Personal & Entwicklung
in der Touristik

Kundendialogveranstaltung von Chamäleon +++ Vereinbarkeit von Familie und Beruf bei Studiosus +++ Praxisbericht: Widerstände bei Mitarbeitern auflösen +++ Prof. Dr. Gardini: Sein Appell an die Touristik +++ fvw Fachtagung Personal +++

Training & Beratung für Touristiker

Personal & Entwicklung in der Touristik:
Liebe Deine Leute!

Liebe Leser,

Wir von WRE Training & Beratung für Touristiker wurden neulich gefragt: *Wie kann man das, was Ihr Euren Kunden vermittelt, zusammenfassen?* **Liebe Deine Leute!,** war meine spontane Antwort. Wem seine Mitarbeiter wirklich am Herzen liegen, der wird sie gut führen und fördern. Und Menschen, denen es gut geht, können viel leisten. So einfach!

Mit der zweiten Ausgabe unseres Magazins **»Personal & Entwicklung in der Touristik«** entführen wir Sie in den Berliner Pfefferberg. Chamäleon wollte wissen, wo das Herz der Kunden schlägt. Ich habe den Nachmittag moderiert und war ganz begeistert, wie viele Insider Informationen die Kunden ganz frei heraus preisgaben. **(S.4)**

Studiosus arbeitet aktiv daran das Familienleben der Mitarbeiter und ihre Arbeit in einen guten Einklang zu bringen. Peter Bauer, Personalleiter bei Studiosus, rauft sich darüber manches Mal die Haare, packt es aber sehr ambitioniert an. Lesen Sie seine Strategie . (**S. 6**)

Wie lassen sich Mitarbeiter, die Widerstände haben, für Ziele gewinnen? Wir berichten aus unserer Trainingspraxis auf dem Kreuzfahrtschiff. **(S. 8)**

Prof. Dr. Gardini von der Hochschule Kempten ist ein feuriger Verfechter guter Personalarbeit in der Touristik. Das finden wir klasse! Wir haben ihn gefragt, worum es ihm dabei konkret geht. **(S. 9)**

Personalarbeit im Elfenbeinturm? Nein, dachte sich Evelyn Sander von der FVW und rief 2014 mit ihren Kollegen die Fachtagung Personal ins Leben. Ein tolles Forum für Austausch, Lernen und Netzwerken. Wir sind im September auf jeden Fall dabei. **(S. 11)**

Wir danken für die tollen Rückmeldungen zu unserem ersten Magazin und sagen Merci!

Wir freuen auch wieder über Feedback zu dieser Ausgabe an info@wre-trainings.de. Helfen Sie uns dabei besser zu werden.

Genießen Sie den Sommer!

Wibke Rissling-Erdbrügge
Geschäftsführung

Personal & Entwicklung
in der Touristik

In dieser Ausgabe:

Seite 4 **„Ich war überrascht, wie wichtig Lunchpakete für die Kunden sind."** Kundendialogveranstaltung bei Chamäleon. >>

Seite 6 **Familienfreundlichkeit im Unternehmen wird immer wichtiger!** Studiosus hat dies früh erkannt und angepackt. >>

Seite 8 **Wie löst man als Führungskraft Widerstände auf und gewinnt Mitarbeiter für die Ziele?** Wir berichten von einem Workshop auf dem Kreuzfahrtschiff. >>

Seite 9 **Macht gute Personalarbeit!** Prof. Dr. Gardinis Plädoyer für mehr Professionalität in der Personalarbeit. >>

Seite 11 **Netzwerken ist toll!** Fachtagung Personal für Touristiker im September 2015. >>

Ingo Lies will verstehen,
wo das Reiseherz der Kunden schlägt.

„Ich war überrascht, wie wichtig Lunchpakete für die Kunden sind."

Chamäleon lädt zwanzig Kunden zur Kundendialogveranstaltung ein und kommt zu überraschenden Erkenntnissen.

Ein Projektbericht

Ein großer Raum mit Fabrikhallencharme mitten im Berliner Prenzlauer Berg. Viele junge Leute scharen sich um Bistrotische und schwatzen munter. Das Chamäleon-Team ist vollzählig erschienen. Nach und nach treffen reisefreudige Best Ager-Paare ein. Auf der Bühne stehen dreizehn leere Stühle für die Kunden und das Moderatoren-Team bereit.

