

Mr. NEVENKA BLAŽEVIĆ, Lektor  
JADRANKA ŠKUNCA, Lektor  
Fakultät für Hotelmanagement Opatija, Universität Rijeka

## **FREMDSPRACHENKENNTNISSE ALS BEDEUTENDE VORAUSSETZUNG DES TOTAL QUALITY MANagements IN HOTELLERIE UND TOURISMUS**

UDK: 802/809:37]:[338.48:64.024

Empfangen: 6. Mai 1996

Übersichtsarbeit

Fremdsprachenkenntnisse stellen die wichtigste Voraussetzung für die Kommunikation in Hotellerie und Tourismus. Die Resultate dieser Untersuchung zeigen, daß das Fremdsprachenlernen in unseren touristischen und gastgewerblichen Ausbildungsinstitutionen die Bedürfnisse der Hotel- und Tourismuswirtschaft nicht zufriedenstellt. Das betrifft meistens Deutsch, das, obwohl als Fremdsprache in dieser Branche unentbehrlich, in Ausbildungsinstitutionen vernachlässigt wird.

Abschließend werden in diesem Aufsatz einige Hinweise zur optimaleren Distribution und zum Lernen von Fremdsprachen gegeben.

Schlüsselwörter: Fremdsprachenkenntnisse, touristische und gastgewerbliche Ausbildungsinstitutionen, optimale Distribution von Fremdsprachen

### **0. EINFÜHRUNG**

Die alte Binsenweisheit "Der Kunde ist König" ist in Hotellerie und Tourismus bestens bekannt. In dem Dienstleistungsunternehmen Hotel, das vom Kundenkontakt lebt und dessen Leistung durch motivierte und gut ausgebildete Mitarbeiter bestimmt wird, ist es demnach für Unternehmenserfolg von wesentlicher Bedeutung, positive Kundenerlebnisse zu schaffen, die den Kunden langfristig an das eigene Haus binden. Dazu bedarf es eines Managementkonzepts zur Umsetzung der Qualitätspolitik in den betrieblichen Alltag. Diesen Anforderungen entspricht das Konzept des Total Quality Managements als einer alle Mitarbeiter umfassenden, langfristigen Unternehmensphilosophie zur Durchsetzung des Qualitätsgedankens auf allen Ebenen der Unternehmung. Ziel des TQM ist es, eine die Kundenanforderungen befriedigende, kontinuierliche Qualität der Produkte und Dienstleistungen zu möglichst niedrigen Kosten zu garantieren, wozu vor allem eine integrierte Zusammenarbeit aller Mitarbeiter beitragen soll. Adressaten eines Qualitätsmanagements sind demnach zum einen Kunden (aktuelle und potentielle) und zum anderen Mitarbeiter. Was Qualität ist, definiert der Kunde, und allzu oft klappt zwischen den Vorstellungen der Unternehmensleitung und den tatsächlichen Kundenerwartungen eine bedenklich große Lücke. Solche Lücken gar nicht entstehen zu lassen, sondern die Kundenbedürfnisse in den Mittelpunkt aller Anstrengungen zu stellen und Kunden als langfristige Erfolgspotentiale zu betrachten,

ist der Grundgedanke von TQM. Einzig sinnvoller Qualitätsmaßstab ist demzufolge die Kundenzufriedenheit.

Im Zentrum der Qualitätsanstrengungen stehen die Augenblicke, in denen Kunde und Dienstleister in Kontakt treten, also kommunizieren. So stellt die Kommunikation mit dem Gast, der zur Zeit immer größere Aufmerksamkeit geschenkt wird, ein wichtiges Segment der Qualitätsdienstleistung in Hotellerie und Tourismus.

Dieser Aufsatz betrachtet Fremdsprachenkenntnisse als wichtige Voraussetzung für die Kommunikation in Hotellerie und Tourismus und die Faktoren, die dazu beitragen.

