

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

Comunicato stampa del 04.08.2022:

La chiave del successo? Sono i dipendenti!

La pandemia ha segnato profondamente il settore turistico altoatesino. Oltre alle perdite finanziarie, molti lavoratori hanno abbandonato il settore. Il Dolce Vita Hotel Jagdhof di Laces ha avviato una campagna di formazione con il finanziamento del Fondo Sociale Europeo (FSE) per offrire ai propri dipendenti un percorso di qualificazione all' interno dell'azienda.

All'inizio della stagione estiva di quest'anno, l'industria alberghiera e della ristorazione altoatesina si è trovata di fronte a una grande sfida: durante la pausa forzata causata dalla crisi pandemica molti dipendenti del settore turistico si sono trovati altri impieghi e ora mancano all'appello come lavoratori specializzati nel settore. La mancanza di manodopera qualificata e l'elevata fluttuazione sono stati problemi dominanti nel mercato per anni. Anche il Dolce Vita Hotel Jagdhof si è confrontato con questo tipo di sfida per un certo periodo di tempo. Oggi, l'hotel offre lavoro anche a candidati provenienti da altri settori e li forma individualmente in base alle esigenze e ai requisiti dell'azienda. Nella strategia aziendale del Dolce Vita Hotel Jagdhof rientra anche la formazione continua dei propri dipendenti. Mentre alcune aziende alberghiere si concentrano sempre più sugli investimenti in infrastrutture, la famiglia Pirhofer riconosce nei dipendenti la chiave del successo e della competitività.

Il progetto di finanziamento UE "Success Factor Employees", iniziato a giugno di quest'anno e in corso fino a giugno 2023, ha un budget totale di 180.000 euro ed è sostenuto dal Fondo Sociale Europeo della Provincia Autonoma di Bolzano.

Con questo progetto, rivolto ai 46 dipendenti, il Dolce Vita Hotel Jagdhof intende contrastare la carenza di lavoratori qualificati e aumentare così la propria competitività sul mercato. I dipendenti che possono formarsi internamente sono più produttivi e motivati. L'investimento dell'azienda viene percepito dai dipendenti come un segno di apprezzamento, che a sua volta porta i dipendenti a identificarsi con l'azienda e a legarsi emotivamente ad essa. Il progetto educativo ha un effetto trasversale e spazia dalla gestione amministrativa al ricevimento, dal settore Wellness al servizio in sala e la cucina fino al servizio di Housekeeping.

Il junior manager e responsabile del progetto, Julian Pirhofer, vede il finanziamento dell'UE come una grande opportunità per il settore turistico: "I nostri dipendenti sono importanti per noi quanto i nostri ospiti. Il progetto di finanziamento ci permette di esprimere questo concetto chiave con ancora più forza. Non solo mantenendo alti gli standard di qualità sia interni che esterni, ma anche incrementandoli ulteriormente."

Il presente progetto educativo è caratterizzato da un elevato grado di rilevanza pratica: Vengono presi in considerazione casi di studio e situazioni quotidiane delle singole aree per impartire successivamente conoscenze, metodi e soluzioni specifiche. Tuttavia, la direzione riconosce anche le sfide a livello amministrativo e organizzativo associate a un progetto di di questo tipo: "Chi spera in un guadagno rapido da questo progetto rimarrà deluso", afferma Pirhofer, " Tuttavia, con la guida professionale di esperti esterni, il progetto può essere realizzato con successo anche durante le attività correnti."

