzjähriger Beschäftigungsverhältnisse:** bedingt durch die starken saisonalen Schwankungen in der Auslastung von Hotels und Gaststätten ist die Beschäftigung vieler Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bisher nur in der Saison gewährleistet. Dies ist wenig attraktiv für die Beschäftigten.⁶ Ziel sollte es sein, die Zahl der ganzjährigen Arbeitsplätze zu erhöhen.

Wenn es gelingt, diese Ziele zu erreichen, wird die Branche attraktiver für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und es wird einfacher, eine ausreichende Zahl qualifizierter Mitarbeiter zu gewinnen.



⁶ Hier ist anzumerken, dass nicht alle Saisonkräfte ein Interesse an ganzjährigen Verträgen haben: Ein Teil der Saisonkräfte kommt eigens für die Saison nach Mecklenburg-Vorpommern. Wie hoch dieser Anteil ist, lässt sich nicht beziffern.



Attraktivität der Branche/Gute Arbeit

Eine erfolgreiche Fachkräftesicherung ist eng mit der Qualität der Arbeitsbedingungen verbunden. Nur mit gut ausgebildeten, motivierten und qualifizierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wird es gelingen, mehr Gäste anzuziehen und erfolgreich Angebote in der seasonschwachen Zeit zu realisieren. Gute Arbeitsbedingungen haben einen direkten Einfluss auf die Fähigkeit von Unternehmen, Fachkräfte zu gewinnen, und steigern die Attraktivität des Arbeitgebers.

Die Arbeitsbedingungen im Hotel- und Gaststättengewerbe sind ohne Zweifel herausfordernd. Insbesondere die Arbeitszeiten (Überstunden, Teildienste, Wochenend- und Feiertagsarbeit, Saisonarbeit), die damit einhergehende nicht einfache Vereinbarkeit von Beruf und Familie und die im Vergleich mit anderen Branchen oft niedrigeren Arbeitsentgelte gehören zu den besonderen Arbeitsbedingungen in der Branche.

Fakt ist: In Zeiten knapper Fachkräfte konkurriert das Hotel- und Gaststättengewerbe mit anderen Branchen. Arbeitnehmer können sich stärker als in der Vergangenheit ihre Arbeitgeber und Tätigkeiten aus einer größeren Zahl von Alternativen aussuchen. Gleichzeitig werden die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Unternehmen im Durchschnitt älter. Daraus ergibt sich die Notwendigkeit, auch ältere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dauerhaft arbeitsfähig zu erhalten und an das Unternehmen zu binden. Angesichts der teilweise stark beanspruchenden Tätigkeiten im Hotel- und Gaststättengewerbe ist dies eine anspruchsvolle Aufgabe. Aktuelle Befragungen zeigen, dass die Beschäftigten im Gastgewerbe körperliche und psychische

Belastungen sowie die Wochenendarbeit als besonders beanspruchend empfinden.

Neben dem Gehalt sind die Hauptgründe für den Wechselwunsch von Beschäftigten negativ wahrgenommenes Verhalten von Vorgesetzten und eine als schlecht empfundene Arbeitsatmosphäre. Auch die allgemeine Arbeitsumgebung, die interne Kommunikation und der Zusammenhalt unter Kollegen beeinflussen die Zufriedenheit mit dem aktuellen Arbeitgeber.

Der Wunsch, den Arbeitsplatz zu wechseln, ist umso größer, je weniger die Work-Life-Balance als angemessen wahrgenommen wird. Im Gastgewerbe bestimmt der Gast, wann und wo er welche Angebote nachfragt. Dies ist oftmals wenig oder nur kurzfristig planbar und kann zur Unzufriedenheit der Beschäftigten führen.

Zur Zufriedenheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter trägt maßgeblich bei, welche Möglichkeiten ein Arbeitgeber bietet, Arbeit, Familie und Privatleben zu vereinbaren. Heute geht es nicht mehr nur um die Vereinbarkeit von Familie und Beruf, sondern insgesamt von Erwerbstätigkeit und Privatleben, das neben der Kinderbetreuung auch die Pflege von Angehörigen, Ehrenamt, Weiterbildung, Teilnahme an gesundheitsfördernden Angeboten und jegliche Art der individuellen Freizeitgestaltung umfasst.

