

Trappmann-Webers, Bettina

Research Report

Vorstudie zur Qualifikationsentwicklung im Tourismus: Forschungsvorhaben 4.0.641. Abschlussbericht

Wissenschaftliche Diskussionspapiere, No. 73

Provided in Cooperation with:

Federal Institute for Vocational Education and Training (BIBB), Bonn

Suggested Citation: Trappmann-Webers, Bettina (2005) : Vorstudie zur Qualifikationsentwicklung im Tourismus: Forschungsvorhaben 4.0.641. Abschlussbericht, Wissenschaftliche Diskussionspapiere, No. 73, ISBN 978-3-88555-783-8, Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB), Bonn, <https://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0035-0124-2>

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/236039>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.



<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/de/>

WISSENSCHAFTLICHE DISKUSSIONSPAPIERE

Heft 73

Bettina Trappmann-Webers

Forschungsvorhaben 4.0.641

**Vorstudie zur Qualifikationsentwicklung
im Tourismus**

Abschlussbericht

Schriftenreihe
des Bundesinstituts
für Berufsbildung
Der Generalsekretär • Bonn

Bundesinstitut
für Berufsbildung **BİBB** ▶

- ▶ Forschen
- ▶ Beraten
- ▶ Zukunft gestalten

Die WISSENSCHAFTLICHEN DISKUSIONSPAPIERE des Bundesinstituts für Berufsbildung (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 mit der Fachöffentlichkeit.



Der Inhalt dieses Werkes steht unter einer Creative Commons Lizenz (Lizenztyp: 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>

Stand: November 2004

Dieser Abschlussbericht
wurde unter Mitwirkung von Birgit Sell
erstellt.

Vertriebsadresse:

Bundesinstitut für Berufsbildung
A 1.2 VÖ
53142 Bonn

Bestell-Nr.: 14.073

Copyright 2005 by Bundesinstitut für Berufsbildung, Bonn
Herausgeber: Bundesinstitut für Berufsbildung,
Der Generalsekretär, Bonn
Internet: www.bibb.de
E-Mail: zentrale@bibb.de
Umschlaggestaltung: Hoch Drei Berlin
Herstellung: Bundesinstitut für Berufsbildung, Bonn
Druck: Bundesinstitut für Berufsbildung, Bonn
Printed in Germany

ISBN 3-88555-783-5

Diese Netzpublikation wurde bei Der Deutschen Bibliothek angemeldet und archiviert.
URN: [urn:nbn:de:0035-0124-2](http://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0035-0124-2)

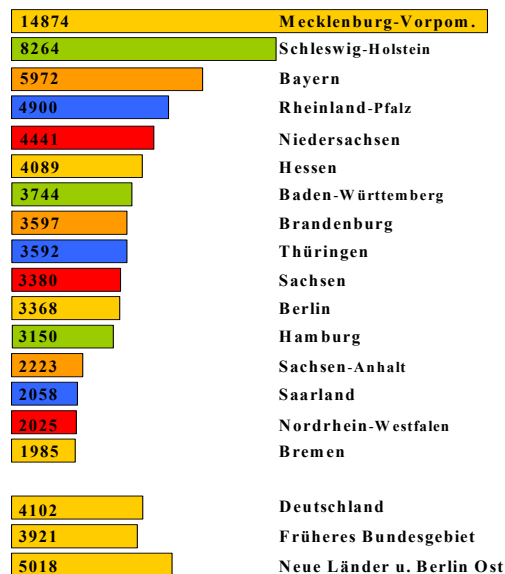
1. Ausgangslage und Zielsetzung der Untersuchung	5
2. Methodisches Vorgehen	11
3. Ergebnisse der Untersuchung.....	12
3.1 Teiluntersuchung in Reisebüros, bei Reiseveranstaltern und Unternehmen und Organisationen des Kur- und Bäderwesens und des Fremdenverkehrs	12
3.1.1 Bewährung der Differenzierung in Fachrichtungen.....	14
3.1.2 Themenkomplexe zur stärkeren Vermittlung in der Berufsschule	16
3.1.3 Schwerpunkte in der Arbeit von Reiseverkehrskaufleuten	16
3.1.4 Zunehmend bedeutsame Aufgaben im Tourismus	20
3.1.5 Weiterbildung	21
3.1.6 Personalsuche und Anforderungsprofil.....	23
3.1.7 Ausbildung	25
3.1.8 Beschäftigungs- und Aufstiegsmöglichkeiten	27
3.2 Teiluntersuchung in Camping- und Freizeiteinrichtungen.....	29
3.2.1 Aufgabenschwerpunkte von Beschäftigten in der Camping- und Freizeitbranche	33
3.2.2 Häufigkeit von Tätigkeiten in der Arbeit von Fachkräften	36
3.2.3 Bedeutung überfachlicher Fähigkeiten	39
3.2.4 Profil eines neuen Berufsbildes	39
3.2.5 Zentrale Aspekte bei Bewerbungen im kaufmännischen Bereich.....	42
3.2.6 Beschäftigungsstruktur	45
3.2.7 Ausbildung	46
3.2.8 Bereitschaft, in dem neuen Beruf auszubilden	50
3.2.9 Beschäftigungsbereitschaft nach absolvierter Ausbildung.....	53
4. Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse.....	55
4.1 Teiluntersuchung „Reiseverkehrskaufmann/Reiseverkehrskauffrau“	55
4.2 Teiluntersuchung „Kaufmann/Kauffrau für Tourismus und Freizeit“	56
4.3 Überschneidungen und Unterschiede in Unternehmen des Kur- und Bäderwesens sowie des Fremdenverkehrs und in Freizeit- und Campingunternehmen	58
4.4 Allgemeine Aussagen für beide Ausbildungsberufe	60
5. Wesentliche Ergebnisse des BIBB-Workshops mit Konsequenzen für das Neuordnungsverfahren	60
Literaturverzeichnis.....	64
Abbildungsverzeichnis	67
Tabellenverzeichnis.....	67

1. Zielsetzung und Ausgangslage der Untersuchung

Die vorliegende Untersuchung gibt zunächst einen Überblick über Stand und Entwicklung der Tourismus- und Freizeitwirtschaft. Dabei sollen die Ausbildungs- und Beschäftigungsmöglichkeiten sowie die zukünftigen Anforderungen im Hinblick auf einen weiteren Beruf für die Tourismus- und Freizeitbranche betrachtet werden. Schließlich wird die Berufsschneidung zum Reiseverkehrskaufmann/zur Reiseverkehrskauffrau beurteilt.

Die Perspektiven der Tourismusbranche werden unterschiedlich bewertet. In vielen Gebieten wird der Tourismus als eine wesentliche Möglichkeit zur wirtschaftlichen Stabilisierung gesehen, insbesondere für Gebiete außerhalb der städtischen und industriellen Ballungsräume, abgesehen vom Städtetourismus und dem Geschäftsreiseverkehr. Der Tourismus soll Beschäftigung gerade in ländlichen Regionen schaffen, in denen die Landwirtschaft durch tiefgreifende Rationalisierungsprozesse geprägt ist und infolgedessen neue Beschäftigungsmöglichkeiten erforderlich sind. Daher wird dem Tourismus in Deutschland, insbesondere in den neuen Ländern, eine besondere regionalpolitische Bedeutung zugeschrieben. Die Beherbergungsstatistik im Reiseverkehr, die derzeit wichtigste amtliche Datenquelle für empirische Aussagen über die Entwicklung des Tourismus in Deutschland, zeigt ein differenzierteres Bild von den unterschiedlichen Perspektiven dieses Wirtschaftszweiges in den Bundesländern.

**Abbildung 1: Tourismusintensität in den Bundesländern 2003
(Übernachtungen je 1000 Einwohner)**



Quelle: Wirtschaft und Statistik 4/2004

So verfügt Mecklenburg-Vorpommern zur Zeit über die höchste Tourismusintensität mit 14.874 Übernachtungen je 1000 Einwohner.¹ An zweiter Stelle steht mit einem Wert von 8.264 Schleswig-Holstein, das bis 1998 noch an der Spitze der Rangliste gestanden hatte. An dritter Position folgt dann Bayern mit einer Tourismusintensität von 5.972. Somit liegt seit dem Jahr 2001 die Tourismusintensität in den neuen Ländern und Berlin-Ost höher als im früheren Bundesgebiet (Früheres Bundesgebiet im Jahr 2003: 3.921; Neue Länder und Berlin-Ost im Jahr 2003: 5.018).

Anders sieht die Entwicklung aus, wenn man sich die Übernachtungen ausländischer Gäste in der BRD anschaut. Die Übernachtungen ausländischer Gäste konzentrieren sich stark auf wenige Bundesländer. Das Bundesland mit den meisten Übernachtungen ausländischer Gäste, und zwar 9,5 Millionen, das sind 22,9 Prozent aller Übernachtungen, ist Bayern; gefolgt von Nordrhein-Westfalen mit 14,8 Prozent. Für die neuen Bundesländer ist kennzeichnend, dass der Anteil ausländischer Gäste an der Gesamtzahl aller Übernachtungen weit unterdurchschnittlich ist. Während der Anteil ausländischer Gästegruppen an den Übernachtungen bundesweit bei 12,3 Prozent liegt, ist er in den neuen Ländern und Berlin-Ost mit 6,0 Prozent nicht einmal halb so hoch.²

¹ Vgl. Wirtschaft und Statistik 4/2004, S. 422 ff. Die in der Tourismusstatistik gebräuchlichste Maßgröße ist die so genannte Tourismusintensität. Sie ist definiert als die Zahl der Übernachtungen in einem Gebiet (hier: Bundesland) je 1000 Einwohner.

² Vgl. Wirtschaft und Statistik, 4/2004, S. 432.

Demgegenüber stehen teilweise sehr divergierende Entwicklungen in einzelnen Teilsegmenten des Tourismusmarktes. Im Bereich des Kurtourismus waren zum zweiten Mal in Folge deutliche Rückgänge zu verzeichnen. Die Zahl der Übernachtungen in Vorsorge- und Rehabilitationskliniken ging um 4,3 Prozent zurück. Gründe dafür sind im Zusammenhang mit Reformmaßnahmen im Gesundheitsbereich zu sehen oder auch mit der schwierigen Arbeitsmarktlage, die aller Erfahrung nach viele Menschen davon abhält, eine Kur zu beantragen. So spiegelt sich der Rückgang der Übernachtungszahlen im Kurtourismus auch in den zu den Heilbädern gehörigen Gemeindegruppen wieder (- 3,2 Prozent). Während Rückgänge auch in den für den Urlaubstourismus typischen Gemeindegruppen, den Luftkurorten (- 4,2 Prozent) und den Erholungsorten (- 0,7 Prozent) zu registrieren sind, gab es Zuwächse bei den nicht prädikatisierten sonstigen Gemeinden (+ 0,5 Prozent) und vor allem bei den Seebädern (+ 1,1 Prozent), die sich in den letzten Jahren zunehmender Beliebtheit erfreuen.³

Der Städtetourismus als weiteres Teilsegment des Tourismus hat sich insbesondere in den Großstädten mit mehr als 100.000 Einwohnern seit Jahren überdurchschnittlich positiv entwickelt. Die Übernachtungen in den Großstädten nahmen im Jahr 2003 um 1,8 Prozent zu, während sie in allen Gemeinden zusammen um 0,7 Prozent zurückgingen.

Insgesamt haben sich die Übernachtungszahlen stabilisiert und der anhaltende Rückgang der Kapazitätsauslastung im Beherbergungsgewerbe konnte gestoppt werden. Allerdings haben nicht alle Teilsegmente des Tourismus gleichermaßen davon profitiert und einige mussten sogar empfindliche Einbußen hinnehmen. So gingen im selben Jahr die Ausgaben der deutschen Touristen bei ihren Reisen ins Ausland um 5,9 Prozent zurück. Diese Entwicklungen betreffen insbesondere die Reisemittler- und Reiseveranstalterbranche.⁴

Ein Ende der negativen Entwicklung des Vorjahres konnte auch in der Umsatz- und Beschäftigtenentwicklung im Beherbergungsgewerbe nicht festgestellt werden. Der Umsatz sank hier im Jahr 2003 real - bereinigt um Preissteigerungen - um 5,2 Prozent. Die Beschäftigtenzahl verringerte sich weiter um 2,6 Prozent; dabei ging die Zahl der Vollzeitbeschäftigten mit - 4,2 Prozent stärker zurück, während sich die Zahl der Teilzeitbeschäftigten leicht um 0,7 Prozent erhöhte.

³ Vgl. Wirtschaft und Statistik, 4/2004, S. 426 ff.

⁴ Vgl. Wirtschaft und Statistik, 4/2004, S. 430 ff.

Ebenso wie durch die divergierende Entwicklung in einzelnen Teilsegmenten ist der Tourismus durch die große Heterogenität der ihm zuzurechnenden Betriebe und ihrer Ausrichtung gekennzeichnet. Typische Tourismusbetriebe sind Reisebüros, Reiseveranstalter, Transportunternehmen, Hotels und Gaststätten, Tourismusunternehmen des Kuren- und Fremdenverkehrsbereichs. Zur „weiteren“ Tourismusindustrie gehören ebenso Teile des Einzelhandels und vom Tourismus profitierende Wirtschaftszweige, wie z. B. die Automobilindustrie sowie der gesamte Markt für zivile Flugzeuge mit seinen weltweiten Fertigungs- und Zulieferungsverflechtungen, die Computer- und Softwareindustrie, die Computer-Reservierungssysteme entwickeln, ohne die heute keine Fluggesellschaft, kein Reisebüro und kein Reiseveranstalter auskommen würde. Hinzu kommt der gesamte Bereich der Freizeitwirtschaft, der zwar von Fachleuten der Freizeitbranche in den Gesprächen als eigenständige Branche deklariert wird, der aber nicht trennscharf vom Bereich Tourismus abzugrenzen ist und somit eher als „Teilsegment“ des Tourismus bezeichnet werden kann. Zu den Freizeiteinrichtungen zählen insbesondere Sport- und Freizeitparks, Golfanlagen, maritim touristische Unternehmen (Marinas) und die Fahrgastschiffahrt.

Aus tourismuspolitischer und wirtschaftlicher Sicht ist zweifellos auch der Camping-tourismus ein bedeutendes Teilsegment des Tourismus, das in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen hat, wie die weiteren Ausführungen unter 3.2 zeigen.

Nach der Analyse der Beschäftigungsstruktur verfügt nur jeder Zweite im Freizeitbereich über eine abgeschlossene Berufsausbildung.⁵ Dabei zeichnet sich die Branche durch eine große Anzahl an Ausbildungsberufen aus. Gerade im Gesamtbereich der Tourismus- und Freizeitwirtschaft gibt es eine große Zahl staatlich anerkannter Ausbildungsberufe. Zum engeren Tourismussektor zählen neben dem klassischen Beruf des Reiseverkehrskaufmanns/der Reiseverkehrskauffrau u. a. die Hotel- und Gaststättenberufe, der Koch/die Köchin, der/die Berufskraftfahrer/-in, der Servicekaufmann/die Servicekauffrau im Luftverkehr, der Kaufmann/die Kauffrau für Verkehrsservice. Zum erweiterten Tourismussektor können Berufsausbildungen aus dem Bereich Sport und Spiel wie der Bootsbauer/die Bootsbauerin, der/die Fachangestellte(r) für Bäderbetriebe, der Tierpfleger/die Tierpflegerin, der Sport- und Fitnesskaufmann/die Sport- und Fitnesskauffrau usw. gezählt werden. Ebenso finden sich im Bereich Kunst/Kultur/Medien freizeitrelevante Ausbildungsberufe wie u. a. die Fachkraft für Veranstaltungstechnik, der Kaufmann/die Kauffrau für audiovisuelle Medien, der/die Mediengestalter/-in für Digital- und Printmedien. Die Breite der Qualifikationen in der Tourismus- und Freizeitbranche reicht von den

⁵ Winde, Mathias, 2002

klassischen im dualen System ausgebildeten Berufen bis zu den tourismusnahen Assistentenausbildungen wie Touristikassistent/-in, Assistent/-in für Freizeitwirtschaft, Assistent/-in für das Hotel- und Gaststättengewerbe usw. Hinzu kommt das nationale Weiterbildungssystem für den Freizeit- und Tourismussektor, das eine Vielzahl von Qualifizierungsangeboten, berufsbegleitend und/oder für Arbeitslose/-suchende und Quereinsteiger bietet, die von den jeweiligen Bildungsträgern meist selbst konzipiert und mit einem trügereigenen Zertifikat bescheinigt werden.⁶ Nach Berufsbildungsgesetz (BBiG) gibt es Regelungen der zuständigen Stellen nach § 46 Abs. 1 mit denen die Aufstiegsfortbildungen in der Regel mit IHK-Prüfung zum Tourismusfachwirt/zur Tourismusfachwirtin, zum Fachwirt/zur Fachwirtin für Fitness, zum Hotelmeister/zur Hotelmeisterin usw. geregelt werden.⁷ Daneben gibt es Fachleute, die eine Ausbildung an unterschiedlichen Fachhochschul- bzw. Hochschulstudiengängen absolviert haben.

Von den Verbänden der Campingwirtschaft gibt es seit Jahren Bestrebungen, einen eigenen Ausbildungsberuf speziell für die Campingbranche zu schaffen. Im Verlauf der Verhandlungen zwischen den Sozialpartnern hat sich der Plan herauskristallisiert, einen neuen Ausbildungsberuf zu erarbeiten, der weitere Segmente der Tourismus- und Freizeitbranche abdeckt. Zusätzlich soll der duale im Jahr 1998 aktualisierte Ausbildungsberuf Reiseverkehrskaufmann/Reiseverkehrskauffrau teilnovelliert werden. Das Ziel ist die Fachrichtung Kuren und Fremdenverkehr, die sich innerhalb des Reiseverkehrskaufmann/der Reiseverkehrskauffrau nicht bewährt hat, in den neu zu schaffenden Ausbildungsberuf zu integrieren.

Den Hintergrund der vorliegenden Studie bildet die Schaffung eines neuen Ausbildungsberufs mit dem Arbeitstitel „Kaufmann/Kauffrau für Tourismus und Freizeit“, auf den sich die für den Wirtschaftsbereich zuständigen Institutionen geeinigt haben. Dieser Ausbildungsberuf soll u. a. in Freizeiteinrichtungen wie z. B. Freizeitparks, auf Campingplätzen, Marinas und der Fahrgastschiffahrt ausgebildet werden. Um die bisherige Fachrichtung Kuren und Fremdenverkehr in dem neuen Ausbildungsberuf abdecken zu können, sind mögliche weitere Ausbildungsbetriebe Tourismusorganisationen, touristisch orientierte Freizeitunternehmen sowie Unternehmen und Organisationen des Gesundheits- und Wellnesstourismus.⁸

⁶ Vgl. www.arbeitsagentur.de

⁷ Vgl. Verzeichnis der anerkannten Ausbildungsberufe vom 30. Mai 2003.

⁸ Die Begriffe Kur- und Bäderwesen sowie Fremdenverkehr entsprechen nach Aussage von Branchenvertretern nicht mehr dem derzeitigen Sprachgebrauch. Sie sprechen von Tourismusorganisationen oder von Organisationen des Gesundheits- und Wellnesstourismus bzw. allgemein von Incoming-Tourismus. In der hier vorliegenden Untersuchung wird um alle Bereiche abzudecken, weiterhin mit diesen Begriffen operiert.

Während es in Unternehmen der Reisebranche wie bei Reiseveranstaltern, Reisemittlern und Organisationen des Kur- und Bäderwesens und des Fremdenverkehrs bereits in der Vergangenheit Untersuchungen des BIBB gab, wird mit der Camping- und Freizeitwirtschaft ein neues Untersuchungsfeld beschritten. Aus dem empirischen Material sollen qualitative Aussagen über die Branchenentwicklung und die Strukturkonzepte abgeleitet werden können. Diese sollten eine konzeptionelle Grundlage für weitere Arbeiten bzw. Projekte bieten und in die anstehenden Neuordnungsverfahren eingehen. Die Untersuchung strebt keine Gesamtdarstellung der Qualifikationsentwicklung im Tourismus- und Freizeitbereich an. Es werden lediglich Teilbereiche angesprochen, die für unmittelbar auftretende Fragen in Bezug auf die Neuordnung wichtig sind.

Die vorliegende Veröffentlichung besteht aus folgenden Teilen: Nach einem kurzen Überblick über das methodische Vorgehen erfolgt die Darstellung der Ergebnisse. Letztere gliedert sich in zwei Teiluntersuchungen, wobei die erste Reisebüros, Reiseveranstalter und Unternehmen und Organisationen des Kur- und Bäderwesens sowie des Fremdenverkehrs umfasst und die zweite Teiluntersuchung sich mit den Anforderungen der Freizeit- und Campingeinrichtungen beschäftigt. Am Ende erfolgt eine Zusammenfassung der Ergebnisse sowie die Darstellung der Diskussion eines Workshops mit den Ergebnissen, die Auswirkungen auf die beiden Neuordnungsverfahren haben.

