



Medienkonferenz

Menükarte gegen den Arbeitskräftemangel

Präsentation Grundlagenstudie: Bedürfnisse der Arbeitnehmenden und Arbeitgebenden

Chur, 15. November 2023

Erste Untersuchung zum touristischen Arbeitsmarkt

- Im Auftrag des Amtes für Wirtschaft und Tourismus Graubünden (AWT) in Zusammenarbeit mit Arbeitgeber- und Arbeitnehmerverbände
- Erstellt durch das Institut für Tourismus und Freizeit (ITF) der Fachhochschule Graubünden (FHGR)



Vorstellung der Partner

- Frieder Voll, Studienleiter Fachhochschule Graubünden
- Anke Gähme, Vertretung Arbeitnehmerseite, Unia Ostschweiz-Graubünden
- Marc Tischhauser, Vertretung Arbeitgeberseite, Tourismusallianz Graubünden

- Edina Annen, Gewerkschaftsbund Graubünden
- Marcus Cadosch, Gewerkschaft des Verkehrspersonals
- Michael Caflisch, Kanton Graubünden, Amt für Wirtschaft und Tourismus
- Jürg Domenig, HotellerieSuisse Graubünden
- Marcus Gschwend, Bergbahnen Graubünden
- Lena Pescia, Fachhochschule Graubünden

Inhalt

1. Begrüssung und Vorstellung der Partner
2. Präsentation der Studienergebnisse
3. Die Sicht der Arbeitnehmenden
4. Die Sicht der Arbeitgebenden
5. Fragen

2. Präsentation der Studienergebnisse

Frieder Voll

Studienleiter Fachhochschule Graubünden

+41 81 286 39 86

frieder.voll@fhgr.ch

Grundlagenstudie: Bedürfnisse der Arbeitnehmenden und Arbeitgebenden der touristischen Leitbranchen in Graubünden



Bildquelle: Clay Banks, unsplash

Grundlagenstudie: Bedürfnisse der Arbeitnehmenden und Arbeitgebenden der touristischen Leitbranchen in Graubünden

Ausgangslage

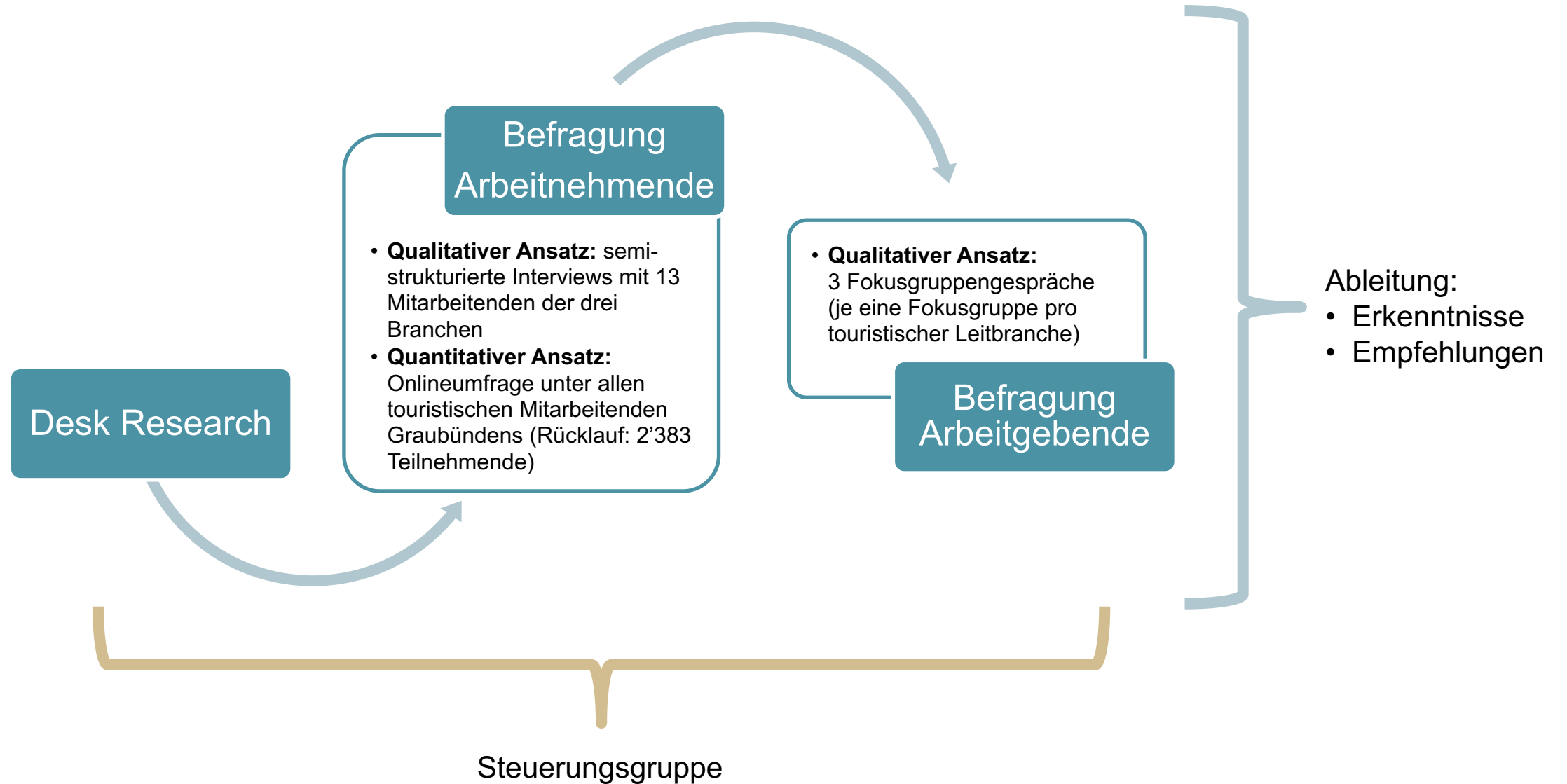
Arbeitskräftemangel

- Ungelernte und ausgebildete Arbeitnehmende an der «Kundenfront» in allen Bereichen
- Punktuell Spezialisten (z.B. tech. Leiter Bergbahnen, Küchenchefs, etc.)

