

“Aandacht geven aan je mensen is misschien wel het belangrijkste als werkgever.”

6 slimme oplossingen voor het personeelstekort in de horeca

En dan niet de geijkte oplossingen, wel slimme oplossingen. Het is tijd om de werving per direct anders aan te pakken. Werf daarom slim en ga nu eigenhandig het personeelstekort in de horeca te lijf.

In dit e-book reiken we 6 slimme oplossingen aan die jou kunnen helpen bij de aanpak van het (dreigende) tekort aan horecapersoneel. Dit zijn oplossingen die eraan bijdragen dat jouw gasten wel gewoon (en goed) bediend kunnen worden. Mooi meegenomen is dat de omzet stabiel blijft óf dat de omzet in het beste geval zelfs toeneemt. Daar zeg jij als ondernemer vast geen nee tegen.

Heb jij geen glazen bol nodig om een personeelstekort voor jouw horecazaak te voorspellen? Of loop je misschien nu al de benen uit het lijf door een tekort aan horecamedewerkers? Lees dit e-book en laat je inspireren door de ideeën die we maar al te graag met je delen.

Doe er je voordeel mee!



Schreeuwend tekort aan horecapersoneel

Het (dreigende) personeelstekort in de horeca is niet nieuw.

Al voor de coronacrisis was sprake van een tekort aan horecapersoneel. In december 2019 gaf bijna 38% van de horecabedrijven in de regio Amsterdam aan met personeelstekorten te kampen. Landelijk was dat 35%.

Toen sloeg de coronapandemie toe. En hard ook. Veel horecamedewerkers gingen noodgedwongen op zoek naar andere (bij) banen. In maart 2021 betrof dit al 1 op de 5 medewerkers, blijkt uit cijfers van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). [Onderzoek van KHN](#) toonde aan dat er in diezelfde periode 42% minder personeel in de horeca actief was.

Inmiddels zijn we maanden verder. De verwachting is dat het personeelstekort groter wordt dan ooit. KHN geeft aan dat 37% van de werkgevers in de horeca verwacht dat het niet zal meevallen om genoeg mensen te vinden.



01

Samen met een andere horecaondernemer 1 fulltimer aannemen

Een parttime vacature en toch een fulltimer aannemen?

Wel eens gedacht aan samenwerken met een andere horecaondernemer?

3

02

De pluspunten van het aanbieden van trainingen

Zie je als werkgever het opleiden van personeel als verplichte kost?

Of benader je dit als een kans?

5

03

Minder uitstroom door interne doorstroom

Waren jouw mensen eerder alllang blij dat zij hun baan konden behouden?

Namen zij stilstaan in ontwikkeling voor lief? Pas op, want nu geldt (weer): stilstaan is achteruitgaan.

7

04

Minder personeelsinzet door selfservice

Natuurlijk is én blijft hospitality een mensenvak. Toch zie je binnen de horeca steeds meer technologie terug. Welke ideeën kun jij misschien ook doorvoeren?

9

05

Grotere aantrekkingskracht arbeidsmarkt door aanvullende diensten

Van maatpak tot spaarsysteem:

Hoe word jij een nog aantrekkelijkere werkgever voor potentieel personeel?

11

06

Groter bereik door de kanalen voor werving uit te breiden

Wat kan er nog meer naast traditionele wervingsmethodes?

Hoe en vooral wáár bereik je potentieel nieuwe medewerkers?

12

Samen met een andere horeca-ondernemer 1 fulltimer aannemen

Van de Nederlandse beroepsbevolking wil een deel dat parttime werkt meer uren werken. In het vierde kwartaal 2020 ging het om 390.000 parttime werkenden die hiervoor direct beschikbaar waren. Hieronder bevindt zich óók (potentieel) horecapersoneel. Veel horecabedrijven laten die aantrekkelijke doelgroep nu nog links liggen. Dat is zonde, want door rechtsaf te gaan heb je voorrang. Voorrang op het bereiken van een nog onbenutte én interessante doelgroep.