2. Methodisches Vorgehen

In dem Vorhaben wurde sowohl mit quantitativen als auch mit qualitativen Forschungsmethoden in einem sich ergänzenden Forschungsdesign gearbeitet. Die quantitativen Erhebungen in Form von 182 telefonischen Interviews wurden in der Zeit von April bis August 2003 vom Büro für Empirische Forschung in München in Kooperation mit dem Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) durchgeführt. Die Ansprechpartner waren die Inhaber, Betriebsleiter und/oder Personal- oder Ausbildungsverantwortliche. Es handelt sich dabei um zwei Teiluntersuchungen: erstens telefonische Interviews in Reisebüros, bei Reiseveranstaltern und bei Unternehmen des Kur- und Bäderwesens und des Fremdenverkehrs sowie zweitens telefonische Interviews in Camping- und Freizeiteinrichtungen.

In sieben Fallstudien, durchgeführt in der Camping- und Freizeitwirtschaft im März und im Juni/Juli 2003, wurden die Fragestellungen durch Vor-Ort-Begehungen und Face-to-face-Gesprächen vertieft. Zwei weitere Begehungen gemeinsam mit Sachverständigen während des Neuordnungsverfahrens im Frühjahr 2004 fanden in Freizeiteinrichtungen in den neuen Bundesländern statt. Die Fallstudien sowie weitere Gespräche mit Experten und Expertinnen der Tourismusbranche wurden vom BIBB durchgeführt.

Im November 2003 wurde dann ein gemeinsamer Workshop des Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit (BMWA) und des BIBB mit Sachverständigen verschiedener Organisationen und Vertretern der Tourismus- und Freizeitbranche durchgeführt, in dem die Ergebnisse der Studie vorgestellt und die daraus resultierenden Konsequenzen für die Neuordnung in den Berufen Kaufmann/Kauffrau für Tourismus und Freizeit sowie Reiseverkehrskaufmann/-kauffrau diskutiert wurden.

3. Ergebnisse der Untersuchung

3.1 Teiluntersuchung in Reisebüros, bei Reiseveranstaltern und Unternehmen und Organisationen des Kur- und Bäderwesens und des Fremdenverkehrs⁹

Bei dieser Teiluntersuchung wurde vor allem ermittelt, welche Qualifikationen in den Unternehmen in Zukunft an Bedeutung gewinnen werden, wie sich die Ausbildungs- und Beschäftigungssituation sowie auch die Aufstiegsmöglichkeiten entwickelt haben, wie zufrieden die Unternehmen mit der Ausbildung sind und wie sich die Differenzierung in die beiden Fachrichtungen Touristik und Kuren und Fremdenverkehr bewährt hat. Als empirisches Material dienen 92 Interviews mit Personal- und Ausbildungsverantwortlichen in Unternehmen, die über Erfahrungen in der Ausbildung von Reiseverkehrskaufleuten verfügen. In dieser Stichprobe sind neben Reisebüros und Reiseveranstaltern 29 Einrichtungen aus dem Bereich Kur- und Bäderwesen sowie Fremdenverkehr befragt worden.

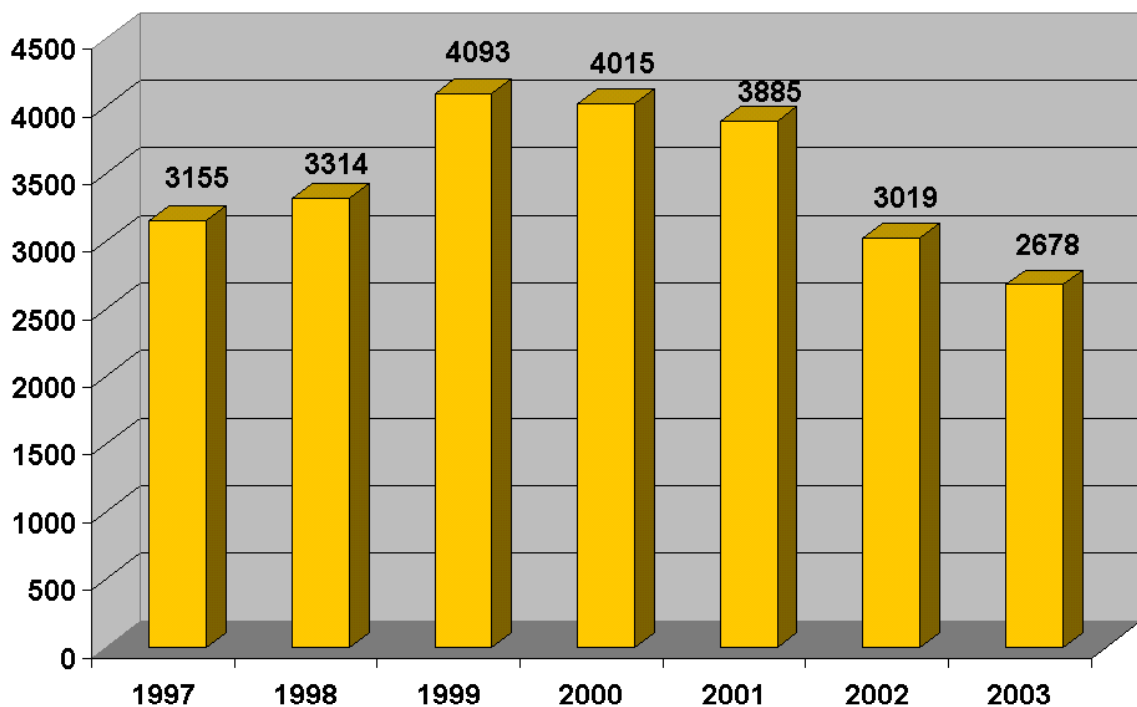
Die Betriebsgröße der hier befragten Unternehmen reicht von zwei Mitarbeitern bis zu Unternehmen mit 4.500 Beschäftigten. Sehr kleine Einheiten sind häufiger unter den Reisebüros und jenen Unternehmen vertreten, die sowohl als Reisebüro als auch Reiseveranstalter fungieren. Die großen Einheiten (mit z. B. 1.650, 2.800, 3.500 und 4.500 Beschäftigten) sind Unternehmensketten im Reisebüro- und Veranstalterbereich, die Filialen in ganz Deutschland und teilweise auch weltweit haben. Bei den Unternehmen des Kur- und Bäderwesens und des Fremdenverkehrs überwiegen die kleinen bis mittelgroßen Unternehmen. Die kleineren Unternehmen sind meist Touristinformationen oder Tourismusmarketing-Unternehmen, bei den größeren handelt es sich überwiegend um Kurverwaltungen.

Der Beruf Reiseverkehrskaufmann bzw. Reiseverkehrskauffrau ist neben den Hotel- und Gaststättenberufen der klassische und traditionelle Ausbildungsberuf der Tourismusbranche. In diesem Beruf wird in der Tourismusbranche bei Reisemittlern, Firmendiensten und Reiseveranstaltern sowie auch in Unternehmen und Organisationen des Kur- und Bäderwesens und des Fremdenverkehrs ausgebildet. Mit der Neuordnung des Berufs im Jahr 1998 wurde eine Spezialisierung in die zwei Fachrichtungen Touristik sowie Kuren und Fremdenverkehr vorgenommen. Die Ausbildung in der Fachrichtung umfasst ein Drittel der Ausbildungszeit und beginnt im zweiten Ausbildungsjahr. Im Rahmen der Fachrichtungen kommt es zu einer weiteren Differenzierung nach Einsatzgebieten. Diese sind

⁹ Der Fremdenverkehrsbereich wird als Incoming-Tourismus bezeichnet: Bezeichnung für den aus dem Ausland hereinkommenden Tourismus, während Reiseveranstalter und Reisebüros zum Outgoing-Tourismus zählen: Bezeichnung für den aus einem Land herausführenden Tourismus (vgl. Gewalt, 2000).

in der Fachrichtung Touristik: Reiseveranstaltung, Reisevermittlung Touristik und Reisevermittlung Beförderung und in der Fachrichtung Kuren und Fremdenverkehr: Touristinformationen, Kuren sowie Veranstaltungen. Das neue Modell sollte eine größere Flexibilität für die ausbildenden Unternehmen schaffen, auch zahlreichen Unternehmen, wie z. B. Busreiseveranstaltern und kleineren Reisebüros, durch den Wegfall der Bindung der Ausbildungsunternehmen an IATA- bzw. DB-Lizenzen, die Ausbildung zu ermöglichen und damit die Anzahl der Ausbildungsplätze zu erhöhen. Wenn man die Zunahme der Ausbildungsverhältnisse auf diesen Sachverhalt zurückführt, wurde dieses Ziel zu Beginn der Ausbildung auch erreicht. So sind im Jahr 1999 4.093 neue Abschlüsse zu verzeichnen, während es 1997 lediglich 3.155 waren. Diese Anzahl konnte in den folgenden Jahren nicht aufrechterhalten werden. Dies zeigt der konstante Rückgang der Neuabschlüsse (2001: 3.885). Aktuelle Daten der Anzahl und Veränderung neu abgeschlossener Ausbildungsverträge 2003 zu 2002 in Deutschland im Beruf Reiseverkehrskaufmann/frau belegen einen Rückgang der Abschlüsse von 3.019 in 2002 auf 2.678 in 2003.

Abbildung 2: Neuabschlüsse im Vergleich, 1997 - 2003

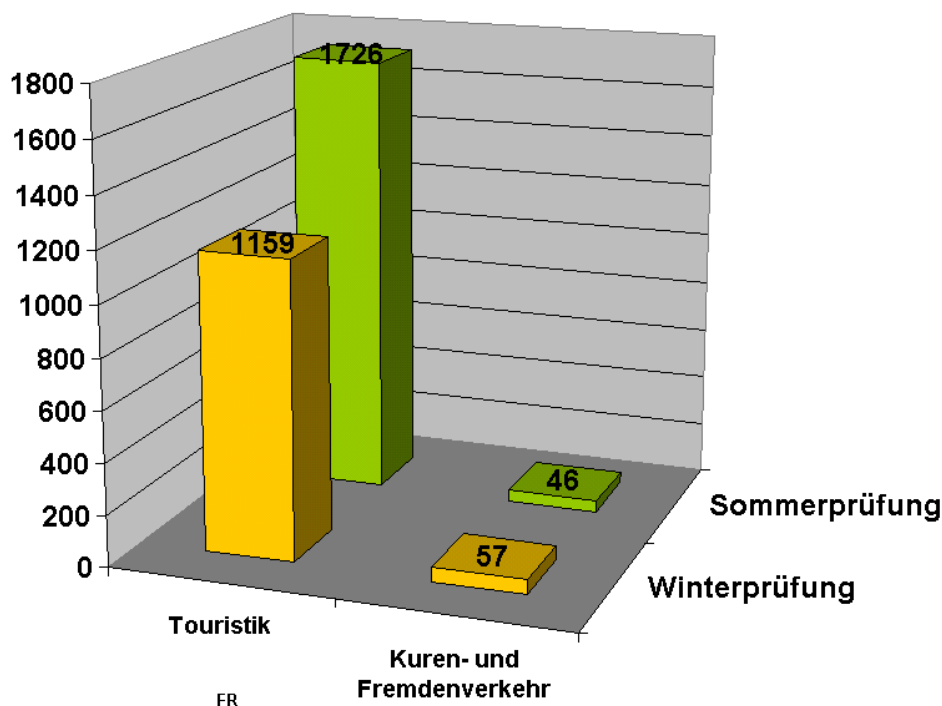


Quelle: Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB), Erhebung zum 30. September 2003

3.1.1 Bewährung der Differenzierung in Fachrichtungen

In der Untersuchung wurde nach der Bewährung der Differenzierung in die beiden Fachrichtungen Touristik und Kuren und Fremdenverkehr gefragt. Denn die quantitative Verteilung der beim Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK) erfassten Prüfungen zeigt einen deutlichen Überhang an Prüfungsteilnehmer/-innen in der Fachrichtung Touristik. In der Sommerprüfung 2002 waren 1726 Prüfungsteilnehmer/-innen in der Fachrichtung Touristik und 46 in der Fachrichtung Kuren und Fremdenverkehr erfasst worden; bei der Winterprüfung 2002 waren es 1159 in der Fachrichtung Touristik und 57 in der Fachrichtung Kuren und Fremdenverkehr.

Abbildung 3: Prüfungsteilnehmer in den Fachrichtungen 2002



Quelle: Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK)

Zwar ist allein die Quantität kein Kriterium für die Bewährung von Fachrichtungen, vielmehr sieht die Mehrheit der Unternehmen des Kur- und Bäderwesens und des Fremdenverkehrs keine nachhaltige Umsetzung der Differenzierung in die beiden Fachrichtungen. Die Differenzierung wird entweder nicht oder zu wenig praktiziert oder der Bereich Kuren und Fremdenverkehr wird vernachlässigt, lautet die Begründung der Befragten. Nur von einem kleinen Teil der Tourismusunternehmen wird eingeräumt, dass sich die Differenzierung wegen der unterschiedlichen Aufgabenbereiche bewährt hat und z. B. ein „Schritt in die richtige Richtung“ sei. Reiseverkehrskaufleute werden von Reisebüros und Reise-

veranstalten ausschließlich in der Fachrichtung Touristik ausgebildet. In Unternehmen des Kur- und Bäderwesens und des Fremdenverkehrs wird in der Regel in der Fachrichtung Kuren und Fremdenverkehr ausgebildet, mit Ausnahme von zwei der 29 Unternehmen, in denen eine Ausbildung in der Fachrichtung Touristik stattfindet. So wird in einem Fall die Fachrichtung Touristik von den Auszubildenden gewählt, da sie dadurch über Kenntnisse sowohl im Bereich Kuren und Fremdenverkehr als auch im Bereich Touristik verfügen und damit deutlich bessere Chancen auf dem Arbeitsmarkt haben. Darüber hinaus wird in der Region, mangels Nachfrage, keine schulische Ausbildung der Fachrichtung Kuren und Fremdenverkehr angeboten. Im anderen Fall hat man sich aufgrund der Prüfungen, in denen der Deutschland-Tourismus kaum repräsentiert wird, für die Fachrichtung Touristik entschieden. Außerdem ist man auch hier der Meinung, dass die Auszubildenden mit der Fachrichtung Kuren und Fremdenverkehr deutlich geringere Chancen auf dem Arbeitsmarkt haben. Auch von den anderen befragten Unternehmen wird die größtenteils fehlende Ausrichtung der Berufsschule auf den Bereich Kuren und Fremdenverkehr angeführt. Unternehmen des Kur- und Bäderwesens und des Fremdenverkehrs sprechen häufig eine Vernachlässigung der Themen aus dem Bereich Kuren und Fremdenverkehr im Unterricht und in den Prüfungen an. Folgende Aussagen der Befragten bringen die Ergebnisse auf den Punkt: „Touristiklastig“, „ausschließlich Outgoing, kompletter Kur- und Fremdenverkehrsbereich fehlt“, „das Thema Kuren und Fremdenverkehr kommt zu kurz, hat ein angestaubtes Image“. Einige wenige Outgoing-Unternehmen sehen die Differenzierung, zwar aus anderen Gründen, aber gleichwohl als Fehlentscheidung an. Die „alte“ Ausbildungsordnung war ihrer Meinung nach klarer, wie die folgenden Aussagen belegen: „Bandbreite früher war besser, jetzt wird zu stark auf Tourismus-Infos fokussiert“, „braucht es nicht, wenn, dann Wellness“, „keine Spezialisierungen erwünscht, wird vom Betrieb übernommen“, „Trennung verursachte Verwässerung des Berufsbildes“.

Die These der Nichtbewährung der Unterteilung in Fachrichtungen stützt ein weiteres Ergebnis der Untersuchung, nachdem nahezu jedem dritten Unternehmen (29 Prozent) eine Differenzierung in die Fachrichtungen „Touristik“ und „Kuren und Fremdenverkehr“ im Berufsschulunterricht unbekannt ist und somit keine Einschätzung vorgenommen werden kann, ob sich die Differenzierung bewährt hat.

3.1.2 Themenkomplexe zur stärkeren Vermittlung in der Berufsschule

In der Befragung wurde auch die Frage gestellt, welche Themenkomplexe in der Berufsschule für den Reiseverkehrskaufmann/für die Reiseverkehrskauffrau verstärkt vermittelt bzw. gemeinsam erarbeitet werden sollen. In diesem Zusammenhang wird die ungenügende Ausstattung der Berufsschule mit aktuellen, branchenspezifischen und praxisnahen Buchungsprogrammen und Hardware angesprochen. Es wird auch eine verstärkte Vermittlung von Grundlagen wie Flugtickets (Kürzel, Destinationsabkürzungen) gewünscht. Thematisch sollte der Berufsschulunterricht mehr Verkaufsschulungen und Gesprächstraining, insgesamt mehr Kundenorientierung und Umgang mit Kunden enthalten. Die Kenntnis von Zielgebieten sowohl international als auch national wird als immer wichtiger erachtet. Zusätzlich wurde die verstärkte Vermittlung von Themen wie Werbung, Marketing, Trendforschung sowie die Diskussion aktueller Trends (Cluburlaub, Kreuzfahrten, Wellness) und allgemeines Branchenwissen angesprochen. Von weniger Befragten wurde kaufmännisches Denken im Bereich Rechnungswesen und vor allem Statistik genannt. In Bezug auf Fremdsprachen wird eine qualifizierte Vermittlung in einer Fremdsprache als wichtig erachtet; zwei Fremdsprachen oder noch eine zusätzliche dritte Fremdsprache wird jedoch nur von einigen wenigen gefordert.

3.1.3 Schwerpunkte in der Arbeit von Reiseverkehrskaufleuten

Um aussagen zu können, welche Aufgaben im Rahmen einer Neuordnung für Reiseverkehrskaufleute von besonderer Bedeutung sind, wurde die Frage nach den Aufgaben von Reiseverkehrskaufleuten formuliert. In einer offenen Frage, d. h. es wurden keine Vorgaben gemacht, sollten die Gesprächspartner erläutern, welche Aufgaben Reiseverkehrskaufleute in ihrem Unternehmen wahrnehmen und dazu vier bis fünf Schwerpunkte nennen. Dabei wurde zwischen den Aufgaben von Reiseverkehrskaufleuten, die in Reisebüros, bei Reiseveranstaltern und in Unternehmen des Kur- und Bäderwesens sowie des Fremdenverkehrsbereichs tätig sind, unterschieden.

Tabelle 1: Welche Aufgaben nehmen Reiseverkehrskaufleute schwerpunktmäßig wahr? (Mehrfachnennungen)

Aufgaben	Reise- büro	Reise- veranstalter	Kur- und Bäderwesen, Fremdenverkehr
Verkauf / Vermittlung, Angebotserstellung und Rechnungslegung, Buchungen jeglicher Art, Reservierungen, Einkauf und Vertrieb von touristischen Leistungen	97 %	100 %	69 %
Beratung und Information, Planung, Betreuung	91 %	86 %	79 %
Marketingaufgaben (Verkaufsförderung, Vertrieb, Betreuung von Leistungsträgern)	14 %	36 %	62 %
Produktmanagement, Konzeption und Planung eigener Reisen, Projektarbeiten, Akquisition, Verhandlungen mit Leistungsgebern	9 %	36 %	31 %
Bürotätigkeiten, Administration, Organisation, Ablagen, Terminierungen, Bestellen und Auffüllen von Katalogen, Verwaltung von Kundendaten, Statistik	26 %	29 %	10 %
Vorbereitung, Betreuung von Veranstaltungen	0 %	0 %	41 %
PR-Aufgaben, Messeauftritte	3 %	7 %	35 %
Buchhaltungsarbeiten	6 %	21 %	17 %
Kalkulationen	3 %	14 %	7 %
Reisebegleitungen	0 %	14 %	3 %
Mitbewerber beobachten, Konkurrenzgänge	3 %	0 %	3 %
Aktualisierung von Kompetenz (DB-, IATA- und Tarifkenntnisse, Katalogstudium, Zielgebiete)	3 %	0 %	0 %

Zentrale Bedeutung haben demnach die Aufgaben rund um Beratung, Verkauf und Buchung, und zwar sowohl bei Reisebüros, bei Reiseveranstaltern als auch in Unternehmen des Kur- und Bäderwesens und des Fremdenverkehrs.

Dagegen werden Marketing- und PR-Aufgaben sowie die Vorbereitung und Betreuung von Messen und Veranstaltungen deutlich häufiger in Unternehmen des Kur- und Bäderwesens und des Fremdenverkehrs wahrgenommen. Diese Tätigkeiten fallen in Reisebüros deutlich seltener an, bei Reiseveranstaltern hingegen häufiger, wenn diese Aufgaben dort nicht von anderen Fachkräften durchgeführt werden.

Sowohl bei Reiseveranstaltern als auch bei Unternehmen des Kur- und Bäderwesens und des Fremdenverkehrs werden Aufgaben im Bereich des Produktmanagements und in diesem Rahmen der Verhandlung mit Leistungsgebern erbracht.

