



Interview mit Frau Mag. Maria Aigner, Referentin in der Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft der Wirtschaftskammer Österreich. Zu den Aufgabenbereichen von Frau Mag. Aigner zählen unter anderem die Bereiche Bildungspolitik - inklusive Lehrlingswesen, Berufsbilder und berufsbildende mittlere und höhere Schulen - sowie der Bereich Öffentlichkeitsarbeit.

Redaktion: Frau Mag. Aigner, wie hat sich der Arbeitsmarkt im Tourismus-bereich in den letzten Jahren entwickelt? Welche wesentlichen Änderungen hat es gegeben?

Maria Aigner: Der touristische Arbeitsmarkt hängt mit sehr vielen Faktoren zusammen. So zB mit der internationalen und nationalen Entwicklung (Irak-Krieg, SARS, schwache Weltwirtschaft, EU-Erweiterung, usw.), mit Trends und Szenarien und kann daher nicht davon abgehoben betrachtet werden. Trotz internationaler Krisen und rückläufiger Konjunkturdaten konnte die österreichische Tourismuswirtschaft in den vergangenen Jahren weiterhin zulegen. So verzeichnete Österreich im Jahr 2004 28,4 Millionen Ankünfte und 117,2 Millionen Nächtigungen. Daraus resultierten Gesamteinnahmen von 28,24 Milliarden Euro, was im Vergleich zu 2003 ein Plus von 2,7 % (Gesamtwirtschaft +2,2 %) bedeutet.

Ja sogar der heurige Juli, der schon vorzeitig als schlecht abgestempelt wurde, schnitt besser ab, als der schon hervorragende Juli 2004. So nahm die Anzahl der Gästeankünfte im Juli 2005 um 3,8 % auf 3,3 Millionen zu. Mit rund 13,7 Millionen Übernachtungen kommt der heurige Juli auf ein Plus von 1,4 % gegenüber dem Juli 2004. Auch die bisherige Sommerbilanz ist positiv. Mit rund 28,2 Millionen Übernachtungen (-0,2 %) und 7,7 Millionen Ankünften (+1,6 %) bewegt sich der Sommer 2005 auf Vorjahresniveau.

Der Tourismus ist auch ein wichtiger Exportfaktor. So betragen 2004 die Reiseverkehrseinnahmen ca. 15 Milliarden Euro, was fast 40 % der gesamten

Dienstleistungsexporterlöse und 12 % der gesamten Exporterlöse sind.

Aber auch die Trends müssen analysiert werden. Es besteht ein klarer Trend zum Kurzurlaub (durchschnittliche Aufenthaltsdauer 4,1 Tage) und „Kürzest-Reise“ sowie zu kurzfristigen Buchungen und Last-Minute-Angeboten. Der Kultur- und Städteurlaub steigt: 15 % aller Gäste in Österreich kommen aus kulturellen Motiven (Ausgaben Kultur-Urlauber 146 Euro/Tag, Erholungsurlauber 122 Euro/Tag). 16 % der Nächtigungen und 29 Prozent der Ankünfte entfallen auf den Tourismus in österreichischen Städten mit mindestens 10.000 Einwohnern.

In den letzten Jahren hat sich das Wellbeing als neue Strategie entwickelt: Der Gesundheitstourismus ist ein Segment, das nicht zuletzt auf Grund der demographischen Entwicklung in Österreich, aber auch europa- und weltweit (alternde Gesellschaft!), weiterhin Wachstumspotentiale gerade für den österreichischen Tourismus insgesamt, aber auch den Tourismus in den österreichischen Alpen hat. Mit dem Gesundheitstourismus als zusätzliches Angebotssegment zum Kurtourismus kann auch die Entwicklung in Richtung Ganzjahrestourismus und damit Ganzjahresbeschäftigung gefördert werden.

Mit diesen Trends hängen auch kundenorientierte Angebote auf allen Qualitätsebenen zusammen. Der überproportionale Anteil der 4- und 5-Sterne-Hotellerie sowohl an Nächtigungs- als auch an Wertschöpfungszuwachs zeigen die Richtigkeit der Qualitätsstrategie. Bei den 4- und 5-Sterne-Hotels legte die Zahl der Nächtigungen im Jahr 2003 um 2,6 % zu. Weniger komfortable Häuser (1- und 2-Sterne) verzeichneten hingegen einen Rückgang von 3,5 %, die

Hotels der Mittelklasse (3 Sterne) ein Minus von 0,3 %. Aber auch die Low-Cost-Carrier und die Diskontmentalität - Schlagworte wie „Billig ist in“ oder „Geiz ist geil“ - beeinflussen immer mehr die gesamte Tourismusbranche. Auf diese neuen Ansprüche muss reagiert werden - zB durch Qualitätsgütesiegel, Wellnessgütesiegel, Hotelklassifizierung, aber auch Schulungsmaßnahmen und Beratungskonzepte sind Beiträge, um das Qualitätsbewusstsein in den Betrieben noch weiter zu verbessern.

