



Tourismusallianz präsentiert eine Menükarte gegen den Fachkräftemangel

Kü. Die Tourismusallianz Graubünden engagiert sich gemeinsam mit den Gewerkschaften und dem Kanton gegen den Fachkräftemangel. Erstmals zeigt nun eine Studie die Bedürfnisse der Mitarbeitenden und Arbeitgebenden auf: ein Gesamtpaket mit mehr individuellem Spielraum.

Der Fach- und Arbeitskräftemangel ist ein sehr aktuelles Thema, das auch den Bündner Tourismus in den nächsten Jahren intensiv beschäftigen wird. Die Online-Befragung zu den Bedürfnissen von ca. 2000 Mitarbeitenden in den touristischen Leitbranchen Hotellerie, Gastronomie und Bergbahnen erfolgte durch das Institut für Tourismus und Freizeit (ITF) der Fachhochschule Graubünden.

Handlungsempfehlungen für drei Bereiche

Die Studie der FH Graubünden zeigt auf, dass die **Arbeitnehmenden erfreulicherweise mit den Arbeitsbedingungen im Bündner Tourismus grundsätzlich zufrieden sind**. Sie bringt auch Erkenntnisse zu den wichtigsten Kriterien für die Zufriedenheit der Mitarbeitenden und zeigt auf, **wo sich der Bündner Tourismus als attraktiver Arbeitgeber noch verbessern kann**. Aus der Differenz zwischen Wichtigkeit und Zufriedenheit wurden gemäss Frieder Voll, Co-Projektleiter vom ITF der FH Graubünden, Handlungsempfehlungen für drei Bereiche abgeleitet. Dazu gehören mehr individuelle Arbeitsmodelle, die Förderung der innerbetrieblichen Zufriedenheit sowie verbesserte Rahmenbedingungen wie bezahlbarer Wohnraum und die Imagepflege für die Tourismusberufe. Basis für diese Handlungsempfehlungen war die Einschätzung der einzelnen Faktoren der Arbeitsbedingungen. Die Mitarbeitenden wurden nach der Wichtigkeit von 19 Faktoren und ihrer Zufriedenheit mit diesen gefragt. Bei der Wichtigkeit der Faktoren überrascht, dass der Lohn und die Arbeitszeiten erst an 9. und 10. Stelle genannt werden. **Wichtiger sind das Teamklima, das Verhalten von Vorgesetzten, die Wertschätzung, bezahlbarer Wohnraum, genügend Mitarbeitende sowie qualifizierte Kolleginnen.**

Die Arbeitgebenden wurden im Rahmen im Rahmen der Studie unabhängig in Fokusgruppen zur Thematik interviewt. Die Handlungsempfehlungen der FH-Thematik interviewt. Die Handlungsempfehlungen der FH Graubünden bestätigen die Einschätzung der Arbeitgebenden, dass es ein Gesamtpaket braucht. Gemäss der Fokusgruppen soll dieses Paket **mehr individuelle Arbeitsmodelle**, wie Kooperationen und Ganzjahresverträge mit angemessenen Arbeitsbedingungen, die Förderung des Teamklimas sowie die Unterstützung der Rahmenbedingungen für die Verfügbarkeit von Wohnraum beinhalten.

Anke Gähme, Leiterin der Unia Ostschweiz Graubünden, hielt fest, dass alle am Projekt beteiligten Organisationen die Studienergebnisse als sehr wertvoll erachten und daraus konkrete, gemeinsame Projekte entwickeln wollen. Die Unia stelle den Arbeitnehmenden neu in verschiedenen Sprachen die wichtigsten Antworten zu arbeitsrechtlichen Fragen online zur Verfügung. Die Kleinstunternehmen ohne eigene Personalabteilung sollen durch Weiterbildungsmöglichkeiten der Arbeit geber unterstützt werden. Die Sonntagsarbeit im Tourismus sei von der Branche her gegeben, müsse aber für beide Seiten handhabbar und weniger bürokratisch werden. Insgesamt unterstütze die Unia den lösungsorientierten Ansatz des Projektes, der sich im breit gefächerten Massnahmenkatalog manifestiere.

