



ONLINE-UMFRAGE ZEIGT: UNZUFRIEDENHEIT BEI MITARBEITERN IM TOURISMUS

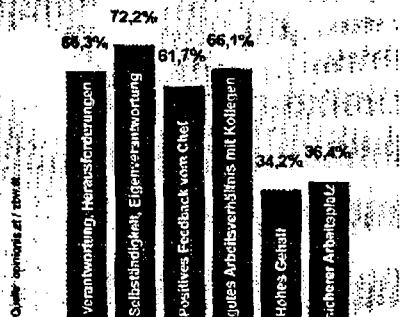
Die beiden Grazer Forschungsunternehmen ZBW GmbH und Opinionis-Analysen führten Österreichs bisher größte Personalbefragung im Bereich Hotellerie, Gastronomie und Touristik durch. Hauptziel

dieser Studie war die Analyse von wichtigen, viel zu oft vernachlässigten Fragestellungen wie „Mitarbeitermotivation“, „Arbeitszufriedenheit und Arbeitsklima“, „Belastungsfaktoren am Arbeitsplatz“, „Entlohnung und Cratifikation“ sowie das „Verhalten von Führungskräften“.

Die Studie fördert eindeutige Ergebnisse zutage: Überraschenderweise ist für die Mehrheit der Befragten das Grundgehalt nicht der wichtigste Motivationsfaktor. So sind Selbstständigkeit und Eigenverantwortung in der Arbeitsgestaltung, gefolgt von einem guten Arbeitsverhältnis unter der Belogschaft und abwechslungsreiche bzw. herausfordernde Arbeitsaufgaben weitaus wichtiger. Ein hohes Grundgehalt und attraktive Boni werden im Gegensatz dazu nur von 34Prozent der Befragten als „großer Mo-

tivationsfaktor“ bezeichnet (siehe Grafik). Damit zeigt sich ein Phänomen, das Arbeitspsychologen schon lange bekannt ist, wie der Projektleiter der ZBW GmbH, Gerd Beidernikl, betont: „Die Analyse zeigt das klassische Spannungsfeld von externen und internen Motivationsfaktoren. Extern motiviert wird man durch äußere Belohnungen, wie z.B. dem Gehalt. Aber ausschlaggebender sind die inneren Faktoren, wie etwa das Gefühi Verantwortung für etwas zu tragen. Gerade diese inneren Faktoren werden in Hotellerie und Gastronomie oft vernachlässigt, obwohl sie die wichtigeren sind, sich langfristig auf das Betriebsklima auswirken – und letztlich auch billiger für die Betriebe sind.“ Der Projektleiter von Opinionis, Gerd Weingrill, ein langjähriger Manager aus dem Hotelleriebereich, weiß dies

Was spornst Sie bei der taglichen Arbeit an?



www.opinionis.at

Ein Stück Zuverlässigkeit

Info: 02712 100 138

aus seiner Praxis heraus zu bestätigen: „Freundlichkeit auf Befehl ist unmöglich. In der täglichen Arbeit muss eine Unternehmenskultur als Basis vorhanden sein, in der Leistung, Spaß und gutes Klima untereinander selbstverständlich sind. Hierzu sollte das eigene Verhalten gegenüber dem Mitarbeiter als Erstes unter die Lupe genommen werden.“

WAS DIE MITARBEITER WOLLEN

Die Studie ist ein deutliches Signal an die Arbeitgeber. 85 Prozent der Befragten geben an, dass ein gutes Arbeitsklima der wichtigste Aspekt bei der Wahl eines Arbeitgebers ist. Wer also gutes Personal möchte, der sollte auch für das entsprechende Betriebsklima sorgen, denn das kann man nicht um Geld kaufen. Zwei weitere wichtige Faktoren sind abwechslungsreiche Arbeitsaufgaben und Freiräume in der Arbeitsgestaltung – nur wer diese bietet, kann auf Dauer ein interessanter Arbeitgeber sein. Und dazu zählt auch der bisher kaum beachtete Punkt der Kinderbetreuung. Nur 4 Prozent geben dabei Unterstützung von ihrem Arbeitgeber an. Dagegen ist für 56 Prozent der Mitarbeiter, vor allem für Frauen, die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben besonders wichtig. Bei der Jagd nach gutem Personal können diese Angebote einem Betrieb entscheidende Vorteile bringen und ausgezeichnete Mitarbeiter langfristig binden.

