



**TOURISMUS
FORUM
SCHWEIZ**

"Wie verändert Covid-19 den Arbeitsmarkt im Tourismus?"

Tourismusforum der Schweiz – Webinar

Leitfaden für das Webinar vom 11. Dezember 2020

**Mireille Corger-Lattion
Alexandra Seeberger
Dr. Daniel Fischer
Curdin Bergamin**

Niederwangen b. Bern/Bern, 10. Dezember 2020

1 Begrüssung und Einführung	3
2 Covid-Krise als unternehmerische Herausforderung	11
3 Herausforderungen und Erfolgsfaktoren des Arbeitgebers	30
4 Einfluss der Covid-Krise auf die Ausbildung in der Hotellerie	33
5 Reflexion und Folgerungen	36
6 Abschluss	38

1 Begrüssung und Einführung



① Begrüssung zum TFS-Webinar

- Durch Mireille Corger-Lattion, SECO

1 Begrüssung und Einführung

② Spielregeln für das Webinar

- Alle **Mikrofone** & alle **Kameras** sind **ausgestellt**, **ausgenommen der jeweilige Redner**
- Das **Webinar** wird **nicht aufgezeichnet**
- Die **Präsentationsfolien** & die **Teilnehmerliste** werden im Anschluss allen Teilnehmern **zugänglich gemacht**

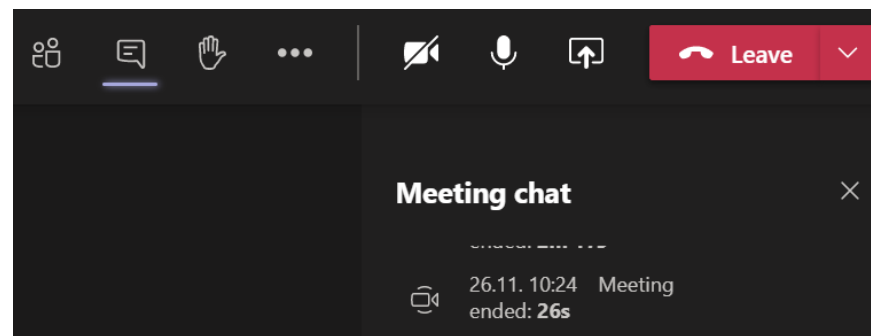
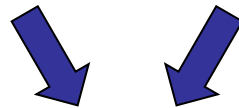
1 Begrüssung und Einführung

② Spielregeln für das Webinar

- Den **Teilnehmern/Zuhörern** stehen **zwei Arten** der "Intervention" zur Verfügung
 - "**Meeting-Chat**" – Fragen können **jederzeit schriftlich** gestellt werden
 - "**Hand erheben**" – Fragen können **direkt an den jeweiligen Referenten** gestellt werden. Sie werden vom **Moderator aufgefordert**

Meeting-
Chat

Hand
erheben



1 Begrüssung und Einführung



③ Einführung zum TFS-Webinar

- Durch Dr. Daniel Fischer, Moderator

1 Begrüssung und Einführung

④ Programm

Einführung

10'

- Begrüssung und Einführung
- Spielregeln für das Webinar

Inputreferat 1

20'

- **"Covid-Krise als unternehmerische Herausforderung"**
 - Dr. Daniel Fischer, Strategieberater und Management Coach

Inputreferat 2

20'

- **"Herausforderungen und Erfolgsfaktoren des Arbeitgebers in der Covid-Krise"**
 - Urs Wohler, Geschäftsführer Niesenbahn AG

Inputreferat 3

20'

- **"Einfluss der Covid-Krise auf die Ausbildung in der Hotellerie – Erste Erkenntnisse"**
 - Philipp Näpflin, Hotelier/Präsident des Stiftungsrates der Hotelfachschule Thun)

Reflexion und Folgerungen

20'

- Weitere Fragen
- Erkennbare Stossrichtungen und Ansatzpunkte
- "Cross-Statements" der Referenten

⑤ Ziele

- ☑ **Denkangebote** für die **unternehmerische Auseinandersetzung** mit Covid-19
 - "Neue Blickwinkel"
 - "Chancenpotenziale"

- ☑ Konkrete **praktische Ansatzpunkte** als Inspiration
 - KMU- und Ausbildungsfokus

