



# Impulse für die Branche

Fakten, Tipps & Trends



## Inhalt

- 5 Hotellerie – Gastronomie – Tourismus:  
Zahlen, Daten, Fakten
- 6 Fachkräftemangel:  
Wie präsentiert sich die aktuelle Situation?
- 8 Stepstone Jobreport 2023:  
So ticken Beschäftigte aus Hotellerie und Gastronomie
- 12 Erfolgreiches Rekrutieren im Gastgewerbe:  
Lösungsansätze für Arbeitgeber
- 13 Let's play! Mit Live-Streaming & Gaming Solutions  
gegen die Arbeiterlosigkeit



# Wieder deutlich mehr Gäste in Schweizer Hotels ...

## ... Herausforderungen bleiben.

Die Hotellerie hat sich im vergangenen Jahr deutlich erholt. Aber sowohl Hotellerie als auch Gastronomie sind nach wie vor in aller Munde beim Thema Fach- und Arbeitskräfteknappheit.

# Hotellerie – Gastronomie – Tourismus

Zahlen, Daten, Fakten

**60 %**

der Betriebe mussten, als Folge des Fachkräftemangels Anpassungen in ihrem Angebot vornehmen.

**43'500 CHF**

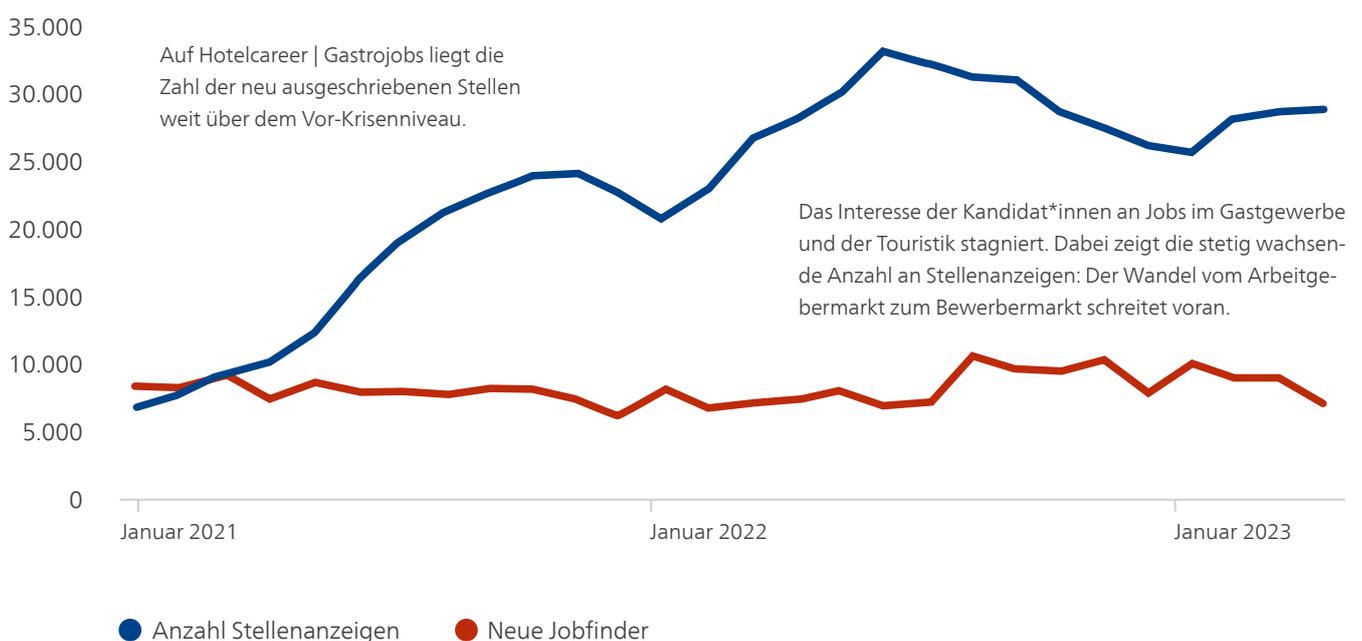
Betriebe mit Rekrutierungsschwierigkeiten gaben einen durchschnittlichen Umsatzverlust von 43'500 CHF (4% des Umsatzes) an.

