

Regionales Arbeitsmarktmonitoring

in den Landkreisen Emsland – Grafschaft Bentheim –
Landkreis Osnabrück sowie Stadt Osnabrück

Tourismuskirtschaft



Herausgeber:

Landkreis Osnabrück
Der Landrat
Am Schölerberg 1
49082 Osnabrück

Industrie- und Handelskammer
Osnabrück - Emsland - Grafschaft Bentheim
Neuer Graben 38
49074 Osnabrück

Ansprechpartner:

Landkreis Osnabrück
Geschäftsbereich Wirtschaft & Arbeit
Annette Menzel
Arbeitsmarktmonitoring
E-Mail: arbeitsmarktmonitoring@lkos.de
www.landkreis-osnabrueck.de
Tel.: 0541 501-4205
Fax: 0541 501-64205

Bearbeitung:

Elke Bruckner
GEBIT Münster GmbH & Co. KG
Corrensstr. 80
48149 Münster
E-Mail: Elke.Bruckner@gebit-ms.de
www.gebit-ms.de
Tel.: 0251 20 888 260

Veröffentlichung: Mai 2016

Regionales Arbeitsmarktmonitoring Tourismuswirtschaft

1.	Regionales Arbeitsmarktmonitoring	5
2.	Charakterisierung der beteiligten Regionen	6
2.1	Grafschaft Bentheim	7
2.2	Emsland	7
2.3	Stadt Osnabrück	8
2.4	Landkreis Osnabrück	8
3.	Befragungen im Rahmen des Arbeitsmarktmonitorings in der Tourismuswirtschaft	9
3.1	Befragung von Unternehmen	9
3.2	Befragung von Auszubildenden	19
3.3	Befragung von Institutionen	24
4.	Tourismuswirtschaft aus der Sicht der verschiedenen Akteure	25
4.1	Fachkräftemangel	25
4.2	Rekrutierungswege der Unternehmen und Informationsquellen der Auszubildenden über freie Stellen und Berufe	35
4.3	Vorstellungen der Auszubildenden über das (zukünftige) Berufsleben	42
4.4	Attraktivität der Region	47
4.5	Alterung der Belegschaft	50
4.6	Anforderungsprofile	51
4.7	Betriebliches Gesundheitsmanagement	52
4.8	Qualifizierung	53
4.9	Zukünftige Entwicklung und Herausforderungen	57
5.	Zusammenfassung und Identifikation von Handlungsfeldern	61
	Tabellen- und Abbildungsverzeichnis	68
	Tabellen	68
	Abbildungen	68
	Anhang: Fragebogen	70
	Fragebogen Unternehmen	70
	Fragebogen Auszubildende	82
	Fragebogen Institutionen	86

1. Regionales Arbeitsmarktmonitoring

Der Landkreis Osnabrück bündelt in seinem Geschäftsbereich „Wirtschaft & Arbeit“ alle Aktivitäten der Wirtschaftsförderung und der aktiven Beschäftigungspolitik. Ein zentrales Steuerungsinstrument des Geschäftsbereiches ist das regionale Arbeitsmarktmonitoring.

Seit 2011 werden hier mithilfe dieses Monitorings regelmäßig Informationen zum Fachkräftebedarf erhoben und den Akteuren am Arbeitsmarkt zur Verfügung gestellt.

Die Zukunft des Arbeitsmarktes

Die erhobenen Daten bilden den regionalen Arbeitsmarkt branchenbezogen ab. Neben den statistischen Werten sind auch die Einschätzungen und Erwartungen der Befragten von Interesse.

Betrachtung der Tourismuswirtschaft in den Landkreisen Emsland, Grafschaft Bentheim, Osnabrück sowie der Stadt Osnabrück

Erstmals wurde das Instrument gemeinsam mit der Industrie- und Handelskammer Osnabrück - Emsland - Grafschaft Bentheim, dem Deutschen Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA) Bezirksverband Osnabrück sowie den Wirtschaftsförderungen und Tourismusverbänden aus den Landkreisen Emsland, Grafschaft Bentheim, Osnabrück und der Stadt Osnabrück eingesetzt.

Die Fragestellungen

- Welche Fachkräftebedarfe gibt es in der Region?
- Wie steht es um die Fachkräftesicherung in einzelnen Branchen und Berufen?
- Welche Maßnahmen werden eingesetzt oder sind hilfreich, um dem Fachkräftemangel zu begegnen?
- Wie ist die Situation kleiner und mittlerer Betriebe im Gegensatz zu größeren Unternehmen?

Um Potenziale und Handlungsfelder in den jeweiligen Branchen zu erfassen, werden Fragen zu folgenden Kriterien gestellt:

- Einschätzung des Fachkräftemangels
- Attraktivität der Region
- Alter der Belegschaft
- Anforderungsprofile
- Qualifizierung
- Betriebliches Gesundheitsmanagement
- Herausforderungen für die Zukunft

Da neben Unternehmensvertretern, Institutionen und Bildungsträgern auch junge Menschen in Ausbildung befragt werden, können die verschiedenen Sichtweisen miteinander abgeglichen werden, um ein umfassendes Bild über die Situation in einer Branche zu erhalten.

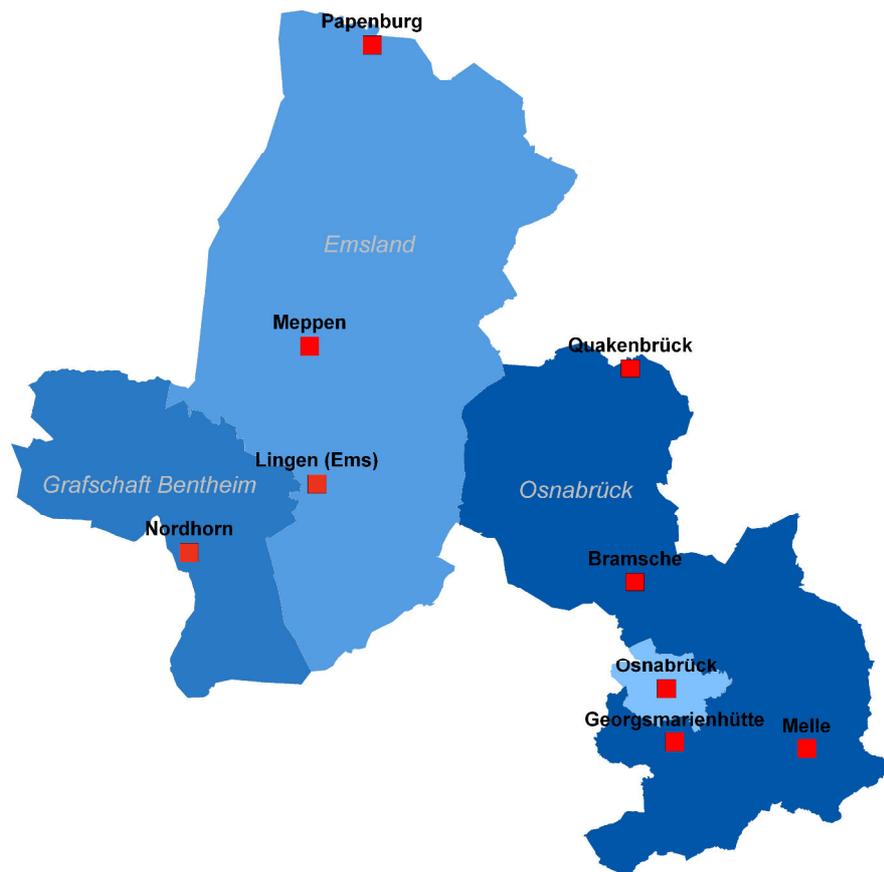
Die Auswertung der Befragungen erfolgte durch die GEBIT – *Gesellschaft für Beratung sozialer Innovation und Informationstechnologie* mbH – in Münster.

2. Charakterisierung der beteiligten Regionen

Die in diesem Bericht betrachteten Teilregionen werden nachfolgend beschrieben.

Bei der Auswertung der Befragungsergebnisse erfolgt eine Aussage je Teilregion nur, wenn sich signifikante Unterschiede im Ergebnis ergeben.

Die Karte zeigt zunächst die vier Regionen, in denen die Befragungen der Tourismuswirtschaft stattgefunden haben.¹



Tourismus ist in der Region und vielen Gemeinden ein wichtiger Teil der Wirtschaftsstruktur, Wachstumstreiber, Umsatzbringer und bedeutsamer Arbeitgeber. Er ist ein Milliardengeschäft und trägt erheblich zur Wirtschaftskraft der Region bei. Laut Ergebnis vorliegender Untersuchungen werden rund 1,5 Milliarden Euro Bruttoumsatz im Tourismus errechnet. Dadurch leistet der Tourismus in der Region einen Beitrag zum Steueraufkommen von mehr als 32 Millionen Euro. Die mehr als 50 Millionen Aufenthaltstage in der Region erbringen eine Wertschöpfung von über 700 Millionen Euro. Der Anteil des Tourismus am regionalen Volkseinkommen beträgt gut 4,0 Prozent. Umgerechnet bedeutet dies: Fast 40.000 Personen in der Region können ihren Lebensunterhalt durch den Tourismus bestreiten. Zwei Drittel des regionalen Umsatzes im Tourismus werden durch Tagesreisen in der Region generiert. Die Umsätze durch Übernachtungen betragen über 480 Millionen Euro.

¹ Kartendarstellung: Industrie- und Handelskammer Osnabrück - Emsland - Grafschaft Bentheim

2.1 Grafschaft Bentheim

Die Grafschaft Bentheim hat sich von der einstigen Textilarbeiter-Region zu einem der erfolgreichsten ländlichen Räume in Norddeutschland entwickelt. Viele neue Impulse sind in den vergangenen Jahren gesetzt worden. Die Grafschaft Bentheim liegt direkt an der niederländischen Grenze und ragt als eine Bucht in das Nachbarland hinein. Diese Grenznähe beinhaltet zahlreiche Vorteile. Viele Niederländer und Grafschafter "shoppen" und "fietsen" grenzüberschreitend. Die reizvolle Landschaft lädt zu Erkundungen ein, dabei bieten die unterschiedlichsten Veranstaltungen und Freizeitangebote für jeden etwas.

Der Landkreis Grafschaft Bentheim bietet darüber hinaus ideale finanzielle Rahmenbedingungen. Die Anschaffungskosten für Gewerbeflächen sind günstig. Das Lohn- und Gehaltsniveau, die Strom-, Gas- und Wassertarife sowie die Gewerbesteuer-Hebesätze sind ebenfalls niedrig. Die Grundstückspreise für den privaten Haus- und Wohnungsbau, die Baukosten sowie die Mieten für Wohnraum für die mehr als 130.000 Einwohner liegen in der Grafschaft Bentheim erheblich unter dem Bundesdurchschnitt. Ende Juni 2015 gingen insgesamt 45.523 Menschen einer sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung nach.²

Unternehmer, Wirtschaftsvereinigung, Kreishandwerkerschaft, Wirtschaftsförderer, Verwaltung und Politik arbeiten eng zusammen, damit die Grafschaft Bentheim auch zukünftig ein starker und erfolgreicher Wirtschaftsstandort ist, der Zeichen setzt und Raum für innovative Ideen bietet. Neben besten Entwicklungsperspektiven für Unternehmen ist das sehr gute Wirtschaftsklima ein Argument, das für die Grafschaft Bentheim spricht.

2.2 Emsland

Das Erwerbsleben des Emslandes repräsentiert heute moderne Industrie- und Gewerbebetriebe. Es hat sich ein vielfältiger Branchenmix aus Industrie und Dienstleistung, Handwerk, Handel und Tourismus entwickelt. Wichtige Arbeitgeber sind die Betriebe des Maschinen-Motoren- und Fahrzeugbaus, der Papiererzeugung, des Schiffbaus, der Ernährungswirtschaft und des Baugewerbes. Neben diesen Branchen nimmt der Tourismus einen immer größeren Stellenwert ein. Mit diesem Branchenmix gehört das Emsland zu den Zukunftsregionen in Norddeutschland. Das zeigt sich auch an der stetig wachsenden Bevölkerung. Aktuell beträgt die Einwohnerzahl mehr als 315.000 und ist im Zeitraum von 1990-2014 um fast 20% gestiegen. Zum Stichtag am 30.06.2015 gab es im Landkreis Emsland 124.869 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte.³

Mit den überaus günstigen Standortfaktoren bietet das Emsland auch über die Mittelzentren Lingen (Ems), Meppen und Papenburg hinaus optimale Ansiedlungs- bzw. Erweiterungsbedingungen für Unternehmen. Hauptverkehrsweg ist seit alters her die sogenannte Emsachse, die den Landkreis von Nord nach Süd erschließt. Parallel verläuft westlich die 2004 fertiggestellte BAB 31 und östlich der Ems die B 70. Nach Westen zu den Niederlanden hat es lange keine günstige Verkehrsverbindung gegeben. Heute gibt es eine West-Ost-Achse von der deutsch-niederländischen Grenze bei Twist-Hebelermeer zur BAB 1 bei Cloppenburg durch die B 402, 213 und 72, die als E 233 heute die kürzeste Verbindung zwischen dem Raum Amsterdam und dem Raum Hamburg für den Autoverkehr darstellt.

² Bundesagentur für Arbeit. Arbeitsmarkt in Zahlen, Beschäftigungsstatistik. Beschäftigung am Arbeitsort Grafschaft Bentheim (2015)

³ Bundesagentur für Arbeit. Arbeitsmarkt in Zahlen, Beschäftigungsstatistik. Beschäftigung am Arbeitsort Emsland (2015)

2.3 Stadt Osnabrück

Im Schnittpunkt der Achsen Ruhrgebiet - Hamburg und Berlin - Amsterdam ist Osnabrück ein wichtiger Unternehmensstandort im Nordwesten Deutschlands. Mit mehr als 160.000 Einwohnern in der Kernstadt bzw. 274.000 Einwohnern im unmittelbaren Verdichtungsraum verbindet Osnabrück ein überschaubares Umfeld mit einer hervorragenden Hochschul- und Forschungsinfrastruktur. Als Hochschulstandort ist Osnabrück Keimstätte innovativer Ideen. An der Universität und der Hochschule sind etwa 22.000 Studierende immatrikuliert. Exzellente Verkehrsanbindungen, auch über den International Airport Münster/Osnabrück (FMO), garantieren überregionale Mobilität. Am 30.06.2015 gingen in der Stadt Osnabrück 89.821 Menschen einer sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung nach.⁴

Der Wirtschaftsraum Osnabrück umfasst eine Region mit ca. 800.000 Einwohnern. Die gesamte Region weist ein im Vergleich hohes Beschäftigungs- und Bevölkerungswachstum auf. Die positive Wirtschaftsentwicklung der Region basiert ganz wesentlich auf der prosperierenden Entwicklung von zahlreichen mittelständischen Unternehmen aus der Region selbst, die vielfach in ihren Bereichen zu den Weltmarktführern gehören.

2.4 Landkreis Osnabrück

Der Landkreis Osnabrück besteht aus 34 einzelnen Städten und Gemeinden von denen einige zu vier Samtgemeinden zusammengefasst sind. Innerhalb dieses Gebietes liegt die kreisfreie Stadt Osnabrück. Über eine halbe Million Menschen nennen diese Region ihr zu Hause und über 110.000 Menschen gehen hier einer sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung nach. Verkehrstechnisch liegt die Region sehr günstig mit direkter Anbindung an die A1, die A30 und A33, dem Kreuzbahnhof Osnabrück, den zahlreichen Häfen und Wasserstraßen des Umlands sowie dem Flughafen Münster/Osnabrück. Der Verdichtungsraum Osnabrück liegt strategisch günstig an den Achsen Ruhrgebiet-Hamburg und Amsterdam-Berlin. Wichtige Absatzmärkte in den Niederlanden und den Ballungszentren des Ruhrgebietes befinden sich in Reichweite. Gleichzeitig ist jedoch fast die Hälfte des Landkreises in einem Naturpark gelegen und die Region durchzogen von Wäldern, Gebirgen, Wiesen und Gewässern. Mit dem 2014 eröffneten ICO, dem Innovationszentrum Osnabrück fördern Stadt und Landkreis Osnabrück innovative und technologieorientierte Gründer und Start-Ups. Hier können Netzwerke geknüpft und die Potenziale von Hochschule und Universität für die eigene Unternehmensentwicklung ausgeschöpft werden.

⁴ Bundesagentur für Arbeit. Arbeitsmarkt in Zahlen, Beschäftigungsstatistik. Beschäftigung am Arbeitsort Osnabrück, Stadt (2015)

3. Befragungen im Rahmen des Arbeitsmarktmonitorings in der Tourismuswirtschaft

Im Folgenden werden zunächst die drei befragten Gruppen – Unternehmen, Auszubildende und Institutionen – genauer beschrieben.

3.1 Befragung von Unternehmen

Alle Unternehmen der Tourismuswirtschaft in den Landkreisen Osnabrück, Emsland und Grafschaft Bentheim sowie der Stadt Osnabrück im Verteiler der Industrie- und Handelskammer wurden um Beteiligung an der Befragung gebeten. Insgesamt wurden 2.997 Unternehmen in den verschiedenen Bereichen der Tourismuswirtschaft angeschrieben. Die Beantwortung der Fragen konnte sowohl schriftlich als auch online erfolgen. Die Unternehmen erhielten jeweils den Fragebogen und einen Rückumschlag sowie einen Link zur Onlinebefragung.

Insgesamt beteiligten sich 307 Unternehmen an der Befragung. Dies entspricht einer Rücklaufquote von 10,2%. Nicht alle Unternehmen haben alle Fragen des Fragebogens beantwortet. Beispielsweise haben lediglich 251 Unternehmen Angaben zum Standort des Unternehmens gemacht und 244 Angaben zur Art des Unternehmens.

Über die Verteilung in den drei Landkreisen und der Stadt Osnabrück gibt die folgende Abbildung 1 Auskunft. Mit jeweils über 80 beteiligten Unternehmen der Tourismuswirtschaft sind demnach der Landkreis Osnabrück und der Landkreis Emsland am stärksten repräsentiert. Unternehmen aus diesen beiden Landkreisen machen etwa zwei Drittel der Befragten aus. Aus dem Landkreis Grafschaft Bentheim und der Stadt Osnabrück haben sich 49 bzw. 40 Unternehmen an der Befragung beteiligt.

Abbildung 1: Befragte Unternehmen nach Region

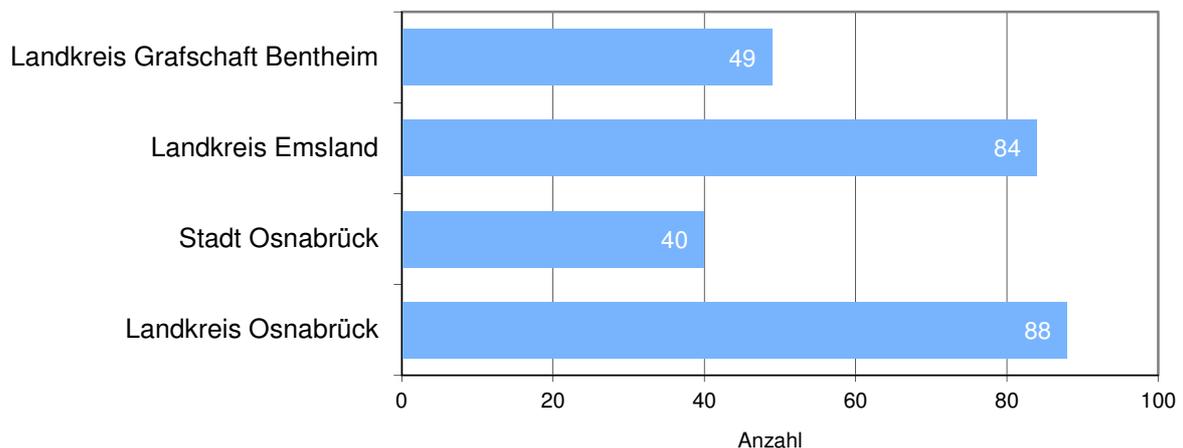
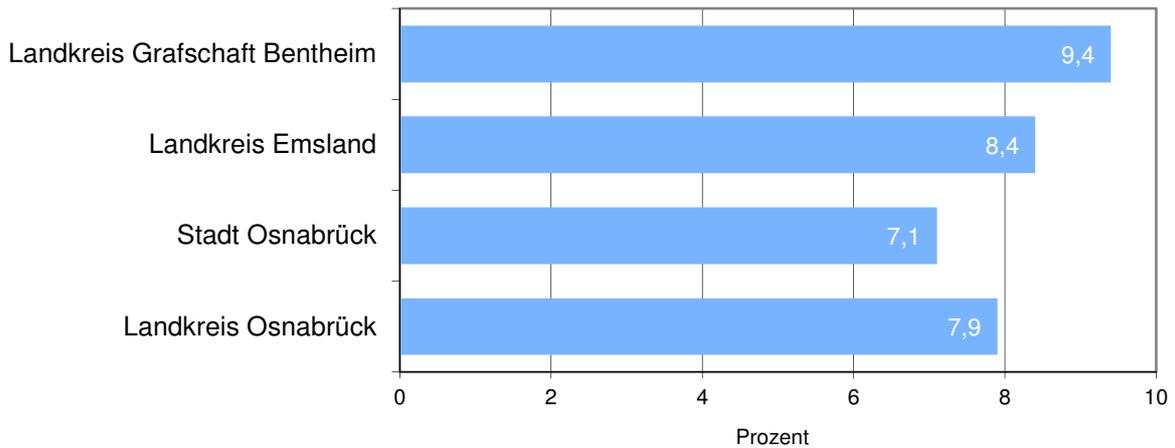


Abbildung 2 zeigt die Rücklaufquoten in den vier Regionen.⁵ Der höchste Rücklauf ist demnach in der Grafschaft Bentheim zu verzeichnen. Hier haben sich 9,4% der Unternehmen, die angeschrieben wurden, an der Befragung beteiligt. In der Stadt Osnabrück liegt der Rücklauf lediglich bei 7,1%.

⁵ Da nicht alle Befragten Angaben zu ihrem Standort gemacht haben, liegen die Rücklaufquoten in den einzelnen Regionen unter der Gesamtrücklaufquote von 10,2%.

Abbildung 2: Rücklaufquoten in den Regionen

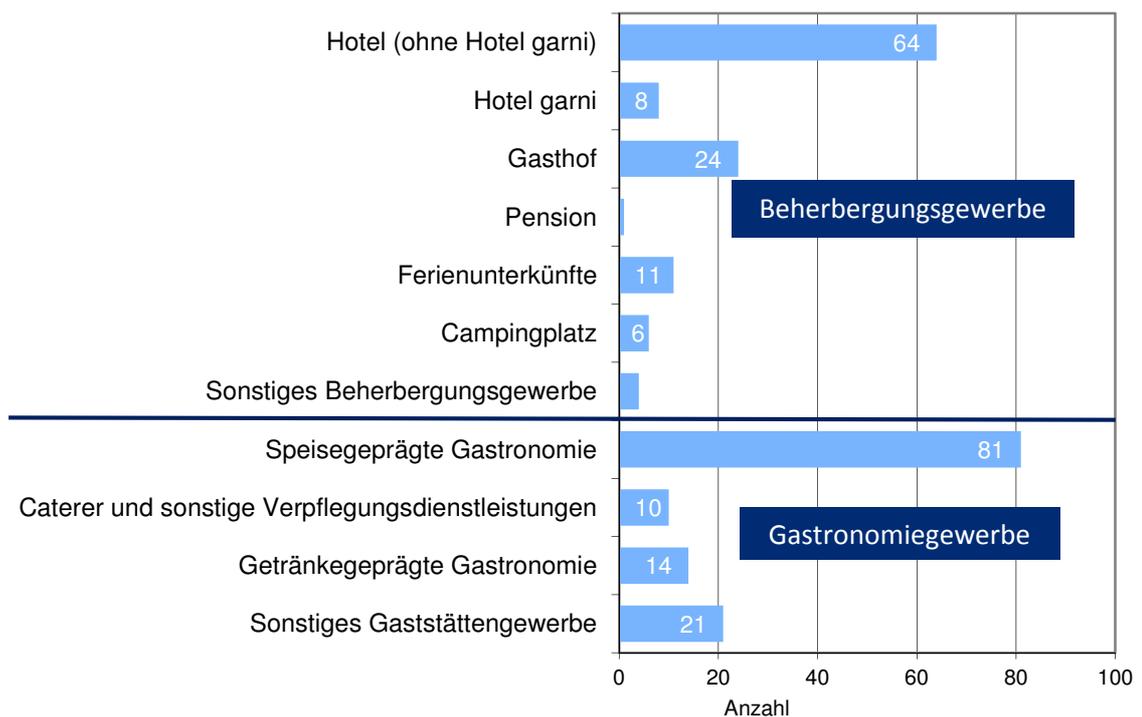


Die folgende Abbildung 3 zeigt, wie hoch die Zahl der Unternehmen in den einzelnen Bereichen der Tourismuswirtschaft ist, die sich an der Befragung beteiligt haben. Hierbei wurden die einzelnen Kategorien von Unternehmen zu den beiden Bereichen des Beherbergungs- und des Gastronomiegewerbes zusammengefasst. Beide Gruppen sind annähernd gleich häufig vertreten. 118 Unternehmen gehören zum Bereich des Beherbergungsgewerbes und 126 zum Bereich der Gastronomie.

Unter den Beherbergungsbetrieben stellen Hotels die größte Gruppe dar. Mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen in diesem Bereich sind Hotels. Ein Fünftel der Beherbergungsunternehmen sind Gasthöfe. Alle übrigen Arten von Unternehmen in diesem Bereich sind nur gering vertreten.

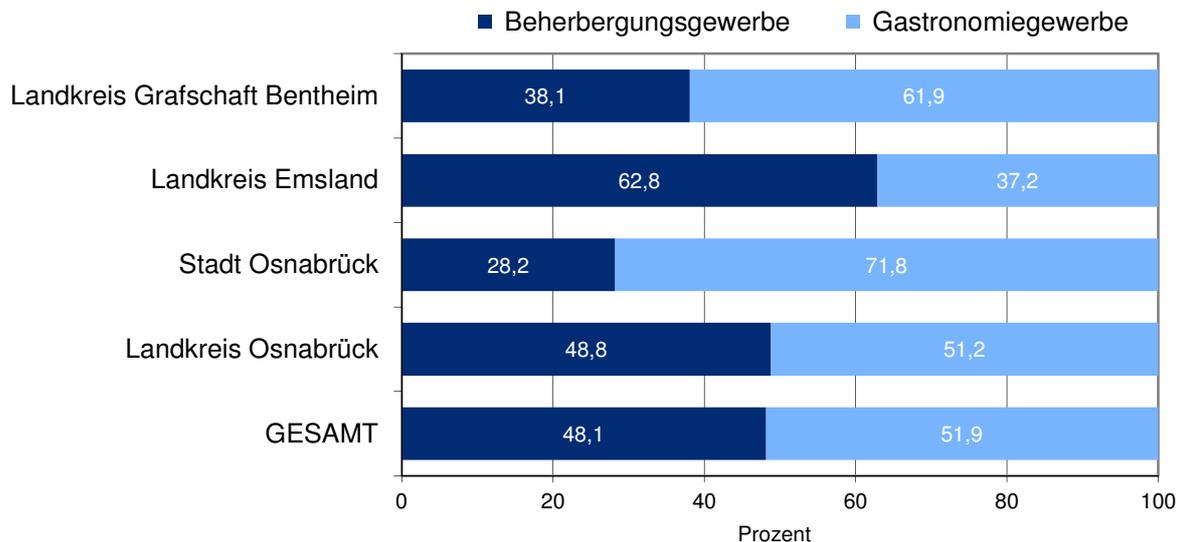
Im Gastronomiegewerbe dominiert die speisegeprägte Gastronomie. Mit insgesamt 81 befragten Unternehmen stellt sie insgesamt die größte Gruppe dar. Speisgeprägte Gastronomiebetriebe stellen ein Drittel aller befragten Unternehmen und knapp zwei Drittel der befragten Unternehmen im Gastronomiebereich dar.

Abbildung 3: Art der Unternehmen



Die in Abbildung 4 dargestellten Anteilswerte von Unternehmen im Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe zeigen, dass die beiden Gruppen in den einzelnen Regionen unterschiedlich stark vertreten sind. Machen sie insgesamt etwa jeweils die Hälfte der erreichten Unternehmen aus, sind in der Stadt Osnabrück und im Landkreis Grafschaft Bentheim die Gastronomiebetriebe überrepräsentiert. Im Landkreis Emsland dominieren dagegen die Beherbergungsbetriebe.

Abbildung 4: Art der befragten Unternehmen in den Landkreisen



Auch im Verteiler der angeschriebenen Unternehmen kann zwischen Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben unterschieden werden. Wie die folgende Tabelle 1 zeigt, gehören insgesamt 85,4% der angeschriebenen Unternehmen in der Tourismuswirtschaft zum Gastronomiebereich und 14,6% zum Beherbergungsgewerbe. Wie bereits gezeigt, sind in der Stichprobe beide Bereiche jedoch fast zu gleichen Teilen vertreten.

Im Landkreis Grafschaft Bentheim ist der Anteil der angeschriebenen Unternehmen des Beherbergungsgewerbes am höchsten. Sie machen 18,4% aus. 81,6% gehören zum Gastronomiegewerbe. In der Stadt Osnabrück liegt der Anteil der angeschriebenen Unternehmen im Beherbergungsbereich bei lediglich 7,5%. Bei 92,5% der angeschriebenen Unternehmen handelt es sich um Gastronomiebetriebe.

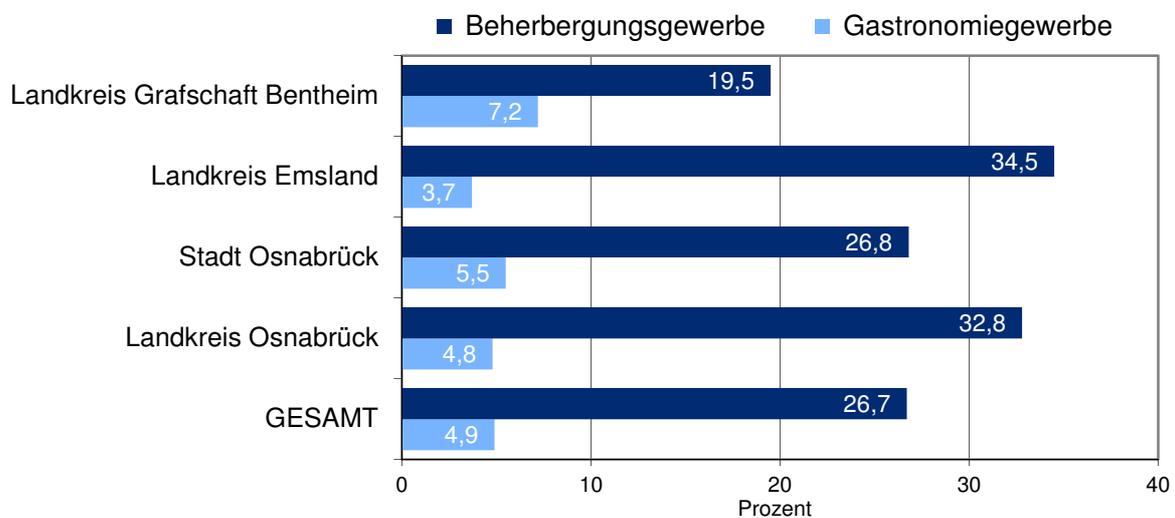
Tabelle 1: Angeschriebene Unternehmen im Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe in den Regionen

Angeschriebene Unternehmen	Landkreis Osnabrück	Stadt Osnabrück	Landkreis Emsland	Landkreis Grafschaft Bentheim	Gesamt
	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl
Beherbergungsgewerbe	125	41	142	82	438
Gastronomiegewerbe	896	509	791	363	2.559
Gesamt	1.021	550	933	445	2.997
	Prozent	Prozent	Prozent	Prozent	Prozent
Beherbergungsgewerbe	12,2	7,5	15,2	18,4	14,6
Gastronomiegewerbe	87,8	92,5	84,8	81,6	85,4
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Berechnet man die Rücklaufquoten für die beiden Bereiche getrennt, ergibt sich für den Bereich des Beherbergungsgewerbes eine Quote von 26,7% und für den Bereich des Gastronomiegewerbes lediglich eine Rücklaufquote von 4,9% (Abbildung 5).

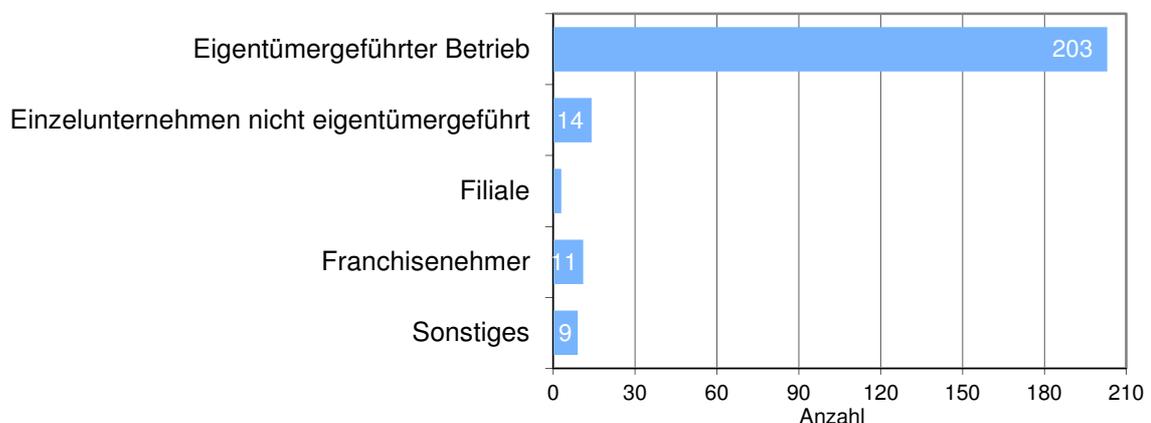
Innerhalb der einzelnen Regionen zeigen sich noch einmal unterschiedliche Rücklaufquoten in den beiden Bereichen. Die höchste Rücklaufquote im Beherbergungsbereich findet sich im Landkreis Emsland, wo sich mehr als ein Drittel der Unternehmen aus diesem Bereich an der Befragung beteiligt haben. Der Rücklauf im Gastronomiebereich ist in diesem Landkreis mit 3,7% dagegen am niedrigsten. Ein umgekehrtes Bild zeigt sich im Landkreis Grafschaft Bentheim. Hier hat sich nur knapp ein Fünftel der angeschriebenen Unternehmen im Beherbergungsgewerbe an der Befragung beteiligt, aber 7,2% der angeschriebenen Unternehmen aus dem Gastronomiebereich.

Abbildung 5: Rücklaufquoten in den Regionen und Art des Unternehmens



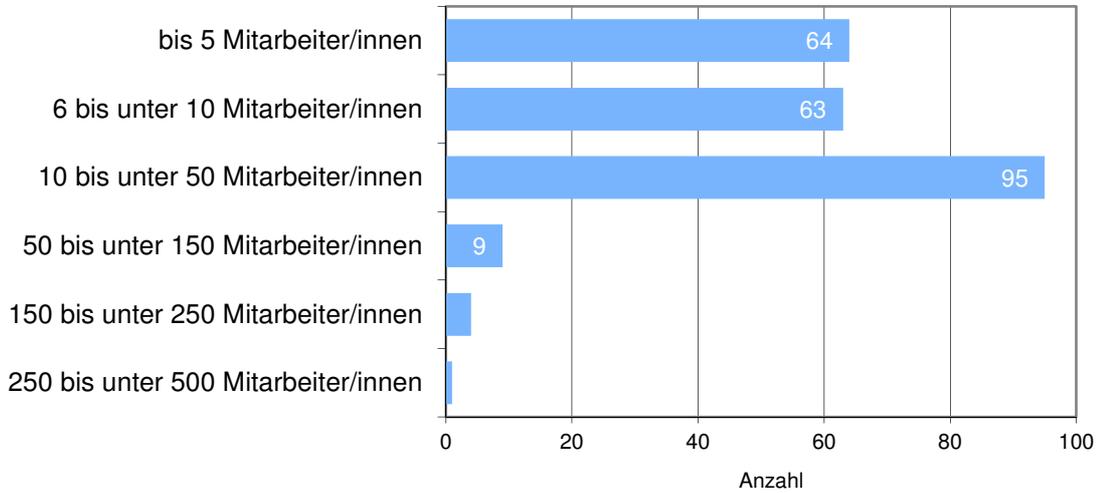
Bei 203 der befragten Unternehmen – das sind 83% – handelt es sich um eigentümergeführte Betriebe. Alle anderen Unternehmenskonstellationen machen entsprechend einen geringen Anteil aus (Abbildung 6). Diese Verteilung gilt sowohl für Unternehmen im Beherbergungs- sowie im Gastronomiebereich. So sind 103 Betriebe im Gastronomiebereich und 100 Unternehmen aus dem Bereich des Beherbergungsgewerbes eigentümergeführt. Auch in den vier Regionen ergeben sich keine Differenzen.

Abbildung 6: Unternehmenskonstellationen



Wie Abbildung 7 zeigt, beschäftigt mehr als die Hälfte der Unternehmen, die sich an der Befragung beteiligt haben, weniger als 10 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Weitere 40% haben 10 bis unter 50 Beschäftigte. Unternehmen mit mehr Personal sind kaum vertreten.

Abbildung 7: Anzahl Mitarbeiter/innen



Unternehmen im Beherbergungsgewerbe haben dabei im Durchschnitt mehr Beschäftigte als Unternehmen im Gastronomiebereich. Abbildung 8 verdeutlicht diese Aussage. 46% der Unternehmen im Beherbergungsgewerbe beschäftigen mindestens 10 und weniger als 50 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Hotels nehmen innerhalb des Beherbergungsgewerbes noch einmal eine Sonderstellung ein. 62% der Hotels haben 10 bis unter 50 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Im Gastronomiebereich machen Unternehmen dieser Größenordnung lediglich 36% aus.

Abbildung 8: Anzahl der Mitarbeiter/innen im Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe

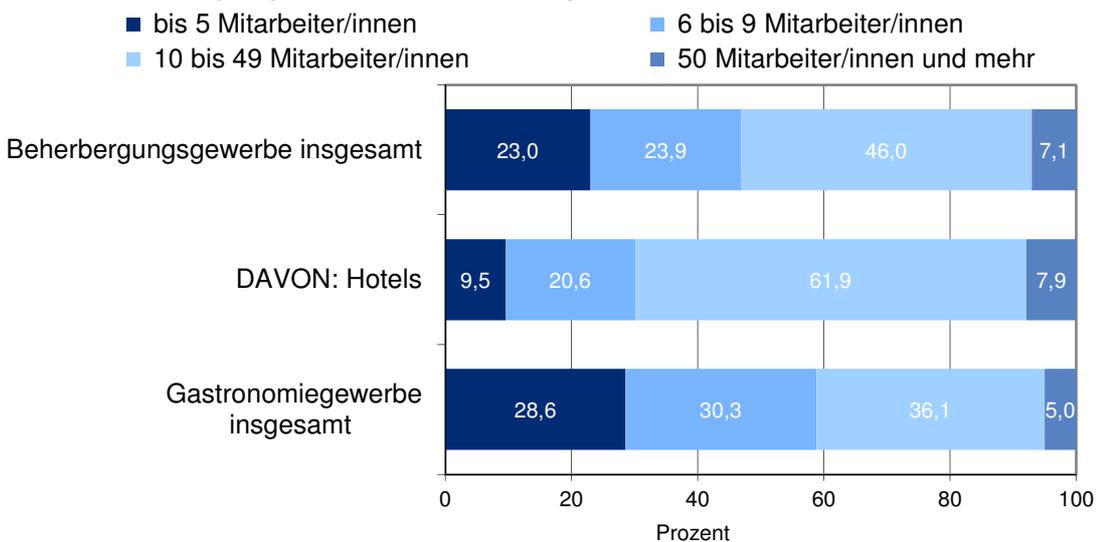
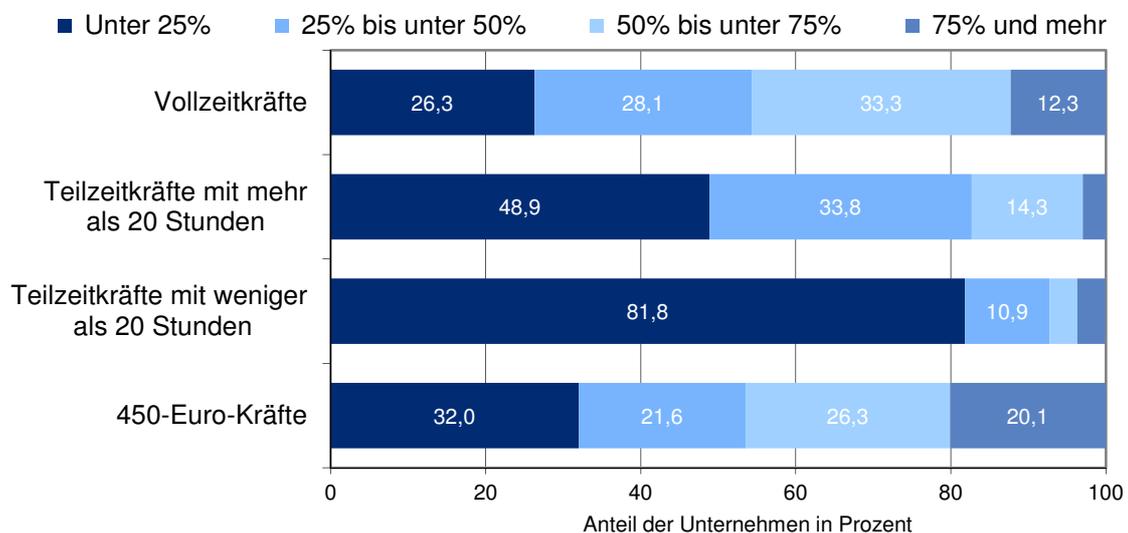


Abbildung 9 zeigt die Zusammensetzung der Belegschaften in den befragten Unternehmen nach Beschäftigungsumfang. Vollzeitkräfte machen demnach nur in jedem achten Unternehmen mehr als 75% der Belegschaft aus. In mehr als einem Viertel der Unternehmen liegt ihr Anteil unter 25%. Im Durchschnitt machen Vollzeitkräfte 41% der Belegschaft aus.

