netzwerk zukunftsraum land LE 14-20

Nachhaltigkeit als Gamechanger im Mitarbeiterinnen- und Mitarbeitermanagement

THEMENBEREICH | INNOVATION
UNTERGLIEDERUNG | TOURISMUS
PROJEKTREGION | KÄRNTEN
LE-PERIODE | LE 14–20
PROJEKTLAUFZEIT | 01.11.2022-31.10.2024 (GEPLANTES PROJEKTENDE)
PROJEKTKOSTEN GESAMT | 300.000,00€
FÖRDERSUMME AUS LE 14-20 | 200.000,00€
MASSNAHME | ZUSAMMENARBEIT
TEILMASSNAHME | 16.2 FÖRDERUNG FÜR PILOTPROJEKTE UND FÜR DIE ENTWICKLUNG NEUER ERZEUGNISSE, VERFAHREN, PROZESSE UND TECHNOLOGIEN
VORHABENSART | 16.02.2. A) UNTERSTÜTZUNG BEI DER ENTWICKLUNG VON INNOVATIVEN PILOTPROJEKTEN IM TOURISMUS - BMWFW
PROJEKTTRÄGER | ARGE BEST EMPLOYER DESTINATION

KURZBESCHREIBUNG

Das Projekt hat sich zum Ziel gesetzt, die Region Millstätter See – Bad Kleinkirchheim – Nockberge als attraktive Lebens- und Arbeitsregion zu positionieren und das Mitarbeiterinnen- und Mitarbeitermanagement nachhaltiger zu gestalten.
Dabei wurde in enger Zusammenarbeit mit den lokalen touristischen Unternehmerinnen und Unternehmern ein innovatives Mitarbeiterinnen- und Mitarbeiterkonzept entwickelt, um sich langfristig als führende Betriebe in der Tourismusbranche zu etablieren. Der nachhaltige und mitarbeiterinnen- und mitarbeiterorientierte Ansatz zielt darauf ab, diese von den Vorzügen des qualitativ hochwertigen Lebensraumes zu begeistern, neue Auszubildende für die vielseitigen Berufe und Karrierechancen im Tourismus zu gewinnen und eine nachhaltige Arbeitskultur in den Betrieben zu fördern. Die Umsetzung des Kooperationsprojekts erfolgt in verschiedenen Arbeitspaketen.

AUSGANGSSITUATION

Die Tourismusbranche, wie viele andere Wirtschaftszweige auch, steht einer Vielzahl von Herausforderungen gegenüber, wobei der akute Mangel an Mitarbeitenden und qualifizierten Fachkräften eine bedeutende Rolle spielt. Diese Problematik ist eng mit dem demografischen Wandel verbunden.
Um im internationalen Wettbewerb als idealer Arbeits- und Lebensmittelpunkt nachhaltig attraktiv zu sein, braucht es innovative Konzepte. Aus diesem Grund ist die Tourismusregion dem Förderaufruf im Rahmen des österreichischen Programms für ländliche Entwicklung 2014 bis 2020 „Innovative Beschäftigungsmodelle und Mitarbeiterkonzepte für Hotellerie und Gastronomie“ gefolgt, und hat das Pilotprojekt ins Leben gerufen.

Das Förderprojekt hat zum Ziel, eine starke Arbeitgeberinnen- und Arbeitgebermarke für die Region zu erarbeiten und die teilnehmenden Betriebe zu unterstützen, sich zu mitarbeiterinnen-

und mitarbeiterorientierten Organisationen zu entwickeln. Es basiert auf der Annahme, dass Unternehmen, die die soziale Nachhaltigkeit in den Mittelpunkt ihres Handelns stellen und ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter fördern, attraktiver sind. Gleichzeitig wird die Chance genutzt, die Region durch diese Maßnahmen zu stärken. Dabei sollen qualitätsvolle Lebensräume entstehen, in denen sich sowohl Gäste, als auch die lokale Bevölkerung und die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gleichermaßen wohlfühlen.

