

PRESSEMITTEILUNG

Kampf dem Fachkräftemangel: Enchilada Gruppe startet #gastrofamily-Kampagne für den Großteil ihrer Konzepte

- Enchilada, Wilma Wunder und Aposto starten Kampagne mit Maßnahmen am POS und online
- Ziel: #gastrofamily in die Städte und Regionen zu tragen und die Vielfalt sowie Möglichkeiten in dieser Branche aufzuzeigen

Gräfelfing, 24. Juni 2022. Die Enchilada Gruppe setzt für 44 Betriebe der Konzepte Enchilada, Wilma Wunder und Aposto die #gastrofamily-Kampagne von Leaders Club und den Unterstützern Metro und Coca-Cola um. Die großangelegte Personalrecruiting-Kampagne wurde Anfang Mai durch den Leaders Club auf der Internorga vorgestellt. Die Enchilada Gruppe hat die bereitgestellten Kampagnenmotive auf die Bedürfnisse der jeweiligen Konzepte angepasst und individualisiert. Ab 27. Juni startet die Kampagne, die in allen Standorten über Plakate und Postkarten sowie flankierend auf Social Media auf die Gastronomie als attraktives Arbeitsumfeld aufmerksam machen soll. Die Enchilada Gruppe ist das erste Unternehmen, das die bundesweite Kampagne vom Leaders Club übernimmt und regional ausspielt.

“Die Gastronomie ist der berühmte dritte Ort, sie steht für Passion, Freude und Ausgelassenheit. Für Mitarbeiter:innen ist es ein manchmal herausfordernden Job, aber eben auch eine Branche mit einer unglaublichen Perspektive - persönlich und beruflich. Das alles ist den vergangenen zwei Jahren in den Hintergrund getreten und wir möchten mit #gastrofamily auf die vielen Möglichkeiten in einem diversen und spannenden Arbeitsumfeld hinweisen. Denn auch bei uns in den Betrieben der Enchilada Gruppe, gibt es die vielen Service-Mitarbeiter:innen, Köch:innen, Barleute, Azubis und Aushilfen, die inspirierenden Geschichten erzählen können”, erklärt Torsten Petersen, Vorstand der Enchilada Franchise AG.

Ziel der #gastrofamily Kampagne ist es, die Chancen in der Gastronomie aufzuzeigen - einerseits, um mehr Menschen für die Branche zu begeistern, aber auch um den vielen tausend Beschäftigten zu signalisieren, dass die langfristige Perspektive zur beruflichen Entwicklung intakt ist. Genau das ist das Anliegen vom Leaders Club und den Industriepartnern Metro und Coca Cola, den Initiatoren der bundesweiten #gastrofamily-Kampagne. Alle Branchenvertreter:innen wurden herzlich eingeladen, diese Kampagne zu unterstützen, um die Reichweite zu erhöhen. Auf der Website www.gastro-family.de stehen entsprechende Toolkits, Anleitungen und Material zum Download und Teilen unter dem Hashtag #gastrofamily zur Verfügung.

#gastrofamily lebt davon, in den Städten dieses Landes wahrgenommen zu werden

“Der bundesweite Start der #gastrofamily-Kampagne war ein toller Erfolg. Aber natürlich lebt diese Kampagne auch stark davon, dass sie in die Betriebe, in die Städte und die Regionen getragen wird. Wir haben in den vergangenen zwei Jahren gesehen, welch großer Zusammenhalt innerhalb der Branche herrscht und die Enchilada Gruppe zeigt jetzt einmal mehr, wie sich eine Kampagne bestmöglich auf die eigenen Bedürfnisse individualisieren



lässt. Dabei ist vor allem der Einsatz von maßgeschneidertem Content sowie der deutliche Call to Action hervorzuheben. Wir wünschen uns, dass noch mehr Gastronomen und Unternehmen diesem Beispiel folgen, denn das Thema Mitarbeitergewinnung und -entwicklung ist die größte Herausforderung von allen“, erklärt Michael Kuriat, Präsident des Leaders Club.

Die teilnehmenden Betriebe der Konzepte Enchilada, Aposto und Wilma Wunder setzen ab Ende Juni in den Restaurants vor allem #gastrofamily gebrandete Postkarten und Plakate ein. Hinzu kommen regelmäßige Social Media-Postings und -Ads über die eigenen Kanäle auf Facebook und Instagram während der kommenden Wochen. Neben den genannten Konzepten, wurde das Material auch den Einzelkonzepten innerhalb der Gruppe zur Verfügung gestellt. Die Betriebe können bei Bedarf auf das Material zurückgreifen.