Und noch eine weitere Entwicklung ist festzustellen: Die Bedeutung der Gäste aus Deutschland geht zugunsten einer größeren Herkunftsverteilung zurück. Damit orientiert sich die Tourismuswirtschaft immer mehr auf einen zukünftigen osteuropäischen Gästemarkt aber auch neue Hoffnungsmärkte, wie etwa China und Indien, bringen neue Chancen. 2020 sollen immerhin 100 Mio. Chinesen ins Ausland reisen.

Vor diesen Entwicklungen muss man sich nun den Arbeitsmarkt genauer ansehen - und man stellt fest, der Tourismus ist - nicht zuletzt aufgrund der steigenden Nächtigungszahlen und der steigenden Bedürfnisse der Gäste - der Arbeitsplatzmotor in Österreich schlechthin. Spricht man in Österreich über den touristischen Arbeitsmarkt, meint man im Allgemeinen die Gastronomie und die Hotellerie, also das Gastgewerbe. Der gastgewerbliche Arbeitsmarkt ist ein stetig wachsender Arbeitsmarkt. Der durchschnittliche Beschäftigungsstand lag im Jahr 2004 mit zirka 159.000 Mitarbeitern um 2.550 höher als im Vorjahr und um mehr als 6.000 höher als im Jahr 2002. In den letzten 5 Jahren wurden mehr als 12.000 neue Arbeitsplätze geschaffen (Steigerung von 147.000 auf 159.000). Die Beschäftigung im Gastgewerbe wächst jährlich um 1,5 - 2 % bei einem gesamtwirtschaftlichen Beschäftigungswachstum von 0,5 %. Noch nie waren so viele Menschen im Beherbergungs- und Gaststättenwesen beschäftigt wie heute. Im Juli 2005 konnten wir absolute Rekordzahlen schreiben: im Gastgewerbe waren zu diesem Zeitpunkt 181.880 Personen beschäftigt. Im Vergleich zum

Juli des Vorjahres sind das um 4.914 Beschäftigungsverhältnisse mehr. Dies entspricht einer Steigerung von 2,78 %. In der Gesamtwirtschaft ist die Beschäftigung im selben Zeitraum nur um 0,99 % gestiegen. Somit ist im Tourismus in diesem Jahr die Steigerungsrate beinahe dreimal so hoch wie in der gesamten Wirtschaft. Natürlich darf nicht vergessen werden, dass der Tourismus in Österreich ein vorwiegend saisonales Geschäft ist. In den Saisonspitzen erhöht sich die Anzahl der Beschäftigungsverhältnisse jeweils um bis zu 43.000 auf etwa 177.000 (Juli 2004) bzw. 175.576 (Jänner 2005). Die Abdeckung saisonaler Spitzen ist auch in anderen Branchen - zB in der Industrie - nötig und schafft zusätzlich Beschäftigungsmöglichkeiten. Zusätzlich zu den regulären Arbeitsverhältnissen steigt die Anzahl der geringfügigen Beschäftigungsverhältnisse immer stärker und erreichte im Februar 2005 einen Stand von 24.259. (+ 8,61 % zum Vorjahr).

In einer WIFO-Studie wird bis 2010 im Gastgewerbe ein jährlicher Zuwachs von einem Prozent oder 1.500 Beschäftigten prognostiziert. Der Beschäftigungsstand erreicht im Jahr 2010 somit rund 165.000 Personen. Das Arbeitskräfteangebot, das sind Arbeitskräfte und Arbeitslose zusammen, geht hingegen von 184.000 im Jahr 2001 auf 182.500 im Jahr 2010 zurück.