In fast allen Unternehmen nutzen Reiseverkehrskaufleute regelmäßig Informations- und Kommunikationssysteme, beraten und informieren und haben direkte Kundenkontakte. In einem Großteil der Unternehmen befassen sich Reiseverkehrskaufleute regelmäßig mit Büro- und Verwaltungsarbeiten unterschiedlicher Art, kaufen und verkaufen Leistungen, ermitteln und kalkulieren Preise, bearbeiten Zahlungs- und Abrechnungsvorgänge, koordinieren die Zusammenarbeit im Betrieb und mit externen Partnern, sammeln und werten Informationen aus und recherchieren. Bei den Zellen, die mit wenigen Prozentangaben belegt sind, kann nicht davon ausgegangen werden, dass jene keine Relevanz für die Unternehmen besitzen, vielmehr bilden sie keinen Schwerpunkt täglicher Arbeiten.

Es wurde auch eine differenzierte Betrachtung nach den in der Ausbildungsordnung getroffenen Festlegungen vorgenommen und in diesem Zusammenhang nach regelmäßigen Tätigkeiten gefragt, was folgendes Bild ergab:

Tabelle 2: In Reisebüros bzw. bei Reiseveranstaltern tätige Reiseverkehrskaufleute (FR Touristik)

Reiseverkehrskaufleute	„regelmäßig“
veranstalten, vermitteln und verkaufen Reisen an Einzelpersonen, Gruppen und Unternehmen	94 %
planen und gestalten Pauschalreisen und individuelle Reisen	81 %
ermitteln Verkehrsverbindungen und -tarife	81 %
führen Beratungs- und Informationsgespräche, auch in einer Fremdsprache	41 %
wirken an Maßnahmen der kaufmännischen Steuerung und Kontrolle	29 %
ermitteln und werten Kennzahlen aus	25 %

Tabelle 3: Im Bereich Kuren und Fremdenverkehr tätige Reiseverkehrskaufleute (FR Kuren und Fremdenverkehr)

Reiseverkehrskaufleute	„regelmäßig“
vermitteln und verkaufen touristische Produkte und Leistungen aus ihrem Einzugsbereich, wie medizinische Leistungen und Pauschal-	86 %
koordinieren touristische Angebote nach den Wünschen der Gäste und informieren über Sehenswürdigkeiten und touristische Leistun-	86 %
weisen Unterkünfte nach und vermitteln sie an Gäste	83 %
beraten und informieren Gäste, auch in einer Fremdsprache	41 %
führen Aktionen zur Gästebetreuung durch; organisieren und führen Kongresse und Veranstaltungen durch	35 %
arbeiten mit nationalen und internationalen Stellen zusammen	35 %
setzen Marketingkonzepte zur Förderung des regionalen Tourismus mit Öffentlichkeitsarbeit/Werbung um	28 %

Gemeinsam ist beiden Fachrichtungen der intensive Kundenkontakt und der Verkauf, auch wenn es sich um unterschiedliche Produkte handelt, die an den Kunden „verkauft“ werden. Während dieses Profil für die Reiseverkehrskaufleute in allen Unternehmen gilt, ergibt eine differenzierte Betrachtung der Tätigkeiten von Reiseverkehrskaufleuten in Unternehmen des Kur- und Bäderwesens sowie im Fremdenverkehr, dass hier in einigen Punkten ein anderes Profil vorliegt. Während die erst genannten Tätigkeiten auch für diese Reiseverkehrskaufleute zutreffen, sind sie seltener mit dem Einkauf und Verkauf so-

wie der kalkulatorischen Seite des Kaufmännischen beschäftigt, häufiger dagegen mit dem Sammeln und Auswerten von Informationen und mit Tätigkeiten in den Bereichen Werbung und Marketing.

Die Auswertung der Gesprächsprotokolle nach qualitativen Merkmalen erbrachte hinsichtlich der Unterschiede zwischen Reisebüros und Reiseveranstaltern weitere bedeutende Aspekte. So wird mehrmals in den Interviews explizit der Wunsch geäußert, branchenspezifische Themen für Reiseveranstalter stärker zu berücksichtigen. Während die Tätigkeit von Reiseverkehrskaufleuten im Reisebüro umfassend auf Verkauf von Urlaubsangeboten und Beratung von Urlaubern ausgerichtet ist, findet man bei den Großunternehmen der Branche eine höhere arbeitsteilige Differenzierung. Im Unterschied zu den Reisebüros, deren Schwerpunkt auf dem Verkauf von touristischen Leistungen liegt, beschäftigen sich Reiseveranstalter zusätzlich wesentlich mit Konzeption, Planung, Organisation, Durchführung und Kalkulation von Reisen. Beispiele hierfür sind:

- ## Reisebüroangebote erstellen,
- ## Vertragsgestaltung mit Leistungsgebern,
- ## Kalkulation (Preise), Prüfung von Zahlungen, Buchung,
- ## Kundenberatung,
- ## Korrespondenz mit Kunden im Ausland,
- ## Verkauf/Einkauf von Reisen, Reservierungen,
- ## Infoabende für Kunden (Reisebüros).

3.1.4 Zunehmend bedeutsame Aufgaben im Tourismus

Über die Hälfte der befragten Betriebe hat in den letzten Jahren neuartige Leistungen angeboten. Bei Unternehmen des Kur- und Bäderwesens und des Fremdenverkehrs umfasst dies z. B. die Durchführung von Veranstaltungen, Messeauftritte oder geführte Wanderungen.

Bei Reiseveranstaltern handelt es sich um Kreuzfahrten, Kuren/Wellness-Reisen, Bündelung von Einzel- zu Gruppenreisen, Einrichtung einer Internetseite mit Buchungsmöglichkeit, Busreisen, Golfreisen, Familienreisebereich, Reisen im gehobenen Segment; hinzu kommt die ständige Erweiterung der Palette der Buchungsziele.

In Reisebüros werden Programme und Zielgebiete ständig aktualisiert und erweitert, Firmenreisedienst sowie Flughafentransfer und Incentive-Reisen angeboten.

Daraus erwachsen neue Aufgaben in den unterschiedlichen Unternehmen des Tourismus. Aus diesem Grund wurde die Frage gestellt, welche der folgenden Aufgaben im Tourismus zukünftig deutlich an Bedeutung gewinnen würden. Dabei handelt es sich auch um Inhalte, die in dem neuen Berufsbild „Kaufmann/Kauffrau für Tourismus und Freizeit“ aufgrund vorliegender Eckdaten aufgenommen werden sollen.

Tabelle 4: Zunehmend bedeutsame Aufgaben im Tourismus

Qualitäts- und Sicherheitsmanagement	90 %
Kenntnisse über Angebote und Produkte im Bereich Wellness	83 %
Organisation und Durchführung von Veranstaltungen	71 %
Gästebetreuung und Animation	65 %
Präsentation und Moderation	65 %
Verwaltung und Pflege der Einrichtungen (z. B. Natur-, Landschafts- und Gewässerkunde, Anlagen- und Gerätetechnik)	39 %

Zunehmend bedeutsame Aufgaben sind demnach Kenntnisse im Rahmen des Qualitäts- und Sicherheitsmanagements und der Angebote und Produkte im Bereich Wellness. Insgesamt wird verstärkt das Thema der Veranstaltungsorganisation sowie der Moderation und Präsentation angesprochen. Die Intensivierung der Gästebetreuung und die Animation, im Sinne der Ermunterung der Gäste zur Nutzung touristischer Angebote, sieht jeweils die Mehrheit als Zukunftsaufgabe. Die Priorität für „Gästebetreuung und Animation“ vergeben häufiger Unternehmen des Kur- und Bäderwesens sowie des Fremdenverkehrs (79 Prozent) als die Gruppe der Reisebüros und Reiseveranstalter (58 Prozent). Die „Verwaltung und Pflege der Einrichtungen“ wird von allen als Zukunftsaufgabe gesehen, aber auch hier kommt die Nennung häufiger von den Unternehmen des Kur- und Bäderwesens und des Fremdenverkehrs.

3.1.5 Weiterbildung

Bereits bei der Neuordnung von Ausbildungsberufen sollte das Thema der Weiter- und Fortbildung in die Überlegungen mit einbezogen werden. Unter Weiterbildung versteht man, dass bereits erworbenen Wissens erweitert wird. Da dabei zumindest mittelfristig Zukunftsperspektiven der Branche zu erkennen sind, wurde in der Untersuchung die Frage gestellt, worin sich Reiseverkehrskaufleute weiterbilden sollten. Von den Befragten wurden meistens Themen genannt, die teilweise auch als notwendige Ausrichtungen in der Berufsschule angesprochen wurden. Bei der Neuordnung von Ausbildungsberufen in der Tourismusbranche sollte man diese Themen berücksichtigen, da Schwerpunkte von

Weiterbildungsmaßnahmen auch ein Indiz für fehlende Inhalte in der Erstausbildung sein können. Die Rangreihe führten folgende Themen an:

Tabelle 5: In welchem Bereich sollen sich Reiseverkehrskaufleute weiterbilden?

EDV, Buchungssysteme, Flexibilität im Umgang mit verschiedenen Systemen, Internet, Technik	49 %
Zielgebietskenntnisse, Geografische Kenntnisse, Informationsreisen	36 %
Fremdsprachen	31 %
Verkaufstrainings, Verkaufsgespräche, Telefonschulung	31 %
Branchenkenntnisse, Studium von Fachzeitschriften	16 %
Kundenorientierung, Service, Beratung	13 %

Ein eindeutiger Schwerpunkt sind EDV-Themen und der Umgang mit Buchungssystemen. Der jetzige Ausbildungsrahmenplan des Reiseverkehrskaufmanns/der Reiseverkehrskauffrau, Erlass 1998, enthält bei den gemeinsamen Fertigkeiten und Kenntnissen wesentliche Positionen wie Informations- und Kommunikationssysteme sowie Datenschutz und Datensicherheit, die diese Inhalte bereits abdecken. Die im BIBB durchgeführte Auswertung der Kurs-Weiterbildungsdatenbank der Bundesagentur für Arbeit bestätigt jedoch auch das große Angebot an Kursen zum Thema „Reisebüro - Buchungs- und Reservierungssysteme, Flugverkehr mit AMADEUS, Flugverkehr mit IATA/UFTAA-Kunde, Bahnreisen“. Eine vom Willy-Scharnow-Institut für Tourismus durchgeführte Studie zeigt, dass die Schwerpunkte von Fortbildungsmaßnahmen sowohl bei Bildungsträgern als auch bei touristischen Unternehmen eindeutig im Vertrieb und in der Kommunikation liegen. Favoriten sind demnach Kurse im Bereich der Computer-Reservierungssysteme (CRS), der Tarifsysteme (IATA und DB), Schulungen im Verkaufstraining und im Einsatz neuer Medien.

Einen übergeordneten Stellenwert nimmt auch das Thema Zielgebietskenntnisse ein. Hier zeigt sich das Problem der permanenten Veränderung des Wissens deutlich, da es erstens nicht möglich ist, Expertenwissen zu jeder Destination zu besitzen, und somit zweitens Zielgebietskenntnisse dem Zwang der ständigen Aktualisierung unterliegen. Da nicht alle Zielgebietskenntnisse durch Auslandsaufenthalte vor Ort vermittelt werden können, kann es sinnvoll sein, den Umgang mit Medien zu erlernen, um sich entsprechendes Wissen anzueignen. Die Themen Branchenkenntnisse und Studium von Fachzeitschriften können auch unmittelbar in diesem Zusammenhang gesehen werden.

In allen untersuchten Bereichen wird deutlich, dass Themen wie Kundenorientierung, Kundenberatung, Verkaufen und Telefonmarketing, Aufgaben sind, die den Weiter-

bildungssektor in Zukunft nachhaltig prägen werden. Der kaufmännische Teil entwickelt sich zu einem beratend-verkaufenden Schwerpunkt.

3.1.6 Personalsuche und Anforderungsprofil

Politische und wirtschaftliche Entwicklungen haben teilweise eine schwierige Situation für Reisebüros und Reiseveranstalter entstehen lassen. Entsprechend vorsichtig agieren diese bei Ersatzbedarf für ausscheidende Mitarbeiter und bei zusätzlichem Bedarf. Etwa jedes fünfte Unternehmen in der hier vorliegenden Untersuchung hat kürzlich Neueinstellungen vorgenommen oder plant in naher Zukunft Neueinstellungen. In der Regel werden neue Mitarbeiter nur bei Ersatzbedarf eingestellt.

Bei der Suche nach neuem Personal nutzen die Unternehmen im Allgemeinen mehrere Wege. Meistens werden Anzeigen in der lokalen Presse (60 Prozent) geschaltet und Anfragen beim Arbeitsamt (59 Prozent) vorgenommen. Etwas seltener sind Eigenwerbung im Internet (39 Prozent), aber auch die Nutzung von Blindbewerbungen (38 Prozent) und die Personalsuche über Mundpropaganda (38 Prozent) sind durchaus üblich in der Branche. Die Möglichkeit, über Aushänge neue Mitarbeiter zu suchen, nehmen nur wenige Unternehmen wahr (13 Prozent). Darüber hinaus nennen 36 Prozent Anzeigen in der Fachpresse im Rahmen der Personalsuche.

Für eine Bestimmung des Anforderungsprofils wurden die Unternehmen gefragt, welche Aspekte ihnen bei Bewerbungen im Bereich Reiseverkehrskaufleute wichtig, weniger wichtig oder unwichtig sind:

Tabelle 6: Wichtige Aspekte bei Bewerbungen im Bereich der Reiseverkehrskaufleute

Aspekte	„Wichtig“
Kundenorientierung, Servicementalität	99 %
Flexibilität in Bezug auf die Übernahme unterschiedlicher Aufgaben	97 %
Persönliches Erscheinungsbild und Auftreten	94 %
PC-Kenntnisse	90 %
Verkaufskenntnisse	79 %
Berufserfahrung	63 %
Fremdsprachenkenntnisse	59 %
Kaufmännische Kenntnisse	54 %
Blindbewerbung / Eigeninitiative	44 %
Referenzen, Zeugnisse, Noten	38 %
Präsentation und Moderation	38 %
Kenntnisse in der Verwaltung, Wartung und Pflege der Einrichtungen	5 %
Gastronomische Kenntnisse	1 %

Die Rangfolge führen Kundenorientierung, Flexibilität bezüglich der Übernahme unterschiedlicher Aufgaben, PC- und Verkaufskenntnisse, aber auch das persönliche Erscheinungsbild und Auftreten an. Im Mittelfeld der relevanten Aspekte bei Bewerbungen liegen Berufserfahrung, Fremdsprachenkenntnisse und kaufmännische Kenntnisse. Auch Blindbewerbungen und damit Eigeninitiative, Referenzen, Zeugnisse und Noten sowie Kenntnisse in Moderation und Präsentation können bei Bewerbungen eine Rolle spielen. Kenntnisse in der Wartung und Pflege von Einrichtungen und gastronomische Kenntnisse sind eher unbedeutend. Hier überwiegen die Einstufungen „weniger wichtig“ und „unwichtig“ und dies auch in Unternehmen des Kur- und Bäderwesens sowie des Fremdenverkehrs.

In der Untersuchung wurde im Anschluss an die o.g. Wertungen erneut nachgefragt, welche „speziellen Fachkenntnisse“ den Unternehmen bei Bewerbungen von Reisever-

kehrskaufleuten wichtig sind. Die Auswertung dieser offenen Frage ergab zwei Schwerpunkte:

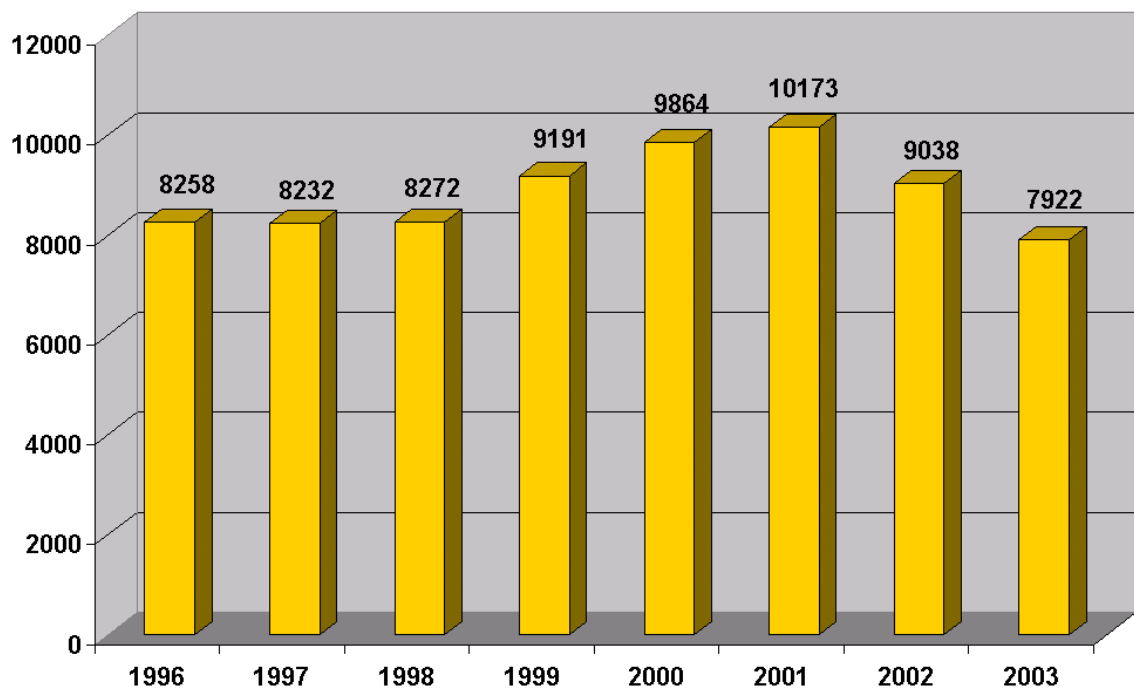
- ≠ Themenbereich EDV, Buchungssysteme, Softwarekenntnisse, Neue Medien, Kommunikationssysteme und
- ≠ Themenbereich geografische und Zielgebietskenntnisse.

Diese Themenbereiche sollten bei einer Neuordnung für die Berücksichtigung von Inhalten in der Erstausbildung ein weiteres wichtiges Kriterium sein.

3.1.7 Ausbildung

Die folgende Grafik zeigt den Ausbildungsverlauf im Beruf Reiseverkehrskaufmann/Reiseverkehrskauffrau in den letzten Jahren.

Abbildung 4: Entwicklung der Ausbildungsverhältnisse bei den Reiseverkehrskaufleuten, 1996 – 2003



Quelle: BIBB, Erhebung zum 30. September 2004

Nach der Neuordnung im Jahr 1998 zeigt sich ein deutlicher Anstieg der Anzahl der Ausbildungsverhältnisse von 8.272 im Jahr 1998 auf 10.173 im Jahr 2001. In den letzten Jah-

ren ist wieder ein Abwärtstrend zu verzeichnen, so sind die Ausbildungsverhältnisse im Jahr 2002 wieder auf 9.038 und 2003 sogar auf 7922 zurück gegangen.

Die folgenden Prognosen lassen einen weiteren Rückgang an Ausbildungsplätzen vermuten. In der hier vorliegenden Untersuchung wurden die Unternehmen nach ihrer Einschätzung gefragt, wie sich die Ausbildungsplätze in den nächsten drei Jahren entwickeln werden. Mehrheitlich wollen die Unternehmen (74 Prozent), trotz schwieriger konjunktureller Lage, versuchen, ihre gegenwärtigen Bestände an Auszubildenden zu halten. Ein geringer Teil von insgesamt fünf Prozent der Unternehmen wollen mehr Ausbildungsstellen als gegenwärtig einrichten. 21 Prozent, das ist jedes fünfte Unternehmen, will diese in den nächsten Jahren reduzieren.

Neben Reiseverkehrskaufleuten werden in den Unternehmen auch Auszubildende weiterer Berufe ausgebildet. Der Anteil der Auszubildenden im Beruf Reiseverkehrskaufmann/Reiseverkehrsfrau an allen Auszubildenden beträgt in den befragten Unternehmen 75 Prozent. In Unternehmen des Kur- und Bäderwesens und des Fremdenverkehrs ist diese Quote mit 23 Prozent deutlich niedriger. Damit in Zusammenhang steht die Übernahmemöglichkeit nach der Ausbildung. So übernehmen die meisten befragten Unternehmen (58 Prozent) ihre Auszubildenden nach Abschluss der Ausbildung. Ein kleinerer Teil von 16 Prozent handhabt dies ganz unterschiedlich. In jedem vierten Unternehmen (26 Prozent) endet die Ausbildung ohne Übernahme der Auszubildenden. Als Begründung werden im Allgemeinen Kosten- und/oder Konjunkturgründe genannt. Von den kleineren Reisebüros werden Argumente wie z. B. „zu geringe Ausstattung mit Arbeitsplätzen“ angeführt. In den Unternehmen des Kur- und Bäderwesens und im Fremdenverkehr werden Gründe im festgelegten Stellenplan angeführt. Häufig verlassen die Auszubildenden auf eigenen Wunsch das Unternehmen, da ein gewisser Teil zum Studium abwandert oder Auslandsaufenthalte plant.

