

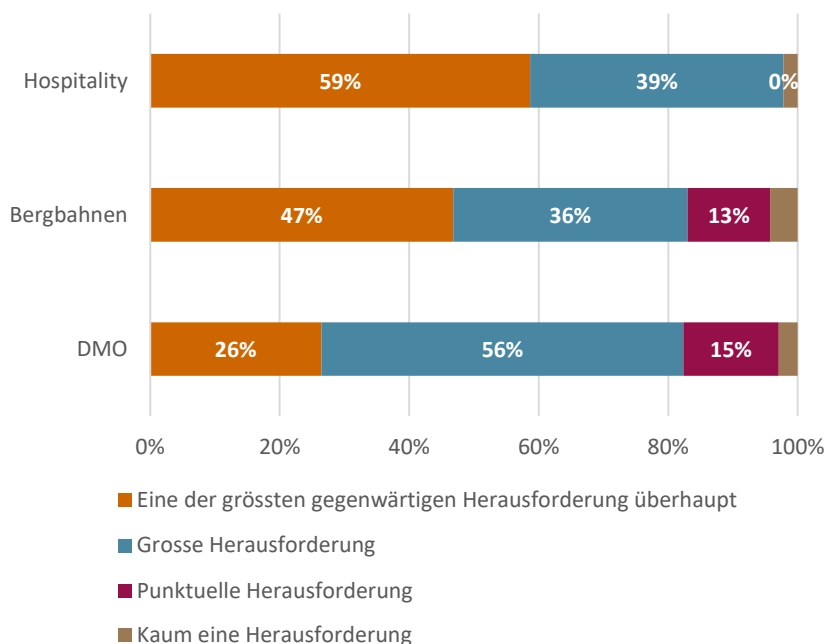


# Personal- und Fachkräftemangel im Tourismus und Rolle der DMO

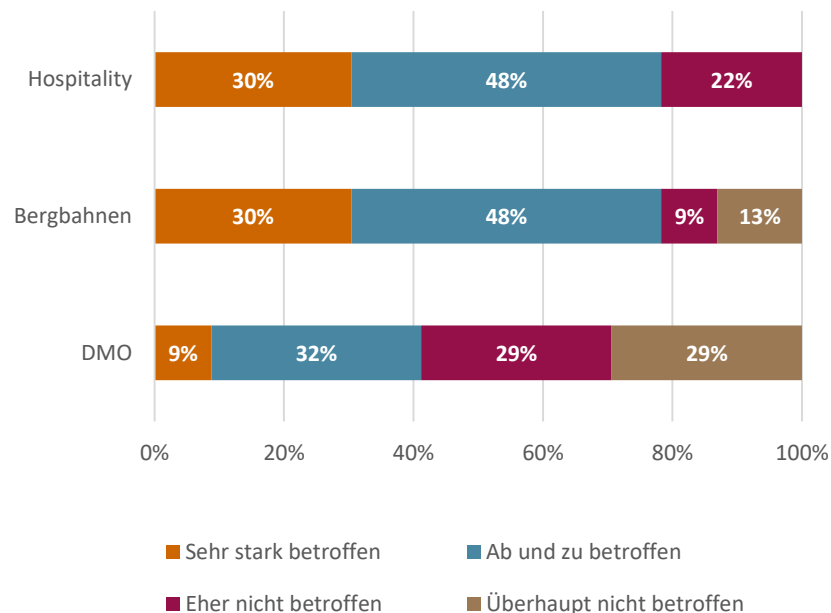
Runder Tisch, TFS vom 24. November 2022

## Stellenwert Personal- und Fachkräftemangel

Wie schätzen Sie den Stellenwert des Personal- und Fachkräftemangels für die Leistungsträger in Ihrer Destination heute ein?