## **1. BEDEUTUNG VON FREMDSPRACHEN IN HOTELLERIE UND TOURISMUS**

Da Dienstleistungsunternehmen vom Kundenkontakt leben, stellt die Kommunikationsfähigkeit der Beschäftigten eine der wichtigsten Komponenten der Qualitätsdienstleistung. Die Mitarbeiter in Hotellerie und Tourismus müssen zahlreichen Bedürfnissen und Wünschen der Gäste entgegenkommen, die, aus verschiedenen Ländern kommend, ihre Kultur, Sitten und Gewohnheiten mitbringen. Deswegen ist die Kommunikation in Hotellerie und Tourismus wesentlich empfindlicher als in anderen Branchen, und da der Tourismus dem ausländischen Markt zugewandt ist, sind Fremdsprachenkenntnisse die wichtigste Voraussetzung dafür. Egal ob es sich um gedruckte Kommunikationsmittel (Geschäftskorrespondenz, Werbematerial, Plakate usw.), oder mündliche Kommunikation handelt, spielt die linguistische Kompetenz auch bei der Imagebildung eine wichtige Rolle. Wenn ein Hotel oder Reisebüro als Anbieter der Dienstleistung keinen Wert auf die Kommunikation legt, dann wird fragwürdig, ob es imstande ist, dem Gast eine Qualitätsdienstleistung zu bieten. Auf die Bedeutung der Fremdsprachen im Tourismus weisen auch einige Tourismusforscher (Plenković 1990, Vukonić 1988), die mehrmals betonen, daß Fremdsprachenkenntnisse der Beschäftigten im Tourismus einen großen Beitrag zur Dienstleistungsqualität in dieser Branche leisten.

Von der Bedeutung der Fremdsprachen im Tourismus zeugt am besten das Beispiel der Hotelkette Ritz-Carlton, die für viele als die *Crème de la Crème* gilt, wenn es um die sorgfältige Betreuung der Gäste geht.<sup>1</sup> Ritz-Carlton hat nämlich ein neues Programm entwickelt, dessen Grundidee bereits 1992 im Ritz-Carlton Kapalua realisiert wurde. Das ursprünglich auf die Zielgruppe der japanischen Gäste spezialisierte Programm wurde inzwischen standardisiert, auf sämtliche internationalen Gäste erweitert und dient nun als Vorbild für die rund 30 Ritz-Carlton Hotels weltweit. Das von Ritz-Carlton eingeführte "International Guest Services Programm" (IGS) bietet personalisierten Service für jeden einzelnen internationalen Gast, und zwar auf 30 Sprachen. Bereits beim Eintreffen wird der Gast im Rahmen des neuen Services vom IGS - Manager begrüßt, der sich im Anschluß daran persönlich um die Registrierung kümmert. Darüber hinaus erläutert der IGS Manager dem Gast sämtliche Hotelleistungen sowie Details des IGS Programms. Der Gast wird von dem jeweils

---

<sup>1</sup> Vgl. "Service in jeder Sprache", Restaurant und Hotelmanager, br. 10, Hamburg 1995, str. 21.

zuständigen IGS-Manager quasi "adoptiert", der wiederum über einen Funkrufempfänger für den Gast erreichbar ist und ihm mit Übersetzungen, Arrangements für Aktivitäten und spezifischen Wünschen zur Verfügung steht. Die beiden hawaiianischen Ferienhotels, in denen IGS bereits erfolgreich praktiziert wird, beschäftigen Mitarbeiter aus über 30 verschiedenen Ländern- so wird für fast jede Nationalität eine persönliche Betreuung gewährleistet. Nach Maura Shay, IGS-Managerin im Ritz-Carlton Kapalua, sei das Ziel der Hotelleitung, daß sich die Gäste im Hotel wie zu Hause fühlen und daß sie wissen, wie sie jederzeit jemanden kontaktieren können, der ihre Muttersprache beherrscht. Für die Zukunft plant die Ritz-Carlton Hotelgruppe, IGS in allen angeschlossenen Hotels weltweit anzubieten, und besonders die Häuser außerhalb der USA haben bereits großes Interesse daran bekundet. Diesbezüglich sollte auch erwähnt werden, daß Ritz-Carlton die erste Hotelkette war, die den bekannten Preis Malcom Baldrige National Quality Award für die Qualität der Dienstleistung bekam.<sup>2</sup>

Und was für die ausländischen Touristen die Möglichkeit der Kommunikation in ihrer Muttersprache im Ferienort bedeutet zeigen die Ergebnisse der 1990 vom Institut für Fremdsprachen der Fakultät für Hotelmanagement Opatija durchgeführten Umfrage.<sup>3</sup> Befragt wurden 720 Gäste in 25 Hotels in Istrien und im Kvarner-Gebiet. Die meisten Befragten halten viel von der Kommunikation auf ihrer Muttersprache im Ferienort, und vor allem im Hotel, in dem sie abgestiegen sind. Darüber hinaus haben die befragten Touristen mit Noten von 1 bis 5 Sprachkenntnisse des Personals im Hotel begutachtet. Die beste Durchschnittsnote wurde für Deutschkenntnisse verliehen (3, 87), und die niedrigste für Französisch (2, 76). Durchschnittsnote für Italienisch war 3, 71, und für Englisch 3, 36. Diese Daten zeugen davon, daß die Sprache, die mehr im Gebrauch ist, auch besser gesprochen wird. Fremdsprachenkenntnisse des Hotelpersonals und der Anteil der Gäste einer Sprachgemeinschaft sind also proportional.

