

Fachhochschule Kufstein



2. Workshop zum Projekt „Strategieentwicklung zur Zukunft der Tourismusbranche als Arbeitgeber“

April 2017

Hinweis:

Aus Gründen der leichteren Lesbarkeit wird auf eine geschlechterspezifische/geschlechtsspezifische Unterscheidung, z. B. Mitarbeiter/Innen, verzichtet. Dementsprechende Formulierungen gelten im Sinne der Gleichbehandlung für beide Geschlechter.

Programm (Geplante Gesamtdauer: ca. 2 Stunden)



1. Begrüßung (ca. 5 Minuten)

2. Aktueller Stand des Projektes (ca. 10 Minuten)

- Homepage & Informationen
- Wichtigste Themen der Redner am Symposium
- Auswertung der Gästeliste
- Projektplan

3. Ergebnisse des 1. Workshops (10 Minuten)

- Ergebnisse der Diskussionsrunde
- Ergebnisse der Arbeitsgruppen

4. Ziele des 2. Workshops (ca. 15 Minuten)

5. Arbeitsgruppen: Bewertung der Grundsätze, Erarbeitung von Zielen als auch Lösungsansätzen (ca. 60 Minuten)

6. Zusammenfassung, Verabschiedung und Vereinbarung nächster Schritte (ca. 15 Minuten)

Begrüßung



Strategieentwicklung zur Zukunft der Tourismusbranche als Arbeitgeber



Aktueller Stand des Projektes Homepage & Informationen



- Das **Symposium** wurde am 16. März 2017 mit ca. **162 Besuchern** abgehalten
- Alle Präsentationen der Vortragenden als auch Zusammenfassungen zu den Vorträgen sind auf der **Homepage** im Nachbericht zu finden
<https://www.fh-kufstein.ac.at/News/Tourismussymposium/Nachbericht-zum-Tourismussymposium>
- Ebenso sind Presseberichte in **Bezirksblätter Kufstein**, **HGV Praxis**, **Tiroler Tageszeitung**, in der **Wirtschaftszeit** als auch auf der Homepage der **OPF** zu finden
- Um die **Nachhaltigkeit** umsetzen zu können, bleibt diese Homepage bestehen und wird laufend mit Neuerungen und weiteren Ergebnissen öffentlich zugänglich gemacht