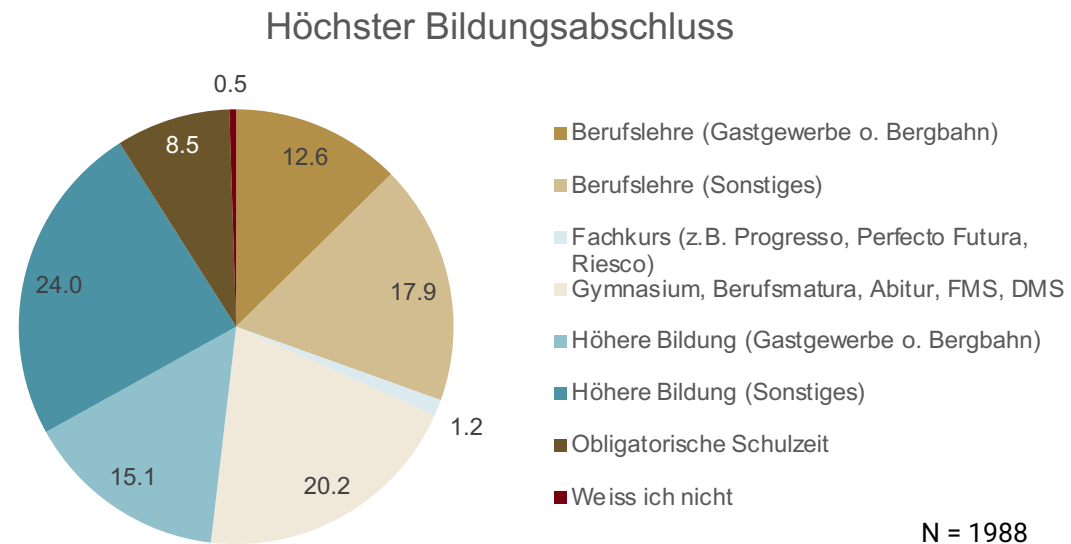
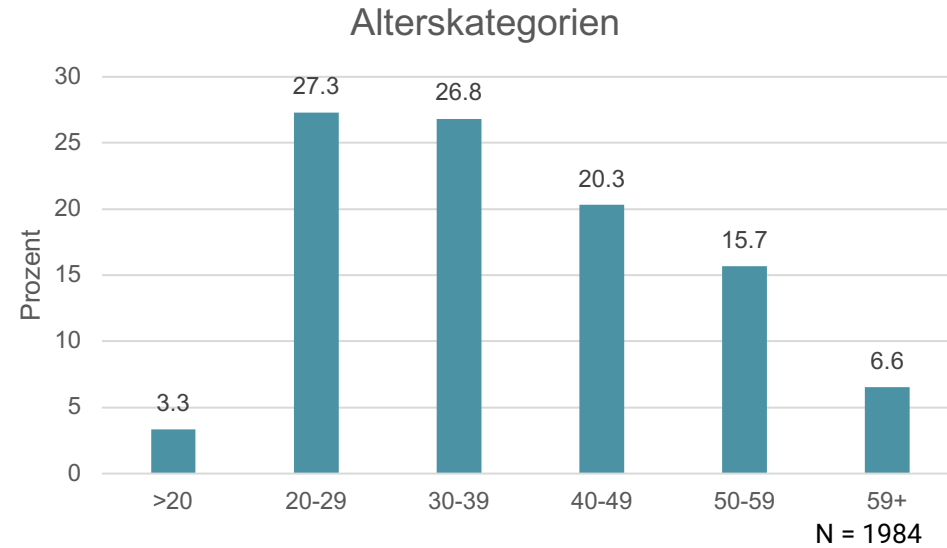
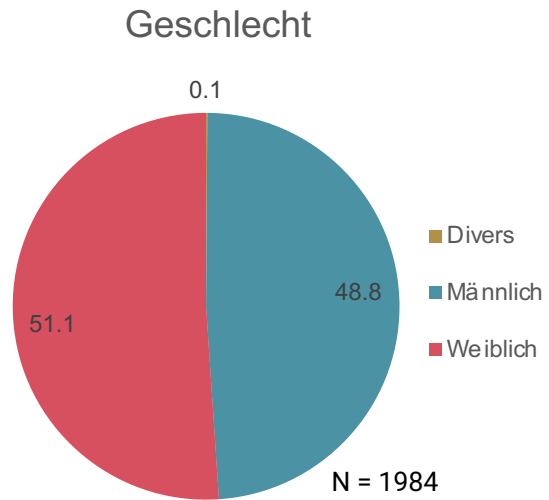
Ziel

Objektive Untersuchung der aktuellen Bedürfnisse der Arbeitgebenden und Arbeitnehmenden in den touristischen Leitbranchen Graubündens (Hotellerie Suisse Graubünden, Bergbahnen Graubünden, Gastroraubünden)

Methodisches Vorgehen



Persönliche Angaben



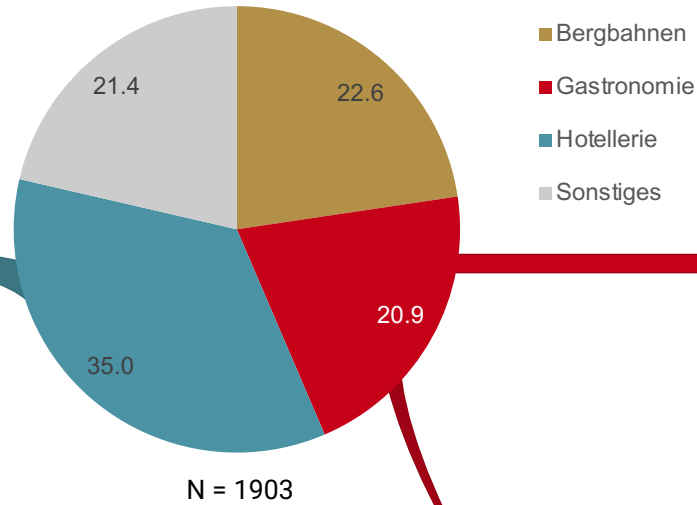
Branche

TN sind durchschnittlich seit 12.5 Jahren in der Branche tätig.