“Wir nutzen diese Kampagne vor allem auch, um ein Umdenken in den Köpfen hervorzurufen. Die Gastronomie hat Perspektiven wie kaum eine andere Branche zu bieten. Das zeigen beispielsweise unsere internen Mitarbeiter-Entwicklungsprogramme, die seit langem sehr erfolgreich sind. Ein Großteil unserer Geschäftsführer hat mal als Aushilfe - wie ich beispielsweise - oder als Servicekraft angefangen. Heute sind darunter Geschäftsführer:innen, die einen oder sogar mehrere Restaurants führen. Gerade auch die Absolventen in jüngerer Vergangenheit zeigen beispielsweise in Mainz, Gera oder Aschaffenburg - wie toll sie in die Führungspositionen entwickelt wurden. Diese Restaurants gehören zu den erfolgreichsten in der Gruppe. Genau dieses Bewusstsein - die Gastronomie als Sprungbrett für beruflichen Erfolg - möchten wir mit #gastrofamily weiter fördern“, so Petersen.

Trainee-Programm der Enchilada Gruppe: ein Musterbeispiel für Talententwicklung

Neben zahlreichen Mitarbeiter-Benefits wie beispielsweise Jobrad, betriebliche Altersvorsorge und diverse Vergünstigungen steht das Mitarbeiterentwicklungsprogramm stark im Fokus der Enchilada Gruppe. Dieses basiert auf drei Säulen (E-Learning, Schulungen und Trainee-Programm) wobei das Trainee-Programm das Herzstück ist. Mitarbeiter:innen in den Betrieben der Enchilada Gruppe werden aufgerufen, sich bei Interesse für eine Führungsposition, zum Beispiel als (angestellter) Geschäftsführer, zu bewerben. Anschließend werden in einem mehrmonatigen Qualifizierungsprogramm alle jene Inhalte vermittelt, die für das Führen eines Restaurants nötig sind. Im vergangenen Jahr haben beispielsweise 12 Mitarbeiter:innen erfolgreich diese Qualifizierungsmaßnahme ergriffen.

Die Geschäftsführer vor Ort sind aufgerufen, die Talente in ihren Reihen zu fördern und für die Qualifizierung freizustellen. Erfolgreiche Beispiele, wie sich auf diese Weise Führungskräfte von morgen entwickeln lassen, sind die Geschäftsführer Jens Dzurny (Aposto Gera) und Nick Schäfer (Wilma Wunder Mainz) - beide haben das Trainee-Programm erfolgreich absolviert, führen ein oder mehrere Restaurants als Geschäftsführer und geben ihre Erfahrungen an ihre Mitarbeiter:innen weiter: “Ich bin sehr froh, über die Chance, mich mit der Gruppe weiterentwickelt zu haben und einen beruflichen Weg einschlagen konnte, der mir sonst vielleicht verschlossen geblieben wäre. Die Gastronomie ist das lebendigste und kreativste Arbeitsumfeld, das man sich ausmalen kann - jeder kann sich bei entsprechender Motivation und Engagement beruflich verwirklichen“, erklärt Nick Schäfer, Geschäftsführer Wilma Wunder Mainz.



Über die Enchilada Gruppe

Das erste Enchilada Restaurant wurde 1990 in München eröffnet. Aufgrund des großen Erfolges und der Eröffnung weiterer Outlets folgte im März 1996 die Gründung der heutigen Enchilada Franchise AG in Gräfelfing bei München. Enchilada blieb aber nicht das einzige Konzept: Im Bereich Freizeit- und Systemgastronomie finden sich aktuell vier weitere gastronomische Konzepte sowie lokale Großprojekte und Ratskeller in mehreren deutschen Städten. Im März 2010 wurde die Enchilada Gruppe mit dem begehrten Hamburger food service-Preis ausgezeichnet. Das Unternehmen erzielte 2019 einen Umsatz von mehr als 127 Millionen Euro und gehört mit mehr als 70 Restaurants zu den größten Gastro-Unternehmen in Deutschland. www.enchilada-gruppe.de

Pressekontakt:

Enchilada Franchise GmbH

Thomas Doriath / Christoph Limbach

Lochhamer Schlag 21

82166 Gräfelfing

Tel.: +49-176-24244283 / E-Mail: presse@enchilada-gruppe.de