Der Gründer des Reiseveranstalters Chamäleon, Ingo Lies, hat zur Kundendialog-veranstaltung geladen. Sein Ziel: Verstehen, wo das Herz der Kunden schlägt und wertvolles Feedback erhalten. Dafür hat er gemeinsam mit Personalerin Kitty Horns und Wibke Rissling-Erdbrügge von WRE Training & Beratung für Touristiker die Veranstaltung geplant. An diesem sonnigen Juninachmittag werden die Kunden in einer Talkrunde interviewt. Das Format haben sie sich im Berliner Gasometer beim Günther Jauch-Talk abgeschaut.

Der strukturierte Dialog mit Kunden ist für Touristikunternehmen überaus wichtig. Chamäleon hat das erkannt. Der Markt und die Kundeninteressen werden vielschichtiger, Anbieter sind gefordert genau zu wissen, was ihre Kunden wünschen und ihre Produkte und den Service dem anzupassen. Die sozialen Netzwerke befeuern diesen Trend. Die face-to-face Kommunikation mit dem Kunden bringt Wünsche ans Tageslicht, die sonst im Verborgenen bleiben.

Der Gong ertönt, die Gäste nehmen auf dem Podium, das Chamäleon-Team im Publikum Platz. Die Moderatorin Wibke Rissling-Erdbrügge eröffnet die Diskussion mit der Frage: „Was bedeutet Reisen für Sie?" Ingo Lies schluckt - was wird jetzt kommen?

Schnell reden sich die Gäste in Schwung. Reisen bedeutet für sie das absolute Plus an Lebensqualität. Alle reisen mehrmals im Jahr, alle lieben Fernreisen und alle haben auch das nötige Portemonnaie dafür. Später wird Ralf aus dem Chamäleon-Team sagen: „Ich hätte nicht gedacht, wie oft diese Menschen reisen." Der Kontakt zu den Einheimischen vor Ort ist das absolute Highlight auf jeder Reise. Ob ein Schwatz am Grill oder der Besuch einer Schule, die Kunden sind sich einig: Sie wollen erfahren, wie die Menschen vor Ort leben. Das ist nicht neu für das Team, dennoch ist es eine wichtige Erfahrung aus allen Mündern unisono die gleichen Wünsche zu vernehmen.

Chamäleon hat sich in den letzten Jahren den Ruf eines stark text- und bildgewaltigen Vermarkters erworben. Die Gäste schätzen diese klare Positionierung und sind stolz, ein Teil der Chamäleon-Kundenfamilie zu sein. Dennoch warnt eine Dame vor enttäuschten Erwartungen im Zielgebiet. Oft sei in den bereisten Ländern nicht alles Hochglanz. „Wie steht es um das Thema Nachhaltigkeit bei Ihrer Reiseentscheidung?", bohrt Co-Moderatorin Katrin Worthmann, die bei Chamäleon im Verkaufsteam arbeitet, nach.

Moderatorin Wibke Rissling-Erdbrügge entlockt den Chamäleonkunden Reisewünsche.

Kurzes Zögern bei den Gästen. Ja, das gebe ein gutes Gefühl bei der Reiseentscheidung, wenn der Reiseveranstalter sich um diese Themen kümmert. Wibke Rissling-Erdbrügge will es noch genauer wissen: "Würden Sie denn als Reisegäste auch einen halben Tag den Schulgarten in einem sozialen Schulprojekt pflegen?" „Ja! Sofort!", so die spontane Reaktion einiger Gäste.

Ein Detail der Reisen lässt die Gemüter der Kunden erhitzen: Lunchpakete! Sie seien oft zu reichhaltig, zu viel Verpackungsmaterial, zu viele Lebensmittel, die den Geschmack nicht treffen. Die Moderatorin hat Mühe, die Gäste von dem Thema wieder zu lösen. In der späteren Auswertung mit dem Team stellt sich heraus: Niemand hat erwartet, dass dieses Detail in der Wahrnehmung eine solch große Rolle spielt.

Die Talkgäste wünschen sich proaktive Zusatzangebote und Verlängerungswochen im Beratungsgespräch, Zurückhaltung sei hier fehl am Platz „Gerne mehr!", forderten sie die Chamäleon-Verkäufer auf.

