

Mitarbeiter binden – so geht's!

von Oliver Graue

Montag, 21. März 2022



Sie haben ihre Strategie verraten, Mitarbeiter zu halten: Jerome Rienhoff (Urlaubsguru), Tatjana Matekovic (Reisebüro Papendick) und Michael Riebel (Siamar Reisen).

Wertschätzung, Zusatzleistungen, Arbeitszeiten, Gehalt – wer Mitarbeitende halten will, muss ihnen was bieten. Drei Reisebüros zeigen, was sich machen lässt.

Dort arbeiten, wo andere Urlaub machen. Den Spruch, mit dem etliche Destinationen um Personal werben, setzt das Reisebüro Papendick im wörtlichen Sinne um – und zwar für die eigenen Beschäftigten.

Jeweils gut eine Woche lang richten die Counter-Kräfte ihren Arbeitsplatz statt in der Agentur in einem Ferienhotel ein. Von dort beraten sie (digital) Kunden, verkaufen Reisen und berichten in den sozialen Medien: Wie sieht es im Hotel aus? Welche Restaurants sind zu empfehlen? Und was im Land sollte man sich anschauen?

"Mitarbeiter binden – so geht's!": Unter diesem Motto haben drei Profis beim Counter-Place-Wissenstag von fww | TravelTalk berichtet, was sie tun, um

Fachkräfte zu halten. Reisebüros und Veranstaltern macht es zu schaffen, dass während der Pandemie viele Beschäftigte der Touristik den Rücken gekehrt haben – oder kehren mussten. Nun, wo die Buchungen wieder anziehen, fehlt es an Personal.

Mehr dazu



Fachkräftemangel

Fünf Tipps für erfolgreiche Personalsuche nach Corona

(/counter/karriere/fachkraeftemangel-fuenf-tipps-fuer-erfolgreiche-personalsuche-nach-corona-224551)

Mit der Möglichkeit, vom Hotel etwa auf Fuerteventura oder Madeira aus tätig zu sein, "wollen wir unseren Mitarbeitern etwas Besonderes bieten", sagt Tatjana Matekovic, Teamleiterin im Reisebüro Papendick. Dabei ist das Homeoffice am Urlaubsort nicht das Einzige, mit dem die Siegburger ihr Team zusammenhalten.

Job-Fahrräder, Arbeitsplatzbrillen, vermögenswirksame Leistungen und gesponserte Abendstudiengänge sind weitere Offerten. Vor allem jedoch will Tatjana Matekovic die Eigenverantwortung und damit die Motivation ihrer Kolleginnen und Kollegen stärken.

So organisieren sich diese in kleinen Teams, die selbsttätig Projekte betreuen, etwa Social-Media-Auftritte zu speziellen Themen gestalten oder Kundengespräche lieber am späten Abend führen als zu den klassischen Geschäftszeiten. "Wir möchten die Kollegen dort abholen, wo sie ihre Stärken

sehen", sagt sie.

Mehr dazu



Tourismusbranche

Wie groß der Fachkräftemangel wirklich ist

(/counter/karriere/tourismusbranche-wie-gross-der-fachkraeftemangel-wirklich-ist-224232)

Wertschätzung beginnt für sie dabei bereits im Kleinen. Gerade in Pandemie- und Homeoffice-Zeiten habe man sich "auch mal Zeit für einen Telefonanruf genommen, um Kollegen für ihren tollen Einsatz zu loben", sagt sie.

Auch für Jerome Rienhoff, Feelgood-Manager bei Urlaubsguru, "war immer schon der Gedanke wichtig, den Expedienten mehr zu bieten als den reinen Arbeitsplatz". Er nennt das gemeinsame Schnitzeessen am Donnerstagabend auf Rechnung des Arbeitgebers, aber auch die kleine Aufmerksamkeit am Valentinstag.

"Vorher sollte man aber klären, was den Geschmack der Mitarbeiter trifft", rät er: "Das beginnt schon bei der platten Frage, ob sie lieber Bier oder Wein trinken", nennt er ein Beispiel. Und erntet damit Zustimmung bei Michael Riebel. Der Inhaber von Siamar Reisen in Leipzig rät, "Mitarbeiterbindung mit Augenmaß umzusetzen".

