

WISSENSCHAFTLICHE DISKUSSIONSPAPIERE

Heft 28

Grundlagen für die berufliche
Qualifizierung in der Freizeitwirtschaft

-Bereich Tourismus / Fremdenverkehr-

Berlin, 1997

Die WISSENSCHAFTLICHEN DISKUSSIONSPAPIERE DES BIBB werden durch den Generalsekretär herausgegeben. Sie erscheinen als Namensbeiträge ihrer Verfasser und geben deren Meinung und nicht unbedingt die des Herausgebers wieder. Sie sind urheberrechtlich geschützt. Ihre Veröffentlichung dient der Diskussion in der Fachöffentlichkeit.

Dr. Helga Foster, Projektleiterin
Helga Weigand, Büro für berufliche Qualifizierung,
Stegstraße 53, 60594 Frankfurt am Main

Tel.: 030/8643-2539

Tel.: 069/62 11 50



Der Inhalt dieses Werkes steht unter einer Creative Commons Lizenz (Lizentyp: Namensnennung – Keine kommerzielle Nutzung – Keine Bearbeitung – 3.0 Deutschland).

Das Werk wird durch das Urheberrecht und/oder einschlägige Gesetze geschützt. Jede Nutzung, die durch diese Lizenz oder Urheberrecht nicht ausdrücklich gestattet ist, ist untersagt.

Weitere Informationen finden Sie im Internet auf unserer Creative Commons-Infoseite <http://www.bibb.de/cc-lizenz>

Vertriebsadresse:
Bundesinstitut für Berufsbildung
Fachabteilung 3.2
10702 Berlin

Copyright 1997 by Bundesinstitut für Berufsbildung, Berlin und Bonn

Herstellung: Bundesinstitut für Berufsbildung, Berlin
Umschlag: Hoch Drei, Berlin
Druck: Bundesinstitut für Berufsbildung



Printed in Germany
ISBN 3-88 555-634-0

1498/415

Diese Netzpublikation wurde bei Der Deutschen Bibliothek angemeldet und archiviert.
URN: [urn:nbn:de:0035-0105-9](http://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0035-0105-9)

Kurzfassung

Der vorliegende Zwischenbericht gibt die wesentlichen Ergebnisse von empirischen Untersuchungen in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft wieder.

Die in zwei Schritten durchgeführten Untersuchungen zum Forschungsprojekt 3.2003 „Grundlagen für die berufliche Qualifizierung in der Freizeitwirtschaft“ ergeben, dass für den touristischen Freizeitbereich Fachkenntnisse und Schlüsselqualifikationen für die gegenwärtige und zu erwartende Aufgabenerledigung notwendig sind, die nach Ansicht der befragten Fachleute in einer systematisierten Aus- und/oder Weiterbildung mit hohem Praxisanteil vermittelt werden müssen.

Die einzelnen Inhalte lassen sich für alle touristischen Freizeitbereiche den qualifikatorischen Schwerpunktbereichen

- Management und betriebswirtschaftliche Kompetenzen,
- Marketing und Öffentlichkeitsarbeit,
- Kommunikation und Beratung,
- Touristische Fachkenntnisse,
- Fremdsprachenkompetenz und
- neue Informations- und Kommunikationstechniken

zuordnen.

Hervorzuheben ist außerdem die von den befragten Experten und Praktikern artikulierte Notwendigkeit einer Professionalisierung der personenbezogenen Dienstleistungen als Voraussetzung für markt- und konkurrenzbeständiges wirtschaftliches Handeln der Branche.

Inhalt

	Seite
1. Theoretische Vorüberlegungen und Einbindungen	7
2. Ansätze für berufliche Entwicklungstendenzen im Tourismus/Freizeitsektor	11
2.1 Berufskulturelle Dimensionen	
2.2 Vorbedingungen zur Untersuchung	12
3. Untersuchungsbefunde	14
3.1 Fragebogenerhebung und ausgewählte Befragungsergebnisse	
3.2 Regionale Anbindung und Schwerpunkte der touristischen Angebote	
3.3 Qualifikationsschwerpunkte	16
3.4 Existierende berufliche Qualifikationen im Freizeitbereich	17
3.4.1 Arbeitsschwerpunkt	
3.4.2 Vorhandene Abschlüsse	18
3.4.3 Zusätzlicher Qualifizierungsbedarf	19
3.4.4 Marketing/Öffentlichkeitsarbeit	21
4. Die Intensivinterviews	22
4.1 Problemaufriß	
4.2 Der Personenkreis der Befragten	23
4.3 Institutionelle Zugehörigkeiten nach Freizeitbereichen	24
4.4 Darstellung von Tätigkeitsanforderungen nach Aufgabenbereichen	25
4.5 Fragen zum Anforderungsprofil	28
4.6 Fragen nach dem Qualifikationsbedarfserwartungen	31
4.7 Fachliche Kompetenzen	
4.8 Ausbildung, Fortbildung, Seminare	31
4.9 Fragen nach der Zukunft	
5. Abschließende Betrachtungen und Empfehlungen	34
Anhang	
• Fragebogen	38
• Frageleitfaden für die Intensivinterviews zu Qualifikationen und Qualifikationsbedarf im Tourismus	43

1. Theoretische Vorüberlegungen und Einbindungen

Die Auseinandersetzung mit Prognosen zur Arbeitsmarkt- und Beschäftigungsentwicklung, die Beachtung der Bevölkerungsentwicklung und die Überprüfung der verschiedenen Antizipationen zu technologischen Veränderung bieten eine gute Argumentationsbasis für beabsichtigte Innovationen; allein reichen sie jedoch erfahrungsgemäß nicht aus, um spezielle Zukunftsfragen, wie die Entwicklung von neuen Berufen, zielgerecht in Angriff zu nehmen. Dies gilt auch für die zu positiven Annahmen führenden Prognosen für den Freizeitbereich.¹

Demgegenüber bieten die aktuell nachweisbaren Daten sehr konkrete Hinweise zur Situation und zu möglichen Tendenzen: Die Freizeitwirtschaft hält einen Marktanteil von ca. 15% des Brutto-Sozialproduktes. Rund vier Millionen Erwerbstätige arbeiten in der Freizeitbranche. Die Ausgaben der privaten Haushalte für Freizeit summieren sich auf 345 Mrd. DM in Westdeutschland, auf 66 Mrd. DM in Ostdeutschland. Hieraus kann abgeleitet werden, daß bis zum Jahr 2000 mit einem Zuwachs von 27% im Westen und von 24% im Osten auszugehen ist und der Freizeitkonsum bis zum Jahr 2000 auf 520 Mrd. DM ansteigt.² Für das Jahr 1997 erwartet allein die Reisebranche ein Wachstumsplus von 4%, die hier marktführenden Großveranstalter erwarten sogar 7%.³

Wie der Blick in die Zukunft so ist auch „der Blick zurück“ nützlich, weil er die Möglichkeit eröffnet, vernünftige zeitliche Dimensionierungen für die Durchsetzung von Innovationen, um die es sich bei der Konstruktion von neuen Berufen handelt, anzusetzen.

Die bisher nicht vorhandene Verberuflichung von Tätigkeiten im Freizeitbereich hat verschiedene, vor allem aus der Tradition von Berufskultur und Berufsstruktur abzuleitende Ursachen. Bei den Tätigkeiten im Freizeitbereich handelt es sich überwiegend um personenbezogene Dienstleistungen, die - wie noch zu zeigen sein wird - im dualen Berufsausbildungssystem keinen großen Stellenwert einnehmen.

Dies obwohl die Diskussion um den Übergang von der Produktions- zur Dienstleistungsgesellschaft weder neu noch originell ist. Schon in den 50ziger Jahren setzte der US-amerikanische Soziologe David Riessman mit seinem Buch „Die einsame Masse“⁴ eine vielseitig aufgegriffene Debatte über die zukünftigen Entwicklungen industriell geprägter Gesellschaften in Gang mit deutlichen Hinweisen auf die heute belegbaren Zustände einer individualisierenden Gesellschaft mit hohem Dienstleistungsbedarf.

Viele Prognosen von Arbeits- und Qualifikationsforschern aus den 50ziger und 60ziger Jahren bewahrheiteten sich. Die von Fourastie⁵ antizipierte Tertiarisierung der Volkswirtschaften und die von Bright⁶ aufgezeigten technischen Entwicklungen mit ihren Folgen für Quantität und Qualität der Arbeitskraft übertreffen sogar aus heutiger Sicht die damaligen Vorhersagen. Mehr als 60% der Erwerbstätigen arbeiten nicht im Fertigungsbereich, sondern im Dienstleistungssektor. Obwohl eine ganze Generation von Ökonomen, Pädagogen und Soziologen diese und andere, vorausschauende Werke zumindest in die Literaturlisten ihrer eigenen Veröffentlichun-

¹ Zimmermann, F. Prognosen in der Tourismusforschung, Trends, Szenarien, Delphi-Umfragen. In: Becker (Hrsg.) Erhebungsmethoden und ihre Umsetzung in Tourismus und Freizeit. Materialien zur Fremdenverkehrsgeographie. Trier 1992.

² Institut für Freizeitwirtschaft (Hrsg.) Wachstumsfelder im Freizeit- und Tourismusbereich in West- und Ostdeutschland bis zum Jahr 2000. München 1994.

³ dpa vom 27. 12. 1996 anlässlich der Eröffnung der Ausstellung für Caravan- und Motortouristik in Stuttgart.

⁴ Riessman/Glazer und Denny. The lonely Crowd. In: Yale University Press, New Haven/Conn., 1950.

⁵ Fourastie, J. Die große Hoffnung des 20. Jahrhunderts. 3. Auflage, Paris 1995. Deutsche Übersetzung von Lutz, B. Köln-Deutz, 1954.

⁶ Bright, J. Automation and Management. Boston/Mass. 1958.

gen aufgenommen hatte, findet heute nur selten eine Bezugnahme darauf statt. Statt dessen erinnert man sich an vorhergesagte Facharbeiterlücken⁷, die jedoch in der prognostizierten Dimension nicht eingetreten sind, und an Veröffentlichungen, die durch den Einsatz neuer Techniken den Bürobereich und damit Tausende von Frauenarbeitsplätzen gefährdet sahen, obgleich zumindest zunächst einmal genau das Gegenteil eingetroffen ist.⁸

Bis auf die in der breiten Fachöffentlichkeit zur beruflichen Bildung kaum beachteten Veröffentlichungen, wie z.B. zur Entwicklung von „alternativen“ Arbeits-, Beschäftigungs- und Unternehmensformen,⁹ verblieb die sich mit der Tertiarisierung der Wirtschaft auseinandersetzung jüngerer Literatur innerhalb der Tore der Industrieunternehmen und behandelte den Dienstleistungssektor weiter als einen dem Produktionsbereich zugehörigen, zu- oder nachgeordneten Bereich.¹⁰

Ausnahmen, wie sie dem Pflege- und Sozialbereich zugebilligt werden, sind für den Freizeitsektor sowohl aus der wissenschaftlichen als auch aus der bildungspolitischen Diskussion um Zukunftsberufe der Dienstleistungsgesellschaft ausgegrenzt geblieben.¹¹ Ähnlich geringfügig beachtet wird der Dienstleistungscharakter bei Berufen des Hotel- und Gaststättengewerbes und anderen Berufen, die z.B. mit Körperpflege und anderen „Diensten“ zu tun haben, wie Friseur/Friseurin, Bademeister, Hauswirtschafterin etc.

Andererseits fallen viele Dienstleistungen formal gar nicht in diese Kategorie, sondern gelten als Handwerksberufe und sind damit objekt-/produkt- und nicht personenbezogen.

Neue Dienstleistungen, wie z.B. die immer notwendiger werdenden und immer öfter in Anspruch genommenen Dienste zur datentechnischen Einrichtung und Problembeseitigung, die mit der verbreiteten Nutzung des PC und von Kommunikationstechnologie einhergehen, finden berufsbildungspolitisch gleichfalls keine Beachtung.

Ähnlich verhält es sich mit Tätigkeitsbereichen im Freizeitbereich. Schon allein der Begriff „Freizeit“ katapultiert jeden Gedanken an Beruflichkeit ins Abseits des Privaten, des nicht zu Regelnden, dessen also, was noch nicht einmal dem Dienstleistungsbereich zgedacht wird. Freizeit wird noch immer als ein Lebensbereich aus dem Blickwinkel der Person, die Freizeit hat, verstanden und nicht in der Doppelsinnigkeit des Begriffs, der sowohl die individuelle Zeitverwendung ausdrückt als auch Leistungen, die sich an Personen richten, die in ihrer Freizeit die unterschiedlichsten Bedürfnisse befriedigen wollen und dafür andere in Anspruch nehmen wollen oder müssen.¹²

Weil die Marktgeschehnisse im personenbezogenen Dienstleistungsbereich in weiten Teilen prozeß- und nicht produktbezogen sind, muß sich auch der abstrakte Kunde, der für das Geld etwas anderes als er oder sie beim Kauf von Waren erhält und bezahlt, umstellen. Die Bezahlung von Dienstleistungen ist heute gleichfalls nicht unüblich. Die Leistung von Handwerkern wird nach Stunden berechnet, die von Krankenschwestern fließen in die Tagessätze eines Klinikaufenthalts ein, Kosmetikerinnen/Friseurinnen ordnen ihren einzelnen Leistungssegmenten eine

⁷ Alex, L.: Facharbeiterbedarf und Facharbeiterangebot in Metall- und Elektroberufen von 1990 bis 2010. Bielefeld 1992

⁸ Baethge, M.: Neue Technologien im Dienstleistungssektor: Chancen und Gefährdungen für Arbeits- und Berufsperspektiven von Frauen. In: Schiersmann, Ch. (Hrsg.). Mehr Risiken als Chancen? Frauen und neue Technologien. Bielefeld 1988

⁹ dazu u. a.: Friedrich Ebert Stiftung (Hrsg.): Gesprächskreis Arbeit und Soziales. Beschäftigungsfelder der Zukunft - personenbezogene Dienstleistungen (Nr. 46), Ökobranche (Nr. 49). Bonn 1994/95

¹⁰ Rammert, W.: Technik und Gesellschaft. Ein Überblick über die öffentliche und sozialwissenschaftliche Technikdiskussion. In: Bechmann, G. u. a. (Hrsg.): Technik und Gesellschaft, Jahrbuch 1. Frankfurt/M/New York, 1982, S. 13-47

¹¹ Rabe-Kleberg, U. u. a. (Hrsg.): Pro Person. Dienstleistungsberufe in der Krankenpflege, Altenpflege und Kindererziehung. Bremen 1991

¹² Rinderspacher, J.: Gesellschaft ohne Zeit. Individuelle Zeitverwendung und soziale Organisation der Arbeit. Frankfurt/M/New York 1985.

