

Aktuelle Herausforderungen bei der Mitarbeitengewinnung

Prof. Dr. Tim Warszta

Lernen
mit weitem
Horizont

Inhalte

Fachkräftesituation im Tourismus in SH

Fachkräftemangel als volkswirtschaftliches Problem – was tun?

Gewinnung und Bindung junger Menschen – Zahlen, Daten, Fakten aus SH

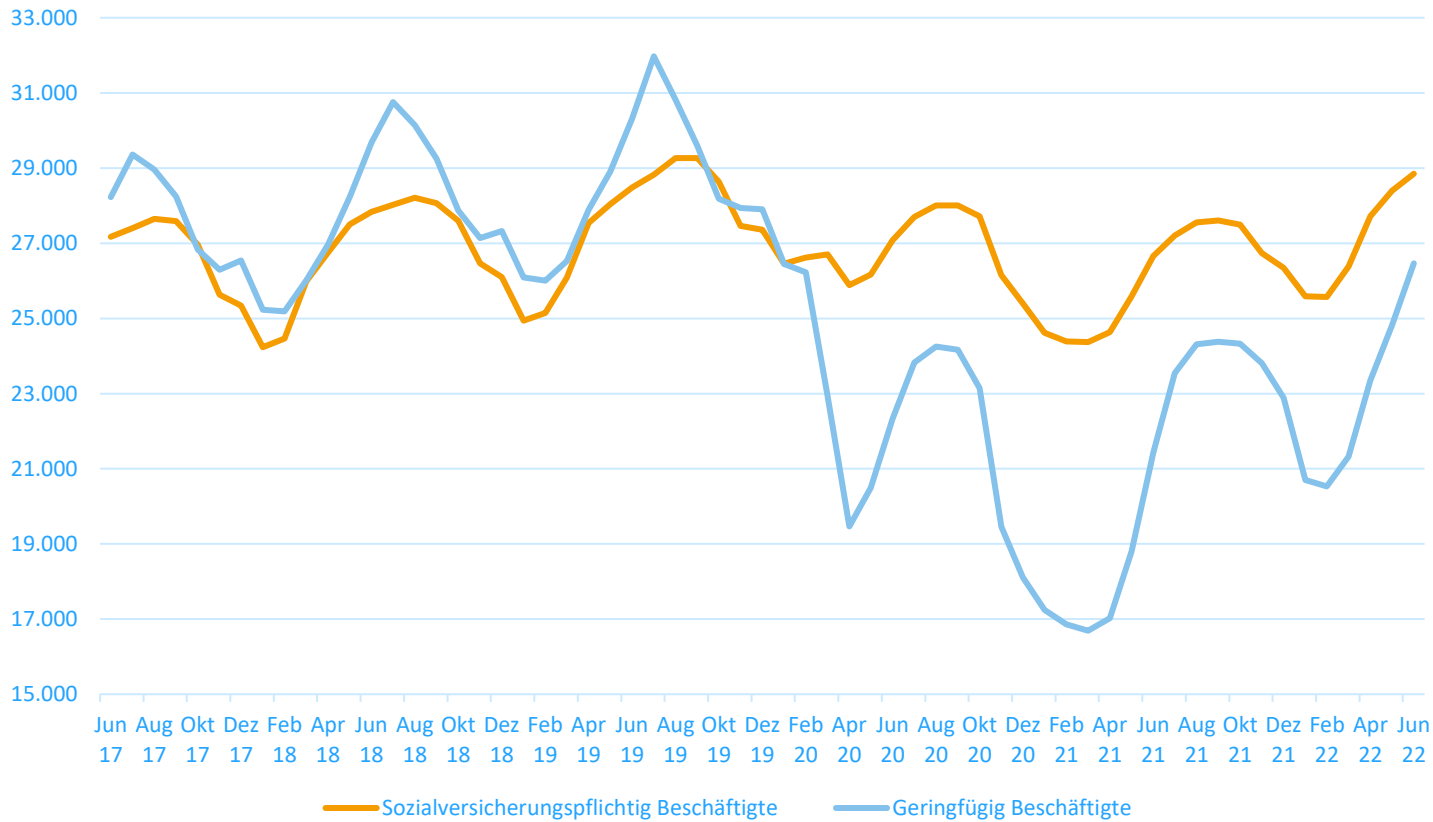
Butter bei die Fische – Handlungsempfehlungen

Fachkräfteprojektion

- einem **demographisch** bedingtes Defizit von **180.000 fehlenden Erwerbspersonen** im Jahr 2035
- Mit **Wirtschaftswachstum** und zusätzlichen Fachkräftebedarfen könnten insgesamt über **300.000 Erwerbspersonen fehlen**
- **Gastgewerbe** ca. 30.000 fehlende Erwerbspersonen (Christensen et al., 2018)
- Jüngere Entwicklungen (Angriff auf die Ukraine) sind in dieser Prognose noch nicht berücksichtigt.