Der Tourismus umfasst jedoch viel mehr als „nur“ das Gastgewerbe. Die Besonderheit des Tourismus liegt ja in der großen Heterogenität dieses Wirtschaftszweiges. Es zählen nicht nur Beherbergungsbetriebe und Gastronomie dazu, sondern auch Reiseveranstalter und Reisebüros, Sport- und Freizeitparks, Transportunternehmen, Museen und andere Kultureinrichtungen, Teile des Einzelhandels, um nur einige wenige zu nennen. Es gibt in Österreich überhaupt nur wenige Wirtschaftszweige, die nicht zumindest indirekt vom Tourismus profitieren. Laut OECD sind in Österreich 586.000 Personen (13,9 %) direkt oder indirekt vom Tourismus abhängig. Die Jobaussichten in der Tourismusbranche sind also nicht nur aufgrund der Standortgebundenheit der Betriebe sehr

gut. Die Tourismuswirtschaft hat wie kaum ein anderer Wirtschaftszweig in den vergangenen Jahren und Jahrzehnten eine starke Aufwärtsentwicklung genommen und zählt zu den Zukunftsbranchen mit besonderen Wachstumserwartungen. Was die Tourismusbranche auch noch bietet, sind sehr gute Karrierechancen besonders für Jungunternehmer - zB durch eine Betriebsübernahme.

Aber auch in der Lehrlingsstatistik hält der Tourismus seit Jahren seinen Spitzenplatz. Hatten wir im Tourismus im Jahr 2003 13.330 Lehrlinge (+3,2 % oder 412 Lehrlinge) so stieg die Zahl der Jugendlichen, die einen Lehrberuf im Tourismus ergriffen um 418 auf 13.748 (+3,1 %) an und stellte damit im vergangenen Jahr erstmalig das bisherige Rekordjahr 1999 (13.515 Lehrlinge) ein. Somit ist der Tourismus eine der wichtigsten Ausbildungsbranchen innerhalb der gesamten Wirtschaft: 11,6 % aller Lehrlinge werden im Tourismus ausgebildet. Trotz stetig steigender Lehrlingszahlen gibt es im Tourismus jedoch einen Überhang an offenen Lehrstellen. Zum Stichtag 1. Juni 2005 waren beim AMS Österreich 1.921 offene Lehrstellen (va. Hotel- und Gastgewerbeassistenten, Restaurantfachleute und Köche/Köchinnen) im Tourismus gemeldet. 873 davon waren sofort verfügbar. Die übrigen 1.048 stehen im Laufe der nächsten Wochen und Monate zur Verfügung.

Redaktion: Wie haben sich diese Änderungen auf die Qualifikationen ausgewirkt? Welche Qualifikationen sind derzeit besonders wichtig? Was müssen künftige Arbeitnehmer im Tourismusbereich mitbringen?

Maria Aigner: Die Aus- und Weiterbildung wird im Tourismus immer wichtiger werden - vor allem deshalb, weil auch der Kunde vermehrt nach gebildeten Fachkräften im Tourismus verlangt. Aber auch unsere Arbeitskräfte im Tourismus müssen sich mehr und mehr auf die besonderen Bedürfnisse der Gäste aus aller Welt einstellen. Gerade der Umgang mit Menschen aus den verschiedensten

Ländern und Kulturkreisen der Welt erfordert ein hohes Einfühlungsvermögen. Damit steigen auch die Qualifikationsanforderungen an unsere Arbeitskräfte, was wiederum neue Herausforderungen und Qualitätssteigerung in der Aus- und Weiterbildung bedeutet. So wird zB die Weiterbildung insbesondere älterer Arbeitskräfte (über 39jährige) in Zukunft immer wichtiger. Die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter sowie der Unternehmer selbst ist generell einer der wichtigsten Einflussfaktoren auf die touristische Wettbewerbsfähigkeit Österreichs. Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter hat für das Unternehmen Investitionscharakter in die Zukunft. Gleichzeitig ist ständige individuelle Weiterbildung in den verschiedensten Bereichen (Fremdsprachen - natürlich Englisch aber in zunehmendem Maße Ostsprachen -, Verkauf, Marketing, Management,...) neben Auslandserfahrung das Wichtigste, um in dieser Branche Karriere zu machen. Nationale und internationale Praxiserfahrungen sind gerade in der Tourismusbranche von hoher Bedeutung. Je mehr Erfahrungen im In- und Ausland und in den verschiedenen Bereichen (Stadthotel, Restaurant, Club, Schiff, Saisonbetrieb,...) gesammelt werden, desto interessanter ist der Bewerber/die Bewerberin für den Arbeitgeber und sein Unternehmen und desto höher sind die Karrierechancen. Durch Auslandsaufenthalte kann man sich darüber hinaus auch hervorragende Fremdsprachenkenntnisse aneignen, die mit der zunehmenden Internationalisierung immer wichtiger werden. Dies erfordert natürlich Eigeninitiative, die Bereitschaft zur Weiterbildung und zu hohem Einsatz, Flexibilität und Mobilität. Touristische Fachkräfte mit einer rot-weiß-roten Ausbildung sind in der ganzen Welt gefragt und Beispiele von Lehrlingen, die es bis zum Hoteldirektor oder Restaurantbesitzer gebracht haben, existieren nicht nur im Bilderbuch!