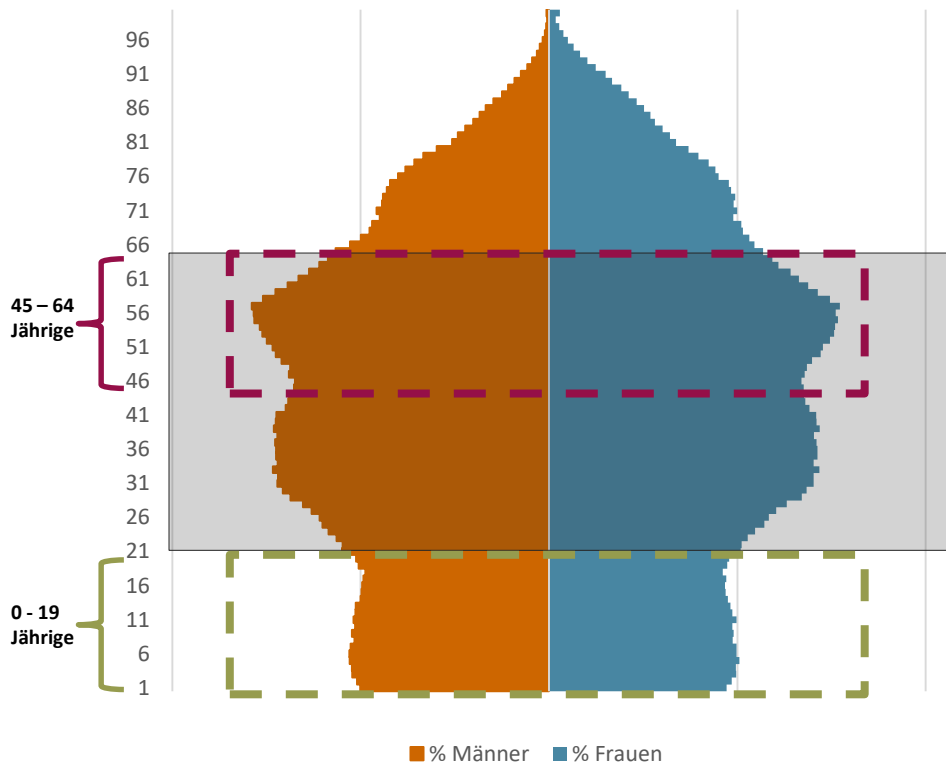
Wie stark ist Ihr Betrieb selber von Personal- und Fachkräftemangel betroffen?



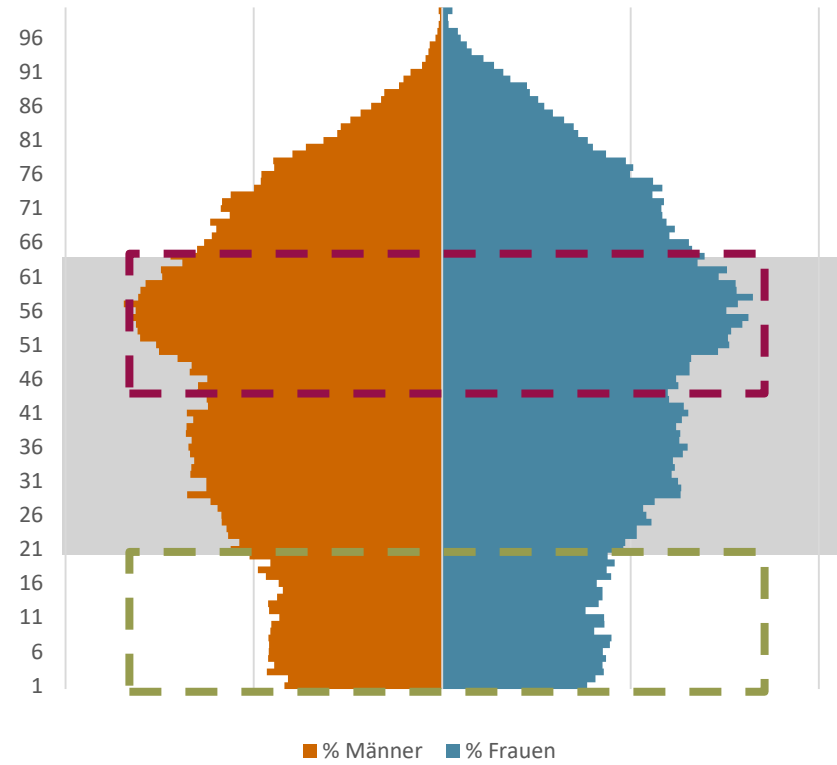
Quelle: Hanser Consulting & Universität St. Gallen (IMP-HSG), 2022