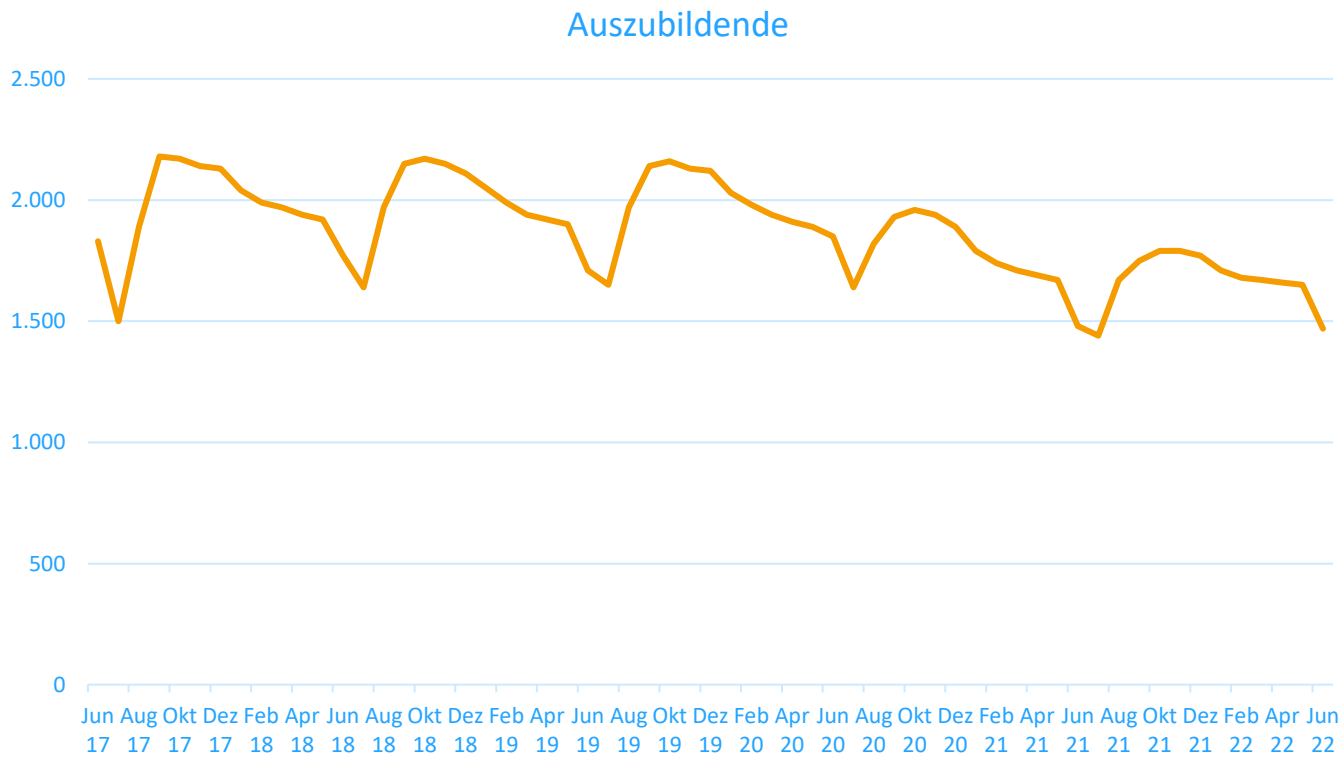
Christensen et al. (2018)

Beschäftigte im Tourismus in SH



<https://statistik.arbeitsagentur.de/DE/Navigation/Statistiken/Interaktive-Statistiken/Datenbanken/Datenbanken-BST-Nav.html>

Auszubildende im Tourismus in SH



<https://statistik.arbeitsagentur.de/DE/Navigation/Statistiken/Interaktive-Statistiken/Datenbanken/Datenbanken-BST-Nav.html>



