

# Arbeiten, wo andere Urlaub machen

**Employer Branding.** Wer sich schon vor der Krise intensiv um seine Mitarbeiter gekümmert hat, tut sich jetzt leichter. Für alle anderen wird das Thema Wertschätzung für die Mitarbeiter aus aktuellem Anlass wichtiger.

VON SABINE MEZLER-ANDELBERG

Die gute Nachricht ist: Die Gäste kommen zurück. Die schlechte: Die Mitarbeiter nicht unbedingt. Ein Viertel bis ein Drittel der festen und der Saisonkräfte haben sich in den langen Monaten der Lockdowns beruflich neu orientiert, andere Tätigkeitsfelder gesucht, und das auch dauerhaft.

Was das für die Hotellerie bedeutet, zeigt eine aktuelle Branchenbefragung der Österreichischen Hotelierversammlung (ÖHV): Laut dieser Umfrage konnte fast die Hälfte (45,1 Prozent) der befragten ÖHV-Mitgliedsbetriebe nicht alle Stellen wieder besetzen; knapp die Hälfte, 49,2 Prozent, ist darüber hinaus auf Lehrlingssuche. Vor allem fehlen die Mitarbeiter im Service (in 73,6 Prozent der befragten Hotels) und in der Küche (59,8 Prozent); an der Rezeption und beim Reinigungspersonal sind jeweils um die 45 Prozent der heimischen Häuser auf Personalsuche.

Sorgen bereitet den Hoteliers auch die Situation an den Tourismusschulen, berichtet Alexander Ipp, Inhaber der acht Ipp-Hotels in Wien, Salzburg, Tirol, Nieder- und Oberösterreich: „Heuer haben die Tourismusschulen für den Herbst um 20 Prozent weniger Anmeldungen. Das wären jene Mitarbeiter, die in drei bis fünf Jahren auf den Arbeitsmarkt kommen sollten.“

## Dienstgeber aussuchen

Diese können sich dann, genau wie ihre bereits fertig ausgebildeten Kolleginnen und Kollegen jetzt, ihre künftigen Dienstgeber aussuchen. Eine Situation, in der Hotels gut beraten sind, sich im Management, in dem übrigens nur in unter fünf Prozent der Häuser Mitarbeiter fehlen, mit dem Thema Employer Branding auseinanderzusetzen. Oder, um es einfacher zu sagen: sich als gute Arbeitgeber zu positionieren. Jene Häuser, die damit bereits vor der Pandemie begonnen oder die Zeit des Stillstands dafür genutzt haben, stehen jetzt besser da. Was auch für den Wettbewerb ein Anreiz sein



Wer seine Werktätigen schätzt, muss ihnen das kommunizieren, mit Lob, Dank, Geschenken und/oder Vergünstigungen. [Getty Images]

könnte, über entsprechende Maßnahmen nachzudenken.

Zu den Vorreitern auf diesem Gebiet gehört unter anderem das Hotel Alpendorf in St. Johann im Pongau, das bereits mehrfach als Great Place to Work ausgezeichnet wurde – und mit deutlich anderen Vorzeichen in die Post-Corona-Zeit starten konnte: „Wir haben jetzt drei neue Jungsummiers, einen Pilates-Trainer, eine Lauftrainerin, eine Kuchendesignerin und zwei Köche, die sich auf diätetische und vegetarische/vegane Küche spezialisiert haben. Das ist ein Traum für jeden Arbeitgeber“, freut sich Hotelchefin Sylvia Unterkofler. Ein Traum, der deshalb wahr geworden ist, weil das Hoteliersehepaar Unterkofler während der Lockdowns die Weiterbildung ihrer Mitarbeiter aktiv gefördert und unterstützt hat.

Begonnen hat es damit nicht erst gestern. „Wir beschäftigen uns mit dem Thema seit zehn Jahren.“ Wenn ein Haus seine Mitarbeiter gut behandelt, nicht nur, was das Salär betrifft, spricht sich das in den ganzen Region herum. „Ein guter Ruf als Arbeitgeber ist mit nichts zu bezahlen“, sagt Unterkofler. Gut zahlen müsse inzwischen

ohnehin jeder, sonst komme niemand. „Aber das Monetäre ist nie vorrangig. Das Motiv, sich für oder gegen einen Arbeitgeber zu entscheiden, sind nicht 100 Euro mehr oder weniger, sondern die Wertschätzung und das Betriebsklima.“ In beides investieren die Unterkoflers seit Jahren. Was den Erfolg im Einzelnen ausmache, sei aber schwer zu sagen. „Wir achten sehr auf das Klima im Haus, bei Vorstellungsgesprächen etwa ist das Persönliche wichtiger ist als die reine Qualifikation“, sagt sie. „Qualifizieren können wir selbst, wichtiger ist uns, den Menschen als Ganzes zu sehen, ob er ins Team passt.“

## Die menschliche Ebene

Dieser Blick auf den Menschen als Ganzes bleibe auch dann erhalten, wenn es einmal nicht gut läuft. „Da stellen wir uns zunächst einmal die Frage, ob jemand die Leistung nicht bringt, weil es persönliche Probleme gibt. Wenn das der Grund ist, ist es meist nur eine Phase und es wird sich auch wieder bessern.“ Auch während Corona sei man mit den Mitarbeitern, die in Kurzarbeit waren, immer in Kontakt geblieben, habe sich im-

mer wieder getroffen und für die Lehrlinge Schulungen durchgeführt. „So bekamen wir zweimal in der Woche ein Fünfgangmenü serviert“, erinnert sie sich. Man arbeite miteinander auf einer sehr menschlichen Ebene, dasselbe gelte auch für die Mitarbeiter untereinander. „Aber wir haben auch nur 30 feste Mitarbeiter, da geht es natürlich leichter, als wenn man 150 hat“, räumt die Hotelchefin ein.