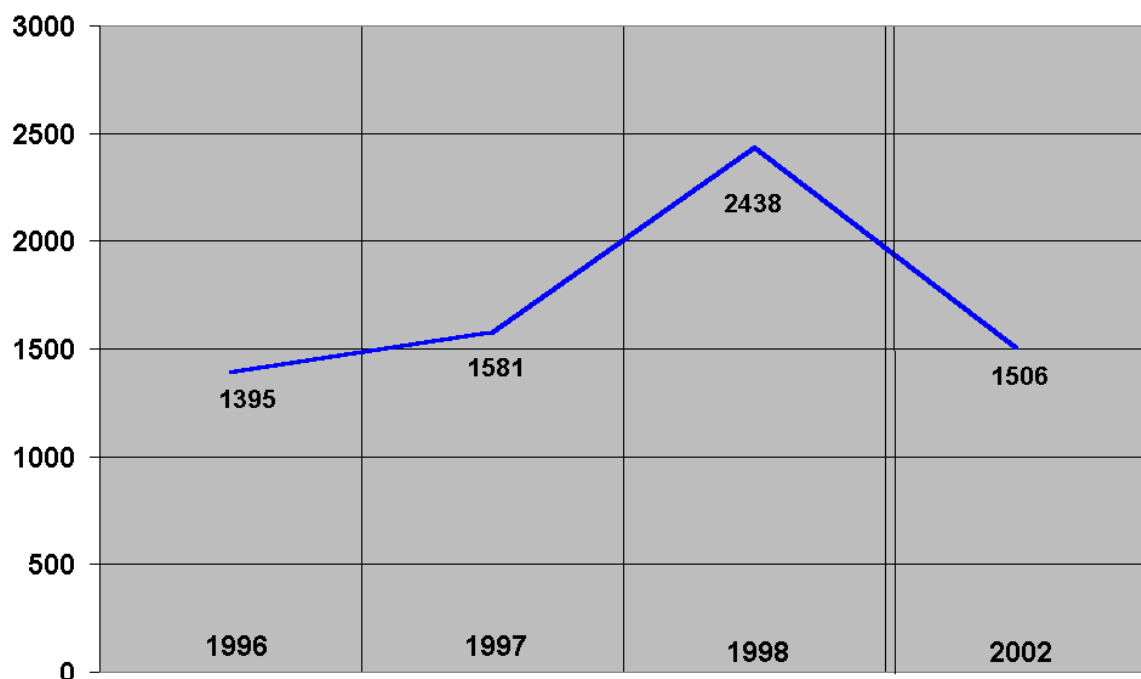
Die aufgeführten Zahlen zeigen, dass das Problem der Übernahme sich deutlich in den Einrichtungen des Kur- und Bäderwesens und des Fremdenverkehrs zeigt. In den meisten Fällen können die Auszubildenden nicht übernommen werden. Ausnahmen sind Zeitverträge oder innergemeindliche Verbindungen, wo sich andere Weiterbeschäftigungsmöglichkeiten für die Absolventen finden. Aus diesem Grund werden statt Reiseverkehrskaufleute häufiger Ausbildungen zum Verkaufskaufmann/zur Verkaufskauffrau, zur Bürokauffrau/zum Bürokaufmann oder auch zum/zur Verwaltungsfachangestellte/n angeboten.

In vier der 29 befragten Unternehmen des Kur- und Bäderwesens und des Fremdenverkehrs gab es für die Übernahme der Auszubildenden Unterstützung aus öffentlichen Mitteln, in der Regel Landesmittel.

3.1.8 Beschäftigungs- und Aufstiegsmöglichkeiten

Die Tourismusbranche spürt ebenso wie andere Branchen konjunkturelle Einbrüche, von denen vor allem kleinere und mittlere Unternehmen betroffen sind, die wiederum mit einer zurückhaltenden Arbeitskräftenachfrage reagieren. Eine Studie der FH Wilhelmshaven über den Arbeitsmarkt 2002 belegt, dass die Stellenangebote für Reiseverkehrskaufleute zurück gehen. Untersucht wurden alle Stellenangebote in den Fachzeitschriften fvw International, „Reisebüro Bulletin“ (jetzt „Travel One“), „Touristik Aktuell“, „Touristik Report“ und „Touristik Management“ (jetzt: „Travel One“), wie in der Grafik dargestellt.

Abbildung 5: „Der Boom ist vorbei“



Quelle: fvw international Nr. 18, 1. August 2003

Die Veränderung auf dem Arbeitsmarkt ist unübersehbar. 2002 sind laut Studie 1.506 Anzeigen in den Zeitschriften zu finden, 932 weniger als im Boom-Jahr 1998; dies ist ein Rückgang um 38 Prozent.

Auch eine im Auftrag der TUI erstellte Studie zum Thema „Reisemarkt 2000“ geht davon aus, dass im Jahre 2005 nur noch etwa die Hälfte der Veranstalterreisen über Reisebüros gebucht wird.¹⁰ Gründe dafür sind nicht nur konjunktureller Art sondern auch Veränderungen bei den Vertriebswegen in der Reisebranche, Internetbuchungen u.Ä. Deshalb wurde in der Untersuchung auch erhoben, wie hoch der Anteil kaufmännischer Fachkräfte in den einzelnen Teilbereichen und der Anteil der Reiseverkehrskaufleute in den Unternehmen der Reisebranche ist.

Der **Anteil kaufmännischer Fachkräfte** in den Unternehmen, in denen Reiseverkehrskaufleute ausgebildet werden, ist in den einzelnen Teilbereichen des Tourismus unterschiedlich. In allen befragten Unternehmen sind drei Viertel der Beschäftigten kaufmännische Fachkräfte, das ist ein Anteil von 76 Prozent. Deutlich höher liegt der Prozentsatz in den Reisebüros mit 98 Prozent und bei den Reiseveranstaltern mit 87 Prozent gegenüber den Unternehmen des Kur- und Bäderwesens und des Fremdenverkehrs, in denen der Anteil der kaufmännischen Fachkräfte mit nur 23 Prozent dagegen eher gering ist. Der Anteil von Quereinsteigern aus anderen Branchen ist dort relativ hoch.

Der **Anteil der Reiseverkehrskaufleute** an allen Beschäftigten beträgt in allen Unternehmen 52 Prozent, davon entfallen 84 Prozent auf Reisebüros und 72 Prozent auf Reiseveranstalter. Damit kann die Quote insgesamt als hoch bezeichnet werden. In Unternehmen des Kur- und Bäderwesens und des Fremdenverkehrs sind dagegen nur 4,5 Prozent aller Beschäftigten ausgebildete Reiseverkehrskaufleute. Bei den Mitarbeitern in diesen Einrichtungen finden sich u. a. viele Verwaltungsfachangestellte, außerdem Bürokaufleute, Hotelkaufleute, Industriekaufleute, Fachhochschulabsolventen im Bereich Touristik.

Auch bei den Reiseveranstaltern, insbesondere bei den großen Unternehmen der Branche mit mehr als 100 Mitarbeitern, finden sich neben Reiseverkehrskaufleuten kaufmännische Fachkräfte wie Bürokaufleute, Kaufleute für Bürokommunikation, Rechtsanwaltsgehilfen, Hotelkaufleute, Absolventen der FH Touristik, Anglisten usw. Dieses Ergebnis zeigt, dass insbesondere bei den kleineren Unternehmen, wie z. B. den Reisebüros, welche von konjunkturellen Einbußen in den nächsten Jahren am meisten betroffen sein werden, die höchste Anzahl an Reiseverkehrskaufleuten zu verzeichnen ist.

Reiseverkehrskaufleute haben im Gegensatz zu anderen Berufen einen hohen Verbleib und eine hohe Verwertbarkeit im erlernten Beruf, daneben einen geringeren Berufswech-

¹⁰ Vgl. Reber Consult + Partner 1995. In: Mundt, 2001, S. 354.

sel und einen höheren Statuserhalt, wie die BIBB/IAB-Erhebung von 1998/99 zeigt.¹¹ Das zeugt von einer großen Zufriedenheit der Reiseverkehrskaufleute mit ihrem Beruf insgesamt. Hier muss weiter beobachtet werden, wie sich diese Entwicklungen in den nächsten Jahren gestalten.

Weitere Fragen beschäftigten sich mit der Aufstiegsmöglichkeit von Reiseverkehrskaufleuten. Ergebnisse früherer BIBB-Untersuchungen¹² belegen, dass Reiseverkehrskaufleute nur begrenzte Karrieremöglichkeiten haben. Wie bereits erwähnt, wird die Mehrheit der Auszubildenden bei Reisemittlern, also in Reisebüros, ausgebildet und beschäftigt. Diese haben bei den flachen Strukturen nur wenig Möglichkeiten und Perspektiven für ihre Mitarbeiter. Countertätigkeiten in den Bereichen Flug, Bahn oder Firmendienst wird von 62 Prozent als Haupttätigkeit genannt. Die Ergebnisse der hier vorgestellten Untersuchung bestätigen dies. In 32 Prozent der befragten Unternehmen wird eine Aufstiegsmöglichkeit für Reiseverkehrskaufleute z. B. als Büroleiter/-in, Filialleiter/-in, Teamverantwortliche/r oder auch im Bereich zentrale Gebietsleitung gesehen, nur gelegentlich ein Aufstieg zum Geschäftsführer/zur Geschäftsführerin. Seltener werden Spezialisierungen oder die Übernahme eigener Sachgebiete angesprochen. Weitere Nennungen sind „größerer Verantwortungsbereich und/oder Gehaltserhöhung“, „größerer eigenverantwortlicher Arbeitsbereich wie Veranstaltungsorganisation, Marketing und Schalterbereich“. Für leitende Positionen, Prokurist oder Tourismusdirektor, in Unternehmen des Kur- und Bäderwesens und des Fremdenverkehrs werden „höher qualifizierte Mitarbeiter bevorzugt“. In der Regel wird ein Hochschulabschluss als Qualifikation bei der Neubesetzung solcher Stellen vorausgesetzt. Insgesamt werden immerhin in 59 Prozent der Unternehmen keine Aufstiegsmöglichkeiten gesehen. Dieses Ergebnis verdeutlicht die Relevanz entsprechender Weiter- und Fortbildungsangebote.

3.2 Teiluntersuchung in Camping- und Freizeiteinrichtungen

In der zweiten Teiluntersuchung wurden die Ausbildungsbereitschaft von Camping- und Freizeiteinrichtungen und diejenigen Elemente eruiert, die das Profil eines Ausbildungsberufes „Kaufmann/-frau für Tourismus und Freizeit“ prägen sollten. Hinsichtlich der Tätigkeiten von Fachkräften in Freizeit- und Campingeinrichtungen sollten Überschneidungen und Unterschiede zu den Unternehmen des Kur- und Bäderwesens sowie des Fremdenverkehrs herausgearbeitet werden. Dazu wurden insgesamt 90 Camping- und Freizeiteinrichtungen, davon 59 Camping- und 31 Freizeiteinrichtungen, sowohl aus den al-

¹¹ Vgl. BIBB/IAB-Erhebung 1998/99: Zusammenhang zwischen beruflicher Ausbildung und Qualifikationsverwertung am Arbeitsplatz.

¹² Vgl. Wenzel, Ursula, Freyer, Walter, Tödter, Norbert, 1998.

ten als auch aus den neuen Bundesländern, befragt. Insgesamt acht Fallstudien, durchgeführt in Camping- und Freizeiteinrichtungen, ergänzen das Bild.

Die **Campingwirtschaft** hat sich in den letzten Jahren insgesamt positiv entwickelt. So konnten im Bereich des Campingtourismus, der zweifelsohne von dem ungewöhnlich warmen Sommer profitiert hat, in 2003 die höchsten Zuwächse seit mehr als zehn Jahren registriert werden. Die Zahl der Übernachtungen auf deutschen Campingplätzen stieg im Jahr 2003 um 10,7 Prozent auf 23,5 Millionen.¹³ Mehr noch als der übrige Tourismus konzentriert sich der Campingtourismus auf bestimmte Bundesländer. So konnten Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen und Schleswig-Holstein 40,7 Prozent aller Campingübernachtungen verzeichnen, auf Bayern und Baden-Württemberg entfielen 31,9 Prozent.

Zwei Drittel der Campingeinrichtungen sind in ihrer Rechtsform private Unternehmen. Oftmals handelt es sich um regelrechte „Familienbetriebe“, in denen mehrere Familienmitglieder mitarbeiten, und in der Regel gibt es wenig zusätzliches Personal. Jede dritte Campingeinrichtung ist Teil oder Eigenbetrieb einer Kommune. Nur sehr wenige der befragten Campingeinrichtungen sind Mehrbetriebsunternehmen (Campingketten). Von den kommunalen Einrichtungen und den Ketten werden oft zusätzliche Freizeitangebote (z. B. Hallenbad, Gokartbahn) außerhalb der Campingeinrichtungen angeboten und mit dem Angebot des Campingplatzes vernetzt. Verwaltungsaufgaben und wichtige kaufmännische Funktionen werden in diesen Fällen häufig zentral wahrgenommen.

Die Campingeinrichtungen betreiben neben der Grundausstattung (Stellplätze mit Rezeption, Grünanlagen, Sanitäreinrichtungen) häufig auch gastronomische Einrichtungen und Ladengeschäfte, die jedoch meistens verpachtet sind. In Eigenregie wird die Gastronomie bei den hier befragten Unternehmen in nur 20 Prozent der Campingeinrichtungen geführt; jedes dritte Unternehmen betreibt auch Ladengeschäfte selbst (36 Prozent). Meistens liegen die Campingplätze an einem See oder am Meer und verfügen über einen Badebetrieb mit Liegewiese, mit Gelegenheit zum Angeln und Tauchen und mit Bootsverleih. Verschiedene Freizeit- und Sportangebote (wie Ballspiele, Minigolf, Wanderführungen, Radfahren, Reiten, Programme für Kinder und Jugendliche, Spielplätze, BMX- und Inlineskatebahn) gehören zum Standard. Größere Einrichtungen bieten zusätzlich z. B. Ferienwohnungen/Ferienhäuser, Internetcafe, Veranstaltungsräume, Hallenbad, Sauna, Streichelzoo und Disko. Darüber hinaus gibt es vereinzelt spezielle Angebote, die be-

¹³ Vgl. Wirtschaft und Statistik 4/2004, S. 422 - 432. Die Beherbergungsstatistik beinhaltet nur das so genannte Urlaubs- oder Touristencamping, nicht aber das Dauercamping.

stimmte Zielgruppen ansprechen sollen, wie z. B. „Abenteuer-Veranstaltungen für Manager“, „Kirche Unterwegs“, ebenso vereinzelt wird von „Wellness-Angeboten“ gesprochen.

Zu den **Freizeiteinrichtungen** können insgesamt alle Freizeitparks verschiedener Größe und mit verschiedenen Attraktionen, Freizeit- und Spaßbäder, Pony- und Reiterhöfe, Kartbahnanlagen, Wildparks usw. gezählt werden. In der hier vorliegenden Untersuchung wurden Freizeitparks unterschiedlicher Größe u. a. mit Fahrgeschäften und Spielanlagen untersucht. Je nach Größe oder Spezialisierung der Parks wird neben Märchenparks, Filmgelände u. a. auch Tretbootfahren, Streichelzoo und Tiergehege, verschiedene Veranstaltungen und Shows/Theater, maßstabsgetreue Nachbauten bekannter Bauwerke, spezielle Sonderausstellungen usw. angeboten. Einige große Unternehmen verfügen darüber hinaus auch über ein Hotel, einen Campingplatz, Tagungsstätten oder eine Fernsehproduktion. Häufig werden Veranstaltungsräume auch als Event- und Incentive-Location für Firmen bzw. der gesamte Park für Firmenveranstaltungen vermietet.

Insbesondere die großen Freizeitparks gehören auch zu den Tourismusunternehmen, die in den letzten Jahren davon profitiert haben, dass statt großer Auslandsreisen der Urlaub in Deutschland verbracht wird. So besuchten nach Angaben des Verbands Deutscher Freizeitparks und -unternehmen (VDFU) rund 21 Millionen Menschen im Jahr 2002 einen Freizeitpark. Zählt man kleine Parks mit hinzu, erhöht sich die Zahl sogar auf 23 Millionen.¹⁴ Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die größten deutschen Freizeitparks:

¹⁴ Vgl. Wirtschaftswoche, 8.5.2003, S. 60 ff.

Tabelle 7: Die größten deutschen Ferienparks

			Besucher (in Millionen)	
Park	Gegründet	Eigentümer	2001	2002
Europa-Park (Rust)	1975	Familie Mack	3,3	3,55
Phantasialand (Brühl)	1967	Robert Löffelhardt	1,6 ²	2 ²
Warner Bros. Movie World (Bottrop)	1996	Six Flags	1,82 ²	1,9 ²
Heide-Park (Soltau)	1978	Tussauds Group	1,8	1,4
Legoland (Günzburg)	2002	Lego Company	/	1,33
Hansa-Park (Sierksdorf)	1977	Andreas Leicht	/	1,3
Holiday-Park (Haßloch)	1971	Familie Schneider	/	1,25
Bavaria Filmstadt (Geiselgasteig)	1981	Bavaria Film GmbH	0,51	0,53
² geschätzt				

Quelle: Wirtschaftswoche 20/2003

Wie aus der Tabelle ersichtlich, handelt es sich vielfach um Familienunternehmen, die bereits Ende der 1960iger bzw. Anfang der 1970iger Jahre gegründet wurden.

Auch in der hier vorliegenden Untersuchung handelt es sich überwiegend um private Unternehmen oder auch Familienbetriebe, nur in zwei Fällen der hier befragten Fälle sind sie Teil oder Eigenbetrieb von Kommunen. Bei den privaten Unternehmen überwiegen größere Einrichtungen, die sich als Teil der Freizeitindustrie begreifen und versuchen, ständig neue Gebiete zu erschließen, wie z. B. interaktive Spielplätze, Events, Vermietung von Räumlichkeiten für Veranstaltungen, Durchführung eigener Shows und zielgruppenspezifische Programme, Museen, Fahrattraktionen, Kanal- und Floßfahrten, Fitnessstudio, Übernachtungsmöglichkeiten in Blockhütten oder Hotels. Die Gastronomie sowie unterschiedliche Verkaufsläden nehmen in vielen größeren Unternehmen einen

zentralen Platz ein. Im Unterschied zu den Campingeinrichtungen, die ihre Gastronomie in der Regel verpachtet haben, werden gastronomische Angebote von der großen Mehrheit der Freizeitunternehmen (81 Prozent) in Eigenregie geführt; jedes dritte Unternehmen betreibt auch Ladengeschäfte selbst (32 Prozent).

Die Angebote werden sowohl in der Camping- als auch in der Freizeitbranche ständig erweitert. Nur ein einziges der hier befragten Unternehmen hat in den letzten Jahren seine Leistungen wegen zurückgehender Einnahmen reduziert, das Restaurant wurde auf Imbiss umgestellt und keine Veranstaltungen mehr angeboten. Die große Mehrheit, und zwar 75 Prozent sowohl der Camping- als auch der Freizeiteinrichtungen, hat neue Leistungen angeboten.

3.2.1 Aufgabenschwerpunkte von Beschäftigten in der Camping- und Freizeitbranche

In einem ersten Schritt wurde eruiert, welche Aufgaben sowohl in Camping- als auch in Freizeiteinrichtungen von den Fachkräften schwerpunktmäßig wahrgenommen werden, um Hinweise zu erhalten, welche Inhalte gegebenenfalls auch in einem neuen Berufsbild enthalten sein sollten. Die Gesprächspartner wurden gebeten, Auskunft darüber zu geben, welche Aufgaben Fachkräfte in ihrem Unternehmen unabhängig von der bereits erworbenen Qualifikation wahrnehmen. Hier sollten vier bis fünf Schwerpunkte genannt werden, ohne das von den Interviewern Vorgaben gemacht wurden. Die folgende Tabelle gibt die Antworten der Befragten wieder.

Tabelle 8: Welche Aufgaben nehmen Fachkräfte schwerpunktmäßig wahr?