Aktueller Stand des Projektes

16. März 2017: Impressionen



Aktueller Stand des Projektes

16. März 2017: Wichtigste Themen

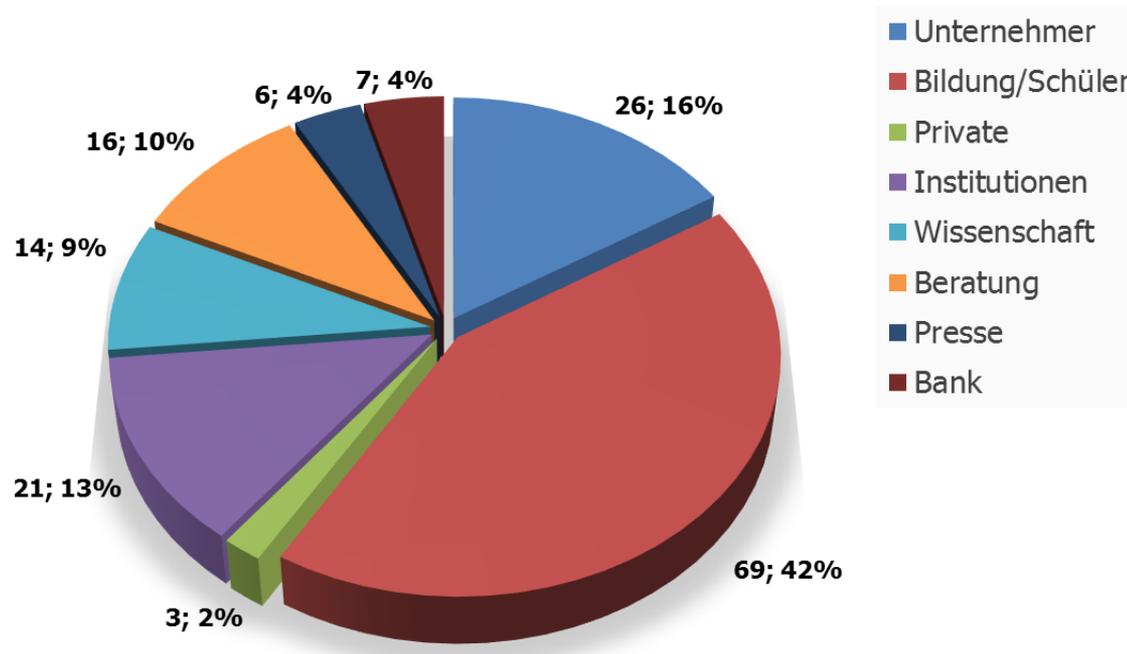


- Dipl.-Ing. Dipl.-Kfm. **Thomas Albrecht**, Hotel zur Post Rohrdorf, Gastwirt & Unternehmer
 - „Gegenseitiger Respekt im Team“*
 - „Die Beziehung zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer als Erfolgsfaktor im Tourismus“*
- Mag. **Christiane Troicher**, Best Alpine Wellness Hotels, HR Manager & Employer Branding
 - „Talente erkennen und fördern“*
 - „HR ist ein notwendiger Teil der Unternehmensstrategie“*
 - „Talent Management spielt eine wichtige Rolle in der Zukunft“*
- Dipl.-Kfm. **Klaus-Dieter Graf von Moltke**, Moltke Unternehmensgruppe GmbH, Unternehmer & Vorsitzender des Unternehmerversbands Landkreis Miesbach e.V.
 - „Positives Image nach Außen tragen“*
 - „Sozialprestige der Arbeitnehmer im Tourismus stärken“*
- Mag. **Andreas Reiter**, ZTB Zukunftsbüro, Zukunftsforscher, Berater & Lehrender
 - „Wertewandel der Arbeitnehmer in Zukunft auch im Tourismus“*
 - „Verändertes Talentemarketing im Tourismus“*
 - „Wertschöpfung nur durch Wertschätzung möglich“*

Aktueller Stand des Projektes

16. März 2017 – Auswertung der Gästeliste

- Das Symposium konnte in etwa **162 Besucher** verzeichnen:



- Tourismusschüler** bzw. **Studenten** sowie **Unternehmer** und **Institutionen** bildeten die größten Besuchergruppen
- Weitere Besuchergruppen waren Personen aus der Wissenschaft und Berater

Aktueller Stand des Projektes

Projektplan

Ideenworkshop zum Thema

Entwicklung Förderantrag

1. Workshop

Symposium Tourismus

2. Workshop

Nachhaltigkeit der Kooperation

- **22. Juni 2016** – Eröffnungsworkshop zum Thema an der FH Kufstein

- Ausarbeitung von Herausforderungen und Themenfeldern für eine weiterführende **gemeinsame Kooperation**

- Ausarbeitung eines **Förderantrages** (INTERREG/EUREGIO) unter Beteiligung aller Projektpartner

- Abstimmung und Einreichung des Förderantrags

- Genehmigung von **16.000,- EUR** zur Umsetzung des Projektes (75 % Förderung von INTERREG/EUREGIO und 25 % Selbstbehalt der Projektpartner)

- **09. Februar 2017** - Informationen zum aktuellen Status und Input auf Grund derzeitigem Wissenstand

- Definition von **Zielen** im Rahmen der Entwicklung von allgemein gültigen Grundsätzen

- Erarbeitung erster Inhalte und Themen für die Entwicklung der angeführten **Grundsätze**

- Zusammenfassung der Ergebnisse und Veröffentlichung inkl. Erarbeitung eines ersten „**draft**“

- **16. März 2017** an der Fachhochschule Kufstein

- Diskussion zur Themenstellung als auch Input für Unternehmern und Interessierte hinsichtlich **strategischer Überlegungen**

- Sammlung von Eindrücken und Meinungen, welche für die **Weiterentwicklung der Grundsätze** verwendet werden können

- **20. April 2017** Weiterentwicklung und Finalisierung der Grundsätze

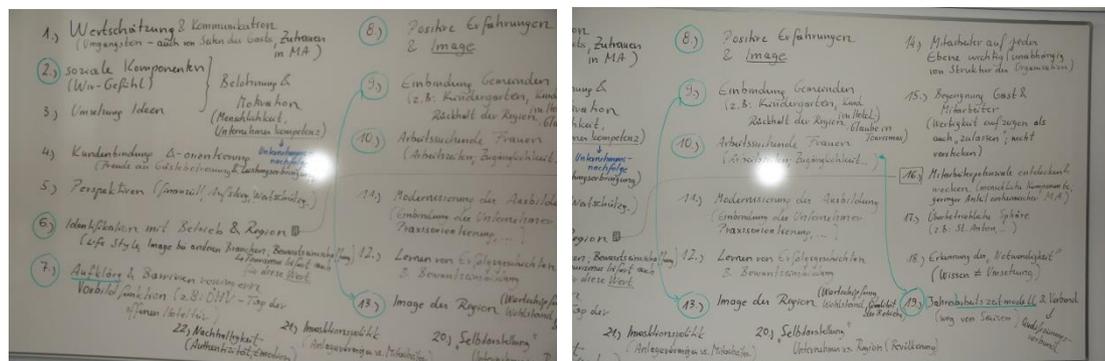
- Zusammenfassung der Ergebnisse und Veröffentlichung inkl. Erarbeitung einer **finalen Version** der Grundsätze

- **Veröffentlichung** der Grundsätze

- Gewährleistung der **Nachhaltigkeit** des Konzeptes durch Folgetreffen, welche noch gesondert vereinbart werden

- Veröffentlichung weiterer Ergebnisse

Ergebnisse des 1. Workshops Welche Themenfelder(-cluster)/Struktur sollten die Grundsätze umfassen?



