

# Servus Vorarlberg!

## Wissen und Bewusstsein für regionales Erleben, Kultur und Sprache. Ein Angebot für Tourismuspersonal zur Weiterempfehlung an Gäste.

**THEMENBEREICH** | BASISDIENSTLEISTUNGEN, LEADER, GEMEINDEN | LAND- UND FORSTWIRTSCHAFT INKL. WERTSCHÖPFUNGSKETTE  
**UNTERGLIEDERUNG** | TOURISMUS | INTEGRATION & SOZIALE INKLUSION | LEADER | INTERREGIONALE / TRANSNATIONALE KOOPERATIONSPROJEKTE  
**PROJEKTREGION** | VORARLBERG  
**LE-PERIODE** | LE 14–20  
**PROJEKTLAUFZEIT** | 1.1.2018-30.10.2019  
**PROJEKTKOSTEN GESAMT** | 152.351,73€  
**MASSNAHME** | FÖRDERUNG ZUR LOKALEN ENTWICKLUNG (CLLD)  
**TEILMASSNAHME** | 19.3 VORBEREITUNG UND DURCHFÜHRUNG VON KOOPERATIONSMASSNAHMEN DER LOKALEN AKTIONSGRUPPE  
**VORHABENSART** | 19.3.1. UMSETZUNG VON NATIONALEN ODER TRANSNATIONALEN KOOPERATIONSPROJEKTEN  
**PROJEKTRÄGER** | ALPENREGION BLUDENZ TOURISMUS GMBH; MONTAFON TOURISMUS GMBH

### KURZBESCHREIBUNG

Die Tourismusregion Montafon wie auch die Alpenregion Bludenz haben in enger Zusammenarbeit mit der Wirtschaftskammer Vorarlberg ein Pilotprojekt zur Stärkung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Tourismus in Vorarlberg geschaffen. Eine stärkere Bindung wie auch das Gefühl des „Willkommens“ sollte insbesondere für neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gestärkt werden. Wissen und Bewusstsein für regionale Kultur und Sprache sowie dessen Erleben standen dabei im Mittelpunkt. Eine nachhaltige Integration von teils neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie die Wissensvermittlung über regionale Besonderheiten, Sprache und unsere typische „Gastfreundschaft auf Vorarlberger Art“ wurden besonders gefördert.

### AUSGANGSSITUATION

Die Bezirkshauptstadt Bludenz ist die Mitte des fünf-Tälersterns, somit Ausgangspunkt für Reisen in alle Talschaften und daher kommt ihr eine erhöhte Bedeutung zu. Ein wesentlicher Schwerpunkt der Umsetzung wird dabei möglichst im Raum Bludenz-Bürs-Nüziders als Zentrum der Alpenregion angesetzt.

Vorarlberg punktet als Gastgeberland durch ein gewisses Maß an Authentizität. Viele Gäste besuchen das Land, um Regionaltypisches und die für Vorarlberg bekannte „Gastfreundlichkeit“ zu erleben. Diese regionale Authentizität ist ein essentieller Bestandteil der Unverwechselbarkeit und damit, bei ausreichender Vermittlung an die Gäste, eine Stärkung der USPs.

Verantwortliche der Tourismusbranche haben die Regionalität als Maxime der Tourismuswirtschaft erklärt. Das Thema ist sowohl in der Tourismusstrategie 2020, in der Landwirtschaftsstrategie „Ökoland Vorarlberg“ als auch in der LEADER-Strategie „Lebendige Dörfer LE2020“ und in der Lokalen Entwicklungsstrategie (LES VWB) verankert. Darin wird vermerkt, dass es wichtig ist, die regionalen Unternehmen auf die regionale Authentizität hin zu sensibilisieren und damit ein kollektives Verhalten in den Bereichen Architektur, lokaler Ressourcen und Erzeugnisse, Kulinarik, Gastlichkeit, Vermittlung kultureller Werte und Kulturlandschaften zu erwirken.

Regionale Besonderheiten können nur in breiter Basis wahrgenommen werden, wenn das Wissen über diese an den Gast vermittelt wird. Die verbale und erlebte Kommunikation soll bei den Wissensvermittlern gestärkt werden. Die Stadt Bludenz ist das Zentrum der Alpenregion und soll durch die Aktivitäten als Anziehungspunkt gestärkt werden.

Die „Wissensvermittlerinnen und -vermittler“ im touristischen Sinne sind meist jene Personen, die sich am Frontend, im direkten Kontakt zum Gast befinden. Dies sind die Gastgeberin/ der Gastgeber, die Wirtin/ der Wirt, das Personal der Wirtin/des Wirtes wie der Skiliftbetreiberin/ des Skiliftbetreibers, Privatzimmervermieteters und so weiter.

Nachdem jedoch das Personal in Tourismusbetrieben zu einem gewichtigen Anteil nicht aus Vorarlberg stammt, besteht die dringende Herausforderung im Tourismus darin, die „Vorarlberger Art“ dem touristischen Personal zu vermitteln. Es bedarf der Vermittlung von Wissen und der Qualifizierung auf leicht verständliche und erlebbare Art die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Tourismus, als Schlüsselpersonal im Projektzusammenhang.