Nach Ende der Talkrunde steht Ingo Lies mit einem stolzen Lächeln auf und geht auf die Gäste zu. Er hat Gutscheine für das berühmte Chamäleon-Varieté in Berlin in der Hand, die er jedem Gast mit herzlichem Handschlag als Dankeschön übergibt.

Die Gäste sind gut gelaunt. Einige tun sich zusammen und suchen einen Tisch im Hof-Biergarten. Mit viel Gelächter tauschen sie sich weiter über ihre Reiseerlebnisse aus. Diese Veranstaltung hat auch zur Kundenbindung beigetragen.

Für das Chamäleon-Team steht die Auswertung an. In einem kurzen Überblick wird die Talkrunde besprochen. Irritierte Stimmen melden sich: "Diese Kunden waren zu positiv zu Chamäleon eingestellt, da konnten wir nicht genug lernen." Es zeigt sich: Bei einer Pilotveranstaltung kommen eben die Gäste am ehesten, die etwas Positives zu sagen haben.

Das große Team teilt sich auf. Die Chamäleon-Teams besetzten die letzten freien Tische im Biergarten. Die Sonne scheint, ein kühles Getränk hilft beim Nachdenken. Gemeinsam überlegen Sie: Welche Veränderungen stoßen sie in ihren Abteilungen nun an?

Besonders ergiebig war die Talkrunde für das Produktmanagement. Reiseenthusiasten berichten gern über ihre Erlebnisse und das PM-Team hat viele Ideen für die Produktentwicklung gewonnen. Auch das Marketing profitiert von der unverblümten Sicht der Kunden. Nicht für alle Teams hatte die Veranstaltung die gleiche Relevanz. Fragen nach Bearbeitungsprozessen oder Umfang von Unterlagen lassen sich präziser mithilfe von Fragebögen beantworten.

Am Ende des Tages stecken Ingos Lies und die Moderatorinnen Katrin Worthmann und Wibke Rissling-Erdbrügge die Köpfe zusammen. War die Veranstaltung ein Erfolg? Ja, sagt Ingo Lies, zu spüren, wie Kunden ticken, das Ziel wurde mehr als erreicht.

Ingo Lies freut sich über die gelungene Veranstaltung

Familienfreundlichkeit im Unternehmen wird immer wichtiger!

Umso mehr in der Touristikbranche, in der viele Frauen arbeiten. **Studiosus** hat dies früh erkannt und angepackt. **Peter Bauer, Personalleiter bei Studiosus,** erläutert uns seine Strategie.

Ein Interview

Peter Bauer, Personalleiter bei Studiosus: „Wir haben zurzeit vierzig Mütter in Elternzeit, die wiederkommen möchten."

WRE: Herr Bauer, bei Studiosus sind vier von fünf Mitarbeitenden Frauen. Welche Probleme tauchen im Unternehmen auf wenn die Kinder Anforderungen stellen?

PB: Mitarbeitende mit Kindern möchten oft in Teilzeit arbeiten. Die Betreuung der Kinder hier in München ist vormittags einfacher zu organisieren als nachmittags: In den Morgenstunden ist unser Haus voll, nachmittags haben wir Luft. Dadurch entstehen Engpässe, denn die Kunden und Partner erwarten einen festen Ansprechpartner während der üblichen Bürozeiten. Das ist eine große Herausforderung.

WRE: Wie gehen Sie das an?

PB: Die Teams müssen das gut organisieren. Wir haben festgestellt, dass die Kommunikation dabei essentiell ist. Eine gute Übergabe ist die Grundlage dafür, dass alle Aufgaben auch mit Teilzeitkräften reibungslos erledigt werden. Für uns ist es gut, wenn einige Teilzeiteltern anstatt halbe Tage weniger ganze Tage kommen. Das ist intern leichter zu organisieren. Die Führungskräfte achten auf Fairness bei der Aufgabenverteilung.

WRE: Was tun Sie noch?

PB: Job Sharing ist ein Modell, das wir ausprobieren. Das kostet zwar mehr Arbeitszeit, denn beide Mitarbeiter müssen von Zeit und Zeit zusammen im Haus sein. Dennoch machen wir damit gute Erfahrungen.
Auch Home-Office ist bei uns für einige Aufgabenbereiche gut geeignet. Wenn es allerdings um Kontakt nach außen geht, müssen die Mitarbeiter zu Hause einen ungestörten Arbeitsplatz haben. Das ist in manchen Familien nachmittags nicht möglich.

