

OBRAZOVANJE / AUSBILDUNG / EDUCATION

Mag. CLAUDIA DAURER
WIFI Österreich, Wirtschaftskammer, Wien, Österreich
WIFI Austrija, Privredna komora, Beč, Austrija

UDK 338.48:374/378
Empfangen: 09.02.2001.
Übersichtsarbeit

QUALIFIZIERUNG IM TOURISMUS – eine Herausforderung für Aus- und Weiterbildung

Investitionen in das Humankapital der Wirtschaft haben heutzutage einen hohen Stellenwert. Fast alle Unternehmen bilden ihre Mitarbeiter und ihre Führungskräfte regelmäßig weiter. Bevorzugt sind im allgemeinen praxisorientierte Weiterbildungsmaßnahmen, die kurzfristig organisiert werden können und nicht allzu lange dauern. Neben den dazu geschaffenen Institutionen für die Weiterbildung steht im Mittelpunkt auch das Lernen in der Arbeitssituation unter Anleitung durch Vorgesetzte, Trainer oder Kollegen. Gleichzeitig wird auch das Lernen mit Hilfe neuer Medien immer wichtiger. Wenngleich das Angebot der Weiterbildungsinstitutionen sowie die Nachfrage seitens der im Tourismus Tätigen dem Qualifizierungsbedarf aus gesamtwirtschaftlicher Sicht im hohem Maße entspricht, erfolgt dies nur auf Basis meist individueller Bedürfnisse. Im Zuge der Weiterbildungsaktivitäten entstehen häufig informelle Netzwerke unter den Kursteilnehmern, die in der Folge zu Kooperationen führen.

Schlüsselwörter: Qualifizierung, Tourismus, Österreich.

1. EINLEITUNG

Laut einer Prognose der World Tourism Organisation wird im Jahr 2007 bereits einer von acht Arbeitsplätzen weltweit von Tourismus und Reisen abhängen. Dies resultiert u.a. daraus, dass die Tourismuswirtschaft eine der personalintensivsten Wirtschaftsformen darstellt. Es gibt kaum Rationalisierungspotential, d.h. der Mensch als Arbeitsfaktor kann nicht oder nur sehr schwer ersetzt werden.

In der Europäischen Union trägt der Tourismus mit 5,5 % zum Bruttosozialprodukt bei und ist somit eine wichtige Quelle für Arbeitsplätze. Derzeit sind in der Europäischen Union etwa 6 % der Arbeitskräfte im Tourismus beschäftigt. Die High Level Group für Tourismus und Beschäftigung kommt in einem Bericht an die Kommission zu dem Schluss, dass es bis zum Ende der nächsten Dekade möglich ist, in der Europäischen Union zwischen 2,2 und 3,3 Millionen neue Arbeitsplätze durch den Tourismus zu schaffen – vorausgesetzt, die richtigen Rahmenbedingungen werden geschaffen.

Diese Rahmenbedingungen sollen wirtschaftlich gesunde Unternehmen mit motivierten Mitarbeitern, laufende positive Tourismusgesinnung, Bewahrung der Umwelt, verantwortungsvolle Nutzung der Ressourcen bewirken.

Zur Erreichung dieser Zielvorgaben ist eine fundierte Aus- und Weiterbildung aller im Tourismus involvierten Menschen unter dem Gesichtspunkt der moderner Methoden des Wissensmanagements unabdingbare Voraussetzung.

2. REISELAND ÖSTERREICH

Österreichs Tourismus hat im internationalen Vergleich eine hervorragende Position. 1999 betragen die Tourismuseinnahmen nach Österreichischer Nationalbank etwa 11,95 Milliarden Euro. Damit ist Österreich unter allen Industrieländern jenes mit dem höchsten messbaren Anteil des Tourismus an der Volkswirtschaft. Der Anteil des Tourismus am Bruttoinlandsprodukt beträgt rund 7 %. Er trägt somit wesentlich zur Abdeckung des Defizits im Warenhandel bei.

Im Folgenden sollen zunächst anhand der aktuellen Nächtigungs- und Umsatzstatistiken¹⁾, Trends im österreichischen Tourismus aufgezeigt werden, um in der Folge das bestehende Ausbildungssystem, das aktuelle Weiterbildungsangebot und den künftigen Qualifizierungsbedarf darzustellen.