# Bevölkerungspyramide Schweiz und Berggebiet (Bsp. GR) im Vergleich

Bevölkerungspyramide Schweiz, 2020



Bevölkerungspyramide Graubünden, 2020

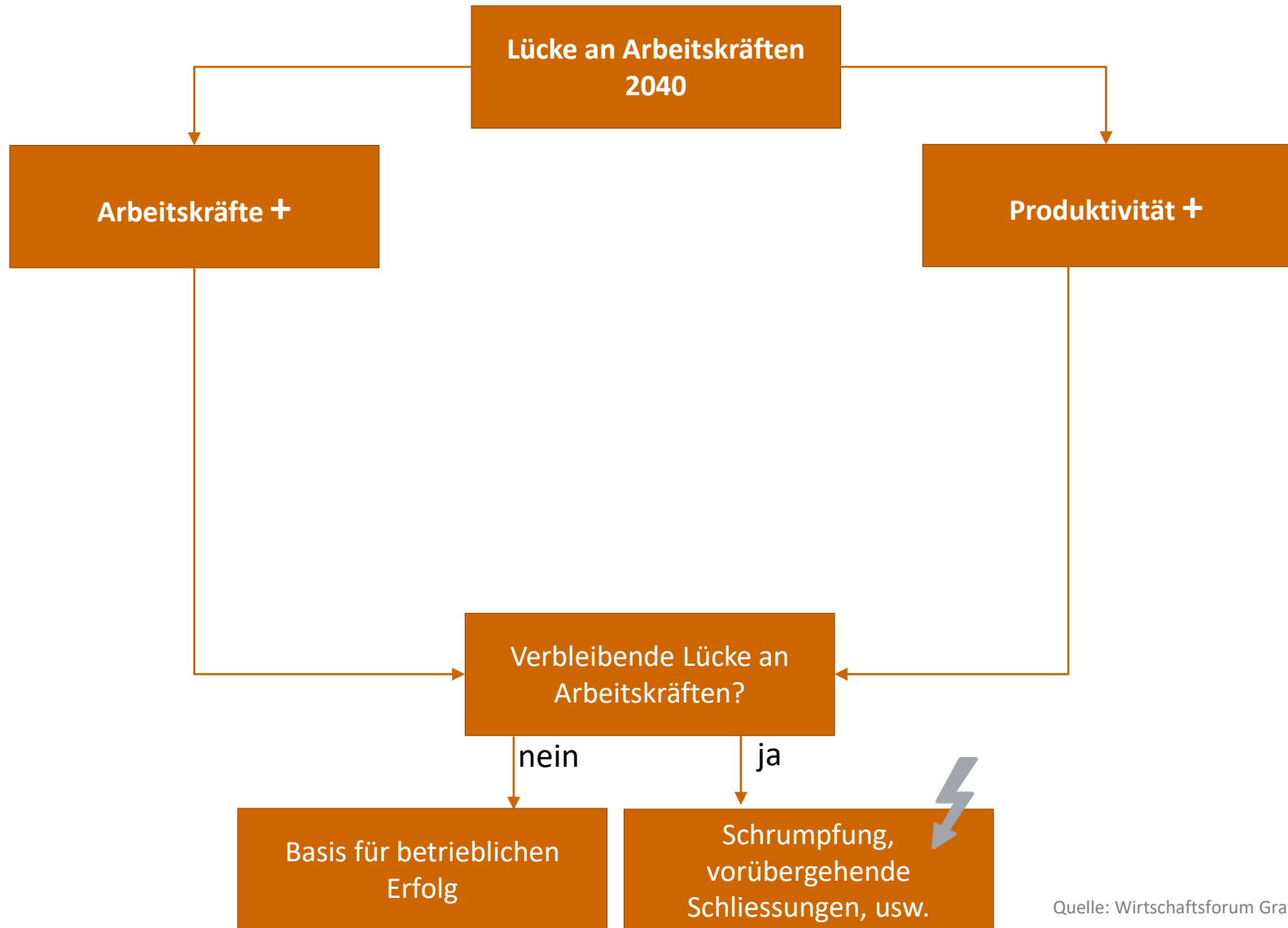


Veränderung erwerbsfähige Bevölkerung bis 2040: **-13%**

**-20%**

Quelle: Wirtschaftsforum Graubünden basierend auf BFS

## Strategien gegen den Fachkräftemangel



Quelle: Wirtschaftsforum Graubünden

# Das können Unternehmen tun





## Rekrutierung aus der eigenen Bevölkerung

### Nachwuchsgeneration



Wie motiviert man die neue Generation Z?