**3'000**

Knapp 3'000 offene Stellenangebote auf Hotelcareer | Gastrojobs in der Schweiz.

Quellen: HotellerieSuisse 2022 | Interne Daten Hotelcareer 3/2023

## Entwicklung Stellenausschreibungen vs. neue Jobfinder



Quelle: Hotelcareer | Gastrojobs intern DACH, Stand 4/2023, (Jobfinder: E-Mail mit passenden Jobs für Kandidat\*innen)

# Fachkräftemangel: Wie präsentiert sich die aktuelle Situation?

Karoline Niggli, Personal-Expertin und Head of Sales  
Hotelcareer Schweiz im Interview mit Hotel Inside

Das, was man Fachkräftemangel nennt, beschäftigt das Gastgewerbe schon seit Jahren – nicht erst seit der Pandemie. Doch Covid hat die Situation verschärft. Allein im ersten Corona-Jahr 2020 haben in der Schweiz mehr als 40 000 Personen das Gastgewerbe verlassen. Wie präsentiert sich die Situation Mitte Februar 2023?

Viele Hotels und Gastronomiebetriebe leiden unter dem so genannten Fachkräftemangel – es fehlen der Branche vor allem Köche, Servicefachangestellte und Front Office-Leute. Wie präsentiert sich denn die Situation im Moment?

Der Fachkräftemangel ist ein Thema, das in der Schweizer Hotelbranche zum Teil sehr emotional diskutiert wird. Der Fachkräftemangel ist eigentlich gar nichts Neues, er wurde jedoch durch die Pandemie verstärkt.



## Was sind die Gründe? Warum dieser Fachkräftemangel?

Einen der Hauptgründe sehe ich in der demografischen Entwicklung in den Volkswirtschaften in ganz Europa, wobei auch die USA und China betroffen sind. Auch da herrscht so etwas wie ein Kampf um die besten Talente. Wir müssen uns auf nationaler Ebene überlegen, inwiefern die Schweiz als attraktiver Arbeitsort international weiterhin mithalten kann. Das Beispiel Google, das in Zürich das grösste Entwicklungszentrum ausserhalb der USA etabliert hat, zeigt eindrücklich, dass die Schweiz viele sehr gut ausgebildete Fachkräfte zu bieten hat. Wenn es um die besten Talente geht, können wir auch im internationalen Vergleich ohne weiteres mithalten.

## Die Schweiz ist also nach wie vor ein attraktiver Arbeitsplatz ...

... ja, klar. Menschen aus der ganzen Welt wandern nach wie vor gerne in die Schweiz aus, da die Rahmenbedingungen für sie hier stimmen, vor allem auch die hohe Lebensqualität. Wir sollten die Stärken der Schweiz im internationalen Wettbewerb besser ausspielen und weiter ausbauen. Schweizer Arbeitgeber sollten diese Stärken im Rekrutierungsprozess bewusst(er) einsetzen. Dass man sich nur oder vorwiegend auf Fachkräfte aus dem Inland konzentriert, reicht heute längst nicht mehr. Wobei Fachkräfte aus dem Ausland nichts Neues sind: Seit vielen Jahrzehnten kommen Mitarbeitende aus verschiedenen europäischen Ländern, um hier im Gastgewerbe und in anderen Branchen zu arbeiten.

## **Besteht der Fachkräftemangel vor allem in den mittleren und unteren Chargen? Oder betrifft er auch Kader- oder Managementpositionen?**

Gute ausgebildete Menschen streben eher Kaderpositionen an. Solche Jobs sind aber – im Vergleich zum Gesamtmarkt – eher selten. Die grösste „Not“ besteht, wie Sie sagen, im mittleren Jobbereich. Solche Jobs machen auf unserem Jobportal den grössten Anteil aus. Aushilfen und Quereinsteiger für vergleichsweise einfache Jobprofile werden noch eher gefunden, wobei auch hier bereits von einem „Hilfskräftemangel“ gesprochen wird.