2.1 Die Trends

Im Jahr 2000 konnte mit einem Tourismusumsatz von 15,48 Milliarden Euro und insgesamt 113,68 Millionen Übernachtungen ein hervorragendes Tourismusjahr verzeichnet werden. Das entspricht gegenüber 1999 einem leichten Plus bei den Übernachtungen von 0,8 %.

Anteil der Inländernächtigungen steigt

Der Anteil der Inländerübernachtungen (+ 2,8 %) liegt in der Statistik an bemerkenswerter zweiter Stelle. Einer der Gründe für diese Entwicklung ist der anhaltende, nicht nur in Österreich feststellbare, Trend mehrmals pro Jahr auf Urlaub zu fahren.

Die Menschen verreisen öfter, das dafür aber kürzer

Wenn auch die Österreicher nach wie vor ihren Sommerurlaub gerne im Ausland verbringen, den Winterurlaub verbringen sie traditionell im Inland. Auch bei der Auswahl der Destination für den immer häufiger gebuchten Wellness-Urlaub fällt die Entscheidung auf Österreich.

¹⁾ Statistik Österreich, Tourismusstatistik 2000

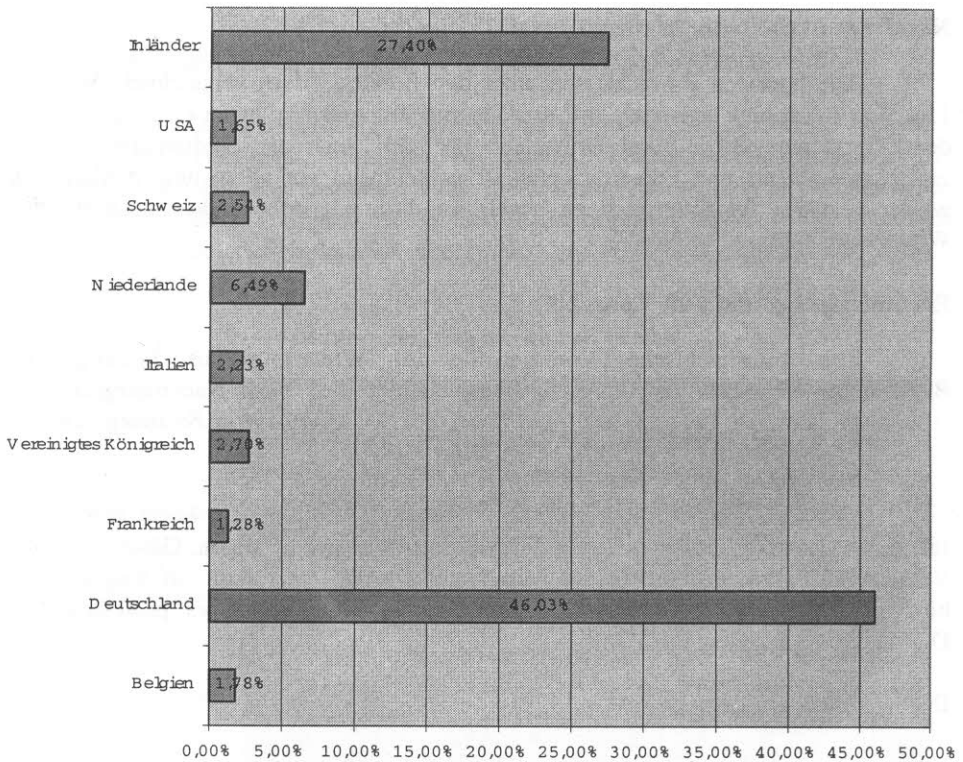
Trend Wellnessurlaub

Der Wellnessurlaub erfreut sich bei In- und Ausländern zunehmender Beliebtheit. Einerseits steigt aufgrund der demografischen Entwicklung die Anzahl der älteren Menschen stark an. Gleichzeitig gibt es den Megatrend gesund und vital bis ins hohe Lebensalter zu sein. Urlaub ist die Zeit, wo man sich u.a. für seinen Körper und seine Gesundheit Zeit nimmt. Während die klassische Kur eher mit Krankheit in Verbindung gebracht wird, liegt die Zukunft im Bereich „Wellness und Fitness“. Als Beispiel für den Erfolg vom Gesundheitstourismuskonzepten gelten insbesondere die modernen Kurzentren der burgenländisch-steirischen Thermenlinie.

Beinahe die Hälfte der Gäste kommt aus Deutschland

Hoch im Kurs steht das Reiseland Österreich besonders bei Gästen aus Deutschland, den Niederlanden, dem Vereinigten Königreich, Italien, der Schweiz und Belgien.