*Arbeitsmodelle flexibler in Zeit und Ort, Führung, Hierarchien*

### Potenzial der Frauen



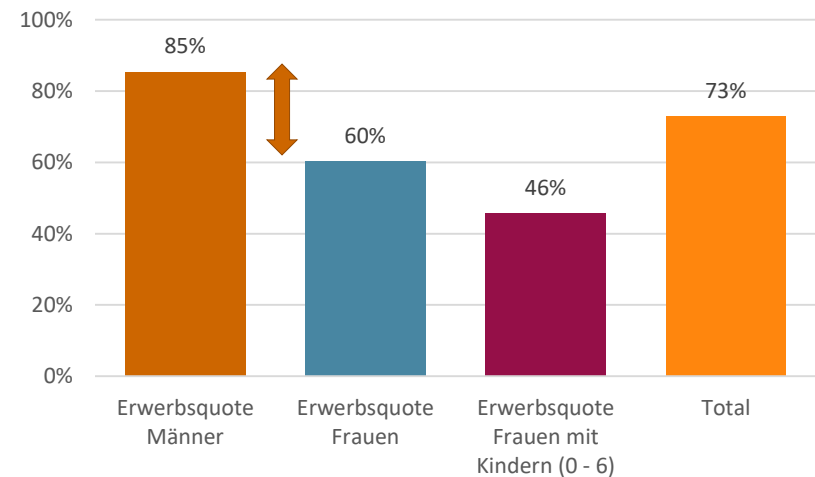
### Seniorinnen und Senioren



**Die wertvollen Helfer am Skilift**

Bild: Zeitlupe.ch

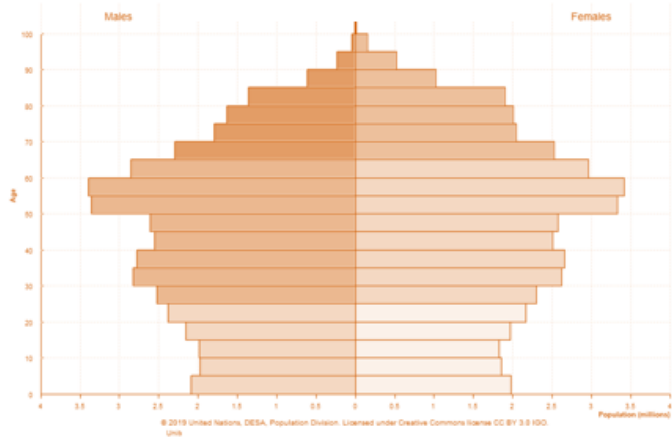
Erwerbsquoten Frauen/Männer (2020)



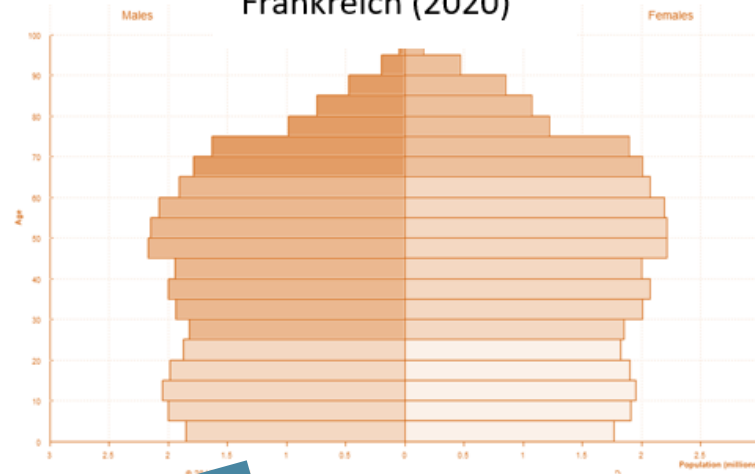
# Stärkere Rekrutierung in den wichtigsten Herkunftsländer unserer Mitarbeitenden (?)