Im Flächenland Mecklenburg-Vorpommern mit großen Entfernungen, vielen Pendlerinnen und Pendlern und eingeschränkter Erreichbarkeit sowie einer sehr großen Zahl von kleinen und Kleinstbetrieben wird Vereinbarkeit zur besonderen Herausforderung. Diese zu bewältigen ist vor dem Hintergrund des Wettbewerbs um Fachkräfte dringend erforderlich. Das hätte den positiven Effekt, Arbeitsangebotsreserven vor allem bei Frauen zu erschließen, die häufiger Betreuungsaufgaben übernehmen und für die deshalb eine Tätigkeit im Gastgewerbe oftmals nicht oder nur eingeschränkt möglich ist. Gerade die Abendstunden, die aufgrund der Gästenachfrage klassischerweise die Hauptumsatzzeiten mit dem größten Personalbedarf in der Branche sind, gilt es personell abzusichern. Dies in Einklang mit der Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu bringen, ist eine große Herausforderung.

Auch bei der Anwerbung von ausländischen Fachkräften ist positives Arbeitgeber- und Branchenimage hilfreich.

Was können Politik und Sozialpartner tun?

POLITIK

Branchenspezifische Angebote und Beratung: Eine besondere Herausforderung der Branche sind die atypischen Arbeitszeiten. Zusammenhängende freie Tage, ein geregelter Arbeitsablauf und Einsatzplan sowie eine frühzeitige Urlaubsplanung sind den Beschäftigten wichtig. Hier ist externe Unterstützung sehr hilfreich, aber gerade für kleinere Unternehmen schwer zu finanzieren. Auch der Erhalt der Arbeitsfähigkeit und Gesundheit, ein modernes Personalmanagement sowie der berufliche Wiedereinstieg sind Themen, die mit externer Unterstützung und Orientierung an Beispielen guter Praxis leichter erreicht werden können.

Kinderbetreuung: Längere Öffnungszeiten sowie eine bessere Abdeckung von Kita und Hort sind besonders für Beschäftigte des Hotel- und Gastgewerbes von großer Bedeutung. Für die Finanzierung bedarfsgerecht-flexibler Öffnungszeiten fehlt es derzeit noch an Lösungen. Das Angebot geht heute oft zu Lasten derjenigen Träger, die die Eltern mit flexiblen Betreuungszeiten bei der Vereinbarkeit unterstützen. Je nach Landkreis gibt es unterschiedliche Regelungen. Hier sollten flächendeckend bedarfsgerechte Betreuungsmöglichkeiten geschaffen werden.

Mobilität und Infrastruktur: Die Erreichbarkeit des Arbeitsortes mit dem ÖPNV ist in vielen Landesteilen ungenügend. Ohne Auto ist für viele Beschäftigte der Arbeitsort nur schwer und mit hohem Zeitaufwand zu erreichen.



Gleichzeitig ist es für die Beschäftigten der Hotel- und Gaststättenbetriebe in den Touristenzentren schwierig, bezahlbaren Wohnraum in der Nähe des Arbeitsortes zu finden. Taktung und Streckennetz sollten ausgebaut werden, bezahlbarer Wohnraum sollte bereitgestellt werden.

SOZIALPARTNER

Tarifverträge: Mit Tarifverträgen haben die Sozialpartner ein Instrument zur Gestaltung der Arbeitsbedingungen der Branche. Hier können sie neben den Entgeltstrukturen alle Themenbereiche guter Arbeit miteinander vereinbaren, wie z.B. Regelungen zur Gesundheitsförderung, Vereinbarkeit, Ausbildung, Arbeitsorganisation etc.

Information: Die Sozialpartner sollten ihre Kontakte in die Branche nutzen und darauf hinwirken, die Unternehmen der Branche für die Bedeutung guter Arbeitsbedingungen zu sensibilisieren. Die bereits vorhandenen Beratungs- und Unterstützungsangebote in der Branche zu kommunizieren, liegt auch in der Verantwortung der Sozialpartner. Es gibt schon heute eine Vielzahl von Handlungshilfen und Weiterbildungs- bzw. Beratungsangeboten, die von der Branche intensiver genutzt werden könnten, um die Arbeitsbedingungen so attraktiv wie branchenmöglich zu gestalten.