Und nicht vergessen: Wer hart arbeitet, möchte auch Lob für sein Bemühen bekommen. Rund 62 Prozent der Befragten geben Lob und Anerkennung als wesentliche Motivationsfaktoren an. Aber gerade der wertschätzende Umgang durch die Vorgesetzten bleibt oft auf der Strecke. In einer Branche mit einem sehr hohen Anteil an geringfügigen Beschäftigten und Saisonverträgen scheint es vielen Geschäftsführern und Personalleitern nicht der Mühe wert, sich intensiv um ihre Belegschaft zu kümmern. Vor allem kleine und mittlere Betriebe zeigen diesbezüglich enormen Aufholbedarf. Gerd Weingrill dazu: „Jeder Arbeitnehmer braucht ehrliches Feedback und respektvolle Behandlung. Von der Aushilfe bis zum Chefkoch orientieren sich Mitarbei-

ter an Lob und Kritik von anderen. Bleiben diese Rückmeldungen über längere Zeit aus, bleibt auch die Leistung aus.“

DIETÄGLICHEN PROBLEME DER BRANCHE

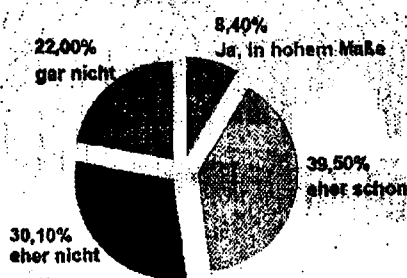
Die Marktforscher aus Graz identifizieren zentrale Faktoren als Ursache für die Demotivation und schlechte Leistungen. Stress und Zeitdruck werden bei den Befragten dabei am häufigsten genannt. 45 Prozent der Befragungsteilnehmer geben zusätzlich an, in ihrem Arbeitsbereich keine Karrieremöglichkeiten und Aufstiegchancen zu sehen – ein langfristiges Problem, das Mitarbeiter öfters den Betrieb wechseln lässt. Rund 34 Prozent sprechen weiters von häufigem oder täglichem Druck durch die Vorgesetzten.

Was können Dienstgeber tun, um diese Probleme zu vermeiden? Der Stress lässt sich in den meisten touristischen Berufen nicht vollends abbauen. Aber es lässt sich ein Arbeitsklima schaffen, in dem die Mitarbeiter ihren Stress abladen, ihre Probleme anbringen können und sich von ihren Vorgesetzten ernst genommen fühlen. Es gilt darum durch gezielte Personalplanung berufliche Perspektiven zu vermitteln, die den Mitarbeitern eine Zukunft bieten.

Es zeigt sich also sehr deutlich, dass viele der Probleme in der Branche hausgemacht und durchaus vermeidbar sind. „Nehmen Sie sich die Zeit für die Kommunikation mit dem Mitarbeiter“, so einfach ist die Empfehlung von Gerd Beidernikl an die Verantwortlichen der Tourismusbranche. „Die Zeit, die man in die frühzeitige Vermeidung von Krisen und Frustration investiert, bekommt man in Form motivierter und leistungsbereiter Mitarbeiter zurück. Dazu gehört auch ein betriebliches Kommunikationssystem, das es Mitarbeitern ermöglicht, ihre Anliegen vorzubringen.“

Wie wichtig eine adäquate Reaktion auf Probleme, Krisen und Anliegen der Mitarbeiter ist, zeigt auch deutlich ein anderes Ergebnis: Aus Sicht der Arbeitnehmer handeln rund 50 Prozent der Arbeitgeber bei Krisen und Problemen nicht entsprechend und bieten – aus Sicht der Befragten – keine wirkliche Lösung an (siehe Grafik). Die Mitarbeiter hängen mit ihren Problemen in der Luft. Die Folge davon: Für 40 Prozent der Studienteilnehmer sind genau diese hausgemachten Ursachen der Grund für einen Arbeits-

Reagieren touristische Betriebe entsprechend, um Belastungen für die Mitarbeiter am Arbeitsplatz zu reduzieren?



Quelle: opinionis.at / zbw.at

platzwechsel. Die gesamte Studie ist bei der ZBW Forschungs- und Beratungsges. m.b.H. zu beziehen. Zusätzlich zur Analyse enthält die Studie auch einen Leitfaden mit Tipps und Tricks für die Praxis und richtet sich an alle Geschäftsführer und Personalverantwortlichen in der Tourismusbranche, die ihr Personalwesen verbessern wollen.

INFOS:

ZBW Forschungs- und Beratungsges.m.b.H.

Niesenberggasse 37/3
A-8020 Graz
Tel.: +43 (0)316-721744
Fax: +43 (0)316-721744-21
E-Mail: office@zbw.at
www.zbw.at

Opinionis-Analysen
Schulstr. 19
A-8111 Judendorf-Strabergel
Tel.: +43 (0)3124-53525
E-Mail: gerd@opinionis.at
www.opinionis.at