Ergebnisse von 3 Befragungen mit jungen Menschen aus Schleswig-Holstein

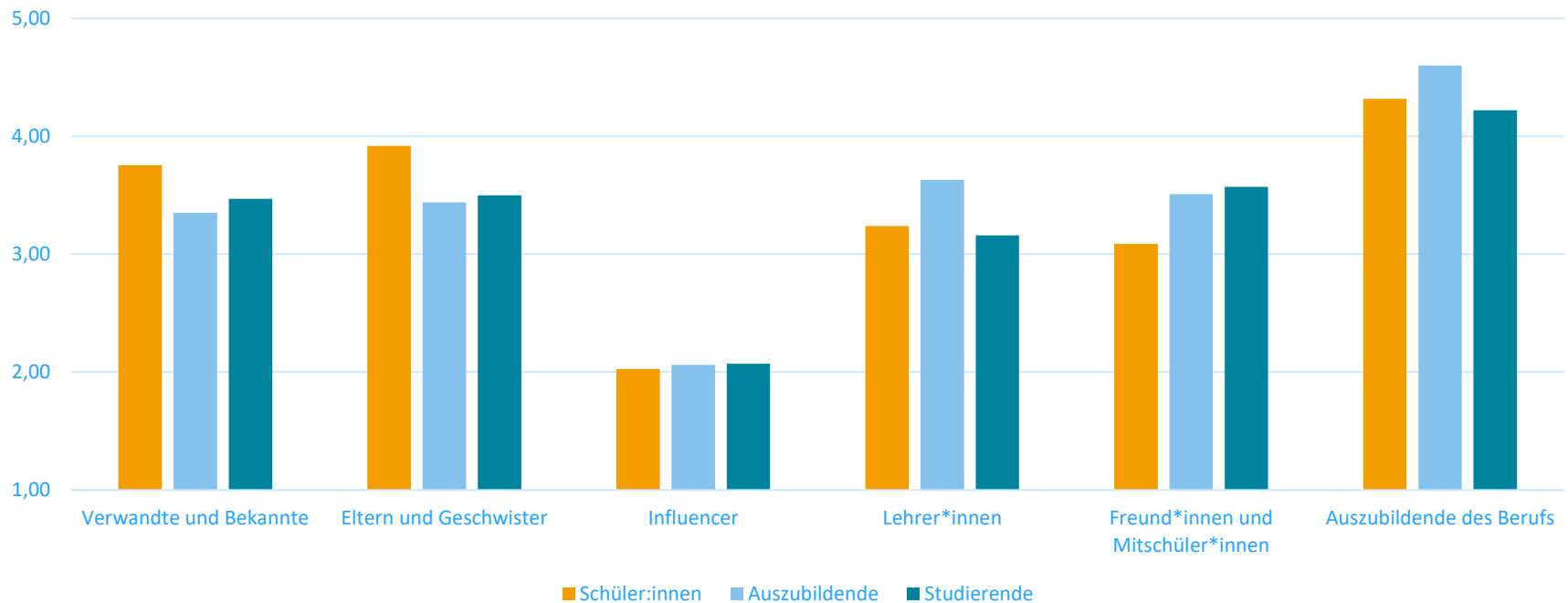
Fragestellungen:

- Welche Werte haben junge Menschen?
- Welche Kanäle nutzen junge Menschen zur beruflichen Orientierung?
- Was bindet Auszubildende an ihren Betrieb?

Stichproben:

1. 532 Oberstufenschüler:innen aus den Kreisen Steinburg, Dithmarschen und Nordfriesland → davon 94 mit Interesse am Tourismus
2. 1185 Auszubildende aus Schleswig-Holstein → davon 63 aus dem Tourismus
3. 58 Tourismus-Studierende einer schleswig-holsteinischen Fachhochschule