Ausbildung

Das Gastgewerbe klagt bundesweit über große Probleme bei der Nachwuchsgewinnung und sinkende Ausbildungszahlen. Zwischen 2005 und 2013 sind vor allem die Auszubildendenzahlen in den klassischen Gastronomie-Berufen Koch/Köchin und Restaurantfachfrau/-mann stark zurückgegangen (-76,5 bzw. -75,5%). Bei den Fachkräften im Gastgewerbe sanken die Zahlen um über 80%.

Der Ausbildungsberuf zum Koch/ zur Köchin gehört zwar immer noch zu den TOP-20- Berufen mit den höchsten Zahlen an Ausbildungs-Neuabschlüssen. Allerdings sind neben den insgesamt sinkenden Bewerberzahlen die hohen Vertragslösungsquoten bei den Auszubildenden in der Branche ein Problem. Ca. 30% der Auszubildenden im Hotelfach, über 40% im Restaurantfach und über 50% bei den Köchen beenden ihre Ausbildung vorzeitig, wechseln das Ausbildungsverhältnis oder brechen die Ausbildung ab.⁷ Bei Berufseinsteigern ist oftmals die Diskrepanz zwischen persönlicher Vorstellung über den Arbeitsalltag und beruflicher Realität groß. Bei dieser Entwicklung ist zu berücksichtigen, dass im Gastgewerbe die Bereitschaft sehr hoch ist, lernschwächeren Jugendlichen Ausbildungschancen zu bieten. 88% sehen in ihrem Betrieb eine solche Möglichkeit.⁸

In einer 2014 durchgeführten Schülerbefragung durch die IHK Neubrandenburg zum Thema „Fachkräftegewinnung durch duale Berufsausbildung – Was macht aus Sicht der Ausbildungsbewerber einen Ausbildungsbetrieb attraktiv?“ gaben Schülerinnen und Schüler an, dass ein schulbegleitendes Praktikum und die hier erworbenen Einblicke in den betrieblichen und beruflichen Alltag wichtig für die Entscheidung sind, um den Wunschberuf zu finden. Während der Ausbildung sind eine gute Ausbildungsqualität mit verantwortungsvollen Aufgaben sowie Betriebsklima und Kommunikation, Wertschätzung und regelmäßiges Feedback maßgeblich für die Attraktivität des Betriebes.

⁷ BIBB

⁸ Ausbildung 2016, Ergebnisse einer DIHK-Online-Unternehmensbefragung, S. 14.

Was können Politik und Sozialpartner tun?

POLITIK

Ausbildungsqualität: Branchenspezifische Hilfsangebote für Unternehmen und Azubis über die Angebote der Industrie- und Handelskammern und der Bundesagentur für Arbeit hinaus (z.B. ein „HoGa-Kümmerer“) können ein Weg sein, die Ausbildungsqualität in den Unternehmen des Gastgewerbes zu sichern und die betrieblichen Akteure bei Problemen zu unterstützen. Erfahrungen aus dem EU-Projekt MobiPro hinsichtlich des Fachpersonals und seiner Aufgaben sollten dabei mitberücksichtigt werden.

Vertragslösungen: Schulbegleitende Praktika können den Auszubildenden helfen, den richtigen Ausbildungsberuf zu wählen und Enttäuschungen zu vermeiden. Während der Ausbildung kann durch Instrumente wie Praelab ein Frühwarnsystem etabliert werden, das in vielen Fällen helfen kann, vorzeitige Vertragslösungen zu vermeiden. Hier ist die Unterstützung der Politik gefragt.⁹

Flüchtlinge: Neue Potenziale für den Arbeitsmarkt eröffnen sich durch Migrantinnen und Migranten und die aktuelle Flüchtlingszuwanderung, wenngleich hier der Umfang noch nicht abzuschätzen ist. Laut Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung ist das Hotel- und Gastgewerbe einer der wichtigsten Arbeitgeber. Eine Besonderheit der aktuellen Flüchtlingsmigration ist das geringe Durchschnittsalter der neuzugewanderten Ausländer. Über Zugänge zu Schulbildung und zum Ausbildungsmarkt dürfte bei dieser „jungen“ Gruppe ein erhebliches Qualifizierungspotenzial mit hohen Vermittlungschancen in den Arbeitsmarkt bestehen. Hier muss die Politik Rahmenbedingungen schaffen, die eine schnelle und unkomplizierte Integration von Flüchtlingen in Ausbildung und Beschäftigung im Gastgewerbe ermöglichen.