Arbeitskräfte +

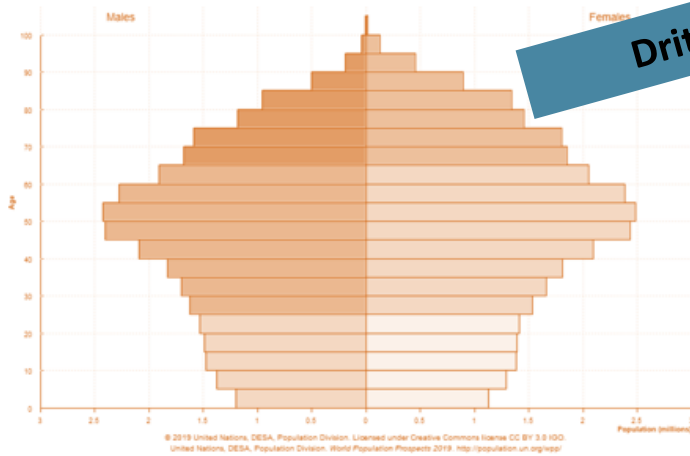
### Deutschland (2020)



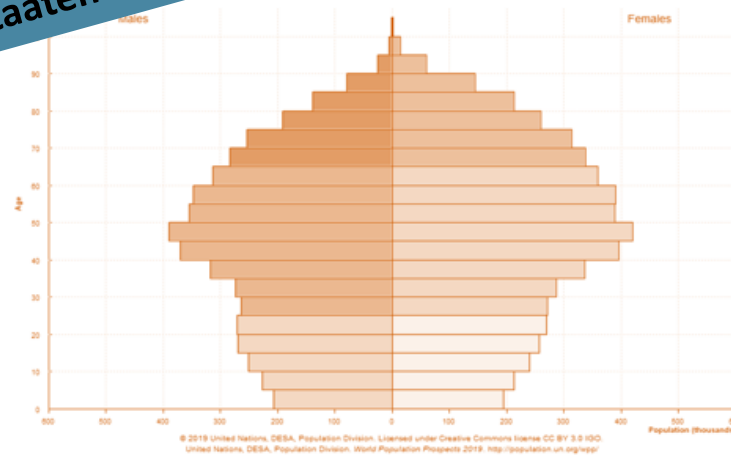
### Frankreich (2020)



### Italien (2020)



### Portugal (2020)



**Drittstaaten?**

Quelle: UN World Population Prospects (2022)

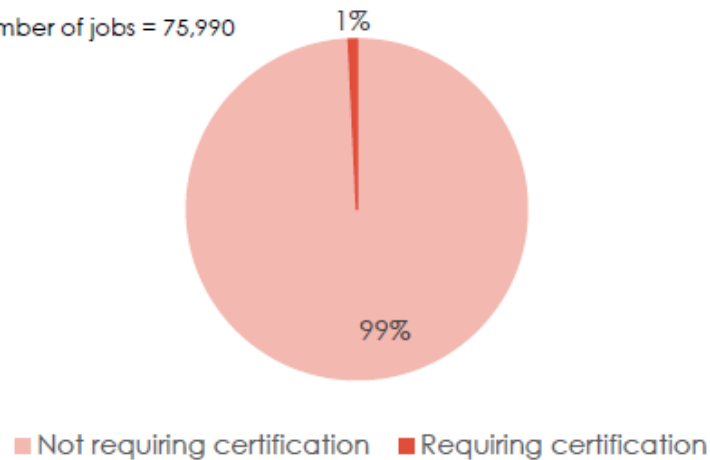
## Anstellungen ohne Qualifikationen – Ausbildung in-house

**US hospitality employers do not necessarily require any certification anymore for their job openings**

**2020 JOB POSTINGS REQUIRING CERTIFICATION AT MARRIOTT, THE LARGEST HOSPITALITY EMPLOYER IN THE US**



Total number of jobs = 75,990



Source: Burning Glass report November 2020

Quelle: EHL Passugg (2022)



# Pace Maker und neue Wege in der Personalpolitik

25hours people



# BRANDHOUSE

**COME AS YOU ARE.**

Claim

Employer value proposition

Wir sind ein Ort, an dem Persönlichkeit mehr als der Lebenslauf zählt. Wir sind echt. Echt unkompliziert. Echt im Umgang miteinander. Echt professionell. Echt verlässlich. Echt global und echt lokal verwurzelt. Mit echt coolen Möglichkeiten. Und echt an dir interessiert.