- ☑ Individuelle "**Learnings & Findings**" ermöglichen

⑥ Nicht-Ziele

- ☑ Es geht **nicht** um **kurz-, mittel- und langfristigen Prognosen** zu "Corona" und "Nach-Corona"
- ☑ Es geht auch **nicht** um die Einschätzung zu möglichen **Veränderungen im Gästeverhalten**



Covid-Krise als unternehmerische Herausforderung

Dr. Daniel Fischer, Strategieberater, Management Coach und Unternehmer,
Niederwangen b. Bern



**TOURISMUS
FORUM
SCHWEIZ**

Daniel Fischer & Partner
Management & Marketing Consulting

Tourismusforum der Schweiz

**Veränderte Ausgangslage und
neue Themen für das Management**

Präsentation "Webinar – Tourismusforum der Schweiz"

**Dr. Daniel Fischer
Strategieberater, Management Coach und Unternehmer**

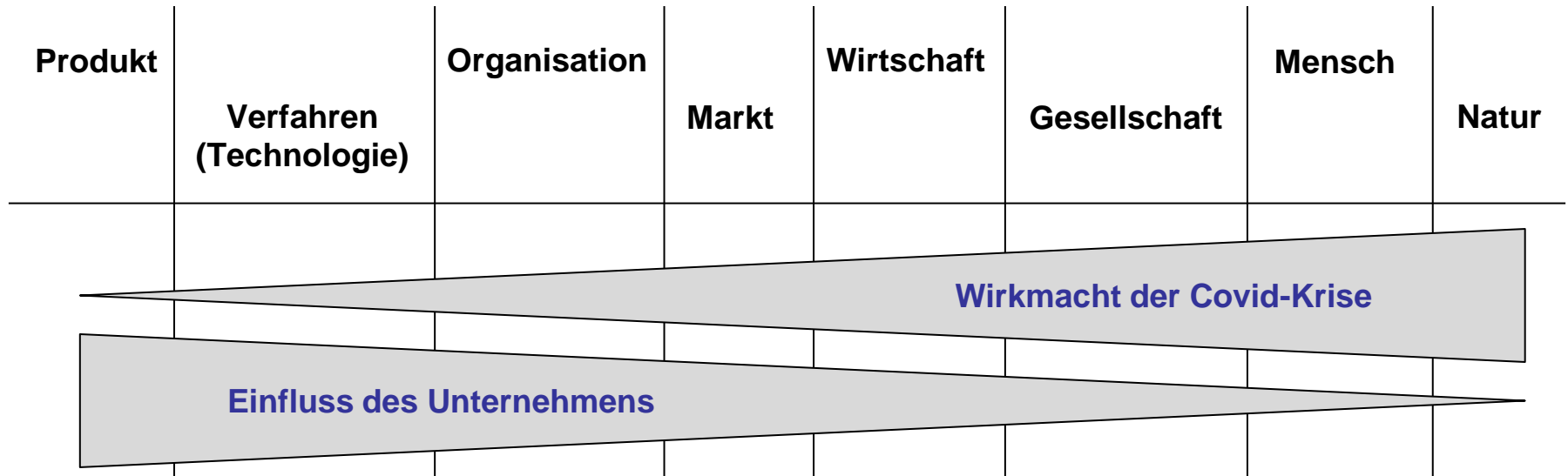
Niederwangen b. Bern/Bern, 9. Dezember 2020

- 1** **Veränderte Ausgangslage durch Covid**
- 2** **Neue Themen für das Management**
- 3** **Learnings für Unternehmen**



1 Veränderte Ausgangslage durch Covid

① Ganzheitliche Betrachtungsweise aus Sicht eines Unternehmens



- Die Covid-Krise hat alle Bereiche des Lebens erfasst
- Am "**Ursprung**" der **Wirkung** ist für **Unternehmen kaum eine Intervention möglich**

Es ist **Demut** gefordert betreffend **Machbarkeit** und **Steuerbarkeit**.

Massnahmen müssen auf **Handlungsfelder** zielen, welche für ein **Unternehmen beeinflussbar** sind

1 Veränderte Ausgangslage durch Covid

② Was ist im Schweizer Tourismus passiert?