Aufgaben	Camping-einrichtungen	Freizeit-einrichtungen
Instandhaltung und Wartung der Anlagen	98 %	90 %
Rezeption, Telefonzentrale	97 %	19 %
Reinigung	70 %	0 %
Büro-, Verwaltungsarbeiten	66 %	32 %
Animation	34 %	16 %
Gästebetreuung	25 %	16 %
Einkauf, Verkauf	22 %	23 %
Gastronomie	17 %	42 %
Buchhaltung	14 %	39 %
Leitungsaufgaben	14 %	7 %
Pflege der Gartenanlagen	12 %	13 %
Marketing, Anzeigen	7 %	36 %
Tierpflege	2 %	10 %
Personalangelegenheiten	0 %	7 %

Übereinstimmend wird sowohl von den Camping- als auch von den Freizeiteinrichtungen die Instandhaltung und Wartung der Anlagen mit allen dazugehörigen Bereichen als Schwerpunkt in der Arbeit von Fachkräften genannt. In den Fallstudien konnten zu diesem Aspekt weitere Details erfragt werden. In den großen Freizeitparks mit mehreren Hundert Mitarbeitern und mit Fahrgeschäften unterschiedlichster Art nimmt die Instandhaltung und Wartung selbstverständlich einen zentralen Platz ein. Diese Instandhaltungsaufgaben werden aber von Fachpersonal aus diesem Bereich, wie Technikern und Ingenieuren, erledigt. Etwas anders gestaltet sich dies bei den Campingeinrichtungen. Es handelt sich dort zumeist um kleinere Familienunternehmen, die angefangen bei Umwelt- und Sanitäranlagen eine Menge Anlagen verschiedenster Art überwachen müssen. Vereinzelt sind zwar technische Fachkräfte vor Ort, aber die Überwachung der Anlagen übernehmen auch andere Fachkräfte, ohne spezielle technische Ausbildung, aber mit Erfahrungswissen. Die folgenden Aussagen aus den Fallstudien verdeutlichen dies: „Da muss man auch schon mal einen Spülkasten wieder ans Laufen bringen“, „eine Birne sollte auch mal ausgewechselt werden“. So wurde immer wieder darauf hingewiesen, dass ein grundsätzliches technisches Verständnis für diesen Ausbildungsberuf vonnöten ist, und dass bei Störungen des technischen Betriebsablauf die organisatorischen Aufgaben, d. h. Beauftragung der entsprechenden Fachleute, veranlasst werden muss. In den

Fallstudien wurde aus diesem Grund mehrfach darauf hingewiesen, dass eine Fachkraft statt eines Kaufmanns/einer Kauffrau von der Campingwirtschaft favorisiert wird.

Bei allen weiteren Nennungen gibt es divergierende Einschätzungen. So ist bei den **Campingeinrichtungen** ein weiterer Schwerpunkt die Reinigung der Anlagen, die jedoch häufig von Aushilfskräften wahrgenommen wird. Schwerpunkt ist die Arbeit in der Rezeption sowie Büro- und Verwaltungsarbeiten. Die Arbeit in der Rezeption ist „der Dreh- und Angelpunkt auf einem Campingplatz, hier läuft alles zusammen“ wird von einem Befragten in den Fallstudien geäußert. Die Rezeption auf den meisten größeren Campingplätzen ist mittlerweile mit moderner Kommunikationstechnik ausgestattet.

Die Gästebetreuung im allgemeinen und die Animation im Sinne der Ermunterung der Gäste nennt eine Minderheit der Einrichtungen auf die offene Frage nach Schwerpunkten in der Tätigkeit von Fachkräften. Dies kann damit erklärt werden, dass die intensive Betreuung der Gäste implizit vorausgesetzt wird, denn an anderer Stelle wird die herausragende Bedeutung der Kundenbetreuung hervorgehoben. Der Bereich Gastronomie ist nur wenigen eine spontane Erwähnung wert, da - wie bereits erwähnt - die gastronomischen Einrichtungen häufig verpachtet werden.

Neben der Instandhaltung und Wartung der Anlagen sind in **Freizeiteinrichtungen** weitere Schwerpunktaufgaben der Beschäftigten die Arbeit in der Gastronomie, der Buchhaltung und im Marketing, die wesentlich häufiger als von Campingeinrichtungen erwähnt werden. Der Bereich der Gastronomie ist eine wesentliche Einnahmequelle für größere Freizeitparks, in der viele Fachkräfte angefangen bei gastronomischem Fachpersonal bis hin zu Saisonkräften und Ungelernten zum Einsatz kommen.

Die Nennungen der Befragten zeigen, wie die einzelnen Fachkräfte in den Einrichtungen eingesetzt werden. In den Fallstudien wurde von den Campingeinrichtungen der Bedarf an einen Allrounder/eine Allrounderin artikuliert, der/die sowohl gewerblich-technische Kenntnisse als auch kaufmännische Qualifikationen vorweisen kann. Demgegenüber ist in den Freizeiteinrichtungen eine größere Ausdifferenzierung der Aufgaben vonnöten, da z. B. die Instandhaltung von Fahrgeschäften Spezialwissen erfordert, welches spezielles Fachpersonal erforderlich macht. Reinigungs- und Servicearbeiten werden zum Teil outsourct und die kaufmännischen Qualifikationen wiederum von speziellen Fachkräften erledigt.

Nachdem mit der Frage nach den Schwerpunkten der Arbeit von Fachkräften eine wichtige Einschätzung der Befragten vorgenommen werden konnte, wird in einem nächsten Schritt nach der Häufigkeit von Tätigkeiten in der Arbeit von Fachkräften gefragt. Die bereits getroffenen Aussagen sollen damit konkretisiert werden.

3.2.2 Häufigkeit von Tätigkeiten in der Arbeit von Fachkräften

In den Interviews wurden den Gesprächspartnern und -partnerinnen Vorschläge mit Tätigkeiten unterbreitet, die sie daraufhin bewerten mussten, wie häufig diese in der Arbeit von Fachkräften in ihren Unternehmen vorkommen. Die Ergebnisse sind in der folgenden Tabelle abgebildet:

Tabelle 9: Wie häufig kommen Tätigkeiten in der Arbeit von Fachkräften vor?

Fachkräfte	Camping regelmäßig	Freizeit regelmäßig
verwalten und pflegen Einrichtungen	98%	100 %
haben direkte Kundenkontakte	98 %	77 %
beraten, informieren	97 %	74 %
erledigen Bürotätigkeiten, Verwaltungsarbeiten	88 %	71 %
nutzen Informations- und Kommunikationssysteme	83 %	74 %
berücksichtigen Umweltgesichtspunkte	80 %	81 %
koordinieren die Zusammenarbeit im Betrieb/ mit externen Partnern	68 %	74 %
wenden Fremdsprachen an	66 %	36 %
kaufen ein, beschaffen, verkaufen	53 %	65 %
sind in der Gästebetreuung und Animation tätig	53 %	52 %
sammeln und werten Informationen aus, recherchieren	51 %	52 %
erledigen das Qualitäts- und Sicherheitsmanagement	48 %	65 %
organisieren und führen Veranstaltungen durch	48 %	55 %
ermitteln und kalkulieren Preise und bearbeiten Zahlungs- und Abrechnungsvorgänge	44 %	68 %
werben, akquirieren, erledigen ÖA/PR, Marketing	36 %	52 %
sind im gastronomischen Bereich tätig	19 %	81 %
sind in der Moderation und Präsentation tätig	15 %	36 %
bieten Produkte im Bereich Wellness an	12 %	7 %

Mit Hilfe dieser gestützten Nachfrage lassen sich die in der Tabelle 8 abgefragten Aussagen präzisieren. Die Ergebnisse zeigen, dass wiederum die Verwaltung und Pflege von Einrichtungen in Unternehmen der Camping- und Freizeitbranche ein wesentlicher Faktor ist. Deutlich werden auch die Aspekte des direkten Kundenkontakts, der Beratung und der Information bei dieser Frage angesprochen. Diese direkten Kundenkontakte sind

regelmäßig zu 98 Prozent in Campingeinrichtungen und zu 77 Prozent in Freizeiteinrichtungen vorzufinden. Eine Erklärung für diese Differenzierung könnte darin liegen, dass in den im Durchschnitt kleineren Einrichtungen sowohl der Camping- als auch der Freizeitbranche die Aufgabenerledigung von einzelnen Mitarbeitern breiter gestreut ist, d. h. der Front-Office-Bereich neben Back-Office Aufgaben einen wesentlichen Teil einnimmt, denn auch das Erledigen von Büro- und Verwaltungsarbeiten wird zu 88 Prozent von den Camping- und zu 71 Prozent von den Freizeiteinrichtungen angegeben. Wesentlich ist auch die Nutzung von Informations- und Kommunikationssystemen in allen Unternehmen. Umweltgesichtspunkte nehmen mittlerweile ebenfalls einen breiten Raum ein, 80 Prozent der Camping- und 81 Prozent der Freizeiteinrichtungen berücksichtigen diese in ihrer täglichen Arbeit.

In den Nennungen finden sich weitere Unterschiede zwischen Camping- und Freizeitunternehmen. Die Bereiche Qualitäts- und Sicherheitsmanagement werden von 65 Prozent der Freizeiteinrichtungen und lediglich zu 48 Prozent von den Campingeinrichtungen, das Ermitteln und Kalkulieren von Preisen und Bearbeiten von Zahlungs- und Abrechnungsvorgängen zu 68 Prozent von den Freizeiteinrichtungen und zu 44 Prozent von den Campingeinrichtungen genannt. Das Werben, Akquirieren, PR- und Öffentlichkeitsarbeiten, also insgesamt der Bereich Marketing, kommt zu 52 Prozent bei den Fachkräften in Freizeiteinrichtungen und zu 36 Prozent bei den Fachkräften in Campingeinrichtungen regelmäßig vor. Diese primär kaufmännischen Qualifikationen nehmen demnach in den Freizeiteinrichtungen einen breiteren Raum ein. In den kleinen Unternehmen der Branche, insbesondere in den Familienbetrieben, werden die kaufmännischen Arbeiten vielfach von den Camping- bzw. Freizeiteinrichtungsbetreibern übernommen. Diese Einschätzung konnte in den Fallstudien auf den Campingplätzen bestätigt werden. Das entscheidende Kriterium ist somit häufig die Größe der Unternehmen und damit vermutlich deren Professionalisierungs- und Spezialisierungsgrad.

Der Einkauf und Verkauf, das Sammeln von Informationen und Recherchieren sowie das Koordinieren im Betrieb und mit externen Partnern sind ebenfalls kaufmännische Qualifikationen, die regelmäßig in allen Unternehmen geleistet werden. Das Organisieren und Durchführen von Veranstaltungen gehört ebenso in vielen Unternehmen zum Alltag. In zwei Drittel der Campingeinrichtungen wenden Fachkräfte auch regelmäßig Fremdsprachen an, in Freizeiteinrichtungen gilt dies jedoch nur für jedes dritte Unternehmen.

Der Unterschied hinsichtlich der Gastronomie-Tätigkeiten ist - wie bereits erwähnt - verständlich. Während hier nur in jeder fünften Campingeinrichtung (19 Prozent) regelmäßig

Fachkräfte eingesetzt werden, gilt dies für 81 Prozent der Freizeiteinrichtungen. Allerdings entspricht diese Größenordnung auch genau den Unternehmen, welche die Gastronomie integriert haben, die meisten Campingeinrichtungen haben sie verpachtet. In den Freizeiteinrichtungen werden in den gastronomischen Einrichtungen auch häufig Saison- und Aushilfskräfte eingesetzt.

3.2.3 Bedeutung überfachlicher Fähigkeiten

Bei einer weiteren offenen Frage sollten die fachlichen Kenntnisse und Fähigkeiten genannt werden, die in Zukunft an Bedeutung gewinnen werden. Die Fähigkeiten und Kenntnisse im Bereich der Kundenorientierung, der Gästebetreuung, des Dienstleistungsgedankens und der Kommunikation wurden zu 79 Prozent von den Freizeit- und zu 67 Prozent von den Campingeinrichtungen genannt. Diese Antworten bestätigen das starke Gewicht des immer wieder formulierten Service- und Dienstleistungsgedankens für die große Mehrheit der Camping- und Freizeitunternehmen.

Gestützt wird diese These mit der Frage nach überfachlichen Fähigkeiten und deren Bedeutung für Camping- und Freizeiteinrichtungen.

Tabelle 10: Welche überfachlichen Fähigkeiten kommen in der Arbeit von Fachkräften vor?

Fachkräfte	„Regelmäßig“
Selbstständiges Arbeiten	96 %
Teamfähigkeit	96 %
Kundenorientierung; Servicementalität	92 %
Verantwortung übernehmen	85 %
Kritikfähigkeit bzw. Kritik annehmen können	71 %
Arbeitsorganisation, Projekt- und Zeitmanagement	77 %
Kreativität und Eigeninitiative (die Fähigkeit, eigene Ideen zu entwickeln und umzusetzen)	71 %

Gewicht haben selbstständiges Arbeiten, Teamfähigkeit, Kundenorientierung und die Übernahme von Verantwortung. Eine entscheidende Rolle spielen Kritikfähigkeit, Kreativität und Eigeninitiative im Sinne der Entwicklung und Umsetzung von eigenen Ideen. So sind auch Arbeitsorganisation, Projekt- und Zeitmanagement mittlerweile in vielen Unternehmen Standard.

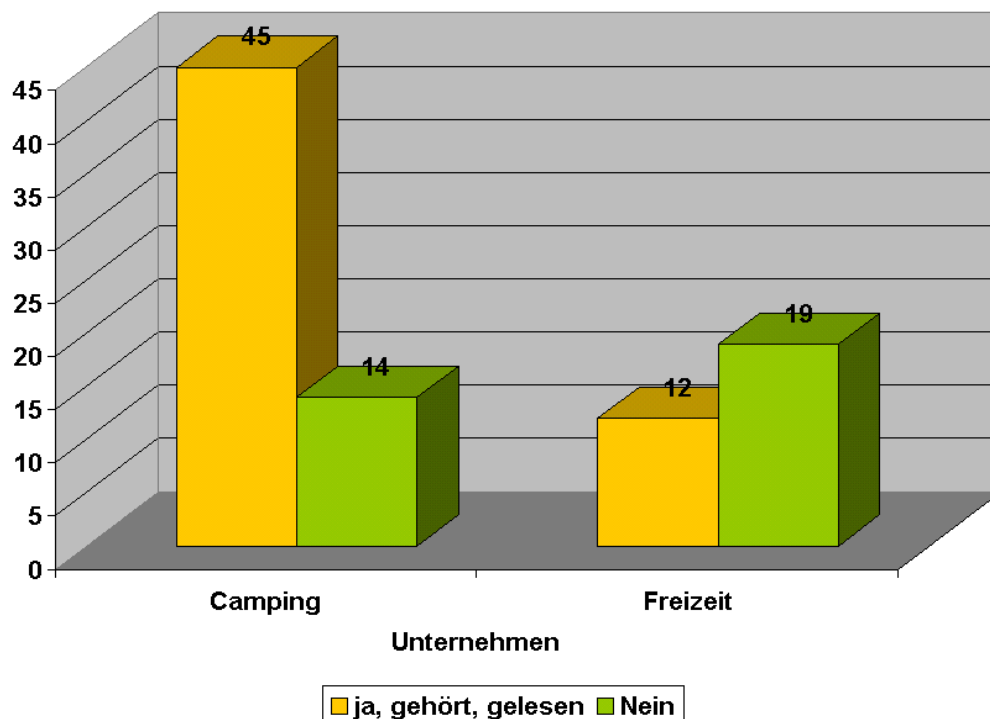
3.2.4 Profil eines neuen Berufsbildes

Ein Ziel der Befragung war, das Profil eines neuen Berufsbildes für die Camping- und Freizeitbranche zu spezifizieren, gleichzeitig aber auch Inhalte aufzunehmen, welche die Ausbildung in Unternehmen des Bäderwesens und des Fremdenverkehrs und weiteren

Tourismusorganisationen ermöglicht. Dazu sollte das künftige Profil konkretisiert werden, wie die folgenden Ergebnisse zeigen.

Vorab wurde die Frage gestellt, ob die Gesprächspartner bereits von der Diskussion um das neue Berufsbild gehört oder gelesen haben, um zu erfahren, ob in Teilbereichen bereits eine Beschäftigung mit dem Berufsbild stattgefunden hat.

**Abbildung 6: Von der Diskussion um das neue Berufsbild gehört/gelesen?
(in absolut)**



Bei einer Betrachtung der Grafik fällt auf, dass insbesondere in der Campingbranche die Diskussion bekannt ist. Hier haben bereits 45 der insgesamt 59 befragten Campingeinrichtungen angegeben, von dem neuen Berufsbild gehört bzw. gelesen zu haben. In den Freizeiteinrichtungen haben bisher lediglich zwölf der 31 Befragten von der Schaffung dieses neuen Berufsbildes gehört. Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass dieses Berufsbild bereits zu 75 Prozent in der Campingbranche bekannt ist, während lediglich 39 Prozent der Freizeiteinrichtungen um das neue Berufsbild wissen.

Die Vorstellungen der Befragten hinsichtlich des Profils des neuen Berufes, wurde mit der Frage erfasst, welche Kenntnisse und Fähigkeiten für das neue Berufsbild wichtig sind.

Tabelle 11: Wichtig für das Berufsbild

Wichtig sind...	Camping	Freizeit
Kundenorientierung, Servicementalität	100 %	97 %
PC-Kenntnisse	95 %	90 %
Allgemeine kaufmännische Kenntnisse	93 %	93 %
Gästebetreuung und Animation	95 %	77 %
Fremdsprachenkenntnisse	83 %	80 %
Arbeitsorganisation, Projekt- und Zeitmanagement	76 %	80 %
Organisation und Durchführung von Veranstaltungen	68 %	90 %
Kaufmännische Steuerung und Kontrolle	73 %	73 %
Verkaufskenntnisse	70 %	77 %
Kenntnisse in der Verwaltung und Pflege von Einrichtungen	77 %	50 %
Qualitäts- und Sicherheitsmanagement	73 %	60 %
Präsentation und Moderation	53 %	53 %
Gastronomische Kenntnisse	22 %	53 %
Kenntnisse im Bereich Wellness	31 %	33 %

Deutlich wird die herausragende Bedeutung der Kunden- und Serviceorientierung. Weiterhin sollte das Profil dieses neuen Berufsbildes am besten vorgegebene spezifisch kaufmännische Aspekte wie PC-Kenntnisse, allgemeine kaufmännische Kenntnisse, hier auch Kenntnisse in der kaufmännischen Steuerung und Kontrolle, und im Verkauf beinhalten. Der Bereich Gästebetreuung und Animation wird häufiger von Campingeinrichtungen genannt (zu 95 Prozent). Eine Erklärung könnte darin liegen, dass in den zumeist kleineren Einrichtungen der Front-Office Bereich, Arbeit an der Rezeption und das Ermuntern der Gäste an der Teilnahme verschiedener Veranstaltungen, die dann auch selbst durchgeführt werden, eine herausragende Bedeutung einnimmt. Fremdsprachenkenntnisse sind gleichermaßen zentraler Bestandteil der Erwartungen von Befragten der Camping- und der Freizeitbranche. Auch auf Arbeitsorganisation, Projekt- und Zeitmanagement sowie auf Kenntnisse in der Durchführung und Organisation von Veranstaltungen wird großer Wert gelegt. Letzteres insbesondere von 90 Prozent der Freizeitunternehmen. Das Thema Qualitätsmanagement wird von vielen Befragten als Zukunftsaufgabe gesehen und sollte in den neuen Beruf Eingang finden. Nur jedem zweiten Unternehmen sind für dieses Profil Kenntnisse in Präsentation und Moderation wichtig und nur noch jedem dritten Wellness- oder Gastronomiekenntnisse. Hier unterschieden sich allerdings wieder die Campingeinrichtungen von den Freizeiteinrichtungen, wobei den Freizeiteinrichtungen immerhin zu 53 Prozent gastronomische Kenntnisse wichtig für das Berufsbild

sind. Im Unterschied zu den Campingeinrichtungen, die ihre Gastronomie in der Regel verpachtet haben, werden gastronomische Angebote - wie bereits erwähnt - von der großen Mehrheit der Freizeitunternehmen (81 Prozent) in Eigenregie geführt; jedes dritte Unternehmen betreibt auch Ladengeschäfte selbst (32 Prozent).

Kompetenzen in der Verwaltung und Pflege von Einrichtungen wünschen mehr Camping- als Freizeitunternehmen, da Freizeitunternehmen hierfür aufgrund ihrer breit gefächerten Tätigkeitsbereiche und ihrer Betriebsgröße Spezialisten beschäftigen.

3.2.5 Zentrale Aspekte bei Bewerbungen im kaufmännischen Bereich

Mit der Frage „Welche Aspekte sind bei Bewerbungen im kaufmännischen Bereich wichtig“, wird ersichtlich, welche Qualifikationen schon während der Ausbildung verstärkt vermittelt werden sollten und wie sich die gemachten Angaben zur Frage „wichtig für Berufsbild“ mit dieser Frage ergänzen:

Tabelle 12: Welche Aspekte sind bei der Bewerbung im kaufmännischen Bereich wichtig?