## 2. FREMDSPRACHEN ALS DAS ELEMENT DER HOTELKLASSIFIZIERUNG

Auf die Unentbehrlichkeit der Fremdsprachen im Tourismus hat auch der Gesetzgeber, das Ministerium für Tourismus, beim Festlegen der Minimalnormen, die in jeder Betriebskategorie zu erfüllen sind, hingewiesen. Eines der Elemente der Hotelklassifizierung sind Fremdsprachenkenntnisse der Hotelmitarbeiter, und zwar des Hoteldirektors und des Personals, das mit Gästen in Kontakt tritt.<sup>4</sup> Unter Fremdsprachen versteht man Deutsch, Englisch, Italienisch, Französisch, Spanisch und Russisch.

Vom Empfangspersonal werden folgende Sprachkenntnisse erwartet:

Im Ein-Sterne-Hotel erfolgt die Kommunikation an der Rezeption auf einer Fremdsprache, im Zwei-Sterne-Hotel auf zwei Sprachen, im Drei- und Vier-Sterne-Hotel auf drei Sprachen und im Fünf-Sterne-Hotel auf vier Sprachen.

---

2 Usp. Miškulin (1994)

3 Vgl. Blažević, 1991.

4 Vgl. Pravilnik o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji ugostiteljskih objekata, Narodne novine, Zagreb, br. 57, 1995, str. 1674

Im Ein- und Zwei-Sterne-Hotel sollte der Hoteldirektor eine Fremdsprache beherrschen, im Drei-Sterne-Hotel zwei und im Vier- und Fünf-Sterne-Hotel drei Fremdsprachen.

Fremdsprachenkenntnisse werden auch für das Personal, das mit Gästen in Kontakt tritt, vorgeschrieben, und zwar:

- im Ein- und Zwei-Sterne-Hotel sollte das Personal, das mit Gästen in Kontakt tritt, eine Fremdsprache fließend sprechen;
- im Drei-Sterne-Hotel sollte das Personal, das mit Gästen in Kontakt tritt, zwei Fremdsprachen fließend sprechen;
- im Vier-Sterne-Hotel sollte das Personal, das mit Gästen in Kontakt tritt, drei Fremdsprachen fließend sprechen;
- im Fünf-Sterne-Hotel sollte das Personal, das mit Gästen in Kontakt tritt, vier Fremdsprachen fließend sprechen;

### 3. FREMDSPRACHENLERNEN IN GASTGEWERBLICHEN UND TOURISTISCHEN AUSBILDUNGSINSTITUTIONEN

Zur Zeit wird immer mehr über die Qualität des touristischen Produktes gesprochen, und das Thema Qualitätsmanagement ist in aller Munde. Die Qualität im Tourismus ist vor allem die Qualität der Dienstleistung, und eine Qualitätsdienstleistung können nur motivierte und gut ausgebildete Mitarbeiter hervorbringen. Deswegen sollte der Schulung des touristischen Kaders besondere Aufmerksamkeit geschenkt werden.

In Lehrplänen und -programmen der gastgewerblichen und touristischen Ausbildungsinstitutionen in Kroatien nehmen Fremdsprachen eine bedeutende Stelle ein.

Nach dem Lehrplan der Hotel- und Tourismusfachschulen werden während des ganzen Ausbildungsprozesses drei Fremdsprachen gelernt (Tabelle 1), und nach dem Lehrplan der gastgewerblichen Berufsschulen zwei Fremdsprachen (Tabelle 2).

