

Remimag führt 4-Tage-Woche ein



Die Mitarbeiter:innen der Remimag AG, wie Harun Muocha des Restaurants Opus, können ihr 100-Prozent-Pensum neu auch auf vier Tage pro Woche verteilen. Bild: Pawel Streit

Die Remimag AG setzt als eines der ersten Schweizer Gastrounternehmen auf die 4-Tage-Woche. Das Unternehmen will damit auf dem Arbeitsmarkt attraktiver werden.

Die Gastro- und Hotelbranche ist weit nicht die einzige Branche, die mit Fachkräftemangel zu kämpfen hat, aber durchaus eine, die es schwer hat, qualifiziertes Personal zu finden. «Wir können ganz einfach nicht mit den Löhnen der Banken mithalten», sagt Bastian Eltschinger, Geschäftsleiter der Remimag. Auch sei es als Koch, Servicefachmann oder -frau halt einfach nicht möglich, im Homeoffice zu arbeiten. Deshalb gilt es, mit anderen Anreizen bei potenziellen Mitarbeitenden zu punkten. Als eines der ersten Unternehmen in der Region bietet die Remimag neu die 4-Tage-Woche an. Mitarbeitende können ihr 100-Prozent-Pensum lediglich auf vier Tage verteilen, wenn sie dies wollen. Das heisst: Anstatt lediglich acht Stunden zu arbeiten, arbeitet ein Mitarbeiter oder eine Mitarbeiterin zehn oder elf Stunden pro Tag, hat dann aber drei Tage frei. «Dieser Mix ist eine organisatorische Herausforderung für uns, aber die nehmen wir an. Wir müssen in unserer Branche einer der attraktivsten Arbeitgeber sein und können nicht nur fordern», sagt Eltschinger. «Am Wochenende ist nun mal einfach mehr los, also können wir nicht allen am Sonntag frei geben», erklärt er. Ein Pensum, auf vier Tage verteilt, sei möglich, gar drei wären nach Eltschinger dann aber zu viel. «Bei 15 Stunden würde die Produktivität des Mitarbeiters und gleichzeitig mein Output als Unternehmer abnehmen», ist er überzeugt.

Auf falschem Fuss erwischt

Beim Verband Luzern Hotels wird das neue Modell der Remimag aufmerksam verfolgt. «Jeder Unternehmer ist gefordert, seinen Betrieb attraktiv zu gestalten», sagt Raymond Hunziker, Leiter Gastronomie zu Land bei der Tavolago und neuer Präsident von Luzern Hotels. «Natürlich ist auch anderen Branchen bewusst, dass unsere Mitarbeitenden gut ausgebildet und vielseitig einsetzbar sind», sagt Hunziker. Während Corona ist es diesen Branchen gelungen, zahlreiche Mitarbeitenden zu sich zu «locken». «Da wurden wir etwas auf dem falschen Fuss erwischt, das war so nicht zu erwarten gewesen», gesteht er ein. Für ihn ist aber eine 4-Tage-Woche nicht die einzige Lösung. «Es kommt ganz auf den Lebensstil oder die Familiensituation der Mitarbeitenden an.» Genau diese Vielseitigkeit der Gastro- und Hotelbranche in der Öffentlichkeit zu präsentieren, ist für Hunziker in den nächsten Monaten und Jahren zentral. «Am Montag Skifahren zu gehen, wenn alle anderen am Arbeiten sind, kann ja auch attraktiv sein», erklärt er.

Mit den positiven Aspekten werben

Gabriel Stucki, seit April neuer General Manager im Grand Hotel National in Luzern, denkt ebenfalls, dass es genau darum geht, die positiven Dinge der Hotelbranche zu zeigen. «Ich bin mit 30 Jahren General Manager eines 5-Sterne-Hotels. Ich liebe es, gut zu essen, guten Wein zu geniessen, als Gastgeber zu agieren, einzuladen und dazu noch mit inspirierenden Personen aus aller Welt tagtäglich zu philosophieren. Genau das kann ich in meiner Branche tun. Wo kann man heute noch so viel lernen bezüglich Mitarbeiter:innenführung, BWL, Gästebetreuung, Planen und Organisieren, Marketing sowie Sales und zugleich Karriere machen?», fragt Gabriel Stucki. Obwohl der Fachkräftemangel seit seiner Ausbildung ein Thema ist, sieht er eher die positiven Aspekte als Lösung des Problems, als neue Arbeitsmodelle zu entwickeln.

Diese positiven Aspekte der Branche sieht auch Bastian Eltschinger der Remimag. «Wir wollen nicht nur ein Modell anbieten. Gerade die jungen Leute haben heute aber teilweise andere Erwartungen und setzen die Prioritäten anders, dem müssen wir gerecht werden», sagt er. «Es werden sicher nicht alle das neue Angebot nutzen – wer dieses bevorzugt, kann dies bei uns aber neu tun.» Marcel Habegger