Personenquellen zur Berufsorientierung

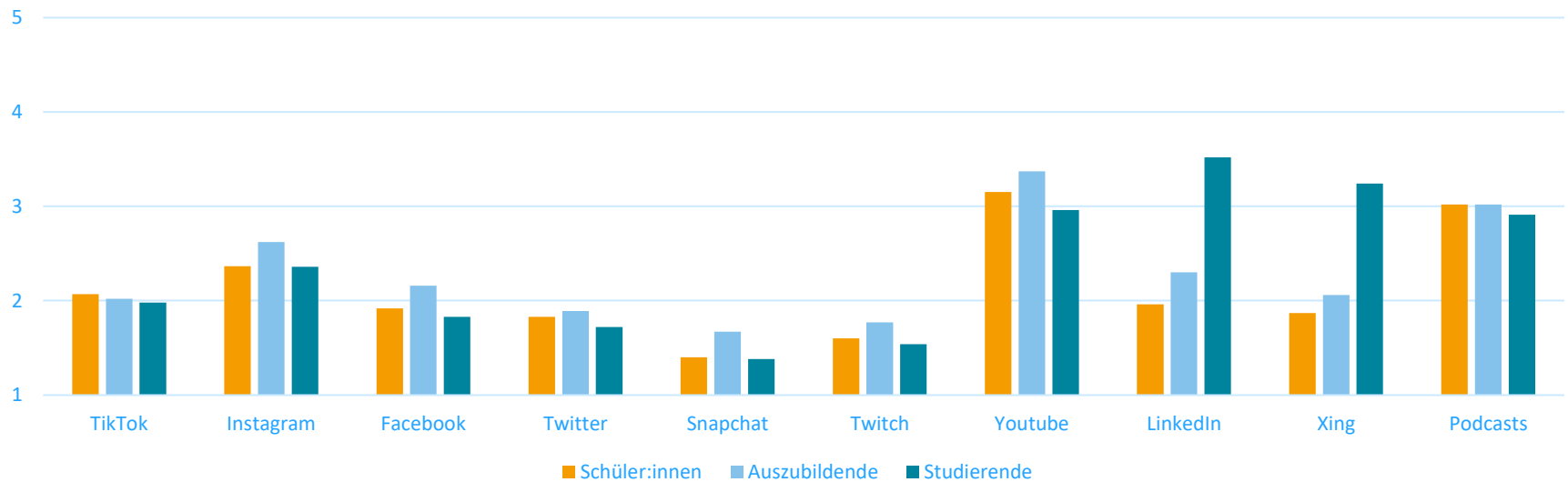


Junge Menschen wollen Informationen aus erster Hand.

