

CORONAVIRUS

INFO-SERVICE FÜR BETRIEBE



Corona im Tourismus: „Tests brachten lobende Online-Bewertungen“

Mit klarer Kommunikation stärkt das Seehotel Hubertushof am Wörthersee die Eigenverantwortung seines Personals. Wöchentliche Testungen beweisen, dass diese Strategie aufgeht.

14.09.2020, 9:43



© FRANZ GERDL

Das Seehotel Hubertushof liegt direkt am Ufer des Wörthersees neben dem Casino Velden.

„Es ist ein Privileg für jeden Menschen in unserer Branche, diese Tests wöchentlich machen zu dürfen“, sagt Moritz Altersberger-Kenney, Junghotelier im Seehotel Hubertushof in Velden. Damit die rund 40 Mitarbeiter dieses auch in Anspruch nehmen, musste Überzeugungsarbeit geleistet werden. „Ist es einem Hotelier wichtig, dass tatsächlich alle Mitarbeiter regelmäßig testen gehen, muss er jede Woche dahinter sein, auch wenn die Einstellung des Personals prinzipiell positiv ist“, sagt Altersberger-Kenney. Wichtig sei, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aufzuklären, warum man den Test Woche für Woche wiederholen muss.



© DANIEL WASCHNIG

Familie Kenney führt den Hubertushof mit rund 40 Mitarbeitern, v.l.n.r. Seniorchefs Robert und Renate Kenney, Junghoteliers Lisa und Moritz Altersberger-Kenney.

Tests in Online-Bewertungen lobend erwähnt

Auch für die Gäste ist dieses Wissen wertvoll, was einige sogar in Online-Bewertungen erwähnt haben. Neben dem Logo Sichere-Gastfreundschaft, das an der Türe über die regelmäßigen Testungen informiert, erfahren die Gäste vor allem im persönlichen Gespräch mit den Mitarbeitern darüber. Weitere Kommunikationsmaßnahmen dazu hat Altersberger-Kenney derweil nicht gesetzt: „Wir investieren unsere Energie lieber dafür, unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter daran zu erinnern, testen zu gehen als Corona-Marketingaktivitäten zu forcieren.“ Bisher war spezielle Werbung auch nicht nötig. Das Haus ist ausgebucht, im Herbst werde man möglicherweise intensiver kommunizieren.



© SEEHOTEL HUBERTUSHOF

Viel Platz zwischen den Tischen gibt es im Bistro des Hubertushofs nicht nur in Pandemiezeiten.

Seriöse Aufklärung gegen „Alternative Facts“

Auf intensive Kommunikation zu Corona setzt Altersberger-Kenney hingegen intern: „Die Meinungsbildung war von Anfang enorm wichtig.“ So hätten sich die Geschäftsleitung und die Abteilungsleiter im Hubertushof von Anfang an bemüht, das Personal mit klar verständlichen, wissenschaftlich fundierten Argumenten von der Sinnhaftigkeit aller Maßnahmen zu überzeugen. „Wir haben es ganz gut geschafft, das Bewusstsein zu schärfen“, sagt Altersberger-Kenney, „denn vor ‚Alternative Facts‘ ist niemand gefeit.“

Steigende Infektionen bringen die Anspannung zurück

Immer wieder seien es Ereignisse, die auch durch die Medien gehen, wie etwa über verschiedene Cluster oder die Reisewarnung für Kroatien, die die Bedrohung wieder stärker ins Bewusstsein brächten. „Wenn länger nichts ist, dann rückt das in den Hintergrund“, sagt Altersberger-Kenney. Aber wenn die Anspannung wiederkehre, dann sei man selbst noch aufmerksamer und auch die Mitarbeiter akzeptierten wieder verständnisvoller Maßnahmen, die über die gesetzlichen Vorschriften hinausgehen.