Berechnungsgrundlage zu, und mit dem Flugticket bezahlt man den Service an Board mit. Andere Dienstleistungen, wie sie z.B. im Hotel- und Gaststättenwesen einfließen, sind gleichfalls kaum gesondert vom jeweiligen „Gesamtpaket“, der Beherbergung bzw. der Beköstigung zu identifizieren und werden, sieht man vom Trinkgeld für Service ab, in die Schlußrechnungen integriert. Bezeichnenderweise wird hier, wo die von Person zu Person recht unmittelbar gezeigte Leistung dominiert, nicht von Kunden, sondern von Gästen gesprochen und von Bewirten, Servieren, Empfangen usw. Gleichwohl bleibt ein zentrales Problem bestehen, nämlich die geringe gesellschaftliche Bereitschaft und die der einzelnen Verbraucher, die Kosten für personenbezogene Dienstleistungen zu akzeptieren und zu tragen.

Vom Exkurs in die Problematik der Bezahlung von personenbezogenen Dienstleistungen soll hier noch einmal zurückgeführt werden auf die eingangs getroffene Aussage, daß die meisten Dienstleistungen bzw. was darunter verstanden wird, produktions- oder produktnah angesiedelt oder der öffentlichen Verwaltung zuzuordnen sind. Der letztgenannte, öffentliche Verwaltungsbereich mit seinem hohen Beschäftigungsvolumen¹³ hat, dies zeigen alle einschlägigen Befragungsergebnisse, nur in wenigen Ausnahmen dazu geführt, daß sich die Bürger und Bürgerinnen als Subjekt staatlicher Dienste fühlen. Hier hat zwar nicht die Produkt- sondern die Sachbearbeitung Vorrang, personenbezogene Leistungen sind hingegen oft nur auf einer abstrakten Ebene erkennbar. Dennoch tragen öffentliche und Teile privater Verwaltung das Merkmal der nicht industriell-, markt- und produktorientierten Dienstleistung, und die hier tätigen Beschäftigten stellen zusammen mit den produktionsnahen Sachbearbeitungskräften das Hauptpotential der heutigen Dienstleister.¹⁴

Obwohl schon heute die Mehrzahl der Erwerbstätigen in Berufen arbeiten, die nicht dem primären (Landwirtschaft, Forstwirtschaft) und dem sekundären (Produktionsbereich) Wirtschaftssektoren, sondern den übrigen Wirtschaftsbereichen und dem Handel, Verkehr usw. zugehörig sind, spiegelt sich diese Tatsache im Berufsbildungssystem nicht wieder.

Am besten läßt sich anhand der existierenden anerkannten Ausbildungsberufe nachweisen, daß die Berufsstrukturen und die ihnen zugrundeliegenden kulturellen Orientierungen noch nicht bei der „Dienstleistungsgesellschaft“ angekommen sind.

¹³ 9,4% aller Erwerbstätigen arbeiten in Deutschland in der öffentlichen Verwaltung Statistisches Bundesamt Bildung im Zahlenspiegel Wiesbaden 1996, S 36

¹⁴ Statistisches Bundesamt, a a O , S 36a

Übersicht 1: Anerkannte Ausbildungsberufe im Dienstleistungsbereich

Berufs-	Berufsbezeichnung	Anzahl	Auszubildende		
			weiblich	Anteil in %	Insgesamt
41	Speisenzubereiter		24.85	35,15%	24.708
68	Warenkaufleute	11	9.891	87,80%	11.265
69	Bank- und Versicherungskaufleute	4	36.421	53,13%	68.552
70	andere Dienstleistungskaufleute	7(+2) ¹⁵	16.884	60,95%	27.701
71	Berufe des Landverkehrs	4(+1) ^{1b}	1.699	29,63%	5.733
73	Berufe des Nachrichtenverkehrs	1	1.928	54,76%	3.521
75	Unternehmer, Organisatoren, Wirtschaftsprüfer	1	20.757	74,26%	27.951
77	Rechnungskaufleute, Datenverarbeitung	1	812	20,94%	3.878
78	Bürofach- und -hilfskräfte	14	152.152	75,16%	202.437
82	Publizisten, Dolmetscher, Bibliothekare	1	469	86,05%	545
85	übrige Gesundheitsberufe	3	95.019	99,87%	95.145
87	Lehrer	1	-	-	-
90	Körperpfleger	1	37.570	93,56%	40.155
91	Gästebetreuer	4	31.552	79,70%	39.586
92	hauswirtschaftliche Berufe	1	12.549	95,90%	13.085

* in der jeweiligen Berufsgruppe

Quelle: BIBB (Hrsg.). Die anerkannten Ausbildungsberufe 1996. Bielefeld: W. Bertelsmann Verlag 1996

Unter berufsbildungspolitischen Gesichtspunkten läßt sich aus der Auflistung der Berufsgruppen ein Phänomen erkennen, das den schon seit Jahrzehnten vorausgesagten und aktuell sichtbaren, tatsächlichen sektoralen Verschiebungen vom Produktions- zum Dienstleistungssektor zuwiderläuft.

Nur 15 der insgesamt 93 *Berufsgruppen* und nur 58 der insgesamt 364¹⁶ *anerkannten Berufe* (=15,9%) sind dem Dienstleistungsbereich zuzuordnen. Die Bürofach- und -hilfskräfte (14) und die Warenkaufleute (11) nehmen hier die meisten Berufe ein, gefolgt von den anderen Dienstleistungskaufleuten (6) sowie den Bank- und Versicherungskaufleuten (4). Die übrigen Gesundheitsdienstberufe und die Gästebetreuer stellen mit jeweils 4 Berufen gegenüber der relativ hohen Anzahl von Handels- und Büroberufen fast eine "Randerscheinung" dar, die auch durch die nur mit einem Beruf belegten anderen Berufsgruppen wie Hauswirtschaft, Körperpflege und Speisenzubereiter nicht wesentlich ausgeglichen wird.

Es gibt also innerhalb der Dienstleistungsberufe einen überproportional hohen Anteil an Kaufleuten, an Berufen also, die sich mit den verschiedenen Gegebenheiten der Güterproduktion, und nur einen sehr kleinen Anteil an Berufen, die sich mit Personen auseinandersetzen, also unmittelbare Dienstleistungen erbringen, die auch von anderen als solche erfahren werden.

¹⁵ siehe Tabelle 3 „Neuerlassene Ausbildungsberufe“ (Informatikkaufmann/-kauffrau, Informations- und Telekommunikations-System-Kaufmann/-Kauffrau)

¹⁵ Kaufmann/Kauffrau für Verkehrsservice

¹⁶ Stand 01. Oktober 1996. Im Jahr 1997 wird die Gesamtzahl der anerkannten Ausbildungsberufe auf 360 gesenkt werden

2. Ansätze für berufliche Entwicklungstendenzen im Tourismus/Freizeitsektor

2.1 Berufskulturelle Dimensionen

Die Zunahme an "freier Zeit", d.h. einerseits in Relation zur jährlichen, andererseits zur Lebensarbeitszeit¹⁷ und zu anspruchsvollerem Freizeitverhalten, legt nahe, daß sich der Aufwärtstrend im Freizeitbereich, wenn auch zukünftig mit Verschiebungen in den Schwerpunktbereichen, fortsetzen wird. Die Prognosen weisen auf einen sichtbaren Anstieg an Arbeitsplätzen hin, bundesweit ca. + 40% Wachstum, regional bis zu +70%. Gegenwärtig sind ca. 4,5 Mio. Menschen mittelbar oder unmittelbar in der Freizeitwirtschaft tätig. Bildungspolitisch beachtenswert ist, daß die meisten Aktivitäten zur Professionalisierung von Tätigkeiten im Freizeitbereich während der vergangenen Jahre im Fachhochschul- und Hochschulbereich und nicht im Kontext der beruflichen Bildung entstanden.¹⁸

Die Akademisierung des Freizeitbereichs birgt jedoch mehrere Probleme in sich. Zunächst einmal ist davon auszugehen, daß die quantitative Ausdehnung des Freizeitsektors nicht zwingend bedeutet, daß dies mit einem erhöhten Bedarf an Führungskräften einhergeht. Die „Verschlan-
kung“ von Management und Administration, die heute allenthalben in privaten und öffentlichen Unternehmen eingeläutet wird, spricht deutlich dagegen. Selbst wenn man annimmt, daß zumindest für eine Auf- und Ausbauphase des Freizeitsektors verstärkt in Fachhochschulen und Hochschulen ausgebildetes Personal für die Planung und das gehobene Management nötig wären, so stellt sich als nächste Frage, ob diese Führungskräfte dann ihren Erwartungen gemäße Einkommen erzielen können. Denn - und dies ist ein erhebliches Argument - die Verdienste im Freizeitbereich sind nicht mit denen des Produktionsbereichs zu vergleichen sondern liegen, je nach Branche, z.T. erheblich darunter. Neben fehlenden Tarifabsprachen sind eine Reihe von Gründen dafür heranzuziehen, die von der Saisonabhängigkeit über mangelnde Qualifikationen bis zur fehlenden Bereitschaft der Kunden reichen, für bestimmte Leistungen zu bezahlen.¹⁹ Insbesondere die letztgenannte Problematik, für personenbezogene Dienstleistungen kein relevantes monetäres Verständnis auf Seiten der Kunden vorzufinden, ist eng mit der Facharbeiter-/ Fachangestelltenkultur zu sehen, die nach wie vor das gesellschaftliche Bewußtsein in Deutschland bestimmt und die eng mit der Berufskultur verbunden ist.²⁰ Dies korrespondiert dann in negativer Weise mit der Situation im Freizeitbereich, in dem keine Berufe existieren und wo das Personal entweder aus Autodidakten besteht oder aus berufsfremden Fachleuten. Der Kunde und die Kundin, ihrerseits als Facharbeiter oder Angestellte ausgebildet, sehen verständlicherweise die Dienste und Leistungen, die im Freizeitbereich erbracht werden bzw. die dort existierenden Arbeitsplätze als „Allerweltsqualifikationen“ und als "Jobs" an. Dieses Bezugssystem wird durch erhöhten Einsatz von Hochschulabsolventen nicht zu durchbrechen sein, sondern nur durch die Herstellung einer „kulturellen Normalität“, d.h. durch die Herausbildung von in unserer Gesellschaft üblichen und akzeptierten Strukturen und professionellen Bedingungen, die eng mit der anerkannten Ausbildung einhergehen.

Dies ist mehr als ein simples Plädoyer zugunsten der Professionalisierung von Freizeitberufen. Inzwischen wird nicht nur, wie die nachfolgend dargestellten Untersuchungsbefunde zeigen

¹⁷ Institut für Freizeitwirtschaft, a a O

¹⁸ Nahrstedt, W (Hrsg) Zur Freizeit berufen Berufsperspektiven, Handlungsfelder, Ausbüdungsgange für Freizeit- und Kulturpadagogen im internationalen Vergleich Bielefeld (IFKA) 1993

¹⁹ Große Reiseveranstalter haben dies seit langem erkannt und „verpacken“ deshalb ihre Einzelleistungen in einem Gesamtpaket

²⁰ Beck/Brater/Daheim Soziologie der Berufe Hamburg 1980

werden, von den Fachleuten im Tourismus, sondern auch von Länderministerien und anderen kommunalen Entscheidungsträgern, insbesondere in den neuen Bundesländern, die Entwicklung von Berufen gefordert. Dort existieren nicht nur dringende wirtschaftliche Notwendigkeiten zur Entwicklung von Freizeitangeboten, sondern auch eine Vielzahl von Chancen für den Aufbau sozial- und umweltverträglicher Infrastrukturen, für die dann einschlägige Qualifikationen benötigt werden.²¹

In Bundesländern mit regionenspezifischen Strukturveränderungen entstehen neue regionale Entwicklungskonzepte, die unter Berücksichtigung der demographischen Gegebenheiten die Erwerbslage der Bevölkerung durch relevante Angebote der Freizeitwirtschaft anheben bzw. langfristig auf- und ausbauen wollen. Aktuell geht es um die qualifikatorische "Umstrukturierung", zum anderen jedoch auch darum, die Jugendlichen in der Region durch geeignete Ausbildungs- und Beschäftigungsmöglichkeiten einerseits und durch attraktive Freizeitangebote für diese Zielgruppe andererseits zum Verbleib zu motivieren und Abwanderungen entgegenzuwirken.

2.2 Vorbedingungen zur Untersuchung

Für den wirtschaftlich expandierenden Freizeitsektor wurden in der Vergangenheit keine beruflichen Ausbildungsgänge entwickelt. Die beiden nach dem Berufsbildungsgesetz anerkannten Berufsbilder sind der/die Reiseverkehrkaufmann/-frau und der/die BademeisterAin. Tätigkeiten wie Reiseleiter/-in, Stadt- und Fremdenführer/-in, animateur/-in, Tourismusmanager/-in, Sportreisen-Veranstalter/-in, Gästebetreuer/-in u.a. existieren zwar in der Praxis, die entsprechenden Fachleute werden jedoch aus anderen Berufen übernommen bzw. mittels unternehmensinterner Zusatzqualifizierung auf die entsprechenden Aufgaben vorbereitet.²²

Fachhochschulen, z.B. die FH Lüneburg, und Universitäten, u.a. die Freie Universität Berlin, haben Studiengänge im Fachgebiet Tourismus eingerichtet.

Große Nachfrage, vor allem durch AFG-geförderte Teilnehmer und Teilnehmerinnen, findet die Ausbildung zum Tourismusfachwirt, die von mehreren Industrie- und Handelskammern als ge-regelte Weiterbildung anerkannt wird. Tourismusfachwirte erhalten von der Praxis jedoch nur bedingt Akzeptanz, nämlich dann, wenn die Absolventen zusätzlich Berufserfahrungen in touri-stischen Bereichen nachweisen können oder über den Berufsabschluß zur Reiseverkehrskauf-frau/zum Reiseverkehrskaufmann verfügen.

