

EMPLOYER BRANDING**Der Kampf um die Mitarbeiter**

VILLACH. Die 780 Beschäftigten im Thermenresort Warmbad-Villach, zu dem Hotels und Thermen gehören, können nun das gleiche Angebot in Anspruch nehmen wie die Gäste: also z.B. einen Gymnastik-Rückenkurs oder weitere rund 60 Angebote – vom Tanz- bis zum Reindlingbackkurs. Gleichzeitig lernen die Mitarbeiter so das Thermenresort außerhalb der eigenen Abteilung besser kennen.

Die Investition des Betriebes soll sich für alle lohnen, so Geschäftsführerin Karina Winkler: „Wir wollen etwas für die Mitarbeiter tun, und in Zeiten des Fachkräftemangels hat es hohen Stellenwert, Mitarbeiter ans Unternehmen zu binden.“

Gästekarte für alle

Weiters gilt nun erstmals die Gästekarte auch für alle Mitarbeiter der Hotels in der Region. Damit sind Freizeitangebote wie Thermen Eintritt und Radbusse gratis. Die Kosten übernimmt die Tourismusregion Villach, bis zu 5.000 Karten können ausgegeben werden.

„Das ist ein Wohlfühlfaktor für die Mitarbeiter“, sagt der Geschäftsführer der Tourismusregion, Georg Overs. Alle müssten neue Wege gehen und das Image der Branche aufpolieren.

Eine erste Bilanz der Aktionen wird im Herbst gezogen. (red)



© Hotel Warmbaderhof

Die neue (Sommer-)Frische

Krumau arbeitet derzeit ein zukunftsweisendes Leitbild aus, das touristischen Leistungsträgern als Richtschnur dienen soll.



© Marktgemeinde Krumau

Die touristische Qualität von Krumau am Kamp lässt sich an vier Begriffen festmachen: See, Wald, Natur und Kultur.

KRUMAU AM KAMP. Die Sport- und Freizeiteinrichtungen am Kampsee haben ein vielfältiges Angebot: Bootsverleih, Fischen, Beachvolleyball, Mountainbike, Radfahren, Tennis, Wandern ...

In Kombination mit Naturschönheiten und Sehenswürdigkeiten wie der Burg Krumau ergibt das eine attraktive Ausgangsposition. Die will man

nutzen und eine neue touristische Strategie entwickeln. Dieser Leitbildprozess wird von der ÖAR GmbH begleitet, die sich auf ganzheitliche Regionalentwicklung spezialisiert hat.

Strategische Vermarktung

Mitte des Vorjahres wurde mit einer umfassenden Bestandsaufnahme und einer Analyse

des touristischen Zukunftspotenzials begonnen. Bis Mitte 2020 werden die Strategie, das Vermarktungskonzept und der Maßnahmenplan fertiggestellt.

Das Konzept soll zeigen, wie man modernen und nachhaltigen Tourismus betreibt und damit Beispielcharakter für Orte mit ähnlicher Ausgangssituation haben. (pj)



| Alle Druckhäuser auf einen Blick

Festspiele für die Seele

Im 5 Sterne-Spa- und Wellnesshotel Ronacher.

BAD KLEINKIRCHHEIM. GenussGastSpiele, KulturGastSpiele – das sind bereits jährliche Fixpunkte im Ronacher Therme & Spa Resort.

Dazu lässt Gastgeberin Simone Ronacher heuer zusätzlich mit einer besonderen Veranstaltung aufhorchen, die ebenfalls das Zeug zum Dauer-Highlight (sozusagen das jährliche „Alpbach für die Seele“) hat: mit

einer Vortragsreihe mit herausragenden Persönlichkeiten zum Thema „Festspiele für die Seele“.

Bedeutende Persönlichkeiten wie Johannes Huber, Arnold Metznitzner oder Michael Musalek referieren vom 14. bis zum 28.3. im Umfeld des 5*****Superior mit Spa-Bereich, der dazu einlädt, die Seele baumeln zu lassen, und mit Haubenküche vom Feinsten. (pj)



© Ronacher Therme & Spa Resort Bad Kleinkirchheim