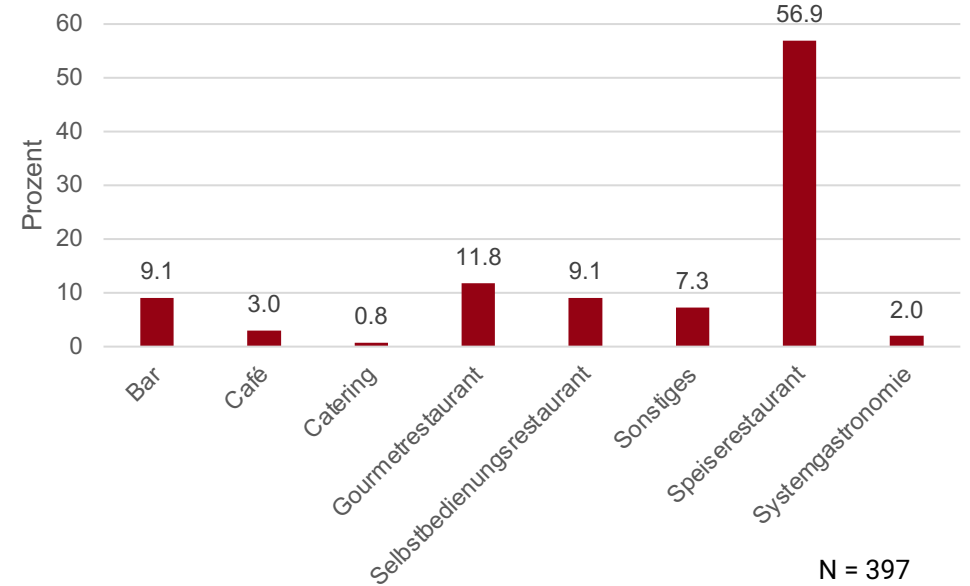
Mitarbeitende der Hotellerie und Gastronomie schon länger in Branche tätig als Bergbahn-mitarbeitende

N = 1889

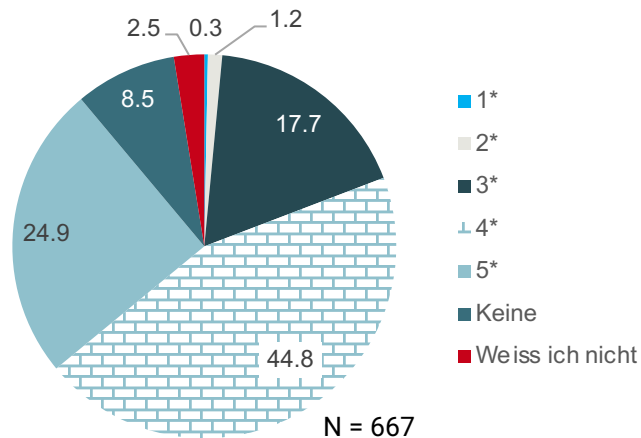
In welche der drei Branchen ordnen Sie Ihre Haupttätigkeit ein?



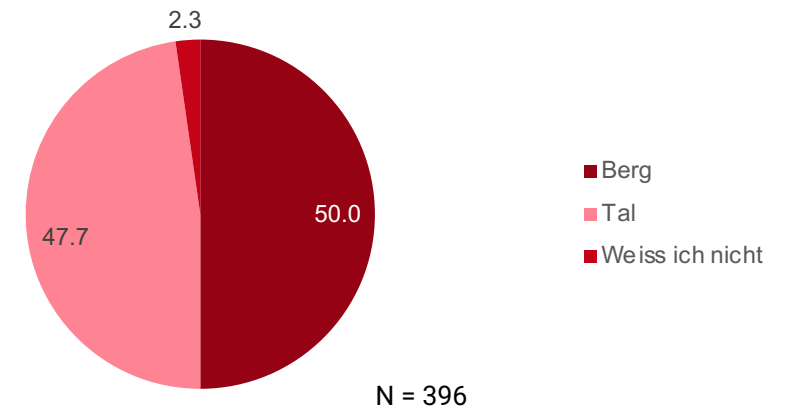
In welcher Art von Gastronomiebetrieb arbeiten Sie aktuell?



Welche Sternenkategorie hat ihr Betrieb?

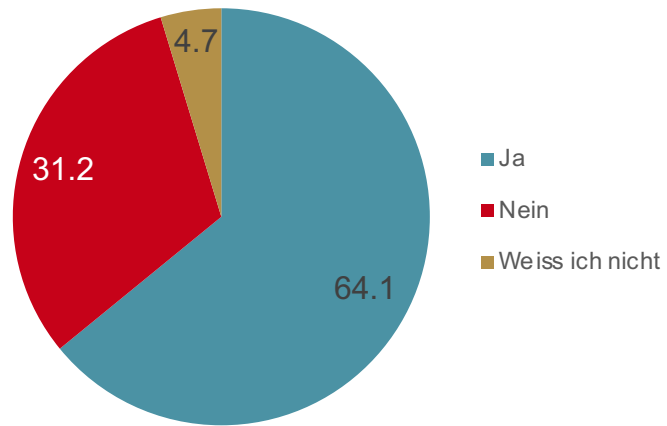


In welchem Gebiet befindet sich der aktuelle Gastronomiebetrieb?



