

# Nicht nur Gäste sollen sich wohlfühlen

Resort „Die Wutzschleife“ begegnet Fachkräftemangel mit einzigartigem Mitarbeiterkonzept

VON THEO KURTZ

**RÖTZ-HILLSTETT.** Fachkräftemangel – diese Problematik hat mittlerweile die Gastronomie und Hotellerie erreicht. Auch das renommierte Resort „Die Wutzschleife“ muss sich dieser neuen Herausforderung stellen. Mit einem bislang bundesweit einzigartigen Mitarbeiterkonzept versucht man dort gegenzusteuern. In Rötz-Hillstett setzt man auf Motivation und gemeinsame Unternehmungen.

Rund 60 Beschäftigte verdienen in dem idyllisch gelegenen Resort ihre Brötchen. Etwa ein Viertel der Belegschaft scheidet jedes Jahr aus dem Arbeitsverhältnis aus. Eine gängige Fluktuation in der Branche. „In der Hotellerie ist es wichtig, in seinem Berufsleben viele Stationen zu absolvieren und Erfahrungen zu sammeln“, erläutert Geschäftsführer Jörg Hauer. Diese personellen Lücken wieder zu schließen wird aber immer schwieriger. „Auch wenn wir mit dem guten Ruf unseres Hauses einiges wettmachen können“, so der Manager. Zudem hat man in Hillstett mit einem Standortnachteil zu kämpfen. Während die Gäste gerade die Abgeschiedenheit und Ruhe zu schätzen wissen, schreckt die ländliche Umgebung potenzielle Mitarbeiter ab.

„Gastronomiebetriebe in attraktiven Großstädten haben es bei der Rekrutierung sicher einfacher“, ist Hauer überzeugt. Sich in seiner Freizeit in den Trubel einer Metropole zu stürzen ist von Rötz aus nicht ganz einfach. Regensburg liegt 60, Nürnberg gar 120 Kilometer entfernt. „Und viele Auszubildende haben noch keinen Führerschein“, macht der Geschäftsführer deutlich. Die Folge: Das Arbeitsumfeld wird für sie quasi zum Lebensmittelpunkt. Und dort sollen sie sich un-



**Mit einem bundesweit einmaligen Mitarbeiterkonzept will das Management des Resorts „Die Wutzschleife“ das Wir-Gefühl der Belegschaft weiter stärken. Dazu zählen neben Weiterbildungsveranstaltungen mit Eventcharakter auch gemeinsame Freizeitaktivitäten, wie etwa das Golf-Spielen.**

Foto: Schönberger

bedingt wohl fühlen, denn: „Ist die interne Stimmung bei der Belegschaft gut, gefällt es auch unseren Gästen“, macht Jörg Hauer den Zusammenhang von motivierten Mitarbeitern und wirtschaftlichem Erfolg deutlich.

Und genau darauf zielt das neue Konzept, das gemeinsam mit dem Wutzschleife-Team erarbeitet worden war, ab: „Wir wollen die Zufriedenheit der Beschäftigten langfristig sicherstellen“, erläutert der Hotelmanager. Auf drei Säulen ruht dieses Prinzip. So soll die Mobilität zum Beispiel durch den Einsatz von Shuttle-Bussen, die die Beschäftigten zum Shopping oder in die Disco fahren, erhöht werden. Weiterbildungsveranstaltungen haben Eventcharakter: Warenkunde fin-

det frühmorgens praxisnah beim Einkauf in den Großmarkthallen in München statt. Als kleines Zuckerl winkt im Anschluss ein zünftiges Weißwurstfrühstück im Hofbräuhaus. Gemeinsame Freizeitveranstaltungen wie Squashturnier, Fußballtraining oder Schminkkurse sollen den Gemeinschaftssinn und das Wir-Gefühl stärken.

Alle Veranstaltungen sind in einem eigenen Eventkalender zusammengefasst. Das Beste obendrein: Die Kosten dafür übernimmt der Arbeitgeber. Um allen Interessierten die Teilnahme zu ermöglichen, werden die Dienstpläne entsprechend angepasst. Die Wahl des Mitarbeiters des Monats, verschiedene Feste, die zum Beispiel von den Füh-

rungskräften auf die Beine gestellt werden, und kleine Präsente zum Jahres- und Geburtstag runden das Konzept ab.

Initiiert wurde das Motivationsprogramm von der Rooms Division Managerin Sabine Danzl. „Ich habe festgestellt, dass sich viele Mitarbeiter zwar täglich sehen, aber privat kaum kennen.“ Wie wichtig die sozialen Kontakte innerhalb der Hotelfamilie tatsächlich sind, hat sie am eigenen Leib erfahren. Sie war an einem der bekanntesten Traditions-Häuser in Wien engagiert. „Ich habe aber dort keinen Anschluss bekommen“, erzählt sie. Nach einem halben Jahr sagte sie der österreichischen Donaumetropole dann auch prompt wieder leise „servus“.