

Projekttitel: Erfolgsfaktor Mitarbeiter - Weiterbildungsoffensive im Dolce Vita Hotel Jagdhof

Titolo Progetto: Le risorse umane come fattore di successo - offensiva di formazione del Dolce Vita Hotel Jagdhof

Projektnummer: BZ-002068

Codice Progetto:

Öffentlicher Betrag: € 179.802,00,-

Importo Pubblico:

Kurze Beschreibung: Die Corona-Pandemie hat ihre Spuren im Südtiroler Tourismus hinterlassen. Die Einschränkung der Reisefreiheit sowie die Unsicherheit der Reisenden 2020 haben im Vergleich zum Vorjahr zu einem Rückgang von -41,1% bei den Ankünften und -36,9% bei den Nächtigungen in Südtirol geführt („Tourismus in einigen Alpengebieten 2020“, astatinfo 45/2021). Auch die vergangene Wintersaison 2020/2021 war durch die Auswirkungen der Covid-19-Pandemie geprägt. Die Ankünfte im Zeitraum November 2020 bis April 2021 fielen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 92,4% geringer aus, die Zahl der Übernachtungen sank um 93,6% („Entwicklung im Tourismus – Winterhalbjahr 2020/2021“, astatinfo 29/2021). Damit nicht genug, stand der in Südtirol so bedeutende Sektor zu Beginn der Sommersaison vor einer weiteren Herausforderung: In der coronabedingten Zwangspause haben sich viele Mitarbeiter*innen, die vorher im Tourismussektor beschäftigt waren, eine andere Arbeit gesucht und fehlen nun als gelernte Arbeitskräfte in der Gastronomie und Hotellerie. Der Fachkräftemangel und die hohe Fluktuation sind schon seit Jahren beherrschende Themen auf dem Markt, die auch dem Antragsteller mehr als bekannt sind. Mittlerweile stellt das Hotel vielfach Quereinsteiger ein und bildet diese nach ihrem Bedarf und den Anforderungen des Betriebes aus. Die ständige Weiterbildung seiner Mitarbeiter*innen ist Teil der Unternehmensstrategie des DolceVita Hotels Jagdhof. Während einige Hotelbetriebe vermehrt auf Investitionen in Infrastrukturmaßnahmen setzen, sieht der Antragsteller den Schlüssel zur Sicherung des Unternehmensbestandes in der Investition in sein Humankapital.

Descrizione Sintetica: La pandemia di Corona ha lasciato le tracce sul turismo altoatesino. La limitazione della libertà di viaggio e l'incertezza dei viaggiatori nel 2020 hanno portato a un calo del -41,1% degli arrivi e del -36,9% dei pernottamenti in Alto Adige rispetto all'anno precedente ("Il turismo in alcune regioni alpine 2020", astatinfo 45/2021). La passata stagione invernale 2020/2021 è stata anche segnata dagli effetti della pandemia di Covid 19. Gli arrivi nel periodo novembre 2020 - aprile 2021 sono stati inferiori del 92,4% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, e il numero di pernottamenti è diminuito del 93,6% ("Sviluppo del turismo - semestre invernale 2020/2021", astatinfo 29/2021). Come se non bastasse, il settore, così importante in Alto Adige, ha dovuto affrontare un'ulteriore sfida all'inizio della stagione estiva: durante la pausa forzata causata dalla crisi di Corona, molti dipendenti che prima erano impiegati nel settore turistico hanno cercato un altro lavoro e ora mancano come operai specializzati nella ristorazione e nell'industria alberghiera. La mancanza di lavoratori qualificati e l'alta fluttuazione sono stati problemi dominanti sul mercato per anni, di cui anche il richiedente è più che consapevole. Nel frattempo, l'hotel assume spesso dei collaboratori laterali e li forma secondo i loro bisogni e le esigenze del business. La formazione continua dei suoi dipendenti fa parte della strategia aziendale del DolceVita Hotel Jagdhof. Mentre alcune aziende alberghiere si concentrano sempre più sugli investimenti in misure infrastrutturali, il richiedente vede la chiave per assicurare l'esistenza dell'azienda nell'investire nel suo capitale umano.

Zielgruppen: Die Maßnahme richtet sich an 46 MA des Dolce Vita Hotel Jagdhof, davon 4 Personen aus der Unternehmerfamilie selbst und 42 weitere Personen mit privatrechtlich befristetem oder unbefristetem Arbeitsvertrag. Die TN lassen sich in vier Altersklassen unterteilen, von denen rund 35% der Altersgruppe unter 25 Jahren angehören, 17% der Altersgruppe 25-35 Jahre, 13% der Altersgruppe 36-50 Jahre und weitere 35% der Altersgruppe 50+. Rund 72% der 46 Teilnehmer sind weiblich. Nach dem Herkunftsland lässt sich die Zielgruppe wie folgt unterteilen: 89,13% aus Italien, 4,35% aus der EU und 6,52% aus Nicht-EULändern. Die Qualifikationsniveaus der einzelnen Teilnehmer*innen reichen vom Abschluss der Pflichtschule, über Lehrabschlussdiplome, hin zum Maturaabschluss sowie zum Bachelordiplom. Das Bildungsprojekt ist bereichsübergreifend und bezieht folgende Abteilungen mit ein: Geschäftsführung, Verwaltung/Rezeption, Beauty/Spa/Fitness, Service, Küche und Housekeeping.