ZIELE UND ZIELGRUPPEN

Die soziale Nachhaltigkeit im Mitarbeiterinnnen- und Mitarbeitermanagement ist von entscheidender Bedeutung für das langfristige Engagement der Unternehmerinnen und Unternehmer, sich nachhaltig um das Wohl ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu kümmern. Indem der Fokus auf die folgenden Themen, wie:

1. der Steigerung der Akquise von neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie Auszubildende, mit dem Ziel diese durch die verstärkte Weiterbildung der Führungskräfte und Unternehmerinnen und Unternehmer sowie die Optimierung der Employee Journey im Betrieb langfristig an Tourismusbetriebe und an die Region zu binden,
2. der Steigerung der Arbeitgeberattraktivität durch Positionierung von Top-Arbeitgeberinnen und Arbeitgebern als Leuchtturm der Region,
3. der Steigerung der Resilienz von Tourismusbetrieben in der Region und
4. der Unterstützung von Unternehmen, den Weg der Nachhaltigkeit einzuschlagen,

gelegt wird, kann die Ausrichtung dazu beitragen, dass Unternehmen sich kontinuierlich bemühen, besser zu werden und langfristig nachhaltige Praktiken zu etablieren. „Lebe deinen Traum vom See-Berg-Lebensraum!“ Unter diesem Motto sollen künftig die neuen und bestehenden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie Auszubildende im Tourismus langfristig für die Region begeistert werden.

Um diese Ziele zu erreichen, werden in der Arbeitsgemeinschaft Qualitätskriterien erarbeitet, an denen sich die Betriebe orientieren können, um eine attraktive Arbeitgeberin und Arbeitgeber in der Region zu werden.
Weiters wird die Phase des Onboardings in den Betrieben weiterentwickelt, hierbei kommt auch die neu entwickelte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter-App als Unterstützung zum Einsatz. Ebenfalls werden sogenannte „Cool Down Places“ in der Region etabliert, um den Mitarbeitenden einen Platz zum Abkühlen an heißen Sommertagen, in der Mittagspause oder am Feierabend zu bieten und gleichzeitig regionales Wissen über die ausgewählten Plätze zu vermitteln, die jeweils auch einem der UN-Nachhaltigkeitsziele gewidmet sind.

PROJEKTUMSETZUNG UND MASSNAHMEN

Die Projektumsetzung erfolgt durch mehrere Arbeitspakete:

1. Die Durchführung einer umfassenden Umfrage zu Beginn des Projekts war ein wesentlicher Schritt, um die Bedürfnisse und die aktuelle Situation der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer und Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber in der Region zu erfassen. Die Umfrage bot wertvolle Einblicke in verschiedene Aspekte, darunter die Auswirkungen von Covid-19 auf die Beschäftigung, die Pluspunkte und Defizite in Bezug auf die Lebensqualität sowie Potenziale

zur Verbesserung der Arbeitgeberattraktivität. Die identifizierten Handlungsfelder wurden in Zusammenarbeit mit den Mitgliedsbetrieben konkretisiert, um gezielte Maßnahmen zur Verbesserung des Mitarbeiterinnen- und Mitarbeitermanagements zu entwickeln.

2. Neben Weiterbildungen für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie Führungskräfte zum Thema Nachhaltigkeit werden auch zusätzliche Maßnahmen ergriffen, um eine nachhaltige Arbeitskultur zu fördern. Dazu gehört die Weiterentwicklung des Onboardings in den Betrieben, um die positiven Erfahrungen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Auszubildende und Praktikanten zu erhöhen sowie auch die Entwicklung einer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter-App mit Micro-Learning-Inhalten, um allen Mitarbeitenden die Möglichkeit zu geben, sich flexibel weiterzubilden. Die Erarbeitung von Qualitätskriterien mit den Betrieben und dem Fokus auf die soziale Nachhaltigkeit stellt zukünftig sicher, dass ein verbindliches Rahmenwerk für eine transparente und wertschätzende Zusammenarbeit geschaffen wird. Zur Akquise wird auch eine innovative Matching-Plattform für Vollzeit, Teilzeit und Einmalarbeitsverhältnisse zur Verfügung gestellt, auf der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie Betriebe ihre interessens- und kompetenzbasierten Profile erstellen können. Kooperationen mit Recruiting-Messen und Schulen sind ebenfalls geplant.
3. Die Verbesserung des Onboarding-Prozesses und die Entwicklung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter-App mit Regionswissen, attraktiven Benefits bei regionalen Vorteilspartnerinnen und -partnern und einem Learning Modul tragen zur Steigerung der Mitarbeiterinnen- und Mitarbeiterzufriedenheit und -bindung bei. Die Integration eines Veranstaltungskalenders und Push-Notifications in der App ermöglicht es den Mitarbeitenden, sich über lokale Ereignisse, Community-Treffen und Möglichkeiten zur persönlichen Weiterentwicklung zu informieren, was die Identifikation mit der Region als attraktiver Lebens- und Arbeitsort stärkt. Zur Sensibilisierung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden in der Region „Cool-Down-Places“ etabliert, die nicht nur einen kühlen Rückzugsort an heißen Tagen bieten sollen, sondern auch einem der UN-Nachhaltigkeitsziele gewidmet sind. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können somit nicht nur entspannen, sondern auch Wissen über die Nachhaltigkeitsziele erlangen und deren praktische Umsetzung in der Region kennenlernen.
4. Die Erarbeitung einer attraktiven Arbeitgeberin- und Arbeitgenermarke mit der Durchführung eines Fotoshootings sowie eines Videodrehs mit Auszubildenden und Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern als Werbetestimonials tragen dazu bei, die regionale Arbeitgeberinnen- und Arbeitgebermarke authentisch und ehrlich zu präsentieren. Der Online-Auftritt und die Social Media Kanäle dienen dazu, die Öffentlichkeit über die Attraktivität der Region als Arbeitsort zu informieren und potenzielle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Lehrlinge und Praktikantinnen und Praktikanten anzusprechen.