Ergebnisse des 1. Workshops

Welche Themenfelder(-cluster)/Struktur sollten die Grundsätze umfassen?



1.) Wertschätzung & Kommunikation

Umgangston auch von Seiten des Gastes
Zutrauen in Mitarbeiter haben.

2.) Soziale Komponenten

Ein Wir-Gefühl zu entwickeln ist essentiell für die
Mitarbeiterloyalität.
Erfordernis, Menschlichkeit und
Unternehmenskompetenz zu vereinigen (auch in der
Unternehmensnachfolge).

3.) Umsetzung von Ideen

Belohnung und Motivation erforderlich.

4.) Kundenbindung & -Orientierung

Freude an Gästebetreuung und Leistungserbringung
entwickeln.

5.) Perspektiven

Den Mitarbeitern finanzielle Aufstiegschancen und
Wertschätzung bieten, um Mitarbeiterloyalität zu
festigen.

6.) Identifikation mit Betrieb und Region

Andere Branchen scheinen attraktiver für
Arbeitnehmer; Bewusstsein schaffen, dass der
Tourismus auch die selben Werte liefert, wie andere
Branchen.

7.) Aufklären & Barrieren verringern

Vorbildfunktion schaffen (z.B.: ÖHV – Tag der offenen
Hoteltür).

8.) Positive Erfahrung & Image

Die Menschen der Region „hinter die Kulissen sehen
lassen“, um schlechtes Image zu bereinigen.

9.) Einbindung der Gemeinden

Die Region sollte dem Tourismus Rückhalt bieten.
Zum Beispiel Kinderbetreuung anbieten.

10.) Arbeitssuchende Frauen

Passende Arbeitszeiten.
Zugänglichkeit an gefragten Zeiten (Wochenende,
Abends).

11.) Modernisierung der Ausbildung

Unternehmen sollten in die Ausbildung
miteingebunden werden.
Entwicklung praxisorientierter Schulen.

12.) Lernen von Erfolgsgeschichten

Es gibt sehr viele österreichische
Tourismuserfolgsgeschichten; diese sollten publik
gemacht werden zur Bewusstseinsentwicklung.
Testimonials in einer Imagekampagne.

13.) Image der Region

Wertschöpfung für die Region und Steigerung des
Wohlstands, den der Tourismus bietet.
Mit der Qualität der Betriebe werben.

14.) Mitarbeiter auf jeder Ebene wichtig

Unabhängig von der Struktur der Organisation sollte
jeder Mitarbeiter wertgeschätzt werden.
Führungskräfte sollten nachfragen und sich Lösungen
für Probleme überlegen.

15.) Begegnung Gast & Mitarbeiter

Gegenseitige Wertschätzung zeigen zwischen
Dienstleister und Gast.
Wertigkeit aufzeigen und zulassen.
Aufzeigen, was der Mitarbeiter alles leistet.

16.) Mitarbeiterpotenziale entdecken

Menschliche Komponente fördern.
Gute Betriebe bekommen Mitarbeiter.

17.) Überbetriebliche Sphäre

Den Mitarbeitern Vorteile anbieten (z.B.:
Mitarbeiterfeste, freies Essen etc.).
Paradebetriebe entwickeln und publik machen als
Benchmark.

18.) Erkennung der „Notwendigkeit“

Erkenntnisse auch umsetzen (z.B.: Schulungen in
Wochenendseminaren etc...).

19.) (Jahres)arbeitszeitmodell vs. Saisonarbeit

Jahresarbeitszeitmodelle steigern die Attraktivität des
Tourismus.
Qualifizierungsverbünde entwickeln (Vorbild: Ötztal).

20.) „Selbstdarstellung“

Wie stellen sich die Unternehmen selbst dar und wie
werden sie von der Region/Bevölkerung gesehen.

21.) Investitionspolitik

Starkes Wachstum der Tourismusindustrie in den letzten
Jahren; Kommerzialisierung des Tourismus und erhöhte
Dominanz von Konzernen; oft bleiben dabei die
Mitarbeiter auf der Strecke.