Teilzeitkräfte haben einen geringeren Anteil in den Unternehmen. Im Durchschnitt stellen Teilzeitkräfte mit mehr als 20 Stunden in der Woche 27% der Belegschaft und Teilzeitkräfte mit weniger als 20 Stunden 17%. Wie Abbildung 9 zeigt, machen Teilzeitkräfte mit mehr als 20 Stunden in fast der Hälfte der Unternehmen maximal ein Viertel der Belegschaft aus. Bei den Teilzeitkräften mit weniger als 20 Stunden sind es sogar 82%.

Im Hinblick auf den Anteil der 450-Euro-Kräfte zeigt sich wieder ein sehr unterschiedliches Bild. Im Durchschnitt liegt der Anteil der geringfügig Beschäftigten in den befragten Unternehmen bei 45% und ist damit sogar etwas höher als der Anteil der Vollzeitbeschäftigten. In einem Fünftel der Unternehmen stellen 450-Euro-Kräfte mindestens 75% der Belegschaft. In mehr als einem Viertel machen sie 50 bis unter 75% aus. Generell ist festzustellen, dass Unternehmen mit einem hohen Anteil Vollzeitbeschäftigter einen geringen Anteil 450-Euro-Kräfte beschäftigen und umgekehrt.

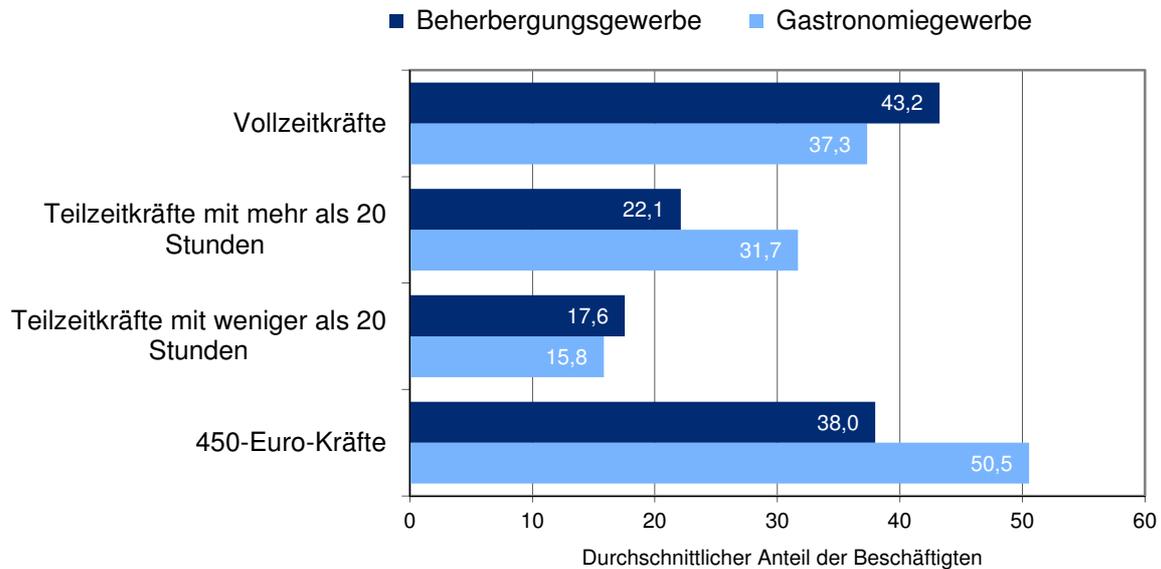
Abbildung 9: Anteil Mitarbeiter/innen mit unterschiedlichem Beschäftigungsumfang an der Belegschaft insgesamt⁶



Betrachtet man den durchschnittlichen Anteil der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit unterschiedlichem Beschäftigungsumfang in den beiden Bereichen des Beherbergungs- und des Gastronomiegewerbes, zeigen sich deutliche Unterschiede (Abbildung 10). Im Beherbergungsgewerbe ist der Anteil der Vollzeitkräfte mit 43% im Durchschnitt höher als im Gastronomiegewerbe, wo Vollzeitkräfte lediglich 37% ausmachen. Umgekehrt ist der Anteil der „450-Euro-Kräfte“ im Gastronomiegewerbe mit mehr als der Hälfte besonders hoch. Im Beherbergungsgewerbe macht diese Gruppe im Durchschnitt lediglich 38% der Belegschaft aus.

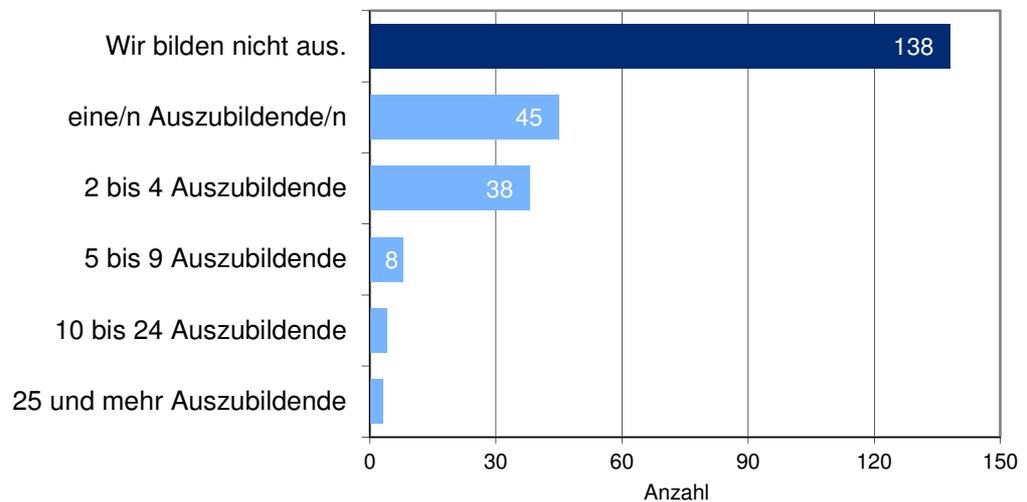
⁶ Anteile unter 5% werden nicht als Zahlen ausgewiesen. Dies gilt auch für alle folgenden Abbildungen.

Abbildung 10: Durchschnittlicher Anteil der Mitarbeiter/innen mit unterschiedlichem Beschäftigungsumfang



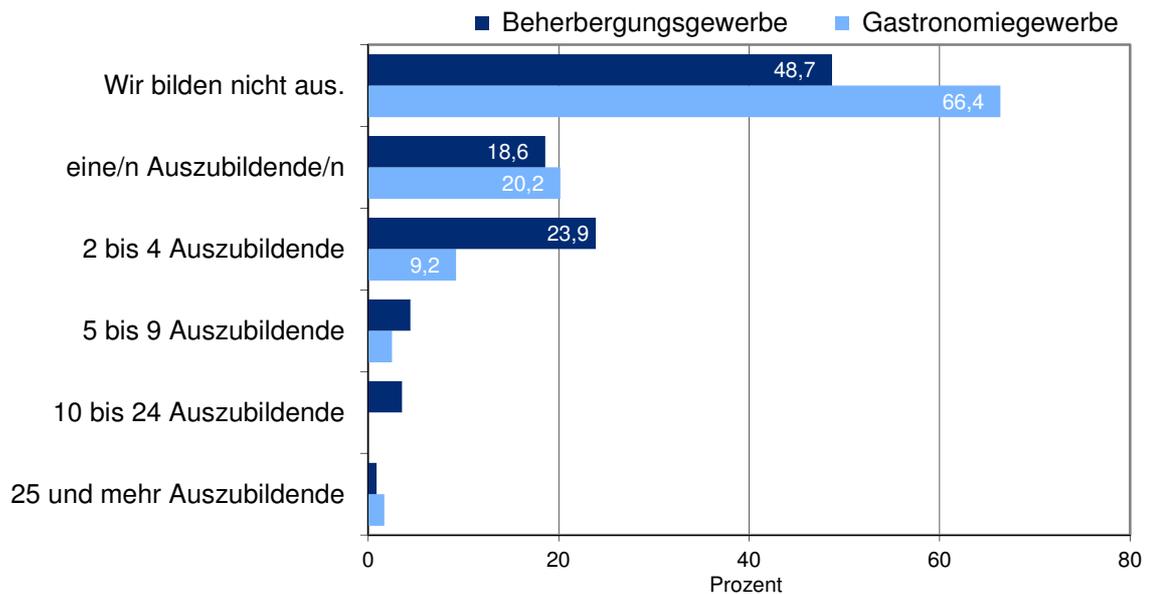
Die Unternehmen sollten in einer Frage angeben, wie viele Auszubildende sie beschäftigen. Wie Abbildung 11 zeigt, bildet mehr als die Hälfte der Unternehmen gar nicht aus. Ein knappes Fünftel – das sind 45 Unternehmen – beschäftigt eine Auszubildende bzw. einen Auszubildenden und 16% beschäftigen zwei bis vier Auszubildende. Unternehmen mit fünf und mehr Auszubildenden machen nur einen sehr geringen Anteil aus.

Abbildung 11: Anzahl Auszubildende



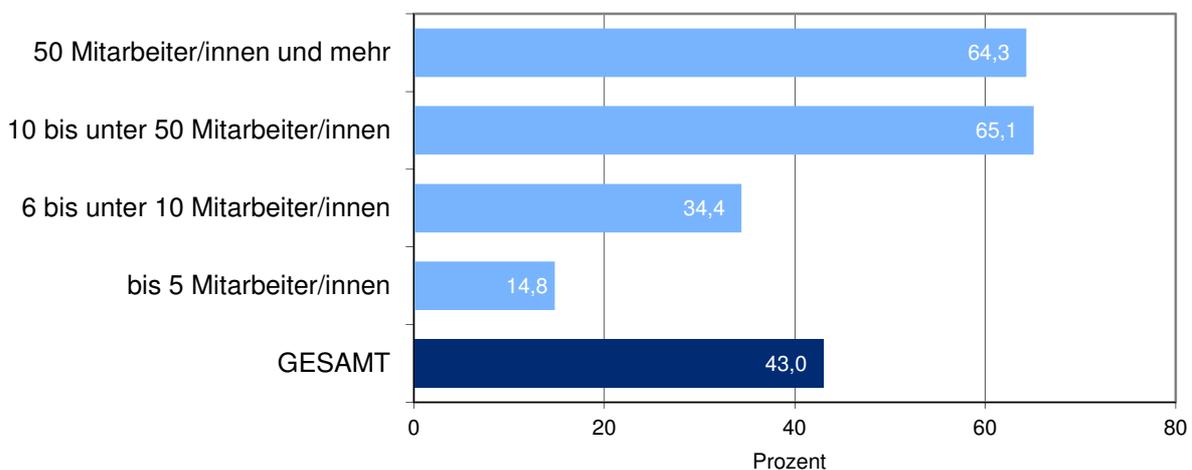
Auch im Hinblick auf die Zahl der Auszubildenden bzw. im Hinblick darauf, ob überhaupt ausgebildet wird, ergeben sich Unterschiede zwischen Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe (Abbildung 12). Während zwei Drittel der Unternehmen im Gastronomiegewerbe gar nicht ausbilden, ist es im Beherbergungsbereich nur knapp die Hälfte. Wenn im Gastronomiebereich ausgebildet wird, handelt es sich meist um nur eine Ausbildungsstelle. Nicht einmal 10% der Unternehmen im Gastronomiegewerbe beschäftigen zwei bis vier Auszubildende. Im Beherbergungsgewerbe ist es ein knappes Viertel.

Abbildung 12: Anzahl Auszubildende im Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe



Ob ausgebildet wird, ist auch eine Frage der Größe des Unternehmens. Dies zeigt Abbildung 13. Insgesamt bilden 43% der befragten Unternehmen aus. Unter den Unternehmen mit bis zu 10 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern liegt der Anteil deutlich unter diesem Durchschnittswert. Von den Unternehmen mit 10 und mehr Beschäftigten sind es fast zwei Drittel, die Ausbildungsplätze anbieten. Je größer die Unternehmen, desto mehr Ausbildungsplätze werden im Unternehmen angeboten.

Abbildung 13: Ausbildung nach Anzahl der Mitarbeiter/innen

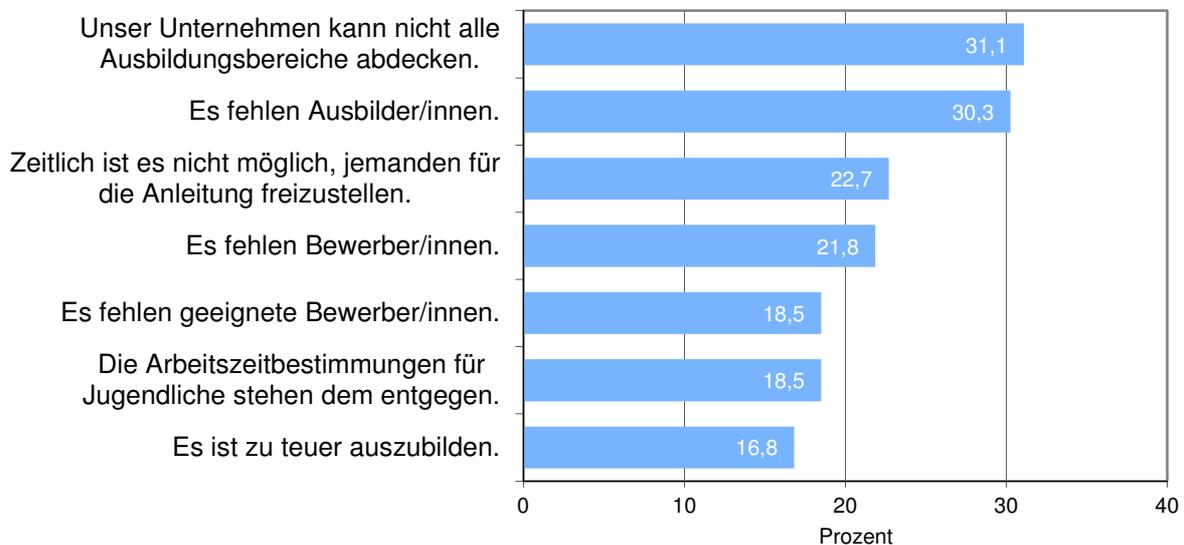


Den Unternehmen, die nicht ausbilden, wurde eine Liste von Gründen für das fehlende Ausbildungsplatzangebot vorgelegt. Sie sollten angeben, welche der Gründe auf ihr Unternehmen zutreffen. Abbildung 14 gibt die Angaben hierzu wieder. Die beiden am häufigsten genannten Gründe sind demnach, dass das Unternehmen nicht alle Ausbildungsbereiche abdecken kann und Ausbilderinnen bzw. Ausbilder fehlen. Beide Gründe werden von knapp einem Drittel der Unternehmen, die nicht ausbilden, genannt.

Für jeweils etwas mehr als ein Fünftel der Unternehmen ohne ein Ausbildungsplatzangebot ist es zeitlich nicht möglich, jemanden für die Anleitung freizustellen oder es fehlen Bewerberinnen und Bewerber. Jeweils ein knappes Fünftel gibt an, dass die vorhandenen Bewerberinnen und Bewerber nicht geeignet sind oder dass die Arbeitszeitbestimmungen für Jugend-

liche einer Ausbildung in ihrem Unternehmen entgegenstehen. Für 17% der Unternehmen ist es zu teuer auszubilden.

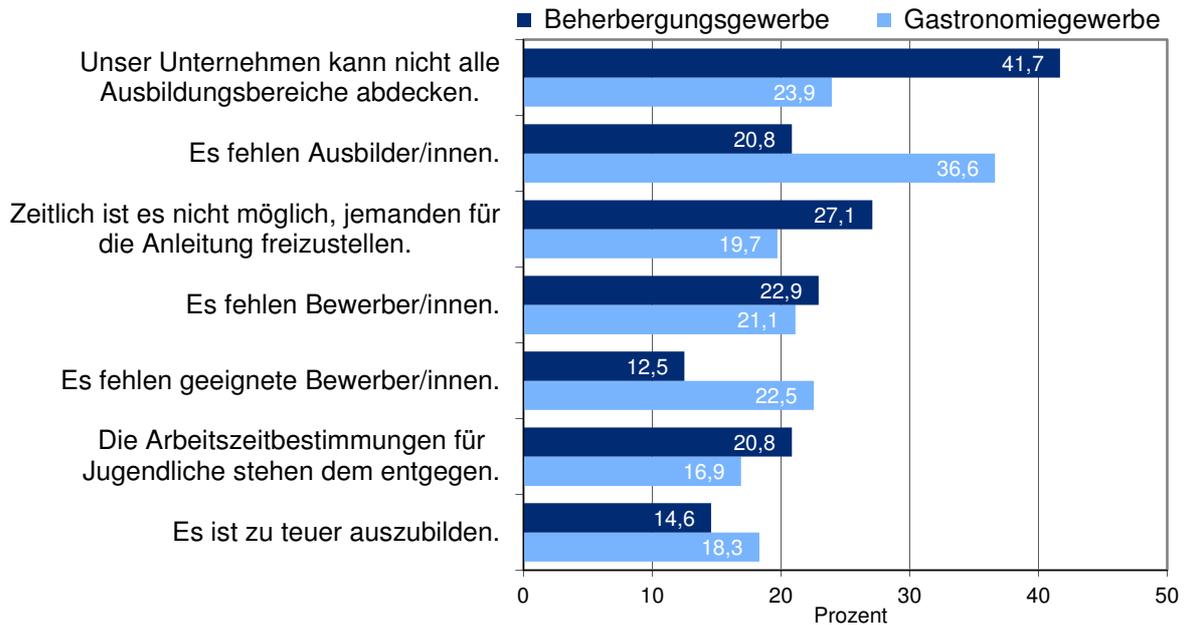
Abbildung 14: Gründe für ein fehlendes Ausbildungsplatzangebot



Diesen Gründen für ein fehlendes Ausbildungsplatzangebot kommt im Beherbergungs- und Gastronomiebereich teilweise unterschiedliche Bedeutung zu. Das verdeutlichen die Ergebnisse, die in Abbildung 15 dargestellt sind. So können insbesondere im Beherbergungsgewerbe besonders viele Unternehmen nicht alle Ausbildungsbereiche abdecken. Dieser Grund wird von 42% der Unternehmen in diesem Bereich genannt, aber nur von knapp einem Viertel der Gastronomiebetriebe. Dass es zeitlich nicht möglich ist, jemanden für die Anleitung freizustellen, ist ebenfalls ein Problem. Dies zeigt sich deutlich häufiger im Beherbergungsgewerbe als im Gastronomiebereich.

Im Gastronomiebereich fehlen besonders häufig Ausbilderinnen bzw. Ausbilder. Mehr als ein Drittel der Unternehmen gibt dies an, während es bei den Unternehmen im Beherbergungsgewerbe lediglich ein Fünftel ist. Das Fehlen von geeigneten Bewerberinnen und Bewerbern ist ebenfalls ein Problem, das sich im Gastronomiebereich häufiger stellt als im Beherbergungsbereich.

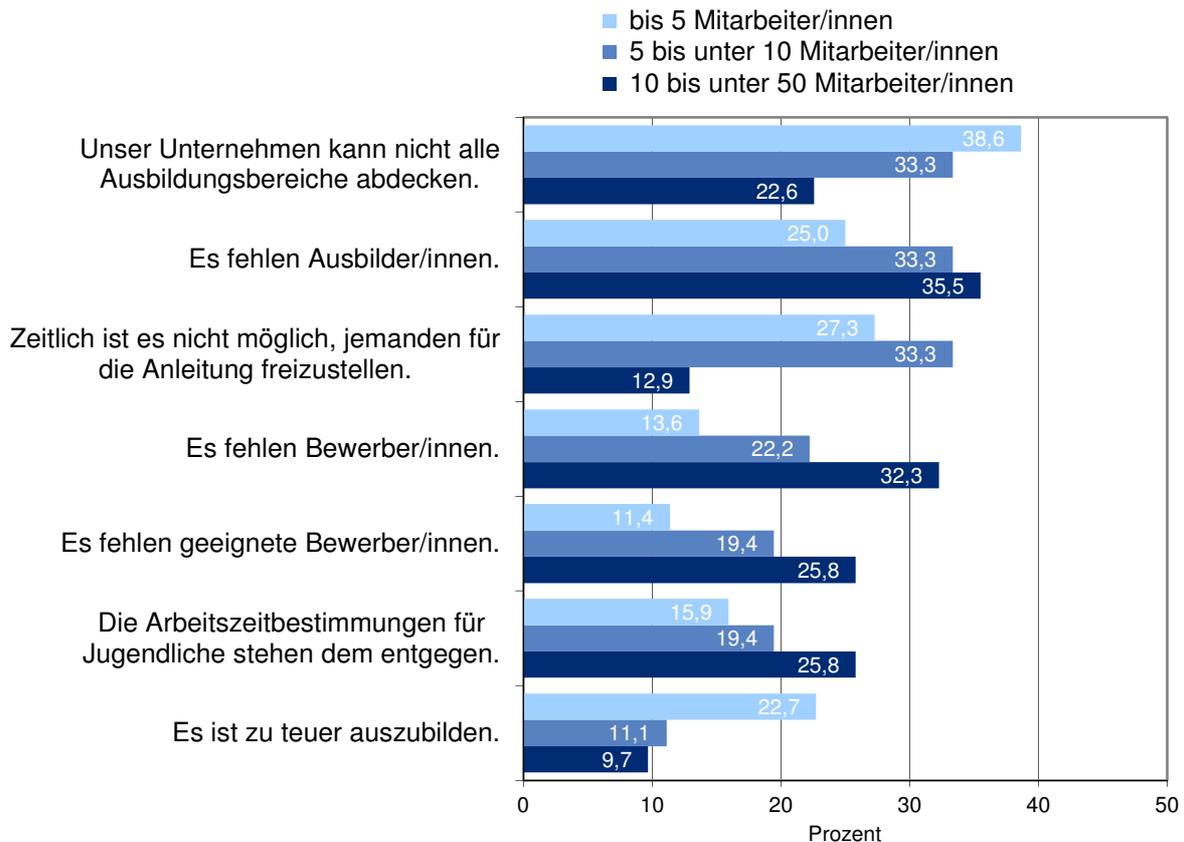
Abbildung 15: Gründe für ein fehlendes Ausbildungsplatzangebot im Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe



Wie bereits gezeigt, handelt es sich bei Unternehmen im Beherbergungs- und Gastronomiebereich um Unternehmen mit einer unterschiedlichen Zahl von Beschäftigten (vgl. Abbildung 8, S. 13). Daher wurde geprüft, ob sich Unternehmen mit einer unterschiedlichen Zahl von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Hinblick auf die Gründe für das fehlende Ausbildungsplatzangebot voneinander unterscheiden. Abbildung 16 zeigt hierzu die Ergebnisse. Unternehmen mit mehr als 50 Beschäftigten wurden hier nicht einbezogen, da sie größtenteils Ausbildungsplätze anbieten.

Wie die Ergebnisse in Abbildung 16 zeigen, gibt es Gründe, die eher auf kleinere und Gründe, die eher auf größere Unternehmen zutreffen. Dass ein Unternehmen nicht ausbildet, weil es nicht alle Ausbildungsbereiche abdecken kann, trifft vor allem auf Unternehmen mit weniger als fünf Beschäftigten zu. 39% der Unternehmen dieser Größenordnung nennen diesen Grund, aber nur 23% der Unternehmen, die 10 bis unter 50 Beschäftigte haben. Dass es zeitlich nicht möglich ist, jemanden für die Anleitung freizustellen oder dass ein Ausbildungsplatz zu teuer ist, sind Gründe, die weitaus häufiger von den ganz kleinen Unternehmen genannt werden. Fehlende Ausbilderinnen und Ausbilder, fehlende Bewerberinnen und Bewerber, ungeeignete Bewerberinnen und Bewerber oder Probleme aufgrund von Arbeitszeitbestimmungen für Jugendliche nennen dagegen größere Unternehmen häufiger als kleinere.

Abbildung 16: Gründe für fehlende Ausbildungsplätze in Unternehmen unterschiedlicher Größe



3.2 Befragung von Auszubildenden

Um die Einstellungen und Erwartungen zukünftiger Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in der Tourismuswirtschaft zu erfassen, wurden Auszubildende im Bereich der Tourismuswirtschaft in die Befragung einbezogen. Die Befragungen fanden am Berufsschulzentrum am Westerberg in Osnabrück, an der berufsbildenden Schule des Landkreises Grafschaft Bentheim in Nordhorn sowie den berufsbildenden Schulen in Meppen und Papenburg im Landkreis Emsland statt. Die Befragung der Auszubildenden erfolgte ausschließlich in Papierform.

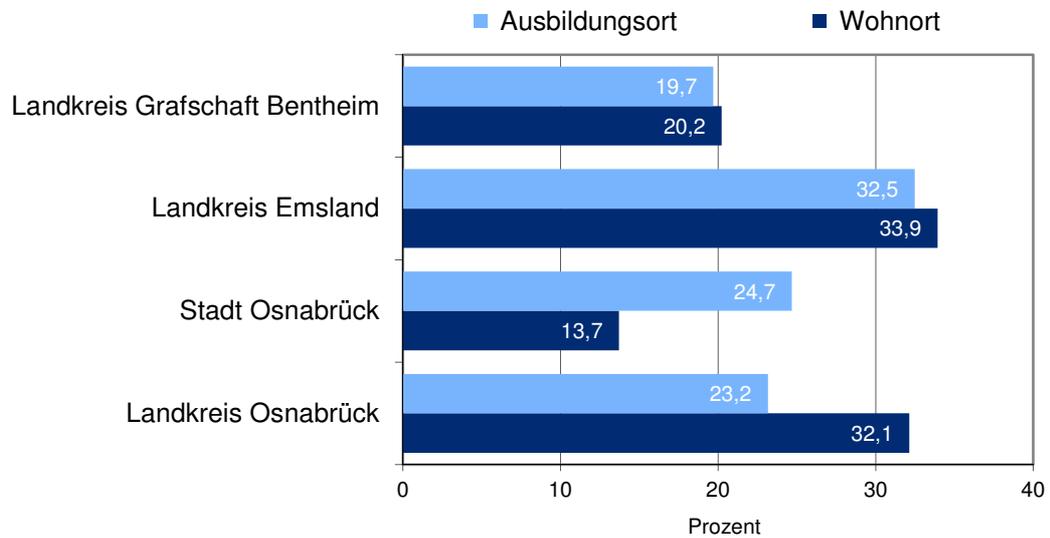
Insgesamt wurden 530 Auszubildende an berufsbildenden Schulen in den vier Regionen befragt.⁷ Abbildung 17 zeigt, wie hoch der Anteil der Befragten ist, die in der jeweiligen Region wohnen und ihre Ausbildung absolvieren.

Jeweils etwa ein Drittel der befragten Auszubildenden lebt im Landkreis Osnabrück oder im Landkreis Emsland. Ein Fünftel hat den Wohnort in der Grafschaft Bentheim und 14% in der Stadt Osnabrück. Betrachtet man den Ausbildungsort, ergibt sich eine etwas andere Verteilung. So ist der Landkreis Osnabrück zwar für ein Drittel der Befragten der Wohnort, aber nur für 23% auch der Ausbildungsort. Umgekehrt ist die Stadt Osnabrück für ein Viertel der Befragten der Ausbildungsort, aber nur für 14% der Wohnort. Dies ist darauf zurückzuführen, dass ein Drittel der Auszubildenden, die im Landkreis Osnabrück leben, ihre Ausbildung in

⁷ Auch in der Befragung der Auszubildenden haben nicht alle Befragten alle Fragen beantwortet. Zum Ausbildungsberuf liegen weniger als 530 Antworten vor.

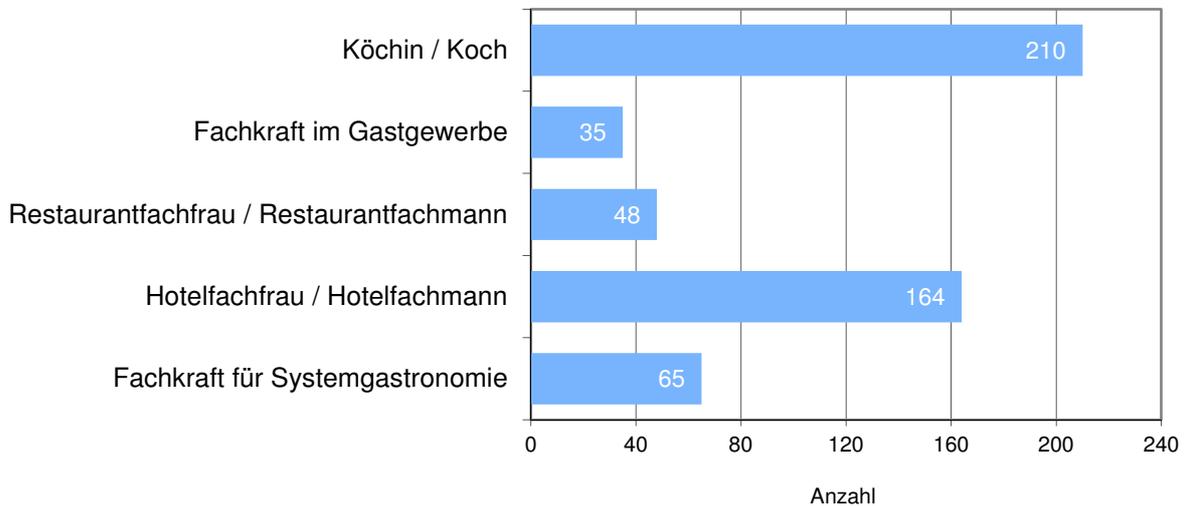
der Stadt Osnabrück absolvieren. Bei den Auszubildenden aus den übrigen Regionen stimmen Wohn- und Ausbildungsort zu mehr als 90% überein.

Abbildung 17: Wohn- und Ausbildungsort



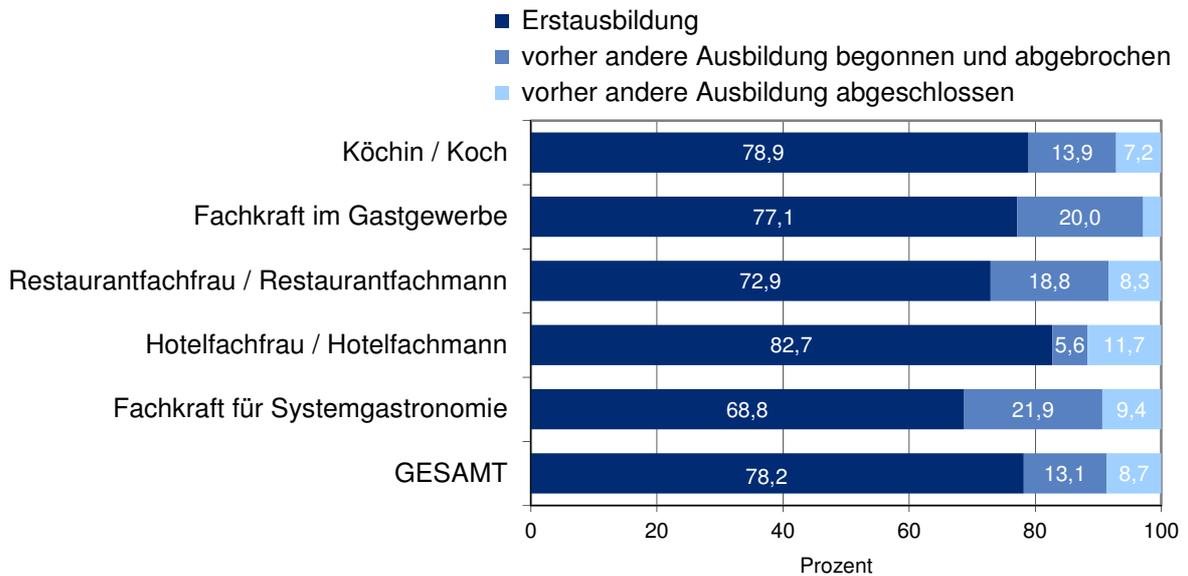
Wie Abbildung 18 zeigt, sind die beiden größten Gruppen unter den Befragten Auszubildende zur Köchin bzw. zum Koch sowie Auszubildende zur Hotelfachfrau bzw. zum Hotelfachmann. Zusammen machen diese beiden Gruppen fast 75% der Befragten aus. Auszubildende in kaufmännischen Berufen in der Tourismuswirtschaft – Kauffrauen und Kaufmänner für Freizeit und Tourismus, Tourismuskauffrauen und -kaufmänner sowie Hotelkauffrauen und -kaufmänner – haben sich an der Befragung nicht beteiligt.

Abbildung 18: Ausbildungsberufe



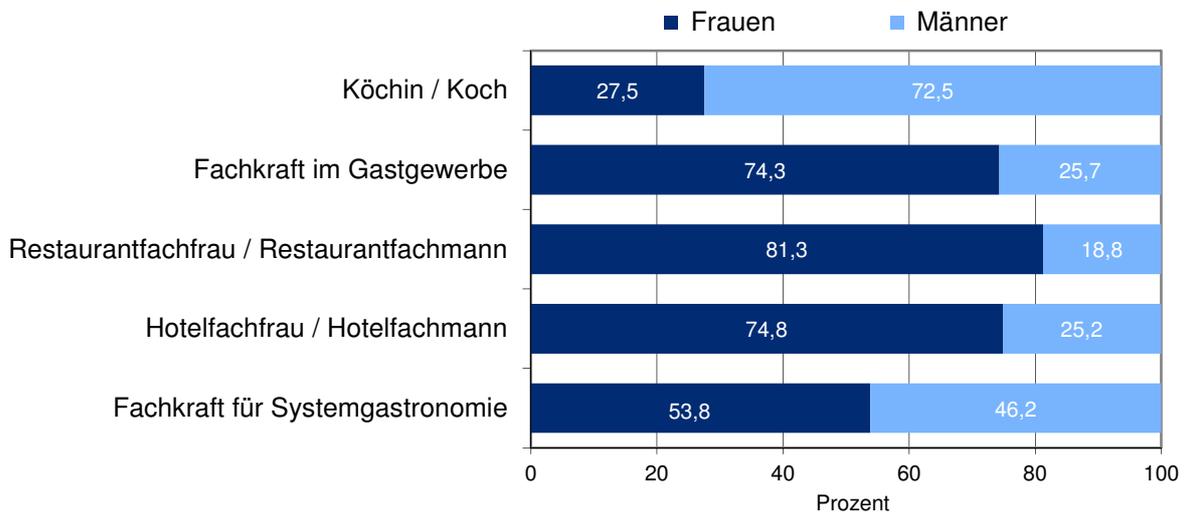
Insgesamt befinden sich 78% der Befragten in der Erstausbildung (Abbildung 19). 13% haben zuvor eine andere Ausbildung begonnen, diese jedoch nicht abgeschlossen und 9% haben bereits einen anderen Ausbildungsabschluss. Diese Verteilung findet sich in allen Ausbildungsberufen mit Ausnahme der Ausbildung zur Fachkraft in der Systemgastronomie. Hier liegt der Anteil derjenigen, die bereits eine andere Ausbildung abgebrochen haben mit 21% deutlich höher. Der Anteil derjenigen, die sich in der Erstausbildung befinden, ist mit 68% entsprechend geringer.

Abbildung 19: Ausbildungsberufe nach Erstausbildung oder vorangegangener Ausbildung



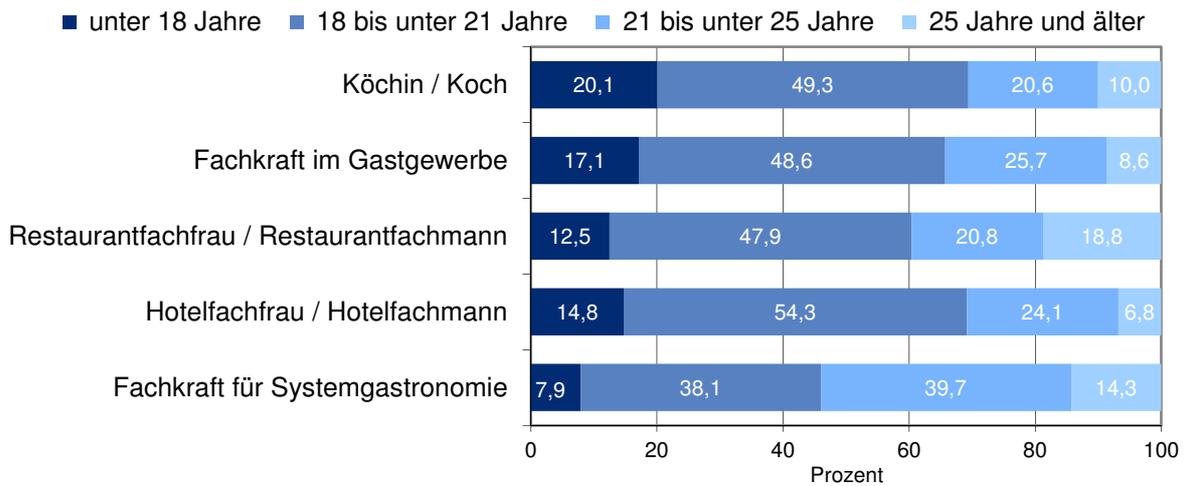
Insgesamt haben sich 281 Frauen und 240 Männer an der Befragung beteiligt. Die Geschlechterzusammensetzung ist dabei je nach Ausbildungsberuf unterschiedlich (Abbildung 20). Lediglich im Bereich der Ausbildung zur Fachkraft für Systemgastronomie besteht ein fast ausgewogenes Verhältnis der beiden Geschlechter. Unter den Auszubildenden zur Hotelfachkraft, zur Restaurantfachkraft sowie zur Fachkraft im Gastgewerbe überwiegen die Frauen deutlich. Umgekehrt ist es bei der Ausbildung zur Köchin bzw. zum Koch. Hier überwiegen die Männer.