Arbeitsbedingungen

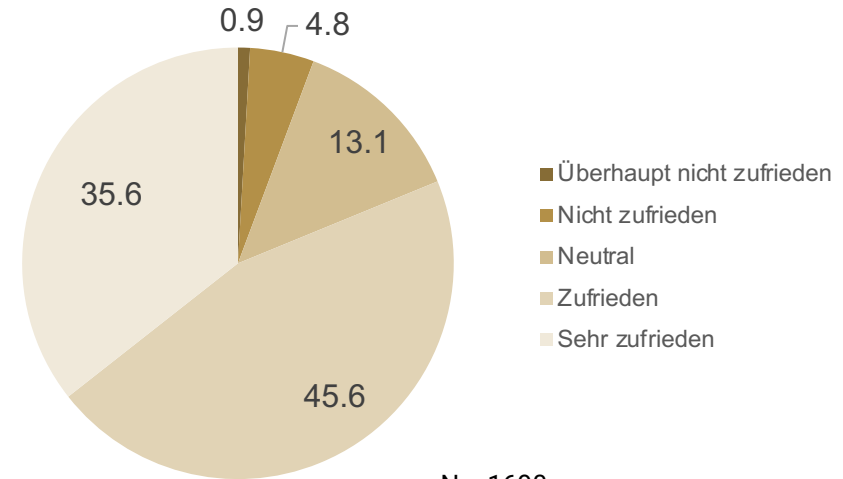
Denken Sie oft über Ihre Arbeitsbedingungen nach?



N = 1757

Mitarbeitende der Hotellerie denken mehr über ihre Arbeitsbedingungen nach als Mitarbeitende der anderen beiden Leitbranchen

Wie zufrieden sind Sie generell mit Ihrer aktuellen Tätigkeit?