Schmaler Grat zwischen Verpflichtung und Freiwilligkeit

Nach dem Fall der Maskenpflicht hatte der Familienbetrieb zwar empfohlen, auch weiter die Maske zu tragen, habe aber auf Aufklärung, Selbstverantwortung und Freiwilligkeit gesetzt. Aufgrund der darauffolgenden Gruppendynamik wurde die Maske im Service-Team nicht mehr genutzt. Zu heiß war den Mitarbeitern unter dem „Face Shield“ bei den sommerlichen Temperaturen am Wörthersee. Seit dem Bekanntwerden einiger Corona-Fälle in Beherbergungsbetrieben in St. Wolfgang tragen alle wieder bereitwillig ihre Visiere – auf Bitte der Geschäftsleitung, des Bürgermeisters von Velden und des Geschäftsführers des Tourismusverbands.



© SEEHOTEL HUBERTUSHOF

„Nach dem Lockdown herrschte eine andere Art von Stimmung, so als wollten die Gäste nachkonsumieren, was ihnen im Lockdown gefehlt hat“, sagt Hotelier Moritz Altersberger-Kenney.

Tests verhindern dramatische Clusterbildung

Zwar würde nicht allen Menschen bewusst sein, welches Glück es eben auch sei, wenn nichts passiert. Aber natürlich wolle die Geschäftsleitung ebenso wie das Personal nicht für Infektionen – im schlimmsten Fall mit gesundheitlichen Folgen –, für negative Berichterstattung und wirtschaftliche Einbußen für die ganze Region mitverantwortlich sein. „Wir wollen verhindern, dass es aufgrund von unerkannten Fällen zu möglicherweise drastischen Auswirkungen für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die Gäste, die Einheimischen, die Region, den Betrieb und uns selbst kommt“, sagt Altersberger-Kenney, „würden alle Betriebe testen gehen, sänke die Wahrscheinlichkeit deutlich, dass es zu einer Clusterbildung kommt.“

Ausfälle bringen Probleme für Dienstplanung

Ansteckungsfall gab's im Hubertushof bisher keinen. Was passieren kann, wenn plötzlich ein Teil des Personals ausfällt, hat Altersberger-Kenney trotzdem schon erfahren. Nach ein paar kälteren Nächten im Juni hatten einige Mitarbeiter an Halsschmerzen gelitten. Zur Sicherheit waren sie von der Geschäftsleitung nach Hause geschickt worden. „Bei der Dienstplanung hat uns das natürlich Probleme bereitet“, sagt Altersberger-Kenney. Er habe viel telefoniert, um schneller an die Testergebnisse zu kommen, doch ohne Erfolg. „Als achtsamer und aufmerksamer Unternehmer musste man da in einen ganz schön sauren Apfel beißen“, sagt er. Mittlerweile liefen die Testungen reibungslos, die Ergebnisse seien bald online abrufbar.

Achtsamkeit bei Hochbetrieb

Auch der bürokratische Aufwand hat sich eingespielt. Heute gehen die Mitarbeiter einmal pro Woche einfach mit ihrem Code zur Teststation in Velden, wo der Abstrich genommen wird. Zuvor mussten sie die 20 Kilometer Fahrt bis Klagenfurt in Kauf nehmen, nachdem für jede Einzelne und jeden Einzelnen mehrere Formulare ausgefüllt worden waren. Trotz des Aufwands war es für die Hoteliersfamilie keine Frage, gleich von Anfang an dabei zu sein. „In Velden war sehr viel los, viel mehr als normal. Es herrschte eine andere Art von Stimmung, so als wollten die Gäste nachkonsumieren, was ihnen im Lockdown gefehlt hat“, erinnert sich der Hotelier, „da hat man noch mehr Sorge, dass etwas passieren könnte, und wir waren daher noch achtsamer.“

Das könnte Sie auch interessieren



WKÖ-Mahrer: Tourismus-Öffnung im März ist machbar!

Betriebe und Experten erklären beim Öffnungsgipfel, wie Tourismus- und Freizeitbetriebe, Kunst und Kultur sicher öffnen können – klarer Fokus auf umfassende Präventions- und Sicherheitskonzepte

[➤ mehr](#)



WKÖ-Industrie und Handwerk: Covid-Verschärfung gefährdet Produktion

Sparten-Obleute Menz und Scheichelbauer-Schuster warnen: Überzogene FFP2-Masken-Pflicht führt unweigerlich zu Produktionsausfällen in allen Branchen, auch bei Lebensmitteln [➤ mehr](#)