Kernbotschaften

**WE DON'T JUST CALL OURSELVES A HOTEL TRIBE, WE ACT LIKE ONE.**

**OUR HOTELS STAND OUT FOR THEIR CHARACTER, BUT WITH YOU THEY GET A SOUL.**

**YOU LOVE A LITTLE EXTRA? WE DO, TOO.**

**YOUR OPPORTUNITIES ARE AS INDIVIDUAL AS OUR HOTELS.**

Texte zu Kernbotschaften

Jeder, der durch unsere Türen tritt, wird ein Teil von uns und erlebt, was uns besonders macht. Was uns verbindet? Wir sind eine eingeschworene Gemeinschaft. Wir mögen Menschen. Und wir sind mit Herz bei der Sache. Mit Vertrauen und Respekt zueinander führen wir unsere Idee von 25hours weiter zum Erfolg.

Wir schätzen Persönlichkeiten und ihre Geschichten. Denn wir sind nur so gut, so besonders und so mitreißend, wie die Menschen, die bei uns arbeiten. Es ist ihr Optimismus, ihre Empathie gegenüber unseren Gästen, ihre Neugier und Begeisterung für das, was sie jeden Tag tun, ihr ganz persönlicher Touch machen 25hours zu dem, was wir heute sind.

Wer seinen Job liebt, gibt alles und möchte alles außer Standard. Genauso sind wir: anders, auf-fällig und vielleicht etwas verrückt. Und wir tun alles, damit das auch so bleibt – mit unkonventionellen Extras und einem anregenden Umfeld, in dem unsere Mitarbeiter Spaß bei der Arbeit haben und ihr Extra aus sich rausholen können.

Wir schauen nicht nur auf deinen Lebenslauf. Wenn du die Dinge in die Hand nimmst, etwas lernen und erreichen willst, dann bist du bei uns richtig. Wer zeigt, dass er was reißen will, bekommt bei uns die Möglichkeit, das Beste aus seinem Talent zu machen. Mit großen und kleinen Schritten. In der Abteilung, innerhalb der Company und auch international.

Verknüpfungen / Essentials

**WE LIKE PEOPLE.**

**WE ARE PASSIONATE.**

**WE SEARCH FOR THE UNCONVENTIONAL.**

**WE ARE IN CHARGE.**

Themen

Kultur, Miteinander

Persönlichkeit, soulful moments, passion over expertise

Benefits

Karriere, Entwicklung, Flexibilität

**ARBEITE AN 4  
TAGEN. UND  
GENIEßE 3  
TAGE FREI —  
JEDE WOCHЕ.**

## **DIE IDEE**

### **DAS 25HOURS 4-TAGE-MODELL FÜR ALLE KOLLEGEN**

- ALLE Arbeitnehmer können sich für die 4-Tage-Woche entscheiden, unabhängig von Arbeitsbereich und Position
- 9 Stunden Arbeit und 45 Minuten Pause
- Überstundenausgleich von 4 Stunden pro Woche
- Gehalt bleibt gleich



"Wir freuen uns darauf, nun den bestehenden und zukünftigen Kollegen in unseren Betrieben in Deutschland, Österreich und der Schweiz die 4-Tage-Woche anbieten zu können."

KATHRIN GOLLUBITS,  
VP OF PEOPLE & CULTURE  
25HOURS



# BRING YOUR FRIEND



 **was muss ich dafür beachten?**  
der bewerber muss bereits in der bewerbung deinen namen genannt oder im hr bescheid gesagt haben.

 **wann bekomme ich die prämie?**  
sobald der neue kollege 3 monate zum betrieb gehört und du nach wie vor teil des unternehmens bist.

 **was passiert, wenn ich in eine andere abteilung oder hotel wechsel?**  
solange du mitarbeiter der 25hours hotels bist, hast du anspruch auf deine freundeprämie.

