

## Vom Gast zum Küchenchef



Gäste können auch immer potenzielle Mitarbeiter sein. Das Gäste-WLAN ist dann ein Instrument, um sie anzusprechen / Motivbild: [www.pexels.com](http://www.pexels.com)

Weil sich in der Gastronomie das Machtverhältnis vom Arbeitgeber- zum Arbeitnehmermarkt gewendet hat, befinden sich Inhaber stetig auf der Suche nach dem optimalen Maßnahmen-Mix, um qualifizierte Arbeitskräfte für sich zu gewinnen. Immer häufiger kommt WLAN-Marketing als ein Recruitment-Baustein zum Einsatz, um junge Talente vor Ort anzusprechen.

„Restaurantinhaber erhöhen ihre Chancen, wenn sie mit potenziellen Mitarbeitern während des Restaurantbesuchs oder kurz danach digital in Dialog treten, weil die Kandidaten das Lokal kennen und sich in jedem Fall eine Meinung zum Arbeitsergebnis des Arbeitgebers bilden. Die Ansprache ist relevanter und ergänzt andere HR-Maßnahmen“, erklärt Felix Schönfelder, Geschäftsführer von Socialwave. Die Personalgewinnung über das Gäste-WLAN in Gaststätten erweitert dem Experten zufolge andere Recruiting-Prozesse. „Die Devise „Post & Pray“ gehört genauso wie analoge Aushänge im Eingangsbereich längst der Vergangenheit an.“

Der Kampf um Fachkräfte verschärft sich weiter im Gastgewerbe. Laut einer aktuellen Studie des Trendence Institut (2019) werden 71 Prozent der Young Professionals von potenziellen Arbeitgebern kontaktiert, obwohl sie eine feste Stelle haben. Der häufigste Grund für einen Wechsel liegt an der sinkenden Zufriedenheit. Nur 20 Prozent haben die Absicht, beim aktuellen Arbeitgeber zu bleiben. „Die Gastronomie hat nicht nur mit einer Personalflaute zu kämpfen, sondern vor allem mit einem hohen Fluktuationslevel“, erklärt Schönfelder. Eine Antwort auf die Personal-Herausforderungen der Branche kann das aktive

Zugehen auf Gäste sein, die immer auch potenziell geeignete Kandidaten sein könnten. Das Gäste-WLAN kann dafür laut Socialwave ein geeigneter Schlüssel sein. Die mobile Ansprache sei zeitgemäß und effektiv. Schönfelder zufolge nutzen sieben von zehn Restaurantbesuchern Gäste-WLAN, um von der schnellen Datenverbindung zu profitieren. Dabei ergeben sich für Restaurant- und Barbesitzer wertvolle Touchpoints für Mobile Recruiting. Schönfelder: ?Wer eine Wechselneigung hat oder sich aktiv auf der Suche nach einer neuen Arbeitsstelle befindet, entscheidet noch vor Ort, ob das Lokal das Potenzial hat, um als neue Arbeitsstelle zu taugen.?

Popup-Anzeigen und E-Mail-Kampagnen

Gastwirte können das Stellengesuch über professionelle WLAN-Hotspots als Popup-Anzeige auf das Display der User bringen, nachdem sie sich im WLAN eingeloggt haben. Templates des WLAN-Anbieters unterstützen Marketing-Laien dabei, selbst ohne graphisches Knowhow optisch hochwertige Ergebnisse zu erzielen. Ergänzend können Gastronomen E-Mail-Kampagnen nach dem Restaurantbesuch schalten, um ehemaligen Gästen vakante Stellen zu präsentieren und sie dazu zu animieren, sich zu bewerben ? und Freunden und Bekannten von der Stelle zu erzählen. ?In Verbindung mit klassischen Anreizsystemen wie Gutscheinen bei erfolgreicher Vermittlung steigt die Bereitschaft, im Bekanntenkreis von der Stelle zu erzählen, besonders wenn es sich um ein Lieblingslokal handelt.?

Die Personalgewinnung über das Gäste-WLAN steht zumindest in einem Punkt vor gleichen Herausforderungen wie konventionelle Recruiting-Strategien. Jobs für geringer qualifizierte Tätigkeiten lassen sich schneller besetzen als Arbeitsstellen, die eine ausgefeilte Vita voraussetzen. Schönfelder: ?Die Streuverluste bei HR-Kampagnen über das Gäste-WLAN korrelieren mit der Art des Lokals, der Gästestruktur und der erforderlichen Qualifikation der vakanten Stelle.?