



Vorarlbergs Beste Arbeitgeber Tourismus

„Nur die besten Mitarbeiter sichern langfristig unseren Qualitätstourismus ab“

Herausragende Arbeitsplatzkultur sichtbar machen: Neuer Zertifizierungsprozess „Great Place to Work“ für die Vorarlberger Tourismusbranche. Die ersten Vorarlberger Betriebe wurden „ausgezeichnet“.

Die Vorarlberger Tourismusbranche stellt den Menschen komplett in den Mittelpunkt und will sich als herausragende Arbeitgeberbranche präsentieren. Die Tourismusarbeitgeber ergreifen mit neuen Strategien die große Chance, im Wettbewerb der Tourismus-destinationen die Nase vorn zu haben, denn der saisonbedingte Fachkräftemangel und eine schwächer werdende Mobilitätsbereitschaft auf dem europäischen Arbeitsmarkt zwingt die Vorarlberger Tourismusbranche zum Handeln.

„Der Tourismus hat übers Jahr betrachtet im Vergleich zwar kein größeres Mitarbeiter- und Fachkräfteproblem als andere Branchen, aber eine große Besonderheit, die ihn von allen anderen unterscheidet: Der Tourismus hat Saisonen“, erklärt Harald Furtner, Spartenführer Tourismus in der Wirtschaftskammer Vorarlberg. In den vergangenen neun Jahren konnte die Mitarbeiterzahl zwar um 25 Prozent gesteigert werden, im Winter benötigen Vorarlbergs Tourismusbetriebe jedoch knapp 3.000 Mitarbeiter mehr als im Sommer. „Diese Mitarbeiter müssen jedes Jahr auf den internationalen Arbeitsmärkten gesucht und abgeholt werden. Dabei herrscht großer Wettbewerb mit allen anderen Winterdestinationen des Alpenraums“, sagt Furtner.

Politik setzt nach wie vor auf EU-Arbeitsmarkt

Allerdings trocknet der europäische Arbeitsmarkt für touristische Arbeitskräfte gerade für die Wintersaison immer mehr aus. Die Mobilitätsbereitschaft, auch in den jüngeren östlichen EU-Ländern, lässt mehr und mehr nach. „Das Lohnniveau und der Lebensstandard in diesen Ländern, in denen noch vor wenigen Jahren Mitarbeiter rekrutierbar waren, sind gestiegen. Zudem hat sich der Tourismus dort weiterentwickelt und die Mitarbeiter werden selbst gebraucht.“ Spartenführer Furtner: „Wir brauchen daher langfristig neue praktikable Saisonbeschäftigungsmodelle, die auch Mitarbeiter aus Drittstaaten wieder verstärkt miteinbeziehen und die den Betrieben Rechtssicherheit und Planbarkeit geben.“ Letztendlich sei es nicht wichtig, woher die Mitarbeiter kommen, ob vom In- oder Ausland - sondern, dass sie sich mit dem touristischen Angebot im Betrieb und in der Region und den Menschen, die dort leben, identifizieren können.

Neue Wege in der Akquisition

Jobbörsen in ganz Europa und darüber hinaus müssen daher ausgebaut und neue Wege in der Mitarbeiterakquisition beschritten werden. Ein „Jobscoutsystem“ ist im Aufbau begriffen und die Zusammenarbeit mit privaten Mitarbeiteragenturen in ganz Europa soll weiter ausgebaut werden. „Besonders der persönliche Kontakt zu Mitarbeitern, auch in den Zwischensaisonen, wenn sie zu Hause sind, ist besonders wichtig und soll gepflegt werden. Dadurch entsteht Mitarbeiterbindung und Nähe. Ein digitales Netzwerk ist dafür die Voraussetzung“, sagt Furtner.

Von der Gast- zur Mitarbeiterfreundschaft

„Die Frage ist, was hebt uns ab von den anderen Alpenregionen? Daher wollen und müssen wir das Arbeiten im Vorarlberger Tourismus zu einer Marke entwickeln“, betont Harald Furtner und



erklärt weiter: „Arbeitgeber auf Vorarlberger Art sollen die beste Wahl für touristische Mitarbeiter sein. Neben der Konzentration auf Regionen und Gästemarken setzen wir die Vision ‚von der Gastfreundschaft zur Mitarbeiterfreundschaft‘ mit zahlreichen konkreten Maßnahmen um. Alle Investitionen, die wir heute in unsere Mitarbeiter tätigen, sind Investitionen in die Dienstleistungsqualität am Gast von morgen. Nur die besten Mitarbeiter werden uns helfen, unseren Qualitätstourismus langfristig abzusichern.“

Furtner: „Unser Ziel ist es, uns neben einer erfolgreichen Gästemarke langfristig auch am touristischen Arbeitsmarkt zu einer herausragenden Arbeitgebermarke zu entwickeln.“

Unsere zielgerichteten Aktivitäten beinhalten neben dem neuen Ausbildungssystem, der Kaderschmiede, Imagekampagnen, Qualitätsverbänden, Pilotprojekten und zahlreichen Serviceangeboten (Star Card, Mitarbeiterbetreuung, Anlaufstelle für Mitarbeiter, Sprachcafés etc.) für die Branche auch bewusst den Aufbau einer Arbeitgebermarke.“

Es gehe darum, die Mitarbeiterin bzw. den Mitarbeiter wertschätzend zu behandeln, unter anderem durch entsprechende Empfangssituationen, Anlaufstellen oder Vergünstigungen (Star Card), wie sie bisher nur den Gästen vorbehalten waren.