Natuurlijk laat je een fulltime sollicitant nu (nog) schieten als de middelen of uren ontbreken om deze persoon een 38-urig contract aan te bieden. Maar wat als een collega-ondernemer tegen hetzelfde aanloopt? Kun je samen tot een voltijd baan komen voor de medewerker?

“Waarom moeilijk doen als het samen kan.”

- Loesje -

Door de samenwerking op te zoeken met andere horecaondernemers kun je meerdere deeltijdfuncties bijvoorbeeld laten invullen door 1 fulltimer. Het is daarbij mogelijk dat een medewerker bij ieder bedrijf een andere functie bekleedt. Een medewerker kan zelfs een ander uurloon verdienen bij de verschillende bedrijven. Eerlijk is eerlijk: het is makkelijker gezegd dan gedaan. Zo is het van belang dat er altijd goed wordt gekeken naar de cao en de werkzaamheden. Ook moet alles goed contractueel vastgelegd worden zodat het klopt met de complexe en geldende wet- en regelgeving op dit vlak.

Coöperatie

Een aantal horecaondernemers uit Haarlem nam in coöperatie al samen personeel aan. De medewerkers zijn in dienst van een speciaal hiervoor opgerichte coöperatie. Zij rouleren bij de diverse aangesloten ondernemers in en rond de regio Haarlem. Dit biedt de medewerkers meer continuïteit in werkbare uren en de ondernemers beschikken over lokaal breed ingewerkt personeel. Ook op piek- en dalmomenten in de verschillende bedrijven kan beter worden ingesprongen. Hiermee wordt het door de ondernemers in Haarlem gezien als een (deel van de) oplossing voor het personeelsvraagstuk. Voor de medewerkers biedt het carrièreperspectief.

Payroll

Een coöperatie oprichten is een flinke stap om samen met collega-ondernemers te zetten. Daarbij kost het veel tijd en geld. Een stuk eenvoudiger, veel (kosten) efficiënter en minder risicovol is de stap naar een payrollorganisatie. Die payrollorganisatie is in dat geval de enige werkgever van de medewerker die gaat werken bij meerdere opdrachtgevers. Geen zorgen: dat zijn niet zomaar wat opdrachtgevers. Jij hebt gewoon zelf in de hand waar een medewerker komt te werken naast jouw horecazaak. Hoe zit dit? Je draagt de medewerker samen met een (of meerdere) collega-ondernemer(s) aan. Daarmee wordt de medewerker dus exclusief aan jou en die collega-ondernemer(s) ter beschikking gesteld.

Een van de vele andere voordelen van het aanhaken van een payrollorganisatie is dat deze alle zaken rondom het werkgeverschap op zich neemt. Zo zorgen payrollspecialisten ervoor dat er goed wordt gekeken naar de cao en de werkzaamheden. Daarnaast wordt alles geregeld zodat het contractueel klopt, conform de geldende en complexe wet- en regelgeving op dit vlak. Een van de punten die hier bijvoorbeeld niet uit het oog mag worden verloren is dat alle betrokkenen opdrachtgevers schriftelijk akkoord zijn dat de medewerker bij meerdere bedrijven werkt. Een goede payrollorganisatie verliest dit niet alleen uit het oog maar regelt het gewoon (goed) voor je. Jij hebt nergens omkijken naar. Lekker hé?



Ook is de payrollorganisatie het enige aanspreekpunt voor de medewerker als het gaat om werkgeversgerelateerde zaken zoals pensioenopbouw en loonuitbetaling. Dit zorgt voor minder administratieve lasten voor jou als werkgever. Zeg nu eerlijk: van minder administratieve rompslomp word jij toch ook blij? Net als dat je van een lager risico jouw glimlach op het gezicht nog breder wordt. Start smiling: het payrollbedrijf betaalt eventueel ziekteverzuim; jij betaalt alleen de overeengekomen uren en de eventueel van toepassing zijn de cao verplichtingen van je (gedeelde) medewerker.



