

Olivia Jones und Verbände fordern "Seite wechseln" von Gästen

Mit einer ungewöhnlichen Kampagne machen Olivia Jones und Familie mit dem DEHOGA Hamburg, der IG St. Pauli und dem BID Reeperbahn+ auf die bundesweite Personalnot in der Gastronomie aufmerksam. In zwei Pandemie Jahren haben sich viele MitarbeiterInnen notgedrungen sichere Jobs gesucht. Nun werden Gäste mit markigen Slogans zum "Seite wechseln" hinter den Tresen aufgefordert. Die professionellen Motive dürfen kostenlos von GastronomInnen in ganz Deutschland für die Personalsuche genutzt werden.

„Auch wir standen mit unseren Betrieben und Kult Kieztouren zur Wiedereröffnung vor der Herausforderung, dass die Gäste zurück sind, wir aber auch wieder mehr Personal brauchen. Also mussten auch wir uns etwas einfallen lassen“ erzählt Olivia Jones. „Bei uns hat sich die Lage inzwischen zwar etwas entspannt, aber wir wollen jetzt mit unserer Idee anderen GastronomInnen helfen. Schließlich hat nicht jeder ähnlich viel Aufmerksamkeit der Medien und Menschen und es ist wichtig, dass wir alle für eine bunte Gastro-Vielfalt kämpfen. Nicht nur auf St. Pauli.“

„Was wir in der Krise immer und überall erlebt haben, ist: große Solidarität der Gäste.“ berichtet DEHOGA Hamburg Vorstand Michael Conrad. Eine Solidarität, die auch jetzt noch anhält: "Auf viele Stellen-Anzeigen melden sich nicht nur Leute, die unbedingt einen Job brauchen, sondern auch einige, die gut finden, was die Gastronomen und Gastronominnen machen und diese unterstützen wollen, in dem sie jetzt die Tresen-Seite wechseln.“

Diese Beobachtung machte auch Olivia Jones mit ihrem Team und entwickelte daraus mit ihrem Management eine ungewöhnliche Kampagne unter dem Hashtag "#seitewechseln", mit auffälligen Motiven (u. a. mit Drag Queen Vanity Trash und Kult-Koberer Fabian Zahrt) und markigen Slogans wie "Hör' auf zu saufen, fang an zu dealen" oder "Hilf Muddi beim Abfüllen".

„Die Slogans und Motive sollen bundesweit für Gesprächsstoff sorgen“ meint Olivia Jones. "Wir wollen Aufmerksamkeit auf diese neue Herausforderung lenken, mit der jetzt viele GastronomInnen nicht nur auf St. Pauli zu kämpfen haben. Es ist ein bundesweites Problem, bei dem wir mit unserer Idee helfen wollen. Und je mehr Gäste wir bundesweit zum Seite wechseln bewegen, desto besser.“

Zusätzlich zu den St. Pauli typischeren Motiven wurden von der Hamburger Agentur "Elbgraphen" weitere allgemeintauglichere Abwandlungen für Bars, Clubs, Restaurants und Hotels erstellt.

Alle Kampagnen-Motive können kostenlos von allen GastronomInnen der Republik für die Personalsuche genutzt werden. Download u. a. auf www.olivia-jones.de, www.kult-kieztouren.de, www.dehoga-hamburg.de und www.elbgraphen.de/seitewechseln.

Weitere Stimmen zur Kampagne

„Ohne Gastronomie ist St. Pauli nicht denkbar und ohne Personal ist Gastronomie nicht möglich, deshalb unterstützen wir die Kampagne von Olivia Jones und ihrem Team. Statt der

einfachen Aushänge 'Personal gesucht': Eine professionelle und St. Pauli typische Personal Werbung zu starten, die jeder gastronomische Betrieb für sich nutzen kann.“

— Lars Schütze, Vorstandsmitglied der IG St. Pauli

„Gerade die vielen authentischen und Inhaber:innen geführten Läden, die St. Paulis Gastro-Vielfalt ausmachen, haben immer noch schwer zu kämpfen. Wir begrüßen die Kampagne und das Engagement deshalb sehr. Denn so sehr wir uns auch darüber freuen, dass unsere Gastronomien, Hotels und Kulturbetriebe wieder geöffnet haben, sind die Herausforderungen für alle nach wie vor sehr groß. Die Identifizierung der Gäste mit ihren Lieblingsläden ist aber ebenso groß und so könnte durch die ungewöhnliche Recruiting-Kampagne ein echter 'Win-Win' für alle entstehen.“

— Julia Staron, Quartiersmanagerin BID Reeperbahn+