



Pressemeldung Saint Elmo's Tourismusmarketing

Ergebnisse des TalkTourism #2 „The Employee Journey – Touristische Arbeitswelten im Umbruch“

Beim TalkTourism am 29. September 2022 diskutierten Hoteliers, Destinationsvertreter und politische Entscheider über den Wandel touristischer Arbeitswelten. Im Fokus der Vorträge und Workshops: die Bedeutung der Employee Journey für die Gewinnung und Bindung von Arbeitskräften im Tourismus. Zur hybriden Fachveranstaltung hatten Saint Elmo's Tourismusmarketing, PROJECT M und Kohl > Partner eingeladen.

München, 20.10.2022. Der Einladung zum TalkTourism von Saint Elmo's Tourismusmarketing, Project M und Kohl > Partner folgten rund 50 Tourismusfachleute und 150 digitale Zuhörer aus Österreich, Deutschland, Südtirol und der Schweiz. Bei der Veranstaltung am 29. September 2022 im Münchner House of Communication der Serviceplan Group wurden in Vorträgen und Workshops die Herausforderungen der Tourismusbranche angesichts des zunehmenden Fachkräftemangels diskutiert sowie mögliche Lösungsansätze präsentiert. Im Fokus stand die Frage, wie touristische Arbeitgeber entlang der Employee Journey agieren können, um Fachkräfte zu gewinnen, zu binden und zu belohnen. Moderiert wurde der TalkTourism von Isabell Decker, Brand Experience Designer bei Saint Elmo's Tourismusmarketing.

Den Kern der Veranstaltung bildeten fünf Fachvorträge hochkarätiger Speaker: Dominik Walch, Senior Researcher des Instituts für Höhere Studien (IHS) in Wien zeichnete in seinem Vortrag die Entwicklung des österreichischen Tourismus-Arbeitsmarktes während der letzten 14 Jahre auf. Basierend auf anonymisierten Daten aus dem Sozialversicherungssystem zeigt sich eine Zunahme der Beschäftigung im Tourismus, während die Zahl der Auszubildenden eine rückläufige Tendenz aufweist. Die Folge sei ein akuter Mangel an qualifiziertem Nachwuchs. Unflexible Arbeitszeiten, starke saisonale Belastungsschwankungen und niedrige Löhne wirkten sich zudem negativ auf das Branchenimage aus, was zu Schwierigkeiten bei der Neubesetzung von Stellen führe.

Den politischen Entscheidern ist die Lage bekannt. „Der touristische Arbeitsmarkt wurde auf den Kopf gestellt“, äußerte sich Susanne Kraus-Winkler, Tourismus-Staatssekretärin im Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft. „Obwohl in diesem Jahr mehr Mitarbeiterinnen in der Tourismuswirtschaft im Vergleich zu 2019 beschäftigt sind, verzeichnen wir mehr offene Stellen als Arbeitslosgemeldete im Tourismus.“ In den zuständigen Ministerien und politischen Gremien werde aktiv an Lösungen für die Zukunft der touristischen Arbeitswelten gearbeitet.

Heinz-Dieter Quack, wissenschaftlicher Leiter PROJECT M und Leiter des Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes, präsentierte in seinem Vortrag die Ergebnisse eines Online-Panels vom Sommer 2022 mit 678 touristischen Arbeitgebern: In der Befragung sehen 50 % das Unternehmenswachstum durch den Arbeits- und Fachkräftemangel gebremst, 23 % stimmen dem zumindest teilweise zu. Mehr als die Hälfte gibt an, während der Pandemie dauerhaft Personal verloren zu haben. Als wichtigsten Erfolgsfaktor im Kampf um Personal sieht Quack die Unternehmenskultur. Es sei für touristische Arbeitgeber wichtig, ihr Selbstverständnis zu verändern und eine Hospitality-Mentalität auch gegenüber den Beschäftigten anzunehmen.

Dass es hervorragende Erfolgsbeispiele in der Branche gibt, die als Blaupause genutzt werden können, zeigten Dr. Anna-Maria Fässler, CEO & Owner des Sonnenalp Hotel & Resort in Ofterschwang und Christoph Bründl, Geschäftsführer von Bründl Sports. Dr. Fässler gab Einblicke in das seit über 100 Jahren familiengeführte Hotel mit über 500 Beschäftigten und bestätigte, dass der konsequente Fokus auf die Menschen entscheidend zum Erfolg des Betriebs beiträgt. Ein von Wertschätzung geprägtes Arbeitsklima und ein 3-Säulen-Konzept bestehend aus einer Wohlfühloffensive, Wissensoffensive und Lohnoffensive seien die Basis für die Arbeitgebermarke „echt sonnenäpler“. Die Digitalisierung spielt aus ihrer Sicht eine entscheidende Rolle entlang der gesamten Employee Journey: von der Bewerbung über den Dienstplan bis hin zum Wissensaustausch.