## **Wie soll man dem Fachkräftemangel begegnen? Haben Sie eine Lösung?**

Ich denke, es gibt einige Hebel, die hier gezogen werden könnten, um der Situation zu begegnen. Einige habe ich bereits erwähnt. Ein Patentrezept hingegen gibt es nicht. Das übergeordnete Ziel eines jeden Betriebes sollte heissen: möglichst wirtschaftlich sein. Dahingehend sollten Überlegungen angestellt werden, wie dieses Ziel am besten zu erreichen ist. Komme ich dem näher, wenn ich meine Terrasse (teilweise) schliessen muss, da mir die Mitarbeiter fehlen? Oder komme ich dem näher, wenn ich eine einmalige Investition in ein funktionierendes Tool tätige, was den Bestell- und Bezahlprozess für mein Terrassengeschäft automatisiert, so dass ich auch mit weniger Mitarbeitern diese (komplett) bewirtschaften kann? Wo kommt unterm Strich mehr für mich heraus?

## **Was brauche ich von zukünftigen Fachkräften in der Hotellerie, damit sie für mich wirtschaftlich sein können?**

Ich denke, in der Ausbildung sollte u.a. ein stärkerer Fokus auf betriebswirtschaftliche Zusammenhänge sowie auf Verkaufsförderung gelegt werden. Verkaufen ist in der Hotelbranche immer etwas negativ behaftet. Dabei ist es ein Mehrwert für alle Beteiligten, wenn eine Fachkraft die Gäste sehr gut berät und diese daraufhin mehr Geld in meinem Haus ausgeben.

Hotelmitarbeiter sollten viel mehr Verkäufer werden als sie es heute sind, bzw. ihre Gastgeberrolle entsprechend um diesen Aspekt erweitern. Mitarbeiter und Hoteliers müssen sich immer wieder bewusst machen, dass es nicht nur darum geht, den Gast möglichst zufriedenzustellen, sondern auch darum, Geld zu verdienen. Und das geht nur so lange, wie der Gast im Hause ist.

Weiter müssen Fachkräfte meiner Meinung nach lernen, kreativ und lösungsorientiert, bereichsübergreifend und gesamtheitlich zu denken. Sie müssen lernen, Strategien zu entwickeln und diese zu verfolgen. Sie müssen lernen, Prioritäten richtig zu setzen, Zeit zu sparen, in Teams zusammenzuarbeiten. Sie müssen empathisch sein und gut kommunizieren können und sich natürlich weiterhin ein exzellentes (Experten-) Fachwissen nachhaltig aneignen. Sie müssen selbstständig agieren und entscheidungsfreudig sein. Dazu brauchen sie regelmässiges Feedback, Vertrauen und das Wissen darum, Fehler machen zu dürfen, solange sie daraus lernen. Weiterhin gilt es, Fachkräfte gezielt zu fördern und zu entwickeln. Karrierepfade, die mögliche Entwicklungen aufzeigen, können sehr motivieren und Mitarbeiter auf ein bestimmtes, sichtbares Ziel hinarbeiten lassen.

**Das vollständige Interview lesen Sie hier:**

[www.hotelinside.ch/fachkraeftemangel-wie-praesentiert-sich-die-aktuelle-situation](http://www.hotelinside.ch/fachkraeftemangel-wie-praesentiert-sich-die-aktuelle-situation)



# Stepstone Jobreport 2023: So ticken Beschäftigte aus Hotellerie und Gastronomie

Mit dem Stepstone-Jobreport untersucht die Online-Jobplattform Stepstone einmal jährlich, was Beschäftigte und Jobsuchende in Österreich bewegt und welche Konsequenzen sich daraus für die Personalarbeit abzeichnen. Eine Detailauswertung nach Branchen zeigt, worauf sich insbesondere Arbeitgeber aus Hotellerie und Gastronomie in diesem Jahr einstellen sollten. Aus den Ergebnissen lassen sich auch Erkenntnisse für den Schweizer Arbeitsmarkt ziehen.