Tabelle 1. Fremdsprachenlernen in Hotel- und Tourismusfachschulen in Kroatien  
Ausbildungsprofil: Hotelfachfrau/Hotelfachmann Touristikfachfrau/  
Touristikfachmann

Klasse	Jährliche Stundenzahl		
	1. Fremdsprache	2. Fremdsprache	3. Fremdsprache
I	105	105	70
II	105	105	70
III	140	140	70
IV	128	128	64
Insgesamt	478	478	274

**Tabelle 2. Fremdsprachenlernen in gastgewerblichen Berufsschulen in Kroatien  
Ausbildungsprofil: Kellner**

Klasse	Jährliche Stundenzahl	
	1. Fremdsprache	2. Fremdsprache
I	105	105
II	105	105
III	96	96
Insgesamt	306	306

Zwei Fremdsprachen lernen auch Köche und Konditoren, und zwar die Sprache, die sie in der Grundschule gelernt haben, als die erste Fremdsprache und als die zweite Fremdsprache Französisch (Köche), bzw. Deutsch (Konditoren) mit Fachterminologie (Tabelle 3).

**Tabelle 3. Fremdsprachenlernen in gastgewerblichen Berufsschulen in Kroatien  
Ausbildungsprofil: Koch/Konditor**

Klasse	Jährliche Stundenzahl	
	1. Fremdsprache	2. Fremdsprache
I	105	35
II	105	35
III	96	32
Insgesamt	306	102

In fast allen vierjährigen Hotel- und Tourismusfachschulen lernen 100 % Schüler Englisch und Deutsch als die erste oder zweite Fremdsprache, als die dritte Fremdsprache wird meistens Italienisch gelernt, und sehr selten Französisch. In dreijährigen gastgewerblichen Berufsschulen werden auch vorwiegend Englisch, Deutsch und Italienisch gelernt.

Auch in den Lehrplänen der gastgewerblichen und touristischen hochschulischen Institutionen nehmen die Fremdsprachen eine wichtige Stelle ein. So wird an der Fakultät für Hotelmanagement Opatija, an der Diplombetriebswirte der Hotellerie und des Tourismus ausgebildet werden, nach dem neuen Lehrplan, der seit 2 Jahren im Gebrauch ist, vom ersten bis zum vierten Studienjahr die erste Fremdsprache gelernt, vom zweiten bis zum vierten die zweite Fremdsprache und im zweiten oder dritten Jahr steht den Studenten die dritte Fremdsprache zur Wahl (Tabelle 4). Als die erste Fremdsprache lernen etwa 70 % der Studenten Englisch, 17 % Deutsch, 10 % Italienisch und 1 % Französisch. Als die zweite Fremdsprache lernen die meisten Italienisch (etwa 70 %) und die übrigen 30 % Deutsch, Französisch oder Englisch (Studienjahr 1995/96).

**Tabelle 4. Fremdsprachenlernen an der Fakultät für Hotelmanagement Opatija**

Studienjahr	Jährliche Stundenzahl		
	1. Fremdsprache	2. Fremdsprache	3. Fremdsprache
I	120	–	–
II	120	75	45
III	90	75	–
IV	90	75	–
Insgesamt	420	225	45

Während in den Mittelschulen die Distribution der Fremdsprachen mehr oder weniger im Einklang mit dem Anteil der Touristen nach Sprachgemeinschaft steht, was einer guten Sprachpolitik zuzuschreiben ist, wird an der Fakultät die Auswahl der Fremdsprachen den Studenten überlassen, die sich bei der Wahl für jene Fremdsprache entscheiden, die ihrer Meinung nach leichter zu beherrschen ist und nicht für die Sprache, die sie wirklich brauchen werden. Dessen Folge ist geringer Anteil des Deutschen (17 %) , obwohl es nach der Meinung der Hotelmanager alle, die in Kontakt mit Gästen treten, beherrschen sollten (s. Abschnitt 4) . Deutsch wird meistens von den Studenten, die es seit der Grundschule lernen, gewählt. Da zur Zeit in den Grundschulen meistens Englisch gelernt wird, ist bald zu erwarten, daß Deutsch nur in Hotel- und Tourismusfachschulen und in gastgewerblichen Fachschulen als die zweite oder dritte Fremdsprache gelernt wird, was zur Folge Mangel an fortgeschrittenen Deutschkenntnissen haben wird.

