



Roland Schuler
Direktor Arosa Tourismus

Employer Branding und Unternehmenskultur

Wer sich entscheidet, in Arosa eine neue Stelle anzutreten, ist bereit, grosse Veränderungen in Kauf zu nehmen. Denn der neue Job bringt nicht nur einen Arbeitswechsel mit sich, sondern in den meisten Fällen auch einen Wohnortwechsel und folglich eine Veränderung des bisherigen Soziallebens. Neuer Job, neue Wohnung, neuer Ort, neues Umfeld, neue Freunde und vieles mehr.



Ferienregion als Partner

Wir als gesamte Destination und im Speziellen als Unternehmung sind gefordert, bestmögliche Voraussetzungen für eine lange und schöne Arosa-Zeit zu bieten. Denn es ist nichts Neues, dass die Mitarbeitenden das Gold des Unternehmens sind – Ihr Wissen, Ihre Identifikation mit dem Arbeitgeber sowie die Motivation, täglich das Beste zu leisten, sind für den Geschäftserfolg des Unternehmens/der Ferienregion essenziell.

Der Vorstand von Arosa Tourismus hat daher im Jahr 2023 das Thema Employer Branding lanciert und daraus Massnahmen an die Operativen übergeben. Mit dem Ziel, den Mitarbeitenden in Arosa eine neue Informations-Plattform anzubieten. Ein Info- und Kommunikationstool zu schaffen, welches als Basis für ein spannendes und erfüllendes Leben in Arosa helfen kann.

www.arosa4you.ch

Wer die Website besucht, findet Arosener Jobangebote aus allen Branchen und vertiefte Informationen zu Arosa. Keine Gästeweblogs, sondern Wissenswertes zum Leben in unserem schönen Ort.

Unter der Rubrik «Dein Arosa» wird aufgezeigt, was man selber entdecken und wie man sich im Ort einsozialisieren kann. Beispielsweise durch die Aufnahme in einem der Arosener Vereine oder durch freiwillige Einsätze bei Events. Und zu guter Letzt werden im Marktplatz Benefits und Goodies angeboten. Man soll als Arosa-Botschafter:in auch profitieren dürfen. Von kleinen Dingen bis hin zu tollen Angeboten wird es Platz für alles und diverse Interessen haben. Natürlich mit dem Ziel, dass es nicht nur ein Job bleibt, sondern man sich mit dem Ort identifizieren kann und so möglichst lange in Arosa bleibt.

Betriebe gefordert – Changemanagement

Tagtäglich verbringen wir einen grossen Teil unserer Zeit am Arbeitsplatz. Es stellt sich die Unternehmensfrage, «Tun wir alles, was benötigt wird, damit sich unsere Mitarbeitenden in ihrer Rolle zufrieden, wertgeschätzt und gefordert fühlen?».

Um Mitarbeitende zu halten, reicht heutzutage eine einfache Vergütung nicht mehr aus. Die Pandemie hat viele neue Massstäbe und Anforderungen seitens Mitarbeitenden gesetzt. Doch es darf nicht nur eine Wohlfühlphase entstehen, auch der Leistungsgedanke und die Tourismus-Extrameile dürfen/müssen weiterhin eine Erwartungshaltung sein. Schlussendlich macht, wie immer, der ideale und gemeinsame Mix eine erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer aus.

Arbeitgeber Arosa Tourismus

Von aussen betrachtet hatte Arosa Tourismus in den letzten Jahren eine erhöhte Fluktuation. Personelle Wechsel begleiten uns als Organisation immer wieder. Auch wenn in Gesprächen vieles relativiert wird, darf man als Arbeitgeber nicht einfach wegschauen, sondern muss sich von Zeit zu Zeit spiegeln und auch analysieren. Innerhalb einer anonymen Umfrage hat unser Team 17 Fragen zur Zufriedenheit, zur Zusammenarbeit, zum Inhalt des Tätigkeitsfeldes, zum Verhältnis Aufgabe und Zeit sowie natürlich auch zu Lohn und Benefitleistungen beantwortet.

Am meisten geschätzt wird das selbstbestimmte Handeln in den entsprechenden Aufgaben und Verantwortlichkeiten. Die allgemeine Zufriedenheit wird mit 8,22 Punkten von maximal 10 als dritthöchster Wert aller Fragestellungen bewertet, und dies freut uns natürlich besonders. Auch der Inhalt der Arbeit macht dem Team Spass und erhält einen Wert von 8,11. Das Verhältnis der Aufgabe und Zeit wie auch der Lohn erhalten die zwei tiefsten Werte. Punkte, die nicht einfach per Knopfdruck gelöst werden können, wir aber auch bereits seit längerer Zeit versuchen zu optimieren. Über alle Fragestellungen hinweg liegt ein Mittelwert von 7,73 Punkten vor. Das Ergebnis erfreut uns und zeigt, dass wir als Team und als Arbeitgeber in die richtige Richtung unterwegs sind.

Unternehmenskultur

Im gleichen Zug der Befragung wollten wir auch ein Sichtbild zu unserer Unternehmenskultur und unseren Werten herausfiltern. Die Auswertung hat dabei folgende spannende Zusammenfassung ergeben:

Wie beschreiben wir die Unternehmenskultur bei Arosa Tourismus?

Die Unternehmenskultur bei Arosa Tourismus ist anpassungsfähig, motiviert, offen, kreativ und familiär.

Welche Werte sollen bei Arosa Tourismus gelebt werden?

Die Unternehmenskultur bei Arosa Tourismus basiert auf den Werten Teamgeist, Transparenz, Nachhaltigkeit und Kreativität, auf hohen Leistungsstandards, Respekt und der Förderung von Selbstständigkeit.

Zukunftsblick

Der demografische wie auch ein sich verändernder Wertewandel werden uns in den nächsten Jahren als Tourismusregion stark beschäftigen. Der Fachkräftemangel bleibt in gewissen Branchen das Thema Nummer eins und es kommen weitere strukturelle Veränderungen wie die Digitalisierung und die künstliche Intelligenz dazu. Doch Arosa wäre nicht Arosa, wenn es die Challenges nicht angenommen hätte und bereit wäre, seinen Beitrag zu leisten und für die Zukunft bereit zu sein. Wie sagt man doch so schön: «Born ready.»