→ Setzen Sie Auszubildende zur Berufsorientierung ein.

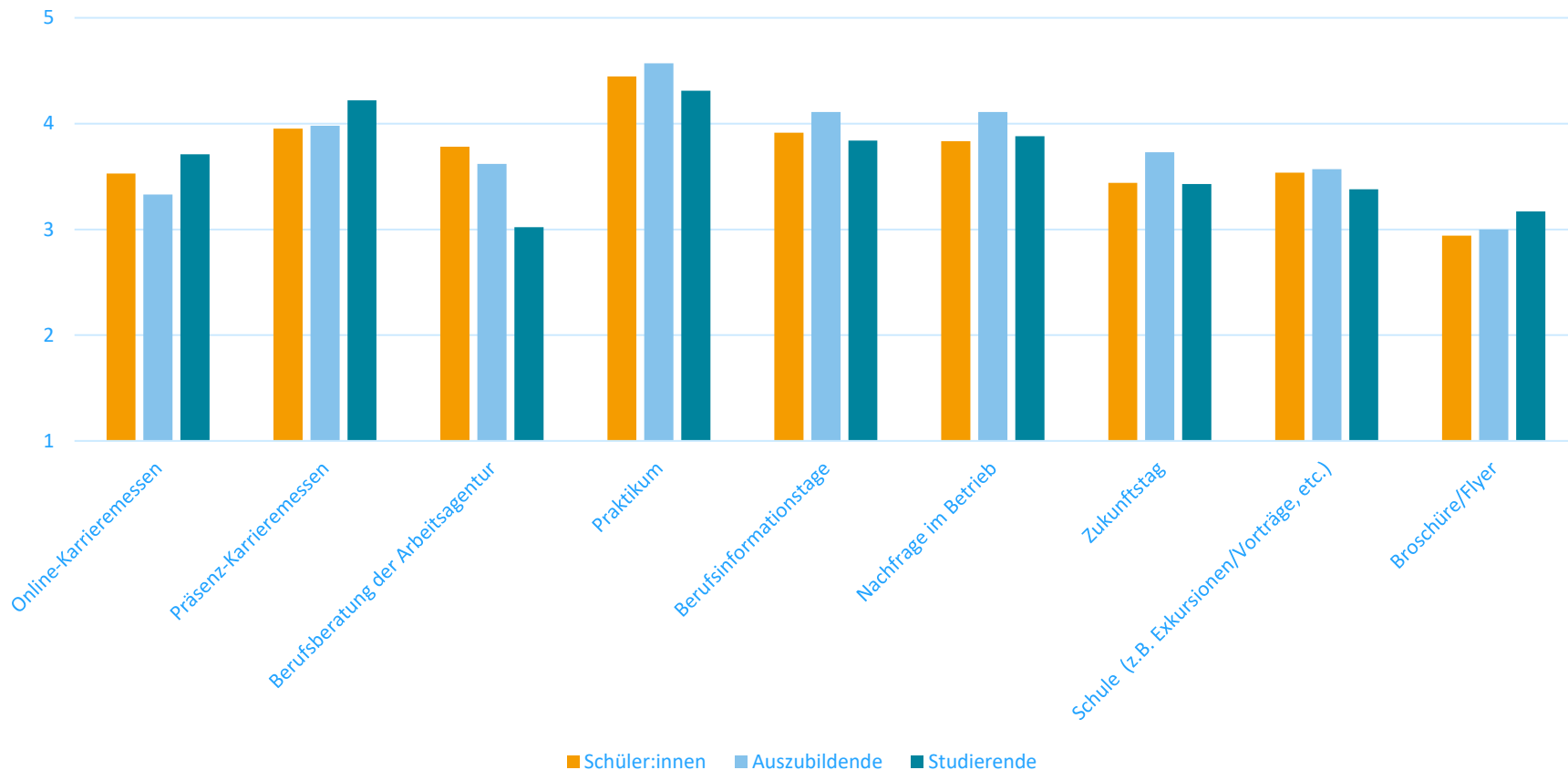
→ Stellen Sie auch Informationen für Eltern zur Verfügung.