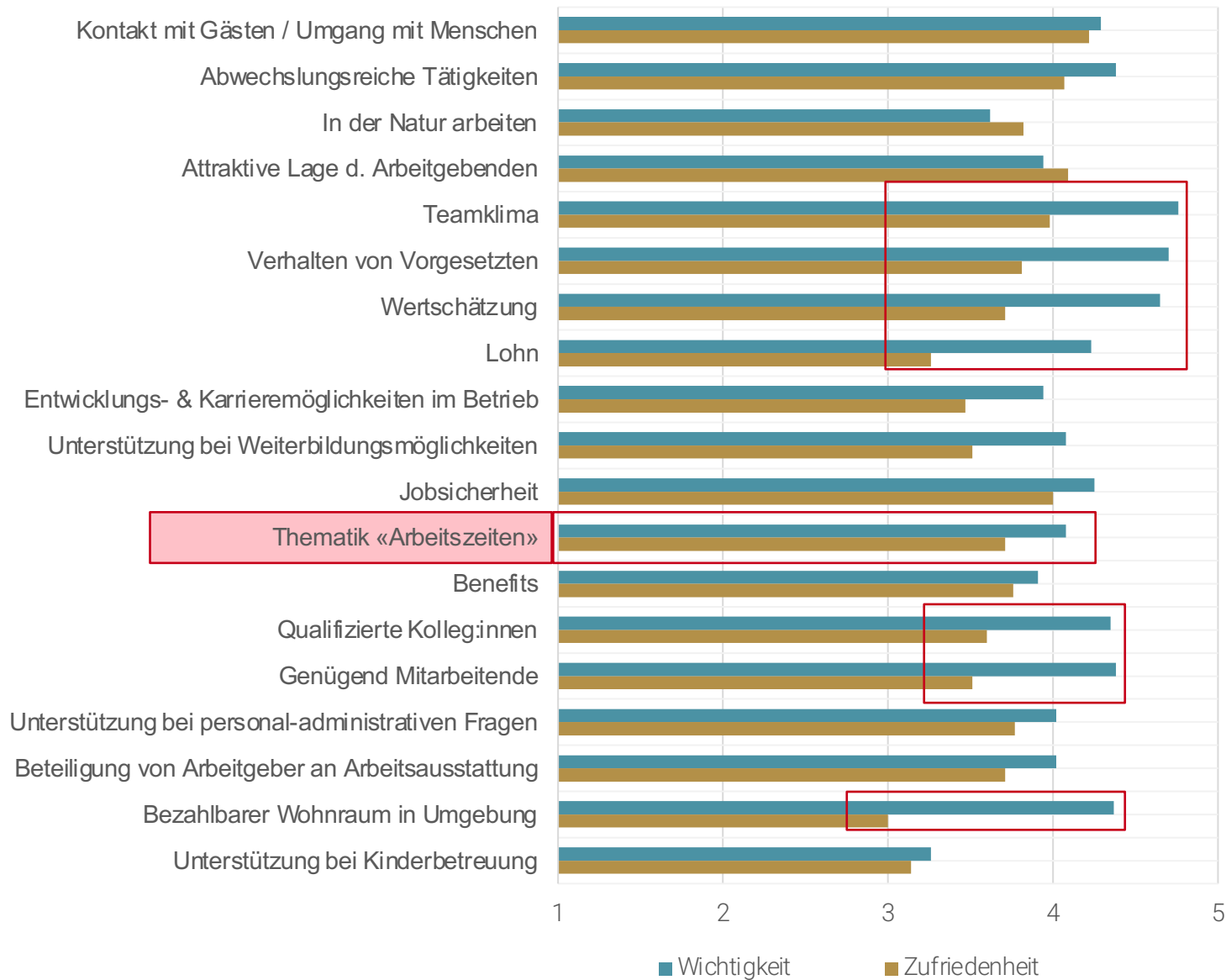


N = 1690

Die durchschnittliche Zufriedenheit liegt bei 4.10

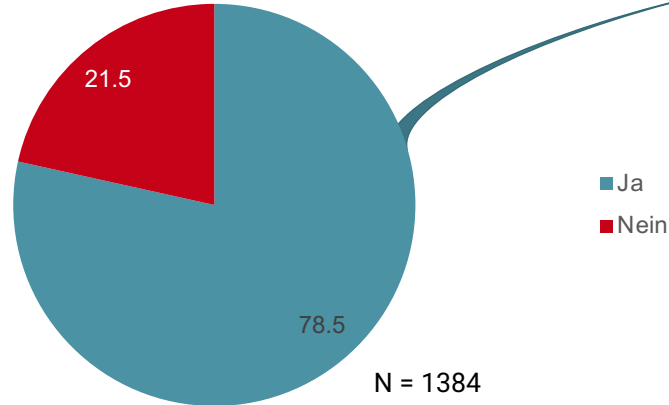
- Mitarbeitende mit Kindern überdurchschnittlich oft «sehr zufrieden»
- Ältere Mitarbeitende zufriedener als jüngere

Faktoren Arbeitsbedingungen

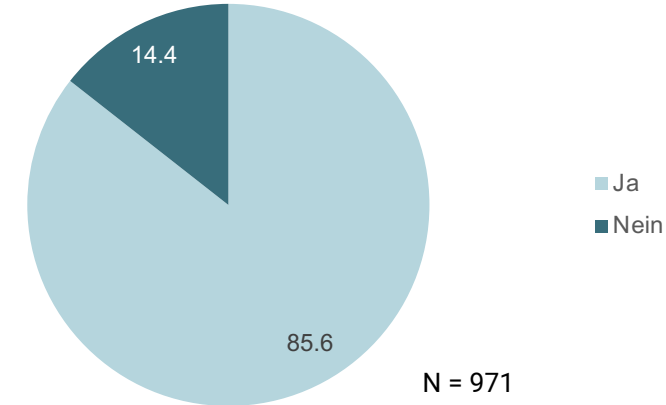


Zukunft

Sehen Sie sich beruflich in Zukunft in der gleichen Branche?



Sehen Sie sich in Zukunft beim gleichen Arbeitgebenden?



Mehr als drei Viertel der Befragten sehen ihre Zukunft in der gleichen Branche und wollen auch beim gleichen Arbeitgeber bleiben.

- Bergbahnmitarbeitende denken am wenigsten über einen Wechsel des Arbeitgebenden nach. Hotelleriemitarbeitende zogen dies dagegen häufiger in Betracht.
- Mitarbeitenden mit Kindern sehen ihr Zukunft überdurchschnittlich häufig beim gleichen Arbeitgebenden.

Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen

Individualisierung der Bedürfnisse (Arbeitszeit)

Erkenntnisse

Arbeitnehmende

mit Thema
Arbeitszeiten
zufrieden

weniger
Arbeiten

Vielfalt an
gewünschten
Arbeitszeitmodellen

Arbeitgebende

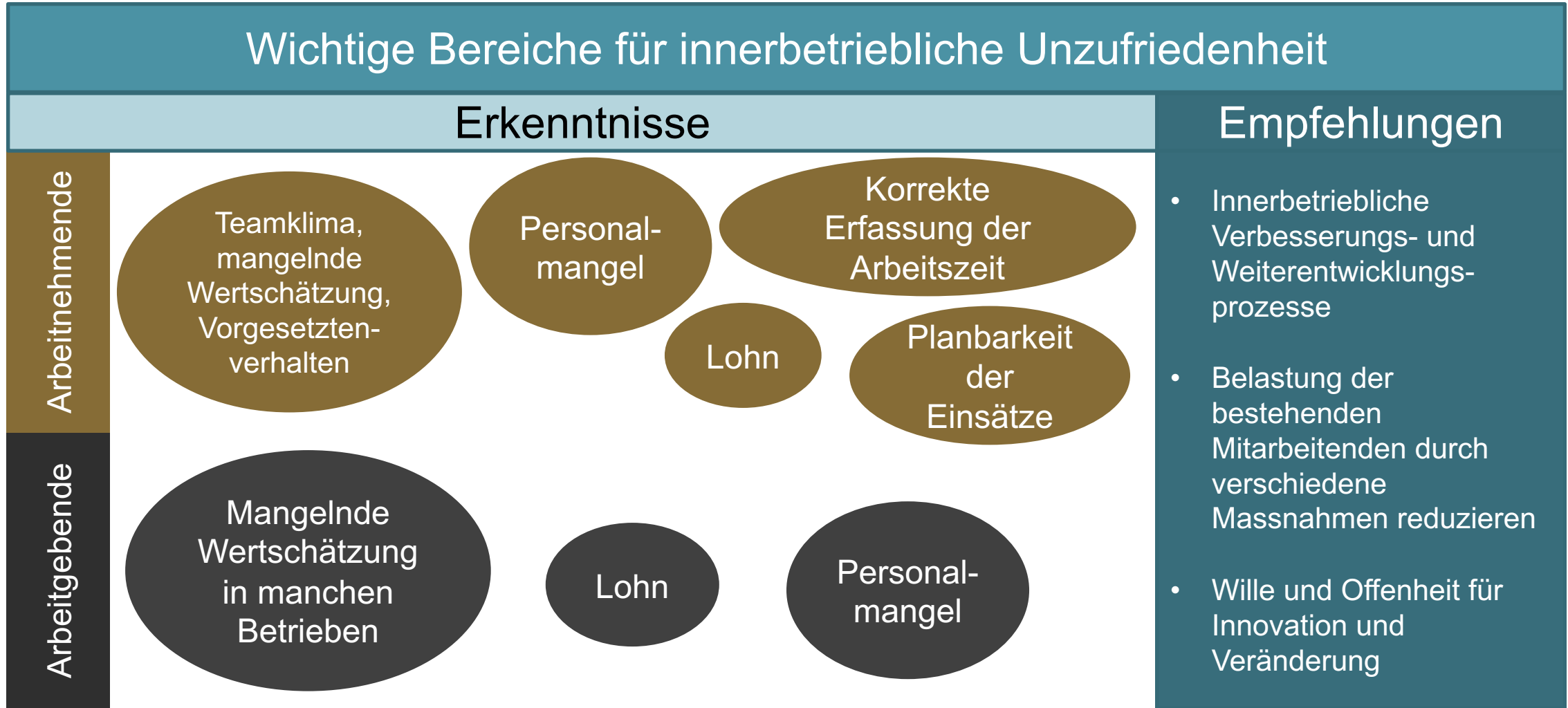
Wichtig und
herausfordernd:
Erfüllung der
Bedürfnisse und
Wünsche

