

Willkommen im Huam(at)Office

EMPLOYER BRANDING BEI DEN MAYRHOFNER BERGBAHNEN

Patricia Kröll, Leitung vom Marketing-Team bei den Mayrhofner Bergbahnen und Maria Sponring, für die Organisationsentwicklung im Unternehmen zuständig, berichten über die neu ausgearbeitete Kampagne zur Markenbildung der Mayrhofner Bergbahnen: dem Huam(at)Office.



Foto: Mayrhofner Bergbahnen

Was versteht ihr unter dem Huam(at)Office?

Patricia: „Als Mitarbeiter der Mayrhofner Bergbahnen hat man einen echten Vorteil: dass man im Herzen der Heimat arbeiten kann. Zu Hause, im Zillertal, am Berg. Wir wollen es nicht zu romantisch reden, aber diesen wunderschönen Platz zum eigenen Office - also zum Arbeitsplatz - machen zu können, ist schon ein echtes Privileg.“

Maria: „Jeder Mitarbeiter bei den Mayrhofner Bergbahnen hat sein eigenes Huam(at)Office - der Seilbahntechniker genauso wie der Pistenbully-Fahrer, der Mitarbeiter an der Kassa oder im Büro, dem Stammhaus. Ein wichtiger Aspekt dabei ist, dass man in der HEIMAT arbeitet, dort wo viele besondere Momente erlebt wurden, wo man verwurzelt ist und wo man sich zu Hause fühlt. Man muss nicht aus dem Tal hinaus pendeln, um bei der Arbeit glücklich zu werden. Am besten man bleibt in der „Huamat“.“

Warum starteten die Mayrhofner Bergbahnen mit Employer Branding?

Maria: „Um Menschen zu begeistern, im Team der Mayrhofner

Bergbahnen mitarbeiten zu wollen und einen tollen Arbeitsplatz mit Perspektive zu bieten, ist es wichtig, Sensibilisierungsarbeit zu leisten. Wie viele Branchen suchen auch wir laufend nach guten Ganzjahres- und Saisonmitarbeitern. Was uns unterscheidet ist, dass wir ein extrem abwechslungsreiches Arbeitsspektrum und viele Einsatzgebiete haben. Zudem einen Arbeitsplatz vor der Haustüre in der Natur, viele Benefits für Mitarbeiter, darunter auch interessante Weiterbildungsangebote. Man kann als Quereinsteiger ankommen und berufsbegleitend die Lehre zum Seilbahntechniker auf zweitem Bildungsweg absolvieren.“

Patricia: „Menschen verbinden mit der Arbeit bei der Seilbahn immer nur einen kleinen Teilbereich, der nach außen sichtbar ist und oftmals schwirrt das veraltete Klischee vom „langweiligen Beruf Lifteler“ durch die Gesellschaft. Die Aufgabengebiete sind aber sehr vielfältig und die Anforderungen vor allem technisch sehr herausfordernd. Es wird immer auf neue Technologien aufgerüstet und die Wartungsarbeiten werden nicht extern erledigt, sondern von den eigenen Mitarbeitern.“

Was ist das Ziel der Kampagne Huam(at)Office in Richtung Belegschaft?

Patricia: „Unser Ziel ist es, dass sich die Mitarbeiter mit dem Unternehmen identifizieren können, denn auch dafür steht das Huam(at)Office. Die Latte liegt hoch, wenn der Arbeitsplatz auch ein Stück Heimat sein soll. Aber vor allem die junge Generation fordert ein, dass die Werte eines Unternehmens „stimmen“, also zu den eigenen Werten passen sollen.“

Maria: „Employer Branding, also Arbeitgeber-Marketing, ist mehr als nur ein tolles Foto und ein Spruch, sondern es muss der Zusammenhalt und das Arbeitsklima im Unternehmen stimmen. Daher ist es uns ein großes Anliegen, dass wir uns in Sachen Mitarbeiterzufriedenheit nicht ausruhen, sondern laufend verbessern. Die Vision der Mayrhofner Bergbahnen beinhaltet, dass wir Menschen für Erlebnisse am Berg begeistern wollen - wir nennen es: **Bergeisterung**. Diesen Anspruch möchten wir nicht nur in Richtung Gäste, sondern auch nach innen - in Richtung der eigenen Mitarbeiter - leben.“

n

wir Zeit, hören zu, achten auf die Bedürfnisse und Wünsche, wir unterstützen, wir ermutigen, wir hoffen, wir lachen und weinen gemeinsam. Wir entlasten durch unser Da-Sein Angehörige und bieten Betroffenen Unterstützung in einer schweren Zeit. Unser Einsatz ist kostenlos und steht allen Menschen, unabhängig von ihrer religiösen Weltanschauung und sozialen Herkunft offen.

Wertschätzung, Menschlichkeit, Achtsamkeit und Verschwiegenheit sind Werte, die in unserer Arbeit selbstverständlich sind. Jeder von uns begleitete Mensch soll spüren, dass „du uns wichtig bist, weil DU du bist“ und dass „du uns wichtig bist, bis zuletzt“. (Cicely Saunders) Der Verlust eines lieben Menschen, die tiefe Trauer, eine schmerzhaft und gleichzeitig heilsame Reaktion auf einen Verlust. Gerne gehen wir auch ein Stück dieses schwierigen Trauerweges gemeinsam mit den Betroffenen.

g Zoo

wird, ist noch nicht bekannt. Nach Abschluss der Dreharbeiten wurden die Kinder noch zu einem Essen und Getränken im Kletterzentrum Zillertal eingeladen.

Ein herzliches Dankeschön gilt an die mitwirkenden Kinder, deren Eltern sowie dem Kletterzentrum Zillertal, das in naher Zukunft - nach dessen Umbau - „Kraftreich“ heißen wird.