- Bisherige "**Treiber**" des **CH-Tourismuswachstums** sind am stärksten **negativ** betroffen
 - Städte wie Zürich, Basel, Genève, Luzern
 - Geschäftstourismus, Events, Messen/MICE, Fernmärkte
 - Produkte mit starker internationaler Nachfrage
- Top Angebote im **Berggebiet** mit **starker Nachfrage/starkem Brand** im "Markt Schweiz" haben z.T. **stark profitiert**
 - Z.B. Oberengadin exkl. St. Moritz
 - "Ruhige Destinationen" und "Angebote"
 - Top positionierte Hotels mit starker Kundenbasis in der Schweiz
 - Andere Angebote wie Camping, Ferienwohnungen

Die **Covid-Krise** hat für eine **veränderte Dynamik** im **CH-Tourismus** gesorgt. Die **Erfolgslogik von gestern** ist **nicht mehr gültig**

③ Fazit

- Wir müssen mehr in **"Warum", "Was" und "What's next" –Fragen** investieren

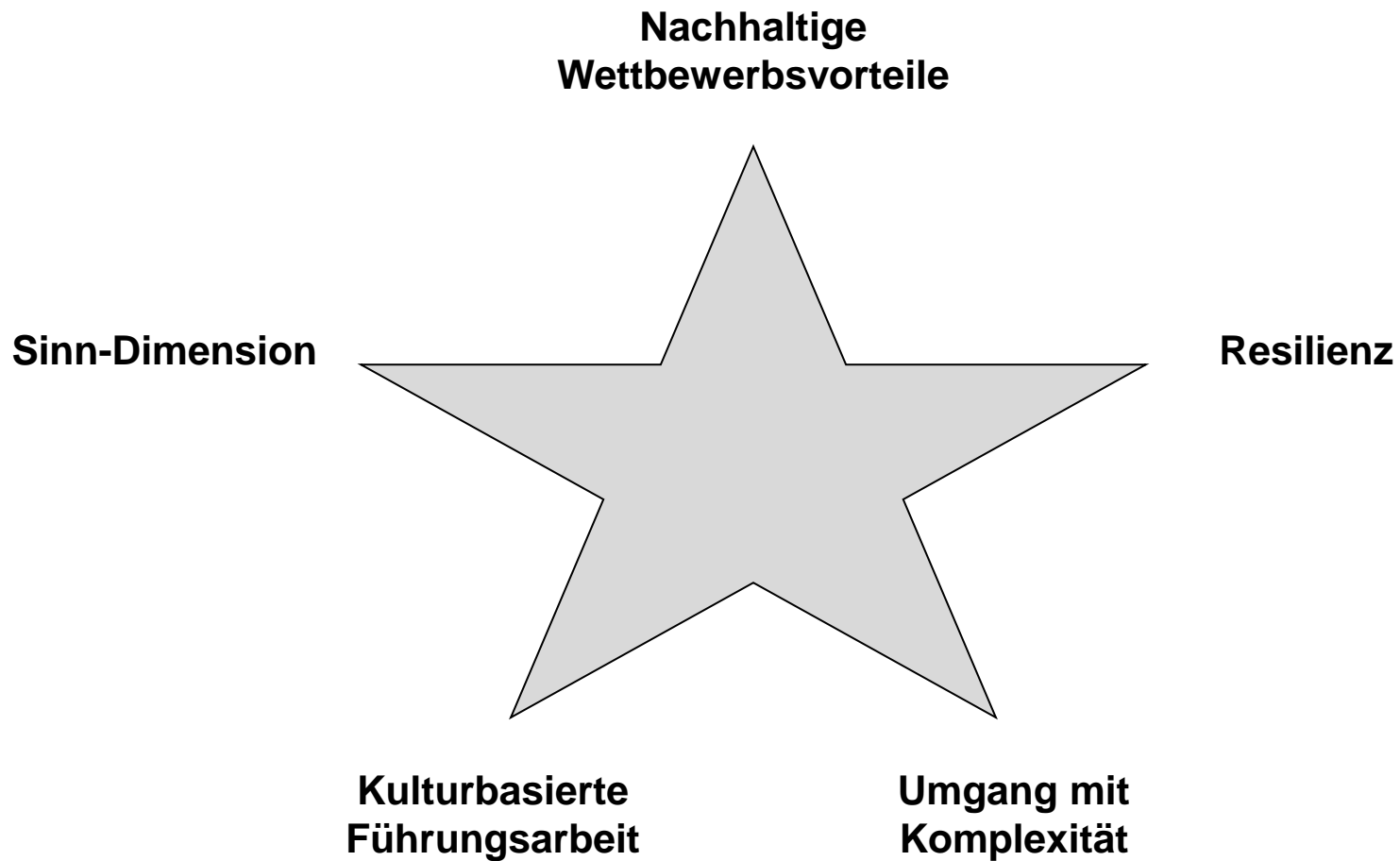
Was sind künftig die "richtigen Fragen"?