 **was bekomme ich eigentlich?**  
du bekommst mit deiner lohnabrechnung eur 500 netto.

**HOW TO:  
bring a friend**

25hours people

## Recruitment

# Learnings

- ~60% der Talente wollen angesprochen werden, statt sich selbst zu bewerben
- Behandle andere Menschen wie SIE behandelt werden wollen – wir müssen individueller werden
- New Work braucht New Hiring
- Die Branche muss handeln – Fachkräftemangel, Inflation,... Unsicherheit.
- Auf Veränderung zu hoffen, ohne selbst etwas dafür zu tun, ist wie am Bahnhof zu stehen und auf ein Flugzeug zu warten.





## Inputreferat «yourGstaad»

**Flurin Riedi**

Geschäftsführer

Gstaad Saanenland Tourismus (GST)

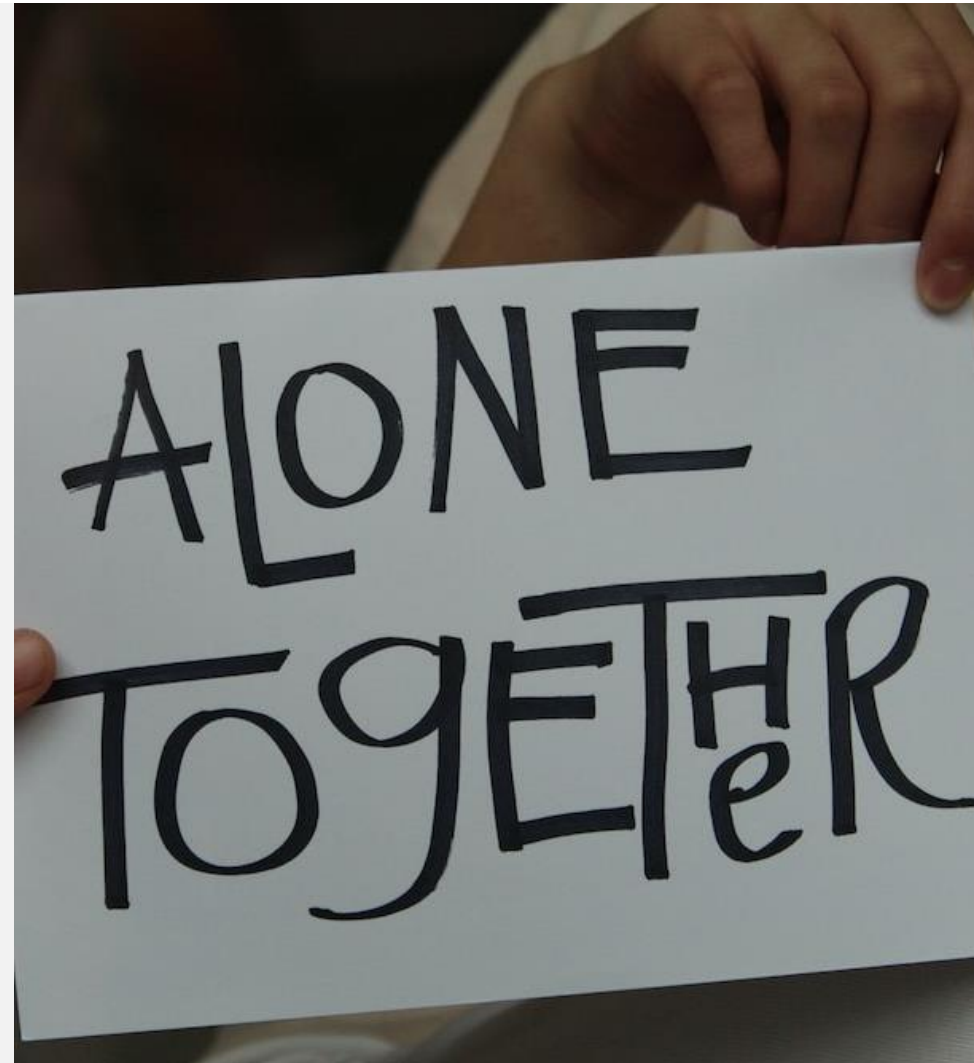
„Ich sehe übrigens auch Chancen in der Krise: (...). Andere Arbeitsformen haben sich durchgesetzt, arbeiten in den Bergen ist hipp geworden»



Bildquellen: Gstaad Saanenland Tourismus

## Diskussionsfrage 1

- Welche Rolle soll und kann eine Tourismusorganisation / DMO im Kampf gegen den Personal- und Fachkräftemangel einnehmen?
- Welche Aufgaben sind Sache der Leistungsträger? Der Politik?