Voordelen

- Fulltimers komen nu ook in aanmerking voor parttime vacatures waardoor de doelgroep wordt vergroot.
- De medewerkerstevredenheid neemt toe, hierdoor neemt de uitstroom af.
- Anticiperen op de wisselende pieken en dalen in de bezetting is mogelijk. Gezamenlijk kan dit immers beter worden ingevuld dan door ieder afzonderlijk.
- Medewerkers kunnen zich breder én beter ontwikkelen waardoor de kwaliteit toeneemt.
- Medewerkers zijn in dienst bij 1 bedrijf (het payrollbedrijf of de coöperatie), waardoor deze personen over alle gewerkte uren loonheffingskorting kunnen krijgen.

02

De pluspunten van het aanbieden van trainingen

Zie je als werkgever het opleiden van personeel als verplichte kost? Of als een kostbare aangelegenheid? Niet doen. Het opleiden van personeel is voor jou een geweldige kans.

Misschien denk je dat opleiden vooral de medewerker veel oplevert, zoals (nieuwe) kennis op en een toevoeging aan het cv. Niets is minder waar: het brengt jou als werkgever heel veel. Het aanbieden van cursussen, trainingen en 'learning on the job' kent namelijk bergen pluspunten voor werkgevers. Denk aan het vergroten van je aantrekkingskracht als potentiële werkgever, mogelijkheden om upsell te realiseren, betere binding met personeel én klanten. Dat is nog (lang) niet alles. Benieuwd naar verschillende manieren én voordelen van het opleiden van personeel?

Specialisatie van de vraag

Door scholing kun je de wervingsvraag specialiseren. Zo is de vraag naar koks naar verhouding het grootst in horeca-Nederland. Indeed, een zoekmachine voor vacatures bracht eind juni 2021 meer dan 5.700 vacatures voor koks in beeld. Op het moment dat jij ook een vacature uitzet voor een kok sluit je helemaal achter in de rij aan bij alle andere werkgevers. Door je vraag te verfijnen kun je gericht werven, selecteren én opleiden. Zo is de doelgroep voor een ontbijtkok een andere dan de doelgroep voor een verzorgingshuiskok, pizzabakker of sous-chef.

Internationalisering van de Nederlandse horeca

De internationalisering van de Nederlandse horeca is een feit. In de Randstad worden gasten steeds vaker in het Engels aangesproken, in de grensstreken is Duits geregeld de aanspreektaal. In een groeiend aantal keukens is Engels de voertaal. Qua trainingen kan je hierbij 2 kanten op denken. Je kunt Nederlandstalig personeel een taalcursus aanbieden, zodat zij zowel met gasten als collega's helder kunnen communiceren. Niet-Nederlandstalige medewerkers kun je anderstalige opleidingen aanbieden.

“ Voor een van onze festivalopdrachtgevers geven wij tap-trainingen. Medewerkers komen bijeen voordat het festival losbarst. Ze tappen om de beurt onder leiding van onze biersommelier en onder het genot van een lekkere frituursnack. ”



“ Het team leert elkaar vast goed kennen en de vibe zit er direct al goed in. Eenmaal op het festival kan het personeel ingewerkt en als team aan de slag. Er heerst een echte teamspirit en de vaart van het biertjes tappen zit er goed in! ”



Tan Huijsman

Senior intercedent bij Kolibrie Next



Voordelen

- Meer gemotiveerde mensen worden aangesproken, mensen die zich graag (door)ontwikkelen in het horecavak.
- De aantrekkingskracht op de arbeidsmarkt wordt vergroot doordat je gericht werft én je personeel ontwikkelingsmogelijkheden aanbiedt.
- Trainingen en cursussen verhogen het werkplezier en de betrokkenheid, met minder personeelsverloop als gevolg.
- De kwaliteit van de medewerkers neemt toe, waardoor je een betere dienstverlening kunt bieden.
- De teamspirit bij trainingen, cursussen of sessies in teamverband wordt geoptimaliseerd.