Nächtigungen 2000



Abhängigkeit vom Deutschen Markt

Die obige Grafik verdeutlicht die nach wie vor hohe Abhängigkeit vom Deutschen Markt (Anteil: 46 %). Um diese Abhängigkeit von nur einem Zielmarkt zu verändern, laufen Bemühungen der Österreichwerbung als zentrale Vermarktungsstelle Österreichs, speziell die Osteuropäischen- und Überseemärkte zu bewerben. Um diesen neuen Gästeschichten gerecht zu werden, muss die österreichische Tourismuswirtschaft noch einige „Hausaufgaben“ erfüllen:

- Verbesserung der Sprachkenntnisse
- Verstärkte Zusammenarbeit mit Reiseveranstaltern und Reisebüros
- Kooperationen unter den Betrieben um international vernünftige Größen anbieten zu können

Erste Erfolge der Bemühungen der Österreichwerbung zeigen die aktuellen Nächtigungsstatistiken. Die Gästenächtigungen aus den Niederlanden (+ 5,2 %), dem Vereinigten Königreich (+ 10,2 %), der Schweiz (+ 3,9 %) und den USA (+ 19,8 %) nahmen zu. Parallel dazu war für das nächtigungsstärkste Land Deutschland ein Nächtigungsrückgang von 1,4 % zu beobachten. Die hohen Zuwachsraten bei Gästen aus den USA steht zweifellos auch mit dem für „Dollar-Touristen“ günstigen Euro-Kurs im Verbindung.

Nachfrage nach Städtetourismus steigt

Die höchsten Zuwachsraten unter den Bundesländern verzeichnete Wien (+ 15,4 %), wobei hier besonders die Ausländernächtigungen zulegten (+ 15,9 %). Von dem Trend zum Zweit- und Dritturlaub profitiert auch der Städtetourismus. Mit zahlreichen Events und Fun-Konzepten ist es gelungen vor allem jungen Menschen wieder verstärkt für Österreich zu begeistern. Das gilt insbesondere auch für den Wintertourismus.

Eventmarketing und Fun-Konzepte

Die österreichische Vorreiterrolle im Wintertourismus bestätigt die Betrachtung der Nächtigungen nach Bundesländern. Das nach Nächtigungsanteilen stärkste Bundesland ist nach wie vor Tirol (35 %), gefolgt von Salzburg (18 %), Kärnten (11,3 %), Vorarlberg (6,83 %) und Wien (6,78 %).

Während Österreich speziell im Sommer noch immer ein leicht verstaubtes Image hat, ist es zahlreichen Winterdestinationen sehr gut gelungen, Gäste durch die Vernetzung zu einer einheitlichen Unterhaltung- und Funstruktur an Regionen zu binden. Um derartige Konzepte erfolgreich umzusetzen bedarf es professionellen Destinationsmanagements.

Destinationsmanagement

Der Trend zur Globalisierung führt gleichzeitig zu einer starken Lokalisierung – Regionalisierung. Der Tourismus in Österreich bietet daher Chancen für eine zukünftige regionale Entwicklung.

Tendenz zu Qualitätstourismus

Österreich, als touristisches Hochpreisland, setzt zunehmend auf Qualitätstourismus. Für dieses Konzept spricht auch die Tatsache, dass das Nächtigungsaufkommen in kategorisierten Hotelbetrieben im Vergleich zum Vorjahr insgesamt um 2,4 % gestiegen ist, während die Entwicklung in Privatquartieren rückläufig war (- 4,3 %).