#### **4. STELLUNGNAHMEN DER HOTELMANAGER ZU FREMDSPRACHKENNTNISSEN DES HOTELPERSONALS UND ZUM FREMDSPRACHENLERNEN IN GASTGEWERBLICHEN UND TOURISTISCHEN AUSBILDUNGSINSTITUTIONEN**

Welche Fremdsprachen sollte das Hotelpersonal sprechen, das in Kontakt mit Gästen tritt? Sind Hotelmanager zufrieden mit Fremdsprachenkenntnissen ihrer Mitarbeiter und was sie vom Fremdsprachenlernen in gastgewerblichen und touristischen Ausbildungsinstitutionen halten?

Das waren die zentralen Fragen der im Frühjahr 1996 von der Abteilung für Fremdsprachen der Fakultät für Hotelmanagement durchgeführten Umfrage. Befragt wurden 56 Geschäftsführer aus 30 Hotels in Opatija, Lovran und Krk, unter denen 18 Hoteldirektoren, 15 Empfangchefs, 14 Chefs des Restaurants und 9 Hausdamen.

Auf die Frage welche Fremdsprachenkenntnisse das Personal, das mit Gästen kommuniziert, beherrschen sollte, gaben die befragten Hoteliere folgende Antwort: 100 % der Befragten sind der Meinung, daß alle Mitarbeiter, die in Kontakt mit Gästen kommen, Deutsch und Italienisch sprechen sollten, 90 % meinen, daß auch Englischkenntnisse erforderlich sind und 32 % der Befragten erwarten von ihrem Personal auch Französischkenntnisse.

Die Antworten auf die andere Frage, die lautete: "Sind Sie zufrieden mit Fremdsprachenkenntnissen Ihrer Mitarbeiter?" haben gezeigt, daß 40 % der Befragten

Hoteliere mit Fremdsprachenkenntnissen Ihrer Mitarbeiter ganz zufrieden sind, 30 % sind zum Teil zufrieden und 30 % sind nicht zufrieden.

Was das Fremdsprachenlernen in gastgewerblichen und touristischen Ausbildungsinstitutionen betrifft sind 60 % der Befragten der Meinung, daß es nicht zufriedenstellend ist, was besonders während der Praxis zum Ausdruck kommt. Fast 70 % der befragten Hoteliere betonen, daß Deutsch, das an der ersten Stelle sein sollte, nicht genug gelernt wird. Wie erwähnt, wird Deutsch meistens als die zweite oder dritte Fremdsprache gelernt, was zur Folge mangelhafte Kenntnisse hat.

Ganz generell sind die befragten Hoteliere der Meinung, daß im Fremdsprachenunterricht die Entwicklung der Kommunikationsfähigkeit vernachlässigt wird und daß in einfacheren Berufen (Kellner, Portier, Zimmermädchen) der Schwerpunkt auf die häufigsten Fachausdrücke gelegt werden sollte, und in anspruchsvolleren Berufen (Empfangschef, Hotelfachmann/frau, Touristikfachmann/frau, Sales Manager, Reiseleiter, Hotelmanager) sollten die Schüler (Studenten) sowohl für mündliche als auch für schriftliche Kommunikation (Geschäftskorrespondenz) mit Gästen und Geschäftspartnern befähigt werden. Hauptsächlich wird die Meinung vertreten, daß man in gastgewerblichen und touristischen Schulen und an den Fakultäten, die Diplombetriebswirte der Hotellerie und Tourismus, Hotel- und Tourismusfachkräfte und Servicepersonal ausbilden 4 Fremdsprachen lernen sollte, und zwar Deutsch, Italienisch, Englisch und Französisch. Auch die meisten Befragten können diese Sprachen.

Von befragten Hoteliere wollten wir auch erfahren, was zur Vervollkommnung der Fremdsprachenkenntnisse in Hotellerie und Tourismus wesentlich beitragen könnte. Die meisten sind der Meinung, daß man in Schulen dem Fremdsprachenunterricht größere Aufmerksamkeit schenken sollte, und die Unternehmen sollten für ihre Mitarbeiter Fremdsprachenkurse organisieren und sie ab und zu ins Ausland schicken.