Social Media Kanäle zur Berufsorientierung



- Digitale Kanäle werden als weniger geeignet eingestuft als Personenquellen.
 - Wenn TikTok und Instagram hier unterdurchschnittlich abschneiden, heißt das nicht, dass junge Menschen diese nicht nutzen. Sie werden nur nicht als Quelle zur Berufsorientierung betrachtet.
- Nutzen Sie TikTok und Instagram, um Aufmerksamkeit zu generieren und auf Ihre Informationsangebote an anderer Stelle hinzuweisen.

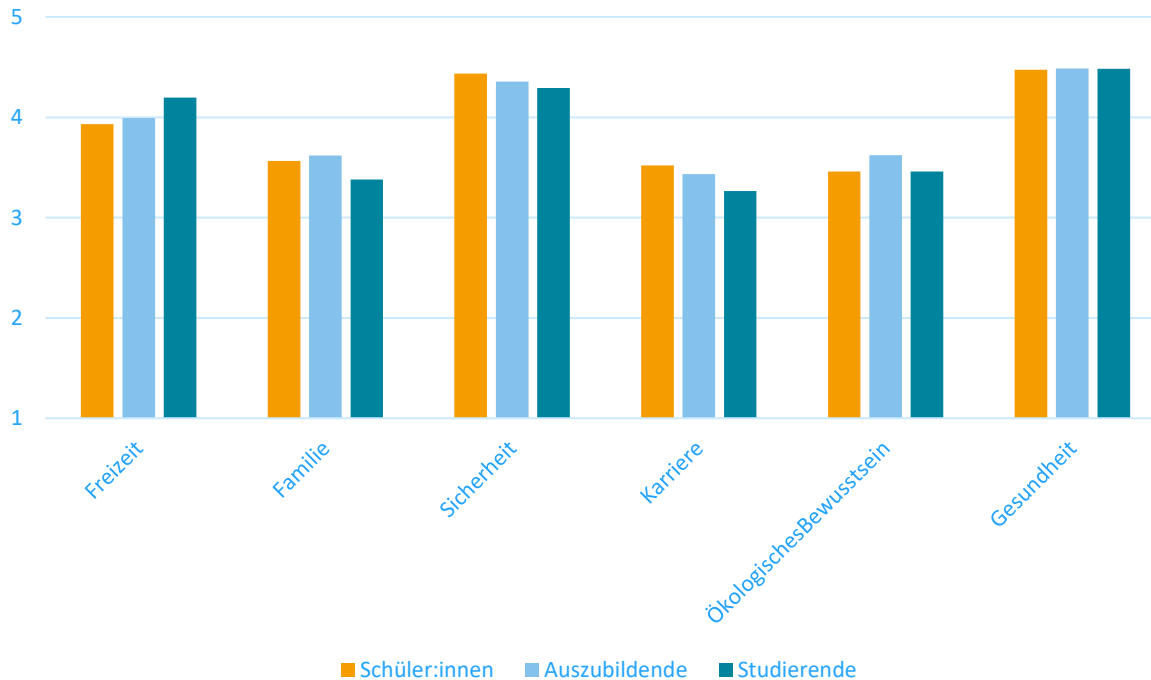
Sonstige Kanäle zur Berufsorientierung



Junge Menschen wollen Erfahrungen machen und Berufe erleben.

→ Bieten Sie Praktika an.

Wertorientierungen

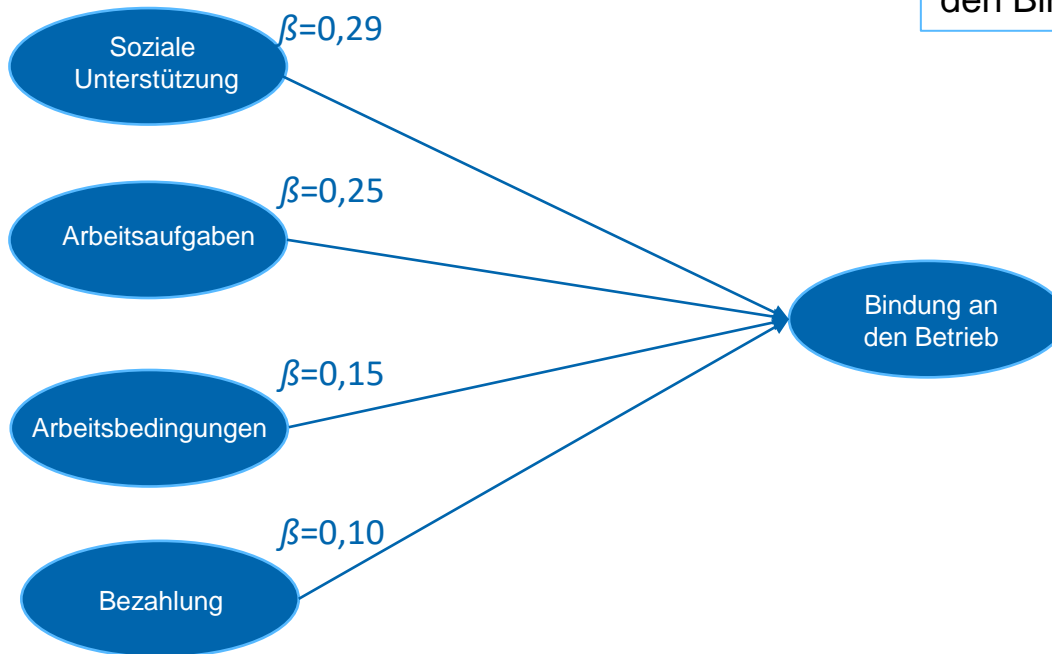


Sicherheitsorientierung (das Bedürfnis nach einem sicheren Arbeitsplatz) und Gesundheitsorientierung (Gesund sein und eine gesunde Lebensweise verfolgen) stechen dabei hervor.

→ Bieten und kommunizieren Sie Arbeitsplatzsicherheit.

Bindungsfaktoren

Welche Aspekte der Ausbildung erklären den Bindungsgrad von Auszubildenden?



Stichprobe: N=1185 Auszubildende

Handlungsempfehlungen – Maßnahmen auf betrieblicher Ebene

- **Schaffen Sie gute Führung und ein gutes Teamklima**
- **Seien Sie flexibel in den Arbeitsbedingungen, um neue Personengruppen zu aktivieren**
- **Rekrutieren und integrieren Sie Arbeitskräfte aus dem Ausland**
- **Nutzen Sie Praktika, Videoformate und Ihre eigenen Auszubildenden als Markenbotschafter, um junge Menschen zu gewinnen**

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Prof. Dr. Tim Warszta



warszta@fh-westkueste.de