## Jobzufriedenheit ist gestiegen – auch in der Gastronomie

Grundsätzlich ist die berufliche Zufriedenheit laut dem Stepstone Jobreport 2023 in Österreich hoch und im Vergleich zum Vorjahr sogar leicht gestiegen. Vor einem Jahr haben 66 Prozent angegeben, mit ihrer beruflichen Situation (sehr) zufrieden zu sein. 2023 sagen das bereits sieben von zehn Befragten.

Auch ihren Job geben die Befragten nicht leichtfertig auf. „Meinen Job zu behalten ist mir wichtig“, sagen im Schnitt 76 Prozent der Befragten. Am zufriedensten sind die Beschäftigten im Finanz- und Rechnungswesen sowie im Marketing. Auch eine Führungsfunktion macht im Schnitt zufriedener. Mitarbeitende aus Vorarlberg (74 Prozent) sowie der Steiermark (73 Prozent) gehen aus der Umfrage als die zufriedensten hervor – wohl auch aufgrund der Gehaltsniveaus und der vorherrschenden Industriezweige.

Die gute Nachricht: Auch unter den Beschäftigten aus Hotellerie und Gastronomie ist die Zufriedenheit in den letzten Monaten von 48 Prozent 2021 auf 58 Prozent gestiegen. Im Branchenvergleich sind sie jedoch am unzufriedensten.



„Das Thema Jobzufriedenheit in der Hotellerie und Gastronomie ist komplex. Die gute Nachricht ist, dass die Zufriedenheit in den letzten 12 Monaten deutlich zugenommen hat. Viele unserer Kunden sehen die grössten Hebel in der Optimierung der Dienstpläne: Diese an die Bedürfnisse der Beschäftigten anzupassen bietet grosse Chancen, ebenso wie eine faire Bezahlung und individuelle Benefits. Eine hohe Mitarbeiterzufriedenheit haben jedenfalls die Unternehmen, in denen Führungskräfte mit anpacken, wo Mitarbeiter\*innen gut entlohnt und wertschätzend sowie vertrauensvoll behandelt werden“, so Jutta Altschuh, Branchenexpertin bei Hotelcareer und Gastrojobs by Stepstone.

# 4

## zentrale Handlungsfelder für attraktive Arbeitgeber

Es gibt vier zentrale Forderungen von Arbeitnehmer\*innen, auf die Arbeitgeber 2023 eingehen können, um ihre Mitarbeiter\*innen zu halten und leichter neue Talente anzusprechen. Denn laut dem Stepstone Jobreport würden 55 Prozent eher kündigen, als einen Job zu behalten, der nicht ihren Bedürfnissen entspricht. Unter den jungen Befragten der Gen Z sagen das sogar 71 Prozent. Wie diese Bedürfnisse genau aussehen, zeigen die Ergebnisse einer Umfrage im Stepstone-Jobreport:

1

**Forderung nach mehr Flexibilität:** Etwa vier von zehn Befragten (38 Prozent) fordern 2023 mehr Flexibilität im Job. Vor allem ausgeprägt ist dieser Wunsch bei Arbeitnehmer\*innen der Gen Z (52 Prozent), im Bereich Marketing, PR, Werbung (65 Prozent) sowie unter Beschäftigten der Hotellerie und Gastronomie (60 Prozent). Wie können Arbeitgeber darauf reagieren? Da branchenbedingt flexible Arbeitsbedingungen schwierig umzusetzen sind, versucht man im Gastgewerbe eher mit unterschiedlichen Arbeitsmodellen zu punkten. Beispiele dafür sind „keine Arbeit an Feiertagen“, „geregelte Arbeitszeiten“ oder „Miteinbeziehung bei der Dienstplanerstellung“. Auch die Verteilung der Arbeitszeit wird zunehmend in Stellenanzeigen als Benefit angeführt, etwa eine 6-Tage-Woche, seltener werden 5-Tage-Woche und sehr selten eine 4-Tage-Woche angeboten.