⁹ Praelab war von 2010 bis 2012 Teil des EU-Programms „Leonardo da Vinci“ und wird derzeit an der Hochschule der Bundesagentur als eigenes Forschungs- und Entwicklungsprojekt in Zusammenarbeit mit der Zentrale der Bundesagentur für Arbeit sowie deren Regionaldirektionen und Agenturen durchgeführt.

SOZIALPARTNER

Ausbildungsqualität: Mit Brancheninitiativen zur Sicherung der Ausbildungsqualität (wie beispielsweise dem Siegel „Ausbildung mit Qualität“) können die Sozialpartner Unternehmen für gute Ausbildungsqualität auszeichnen und damit jungen Menschen Orientierungshilfen bei der Wahl ihres Ausbildungsplatzes bieten. Zusätzliche Orientierung bieten die entsprechenden Siegel der Industrie- und Handelskammern des Landes („TOP-Ausbildungsbetrieb“). Mit Initiativen und Kampagnen können sich die Sozialpartner einzeln und gemeinsam für eine Verbesserung der Ausbildungsqualität einsetzen.

Neuordnung der Berufe: Die Sozialpartner sollten sich weiterhin dafür einsetzen, in Kooperation mit dem Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) die Berufsbilder des Gastgewerbes in Richtung einer Aufwertung der Berufe zu überarbeiten.

Ausbildungsverbünde: Für Unternehmen, die eine spezielle Ausrichtung haben und dadurch nicht alle erforderlichen Ausbildungsinhalte abdecken können (z.B. vegetarische Gastronomiebetriebe für die Kochausbildung), empfiehlt es sich, im Verbund mit anderen Unternehmen auszubilden. Hier können die Sozialpartner Unterstützung durch Kontaktvermittlung leisten.

Information: Es gibt schon heute Unterstützungsmöglichkeiten, die Unternehmen des Gastgewerbes nutzen können, z.B. die Instrumente Ausbildungsbegleitende Hilfen und Assistierte Ausbildung. Ausbildungsbegleitende Hilfen bieten Auszubildenden während einer betrieblichen Berufsausbildung Unterstützung zum Abbau von Sprach- und Bildungsdefiziten und zur Förderung der Fachtheorie sowie sozialpädagogische Begleitung. Das Instrument Assistierte Ausbildung soll benachteiligte junge Menschen und deren Ausbildungsbetriebe intensiv und kontinuierlich während der betrieblichen Berufsausbil-



derung unterstützen. Zur Verhinderung von Ausbildungsabbrüchen gibt es das Programm VerA „Verhinderung von Abbrüchen und Stärkung Jugendlicher in der Berufsausbildung durch SES-Ausbildungsbegleiter“ als kostenloses Unterstützungsangebot, das Jugendlichen einen persönlichen Ausbildungsberater an die Seite stellt. Auf europäischer Ebene gibt es ein Austausch- und Vermittlungsprogramm, das die berufliche Mobilität und den Zugang zum deutschen Ausbildungs- und Arbeitsmarkt von Arbeitskräften aus der EU fördert und begleitet „Erasmus+: Leonardo da Vinci“. Bei all diesen Angeboten kommt den Sozialpartnern eine wichtige Rolle als Multiplikatoren in die Branche zu.

Kontaktvermittlung: In Mecklenburg-Vorpommern finden sowohl ein Girl's day als auch ein „Jungstag“ statt. An diesen Tagen sollen Mädchen männertypische und Jungen frauentypische Berufe kennenlernen. Ziel ist eine geschlechterreflektierte Berufsorientierung, die Jungen und Mädchen ermutigt, Berufe jenseits der tradierten Rollenmuster auszuprobieren. Für Betriebe des Hotel- und Gaststättenbereiches bietet sich hier die Chance, Mädchen für den männlich dominierten Kochberuf sowie Jungen als potenzielle Hotel- und Restaurantfach- sowie Hotelkaufleute für die Branche zu gewinnen und frühzeitig persönliche Kontakte zu geeigneten Ausbildungskandidatinnen und -kandidaten herzustellen. Hier können die Sozialpartner als Kontaktvermittler in Erscheinung treten. Dies gilt ebenso für die Vermittlung von Plätzen für Schülerbetriebspraktika und Berufsorientierungsprogrammen.