Ziele des 2. Workshops

Arbeitspaket für Arbeitsgruppen



- Erarbeitung der Inhalte **in zwei Gruppen**
- **Ziele** definieren
- **Lösungsansätze** ausarbeiten

Fragestellungen:

- Welche Hauptthemen muss man als Unternehmer auf **strategischer** als auch auf **operativer** Ebene verfolgen, um die Basis zu schaffen, als attraktiver Arbeitgeber zu gelten?
- Welche Unter(-Kern)themen sollten als **Minimalanforderung** umgesetzt sein, um eine gemeinsame Basis bzw. ein gemeinsames Verständnis für „Attraktivität als Arbeitgeber“ zu definieren?
- Welche Verhaltens- und Vorgehensweisen sollten **nicht** Teil der Grundsätze sein?
- Wie kann die **Qualität** der im Unternehmen eingeführten Grundsätze aufrecht erhalten werden bzw. gewährleistet werden, dass diese bestehen bleibt?
- **Erarbeitung auf Basis der Grundsätze**

Ziele des 2. Workshops

Definition von (Haupt-)Grundsätzen



Ausgehend von den vorherigen Ergebnissen und dem Symposium wurden folgende **(Haupt-)Grundsätze** identifiziert:

1. Rückhalt der Region und Bekenntnis zur Tourismuswirtschaft
2. Wahrung und Entwicklung des Sozialprestige als Arbeitgeber und Arbeitnehmer im Tourismus
3. Imagebildung und Personalmarketing in Schulen
4. Wertschöpfung durch Wertschätzung des Mitarbeiters
5. Entwicklung von Human Resources Management (HRM) als notwendige Komponente in der Unternehmensstrategie
6. Anpassung von Arbeitszeiten und Transparenz von Gehaltssystemen
7. Begegnung des Wertewandels in der Arbeitswelt mit Talent Management

Zusammenfassung, Verabschiedung und Vereinbarung nächster Schritte



- **Zusammenfassung** der erarbeiteten Ergebnisse durch die Fachhochschule Kufstein
- **Weiterleitung** der Gesamtpräsentation an alle Teilnehmer des 2. Workshops als auch Veröffentlichung über Homepage
- **Schriftliche Entwicklung** der Grundsätze basierend auf den erarbeiteten Ergebnissen und Zusendung an die Projektpartner zur Durchsicht
- Gewährleistung der **Nachhaltigkeit** des Konzeptes durch Folgetreffen, welches noch gesondert vereinbart werden



Institut für Grenzüberschreitende Restrukturierung

fh 
KufsteinTirol
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Prof. (FH) Dr. Dr. Mario Situm, MBA
Department für Wirtschaft & Management
Fachhochschule Kufstein
Andreas Hofer Straße 7 | 6330 Kufstein
mario.situm@fh-kufstein.ac.at
Tel +43 (0)5372 - 71 819 - 147
<http://restrukturierung.fh-kufstein.ac.at>



Prof. (FH) Dr. Verena Teissl
Department für Wirtschaft & Gesellschaft
Fachhochschule Kufstein
Andreas Hofer Straße 7 | 6330 Kufstein
Verena.teissl@fh-kufstein.ac.at
Tel +43 (0)5372 - 71 819 - 197
<http://www.fh-kufstein.ac.at>



Teilnehmerliste



1. **Hanspeter Ausserhofer**, Privatperson [Dichter, Poet, Schriftsteller]
2. **Harald Gmeiner**, Tegernsee Schliersee KU [Vorstand]
3. **Fabien Grzimek**, Moltke-Gruppe
4. **Brigitte Gumpold**, AMS Salzburg
5. **Lisa Göbl**, Fachhochschule Kufstein, Institut für Grenzüberschreitende Restrukturierung
6. Asc. Prof. (FH) Ing. Mag. **Kurt Hoffmann**
7. Mag. **Esther Jennings**, EUREGIO Inntal [Geschäftsführerin]
8. **Lukas Krösslhuber**, TVB Wilder Kaiser [Geschäftsführer]
9. **Margot Leitner**, Österreichische Hotelierversammlung [Regionsmanagement West/Nord]
10. Mag. (FH) **Stefan Pühringer**, Tourismusverband Ferienland Kufstein [Geschäftsführer]
11. Mag. **Robert Ranzi**, Standortagentur Tirol [Clustermanager Wellness & Gesundheit]
12. Prof. (FH) Dr. Dr. **Mario Situm**, Fachhochschule Kufstein
13. **Stefanie Volz**, Tegernseer Tal Tourismus GmbH
14. **Julia Wascher**, Unternehmensberatung
15. **Stephanie Winkler**, AMS Kufstein [Team Beherbergung und Gastronomie]