Dem seit Juni 1995 im Bundesinstitut für Berufsbildung laufenden Forschungsprojekt „Grund-lagen für die berufliche Qualifizierung in der Freizeitwirtschaft“ waren Ende der achtziger Jahre Untersuchungen in verschiedenen Freizeitbereichen vorausgegangen, die zu Ergebnissen führ-ten, die zum damaligen Zeitpunkt keinen Ansatz boten, unmittelbar an der Konstruktion von Berufsbildern für den Freizeitbereich weiterzuarbeiten.²³ Aus heutiger Sicht, also fast eine De-kade nach den o.g. Untersuchungen, lassen sich die damaligen Schwachstellen erklären. Die Mehrzahl der 1987 untersuchten Freizeitanbieter waren keine Wirtschaftsunternehmen, sondern direkt oder indirekt Behörden und Ämtern zugeordnet bzw. sie wurden aus öffentlichen Mitteln

²¹ s. dazu die Verhandlungen im Deutschen Bundestag, Deutscher Bundestag, Drucksachen 12/5086 und 12/3649

²² Fromme/Kahlen: Berufsfeld Freizeit, Aus-, Fort- und Weiterbildungsangebote im tertiären Bildungsbereich. Bielefeld (IFKA) 1990; Ulrich/Zimmermann: Arbeitgeber Freizeit. Aktuelle Berufe für den Markt der Zukunft. Düsseldorf 1995

²³ Foster, R: Forschungsbericht zum BEBB-Projekt, „Ermittlung von Qualifikationsanforderungen und -bedarf in relevanten Freizeitbereichen unter saison- und regionenspezifischen Aspekten“, unveröffentlichtes Manuskript. Berlin 1987

finanziert. Dies ist auch heute noch vielfach der Fall, jedoch mit dem Unterschied, daß Fremdenverkehrsämter, Tourismusvereine u.a. entweder in GmbH's umgewandelt worden sind oder daß von den Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen ausdrücklich marktorientiertes (vs. administratives) Handeln gefordert wird. Für die, wie dieser Bericht zeigen wird, von der damaligen Situation abweichenden Ergebnisse, spielen psychologische Veränderungen bei den Akteuren in der Freizeitwirtschaft eine Rolle. Zum Befragungszeitpunkt Ende der achtziger Jahre bestand die Befragungspopulation der Fachleute im Freizeitsektor mehrheitlich aus einer kleinen eingeschworenen „Gründergeneration“, die sich ihrer Pionierfunktion bewußt war, die sich durch Engagement auszeichnete und die ihre eigenen, teilweise sehr interessanten Biographien zum Maßstab für die Heranbildung von Nachwuchskräften heranzog. Da diese Personen über keine, auf den Tourismus orientierten, konkreten Bildungsvoraussetzungen bzw. -wege verfügten, läßt sich aus heutiger Sicht vor allem das damals überwiegend anzutreffende Unverständnis zur möglichen Erstausbildung für Tätigkeiten im Freizeitbereich erklären. Heute sehen die Hauptakteure im Bereich der Freizeitwirtschaft ihre eigene Lage, vor allem aber die Zukunft der Branche wegen der sich vielfach abzeichnen Veränderungen anders und die meisten artikulieren einen Ausbildungsbedarf, wie in diesem Bericht zu zeigen sein wird.

Hinzu kommt, daß der strukturell bedingte Verlust von Arbeitsplätzen im Produktionsbereich in den letzten Jahren viele Kommunen und Regionen veranlaßte, tiefgreifende Überlegungen zur wirtschaftlichen Neustrukturierung anzustellen. Vielerorts ist der Tourismus als eine wesentliche Möglichkeit zur wirtschaftlichen Stabilisierung erkannt worden. Gleichfalls erkannt wurde, daß ohne kompetente Fachkräfte viele Ansätze zur Umstrukturierung stagnieren.²⁴ Nicht allein wirtschaftliche Motive, sondern die damit verzahnten gesellschaftlichen Entwicklungen unterstreichen die Bedeutung von qualifiziertem Personal im Freizeitbereich. Beispielsweise werden an den Tourismus heute Anforderungen eines Klienteis gestellt, das urbane Ansprüche mit Natur- und Umweltschutz zu verbinden sucht und erhebliche Anforderungen an die touristischen Anbieter stellt, insbesondere an die personenbezogenen Dienstleistungen.²⁵

Das BIBB ist diesen neuen Anforderungen mit Modellversuchen nachgekommen und hat zwischen 1991 und 1995 einen Modellversuch mit Mitteln des BMBF gefördert und fachlich betreut, in dem Frauen zur Freizeit- und Kulturreferentin fortgebildet wurden,²⁶ und 1996 einen weiteren Modellversuch zum/zur Fachreferent/Fachreferentin im Landtourismus abgeschlossen.

²⁴ VDKF (Hrsg.): Wirtschaftsfaktor Tourismus. Die Arbeit in den Kur- und Fremdenverkehrsstellen. Berufspolitik in den kommenden Jahren. Frankfurt/M. 1991

²⁵ Opaschowski, H.W.: Freizeit 2001. Ein Blick in die Zukunft unserer Freizeitwelt. B.A.T. Freizeitforschungsinstitut, Hamburg 1992

²⁶ Zieheiß u. a., 1993 + 1995

3. Untersuchungsbefunde

3.1. Fragebogenerhebung und ausgewählte Befragungsergebnisse

Untersucht wurde der regionale Tourismus in der Bundesrepublik Deutschland. Einbezogen wurden Stellen in Fremdenverkehrs-, Kur- und Erholungsorten, in touristischen Regionen, Institutionen des Städtetourismus und des ländlichen Tourismus, innovative Projekte und Reiseveranstalter. Die Untersuchung richtete sich an kommunale Ämter und Kreisverwaltungen, Vereine, Verbände, Arbeitsgemeinschaften, städtische GmbH's, Wirtschaftsunternehmen, Wirtschaftsförderungsgesellschaften und Reiseveranstalter. An der Erhebung waren bis auf die Stadtstaaten alle Bundesländer vertreten.

Um aus der Vielfalt der mit Tourismus im weiteren Sinne befaßten Einrichtungen, Organisationen und Institutionen eine repräsentative Auswahl für die Untersuchung zu treffen, wurden in der ersten Untersuchungsphase nach einem Regionalschlüssel an 120 ausgewählte Einrichtungen und Organisationen standardisierte Fragebögen verschickt (siehe Anhang 1). Für die anschließend geplante qualitative Untersuchung sollte hierdurch eine Grundlage zur Feststellung von fachlichen Zusammenhänge geschaffen werden, in denen sich der Tourismus als Beschäftigungsfeld zeigt. Die gestellten Fragen konzentrierten sich vor allem darauf, die an das Personal gestellten Anforderungen eingrenzen zu können. Weiterhin wurde nachgefragt, ob die vorhandenen Qualifikationen den tatsächlichen Anforderungen genügen. Von den 120 angesprochenen Einrichtungen sandten 54 (= 45 %) den ausgefüllten Fragebogen zurück.

3.2 Regionale Anbindung und Schwerpunkte der touristischen Angebote

Die meisten Rückläufe kamen aus Hessen mit 17%, gefolgt von Bayern mit 15% und Sachsen mit 11%. Baden-Württemberg, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen und Rheinland-Pfalz, das Saarland, Schleswig-Holstein und Thüringen nahmen jeweils 7% der Rückläufe ein. Diese Gewichtung bei der Beteiligung an der Erhebung sagt jedoch nichts über Tourismusstruktur in den einzelnen Bundesländern aus, da die Stichprobe darauf abhob, die zentralen Freizeitbereiche zu erfassen und die verschiedenen, im Tourismus existierenden Organisationen und Betriebe einzubeziehen. Die, bis auf die drei Bundesländer Bayern, Hessen und Sachsen ausgewogene Beteiligung aller Bundesländer ermöglicht die Feststellung, daß die nachfolgenden Aussagen gleichsam "bundeseinheitlich" zu verstehen sind.

Der Rücklauf zeigt deutlich auf die regionalen Schwerpunktbereiche: ländliche Regionen, Städte und Naherholungsgebiete. Die Angaben zu bundesweiten Aktivitäten und zu internationalen touristischen Aufgaben umfassen nur ein Drittel aller befragten Freizeitunternehmen (vgl. Tabelle 1). Der deutliche Schwerpunkt auf ländliche Regionen beinhaltet, daß sich das touristische Angebot vornehmlich an inländische Besucher richtet. Bei den städtischen Anbietern hingegen wird auch auf ausländische Touristen fokussiert. Letzteres hat Auswirkungen auf die Qualifikationen, wie noch im weiteren zu zeigen sein wird. Der starke Bezug zu ländlichen Regionen ist auf die in Deutschland inzwischen zur Tradition gewordenen Einbeziehung von landschaftlichen, natürlichen Gegebenheiten in die touristische Angebotsgestaltung zurückzuführen. Hier sei an den Begriff des „Luftkurortes“ erinnert, also an Gegenden und Orte, die keine zusätzlichen Kurangebote, wie z.B. Quellen und Bäder, sondern eine „schöne Gegend“ und gute Luft

anbieten. Auch „Ferien auf dem Bauernhof fallen in diese Kategorie. Insgesamt sprechen diese ländlichen Anbieter überwiegend städtische Urlauber an.

Teilnehmer an der Erhebung nach Orientierung und Tätigkeitsfeldern[^]

Tabelle 1: regionale Anbindung der Tourismusanbieter

64%	Ländliche Region
58%	Städtischer Bereich
56%	Naherholungsgebiete
37%	Bundesweit
27%	international

Tabelle2: Schwerpunkte der touristischen Tätigkeitsfelder

79%	Beherbergung
58%	Bildung/Kultur
56%	Gastronomie
50%	Bereich Reisen
50%	Natur/Umwelt
29 %	Gesundheit

¹⁾ Mehrfachnennungen waren sowohl hier als auch bei den folgenden Fragen möglich.

Die Regionalverteilung der touristischen Einrichtungen zeigt deutlich, daß in Deutschland die meisten touristischen Aktivitäten im ländlichen Raum angesiedelt sind. Dieses Ergebnis stimmt mit der Vorannahme überein, daß sich viele Regionen mangels anderer wesentlicher Wirtschaftsansiedlungen heute auf den Tourismus orientieren. Der zweite große Bereich ist der Städtetourismus. Von ihm profitieren noch über die Hälfte der in die Befragung einbezogenen touristischen Anbieter. Auch ist ihr Aktivitätsspektrum erheblich weiter als das Angebot im ländlichen Raum. Insgesamt läßt sich erkennen (vgl. Tab. 1 und 2), daß die Tätigkeitsfelder der befragten Organisationen eher in traditionellen touristischen Bereichen liegen. Dies stimmt auch mit der Selbsteinschätzung der Befragten überein.

Von den Befragten gaben

- 77% an, daß ihre Angebote „herkömmlicher“ Art seien, während
- 44% ihre Angebote als „im Aufbau“ befindlich einschätzten.
- 36% der Angebote sind saisonabhängig.
(Mehrfachnennungen möglich)

Der sich auf - meist ländliche - Regionen konzentrierende Tourismus bietet Freizeitangebote an, die nicht sehr innovativ, sondern eher konventionell und nahezu mit 80% an Beherbergung, mit nur enger Angebotspalette, gebunden sind. Letzteres wiederum zeigt, daß es sich überwiegend um Urlaubsangebote handelt, die neben der Unterbringung der Gäste nur wenige zusätzliche Möglichkeiten zur Freizeitverbringung anbieten.

Bei der Untersuchungsgruppe handelt es sich vornehmlich um Organisationen, die hauptsächlich den „incoming“ Bereich des Tourismus bedienen. D.h., daß die verschiedenen Aktivitäten, Angebote und Einrichtungen auf eine definierte Region bezogen sind. Über ein Drittel aller Angebote sind saisonabhängig, was sowohl die Wirtschaftskraft des touristischen Angebots als auch die Beschäftigungssituation beeinträchtigen kann.

3.3 Qualifikationsschwerpunkte

Allerdings zeigen sich andere als auf die Bundesländer bezogene Differenzierungen im Zusammenhang mit der Beantwortung von Fragen, die die Qualifikationsanforderungen und den Bedarf feststellen sollten. Befragt wurden Experten und Expertinnen in den verschiedenen touristischen Organisationen nach Kompetenzen und Qualifikationen, die das bei ihnen beschäftigte Personal - oder sie selber - für wichtig erachten.

Die beiden nachfolgenden Tabellen 3 und 4 lassen regionenspezifische und branchenbezogene Unterschiede bei der Gewichtung von erforderlichen Kompetenzen des Fachpersonals erkennen.

Tabelle 3: Qualifizierungsbedarf nach Regionalaspekten

<i>Rangfolge</i>	<i>städtischer Bereich</i>	<i>ländliche Regionen/Naherholung</i>	<i>bundesweit/international</i>
1.	Kommunikation/Beratung	Kommunikation/Beratung	Marketing/Öffentlichkeit
2.	Marketing/Öffentlichkeit	Marketing/Öffentlichkeitsarbeit	Kommunikation/Beratung
3.	EDV-Kenntnisse	Fachwissen für Touristik	Management
4.	Fremdsprachen	Management	Betriebswirtschaft
5.	Fachwissen Touristik	EDV-Kenntnisse	Fachwissen Touristik
6.	Betriebswirtschaft	Fremdsprachen	persönlichkeitsbezogene Kompetenzen
7.	persönlichkeitsbez. Komp.	Betriebswirtschaft	EDV- Kenntnisse
8.	Management	persönlichkeitsbez. Kompetenzen	Fremdsprachen

Es wurde im weiteren nach Aktionsfeldern/Bereichen der Tourismusorganisationen/-institutionen und nach der schwerpunktmäßigen Branchenorientierung der jeweiligen Akteure differenziert.

Tabelle 4: Qualifizierungsbedarf nach Branchen

Rangfolge	Gastronomie	Gesundheit	Natur/Umwelt	Sport/Spiele	Bildung/Kultur
1	Kommunikation/Beratung	Marketing/Öffentl	Fachwissen Touristik	Marketing	Marketing
2	Fachwissen Touristik	Fachwissen Touristik	Marketing	Kommunikation	Kommunikation
3	Marketing/Öffentlichkeit	Kommunikation/	Kommunikation/ Beratung	Fremdsprachen	Fachwissen Touristik
	<i>Reisen</i>	<i>Unterbring./Beherberg.</i>			
1	Marketing/Öffentlichkeit	Marketing/Öffentlichkeit			
2	Kommunikation/Beratung	Kommunikation/Beratung			
3	Fachwissen Touristik	Fachwissen Touristik			

Erstaunlich ist, daß - außer im städtischen Bereich - Fremdsprachenkompetenz auf der Rangskala weit unten angesiedelt ist und bei der Branchenanalyse nicht unter die ersten drei Kategorien fällt.