Oft fehle eine entsprechende Willkommens- und Abschiedskultur für die Saisonangestellten. „Mit identitätsstiftenden Maßnahmen soll es nun gelingen, die heimischen und ausländischen Fachkräfte noch besser und über längere Sicht an den Betrieb zu binden, ähnlich wie jeder gute Hotel- und Gastronomiebetrieb versucht, Stammgäste zu gewinnen. Wir können uns damit einen Wettbewerbsvorteil im ständigen Bemühen um die besten Mitarbeiter verschaffen, der nicht leicht kopierbar sein wird,“ betont Harald Furtner.

Wirksames Employer Branding

„An erster Stelle steht jedoch: Eine neue und messbare Qualität unserer Arbeitsplätze.“ Ein Schritt zur Arbeitgebermarke ist die Auszeichnung „Great Place to Work“, die weltweite Nr. 1 für vertrauensbasierte Arbeitsplatzkultur. Mit über 25-jähriger weltweiter Erfahrung und millionenfach erprobter Methodik ist Great Place to Work® global gesehen die mit Abstand wertvollste Arbeitgebermarke. Ein solches Gütesiegel gilt bei aktuellen wie auch potenziellen Mitarbeitern als Qualitätsbeweis für Arbeitgeber. Die Auszeichnung wird regelmäßig vergeben und wurde nun für die Tourismusbetriebe in Vorarlberg mit einem spezifischen Zertifizierungsprozess und reduzierten Kosten für Klein- und Mittelbetriebe angepasst. „Im Fokus des Zertifizierungsprozesses steht die Arbeitsplatzkultur. Neben einer hohen fachlichen Qualität wird in ‚Great Place to Work‘-Betrieben echte Vertrauenskultur gelebt. Gerade bei arbeitssuchenden Menschen ist das ‚WIE‘ oft wichtiger als das ‚WAS‘.“

Je mehr sich jemand angenommen, geschätzt und gefördert fühlt, umso mehr wächst die Freude und das Engagement am Arbeitsplatz. Begeisterte Mitarbeiter sind die besten Markenbotschafter“, sagt Mag. Doris Palz, Geschäftsführerin von „Great Place to Work“ Österreich. Palz spricht von einem erstaunlich hohen Wohlfühlfaktor des Personals in den zertifizierten Betrieben: „Nahezu 9 von 10 Mitarbeitern sagen, dass ihr Arbeitsplatz ein sehr guter Arbeitsplatz ist.“

Die Auszeichnung als Vorarlbergs „Beste Arbeitgeber Tourismus“ wird nach einem einzigartigen Zertifizierungsverfahren vergeben. Dieses berücksichtigt die Darstellung des betrieblichen Arbeitsplatzkonzepts und das Feedback der Mitarbeitenden zu gleichen Teilen. Betriebe ab zehn Mitarbeiter können mitmachen. Spartengeschäftsführer Harald Furtner: „Wir wollten ein messbares Verfahren anbieten, das auch für kleinere Betriebe leicht administrierbar und umsetzbar ist.“

Instrument Mitarbeiterbefragung

Um „Gastgeber für Tourismusjobs“ zu werden, der den Nutzen der bevorzugten Mitarbeitervermittlung lukrieren kann, ist entweder die Zertifizierung nach „Great Place to

work“ oder eine qualifizierte Mitarbeiterbefragung Voraussetzung. Rund 60 Betriebe in Vorarlberg wenden dieses Instrument bereits an.

„Die Mitarbeiterbefragung ist ein wertvolles Instrument nach innen und außen. Es ist von Bedeutung, den Wohlfühlfaktor seines Teams zu kennen und weit über Unterkunft und Verpflegung hinaus Qualifizierungswünsche und Anforderungen zu eruieren. Der Fragenkatalog umfasst Themen wie die Zufriedenheit mit der Aufgabe und dem Arbeitsplatz, die Zusammenarbeit mit den Vorgesetzten, die Förderung der Aus- und Weiterbildung sowie die Bereiche Information und Kommunikation, Lebensqualität und Wohlbefinden und liefert den Gesamteindruck, den der Mitarbeiter vom Betrieb hat“, betont Furtner.

Die ersten zertifizierten „Great Place to Work“-Betriebe im Vorarlberger Tourismus:

- | | |
|---------------------------|-------------|
| • Gasthof Mohren ***s | Rankweil |
| • Hotel Gasthof Krone**** | Hittisau |
| • Hotel Krone**** | Au |
| • Hotel Zimba | Schruns |
| • Hotel-Gasthof Adler | Schoppernau |
| • im Palast | Hohenems |
| • Naturhotel Chesa Valisa | Hirschegg |
| • Restaurant Mangold | Lochau |
| • Steakhouse Indigo | Dornbirn |