Neben diesen Qualifikationen sind es aber nach wie vor die so genannten „soft skills“, die im täglichen Umgang mit dem Gast zum Einsatz kommen. Eigenschaften wie soziale und emotionale Intelligenz, die Kompetenz der Gastlichkeit, Zeitmanagement, Organisation, hohe

Einsatzbereitschaft und Belastbarkeit, Kreativität, Kompetenz, Kraft, Kundennähe und Kontaktfreudigkeit, Einfühlungsvermögen, Charme und die Fähigkeit der Kommunikation und Flexibilität sind Voraussetzung, möchte man im Tourismus tätig sein.

Der Tourismus bietet demnach große Chancen für flexible Menschen mit hoher Mobilität. Dies birgt wiederum eines der größten Probleme auf dem touristischen Arbeitsmarkt in sich: Für unflexiblere Menschen mit Anpassungsproblemen kann dies durchaus ein Grund sein, sich gegen den Tourismus als Arbeitsplatz zu entscheiden und in eine andere Branche zu wechseln.

Ein weiterer wesentlicher Faktor ist Teamarbeit und Kooperation nach innen und außen. Sowohl die Mitarbeiter als auch die Unternehmer untereinander müssen koordiniertes Handeln verstärken und neue Konzepte entwickeln, um so effizienter und damit wirtschaftlicher arbeiten zu können.

Redaktion: Wie wird sich der Arbeitsmarkt im Tourismusbereich künftig entwickelt: Was sind die großen Herausforderungen? Wie werden sich diese Entwicklungen auf die Qualifikationsanforderungen auswirken?

Österreichs Tourismus lebt von seiner hohen Dienstleistungsqualität. Um den ausgezeichneten Ruf der Servicequalität der heimischen Tourismusbetriebe aufrecht zu erhalten, brauchen wir ausreichend Arbeitskräfte auf allen Qualifikationsebenen - von der Hilfskraft über den Lehrling bis hin zu Fachkräften, Absolventen von Tourismusschulen und Mitarbeitern mit akademischer Ausbildung für Managementpositionen. Es werden aber zunehmend ausgebildete Fachkräfte und Personen mit höherem Bildungsabschluss in touristischen Berufen benötigt. Denn erfolgreich sind wir nur dann, wenn wir uns um unsere Gäste perfekt kümmern können. Daher spielt die Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeiter sowie unserer Unternehmer eine zentrale Rolle. Zum einen betrifft dies die Aufwertung der dualen

Ausbildung, die Modernisierung der Berufsbilder in Richtung Verkauf, Information und Kommunikation, aber auch das Anbieten touristisch orientierter Ergänzungsmodule an berufsbildenden mittleren und höheren Schulen sowie die Unternehmers- und Weiterbildung (Stichwort lebenslanges Lernen).

Natürlich geht es verstärkt vor allem darum, attraktive Arbeitsplätze für Inländer durch Ganzjahresorientierung und Flexibilisierung der Arbeitszeiten zu schaffen. Dies kann einerseits durch die Erschließung neuer Märkte mit hohen Wachstumsraten sowie von Kundensegmenten aus Ländern mit anderen klimatischen und jahreszeitlichen Gegebenheiten erreicht werden. Andererseits müssen saisonunabhängigen Zusatzangeboten (Destinationen, authentische Freizeit- und Themenparks, Wellness, Kultur und Unterhaltung) in die touristischen Kernbereiche integriert werden. Im Tourismusmarketing wird ein Schwerpunkt in der Internationalisierung der Quellmärkte liegen - beispielsweise könnte das Jännerloch durch russische Touristen gefüllt werden. Es müssen auch die Anreize gesteigert werden, in der Nebensaison auf Urlaub zu fahren. Damit in Zusammenhang stehen die Forcierung neuer jahreszeitunabhängiger Dienstleistungsangebote sowie die Entzerrung der Ferienordnung.

Dennoch - der österreichische Tourismus ist und bleibt ein saisonales Geschäft. Daher ist nicht zuletzt die Abdeckung der Saisonspitzen sowohl mit inländischen Arbeitskräften als auch mit Saisonarbeitern eine weitere Herausforderung, damit wir auch zu den Hochsaisonmonaten für den Gast gute Qualität bieten können. Somit wird die Erhöhung der Saisonkontingente aus den neuen EU-Mitgliedern ein zentrales Thema am touristischen Arbeitsmarkt bleiben.