03

Minder uitstroom door interne doorstroom

Zodra je intern personeel kansen biedt om door te groeien verklein je de kans dat personeel bij andere werkgevers op verkenningstocht gaat. Je laat immers zien dat hun ontwikkeling en groei prioriteit heeft. Op die manier creëer je betrokkenheid en motivatie, waardoor de uitstroom wordt beperkt. Bovendien ben je voor potentieel personeel een aantrekkelijke(re) werkgever zodra je al bij de werving laat zien dat interne doorstroom mogelijk is. Win- win dus.

“Aandacht geven aan je mensen is misschien wel het belangrijkste als werkgever. Aandacht zit in vele factoren, waaronder scholing. Daarbij gaat het niet alleen om het beschikbaar stellen van trainingen, maar vooral om het geregeld spreken van de mensen, zodat je weet wat zij beleven”



Angelique Torres
HR coach en adviseur bij Kolibrie

Stilstaan is achteruitgaan

Nu zie je dat in tijden van crisis de wens voor (door)groei en ontwikkeling minder aanwezig is bij medewerkers. Veel van de medewerkers zijn in zo'n periode vaak allang blij dat zij hun baan kunnen behouden, zoals ook tijdens de coronapandemie. Zelfs als een baan niet helemaal aansluit, blijft een medewerker vanuit een behoefte aan zekerheid. Zodra de markt weer aantrekt zie je al snel een kantelpunt. Waar mensen eerder stilstonden en dit voor lief namen geldt nu opeens: stilstaan is achteruitgaan.

Bij ambitieuze medewerkers is het dan ook belangrijk op tijd de wensen te inventariseren. Dus voordat die medewerkers actief op zoek gaan naar kansen buiten de deur óf wellicht worden benaderd voor een andere baan met perspectief.

Inventariseren vóór investeren

Naast de praktische kant rondom doorstroom is het zaak om duidelijk te krijgen waar precies in geïnvesteerd moet gaan worden. Gaat het om kennis of gedrag? Beiden vragen om een andere aanpak. Daarnaast is het van belang goed te beoordelen of de investering zinvol is. Borging van kennis binnen de organisatie kan daar een reden van zijn.



Ambitie en potentie

Binnen de horeca zijn doorstroommogelijkheden soms enigszins beperkt en afhankelijk van de structuur van de horecaonderneming. Tegelijkertijd kennen medewerkers vaak wel verschillende ambitieniveaus.

Is die ambitie aanwezig? Zie je de potentie? Dan is het tijd om de interne doorstroming in de praktijk te realiseren. Een goede en kritische inventarisering is nodig van vaardigheden, competenties, kennis, talenten en kwaliteiten. Op basis hiervan maak je een vlijmscherpe profielanalyse van zowel de functie als de persoon. Zo krijg je inzicht in hoe jouw mensen het beste uit zichzelf kunnen halen en welke werkzaamheden ze (gaan) doen die passen bij hun kwaliteiten en talenten. Hierbij is het ook van belang dat je niet uit het oog verliest dat dit alles bijdraagt aan de doelstellingen van de onderneming.

Aansluitend bepaal je wat er nodig is om de doorstroom mogelijk te maken. Denk hierbij aan faciliteiten, interne of externe opleiding/coaching, praktisch, klantgericht of technisch. Ook niet geheel onbelangrijk: hoe lang wil je dat dit traject loopt? Hoe ga je evalueren? Is (bij)scholing noodzakelijk?



Voordelen

- Uitstroom neemt af doordat de binding en betrokkenheid wordt vergroot door interne doorstroom.
- Investeren in een opleiding is voordeliger dan steeds nieuwe mensen te moeten werven (en/of geld en tijd te besteden aan ontslag of outplacement).
- De interne flexibiliteit neemt toe.
- Beter opgeleide medewerkers zijn gedreven en productiever en leveren daarmee een hogere kwaliteit.
- De kennis voor jouw organisatie blijft behouden. Kennis is goud waard.