WRE: Was tun Sie, um Mütter nach ihrer Elternzeit gut wieder einzugliedern?

PB: Wir haben vierzig Mütter in Elternzeit, die wiederkommen möchten. Wenn eine Mitarbeiterin ihre Schwangerschaft bekannt gibt, arbeiten wir in der Personalabteilung mit Checklisten, damit alle Belange partnerschaftlich besprochen werden. Auch die Führungskräfte bekommen Checklisten von uns. Wir kommunizieren während der Elternzeit proaktiv mit den Müttern und versuchen ihnen das Gefühl zu geben, dass sie wichtig für uns sind. Das kommt gut an.

WRE: Kann man als Mutter oder Vater in Teilzeit bei Studiosus Führungskraft sein oder werden?

PB: Zugegeben, bis vor einigen Jahren war die Voraussetzung für eine Führungsposition bei uns eine Vollzeittätigkeit. Heute sehen wir das anders. Das liegt auch daran, dass ein Mitglied der Geschäftsleitung Vater geworden ist und sich so seine Prioritäten verändert haben.

Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie hat ihre Sonnen- und Schattenseiten.

Konkret haben wir auf der Abteilungsleiter-Ebene eine Frau, die vier Tage pro Woche arbeitet. Eine weitere kommt im März aus der Elternzeit zurück. Auch für sie werden wir in ihrer Führungsposition eine gute Lösung finden.

WRE: Wie muss sich eine Abteilung aufstellen, wenn die Führungskraft Teilzeit arbeitet?

PB: Wichtig ist, dass sich die Führungskraft gut organisiert und die Aufgaben auf mehrere Schultern verteilt. Wir erwarten, dass sie sich das selber organisiert.

WRE: Welche Personalwerkzeuge unterstützen das Thema Vereinbarkeit bei Studiosus noch?

PB: Wir haben ein Jahresarbeitszeitkonto. In unseren jährlichen Mitarbeiterbefragungen wird das sehr gut bewertet. Unsere Teams schätzen die Flexibilität. Und wir holen regelmäßig Verbesserungsvorschläge zu allen Belangen des Unternehmens ein. Das nutzen natürlich auch diejenigen, die wegen ihrer Kinder verkürzt arbeiten und reichen gute Vorschläge ein. Eine Intranetseite zu dem Thema ist in Planung. Doch nicht nur Kinder ist ein Thema. Wir stellen fest, dass die Pflege der Eltern ein zunehmender Grund ist, reduziert zu arbeiten.

WRE: Gibt es auch in diesem Bereich schon Maßnahmen?

PB: Ja, wir kooperieren mit dem AWO Familienservice.

WRE: In den Medien liest man immer häufiger, dass jungen Bewerbern die Ausgeglichenheit zwischen Job und privater Zeit immer wichtiger wird. Stellen Sie das Ihren Bewerbungsgesprächen auch fest?

PB: Nein, ehrlich gesagt nicht. Wir sind ein attraktiver Arbeitgeber. Die Bewerber haben das Ziel bei uns einen Arbeitsplatz zu bekommen, da gehen sie nicht mit offensiven Forderungen in das Gespräch.

WRE: Wie wird sich die Vereinbarkeit von Familie und Beruf bei Studiosus weiter entwickeln?

PB: In jedem Falle positiv. Wir haben 2012 das Zertifikat zum audit berufundfamilie erhalten, das uns als familienfreundliches Unternehmen auszeichnet. Wir müssen die verschiedenen Fragestellungen unserer Mitarbeiter proaktiv angehen, das ist zukunftsweisend. Zuweilen würden wir uns mehr staatliche Unterstützung durch eine bessere Betreuungslandschaft für die Kinder wünschen. Hier im Haus unterstützen wir unsere Mitarbeiter finanziell mit einem Kindergartenzuschuss.

WRE: Sie sagen also, das Thema ist unumgänglich?

PB: Unbedingt! Wir sehen, wie groß die Loyalität unserer Mitarbeiter ist. Wer das möchte, muss für die Menschen etwas tun.

WRE: Sie gehen das Thema Vereinbarkeit sehr offensiv an. Wir wünschen Ihnen weiter viel Erfolg auf Ihrem Weg. Vielen Dank für das Interview.