Liberalisierung
der rechtlichen
Vorschriften

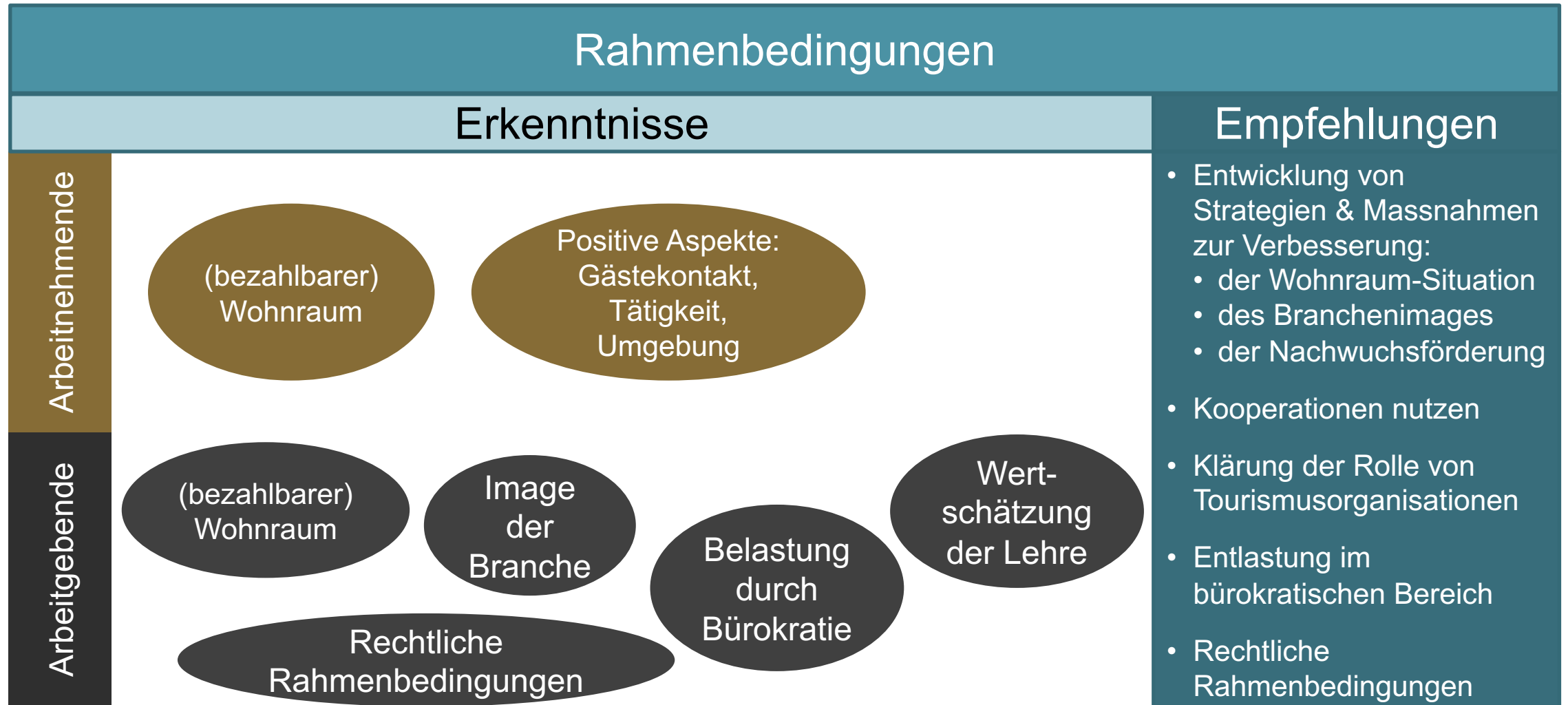
Empfehlungen

- verschiedene Arbeitsmodelle nebeneinander anbieten (Baukastensystem)
- Gemeinsame Lösungen erarbeiten für mehr Flexibilität

Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen



Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen



3. Die Sicht der Arbeitnehmenden

Anke Gähme

Leiterin Unia Ostschweiz-Graubünden

+41 78 651 06 28

rali@unia.ch / osgr@unia.ch



Alle beteiligten Organisationen erachten die **Studienresultate als sehr wertvoll** und wollen daraus **konkrete, gemeinsame Projekte** entwickeln.



Wichtigste Antworten zu **arbeitsrechtlichen Fragen** werden den Arbeitnehmenden neu in verschiedenen Sprachen online zur Verfügung gestellt.



Kleinstunternehmen ohne eigene Personalabteilung sollen durch **Weiterbildungsmöglichkeiten** der Arbeitgeber unterstützt werden.



Sonntagsarbeit im Tourismus von der Branche her gegeben, muss aber für beide Seiten handhabbar und weniger bürokratisch werden.



Unia unterstützt den **lösungsorientierten Ansatz** des Projektes, der sich im breit gefächerten Massnahmenkatalog manifestiert.