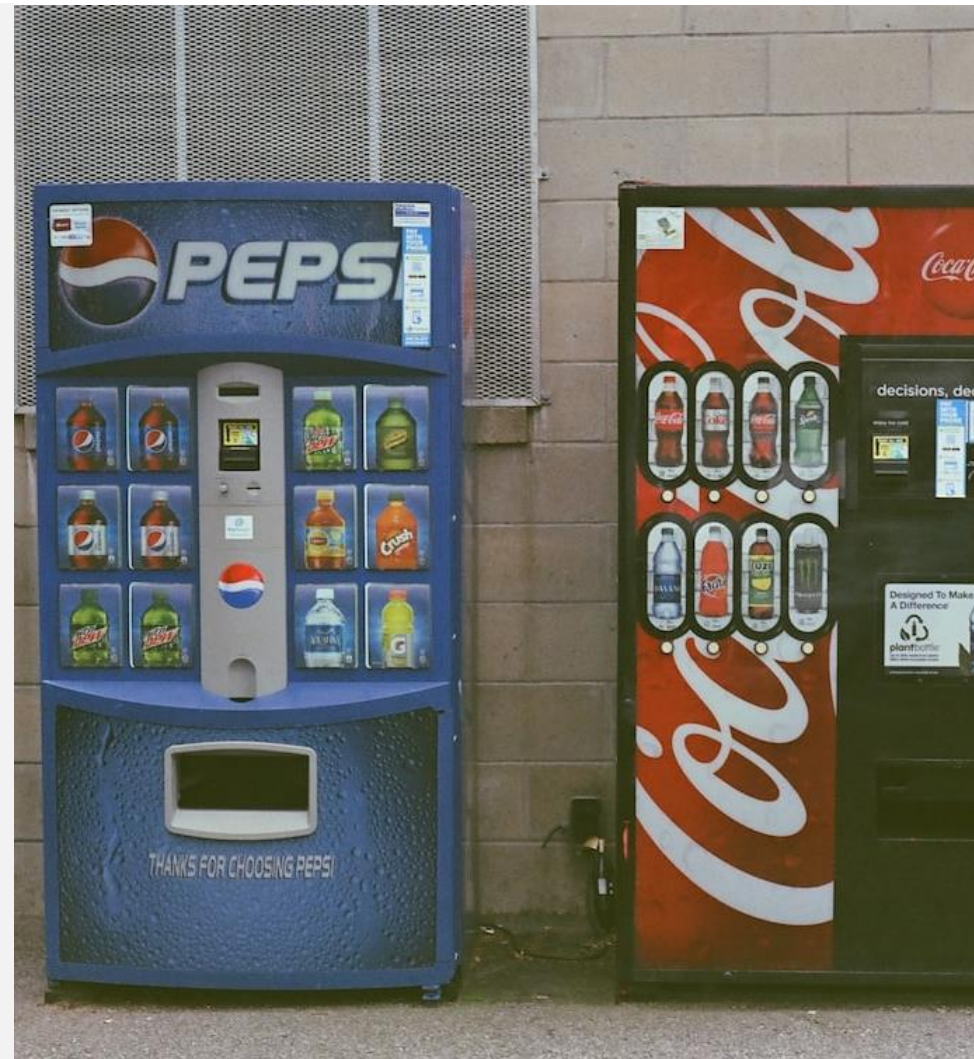
## Diskussionsfrage 2

- **Mangel an Wohnraum und Personalunterkünften:** Welche Rolle können DMO hier einnehmen? Können sie überhaupt eine Rolle übernehmen?



## Diskussionsfrage 3

- **Konkurrenz oder Kooperation:** Leistungsträger innerhalb der Destination sind Konkurrenten, wenn es um die Gewinnung von Mitarbeitenden geht. Dominiert heute die Konkurrenzhaltung oder ist der Wille der Leistungsträger vorhanden das Problem gemeinsam anzupacken?



# Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Brigitte Küng

[b.kueng@hanserconsulting.ch](mailto:b.kueng@hanserconsulting.ch)

M: +41 76 341 70 59