Ein wesentliches Argument, das über Jahre gegen Überlegungen zur Verberuflichung von Tätigkeiten im Tourismus gehalten wurde, lag in der Annahme, es handele sich um Aufgaben und Anforderungen, für die personale Kompetenz notwendig sei, die wiederum auch Lebenserfahrung und „Reife“ voraussetze. Mit anderen Worten: Es wurde über lange Zeit angenommen, daß Berufe im Tourismus für die berufliche Ausbildung ungeeignet seien. Die bereits erwähnten Untersuchungen aus den achtziger Jahren stützen z.T. diese Annahme. Die meisten Fachkräfte im Tourismus verfügten über einen beruflichen oder Studienabschluß und hatten auf verschiedene Art und Weise das touristische Fachwissen nachträglich erworben. Leider wurde nie der Umkehrschluß gezogen und daraus abgeleitet, daß touristisches Personal **mangels** entsprechender Ausbildungsmöglichkeiten nur über Umwege in diesem Wirtschaftssektor berufliche Kenntnisse und Fähigkeiten erwerben kann.

Die aus der Erhebung gewonnenen Befunde zeigen nunmehr, daß heute klare Vorstellungen über den beruflichen Qualifizierungsbedarf vorherrschen.

3.4 Existierende berufliche Qualifikationen im Freizeitbereich

3.4.1 Arbeitsschwerpunkt

Von den Befragten arbeiten mehr als die Hälfte, d. h. 53%, in Einrichtungen mit maximal 5 Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen, fast drei Viertel, nämlich 73%, arbeiten in Betrieben mit bis zu 10 Beschäftigten. Demnach handelte es sich bei den befragten Organisationen vornehmlich um kleine Unternehmen.

Bei der Frage nach ihren jetzigen Arbeitsschwerpunkten innerhalb ihrer Einrichtungen bezeichneten - bei der Möglichkeit der Mehrfachnennung - 83% von allen Befragten Marketing/Öffentlichkeitsarbeit als „sehr wichtig“, gefolgt von 76% Information und 67% Beratung. Am seltensten wird unter der Kategorie "sehr wichtig" Verwaltung genannt, obwohl Verwaltungsabschlüsse neben kaufmännischen Abschlüssen bei den befragten Organisationen derzeit stark vertreten sind. In der Selbsteinschätzung der Befragten ist also ein geringes Segment an

Verwaltungsarbeit im Verhältnis beispielsweise zu Information und Beratung nötig. Daraus läßt sich vorläufig schließen, daß die stark vertretenen kaufmännischen und Verwaltungsabschlüsse das Anforderungsprofil nicht ausreichend abdecken. Dies wird auch in den Einzelinterviews deutlich: Dort wird die reine kaufmännisch-verwaltende Ausbildung als unzureichend problematisiert.

Die Arbeitsteilung ist - bedingt durch die Betriebsgröße von mehrheitlich nur bis zu 10 Beschäftigten - nicht sehr ausgeprägt. Differenziertere Ergebnisse liefern hierzu die Einzelinterviews.

Bei der Frage nach weiteren Arbeitsschwerpunkten, die in den touristischen Einrichtungen anfallen, nannten 68% Beratungskompetenzen als "sehr wichtig", gefolgt von 63%, die kommunikative Kenntnisse als „sehr wichtig“ bezeichneten. An dritter Stelle wurden Marketingkenntnisse als „sehr wichtig“ bezeichnet, während Verwaltungskennnisse/kaufmännische Kenntnisse mit 7% neben EDV mit ebenfalls 7% am seltensten als „sehr wichtig“ bezeichnet wurden. Um diese Aussagen zu überprüfen, wurde die Frage nach den Arbeitsschwerpunkten in den jeweiligen Unternehmen kontrastiert mit der Frage nach dem vorhandenen fachlichen Potential.

3.4.2 Vorhandene Abschlüsse

Bei der Frage nach den vorhandenen beruflichen Abschlüssen gaben

62% an, daß *kaufmännische Abschlüsse*

51% , daß *Verwaltungsabschlüsse* und

43% daß *akademische Abschlüsse*

in ihrer Organisation mindestens einmal vorhanden sind Der Abschluß Reiseverkehrskaufmann bzw. -kauffrau ist in 13 von 54 Organisationen, also bei 25 %, mindestens einmal vorhanden, der/die Fachwirt/in für Tourismus ist bei 21 % mindestens einmal vertreten.

Daraus läßt sich schließen, daß spezialisierte Fachabschlüsse im Verhältnis zu anderen relativ wenig vertreten sind bzw. daß in den befragten touristischen Einrichtungen relativ viele Beschäftigte über keine auf Tourismus spezialisierte Ausbildung verfügen. Dies wird durch die Einzelinterviews bestätigt.

Die vorhandenen Abschlüsse verteilen sich auf die verschiedenen Schwerpunkte der touristischen Angebote: Reisen, Unterbringung, Gastronomie, Gesundheit, Natur/Umwelt, Sport/Spiel, Bildung, Kultur, in etwa gleich. Bei den einzelnen Bereichen: städtisch, ländlich, Naherholung, bundesweit, international, finden sich die meisten akademischen Abschlüsse im ländlichen Bereich. Diese letztgenannte Tatsache läßt sich mit dem Aufbaucharakter erklären, den viele ländliche Tourismuseinrichtungen, insbesondere in den neuen Bundesländern, z.Z. noch tragen. Hier arbeiten Personen, die bis zur deutschen Einheit in anderen Berufsbereichen und in anderen Branchen tätig gewesen sind und die durch den Aufbau des ländlichen Tourismus hier eine neue Beschäftigungsmöglichkeit gefunden haben, z.T. als ABM- Kraft.

3.4.3 Zusätzlicher Qualifizierungsbedarf

Nahezu drei Viertel aller Befragten erklärten einen zusätzlichen Qualifizierungsbedarf zur Ausübung derzeitiger und zukünftiger Aufgaben.

Interessant ist, welchen Bedeutungsgrad die einzelnen Inhalte/Schwerpunkte für die touristischen Einrichtungen erhalten. Tabelle 5 zeigt die inhaltlichen Schwerpunkte nach der Häufigkeit auf, in der sie genannt wurden.

Tabelle 5: Qualifikationsbedarf nach inhaltlichen Schwerpunkten

66%	Marketing/Öffentlichkeitsarbeit
66%	Kommunikation/Beratung
51%	EDV und Fachwissen für Tourismus
49%	Management und Betriebswirtschaft
46%	persönlichkeitsbezogene Kenntnisse
44%	Fremdsprachen

Ob die artikulierten Bedarfsfeststellungen implizit Defizite ausdrücken oder ob bei der zukünftigen Personalauswahl die genannten Kompetenzbereiche essentiell werden, konnte durch die Erhebung nicht festgestellt werden. In der qualitativen Untersuchung konnte diese Frage insofern geklärt werden, als deutlich auf aktuelle Professionalitätsdefizite hingewiesen wurde. Um die Bedarfslage weiter auszuleuchten, wurde gesondert untersucht, in welcher Branche der Wunsch nach zusätzlichen Qualifikationen besonders stark vertreten ist. Danach werden die Angaben in Tabelle 6 umgewandelt:

Tabelle 6: Qualifikationsbedarf nach Branche und Häufigkeit der Nennung

städtische Anbieter	80%
internationale Anbieter	78%
Naherholungsbereich	74%
ländliche Regionen	74%
bundesweit aktive Unternehmen	73%

Bei den inhaltlichen Schwerpunktsetzungen für zusätzliche Qualifizierungsangebote gibt es Unterschiede zwischen den verschiedenen Branchen, von denen einige aufgeführt werden. So halten betriebswirtschaftliche Kenntnisse ein Viertel der städtischen Anbieter, aber nur rd. 10% der anderen touristischen Einrichtungen, für „sehr wichtig“.

Bei den international tätigen Organisationen verteilt sich die Häufigkeit von „sehr wichtig“ wie folgt: Sie halten mit 63% jeweils Marketing/Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation/Beratung für „sehr wichtig“, gefolgt von persönlichkeitsbezogenen Kompetenzen mit 38%. Bei den internationalen rangieren - im Gegensatz zu den anderen Anbietern - persönlichkeitsbezogene Kompetenzen vor Fachwissen für Touristik/Freizeit.

Organisationen, die im **städtischen Bereich** arbeiten, halten **Management** und **betriebswirtschaftliche** Kenntnisse für etwas wichtiger als Einrichtungen, die nicht im städtischen Bereich tätig sind. Umgekehrt halten touristische Unternehmen im **nicht-städtischen Bereich** **Kommunikation und Beratung** für wichtiger als die im städtischen Bereich. Eine Differenz ergibt sich

auch bei Fremdsprachen und Fachwissen für Touristik: Hier halten die **städtischen Einrichtungen Fremdsprachenkenntnisse** für wichtiger als die nicht-städtischen, während nach Meinung der nicht-städtischen Organisationen Fachwissen für **Touristik** wichtiger ist als nach Meinung der städtischen. Diejenigen touristischen Unternehmen, die den Schwerpunkt "Sport und Spiel" angeben, halten "Fachwissen für Touristik" im Rahmen einer zusätzlichen Qualifizierung für weniger wichtig als andere Einrichtungen. Zugleich bezeichnen die Anbieter mit dem Schwerpunkt "Sport und Spiel" häufiger als andere, Fremdsprachenkenntnisse als sehr wichtig.

Insgesamt werden jedoch, unabhängig vom jeweiligen Schwerpunkt,

- *Marketing/Öffentlichkeitsarbeit,*
- *Kommunikation/Beratung und*
- *Fachwissen für Touristik*

am häufigsten als „sehr wichtig“ für eine zusätzliche Qualifizierung bezeichnet. Eine Ausnahme bilden hier nur, wie oben genannt, diejenigen Anbieter, die den Schwerpunkt "Sport und Spiel" haben. Für sie spielt, wie bereits erwähnt, Fachwissen für Touristik keine große Rolle. Eine weitere Ausnahme bildet die Gastronomie, für die EDV vor Kommunikation und Beratung rangiert.

Tabelle 7: Nach Bedeutungsgrad genannte Fähigkeiten, Kenntnisse und Kompetenzen

<i>sehr wichtig</i>	<i>wichtig</i>	<i>nicht so wichtig</i>
Beratungskompetenz kommunikative Kenntnisse	Betriebswirtschaft Marketing Zielgruppenkenntnisse Fachwissen Touristik Kaufmännisches Wissen personenbezog. Kompetenz EDV-Kenntnisse	Fremdsprachen

Wenn die Befragungspersonen, wie erkennbar, mehrheitlich kommunikative Kenntnisse und Beratungskompetenz als wichtiger einstufen als das Bündel an Fachkenntnissen, dann geht daraus implizit hervor, daß Fachkenntnisse zwar als essentielle Voraussetzung gesehen werden, die ohne entsprechende kommunikative Kompetenz jedoch nicht den Anforderungen entsprechend eingesetzt werden können.

Erstaunlich ist das Ergebnis „nicht so wichtig“ für Fremdsprachenkenntnisse. Hieraus können verschiedene Annahmen gezogen werden. Bei den in die Befragung einbezogenen Organisationen/Institutionen handelt es sich zu zwei Dritteln um Tourismusverbände und -vereine u.a., die nicht international arbeiten, sondern im bundesdeutschen Tourismus tätig sind. Ihre unmittelbaren Ansprechpartner sind also deutschsprachig. Bezogen auf die als „sehr wichtig“ eingeschätzten Beratungsaufgaben, sind Fremdsprachenkenntnisse gegenüber diesen als auch der Palette an Kompetenzen, die als „wichtig“ angesehen werden, in der Einschätzung stark abfallend.

Personenbezogene Dienstleistungen setzen, so kann einstweilen aus den ersten Auswertungen gefolgert werden, voraus, daß die Fachkraft in der Lage sein muß, ihr berufliches Wissen im beruflichen Aktionsfeld einsetzen zu können. Interessant hierzu sind die Ergebnisse zur Einschätzung der vorhandenen fachlichen Potentiale innerhalb der befragten Organisationen/ Insti-

tutionen. Kommunikation und Beratungskompetenz wird überwiegend bei den Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen als „gut“ eingeschätzt, Fremdsprachenkenntnisse als „weniger gut“.

Wenn Beratung und Kommunikation einen herausragenden Stellenwert bei den beruflichen Anforderungen an das Fachpersonal in touristischen Organisationen und Institutionen einnimmt, dann ist leicht zu folgern, daß an der Basis, also bei den vor Ort arbeitenden Anbietern, diese Voraussetzung für qualifizierte Aufgabenerfüllung noch stärker ausgeprägt ist. Fallstudien, die im Anschluß an die quantitativen Untersuchungen später durchgeführt werden, sollen hierzu detaillierte Aufklärung liefern.

3.4.4 Marketing/Öffentlichkeitsarbeit

Vorrangig wird Marketing/Öffentlichkeitsarbeit als Qualifikationsanforderung und -bedarf für das Personal im Tourismus erachtet. Es ist auch nicht zufällig, daß „Marketing“ eng an „Öffentlichkeitsarbeit“ geknüpft wird. Der Verkauf von touristischen Angeboten bedarf offensichtlich spezieller Strategien, die wiederum sehr eng mit der Beratungs- und Kommunikationskompetenz des Fachpersonals verbunden gesehen wird. Um den Absatz der touristischen Angebote zu gewährleisten, müssen Konzepte entwickelt und verbreitet werden, die über die Nutzung der üblichen medialen Werbeträger hinausreichen. Ob „Öffentlichkeitsarbeit“ als Werbetätigkeit verstanden wird oder darüber hinaus auch die laufende Beratung und Kommunikation der Nutzer von touristischen Angeboten beinhaltet, wird, wie eine Vielfalt weitere Fragen, erst durch die Intensivinterviews und Fallstudien in den verschiedenen Praxisbereichen abschließend zu bewerten sein.

4. Die Intensivinterviews

4.1 Problemaufriß

Auf der Basis der Ergebnisse der Erhebung wurde ein Interviewleitfaden (siehe Anhang 2) für eine nachfolgende Intensivbefragung von Fachkräften im Tourismus entwickelt. Zwanzig Einzelinterviews von durchschnittlich 1 1/4 Stunden Dauer wurden in einem Zeitraum von zweieinhalb Monaten bundesweit durchgeführt. Die Intensivinterviews beinhaltenden Fragen zu den institutionellen, personellen und organisatorischen Rahmenbedingungen der Organisationen, zu deren Aufgaben, zu dem Anforderungsprofil der Mitarbeiter/innen und zu bereits vorhandenen Qualifikationen des Fachpersonals. Die wichtigste Fragestellung der qualitativen Erhebung war die Frage nach dem Qualifikationsbedarf für touristische Fachkräfte. Welche Kenntnisse und Kompetenzen zusätzlich erworben werden sollten, wurden von den Interviewpartnern/innen konkretisiert. Abschließend wurden die Experten und Expertinnen befragt, wie sie die zukünftige Entwicklung in ihrem Berufsfeld einschätzen.