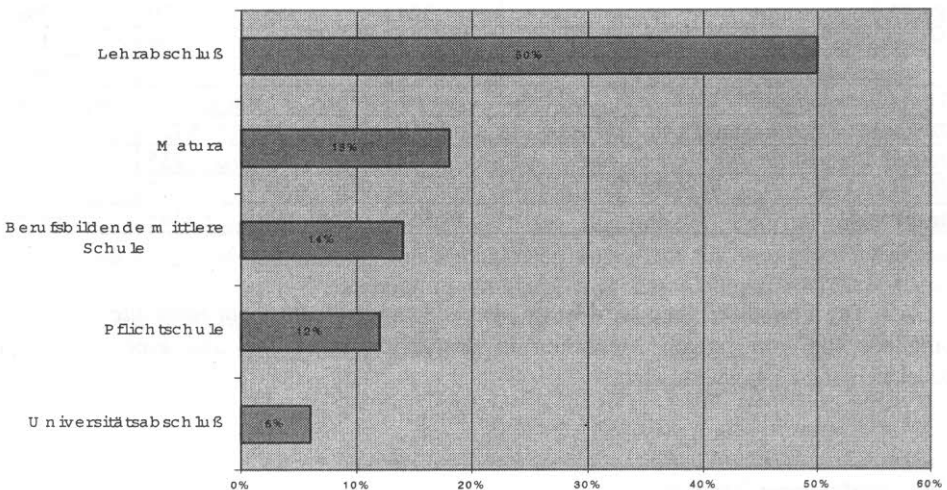
Die Tendenz zu „Qualitätstourismus“ wird sich auch weiterhin fortsetzen, welche ein in zunehmendem Maße hochqualifiziertes Personal benötigt. Die Nachfrage nach qualifiziertem Personal ist im Tourismus nach wie vor sehr hoch. Nimmt man die Arbeitsmarktstatistik als Indikator für den Bedarf an einschlägig qualifiziertem Personal an (wobei natürlich eingeräumt werden muss, dass Stellensuche und Stellenvermittlung nur zum Teil über das Arbeitsmarktservice erfolgen), so zeigt sich, dass Berufe im Tourismus weiterhin überdurchschnittlich gefragt sind.

3. BERUFLICHE AUS- UND WEITERBILDUNG IM TOURISMUS

Der Europäische Binnenmarkt mit seinem Ziel der Beseitigung von nationalen Grenzen für Güter und Dienstleistungen erfordert bestmöglich ausgebildete Fachkräfte zur Nutzung und optimalen Gestaltung der hierdurch entstehenden Möglichkeiten. Die berufliche Aus- und Weiterbildung spielt in Österreich eine bedeutende Rolle.

Als Basis für den Erfolg Österreichs als angesehenen Standort für Gewerbe, Industrie und Tourismus, gilt das bestehende Lehrlingsausbildungssystem. Die Betrachtung des Bildungsabschlusses der Unternehmer zeigt, dass 6 % über einen Universitätsabschluss verfügen, 12 % über Pflichtschulabschluss, 14 % über eine berufsbildende mittlere Schule, 18 % über Matura und 50 % über einen Lehrabschluss.

Bildungsabschluss der Selbständigen



Die Lehrausbildung gilt aus zwei Gründen als das Fundament des Berufsbildungs-systems. Zum einen ermöglicht das duale Bildungssystem – die Kombination von „Training on the Job“ und klassischer Schulausbildung – schon bei der Ausbildung der Jugendlichen den Erwerb fachpraktischer Fertigkeiten und Kenntnisse. Die Tatsache, dass mehr als die Hälfte der Selbständigen selbst über eine Lehrausbildung verfügt, zeigt auch, dass die Lust auf ein späteres Unternehmertum geweckt wird. Das gilt besonders für die österreichische Tourismuswirtschaft, die klein- und kleinstbetrieblich strukturiert ist.

In 74 % der 38.000 Hotel- und Gastgewerbebetriebe sind weniger als drei Mitarbeiter beschäftigt, weitere 16 % zwischen 4 und 8 Mitarbeiter und nur 0,2 % der Betriebe haben über 100 Mitarbeiter. Insgesamt handelt es sich fast ausschließlich um Familienbetriebe. Österreich als Tourismusland bietet rund 250.000 Menschen Beschäftigung.

3.1 Ausbildung im Tourismus

Tourismusberufe sind für Jugendliche äußerst attraktiv. Unter den zehn beliebtesten Lehrberufen bei Mädchen sind vier aus dem Touristikbereich (Doppellehre Restaurantfachmann u. Koch/Köchin, Restaurantfachmann/frau, Koch/Köchin, Hotel- und Gastgewerbeassistent), und bei den Burschen zählt der Beruf des Kochs zu den beliebtesten Ausbildungen (was umso mehr von Bedeutung ist, da 80 % der männlichen Lehrlinge auf zehn Lehrberufe entfallen).