Er setzte den Startpunkt mit einer Einladung in ein Restaurant: "Das war ein

wertvoller Schub, das hat Spirit geschaffen", erzählt er und räumt ein, nach Ausbruch der Pandemie zunächst viel zu lange stillgehalten zu haben. Sein Fazit: "Egal, wie schlecht es der Firma geht, man muss die Kollegen wertschätzen. Sie sind das größte Kapital."

Flexible Arbeitszeit und Gehalt

Dazu gehörten aber nicht nur Aufmerksamkeiten oder Zusatzleistungen, waren sich die drei Diskutanten einig. Wichtig sei bereits, alle Mitarbeitenden, die sich noch im Homeoffice befänden, permanent auf dem Laufenden zu halten. So hat Papendick während der Pandemie monatliche Talks mit allen organisiert, Informationen verschickt und über ein bereits vor Corona entwickeltes Portal Online-Schulungen angeboten.

Und für alle, die in Kurzarbeit waren, gab es Welcome-back-Schulungen, um über neue Prozesse und Themen zu informieren. "Denn auch während Corona ist die Zeit ja nicht einfach stehen geblieben", sagt Matekovic.

Mehr dazu



Mitarbeiterbindung in der Krise

"Fatale Müdigkeit im Krisenmanagement"

(/counter/karriere/mitarbeiterbindung-in-der-krise-den-menschen-sehen-213574)

Und mindestens so entscheidend für die Mitarbeitermotivation sei der richtige

Umgang mit den klassischen Fragen – von der Arbeitszeit bis zum Gehalt. Das Problem: Leicht zu lösen sind beide nicht. So werde Urlaubsguru zwar künftig ein flexibles Arbeitszeitmodell mit einer Kombi aus Homeoffice und Büro anbieten, berichtet Rienhoff.

Er wie auch Riebel weist aber sowohl auf die im Fokus stehenden Kundenwünsche als auch die teilweise deutlich gesunkenen Mitarbeiterzahlen hin. Siamar Reisen versuche, seinen Beschäftigten mit einem Gleitzeitmodell entgegenzukommen, das es ermögliche, die Präsenzzeit im Büro zu verringern und die Tätigkeit außerhalb einer definierten Kernarbeitszeit freier zu gestalten. "Aber ganz flexibel, das funktioniert im Reisesegment einfach nicht."

Schwieriges Thema Geld

Als ähnlich schwierig erweist sich das Thema Bezahlung – in einer Branche, deren Margen eher gering sind. Papendick habe sich zwar immer schon am Tarifvertrag des Deutschen Reiseverbands orientiert und zusätzlich Leistungsprämien gezahlt, sagt Tatjana Matekovic. Dem Wunsch nach einer Gehaltserhöhung nach zwei Jahren Corona nachzukommen, gehöre jedoch zur Wertschätzung dazu.

Auch Riebel will die Gehälter an den Tarifvertrag anpassen, verzichtet im Gegenzug auf individuelle Leistungsprämien ("Die fördern nicht die Teamarbeit") und auf Neukunden-Marketing. "Indem wir uns auf unsere Stammkunden konzentrieren, erzielen wir einen besseren Ertrag", sagt er. Bei ihm sank die Zahl der Beschäftigten von 33 auf 19, bei Urlaubsguru sogar von 200 auf 80.

Rienhoff schließlich hält es für entscheidend, das "Drumherum" noch mehr zu verbessern als allein das Finanzielle. "Wir wollen uns für unsere Mitarbeiter unverzichtbar machen", sagt er, "und zwar in erster Linie durch soziale Leistungen außerhalb des Gehalts, durch anspruchsvolle Aufgaben und durch eine Stärkung des Wohlfühlcharakters."

Gratis zu haben ist aber auch das nicht: Mitarbeiterbindung kostet Zeit und Geld, sind sich die drei Profis einig – so oder so.

Kommentare

Ihr Kommentar