2

**Forderung nach mehr Gehalt:** Im Österreichschnitt peilt jede\*r Zweite für 2023 eine Gehaltsverhandlung an, um mehr Gehalt einzufordern. In Hotellerie/Gastronomie haben 65 Prozent vor, dieses Jahr in die Gehaltsverhandlung zu gehen. Gehalt ist wichtig und angesichts der Teuerung wird es gerade in Berufsgruppen mit niedrigerem Lohnniveau zum entscheidenden Faktor. Wer mehr bieten kann, macht sich als Arbeitgeber attraktiv. Trotzdem wird die „Bereitschaft zur Überzahlung“ nur in etwa 10 Prozent aller Jobausschreibungen thematisiert.

3

**Weiterbildungsmöglichkeiten im Job:** Weiterbildungsangebote sind eine gute Massnahme, um Mitarbeiter\*innen zu motivieren, an sich zu binden und Fachwissen zu vertiefen. Sechs von zehn Beschäftigten sind Weiterbildungsmöglichkeiten im Job wichtig bzw. sehr wichtig. Seit der Pandemie wird dieses Benefit in Stellenanzeigen seltener genannt und kommt nur in etwa jeder vierten Stellenanzeige der Branche vor. Dabei könnten Arbeitgeber mit regelmässigen Schulungen und der Förderung von Weiterbildung punkten.

4

**Wunsch nach Teilzeitarbeit:** Wenn die Befragten frei wählen könnten, würden 60 Prozent der Gastro-Mitarbeiter\*innen eine Teilzeitanstellung wählen. Dahinter steckt primär der hohe Stellenwert, den Work-Life-Balance mittlerweile hat, sowie eine oftmals zu hohe körperliche und mentale Belastung in der Vollzeitstelle. Wenn Arbeitskräftemangel und Unterbesetzung einen Betrieb belasten, kann der Wunsch von Mitarbeiter\*innen in Teilzeit zu arbeiten, für Arbeitgeber schwierig werden. Um zu verstehen, wie man hier ansetzen kann und welche alternativen Lösungen es geben kann, um Mitarbeiter\*innen in Vollzeit zu halten oder dafür zu motivieren, muss man zunächst die Beweggründe verstehen.

## Das steckt hinter dem Teilzeit-Boom

Der Aussage „Eine gute Work-Life-Balance ist mir wichtig“ stimmen laut dem Stepstone Jobreport 2023 mehr als Dreiviertel der Befragten zu, die Hälfte sogar „voll und ganz“. Deutlich mehr Relevanz hat die Ausgewogenheit von Beruf und Privatleben für Frauen. Mehr als acht von zehn Frauen legen darauf Wert. Am wenigsten wichtig ist das Thema für die Generation der Babyboomer, am höchsten ist die Zustimmung unter der Gen Y, also Menschen zwischen 26 und 41 Jahren. Aber es gibt noch andere Gründe, etwa die hohe Belastung durch den Job.

„Meine Arbeit fordert mich zu sehr, Vollzeit würde ich körperlich nicht schaffen“,

sagt jede\*r zweite Teilzeitangestellte im Gastgewerbe. Die körperliche Belastung ist demnach der zweithäufigste Grund, der gegen eine Vollzeitstelle spricht. Wer es schafft, diese Belastungen am Arbeitsplatz zu reduzieren oder Unterstützung und Ausgleich anbieten kann, punktet als Arbeitgeber.

## Gründe für die Arbeit in Teilzeit

Welche Gründe sprechen für Sie persönlich gegen eine Vollzeit-Anstellung?