4. Die Sicht der Arbeitgebenden

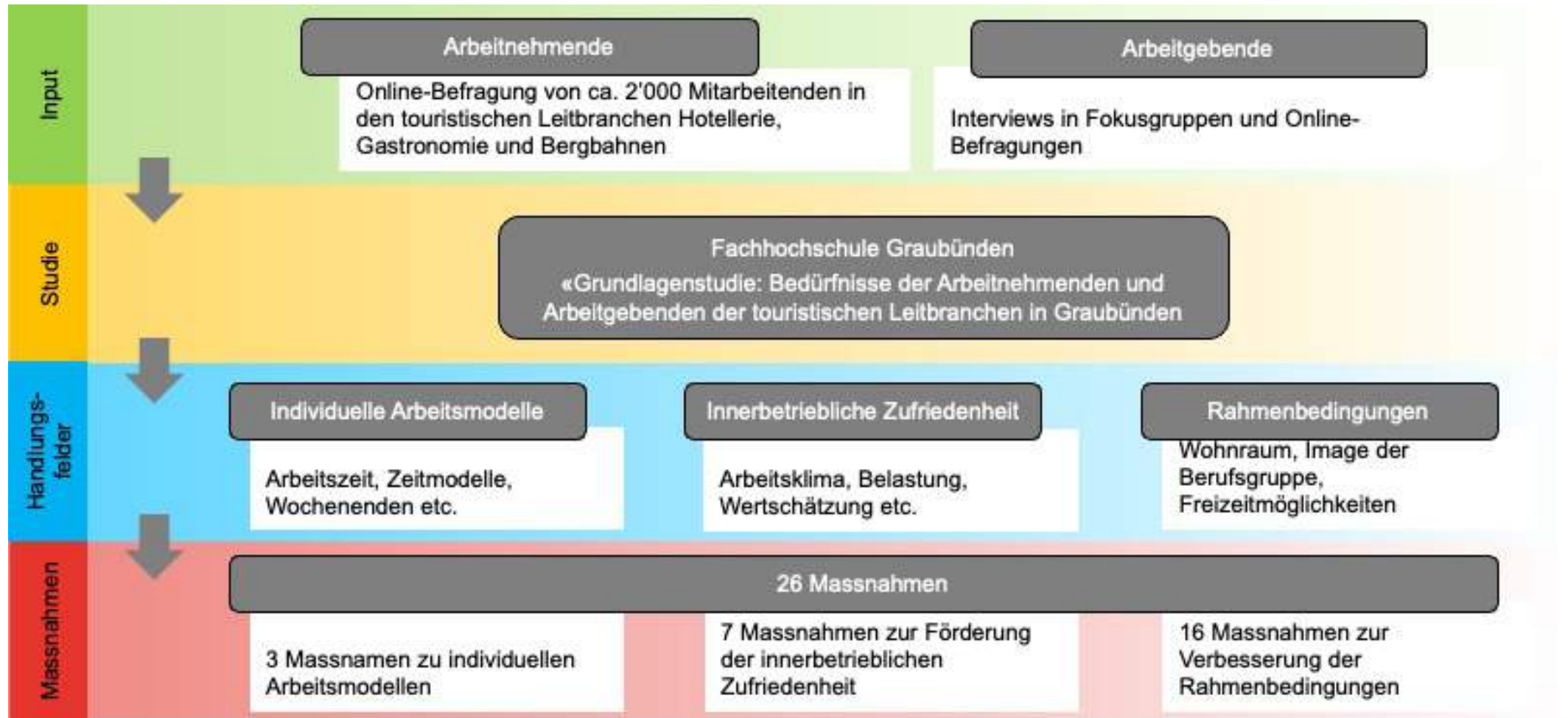
Mark Tischhauser

Geschäftsführer GastroGraubünden

+41 81 354 96 92

mt@gastrogr.ch

Rekapitulation: Involvierung von Arbeitgebenden und Arbeitnehmenden



Entscheidend ist für Mitarbeitende
das Gesamtpaket.

Individuelle Menükarte

Menükarte

innerbetriebliche Zufriedenheit



individuelle Arbeitsmodelle



Rahmenbedingungen



Projekt All in One – Jobs mit «Mehrwert» in Graubünden



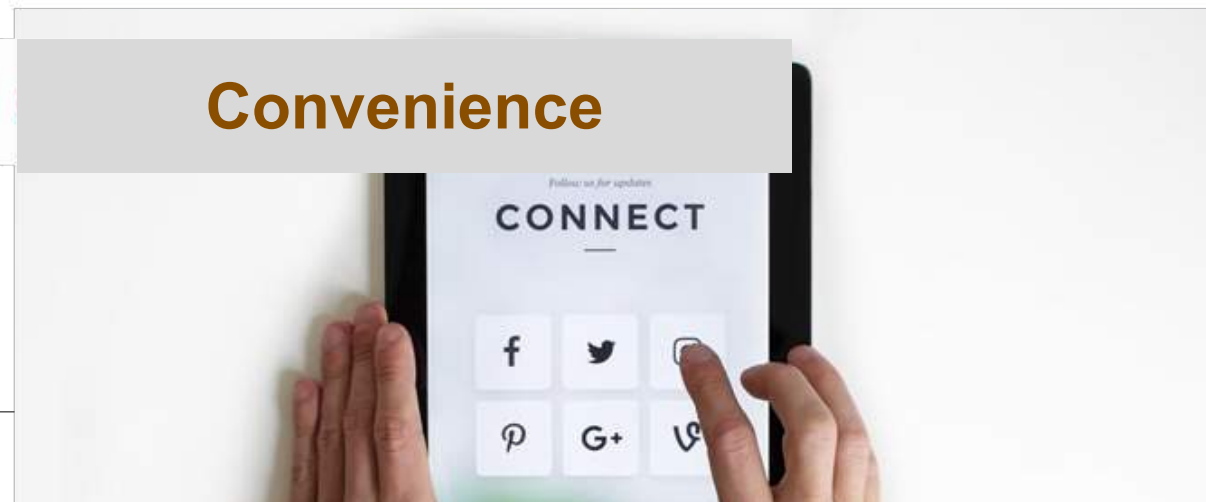
Job (Flexwork)



Unterkunft



Benefits



Convenience

Projekt All in One – Bestandteile des Vorhabens

Convenience für potenzielle Mitarbeitende: alles aus einer Hand

Jobs einfach finden

Zentraler Hub für Saison- und Ganzjahresjobs im Bündner Tourismus

- Jobangebote
- Bewerbungsmöglichkeit
- Umgekehrte Bewerbung: Arbeitgeber bieten sich Interessenten an
- Support zu Behördlichem: Infos zu Aufenthaltsbewilligungen, usw.