- **Normative Ebene:** "Sinn-Fragen" und "Zweck-Fragen" ("purpose")
 - Hält unser Geschäftsmodell übergeordneten, nachhaltigen Kriterien Stand?
- Welches ist der **zentrale Beitrag für Anspruchsgruppen in und um das Unternehmen?**
 - Themen wie "Nachhaltigkeit", "Corporate Social Responsibility" oder "Public Value" erhalten zusätzliche Bedeutung
- Was sind die **(stabilen) Garanten des unternehmerischen Erfolgs?**
 - Auch in der Krise



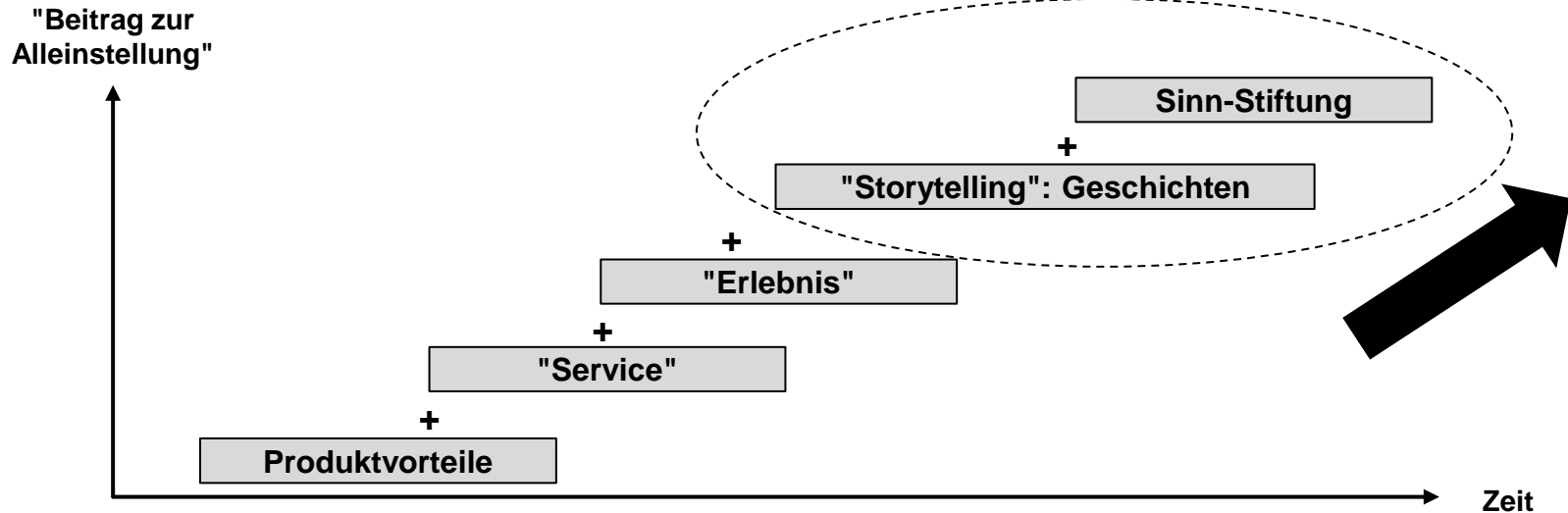