Weitere Informationen zum audit berufundfamilie und Beispiele zur Familienfreundlichkeit im Unternehmen finden Sie unter **www.beruf-und-familie.de**

Wie löst man als Führungskraft Widerstände auf und gewinnt die Mitarbeiter?

Ein Projektbericht vom Kreuzfahrtschiff

WRE Training & Beratung für Touristiker hat in den vergangenen Jahren viele Trainings und Coachings für die Mitarbeiter und Führungskräfte auf Kreuzfahrtschiffen durchgeführt. Der Leistungsdruck in dieser abgeschlossenen eigenen Welt ist hoch. Privates und Arbeit lassen sich kaum trennen, denn die Mitarbeiter gehen abends nicht nach Hause. Viele Mitarbeiter sind Berufsanfänger.

Große Kreuzfahrtschiffe haben große SPA-Bereiche. **Lesen Sie, wie Wibke Rissling-Erdbrügge mit der SPA-Leiterin und ihrem Team im Workshop ein hinderndes Arbeitsethos transparent gemacht hat.**

Das Kreuzfahrtschiff gleitet fast lautlos über die See, die Sonne scheint, das Meer ist blau, der Himmel unendlich. Die Gäste entspannen. Nur Sabine ist unzufrieden. Sie ist SPA-Managerin und verantwortlich für den Verkauf. Die Zahlen sind schlecht: Zwar werden ausreichend Massagen und Behandlungen verkauft, aber der Zusatzverkauf ist zu gering! Sabine hatte schon mehrmals im Teammeeting darauf hingewiesen dass vor allem die Masseure nach der Behandlung ein Körperöl, eine Massagebürste oder einen Duft anbieten sollen.

Ihr Eindruck: Sie stößt auf taube Ohren!

Da die Kosmetiker und Frisöre einen guten Zusatzverkauf Woche für Woche realisieren, kommt es zu Schuldzuweisungen, unter denen die Atmosphäre im gesamten Team leidet.

Sabine und ich überlegen, was ihre Masseure und Therapeuten daran hindert, dem Kunden nach der Behandlung ein Produkt anzubieten.

Ich spreche mit den Kollegen und komme zum Kern des Problems: **Es liegt an ihrem Arbeitsethos: *Wer heilt, darf nicht verkaufen.*** So lautet die Überzeugung.

Diese Überzeugung rührt daher, dass alle Masseure vor ihrer Zeit auf dem Schiff in Gesundheitspraxen gelernt und gearbeitet hatten und dort die Krankenkasse die Kosten begleicht. Sie waren nun von der Anforderung auf dem Schiff überrascht, dem Gast zusätzlich zur Behandlung etwas zu verkaufen.

Im Workshop überlegen wir gemeinsam mit allen Masseuren, was den Gast glücklich macht. Das Ergebnis: Eine tolle Behandlung. Richtig! Ich frage: „Was noch?" „Ein gutes Gespräch und viel Einfühlungsvermögen sind wichtig." Das stimmt, und ich frage abermals: „Was noch?" Nun gehen den Kollegen die Ideen aus. Was könnte den Gast noch glücklich machen?

Wir machen eine Phantasiereise: Stellt Euch vor, ihr seid Gast auf Eurem Kreuzfahrtschiff. Ihr genießt eine wunderbare Massage mit dem tollen Kokosöl. Der Duft hüllt Euch ein, Ihr fühlt Euch wie Gott auf Erden.

Dann seid ihr wieder zu Hause. Der Alltag hat Euch im Griff, es regnet. Aber in Eurem Bad, da steht ein Fläschchen mit dem Kokosöl, und immer wenn ihr daran riecht, kommt ein kleines Stück Urlaub zurück.

Das didaktische Ziel der Phantasiereise ist offensichtlich: „Ja, das stimmt!", sind sich die Workshopteilnehmer einig. Aber was ist mit denen, die nicht 60,- Euro für ein Öl ausgeben wollen? Müssen wir es aufdrängen?

Ich verstehe: Da sitzt die Angst! Und frage: „Aha, es gibt die einen, die es wollen, und es gibt die anderen, die es nicht wollen. Wie findet ihr das heraus?"