Statistik der Lehrberufe ²⁾

	1993	1995	1997	1999
Restaurantfachmann/frau	2.138	2.256	2.420	2.830
Koch/Köchin	3.745	3.656	3.924	4.325
Hotel- und Gastgewerbeassisten/in	1.317	1.286	1.253	1.227
Reisebüroassistent/in	324	355	370	368
Bürokaufmann/frau	189	153	134	176
Systemgastronomiefachmann/frau				187
Fitnessbetreuer/in				84
Doppellehre Restaurantf. U. Koch/Köchin	3.719	3.526	3.737	4.052
Andere Doppellehren	75	63	235	65
Übrige	53	68	72	201
Insgesamt	11.562	11.363	12.145	13.515

Die Lehrausbildung wird heute als bedeutendes Instrument betrachtet, um die Eingliederung von jungen Menschen in das Wirtschaftsleben und eine adäquate Beschäftigung zu gewährleisten.

²⁾ Wirtschaftskammer Österreich

Die Bildungstrends zeigen, dass sich immer mehr Jugendliche für eine Schulausbildung mit Matura entscheiden, die zwar bessere Optionen für die universitäre und postsekundäre schulische Berufsbildung bedeuten, aber immer mehr schwindende Chancen zum direkten Berufseintritt bietet. Aus diesem Grund konzentrieren sich die bildungspolitischen Aktivitäten in Österreich verstärkt darauf, die Ausbildung des Nachwuchses in der Lehre abzusichern und auszubauen.

Neben und nach der Lehre gibt es noch eine Vielzahl von beruflichen Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten (Fachschulen, berufsbildende höhere Schulen, Lehrgänge, Kollegs, Fachhochschullehrgänge), die den Anforderungen eines modernen, qualitativ hochwertigen Tourismus Rechnung tragen und gleichzeitig dem Teilnehmer am Bildungsprozess durch die starke Durchlässigkeit des Bildungssystems jeden formalen Abschluss und jede denkbare Position auf der Karriereleiter ermöglichen.

Die Hotel- und Gastgewerbeschulen haben das Ziel, den Schülern jenes fachliche grundlegende Wissen und Können zu geben, das unmittelbar zur Ausübung der Berufe im Tourismus befähigt. Aus diesem Grund liegt der Schwerpunkt auf einer praxisnahen Unterrichtsgestaltung sowie auf der Erprobung des Gelernten in Form von begleitenden Praktika. In den verschiedenen Tourismusfachschulen beginnt die 3-jährige bzw. 5-jährige Ausbildung ab dem 9. Schuljahr. Nach dem ersten Jahr bieten sie eine Wahlmöglichkeit zwischen den Bereichen Küche und Service; das Angebot an modernen Fremdsprachen ist umfangreicher als jenes der Hotelfachschulen. Die 3-jährige Ausbildung endet mit einer Abschlußprüfung, die 5-jährige mit der Reifeprüfung. Eine Praxis von zwölf Wochen ist obligatorisch.

Das österreichische Bildungswesen für den Tourismusbereich kennt neben den oben aufgezählten Fachschulen noch eine Reihe von Sonderformen wie den 2-jährigen Hotel- und Gastgewerbefachlehrgang in Bischofshofen/Salzburg (Voraussetzung für den Eintritt sind entsprechende Kenntnisse des Englischen), einen halbjährigen Vorbereitungslehrgang für Tourismus in Bad Ischl.

Die 5-jährige Ausbildung an den berufsbildenden Höheren Lehranstalten für Tourismus wird mit einer abschließenden Reifeprüfung und damit Hochschulberechtigung beendet, wobei das Ziel die Erreichung einer hohen Qualifikation für den Aufstieg in Führungspositionen in Hotel-, Restaurant- oder Reiseunternehmen sowie in Institutionen der Tourismusverwaltung, ist. Sonderformen sind hier der 3-jährige Aufbaulehrgang für Tourismus in Wien und anderen Orten, die verschiedenen 2-jährigen Tourismuskollegs, das Institute of Tourism and Hotel Management für die Ausbildung von Fachkräften vor allem für weniger entwickelte Länder, in Siezenheim bei Salzburg (8 Monate) und das College of Tourism and Management in Krems und Semmering (2-jährige Ausbildung, Abschluss mit B.A. of Hotel and Restaurant Management möglich.)

3.2 Weiterbildung im Tourismus

Bei den Weiterbildungsinstitutionen nehmen neben privaten Anbietern, die sich meist auf Seminare im Managementbereich spezialisiert haben, vor allem die Wirtschafts-förderungsinstitute (WIFI) der Wirtschaftskammern in Österreich ein besondere Stellung ein.