Gruppi di riferimento: La misura è destinata a 46 dipendenti del Albergo Dolce Vita Hotel Jagdhof, di cui 4 membri della stessa famiglia imprenditoriale e altri 42 con contratti di lavoro di diritto privato, a tempo determinato o indeterminato. I partecipanti possono essere suddivisi in tre fasce d'età, di cui circa il 35% appartiene alla fascia d'età inferiore ai 25 anni, il 17% alla fascia d'età 25-35, il 13% alla fascia d'età 36-50 e un altro 35% alla fascia d'età 50+. Circa il 72% dei 46 partecipanti sono donne. Per paese d'origine, il gruppo target può essere suddiviso come segue: 89,13% dall'Italia, 4,35% dall'UE e 6,52% dal territorio extra UE. I livelli di qualificazione arrivano dal diploma della scuola d'obbligo, all'apprendistato professionale, al diploma di maturità nonché al diploma di laurea. Il progetto educativo è interdipartimentale e coinvolge i seguenti dipartimenti: Gestione, Amministrazione/Reception, Bellezza/Spa/Fitness, Servizio, Cucina e Servizio di pulizia.



Dolce Vita Hotel Jagdhof GmbH
Herrengasse 15, 39021 Latsch (BZ)
UIdNr. IT 01278850217

ESF | FSE
Europäischer Sozialfonds
Fondo Sociale Europeo



AUTONOME
PROVINZ
BOZEN
SÜDTIROL



PROVINCIA
AUTONOMA
DI BOLZANO
ALTO ADIGE

Pressemitteilung vom 04.08.2022

Mitarbeiter als Erfolgsfaktor

Die Corona-Pandemie hat ihre Spuren im Südtiroler Tourismus hinterlassen. Neben finanziellen Einbußen haben viele Mitarbeiter*innen der Branche den Rücken gekehrt. Das Dolce Vita Hotel Jagdhof in Latsch startet mit Fördergeldern aus dem Europäischen Sozialfond ESF eine Weiterbildungsoffensive um Mitarbeiter*innen intern weiterzubilden.

Zu Beginn der heurigen Sommersaison standen Südtirols Hotellerie und Gastronomie vor einer großen Herausforderung: In der coronabedingten Zwangspause haben sich viele Mitarbeiter*innen, die vorher im Tourismussektor beschäftigt waren, eine andere Arbeit gesucht und fehlen nun als gelernte Arbeitskräfte in der Branche. Der Fachkräftemangel und die hohe Fluktuation sind schon seit Jahren beherrschende Themen auf dem Markt. Auch das Dolce Vita Hotel Jagdhof sieht sich seit geraumer Zeit mit diesen Herausforderungen konfrontiert. Mittlerweile stellt das Hotel vielfach Quereinsteiger ein und bildet diese individuell nach Bedarf und Anforderungen des Betriebes aus. Die ständige Weiterbildung seiner Mitarbeiter*innen ist Teil der Unternehmensstrategie des Dolce Vita Hotels Jagdhof. Während einige Hotelbetriebe immer noch vermehrt auf Investitionen in Infrastrukturmaßnahmen setzen, sieht die Familie Pirhofer den Schlüssel zum Erfolg und zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit in den Mitarbeitenden.

Das EU-Förderprojekt „Erfolgsfaktor Mitarbeiter“ welches im Juni diesen Jahres gestartet ist und bis Juni 2023 läuft, umfasst ein Gesamtbudget von 180.000 Euro und wird vom Europäischen Sozialfond der Autonomen Provinz Bozen gefördert.

Mit dem Vorhaben das sich an 46 Mitarbeiter*innen richtet, beabsichtigt das Dolce Vita Hotel Jagdhof, dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken und damit die Konkurrenzfähigkeit am Markt zu erhöhen. Mitarbeiter*innen, die sich intern weiterbilden können, sind produktiver und motivierter. Die Investition des Unternehmens wird von den Beschäftigten als Zeichen der Wertschätzung wahrgenommen, was wiederum dazu führt, dass sich die Mitarbeiter*innen mit dem Betrieb identifizieren und sich emotional an ihn binden. Das Bildungsprojekt wirkt bereichsübergreifend und reicht von der Geschäftsführung über die Verwaltung und Rezeption hin zu Beauty, Service, Küche und Housekeeping.

Der Junior-Chef und Leiter des Projektes, Julian Pirhofer sieht die EU-Förderung als eine große Chance für den Tourismusbetrieb: „Unsere Mitarbeiter*innen sind für uns ebenso wichtig, wie unsere Gäste. Das Förderprojekt erlaubt es uns, dieser Haltung noch stärker Ausdruck zu verleihen und die Qualitätsstandards nach innen und außen nicht nur zu halten, sondern zu verbessern.“ Das vorliegende Bildungsprojekt zeichnet sich durch einen hohen Praxisbezug aus: Fallbeispiele und tägliche Situationen aus den einzelnen Bereichen werden betrachtet, um im Anschluss spezifisches Wissen, Methoden und Lösungen zu vermitteln. Die Geschäftsführung erkennt aber auch die administrativen Herausforderungen, die mit einem EU-Förderprojekt verbunden sind: „Wer sich von einem derartigen Projekt ein schnelles Geld erhofft, wird enttäuscht werden.“, so Pirhofer. Doch mit professioneller Anleitung von externen Expert*innen lässt sich das Vorhaben auch im laufenden Betrieb gut umsetzen.