Nach konzentriertem Schweigen – denn die Antwort liegt auf der Hand – traut sich eine Kollegin: „Einfach fragen? Ist das die Lösung?" Meine Antwort: „Ganz genau. Das einzige was ihr tun solltet, ist fragen. Mehr nicht. Ich finde, Menschen, die heilen, dürfen Fragen stellen, oder?" Nun sammeln wir gemeinsam mögliche Fragen und probieren diese im Rollenspiel aus.

Wir beleuchten wertneutral, welche Frage wirkt und stellen fest: Keine Frage drängt auf.

Sabine ist froh. Sie hat jedem Masseur die Aufgabe gegeben, nach der Behandlung die eine Frage zu stellen, die ihm oder ihr im Workshop am besten gefallen hat. Die Herausforderung zu verkaufen, die für viele beängstigend war, hat sich in eine kleine leichte Aufgabe aufgelöst. Die Zahlen entwickeln sich positiv.

Macht gute Personalarbeit!

Ein Kommentar

Prof. Dr. Marco A. Gardini ist seit 2008 Prodekan der Fakultät Tourismus an der Hochschule Kempten . Er ist Professor für Tourismus. Erst 2014 ist sein Buch „Personalmanagement im Tourismus" erschienen. In der fvw forderte er im Mai diesen Jahres Touristikunternehmen auf, bessere Personalarbeit zu leisten. Wir haben ihn gebeten, seine Forderungen zu erklären: „Kaum eine Branche investiert so wenig im Bereich der Mitarbeiterschulung und -qualifikation wie die Tourismusbranche.

Statistisch gesehen ist jeder Mitarbeiter nur ca. vier Tage im Jahr zur Fort- und Weiterbildung, während in anderen Branchen pro Mitarbeiter im Durchschnitt zwölf Tage zu Buche stehen. Ohne Investitionen in das Humankapital wird es auch keinen entsprechenden Return on Investment geben. Will man exzellente Mitarbeiter an das Unternehmen binden, so muss man in sie investieren. Das Problem vieler Unternehmen im Tourismus - insbesondere kleiner und mittelständischer - ist jedoch ein Führungsdilemma: *„Operativ dringende, aber für die Zukunftssicherung unwichtige Fragen verdrängen strategische wichtige, aber nicht dringende Fragen."* Während andere Branchen bereits vor Jahrzehnten angefangen haben, ihre Personalinstrumente systematisch den Anforderungen der Zukunft anzupassen, stehen weite Teile der Tourismusbranche erst am Anfang dieser Entwicklung.

Es ist aber höchste Zeit zu handeln. Denn insbesondere der junge Nachwuchs, die Mitarbeiter der sog. Generation Y (zwischen 1980 und 2000 geboren), wollen anders arbeiten und leben. Sie verlangen von den Unternehmen nichts Geringeres als eine neue Arbeitswelt, in der eine echte Balance zwischen Beruf und Freizeit möglich gemacht wird.

Eine anspruchsvolle Tätigkeit, persönliche Freiheiten und Entwicklungsmöglichkeiten, die Flexibilität von Arbeitszeit und -ort sowie eine offene und ehrliche Kommunikation sind für diese Generation wesentliche Entscheidungskriterien bei der Wahl eines Arbeitsplatzes.

Doch wie wird man zu einem attraktiven Arbeitgeber, und wie findet man die richtigen Mitarbeiter? Zunächst sei gesagt: Nicht die Größe des Unternehmens bestimmt die Beliebtheit dort zu arbeiten. Es ist vielmehr eine Frage der strategischen Zielsetzung: Im Sinne des Aufbaus einer starken Arbeitgebermarke („Employer Branding") als Teil eines langfristig orientierten Personalmanagements.

Gute Mitarbeiterauswahl beginnt bei der richtigen Passung zwischen Bewerber und Unternehmen: Wichtiger als Fachqualifikationen oder spezifische Berufserfahrungen ist es einen ´Kultur-Fit´ zu realisieren. Touristische Unternehmen benötigen einen Mitarbeitertypus, der mit einer strategiegerechten Werthaltung, grundsätzlichen Charaktereigenschaften und einer elementar serviceorientierten Arbeitsauffassung und -mentalität seine Aufgaben wahrnimmt. Je höher der ´Fit´ zwischen Arbeitnehmer und Arbeitgeber, desto stärker ist auch die Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen, und umso höher in der Regel auch die Bindungs- und Leistungsbereitschaft.

Systematische Personal- und Karriereentwicklung, so viel ist sicher, bedarf substanzieller Investments in Zeit und Geld.