Abbildung 20: Ausbildungsberufe nach Geschlecht



Die befragten Auszubildenden sind im Durchschnitt 20,5 Jahre alt. Auch wenn sich insgesamt das Durchschnittsalter der Befragten in den einzelnen Berufen kaum unterscheidet, zeigen sich doch Differenzen in der Verteilung der Altersgruppen, wie Abbildung 21 verdeutlicht. So findet sich unter den Auszubildenden zur Köchin bzw. zum Koch der höchste Anteil der unter 18-Jährigen. Sie stellen ein Fünftel der Auszubildenden in diesem Beruf. Unter den Auszubildenden zur Fachkraft für Systemgastronomie liegt dieser Anteil unter 10%. In dieser Berufsgruppe sind umgekehrt besonders viele ältere Auszubildende zu finden. Unter den Auszubildenden zur Restaurantfachkraft ist fast ein Fünftel älter als 25 Jahre.

Abbildung 21: Ausbildungsberufe nach Altersgruppen



Ein weiteres Merkmal, das in der Befragung der Auszubildenden erhoben wurde, ist der Migrationshintergrund. Hierzu wurden den Auszubildenden drei Fragen gestellt. Sie sollten angeben, ob sie selbst und ihre Eltern in Deutschland oder in einem anderen Land geboren sind und ob bei ihnen zu Hause vorwiegend Deutsch oder eine andere Sprache gesprochen wird. Wenn eine Befragte oder ein Befragter selbst im Ausland geboren ist und/oder mindestens ein Elternteil im Ausland geboren ist und/oder zu Hause eine andere Sprache als Deutsch gesprochen wird, wird von einem Migrationshintergrund ausgegangen.

Insgesamt hat etwas mehr als ein Drittel der Befragten einen Migrationshintergrund, wie Tabelle 2 ausweist. Damit liegt der Anteil der Auszubildenden mit Zuwanderungsgeschichte deutlich über dem Landesdurchschnitt. Nach Zählungen des Mikrozensus hatten 2014 17,4% der Bevölkerung in Niedersachsen einen Migrationshintergrund.

Nur wenig mehr als die Hälfte der Auszubildenden mit Migrationshintergrund ist selbst in Deutschland geboren. Fast alle haben mindestens ein Elternteil, das im Ausland geboren ist und zwei Drittel sprechen zu Hause eine andere Sprache als Deutsch.

Tabelle 2: Migrationshintergrund

Insgesamt		Anzahl	Prozent
Migrationshintergrund	Ja	177	34,2
	Nein	340	65,8
	Gesamt	517	100,0
Auszubildende mit Migrationshintergrund			
Geburtsort Auszubildende/r	Deutschland	92	53,2
	Ausland	81	46,8
	Gesamt	173	100,0
Geburtsort Eltern	Beide Elternteile in Deutschland geboren	2	1,1
	Mind. ein Elternteil im Ausland geboren	175	98,9
	Gesamt	177	100,0
Sprache im Haushalt	Deutsch	57	32,2
	Andere Sprache	120	67,8
	Gesamt	177	100,0

Der Anteil der Befragten mit Migrationshintergrund ist je nach Ausbildungsberuf unterschiedlich hoch (Abbildung 22). Unter den zukünftigen Fachkräften für Systemgastronomie liegt dieser bei 56%, unter den zukünftigen Restaurantfachkräften bei 50%. Auch unter den Auszubildenden zur Fachkraft im Gastgewerbe sind es mit 40% noch etwas mehr als im Durchschnitt der Stichprobe. Unter zukünftigen Köchinnen und Köchen sowie unter den zukünftigen Hotelfachkräften ist der Anteil mit etwas mehr als einem Viertel deutlich geringer.

Abbildung 22: Anteil Auszubildende mit Migrationshintergrund nach Ausbildungsberufen

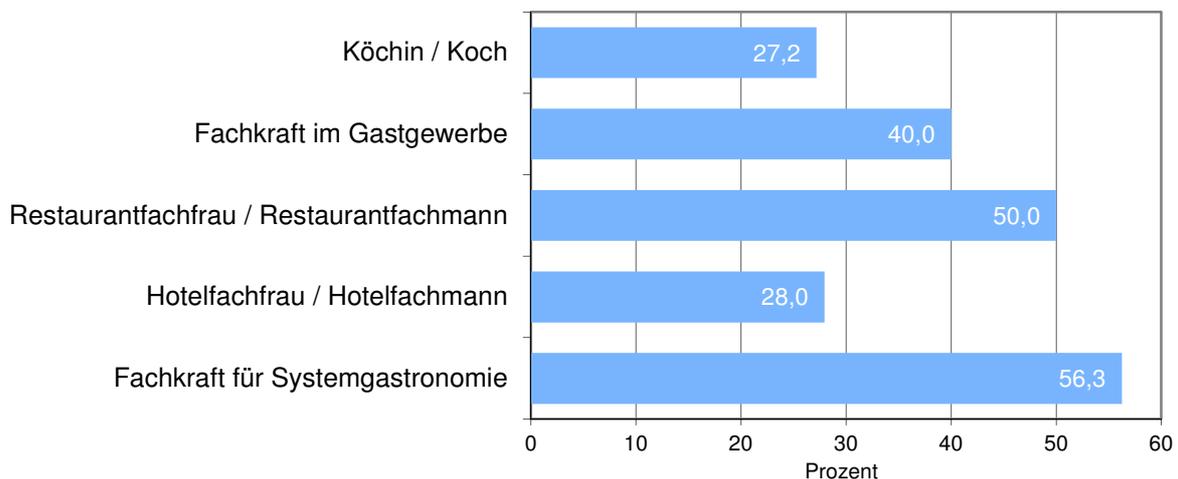
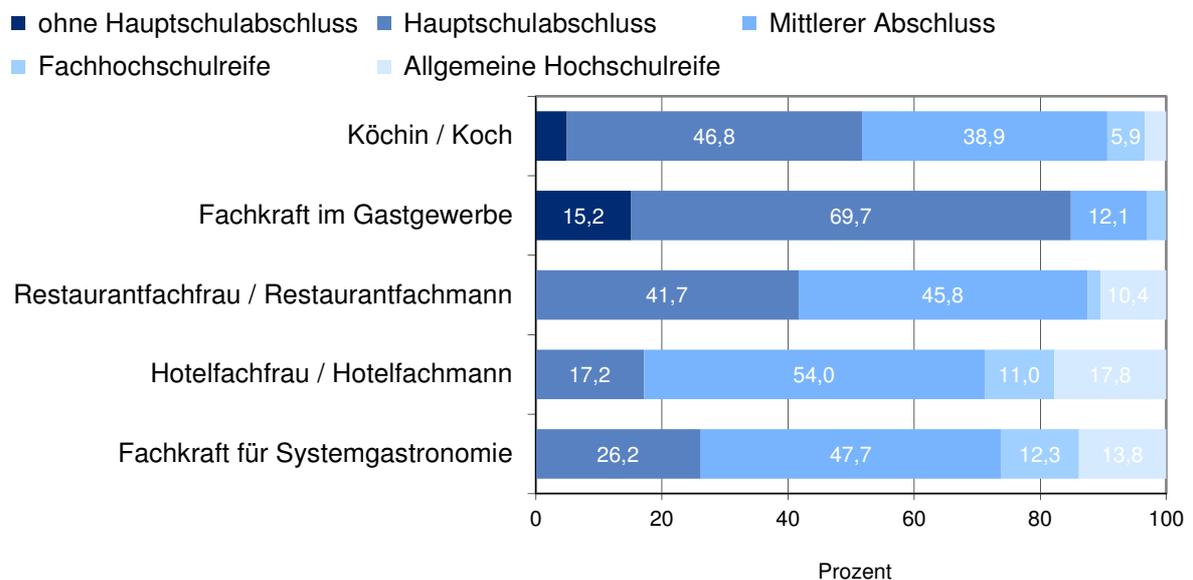


Abbildung 23 zeigt, mit welchen Schulabschlüssen die Befragten ihre Ausbildung begonnen haben. Hier bestehen sehr deutliche Unterschiede zwischen den verschiedenen Ausbildungsberufen. Das höchste Bildungsniveau besitzen die zukünftigen Fachkräfte für Systemgastronomie sowie Hotelfachfrauen und Hotelfachmänner. 18% der letztgenannten Gruppe haben die allgemeine Hochschulreife, 11% die Fachhochschulreife und mehr als die Hälfte den mittleren Schulabschluss. Der Anteil der Auszubildenden mit Hauptschulabschluss liegt bei 17%. Unter den zukünftigen Fachkräften für Systemgastronomie ist der Anteil der Auszubildenden mit Hauptschulabschluss mit etwas mehr als einem Viertel deutlich höher. Auch von ihnen besitzt jedoch mehr als ein Viertel mindestens die Fachhochschulreife.

Nur 12% der Auszubildenden zur Restaurantfachfrau bzw. zum Restaurantfachmann haben mindestens die Fachhochschulreife erlangt. 46% von ihnen haben den mittleren Schulabschluss und 42% den Hauptschulabschluss.

Das Bildungsniveau der Auszubildenden zur Fachkraft im Gastgewerbe sowie zur Köchin bzw. zum Koch ist im Vergleich zu anderen Berufsgruppen am niedrigsten. Unter den Erstgenannten haben 15% die Ausbildung ohne Hauptschulabschluss begonnen, mehr als zwei Drittel verfügen über den Hauptschulabschluss. Unter den zukünftigen Köchinnen bzw. Köchen sind die Abschlüsse im Durchschnitt etwas höher. 5% haben die Ausbildung ohne Hauptschulabschluss begonnen, 47% mit Hauptschulabschluss und etwas mehr als ein Drittel mit dem mittleren Schulabschluss.

Abbildung 23: Ausbildungsberufe nach höchstem Schulabschluss



3.3 Befragung von Institutionen

Insgesamt wurden 17 Institutionen aus dem Bereich der Tourismuswirtschaft um Beteiligung an der Befragung gebeten. Hierbei handelt es sich um die Industrie- und Handelskammer Osnabrück - Emsland - Grafschaft Bentheim, die Wirtschaftsförderungen in den Regionen, die Tourismusverbände sowie den Deutschen Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA), Bezirksverband Osnabrück.

Lediglich acht Institutionen haben sich tatsächlich an der Befragung beteiligt. Dies waren jeweils eine Institution aus den Landkreisen Osnabrück und Emsland, zwei aus dem Landkreis Grafschaft Bentheim und vier aus der Stadt Osnabrück. Einige der Institutionen sind jedoch die Regionen übergreifende Vertretungen der Tourismuswirtschaft. Sieben Institutionen vertreten Unternehmen des Beherbergungsgewerbes und fünf den Gastronomiebereich.

Aufgrund der geringen Zahl von Institutionen, die sich an der Befragung beteiligt haben sowie der Tatsache, dass einzelne Fragen nicht von allen acht Institutionen beantwortet wurden, können diese Angaben keiner rein statistischen Auswertung unterzogen werden. Sie werden jedoch mit in die Betrachtung einbezogen, wenn es um die einzelnen Aspekte des Fachkräftebedarfs in der Tourismuswirtschaft geht.

4. Tourismuswirtschaft aus der Sicht der verschiedenen Akteure

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Befragungen von Unternehmen, Institutionen sowie Auszubildenden zur Situation in der Tourismuswirtschaft vorgestellt. Da alle Gruppen zu den gleichen Themenbereichen befragt wurden, ist es möglich, ihre jeweiligen Angaben zu vergleichen. Da sich nur eine sehr geringe Anzahl von Institutionen an der Befragung beteiligt hat, kann deren Sichtweise nur sehr eingeschränkt einbezogen werden.

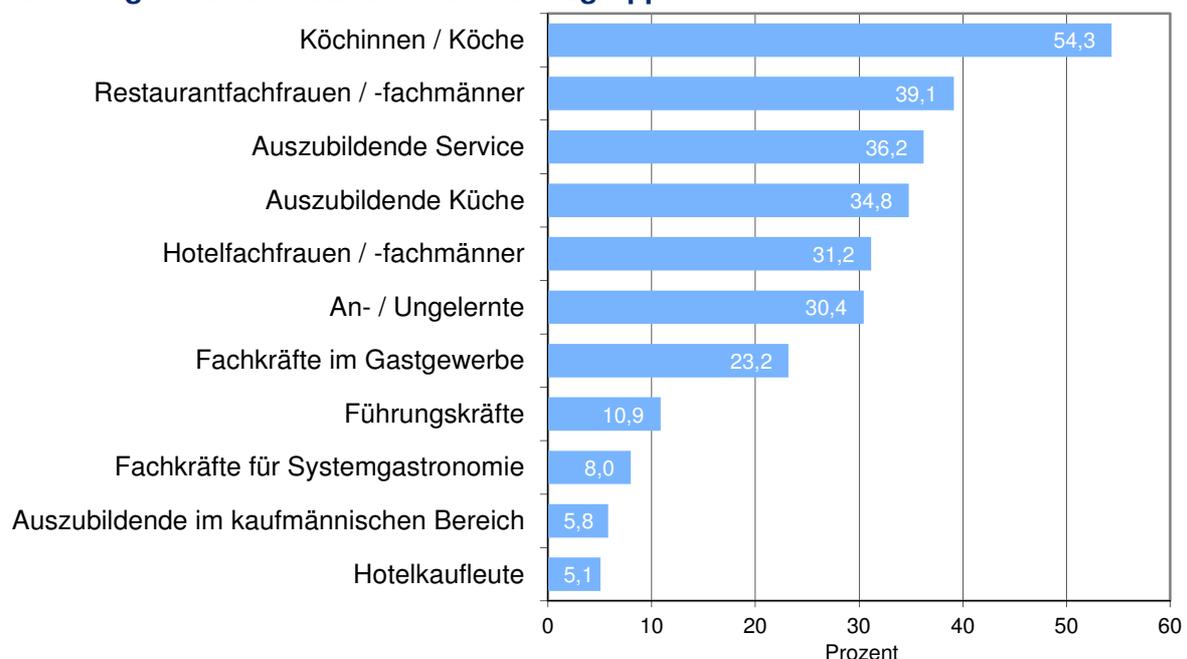
4.1 Fachkräftemangel

Unter der Überschrift Fachkräftemangel wird in diesem Kapitel zunächst betrachtet, in welchen Bereichen aktuell Bewerbermangel herrscht, wie sich die Situation in Zukunft entwickeln wird und welche Maßnahmen einem Fachkräftemangel entgegenwirken können.

Zunächst sollten die Unternehmen angeben, ob sie aktuell offene Stellen zu besetzen haben. Dies war in 52% der befragten Unternehmen der Fall. In einer weiteren Frage ging es darum, für welche Berufsgruppen in der Tourismuswirtschaft aktuell neues Personal gesucht wird. Die folgende Abbildung 24 zeigt die entsprechenden Ergebnisse.

Von den insgesamt 147 Unternehmen, die aktuell Stellen zu besetzen haben, sucht mehr als die Hälfte Köchinnen bzw. Köche. Mehr als ein Drittel der Unternehmen sucht Restaurantfachfrauen und -männer sowie Auszubildende in Service und Küche. Stellen für An- und Ungelernte sowie Hotelfachfrauen und -männer sind in weniger als einem Drittel der Betriebe zu besetzen. Fachkräfte im Gastgewerbe sucht etwas weniger als ein Viertel, andere Berufsgruppen etwas weniger als ein Fünftel. Immerhin etwas mehr als jedes zehnte Unternehmen ist auf der Suche nach Führungskräften in der Tourismuswirtschaft. Für alle anderen Berufsgruppen gibt es noch deutlich seltener offene Stellen.⁸

Abbildung 24: Offene Stellen nach Berufsgruppen



⁸ Jeweils weniger als 5% der Unternehmen suchen folgende Berufsgruppen: Barmixer/innen, geprüfte Küchenmeister/innen, geprüfte Hotelmeister/innen, Diätköchinnen und -köche, Sommeliers, geprüfte Meister/innen im Gastgewerbe, geprüfte Restaurantmeister/innen, Kauffrauen bzw. Kaufmänner für Freizeit und Tourismus, andere kaufmännische Berufe, geprüfte Tourismusfachwirtinnen und -wirte, Fachwirt/innen im Gastgewerbe sowie Tourismuskauflleute.

Ein knappes Fünftel der Unternehmen ist auf der Suche nach sonstigem Personal. Aus den offenen Angaben der Unternehmen ergibt sich, dass insbesondere Reinigungspersonal sowie Aushilfen im Service gesucht werden.

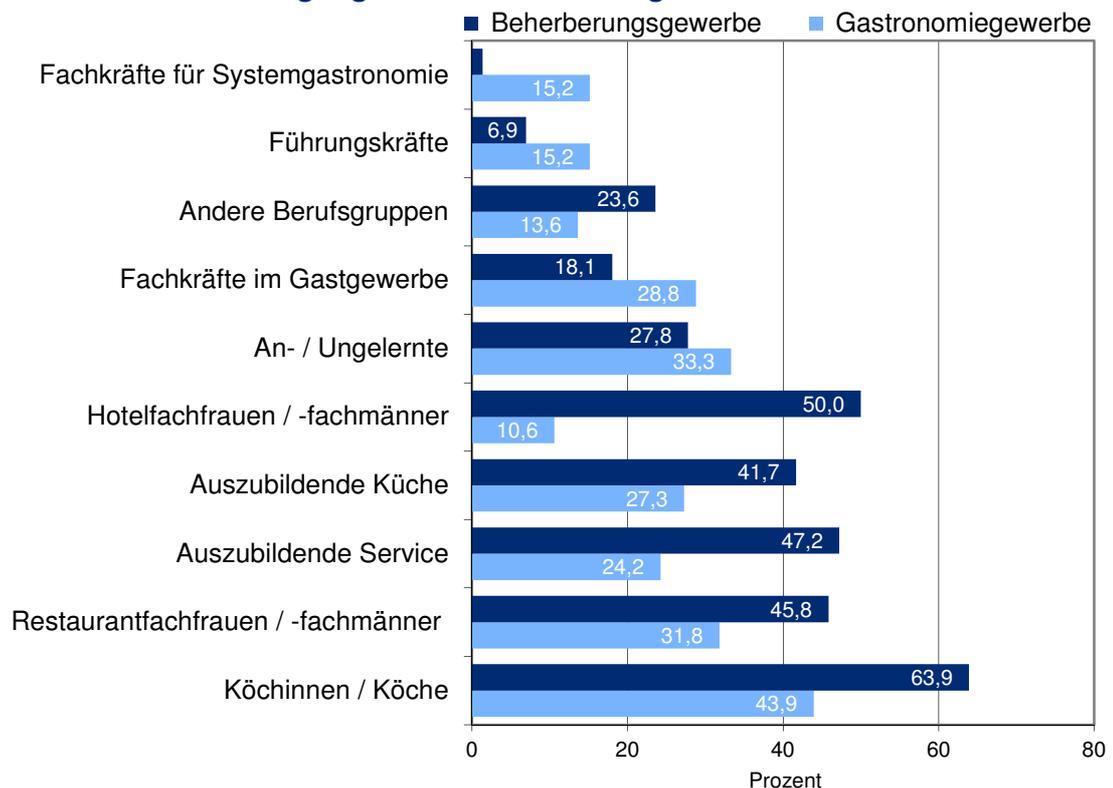
Ob offene Stellen vorhanden sind oder nicht, hängt in erster Linie von der Größe der Unternehmen ab. Unternehmen mit 10 und mehr Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern haben eher offene Stellen als kleinere Unternehmen.

Die befragten Institutionen sehen den größten aktuellen Personalbedarf in der Tourismuswirtschaft bei den Ausbildungsstellen in Service und in der Küche. Es folgt aus Sicht der Institutionen der Bedarf an Fachkräften für Systemgastronomie, Hotel- und Restaurantfachleuten, Fachkräften im Gastgewerbe sowie an Köchinnen und Köchen.

Wie Abbildung 25 deutlich macht, unterscheiden sich die beiden Bereiche Beherbergungsgewerbe und Gastronomiegewerbe ebenfalls im Hinblick auf das Vorhandensein offener Stellen. Insgesamt sind in Unternehmen des Beherbergungsgewerbes mehr offene Stellen zu verzeichnen als im Gastronomiegewerbe. So suchen aktuell 64% der Unternehmen des Beherbergungsgewerbes Köchinnen bzw. Köche, aber nur 44% der Unternehmen im Gastronomiegewerbe. Im Hinblick auf Restaurantfachkräfte, Auszubildende in Service und Küche sowie im Hinblick auf Hotelfachkräfte ergeben sich ähnliche Differenzen. Für alle übrigen Berufsgruppen sind zwar etwas mehr offene Stellen im Gastronomiebereich zu verzeichnen, die Unterschiede sind jedoch deutlich geringer und der Anteil der Unternehmen, die solche offenen Stellen zu besetzen haben, ist ebenfalls geringer.

Diese Unterschiede können jedoch auch darauf zurückzuführen sein, dass Unternehmen im Beherbergungsgewerbe im Durchschnitt mehr Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigen und größere Unternehmen häufiger offene Stellen zu besetzen haben als kleinere.

Abbildung 25: Offene Stellen nach Berufsgruppen im Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe

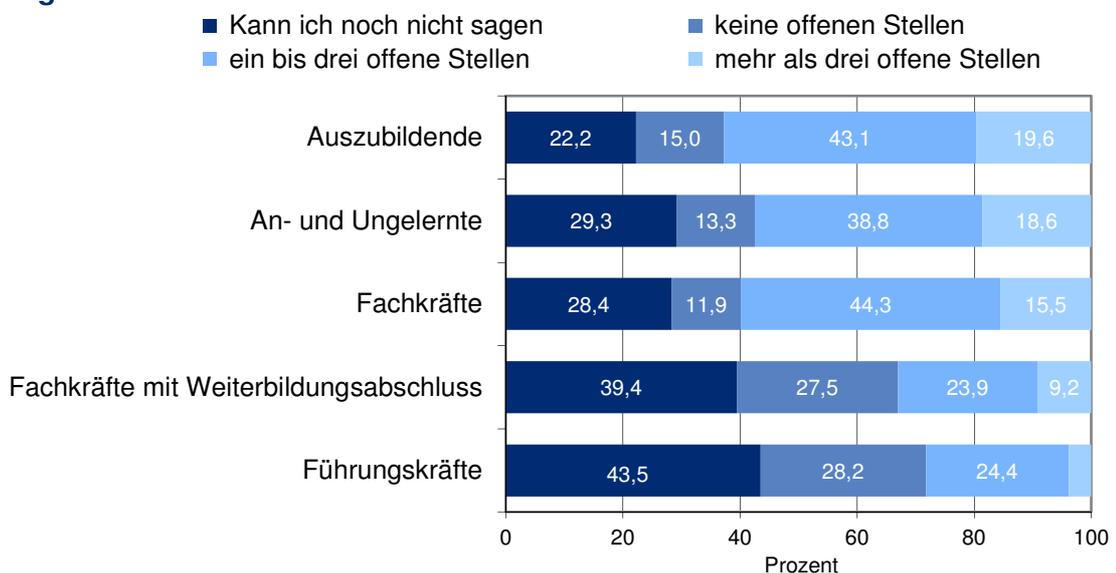


Neben aktuell zu besetzenden Stellen ging es in der Erhebung um die erwartete Zahl offener Stellen in den kommenden drei bis fünf Jahren. Wie die folgende Abbildung 26 zeigt, können nicht alle Unternehmen hierzu Angaben machen. Insbesondere wenn es um die Zahl offener Stellen von Führungskräften in drei bis fünf Jahren geht, ist der Anteil derjenigen, die keine Einschätzung abgeben können, mit 43% sehr hoch. Mehr als ein Viertel geht davon aus, dass es keine offenen Stellen für Führungskräfte in ihrem Unternehmen geben wird und ein Viertel erwartet ein bis drei offene Stellen für diese Gruppe. Auch für Fachkräfte mit Weiterbildungsabschluss werden vergleichsweise selten offene Stellen erwartet. Im Vergleich zu den anderen Positionen wird für diese beiden Positionen in Zukunft der geringste Personalbedarf gesehen.

Im Hinblick auf die Zahl zukünftiger freier Stellen für Fachkräfte können knapp 30% der Unternehmen keine Angaben machen. Jedes achte Unternehmen geht davon aus, dass es in drei bis fünf Jahren keine offenen Stellen für Fachkräfte geben wird. 44% erwarten ein bis drei offene Stellen für Fachkräfte und 15% sogar mehr als drei offene Stellen. Im Hinblick auf An- und Ungelernte ergibt sich ein ähnliches Bild. Hier sind es 39%, die ein bis drei offene Stellen erwarten und fast ein Fünftel, die davon ausgehen, dass es in drei bis fünf Jahren mehr als drei offene Stellen für diese Gruppe geben wird.

Offene Ausbildungsstellen werden von besonders vielen Unternehmen erwartet. Nur 22% können hier keine Einschätzung vornehmen und lediglich 15% erwarten keine offenen Ausbildungsstellen. 43% gehen davon aus, dass es in den kommenden drei bis fünf Jahren ein bis drei offene Ausbildungsstellen geben wird und ein Fünftel erwartet mehr als drei offene Ausbildungsstellen.

Abbildung 26: Erwartete Zahl offener Stellen in drei bis fünf Jahren

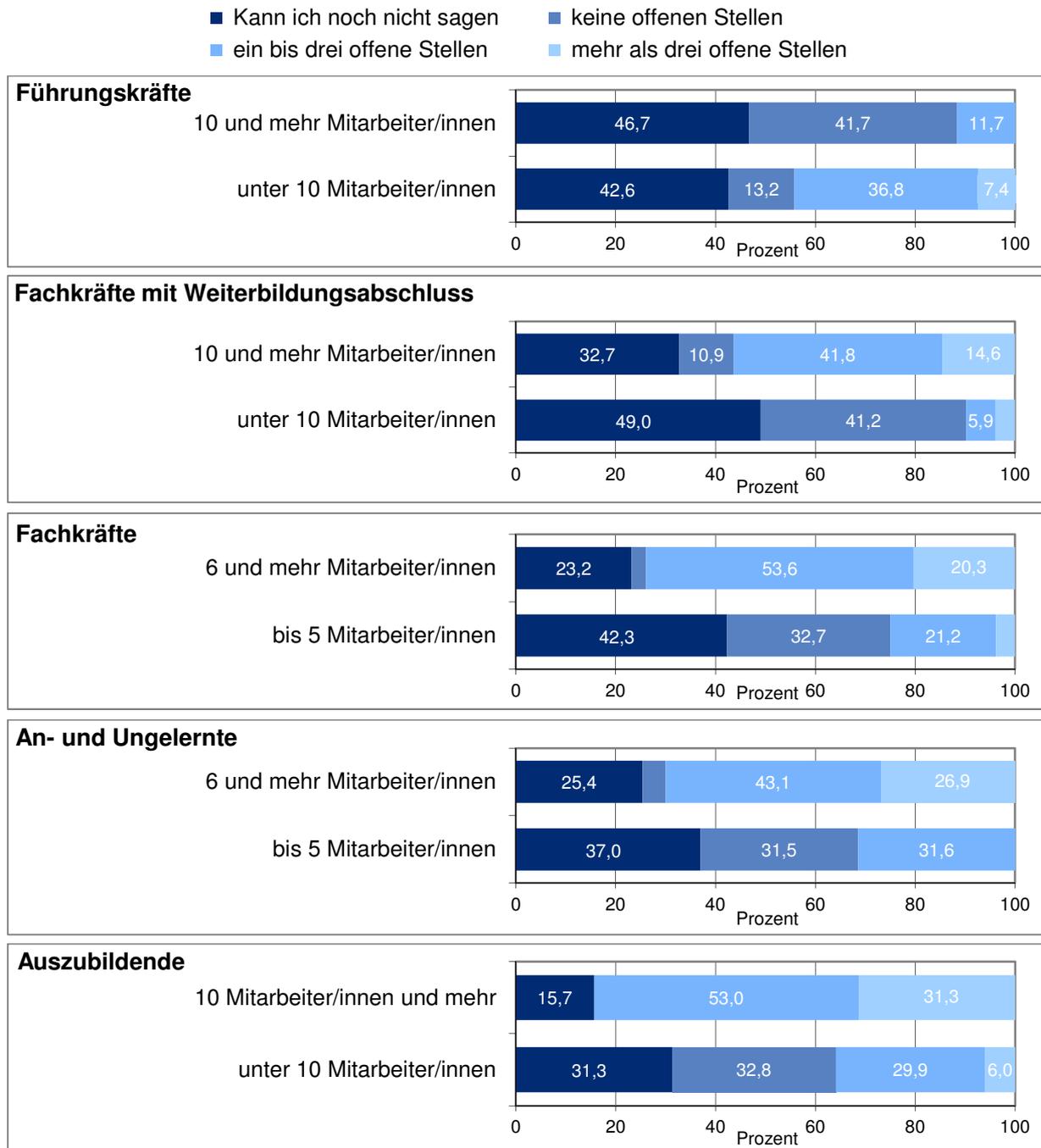


Wie Abbildung 27 zeigt, hängt die Einschätzung der Zahl der zukünftig erwarteten offenen Stellen wesentlich von der Größe des Unternehmens ab. Für alle Positionen gilt, dass größere Unternehmen häufiger erwarten, dass in drei bis fünf Jahren Stellen zu besetzen werden. Im Hinblick auf Führungskräfte mit Weiterbildungsabschluss sowie Auszubildende ergeben sich klare Unterschiede zwischen Unternehmen mit bis zu 10 Beschäftigten und Unternehmen, die mehr als 10 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigen. Geht es um Fachkräfte sowie An- und Ungelernte, ergeben sich Unterschiede zwischen Unternehmen mit bis zu fünf Beschäftigten und Unternehmen mit fünf und mehr Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Unternehmen im Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe unterscheiden sich hierbei nicht.

Ebenso wenig ergeben sich Unterschiede zwischen Unternehmen in den vier verschiedenen Regionen.

Hier zeigt sich erneut, dass die größte Personallücke im Hinblick auf Auszubildende erwartet wird. Lediglich 16% der Unternehmen mit 10 und mehr Beschäftigten können hierzu keine Einschätzung abgeben, kein Unternehmen geht jedoch davon aus, dass es in drei bis fünf Jahren keine offenen Ausbildungsstellen geben wird. Mehr als die Hälfte erwartet ein bis drei offene Ausbildungsstellen und fast ein Drittel drei und mehr.

Abbildung 27: Erwartete Zahl offener Stellen in drei bis fünf Jahren nach Größe des Unternehmens

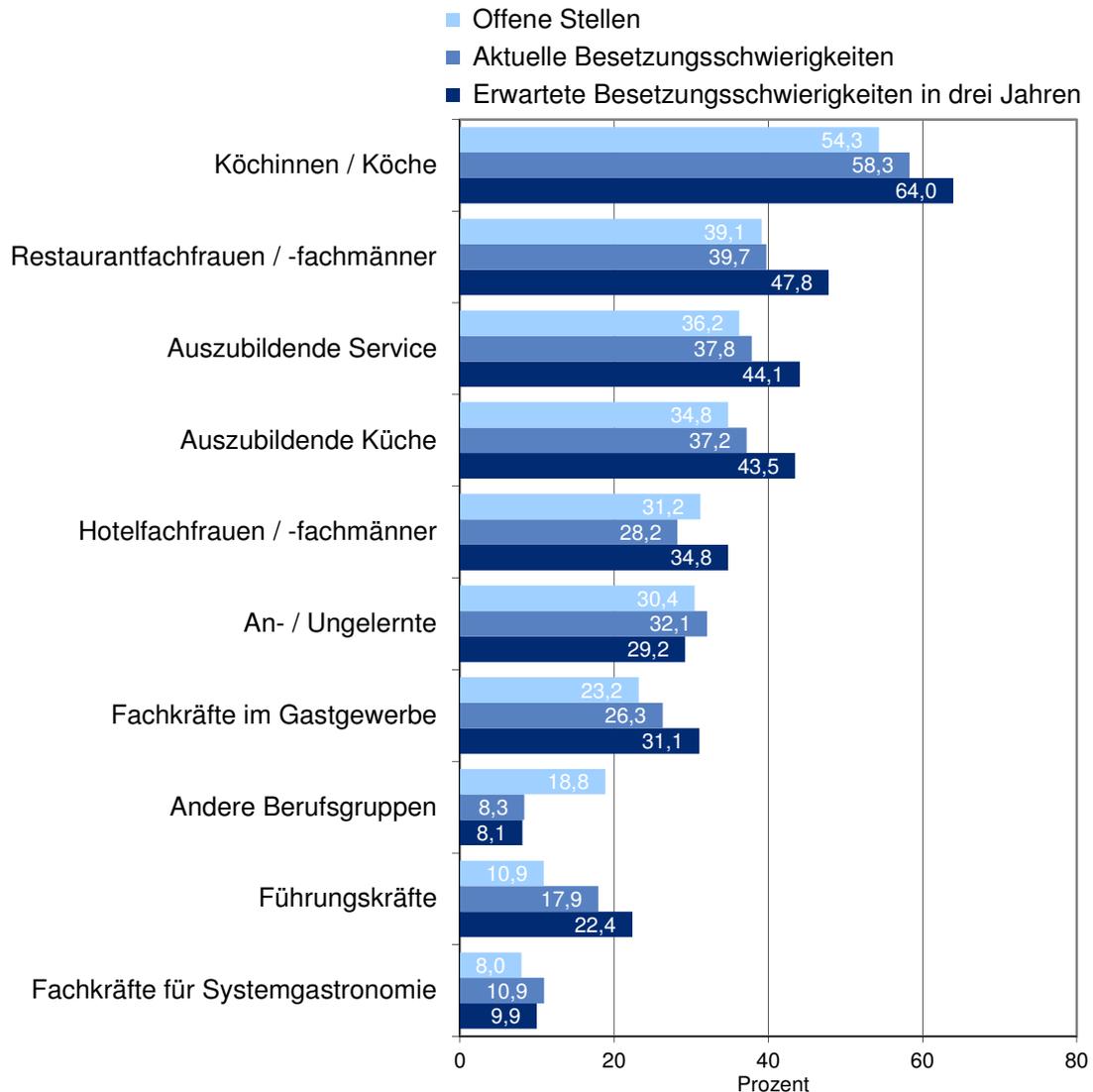


Neben der Frage nach aktuell und zukünftig zu besetzenden Stellen wurden Unternehmen wie Institutionen auch danach gefragt, ob es für die einzelnen Berufsgruppen zurzeit Besetzungsschwierigkeiten gibt und ob sie in drei Jahren solche Besetzungsschwierigkeiten erwarten. In Abbildung 28 ist der Anteil der Unternehmen ausgewiesen, der aktuell Stellen zu besetzen hat sowie der Anteil derjenigen, die aktuell Besetzungsschwierigkeiten wahrnehmen bzw. solche Probleme in drei Jahren erwarten.

Der Anteil der Unternehmen, die aktuell Schwierigkeiten bei der Besetzung offener Stellen für bestimmte Berufsgruppen wahrnehmen, ist jeweils etwas höher als der Anteil derjenigen, die zurzeit tatsächlich offene Stellen angeben. Noch höher ist der Anteil derjenigen, die in drei Jahren Besetzungsschwierigkeiten erwarten. So haben beispielsweise 54% der Unternehmen aktuell offene Stellen für Köchinnen bzw. Köche, 58% geben Besetzungsschwierigkeiten für diese Stellen an und 64% erwarten in drei Jahren Schwierigkeiten, wenn es um die Besetzung von Stellen für diese Berufsgruppe geht.

Die bereits dargestellten Unterschiede zwischen dem Beherbergungs- und dem Gastronomiebereich zeigen sich auch bei der Wahrnehmung von Besetzungsschwierigkeiten. So geben zwei Drittel der Unternehmen im Beherbergungsgewerbe aktuell Besetzungsschwierigkeiten bei offenen Stellen für Köchinnen und Köche an und 77% erwarten solche Schwierigkeiten in drei Jahren. Im Gastronomiegewerbe sind es 51% mit aktuellen Problemen und 58%, die solche Probleme in drei Jahren erwarten.

Abbildung 28: Offene Stellen sowie aktuelle und zukünftige Besetzungsschwierigkeiten nach Berufsgruppen



Die Institutionen nehmen ebenfalls vor allem Schwierigkeiten bei der Besetzung von Ausbildungsstellen sowie von Stellen für Köchinnen und Köche, Restaurantfachleute und Fachleute im Gastgewerbe wahr. Dies gilt sowohl aktuell als auch in Zukunft.

In einer weiteren Frage sollten Unternehmen und Institutionen⁹ angeben, aus welchen Gründen bestimmte Positionen in ihrem Unternehmen nicht besetzt werden können. Hierbei wurde zwischen Positionen für Führungskräfte, Fachkräften mit Weiterbildungsabschluss, Fachkräften, An- und Ungelernten sowie Auszubildenden unterschieden. Abbildung 29 gibt hierzu einen Überblick.

Die beiden am häufigsten genannten Gründe für unbesetzte Stellen sind demnach fehlende Bewerberinnen und Bewerber sowie die mangelnde Attraktivität der Arbeitszeiten. Dies trifft auf alle Positionen zu und wird von jeweils mehr als der Hälfte der befragten Unternehmen angegeben. Auffällig ist, dass beide Gründe besonders häufig genannt werden, wenn es um freie Stellen für Auszubildende geht. So nennen beispielsweise 82%, dass Ausbildungsstel-

⁹ Da zu dieser Frage nur vier der acht Institutionen Angaben gemacht haben, werden die Ergebnisse für diese Gruppe hier nicht berücksichtigt.

len wegen der mangelnden Attraktivität der Arbeitszeiten nicht besetzt werden können. Auch bei den übrigen Positionen nennen die Unternehmen diesen Grund zu mehr als der Hälfte.

Ein schlechtes Image der Branche, eine geringe Attraktivität der Verdienstmöglichkeiten sowie die fehlende zeitliche Flexibilität der Bewerberinnen und Bewerber und deren fehlende fachliche Qualifikation sind für jeweils etwa ein Drittel der befragten Unternehmen Gründe für Probleme bei der Stellenbesetzung. Im Hinblick auf die Besetzung von Ausbildungsstellen spielt das schlechte Image der Branche für mehr als die Hälfte der Unternehmen eine Rolle. Wenn es um die zeitliche Flexibilität der Bewerberinnen und Bewerber geht, sehen die Unternehmen dies insbesondere bei der Besetzung von Stellen für An- und Ungelernte als Problem an. 61% nehmen dies in der Gruppe der An- und Ungelernten als Problem wahr.

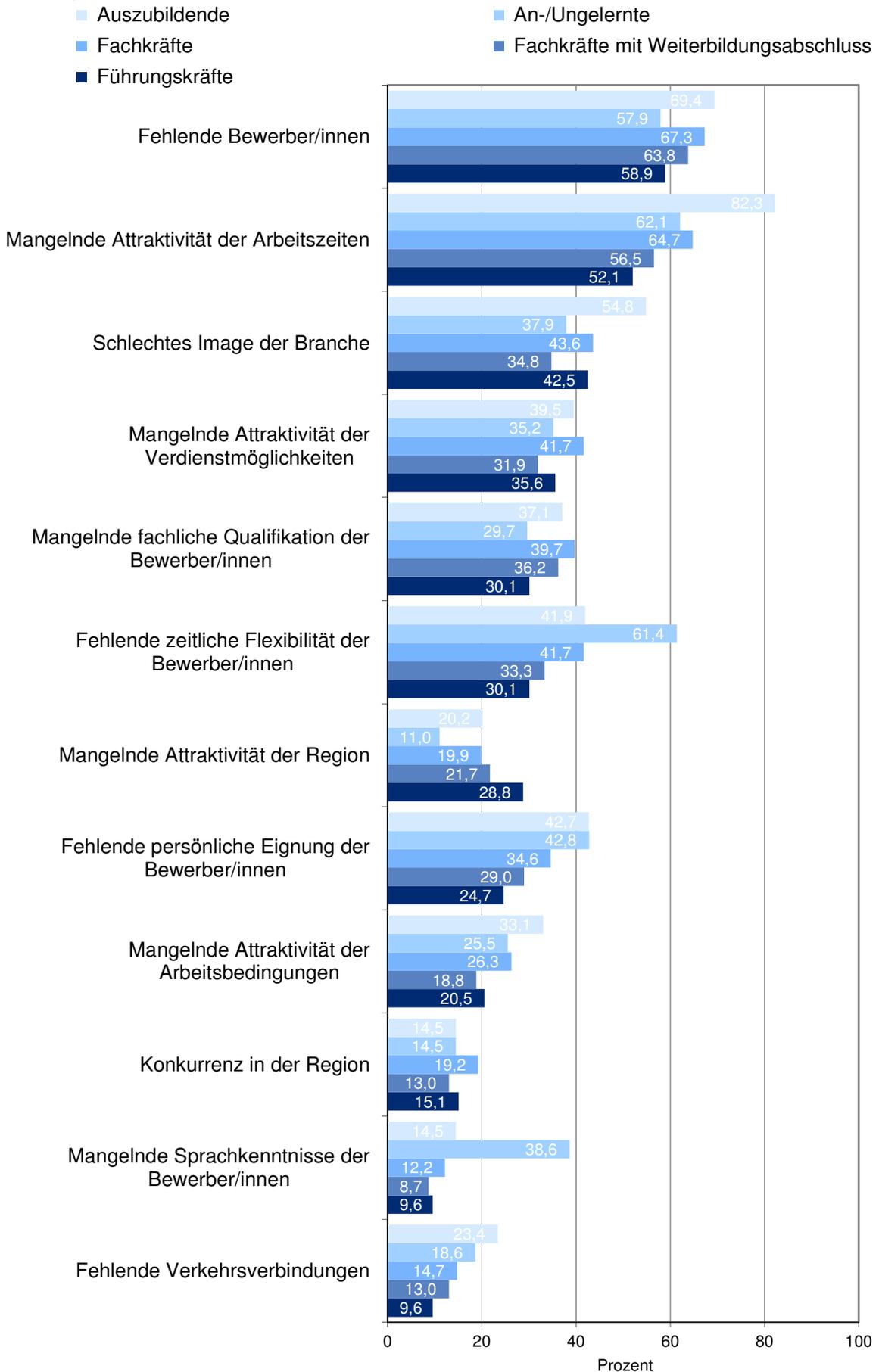
Geht es um die fehlende persönliche Eignung der Bewerberinnen und Bewerber, wird auch dies vor allem im Hinblick auf die Besetzung von Stellen für An- und Ungelernte sowie von Ausbildungsstellen gesehen. Jeweils 43% nennen diesen Grund, wenn es um diese beiden Positionen geht. Bei den übrigen Positionen spielt die fehlende persönliche Eignung eine geringere Rolle.