Die Interviews waren beeinflusst von den vielerorts laufenden Umstrukturierungen und den Geldnöten der Kommunen, Landkreise und der Länder. Der Fremdenverkehrssektor und das Kur- und Bäderwesen sind wie andere öffentlich finanzierte Bereiche erheblich von Einsparungen betroffen. Die heute bereits privatisierten Organisationen/Verwaltungseinheiten wurden zu GmbHs und hängen weiterhin am öffentlichen "Tropf". D. h. ein großer Teil der Finanzierung der privatisierten Organisationen wird von den Kommunen etc. übernommen. „Bei 95 % der deutschen Fremdenverkehrs-GmbHs trägt das Defizit der Gesellschaft die jeweilige Kommune oder der Landkreis“, bemerkte ein Vorstandsmitglied eines Fremdenverkehrsverbandes. Unbestritten ist, daß trotz hohem unternehmerischen Engagement viele touristische Serviceleistungen, die bisher für den Kunden kostenlose städtische Leistungen waren, wie z. B. allgemeine Informationen über die Stadt in Wort und Schrift, nicht ohne weiteres verkaufbar sind.

Bei den Kurbetrieben sieht es infolge der Gesundheitsreform besonders kritisch aus. Die Kurbetriebe, ob staatlich oder kommunal finanziert, stehen 'am Rand des Ruins'.²⁷ Die Einsparungen (durch die Gesundheitsreform), so der Deutsche Bäderverband, können bis zu 350.000 Jobs im Kur- und Reha-Bereich kosten. Die negativen Auswirkungen, die diese Entwicklung auf die 'touristischen Standbeine' der Kurorte hat, sind augenfällig.

Die bestehenden Strukturen des regionalen Tourismus, insbesondere des Fremdenverkehrs, sind stark Verbands- und vereinsorientiert und kommunalpolitisch verflochten. Hinzu kommt die niedrige Bezahlung der Mitarbeiter/innen auf allen Ebenen. Sie ist im Vergleich zu Wirtschaftsunternehmen äußerst gering. Bei den bereits privatisierten Organisationen ist durch die Abhängigkeit von öffentlichen Zuschüssen die Bezahlung angeglichen an den BAT. So verdient ein/e Mitarbeiter/in am Counter BAT VII, im günstigsten Fall BAT VI b, eine Leiter/in BAT IV b (Ausnahmen bestätigen die Regel: langjährige Tätigkeit und Doppelfunktionen ermöglichen höhere Einstufungen). Die Arbeitszeiten sind durch Wochenendarbeit und saisonalen Einsatz gegenüber anderen Berufsfeldern schlecht, oft können die Organisationen infolge ihrer beschränkten finanziellen Möglichkeiten Überstunden nicht vergüten und der zeitliche Ausgleich gestaltet sich besonders in saisonalen Spitzenzeiten schwierig.

²⁷ Frankfurt Rundschau vom 19.07.1996

Trotzdem melden sich bei Stellenausschreibungen, wie alle Interviewten sagten, viele Bewerber/innen. Das zeigt wiederum die hohe Attraktivität des Beschäftigungsfeldes.

Notwendigkeiten zur Verbesserung der Qualifikationen in einem Dienstleistungsbereich, wie dem der Freizeit, wird von den Befragungspersonen nicht nur wirtschaftlich, bildungs- und beschäftigungspolitisch, sondern gerade auch gesellschaftspolitisch für 'Überlebens'-wichtig angesehen. Soziale Spannungen, Gewalt und Fremdenhaß am Beispiel einiger Ereignisse im Sommer 1996 auf mecklenburgischen Campingplätzen - Feriengäste wurden von einheimischen Jugendlichen krankenhaushausreif geschlagen - machen das deutlich.

4.2 Der Personenkreis der Befragten

Im Untersuchungszeitraum von März bis einschl. Mai 1996 wurden im gesamten Bundesgebiet 20 Intensivinterviews durchgeführt (15 in den alten Bundesländern, 5 in den neuen Bundesländern). Die Interviewpartner/innen waren durchweg in einer leitenden Funktion. Es wurden 10 Geschäftsführer/innen, 2 Direktoren/innen, 4 Sachgebietsleiter, 1 Ausbildungsleiterin, 1 Leiter einer Kurverwaltung und 1 Beraterin (Vertreterin des Dienststellenleiters) befragt. Ein Teil der Interviewten nehmen Doppel- oder Mehrfachfunktionen ein, so ist bspw. ein Geschäftsführer gleichzeitig noch Projektleiter, ein anderer im Vorstand eines Fremdenverkehrsverbandes, und ein weiteres steht jeweils noch einer Werbegemeinschaft bzw. einem Gebietsausschuß vor. Das Alter der Interviewpartner/innen lag zwischen 26 und 61 Jahren, wobei die Altersgruppe der 50- bis 60-Jährigen und die Gruppe der Personen zwischen 26 - 36 **Jahren** dominierten. Die Enddreißiger und die Vierzigjährigen waren nur wenig vertreten (4 von 20 Interviewpartnern/innen).

Viele der älteren Mitarbeiter/innen haben sich ihr touristisches Fachwissen und ihre fachspezifische Kompetenzen selbst angeeignet. Sie bezeichnen sich selbst als Autodidakten mit einem „Bündel von Erfahrungen und Kompetenzen“. Vieles, was sie in ihrem Beruf brauchten und brauchen, entstand durch 'learning by doing'. Viele waren berufsfremd und Quereinsteiger. Sie haben häufig mehrere Berufe, die unterschiedlichsten Berufserfahrungen und eine gute Allgemeinbildung; der größte Teil von ihnen hat Abitur und Hoch- bzw. Fachhochschulabschlüsse; zwölf von ihnen haben eine Hochschul- oder Fachhochschulausbildung. Bei den restlichen 8 Personen dominieren kaufmännische Ausbildungen und Verwaltungsausbildungen (Industriekaufmann/-frau, Bürokaufmann/-frau, Verwaltungsabschlüsse, Beamtenlaufbahnen etc.).

Ein großer Teil der älteren Befragten hat den regionalen Tourismus aufgebaut. Dies trifft sowohl auf die westdeutschen als auch auf die ostdeutschen Interviewpartner/innen zu. Die einen waren in diesem Zusammenhang in den 50ern oder 60ern, die anderen Anfang der 90er Jahre aktiv. „Sie müssen bedenken, der Tourismus in Deutschland, den gibt es als Berufsbereich noch keine 20 Jahre. Nach dem Krieg ging es dann los, und dann fing man an und hat Kaufleute genommen im privaten Bereich, und im staatlichen Bereich hat man Verwaltungsleute genommen und hat gesagt: Du machst Tourismus!“, so der Leiter eines städtischen Verkehrsvereins in Westdeutschland.

Für die jüngeren Interviewpartner/innen ist eine Karriereplanung bezogen auf das touristische Berufsfeld selbstverständlich. So haben viele von ihnen nach dem Abitur an Fachhochschulen oder Hochschulen Betriebswirtschaft mit der Fachrichtung Tourismus studiert oder haben nach

einer Berufsausbildung mit entsprechender Berufserfahrung eine Berufs- oder Wirtschaftsakademie mit dem Abschluß praktischer Betriebswirt, Fachrichtung Tourismus abgeschlossen. Danach folgten etwa ein Trainerprogramm bei einem Reiseveranstalter oder eine Tätigkeit in der Wirtschaft oder im Tourismus. Bei den älteren, aber auch bei den jüngeren Befragungspersonen herrschte übereinstimmend die Meinung vor, daß der bevorstehende Generationswechsel als Chance zum Aufbau neuer Strukturen, auch von Berufsstrukturen, gesehen wird.

4.3 Institutionelle Zugehörigkeiten nach Freizeitbereichen

Folgenden Freizeitbereiche waren bei der Befragung vertreten:

- 3 Kurbetriebe
- 3 Institutionen des Fremdenverkehrs
- 2 Projekte zum sanften Tourismus
- 2 LAG's für Urlaube auf dem Lande
- 1 Unternehmen der Personen- und Güterbeförderung
- 1 Wirtschaftsförderungsgesellschaft (Sachgebiet Tourismus)
- 3 Institutionen des Städtetourismus
- 1 Fremdenverkehrsverband
- 1 Tourist- und Kongreßveranstalter-GmbH
- 1 Reiseveranstalter

Damit wurden alle wesentlichen Organisationen, die im Deutschlandtourismus aktiv sind, einbezogen. Die touristischen Einrichtungen haben ihren Standort in den alten wie in den neuen Bundesländern.

Die betriebliche Organisationsform stellt ein weiteres Zuordnungskriterium dar, das im Rahmen der Diskussion um Aus- und Weiterbildung im Tourismus eine wesentliche Rolle spielt, insbesondere hinsichtlich möglicher betrieblicher Ausbildungsaktivitäten.

Betriebliche Organisationsform:

- 7 eingetragene Vereine
- 4GmbHs
- 1AG,
- 5 Ämter der öffentlichen Verwaltung (Gemeinden, Landkreise, Land) und
- 1 kommunaler Eigenbetrieb

Die Beschäftigtenzahlen zeigen, daß es sich vornehmlich um Kleinbetriebe handelt, deren Fachleute an der Befragung beteiligt waren:

Beschäftigtenzahlen:

- 14 Betriebe haben 2 -10 Beschäftigten
- 4 Betriebe 20 - 30 Beschäftigten
- jeweils 1 Betrieb mit: 50 Beschäftigten
300 - 400 Beschäftigten
300- 1400 Beschäftigten

Die kleineren Organisationen beschäftigen neben festen Mitarbeitern ABM-Kräfte (vorrangig in den neuen Bundesländern) und Saisonkräfte. Die Stadt-, Fremden- und Gästeführer/innen arbeiten in der Regel auf eigene Rechnung und gehören nicht zu den offiziellen Mitarbeitern. Sie werden aber von den Einrichtungen betreut und vermittelt. Eine Institution arbeitet zum größten Teil mit ehrenamtlichen Kräften.

Vereine und öffentliche Verwaltungsstellen sind die Hauptarbeitgeber, gefolgt von GmbHs. Die Rechtsform der Unternehmen spricht nicht gegen Aktivitäten in der beruflichen Bildung. Die Spannweite der beruflichen Schwerpunktbereiche bieten konkreten Einblick in das Aufgabenspektrum im Freizeitbereich.

Aufgabenbereiche:

- Städtetourismus,
- Kulturtourismus,
- Gesundheitstourismus,
- Urlaub auf dem Lande,
- Tourismusentwicklung,
- Marketing- und Imagepflege,
- Reiseveranstaltung
- Personen- und Güterbeförderung,
- Regional- und Infrastrukturentwicklung.

4.4 Darstellung von Tätigkeitsanforderungen nach Aufgabenbereichen

Zur Verdeutlichung und als Hintergrund für Professionalisierungsmöglichkeiten werden die anfallenden Aufgabenbereiche differenziert aufgeführt.

Serviceleistungen für Touristen/innen:

Information und Beratung, Zimmervermittlung, Gästebetreuung, u. a. Betreuung der Gäste am Strand, Betreuung spezieller touristischer Zielgruppen, Verkauf von Souvenirs, Eintrittskartenservice, Pauschalangebote, Betreuung von Reisegruppen.

Aufgaben im Bereich der Reisevermittlung:

Entwickeln und Verkaufen von Pauschalreisen, Geschäftsreisen, Intensivreisen. Entwicklung von Komplettlösungen, Packages und Bausteinen. Zusammenarbeit mit Reisebüros im Incoming-Bereich.

Aufgaben im Bereich von Veranstaltungen:

Tagungs- und Kongreßwesen, Beteiligung an Messen, Märkten und Festen, Stadtaktionen, Events.

Aufgaben im Bereich des Kurwesens:

Gesundheitstourismus, Entwicklung neuer Kurangebote. Zusammenarbeit mit Krankenkassen, Badeärzten, Therapeuten. Erstellung von Rahmenprogramme.

Technische Aufgaben:

Strandpflege, Badewasserkontrolle, Beseitigung von Winterschäden, Einrichtungs- und Umbauberatung.

Administrative Aufgaben:

Unterhalten von Geschäftsstellen und Informationsstellen. Tätigkeiten im Zusammenhang mit der Kurtaxe und Fremdenverkehrsabgabe.

Aufgaben im Bereich Marketing, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit:

Vermarktung der Regionen (Städte, Gemeinden, Landkreise, touristische Gebiete), Imagepflege, Zusammenarbeit mit Journalisten, Verlagen, Zeitungen, Promotiontouren, Gestaltung von Werbemitteln (Prospekterstellung, Gästeverzeichnisse, Veranstaltungsflyers etc.), Erstellung von Informationsheften und -Zeitungen, Messebegleitung und -betreuung, inner-'städtisches' Marketing, Präsentation auf Fachmessen.

Aufgaben im Bereich der Vernetzung und Kooperation:

Zusammenarbeit mit Einzelhandel/Vereinen, Betreuung der touristischen Leistungsträger/Anbieter (Hotels, Vermieter von privaten Unterkünften, Bauernhöfe etc.), Kooperation mit Reiseunternehmen und -Veranstaltern, Verbandsarbeit, Gründung und Organisation von Gebietsausschüssen und touristischen Werbegemeinschaften, Kooperationen mit Wirtschaftsförderungsgesellschaften, politische Lobbyarbeit.

Aufgaben im Bereich Bildung/Schulung:

Schulung, Betreuung und Vermittlung von Gäste-/Fremdenführer-/Stadtführer/innen, Fortbildung von Fachberatern/innen für den Tourismus, Modellseminare für touristische Leistungsträger, Weiterbildung und Fortbildung für den Bereich Freizeit, Existenzgründung und Existenzsicherungsseminare, Betreuung ehrenamtlicher Mitarbeiter.

Aufgaben im Bereich Animation/Freizeitpädagogik:²³

Aufgaben im Bereich Multimedia:

Aufbau von Informations- und Reservierungssystemen, Mailing-Aktionen, Videoherstellung.