Dass der Auf-/Ausbau von Fähigkeiten über Trainings- und Entwicklungsprogramme jedoch nicht Kosten- sondern Investitionscharakter hat, zeigen verschiedenste Studien:

So ist die Möglichkeit sich weiterzubilden, oft ein Hauptkriterium für die Entscheidung im Unternehmen zu bleiben. Gerade in den ersten Wochen und Monaten des Berufseintritts sind systematisierte Integrations- und Sozialisierungsmechanismen von großer Bedeutung.

Die Wertevermittlung und Sozialisierung durch Einführungsseminare, Workshops, Coachings, oder die Förderung der Integration über Patensysteme kommunizieren die Erwartungen des Unternehmens an das Mitarbeitsverhalten, und tragen somit frühzeitig zu einer klaren Definition der zukünftigen Rolle des Mitarbeiters innerhalb des Wettbewerbskonzeptes bei, und reduzieren die Fluktuationsrate."

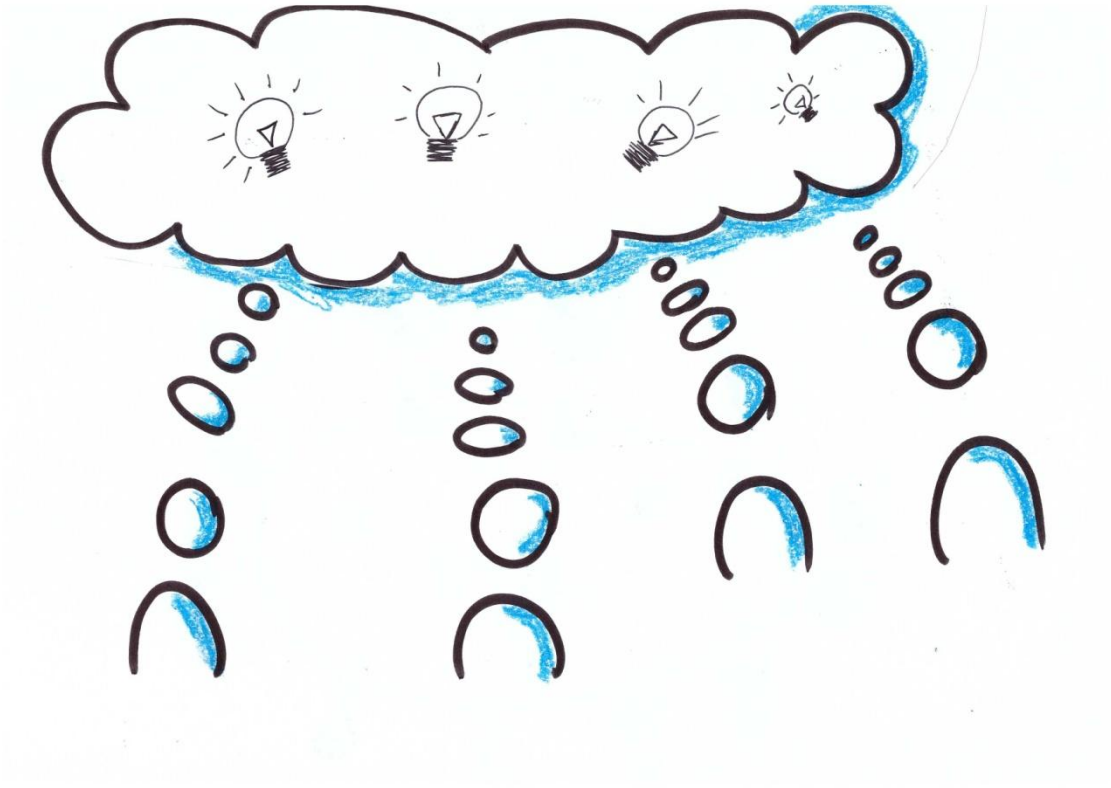
Buchtipps:

Personalmanagement im Tourismus, Erfolgsfaktoren erkennen, Wettbewerbsvorteile sichern, Prof. Dr. Marco A. Gardini

Führungstechniken, Thomas Daigeler u.a.

OE – Prozesse, die Prinzipien systemischer Organisationsentwicklung, Irene Baumgartner u.a.

Netzwerken ist toll!