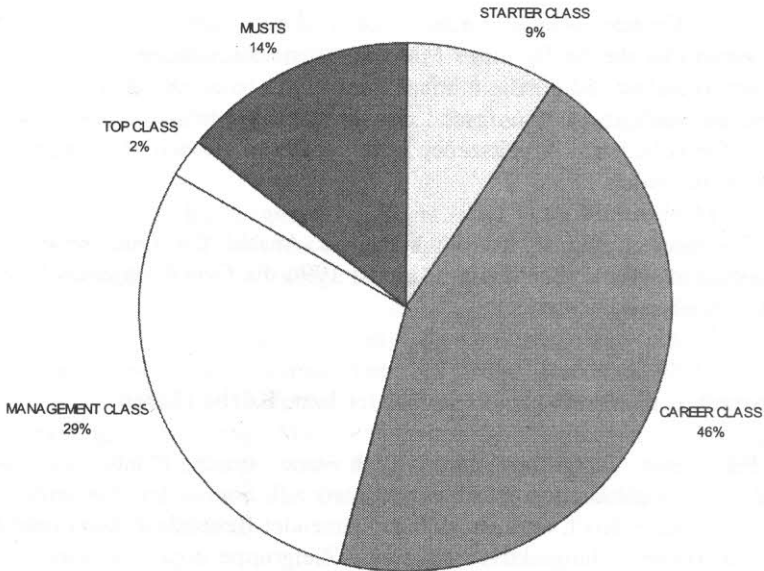
Die WIFI's stellen mit rund 1.200 Veranstaltungen speziell für den Tourismus und über 15.000 Teilnehmern jährlich zweifellos den größten touristischen Aus- und Weiterbildungsanbieter Österreichs dar. Das WIFI hat es sich dabei zur Aufgabe gemacht, MitarbeiterInnen, Führungskräfte und UnternehmerInnen der Tourismusbranche von ihren ersten Karriereschritten bis zu den höchsten Führungsaufgaben zu begleiten.

Zu den Aufgaben zählen das Beobachten der Entwicklungen am Markt und in der Gesetzgebung und die Entwicklung von Seminaren und Trainings. Die Veranstaltungen werden österreichweit mit professionellen TrainerInnen und ReferentInnen durchgeführt. Im Angebot finden sich für jede Position im Tourismus und in verwandten Gebieten (z.B. Großküchen) eine Vielzahl von Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten.

Das WIFI Angebot umfaßt sowohl österreichstandardisierte wie auch landesspezifische Weiterbildung. Österreichstandardisierte Weiterbildung bedeutet, dass eine anerkannte, qualifizierte Zusatzqualifikation erworben werden kann, - unabhängig davon, in welchem Bundesland der Kursteilnehmer die Veranstaltung absolviert. Beispiel dafür sind Lehrgänge wie etwa *Küchenmeister, Diätetisch geschulter Koch, Sommelier, Käsesommelier oder der Food & Beverage Lehrgang* für den Managementsektor. Landesspezifische Seminare stellen das speziell auf den regionalen Tourismusmarkt abgestimmte Angebot dar.

Knapp 10% der Kurse sind im Rahmen der STARTER CLASS Berufseinsteigern und Quereinsteigern gewidmet. Den Angebotsschwerpunkt bildet mit 45% die CAREER CLASS. Hier wird für Teilnehmer mit abgeschlossener Lehre bzw. Fachschule und Berufserfahrung Zusatzqualifikation für Berufsalltag und Karriere angeboten.

WIFI Angebot nach Zielgruppen



Jeder dritte Kurs bietet im Rahmen der MANAGEMENT CLASS und TOP CLASS Qualifikation für Führungskräfte und Verbesserung von Management-Wissen. 15% der Kurse findet sich in den MUSTS, d.h. Kursen, die der Vorbereitung auf Befähigungs-Prüfungen dienen bzw. Kursen, die aktuelle, gesetzliche Bestimmungen (z.B. die Hygieneverordnung - HACCP, Evaluierung) zum Gegenstand haben.

4. DAS WEITERBILDUNGSANGEBOT

Bei der Bewältigung der Zukunftsaufgaben hat die Weiterbildung zweifellos eine Schlüsselfunktion. Weiterbildungsinstitutionen beobachten die Entwicklungen am Markt und reagieren sehr flexibel auf bestehende Bedürfnisse. Die Darstellung des Qualifizierungsangebotes bzw. der -nachfrage erfolgt nachfolgend anhand einer Differenzierung nach Zielgruppen.

