



**9. Mai 2018**

## **HOGAST-Powertag widmete sich dem Megatrend Mitarbeitermangel Binden ist sinnvoller als finden**

**Mit „Jammern gilt nicht“ gab HOGAST-Geschäftsführerin Barbara Schenk das Motto für den diesjährigen Powertag vor. Dementsprechend lieferte der Arbeitgebermarken-Experte Wolfgang Immerschitt vor allem praxis-orientierte Strategien, Einblicke und Beispiele, um die gefährliche Situation am Arbeitsmarkt für den eigenen Betrieb zu entschärfen. Die rund 250 Teilnehmer brachten im Workshopteil eine Vielzahl an Erfahrungen und Ideen ein – ganz im Sinne des genossenschaftlichen Grundgedankens der HOGAST, dass man gemeinsam mehr erreichen kann.**

Als Kommunikationsexperte, Fachbuch-Autor und Universitätslektor hat Wolfgang Immerschitt in den letzten Jahren den Fachkräftemangel aus unterschiedlichen Perspektiven erlebt und für seine Kunden gemildert: „Früher wurde vor allem versucht, das Recruiting immer weiter zu verbessern, mittlerweile geht der Trend dahin, das bestehende Team stärker an den eigenen Betrieb zu binden.“ Auch das koste Zeit und Geld, allerdings deutlich weniger als eine Stelle neu besetzen zu müssen – neben der Personalsuche fallen ja auch Faktoren wie die Einarbeitung oder Ausbildung ins Gewicht. Sein wichtigster Rat sei daher: „Nehmen Sie die Bedürfnisse Ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wahr und ernst!“ Es gehe um Menschen, die gefordert und gefördert werden wollen, auf fachlicher Ebene ebenso wie auf persönlicher.

### **Die Arbeitgebermarke wirkt nach innen und außen**

Employer Branding, zu Deutsch der Aufbau und die Pflege einer Marke als Arbeitgeber, spreche mögliche Bewerber genauso an wie die bestehenden Mitarbeiter. Während es intern vor allem darauf ankomme, Werte und Kultur zu vermitteln und zu leben, brauche es nach außen Klarheit, um den richtigen Kandidaten ein authentisches Bild vom Unternehmen zu vermitteln. „Haben Sie den Mut, an Ihrer Arbeitgebermarke zu arbeiten. Kein Unternehmen ist dafür zu klein, überall gibt es Botschaften zu finden, die das Besondere Ihres Unternehmens herausstreichen“, sagte Immerschitt, der in vielen Projekten erlebt hat, dass gerade kleine und mittelgroße Unternehmen dazu neigen, ihr Licht unter den Scheffel zu stellen. Bestes Beispiel dafür seien die Karrierebereiche der Unternehmens-Websites, die viel zu oft einen vernachlässigten Eindruck erwecken, obwohl mögliche Mitarbeiter sich dort zuerst informieren.

### **Strategische Herangehensweise ist gefordert**

Als erfolgsentscheidend erachtet es Wolfgang Immerschitt, die Arbeit an der Arbeitgebermarke professionell anzugehen, statt mit Einzelmaßnahmen nur die schlimmsten Symptome zu bekämpfen. „Veränderung schafft Unsicherheit, zuerst gilt es daher, intern zu erklären was man vorhat und warum man das macht“, so Immerschitt. Anschließend brauche es eine Analyse aller relevanten Kontaktpunkte von der Suche über die Eintrittsphase bis hin zu laufenden Aktivitäten im Betrieb, auch die Verabschiedung und der Kontakt zu früheren Kollegen sollten einbezogen werden. „Erst dann sieht man, wo es entsprechendes Potenzial für Verbesserung gibt und welche Stärken man in der Außendarstellung nutzen kann“, sagte Wolfgang Immerschitt. Mit einem eigenen Handbuch für die Teilnehmer unterstrich Wolfgang Immerschitt diesen strategischen Zugang und sein Ziel, praxistaugliche Anleitungen zu liefern.