## Respektvoller Umgang

Genau dieses Kunststück will Alexander Ipp von den Ipp-Hotels fertigbringen. 2019 hat der Unternehmer damit begonnen, ein professionelles Employer-Branding-Programm zu etablieren. „Wobei Employer Branding ein ausgeglichenes Unwort ist“, sagt er. „Wenn es um Menschen im Unternehmen geht, soll es persönlicher sein.“

Um seinen Mitarbeitern einen eigenen Bereich zu schaffen, der ihr Wohlbefinden steigert und Weiterkommen im Unternehmen ermöglicht, hat Ipp 2019 das Programm „Ich bei Ipp“ ins Leben gerufen, das eine eigene Webseite hat und auf vier Säulen aufgebaut ist: „Die Schwerpunkte heißen

„Fühl dich“, „Gönn dir“, „Wachs mit“ und „Lern bei“ und sollen unsere Mitarbeiter auf verschiedenen Ebenen abholen“, erklärt Ipp.

Dazu gehören natürlich Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten sowie Training on the Job im Lernbereich, mit denen dann entsprechende Karriereschritte im „Wachs mit“-Bereich möglich sind. Aber eben auch Elemente, die mit dem persönlichen Wohlbefinden und dem Betriebsklima zu tun haben.

„Dafür ist es wichtig, dass wir die Spielregeln der Begegnungskultur intern – etwa in Meetings, im Alltag oder der Feedbackschleife – festgeschrieben haben und Wert darauf legen, dass auch bei Kritik ein respektvoller Umgang miteinander auf Augenhöhe stattfindet“, sagt Ipp.

Das Programm enthalte auch Maßnahmen, mit denen kommuniziert wird, dass man den Einsatz nicht für selbstverständlich halte, sondern sich auch mit kleinen und größeren Gesten dafür bedankt. „Wichtig ist die persönliche Wertschätzung, die etwa bei einem Geburtstagspräsent beginnt“, sagt der Unternehmer, „außerdem haben wir haben beispielsweise ein Cabrio für den Sommer angeschafft, das unsere Mitarbeiter nutzen können.“

Dabei gehe es darum, ein „Gefühl der Zugehörigkeit zu vermitteln, Teil eines großen Ganzen zu sein und einerseits für das wertgeschätzt zu werden, was man tut; andererseits auch für das, was man ist“, sagt Alexander Ipp. Eine Strategie, die zwar vor Corona gestartet wurde, sich jetzt aber schneller auszahlen scheint als gedacht. Gerade einmal 16 Jobs und drei Lehrstellen sind aktuell in den acht Häusern ausgeschrieben. „Es ist natürlich von Standort zu Standort verschieden, aber wir haben viele langjährige Mitarbeiter und auch immer wieder Heimkehrer, die eine Weile anderswo gearbeitet haben und dann zu uns zurückkommen. Das ist natürlich das schönste Kompliment für einen Arbeitgeber – vor allem, wenn er wie von einer jüngst zurückgekehrten Hausdame hören darf: „Bei Ipp war es am besten.““



## 1-WOCHE PRIVATKUR in unserem Thermalhotel Fontana \*\*\*\*S in Bad Radkersburg

### Inklusivleistungen:

- 7 Nächtigungen mit Halbpension (wahlweise Mittag- oder Abendessen)
- Tägliche Kaffee & Kuchen Jause oder Eisvariation in unserem Tagescafé
- 1 Arztuntersuchung und ärztliche Betreuung
- 10 Kurmittel nach ärztlicher Verordnung
- 1 PCR Testung bei Ankunft & regelmäßige Schnelltests während des Aufenthaltes
- Kuscheliger Bademantel und Badetücher für den Aufenthalt
- Wohlfühlen in unserem Entspannungsrefugium
- Benützung unserer Thermalbade- und Saunaoase
- Benützung der Tiefgarage

### Infos & Buchung

Thermalhotel Fontana Hotelbetriebsgmbh  
Alfred-Merlini Allee 6, 8490 Bad Radkersburg  
Tel. Nr. 03476 41550, Mail: info@hotelfontana.at

Die Preise gelten pro Person, exkl. Kur- und Nächtigungsabgabe, inkl. Umsatzsteuer. Druckfehler und Preisänderungen vorbehalten.

7 Nächte um  
EUR 870,-  
pro Person

KOLLERS  
HOTEL  
\*\*\*\*\*

Es gibt Plätze  
im Leben,  
die man SPÜREN sollte.

Das Leben am See  
www.kollers.at