4.1 Berufseinsteiger - Quereinsteiger

Qualifizierung für die Gruppe der Berufseinsteiger bieten zahlreiche Kurzurse, die einen Einblick in die Welt der Sommeliers, Küchenmeister oder Barmeister geben, bzw. Kurse zur Vorbereitung auf die Lehrabschlussprüfung.

Die Zahl der Quereinsteiger ist im Tourismus relativ hoch. Die Nachfrage nach einer Grundausbildung für Service und Küche, aber auch nach betriebswirtschaftlichen Grundkenntnissen ist insbesondere in den letzten Jahren gestiegen.

Die Gründe dafür sind u.a. die Verdienstmöglichkeiten der Saisonarbeitskräfte, die häufig junge Menschen ohne touristische Grundausbildung in den Tourismus ziehen, während ein hoher Prozentsatz jener, die über eine Ausbildung im Tourismus verfügen, sich aufgrund der notwendigen lokalen Flexibilität und der „familienunfreundlichen“ Arbeitszeiten, im späteren Leben für einen anderen Berufsweg entscheiden.

Ein weiterer Grund für die steigende Anzahl der Quereinsteiger ist die Liberalisierung der Gewerbeordnung, die seit 1998 die Gründung eines Gastronomie- oder Hotelbetriebes erleichtert.

4.2 Mitarbeiter, die ihre Karriere in Service bzw. Küche planen

Für diese Zielgruppe bietet sich eine breite Palette an Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten. Ausbildungen, wie z.B. Sommelier, Küchenmeister oder Diätetisch geschulter Koch erfreuen sich zunehmender Beliebtheit. Die Frage nach den Motiven für Weiterbildungsaktivitäten dieser Zielgruppe ergab bei einer unter EU-Patronanz durchgeführte Untersuchung³⁾ zum Thema Weiterbildung im Tourismus bei 66 % der Befragten „starke oder sehr starke Einkommensverbesserung“.

Das Angebot an eintägigen Kochkursen spiegelt die Vielfalt des gastronomischen Angebots wider. Beinahe vergessene Rezepte aus der traditionellen österreichischen Küche können ebenso erlernt werden, wie die Zubereitung exotischer Fleischarten oder die japanische, thailändische oder malaysische Küche. Das gilt ebenso für Kurse aus dem Servicebereich.

4.3 Jung/Unternehmer & Mitarbeiter, die Karriere im Management planen

In den Berufsschulen und einschlägigen mittleren berufsbildenden Schulen für das Hotel- und Gastgewerbe werden im Rahmen der Berufsausbildung überwiegend klassische, operative Fähigkeiten erlernt. Aus diesem Blickwinkel ist die Förderung management-interessierter Personen durch geeignete Aus- und Weiterbildungsprogramme essentiell. 1/3 der Kurse im Tourismus sind für den Managementbereich ausgerichtet. Beim Großteil der Veranstaltungen handelt es sich um eintägige Seminare.

Die Gründe, warum gerade kurze Veranstaltungen großen Anklang finden, lassen sich wie folgt zusammenfassen. Berufseinsteiger sind durch ihre neue Lebens-

³⁾ Further Training in the Hotel and Accommodation Trade, Langer, Innsbruck 2000

und Arbeitssituation meist stark belastet, als potentielle Gruppe disloziert und verfügen über eher bescheidene finanzielle Mittel. Vor allem Mitarbeit mit Saisonarbeitsplätzen verfügen über geringes Zeitbudget.

Den Trends entsprechend, gibt es vermehrt Seminare, die sich mit neuen Gastronomie- und Hotelkonzepten befassen. Vor allem kleine Unternehmen positionieren sich vermehrt in Marktnischen. Es sind primär Marketingkenntnisse, die in diesem Zusammenhang nachgefragt werden, aber auch Ausbildung im gesamten Wellnessbereich.

Meist lange vor Kursbeginn ausgebucht, sind längerdauernde Management-Ausbildungen wie etwa der Tourismus & Sales Lehrgang oder der Lehrgang zum Food & Beverage – Manager. Beide Lehrgänge setzen entsprechende Berufspraxis voraus.

Ziel solcher Lehrgänge ist es, dem Teilnehmer ein praxisnahes, betriebswirtschaftliches, gastronomietechnisches und persönlichkeitsorientiertes Handwerkszeug mit auf die Laufbahn zu geben. Inhaltlich wird intensiv auf die Bereiche Marketing, Controlling, Management und Mitarbeiterführung eingegangen. Nach der erfolgreichen Präsentation einer Projektarbeit wird ein Diplom verliehen. Der Teilnehmerkreis ist im Interesse der Qualitätssicherung bei solchen Lehrgängen auf maximal 20 Personen beschränkt.