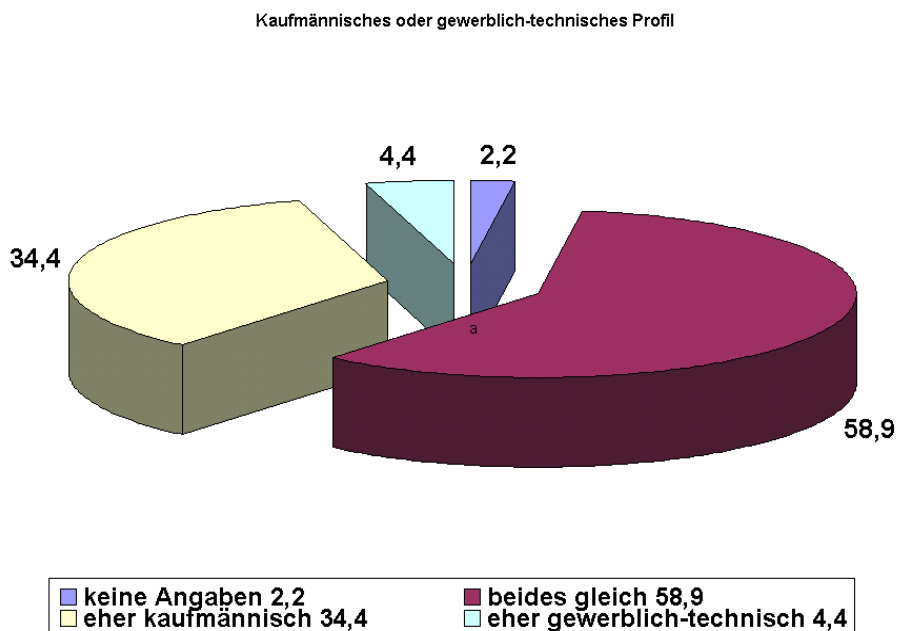
„Wichtig“ bei Bewerbungen	Camping	Freizeit
Kundenorientierung, Servicementalität	100 %	100 %
Flexibilität in Bezug auf die Übernahme unterschiedlicher Aufgaben	96 %	100 %
Persönliches Erscheinungsbild und Auftreten	90 %	100 %
PC-Kenntnisse	92 %	90 %
Kaufmännische Kenntnisse	75 %	84 %
Berufserfahrung	58 %	42 %
Fremdsprachenkenntnisse	56 %	42 %
Verkaufskenntnisse	48 %	37 %
Blindbewerbung/Eigeninitiative	46 %	58 %
Präsentation und Moderation	48 %	37 %
Kenntnisse in der Verwaltung, Wartung und Pflege der Einrichtungen	46 %	26%
Referenzen, Zeugnisse, Noten	35 %	26 %
Gastronomische Kenntnisse	14 %	21 %

Die Ergebnisse sind weitgehend konsistent mit vorangegangenen Betrachtungen. Deshalb wird an dieser Stelle nur auf einige zentrale Ergebnisse eingegangen. Neben der Kundenorientierung und dem persönlichen Erscheinungsbild wird sowohl in den Camping- als auch in den Freizeiteinrichtungen Wert auf Flexibilität in Bezug auf die Übernahme unterschiedlicher Aufgaben gelegt. Umfangreiche PC-Kenntnisse sind in den meisten Unternehmen bei Bewerbungen von Bedeutung, während Kenntnisse in der Verwaltung und Pflege der Einrichtungen eher von den Campingunternehmen nachgefragt werden.

Kaufmännische Qualifikationen werden zu 84 Prozent von den Freizeiteinrichtungen und zu 75 Prozent von den Campingeinrichtungen als wichtig bei Bewerbungen im kaufmännischen Bereich angesehen. In diesem Zusammenhang wurde genauer nachgefragt, wie groß die Relevanz kaufmännischer Qualifikationen in den einzelnen Unternehmen ist. Auf gezielte Nachfrage erachten insgesamt 88 Prozent, also ein Großteil der Camping- und Freizeiteinrichtungen, kaufmännische Kenntnisse und Fähigkeiten als grundsätzlich „wichtig“ oder „sehr wichtig“ für den Betrieb. Nur für wenige sind diese „eher unwichtig“ oder überhaupt nicht relevant, u. a. wegen externer Buchhaltung oder wegen ausschließlicher Kassiertätigkeiten. Gelegentlich werden die Wertungen eingeschränkt, wie folgende Ausführungen der Befragten zeigen: „nur wichtig für die Rezeption“, „für Rechnungswesen“, „in der Verwaltung“, „je nach Aufgabenbereich“, „wegen EDV“, „auf dem Platz selbst nicht so wichtig, aber in der Zentrale“, „für den Betriebsinhaber selbst, aber nicht für Mitarbeiter“, „für die Führung des Platzes, jedoch nicht für den Platz selbst“. Die Aussagen bestätigen Angaben, wonach auf vielen kleineren Einrichtungen kaufmännische Aufgaben wie Buchhaltung u.Ä. von den Betriebsinhabern geleistet werden oder in großen Ketten eine Zentrale für diese Aufgaben zuständig ist.

Der technische Arbeitsbereich ist ein zentraler Bereich in Freizeit- und Campingeinrichtungen. Deshalb wurde genau spezifiziert, wie hoch der zukünftige Anteil an kaufmännischen und technischen Qualifikationen in dem neuen Ausbildungsbild von den Befragten eingeschätzt wird. Die nachfolgende Grafik gibt die Einschätzung der Befragten wieder.

Abbildung 7: Einschätzung der Qualifikationsanteile (in Prozent)



Das Ausbildungsprofil für den Bereich und Tourismus und Freizeit sollte nach der Einschätzung von 59 Prozent der Unternehmen zu gleichen Anteilen kaufmännische und gewerblich-technische Aspekte beinhalten. 34 Prozent, also jedes dritte Unternehmen, wünscht sich ein eher kaufmännisches Profil und lediglich vier Prozent der Unternehmen eine eher gewerblich-technische Ausrichtung.

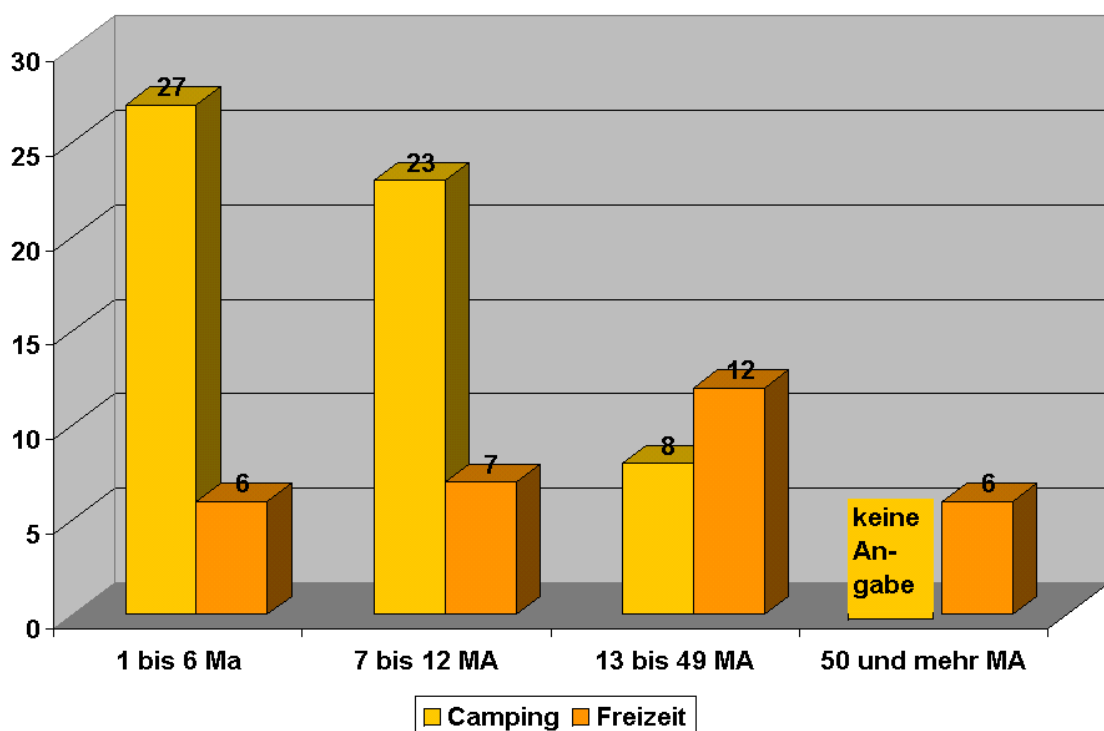
In den Fallstudien wurde auf diese Fragestellung gesondert Bezug genommen. Die Befragten äußerten, dass die Vermittlung sowohl technischer als auch kaufmännischer Qualifikationen zwar wünschenswert sei, in der Praxis aber oftmals auf Grenzen stoße. Erstens sind die strukturellen Voraussetzungen dafür nicht gegeben, wie z. B. rechtliche Bestimmungen. Zweitens kann es schwierig sein, geeignete Bewerber zu finden, die gleichermaßen beide Qualifikationen erfüllen können. Befragte eines großen Freizeitparks äußern, dass sie sich nicht vorstellen könnten, sowohl kaufmännische als auch gewerblich-technische Inhalte zu vermitteln. Für die technischen Bereiche gibt es spezielle Fachkräfte und auch die kaufmännischen Bereiche sind weitgehend ausdifferenziert. Selbst bei den kaufmännischen Ausbildungen ist es oftmals schwierig, allen Auszubildenden zu ermöglichen, alle Abteilungen zu durchlaufen.

Die Forderung gleicher Anteile kaufmännischer und gewerblich-technischer Qualifikationen wird wohl eine Zukunftsaufgabe sein und kann in diesem neuen Berufsbild in dieser Form nicht geleistet werden.

3.2.6 Beschäftigungsstruktur

Bei der Schaffung eines neuen Berufsbildes ist ein zentraler Punkt die Beschäftigungsstruktur der Unternehmen, um Weiterbeschäftigung nach der Ausbildung sowie Aufstiegsmöglichkeiten einschätzen zu können. Die folgende Grafik gibt die Verteilung der Anzahl der Beschäftigten sowohl in den hier befragten Freizeit- als auch in den Campingeinrichtungen wieder.

Abbildung 8: Die Anzahl der Beschäftigten (Stammmannschaft) nach Unternehmensart



Bei den hier befragten Campingeinrichtungen haben lediglich 15 Prozent 13 oder mehr Beschäftigte in der Stammmannschaft, die meisten Unternehmen arbeiten mit nur einen bis sechs Mitarbeitern. Die Unternehmen mit 13 bis 49 oder mit 50 und mehr Beschäftigten der Stammmannschaft sind fast ausschließlich Freizeitunternehmen. Das größte der hier befragten Freizeitunternehmen hat sogar 400 Mitarbeiter/-innen.

In der Regel haben die Einrichtungen neben ihrer Stammmannschaft eine unterschiedlich große Anzahl von Saisonkräften. Diese gehören selbst oft zum Stammpersonal für die Saison, nur ein kleinerer Teil wird neu rekrutiert. Meist kommen sie aus der Region; es sind größtenteils ältere Mitarbeiter/-innen und immer wieder auch Schüler/-innen und Studierende.

Ein weiterer wesentlicher Aspekt ist der Anteil der kaufmännisch ausgebildeten Fachkräfte an der Stammmannschaft. In den hier untersuchten Einrichtungen gestaltet sich das Bild wie folgt: Der Anteil der kaufmännisch ausgebildeten Fachkräfte an der Stammmannschaft beträgt in den untersuchten Camping- und Freizeiteinrichtungen 29 Prozent, davon 24 Prozent in Campingeinrichtungen und 32 Prozent in Freizeiteinrichtungen. In jedem sechsten Unternehmen gibt es keine und in jedem zweiten nur ein oder zwei kaufmännisch ausgebildete Mitarbeiter/-innen. Eine Reihe von Unternehmen beschäftigt auch fünf bis zehn oder sogar mehr kaufmännische Fachkräfte. In den meisten Fällen sind dies größere Freizeiteinrichtungen. Unter den Saisonkräften ist der Anteil der kaufmännisch qualifizierten Fachkräften gering. Im Gegensatz dazu findet man bei den Saisonkräften im gewerblich-technischen Bereich häufiger Mitarbeiter/-innen mit einer abgeschlossenen qualifizierten Berufsausbildung.

3.2.7 Ausbildung

Inwieweit zur Zeit bereits eine Ausbildung in den Camping- und Freizeiteinrichtungen statt findet, wird im Folgenden näher betrachtet.

Tabelle 13: Auszubildende im Unternehmen

Auszubildende?	Unternehmen		Gesamt
	Camping	Freizeit	
Noch nie ausgebildet	50 84,7 %	15 48,4 %	65 72,2 %
Gegenwärtig nicht, aber früher	1 1,7 %	6 19,4 %	7 7,8 %
Auszubildende im Unternehmen	8 13,6 %	10 32,3 %	18 20,0 %
Gesamt	59 100 %	31 100 %	90 100 %

Die Tabelle zeigt, in 20 Prozent der befragten Unternehmen, davon in acht Camping- und zehn Freizeiteinrichtungen, findet derzeit eine Ausbildung statt. Dabei ist der Anteil der Auszubildenden in den Freizeiteinrichtungen größer, denn gegenwärtig bildet jede siebte Camping- und jede dritte Freizeiteinrichtung aus. Immerhin 72 Prozent der Camping- und

Freizeiteinrichtungen haben noch nie ausgebildet, davon 48 Prozent bei den Freizeit- und sogar 85 Prozent bei den Campingeinrichtungen. Zieht man in die Betrachtungen einen weiteren Sachverhalt heran, und zwar die Anzahl der Auszubildenden im Verhältnis zur Anzahl der Beschäftigten an der Stammmannschaft, erhält man folgendes Bild:

Tabelle 14: Auszubildende im Unternehmen/ Anzahl der Beschäftigten

	Anzahl der Beschäftigten (Stammmannschaft)				Gesamt
Ausbildung?	1 bis 6	7 bis 12	13 bis 49	50 und mehr	
Noch nie ausgebildet	30 90,9 %	26 86,7 %	7 35,0 %	2 28,6 %	65 72,2 %
Gegenwärtig nicht, aber früher	1 3,0 %	2 6,7 %	3 15,0 %	1 14,3 %	7 7,8 %
Auszubildende im Unternehmen	2 6,1 %	2 6,7 %	10 50,0 %	4 57,1 %	18 20,0%
Gesamt	33 100 %	30 100%	20 100 %	7 100 %	90 100 %

Hier werden die Camping- und Freizeiteinrichtungen gemeinsam dargestellt. So ist auffallend: Je kleiner das Unternehmen ist, desto geringer ist die bisherige Anzahl an Auszubildenden; es gibt jedoch einige kleine Unternehmen mit ein bis sechs Mitarbeitern, die trotzdem einen Auszubildenden beschäftigen. Die meisten Auszubildendenzahlen finden sich in der hier vorliegenden Untersuchung bei den Unternehmen mit 13 bis 49 Mitarbeitern, davon beschäftigen zehn Unternehmen Auszubildende.¹⁵

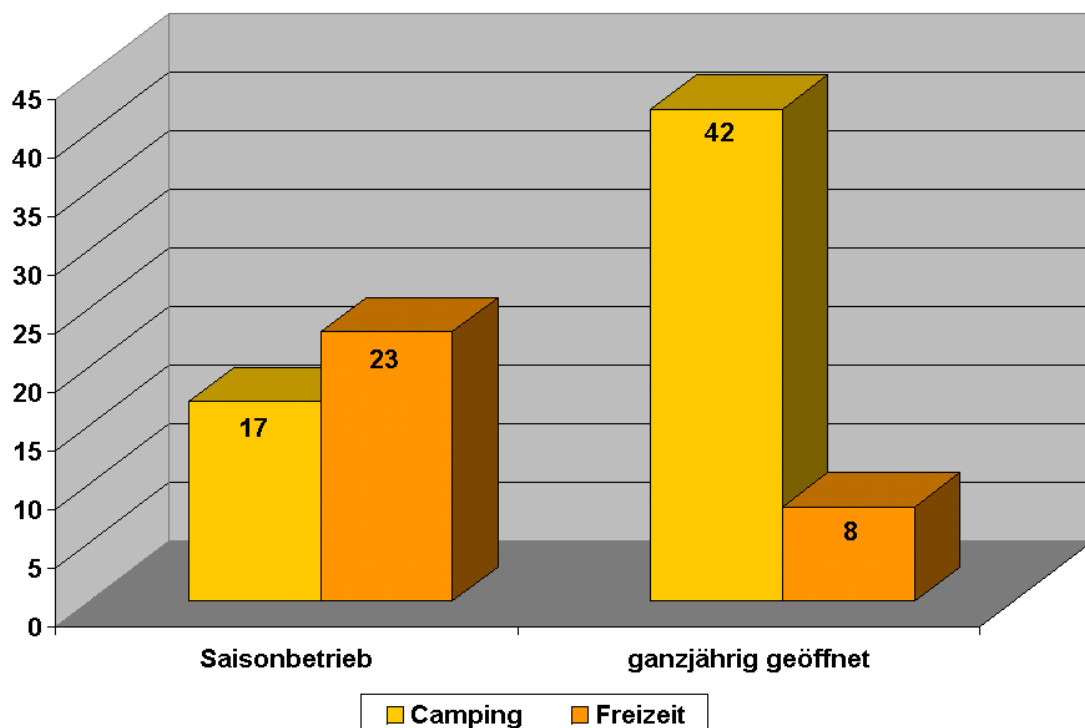
Weitere Ergebnisse zeigen: In den letzten drei Jahren wurden in neun Campingeinrichtungen 17 Ausbildungen (in einem Fall neun) und in 16 Freizeiteinrichtungen 50 Ausbildungen (in einem Fall 25) abgeschlossen. Vier Unternehmen übernehmen ihre Ausgebildeten in der Regel in ein Angestelltenverhältnis und vier Unternehmen ist dies nur im Ausnahmefall möglich. Die meisten Unternehmen (63 Prozent) wollen auch weiterhin gleich viele Ausbildungsstellen wie bisher anbieten.

¹⁵ Diese Daten sind jedoch vorsichtig zu betrachten, da für eine genaue Analyse jeweils die vergleichbare Größen von Unternehmen zu betrachten und in Relation zueinander zu setzen sind.

In folgenden Ausbildungsberufen wird bisher in den Einrichtungen der Camping- und Freizeitwirtschaft ausgebildet: Bürokaufleute, Hotel- und Restaurantfachleute, Köche, Veranstaltungskaufleute, Sport- und Fitnesskaufleute, Medizinische/r Bademeister, Gärtner/-in, Tierpfleger/-in und andere gewerblich-technische Berufe.

Für eine künftige Ausbildung ist die Ausbildungsfähigkeit ein ebenso zentraler Punkt. In Bezug auf die Ausbildungsfähigkeit muss die Frage nach dem saisonalen bzw. ganzjährigen Betrieb gestellt werden, die in den Vorbesprechungen der Arbeitgeber- und Arbeitnehmervertreter immer wieder thematisiert wurde, da davon ausgegangen wurde, dass Voraussetzung für eine Ausbildung ein ganzjähriger Betrieb ist. Deshalb wurde den Unternehmen die Frage gestellt, ob die saisonal oder ganzjährig geöffnet haben.

Abbildung 9: Öffnungszeiten im Jahr (absolute Zahlen)



Während die Campingeinrichtungen größtenteils ganzjährig geöffnet sind (71 Prozent), werden Freizeiteinrichtungen überwiegend saisonal betrieben (74 Prozent). Dies könnte damit zusammenhängen, dass die Campingeinrichtungen durch ihre Dauercamper eine teilweise ganzjährige Auslastung haben. 41 Prozent der Campingeinrichtungen berichten über mehr Dauer- als Touristenplätze, 39 Prozent haben mehr Touristenplätze, 20 Prozent haben ebenso viele Dauer- wie Touristenplätze.

Die Fallstudien unterstützen die Aussage, dass saisonaler Betrieb kein Hinderungsgrund für die Ausbildung ist, da viele Freizeiteinrichtungen, die saisonal betrieben werden,

trotzdem ausbilden. Es konnte ermittelt werden, dass in den Wintermonaten, zumindest die Ausbildung sicher gestellt werden konnte, in dem die Auszubildenden in dieser Zeit z. B. in Einzelhandelsbetrieben der Stadt/Gemeinde eingesetzt wurden. Beschäftigte der Stammmannschaft hingegen werden vielfach in den Wintermonaten zum Arbeitsamt geschickt. In den meisten Unternehmen werden in den Wintermonaten, wenn die Gästezahlen schrumpfen bzw. gar keine Gäste betreut werden müssen, Marketingmaßnahmen, Vorbereitung auf die nächste Saison usw. intensiviert.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass sich die Ausbildung zumeist auf einige Unternehmen der Camping- und Freizeitbranche beschränkt. So zeigen größere Unternehmen ebenso wie Unternehmen mit Ausbildungserfahrung in der Tendenz eher Ausbildungsbereitschaft. Bei einer Betrachtung der Daten unter regionalen Gesichtspunkten lassen sich zwar keine eindeutigen Zusammenhänge, aber leichte Tendenzen für eine höhere Ausbildungsbereitschaft von Unternehmen aus den neuen Bundesländern (große Ausbildungsbereitschaft: 39 Prozent) erkennen. Auch 42 Prozent der Campingunternehmen mit mehr Freizeit- als Dauercampnern äußern ein höheres Ausbildungsinteresse. Die Gründe dafür sind zum einen, insbesondere in den neuen Bundesländern wird der Tourismus als Chance für wirtschaftliche Stabilisierung gesehen, zum anderen sind die Tätigkeits- und Aufgabenbereiche in den größeren Camping- und Freizeiteinrichtungen breiter gestreut, es werden Mitarbeiter/-innen mit einer breiten Qualifizierung benötigt, aber es darf nicht übersehen werden, dass für bestimmte Aufgabenbereiche wie Fahrgeschäfte u.Ä. - wie bereits ausgeführt - Spezialisten erforderlich sind.