Steeds meer bedrijven automatiseren hun diensten. Er zijn nog maar weinig supermarkten en drogisterijen zonder zelfscanoptie. Bij luchtvaartmaatschappijen stijgt het aantal check-ins dat online gebeurt aanzienlijk. Met technologie optimaliseren bedrijven hun efficiëntie en verkorten de wachttijden. Mooi meegenomen en niet geheel onbelangrijk is dat in veel gevallen de omzet toeneemt én de personeelsinzet kan worden gereduceerd.

Technologie binnen de horeca

Natuurlijk is én blijft hospitality een mensenvak. Toch zie je binnen de horeca steeds meer technologie terug waaronder in kleinere horecazaken. Want waar eerder de selfservicekiosk misschien alleen was weggelegd voor de grote spelers is deze technologie nu steeds toegankelijker voor kleinere horecazaken.

Ook heeft de coronapandemie er een aandeel in dat technologie meer terug te zien is binnen de horeca. Gasten scannen inmiddels vanaf hun tafeltje een QR-code en geven zo hun bestelling door aan bedienend- en keukenpersoneel. Betalen? In 1 handeling gedaan via iDeal. Ook aan de selfservicekiosk worden bestellingen geplaatst én betaald. Horecazaken waar gasten hun eigen biertje of wijntje tappen, schieten als paddenstoelen uit de grond.

“Gastvrijheid is vóór het inschenken eerst aandacht schenken.”

- Roberto Payer -

Voorbeelden van selfservicevormen

Mobiel bestellen en betalen

Even de QR-code scannen of een URL invoeren en de menukaart wordt direct geopend. Vanaf één locatie kan de kaart worden bekeken, een bestelling worden doorgegeven en worden betaald.

Het enige waar jouw personeelsinzet nog voor nodig is is het bereiden van de bestelling én het brengen van de bestelling. Omdat bedieningsmedewerkers niet tussen tafels heen en weer hoeven te lopen om bestellingen op te nemen kun je af met minder personeel. Ook neemt het foutpercentage af nu gasten hun bestellingen zelf invoeren in plaats van dat personeel dit doet. Ervaringen van horecaondernemers laten zien dat het ook zorgt voor omzetverhoging: er wordt meer digitaal besteld dan wanneer de bestelling mondeling moet worden doorgeven.

Selfservicekiosk

Een selfservicekiosk heeft veel overeenkomsten met de mobiele vorm van betalen en bestellen. Hier vinden bestellingen en betalingen ook digitaal plaats, maar dan via de bestelzuil. Deze zuil biedt eveneens meer voordelen dan alleen een efficiëntere inzet van je personeel. Zo is gebleken dat de omzet met wel 6% toeneemt in het eerste jaar nadat selfservicekiosks zijn geïmplementeerd.

Hierbij moet wel een kleine kanttekening worden geplaatst: de selfservicekiosk is met name succesvol in quick service restaurants. Hier gaan mensen niet heen voor een totaalervaring. Zoeken jouw gasten dit wel maar stuiten zij op een selfservicekiosk? Dan is de kans groot dat het een averechts effect heeft.



Voordelen

- Selfservice zorgt voor efficiëntie waardoor minder personeel nodig is.
- Uit ervaring blijkt dat gasten meer bestellen als ze dit zelf kunnen doen, dus de omzet neemt toe.
- Personeel heeft tijd om te focussen op het upsellen van eten en drinken aan gasten.
- De computers verzamelen continu data van jouw gasten en hun bestellingen. Zo krijg jij optimaal inzicht in de populairste gerechten en drankjes.

Gasten tappen hun eigen drankjes

Het Taphuys heeft inmiddels meerdere horecazaken waar de gast kan kiezen uit 80 verschillende bieren en 60 soorten wijn. Klinkt dat niet bijzonder? Dat is het toch wel: de biertjes of wijntjes bestel je niet bij het barpersoneel, de gasten tappen zelf uit de wand.

In de bar van Yotel in Amsterdam vind je ook een biertap en een wijntapinstallatie. Hier kunnen de gasten zelf een glas wijn of bier tappen en vervolgens betalen met de pinpas of smartphone.