4.4 Manager und Unternehmer

In vielen Betrieben hat sich in den vergangenen Jahren ein grundlegender Wandel der Arbeitsorganisation vollzogen. Planende, ausführende und kontrollierende Aufgaben sind im allgemeinen nicht länger arbeitsteilig voneinander getrennt. Sie werden vielmehr immer öfter an einzelnen Arbeitsplätzen oder im Rahmen von Gruppenarbeit integriert. Dadurch werden Arbeitsaufgaben inhaltlich bereichert. Verantwortung wird delegiert und der Mitarbeiter wird zum Mitdenker. Zugleich ergeben sich zusätzliche Möglichkeiten des arbeitsorientierten Lernens.

Manager und Unternehmer buchen deshalb verstärkt Seminare, bei denen an Hand von Success-Stories, Fallstudien, Exkursionen und Unternehmergesprächen, erfolgserprobte Konzepte vorgestellt werden. Sehr beliebt sind auch Trend-Reisen in andere europäische Städte. So bietet etwa Trend Touren in europäische Metropolen eine Blick hinter die Kulissen der derzeitigen Mekkas für Lifestyle, Hotel- und Lokaldesign und ermöglichen Fachgespräche mit Kollegen anderer Länder.

Auf Grund der zunehmenden Bedeutung, welche das Internet für den Tourismus gewonnen hat, besteht großer Bedarf an Personen mit entsprechender EDV-Ausbildung im Tourismus und mit Erfahrung mit dem Arbeiten im Internet. Web-User verwenden das Internet vermehrt zur Vorbereitung und Buchung von Reisen oder zur Informationen über das gastronomische Angebot. Aktuelle Prognosen zeigen einen weltweiten, jährlichen Internet-Tourismus-Umsatz von 100 Mrd. Euro entgegen den noch vor 2 Jahren angestellten Schätzungen von 8 – 50 Mrd. Euro.

Die Unternehmer haben durch das Internet die Möglichkeit, ihren potentiellen Gästen rund um die Uhr Zimmer, gastronomisches Angebot und die damit verbundene Infrastruktur anzubieten. Von den 18.000 Hotelbetrieben im Tourismus verfügen 70% über eine eigene Homepage, sind aber noch häufig auf EDV-Kenntnisse externer Experten angewiesen, ein Zustand, der sich durch die zunehmende Inanspruchnahme der vielfältigen Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten bald ändern dürfte.

5. FAZIT

Im Sinne des modernen Destinationsmanagements, aber auch der Herausforderungen durch die neuen Medien, in denen der Tourismus eine imminent wichtige Rolle einnimmt, werden wohl zweifelsohne nur Konzepte auf Basis der Kooperationsförderung und des Wissensmanagements langfristig erfolgreich sein.

Hierfür sind letztlich neue Lehr- und Lernsysteme gefordert, die den Brückenschlag zwischen klassischer Aus- und Weiterbildung und vernetztem (Lern-) Denken ermöglichen.

LITERATUR

1. G. Langer, Further Training in the Hotel and Accommodation Trade, Innsbruck 2000
2. Statistik Österreich, Tourismusstatistik 2000, www.wko.at/bstf

Sažetak

STICANJE KVALIFIKACIJA U TURIZMU – izazov obrazovanju i daljnjoj izobrazbi

Danas su investicije koje se odnose na ljudski kapital u privredi visoke. Skoro sva poduzeća redovito obrazuju svoje suradnike i vodeće kadrove. Prednjače dalja obrazovanja usmjerena na praksu, koja se mogu organizirati u kratkim vremenskim razdobljima. Pored institucija koje se bave daljim obrazovanjem u središtu se nalazi i učenje u radnim situacijama uz naputke pretpostavljenih, trenera i kolega. Istovremeno je učenje uz pomoć novih medija sve važnije. Iako ponuda institucija za dalje obrazovanje kao i potražnja od strane zaposlenih u turizmu u velikoj mjeri i sa cjelokupnog privrednog stajališta odgovara potrebi za kvalifikacijom, ista se sprovodi temeljem poglavito individualnih potreba. Tijekom aktivnosti za dalje obrazovanje često nastaju mreže informacija između polaznika tečaja, koje slijedbeno vode do suradnje.

Ključne riječi: kvalifikacija, turizam, Austria.