HOGAST Einkaufsgenossenschaft f.d.  
Hotel- u. Gastgewerbe regGenmbH  
Sonystraße 4, A-5081 Anif

T: +43 (0)6246 8963 0  
F: +43 (0)6246 8963 990  
office@hogast.at  
[www.hogast.at](http://www.hogast.at)

IBAN: AT623500000000046920  
BIC: RVSAAT2S, UID-Nr.: ATU34003805  
DVR: 005118, FN 69493x  
Landesgericht Salzburg

## Ideen und Ansätze, die funktionieren

Hotellerie, Gastronomie und Sozialeinrichtungen sind seit vielen Jahren mit der schwierigen Situation am Arbeitsmarkt konfrontiert, daher konnten die Teilnehmer im Workshopteil eine Vielzahl an Lösungen beisteuern. Gemeinsam wurden Best-Practice-Beispiele, Erfahrungen und Ideen aus den Betrieben gesammelt, um sie anschließend zu präsentieren. Die Themenbereiche waren Recruiting, Kooperationen, Social Media, Eintrittszeit, Mitarbeiterentwicklung, Wohlfühlfaktoren, Benefits, Informationsaustausch, In-Verbindung-bleiben und Zukunftsvisionen. „Ich bin beeindruckt von diesen vielen wertvollen Beiträgen der Teilnehmer, in dieser Sammlung sind für jeden neue Ansätze enthalten, die man im eigenen Betrieb umsetzen kann“, sagte HOGAST-Geschäftsführerin Barbara Schenk. Für sie zeige dieser interaktive Teil, warum die Einkaufsgenossenschaft so gut funktioniert: „Ob Mitglied, Lieferpartner oder HOGAST-Mitarbeiter – alle arbeiten zusammen daran, Dinge möglich zu machen, die allein nicht möglich wären.“ Einen großen Dank sprach sie den Lieferpartnern aus, die durch ihre Unterstützung den Powertag möglich machten, allen voran dem Hygienespezialisten Hagleitner als Hauptsponsor.

## Bildlegende

Bildmaterial zum Download: <https://bit.ly/2FZHu3F>



Der Kommunikationsexperte und Autor Wolfgang Immerschnitt lieferte beim 19. HOGAST-Powertag die nötige Reflektion, Motivation und Mut-Injektion, um die eigene Arbeitgebermarke zu stärken.

Bild: HOGAST/Holzbauer



Die Gastgeber beim diesjährigen HOGAST-Powertag von links: Die HOGAST-Geschäftsführer Günther Obmascher und Barbara Schenk, Referent Wolfgang Immerschnitt und HOGAST-Aufsichtsratsvorsitzender Walter Veit

Bild: HOGAST/Holzbauer



Rund 250 Teilnehmer kamen nach Zell am See und bekamen neben den wertvollen Informationen zum Thema auch strahlenden Sonnenschein, kulinarische Highlights und Neuigkeiten von Lieferpartnern geboten.

Bild: HOGAST/Holzbauer



# HOGAST<sup>®</sup>

Mein Plus

HOGAST Einkaufsgenossenschaft f.d.  
Hotel- u. Gastgewerbe regGenmbH  
Sonystraße 4, A-5081 Anif

T: +43 (0)6246 8963 0  
F: +43 (0)6246 8963 990  
office@hogast.at  
[www.hogast.at](http://www.hogast.at)

IBAN: AT623500000000046920  
BIC: RVSAAT2S, UID-Nr.: ATU34003805  
DVR: 005118, FN 69493x  
Landesgericht Salzburg

### **Die HOGAST im Detail**

Die HOGAST ist mit rund 2.800 Mitgliedsbetrieben und einem Umsatz von 869,9 Millionen Euro die Einkaufsorganisation für Hotellerie und Gastronomie in Österreich. Den süddeutschen Raum betreut das Tochterunternehmen mit Sitz in München. Teil der HOGAST-Gruppe sind auch die HOTEL GASTRO POOL GmbH speziell für kleinere Hotel- und Gastronomie-Betriebe sowie die HANDOVER Beschaffungsdienstleistungs GmbH für Einrichtungen aus dem Pflegebereich. Mitgliedsbetriebe genießen beste Konditionen und optimierte Prozesse. Dafür bündelt die HOGAST das Einkaufsvolumen in allen wichtigen Bereichen – von F&B über Verbrauchsgüter und Investitionsgüter bis hin zu Energie und Versicherungen. Der Gruppeneinkauf ist dabei ein effektives Instrumentarium. Zentrales Element der Dienstleistungen ist die lieferantenübergreifende Online-Bestellplattform EasyGoing. Darüber hinaus bietet die HOGAST wertvolle Beratung und Services zu einzelnen Produkten und Themen wie Investitionen, Energieeffizienz, Personal, Finanzdienstleistungen und Versicherungen.

### **Auskünfte**

Mag. (FH) Dietmar Winkler, MAS  
Bereichsleiter Marketing/Kommunikation  
T: +43 (0)6246 8963 451, F: +43 (0)6246 8963 9451  
E: dietmar.winkler@hogast.at