## 5. SCHLUBFOLGERUNG

Abschließend kann folgendes feststellen:

1. Fremdsprachenkenntnisse sind die wichtigste Voraussetzung für die Kommunikation in Hotellerie und Tourismus, und als solche das bedeutende Segment des TQM.
2. Nach dem abgeschlossenen Ausbildungsprozeß sollten die Kellner 2 Fremdsprachen beherrschen, Hotel- und Tourismusfachleute drei und die Absolventen der Fakultät für Hotelmanagement zwei, bzw. 3, wenn sie im vierten Studienjahr als Wahlfach die dritte Fremdsprache nehmen.
3. Nach den Minimalnormen der Hotelklassifizierung reicht das für die Mittelklassehotels, und nicht für die gehobene Kategorie, wo Geschäftsführung und das Personal, das mit Gästen in Kontakt tritt, drei, bzw. vier Fremdsprachen fließend sprechen sollte.
4. Dem Fremdsprachenunterricht in gastgewerblichen und touristischen Ausbildungsinstitutionen sollte noch mehr Aufmerksamkeit geschenkt werden, wobei man von klar definierten Unterrichtszielen, die den Fachbedürfnissen angepaßt sind, ausgehen sollte.

5. Die zuständigen Ministerien sollten optimale Bedingungen zur Durchführung des Fremdsprachenunterrichts schaffen. Darunter versteht man nicht nur die notwendige Stundenzahl, sondern auch die Sicherstellung der Lehrbücher und anderer Lehrmaterialien und Geräte, die zur Zeit nicht vorhanden sind.
6. Um den Bedürfnissen der Hotel- und Tourismuswirtschaft an Fremdsprachenkenntnissen des hochqualifizierten Kaders entgegenzukommen, sollten die hochschulischen Institutionen ihre Sprachpolitik mit den erwähnten Bedürfnissen in Einklang bringen. Dies bedeutet, daß man definieren sollte, welche Fremdsprachen als Pflicht- und welche als Wahlfächer gelernt werden sollten. Aus der durchgeführten Umfrage geht hervor, daß man in den Lehrplan noch eine Fremdsprache einführen sollte, wenigstens als Wahlfach oder fakultatives Fach.
7. Obwohl man nicht erwarten kann, daß jemand während der Schulzeit alle Kenntnisse, die im künftigen Beruf notwendig sind, erwerben könnte, sollten die zuständigen Ministerien und Ausbildungsinstitutionen die Bedürfnisse der Hotel- und Tourismuswirtschaft erkennen und sich danach richten. Dennoch sollten auch die gastgewerblichen und touristischen Unternehmen ihren Mitarbeitern im Rahmen der Weiterbildung die Möglichkeit des Lernens jener Fremdsprachen bieten, die sie während der Schulzeit nicht gelernt haben .

## LITERATURA

1. Blažević, N. (1991), "Strani jezici i turizam", Turizam 1, 13-21.
2. Blažević, N. (1994), "Strani jezici i hotelski standardi", Hotel 6, 19.
3. Blažević, N. (1995): "Strani jezici kao element nove kategorizacije ugostiteljskih objekata." Hotel 6, 10 - 12.
4. Gardini, M. (1994): "Qualität total". Neue Gastronomische Zeitschrift 3, 94-99.
5. Gertzen, M. (1994): "Qualitätsmanagement", Neue Gastronomische Zeitschrift 4, 52-56.
6. Miškulin, D. (1994): "Prije svega kvaliteta", Ugostiteljstvo i turizam 10, 41.
7. Plenković, M. (1990): "Turistički radnik - animator i informator". Ugostiteljstvo i turizam 10, 15.
8. Pravilnik o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji ugostiteljskih objekata, Narodne novine 57, Zagreb, 1995, 1674.
9. "Service in jeder Sprache", Restaurant und Hotelmanager 10, Hamburg, 1995, 21.
10. Vuković, B. (1988): "Jezik naš nasušni". Ugostiteljstvo i turizam 10, 32.

### Sažetak

#### POZNAVANJE STRANIH JEZIKA KAO PRETPOSTAVKA TQM-A U HOTELIJERSTVU I TURIZMU

Poznavanje stranih jezika najvažnija je pretpostavka za komunikaciju u hotelijerstvu i turizmu. Rezultati ovog istraživanja pokazuju da učenje stranih jezika u obrazovnim institucijama ugostiteljsko-turističke struke ne zadovoljava potrebe hotelijerstva i turizma. Hotelijersko-turističko gospodarstvo iskazuje najveće potrebe za njemačkim jezikom koji je u posljednje vrijeme zapostavljen. U zaključku autorice navode nekoliko prijedloga koji se odnose na optimalniju zastupljenost i bolje usvajanje stranih jezika u dotičnim obrazovnim institucijama.

Ključne riječi: poznavanje stranih jezika, obrazovne institucije ugostiteljsko-turističke struke, zastupljenost stranih jezika.