Aufgaben in der Regionalentwicklung und Förderung der Infrastruktur:

Wirtschaftsförderung, Studien über Regionalkultur und Tourismuserschließung, Erstellung von Masterplänen, Projekte zur Industriekultur, Tourismusberatung, Erstellung von Gutachten, Erschließung von zusätzlichen Erwerbsquellen, Beschäftigungspolitik, Rundwanderwege, Radwanderwege, Aufbau von Tagungsstätten, Bädern, Verkehrserschließung, Beratung im Bereich des Bauen und Wohnens, Vergabe von Zuschüssen für Landschaftspflege im Rahmen eines Naturparkprogrammes.

Aufgaben im Bereich der Tourismusentwicklung:

Entwicklung und Erprobung innovativer Reisekonzepte, Entwicklung des Segments Landtourismus, Zusammenführung von Landwirtschaft und Tourismus bzw. zwischen landwirtschaftlicher Produktion und touristischem Gewerbe und Dienstleistung (Urlaub auf dem Bauernhof, Reiterhof, Spargelhof etc., Nutzung regionaler Handwerkskunst, Dorfkultur), Entwicklung von Qualitätsstandards, Beratung bei der Werbung, Produktdifferenzierung und -gestaltung, Entwicklung und Unterstützung innovativer Ansätze im Tourismus (u.a. Zusammenarbeit mit ande-

²³ Ähnlich wie in der quantitativen Befragung finden sich in diesem Kontext wenig Aktivitäten. Eine Begründung hierfür ist, daß im Fremdenverkehr und Kurbereich dafür die Personalkosten fehlen. Eine Kurverwaltung hat dieses Problem über den Einsatz von ABM-Kräften gelöst.

ren europäischen Regionen, behindertengerechte Ferienunterkünfte), Investitionsberatung, Beratung über Beantragungen öffentlicher Förderungsgelder, Analysen von Fördergeldbeantragung, Durchführung von Anerkennungsverfahren (Luftkurorte, Erholungsorte), Erstellung von Expertisen, Serviceleistungen für Mitarbeiter der Städte und Gemeinden des Gebietsausschusses (Bildung, Information), überregionale Zusammenarbeit (Euroregion).

Aufgaben im Bereich der Personen- und Güterbeförderung:

Sonderreisen, Urlaubsexpressfahrten, Autoreisezüge, Tagestourismus, Schulfahrten, Sonderzüge, Reisen mit Bahn, Bahn und Bike, Beförderung von Haus zu Haus.

Aufgaben im Bereich der Kultur:

Kulturtourismus, Ausstellungen, Betreuung von Städtepartnerschaften, Durchführung von Kulturveranstaltungen, Stadt- und Museumsführungen, Zusammenarbeit mit Kulturvereinen.

Aufgaben im Bereich des Sports und Bewegung:

Sportveranstaltungen und sportliche Wettbewerbe, Sport- und Bewegungsangebote, Fitneß, Gesundheit und Beauty.

Nach Aussagen der Interviewpartner sind die Aufgaben in den Organisationen in der Regel sachlich und inhaltlich zugeordnet. Bei den kleinen Einrichtungen ist der Grad der Arbeitsteilung jedoch gering: Geschäftsführung, Countertätigkeit, Sachbearbeitertätigkeiten werden hier häufig von allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern entsprechend des Arbeitsaufkommens wahrgenommen. Hier ist es besonders wichtig, daß sich alle Mitarbeiter/innen gegenseitig vertreten können. So steht hier der Chef oder die Chefin bei personellen Engpässen am Counter, die Sachbearbeiterin vertritt den Vorgesetzten oder die Vorgesetzte bspw. bei Repräsentationsterminen. Größere Betriebe des Fremdenverkehrs und des Kur- und Bäderwesens haben Geschäftsverteilungspläne, in denen die anfallenden Aufgabenbereiche auf die einzelnen Mitarbeiter/innen verteilt sind, die Vertretung bei Urlaub und Krankheit geregelt ist (Geschäftsverteilungsplan einer Organisation im Städtetourismus mit 22 Mitarbeitern/innen). Bei den beiden großen Unternehmen (Personenbeförderung und Reiseveranstalter) werden die Aufgaben auf Abteilungen, auf Profit- oder Costcenter oder zwischen Konzernmutter und Töchter bzw. Tochtergesellschaften aufgeteilt: So wickelt das Transportunternehmen den Aufgabenbereich Reiseveranstaltung nicht selbst ab, sondern übergibt ihn an einige der Tochtergesellschaften.

Wie die Aufgaben in einer touristischen Einrichtung verteilt werden, bildet den Hintergrund für die Spezialisierung von Tätigkeiten, aber auch für das Job-Enrichment von Funktionen der unteren und mittleren Ebene, vorrangig für qualifizierte Sachbearbeitertätigkeiten. Um die Schneidungen von Aufgabenbereichen für spätere Profilbildungen festzustellen, wurde danach gefragt, was die wesentlichen Aufgaben in den einzelnen Sachgebieten sind:

- **Geschäftsführung und Management:** Unternehmenspolitik und -Strategie, Lobbyarbeit, Tourismus-entwicklung, Haushaltsverantwortung, Finanzbeschaffung, Außenvertretung, Repräsentationspflichten, Projektakquise
- **Stellvertretung oder Bereichsleitung:** Leitung eines Sachgebietes, Personaleinsatz, Produktentwicklung und -gestaltung, Fördergeldberatung, Vertrieb, Controlling
- **Countertätigkeit:** Information, Beratung, Verkauf, Zimmervermittlung
- **Marketing und Werbung:** Messetätigkeit, Prospekterstellung, Promotiontouren
- **PR und Öffentlichkeitsarbeit:** Gästezeitung, Betreuung von Journalisten/innen, Publikationen

- **Tagungen, Kongresse, Veranstaltungen:** Events, Rahmenprogramme, Serviceleistungen für Tagungs- und Kongreßveranstalter
- **Technik:** z. B. Strandpflege, Hausmeistertätigkeit
- **kaufmännische und verwaltende Tätigkeiten:** Buchhaltung, Haushaltsführung und -Verwendung, Statistiken und Archive
- **Sekretariats-, Sachbearbeitung, Assistenz:** Beantwortung von Anfragen, Schriftverkehr, Ausarbeitung von Angeboten

4.5 Fragen zum Anforderungsprofil

Anhand einer Stellenausschreibung läßt sich zeigen, wie ein Anforderungsprofil heute beschrieben wird:

„Abgeschlossene Berufs- oder Hochschulausbildung, Kenntnisse im Bereich Betriebswirtschaft und Verwaltungswesen, Kommunikationsbereitschaft und Fähigkeit zur Kontaktpflege, zeitlich hohe Einsatzbereitschaft, regionale Kenntnisse und Verankerung, hohes Engagement" (Kurverwaltung in den neuen Bundesländern).

Voraussetzungen für eine staatliche Stelle sind für Führungskräfte: Eine höhere Beamtenlaufbahn und eine entsprechende Beurteilung. Es fehlen inhaltlich-fachliche Kompetenzen: „... einarbeiten in das Fachgebiet muß er sich dann selber. Es ist hart, aber es ist so..." (Landesamtliche Stelle in einem Seengebiet).

"Der Berufsalltag einer Führungskraft erfordert einen hohen Grad an Leistungsbereitschaft und Anpassungsfähigkeit, einen hohen Grad an Spezialisierung und Teamfähigkeit. Man erwartet von ihnen einen Beitrag zur Entwicklung der Unternehmenskultur" (Unternehmen der Personen- und Güterbeförderung).

Zu der Frage, welche Anforderungen Personen **mit** Leitungsverantwortung in ihrem beruflichen Alltag erfüllen müssen, äußerten sich die Befragten wie folgt:

Managementkenntnisse und -kompetenzen:

- Koordination und Überblick über das Ganze
- Kenntnisse der betrieblichen Abläufe
- zuständig für das Betriebsklima
- Motivierung des Personals
- Lob und Anerkennung gegenüber Mitarbeitern aussprechen
- Transparenz schaffen
- Kooperationsfähigkeit
- Fähigkeit zum Umgang mit Menschen
- vernetzt denken können
- Zusammenhänge erkennen
- überzeugen können
- den richtigen Ton finden,
- zielorientiert arbeiten
- soziale Kompetenzen haben
- teamfähig sein
- Identifikation mit der Region, Stadt etc.
(aber kein Lokalpatriotismus)
- Weiterbildungsbereitschaft
- Verwaltungsstrukturen kennen
- Entscheidungsfähigkeit
- Konfliktfähigkeit

Fachbezogene Kompetenzen und Kenntnisse:

- Fachkenntnisse über Tourismus, Hotellerie, Gastronomie, Kultur, Landwirtschaft
- Kenntnisse über städtische Infrastruktur
- Vermarktung der regionalen Struktur
- eine bis mehrere Fremdsprachen
- Projektentwicklung und-erfahrungen
- Denken in Projektkategorien
- betriebswirtschaftliche Kenntnisse
- Innen- und Außenmarketing
- PR- und Öffentlichkeitsarbeit
- Finanz- und Haushaltsverantwortung
- Finanzbeschaffung
- Konzeptentwicklung
- zielgruppenbezogenes Marketing
- interne Kenntnisse über das Segment 'Urlaub auf dem Bauernhof/Lande'
- pädagogische und psychologische Kenntnisse
Seminarstätigkeit

personenbezogene Kompetenzen:

- politikfähig sein
- Präsentationsfähigkeit
- parkettsicher sein
- Neugier
- Kreativität
- Vorbild sein
- zuhören können
- lernfähig sein
- optimistisch sein
- Engagement haben
- chronisch freundlich sein
- aufgeschlossen sein
- servicebewußt sein
- weltoffen sein

Auf die Fragen im Zusammenhang mit den Anforderungsprofilen für Personen **ohne** Leitungsverantwortung wurden folgende Merkmale genannt:

Fachbezogene Kompetenzen und Kenntnisse:

- Fremdsprachen (Englisch, Französisch etc.)
- EDV (Reservierungs-, Informationssystem, Textverarbeitung, Buchhaltungsprogramme)
- Umgang mit Kunden
- Veranstaltungsorganisation
- Statistiken
- Erfahrungen mit Countertätigkeit
- Zimmervermittlung
- Kenntnisse über Zielgruppen
- Kenntnisse über die Organisation des Tourismus und seine Institutionen
- verkaufen können
- dienstleisten können
- Marktkenntnisse
- Kenntnisse über Freizeittrends
- doppelte Buchführung/Kameralistik
- Verwaltungskennntnisse
- geographische Kenntnisse
- Beratungskompetenzen
- Vorbereitung von Werbemitteln
- Versandarbeiten
- Recherchen
- geschickt in Wort und Schrift
- Zusammenhänge kennen
- Personen zuordnen können
- Multiplikatorenfunktion ausfüllen
- 'gute Telefonreaktion'
- Servicebereitschaft
- Marketingkenntnisse
- Außendiensttätigkeit
- Vertriebststeuerung
- Messetätigkeit
- Veranstaltungsorganisation
- PR und Öffentlichkeitsarbeit
- Produktkenntnisse
- Überblick über andere Produkte am Markt

Schlüsselqualifikationen/personenbezogene Kompetenzen:

- team- und gruppenfähig
- Selbstbewußtsein
- Kommunikationsfähigkeit
- Fähigkeit zur Pflege von Kontakten
- positiver Umgang mit dem Wertewandel
- kontaktfreudig
- mit Konkurrenz umgehen
- Souveränität
- zeitliche Flexibilität
- Problemlösungskompetenzen
- die Arbeit nicht einfach als 'Job' ansehen
- mit den Anbietern/Leistungsträgern die gleiche Sprache sprechen
- fristgerechtes Arbeiten
- Kreativität
- Redegewandtheit
- soziales Verhalten
- interkulturelle Kompetenz
- formulieren, schreiben können
- kulturelle Erfahrungen
- Umgang mit Menschen

Im Gegensatz zu der quantitativer Erhebung sehen die Experten und Expertinnen der qualitativen Untersuchung Fremdsprachen als eine wichtige berufliche Kompetenz an, obwohl nicht alle Institutionen die fremdsprachliche Kompetenz ihrer Mitarbeiter/innen aktuell benötigen. Insbesondere im Städtetourismus sind Fremdsprachen unumgänglich. In einer Organisation werden fünf Fremdsprachen tagtäglich gebraucht (Englisch, Französisch, Italienisch Spanisch, Japanisch). Der Leiter dieser Einrichtung spricht selbst sechs Sprachen fließend. Die Informationsmaterialien werden teilweise in 11 Sprachen übersetzt. Weiter weg von Städten sind Fremdsprachen nicht so wichtig, Englisch genügt für den beruflichen Alltag, in den Grenzregionen evtl. noch die Sprache des angrenzenden Landes. Trotzdem wird ein Bedarf an Fremdsprachenkenntnissen bei fachlich qualifizierten Personal für die Zukunft vorausgesetzt.

Auf die Frage, welche speziellen Kenntnisse und Kompetenzen die Mitarbeiter/innen außerhalb von Aus- und Weiterbildungen bzw. auf anderen Wegen erworben haben, wurden vorrangig personenbezogene Kompetenzen genannt, wie „zuhören können“, sich flexibel auf Menschen und Situationen einstellen, Respekt vor anderen Kulturen haben, Verständnis für soziale Probleme aufbringen, Hilfsbereitschaft, Solidarität, aber auch Erfahrungen aus der Vereinsarbeit, der Leitung von Jugendgruppen, Reisen bzw. über kunsthandwerkliche (z. B. alte Handwerkstechniken) und grafische Kenntnisse verfügen.

4.6 Fragen nach dem Qualifikationsbedarfserwartungen

Es handelt sich hier um den wichtigsten Fragenkomplex der Erhebung. Die Frage nach einem Qualifikationsbedarf im untersuchten Berufsfeld wurde bereits in der quantitativen Erhebung von drei Viertel der Befragten bejaht (siehe 3.3.3). In der qualitativen Erhebung formulieren alle Beteiligten einen zusätzlichen Bedarf an Qualifizierung. Die Mehrzahl der Interviewten sieht die Erstausbildung zum/zur Reiseverkehrskaufmann/frau, der einzige anerkannte Ausbildungsberuf für das Berufsfeld Tourismus, als ungeeignet an. Nur drei von den zwanzig befragten Institutionen arbeiten mit Reiseverkehrskaufleuten, zwei davon bilden aus (Reiseveranstalter, Gebietsausschuß). „Der Reiseverkehrskaufmann reicht natürlich nicht aus, weil die Ausbildung im Moment... zu 95 % auf den Reisemittler, d. h. das Reisebüro ausgerichtet ist und nicht auf die Fremdenverkehrsstelle ... oder die Kurverwaltung“ (Geschäftsführer eines städtischen Fremdenverkehrsvereins). Von allen wird kritisiert, daß es bisher keinen adäquaten Ausbildungsberuf für ihr Arbeitsfeld gibt.