Beiden zijn unieke én bovendien succesvolle zelfbedieningsconcepten die veel bijdragen aan de beleving van de gasten. Bovendien is er minder personeel voor nodig is dan in een reguliere horecazaak.



Grotere aantrekkingskracht arbeidsmarkt door aanvullende diensten

Goed horecapersoneel heeft de keuze uit vacatures en werkgevers. Al in het eerste kwartaal van 2021 nam het aantal vacatures het meest toe in de horeca en aan de andere kant daalt de werkeloosheid. Het is zaak om te zorgen dat potentieel personeel voor jou kiest. Hoe zorg je dat je als horecabedrijf nét dat beetje meer biedt dan anderen? Enkele ideeën die je hopelijk de nodige inspiratie bieden zijn:

Een haal- en brengservice

Is jouw horeca- of evenementenlocatie slecht bereikbaar? Is het aanbod van personeel uit de directe omgeving te minimaal? Beschikt de doelgroep vaak niet over eigen vervoer?

Overweeg een haal- en brengservice. Het vergt absoluut de nodige organisatie en brengt kosten met zich mee, maar wat is meer kostbaar? Een gast die geen eten krijgt opgediend omdat er geen kok is óf de kosten voor deze service aan medewerkers?

Spaarsystemen met andere lokale ondernemers

De spaarapp, een spaarkaart of vouchers: spaarsystemen of loyaliteitssystemen worden natuurlijk al jarenlang gebruikt in de retail om klanten te binden. Ook in de horeca zie je het geregeld als middel om gasten vaker te laten terugkeren.

Spaarsystemen of loyaliteitssystemen kun je ook inzetten om personeel te binden. Bijvoorbeeld: elk uur dat de medewerker bij jou werkt, scoort deze punten. Deze punten zijn inwisselbaar voor personeelskorting, een incentive of vrije tijd.

Bundel je de krachten met andere lokale ondernemers dan zijn de mogelijkheden oneindig. Denk aan kortingen bij winkels, sportscholen, een avondje stappen of musea.

Bedrijfskleding op maat

Horecabedrijfskleding is er in alle soorten en maten. Maar de juiste maat voor je personeel is er nooit helemaal. Rokken zitten als een zoutzak om het middel van de serveersters en de broekspijpen van de pantalon van de maître zijn net iets te kort.

Wat als je aanbiedt dat die bedrijfskleding op maat wordt gemaakt? Een maatwerkpak als arbeidsvoorwaarde is een win-winsituatie. Of eigenlijk win-win-winsituatie: het is representatiever voor de gasten, de medewerker voelt zich prettiger én het is een unieke arbeidsvoorwaarde waardoor de wervingskracht toeneemt.

Een gratis abonnement op de sportschool

In de horeca- en evenementenbranche is het hard werken. Letterlijk en figuurlijk. Fitte medewerkers zijn dan ook onmisbaar in een gezond bedrijf. Zij zijn minder snel ziek, productiever en kennen een groter werkplezier. Al die voordelen leveren je veel geld op. Zo functioneert een complete organisatie beter wanneer iedereen zich tijdens het werken vitaal voelt. Tel uit je winst!

Het kan dus zeker lonen om het sportschoolabonnement van jouw medewerkers op te nemen in het arbeidsvoorwaardenpakket. Daarmee profiteer je niet alleen van de eerder genoemde voordelen: je hebt ook nog eens een interessante pullfactor te pakken. En wie weet tilt de medewerker volgende keer in plaats van 1 kratje bier er 3 tegelijk!

Groter bereik door de kanalen voor werving uit te breiden

Een flyer op het raam van je horecazaak plakken, een social mediapost én een vacature uitzetten bij een vacaturebank? Natuurlijk heb jij alle traditionele wervingskanalen al ingezet om jouw personeelstekort op te lossen. Wat kan er nog meer? Hoe en vooral wáár bereik je potentieel nieuwe medewerkers?