Substitutionseffekte sind in der Branche durch den neuen Ausbildungsberuf Kaufmann/Kauffrau für Freizeit und Tourismus zu vermuten, da die bereits ausbildenden Unternehmen angeben, es in Zukunft bei der bisherigen Anzahl der Ausbildungsverhältnisse zu belassen. Die Anzahl der Ausbildungsverhältnisse wird wesentlich davon abhängig sein, inwieweit insbesondere kleine Einrichtungen der „gesamten“ Freizeitwirtschaft für eine Ausbildung gewonnen werden können.

3.2.8 Bereitschaft in dem neuen Beruf auszubilden

Die Frage nach der Bereitschaft der Unternehmen, in diesem neuen Ausbildungsberuf auszubilden, wurde wie folgt beantwortet:

Tabelle 15: Bereitschaft des Unternehmens, selbst auszubilden?

Bereitschaft, selbst auszubilden	Unternehmen		Gesamt
	Camping	Freizeit	
Große Bereitschaft	17 29,8 %	7 23,3 %	24 27,6 %
Bereitschaft ist vorhanden	26 45,6 %	13 43,3 %	39 44,8 %
So gut wie keine Bereitschaft	14 24,6 %	10 33,3 %	24 27,6 %
Gesamt	57 100 %	30 100 %	87 100 %

In dem neuen Ausbildungsberuf „Kaufmann/Kauffrau für Tourismus und Freizeit“ auszubilden, können sich 45 Prozent der Befragten vorstellen. Eine eindeutige Ausbildungsbereitschaft äußern jedoch nur ein Drittel der Befragten (28 Prozent), davon 29,8 Prozent der Camping- und 23,3 Prozent der Freizeitbranche. Ebenso ist bei 28 Prozent der Unternehmen überhaupt keine Ausbildungsbereitschaft vorhanden.

Welche Verteilung sich auf die Frage ergibt, ob die Unternehmen einen Bedarf sehen, in diesem Ausbildungsberuf Ausgebildete zu beschäftigen, zeigt die folgende Tabelle:

Tabelle 16: Bedarf des Unternehmens, in diesem Berufsbild Ausgebildete zu beschäftigen?

Bedarf, Ausgebildete zu beschäftigen	Unternehmen		Gesamt
	Camping	Freizeit	
Großer Bedarf	13 22,0 %	6 19,4 %	19 21,1 %
Bedarf ist vorhanden	38 64,4 %	16 51,6 %	54 60,0 %
So gut wie kein Bedarf	8 13,6 %	9 29,0 %	17 18,9 %
Gesamt	59 100 %	31 100 %	90 100 %

Immerhin 60 Prozent, also insgesamt 54 der befragten Unternehmen, äußern einen Bedarf für eine Beschäftigung von ausgebildeten Kaufleuten für Tourismus und Freizeit. Einen großen Bedarf erkennen 21 Prozent und so gut wie kein Bedarf ist für 19 Prozent gegeben.

Bei einem Vergleich der Tabellen 15 und 16 fällt auf, dass die Bereitschaft, nach erfolgter Ausbildung Kaufleute für Tourismus und Freizeit zu beschäftigen, größer ist als die eigene Ausbildungsbereitschaft. Verschiedene Gründe können dafür maßgeblich sein. Eine gewisse Zurückhaltung der Unternehmen, selbst auszubilden, erklärt sich daraus, dass die Unternehmen nicht genau einzuschätzen vermögen, welche konkreten Belastungen eine Ausbildung im Alltag haben wird und welche Voraussetzungen für eine Ausbildung gegeben sein müssen. Dies deuten die Äußerungen der Befragten an, die in der folgenden Aufstellung aufgelistet sind.

Tabelle 17: Voraussetzungen für eine Ausbildung

Voraussetzungen	Camping	Freizeit
Fehlende Ausbildereignung, abhängig von Anforderungen an die Ausbildereignung	41 %	42 %
Blockunterricht im Winter, Berücksichtigung der Saison, Überbrückungsmöglichkeiten in der Winterzeit	31 %	53 %
Anforderung an Ausbildung	21 %	16 %
Betriebsgröße	2 %	16 %
Entscheidungen der Kommune	10 %	0 %
Allgemeine betriebliche Voraussetzungen (z. B. Finanzierung, Zeit)	5 %	5 %
Anforderung an Ausbildungsbewerber	5 %	5 %
Gehalt	7 %	0 %
Förderung	2 % (1)	0 %

Zwei Argumente werden besonders häufig erwähnt. Zum einen ist oft unklar, ob im Unternehmen überhaupt ausgebildet werden kann, da kein Mitarbeiter über eine Ausbildereignung verfügt. Zum anderen wird der Unterricht an der Berufsschule thematisiert. Eine Problematik, die insbesondere von Saisonbetrieben geäußert wird, ist die Frage, inwieweit die geringe oder fehlende Auslastung in den Herbst- und Wintermonaten und die Anforderungen in der Hochsaison in der Ausbildungsordnung berücksichtigt werden können. Dies kann sicherlich nur in den Fällen Berücksichtigung finden, in denen z. B. Landesfachklassen gebildet werden, die Blockunterricht anbieten. Dieser wird, wenn überhaupt, aus organisatorischen Gründen nicht nur in den Wintermonaten stattfinden können.

Schließlich gibt es einige Anmerkungen zu Ausbildungsanforderungen und den Ausbildungsinhalten, die anerkannt, praktisch und arbeitsmarktorientiert sein sollten (12 Nennungen). Vereinzelt wird die ungenügende Größe des Unternehmens genannt, oder, dass die Entscheidungen von der Kommune als Träger der Einrichtung getroffen würden. Andere nennen die Anforderungen an die Jugendlichen (Mindestalter, mittlere Reife als Zugangsvoraussetzung) oder Vorgaben des Gesetzgebers (Gehalt der Auszubildenden, Mindestalter und Förderung).

Häufig wird angemerkt, dass zwar für das eigene Unternehmen eine Ausbildung nicht in Frage komme, dass aber ein neuer Beruf für die Branche ein wichtiger Imagegewinn wäre und dass man daher für die Einrichtung eines neuen Ausbildungsberufes sei.

3.2.9 Beschäftigungsbereitschaft nach absolvierter Ausbildung

Analog zu anderen Unternehmen sind auch Camping- und Freizeiteinrichtungen bei Neueinstellungen zur Zeit zurückhaltend. Die folgende Tabelle gibt den Stand der letzten Entwicklung bei den hier befragten Unternehmen der Branche wieder.

Tabelle 18: Neueinstellung als Ersatz oder zusätzlich?

Neueinstellung	Unternehmen		Gesamt
	Camping	Freizeit	
Eher als Ersatz	52 88,1 %	23 74,2 %	75 83,3 %
Eher zusätzlich	2 3,4 %	4 12,9 %	6 6,7 %
Beides	5 8,5 %	4 12,9 %	9 10,0%
Gesamt	59 100 %	31 100 %	90 100 %

Der Tabelle ist zu entnehmen, dass 83 Prozent der hier befragten Unternehmen der Camping- und Freizeitbranche neue Mitarbeiter eher als Ersatz einstellen. Zusätzliche Mitarbeiter stellen nur ca. sieben Prozent der Unternehmen ein, das heißt jedes vierte Freizeit- und jedes achte Campingunternehmen.

Für die **Personalsuche** nutzt man im Allgemeinen mehrere Wege: meistens Anzeigen in der lokalen Presse (54 Prozent), Anfragen beim Arbeitsamt (50 Prozent) und Mundpropaganda (57 Prozent, unter den Freizeiteinrichtungen sogar 78 Prozent). Etwas seltener sind Eigenwerbung im Internet (25 Prozent, unter den Freizeitunternehmen 44 Prozent) und die Nutzung von Blindbewerbungen (27 Prozent, unter den Freizeiteinrichtungen

37 Prozent). Die Möglichkeit, über Aushänge neue Mitarbeiter zu suchen, nehmen nur wenige wahr (12 Prozent, unter den Freizeitunternehmen immerhin 26 Prozent).

Im Hinblick auf die Beschäftigungsmöglichkeiten nach der Ausbildung lassen sich aufgrund der Untersuchung einige Schlussfolgerungen ableiten. Da 83 Prozent der Befragten äußern, dass in der Regel nur bei Ersatzbedarf eingestellt werde und sie bei Neueinstellungen zur Zeit eher reserviert seien, bleibt offen, wie die Beschäftigungsmöglichkeit der in dem neuen Beruf ausgebildeten Absolventen sich gestalten wird. Daraus kann man schließen, dass zumindest der überwiegende Teil der Auszubildenden nach erfolgreich abgeschlossener Ausbildung in anderen Unternehmen der Camping- und Freizeiteinrichtungen oder in anderen Tourismusunternehmen eine Weiterbeschäftigung finden muss.

4. Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse

4.1 Teiluntersuchung „Reiseverkehrskaufmann/Reiseverkehrskauffrau“

Aus den Befragungen der Unternehmen im Bereich der Fachrichtung Touristik lässt sich schlussfolgern, dass die Ausbildungsordnung in den Unternehmen angenommen und umgesetzt wird. Die Differenzierung nach Fachrichtungen hat sich aus Sicht der meisten Reisebüros und Reiseveranstalter größtenteils bewährt. Die Unternehmen sind mit der Ausbildung ihrer Reiseverkehrskaufleute zufrieden. Dieses Urteil schließt die Anerkennung der eigenen Ausbildungsleistung ein. Dagegen erfährt die berufsschulische Ausbildungssituation eine überwiegend kritische Wertung. Ungenügende Technikausstattung und mangelnder Praxisbezug sind dominierende Beschwerden. Die Anerkennung der Berufsschule als dualer Partner gestaltet sich hier eher schwierig. Die Zufriedenheit mit der Ausbildung ist bei den Unternehmen des Kur- und Bäderwesens sowie des Fremdenverkehrs geringer als bei den Touristikern. Die Unternehmen der Fachrichtung Kuren und Fremdenverkehr bestreiten mehrheitlich die Bewährung der Differenzierung. Sie sehen ihre Interessen und ihre betrieblichen Anforderungen in der berufsschulischen Ausbildung nicht vertreten. Der Incoming-Tourismus wird im Urteil der kommunalen Tourismusunternehmen stiefmütterlich durch die Berufsschule behandelt. Vehemente Beschwerden richten sich gegen eine Benachteiligung und Verunsicherung der Auszubildenden der Fachrichtung Kuren und Fremdenverkehr im berufsschulischen Unterricht und in den Prüfungen. Ein Hauptgrund ist die fehlende Differenzierung der beiden Fachrichtungen Touristik und Kuren und Fremdenverkehr innerhalb der Berufsschule. Dass sich die Differenzierung in die beiden Fachrichtungen nach Aussage der Befragten nicht bewährt hat, stützt auch das folgende Ergebnis. So ist mehr als einem Drittel der Unternehmen laut Studie die Differenzierung des Reiseverkehrskaufmanns/der Reiseverkehrskauffrau nach den Fachrichtungen „Touristik“ bzw. „Kuren und Fremdenverkehr“ unbekannt. Aus der Perspektive der Berufsschule gestaltet sich selbstverständlich eine geeignete Differenzierung in zwei Fachrichtungen als problematisch, wenn nur ein bis zwei Auszubildende in einer Klasse aus Unternehmen dieser Fachrichtung kommen.

Auch auf die Frage der Weiterbildungsanforderungen an Mitarbeiter wurde gesondert eingegangen, da sich daraus Defizite in der Erstausbildung erkennen lassen. Weiterbildungsbedarf für Reiseverkehrskaufleute wird vorrangig in Anwendungskennntnissen der EDV und im flexiblen Umgang mit unterschiedlichen Buchungssystemen gesehen. Darüber hinaus zählen die Auffrischung von Zielgebietenkenntnissen, Fremdsprachen- und Verkaufstraining zu den am häufigsten genannten Themen für Weiterbildungen.

Innerhalb der Fachrichtung Touristik kritisieren Reiseveranstalter oftmals eine ungenügende Berücksichtigung ihrer speziellen Belange. Im Unterschied zu den klassischen Reisebüros, deren Schwerpunkt auf dem Verkauf von touristischen Leistungen liegt, beschäftigen sich Reiseveranstalter zusätzlich vornehmlich mit der Konzeption, Planung, Organisation, Durchführung und Kalkulation von Reisen. Weitere zentrale Ergebnisse der Untersuchung ergaben, dass eine Vermittlung von mehr branchenspezifischen Themen insbesondere von den Reiseveranstaltern gewünscht wird, wie z. B. Vertragsgestaltung mit Leistungsgebern oder die Durchführung von Veranstaltungen für die Reisebüros.

4.2 Teiluntersuchung „Kaufmann/Kauffrau für Tourismus und Freizeit“

Die Camping- und Freizeitunternehmen verfügen gegenwärtig über keinen bundesweit anerkannten eigenen Ausbildungsberuf, der eine Ausbildung im dualen System vorsieht. Aufgabe der Befragung war daher, zu eruieren, welche Aufgaben und Tätigkeiten in dieser Branche geleistet werden, wie ein Berufsbild unter dem Arbeitstitel „Kaufmann/-frau für Freizeit und Tourismus“ aussehen soll und inwieweit dieses auf eine Ausbildungsbeurteilung der Unternehmen stößt.

Aus den Befragungen von 59 Camping- und 31 Freizeitunternehmen kann die Schlussfolgerung gezogen werden, dass ein anerkannter Ausbildungsberuf für die Branche Interesse findet. Der Großteil der befragten Unternehmen wünscht hier einen gleichermaßen kaufmännisch wie gewerblich-technisch orientierten Beruf. Dagegen plädieren eher größere Unternehmen mit Ausbildungserfahrung für eine deutlich kaufmännische Prägung.

Explizit finden allgemeine kaufmännische Kenntnisse, Verkaufskennntnisse und Kennntnisse in der kaufmännischen Steuerung und Kontrolle für das neue Berufsbild sehr große Zustimmung, selbstverständlich auch PC- und Fremdsprachenkenntnisse. Allerdings denken bei der Vorstellung eines neuen Berufes für die Camping- und Freizeitwirtschaft viele Unternehmen auch an nicht-kaufmännische Themen, die in der Ausbildung abgedeckt sein sollten. Dies betrifft insbesondere die Verwaltung und Pflege von Einrichtungen (Natur-, Landschafts-, Gewässerkunde, Anlagen und Gerätetechnik) einschließlich des Sicherheitsmanagements. Diese Inhalte wünschen zu einem größeren Anteil die Campingeinrichtungen, in vielen größeren Freizeiteinrichtungen werden diese Aufgaben von unterschiedlichen Fachkräften geleistet. Von beiden Einrichtungen wird aber gleichermaßen die Vermittlung grundlegender kaufmännischer Kenntnisse als eine wesentliche Forderung formuliert. Allerdings gibt es außer kaufmännischen und gewerblich-technischen Qualifikationen noch eine dritte Säule im Profil, die als Dienstleistungsorien-

tierung verstanden werden kann. Übergreifende Bedeutung für die Unternehmen haben Kundenorientierung und Servicementalität. Aber auch andere Elemente haben einen ausgeprägten Servicecharakter: Dazu zählen die Organisation und Durchführung von Veranstaltungen, die Gästebetreuung (das Sorgen und sich kümmern um das Wohlbefinden des Gastes) sowie die Animation (das Anregen und Ermuntern, die Angebote der Einrichtung und der touristischen Leistungen des Ortes und der Region wahrzunehmen), in einem geringeren Anteil auch die Präsentation und Moderation (die Angebote attraktiv darzustellen, die Gäste bei Inanspruchnahme zu führen und zu begleiten).

Die Schwerpunkte der Aufgaben von Fachkräften in Camping- und Freizeiteinrichtungen liegen übereinstimmend in der Instandhaltung und Wartung der Anlagen. Bei den Campingeinrichtungen wird der Fokus dann auf Arbeiten an der Rezeption, die Reinigung und auf Verwaltungsarbeiten gelegt. In den Freizeiteinrichtungen erlangen neben den Verwaltungsarbeiten die Gastronomie, die Buchhaltung und das Marketing Bedeutung.

Aufgrund der erfragten Qualifikationserfordernisse handelt es sich bei dem neuen Beruf um einen kaufmännischen Beruf, der evtl. zusätzlich Kenntnisse im Bereich technischer Anlagen beinhaltet, soweit ein Kaufmann/eine Kauffrau diese bearbeiten kann. Die Vorstellung eines kaufmännisch-gewerblichen Hybridberufs ist hier zu hoch gegriffen. In den Interviews wurde vielfach darauf hingewiesen, dass die technischen Anlagen von Fachleuten betreut werden. Die Frage wird sein, inwieweit die einzelnen Unternehmen diese technischen Inhalte vermitteln können. Die Vermittlung sowohl von technischen als auch von kaufmännischen Qualifikationen hat somit Auswirkungen auf die Vermittlungstiefe einzelner Inhalte.

In einigen Einrichtungen der Freizeit- und Campingwirtschaft wird bereits ausgebildet, u. a. in den Berufen: Hotelfachmann/frau, Bürokaufmann/frau, Restaurantfachmann/frau, Veranstaltungsfachmann/frau, Sport- und Fitnesskaufmann/frau sowie in vielen gewerblich-technischen Ausbildungsberufen. Hier können möglicherweise durch den neuen Beruf Substitutionseffekte auftreten. Die meisten der befragten Unternehmen wollen ihre Ausbildungsplätze in den nächsten Jahren halten. Ein wesentlicher Punkt wird sein, inwieweit es gelingt, neue nicht ausbildende Unternehmen für diese Ausbildung zu gewinnen.

4.3 Überschneidungen und Unterschiede in Unternehmen des Kur- und Bäderwesens sowie des Fremdenverkehrs und in Freizeit- und Campingunternehmen

Weitere zentrale Thematik ist die Überschneidung bzw. auch die Unterschiede in den Aufgaben und Kenntnissen der Mitarbeiter in Unternehmen des Kur- und Bäderwesens sowie des Fremdenverkehrs und in Freizeit- und Campingeinrichtungen. Denn die Planungen eines neuen Ausbildungsberufes für die Tourismus- und Freizeitbranche sehen vor, auch die Inhalte der Fachrichtung Kuren und Fremdenverkehr, Teil des jetzigen Ausbildungsberufs Reiseverkehrskaufmann/ Reiseverkehrskauffrau, in den neuen Beruf zu integrieren.

Aufgaben und Tätigkeiten in Camping- und Freizeitunternehmen überschneiden sich in mancherlei Hinsicht mit jenen in kommunalen Tourismusunternehmen. Viele Unternehmen aus dem traditionellen Kur- und Fremdenverkehrsbereich haben in den letzten Jahren einen tief greifenden Wandel durchgemacht. Entstanden aus Vereinen, Fremdenverkehrsämtern und Kurverwaltungen sind sie heute in der Regel als Eigenbetriebe der Kommunen tätig und verfolgen ein breites Aufgabenspektrum. Die herkömmliche Zimmervermittlung, früher eine zentrale Aufgabe, ist in den Schatten von Werbung und Marketing getreten. Das Leistungsportfolio dieser neuen Tourismus- und Marketingunternehmen umfasst zusätzlich die Organisation und Durchführung von Veranstaltungen, Führungen, neue Freizeitprogramme und Messeauftritte sowie die Kooperation mit regionalen Partnern. Wahrgenommen wird damit der gesamte Incoming-Bereich.

Während der Outgoing-Tourismus (Reisebüros, Reiseveranstalter) seine Aufgabe darin sieht, eine Reise zu verkaufen, sind die Aufgaben im Incoming-Tourismus vielfältig und legen eine intensive und andauernde Kommunikation mit dem Kunden nahe. Daraus könnte die in einigen Ergebnissen zum Ausdruck kommende unterschiedliche Gewichtung von Kundenorientierung, Gästebetreuung und Animation durch Incoming- und Outgoing-Unternehmen zu erklären sein.

Berührungen und Überschneidungen in den Tätigkeiten und Aufgaben von Fachkräften in Camping- und Freizeitunternehmen und Unternehmen des Kur- und Bäderwesens sowie des Fremdenverkehrs betreffen: Kundenkontakt, Beraten und Informieren, allgemeine Büroarbeiten ebenso wie Verkaufstätigkeiten, Recherche- und Koordinationsarbeiten und Anwendung von Fremdsprachen. Häufig gehören auch Aufgaben im Marketing und in der Organisation und Durchführung von Veranstaltungen dazu, Moderation und Präsentation in einem geringeren Rahmen.

Enge Überschneidungen ergeben sich insbesondere im Tätigkeitsprofil der Fachkräfte vor allem aus der von den Unternehmen geforderten Dienstleistungs- und Serviceorientierung. Immer wieder nannten Unternehmen das Beschwerdemanagement als gegenwärtig wichtigste Herausforderung. Eine weitere zentrale Anforderung betrifft überfachliche Fähigkeiten wie z. B. die Flexibilität der Fachkräfte hinsichtlich der Übernahme unterschiedlicher Aufgaben und der Akzeptanz kundennaher Öffnungs- und damit Arbeitszeiten. Das gilt wieder sowohl für die Camping- und Freizeitbranche als auch für die weiteren Tourismusunternehmen.