ERGEBNISSE UND WIRKUNGEN

In der Arbeitsgemeinschaft „Best Employer" haben sich mittlerweile schon 35 Tourismusbetriebe zusammengeschlossen, um in den Workshops die künftigen Maßnahmen zu erarbeiten und die gemeinsamen Ziele zu verfolgen.

Neben der Bereitstellung einer Matching-Plattform für Vollzeit, Teilzeit und Einmalarbeitsverhältnisse wurde auch eine digitale Card („NocksCard“) für Mitarbeiterinnen- und Mitarbeitervorteile in der Region realisiert, die in der dafür entwickelten App („NocksApp“) abrufbar sind. Eine erste positive Erkenntnis aus dem Projekt ist, dass die Einführung der NocksApp und der NocksCard von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sehr gut angenommen wurde. Sie schätzen die vielfältigen Vorteile und nutzen die App bereits unter anderem für ihre Freizeit und Mobilität.

Zukünftig erwarten wir eine starke Win-Win-Situation: Begeisterte App-Userinnen und User und

regionale Vorteilspartnerinnen- und partner, die von einer Zunahme neuer loyaler Kundinnen und Kunden profitieren. Für die Foto- und Video-Kampagnen wurden unterschiedliche Mitarbeitende ausgewählt, die aber trotzdem eines gemeinsam haben: Sie alle haben durch ihren Job bei einem der teilnehmenden Tourismusbetriebe ihren Lebensmittelpunkt hier in der Region gefunden. Eine wichtige Erkenntnis daraus ist, dass die authentischen Geschichten und Erfahrungen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus verschiedenen Hintergründen und Lebenskonzepten die überzeugendste Werbung für die Region als attraktiven Arbeits- und Lebensort darstellt. Diese persönlichen Erzählungen haben gezeigt, dass die Kombination aus beruflichen Möglichkeiten in den Tourismusbetrieben und der hohen Lebensqualität der Region entscheidend dafür ist, neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter langfristig zu begeistern und zu binden.

ERFAHRUNG

Eine wichtige Erkenntnis aus der Projektentwicklung ist, dass die gemeinsamen Workshops mit den Mitgliedsbetrieben einen guten Austausch untereinander fördern und die Zusammenkünfte es ermöglichen, dass die Betriebe voneinander lernen und Beispiele aus ihren Betrieben teilen.

Darüber hinaus hat sich gezeigt, dass die Integration digitaler Lösungen wie der NocksApp und der NocksCard zur Begeisterung bei den Mitarbeitenden in den Mitgliedsbetrieben beiträgt. Diese digitalen Tools bieten praktische Vorteile mit echten regionalen Mehrwerten, und das stärkt das Gefühl der Zugehörigkeit zur Region und den beteiligten Unternehmen.

MBN Tourismusmanagement GmbH

MBN Tourismusmanagement GmbH

LINKS

Informationsseite für Mitarbeiter:innen (https://www.nockscrew.at)
Regionsseite für Mitgliedsbetriebe und Vorteilspartner (https://www.mbn-tourismus.at/best-employer)

DOWNLOADS

Testimonial Werbekampagne_1
(https://le14-20.zukunftsraumland.at//index.php?inc=download&id=3135)
Testimonial Werbekampagne_2
(https://le14-20.zukunftsraumland.at//index.php?inc=download&id=3136)

Testimonial Werbekampagne_3
(https://le14-20.zukunftsraumland.at//index.php?inc=download&id=3137)
Testimonial Werbekampagne_4
(https://le14-20.zukunftsraumland.at//index.php?inc=download&id=3138)