Flüchtlinge: Die Sozialpartner im Hotel- und Gaststättengewerbe können bei der Integration von Flüchtlingen in die Ausbildung (und den Arbeitsmarkt) noch stärker als bisher aktiv werden und gezielt mit bestehenden Projekten zur Förderung der Arbeitsmarktintegration von Flüchtlingen in Mecklenburg-Vorpommern kooperieren. Wesentliche Chancen liegen in der Mitgestaltung neuer Wege für verbesserte Vermittlungsmöglichkeiten von Flüchtlingen in berufsspezifische Sprachkurse, Praktika, Einstiegsqualifizierungen, Ausbildung und Beschäftigung.





Ganzjährige Beschäftigung ermöglichen durch Ausweitung von Angeboten

Das Hotel- und Gaststättengewerbe kann in Mecklenburg-Vorpommern in den letzten 10 Jahren kontinuierlich auf eine positive Beschäftigungsentwicklung verweisen. Die Zahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist deutlich angewachsen. Gleichzeitig hat aber auch die saisonale Beschäftigung zugenommen. Die Beschäftigungszahlen gehen jedes Jahr nach Ende der Saison ab September/Okttober drastisch zurück. Dann beginnt zum Saisonende eine Zeit von ca. 4 bis 6 Monaten, in der die Unternehmen ihre Mitarbeiterzahlen stark reduzieren und teilweise ganz den Betrieb einstellen. Im Januar und Februar sinkt die Beschäftigung von ca. 40.000 auf 30.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.¹⁰

Diese hohen saisonalen Schwankungen der Beschäftigung sind typisch für die Branche. In den Sommermonaten gibt es rund 30% mehr sozialversicherungspflichtige Beschäftigung im Gastgewerbe, mit dem höchsten Stand im August. Die Saisonalität ist in der Gastronomie ausgeprägter als in der Beherbergung.

Bundesweit ist Mecklenburg-Vorpommern bei der Saisonbeschäftigung das mit Abstand am stärksten betroffene Bundesland. Mehr als ein Viertel der Beschäftigten sind saisonal beschäftigt, im Bundesdurchschnitt sind es nur knapp 10%.

¹⁰ 6-Monatswert - Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Regionaldirektion Nord: Der Arbeitsmarkt in Mecklenburg-Vorpommern. Monatsbericht: Januar 2016.

Saisonale Schwankungen im Gastgewerbe in % (Januar und September 2014)

Größenordnung der Saisonschwankung im Gastgewerbe in % ¹¹	
Mecklenburg-Vorpommern	26,3
Schleswig-Holstein	21,7
Rheinland-Pfalz	13,9
Brandenburg	12,6
Niedersachsen	11,0
Bayern	9,1
Baden-Württemberg	8,8
Deutschland Insgesamt	9,6

Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit Arbeitsmarkt in Zahlen, eigene Berechnungen und Darstellung

Die Beschäftigungsschwankungen sind in den touristischen Hochburgen an der Ostseeküste besonders ausgeprägt.

Diese saisonalen Schwankungen sind in vielerlei Hinsicht problematisch, zumal es im HoGa-Bereich viele geringfügig Beschäftigte mit niedrigen Einkommen gibt. In Mecklenburg-Vorpommern waren im Juni 2016 zusätzlich zu den 36.680 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten der Branche 13.774 Personen und somit ca. ein Viertel aller im Gastgewerbe Beschäftigten geringfügig beschäftigt.¹²

Die ausgeprägte Saisonalität der Nachfrage und damit auch die Saisonalität der Beschäftigung kann durch eine offensive Ausweitung der Angebote verringert werden. Andere Tourismusregionen haben dies erfolgreich bewiesen. Chancen für eine Ausweitung des Angebotes im Gastgewerbe bieten das sich verändernde Reiseverhalten und die Erschließung neuer, zahlungsfähiger Zielgruppen. Reiseanalysen wie die der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (FUR) benennen klare Trends für die nächsten Jahre. Die wichtigste Urlaubsart der Deutschen ist zwar wie in den Vorjahren der Strand- bzw. Badeurlaub, gefolgt vom Entspannungs- und Natururlaub.