10

Es fehlt mir an Betreuungsmöglichkeiten für meine Angehörigen (Kind, pflegebedürftige Familienmitglieder o.ä.) um Vollzeit zu arbeiten

52

Vollzeit würde ich körperlich nicht schaffen.

47

Vollzeit würde ich mental nicht schaffen.

31

Mein Arbeitgeber ist nicht offen dafür/hat keinen Bedarf.

42

Teilzeit rentiert sich steuerlich mehr.

31

Ich arbeite an meinem eigenen Business/bin nebenbei selbstständig.

5

Es würde in meinem sozialen Umfeld nicht gut ankommen; man erwartet von mir, nicht so viel zu arbeiten.

84

Das Leben ist zu kurz, ich will mehr Zeit für mich und mein Umfeld haben.

15

Ich bin finanziell abgesichert, ich brauche nicht so viel zu verdienen.

47

Lieber reduziere ich meine Ausgaben, als mehr zu arbeiten.

31

Wofür soll ich mehr verdienen, wenn meine grossen Träume (Eigenheim / Auto etc.) ohnehin nicht mehr leistbar sind.

<sup>1</sup>Quelle: Stepstone Jobreport 2023; Befragung von ausschliesslich in Teilzeit Beschäftigten

### Im Gegenzug sind die Hauptmotive für eine Vollzeitarbeit im Österreichschnitt:

In Teilzeit würde mir das Einkommen nicht reichen **72 %**

Ich möchte Altersarmut vermeiden und meine volle Pension sichern **77 %**

Ich arbeite gerne in Vollzeit **64 %**

Meine Position liesse sich nicht in Teilzeit ausführen **47 %**

Ich möchte beruflich aufsteigen, in Teilzeit hätte ich schlechtere Karrierechancen **42 %**

### Typisch für die Branche: Die Wechselbereitschaft ist hoch

Obwohl die Befragten ihre Chancen am Arbeitsmarkt eher nicht so gut einschätzen, steht mehr als die Hälfte der Gastrobeschäftigten einem Jobwechsel 2023 offen gegenüber, im Vergleich zu 43 Prozent im Österreichschnitt. Die eigenen Chancen am Arbeitsmarkt schätzen heute 62 Prozent der Beschäftigten als gut oder sehr gut ein, nur 12 Prozent sehen für sich schlechte Chancen.

Die Arbeitsmarktsituation der letzten Monate spielt den Arbeitnehmer\*innen in die Karten. Das grosse Angebot an Jobs führt dazu, dass die eigenen Chancen am Arbeitsmarkt als besser wahrgenommen werden als noch vor einem Jahr – so auch im Gastgewerbe. Im Vorjahr sah jede\*r Vierte für sich schlechte Chancen am Jobmarkt. Das hat sich deutlich verbessert.

## Die richtigen Kandidat\*innen erreichen Mit Hotelcareer | Gastrojobs



Knapp  
**1 Mio.**  
Besuche/Monat



Mehr als  
**90 000**  
aktive Profile



Mehr als  
**800 000**  
Anzeigenaufrufe/  
Monat

Ø **8.300**  
neue Jobfinder  
pro Monat



**860 000**  
Jobfinder  
(E-Mail mit passenden Jobs  
für Kandidat\*innen)



**688 000**  
Registrierte  
Bewerber\*innen

Ø **6.300**  
neue Registrierun-  
gen pro Monat

# Erfolgreiches Rekrutieren im Gastgewerbe:

## Lösungsansätze für Arbeitgeber

In der Hotellerie und auch der Gastronomie ist das Thema Fach- und Arbeitskräfteknappheit in aller Munde. Auch wenn sich die Lage vergangenes Jahr ein wenig entspannt hat, der Druck auf die Branche hält dennoch an. Erfolgreiche Mitarbeitergewinnung und -bindung ist und bleibt eine der wichtigsten Zukunftsaufgaben. Was können Arbeitgeber machen, um Menschen nicht nur für einen Job zu begeistern, sondern diese dann auch langfristig zu binden?