Umweltgesichtspunkte – in zahlreichen Interviews an verschiedenen Stellen angesprochen – sind ein verbindendes Element. Insbesondere in den Camping- und Freizeitunternehmen haben Aspekte einer umweltgerechten Nutzung und der Schutz von Natur und Landschaft enorm an Bedeutung gewonnen. Einer der Gründe ist, dass diese Ressourcen als Kapital der Region und des lokalen Standortes erkannt wurden. Auch für kommunale Tourismusunternehmen spielen Umweltthemen und ihre Berücksichtigung in den täglichen Aufgaben ebenso wie in den langfristig verfolgten Zielen eine große Rolle.

Neben den vielen Überschneidungen und Gemeinsamkeiten gibt es auch eine Reihe von Unterschieden. Während vor allem in der Campingbranche, aber auch in der Freizeitwirtschaft, handwerkliches Geschick und Technikenkenntnisse (speziell Qualifikationen in der Wartung und Pflege von Einrichtungen) als wichtige Bestandteile im Anforderungsprofil der Fachkräfte gesehen werden, werden solche Elemente so gut wie gar nicht als wesentlich in der Arbeit von Fachkräften in Unternehmen des Kur- und Bäderwesens sowie des Fremdenverkehrs angesprochen. In der Darstellung dieser Tourismusunternehmen sind hingegen die Aufgaben im Bereich Werbung, Marketing und Veranstaltungsorganisation um ein Vielfaches umfangreicher. Werbung und Marketing beziehen sich hier auf eine gesamte Region. Jedoch auch bei den Camping- und Freizeiteinrichtungen wird neben dem eigenen Unternehmen und seiner Umgebung mehr und mehr auch die Region, z. B. auch im Internet, vorgestellt.

In der Camping- und Freizeitwirtschaft sind die Berufsbereiche aufgrund ihrer gewichtigen gewerblich-technischen Tätigkeitsfelder breiter gefächert als in den anderen Unternehmen der Tourismuswirtschaft, in denen kaufmännische Berufe wie Büro-, Veranstaltungs-, Werbekaufleute, Betriebswirte Touristik dominieren.

4.4 Allgemeine Aussagen für beide Ausbildungsberufe

Die Aufstiegsmöglichkeiten für Reiseverkehrskaufleute sind insbesondere in den Reisebüros begrenzt. Das gilt auch für die Aufstiegs- und Beschäftigungsmöglichkeiten der Kaufleute für Tourismus und Freizeit. Bei den meisten Camping- und Freizeiteinrichtungen handelt es sich überwiegend um private Unternehmen oder Familienbetriebe. Es wird zudem mit einer hohen Anzahl von Saisonkräften operiert. Um die Beschäftigungschancen zu erhöhen, sollten die Strukturkonzeptionen der Ausbildungsberufe so beschaffen sein, dass sie auf andere Bereiche der Branche übertragbar sind. Diese Schnittstelle könnte sowohl in der Vermittlung gemeinsamer kaufmännischer Qualifikationen als auch gemeinsamer touristischer Inhalte liegen. Weiterhin relevant für beide Berufsbilder sind Fremdsprachen, umfangreiche PC-Kenntnisse und eine ausgeprägte Kunden- und Dienstleistungsorientierung.

5. Wesentliche Ergebnisse des BIBB-Workshops mit Konsequenzen für das Neuordnungsverfahren

Zur Präsentation der BIBB-Studie „Qualifikationsentwicklung in der Tourismusbranche“ fand am 12. November 2003 ein gemeinsamer Workshop des BMWA und des BIBB statt. An diesem Workshop haben Vertreter/-innen unterschiedlicher Tourismus- und Freizeitorganisationen, Berufsschulen und weiterer berufsbildungsrelevanter Institutionen teilgenommen. Der Workshop diente dazu, mittels der Erkenntnisse der Studie die profilgebenden Merkmale des geplanten Berufs „Kaufmann/Kauffrau für Tourismus und Freizeit“ sowie den Überarbeitungsbedarf des Berufs „Reiseverkehrskaufmann/Reiseverkehrskauffrau“ festzustellen. Gleichzeitig sollte vor allem der Bereich „Kuren und Fremdenverkehr“ genauer definiert und seine Einbeziehung in den neuen Beruf diskutiert werden.

Die Ergebnisse des Workshops bzw. die zentralen Diskussionspunkte werden im Folgenden kurz dargestellt:

- ## Bei dem neuen Ausbildungsberuf Kaufmann/Kauffrau für Tourismus und Freizeit soll die Umsetzung nicht die Vermittlung eines touristischen Konzeptes wie bei den Reiseverkehrskaufleuten im Vordergrund stehen.
- ## Die Berufsbezeichnung des neuen Berufs muss mit Blick auf die Bezeichnung Tourismus nochmals überdacht werden, auch um dem Bereich Kuren und Fremdenverkehr - z. B. als Gesundheitstourismus- gerecht zu werden. Es bestand bei den Teilnehmern keine Einigkeit hinsichtlich der eindeutigen Abgrenzung/Definition von Touristik und Tourismus. Unter Tourismus werden gemäß neuerer Terminologie alle touristischen Aktivitäten unter einem Dach zusammengefasst. Dieser Definition liegt ein Verständnis von Tourismus zugrunde, bei dem nicht nur der private Urlaubs- und Wochenendreiseverkehr unter den Begriff Tourismus subsumiert ist, sondern auch der gesamte Geschäftsreiseverkehr. Ein Teilnehmer des Workshops aus der Tourismusbranche machte den Vorschlag, eine Unterteilung in Businessstravel und Privat-tourismus vorzunehmen. Der neue Ausbildungsberuf fokussiert auf den Inlandstourismus bzw. den Tourismus in spezifischen Regionen und umfasst weniger den Internationalen Tourismus. Um keine falschen Vorstellungen von diesem Ausbildungsberuf zu erzeugen, sollte in der Implementierungsphase des neuen Berufes ausdrücklich auf den Inlandsbezug aufmerksam gemacht werden.

Exkurs: Die heute verwendeten Tourismusdefinitionen wurden nach der von der World Tourism Organisation (WTO) mit vorbereiteten „International conference on International Travel and Tourism“ 1991 in Ottawa von der Statistischen Kommission der Vereinten Nationen und der WTO unter dem Titel „Recommendations on Tourism Statistics“ 1994 veröffentlicht. Im Gegensatz zu den bis dahin verwendeten Begriffen beschränken sich diese Empfehlungen nicht auf den internationalen Tourismus, sondern beziehen den Inlandstourismus zum ersten Mal explizit mit ein.¹⁶

Eng mit dem Auslandstourismus (outgoing) ist der Begriff „Reiseverkehr“ verbunden, obwohl er weitgehend unspezifisch ist. Er umfasst jedes Verlassen des eigentlichen bzw. ursprünglichen Wohnortes. Damit gehört der Umzug von einem Ort in einen anderen ebenso dazu wie das Auswandern oder die Flucht.

¹⁶ Vgl. Mundt, 2001, S. 5 ff.

In Bezug auf die Verwendung der Begriffe „Tourismus“ und „Fremdenverkehr“ gibt es verschiedene Ansätze. Teilweise werden sie als Synonyme verwendet, häufig aber auch als zwei entgegengesetzte Begriffe zur Kennzeichnung verschiedener Sichtweisen der zeitlich begrenzten räumlichen Mobilität. Der Gebrauch des Begriffs „Fremdenverkehr“ wird in Deutschland vor allem auf die Aufnahme von Gästen in Städten und Gemeinden (incoming) bezogen. Aus der Sichtweise der Bürger sind es vor allem Fremde, die ihre Orte besuchen. Im Gegensatz dazu versteht man unter „Tourismus“ dann das zeitweilige Verlassen des Wohnortes für eine - meist in das Ausland gehende - Reise (outbound).

Es gibt somit deutlich einen Vorzug des Begriffes „Tourismus“, wenn man von der Vorstellung ausgeht, dass es sich um das zeitweilige Verlassen der gewohnten Umwelt handelt, bei der die Rückkehr an den Ausgangspunkt von vornherein feststeht und ohne deren Gewissheit man die Reise gar nicht erst angetreten hätte. Damit fasst man unter dem Oberbegriff Tourismus alle Reisen, unabhängig von ihren Zielen und Zwecken, zusammen, die den zeitweisen Aufenthalt an einem anderen als den Wohnort einschließen und bei denen die Rückfahrt Bestandteil der Reise ist. Die Verwendung des Begriffs Tourismus hat gleichzeitig den Vorzug, dass er zumindest in den meisten europäischen Sprachen ebenfalls verwendet wird. Diese weite Definition von Tourismus als Oberbegriff umfasst die verschiedensten Reisen. Geschäftsreisen gehören ebenso dazu wie der Besuch von Freunden und Verwandten, der Urlaub auf einer einsamen Insel, das Trekking im Hochgebirge, eine Studienreise durch Oberägypten und der Besuch einer abendlichen Kulturveranstaltung in einer weit vom Wohnort entfernten Stadt, die eine Übernachtung einschließt.

Der Begriff „Touristik“ hingegen bezeichnet die Untermenge des Wirtschaftsbereiches Tourismus, der durch Reiseveranstalter und Reisebüros gebildet wird.

≠ Die Herauslösung der Inhalte der Fachrichtung „Kuren und Fremdenverkehr“ aus dem „Reiseverkehrskaufmann/Reiseverkehrskauffrau“ wird auch von der Vertreterin des Deutschen Heil- und Bäderverbandes unterstützt. Eine Umstrukturierung der Ausbildung in diesen Bereichen ist vor allem vor dem Hintergrund der zunehmenden Privatisierung im Kur- und Bäderwesen, der verstärkt auch den Bereich Wellness umfasst, sinnvoll und erforderlich.

≠ In Hamburg existiert bereits eine Kammerregelung „Assistent/in in der Freizeitwirtschaft“, deren Inhalte für das Neuordnungsverfahren hinzugezogen werden sollen. Die Beschulung stellt kein Problem dar; die erforderlichen Spezialisierungen erfolgen in Praktika. Nach Inkrafttreten des neuen Berufs würde diese Regelung wohl auslaufen.

- ≠# Die Herauslösung der Fachrichtung „Kuren und Fremdenverkehr“ aus dem Ausbildungsberuf Reiseverkehrskaufmann soll die Vermittlung reiner Touristikinhalte ermöglichen. Das Gros der ca. 16.000 Reisebüros beschäftigt sich nur mit Touristik, also Reisevermittlung, und übt nur zu ca. 5 % Veranstaltertätigkeiten aus. Bei Veranstaltern hingegen sei die Reisevermittlung kaum zu finden. Das größte Problem bei einer Neuordnung bliebe somit der Bereich „Beförderung“, d. h. Bahn und Flug mit der damit verbundenen Lizenzen- bzw. Buchungsproblematik sowie der einseitigen Ausrichtung der Ausbildung.
- ≠# Die sich aus der Studie ergebenden Anregungen und Wünsche der Befragten sollen bei der Neuordnung geprüft werden. Das betrifft z. B. auch die Inhalte aus der Teiluntersuchung der Reiseverkehrskaufleute bezüglich der Weiterbildungsmaßnahmen (s.o.), hier insbesondere den Umgang mit dem Internet (z. B. auch anwenderorientierter Input für Homepages) und die Nutzung von Medien. Diese sollen bei der Erstausbildung mehr Berücksichtigung finden.
- ≠# Einvernehmen besteht darin, dass der neue Beruf „Kaufmann/Kauffrau für Tourismus und Freizeit“ sowie der zu modernisierende Beruf „Reiseverkehrskaufmann/Reiseverkehrskauffrau“ zwei gleichwertige Berufe für die Tourismusbranche sein sollen.
- ≠# Im Zusammenhang mit der Frage des Umfangs an technischem Können/Wissen, definiert eine Vertreterin aus dem Bereich des Kur- und Bäderwesens das Niveau diesbezüglicher Fertigkeiten und Kenntnisse dahingehend, dass die operative Durchführung der technischen Anlagen sichergestellt werden müsse, nicht aber die Reparatur selbst Gegenstand der Ausbildung sei.
- ≠# Bei beiden Neuordnungsverfahren soll geprüft werden, ob gemeinsame touristische Inhalte entwickelt werden können. Darüber hinaus soll in der Erstausbildung auch der Grundstein für die Anknüpfung an die Tourismusfachwirtfortbildung gelegt werden.

Literaturverzeichnis

Abicht, Lothar; Freikamp, Henriette; Preuss, Barbara: Qualifikationsentwicklung im Tourismus. Branchenbericht zum Projekt Trendqualifikationen als Basis zur Früherkennung von Qualifikationsentwicklungen. Studie des isw Halle-Leipzig e.V. gefördert vom Bundesministerium für Bildung und Forschung. Halle und München 2002.

Bastian, Harald; Born, Karl (Hg.): Der integrierte Touristikkonzern. Strategien, Erfolgsfaktoren und Aufgaben. München und Wien 2004.

BIBB/IAB-Erhebung 1998/99: Zusammenhang zwischen beruflicher Ausbildung und Qualifikationsverwertung am Arbeitsplatz.

Bundesinstitut für Berufsbildung. Der Generalsekretär (Hg.): Tourismus auf dem Land. Entwicklungen und Herausforderungen. Auskünfte über die modellhafte Erprobung von Weiterbildungskonzepten im ländlichen Tourismus. Wissenschaftliches Diskussionspapier, Heft 27. Berlin 1997.

Bundesinstitut für Berufsbildung. Der Generalsekretär (Hg.): Strukturen der Qualifizierung und Beschäftigung im Sport. Dokumentation einer Expertenrunde zu Stand und Entwicklung der beruflichen Bildung im Sport. Wissenschaftliches Diskussionspapier, Heft 26. Berlin 1997.

De la Motte, Günter: Reiseverkehr. Wirtschaftslehre der Tourismusbetriebe. Darmstadt 2003.

Donhauser, Anneliese: Trendbranche Tourismus. Ausbildung und Studium in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Nürnberg 2004.

Gewald, Stefan (Hg.): Handbuch des Touristik- und Hotelmanagement. München und Wien 2000.

Hahn, Heinz; Kagelmann, H. Jürgen (Hg.): Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie. Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft. München 1993.

Hammer, Gerlinde: EQUIB (Entwicklungsplanung Qualifikation im Land Bremen). Regionales Monitoring-System Qualifikationsentwicklung. Monitoring-Bericht 2003/2:

Tourismus. Qualifikationsbedarfe für einen erfolgreichen Städtetourismus im Lande Bremen. Institut Arbeit und Wirtschaft. Universität/Arbeitnehmerkammer Bremen. Bremen 2003.

Koch, Alfred et al.: Wirtschaftsfaktor Tourismus. Die binnen- und außenwirtschaftliche Bedeutung des Reiseverkehrs der Deutschen unter besonderer Berücksichtigung der Reiseveranstalter- und Reisemittlerbranche. DWIF und Deutscher Reisebüroverband (DRV). München und Frankfurt am Main 1989.

Mundt, Jörn W.: Einführung in den Tourismus. Oldenburg 2001.

Pompl, Wilhelm: Touristikmanagement 2. Qualitäts-, Produkt-, Preismanagement. Berlin/Heidelberg/New York 1996.

Roth, Peter; Schrand, Axel: Touristikmarketing. Reiseveranstalter/ Verkehrsträger/Tourismusdestinationen. München 2003.

Wenzel, Ursula; Freyer, Walter; Tödter, Norbert: Karrierewege von Fachkräften der Reisebranche. Ergebnisse des Forschungsprojektes „Berufsverläufe von Fachkräften in der Reisebranche. Wie haben Reiseverkehrskaufleute Berufserfahrung und Fortbildung nach ihrer Ausbildung verbunden?“. Bundesinstitut für Berufsbildung. Der Generalsekretär (Hg.). Wissenschaftliche Diskussionspapiere., Heft 39. Berlin 1998.

Willy Scharnow-Institut für Tourismus: Fort- und Weiterbildungsangebote in der Touristikbranche. Freie Universität Berlin. Frankfurt am Main 1999.

Winde, Mathias A.: Wirtschaftsfaktor Freizeit. Typologie, Beschäftigung, Qualifikation. In: Beiträge zur Gesellschafts- und Bildungspolitik. Institut der deutschen Wirtschaft Köln. Heft 4. 2002

Statistisches Bundesamt: Wirtschaft und Statistik. Inlandstourismus 2003: Stabilisierung trotz ungünstiger Rahmenbedingungen. Heft 4. S. 422-433. Frankfurt am Main 2004.

Statistisches Bundesamt: Wirtschaft und Statistik. Entwicklung im Gastgewerbe im Jahr 2003. Heft 3. S. 315-322. Frankfurt am Main 2004.

Artikel:

Modellversuch Maritim. Sicherung des Fachkräftebedarfs im Servicebereich der maritimen Freizeittechnik durch Nutzung der Flexibilitätsspielräume in der Aus- und Weiterbildung. In: Aktuelle Informationen aus der Modellversuchspraxis. Infoblatt 1/2004. Bundesministerium für Bildung und Forschung.

„Reisen mit Multi-Channel-Strategie.“ In: Bonner Rundschau. 21./22.06.2003.

“Sorgen vergessen. Unternehmen Freizeitparks.“ In: Wirtschaftswoche. Heft Nr. 20. 8.5.2003, S. 60-62.

„Wo sind die Jobs?“ In: fvw International. Zeitschrift für die Tourismuswirtschaft. Heft 18. 1. August 2003.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Tourismusintensität in den Bundesländer	6
Abbildung 2: Neuabschlüsse im Vergleich, 1997 - 2003.....	13
Abbildung 3: Prüfungsteilnehmer in den Fachrichtungen 2002	14
Abbildung 4: Entwicklung der Ausbildungsverhältnisse bei den Reiseverkehrskaufleuten, 1996 – 2003.....	25
Abbildung 5: "Der Boom ist vorbei"	27
Abbildung 6: Von der Diskussion um das neue Berufsbild gehört/gelesen? (in absolut)	40
Abbildung 7: Einschätzung der Qualifikationsanteile (in Prozent).....	44
Abbildung 8: Die Anzahl der Beschäftigten (Stammmannschaft) nach Unternehmensart	45
Abbildung 9: Öffnungszeiten im Jahr (absolute Zahlen)	48

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Welche Aufgaben nehmen Reiseverkehrskaufleute schwerpunktmäßig wahr? (Mehrfachnennungen).....	17
Tabelle 2: In Reisebüros bzw. bei Reiseveranstaltern tätige Reiseverkehrskaufleute (FR Touristik).....	19
Tabelle 3: Im Bereich Kuren und Fremdenverkehr tätige Reiseverkehrskaufleute (FR Kuren und Fremdenverkehr).....	19
Tabelle 4: Zunehmend bedeutsame Aufgaben im Tourismus	21
Tabelle 5: In welchem Bereich sollen sich Reiseverkehrskaufleute weiterbilden?	22
Tabelle 6: Wichtige Aspekte bei Bewerbungen im Bereich der Reiseverkehrskaufleute.....	24
Tabelle 7: Die größten deutschen Ferienparks.....	32
Tabelle 8: Welche Aufgaben nehmen Fachkräfte schwerpunktmäßig wahr?	34
Tabelle 9: Wie häufig kommen Tätigkeiten in der Arbeit von Fachkräften vor?	36
Tabelle 10: Welche überfachlichen Fähigkeiten kommen in der Arbeit von Fachkräften vor?	39
Tabelle 11: Wichtig für das Berufsbild	41
Tabelle 12: Welche Aspekte sind bei der Bewerbung im kaufmännischen Bereich wichtig?	42
Tabelle 13: Auszubildende im Unternehmen	46
Tabelle 14: Auszubildende im Unternehmen/ Anzahl der Beschäftigten	47
Tabelle 15: Bereitschaft des Unternehmens, selbst auszubilden?	50
Tabelle 16: Bedarf des Unternehmens, in diesem Berufsbild Ausgebildete zu beschäftigen?.....	51
Tabelle 17: Voraussetzungen für eine Ausbildung	52
Tabelle 18: Neueinstellung als Ersatz oder zusätzlich?.....	53

Abstract

Stand und Entwicklung sowie Bedarf für einen neuen Ausbildungsberuf in der Tourismus- und Freizeitbranche sind die Themen einer im Jahr 2003 durchgeführten Untersuchung des Bundesinstituts für Berufsbildung. Im Mittelpunkt der Untersuchung stehen der klassische duale Ausbildungsberuf Reiseverkehrskaufmann / Reiseverkehrskauffrau und der neue Ausbildungsberuf Kaufmann / Kauffrau für Tourismus und Freizeit, in dem ab August 2005 ausgebildet werden kann.

The state and development of and the need for a new training occupation in the tourism and leisure sector are the topics of a study conducted by the Federal Institute for Vocational Education and Training in 2003. The survey focuses on the classical dual training occupation of travel agent and the new training occupation of tourism and leisure agent, for which training will start in August 2005.