¹¹ Anteil der Differenz zwischen Januar (niedrigster Stand) und September (Höchststand) an der Beschäftigung im September.

¹² Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit, Arbeitsmarkt in Zahlen 2016. Branchenübergreifend lag der Anteil der geringfügigen Beschäftigung an der gesamten Beschäftigung in MV zum Stichtag bei 14,9%.

Der langfristige Trend geht aber in Richtung kombinierter Reiseangebote. Der Kunde vermischt immer stärker verschiedene Arten von Urlaubsangeboten, die weder zu eintönig noch zu anstrengend sein sollen. Urlaubsarten, die in dieses Schema passen, werden heute stärker nachgefragt. Ein klares Wachstumssegment ist auch der Familienurlaub, dem eine steigende Nachfrage innerhalb des nächsten Jahrzehnts vorausgesagt wird. Aktiv- und Kultururlaube sowie Gesundheitsurlaube werden sich wohl auf einem stabilen Niveau halten.

In den kommenden Jahren ist auch in Mecklenburg-Vorpommern eine spürbare Veränderung der Kundenstruktur zu erwarten. Die demografischen Entwicklungen hin zu einer deutlich älteren Gesellschaft werden sich auch auf den Tourismusbereich und das Reiseverhalten auswirken. Dabei wird prognostiziert, dass sich das Reiseverhalten der Deutschen vor allem durch große Verlässlichkeit und Konstanz auszeichnen wird - ältere Personen reisen häufiger an denselben Ort.

Neue Zielgruppen sind darüber hinaus vor allem auch Besucher aus dem Ausland und Seminar- und Wellness-Besucher, die nicht nur in der Saison kommen, sondern vor allem auch in den Randzeiten der Vor- und Nachsaison.

Daraus folgt: Der Markt und das Nachfrageverhalten der Kunden bieten Chancen für Angebote zur Saisonverlängerung. Maßnahmen zur Ausweitung der Angebote können in zwei Richtungen zielen: einerseits die Erschließung neuer Kundengruppen und andererseits die zeitliche Ausweitung der Saison. Mecklenburg-Vorpommern hat nach allgemeiner Auffassung noch erheblichen Spielraum für weitere Zuwächse im Tourismus und Gastgewerbe. Einen Hinweis auf solche Wachstumspotenziale gibt die heute noch vergleichsweise geringe Anzahl der ausländischen Gäste. Die Quote der Auslandsgäste ist zwar seit 2005 langsam von 2,6% auf 3,5% im Jahr 2014 angestiegen, im Durchschnitt aller Bundesländer liegt der Anteil der ausländischen Gäste allerdings bei 17,8%. Bayern etwa hat 19,4%, Baden-Würt-



temberg sogar 21% ausländische Gäste. Auch das benachbarte Schleswig-Holstein hat mit 7,1% einen mehr als doppelt so hohen Anteil an ausländischen Gästen wie Mecklenburg-Vorpommern.

Auch bei der ganzjährigen Auslastung der Schlafgelegenheiten lag Mecklenburg-Vorpommern im Jahr 2013 mit 30,8% nur im unteren Drittel im Bundesländervergleich. Dies verweist auf die hohe Saisonabhängigkeit des Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern, zeigt aber auch das Potenzial für weitere Angebote in der Nebensaison. Hier liegt ein Ansatzpunkt für Unternehmen und Politik.

Was können Politik und Sozialpartner tun?

POLITIK

Ganzjährige Arbeitsverträge: Der Staat kann Arbeit statt Arbeitslosigkeit fördern, indem er Zuschüsse zu ganzjährigen Arbeitsverträgen für Saisonarbeitskräfte gibt. Aus dieser Überlegung ist im Rahmen des Projektes „Guter Gastgeber – Guter Arbeitgeber“ ein Konzept zur Stärkung der ganzjährigen Beschäftigung durch einen Beschäftigungszuschuss entstanden. Die Grundidee: Arbeitgeber erhalten für den Zeitraum der Saisonlücke eine anteilige Förderung der Lohnkosten, wenn sie vormals saisonal Beschäftigte ganzjährig einstellen.