## ZIELE UND ZIELGRUPPEN

- Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Tourismus sollen in der Lage sein, Gäste auf die regionalen Besonderheiten hinzuweisen beziehungsweise Gastfreundschaft zu zelebrieren, mit der Wirkung, den Aufenthaltswert des Gastes zu steigern.
- Schlüsselkräfte für die Region zu begeistern und damit den Anteil an Stamm-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeitern zu erhöhen.
- Die Themen regionaler Authentizität verstärkt zur Diskussion zu bringen und damit die Wertschätzung und die kollektive Haltung zur Regionalität zu steigern.
- Saisonale Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beziehungsweise Personal mit Migrationshintergrund werden schneller und besser in arbeitsbezogene, soziale wie auch regionale Anforderungen und Angebote integriert.
- Ein Pilotprojekt wird umgesetzt, damit ein Lernprozess in der Vermittlung von regionalen Werten und rascherer regionaler Integration und Identifikation in Gang gesetzt wird.
- Das Projekt soll insgesamt einen Beitrag leisten, den Gast wie auch potenzielle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf die Region Vorarlberg neugierig zu machen.

Bludenz als Bezirkshauptstadt soll dabei eine besondere Beachtung im Angebot finden. Ziel ist es, mehr Gäste aus den Talschaften in die Stadt zu bekommen.

- Ein Kernanliegen sind zudem die Beschäftigten im Tourismus. Sie sollen sich verstärkt zu „Stamm-Beschäftigten“ entwickeln und so zu positiven Botschafterinnen und Botschaftern der Region werden.
- Das Projekt soll eine von mehreren Maßnahmen darstellen, das Bewusstsein für regional authentisches Handeln zu steigern. Die Ergebnisse sollen in Folge in anderen Regionen Vorarlbergs duplizierbar sein.

## PROJEKTUMSETZUNG UND MASSNAHMEN

Die Verantwortlichen sind sich einig: Wissen um regionale Besonderheiten ist in gewisser Weise verfügbar, muss jedoch adäquat aufbereitet werden. Ein Lernprozess soll in Gang gesetzt werden, um die Tourismusziele 2020 Schritt um Schritt zu erreichen.

Das Projekt konzentriert sich auf die Qualifizierung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Tourismus, im Speziellen auf jene Personen, die im Gästekontakt stehen, in sechs Modulen.

#### **Arbeitspaket 1 (AP1) – Regional authentische Besonderheiten**

Jede Talschaft sowie die Stadt Bludenz verfügt über eine Vielzahl an regionalen Besonderheiten, diese sollen in einer einheitlichen Struktur für die Vermittlung aufbereitet werden. Dabei wird in der Regel auf bestehende Angebote (Erlebnis, Erholung, Kultur...) zurückgegriffen und mit den Anbieterinnen und Anbietern abgestimmt.

#### **Arbeitspaket 2 (AP2) – Erlebnisvermittlung**

In Verbindung mit der STARCARD sollen regional besondere Angebote auch für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erlebbar werden. Dies führt zu einer höheren Kompetenz der Vermittlerinnen und Vermittler. Regionale Angebote werden, wo immer möglich, mit besonderem Augenmerk auch in der Stadt Bludenz hervorgehoben.

#### **Arbeitspaket 3 (AP3) – Orientierungsworkshops**

Gemeinsame Workshops zum Saisonstart als Grundlagen zur Orientierung und zum touristischen Angebot, themenspezifische Einführungs-Workshops wie auch die Möglichkeit zum leichteren Spracherwerb sollen geboten werden. Der Einstieg, „das Willkommen“ wie auch die Verabschiedung sollen überbetrieblich ausgebaut werden.

#### **Arbeitspaket 4 (AP4) - E-Learning**

E-Learning unterstützt die physischen Angebote. Saisonmitarbeiterinnen und -mitarbeiter können bereits vor Ankunft über ihre zukünftige Arbeits-Destination informiert werden. Darüber hinaus können über e-Learning Angebote, Inhalte, Prozesse, Anleitungen, Informationen als Lernformat attraktiv angeboten werden. Die Plattform wird als Basisversion geschaffen für spätere Ausbaumöglichkeiten. Ein Belohnungssystem soll als Anreiz geschaffen werden.

#### **Arbeitspaket 5 (AP5) – Regionale Anlaufstellen für Mitarbeiter/innen**

Ein nachhaltiger Leitfaden für eine professionelle Kontaktstelle in den Regionen soll erarbeitet werden.

#### **Arbeitspaket 6 (AP6) – Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit**

Die Inhalte und Ergebnisse der Arbeitspakete werden auszugsweise zur Kommunikation aufbereitet, organisiert und Ergebnisse ebenso medial kommuniziert.

### **ERGEBNISSE UND WIRKUNGEN**

In der Tourismusregion Montafon wie auch in der Alpenregion Bludenz wurde ein neues Bewusstsein durch die begonnenen Aktivitäten und Angebote für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Tourismus geschaffen. Das Projekt stellt eine von mehreren Maßnahmen dar. Das Bewusstsein für regional authentisches Handeln wurde und wird durch das Angebot gesteigert. Die Ergebnisse beziehungsweise die Struktur und Erfahrungen sind in anderen Regionen Vorarlbergs duplizierbar.