### Aktiv werden

Werden Sie selbst aktiv, werben Sie für Ihr Unternehmen als attraktiver Arbeitgeber. Denn, wer nicht sucht, wird auch nicht (erfolgreich) finden. Stellenanzeigen, eine eigene Landingpage für das Recruiting, Social-Media-Ads, kreative Aktionen – all das wirbt für Sie als Arbeitgeber. Ob Stellenangebot auf dem Bierdeckel oder Flashmob beim Stadtfest – lassen Sie Ihrer Fantasie freien Lauf.

### Positives hervorheben

Besinnen Sie sich bei Ihrer Kommunikation auf die positiven Seiten unserer Branche. Präsenzpflcht sowie Arbeitszeiten am Abend oder Wochenende mögen für viele Menschen Nachteile sein. Doch auch diese bieten Vorteile. Was spricht dazu für den Hospitality-Bereich: Mitarbeitende haben täglich mit unterschiedlichsten Menschen zu tun, gehören zu einem starken Team, arbeiten abwechslungsreich. Arbeitszeiten „gegen den Strom“ heissen oftmals keine Staus auf dem Arbeitsweg oder auch freie Sprechstunden beim Arzt. In diesen und sicher weiteren Punkten kann Homeoffice nicht mithalten.



### Für bessere Konditionen sorgen

- **Gehalt:** Bei der Wahl eines neuen Jobs ist das Gehalt nach wie vor einer der wichtigsten Faktoren für Kandidat\*innen. Auch wenn es wehtut: Greifen Sie tiefer in die Tasche. Wer hier mehr bietet, hat die Nase vorn.
- **Arbeitszeiten/Arbeitsaufteilung:** Muss die Teilschicht wirklich sein? Lässt sich der Tag vielleicht auch anders organisieren? Können körperlich anstrengende Arbeiten besser aufgeteilt werden? Hören Sie Ihren Mitarbeitenden zu. Gehen Sie – wenn möglich – auf individuelle Bedürfnisse ein.

### Potenziale nutzen

Sind eine abgeschlossene Ausbildung, Branchenerfahrung, Alter oder perfekte Deutschkenntnisse wirklich ein Garant für eine erfolgreiche Stellenbesetzung? In wie weit können Motivation und Lernbereitschaft fehlende harte Faktoren ausgleichen? Warum nicht Quereinsteiger\*innen eine Chance gibt? Oft werden so völlig neue Potenziale entdeckt. Für ein erfolgreiches Rekrutieren in der Hotellerie und Gastronomie sollte der Blick auf den Menschen zählen – nicht nur auf dessen Lebenslauf.



# Let's play!

## Mit Live-Streaming & Gaming Solutions gegen die Arbeiterlosigkeit

Die Erwerbsbevölkerung schrumpft, die Erwartungen von Kandidat\*innen an ihre Arbeitgeber steigen. In dieser herausfordernden Zeit wird es für viele Unternehmen schwieriger, passende Talente zu finden und zu binden. Die E-Sports- und Gaming-Branche kann hier ein interessanter neuer Kanal sein. In einem attraktiven, wettbewerbsarmen Umfeld können Unternehmen ihre Arbeitgebermarke platzieren und direkt mit Recruiting Angeboten verbinden. Wie genau kann das funktionieren?

### Warum ist Gaming ein potenzieller Kanal fürs Recruiting?

Die Gaming-Branche ist eine der am stärksten wachsenden Milliardenbranchen weltweit. Schon seit Jahrzehnten sind Videospiele eine beliebte Art der individuellen Unterhaltung. Doch wer glaubt, dass nur Kinder und Jugendliche vor der Konsole sitzen, täuscht sich. Das Durchschnittsalter der Gamer\*innen liegt bei 37 Jahren und auch das Verhältnis zwischen Männern und Frauen ist relativ ausgeglichen.<sup>1</sup>

Wir sprechen hier also über eine höchst arbeitsmarkt-relevante Zielgruppe in einem Kanal, der im Recruiting bisher kaum eine Rolle gespielt hat. Das eröffnet neue Chancen und Potenziale.