Wohnungen einfach finden

Wohnungsmarkt

WG-Zimmerbörse

Temporäre Unterkunftsmöglichkeiten (Hotelzimmer, usw.)

Freizeit einzigartig gestalten

Benefits, z.B. Rabatte auf Tickets, Vergünstigungen in den Restaurants der Partnerhotels, Mitarbeiter-Events in GR, Community

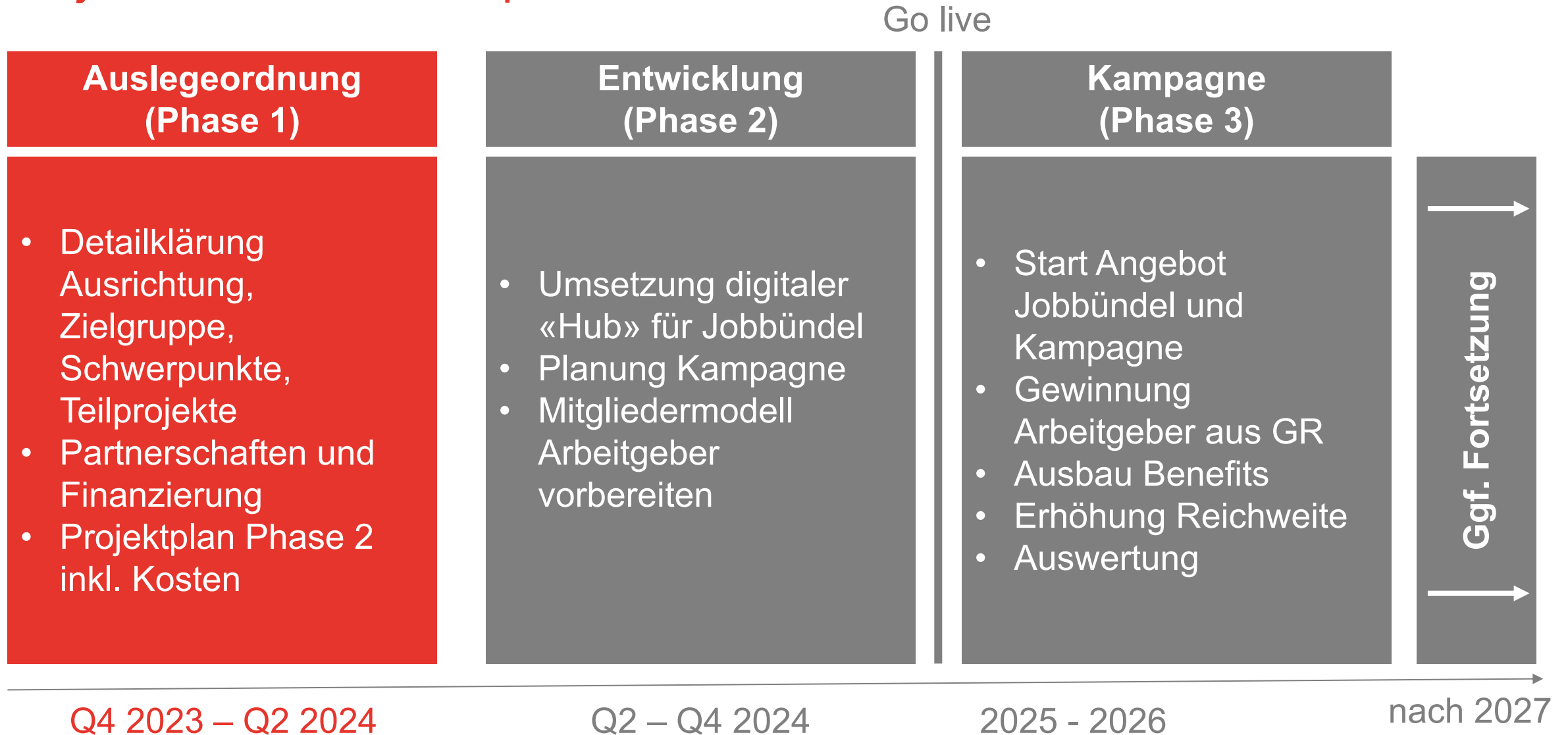
Strahlkraft nach Aussen

Zielgruppengerechte Kampagne zur Gewinnung von neuen Mitarbeitenden für Graubünden

(Kommunikationsoffensive inkl. digitale Kanäle)

Wirkungsmessung

Projekt All in One – Geplanter Ablauf



Projekt – «NextGen Tourism Board»



Weitere bereits bestehende Projekte

Weiterbildungsangebot – gastrogr.ch/alle-kurse

- Neu: «Quick-Check Führung» und «Update Führung»
- Leadership-Kurs
- Gastro Unternehmergeausbildung
- u.v.m.

Nachwuchsförderung – gastrostory.ch

- Gastro Story

Positives Ergebnis, aber in die Zukunft schauen!

Die Zufriedenheit der Mitarbeitenden im Bündner Tourismus ist hoch.

4.1 von 5

Individuelle Menükarte

Menükarte

innerbetriebliche Zufriedenheit



individuelle Arbeitsmodelle



Rahmenbedingungen



5. Fragen an die Referierenden

Frieder Voll

Studienleiter Fachhochschule Graubünden

Anke Gähme

Leiterin Unia Ostschweiz-Graubünden

Mark Tischhauser

Geschäftsführer GastroGraubünden