Die Frage, wie müßte eine neu zu entwickelnde Qualifizierung aussehen (Inhalte, Praxisanteile), ergab differenzierte Ergebnisse. Die Resultate orientieren sich an den Tätigkeitsfeldern der Institutionen/Organisationen und den beruflichen Anforderungsprofilen. Die Gleichwertigkeit von fachlichen und sozialen Kompetenzen wurde von den Befragten stets herausgestellt.

4.7 Fachliche Kompetenzen

*Neue Medien*²⁹

Qualifizierungsbedarf besteht insbesondere für den Bereich der 'Multimedia - EDV - Kommunikation'. „In erster Linie gibt es Bedarf für den Bereich EDV, insbesondere für den Bereich touristischer Reservierungssysteme, Grafik-, Textverarbeitungs- und Buchhaltungsprogramme“, so die Geschäftsführerin einer Touristik - GmbH. Es wird zwar mit der EDV gearbeitet, hauptsächlich fehlt den Mitarbeitern das Grundlagenwissen. Frau/Mann 'wurstelt' sich durch. Hinzu kommt, daß die Institutionen sehr unterschiedlich mit Computern, mit Hard- und Software und mit finanziellen Mitteln für grafische Gestaltung ausgestattet sind. Dazu gesellt sich ein weiteres Problem: Der Deutschlandtourismus hat bisher kein einheitliches Reservierungssystem.³⁰ „Das ist ein Problem vom Deutschlandtourismus, daß z. B. nichts zentral buchbar ist. Es ist also ein-

²⁹ Dieser Bereich wird wegen des erhöhten Qualifikationsbedarfs, der sich u. a. aus Defiziten in der Organisation des Deutschlandtourismus ergibt, beschrieben.

³⁰ In verschiedenen Bundesländern und Regionen (u.a. Hessen, Bayern, Rheinland-Pfalz) werden Reservierungssysteme entwickelt und eingeführt: z. B. Eurostart (Rheinland-Pfalz/Weinstraße), Bayern-Online, Telekommunikationsverbund Hessen, Sachsen-Turbo. Geplant ist ein deutschlandweites Reservierungssystem. Zu diesem Zweck ist eine Gesellschaft gegründet worden: Deutsche Informations- und Reservierungsgesellschaft (DIRG).

facher die Finca auf Mallorca zu buchen als den 'Urlaub auf dem Bauernhof in Deutschland. Es ist für den Gast, der in Deutschland Urlaub machen will, einfach zu undurchschaubar," so der Leiter einer Kur- und Fremdenverkehrsverwaltung. Die Einführung eines einheitlichen bundesdeutschen Reservierungssystems erfordert ein bundesweites Training der mit diesem Arbeitsbereich befaßten Mitarbeiter/innen.

Folgende Inhalte sollten in eine neue Qualifizierung nach den Aussagen der Interviewpartner/innen einfließen. Sie können in Grund- und Fachbausteine, in Grund- oder Fachwissen aufgeteilt ein Curriculum für eine neue touristische Qualifizierung bilden:

Touristischen Fachkenntnisse

Produktentwicklung und -gestaltung, Incoming, Transport und Verkehr, Packages, Bausteine und Komplettlösungen, Pauschalangebote entwickeln, Tourismusedwicklung und -trends, Hotelkenntnisse, innovative Tourismusansätze, Fremdenverkehr, Kur- und Bäderwesen, ländlicher Tourismus, Qualitätsstandards, Sanfter Tourismus, Clubtouren, Countertraining (Kundenbehandlung, Beschwerdeführung), Produktentwicklung, Gästeführungen und Stadtführungen

Regionalentwicklung und Infrastruktur

ländliche Entwicklung, landwirtschaftliche Produktion, Volks- und Landeskunde, geographische Kenntnisse, regionale Küche

Betriebswirtschaftliche Kenntnisse

Tourismus als Wirtschaftsfaktor, Effektivitätsberechnungen, unternehmerisches Denken, Telefonverkauf, Verkaufstraining, Kostenorientierung, Kalkulation von Angeboten, wirtschaftliche Zusammenhänge, systematisches Denken, Corporate Identity

Recht

praktisches Reiserecht und Reisevertragsrecht, allgemeines Vertragsrecht, Vereinsrecht, Versicherungs- und Steuerfragen, Fragen des Datenschutzes

Marketing

Außen- und Innenmarketing, Marktnischen, Direktmarketing, Imageentwicklung des Ortes/der Region, Telefonmarketing, Städtemarketing, Produktvermarktung

Öffentlichkeitsarbeit/Werbung

Pressearbeit, Kontakt mit den Medien, Prospektplanung und -Vorbereitung (incl. Briefing), PR, Werbematerial

Kultur

interkulturelle Kompetenzen, kulturelle Bildung, kunsthistorische Kenntnisse, Industriekultur, Freizeit/Kultur, Kunst und Leben in der Stadt, Grundbegriffe der Kunstgeschichte, Zusammenhänge erkennen zwischen Kultur/Kunst und Wirtschaft, Kenntnisse über Brauchtum und alte Techniken, Kenntnisse über Baustile

Veranstaltungen

Veranstaltungsmanagement, Messequalifikation: Verhalten am Messestand, Sport- und Kulturprogramme

Umwelt/Gesellschaft/Politik

Kenntnisse über politische Situationen, gesellschaftspolitische Bedingungen, Wertewandel, ökologische Kenntnisse, networking

Sprachen

Englisch und Französisch, Englisch für Touristiker, Sprachen professionalisieren

Kommunikation/Beratung

Rhetorik, Vortragstechnik, Gesprächsführung, Psychologie, Streßbewältigung, Umgang mit Menschen, Beratungskompetenz, Informations- und Wissensbeschaffung, Erfahrungsaustausch moderieren und organisieren können, pädagogische Kenntnisse

Dieser Komplex beinhaltet Kompetenzen, die ähnlich, wie bei anderen Tätigkeiten und Berufen, persönliche Merkmale bilden. Das Trainieren dieser Fähigkeiten ist ohne weiteres möglich, der Erfolg ist hier sicher unterschiedlich. Die Erfahrungen in der beruflichen Bildung, in Managementtrainings und in der Verhaltenstherapie verdeutlichen, wie wichtig die individuellen Voraussetzungen und die Bereitschaft sind, die eigene Persönlichkeit weiterzuentwickeln.

Ausgebildet werden sollte das Fachpersonal zu den Komplexen:

Selbstdarstellung, Selbstbewußtsein, rhetorischen Fähigkeit, Diskussionsfähigkeit, Entscheidungsfähigkeit, Kontaktfähigkeit, mit Konkurrenz umgehen lernen, kooperieren können, streiten lernen, Fähigkeit zum lebenslangen Lernen, Servicementalität und -bereitschaft, gerne nach draußen gehen, konzeptionell denken können, Konfliktfähigkeit, Flexibilität, Kritikfähigkeit

4.8 Ausbildung, Fortbildung, Seminare

Auf die Frage hin, welche Struktur eine zu entwickelnde Qualifizierung haben sollte, wurde bedarfsbezogen argumentiert. Es besteht einmal die Notwendigkeit, die in der Praxis stehenden Mitarbeiter/innen nachzuqualifizieren oder weiterzuqualifizieren. Bezogen auf die Entwicklung von neuen Qualifizierungswegen für den Tourismus wurde sowohl eine neue Erstausbildung als auch Fort- und Weiterbildungen empfohlen. Dies hängt eng mit den Einschätzungen zusammen, die die Fachleute über die zukünftigen Entwicklungen besitzen.

4.9 Fragen nach der Zukunft

Der abschließende Fragenkomplex befaßt sich mit Einschätzungen der Befragten über die Zukunft ihres Berufsfeldes. Allgemein schätzen die Befragten das Tätigkeitsfeld Tourismus und Freizeit als besonders zukunftssträftig ein. „Die Ansprüche der Bevölkerung in Sachen Kultur und Aktivitäten werden immer größer, die Leute haben mehr Freizeit, entweder zwangsweise durch Arbeitslosigkeit oder geringere Arbeitszeiten. Einen immer stärkeren Freizeitbedarf, und den muß man abdecken, auch als Kommune“, so der Leiter einer Kur- und Fremdenverkehrsverwaltung. „Das Angebot sollte sich grundsätzlich für die Gäste erweitern“, so die Vertreterin einer Kurbetriebs-GmbH.

Ein neues Arbeitsfeld sieht einer der Befragten in der Organisation der Naherholung, z. B. für Tagesreisen einen Rundumservice anzubieten: Eintrittskarten, Parkplatz, Bahnreise, Platz in der

Gaststätte - ein 'Urlaubsansturmberater/in' könnte so kreiert werden. Eine Ausweitung des Segments 'Urlaub auf dem Lande/Bauernhof' wird sich durch Strukturveränderungen in der Landwirtschaft ergeben. Aktivitäten wie Radfahren, Bootswandern, Sport, Kulturtourismus, Tagungen und Kongresse werden sich ausweiten. Der Vertreter aus dem Bereich Personen- und Güterbeförderung prognostiziert: „Die Bahn wird eine der wesentlichen Freizeitriesen in Deutschland.“ Als interessante Zielgruppe werden ältere aktive Menschen genannt. Insgesamt sind die Befragten der Meinung, daß man zukünftig preislich attraktiver werden muß. Gleichzeitig aber muß die Qualität der Angebote gesichert sein.

Die Arbeitsplätze werden sich weiter spezialisieren und technisieren. Der Einbruch der 'Neuen Medien' wird nach Meinung der Experten und Expertinnen eklatant sein. Hier liegt auch eine Begründung für den Abbau von Arbeitsplätzen. Informationen werden seltener über Menschen, sondern über Internet, on-line-Dienste und vorhandene Terminals, die für Besucher zugänglich sind, vermittelt. Qualifizierte Beratung, so schätzen alle Befragten ein, wird deshalb an Bedeutung gewinnen. Es wird noch 'menschlich', wie der Vertreter eines Verkehrsamtes in einem Erholungsgebiet bemerkte. Andere schätzen die Entwicklung so ein, daß sich die Kommunen aus dem touristischen Arbeitsfeld gänzlich lösen. Ein Vertreter aus dem Städtetourismus sieht das so: „Von städtischer Seite müßte eine Serviceinstitution erhalten bleiben, alles andere müßte privatisiert werden, was Geld einbringt.“ Die Frage nach der Einschätzung, ob Beschäftigung sich zukünftig weiter ausweiten wird, wurde unterschiedlich beantwortet. Die Einschätzungen gehen von der Möglichkeit einer Weiterentwicklung aus, der größte Teil der Befragten geht eher von einer Stagnation oder einem Abbau von Arbeitsplätzen aus (u. a. die Vertreterin des Reiseveranstalters). Hoffnungen werden in Privatisierungen, in neue Arbeitsformen, Kooperations- und Organisationsformen gesetzt. Neue Wirtschaftsförderungsgesellschaften, Agenturen, Servicecenter, europäische Konzentration und Vernetzung, Gründung von Tourismus-Instituten, Inhouse-Beratungen und Consulting-Agenturen sollten hier weiterhelfen.

5. Abschließende Betrachtungen und Empfehlungen

Alle Interviewpartner konstatieren zusätzlichen Qualifikationsbedarf für ihr Tätigkeitsfeld. Der Qualifikationsbedarf richtet sich nach den jeweiligen Arbeitsschwerpunkten und Aktivitäten der Organisationen, er wird praxisbezogen wie auch theoriebezogen konkretisiert. Die differenzierte Darstellung der formulierten Tätigkeitsbereiche und Anforderungsschwerpunkte legt nahe, daß es hier um mehr geht, als Wissenslücken zu füllen, weil es an Grundlagen- und Fachwissen für die Bereiche Städtetourismus, ländlicher Tourismus, Kur- und Bäderwesen, Tagungs-, Kongreß- und Veranstaltungsbereich, für die Regional- und Infrastrukturentwicklung, d. h. für alle wichtigen Tätigkeitsfelder des Incoming-Tourismus, fehlt. Die Erhebung ergab, daß nach Meinung der Experten und Expertinnen Marketing/ Öffentlichkeitsarbeit (66 %), Kommunikation/Beratung (66 %), Fachwissen für Touristik (51 %) und EDV (51 %) vordringliche Inhalte einer Qualifizierung sein müßten.

In den Intensivinterviews wurden Marketing/Öffentlichkeitsarbeit, Aufgaben im Bereich der 'Neuen Medien' und personenbezogene Kompetenzen häufiger genannt als andere fachliche Kenntnisse. Marketing und Öffentlichkeitsarbeit ist vonnöten, weil die Unübersichtlichkeit der Angebote/Anbieter eher zur Verunsicherung der Kunden beiträgt als zu deren Gewinnung. Strategisches Marketing ist für die Existenz und die Weiterentwicklung der einzelnen Einrichtungen äußerst wichtig. Neue Kommunikationstechniken als zentrales Fachwissen rührt aus den abseh-

baren technischen Entwicklungen wie Einführung von Informations- und Reservierungssystemen und anderen multimedialen Techniken. Daß personenbezogene Kompetenzen für die personenbezogene Dienstleistung 'Tourismus' eine hohe Priorität haben, liegt in der Sache selbst. Wie alle Befragten konstatierten, fehlt es den Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen an Servicebereitschaft, und zwar an der persönlichen Bereitschaft 'Dienste für andere zu leisten', es fehlt weiterhin an sozialer Kompetenz, die grundlegender, d.h. personenbezogener begriffen wird, als das im Bereich von Managementtraining verstanden wird.

Alles in allem ist gut ausgebildetes Fachpersonal für das touristische Tätigkeitsfeld heute dringender denn je. Eine Befragte formulierte das so: „Die Tourismuswirtschaft in ganz Deutschland ist aggressiver geworden. Das merken wir hier auch sehr deutlich, und es wird in Zukunft nicht mehr möglich sein, mit unausgebildeten Leuten die Tourismuswirtschaft zu bewältigen - also dringend erforderlich sind Ausbildungen, hoch motivierte Leute, große Einsatzbereitschaft.“

Die Untersuchungen haben ergeben, daß Umstrukturierung und/oder Aufbau der mehrheitlich kleinen und mittleren Unternehmen im Freizeitbereich an das Fachpersonal Herausforderungen stellt, die aktuell nur durch Fort- und Weiterbildung zu bewältigen sind.