Dadurch erhalten die Betriebe die Möglichkeit, neue saisonverlängernde Maßnahmen und Angebote auszuprobieren und auszuweiten. Da sie ihre Beschäftigten ganzjährig zur Verfügung haben, können sie in der Nebensaison Aufträge annehmen, für die sie vorher mangels Personal in diesen Zeiten keine Kapazitäten hatten.

Regionsmarke: Eine Erweiterung der touristischen Angebote durch die Landwirtschaft und das Lebensmittelverarbeitende Gewerbe unter dem



Zusammenschluss einer regionalen „Dachmarke“ birgt Potenzial zur Saisonweiterung. Voraussetzung hierfür ist die Authentizität der Regionalität, eine gelungene Verknüpfung der regionalen Produzenten, ihrer Produkte und der regionalen Kultur. Der Tourismus könnte von einem Wiedererkennungswert der Marke „Urlaub in Mecklenburg-Vorpommern“ profitieren. Ein international bekanntes Beispiel ist die Region „Schwarzwald“. In einem funktionierenden Mehrebenen-Tourismuskonzept wurden dort erfolgreich Urlaubsaktivitäten mit kulinarischen Spezialitäten, Kultur, Landschaft sowie der dortigen Geschichte unter einer Dachmarke zusammengefügt. Mecklenburg-Vorpommern könnte eine solche Regionsmarke entwickeln, von der nicht nur das Hotel- und Gaststättengewerbe, sondern der gesamte Tourismusbereich profitieren könnte. Hier könnte das Land Impulsgeber und Förderer sein.

SOZIALPARTNER

Jahresarbeitszeitkonten: Die Sozialpartner haben bereits heute Jahresarbeitszeitkonten vereinbart, die eine ganzjährige Beschäftigung durch den Aufbau von Überstunden in der Hochsaison und den Abbau von Überstunden in Saisonnebenzeiten ermöglichen. Sie sind für die Förderung ganzjähriger Arbeitsverträge unverzichtbare Partner der Politik.

Regionsmarke: Bei der Etablierung einer Regionsmarke in Mecklenburg-Vorpommern spielen die Sozialpartner eine zentrale Rolle hinsichtlich der Kommunikation und Bewerbung in der Branche. Eine solche Initiative kann nur als konzertierte Aktion von Politik und Verbänden gelingen.



5

Zusammenfassung

Der Tourismus und das Hotel- und Gaststättengewerbe haben in Mecklenburg-Vorpommern weiterhin große Wachstumspotenziale. Diese werden aber nur nutzbar, wenn es gelingt, genügend Fachkräfte anzuwerben und zu binden. Hierzu müssen Initiativen in mehreren Bereichen ergriffen werden:

- ❖ Es gilt, mehr Ausbildungsplätze zu besetzen und insgesamt die Ausbildung in der Branche zu verbessern und zu stärken.
- ❖ Voraussetzung dafür ist, die Attraktivität der Branche als Arbeitgeber zu verbessern.
- ❖ Ein Ansatz dazu kann das Angebot ganzjähriger Beschäftigungsverhältnisse für mehr Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sein. Wirtschaftlich ist dies gebunden an eine erfolgreiche Erhöhung der Angebote in der Nebensaison.
- ❖ Zur Unterstützung kann ein Förderprogramm für ganzjährige Beschäftigung Impulse setzen.¹³
- ❖ Mecklenburg-Vorpommern muss seine regionalen Besonderheiten in einer konzertierten Aktion von Politik und Verbänden herausstellen und nutzen.
- ❖ Wenn man Initiativen für ganzjährige Beschäftigung in ein Konzept zum weiteren Ausbau des Tourismus und des Gastgewerbes in Mecklenburg-Vorpommern integriert, kann es gelingen, neue Wachstumspotenziale zu erschließen und dafür das erforderliche Personal zu gewinnen.

¹³ Ein vom Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Gesundheit gefördertes Pilotprojekt zur Förderung der ganzjährigen Beschäftigung in Mecklenburg-Vorpommern wird von der Fachhochschule des Mittelstands evaluiert. Die Ergebnisse werden auf einer Veranstaltung am 30. Mai 2017 in Rostock präsentiert.

www.guter-gastgeber-guter-arbeitgeber.de