Ein Drittel der Unternehmen sieht in der mangelnden Attraktivität der Arbeitsbedingungen einen Grund für die Schwierigkeiten bei der Besetzung von Ausbildungsstellen. Betrachtet man nur Stellen für An- und Ungelernte oder für Fachkräfte, gibt sogar ein Viertel der Unternehmen diesen Grund für Besetzungsschwierigkeiten an. Mangelnde Attraktivität der Region wiederum spielt vor allem dann eine Rolle, wenn es um die Besetzung von Stellen für Führungskräfte geht. 29% der Befragten nennen diesen Grund. Geht es um die übrigen Positionen, ist der Anteil deutlich geringer.

Konkurrenz in der Region spielt für alle Positionen eine ähnliche Rolle, ist aber von relativ geringer Bedeutung. Der höchste Anteil der Nennungen ergibt sich hier im Hinblick auf Fachkräfte. Auch fehlende Verkehrsverbindungen sind nur für einen geringen Anteil von Unternehmen ein Grund dafür, dass Stellen nicht besetzt werden können. Am häufigsten ist dies noch der Fall, wenn es um die Besetzung von Ausbildungsstellen geht. Hier ist es fast ein Viertel der Unternehmen, die diesen Grund nennen.

Mangelnde Sprachkenntnisse der Bewerberinnen und Bewerber spielen vor allem dann eine Rolle, wenn es um die Besetzung von Stellen für An- und Ungelernte geht. 39% sehen dies als einen Grund dafür an, warum solche Stellen nicht besetzt werden können. Bei allen anderen Positionen wird dieser Grund sehr viel seltener genannt.

Abbildung 29: Gründe, warum Stellen nicht besetzt werden konnten



Die Gründe für die Besetzungsschwierigkeiten von Stellen sind größtenteils von der Unternehmensgröße abhängig. Unternehmen mit mehr als fünf Beschäftigten geben Probleme häufiger an als kleinere Unternehmen. Da sie häufiger offene Stellen zu besetzen haben und auch in Zukunft eher und mehr offene Stellen erwarten, überrascht dieses Ergebnis nicht.

Nachdem zunächst der Umfang des wahrgenommenen Fachkräftemangels in der Tourismuswirtschaft erfasst wurde, wurde den Unternehmen sowie den Institutionen eine Liste von 17 verschiedenen Maßnahmen vorgelegt. Dazu sollten die Befragten angeben, wie wichtig diese aus ihrer Sicht für die Bekämpfung des Fachkräftemangels sind. Die Angaben der Unternehmen sind in der folgenden Abbildung 30 dargestellt. Ausgewiesen werden jeweils die Mittelwerte der vierstufigen Skala von 1 für „unwichtig“ bis 4 für „sehr wichtig“.

Die wichtigste Maßnahme gegen den Fachkräftemangel sehen die Unternehmen in der Schaffung eines guten Betriebsklimas. Auf der vierstufigen Skala wird hier ein Wert von 3,7 erreicht. Mit einem Mittelwert von 3,2 folgen die Ausbildung im eigenen Betrieb sowie die Weiterbildung bzw. Qualifizierung im eigenen Betrieb.

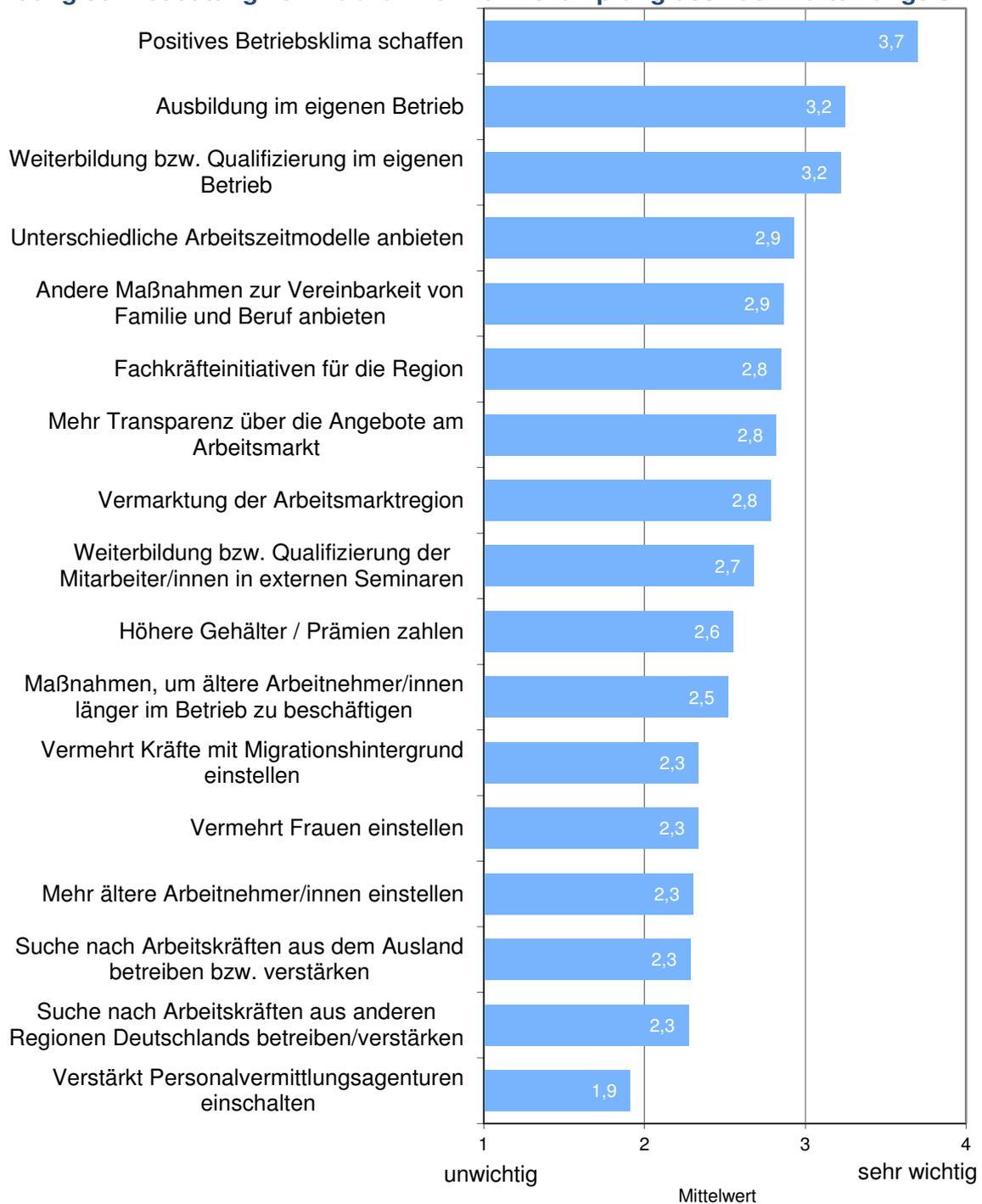
Das Angebot unterschiedlicher Arbeitszeitmodelle und andere Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf erreichen einen Mittelwert von 2,9. Es folgen Fachkräfteinitiativen für die Region, die Schaffung von mehr Transparenz für den Arbeitsmarkt und die Vermarktung der Arbeitsmarktregion, für die sich jeweils ein Mittelwert von 2,8 ergibt. Weiterbildung bzw. Qualifizierung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in externen Seminaren und die Zahlung höherer Gehälter und Prämien erhalten im Mittel einen Wert von 2,7 bzw. 2,6.

Das Ergreifen von Maßnahmen, um ältere Beschäftigte länger im Betrieb zu halten, die vermehrte Rekrutierung von Arbeitskräften mit Migrationshintergrund, von Frauen oder älteren Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern sowie die Ausweitung des Radius bei der Suche nach Arbeitskräften erhalten deutlich geringere Zustimmung. Am seltensten halten die Unternehmen die verstärkte Einschaltung von Personalagenturen für eine wichtige Maßnahme gegen den Fachkräftemangel.

Die Unternehmen unterscheiden sich in ihrer Bewertung der Maßnahmen nur in einzelnen Aspekten. Die wichtigsten Maßnahmen werden von den Unternehmen unterschiedlicher Bereiche oder unterschiedlicher Größe sehr ähnlich bewertet. Unterschiede zwischen Unternehmen verschiedener Größe ergeben sich hinsichtlich der Bewertung der Schaffung von Fachkräfteinitiativen in der Region und der Vermarktung der Arbeitsmarktregion. Unternehmen mit 10 bis unter 50 Beschäftigten finden diese Maßnahmen wichtiger als kleinere oder größere Unternehmen. Wenn es um die verstärkte Rekrutierung von Arbeitskräften aus anderen Regionen oder aus dem Ausland geht, sind es die Unternehmen mit 10 Beschäftigten und mehr, die diese Maßnahmen häufiger als wichtig erachten. Unterschiede zwischen Unternehmen in den vier Regionen ergeben sich nicht.

Insgesamt zeigt sich unter den befragten Institutionen eine ähnliche Einschätzung der verschiedenen Maßnahmen zur Bekämpfung des Fachkräftemangels. An erster Stelle steht für sie jedoch die Ausbildung im eigenen Betrieb, die von sieben der acht Institutionen als sehr wichtig eingestuft wird. Es folgt die Qualifizierung im eigenen Betrieb, die von sechs der acht Institutionen als sehr wichtig betrachtet wird. Ein positives Betriebsklima sowie Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf erachten jeweils vier Institutionen als sehr wichtig und weitere drei als wichtig. Alle anderen zur Auswahl gestellten Maßnahmen sind für die Institutionen von deutlich geringerer Bedeutung.

Abbildung 30: Bedeutung von Maßnahmen zur Bekämpfung des Fachkräftemangels

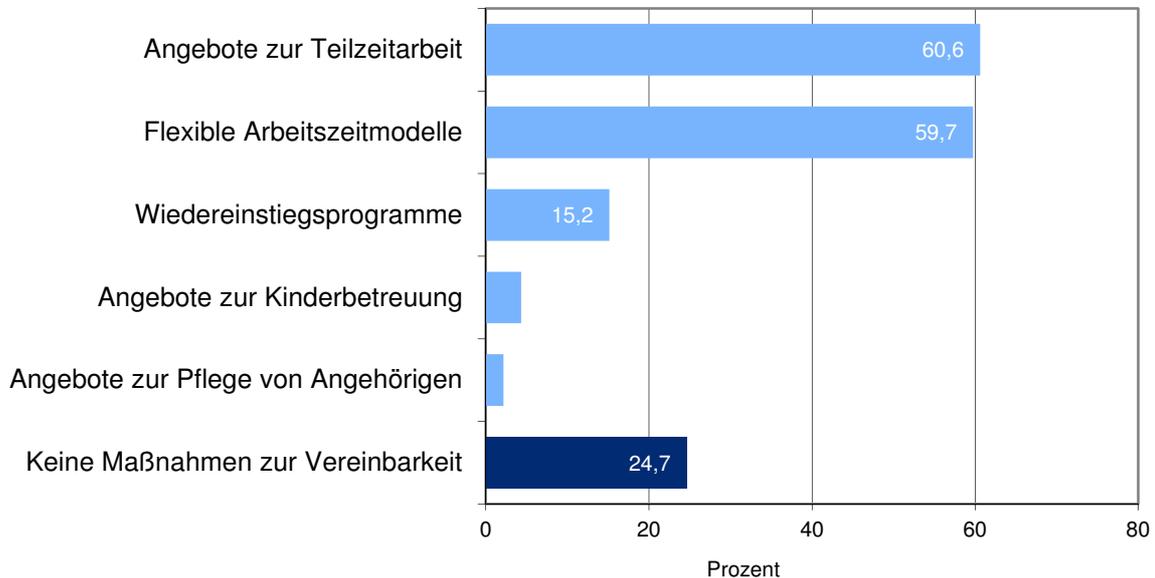


Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf werden von 17% der Unternehmen als sehr wichtig und von 59% als wichtig betrachtet, um den Fachkräftemangel zu bekämpfen. Ein Viertel der Unternehmen macht allerdings keine Angebote zur Vereinbarkeit (Abbildung 31). Unter den Unternehmen mit bis zu fünf Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ist dieser Anteil noch größer.

Jeweils etwa 60% der Unternehmen eröffnen den Beschäftigten jedoch das Angebot flexibler Arbeitszeiten oder Teilzeitarbeit. 15% bieten Wiedereinstiegsprogramme an. Flexible Arbeitszeiten werden dabei häufiger von Unternehmen mit mehr als fünf Beschäftigten angeboten. Im Hinblick auf Teilzeitarbeit und Wiedereinstiegsprogramme sind es Unternehmen mit mehr als 10 Beschäftigten, die solche Angebote häufiger machen.

Sowohl Angebote zur Kinderbetreuung als auch zur Pflege von Angehörigen bieten nicht einmal 5% der Unternehmen. Hierbei finden sich keine Unterschiede zwischen Unternehmen verschiedener Größe.

Abbildung 31: Angebote zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf in den Unternehmen



4.2 Rekrutierungswege der Unternehmen und Informationsquellen der Auszubildenden über freie Stellen und Berufe

Auf welchen Wegen suchen Unternehmen neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und auf welchen Wegen informieren sich die Auszubildenden über freie Stellen? Beiden Gruppen wurde hierzu eine Liste vorgelegt. Die folgende Abbildung 32 zeigt die entsprechenden Angaben.

Für die Unternehmen sind persönliche Beziehungen bei der Rekrutierung von neuem Personal demnach am wichtigsten. Mehr als die Hälfte der Unternehmen hat angegeben, dass sie bei der Suche nach neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern diese Beziehungen nutzt. Der Anteil unter den Auszubildenden, der auf der Suche nach einer Stelle Freunde und Bekannte anspricht, ist fast ebenso hoch. Allerdings sind persönliche Beziehungen für die Auszubildenden nicht die am häufigsten genutzte Informationsquelle. An erster Stelle steht für sie das Internet (87%). Die Unternehmen nutzen diesen Rekrutierungsweg nur zu etwas mehr als einem Drittel.

An zweiter Stelle steht für die Auszubildenden die Agentur für Arbeit. Mehr als zwei Drittel von ihnen wenden sich bei der Suche nach einer Arbeitsstelle an diese Institution. Auf Arbeitgeberseite sind es nur 44%.

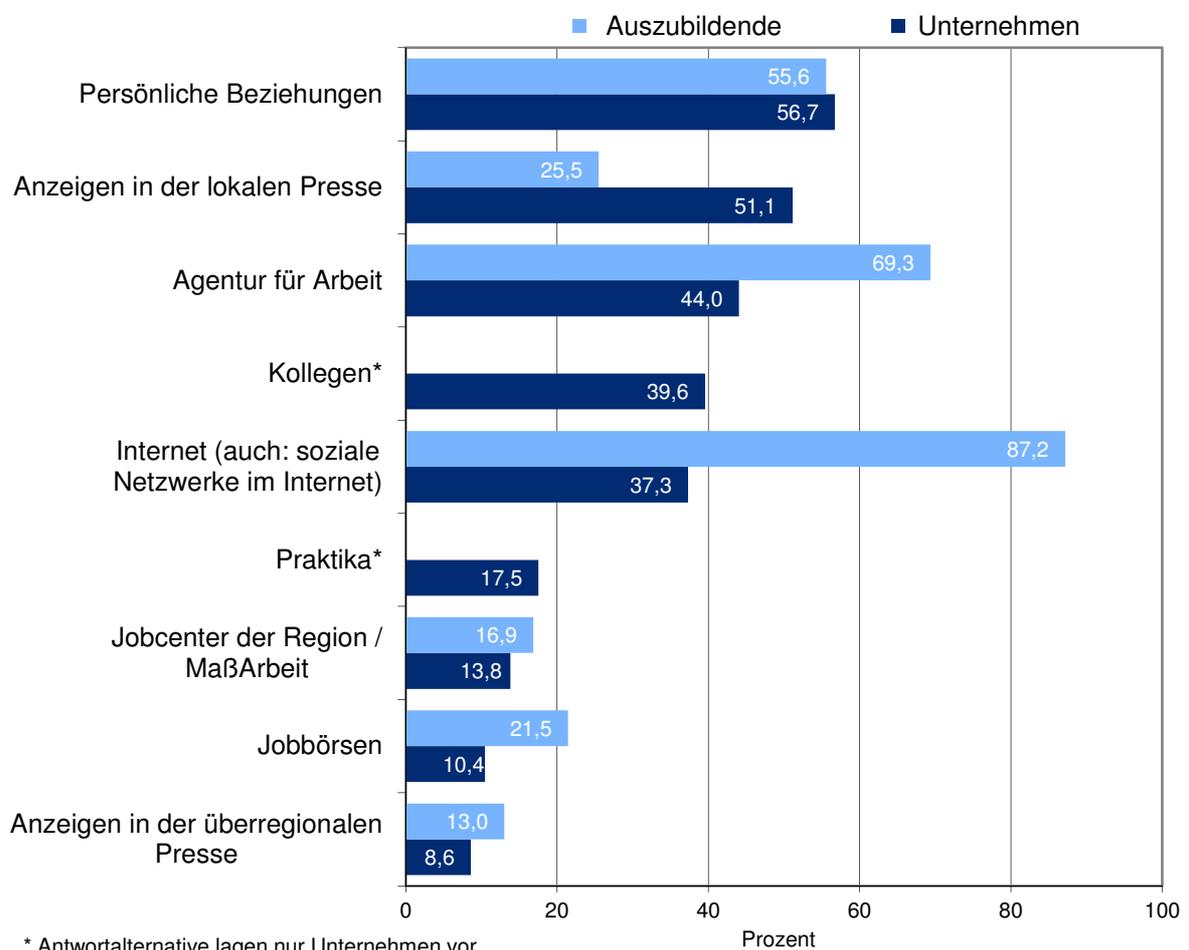
Für die Unternehmen stehen an zweiter Stelle Anzeigen in der lokalen Presse. Etwas mehr als die Hälfte von ihnen gibt dies als Rekrutierungsweg an. Lokale Presseanzeigen werden aber nur von einem Viertel der Auszubildenden als Informationsquelle über freie Stellen genutzt. Geht es um Anzeigen in der überregionalen Presse, die sowohl von den Unternehmen als auch von den Auszubildenden in sehr viel geringerem Maße genutzt werden, ergibt sich ein umgekehrtes Bild.

Kolleginnen und Kollegen sind für Unternehmen weitere wichtige Ansprechpersonen bei der Personalsuche. An sie wendet sich mehr als ein Drittel, wenn Mitarbeiterinnen bzw. Mitarbeiter gesucht werden. Von allen übrigen Rekrutierungswegen bzw. Informationsquellen machen deutlich weniger Unternehmen und Auszubildende Gebrauch.

Im Hinblick auf Jobbörsen ergeben sich noch einmal deutliche Unterschiede zwischen Unternehmen und Auszubildenden. Mehr als ein Fünftel der Auszubildenden informiert sich über Jobbörsen, aber nur 10% der Unternehmen, die sich an der Befragung beteiligt haben, suchen über diesen Weg nach Personal.

Patenschaften mit Schulen, Berufsverbände, Hochschulkontakte oder die Einschaltung von Personalberatungen oder Headhuntern spielen für weniger als 5% der Unternehmen eine Rolle, wenn es um die Rekrutierung von Personal geht.

Abbildung 32: Rekrutierungswege von Unternehmen und Informationsquellen von Auszubildenden über freie Stellen



Die befragten Institutionen sehen in der Mehrheit Anzeigen in der lokalen Presse als den zentralen Rekrutierungsweg der Unternehmen. Es folgen das Internet, die Agentur für Arbeit sowie Praktika.

Unternehmen, die ihre Auswahl aus einer Liste von insgesamt 13 unterschiedlichen Rekrutierungswegen machen konnten, nutzen im Durchschnitt ebenfalls 2,9 verschiedene Wege. Unternehmen im Beherbergungsgewerbe nutzen durchschnittlich drei Rekrutierungsquellen, unter den Hotels sind es sogar 3,7. Im Gastronomiebereich werden im Durchschnitt lediglich 2,7 verschiedene Wege der Rekrutierung neuer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschränkt.

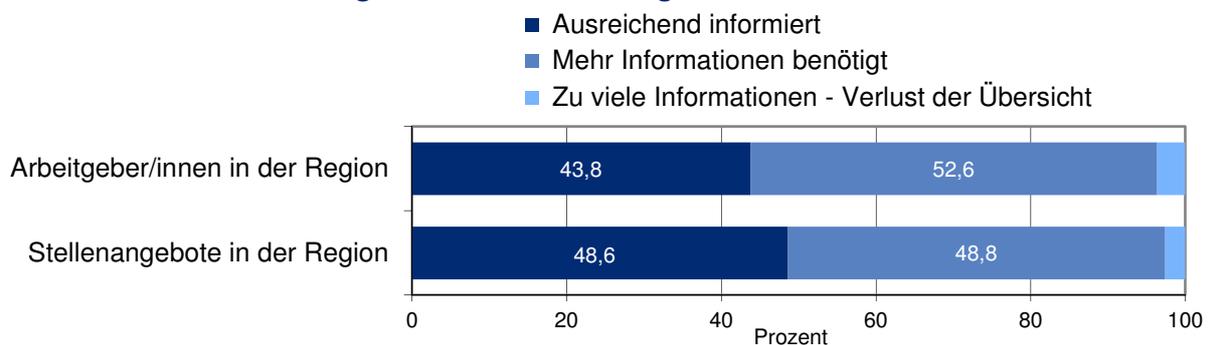
Zugleich zeigen sich Unterschiede zwischen Unternehmen verschiedener Größe. Je mehr Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein Unternehmen beschäftigt, desto mehr Wege werden beschritten, um neues Personal zu finden.

Die befragten Institutionen unterstützen die Unternehmen teilweise bei der Suche nach Arbeitskräften. Jeweils drei der Institutionen nennen hierzu die Veranstaltung von Messen, Jobbörsen oder Informationsveranstaltungen sowie die Errichtung von Internetplattformen. Jeweils zwei der Institutionen bieten Qualifizierungsangebote für die Beschäftigten oder Beratungsangebote im Bereich der Personalentwicklung an. Ebenfalls zwei Institutionen arbeiten an der Entwicklung einer Vermarktungsstrategie für die Branche.

Die Auszubildenden wurden in einer weiteren Frage gebeten, ihren Informationsbedarf zu offenen Stellen und Arbeitgeberinnen und Arbeitgebern in der Region anzugeben, bei denen sie arbeiten könnten. Abbildung 33 zeigt die Ergebnisse hierzu.

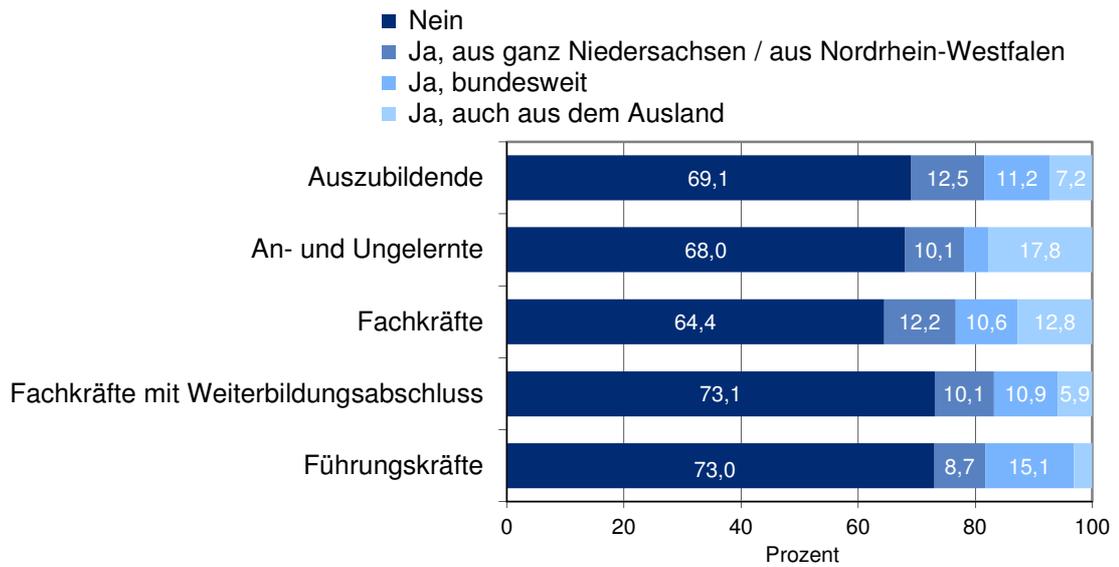
Demnach fühlt sich knapp die Hälfte ausreichend über Stellenangebote in der Region informiert und 44% geben an, dass sie ausreichend über potenzielle Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber in der Region informiert sind. Etwas mehr als die Hälfte wünscht sich hierzu mehr Informationen. Im Hinblick auf Stellenangebote ist es knapp die Hälfte. Dass Auszubildende zu viele Informationen haben und daher den Überblick verloren haben, ist sehr selten. Auszubildende aus den verschiedenen Regionen, die sich an der Befragung beteiligt haben, unterscheiden sich hierbei nicht.

Abbildung 33: Informationsbedarf von Auszubildenden im Hinblick auf offene Stellen und Arbeitgeber/innen in der Region



Unternehmen wurden nach dem Radius gefragt, in dem sie nach passenden Bewerberinnen und Bewerbern suchen. Wie Abbildung 34 deutlich macht, rekrutiert nur eine Minderheit der Unternehmen Personal aus anderen Regionen. Jedes achte Unternehmen weitet die Suche nach Fachkräften auf ganz Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen aus. Bei den anderen Positionen sind es noch weniger. Im Ausland werden insbesondere an- und ungelernte Kräfte gesucht. 18% der Unternehmen geben dies an. Eine bundesweite Suche findet am häufigsten statt, wenn es um die Rekrutierung von Führungskräften geht. 15% der Unternehmen weiten ihre Suche in diesem Fall auf das gesamte Bundesgebiet aus.

Abbildung 34: Rekrutierung von Bewerber/innen aus anderen Regionen



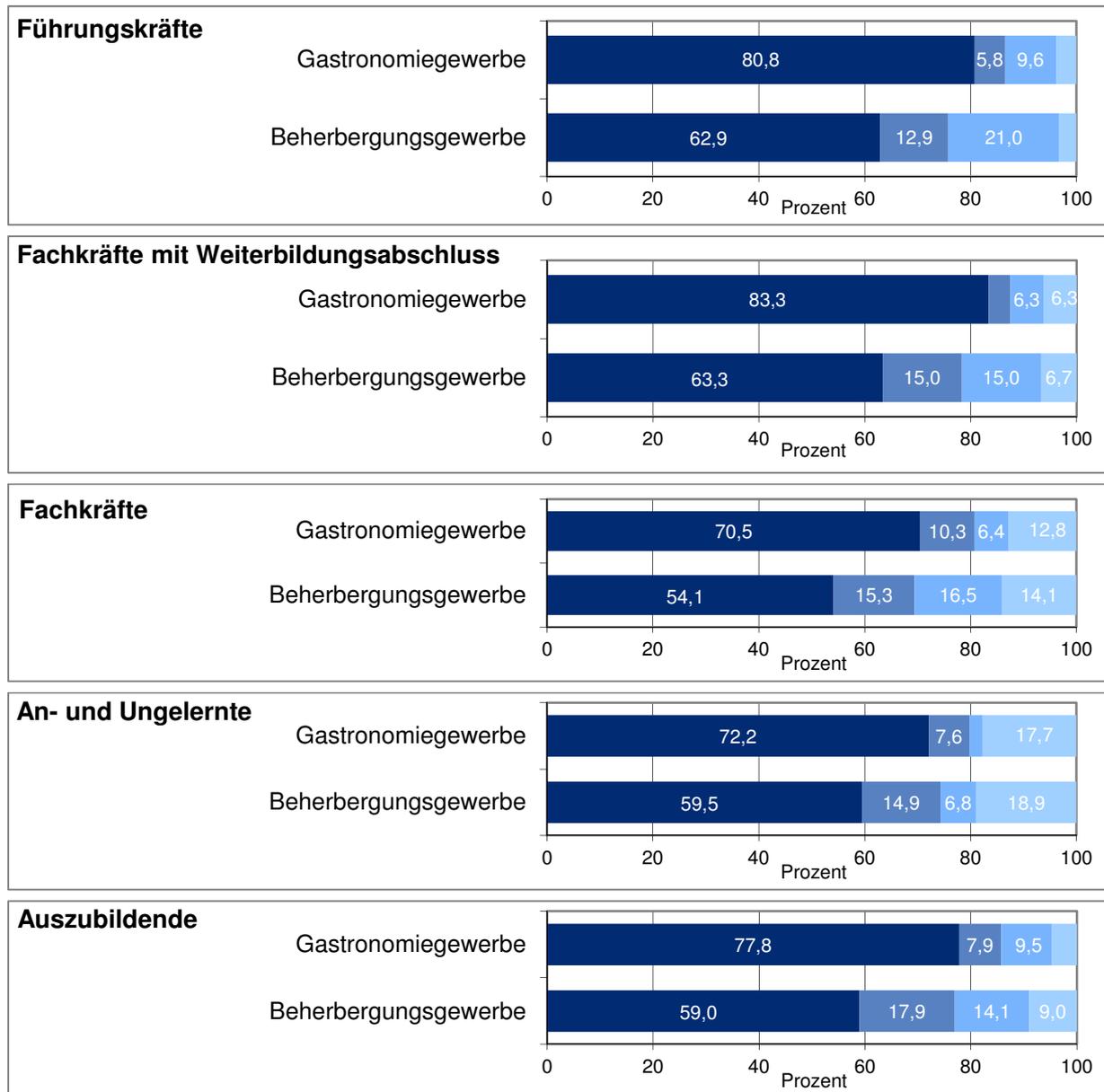
Auch die befragten Institutionen nehmen nur selten wahr, dass Unternehmen ihre Personalsuche auf Bereiche außerhalb der eigenen Region ausdehnen.

Das Suchverhalten der Unternehmen unterscheidet sich dabei in den beiden Bereichen des Beherbergungs- und Gastronomiegewerbes durchaus. Wie Abbildung 35 deutlich macht, ist der Radius der Suche im Beherbergungsbereich deutlich größer als in der Gastronomie. Beherbergungsbetriebe suchen häufiger in gesamt Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen sowie bundesweit. Im Hinblick auf die Rekrutierung von Arbeitskräften aus dem Ausland bestehen jedoch geringe Unterschiede.

49 Unternehmen haben Angaben dazu gemacht, in welchen Ländern sie nach Personal suchen. Die am häufigsten genannten Länder sind dabei Balkanstaaten, Polen sowie Spanien.

Abbildung 35: Rekrutierung von Bewerber/innen aus anderen Regionen im Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe

- Nein
- Ja, aus ganz Niedersachsen / aus Nordrhein-Westfalen
- Ja, bundesweit
- Ja, auch aus dem Ausland

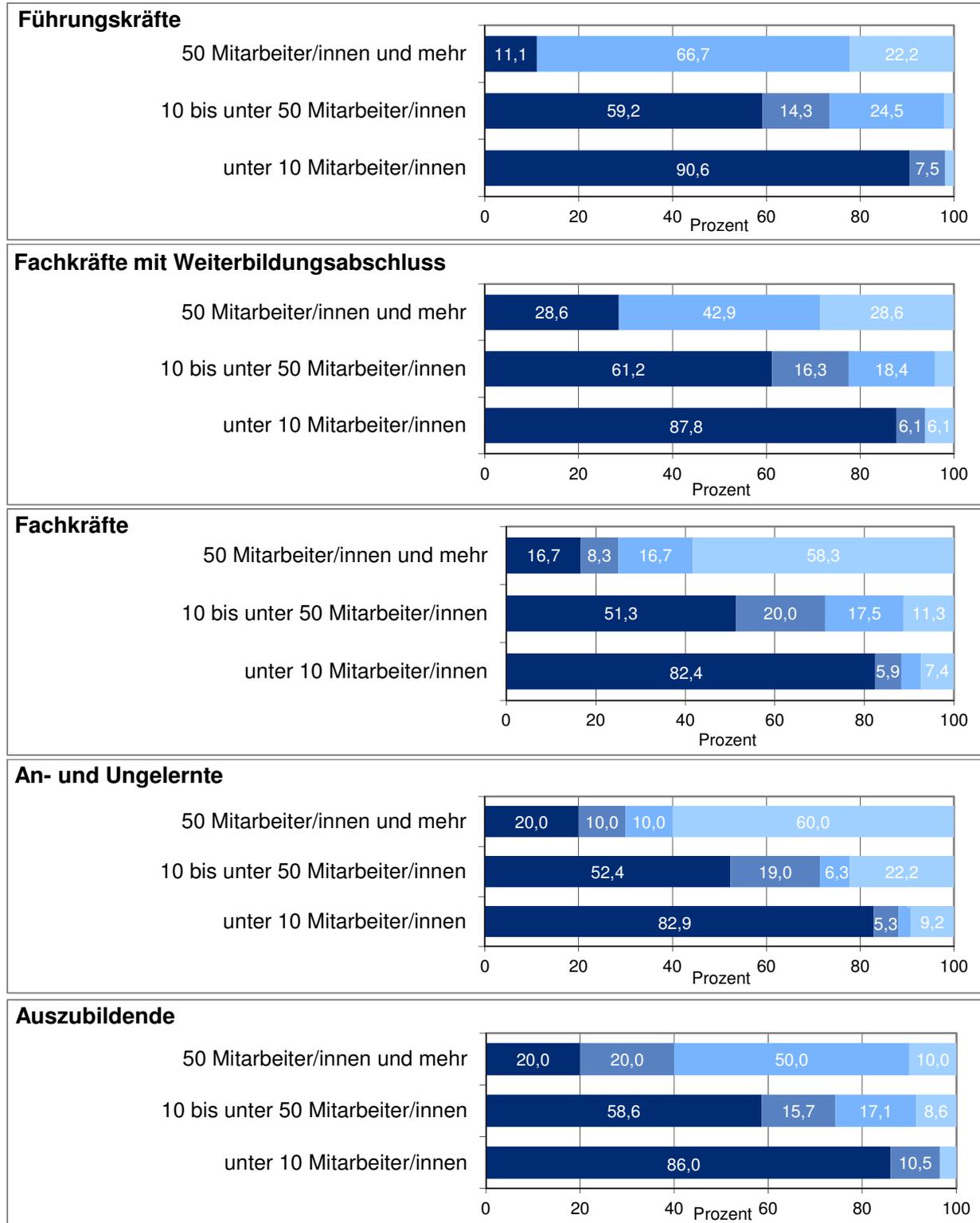


Betrachtet man den Radius der Unternehmen verschiedener Größe, so zeigen sich noch größere Unterschiede (Abbildung 36).¹⁰ Grundsätzlich ist festzustellen, dass die Unternehmen mit zunehmender Größe den Radius ausdehnen, in dem sie nach Bewerberinnen und Bewerbern suchen. Dies gilt für alle unterschiedenen Positionen. Unternehmen mit mehr als 50 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern rekrutieren besonders häufig auch im Ausland.

¹⁰ Da sich Unternehmen mit bis zu fünf Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und Unternehmen mit sechs bis unter 10 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern kaum voneinander unterscheiden, wurden diese beiden Gruppen zusammengefasst. Die Gruppe der Unternehmen mit 50 und mehr Beschäftigten ist zu klein, um weitere Differenzierungen vornehmen zu können.

Abbildung 36: Rekrutierung von Bewerber/innen aus anderen Regionen nach Größe des Unternehmens¹⁰

- Nein
- Ja, aus ganz Niedersachsen / aus Nordrhein-Westfalen
- Ja, bundesweit
- Ja, auch aus dem Ausland



Wo sehen die Unternehmen und die Institutionen die Verantwortung, wenn es um die verschiedenen Aspekte der Rekrutierung von Arbeitskräften aus dem Ausland geht? Die Antworten der Unternehmen zu dieser Frage sind in Abbildung 37 dargestellt.

Geht es um die Anwerbung, sehen die Unternehmen sich selbst wie die öffentliche Hand gleichermaßen in der Verantwortung. Bei der Auswahl der Bewerberinnen und Bewerber sieht dies die große Mehrzahl der befragten Unternehmen als ihre eigene Aufgabe an.