Für die Nachwuchskräfte im Tourismus sind Zusatzqualifikationen ebenso wie für die seit längerem im Freizeitbereich tätigen Fachleute notwendig. Letzteres wird von der Branche ursächlich im Zusammenhang mit fehlenden, auf den Freizeitbereich zugeschnittenen Berufen gesehen und als zusätzlicher und unnötiger Kostenfaktor erachtet, der durch eine branchenspezifische Ausbildung im Tourismus vermieden werden könnte.

Über die fachlichen Inhalte, an denen sich eine für den Freizeitbereich sinnvolle Ausbildung zu orientieren hätte, herrscht bei den Fachleuten weitgehende Übereinstimmung. Die notwendigen Differenzierungen nach branchen- und regionalspezifischen Anforderungen ändern das Gesamtbild an notwendig erachteten Fähigkeiten, Kenntnissen und Kompetenzen nur geringfügig.

Eine betriebliche Ausbildung wird auch für die Weiterbildung als unabdingbar eingeschätzt. Personenbezogene Dienstleistungen, so die einmütige Aussage aller befragten Fachleute, können nicht in einer Laborsituation herausgebildet werden. Praktische und theoretische Unterweisungen in Berufsschulen und überbetrieblichen Ausbildungseinrichtungen als Ergänzung für die betriebliche Ausbildung wird in die Überlegungen zur Ausbildung von Touristikfachleuten einbezogen und mit Hinweisen auf vergleichbare Möglichkeiten für Köche und Hotelpersonal unterlegt, die in entsprechenden Ausbildungssegmente absolvieren können.

Erfahrungen mit der Ausbildung von Reiseverkehrskaufleuten, die oft keine örtlichen Berufsschulklassen finden und mit anderen Kaufleuten in der Berufsschule lernen müssen, stellen für neue Ausbildungsgänge für den Freizeitbereich gleichfalls ein Problem dar. Hierzu wurden Überlegungen angestellt, die von einer Zusammenführung von Hotelfachleuten, Reiseverkehrskaufleuten und Fachleuten im Freizeitbereich ausgehen.

Eine Akademisierung des Freizeitbereichs wird nicht für angemessen gehalten. Dennoch würde es sich um eine anspruchsvolle Ausbildung handeln, für die bestimmte Neigungen bei den Schulabgängerinnen und Schulabgängern vorhanden sein müßten. Neigung und Eignung wird jedoch nicht zwingend in Abhängigkeit von der Höhe des Schulabschlusses gesehen, sondern vom individuellen Persönlichkeitsbild der Jugendlichen abgängig gemacht.

Von den Befragungspersonen ausgeschlossen wurde die Möglichkeit, Fachleute für den Freizeitbereich in kurzen Weiterbildungslehrgängen heranzubilden. Auch wenn viele der derzeit in der Branche beschäftigten Fachleute aus anderen Berufen stammen, so haben diese andere Bedingungen und Anforderungen vorgefunden als sie heute existieren. Sie konnten Fehler machen, die heute nicht mehr tolerierbar wären und die zur Gefährdung des Betriebes führen könnten. Dennoch stellt sich der Freizeitsektor nicht gegen Weiterbildung als mögliche Form zur Gewinnung von Fachpersonal, wenn die Ausbildungsinhalte und -Organisation mit der Branche abgestimmt werden und es sich nicht, wie beim Touristikfachwirt, um Weiterbildung handelt, die am grünen Tisch entwickelt wurde.

Implizit und explizit erging an das BIBB der Auftrag, ein differenziertes Rahmenkonzept zur Aus- und Weiterbildung zu entwickeln, die zentralen Qualifikationsmerkmale Management und betriebswirtschaftliche Kompetenzen, Marketing und Öffentlichkeitsarbeit, Kommunikation und Beratung, touristisches Fachkenntnisse, Fremdsprachen und neue Informations- und Kommunikationstechniken in einzelne Lerninhalte zu übersetzen und diese mit der Praxis abzustimmen. Es ist deshalb im Rahmen des weiteren Projektverlaufs beabsichtigt, durch Fallstudien in der Praxis Handlungs- und Arbeitsabläufe diesbezüglich zu untersuchen, existierende Bildungsangebote und die dazugehörigen Curricula und Materialien zu überprüfen mit dem Ziel, eine differenzierte Rahmenkonzeption bis 1998 vorzulegen.

Anhang

- Fragebogen
- Frageleitfaden für die Intensivinterviews zu Qualifikationen und Qualifikationsbedarf im Tourismus

Frage 1: *In welchem touristischen Bereich ist Ihr Verband/Verein/Unternehmen (Ihre Organisation) aktiv?*
(Mehrfachnennungen sind möglich)

	<i>ja</i>	<i>nein</i>
im städtischen Bereich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
in einem Naherholungsgebiet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
in einer ländlichen Region	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
bundesweit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
international	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Frage 2: *In welchem touristischen Tätigkeitsfeld liegen Ihre Schwerpunkte?*
(Mehrfachnennungen sind möglich)

	<i>ja</i>	<i>nein</i>
Reisen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unterbringung/Beherbergung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gastronomie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gesundheit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Natur/Umwelt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sport/Spiel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bildung/Kultur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
sonstiges (bitte nennen)		

Frage 3: *Wie würden Sie Ihre Angebote einordnen?*
(Mehrfachnennungen sind möglich)

	<i>ja</i>	<i>nein</i>
herkömmliche Angebote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
spezialisierte Angebote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
im Aufbau befindliche Angebote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
sonstige (bitte nennen)		

Frage 4: *Sind Ihre touristischen Aktivitäten saisonbedingt?*

ja: *nein:*

Frage 5: Wie viele Personen sind bei Ihnen beschäftigt?

0 1 - 5 6 - 10 11 - 20 21 und mehr

Wie viele davon sind männlich?

0
 1 - 5
 6 - 10
 11 - 20
 21 und mehr

bzw. weiblich?

0
 1 - 5
 6 - 10
 11 - 20
 21 und mehr

Frage 6: Wie viele Personen davon arbeiten...

	0	1 - 5	6 - 10	11 - 20	21 und mehr
hauptamtlich?:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
freiberuflich?:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ehrenamtlich?:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Frage 7: Wie viele Personen sind auf der Basis von Drittmittelförderung (ABM-, EG-Förderung etc.) beschäftigt?

0 1 - 5 6 - 10 11 - 20 21 und mehr

Frage 8: Welches sind die wichtigsten Arbeitsschwerpunkte in Ihrer Organisation? (Mehrfachnennungen sind möglich)

	<i>sehr wichtig</i>	<i>wichtig</i>	<i>nicht so wichtig</i>	<i>unwichtig</i>
Management	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verkauf	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vermittlung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beratung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Begleitung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Betreuung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Information	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verwaltung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
EDV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rechnungswesen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Marketing/Öffentlichkeitsarbeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

sonstige (bitte nennen)

Frage 9: Welche Funktions-Zuständigkeitsbereiche gibt es bei Ihnen?
(Mehrfachnennungen sind möglich)

	ja	nein
Geschäftsführung/Leitung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Projekt-/Bereichsleitung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stadt-/Fremdenführung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reiseleitung/-begleitung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gästepflege	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Animation/Freizeitpädagogik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verwaltung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kaufmännischer Bereich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
sonstige (bitte nennen)		

Frage 10: Welche beruflichen Anforderungen werden an die touristischen Fachkräfte in Ihrer Organisation gestellt? (Mehrfachnennungen sind möglich)

	sehr wichtig	wichtig	nicht so wichtig	unwichtig
betriebswirtschaftl. Kenntnisse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kommunikative Kenntnisse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beratungskompetenzen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fremdsprachen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Marketingkenntnisse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zielgruppenkenntnisse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fachkenntnisse Tourismus/Freizeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
EDV-Kenntnisse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verwaltungs- u. kaufm. Kenntnisse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
personenbezogene Kompetenzen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
sonstige (bitte nennen)				

Frage 11: *Wie schätzen Sie die vorhandenen fachlichen Potentiale in Ihrer Organisation ein? (Mehrfachnennungen sind möglich)*

	<i>sehr gut</i>	<i>gut</i>	<i>weniger gut</i>	<i>nicht ausreichend</i>
betriebswirtschaftl. Kenntnisse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kommunikative Kenntnisse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beratungskompetenzen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fremdsprachen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Marketingkenntnisse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zielgruppenkenntnisse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fachkenntnisse Tourismus/Freizeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
EDV-Kenntnisse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verwaltungs- u. kaufm. Kenntnisse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
sonstige (bitte nennen)				

Frage 12: *Welche beruflichen Abschlüsse sind in Ihrer Organisation vorhanden? (Mehrfachnennungen sind möglich)*

	<i>ja</i>	<i>nein</i>
Reiseverkehrskauffrau/-mann	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fachwirt/in für Tourismus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verwaltungsabschlüsse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kaufmännische Abschlüsse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fachschulabschlüsse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fachhochschulabschlüsse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
akademische Abschlüsse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
sonstige Abschlüsse (bitte nennen)		

Frage 13: *Gibt es Ihrer Meinung nach für Ihren Bereich einen zusätzlichen Bedarf an Qualifizierung?*

ja: *nein:*

Frage 14: Wenn ja, was müßte ein Qualifizierungsangebot beinhalten?
 (Mehrfachnennungen sind möglich)

	<i>sehr wichtig</i>	<i>wichtig</i>	<i>nicht so wichtig</i>	<i>unwichtig</i>
Management	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
betriebswirtschaftliche Kenntnisse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Marketing/Öffentlichkeitsarbeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kommunikation/Beratung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fremdsprachen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
EDV-Kenntnisse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fachwissen für Touristik/Freizeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
persönlichkeitsbezogene Kompetenzen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
sonstiges (bitte nennen)				

Frage 15: Einige Fragen zu Ihrer Person? (bitte ausfüllen)

Name:

Anschrift:

.....

Funktion:

Beruf:

Sind Sie damit einverstanden, daß ich Sie anschreibe, wenn ich weitere Fragen habe?:

ja: nein:

Wenn nein, an welche Person/en konnte ich mich alternativ wenden?

Name/Anschrift:

.....

Tel./Fax:

**Bitte senden Sie den Fragebogen bis zum 20.2.1996 ausgefüllt an meine Anschrift zurück:
 Frau Helga Weigand, Stegstr. 53, 60594 Frankfurt**

Ich danke Ihnen für Ihre Mitarbeit!

Frageleitfaden für die Intensivinterviews zu Qualifikationen und Qualifikationsbedarf im Tourismus

1. Fragen zur Person:

- 1.1 Name:
- 1.2 Alter
- 1.3 Firma/Organisation:
- 1.4 Funktion:
- 1.5 Berufsausbildung:
- 1.6 Berufsverlauf-erfahrungen:
- 1.7 Arbeitsschwerpunkte:

2. Fragen zur Institution/Organisation:

- 2.1 Rechtsform:
- 2.2 Größe/Zahl der Mitarbeiter/innen:

3. Fragen zum Tätigkeitsfeld Ihrer Institution/Organisation:

- 3.1 Bitte beschreiben Sie das touristische Tätigkeitsfeld Ihrer Organisation.
- 3.2 Wo liegen die Schwerpunkte dieser Aktivitäten?

4. Fragen zur Arbeitsteilung in Ihrer Institution/Organisation:

- 4.1 Wie sind bei Ihnen die Aufgaben verteilt?
 - 4.1.1 Sind die Aufgaben Bereichen/Abt, zugeordnet?
 - 4.1.2 Wennja, welchen Bereichen?
 - 4.1.3 Wie viele Personen sind für die jeweiligen Bereiche zuständig/verantwortlich?

5. Fragen zum Anforderungsprofil

- 5. 1 Wie definieren Sie das Anforderungsprofil der zuständigen Mitarbeiter/innen (Funktionen mit Leitungsverantwortung),
 - 5.1.1 bezogen auf die Einstellungskriterien/Stellenbeschreibungen?
 - 5.1.2 bezogen auf den Arbeitsalltag?
- 5. 2 Wie definieren Sie das Anforderungsprofil der zuständigen Mitarbeiter/innen (Funktionen ohne Leitungsverantwortung),
 - 5.2.1 bezogen auf Ihre Einstellungskriterien/Stellenbeschreibungen?
 - 5.2.2 bezogen auf den Arbeitsalltag?
 - 5.2.3 Haben die Mitarbeiter/innen eine Ausbildung?

- 5.3 Wenn ja, um welche Ausbildung/Ausbildungen handelt es sich?
- 5.3.1 Haben die Mitarbeiter/innen eine Weiterbildung?
- 5.3.2 Wenn ja, um welche Weiterbildung/Weiterbildungen handelt es sich?

- 5.4 Haben die Mitarbeiter/innen spezielle Kenntnisse und Kompetenzen, die sie sich auf anderen Wegen erworben haben?
- 5.4.1 Wenn ja, können Sie diese beschreiben?

- 5.5 Welche der insg. erworbenen Kenntnisse und Kompetenzen werden im Arbeitsalltag eingesetzt?
- 5.5.1 Welche davon sind besonders wichtig?

6. Fragen nach dem Qualifikationsbedarf

- 6.1 Gibt es einen zusätzlichen Qualifikationsbedarf für die genannten Arbeitsbereiche?
- 6.2 Wenn ja, für welche Tätigkeiten?
- 6.3 Wie müßte Ihrer Meinung nach eine neu zu entwickelnde Qualifizierung aussehen?
- 6.3.1 Bitte nennen Sie inhaltliche Schwerpunkte/Fächer einer solchen Qualifizierung:
- 6.3.2 Was müßte praktisch gelernt werden?
- 6.4 Sollte/n es eine Ausbildung/eine Weiterbildung oder spezielle Seminare sein?
- 6.5 Bitte begründen Sie Ihre Einschätzung:

7. Fragen nach der Zukunft des Aufgabengebietes

- 7.1 Wie schätzen Sie die Entwicklung in Ihrem touristischen Tätigkeitsfeld/Angebotssegment in Zukunft ein?
- 7.2 Sind Sie der Meinung, daß dies mit der Entwicklung von neuen Beschäftigungsmöglichkeiten einhergeht/korrespondiert?
- 7.3 Wie sähe der Arbeitsplatz der Zukunft in Ihrem Sektor aus?

Wir danken Ihnen für Ihre Mitarbeit!