Christoph Bründl stellte in seinem Vortrag das Talente-Management von Bründl Sports vor, das sich aus fünf Stufen zusammensetzt: Recruiting, Integration, Entwicklung, Belohnen und Halten. Als Maßnahmen für eine positive Employee Journey nannte er unter anderem die Stärkung der Arbeitgebermarke, die klare Kommunikation von Werten und Zielen und ein gezieltes Mitarbeiter-Coaching.

Welche Rolle die Attraktivität der Arbeitgebermarke spielt, wurde im Vortrag von Emanuel Dennis, General Manager Corporate & Employer Branding deutlich. Anhand von Kampagnen-Beispielen aus anderen Branchen zeigte er, wie mutiges und strategisches Employer Branding die positive Wahrnehmung als Arbeitgeber bei den Zielgruppen steigern kann. Und das sowohl im Recruiting als auch bei der Mitarbeiterbindung.

Die Perspektive der Destinationen, Beherbergungsbetriebe und touristischen Leistungsträger sowie der Politik und Verbände

Darüber hinaus fanden im Rahmen des TalkTourism moderierte Workshopsessions statt, in welchen Lösungsansätze und Zuständigkeiten aus der Perspektive der Destinationen, der Beherbergungsbetriebe und touristischen Leistungsträger sowie der Politik und Verbände diskutiert wurden. Im Bereich „Destinationen“ wurde das Schaffen von funktionalen Lösungen hinsichtlich Arbeitszeit, faire Bezahlung, Berücksichtigung der Lebensphasen etc. sowie einem angenehmen sozialen Umfeld als Aufgabe der DMO definiert. Ein weiterer wichtiger Punkt sei die stärkere Befähigung der Beschäftigten, sich selbst zu organisieren. Martin Schobert, Managing Partner bei Saint Elmo's Tourismusmarketing, dazu: „Wir müssen aufhören die Symptome zu bekämpfen, sondern die Ursachen angehen! Es geht um einen wertschätzenden Umgang mit Menschen, nicht um den Einsatz und die Planung von Ressourcen.“

Im Workshop „Beherbergungsbetriebe und touristische Leistungsträger“, moderiert von Helmut List, Managing Partner bei Kohl > Partner Innsbruck, sahen die Expertinnen und Experten Unternehmen und Führungskräfte in der Verantwortung, offener für Veränderungen zu werden, um die aktuellen und zukünftigen Herausforderungen zu meistern. Ebenso sei es für touristische Arbeitgeber wichtig, an ihrem Image und Selbstverständnis zu arbeiten.

Der Expertenkreis aus Politik und Verbänden, moderiert von Cornelius Obier, Managing Partner bei PROJECT M, attestierte der Branche ein Kommunikationsproblem: „Wir haben uns das Narrativ in den letzten Jahren ruiniert! Wir haben keinen Mitarbeiter-Mangel, sondern einen Bedarf. Wir kommunizieren einen Mangel und damit die falsche Botschaft nach außen.“ Betriebe seien dafür zuständig, ein gutes Klima am Arbeitsplatz zu schaffen. Verbände sollten Unterstützung leisten, indem sie die Betriebe bei Veränderungsprozessen begleiten. Aufgabe der Politik sei es wiederum, die nötigen gesetzlichen Rahmenbedingungen zu schaffen.

Die Inhalte des TalkTourism fasst Isabell Decker von Saint Elmo's Tourismusmarketing wie folgt zusammen: „Um Menschen von sich als Arbeitgeber zu überzeugen, für sich zu gewinnen und langfristig zu binden, muss die Tourismusbranche ihre Vorteile besser und selbstbewusster kommunizieren. Weitere Grundsteine sind die Bildung starker Arbeitgebermarken sowie die Schaffung fairer Arbeitsbedingungen und Entwicklungsperspektiven für die Beschäftigten. Die Employee Journey bildet dabei den Leitfaden für das Gewinnen, Binden, Begeistern, Belohnen und Zurückgewinnen der wertvollsten Ressource unserer Branche: die Mitarbeiter.“

Über Saint Elmo's Tourismusmarketing:

SAINT ELMO'S TOURISMUSMARKETING ist eine Agentur für ganzheitliche Beratung und internationales Marketing im Tourismus. Tourismusexpertise, datenbasiertes Marketing, lokale Nähe und wirksame Kommunikation entlang der gesamten touristischen Wertschöpfungskette sind unsere Kernkompetenzen. Wir beraten, planen, gestalten, bewerben, kommunizieren Marken im Tourismus. Unter der Flagge von Saint Elmo's segeln wir als Tourismusmarketingspezialisten im House of Tourism der Serviceplan Group.
www.saint-elmos.travel

Kontakt TalkTourism:

Isabell Decker
Brand Experience Designer
Saint Elmo's Tourismusmarketing
August-Everding-Str. 25,
81671 München
Tel. +49 89 205 038 83
E-Mail: i.decker@saint-elmos.com

Pressekontakt Saint Elmo's:

Loredana Klier
Head of Corporate Communication
Saint Elmo's Berlin
Ziegelstraße 16,
10117 Berlin
Tel. +49 30 695 357 047
E-Mail l.klier@saint-elmos.com