

# Nachgefragt: Mike Kuhn, Vizedirektor und Leiter Bildung der Vereinigung Hotel & Gastro formation Schweiz, über die Notwendigkeit der Weiterbildung im Gastgewerbe

*Herr Kuhn, Weiterbildung ist auch in der Gastronomie zu einem wichtigen Erfolgsfaktor für die Betriebe geworden. Trotzdem werden auf den verschiedenen Bildungsstufen die vorhandenen Angebote unterschiedlich stark genutzt. Dies kann viele Ursachen haben. Einerseits ist die Gastronomie eine Branche, die für ihre hohe Fluktuation und ihre grosse Zahl an Saisonarbeitskräften bekannt ist. Mitarbeitende wechseln häufiger die Arbeitsstelle als in anderen Branchen, was die langfristige Investition in Weiterbildung für die Betriebe nur bedingt attraktiv macht. Gleichzeitig ist die Förderung der Mitarbeitenden aber auch ein Mittel, diese längerfristig an einen Betrieb zu binden. Wir haben aber auch viele Studentinnen und Studenten, die neben ihrem Studium in der Gastronomie jobben, die sich kaum für eine Weiterbildung in der Gastronomie interessieren.*

*Obwohl viele Gastronomieunternehmen gering qualifizierte Mitarbeitende beschäftigen, werden in erster Linie hoch qualifizierte Mitarbeitende als Zielgruppe für Weiterbildungen wahrgenommen. Woran liegt das? Weiterbildung erfordert Investitionen. Mit begrenzten Budgets konzentrieren sich viele Unternehmen auf diejenigen Mitarbeitenden, bei denen sie den grössten Nutzen erwarten. Hoch qualifizierte*

Mitarbeitende sind in der Regel stärker an ihrer beruflichen Entwicklung interessiert. Sie haben oft grössere Verantwortlichkeiten und können durch zusätzliche Schulungen noch effizienter und effektiver werden, was sich direkt auf den Geschäftserfolg auswirkt. Geringqualifizierte Mitarbeitende fehlt teilweise das Verständnis des Schweizer Bildungssystems. Viele von ihnen beginnen ihre Karriere ohne formale Ausbildung in ihrem Bereich. Arbeitgeber könnten der Meinung sein, dass die grundlegende Einarbeitung und tägliche Erfahrung ausreichen, um die erforderlichen Fähigkeiten zu erlernen. Dies entspricht einer «Learning by Doing»-Einstellung.

*Welche Formen der informellen Weiterbildung halten Sie für besonders effektiv in der Gastronomie und wie können diese in den Arbeitsalltag einfließen?* Sowohl das erwähnte «Learning by Doing» wie auch der Aufbau von «negativem Wissen». Das ist hier nicht wertend gemeint, sondern beschreibt das Lernen durch Fehler. Das ist insbesondere dann hilfreich und wirksam, wenn die Sprache nur bedingt eingesetzt werden kann. Es setzt gleichzeitig eine fortschrittliche Haltung zur Fehlerkultur voraus und ist auch nicht in jeder Situation zielführend. Ich selber halte das Schattenlernen, also das Nachmachen oder Weitergeben von Erfahrungen, ebenso für geeignet.

*Die Gastronomiebranche ist bekannt für ihre Dynamik und die Notwendigkeit, schnell auf Veränderungen zu reagieren. Welche Kompetenzen werden Ihrer Meinung nach in den nächsten Jahren besonders wichtig sein?*

Die Fähigkeit, schnell auf unerwartete Situationen zu reagieren, wird sowohl von den Betriebsleitenden wie auch den Mitarbeitenden entscheidend für die zukünftige Entwicklung sein. Dies umfasst sowohl operative Anpassungen als auch die Fähigkeit, neue Trends und Technologien zu erkennen. Exzellenter Kundenservice bleibt zentral, da die Gästeerfahrung ein wichtiger Erfolgsfaktor ist. Mitarbeitende müssen in der Lage sein, Kundenbedürfnisse zu verstehen und auf Beschwerden professionell zu reagieren. «Man muss Menschen mögen» trifft hier voll und ganz zu. Mit dem anstehenden Generationenwechsel, der alle Branchen betrifft, wird Leadership und Coaching auch in der Gastronomie ein Thema sein.

*Welche digitalen Kompetenzen halten Sie für Mitarbeitende in der Gastronomie für besonders wichtig?*

Mit der zunehmenden Digitalisierung und dem Einsatz von Technologien wie Online-Reservierungssystemen, Lieferplattformen und digitalen Zahlungssystemen, um nur einige zu nennen, müssen Mitarbeitende mit diesen Tools vertraut sein und sie effizient nutzen. Es gibt

kaum einen Bereich in der Gastronomie, bei welchem die Digitalisierung nicht Einzug gehalten hat. So sind beispielsweise auch Kenntnisse im Bereich der sozialen Medien und Online-Marketing immer wichtiger, um die Sichtbarkeit und Reichweite des Betriebs zu erhöhen.

*Angebote wie der «Progresso-Lehrgang» richten sich gezielt an ungelernete Mitarbeitende aus den verschiedenen Bereichen der Gastronomie.*

Völlig richtig. Hier werden unter Einbezug der Betriebe und des betrieblichen Angebots die Mitarbeitenden während fünf Wochen insbesondere praktisch geschult und mit ihnen eine Basis in ihrem Fachbereich erarbeitet. Dieser Lehrgang wird von den Vollzugskostenbeiträgen des L-GAV des Gastgewerbes finanziert. Die Teilnehmenden profitieren von einer kompletten Kostenübernahme der Kursgebühren. Des Weiteren sind das Lehrmittel, die Verpflegung und, wenn notwendig, sogar die Übernachtung vor Ort finanziert und die Betriebsleitenden profitieren von einer Arbeitsausfallentschädigung. Mit dem «fide-Sprachkurs» existiert zudem ein Angebot, welches darauf abzielt, dass die Teilnehmenden die Kenntnisse der regionalen Sprache trainieren können. Anhand von Praxisituationen wurden Szenarien erarbeitet, welche auf den spezifischen Arbeitsbereich abgestimmt sind.



*Mike Kuhn ist schon seit 2001 an Bord der Hotel & Gastro formation Schweiz.*

*Stimmt es, dass diese Angebote noch zu wenig wahrgenommen werden?*

Dies kommt auf die Sichtweise an. Der Sprachkurs wurde im letzten Jahr von über 1000 Personen genutzt. Wenn man das Potenzial anhand der Anzahl ungelernerter Mitarbeitenden ansieht, so gibt es sicherlich noch Luft nach oben. Jedoch haben wir eine starke Zunahme über die letzten drei bis vier Jahre feststellen können, welche sicherlich auch mit dem steigenden Bewusstsein zu tun hat, die ungelernenen Mitarbeitenden durch ihre Förderung an sich zu binden und sie in einem weiteren Schritt zu Fachkräften qualifizieren zu können.

Interview: Alexander Vitolic