2 Neue Themen für das Management

- ① Wir wollen ausgewählte (neue) Themen kurz beleuchten



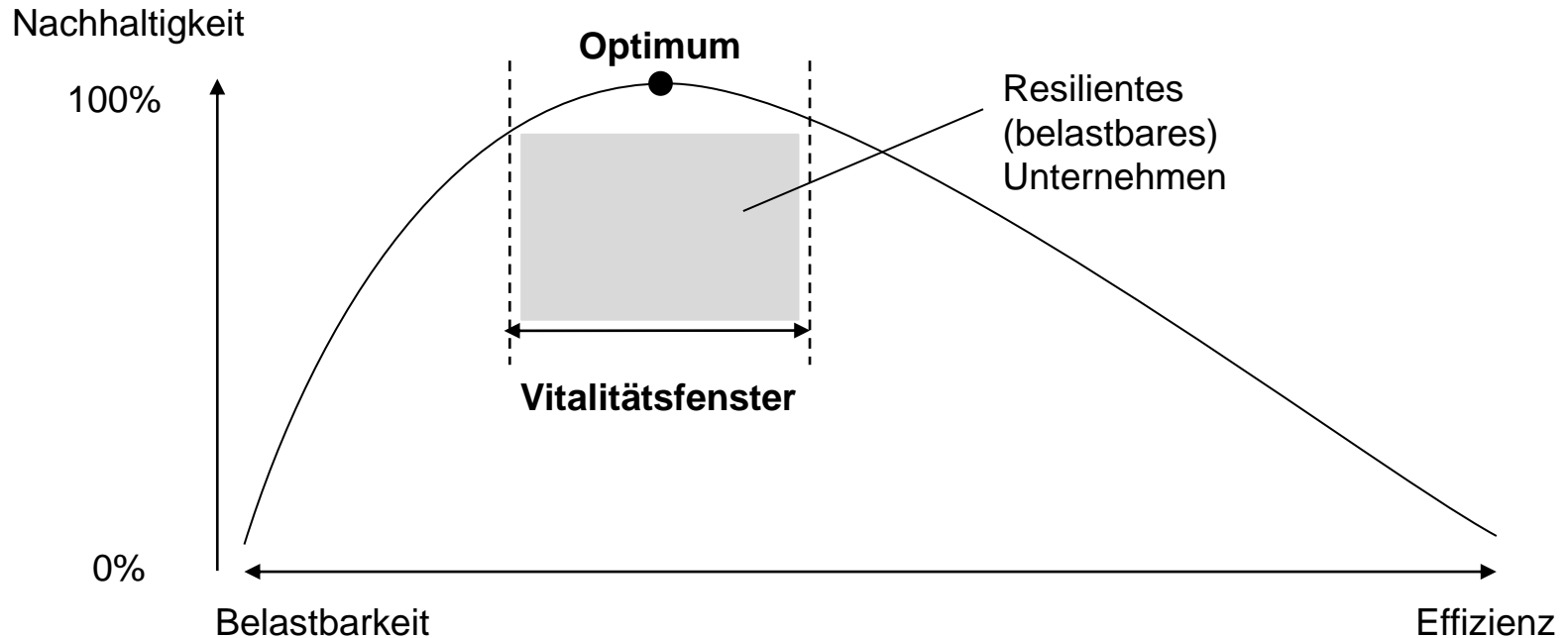
2 Neue Themen für das Management

② Sinn-Dimension – Beitrag zu Wettbewerbsvorteilen



Die "ganze Klaviatur" muss stimmen
Die nächsten Potenziale finden sich in der "Sinnstiftung"

③ "Resilienz" als ultimativer Anspruch guter Führung



Nur die **optimale Balance** zwischen "**Effizienz**" und "**Belastbarkeit**" macht ein **Unternehmen langfristig überlebensfähig**