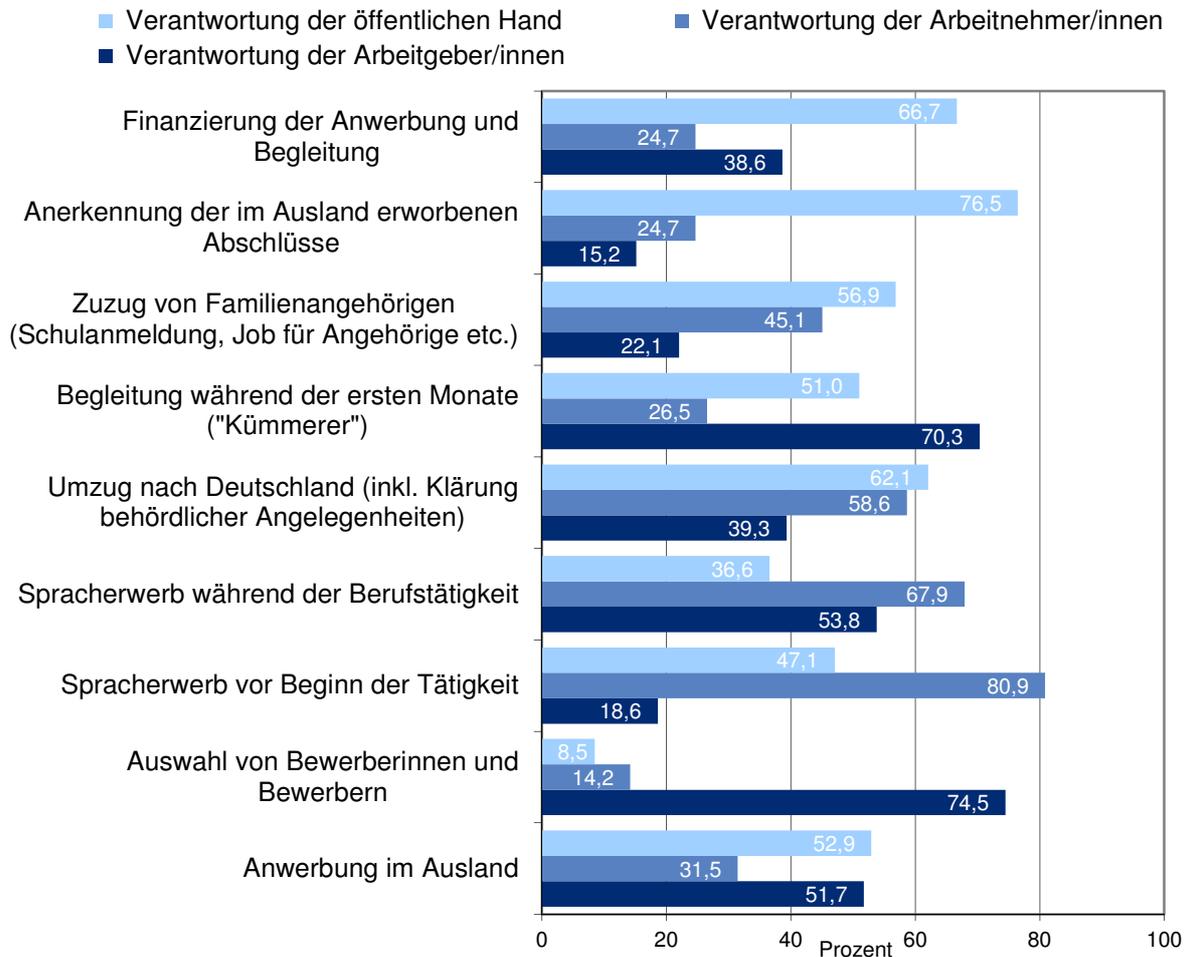
Für den Spracherwerb vor Beginn der Tätigkeit und während der Berufstätigkeit müssen die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer aus Sicht der meisten Unternehmen selbst sorgen. 81% sehen die Verantwortung für den Spracherwerb vor Beginn der Tätigkeit bei den Bewerberinnen und Bewerbern und zwei Drittel sind dieser Ansicht, wenn es um den Spracherwerb nach Aufnahme der Beschäftigung geht. Mehr als die Hälfte sieht in diesem Punkt aber auch eine eigene Verantwortlichkeit.

Für eine Begleitung während der ersten Monate sehen sich die Unternehmen dagegen wieder hauptsächlich selbst zuständig. 70% geben dies an. Mehr als die Hälfte ist jedoch auch der Meinung, dass sich die öffentliche Hand um eine solche Begleitung kümmern sollte.

Die Verantwortlichkeit für den Zuzug von Familienangehörigen, die Anerkennung der im Ausland erworbenen Abschlüsse sowie die Finanzierung von Anwerbung und Begleitung sehen die Unternehmen vor allem bei der öffentlichen Hand.

Geht es um den Umzug nach Deutschland und die Klärung der dazu notwendigen behördlichen Angelegenheiten, sehen die Unternehmen hauptsächlich die öffentliche Hand und die Arbeitnehmer selbst als die Verantwortlichen. Dies sind jeweils deutlich mehr als die Hälfte.

Abbildung 37: Verantwortlichkeit für Aspekte der Rekrutierung von Bewerber/innen aus dem Ausland aus Sicht der Unternehmen



4.3 Vorstellungen der Auszubildenden über das (zukünftige) Berufsleben

Die Auszubildenden wurden zu ihren Einstellungen und Vorstellungen zu ihrem Berufsleben gefragt. Zunächst sollten sie angeben, aus welchen Gründen sie ihren Ausbildungsberuf gewählt haben. In Abbildung 38 sind die entsprechenden Ergebnisse dargestellt.

Demnach stellt der ausgewählte Ausbildungsberuf für mehr als die Hälfte der Auszubildenden den Wunschberuf dar. Alle anderen Gründe sind von deutlich geringerer Bedeutung. Besonders häufig haben Auszubildende zu Köchinnen und Köchen ihren Wunschberuf gefunden. Zwei Drittel von ihnen haben dies angegeben, unter den unter 18-Jährigen sind es sogar drei Viertel. In der Gruppe der Auszubildenden zur Fachkraft für Systemgastronomie ist der Anteil dagegen mit 27% am geringsten.

Für ein knappes Drittel spielt die Erreichbarkeit des Ausbildungsbetriebes eine wichtige Rolle bei der Berufswahl. Sie ist für 46% der unter 18-Jährigen von Bedeutung, für 30% der 18- bis unter 25-Jährigen, aber nur für 14% der 25-Jährigen und Älteren. Der Wohnort oder der Ausbildungsort der Auszubildenden spielt dagegen keine Rolle.

Ein Viertel der Auszubildenden gibt an, den Beruf gewählt zu haben, weil der Arbeitgeber einen guten Ruf hat. Etwas mehr als ein Fünftel hat sich u.a. deshalb für den Beruf entschieden, weil sie am Ort bleiben konnten. 17% geben an, dass bei der Berufswahl eine Rolle gespielt hat, dass sie nach der Ausbildung wahrscheinlich übernommen werden und 15%

haben keinen anderen Ausbildungsplatz gefunden. Unterschiede zwischen verschiedenen Ausbildungsberufen oder verschiedenen Altersgruppen finden sich hier nicht. Auch Wohn- oder Ausbildungsort spielen keine Rolle.

Alle übrigen Gründe, bei denen es hauptsächlich darum geht, dass Dritte den Beruf empfohlen haben, sind nur für einen geringen Anteil der Befragten von Bedeutung und werden von weniger als 10% der Auszubildenden genannt. Multivariate Analysen zeigen jedoch, dass bei einzelnen Empfehlungen Unterschiede zwischen verschiedenen Gruppen bestehen. So wurde Auszubildenden ohne Hauptschulabschluss und solchen mit Hauptschulabschluss der Ausbildungsberuf deutlich häufiger von Lehrerinnen oder Lehrern empfohlen als Auszubildenden mit höheren Abschlüssen. Der Anteil liegt aber auch in dieser Gruppe lediglich bei 13%. Empfehlungen der Berufsberatung sind unter 18-Jährige deutlich häufiger gefolgt als ältere Auszubildende. Der Anteil in dieser Gruppe liegt bei 11%. Dies ist jedoch unabhängig vom höchsten Schulabschluss.

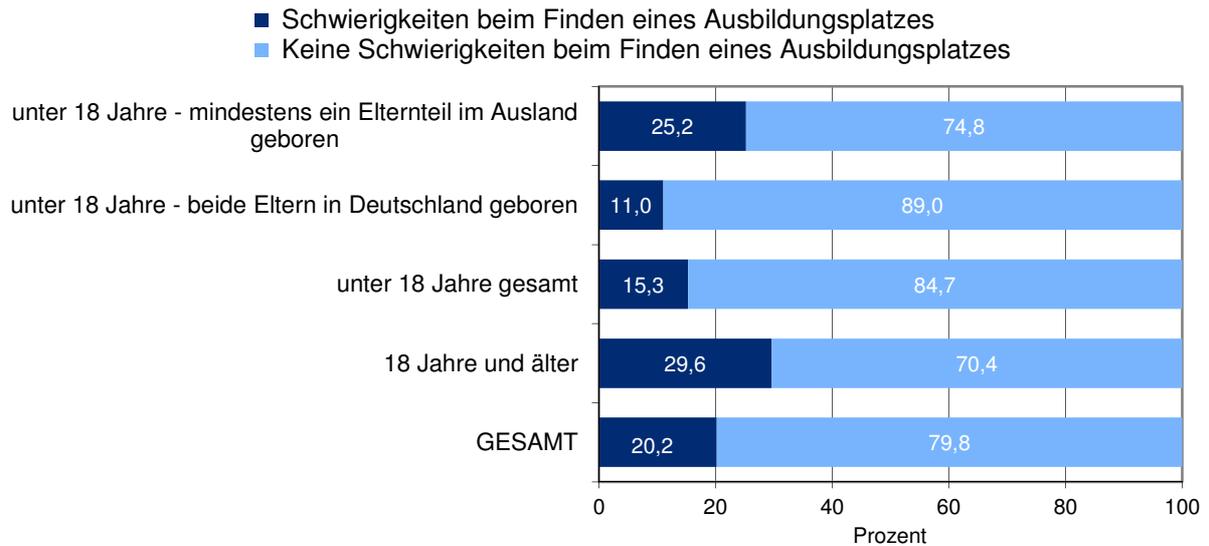
Abbildung 38: Gründe für die Wahl des Ausbildungsberufs



Nur eine Minderheit der Auszubildenden hatte nach eigenen Angaben Schwierigkeiten einen Ausbildungsplatz zu finden. Bei einem Fünftel der befragten Auszubildenden war dies der Fall. Entsprechend konnten 80% ihren Ausbildungsplatz ohne Schwierigkeiten finden (Abbildung 39). Hierbei ergeben sich Unterschiede je nach Alter der Befragten. Unter 18-Jährige haben nur zu 15% angegeben, dass es schwer war, einen Ausbildungsplatz zu finden, in der Gruppe der Älteren ist der Anteil doppelt so hoch.

Innerhalb der Gruppe der unter 18-Jährigen ergeben sich noch einmal Unterschiede je nach Geburtsort der Eltern. Nur 11% der Auszubildenden dieser Altersgruppe, deren Eltern beide in Deutschland geboren sind, hatten Schwierigkeiten, einen Ausbildungsplatz zu finden. Demgegenüber steht ein Viertel der Auszubildenden unter 18 Jahren, deren Eltern im Ausland geboren sind, die Schwierigkeiten beim Finden eines Ausbildungsplatzes hatten.

Abbildung 39: Schwierigkeiten beim Finden des Ausbildungsplatzes



Die Befragten sind größtenteils zufrieden mit ihrem Ausbildungsverhältnis. Auf einer Skala von 1 für „sehr zufrieden“ bis 6 für „sehr unzufrieden“ sollten sie angeben, wie hoch ihre Zufriedenheit mit der Ausbildung ist. Im Mittel liegt die Zufriedenheit bei 2,7. Die Zufriedenheit hängt in erster Linie damit zusammen, aus welchen Gründen ein Ausbildungsberuf gewählt wurde. Auszubildende, die angeben, dass sie keinen anderen Ausbildungsplatz gefunden haben, erreichen auf der Zufriedenheitsskala im Durchschnitt lediglich einen Wert von 3,4. Bei Auszubildenden, die in ihrem Wunschberuf arbeiten, liegt der Mittelwert bei 2,5. Kommt hinzu, dass der Arbeitgeber einen guten Ruf hat, liegt der Wert im Mittel noch höher.

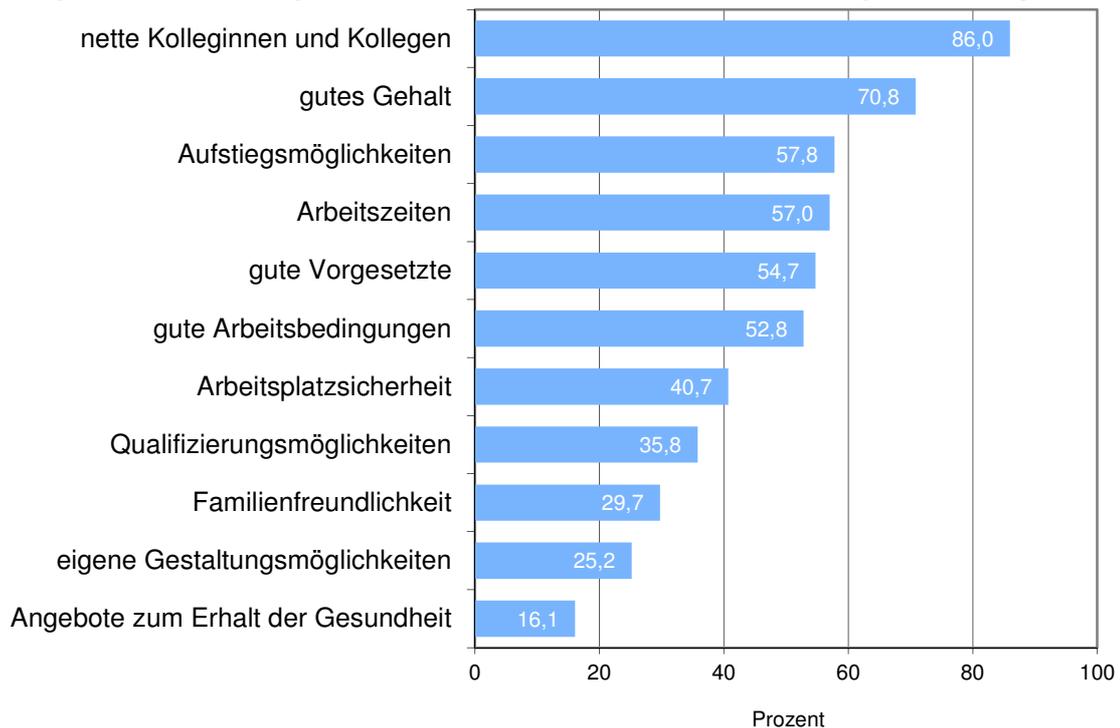
Welche Aspekte eines zukünftigen Arbeitsplatzes sind den Auszubildenden besonders wichtig? Abbildung 40 zeigt die entsprechenden Angaben. An erster Stelle steht demnach ein Arbeitsplatz mit netten Kolleginnen und Kollegen. 86% der Auszubildenden wünschen sich dies für ihren zukünftigen Arbeitsplatz. An zweiter Stelle steht mit 71% der Nennungen ein gutes Gehalt. Beide Aspekte sind generell von Bedeutung. Hier ergeben sich keine Unterschiede zwischen verschiedenen Berufsgruppen oder Auszubildenden mit unterschiedlichem Hintergrund.

Aufstiegsmöglichkeiten, Arbeitszeiten, gute Vorgesetzte und gute Arbeitsbedingungen sind für jeweils mehr als die Hälfte der befragten Auszubildenden wichtige Aspekte eines zukünftigen Arbeitsplatzes. Bei diesen Aspekten zeigen sich teilweise Unterschiede zwischen verschiedenen Gruppen. So sind Aufstiegsmöglichkeiten vor allem für Fachkräfte in der Systemgastronomie ein wichtiger Aspekt. Köchinnen und Köche betrachten Aufstiegsmöglichkeiten dagegen am seltensten als wichtig. Gute Vorgesetzte und gute Arbeitsbedingungen sind für Auszubildende ohne Migrationshintergrund von größerer Bedeutung.

Arbeitsplatzsicherheit ist nur noch für 41% der befragten Auszubildenden ein wichtiges Kriterium und Qualifizierungsmöglichkeiten für etwas mehr als ein Drittel. Für beide Aspekte ergeben sich keine Unterschiede zwischen verschiedenen Gruppen.

30% der Auszubildenden sehen in der Familienfreundlichkeit einen wichtigen Aspekt. Insbesondere weibliche Auszubildende legen hierauf besonderen Wert. Eigene Gestaltungsmöglichkeiten sind noch für ein Viertel der Befragten von Bedeutung, wenn es um den zukünftigen Arbeitsplatz geht. Auch dieses Kriterium ist vor allem für diejenigen von Bedeutung, die zu Hause Deutsch sprechen. Die geringste Bedeutung kommt Angeboten zum Erhalt der Gesundheit zu. Dieser Aspekt wird nur von 16% der Auszubildenden genannt.

Abbildung 40: Anforderungen der Auszubildenden an den zukünftigen Arbeitsplatz



Wenn es um die beruflichen Ziele nach Abschluss der Ausbildung geht, zeigt sich folgendes Bild (Abbildung 41). Knapp 30% der Auszubildenden möchten im erlernten Beruf bleiben. Unter denjenigen, die eine Ausbildung in ihrem Wunschberuf absolvieren, liegt der Anteil sogar bei 41%. Wenn es sich nicht um den Wunschberuf handelt, sind es lediglich 15%. In dieser Gruppe, die nicht in ihrem Wunschberuf ausgebildet wird, zeigen sich signifikante Differenzen zwischen verschiedenen Ausbildungsberufen. So möchten 30% der zukünftigen Köchinnen und Köche weiter in ihrem erlernten Beruf arbeiten, auch wenn es nicht der Wunschberuf war. In den übrigen Ausbildungsberufen möchte nur jede bzw. jeder zehnte Auszubildende in diesem Fall weiter im erlernten Beruf arbeiten.

Etwas mehr als ein Viertel der Auszubildenden möchte sich nach Abschluss der Ausbildung selbstständig machen. Unter denjenigen, die ihre Ausbildung in der Stadt Osnabrück absolvieren, liegt der Anteil sogar bei 41%. Unter den Befragten, die ihre Ausbildung in den Landkreisen machen, sind es 22%. In dieser Gruppe sind es vor allem die jungen Männer, die planen, sich nach Abschluss der Ausbildung selbstständig zu machen. 30% der männlichen Befragten in den Landkreisen planen eine Selbstständigkeit, aber nur 15% der weiblichen. Unterschiede zwischen verschiedenen Berufsgruppen ergeben sich hier nicht.

Ein Viertel der befragten Auszubildenden hat noch keine konkreten beruflichen Pläne für die Zeit nach Ausbildungsabschluss. Die größte Unsicherheit findet sich dabei in der Gruppe derjenigen, die nicht in ihrem Wunschberuf ausgebildet werden, die jedoch bei einem Arbeitgeber arbeiten, der einen guten Ruf hat. 42% aus dieser Gruppe geben an, dass sie noch nicht wissen, was sie nach ihrer Ausbildung tun werden. Diese Auszubildenden müssen abwägen zwischen einer Tätigkeit in einem Beruf, der nicht den eigenen Wünschen entspricht und der Ausbildung bei einem Arbeitgeber mit gutem Ruf, die entsprechend gute Chancen im Anschluss erwarten lässt. Dies dürfte zu ihrer besonders großen Unsicherheit beitragen. Auszubildende, die in ihrem Wunschberuf arbeiten, sind sich nur zu 17% noch unsicher über ihre beruflichen Anschlusspläne.

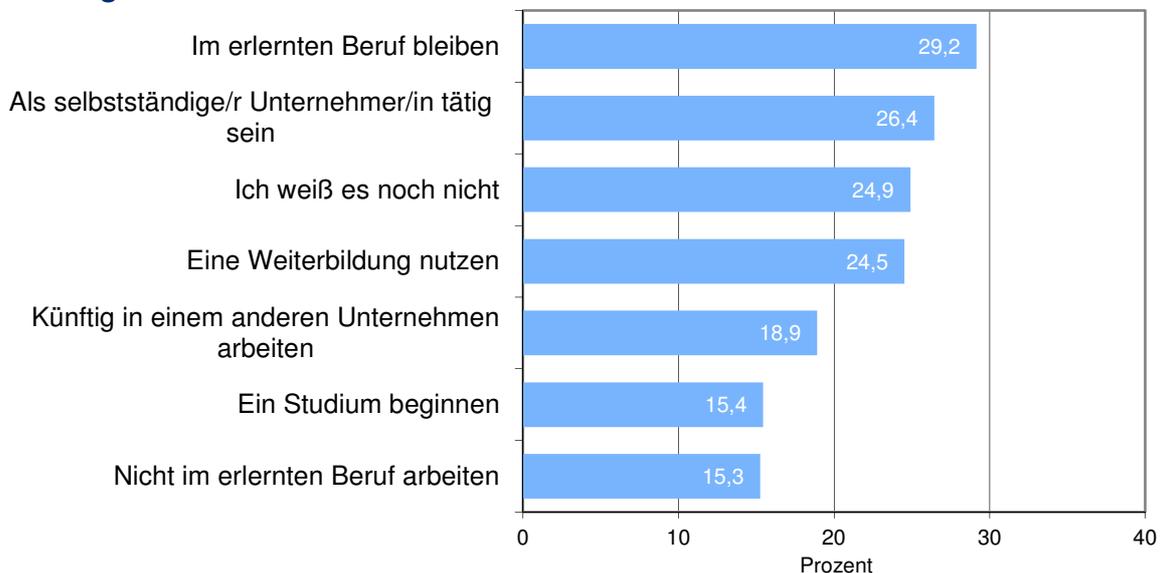
Ebenfalls ein Viertel der Auszubildenden gibt an, dass sie noch eine Weiterbildung nutzen möchten. Am häufigsten planen dies diejenigen, die davon ausgehen, dass sie nach der Ausbildung von ihrem Arbeitgeber übernommen werden. In dieser Gruppe sind es 34%, die nach Abschluss der Ausbildung noch eine Weiterbildung anschließen möchten. Unter den Auszubildenden, die nicht in ihrem Wunschberuf arbeiten und die nicht davon ausgehen, dass sie nach der Ausbildung übernommen werden, ist der Anteil am geringsten. Nur 16% aus dieser Gruppe möchten nach Abschluss der Ausbildung noch eine Weiterbildung anschließen.

Ein knappes Fünftel der Befragten möchte nach Abschluss der Ausbildung in einem anderen Unternehmen arbeiten. Auszubildende, die davon ausgehen, dass sie nach ihrer Ausbildung übernommen werden, geben dies nur zu 9% an.

Jeweils 15% möchten nicht im erlernten Beruf arbeiten oder ein Studium beginnen. Nicht im erlernten Beruf arbeiten möchten vor allem diejenigen, für die die Ausbildung nicht der Wunschberuf ist und hier insbesondere Auszubildende im Alter von 19 bis 22 Jahren. In dieser Gruppe haben 35% der Befragten angegeben, dass sie nicht im erlernten Beruf arbeiten möchten. Unter den Auszubildenden, die in ihrem Wunschberuf arbeiten, sind es insgesamt lediglich 7%.

Ob Auszubildende ein Studium an ihre Ausbildung anschließen möchten, ist in erster Linie von ihrem Bildungsniveau abhängig. 46% der Auszubildenden mit Fachhochschulreife, einem Fachoberschulabschluss oder der allgemeinen Hochschulreife haben diesen Plan gefasst.

Abbildung 41: Berufliche Ziele der Auszubildenden



4.4 Attraktivität der Region

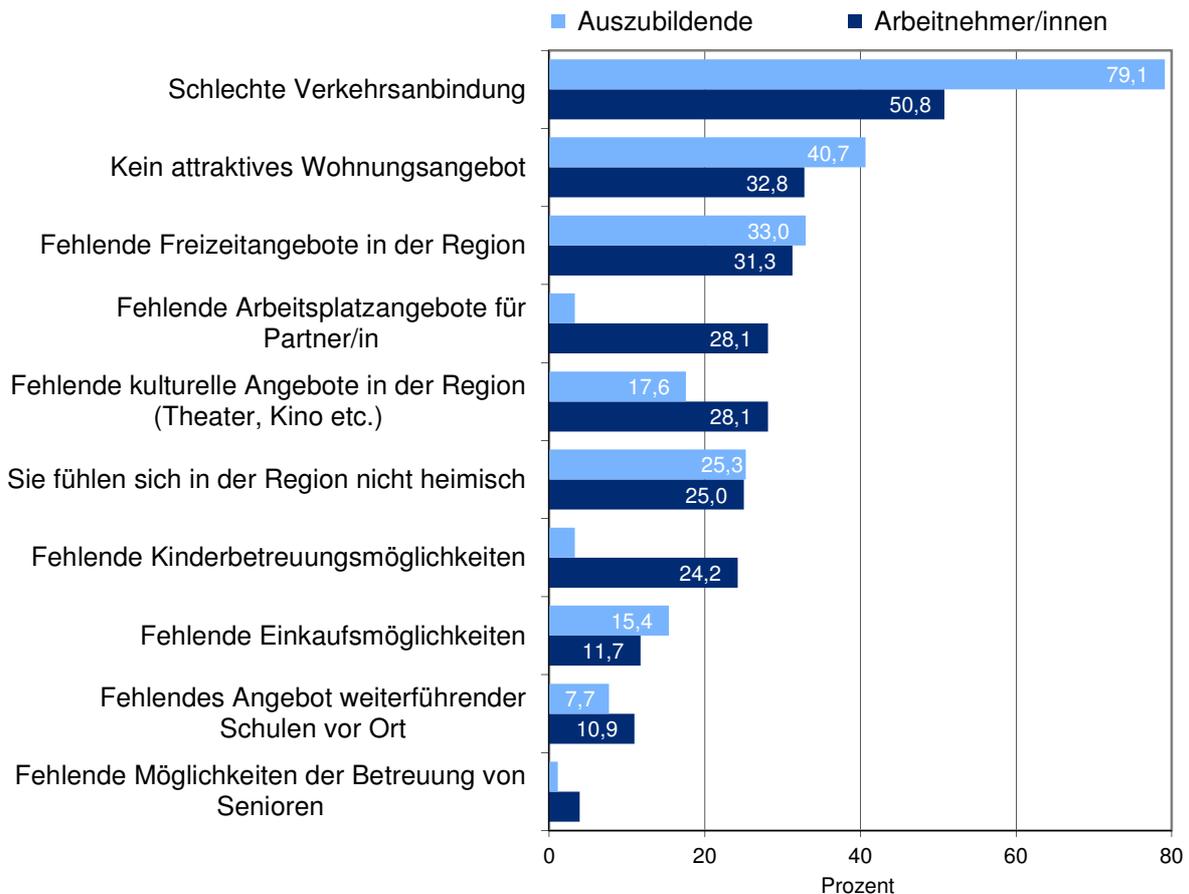
Zur Attraktivität der Region wurden alle drei Zielgruppen des Arbeitsmarktmonitorings im Bereich der Tourismuswirtschaft befragt. Unternehmen und Institutionen wurde eine Liste von Gründen vorgelegt, die eine Rolle dafür spielen können, dass die Region für Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer oder für Auszubildende nicht attraktiv ist. Sie sollten jeweils angeben, ob diese Gründe aus ihrer Sicht eine Rolle spielen. Die Angaben der Unternehmen sind in der folgenden Abbildung 42 dargestellt.

An erster Stelle steht demnach die schlechte Verkehrsanbindung. Die Hälfte der Unternehmen geht davon aus, dass dies die Region für Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer wenig attraktiv macht. Geht es um Auszubildende, liegt der Anteil sogar bei 80%. Unter den Hotels findet sich diese Ansicht noch häufiger.

An zweiter Stelle steht ein fehlendes attraktives Wohnungsangebot. Dieser Grund wird im Hinblick auf Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer mit 41% häufiger genannt als bei Auszubildenden, für die ein Drittel der Unternehmen ein fehlendes Wohnungsangebot genannt hat. Ein fehlendes Freizeitangebot ist aus Sicht der Unternehmen sowohl bei Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern als auch bei Auszubildenden gleich häufig ein Grund, warum die Region nicht attraktiv ist. Für beide Gruppen wird dies von etwa einem Drittel der Unternehmen angeführt. Fehlende kulturelle Angebote spielen dagegen eher im Hinblick auf Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer eine Rolle. Mehr als ein Viertel nennt diesen Grund, wenn es um diese Gruppe geht. Im Hinblick auf Auszubildende ist es nicht einmal ein Fünftel. Fehlende Arbeitsplatzangebote für den Partner bzw. die Partnerin sowie fehlende Kinderbetreuungsmöglichkeiten sind für jeweils ein Viertel der Unternehmen ein Grund dafür, dass die Region für Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer nicht attraktiv ist. Beide Gründe spielen im Hinblick auf Auszubildende keine Rolle.

Ein Viertel der Unternehmen geht davon aus, dass Stellen nicht besetzt werden konnten, weil Bewerberinnen und Bewerber in der Region nicht heimisch geworden sind. Alle anderen Gründe spielen für beide Gruppen aus Sicht der Unternehmen eine untergeordnete Rolle.

Abbildung 42: Gründe der Unternehmen für nicht erfolgte Besetzung offener Stellen



Bei den Institutionen zeigt sich eine etwas andere Einschätzung. An erster Stelle stehen für sie eine schlechte Verkehrsanbindung, aber auch fehlende Kinderbetreuungsmöglichkeiten, wenn es um die mangelnde Attraktivität der Region für Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer geht. Im Hinblick auf Auszubildende machen Institutionen ebenfalls die schlechte Verkehrsanbindung und an zweiter Stelle fehlende Freizeitangebote für eine mangelnde Attraktivität verantwortlich.

Zur Frage der Attraktivität der Region sollten die Auszubildenden angeben, welche Angebote die Region für sie attraktiv macht. In Abbildung 43 sind die Ergebnisse dargestellt.

Persönliche Beziehungen zu Familie, Freunden und Bekannten sind demnach die zentralen Bezugspunkte, die die Region für die Auszubildenden attraktiv machen. Jeweils zwei Drittel der befragten Auszubildenden haben diese beiden Gründe genannt. Hierbei ergeben sich Unterschiede je nach Geburtsort. Nur für 45% der Auszubildenden, die im Ausland geboren sind, machen persönliche Beziehungen einen wichtigen Aspekt der Attraktivität der Region aus.

Auch wenn es um Ausbildungsmöglichkeiten geht, spielt der Geburtsort der Befragten eine Rolle. Insgesamt hat etwas mehr als ein Drittel der Auszubildenden angegeben, dass die Ausbildungsmöglichkeiten die Region attraktiv machen. Unter denjenigen, die im Ausland geboren sind, sind es 48%. Die Landschaft ist dagegen eher für diejenigen Auszubildenden ein attraktiver Aspekt, deren Eltern in Deutschland geboren sind. Insgesamt nennt ein Viertel der Befragten die Landschaft als attraktive Facette der Region. Ist mindestens eines der Elternteile im Ausland geboren, ist der Anteil nur halb so hoch. Der Wohnort der Auszubilden-

den spielt dabei keine Rolle. D.h. in allen Regionen wird die Attraktivität der Landschaft ähnlich bewertet.

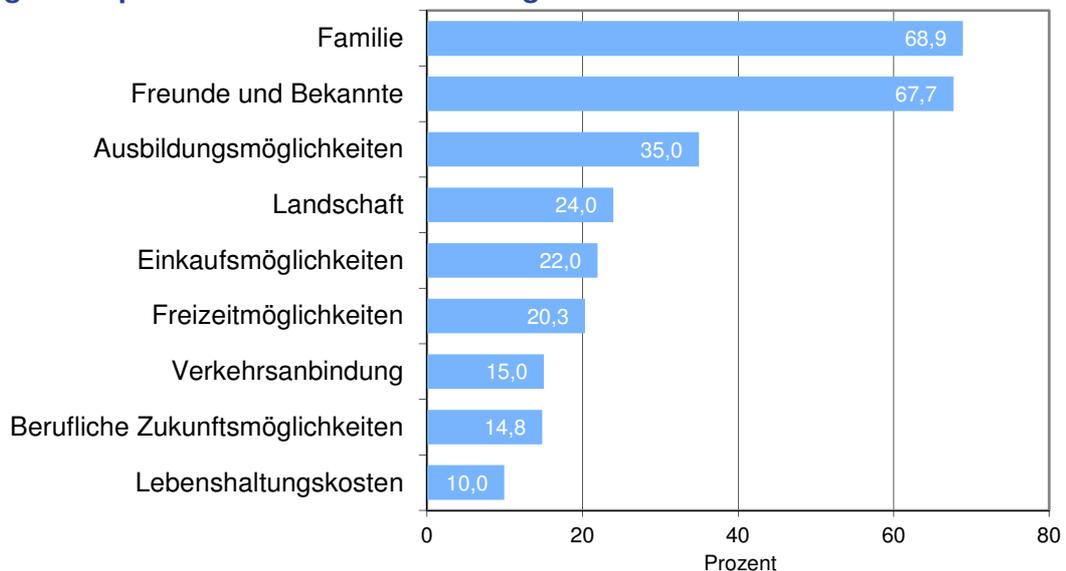
Im Hinblick auf Einkaufs- und Freizeitmöglichkeiten sowie die Verkehrsanbindung ergeben sich jedoch Unterschiede zwischen den Regionen. Einkaufs- und Freizeitmöglichkeiten machen für jeweils etwas mehr als ein Fünftel der Auszubildenden einen wichtigen Faktor der Attraktivität der Region aus. Unter den Auszubildenden, die in der Stadt Osnabrück wohnen, liegen diese Anteile bei über einem Drittel. In den Landkreisen liegen diese Werte leicht unter dem Gesamtdurchschnitt. Die einzelnen Landkreise unterscheiden sich jedoch nicht.

Im Hinblick auf die Verkehrsanbindung spielt nicht der Wohnort, sondern der Ausbildungsort eine zentrale Rolle. Für insgesamt 15% der Auszubildenden ist die Region aufgrund der Verkehrsanbindung attraktiv. Unter denjenigen, die ihre Ausbildung in der Stadt Osnabrück absolvieren, haben 26% diesen Punkt angegeben. Unter den Befragten, die in den Landkreisen ausgebildet werden, sind es 10%, die die Verkehrsanbindung attraktiv finden. Unterschiede zwischen den einzelnen Landkreisen bestehen hier ebenfalls nicht.

Berufliche Zukunftsmöglichkeiten sind ebenfalls für etwa 15% der Auszubildenden ein attraktiver Aspekt der Region. Dies wird von Auszubildenden mit unterschiedlichem Bildungsniveau jedoch unterschiedlich eingeschätzt. Besonders häufig sehen Auszubildende, die die Fachhochschulreife oder den Abschluss einer Fachoberschule haben, attraktive berufliche Möglichkeiten in der Region. 29% dieser Gruppe nennen diesen Aspekt.

Der am seltensten genannte Aspekt sind die Lebenshaltungskosten in der Region. Nur jede bzw. jeder zehnte Befragte hat ihn genannt. Auch hier spielt das Bildungsniveau der Auszubildenden eine Rolle. Auszubildende mit Hochschulreife schätzen diesen Punkt besonders häufig als attraktiv ein. Ein Viertel dieser Gruppe hat diesen Aspekt genannt.

Abbildung 43: Aspekte der Attraktivität der Region aus Sicht der Auszubildenden



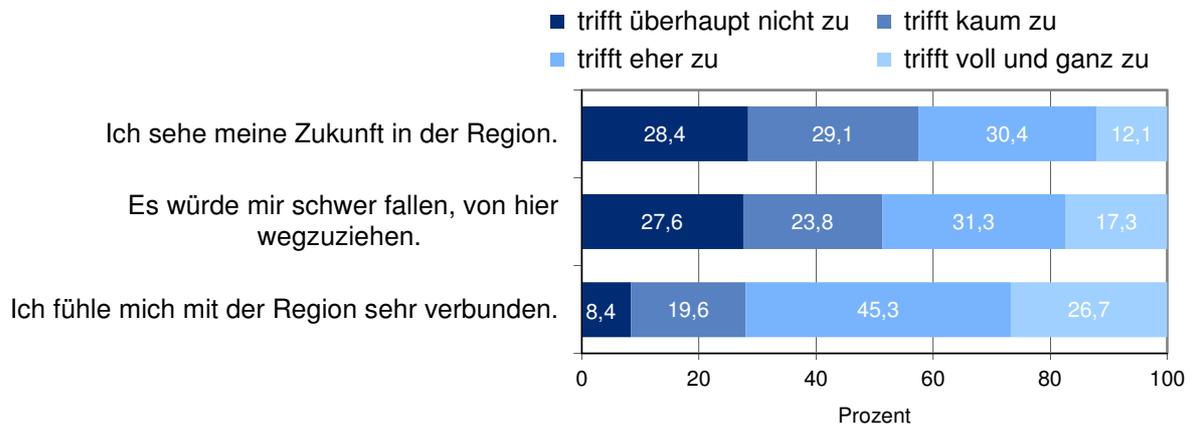
Wie Abbildung 44 deutlich macht, sind die Auszubildenden eng mit der Region verbunden. Der Aussage „Ich fühle mich mit der Region sehr verbunden“ stimmt mehr als ein Viertel voll und ganz zu und weitere 45% stimmen eher zu. Auf der vierstufigen Skala von 1 für „trifft überhaupt nicht zu“ bis 4 für „trifft voll und ganz zu“ ergibt sich ein Mittelwert von 2,9. Ebenso wie im Hinblick auf die Bedeutung von Familie, Freunden und Bekannten für die Attraktivität der Region (siehe oben), ergeben sich hier erneut Unterschiede je nach Geburtsland der Befragten. Auszubildende, die im Ausland geboren sind, fühlen sich weniger mit der Region

verbunden. Der Mittelwert auf der vierstufigen Skala liegt in dieser Gruppe lediglich bei 2,6. Unterschiede zwischen Auszubildenden der vier verschiedenen Regionen bestehen nicht. Alle fühlen sich demnach gleichermaßen an ihre Heimatregion gebunden.

Die zweite Aussage „*Es würde mir schwerfallen, von hier wegzuziehen*“ erhält bereits geringere Zustimmung. Etwas mehr als die Hälfte der Befragten gibt an, dass dies überhaupt nicht oder kaum auf sie zutrefte. Der Mittelwert auf der vierstufigen Skala liegt hier bei 2,4. Unterschiede zwischen verschiedenen Gruppen von Auszubildenden ergeben sich hier nicht.

In der dritten Aussage geht es darum, ob die Auszubildenden ihre Zukunft in der Region sehen. 57% der Befragten lehnen diese Aussage ganz oder teilweise ab. Der Mittelwert liegt mit 2,3 noch etwas niedriger. Die Zustimmung zu dieser Aussage ist ebenfalls unabhängig vom Wohnort der Befragten. Es zeigen sich jedoch Unterschiede zwischen Befragten mit unterschiedlichen Ausbildungsberufen. Fachkräfte für Systemgastronomie, Restaurantfachkräfte sowie Fachkräfte im Gastgewerbe sehen ihre berufliche Zukunft demnach eher in der Region als z.B. Hotelfachkräfte oder Köchinnen und Köche.

Abbildung 44: Bindung der Auszubildenden an die Region



4.5 Alterung der Belegschaft

Sieben der acht Institutionen, die sich an der Befragung beteiligt haben, gehen davon aus, dass die Alterung der Belegschaft in vielen Unternehmen ein Thema ist. Ebenso viele geben aber auch an, dass Altersstrukturanalysen in nur wenigen Unternehmen durchgeführt wurden. Tatsächlich haben nach Angaben der Unternehmen nur 13% bereits eine Altersstrukturanalyse erstellt. Größere und kleinere Unternehmen oder Unternehmen im Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe unterscheiden sich dabei nicht. Die befragten Institutionen gehen ebenfalls davon aus, dass es kaum ein Unternehmen gibt, das eine solche Analyse vorgenommen hat.

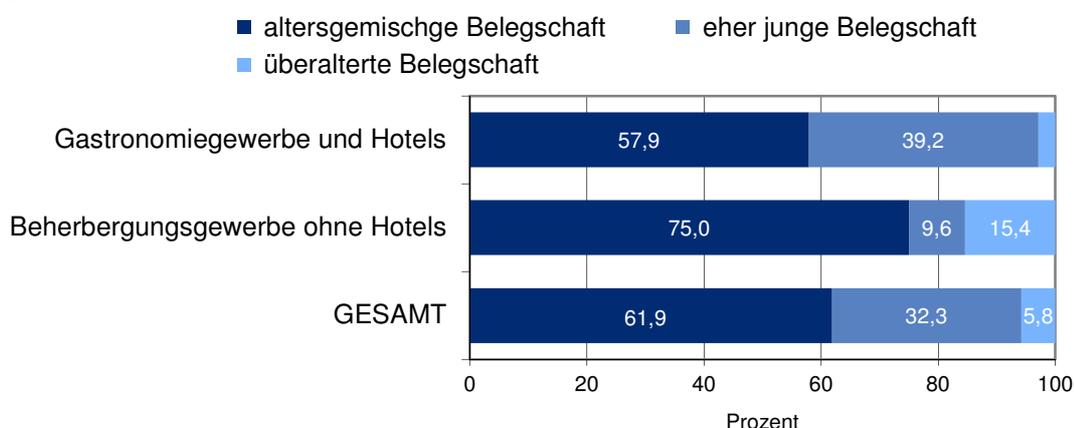
Vier der acht Institutionen halten keine Unterstützungsangebote für die Unternehmen in der Tourismuswirtschaft vor, wenn es um die Altersstrukturanalyse geht. Jeweils zwei Institutionen bieten den Unternehmen Informationsmaterial an oder vermitteln entsprechende Kontakte. Lediglich eine Institution hat angegeben, dass Unternehmen durch eigene Expertinnen bzw. Experten bei der Altersstrukturanalyse beraten werden.