26 Massnahmen vorgesehen

Insgesamt wurden von den Beteiligten von bereits 26 Massnahmen in den drei FHGR-Handlungsfeldern identifiziert. Acht davon befinden sich bereits in Planung bzw. Umsetzung. Gemäss **Marc Tischhauser, Geschäftsführer** GastroGraubünden, übernimmt die Tourismusallianz die Koordination dieser Massnahmen, freut sich aber auch, freut sich aber auch, dass die Gewerkschaften ebenfalls Verantwortung für die Weiterentwicklung der Projekte tragen. Zudem sind auch die Unternehmer sowie die öffentliche Hand gefordert. Der Vertreter der Tourismusallianz wies ebenfalls auf die Bedeutung des Gesamtpaketes hin, um **die Attraktivität des Arbeitsmarktes im Tourismus weiter zu erhöhen**. Es gehe um eine Kombination zwischen individuellen Arbeitsmodellen mit angemessenen Arbeitsbedingungen, wertschätzenden Team- und Führungsstrukturen, bezahlbarem Wohnraum sowie Imagepflege für die Tourismusberufe. Damit werde auch der Spielraum für individuelle Lösungsmöglichkeiten für die Unternehmen erhöht.

Individuelle Menükarte

Drei der 26 Massnahmen betreffen die Thematik der individuellen Arbeitsmodelle. Die Tourismusallianz möchte die Unternehmen motivieren, ihren Arbeitnehmenden ein vielfältiges Menü mit verschiedenen Modellen anzubieten. Wie bei einer Menükarte im Restaurant sind diese Menüs unterschiedlich – je nach Art des Betriebes und der Bedürfnisse der Mitarbeitenden. Solche individuellen Arbeitsmodelle zeigen auch die Grenzen der Regularien. Sie seien dem gesellschaftlichen Wandel anzupassen, erklärte Marc Tischhauser. Der Bereich der innerbetrieblichen Zufriedenheit besteht aus sieben Massnahmen, von denen vier bereits in Umsetzung sind. Sie betreffen die Weiterbildung und die Stärkung der Attraktivität der Branche. Der Bereich der Rahmenbedingungen besteht aus 16 Massnahmen. Vier davon betreffen die Förderung der Verfügbarkeit von bezahlbarem Wohnraum. Marc Tischhauser: „Hier muss es eine partnerschaftliche Zusammenarbeit zwischen der öffentlichen Hand und den Unternehmen geben.“ Vier Massnahmen gehören zur Imageverbesserung der Branche, eine davon ist in Umsetzung. Von den vier Massnahmen zur Nachwuchsförderung sind bereits drei in Umsetzung. Die restlichen vier Massnahmen betreffen überbetriebliche Kooperationen, die Rolle von Kooperationen, Entlastungen Tourismusorganisationen, Entlastungen im bürokratischen Bereich mit Behörden sowie im bürokratischen Bereich mit Behörden sowie rechtliche Rahmenbedingungen.

Stellvertretend für die acht Massnahmen, die bereits in Planung bzw. Umsetzung sind, stellte Marc Tischhauser die Projekte „All in One/All in One“, „NextGen Tourism Board“ sowie das Weiterbildungsangebot zu Führung, Team- und Organisationsentwicklung vor. Das Projekt „All in One“ verfolgt das Ziel, die Attraktivität der touristischen Arbeitsstellen in Graubünden zu erhöhen, um im Wettbewerb gegenüber anderen Alpendestinationen und Tourismusregionen einen Vorteil zu erringen. Potenzielle Mitarbeitende sollen in Graubünden nicht nur „Jobs“, sondern ein einzigartiges Bündel an Leistungen rund um Arbeiten, Freizeit und Wohnen erhalten. Zu den möglichen Leistungen können nebst dem Job auch eine hohe Convenience (z.B. ein One stop Shop für alle Belange rund um Wohnen, Freizeit und Arbeiten usw.), Unterstützung bei administrativen und behördlichen Fragen sowie attraktive Benefits und Goodies gehören.