Durch das Einrichten einer neuen Anlaufstelle für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (Info-Point für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Schruns und Bludenz), Willkommenstreffs (Montafon, Bludenz), Sprachkurs-Angebote (Bludenz), Exkursions-Angebote und einer eigenen Lernplattform (Vorarlberg Quiz) in Zusammenarbeit mit der WKV – integriert auf [www.Tourismusjobs.at](http://www.Tourismusjobs.at) (neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter-Website der WKV), wurde die Grundlage für einen weiteren Ausbau und Bewusstsein für Mitarbeiterinnen- und Mitarbeiter-Angebote geschaffen.

Durch das Augenmerk auf regionale Besonderheiten, Hotspots und Kultur, wird ein neuer Schwerpunkt für Regionalität und Kulturbewusstsein geschaffen.

Durch die solide Schaffung einer Grundlage beziehungsweise Aufbereitung des Angebotes wurde ein Anfang zu dem angestrebten Ziel, das regional authentische Handeln zu steigern, geschaffen.

Die Stadt Bludenz wurde speziell für Angebote wie Sprachkurse, Exkursions-Angebot wie auch für den Willkommenstreff gewählt und besonders betont. Ebenso wurde Bludenz als „regionaler Hotspot und Erlebnisstadt“ im Vorarlberg-Quiz besonders als Knotenpunkt und Regional-Hauptstadt betont.

Um der Bedeutung der Stadt Bludenz gerecht zu werden, wurde ein eigener Willkommens-Film in der Altstadt sowie am Muttersberg aus Sicht einer Mitarbeiterin produziert. Ebenso fanden das Pressegespräch und Treffs der Projektpartner vornehmlich in der Stadt Bludenz statt.

Schlüsselkräfte konnten und können durch die Angebote in der Region nun leichter begeistert werden. Somit ist der Anteil an Stamm-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter leichter zu erhöhen. Saisonale Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bzw. Personal mit Migrationshintergrund können schneller und besser in arbeitsbezogene, soziale wie auch regionale Anforderungen und Angebote integriert werden.

Es muss festgestellt werden, dass es äußerst schwierig ist, Tourismus-Schaffende aus dem Ausland mit fremder Muttersprache für detaillierte Informationen zu begeistern, die durchaus angeboten werden.

Die Ergebnisse der geschaffenen Strukturen sind durchaus in anderen Regionen sehr gut duplizierbar, mit Austausch und Adaption der Inhalte.

Das Bewusstsein und die Aufmerksamkeit für den wichtigen Wert und Fokus auf Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wurden durchaus gestärkt. In manchen Angebotspunkten wäre noch eine verstärkte Teilnahme der speziellen Zielgruppe wünschenswert, wie auch ein verstärktes Engagement der Betriebe als Schlüssel und Zugang zu den Mitarbeitenden.

## ERFAHRUNG

Es ist eine umfangreiche Basis an regional gebündelter Information zu unterschiedlichen Themenbereichen entstanden. Eine Grundlage, die erweitert oder in der Struktur auch in andere Regionen dupliziert werden kann. Die zahlreichen Arbeitsstunden und Aufwendungen, die vielen Mitwirkenden zu vereinen und auf einen Nenner zu bringen, gestalteten sich als Herausforderung.

Gelebte Gastfreundschaft und lokales Wissen für Mitarbeitende im Tourismus wie auch Zugewanderte und Einheimische ist eine wichtige Grundlage eines authentischen Regional-Bewusstseins, Identität und Heimat. Dieser Weg sollte weiterverfolgt und gepflegt werden. Mangelnde vorhandene Personalressourcen und immer knappere Budgets der Regionalstellen bilden die Konfliktlinie. Ebenso sollte das Bewusstsein für eine wertschätzende und fördernde Personal-Kultur in Betrieben gefördert werden.

Aus heutiger Sicht der Projektträger und Koordinatoren würde das Projekt in zwei Teile geteilt werden: die Vorbereitungsphase und die Umsetzungsphase. In der konkreten Vorbereitungs- und Abstimmungszeit wurde viel Zeit verbracht einen passenden Weg zu finden und auch festgestellt,

dass vieles in der Theorie Angedachte in der Praxis nicht so umsetzbar ist oder angenommen wird.



Montafon Tourismus GmbH

## LINKS

[Alpenregion Bludenz](https://www.vorarlberg-alpenregion.at/) (https://www.vorarlberg-alpenregion.at/)

[Montafon](https://www.montafon.at/de) (https://www.montafon.at/de)

[LEADER-Projektbeschreibung und Endbericht](https://leader-vwb.t-point.eu/public/projects/de/82/servus-vorarlberg?view=frame) (https://leader-vwb.t-point.eu/public/projects/de/82/servus-vorarlberg?view=frame)

[Projektbeschreibung auf der Website der LAG Regio-V](https://www.regio-v.at/projects/57/servus-vorarlberg) (https://www.regio-v.at/projects/57/servus-vorarlberg)