Mehr als die Hälfte der Unternehmen hat Angaben zum Durchschnittsalter der Belegschaft gemacht. Es liegt bei 36,5 Jahren. Dies stellt ein vergleichsweise niedriges Durchschnittsalter dar.

Auf die Frage, ob die Belegschaft altersmäßig gemischt, eher jung oder eher überaltert ist, geben dennoch nur ein Drittel der Unternehmen eine eher junge Belegschaft an (Abbildung 45). 62% halten ihre Belegschaft für altersmäßig gemischt und 5% betrachten ihre Belegschaft als überaltert.

Hierbei ergeben sich deutliche Unterschiede zwischen Unternehmen des Beherbergungs- und des Gastronomiegewerbes. In der Gruppe der Hotels zeigen sich allerdings ähnliche Ergebnisse wie im Gastronomiebereich. Sie unterscheiden sich damit deutlich vom übrigen Beherbergungsgewerbe. Dort gibt nur jedes zehnte Unternehmen an, eine eher junge Belegschaft zu haben, 15% bezeichnen ihre Belegschaft als überaltert. Unter Hotels und den Gastronomiebetrieben liegt der Anteil der Unternehmen mit eher junger Belegschaft bei 39%. Nur 3% haben eine überalterte Belegschaft.

Abbildung 45: Alterszusammensetzung der Belegschaft nach Bereichen



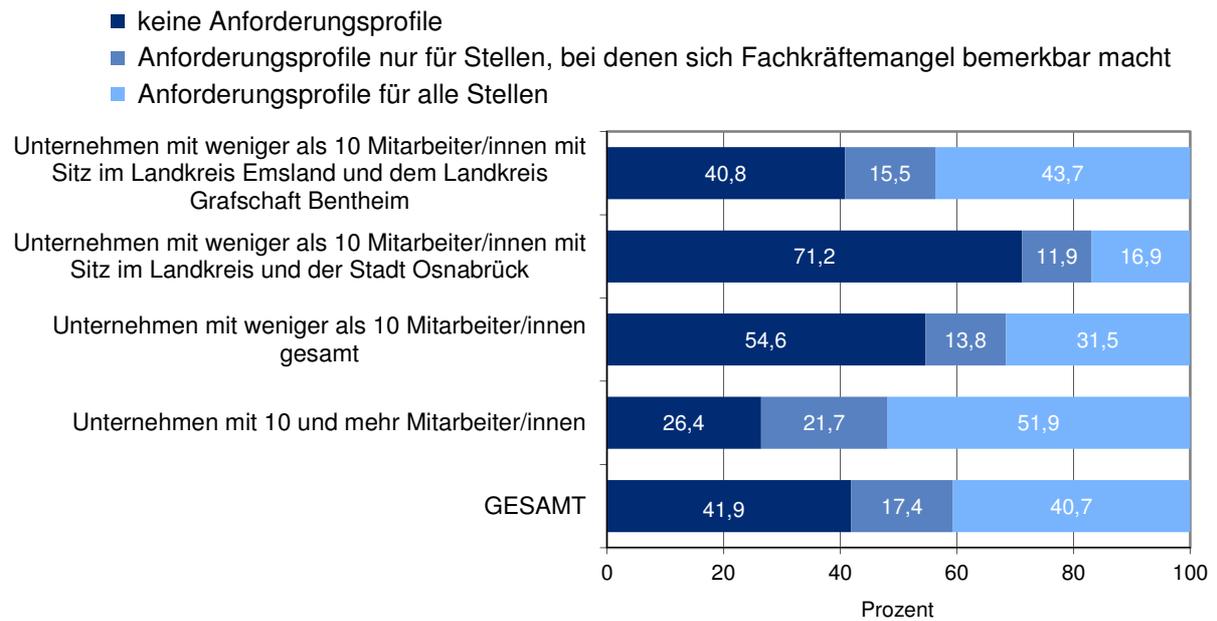
4.6 Anforderungsprofile

Anforderungsprofile für alle Stellen im Unternehmen haben 41% der Unternehmen. 17% haben Anforderungsprofile für die Stellen, bei denen bereits ein Fachkräftemangel spürbar wird. 42% der Unternehmen haben keine Anforderungsprofile definiert (Abbildung 46). Auch die Mehrheit der Institutionen geht davon aus, dass Anforderungsprofile nur in einigen wenigen Unternehmen definiert wurden.

Unterschiede bestehen hierbei zwischen Unternehmen unterschiedlicher Größe. 52% der Unternehmen mit mehr als 10 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern haben für alle Stellen Anforderungsprofile definiert, weitere 22% haben solche Profile zumindest für die Stellen definiert, bei denen der Fachkräftemangel spürbar wird. Nur etwas mehr als ein Viertel hat keine Anforderungsprofile definiert. Unter den kleineren Unternehmen mit weniger als 10 Beschäftigten hat dagegen mehr als die Hälfte für keine Stellen Anforderungsprofile. 14% haben solche Profile für Stellen definiert, bei denen sich der Fachkräftemangel bemerkbar macht und ein knappes Drittel hat dies für alle Stellen getan.

In dieser Gruppe der kleineren Unternehmen ergeben sich noch einmal große Unterschiede je nach Standort der Unternehmen. So liegt der Anteil der kleinen Unternehmen, die keine Anforderungsprofile definiert haben, im Landkreis Emsland und dem Landkreis Grafschaft Bentheim bei lediglich 41%. In der Stadt und dem Landkreis Osnabrück sind es dagegen 71%. Hier haben nur 17% der kleinen Unternehmen Anforderungsprofile für alle Stellen definiert. In den beiden Landkreisen Emsland und Grafschaft Bentheim sind es dagegen 44%. Bei den größeren Unternehmen mit mehr als 10 Beschäftigten ergeben sich keine signifikanten Unterschiede zwischen diesen Regionen.

Abbildung 46: Anforderungsprofile nach Größe und Standort des Unternehmens

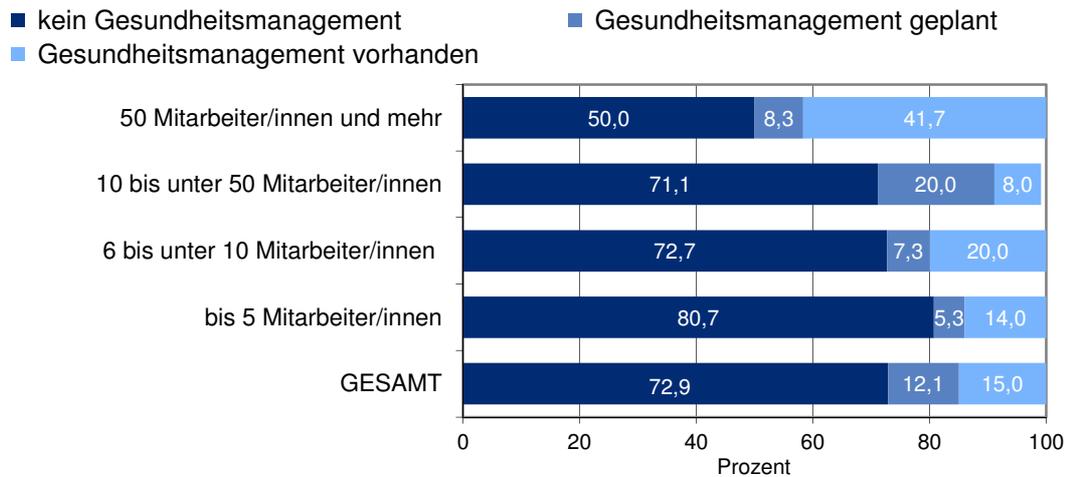


4.7 Betriebliches Gesundheitsmanagement

Ein betriebliches Gesundheitsmanagement ist nur in 15% der befragten Unternehmen der Tourismuswirtschaft vorhanden. Weitere 12% planen ein betriebliches Gesundheitsmanagement. Das bedeutet, dass 73% der Unternehmen über kein Gesundheitsmanagement verfügen und nicht planen, ein solches einzuführen. Vier der acht an der Befragung beteiligten Institutionen gehen davon aus, dass ein Gesundheitsmanagement nur in einigen wenigen Unternehmen existiert. Drei geben an, dass es in fast keinem der Unternehmen der Tourismuswirtschaft vorhanden ist.

Hier ergeben sich ebenfalls Unterschiede zwischen Unternehmen unterschiedlicher Größe wie die folgende Abbildung 47 zeigt. Demnach hat die Hälfte der Unternehmen mit 50 und mehr Beschäftigten bereits ein Gesundheitsmanagement eingeführt oder plant die Einführung. Immerhin ein Fünftel der Unternehmen mit 10 bis unter 50 Beschäftigten plant die Einführung eines Gesundheitsmanagements, aber nur in 8% dieser Unternehmen ist es bereits eingerichtet. Unter den Unternehmen mit 6 bis unter 10 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern hat bereits ein Fünftel ein Gesundheitsmanagement und 7% planen die Einführung. Der geringste Anteil von Unternehmen mit Gesundheitsmanagement findet sich unter den Unternehmen mit weniger als fünf Beschäftigten. 81% haben dies noch nicht eingerichtet und planen auch keine Einführung.

Abbildung 47: Vorhandensein eines Gesundheitsmanagements in Unternehmen unterschiedlicher Größe



4.8 Qualifizierung

Unternehmen wie Institutionen¹¹ wurden zum Qualifizierungsbedarf der Beschäftigten in den verschiedenen Berufsgruppen sowie nach den durchgeführten Qualifizierungsmaßnahmen gefragt. Zudem sollten sie jeweils angeben, welche Hindernisse der Wahrnehmung von Qualifizierungsangeboten entgegenstehen.

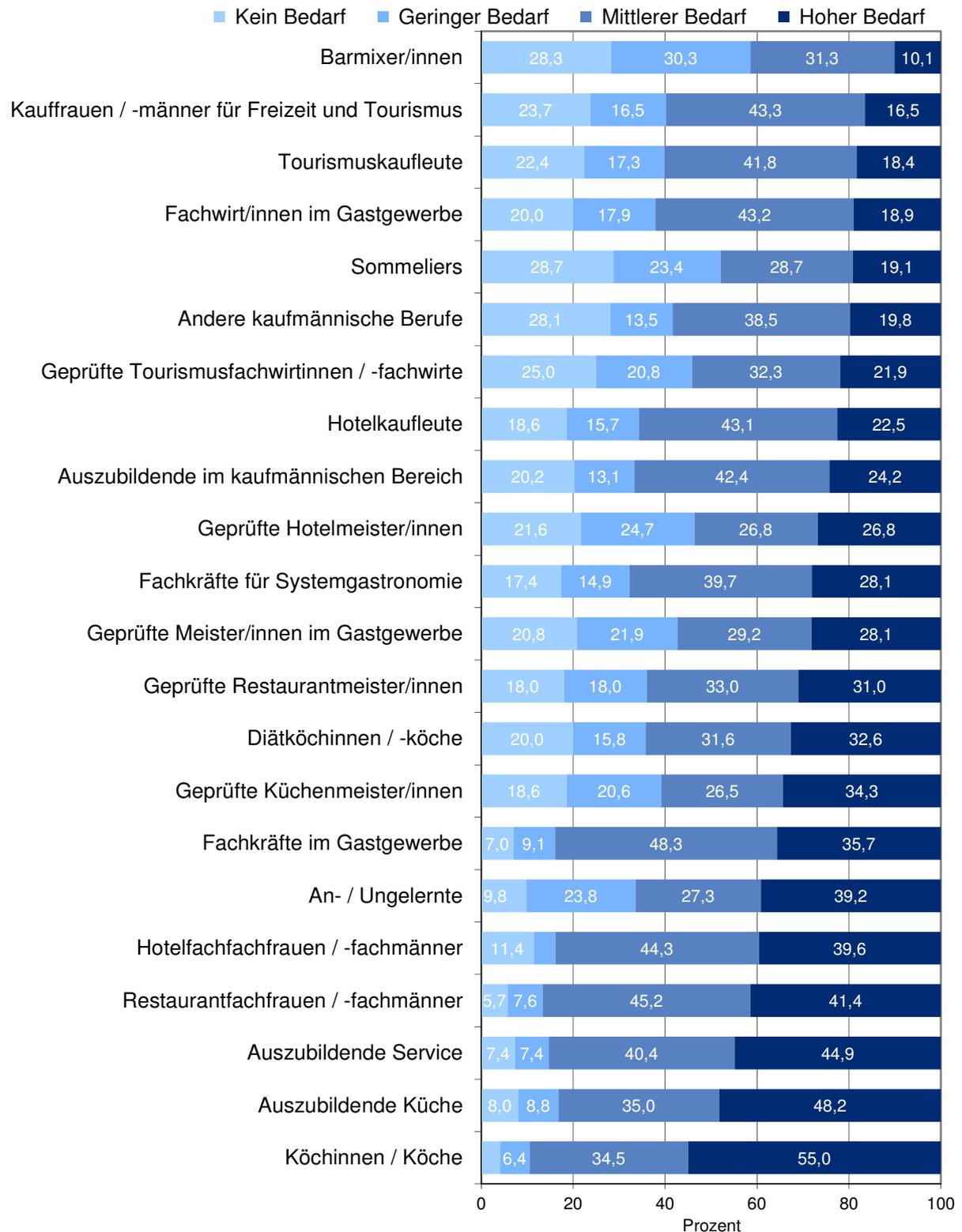
In der folgenden Abbildung 47 sind Angaben der Unternehmen zum Qualifizierungsbedarf der verschiedenen Berufsgruppen wiedergegeben. Insgesamt wird demnach in allen Berufsgruppen ein hoher Qualifizierungsbedarf wahrgenommen. Jeweils mehr als die Hälfte der Unternehmen gibt an, dass ein mittlerer oder gar ein hoher Bedarf an Qualifizierung besteht. Lediglich für Barmixerinnen und Barmixer sowie für Sommeliers ist es etwas weniger als die Hälfte.

Im Hinblick auf die Berufsgruppe der Köchinnen und Köche sehen die meisten Unternehmen einen hohen Qualifizierungsbedarf. Mehr als die Hälfte nimmt in dieser Gruppe einen hohen Qualifizierungsbedarf wahr und etwas mehr als ein Drittel einen mittleren Bedarf. An zweiter Stelle folgen Auszubildende im Küchenbereich, bei denen fast die Hälfte einen hohen Bedarf an Qualifizierung wahrnimmt. Auch bei Auszubildenden im Servicebereich, Restaurantfachfrauen bzw. -männern sowie Fachkräften im Gastgewerbe sehen weniger als ein Fünftel der Unternehmen keinen oder nur einen geringen Qualifizierungsbedarf, vier Fünftel aber einen mittleren oder gar hohen.

Im Hinblick auf Fachkräfte für Systemgastronomie, An- und Ungelernte, Hotelkaufleute, Diätköchinnen und -köche, geprüfte Restaurantmeisterinnen und -meister, Fachwirtinnen und Fachwirte im Gastgewerbe sowie geprüfte Küchenmeisterinnen und Küchenmeister sehen jeweils etwa zwei Drittel der Unternehmen einen hohen oder mittleren Qualifizierungsbedarf. Sieht man von Sommeliers und Barmixerinnen bzw. Barmixern ab, sind es bei den übrigen Berufsgruppen immer noch mehr als die Hälfte der Unternehmen, die einen mittleren oder hohen Qualifizierungsbedarf wahrnehmen.

¹¹ Da die Hälfte der acht Institutionen bei einigen Berufsgruppen keine Angaben gemacht hat, werden die Ergebnisse hier nicht mit in die Darstellung einbezogen.

Abbildung 48: Qualifizierungsbedarf der Berufsgruppen



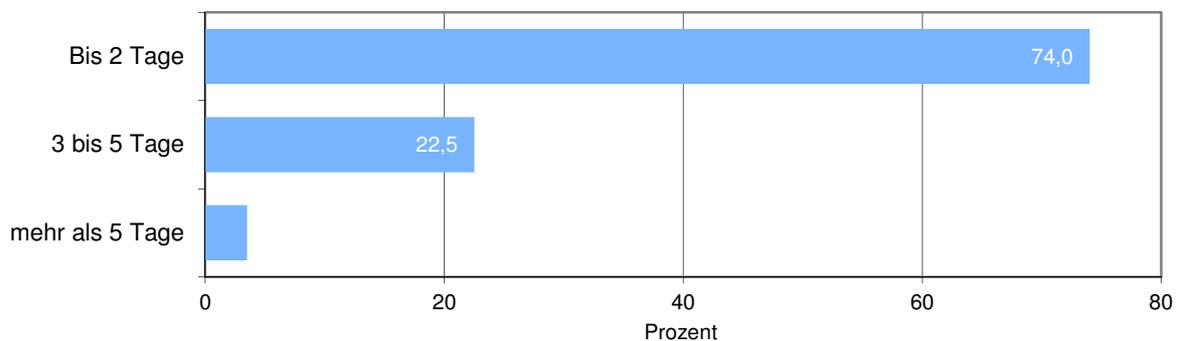
Analysiert man, in welchen Gruppen von Unternehmen für einzelne Berufsgruppen ein besonders hoher Qualifizierungsbedarf wahrgenommen wird, ergeben sich lediglich im Hinblick auf Hotelfachfrauen und -fachmänner Unterschiede. Erwartungsgemäß wird ein besonders hoher Qualifizierungsbedarf hier von den Hotels wahrgenommen. Bei allen anderen Berufsgruppen ergeben sich keine Differenzen zwischen Beherbergungs- und Gastronomiebereich. Unterschiede zwischen Unternehmen verschiedener Größe ergeben sich ebenfalls nicht.

In welchen Themenbereichen wird von den Unternehmen in den kommenden fünf Jahren ein hoher Qualifizierungsbedarf gesehen? Zu dieser Frage hatten die Unternehmen die Möglichkeit, offene Angaben zu machen. 53 Unternehmen haben von dieser Möglichkeit Gebrauch gemacht.

Die Auswertung dieser Angaben zeigt, dass es insbesondere zwei Themenbereiche sind, in denen die Unternehmen in den kommenden fünf Jahren einen hohen Qualifizierungsbedarf wahrnehmen. Am häufigsten wird von den Unternehmen ein Qualifizierungsbedarf im Hinblick auf Soft Skills wahrgenommen. Als entsprechende Stichworte werden Serviceorientierung, Kommunikation mit Gästen, Teamfähigkeit und Leistungsbereitschaft genannt. Der zweite wichtige Themenbereich, in dem ein steigender Qualifikationsbedarf wahrgenommen wird, ist die Warenkunde. Zunehmend seien Kenntnisse über Inhalts- und Zusatzstoffe in Lebensmitteln erforderlich, da entsprechende Fragen immer häufiger von den Gästen gestellt würden. Auch auf die zunehmende Nachfrage nach vegetarischen oder veganen Speisen müsse man sich im Rahmen von Qualifizierungsmaßnahmen einstellen.

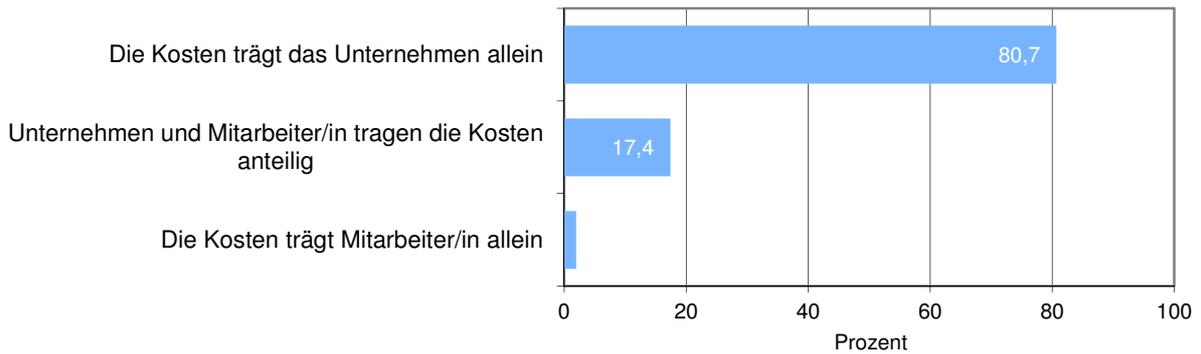
In fast drei Viertel der befragten Unternehmen liegt die durchschnittliche Zahl der Weiterbildungs- bzw. Qualifizierungstage pro Mitarbeiterin bzw. Mitarbeiter pro Jahr bei zwei Tagen (Abbildung 49). 22% ermöglichen ihren Beschäftigten im Durchschnitt drei bis fünf Tage Weiterbildung. Nur in einer Minderheit der Unternehmen sind es mehr als fünf Tage. Auch hier zeigen sich keine Unterschiede zwischen den beiden Bereichen Beherbergungs- und Gastromiegewerbe oder zwischen Unternehmen verschiedener Größe.

Abbildung 49: Anzahl der Weiterbildungs- bzw. Qualifizierungstage pro Mitarbeiter/in im Jahr



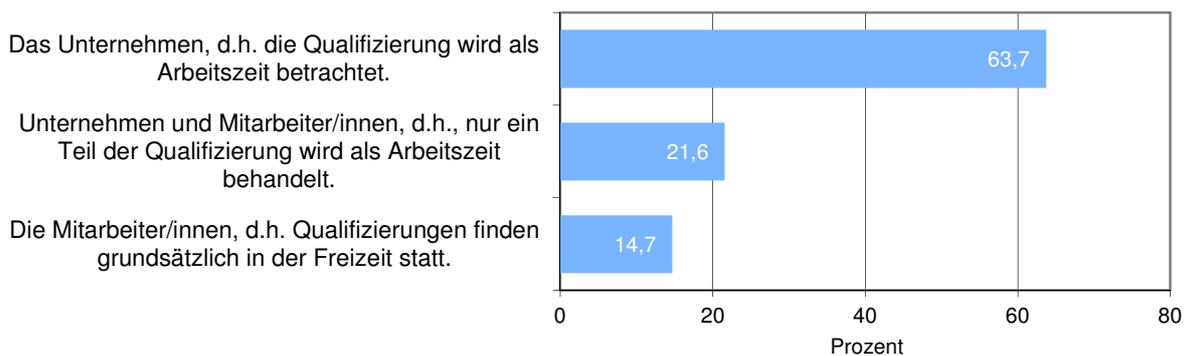
Wie Abbildung 50 zeigt, werden die Kosten für Weiterbildungs- und Qualifizierungsmaßnahmen größtenteils allein vom Unternehmen übernommen. Auch die Institutionen gehen davon aus, dass die meisten Unternehmen die Kosten alleine tragen. In 17% der Unternehmen übernehmen Mitarbeiterinnen bzw. Mitarbeiter und Unternehmen die Kosten anteilig. Dass die Kosten für Weiterbildung und Qualifizierung allein von den Beschäftigten übernommen werden müssen, ist der absolute Ausnahmefall. Diese Ergebnisse gelten unabhängig vom Bereich oder von der Unternehmensgröße.

Abbildung 50: Kostenträgerschaft der Weiterbildung und Qualifizierung



Die Teilnahme an einer Weiterbildungs- oder Qualifizierungsmaßnahme wird in fast zwei Drittel der Unternehmen als Arbeitszeit betrachtet (Abbildung 51). In etwas mehr als einem Viertel der Unternehmen wird nur ein Teil der Teilnahmedauer als Arbeitszeit behandelt, ein anderer Teil jedoch als Freizeit der Beschäftigten. In 15% der Unternehmen findet die Teilnahme ausschließlich in der Freizeit statt. In Unternehmen mit einem hohen Anteil von Teilzeitbeschäftigten liegt dieser Anteil mit 21% deutlich höher.

Abbildung 51: Träger/in des Zeitaufwandes für Weiterbildung und Qualifizierung



Öffentliche Fördermittel für Weiterbildungen und Qualifizierungen hat nur eine kleine Minderheit der befragten Unternehmen in Anspruch genommen. Der Anteil liegt lediglich bei 8%. Auch im Hinblick auf die Inanspruchnahme solcher Fördermittel ergeben sich keine Unterschiede zwischen verschiedenen Bereichen, Unternehmen unterschiedlicher Größe oder Unternehmen mit unterschiedlichen Standorten.

Ähnlich wird die Inanspruchnahme öffentlicher Fördermittel von den Institutionen wahrgenommen. Sie gehen mehrheitlich davon aus, dass solche Mittel nur von wenigen oder fast keinen Unternehmen wahrgenommen werden.

Welche Hindernisse werden von den Unternehmen wahrgenommen, wenn es um die Teilnahme an Weiterbildungs- und Qualifizierungsmaßnahmen geht?¹² Abbildung 52 gibt die entsprechenden Angaben der Unternehmen hierzu wieder.

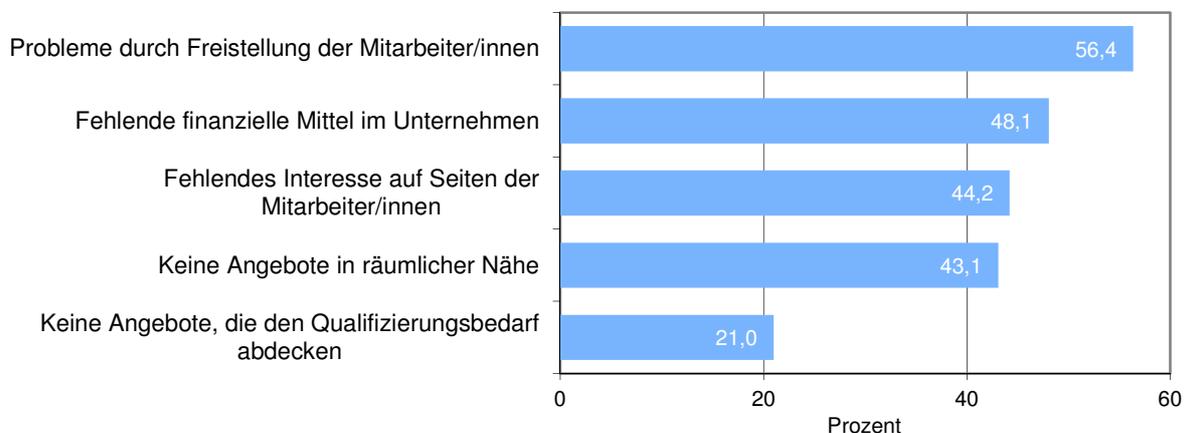
Das am häufigsten angeführte Hindernis ist demnach die Freistellung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für die Teilnahme an solchen Maßnahmen. Mehr als die Hälfte der Unternehmen hat diesen Punkt genannt. Besonders häufig wird dieser Grund von Hotels angegeben.

¹² Auch hierzu liegen zu wenige Angaben von Institutionen vor, um sie in die Auswertung mit aufnehmen zu können.

Fast die Hälfte der Unternehmen gibt an, dass fehlende finanzielle Mittel im Unternehmen ein Hindernis darstellen. Dies scheint ein Problem für Unternehmen jeden Bereiches und jeder Größenordnung darzustellen. Unterschiede zwischen verschiedenen Gruppen von Unternehmen ergeben sich hier nicht.

44% der Unternehmen sehen auf Seiten der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter kein Interesse für eine Weiterbildung. Ein solches Desinteresse wird besonders häufig in Hotels, aber auch in der speisegeprägten Gastronomie wahrgenommen. 43% geben an, dass es keine Angebote in räumlicher Nähe zum Unternehmen gibt. Hier finden sich keine Unterschiede zwischen verschiedenen Unternehmen, auch nicht zwischen Unternehmen in den vier verschiedenen Regionen. Fehlende Angebote, die den Qualifizierungsbedarf im Unternehmen abdecken, gibt etwas mehr als ein Fünftel der Unternehmen als Hindernis an.

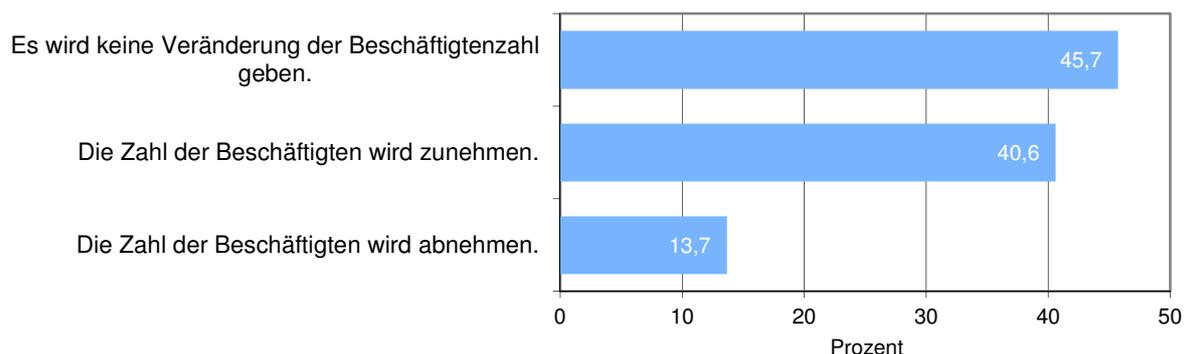
Abbildung 52: Wahrgenommene Hindernisse für die Teilnahme an Weiterbildungs- und Qualifizierungsmaßnahmen



4.9 Zukünftige Entwicklung und Herausforderungen

Um zu erfahren, wie die Unternehmen die zukünftige Entwicklung einschätzen, wurden sie gefragt, wie sich die Beschäftigtenzahl in den kommenden fünf Jahren voraussichtlich entwickeln wird. 46% der befragten Unternehmen geben an, dass sich die Zahl der Beschäftigten vermutlich nicht verändern wird (Abbildung 53). 41% gehen davon aus, dass diese Zahl ansteigen wird und 14%, dass sie in fünf Jahren weniger Beschäftigte haben werden. Unternehmen aus dem Beherbergungs- und dem Gastronomiegewerbe unterscheiden sich nicht. Auch zwischen Unternehmen verschiedener Größe oder in den verschiedenen Regionen zeigen sich in dieser Bewertung keine Unterschiede.

Abbildung 53: Erwartete Entwicklung der Beschäftigtenzahl in den kommenden fünf Jahren



Institutionen sind bei der Frage nach der erwarteten Beschäftigtenzahl in den kommenden fünf Jahren deutlich pessimistischer. Sechs der acht Institutionen gehen davon aus, dass die Zahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei vielen Unternehmen abnehmen wird. Eine Zunahme der Beschäftigten erwarten fünf Institutionen in einigen wenigen und zwei in fast keinem Unternehmen.

In einer weiteren Frage sollten die Unternehmen und Institutionen angeben, worin sie die Herausforderungen in den kommenden fünf Jahren sehen. In Abbildung 54 sind die Angaben der Unternehmen wiedergegeben.

Die Herausforderung, die von den meisten Unternehmen wahrgenommen wird, ist die Gewinnung neuer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Etwas mehr als zwei Drittel der Unternehmen haben diesen Aspekt genannt. Mehr als die Hälfte nennt den Fachkräftemangel als Herausforderung. Dies entspricht den Angaben der Unternehmen zum aktuellen und zukünftigen Fachkräftebedarf bzw. zu den erwarteten Schwierigkeiten bei der Stellenbesetzung (vgl. Kapitel 4.1, S.25f.). Je mehr Beschäftigte ein Unternehmen hat, desto eher werden diese Herausforderungen wahrgenommen. Institutionen sehen in der Gewinnung neuer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie im Fachkräftemangel ebenfalls mehrheitlich die größten Herausforderungen der Tourismuswirtschaft.

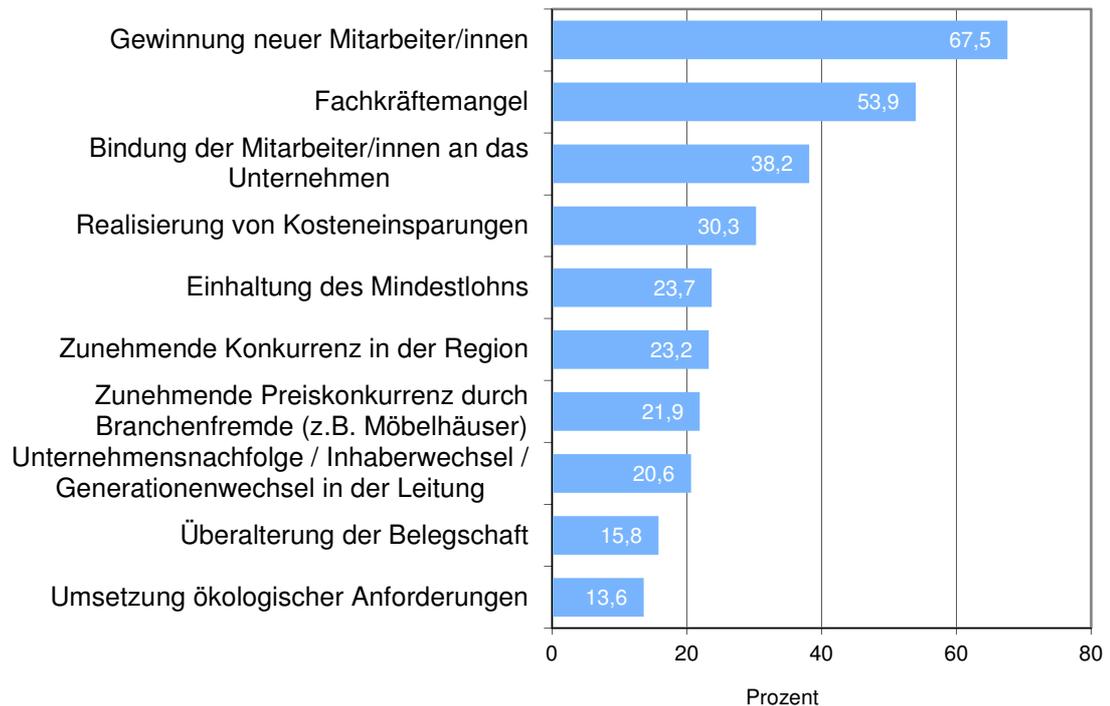
Die Bindung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an das Unternehmen wird bereits von deutlich weniger Unternehmen als eine Herausforderung der mittelfristigen Zukunft betrachtet. Insgesamt sind es 38%, die dies angeben. Unter den Unternehmen mit nur bis zu fünf Beschäftigten ist dieser Anteil deutlich geringer.

Die Realisierung von Kosteneinsparungen betrachtet etwas weniger als ein Drittel als Herausforderung der kommenden fünf Jahre. Sie stellt vor allem für Unternehmen mittlerer Größe eine Herausforderung dar. Von den Unternehmen mit bis zu fünf Beschäftigten sowie Unternehmen mit mehr als 50 Beschäftigten wird dieser Punkt seltener genannt als im Durchschnitt.

Die Einhaltung des Mindestlohns wird von einem knappen Viertel der Unternehmen als Herausforderung wahrgenommen. Wie Analysen zeigen, gilt dies für Unternehmen jeder Größe und sowohl im Beherbergungs- wie im Gastronomiegewerbe. Das Thema Mindestlohn wird von einigen Unternehmen auch in ihren Anmerkungen zur Befragung angesprochen. Kritisiert wird hierbei zum einen der damit verbundene bürokratische Aufwand; zum anderen wird angeführt, dass der Mindestlohn in kleineren Unternehmen nicht erwirtschaftet werden könne.

Ebenfalls ein knappes Viertel der Unternehmen betrachtet die zunehmende Konkurrenz in der Region als Herausforderung der kommenden fünf Jahre. Jeweils etwas mehr als ein Fünftel der Unternehmen sieht in der Preiskonkurrenz durch Branchenfremde sowie in der Unternehmensnachfolge eine Herausforderung. Letzteres ist ein Punkt, der auch von den befragten Institutionen häufig genannt wird. Die Überalterung der Belegschaft und die Umsetzung ökologischer Anforderungen sind nur für eine Minderheit von Unternehmen von Bedeutung.

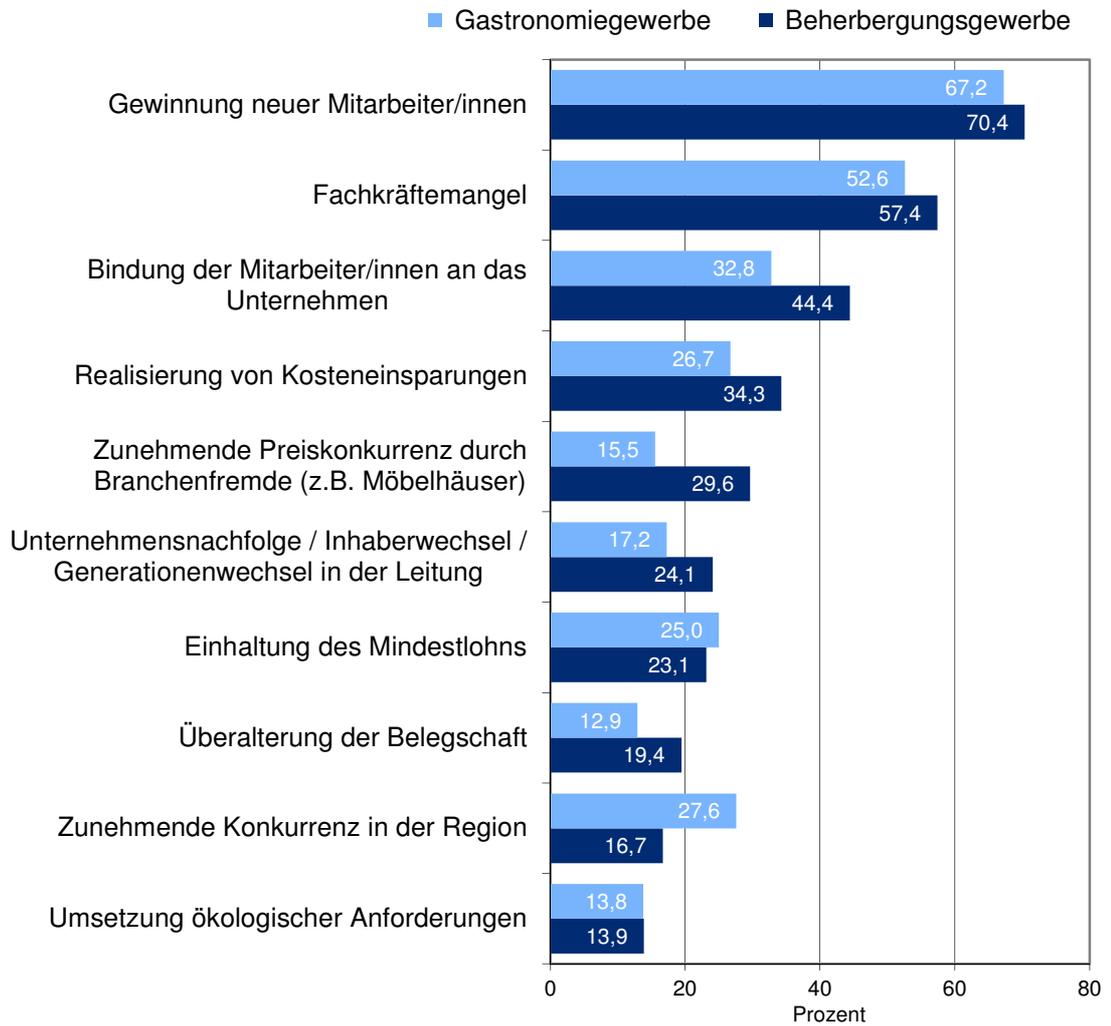
Abbildung 54: Wahrgenommene Herausforderungen der Unternehmen in den kommenden fünf Jahren



Wirft man noch einmal einen Blick auf eventuell vorhandene Unterschiede zwischen Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe, zeigen sich solche nur an einzelnen Punkten, wie Abbildung 55 verdeutlicht.

So stellt die Bindung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern an das Unternehmen für 44% der Betriebe im Beherbergungsgewerbe, aber nur für 33% im Bereich der Gastronomie eine Herausforderung der kommenden fünf Jahre dar. Von einer Preiskonkurrenz durch Branchenfremde fühlen sich Unternehmen im Beherbergungsgewerbe ebenfalls häufiger betroffen. Umgekehrt befürchten mehr Unternehmen der Gastronomie eine zunehmende Konkurrenz in der Region. Bei den übrigen Aspekten sind die Unterschiede zwischen den beiden Bereichen relativ gering.