Der **Management-Fokus** muss sich in **Richtung "Belastbarkeit"** verschieben

④ Zukunftsbild der Führung

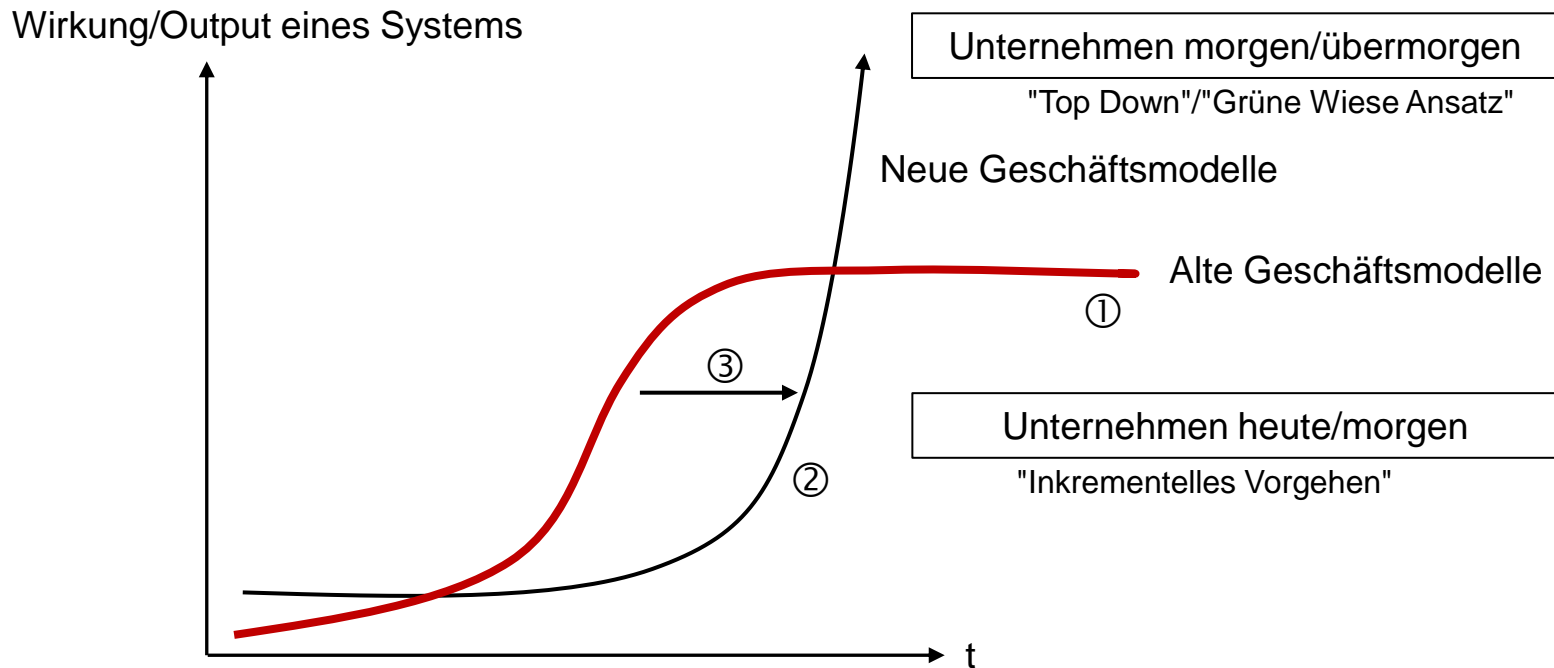
- "**Vertrauensbasierte**" Führung wird zentral
- "Selbstführungs- und **Selbstorganisationsfähigkeit**" stärken
- Gesunder **Pragmatismus** schlägt das Streben nach Perfektion
- Mehr "**Wir-Intelligenz**" und weniger "Ego"
- **Experimente in der Führung** zulassen. Sie bilden das Potenzial zur Weiterentwicklung in Unternehmen

"Culture eats strategy before breakfast" (P. Drucker)

Vertrauensbasierte, offene und mutige Ansätze in der **Führung** leisten einen **zentralen Beitrag** zum **Unternehmenserfolg** und dem **Auftritt** auf dem **Arbeitsmarkt**

2 Neue Themen für das Management

① Komplexität als besondere Herausforderung



- ☑ Das "**Surfen**" auf dem alten Geschäftsmodell wird **verkürzt**
- ☑ Die Suche nach dem **radikal neuen Geschäftsmodell** muss intensiviert und **beschleunigt** werden
- ☑ Der "**Wechsel vom alten zum neuen Ansatz**" muss **beschleunigt** werden und **radikal** erfolgen



3 Learnings für Unternehmen

① In "New Culture" und "New Work" investieren

"New Culture"