Am 16. September findet zum zweiten Mal die fvw Fachtagung Personal statt. Die fvw hat damit ein exklusives Forum geschaffen, welches Experten aus dem Personalmanagement in der Touristik zusammenbringt und das Thema in der Branche vorantreiben soll. Die Fachtagung Personal findet im Rahmen des fvw Kongresses in Essen statt.

Die Anforderungen an Personalarbeit wandeln sich rasant. Neue Trends, Ideen und Konzepte überschwemmen den Markt, und die Erwartungen der Bewerber und Mitarbeitenden an Arbeitsplatz und Arbeitgeber verändern sich. Aber: Nicht jede Veränderung passt auch automatisch zum Unternehmen, eine genaue Überprüfung ist ratsam. Dabei hilft es sich auszutauschen und zu schauen, wo andere stehen. Die Erleichterung ist oft groß: Andere Unternehmen kochen auch mit Wasser.

Während der Gespräche und Vorträge finden sich manchmal wie automatisch Lösungen für das eigene Unternehmen.

Die fvw Fachtagung Personal ist ein junges Projekt und fand zum ersten Mal 2014 statt. Ein enormer Mehrwert für die Teilnehmer ist die Exklusivität und Spezialisierung auf die Touristik: Schließlich läuft Personalmanagement im touristischen Unternehmen ganz anders als in anderen Branchen.

Die Teilnehmer konnten im letzten Jahr eine Menge Input mit nach Hause nehmen: Best-Practice-Beispiele regten an eigene Prozesse zu überdenken. Hochkarätige Beiträge aus der Wissenschaft verdeutlichten den Bedarf an innovativen Lösungen. Und Berater gaben konkrete Ideen, was Touristik-Unternehmen besser machen können.

Moderatorin Evelyn Sander: "Es waren anregende Vorträge, aber was uns am meisten überrascht hat war, dass die Gäste in den Pausen mit sehr viel Elan Gespräche geführt haben. Der Austausch mit spannenden Leuten ist einfach sinnvoll. Die Gäste nutzen den Tag als Inspirationsquelle."

Das Netzwerken wird auch durch den überschaubaren Rahmen der Tagung gefördert - bei 30 bis 50 Teilnehmern ist es leicht ins Gespräch zu kommen.

Das Thema Personalführung muss in der Dienstleistungsbranche Tourismus eine höhere Wichtigkeit bekommen. Die fvw Fachtagung Personal bietet dafür Praktikern Gelegenheit zum Lernen und Austauschen.

Wibke Rissling-Erdbrügge (Geschäftsführung) und **Sophie Schaefer** (Projektmanagement) von WRE Training & Beratung für Touristiker werden dabei sein. Sie freuen sich darauf, dort viele Personaler aus der Touristik persönlich zu treffen.

Am 16. September 2015 lädt die fvw zur Fachtagung Personal mit diesen Themen ein:

Wie kann der Mittelstand gegen die Konzerne im War for Talents punkten? +++ Was macht eine gute Unternehmenskultur aus? +++ Wie verändert die Digitalisierung die Personalarbeit? +++ Wie funktioniert digitales Betriebliches Gesundheitsmanagement? +++ Was gibt es Neues im Arbeitsrecht?

Die Teilnahme kostet 359 Euro (+ MwSt). Mehr Informationen erhalten Sie hier.

Zum Weiterlesen ...

„Die systematische Entwicklung von Mitarbeitern fristet oft ein Mauerblümchendasein", so Wibke Rissling-Erdbrügge im Mai in der fvw. Lesen Sie den Artikel hier.

Zukunft Personal – Personal der Zukunft, lautet der Titel des Gastkommentars von Prof. Dr. Gardini im Mai in der fvw hier.

Mehr Informationen zum Thema **Vereinbarkeit von Beruf und Familie bei Studiosus** finden Sie auf der Studiosus-Website hier.

Wir bedanken uns für die freundliche Unterstützung mit Wort und Bild von Ingo Lies (Chamäleon), Peter Bauer (Studiosus), Prof. Dr. Gardini, Evelyn Sander (fvw) . Weitere Bilder von adpic. Illustrationen: Wibke Rissling-Erdbrügge

Herausgeber:
WRE
Training & Beratung für Touristiker
Müggelseedamm 233
12587 Berlin

info@wre-trainings.de
www.wre-trainings.de