Abbildung 55: Wahrgenommene Herausforderungen in den kommenden fünf Jahren im Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe



5. Zusammenfassung und Identifikation von Handlungsfeldern

Im Folgenden werden die zentralen Ergebnisse der Untersuchungen zum Arbeitsmarktmonitoring in der Tourismuswirtschaft noch einmal zusammengefasst. Dabei steht die Frage im Mittelpunkt, welche Handlungsfelder in diesem Wirtschaftszweig identifiziert werden können.

1. Tourismuswirtschaft in den vier Regionen

Die Befragung von Unternehmen, Institutionen und Auszubildenden fand in den drei Landkreisen Osnabrück, Emsland und Grafschaft Bentheim sowie in der Stadt Osnabrück statt. Der Standort der Unternehmen sowie der Wohn- und Ausbildungsort der Auszubildenden wurde bei den Auswertungen stets mit in die Betrachtung einbezogen.

Landkreis Grafschaft Bentheim: Aus dieser Region haben sich 49 Unternehmen beteiligt. Die Rücklaufquote lag bei 9,4%. Ein Fünftel der Auszubildenden, die sich an der Befragung beteiligt haben, wohnt im Landkreis Grafschaft Bentheim und wird dort auch ausgebildet.

Landkreis Emsland: 84 Unternehmen im Landkreis Emsland haben den Fragebogen beantwortet. Dies entspricht einer Rücklaufquote von 8,4%. Ein Drittel der befragten Auszubildenden wohnt in diesem Landkreis und wird hier ausgebildet.

Stadt Osnabrück: Die Rücklaufquote der Unternehmen mit Standort in der Stadt Osnabrück lag bei 7,1%. Insgesamt haben sich 40 Unternehmen beteiligt. Ein Viertel der befragten Auszubildenden absolviert die Ausbildung in der Stadt Osnabrück, aber nur 14% haben hier auch ihren Wohnort.

Landkreis Osnabrück: Aus dem Landkreis Osnabrück haben 88 Unternehmen der Tourismuswirtschaft die Fragen des Arbeitsmarktmonitorings beantwortet. Dies entspricht einer Rücklaufquote von 7,9%. Ein Drittel der befragten Auszubildenden lebt im Landkreis, ein Viertel absolviert hier die Ausbildung.

Die vier Regionen unterscheiden sich kaum voneinander.

Bei der großen Mehrzahl der Fragen ergaben sich jedoch keine signifikanten Unterschiede zwischen Unternehmen mit unterschiedlichen Standorten oder Auszubildenden mit unterschiedlichen Wohn- oder Ausbildungsorten.

Dies bedeutet, dass Unternehmen aus allen vier Regionen zum Beispiel den Fachkräftemangel oder den Qualifizierungsbedarf verschiedener Berufsgruppen gleichermaßen und in ähnlicher Weise wahrnehmen und sie sich in den kommenden Jahren vor den gleichen Herausforderungen sehen.

Unterschiede zwischen Unternehmen in den vier Regionen haben sich lediglich bei einem Aspekt ergeben und hier auch nur zwischen Unternehmen mit wenigen Beschäftigten. So haben deutlich mehr der kleineren Unternehmen im Landkreis Emsland und dem Landkreis Grafschaft Bentheim Anforderungsprofile für die Stellen in ihrem Unternehmen definiert als dies im Landkreis und der Stadt Osnabrück der Fall ist.

Bei den Auszubildenden zeigen sich ebenfalls nur in einzelnen Aspekten Unterschiede je nach Wohn- oder Ausbildungsort in den vier Regionen. Die Bindung an die eigene Region wie die Bereitschaft, die eigene Region zur Nutzung zukünftiger Berufschancen zu verlassen, sind in allen Regionen ähnlich.

Unterschiede zwischen den drei Landkreisen und der Stadt Osnabrück ergeben sich im Hinblick auf einzelne Aspekte, die von den Auszubildenden als attraktiv betrachtet werden. So nehmen Auszubildende mit Wohnort in den Landkreisen seltener attraktive Freizeit- und Einkaufsmöglichkeiten in ihrer Region wahr. Auszubildende mit einem Ausbildungsplatz in den Landkreisen sehen seltener attraktive Verkehrsverbindungen gegeben. Des Weiteren zeigt sich, dass sich Auszubildende, die ihre Ausbildung in der Stadt Osnabrück absolvieren, deutlich häufiger daran denken, sich später selbstständig zu machen. Unterschiede zwischen den drei Landkreisen bestehen in keinem dieser Fälle. Vielmehr handelt es sich hierbei um reine Stadt-Land-Unterschiede.

Insgesamt kann davon gesprochen werden, dass sich ein Gesamtprofil der Tourismuswirtschaft ergibt, das sich in den vier Regionen kaum voneinander unterscheidet.

2. Entwicklung der Tourismuswirtschaft

41% der befragten Unternehmen gehen davon aus, dass sich die Zahl der Beschäftigten in den kommenden Jahren erhöhen wird. Von einem Rückgang der Beschäftigtenzahl gehen lediglich 14% aus. Die befragten Institutionen gehen dagegen mehrheitlich von einem Rückgang der Beschäftigtenzahlen aus. Damit ergibt sich kein einheitliches Bild für die erwartete Beschäftigungsentwicklung in der Tourismuswirtschaft.

Entwicklung der Beschäftigtenzahlen

Die Unternehmen gehen mehrheitlich davon aus, dass sich die Zahl der Beschäftigten erhöhen oder gleich bleiben wird. Die Institutionen gehen mehrheitlich von einem Rückgang der Beschäftigtenzahlen aus.

3. Wahrnehmung des Fachkräftemangels

Nach Aussage der Unternehmen besteht bereits heute ein Mangel an Fachkräften in der Tourismuswirtschaft. Dies betrifft besonders stark die Berufsgruppe der Köchinnen und Köche. Mehr als die Hälfte der Unternehmen hat offene Stellen für diese Berufsgruppe anzubieten, im Beherbergungsgewerbe sind es sogar 64%. Auch für Restaurantfachfrauen und -fachmänner sowie Auszubildende in Service und Küche sind in mehr als einem Drittel der Unternehmen Stellen zu besetzen. Führungskräfte und Fachkräfte mit Weiterbildungsabschluss werden dagegen vergleichsweise selten gesucht.

Insgesamt ist der Fachkräftebedarf im Beherbergungsgewerbe größer als im Gastronomiebereich. Dies dürfte dadurch mit bedingt sein, dass Unternehmen im Beherbergungsgewerbe mehr Beschäftigte haben und in Unternehmen mit einer größeren Zahl von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern häufiger offene Stellen zu besetzen sind.

Fachkräftemangel

Ein deutlicher Fachkräftemangel besteht im Berufsfeld Köchinnen und Köche.

Die am häufigsten genannten Gründe für Besetzungsschwierigkeiten sind fehlende Bewerberinnen und Bewerber sowie die mangelnde Attraktivität der Arbeitszeiten in der Branche. Dies gilt insbesondere für Auszubildende. Auch ein schlechtes Image der Branche spielt für mehr als die Hälfte der Unternehmen eine Rolle, wenn es um die Schwierigkeiten bei der Besetzung von Ausbildungsstellen geht.

4. Maßnahmen gegen den Fachkräftemangel

Die wichtigsten Maßnahmen gegen den Fachkräftemangel sehen die Unternehmen in der Schaffung eines positiven Betriebsklimas sowie in der Ausbildung und Qualifizierung im Betrieb. Dies entspricht den Ergebnissen, die bereits in den anderen, im Rahmen des Arbeitsmarktmonitorings untersuchten Branchen gefunden wurden. Wie wichtig ein positives Betriebsklima ist, zeigt sich auch darin, dass nette Kolleginnen und Kollegen für die große Mehrheit der befragten Auszubildenden eines der wichtigsten Kriterien für ihren zukünftigen Arbeitsplatz ist.

Maßnahmen gegen den Fachkräftemangel

Ein positives Betriebsklima, die Ausbildung und Qualifizierung im eigenen Betrieb sowie das Angebot unterschiedlicher Arbeitszeitmodelle werden als wichtige Maßnahmen gegen den Fachkräftemangel angesehen.

Trotz der großen Bedeutung, die der Ausbildung im eigenen Betrieb für die Bekämpfung des Fachkräftemangels beigemessen wird, ist jedoch festzustellen, dass mehr als die Hälfte aller befragten Unternehmen selbst nicht ausbildet. Im Gastronomiebereich sind es zwei Drittel, im Bereich des Beherbergungsgewerbes knapp die Hälfte, die keine Ausbildungsplätze anbieten. Dies liegt in erster Linie daran, dass die Unternehmen nicht alle Ausbildungsbereiche abdecken können und Ausbilderinnen und Ausbilder fehlen. Insbesondere Unternehmen im Beherbergungsgewerbe und kleinere Betriebe können nicht alle Ausbildungsbereiche abdecken. Das Fehlen von Ausbilderinnen und Ausbildern stellt im Gastronomiebereich sowie in größeren Unternehmen häufiger ein Problem dar.

Trotz der bereits vorhandenen Probleme bei der Besetzung offener Stellen, wird der Suche nach Arbeitskräften aus anderen Regionen Deutschlands oder aus dem Ausland nur vergleichsweise geringe Bedeutung für die Bekämpfung des Fachkräftemangels beigemessen. Tatsächlich sucht die Mehrheit der Unternehmen ausschließlich in der eigenen Region nach neuen Arbeitskräften oder nach Auszubildenden. Dies gilt insbesondere für den Gastronomiebereich sowie für kleinere Unternehmen.

Probleme bei der Besetzung offener Stellen

Trotz der identifizierten Maßnahmen gegen den Fachkräftemangel bilden viele Unternehmen nicht aus, da oft Ausbilderinnen und Ausbilder fehlen und nicht alle Ausbildungsbereiche abgedeckt werden können.

5. Angebote zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf

Das Angebot unterschiedlicher Arbeitszeitmodelle sowie andere Angebote zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf zählen zu den Maßnahmen, die von den Unternehmen als wichtig zur Bekämpfung des Fachkräftemangels betrachtet werden. Tatsächlich bieten 60% der Unternehmen flexible Arbeitszeitmodelle oder machen Teilzeitangebote. Wiedereinstiegsprogramme gibt es nur in wenigen Unternehmen. Kleinere Unternehmen machen seltener Angebote zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf.

Angebote zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf

Unternehmen sehen diesen Aspekt als wichtige Maßnahme gegen den Fachkräftemangel, allerdings bieten vor allem kleinere Betriebe selten entsprechende Angebote an.

6. Rekrutierungswege von Arbeitskräften

Auch in der Tourismuswirtschaft – wie bereits in anderen Branchen, die im Rahmen des Arbeitsmarktmonitoring untersucht wurden – beschreiten Anbieter und Nachfrager von Arbeitsplätzen unterschiedliche Wege. Während Unternehmen hauptsächlich auf persönliche Beziehungen und Anzeigen in der lokalen Presse setzen, wenn sie neue Arbeitskräfte suchen, stehen für die Auszubildenden das Internet sowie die Agentur für Arbeit an erster Stelle. 87% der Auszubildenden informieren sich im Internet über freie Stellen, aber nur etwas mehr als ein Drittel der Unternehmen nutzt diesen Weg, um neue Arbeitskräfte zu finden. 70% der Auszubildenden sehen in der Agentur für Arbeit eine wichtige Informationsquelle, aber nur 44% der Unternehmen suchen auf diesem Weg nach Arbeitskräften oder Auszubildenden. Jeweils etwa die Hälfte der Auszubildenden gibt an, dass sie mehr Informationen über Stellenangebote und potenzielle Arbeitgeber in der Region benötigt.

Diskrepanz bei der Wahl der Rekrutierungswege

Unternehmen nutzen vor allem persönliche Beziehungen und die lokale Presse, die Arbeitnehmergruppe nutzt überwiegend das Internet.

Eine Rekrutierung von Arbeitskräften im Ausland wird am häufigsten dann wahrgenommen, wenn es um an- oder ungelernte Kräfte geht. Insgesamt 18% der Unternehmen suchen An- und Ungelernte auch im Ausland. Die Auslandsrekrutierung ist damit für diese Gruppe von größerer Bedeutung als die Suche in ganz Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen oder die bundesweite Suche. Generell weiten Unternehmen mit mehr als 50 Beschäftigten ihre Suche am häufigsten auf das Ausland aus. An- und Ungelernte werden von 60% der Unternehmen dieser Größenklasse auch im Ausland rekrutiert.

Informationsbedarf der Auszubildenden

Die Hälfte der Auszubildenden möchte mehr über Stellen und Arbeitgeber in der Region erfahren.

Wenn es um die Rekrutierung von Arbeitskräften im Ausland geht, sehen die Unternehmen für viele Aspekte, die hier zu beachten sind, die Öffentliche Hand in der Verantwortung. Lediglich wenn es um die Auswahl der Bewerberinnen und Bewerber sowie um die Begleitung während der ersten Monate geht, sieht sich die Mehrzahl der befragten Unternehmen selbst verantwortlich.

7. Auszubildende in der Tourismuswirtschaft

Für mehr als die Hälfte der Auszubildenden stellt der Ausbildungsberuf den Wunschberuf dar. Noch höher ist dieser Anteil unter den Auszubildenden zur Köchin bzw. zum Koch – der Berufsgruppe also, die von den Unternehmen am häufigsten gesucht wird. Ob es sich um den Wunschberuf handelt oder nicht, spielt eine wichtige Rolle für die Zufriedenheit mit dem Ausbildungsverhältnis wie auch dafür, welche beruflichen Pläne die Auszubildenden entwickelt haben. So möchten Auszubildende im Wunschberuf häufiger nach Abschluss der Ausbildung weiter im erlernten Beruf arbeiten. Die Unsicherheit über die berufliche Zukunft ist in dieser Gruppe deutlich geringer.

Zufriedenheit

Die Auszubildenden sind mit ihrer Ausbildung mehrheitlich zufrieden, die meisten arbeiten in ihrem Wunschberuf.

Sehr wichtig bei der Wahl des Ausbildungsplatzes ist dessen Erreichbarkeit.

Insbesondere für die jüngeren Auszubildenden spielte die Erreichbarkeit der Ausbildungsstelle eine wichtige Rolle bei der Wahl des Ausbildungsplatzes. Die große Mehrheit der Unternehmen sieht in einer schlechten Verkehrsanbindung einen der wesentlichen Gründe dafür, dass die Region für Auszubildende nicht attraktiv ist.

8. Weiterbildung und Qualifizierung

Unternehmen sehen insgesamt einen hohen Qualifizierungsbedarf bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der verschiedenen Berufsgruppen. Besonders hoch ist dieser Bedarf aus Sicht der Unternehmen bei Köchinnen und Köchen sowie bei Auszubildenden in Küche und Service. Die wichtigsten Qualifizierungsthemen sind Warenkunde im Bereich Lebensmittel und das persönliche Auftreten. Auch bei Restaurantfachfrauen bzw. -fachmännern sowie Fachkräften im Gastgewerbe sehen weniger als ein Fünftel der Unternehmen keinen oder nur einen geringen Qualifizierungsbedarf, vier Fünftel aber einen mittleren oder gar hohen.

Das größte Hindernis für die Teilnahme an Weiterbildungs- und Qualifizierungsmaßnahmen sehen die Unternehmen in der Freistellung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Für mehr als die Hälfte der Unternehmen stellt dies ein Problem dar. Knapp der Hälfte fehlen die Mittel, um solche Maßnahmen zu finanzieren. Öffentliche Fördermittel für Weiterbildungen und Qualifizierungen hat jedoch nur eine kleine Minderheit der Unternehmen in Anspruch genommen.

Hoher Weiterbildungsbedarf

Es wird ein hoher Weiterbildungsbedarf benannt, die Freistellung des Personals bereitet allerdings Probleme.

Weiterhin besteht ein deutlicher Bedarf zum Thema Sprache und persönliches Auftreten.

Fehlendes Interesse der Beschäftigten an einer Weiterbildung oder Qualifizierung sehen 44% der Unternehmen, und zwar insbesondere Hotels und Betriebe der speisegeprägten Gastronomie. Auf Seiten der Auszubildenden ist die Bereitschaft, nach Abschluss der Ausbildung eine Weiterbildung anzuschließen unter denjenigen am größten, die davon ausgehen, dass sie von ihrem Arbeitgeber übernommen werden.

Zwar geht nur ein Fünftel der Unternehmen davon aus, dass Weiterbildungsangebote, die den Qualifizierungsbedarf abdecken, fehlen, aber 43% vermissen solche Angebote in räumlicher Nähe zu ihrem Unternehmen.

9. Auszubildende sowie Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer mit Migrationshintergrund

Der Anteil der Auszubildenden mit Migrationshintergrund in der Tourismuswirtschaft liegt bei etwas mehr als einem Drittel und ist damit doppelt so hoch wie im Landesdurchschnitt der Bevölkerung. Mehr als zwei Drittel der Auszubildenden mit Migrationshintergrund geben an, dass bei ihnen zu Hause eine andere Sprache als Deutsch gesprochen wird.

Sprachförderbedarf

Angesichts eines hohen Migrantenanteils in der Tourismuswirtschaft stellt die Vermittlung von Sprachkenntnissen insbesondere für an- und ungelernte Kräfte ein wichtiges Handlungsfeld dar.

Insbesondere an- und ungelernete Arbeitskräfte werden in der Tourismuswirtschaft auch im Ausland rekrutiert. Aus den Anmerkungen der Unternehmen geht hervor, dass Sprachkompetenz einen der wichtigsten Bereiche mit Qualifizierungsbedarf darstellt.

Die Vermittlung von Sprachkenntnissen ist daher in der Tourismuswirtschaft ein wichtiges Handlungsfeld.

10. Attraktivität der Region

Die befragten Auszubildenden haben eine starke Bindung an die Region, die insbesondere in familiären und freundschaftlichen Beziehungen begründet ist. Berufliche Zukunftsmöglichkeiten gehören allerdings nur für eine Minderheit der Auszubildenden zu den attraktiven Aspekten der Region. Trotz der starken Bindung an die Region, stimmen 60% der Auszubildenden der Aussage „*Ich sehe meine Zukunft in der Region*“ überhaupt nicht oder kaum zu. Dies deutet darauf hin, dass sie bereit sind, die Region aus beruflichen Gründen zu verlassen. Ihnen die beruflichen Zukunftsmöglichkeiten in der Region deutlicher zu machen und sie damit in der Region zu halten, dürfte daher angesichts des Fachkräftemangels eine wichtige Aufgabe sein.

Im Hinblick auf die Infrastruktur in der Region sehen Unternehmen vor allem Defizite im Hinblick auf die Verkehrsanbindung. Dies gilt insbesondere, wenn es um Ausbildungskräfte geht. An zweiter Stelle steht ein fehlendes Angebot attraktiver Wohnungen sowie ein fehlendes Freizeitangebot.

11. Alter der Belegschaft

Ein Großteil der Unternehmen hat nach eigenen Angaben eine altersgemischte Belegschaft. Eine Altersstrukturanalyse hat nur eine Minderheit durchgeführt. Insbesondere in kleineren Unternehmen ist dies kaum der Fall.

Alter der Belegschaft

Im Durchschnitt überwiegt eine junge Belegschaft.

Eine Überalterung der Belegschaft wird nur von einer Minderheit der Befragten als Herausforderung der kommenden fünf Jahre wahrgenommen. Maßnahmen, um ältere Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer länger im Unternehmen zu halten oder die vermehrte Einstellung älterer Arbeitskräfte spielen daher als Maßnahme zur Bekämpfung des Fachkräftemangels aus Sicht der Unternehmen eine untergeordnete Rolle.

12. Betriebliches Gesundheitsmanagement

Ein betriebliches Gesundheitsmanagement gibt es nur in wenigen Unternehmen der Tourismuswirtschaft. Am häufigsten ist es noch in Unternehmen mit mehr als 50 Beschäftigten zu finden. Auf der anderen Seite gehören Maßnahmen zur Gesunderhaltung für Auszubildende auch selten zu den Anforderungen, die sie an ihren zukünftigen Arbeitgeber stellen.

13. Herausforderungen für die Zukunft

Die Gewinnung neuer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wird von den Unternehmen am häufigsten als Herausforderung in den kommenden fünf Jahren genannt. Es folgen der Fachkräftemangel und die Bindung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an das Unternehmen. Das wichtigste Zukunftsthema der Unternehmen sind damit die Arbeitskräfte. Dem entsprechen die Angaben der Unternehmen zum aktuellen Arbeitskräftebedarf und den erwarteten Schwierigkeiten bei der Stellenbesetzung. Je mehr Beschäftigte ein Unternehmen hat, desto häufiger werden diese Herausforderungen gesehen.

Herausforderungen für die Zukunft

Die größte Herausforderung wird in der Gewinnung neuer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gesehen.

Kosteneinsparungen sind bereits für deutlich weniger Unternehmen eine Herausforderung der kommenden Jahre. Die Einhaltung des Mindestlohns stellt für nur ein Viertel der Unternehmen ein Problem dar, das sich in den kommenden Jahren stellen wird.

Tabellen- und Abbildungsverzeichnis

Tabellen

Tabelle 1: Angeschriebene Unternehmen im Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe in den Regionen	11
Tabelle 2: Migrationshintergrund	23

Abbildungen

Abbildung 1: Befragte Unternehmen nach Region.....	9
Abbildung 2: Rücklaufquoten in den Regionen	10
Abbildung 3: Art der Unternehmen	10
Abbildung 4: Art der befragten Unternehmen in den Landkreisen.....	11
Abbildung 5: Rücklaufquoten in den Regionen und Art des Unternehmens	12
Abbildung 6: Unternehmenskonstellationen.....	12
Abbildung 7: Anzahl Mitarbeiter/innen	13
Abbildung 8: Anzahl der Mitarbeiter/innen im Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe...	13
Abbildung 9: Anteil Mitarbeiter/innen mit unterschiedlichem Beschäftigungsumfang an der Belegschaft insgesamt	14
Abbildung 10: Durchschnittlicher Anteil Mitarbeiter/innen mit unterschiedlichem Beschäftigungsumfang.....	15
Abbildung 11: Anzahl Auszubildende	15
Abbildung 12: Anzahl Auszubildende im Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe.....	16
Abbildung 13: Ausbildung nach Anzahl der Mitarbeiter/innen	16
Abbildung 14: Gründe für ein fehlendes Ausbildungsplatzangebot	17
Abbildung 15: Gründe für ein fehlendes Ausbildungsplatzangebot im Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe	18
Abbildung 16: Gründe für fehlende Ausbildungsplätze in Unternehmen unterschiedlicher Größe	19
Abbildung 17: Wohn- und Ausbildungsort.....	20
Abbildung 18: Ausbildungsberufe	20
Abbildung 19: Ausbildungsberufe nach Erstausbildung oder vorangegangener Ausbildung.....	21
Abbildung 20: Ausbildungsberufe nach Geschlecht.....	21
Abbildung 21: Ausbildungsberufe nach Altersgruppen	22
Abbildung 22: Anteil Auszubildende mit Migrationshintergrund nach Ausbildungsberufen...	23
Abbildung 23: Ausbildungsberufe nach höchstem Schulabschluss.....	24
Abbildung 24: Offene Stellen nach Berufsgruppen	25
Abbildung 25: Offene Stellen nach Berufsgruppen im Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe	26
Abbildung 26: Erwartete Zahl offener Stellen in drei bis fünf Jahren	27
Abbildung 27: Erwartete Zahl offener Stellen in drei bis fünf Jahren nach Größe des Unternehmens.....	28
Abbildung 28: Offene Stellen sowie aktuelle und zukünftige Besetzungsschwierigkeiten nach Berufsgruppen	30
Abbildung 29: Gründe, warum Stellen nicht besetzt werden konnten, nach Positionen	32
Abbildung 30: Bedeutung von Maßnahmen zur Bekämpfung des Fachkräftemangels	34
Abbildung 31: Angebote zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf in den Unternehmen	35
Abbildung 32: Rekrutierungswege von Unternehmen und Informationsquellen von Auszubildenden über freie Stellen.....	36

Abbildung 33: Informationsbedarf von Auszubildenden im Hinblick auf offene Stellen und Arbeitgeber/innen in der Region	37
Abbildung 34: Rekrutierung von Bewerber/innen aus anderen Regionen	38
Abbildung 35: Rekrutierung von Bewerber/innen aus anderen Regionen im Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe	39
Abbildung 36: Rekrutierung von Bewerber/innen aus anderen Regionen nach Größe des Unternehmens ⁹	40
Abbildung 37: Verantwortlichkeit für Aspekte der Rekrutierung von Bewerber/innen aus dem Ausland aus Sicht der Unternehmen.....	42
Abbildung 38: Gründe für die Wahl des Ausbildungsberufs	43
Abbildung 39: Schwierigkeiten beim Finden des Ausbildungsplatzes	44
Abbildung 40: Anforderungen der Auszubildenden an den zukünftigen Arbeitsplatz.....	45
Abbildung 41: Berufliche Ziele der Auszubildenden.....	46
Abbildung 42: Gründe für mangelnde Attraktivität der Region für Arbeitnehmer/innen und Auszubildende aus Sicht der Unternehmen	48
Abbildung 43: Aspekte der Attraktivität der Region aus Sicht der Auszubildenden	49
Abbildung 44: Bindung der Auszubildenden an die Region	50
Abbildung 45: Alterszusammensetzung der Belegschaft nach Bereichen.....	51
Abbildung 46: Anforderungsprofile nach Größe und Standort des Unternehmens.....	52
Abbildung 47: Vorhandensein eines Gesundheitsmanagements in Unternehmen unterschiedlicher Größe	53
Abbildung 48: Qualifizierungsbedarf der Berufsgruppen.....	54
Abbildung 49: Anzahl der Weiterbildungs- bzw. Qualifizierungstage pro Mitarbeiter/in im Jahr	55
Abbildung 50: Kostenträgerschaft der Weiterbildung und Qualifizierung.....	56
Abbildung 51: Träger/in des Zeitaufwandes für Weiterbildung und Qualifizierung.....	56
Abbildung 52: Wahrgenommene Hindernisse für die Teilnahme an Weiterbildungs- und Qualifizierungsmaßnahmen.....	57
Abbildung 53: Erwartete Entwicklung der Beschäftigtenzahl in den kommenden fünf Jahren	57
Abbildung 54: Wahrgenommene Herausforderungen der Unternehmen in den kommenden fünf Jahren	59
Abbildung 55: Wahrgenommene Herausforderungen in den kommenden fünf Jahren im Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe	60

Anhang: Fragebogen

Fragebogen Unternehmen



Befragung von Unternehmen in der Tourismuswirtschaft

Diese Befragung zur Fachkräftesituation in der Branche erfolgt im Rahmen einer Kooperation zwischen dem Landkreis Osnabrück und der Industrie- und Handelskammer Osnabrück - Emsland - Grafschaft Bentheim. Erstmals werden Unternehmen in den Regionen Landkreis Osnabrück, Stadt Osnabrück, Landkreis Emsland und Grafschaft Bentheim angesprochen. Die Wirtschaftsförderungen der Regionen sowie der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA) unterstützen diese Erhebung.

Wir versichern Ihnen, dass die Ergebnisse ausschließlich im Rahmen dieser Studie verwendet werden. Sollten Sie Interesse an einer Rückmeldung zum Ergebnisbericht oder zu konkreten Angeboten der jeweiligen Wirtschaftsförderungen oder der IHK haben, können Sie diesen Wunsch am Ende des Fragebogens mitteilen.

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

Fachkräftemangel / Offene Stellen			
1. Über welche Wege rekrutieren Sie vorrangig neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter? Sie können mehrere Angaben machen.			
	Agentur für Arbeit	118	44,0
	Jobcenter der Region	37	13,8
	Jobbörsen	28	10,4
	Berufsverbände	11	4,1
	Anzeigen in der lokalen Presse	137	51,1
	Anzeigen in der überregionalen Presse	23	8,6
	Internet (auch: soziale Netzwerke im Internet)	100	37,3
	Hochschulkontakte	6	2,2
	Patenschaften mit Schulen	12	4,5
	Praktika	47	17,5
	Personalberatung / Headhunter	4	1,5
	Persönliche Beziehungen	152	56,7
	Kollegen	106	39,6
2. Gibt es zurzeit offene Stellen in Ihrem Unternehmen?			
	Nein	133	48,2
	Ja	143	51,8

Fachkräftemangel / Offene Stellen

3. Wenn es in Ihrem Unternehmen zurzeit offene Stellen gibt: Für welche Berufsgruppen?		
Führungskräfte	15	10,2
Fachkräfte für Systemgastronomie	11	7,5
Hotelfachmänner / -fachfrauen	46	31,3
Restaurantfachmänner / -fachfrauen	57	38,8
Fachkräfte im Gastgewerbe	34	23,1
Köche / Köchinnen	81	55,1
Diätköche/-köchinnen	1	,7
Sommeliers	1	,7
Barmixer/innen	4	2,7
Geprüfte Küchenmeister/innen	4	2,7
Geprüfte Hotelmeister/innen	2	1,4
Geprüfte Meister/innen im Gastgewerbe	1	,7
Geprüfte Restaurantmeister/innen	2	1,4
Geprüfte Tourismusfachwirte/-fachwirtinnen	0	0,0
Fachwirte/-wirtinnen im Gastgewerbe	0	0,0
Kaufmänner/-frauen für Freizeit und Tourismus	1	,7
Tourismuskaufleute	1	,7
Hotelkaufleute	7	4,8
Andere kaufmännische Berufe	2	1,4
An-/Ungelernte	44	29,9
Auszubildende Service	52	35,4
Auszubildende Küche	49	33,3
Auszubildende im kaufmännischen Bereich	8	5,4
Andere Berufsgruppen, und zwar:		
_____	27	18,4

Fachkräftemangel / Offene Stellen

4. Gibt es zurzeit in Ihrem Unternehmen Schwierigkeiten, offene Stellen zu besetzen? Wie schätzen Sie die Situation in drei Jahren ein?	aktuell		in 3 Jahren	
Führungskräfte	28	17,1	38	22,5
Fachkräfte für Systemgastronomie	17	10,4	16	9,5
Hotelfachmänner / -fachfrauen	45	27,4	58	34,3
Restaurantfachmänner / -fachfrauen	65	39,6	79	46,7
Fachkräfte im Gastgewerbe	43	26,2	53	31,4
Köche / Köchinnen	96	58,5	107	63,3
Diätköche/-köchinnen	4	2,4	2	1,2
Sommeliers	4	2,4	3	1,8
Barmixer/innen	5	3,0	5	3,0
Geprüfte Küchenmeister/innen	9	5,5	9	5,3
Geprüfte Hotelmeister/innen	2	1,2	2	1,2
Geprüfte Meister/innen im Gastgewerbe	1	,6	1	,6
Geprüfte Restaurantmeister/innen	2	1,2	3	1,8
Geprüfte Tourismusfachwirte/-fachwirtinnen	1	,6	1	,6
Fachwirte/-wirtinnen im Gastgewerbe	2	1,2	1	,6
Kaufmänner/-frauen für Freizeit und Tourismus	1	,6	0	0,0
Tourismuskauflleute	1	,6	1	,6
Hotelkauflleute	6	3,7	6	3,6
Andere kaufmännische Berufe	1	,6	0	0,0
An-/Ungelernte	51	31,1	47	27,8
Auszubildende Service	60	36,6	72	42,6
Auszubildende Küche	59	36,0	71	42,0
Auszubildende im kaufmännischen Bereich	5	3,0	3	1,8
Andere Berufsgruppen, und zwar:	13	7,9	13	7,7

Fachkräftemangel / Offene Stellen

5. Aus welchen Gründen können diese Positionen nicht besetzt werden?	Führungs- kräfte	Fach- kräfte mit Weiterbil- dungs- abschluss	Fachkräfte	An-/Un- gelernte	Auszu- bildende
Mangelnde Attraktivität der Region	21 28,8	15 21,7	31 19,9	16 11,0	25 20,2
Fehlende Verkehrsverbindungen	7 9,6	9 13,0	23 14,7	27 18,6	29 23,4
Schlechtes Image der Branche	31 42,5	24 34,8	68 43,6	55 37,9	68 54,8
Mangelnde Attraktivität der Arbeitszeiten	38 52,1	39 56,5	101 64,7	90 62,1	102 82,3
Mangelnde Attraktivität der Arbeitsbedingun- gen	15 20,5	13 18,8	41 26,3	37 25,5	41 33,1
Mangelnde Attraktivität der Verdienstmöglich- keiten	26 35,6	22 31,9	65 41,7	51 35,2	49 39,5
Konkurrenz in der Region	11 15,1	9 13,0	30 19,2	21 14,5	18 14,5
Fehlende Bewerber/innen	43 58,9	44 63,8	105 67,3	84 57,9	86 69,4
Mangelnde fachliche Qualifikation der Bewerber/innen	22 30,1	25 36,2	62 39,7	43 29,7	46 37,1
Fehlende persönliche Eignung der Bewerber/innen	18 24,7	20 29,0	54 34,6	62 42,8	53 42,7
Mangelnde Sprachkenntnisse der Bewerber/innen	7 9,6	6 8,7	19 12,2	56 38,6	18 14,5
Fehlende zeitliche Flexibilität der Bewerber/innen	22 30,1	23 33,3	65 41,7	89 61,4	52 41,9
Sonstiges und zwar:	2	2	3	5	2
	2,7	2,9	1,9	3,4	1,6

6. Rekrutieren Sie gezielt Bewerber/innen aus anderen Regionen?	Führungs- kräfte	Fach- kräfte mit Weiterbil- dungs- abschluss	Fachkräfte	An-/Un- gelernte	Auszu- bildende
Nein	92 73,0	87 73,1	116 64,4	115 68,0	105 69,1
Ja, aus ganz Niedersachsen / aus Nordrhein-Westfalen	11 8,7	12 10,1	22 12,2	17 10,1	19 12,5
Ja, bundesweit	19 15,1	13 10,9	19 10,6	7 4,1	17 11,2
Ja, aus dem Ausland	4 3,2	7 5,9	23 12,8	30 17,8	11 7,2

7. Wenn Sie Fachkräfte aus dem Ausland rekrutieren: Aus welchem Land bzw. aus welchen Ländern rekrutieren Sie diese Kräfte?

Fachkräftemangel / Offene Stellen

8. Wen sehen Sie in der Verantwortung, wenn es um folgende Aspekte bei der Rekrutierung von Arbeitskräften aus dem Ausland geht?	Arbeitnehmer/ innen selbst	Arbeitgeber/ innen	Öffentliche Hand
Anwerbung im Ausland	51 31,5	75 51,7	81 52,9
Auswahl von Bewerberinnen und Bewerbern	23 14,2	108 74,5	13 8,5
Spracherwerb <u>vor</u> Beginn der Tätigkeit	131 80,9	27 18,6	72 47,1
Spracherwerb <u>während</u> der Berufstätigkeit	110 67,9	78 53,8	56 36,6
Umzug nach Deutschland (inkl. Klärung behördlicher Angelegenheiten)	95 58,6	57 39,3	95 62,1
Begleitung während der ersten Monate („Kümmerer“)	43 26,5	102 70,3	78 51,0
Zuzug von Familienangehörigen (Schulanmeldung, Job für Angehörige)	73 45,1	32 22,1	87 56,9
Anerkennung der im Ausland erworbenen Abschlüsse	40 24,7	22 15,2	117 76,5
Finanzierung der Anwerbung und Begleitung	40 24,7	56 38,6	102 66,7

9. Wie viele offene Stellen erwarten Sie in den nächsten drei bis fünf Jahren?	Führungskräfte	Fachkräfte mit Weiterbildungsabschluss	Fachkräfte	An-/Ungelernte	Auszubildende
Kann ich noch nicht sagen	57 43,5	43 39,4	55 28,4	55 29,3	34 22,2
Keine	37 28,2	30 27,5	23 11,9	25 13,3	23 15,0
1 bis 3 offene Stellen	32 24,4	26 23,9	86 44,3	73 38,8	66 43,1
4 bis 10 offene Stellen	2 1,5	7 6,4	24 12,4	25 13,3	25 16,3
11 bis 25 offene Stellen	1 ,8	2 1,8	4 2,1	4 2,1	3 2,0
26 und mehr offene Stellen	2 1,5	1 ,9	2 1,0	6 3,2	2 1,3

Fachkräftemangel / Offene Stellen

10. Welche Maßnahmen sind in Ihrem Unternehmen von Bedeutung, wenn es darum geht, dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken?	sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	unwichtig
Ausbildung im eigenen Betrieb	100 52,6	53 27,9	21 11,1	16 8,4
Weiterbildung bzw. Qualifizierung im eigenen Betrieb	79 40,7	86 44,3	22 11,3	7 3,6
Weiterbildung bzw. Qualifizierung der Mitarbeiter/innen in externen Seminaren	24 13,2	92 50,5	50 27,5	16 8,8
Mehr ältere Arbeitnehmer/innen einstellen	10 5,5	64 35,4	78 43,1	29 16,0
Maßnahmen, um ältere Arbeitnehmer/innen länger im Betrieb zu beschäftigen	21 11,9	72 40,7	62 35,0	22 12,4
Vermehrt Frauen einstellen	23 12,8	47 12,8	76 12,8	33 12,8
Vermehrt Kräfte mit Migrationshintergrund einstellen	20 11,2	59 33,1	60 33,7	39 21,9
Suche nach Arbeitskräften aus anderen Regionen Deutschlands betreiben bzw. verstärken	21 11,7	53 29,6	59 33,0	46 25,7
Suche nach Arbeitskräften aus dem Ausland betreiben bzw. verstärken	18 10,1	58 32,6	59 33,1	43 24,2
Verstärkt Personalvermittlungsagenturen einschalten	12 7,0	29 16,9	63 36,6	68 39,5
Höhere Gehälter / Prämien zahlen	25 13,2	85 44,7	50 26,3	30 15,8
Unterschiedliche Arbeitszeitmodelle anbieten (flexible Arbeitszeiten, Teilzeit etc.)	49 25,7	98 51,3	26 13,6	18 9,4
Andere Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf anbieten	32 17,5	108 59,0	29 15,8	14 7,7
Positives Betriebsklima schaffen	151 74,4	46 22,7	3 1,5	3 1,5
Mehr Transparenz über die Angebote am Arbeitsmarkt	39 22,5	80 46,2	38 22,0	16 9,2
Vermarktung der Arbeitsmarktregion	40 23,0	74 42,5	43 24,7	17 9,8
Fachkräfteinitiativen für die Region	44 24,6	80 44,7	39 21,8	16 8,9

11. Machen Sie in Ihrem Unternehmen besondere Angebote, um Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu erleichtern?	Nein	
	57	24,7
Flexible Arbeitszeitmodelle	138	59,7
Angebote zur Teilzeitarbeit	140	60,6
Angebote zur Kinderbetreuung	10	4,3
Angebote zur Pflege von Angehörigen	5	2,2
Wiedereinstiegsprogramme	35	15,2

Attraktivität der Region		
12. Falls Sie schon einmal die Erfahrung gemacht haben, dass die Region für Arbeitnehmer/innen oder Auszubildende nicht attraktiv ist: Was waren die Gründe, die hierbei eine Rolle spielten? Sie können mehrere Angaben machen.	Arbeitnehmer/innen	Auszubildende
Schlechte Verkehrsanbindung	65 50,8	72 79,1
Sie fühlen sich in der Region nicht heimisch	32 25,0	23 25,3
Kein attraktives Wohnungsangebot	42 32,8	37 40,7
Fehlende Einkaufsmöglichkeiten	15 11,7	14 15,4
Fehlende Freizeitangebote in der Region	40 31,3	30 33,0
Fehlende kulturelle Angebote in der Region (Theater, Konzerte, Kino)	36 28,1	16 17,6
Fehlende Arbeitsplatzangebote für Partner/in	36 28,1	3 3,3
Fehlende Kinderbetreuungsmöglichkeiten	31 24,2	3 3,3
Fehlendes Angebot weiterführender Schulen vor Ort	14 10,9	7 7,7
Fehlende Möglichkeiten der Betreuung von Senioren	5 3,9	1 1,1
Alterung der Belegschaft		
13. Haben Sie in Ihrem Unternehmen eine Altersstrukturanalyse durchgeführt?	ja 31 13,1	nein 205 86,9
14. Wie hoch ist das Durchschnittsalter der Belegschaft?		
Durchschnittsalter in Jahren:	36,5	
Das Durchschnittsalter ist nicht bekannt	53 22,9	
15. Wie beurteilen Sie die Alterszusammensetzung Ihrer Belegschaft?		
Wir haben eine altersmäßig gemischte Belegschaft.	141	62,1
Wir haben eine eher junge Belegschaft.	73	32,2
Unsere Belegschaft ist überaltert.	13	5,7
Anforderungsprofile		
16. Gibt es in Ihrem Unternehmen Anforderungsprofile für die Stellen?		
Nein, keine	100	41,7
Ja, für alle Stellen	99	41,3
Ja, für die Stellen, bei denen bereits Fachkräftemangel spürbar wird	41	17,1