- **Vertrauenskultur**
- Identifikation der Mitarbeitenden mit dem Unternehmen
- Führung mit **Inspiration**, Vision und **gemeinsamem Zukunftsbild** ("big picture")
- **Wertschätzung** zeigen und Verantwortung übernehmen
- "Hohe **Selbstkompetenz**" der Mitarbeitenden fördern und nutzen

"New Work"

- Wird mit **Vision** und Inspiration geführt?
- Haben die Mitarbeitenden die Kompetenz, um in **flexiblen Strukturen** zu arbeiten
- Wird kontinuierlich **Höchstleistung** erbracht?
- Herrschen **positive Energien** und Dynamik?
- Kommt das Unternehmen **zügig zu neuen Lösungen** und Ergebnissen?

Wenn "**New Culture**" und "**New Work**" gut funktionieren, nehmen **Unternehmen Speed auf**

② Organisationale Ansätze tragen zur Stärkung der Arbeitgebermarke bei

Normativ

- Vision, Mission, Werte im veränderten Umfeld
- Sinn-Dimension
- Nachhaltigkeit, Corporate Social Responsibility, "Public Value"

Kultur

- Covid-Krise kann hilfreich sein bei der Etablierung einer neuen Kultur
- Wertschätzung, Vertrauen, Glaubwürdigkeit und offenen Kommunikation sind zentral

Führung und Management

- Vertrauensbasierte Führung
- Gesunder Pragmatismus vor "streben nach Perfektion"
- Experimente zulassen
- Individuelle Sinnggebung und persönliche Verantwortung

Überzeugende Ansätze betreffend **Kultur**, **Werte**, und **Führung** tragen zu einer **starken Arbeitgebermarke** bei

③ Thesen zum touristischen Arbeitsmarkt

- **Kurzarbeit** zeigt **kurzfristige Wirkung**, ist langfristig aber **kein Allheilmittel**
- Gefahr von Strukturabbau und **Verlust gesunder Betriebe**
- **Mikrobetriebe** sind besonders **gefährdet**
- **Unternehmerische Eigenverantwortung** als Schlüssel
- Neue **Organisations- und Führungsprinzipien** erhöhen den Druck
 - Collaboration, Creativity, Compassion
 - **Emotionale Beziehung** der Mitarbeitenden zum Betrieb stärken
- **Home Office** wird salonfähig – Peripherie profitiert
- Hohe Nachfrage für **touristische Lehrgänge**

Fragen aus dem Plenum

Bitte nutzen Sie die "**Hand erheben**"-Funktion um eine Frage an den Referenten zu richten



Herausforderungen, Erfolgsfaktoren und Chancenpotenziale des Arbeitgebers in der Covid-Krise – Das Beispiel Niesenbahn AG

Urs Wohler, Geschäftsführer Niesenbahn AG, Mülenen

3 Herausforderungen und Erfolgsfaktoren des Arbeitgebers



"Challenge des Moderators"

Fragen aus dem Plenum

Bitte nutzen Sie die "**Hand erheben**"-Funktion um eine Frage an den Referenten zu richten



Einfluss der Covid-Krise auf die Ausbildung in der Hotellerie – Erste Erkenntnisse

Philipp Näpflin, Präsident des Stiftungsrates der Hotelfachschule Thun und Hotelier

4 Einfluss der Covid-Krise auf die Ausbildung in der Hotellerie



"Challenge des Moderators"

Fragen aus dem Plenum

Bitte nutzen Sie die "**Hand erheben**"-Funktion um eine Frage an den Referenten zu richten

hotelfachschule thun

soul passion system



5 Reflexion und Folgerungen

Weitere Fragen

- Von der Moderation
- Aus dem Plenum

Zusammenfassung

- Erkennbare Stossrichtungen und Ansatzpunkte
 - Für den Tourismus / für Arbeitgeber

"Cross-Statements"

- "Aha-Effekte" der Referenten

Learnings / Feedback (optional)

- Der Teilnehmenden



6 Abschluss



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement für
Wirtschaft, Bildung und Forschung WBF
Staatssekretariat für Wirtschaft SECO



TOURISMUS
FORUM
SCHWEIZ

Daniel Fischer & Partner



Wir danken für Ihre Aufmerksamkeit!

Wir wünschen viel Erfolg in der Umsetzung der Erkenntnisse