Referral

Referral betekent letterlijk doorverwijzing. Deze wervingsmethode wordt door veel werkgevers al ingezet. Personeel wordt gevraagd of zij iemand kennen die bij het bedrijf wil komen werken. Is er sprake van een match? Dan is de beloning vaak een leuke aanbrenghonus of incentive. Referral staat bekend als een van de beste en goedkoopste wervingsmethodes. Het blijkt dat als een medewerker via referral is gestart dat deze langer dan gemiddeld in dienst blijft.

Grote kans dat jij jouw team al hebt gevraagd of zij iemand kennen die een baan zoekt. Maar heb je er weleens aan gedacht om dit te vragen aan jouw vaste gasten? Durf dit actief te vragen en/of leg op elke tafel een flyer met jouw oproep. Zodra de tip van een gast ertoe leidt dat jij een nieuwe medewerker aanneemt, bied je de gast bijvoorbeeld een gratis lunch of diner aan. Die kosten zijn vele malen lager dan wanneer je een uitzend- of werving- en selectiebureau inhuurt voor de werving.

In het hart van de doelgroep

Als je een vacature bij een vacaturebank plaatst, bereik je vaak alleen de doelgroep die actief op zoek is naar een nieuwe baan. Dit is slechts 11,4% van de totale Nederlandse beroepsbevolking.

Hoe en vooral waar bereik je dan die overige 88,6% en dus het grootste deel van de Nederlandse beroepsbevolking? Bedenk waar de doelgroep zich nu bevindt. Misschien is dat wel:

- **Bij een studentenvereniging.**
Menig hotelschool kent een eigen studentenvereniging. Wat als jij de eerstvolgende borrel faciliteert?
- **Bij een sportclub**
Heb je er weleens aan gedacht een lokaal sportteam te sponsoren? Of om jou vacature(s) onder de aandacht te brengen via een reclamebord op het sportveld, in een sportschool of in een sporthal?
- **Op vakgerelateerde platforms**
Wat is de plek waar horecamedewerkers elkaar online vinden om kennis uit te wisselen over hun vak? Misset Horeca, KHN of Kolibrie NEXT lenen zich er bijvoorbeeld prima voor om jouw vacature(s) in the picture te zetten.
- **Evenementen**
Dan kan je denken aan de Horecava, waar je actief potentieel aanspreekt. En ook aan festivals waar de doelgroep heen gaat. Denk aan een LowLands, Pinkpop of de Zwarte Cross.



Doe er je voordeel mee!

Na een hectische periode is jouw volledige aandacht nu nodig om te kunnen bouwen aan jouw horecaonderneming. Wat je nodig hebt is goed personeel. Wat je niet nodig hebt is al het werk daaromheen. Wij vinden dat jij het verdient om volledig te kunnen doen waar jij goed in bent - zonder extra kopzorgen - die zijn er al genoeg.

Ontzorg jezelf met onze payrollservices of uitzenddiensten

Kolibrie is al sinds 1994 dé specialist op het gebied van payroll, uitzenden en HRM met een specialisatie in de horeca. Dankzij onze transparante en no-nonsense werkwijze weet je precies waar je aan toe bent.

Bij ons staat jouw personeel voorop. Wij bieden je medewerkers de beste zorg en arbeidsvoorwaarden en hanteren voor jou als ondernemer scherpe all-in tarieven.

Ontzorg jezelf met Kolibrie en richt je als ondernemer op zaken die echt belangrijk zijn.

Jij verdient het!



Volg ons op LinkedIn, Facebook en Instagram voor ideeën en inspiratie om jouw bedrijf future-proof te maken en de band met jouw gasten verder te verstevigen.

 [/kolibrie.horecapayrolling](https://www.facebook.com/kolibrie.horecapayrolling)

 [/company/kolibrie-horeca-payrolling](https://www.linkedin.com/company/kolibrie-horeca-payrolling)

 [/kolibrie_hrm](https://www.instagram.com/kolibrie_hrm)

 www.kolibriepayroll.nl