Qualifizierung

17. Wie hoch schätzen Sie zurzeit den Qualifizierungsbedarf der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den verschiedenen Beschäftigungsgruppen ein?	Hoch	Mittel	Gering	Kein Bedarf
Fachkräfte für Systemgastronomie	34 28,1	48 39,7	18 14,9	21 17,4
Hotelfachmänner / -fachfrauen	59 39,6	66 44,3	7 4,7	17 11,4
Restaurantfachmänner / - fachfrauen	65 41,4	71 45,2	12 7,6	9 5,7
Fachkräfte im Gastgewerbe	51 35,7	69 48,3	13 9,1	10 7,0
Köche / Köchinnen	94 55,0	59 34,5	11 6,4	7 4,1
Diätköche/-köchinnen	31 32,6	30 31,6	15 15,8	19 20,0
Sommelier	18 19,1	27 28,7	22 23,4	27 28,7
Barmixer/innen	10 10,1	31 31,3	30 30,3	28 28,3
Geprüfte Küchenmeister/innen	35 34,3	27 26,5	21 20,6	19 18,6
Geprüfte Hotelmeister/innen	26 26,8	26 26,8	24 24,7	21 21,6
Geprüfte Meister/innen im Gastgewerbe	27 28,1	28 29,2	21 21,9	20 20,8
Geprüfte Restaurantmeister/innen	31 31,0	33 33,0	18 18,0	18 18,0
Geprüfte Tourismusfachwirte/-fachwirtinnen	21 21,9	31 32,3	20 20,8	24 25,0
Fachwirte/-wirtinnen im Gastgewerbe	18 18,9	41 43,2	17 17,9	19 20,0
Kaufmänner/-frauen für Freizeit und Tourismus	16 16,5	42 43,3	16 16,5	23 23,7
Tourismuskaufleute	18 18,4	41 41,8	17 17,3	22 22,4
Hotelkaufleute	23 22,5	44 43,1	16 15,7	19 18,6
Andere kaufmännische Berufe	19 19,8	37 38,5	13 13,5	27 28,1
An-/Ungelernte	56 39,2	39 27,3	34 23,8	14 9,8
Auszubildende Service	61 44,9	55 40,4	10 7,4	10 7,4
Auszubildende Küche	66 48,2	48 35,0	12 8,8	11 8,0
Auszubildende im kaufmännischen Bereich	24 24,2	42 42,4	13 13,1	20 20,2

18. Gibt es Themen, bei denen Sie in den kommenden fünf Jahren einen hohen Qualifizierungsbedarf sehen? Welche sind das?

Qualifizierung			
19. Wie hoch ist die durchschnittliche Anzahl der Teilnehmertage an Weiterbildungs- bzw. Qualifizierungsmaßnahmen pro Mitarbeiter/in im Jahr?			
Bis 2 Tage	148	74,0	
3 bis 5 Tage	45	22,5	
Mehr als 5 Tage	7	3,5	
20. Wer trägt im Allgemeinen die Kosten von Qualifizierungsmaßnahmen?			
Die Kosten trägt das Unternehmen allein.	167	80,7	
Die Kosten trägt die Mitarbeiterin / der Mitarbeiter allein.	4	1,9	
Unternehmen und Mitarbeiter/in tragen die Kosten anteilig.	36	17,4	
21. Nutzen Sie für die Finanzierung von Qualifizierungsmaßnahmen öffentliche Fördermittel?			
Ja	18	8,3	
Nein	198	91,7	
22. Wer trägt im Allgemeinen den Zeitaufwand für die Teilnahme an Qualifizierungsmaßnahmen?			
Das Unternehmen, d.h. die Qualifizierung wird als Arbeitszeit betrachtet.	130	63,7	
Die Mitarbeiter/innen, d.h. Qualifizierungen finden grundsätzlich in der Freizeit statt.	30	14,7	
Unternehmen und Mitarbeiter/innen, d.h. ein Teil der Qualifizierung wird als Arbeitszeit behandelt, ein Teil findet in der Freizeit der Mitarbeiter/innen statt	44	21,6	
23. Falls es in Ihrem Unternehmen Hindernisse gibt, die einer stärkeren Nutzung von Qualifizierungsangeboten entgegenstehen: Welche Hindernisse sind dies? Sie können mehrere Angaben machen.			
Fehlende finanzielle Mittel im Unternehmen.	87	48,1	
Es gibt keine Angebote, die den Qualifizierungsbedarf der Mitarbeiter/innen abdecken	38	21,0	
Es gibt keine Angebote in räumlicher Nähe.	78	43,1	
Die Freistellung von Mitarbeiter/innen verursacht Probleme.	102	56,4	
Fehlendes Interesse auf Seiten der Mitarbeiter/innen.	80	44,2	

Betriebliches Gesundheitsmanagement			
24. Gibt es in Ihrem Unternehmen ein betriebliches Gesundheitsmanagement?			
Ja	32	14,4	
Ist geplant	27	12,2	
Nein	163	73,4	

Herausforderungen für die Zukunft			
25. Wie wird sich die Zahl der Beschäftigten in Ihrem Unternehmen in den nächsten fünf Jahren voraussichtlich entwickeln?			
Die Zahl der Beschäftigten wird zunehmen.	95	40,6	
Die Zahl der Beschäftigten wird abnehmen.	32	13,7	
Es wird keine Veränderung der Beschäftigtenzahl geben.	107	45,7	

26. Worin sehen Sie für Ihr Unternehmen die größten Herausforderungen in den nächsten fünf Jahren?		
Fachkräftemangel	123	53,9
Überalterung der Belegschaft	36	15,8
Gewinnung neuer Mitarbeiter/innen	154	67,5
Bindung der Mitarbeiter/innen an das Unternehmen	87	38,2
Zunehmende Konkurrenz in der Region	53	23,2
Zunehmende Preiskonkurrenz durch Branchenfremde (z.B. Möbelhäuser)	50	21,9
Realisierung von Kosteneinsparungen	69	30,3
Umsetzung ökologischer Anforderungen	31	13,6
Unternehmensnachfolge / Inhaberwechsel / Generationenwechsel in der Leitung	47	20,6
Einhaltung des Mindestlohns	54	23,7

Fragen zum Unternehmen

27. Zu welchem der Bereiche gehört Ihr Unternehmen? Bitte machen Sie nur eine Angabe.		
Hotel (ohne Hotel garni)	64	26,2
Hotel garni	8	3,3
Gasthof	24	9,8
Pension	1	,4
Ferienunterkünfte	11	4,5
Campingplatz	6	2,5
Sonstiges Beherbergungsgewerbe	4	1,6
Speisegeprägte Gastronomie	81	33,2
Caterer und sonstige Verpflegungsdienstleistungen	10	4,1
Getränkegeprägte Gastronomie	14	5,7
Sonstiges Gaststättengewerbe	21	8,6
28. Welche der folgenden Aussagen trifft auf Ihr Unternehmen zu? Unser Unternehmen...		
... ist ein eigentümergeführter Betrieb	203	83,2
... ein Einzelunternehmen nicht eigentümergeführt	14	5,7
... ist eine Filiale	3	1,2
... ist Franchisenehmer	11	4,5
... ist Sonstiges	13	5,3
29. Wie viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hat Ihr Unternehmen am hiesigen Standort?		
Bis 5 Mitarbeiter/innen	64	27,1
6 bis 9 Mitarbeiter/innen	63	26,7
10 bis 49 Mitarbeiter/innen	95	40,3
50 bis 149 Mitarbeiter/innen	9	3,8
150 bis 249 Mitarbeiter/innen	4	1,7
250 bis 499 Mitarbeiter/innen	1	,4
500 und mehr Mitarbeiter/innen	0	0,0
30. Wie hoch ist der Anteil der folgenden Gruppen in Ihrem Unternehmen?		
Vollzeitkräfte		Ca. 41,0%
Teilzeitkräfte mit mehr als 20 Stunden		Ca. 26,7%
Teilzeitkräfte mit weniger als 20 Stunden		Ca. 16,9%
450-Euro-Kräfte		Ca. 44,9%

Fragen zum Unternehmen

31. Wie viele Auszubildende hat Ihr Unternehmen?			
	Wir bilden nicht aus	45	19,1
	eine/n Auszubildende/n	38	16,1
	2 bis 4 Auszubildende	8	3,4
	5 bis 9 Auszubildende	4	1,7
	10 bis 24 Auszubildende	3	1,3
	25 und mehr Auszubildende	138	58,5
32. Falls Ihr Unternehmen nicht ausbildet: Warum bildet Ihr Unternehmen nicht aus? Sie können mehrere Angaben machen.			
	Es fehlen Bewerber/innen.	26	21,1
	Es fehlen geeignete Bewerber/innen.	22	17,9
	Es fehlen Ausbilder/innen.	37	30,1
	Unser Unternehmen kann nicht alle Ausbildungsbereiche abdecken.	38	30,9
	Es ist zu teuer, auszubilden.	21	17,1
	Die Arbeitszeitbestimmungen für Jugendliche stehen dem entgegen.	22	17,9
	Zeitlich ist es nicht möglich, jemanden für die Anleitung freizustellen.	29	23,6
33. Wo ist der Sitz Ihres Unternehmens?			
	Landkreis Osnabrück	88	33,7
	Stadt Osnabrück	40	15,3
	Landkreis Emsland	84	32,2
	Landkreis Grafschaft Bentheim	49	18,8
34. Was mir sonst noch wichtig ist:			
<hr/>			

Ich bin damit einverstanden, dass meine Kontaktdaten an die an der Erhebung beteiligte Wirtschaftsförderung sowie den mit der Erhebung Beauftragten (Landkreis Osnabrück und Industrie- und Handelskammer Osnabrück - Emsland - Grafschaft Bentheim) zweckgebunden für eine Rückmeldung zu folgenden Themen weitergegeben werden:

<input type="checkbox"/>	Zusendung des Ergebnisberichts
<input type="checkbox"/>	Ausbildung
<input type="checkbox"/>	Weiterbildung
<input type="checkbox"/>	Wirtschaftsförderung, z.B. Fördermittelberatung
	Bitte geben Sie Ihren Wunsch an: _____ _____ _____

Name des Unternehmens: _____

Ansprechpartner/in: _____

Email: _____ Telefon: _____

Ich bin **nicht** einverstanden, dass meine Kontaktdaten an die an der Erhebung beteiligten Institutionen zwecks Rückmeldung weitergegeben werden.

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit!

Allgemeiner Datenschutzhinweis:

Wir beachten den Grundsatz der zweckgebundenen Datenverwendung und erheben, verarbeiten und speichern Ihre personenbezogenen Daten nur für die Zwecke, für die Sie sie uns mitgeteilt haben. Eine Weitergabe Ihrer persönlichen Daten an Dritte erfolgt ohne Ihre ausdrückliche Einwilligung nicht. Die Übermittlung an auskunftsberechtigte staatliche Institutionen und Behörden erfolgt nur im Rahmen der gesetzlichen Auskunftspflichten oder wenn wir durch eine gerichtliche Entscheidung zur Auskunft verpflichtet werden.

Auch den verwaltungsinternen Datenschutz nehmen wir sehr ernst. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und die von uns beauftragten Dienstleistungsunternehmen sind von uns zur Verschwiegenheit und zur Einhaltung der datenschutzrechtlichen Bestimmungen verpflichtet worden.

Fragebogen Auszubildende

Befragung von Auszubildenden in der Tourismuswirtschaft

Diese Befragung zur Fachkräftesituation in der Branche erfolgt im Rahmen einer Kooperation zwischen dem Landkreis Osnabrück und der Industrie- und Handelskammer Osnabrück - Emsland - Grafschaft Bentheim. Erstmals werden Unternehmen in den Regionen Landkreis Osnabrück, Stadt Osnabrück, Landkreis Emsland und Grafschaft Bentheim angesprochen. Die Wirtschaftsförderungen der Regionen sowie der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA) unterstützen diese Erhebung.

Wir versichern Ihnen, dass die Ergebnisse ausschließlich im Rahmen dieser Studie verwendet werden. Sollten sie Interesse an einer Rückmeldung zum Ergebnisbericht oder zu konkreten Angeboten der jeweiligen Wirtschaftsförderungen oder der IHK haben, können Sie diesen Wunsch am Ende des Fragebogens mitteilen.

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

Region			
1. Wo wohnen Sie?			
Landkreis Osnabrück	143	32,1	
Stadt Osnabrück	61	13,7	
Landkreis Emsland	151	33,9	
Landkreis Grafschaft Bentheim	90	20,2	
2. Wo machen Sie Ihre Ausbildung?			
Landkreis Osnabrück	107	23,2	
Stadt Osnabrück	114	24,7	
Landkreis Emsland	150	32,5	
Landkreis Grafschaft Bentheim	91	19,7	
3. Wenn Sie in der Region wohnen: Was macht die Region für Sie persönlich attraktiv? Sie können mehrere Angaben machen.			
Familie	339	68,9	
Freunde und Bekannte	333	67,7	
Landschaft	118	24,0	
Lebenshaltungskosten	49	10,0	
Freizeitmöglichkeiten	100	20,3	
Einkaufsmöglichkeiten	108	22,0	
Verkehrsanbindung	74	15,0	
Ausbildungsmöglichkeiten	172	35,0	
Berufliche Zukunftsmöglichkeiten	73	14,8	

Region				
4. Bitte geben Sie an, inwieweit die folgenden Aussagen auf Sie zutreffen:	Trifft voll und ganz zu	Trifft etwas zu	Trifft kaum zu	Trifft überhaupt nicht zu
Ich fühle mich mit der Region sehr verbunden.	141 27,6	229 44,8	99 19,4	42 8,2
Es würde mir schwer fallen, von hier wegzuziehen.	86 17,0	160 31,6	123 24,3	138 27,2
Ich sehe meine Zukunft in der Region.	60 11,8	160 31,4	151 29,6	139 27,3

Information über freie Stellen			
5. Wenn Sie auf der Suche nach einem Arbeitsplatz sind: Wo informieren Sie sich über freie Stellen? Sie können mehrere Angaben machen.			
	Agentur für Arbeit	362	69,3
	Jobcenter der Region / MaßArbeit	88	16,9
	Messen / Jobbörsen	112	21,5
	lokale Presse	133	25,5
	überregionale Presse	68	13,0
	Internet	455	87,2
	Freunde/ Bekannte	290	55,6
6. Fühlen Sie sich ausreichend über Stellenangebote und Arbeitgeber <u>in der Region</u> informiert?	Ich bin ausreichend informiert	Ich benötige mehr Informationen	Ich habe zu viel Informationen und die Übersicht verloren
	244 48,6	245 48,8	13 2,6
	Stellenangebote in der Region		
	217 43,8	261 52,6	18 3,6
	Arbeitgeber in der Region, bei denen ich arbeiten könnte		

Berufliche Zukunft			
7. Was ist Ihnen an Ihrem zukünftigen Arbeitsplatz wichtig? Bitte machen Sie maximal fünf Angaben.			
	nette Kolleginnen und Kollegen	454	86,0
	gute Vorgesetzte	289	54,7
	Familienfreundlichkeit	157	29,7
	Qualifizierungsmöglichkeiten	189	35,8
	Aufstiegsmöglichkeiten	305	57,8
	Arbeitszeiten	301	57,0
	gute Arbeitsbedingungen	279	52,8
	Arbeitsplatzsicherheit	215	40,7
	gutes Gehalt	374	70,8
	Angebote zum Erhalt der Gesundheit	85	16,1
	eigene Gestaltungsmöglichkeiten	133	25,2
8. Aus welchen Gründen haben Sie diesen Ausbildungsberuf gewählt? Sie können mehrere Angaben machen.			
	... weil meine Eltern den Ausbildungsplatz für mich gefunden haben.	14	2,8
	... weil meine Eltern mir den Ausbildungsberuf empfohlen haben.	39	7,7
	... weil meine Lehrerinnen bzw. Lehrer mir den Ausbildungsberuf empfohlen haben.	36	7,1

Berufliche Zukunft		
... weil die Berufsberatung mir den Ausbildungsberuf empfohlen hat.	45	8,9
... weil es eine Ausbildung in meinem Wunschberuf ist.	273	53,7
... weil der Ausbildungsplatz für mich gut zu erreichen ist.	161	31,7
... weil ich am Ort bleiben konnte.	107	21,1
... weil ich nach meiner Ausbildung wahrscheinlich übernommen werde.	85	16,7
...weil mein Arbeitgeber einen guten Ruf hat.	126	24,8
Ich habe keinen anderen Ausbildungsplatz gefunden.	76	15,0
9. War es schwer für Sie, einen Ausbildungsplatz zu finden?		
	Ja	105 20,2
	Nein	414 79,8
10. Was sind Ihre beruflichen Ziele?		
Ich möchte ein Studium beginnen.	80	15,4
Ich möchte als selbstständiger Unternehmer / selbstständige Unternehmerin tätig sein.	137	26,4
Ich möchte eine Weiterbildung nutzen.	127	24,5
Ich möchte in meinem erlernten Beruf bleiben.	151	29,2
Ich möchte nicht in meinem erlernten Beruf arbeiten.	79	15,3
Ich möchte künftig in einem anderen Unternehmen arbeiten.	98	18,9
Ich weiß es noch nicht.	129	24,9

Fragen zur Person		
11. Was ist Ihr höchster allgemein bildender Schulabschluss? Bitte machen Sie nur eine Angabe.		
Von der Schule abgegangen ohne Hauptschulabschluss (ohne Volksschulabschluss)	15	2,9
Hauptschulabschluss (Volksschulabschluss)	185	35,9
Realschulabschluss (Mittlere Reife)	226	43,8
Fachhochschulreife, Abschluss Fachoberschule	40	7,8
Allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife / Abitur	15	2,9
12. In welchem Beruf machen Sie eine Ausbildung?		
Fachkraft für Systemgastronomie	65	12,4
Hotelfachmann / Hotelfachfrau	164	31,4
Restaurantfachmann / Restaurantfachfrau	48	9,2
Fachkraft im Gastgewerbe	35	6,7
Koch / Köchin	210	40,2
Kaufmann/-frau für Freizeit und Tourismus	0	0,0
Tourismuskauffrau / -kaufmann	0	0,0
Hotelkauffrau / -kaufmann	0	0,0
Anderer kaufmännischer Beruf	1	,2

Fragen zur Person					
13. Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer Ausbildung?					
1	2	3	4	5	6
72	167	161	77	31	12
13,8	32,1	31,0	14,8	6,0	2,3
sehr zufrieden					sehr unzufrieden
14. Haben Sie bereits eine Ausbildung absolviert und abgeschlossen?					
Ja, ich habe bereits eine abgeschlossene Ausbildung.				46	8,8
Ich habe schon einmal eine andere Ausbildung begonnen, aber nicht abgeschlossen.				69	13,2
Nein, dies ist meine Erstausbildung.				406	77,9
15. Geschlecht					
weiblich				281	53,9
männlich				240	46,1
16. Wie alt sind Sie?					
Alter in Jahren:					20,5
17. In welchem Land sind Sie geboren?					
in Deutschland				436	84,3
in einem anderen Land				81	15,7
18. In welchem Land sind Ihre Eltern geboren?					
Beide Elternteile sind in Deutschland geboren.				346	66,4
Beide Elternteile sind / ein Elternteil ist in einem anderen Land geboren.				175	33,6
19. Welche Sprache wird bei Ihnen zu Hause vorwiegend gesprochen?					
Deutsch				403	77,1
eine andere Sprache				120	22,9

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit!

Befragung von Institutionen in der Tourismuswirtschaft Landkreis Osnabrück

Diese Befragung zur Fachkräftesituation in der Branche erfolgt im Rahmen einer Kooperation zwischen dem Landkreis Osnabrück und der Industrie- und Handelskammer Osnabrück - Emsland - Grafschaft Bentheim. Erstmals werden Unternehmen in den Regionen Landkreis Osnabrück, Stadt Osnabrück, Landkreis Emsland und Grafschaft Bentheim angesprochen. Die Wirtschaftsförderungen der Regionen sowie der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA) unterstützen diese Erhebung.

Wir versichern Ihnen, dass die Ergebnisse ausschließlich im Rahmen dieser Studie verwendet werden. Sollten Sie Interesse an einer Rückmeldung zum Ergebnisbericht oder zu konkreten Angeboten der jeweiligen Wirtschaftsförderungen oder der IHK haben, können Sie diesen Wunsch am Ende des Fragebogens mitteilen.

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

Fachkräftemangel / Offene Stellen		
1. Über welche Wege rekrutieren die Unternehmen vorrangig neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter? Sie können mehrere Angaben machen.		
	Agentur für Arbeit	4
	Jobcenter der Region / MaßArbeit	2
	Jobbörsen	2
	Berufsverbände	0
	Anzeigen in der lokalen Presse	7
	Anzeigen in der überregionalen Presse	3
	Internet (auch: soziale Netzwerke im Internet)	5
	Hochschulkontakte	1
	Patenschaften mit Schulen	0
	Praktika	4
	Personalberatung / Headhunter	0
	Persönliche Beziehungen	3
	Kollegen	2
2. Wie unterstützen Sie Unternehmen bei der Rekrutierung neuer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter? Sie können mehrere Angaben machen.		
	Veranstaltung von Messen	3
	Jobbörsen	3
	Informationsveranstaltungen	3
	Einrichten von Internetplattformen	3
	Herstellen persönlicher Kontakte	1
	Individuelle Beratung	3
	Qualifizierungsangebote im Bereich Personalrekrutierung	0
	Qualifizierungsangebote für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	2
	Beratungsangebote im Bereich Personalentwicklung	2
	Entwicklung einer Vermarktungsstrategie für die Region (Region als Marke)	1
	Entwicklung einer Vermarktungsstrategie für die Branchen	2
	Wir machen keine solchen Angebote	2

Fachkräftemangel / Offene Stellen		
3. Gibt es in den Unternehmen zurzeit offene Stellen für...	Ja	Nein
Führungskräfte	1	3
Fachkräfte für Systemgastronomie	3	1
Hotelfachleute	3	1
Restaurantfachleute	3	1
Fachkräfte im Gastgewerbe	3	1
Köche / Köchinnen	3	1
Diätköche/-köchinnen	1	1
Sommeliers	0	2
Barmixer/innen	0	2
Geprüfte Küchenmeister/innen	1	1
Geprüfte Hotelmeister/innen	1	1
Geprüfte Meister/innen im Gastgewerbe	1	1
Geprüfte Restaurantmeister/innen	1	1
Geprüfte Tourismusfachwirte/-fachwirtinnen	0	4
Fachwirte/-wirtinnen im Gastgewerbe	1	1
Kaufmänner/-frauen für Freizeit und Tourismus	0	4
Tourismuskauflleute	0	4
Hotelkauflleute	2	1
Andere kaufmännische Berufe	0	2
An-/Ungelernte	1	1
Auszubildende Service	4	1
Auszubildende Küche	4	1
Auszubildende im kaufmännischen Bereich	2	1
Andere Berufsgruppen, und zwar:	0	0
4. Gibt es in den Unternehmen zurzeit Schwierigkeiten, offene Stellen zu besetzen?	Ja	Nein
Führungskräfte	0	4
Fachkräfte für Systemgastronomie	1	2
Hotelfachleute	1	1
Restaurantfachleute	3	1
Fachkräfte im Gastgewerbe	3	1
Köche / Köchinnen	3	1
Diätköche/-köchinnen	0	2
Sommeliers	0	2
Barmixer/innen	0	2
Geprüfte Küchenmeister/innen	1	1
Geprüfte Hotelmeister/innen	0	2
Geprüfte Meister/innen im Gastgewerbe	0	2
Geprüfte Restaurantmeister/innen	1	1
Geprüfte Tourismusfachwirte/-fachwirtinnen	0	4
Fachwirte/-wirtinnen im Gastgewerbe	1	1
Kaufmänner/-frauen für Freizeit und Tourismus	0	4
Tourismuskauflleute	0	4
Hotelkauflleute	1	1
Andere kaufmännische Berufe	0	2
An-/Ungelernte	1	1
Auszubildende Service	4	1
Auszubildende Küche	4	1
Auszubildende im kaufmännischen Bereich	0	2
Andere Berufsgruppen, und zwar	0	0

Fachkräftemangel / Offene Stellen					
5. Aus welchen Gründen können diese Positionen nicht besetzt werden?	Führungs- kräfte	Fach- kräfte mit Weiterbil- dungs- abschluss	Fach- kräfte	An-/Un- gelernte	Auszu- bildende
Mangelnde Attraktivität der Region	2	2	0	0	1
Fehlende Verkehrsverbindungen	1	2	3	2	4
Schlechtes Image der Branche	0	1	3	2	6
Mangelnde Attraktivität der Arbeitszeiten	0	0	4	4	7
Mangelnde Attraktivität der Arbeitsbedingun- gen	0	0	3	3	5
Mangelnde Attraktivität der Verdienstmög- lichkeiten	4	4	4	3	3
Konkurrenz in der Region	1	1	2	1	2
Fehlende Bewerber/innen	1	1	3	1	4
Mangelnde fachliche Qualifikation der Be- werber/innen	1	0	0	1	1
Fehlende persönliche Eignung der Bewerber/innen	0	0	1	1	2
Mangelnde Sprachkenntnisse der Bewerber/innen	0	0	1	2	2
Fehlende zeitliche Flexibilität der Bewerber/innen	0	1	5	3	4
Sonstiges und zwar:	0	0	0	0	0
6. Rekrutieren die Unternehmen gezielt Bewerber/innen aus anderen Regionen?	Führungs- kräfte	Fach- kräfte mit Weiterbil- dungs- abschluss	Fach- kräfte	An-/Un- gelernte	Auszu- bildende
Nein	2	2	3	4	5
Ja, aus ganz Niedersachsen / aus Nordrhein-Westfalen	0	1	1	1	1
Ja, bundesweit	3	2	1	0	1
Ja, aus dem Ausland	0	0	0	2	1
7. Wenn die Unternehmen Fachkräfte aus dem Ausland rekrutieren: Aus welchem Land bzw. aus welchen Ländern rekrutieren sie diese Kräfte?					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Niederlande, östliche und südliche EU-Staaten ▪ Niederlande, zunehmend Polen ▪ Spanien, Niederlande ▪ Spanien, Niederlande 					
8. Machen Sie Angebote, mit denen Sie die Unternehmen bei der Rekrutierung von Personal im Ausland unterstützen?					
					Nein
					4
Ja, und zwar:					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fachkräfte-Servicestelle, Emsachse ▪ in Zusammenarbeit ZIHOGA, Fachvermittlung Agentur für Arbeit Bund 					2

Fachkräftemangel / Offene Stellen			
9. Wen sehen Sie in der Verantwortung, wenn es um folgende Aspekte bei der Rekrutierung von Arbeitskräften aus dem Ausland geht?	Arbeitnehmer/innen selbst	Arbeitgeber/innen	Öffentliche Hand
Anwerbung im Ausland	2	8	2
Auswahl von Bewerberinnen und Bewerbern	0	8	0
Spracherwerb <u>vor</u> Beginn der Tätigkeit	8	2	2
Spracherwerb <u>während</u> der Berufstätigkeit	8	7	3
Umzug nach Deutschland (inkl. Klärung behördlicher Angelegenheiten)	4	3	6
Begleitung während der ersten Monate („Kümmerer“)	2	6	5
Anerkennung der im Ausland erworbenen Abschlüsse	3	2	8
Zuzug von Familienangehörigen (Schulanmeldung, Job für Angehörige)	6	1	6
Finanzierung der Anwerbung und Begleitung	1	8	2
10. Wenn Sie drei Jahre in die Zukunft blicken, erwarten Sie Probleme bei der Besetzung offener Stellen?			
Führungskräfte			0
Fachkräfte für Systemgastronomie			3
Hotelfachleute			6
Restaurantfachleute			6
Fachkräfte im Gastgewerbe			6
Köche / Köchinnen			7
Diätköche/-köchinnen			0
Sommeliers			0
Barmixer/innen			0
Geprüfte Küchenmeister/innen			2
Geprüfte Hotelmeister/innen			1
Geprüfte Meister/innen im Gastgewerbe			1
Geprüfte Restaurantmeister/innen			2
Geprüfte Tourismusfachwirte/-fachwirtinnen			0
Fachwirte/-wirtinnen im Gastgewerbe			1
Kaufmänner/-frauen für Freizeit und Tourismus			0
Tourismuskaufleute			0
Hotelkaufleute			1
Andere kaufmännische Berufe			0
An-/Ungelernte			3
Auszubildende Service			5
Auszubildende Küche			5
Auszubildende im kaufmännischen Bereich			1
Andere Berufsgruppen, und zwar:			0

Fachkräftemangel / Offene Stellen				
11. Welche Maßnahmen sind für die Unternehmen von Bedeutung, wenn es darum geht, dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken?	sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	unwichtig
Ausbildung im eigenen Betrieb	7	1	0	0
Weiterbildung bzw. Qualifizierung im eigenen Betrieb	6	1	0	0
Weiterbildung bzw. Qualifizierung der Mitarbeiter/innen in externen Seminaren	3	3	1	0
Mehr ältere Arbeitnehmer/innen einstellen	2	2	3	0
Maßnahmen, um ältere Arbeitnehmer/innen länger im Betrieb zu beschäftigen	1	5	1	0
Ver mehrt Frauen einstellen	1	3	2	1
Ver mehrt Kräfte mit Migrationshintergrund einstellen	0	6	1	0
Suche nach Arbeitskräften aus anderen Regionen Deutschlands betreiben bzw. verstärken	1	4	2	0
Suche nach Arbeitskräften aus dem Ausland betreiben bzw. verstärken	0	2	4	1
Verstärkt Personalvermittlungsagenturen einschalten	0	0	5	2
Höhere Gehälter / Prämien	1	5	0	1
Unterschiedliche Arbeitszeitmodelle anbieten (flexible Arbeitszeiten, Teilzeit etc.)	2	5	0	0
Andere Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf anbieten	4	3	0	0
Positives Betriebsklima schaffen	4	3	0	0
Mehr Transparenz über die Angebote am Arbeitsmarkt	0	2	4	1
Vermarktung der Arbeitsmarktregion Osnabrück	0	2	2	1
Fachkräfteinitiativen für die Region	0	5	1	1
12. Bieten die Unternehmen besondere Angebote, um Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu erleichtern?				
Nein				1
Flexible Arbeitszeitmodelle				4
Angebote zur Teilzeitarbeit				6
Angebote zur Kinderbetreuung				2
Angebote zur Pflege von Angehörigen				1
Wiedereinstiegsprogramme				1

Attraktivität der Region		
13. Falls Sie in den Unternehmen, die Sie betreuen, schon einmal die Erfahrung gemacht haben, dass die Region für Arbeitnehmer/innen oder Auszubildende nicht attraktiv ist: Was waren die Gründe, die hierbei eine Rolle spielten? Sie können mehrere Angaben machen.	Arbeitnehmer/innen	Auszubildende
Schlechte Verkehrsanbindung	3	4
Sie fühlen sich in der Region nicht heimisch	1	2
Kein attraktives Wohnungsangebot	0	1
Fehlende Einkaufsmöglichkeiten	0	0
Fehlende Freizeitangebote in der Region	2	3
Fehlende kulturelle Angebote in der Region (Theater, Konzerte, Kino)	2	1
Fehlende Arbeitsplatzangebote für Partner/in	2	1
Fehlende Kinderbetreuungsmöglichkeiten	3	0
Fehlendes Angebot weiterführender Schulen vor Ort	0	0
Fehlende Möglichkeiten der Betreuung von Senioren	0	0

Alterung der Belegschaft

14. Wie schätzen Sie die Situation im Hinblick auf die Alterung der Belegschaften in den Unternehmen ein?	Fast alle Unternehmen	Viele Unternehmen	Einige wenige Unternehmen	Fast keine Unternehmen
Ist die Alterung der Belegschaft in den Unternehmen ein Thema?	0	7	1	0
Wird in den Unternehmen eine Altersstrukturanalyse durchgeführt?	0	0	0	1
15. Bieten Sie Unternehmen Unterstützung bei der Durchführung einer Altersstrukturanalyse an?				
Ja, unsere Experten beraten Unternehmen				1
Ja, wir stellen Unternehmen Informationsmaterial zur Verfügung				2
Ja, wir vermitteln den Unternehmen entsprechende Kontakte				2
Nein				4

Anforderungsprofile

16. Gibt es in den Unternehmen Anforderungsprofile für die Stellen?	Fast alle Unternehmen	Viele Unternehmen	Einige wenige Unternehmen	Fast keine Unternehmen
	0	2	4	0

Qualifizierung

17. Wie hoch schätzen Sie zurzeit den Qualifizierungsbedarf der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den verschiedenen Beschäftigungsgruppen ein?	Hoch	Mittel	Gering	Kein Bedarf	Nicht bekannt
Führungskräfte	0	2	2	1	0
Fachkräfte für Systemgastronomie	1	2	1	0	1
Hotelfachleute	1	2	1	0	0
Restaurantfachleute	1	2	1	0	0
Fachkräfte im Gastgewerbe	2	1	1	0	0
Köche / Köchinnen	2	2	0	0	0
Diätköche/-köchinnen	2	0	0	0	1
Sommeliers	1	0	1	0	1
Barmixer/innen	1	0	1	0	1
Geprüfte Küchenmeister/innen	1	1	0	0	1
Geprüfte Hotelmeister/innen	1	0	1	0	1
Geprüfte Meister/innen im Gastgewerbe	1	0	1	0	1
Geprüfte Restaurantmeister/innen	1	0	1	0	1
Geprüfte Tourismusfachwirte/-fachwirtinnen	1	0	0	1	1
Fachwirte/-wirtinnen im Gastgewerbe	1	0	1	0	1
Kaufmänner/-frauen für Freizeit und Tourismus	0	1	0	1	1
Tourismuskaufleute	0	1	0	1	1
Hotelkaufleute	1	2	0	0	0
Andere kaufmännische Berufe	0	2	0	0	1
An-/Ungelernte	3	0	0	0	0
Auszubildende Service	3	0	0	0	0
Auszubildende Küche	3	0	0	0	0
Auszubildende im kaufmännischen Bereich	0	2	0	0	1
Andere Berufsgruppen, und zwar:	0	0	0	0	0

18. Gibt es Themen, bei denen Sie in den kommenden fünf Jahren einen hohen Qualifizierungsbedarf sehen? Welche sind das?					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alles im Kontext Barrierefreiheit ▪ Digitalisierung, Servicequalität/Kundenorientierung ▪ Personalwirtschaft bei Unternehmern ▪ Servicequalität 					

19. Wer trägt im Allgemeinen die Kosten von Qualifizierungsmaßnahmen?	Fast alle Unternehmen	Viele Unternehmen	Einige wenige Unternehmen	Fast keine Unternehmen
Die Kosten trägt das Unternehmen allein	0	7	1	0
Die Kosten trägt die Mitarbeiterin / der Mitarbeiter allein	0	1	4	3
Unternehmen und Mitarbeiter/in tragen die Kosten anteilig	0	5	0	1
Unternehmen nutzen für die Finanzierung von Qualifizierungsmaßnahmen öffentliche Fördermittel	0	0	4	3

	Fast alle Unternehmen	Viele Unternehmen	Einige wenige Unternehmen	Fast keine Unternehmen
20. Wer trägt im Allgemeinen den Zeitaufwand für die Teilnahme an Qualifizierungsmaßnahmen?				
Das Unternehmen, d.h. die Qualifizierung wird als Arbeitszeit betrachtet	1	2	2	0
Die Mitarbeiter/innen, d.h. Qualifizierungen finden grundsätzlich in der Freizeit statt	0	0	5	0
Unternehmen und Mitarbeiter/innen, d.h., ein Teil der Qualifizierung wird als Arbeitszeit behandelt, ein Teil findet in der Freizeit der Mitarbeiter/innen statt	0	2	2	0

	Bei fast allen Unternehmen	Bei vielen Unternehmen	Bei einigen wenigen Unternehmen	Bei fast keinen Unternehmen
21. Sind Ihnen Hindernisse in den Unternehmen bekannt, die einer stärkeren Nutzung von Qualifizierungsmaßnahmen entgegenstehen? Welche Hindernisse sind das?				
Fehlende finanzielle Mittel in den Unternehmen	1	3	1	0
Es gibt keine Angebote, die den Qualifizierungsbedarf der Mitarbeiter/innen abdecken	0	2	3	0
Es gibt keine Angebote in räumlicher Nähe	1	0	3	1
Die Freistellung von Mitarbeiter/innen verursacht Probleme	2	2	1	0
Fehlendes Interesse auf Seiten der Mitarbeiter/innen	0	4	1	0

Betriebliches Gesundheitsmanagement

	Bei fast allen Unternehmen	Bei vielen Unternehmen	Bei einigen wenigen Unternehmen	Bei fast keinen Unternehmen
22. Gibt es in den Unternehmen ein betriebliches Gesundheitsmanagement?	0	0	4	3

Herausforderungen für die Zukunft

	Bei fast allen Unternehmen	Bei vielen Unternehmen	Bei einigen wenigen Unternehmen	Bei fast keinen Unternehmen
23. Wie wird sich die Zahl der Beschäftigten in den Unternehmen in den nächsten fünf Jahren Ihrer Ansicht nach entwickeln?				
Die Zahl der Beschäftigten wird zunehmen.	0	1	5	2
Die Zahl der Beschäftigten wird abnehmen.	0	6	1	0
Es wird keine Veränderung der Beschäftigtenzahl geben.	0	3	1	3

Herausforderungen für die Zukunft		
24. Worin sehen Sie für die Unternehmen die größten Herausforderungen in den nächsten fünf Jahren?		
	Fachkräftemangel	6
	Überalterung der Belegschaft	2
	Gewinnung neuer Mitarbeiter/innen	8
	Bindung der Mitarbeiter/innen an das Unternehmen	3
	Zunehmende Konkurrenz in der Region	2
	Zunehmende Preiskonkurrenz durch Branchenfremde (z.B. Möbelhäuser)	1
	Realisierung von Kosteneinsparungen	1
	Umsetzung ökologischer Anforderungen	0
	Unternehmensnachfolge / Inhaberwechsel / Generationenwechsel in der Leitung	6
	Einhaltung des Mindestlohns	0

Fragen zu den Unternehmen, die Sie vertreten		
25. Zu welchem Bereich gehören die Unternehmen, die Sie vertreten? Sie können mehrere Angaben machen		
	Hotel (ohne Hotel garni)	7
	Hotel garni	7
	Gasthof	7
	Pension	7
	Ferienunterkünfte	6
	Campingplatz	6
	Sonstiges Beherbergungsgewerbe	4
	Speisegeprägte Gastronomie	6
	Caterer und sonstige Verpflegungsdienstleistungen	5
	Getränkegeprägte Gastronomie	4
	Sonstiges Gaststättengewerbe	4
26. Wo ist der Sitz Ihrer Institution?		
	Landkreis Osnabrück	1
	Stadt Osnabrück	4
	Landkreis Emsland	1
	Landkreis Grafschaft Bentheim	2
27. Was mir sonst noch wichtig ist:		

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit!

Wir möchten Sie gerne über die Ergebnisse dieser Befragung informieren und Ihnen die Möglichkeit anbieten, sich bei der Umsetzung der möglichen Handlungsfelder zu beteiligen.

Dazu benötigen wir folgende Angaben von Ihnen:

Name der Institution: _____

Ansprechpartner: _____

Email: _____

Homepage: _____

Telefon: _____

Vielen Dank!

Emsland 


GRAFSCHAFT
BENTHEIM
Tourismus e.V.

die grafenschaft
Wirtschaftsförderung 

OSNABRÜCKER® 

OSNABRÜCK 
Marketing+Tourismus

 **IHK** Industrie- und Handelskammer
Osnabrück - Emsland - Grafschaft Bentheim

 **DEHOGA**
NIEDERSACHSEN
Der Unternehmensverband des Gastgewerbes


LANDKREIS
OSNABRÜCK