<sup>1</sup>Statista: Verteilung der VideoGamer\*innen in Deutschland nach Alter im Jahr 2022

## Welche Zielgruppen können Arbeitgeber mit E-Sports erreichen?

Die Zielgruppen unterscheiden sich je nach Kontext des Events enorm. Grundsätzlich lassen sich aber drei Kern-Zielgruppen identifizieren, die allesamt eine hohe digitale Affinität und Interaktionsbereitschaft mitbringen:<sup>2</sup>

- Schüler\*innen und Jugendliche, die auf der Suche nach einer Ausbildung sind
- Berufseinsteiger\*innen, die den nächsten Karriereschritt gehen wollen
- Berufserfahrene, die neue Herausforderungen suchen

## Wie lassen sich Employer Branding & Recruiting im Gaming-Umfeld umsetzen?

Es gibt zahlreiche Möglichkeiten, wie Arbeitgeber sich im Rahmen von Online-Games und E-Sports-Events erfolgreich präsentieren können. Zum Beispiel kann das Firmenlogo im Stream platziert werden, oder die Marke des Sponsors wird aktiv von den Moderator\*innen genannt. In automatischen Chat-Nachrichten können Arbeitgeber Links zum Unternehmen oder zu Stellenangeboten platzieren. Und wie in jedem Bewegtbildkanal gibt es auch im E-Sports Werbepausen, die zur Präsentation der Arbeitgebermarke und zum aktiven Recruiting genutzt werden können. Eine weitere effektive Methode ist die Platzierung von Logos oder Werbebotschaften auf unterschiedlichen Merchandising-Produkten wie z. B. Trikots oder Trinkflaschen.

<sup>2</sup> United Internet Media: Zielgruppen-Check: Die Gamer

Die Vorteile für Arbeitgeber liegen auf der Hand: Sie erreichen auf diesem Weg potenzielle Kandidat\*innen, die über andere Kanäle oft nur schwer zu erreichen sind. Die Arbeitgebermarke findet an einem Ort statt, der für die Zielgruppe sehr positiv besetzt ist und an dem sie sich mitunter lange aufhält. Das sorgt für eine hohe Brand Awareness und ein positives Markenimage. Die Reichweiten im E-Sports sind hoch, Invest und Wettbewerb dagegen (noch) relativ überschaubar. Denn viele Unternehmen haben das Potenzial des Online-Gamings bislang noch nicht für sich entdeckt. Und nicht zuletzt lässt sich die Performance der Employer-Branding-Massnahmen in einem vollständig digitalisierten Umfeld sehr transparent tracken.

### Fazit

Im Zeitalter der Arbeiterlosigkeit gilt es, neue Wege bei der Personalsuche zu erschliessen. Employer Branding & Recruiting im Umfeld von Online-Gaming und E-Sports kann eine effektive Möglichkeit für Unternehmen sein, die eigene Arbeitgebermarke einer relevanten Zielgruppe zu präsentieren und Talente aus den unterschiedlichsten Altersklassen und Berufsfeldern für sich zu gewinnen.

## Kostenfreie Webinare:

Entdecken Sie die neuesten Trends und Entwicklungen im HR-Bereich mit unseren Webinar-Aufzeichnungen.



**Aufzeichnungen jetzt ansehen:**

[www.hotelcareer.ch/arbeitgeber/webinare](http://www.hotelcareer.ch/arbeitgeber/webinare)



## Kontakt

**YOURCAREERGROUP Schweiz GmbH**

Lindenstrasse 25  
8302 Kloten

Telefon: 041 767 40 50

E-Mail: [kunde@yourcareergroup.ch](mailto:kunde@yourcareergroup.ch)