



Hochschule Kempten
University of Applied Sciences

Hochschule Kempten Postfach 1680 D - 87406 Kempten (Allgäu)

Deutscher Bundestag
Ausschuss für Tourismus
Herrn Klaus Brähmig, MdB
Platz der Republik 1

11011 Berlin

Deutscher Bundestag
Ausschuss f. Tourismus

Ausschussdrucksache
17(20)38e

Ihr Zeichen/Ihre Nachricht vom

Unser Zeichen/Unsere Nachricht vom

Datum
29. Feb. 2012

Sehr geehrter Herr Brähmig,

bezugnehmend auf Ihr Schreiben vom 19.1.2012 mit Einladung zur Anhörung

„Tourismus und Wissenschaft – Ausbildung, Forschung, Wissenstransfer“

sende ich Ihnen vorab meine Stellungnahme zu.

Gern stehe ich auch außerhalb der Anhörung für Fragen zur Verfügung.

Mit besten Grüßen

Armin Brysch

Anlage

Prof. Armin Brysch

Auslandsbeauftragter

Lehrgebiet:
**Dienstleistungsorientierte
BWL und Tourismus-
management**

Telefon 0831 2523-9511

Telefon 0831 2523-9501

(Sekretariat)

Telefax 0831 2523-9502

armin.brysch@fh-kempten.de

Hochschule für
angewandte Wissenschaften -
Fachhochschule Kempten

Postanschrift:

Postfach 1680

87406 Kempten (Allgäu)

Campus:

Bahnhofstraße 61

87435 Kempten (Allgäu)

www.hochschule-kempten.de

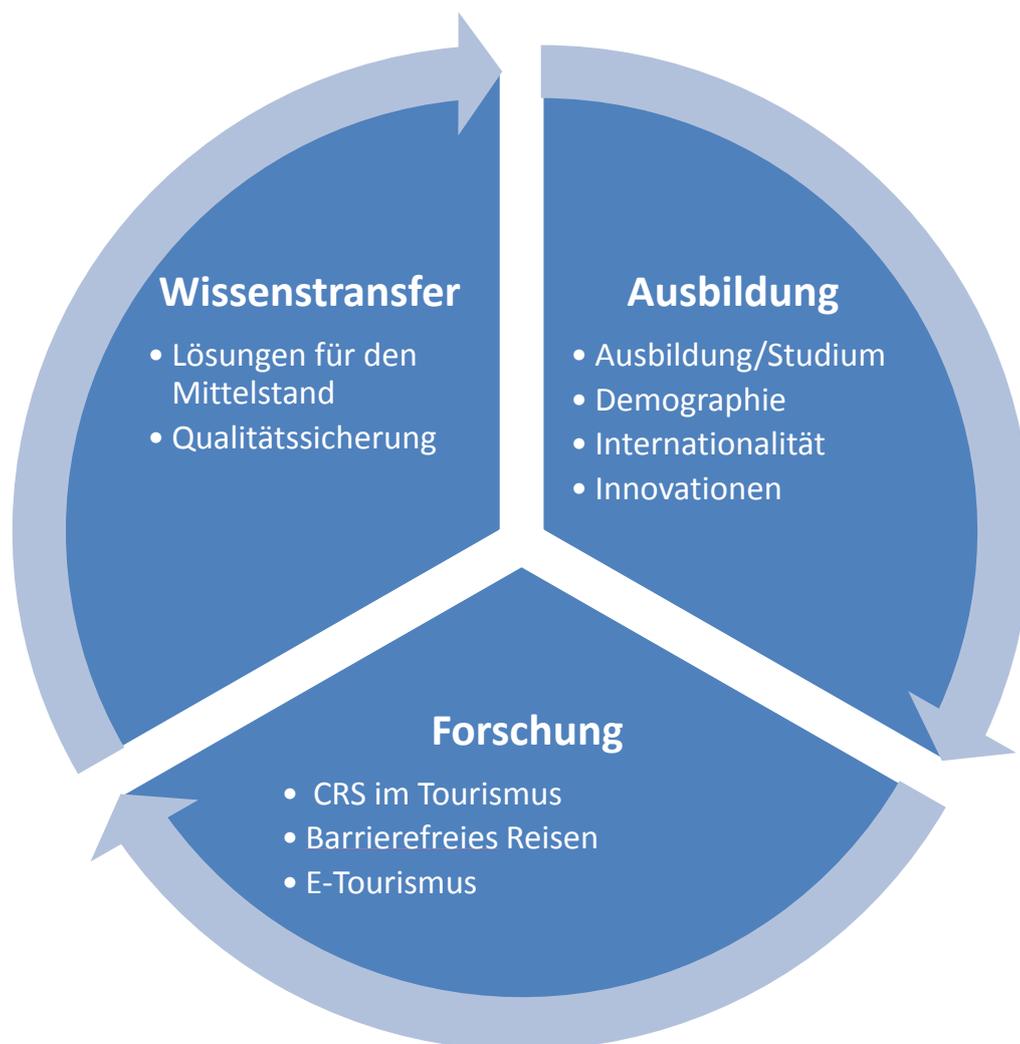
Stellungnahme von Prof. Armin A. Brysch, Hochschule Kempten

für die öffentliche Anhörung zum Thema „Tourismus und Wissenschaft – Ausbildung, Forschung, Wissenstransfer“ im Ausschuss für Tourismus des Deutschen Bundestags am 07.03.2012, Berlin

Erfahrungen über ausgewählte Herausforderungen, Chancen und Perspektiven der Ausbildung, Forschung sowie des Wissenstransfers im Bereich Tourismus

Im dynamischen Spannungsfeld Tourismus und Wissenschaft ergeben sich vielfältige Chancen und Herausforderungen, die einerseits auf veränderte Rahmenbedingungen der Tourismus- und Freizeitbranche fußen, andererseits auf neuen Herausforderungen im Bildungsbereich basieren. Wesentliche Aspekte sind aus meiner Sicht in u.g. Abbildung zusammengefasst.

Ich beziehe mich bei der Argumentation u.a. auf Erfahrungen aus meiner 20-jährigen Zeit als Führungskraft im Tourismus- und Freizeitsektor, als Vorsitzender des Bildungsausschusses des DRV und Vorsitzender der Trägerversammlung des DSFT.



Ausführungen

Die schriftlichen Ausführungen zu dem Themenbereich werden in die drei Aspekte Ausbildung, Forschung und Wissenstransfer gegliedert.

1) Ausbildung

- a) **Ausbildung/Studium:** Duale Ausbildung, Hochschulstudium oder Hochschule Dual? Die laufenden Veränderungen in der Tourismusbranche wirken sich regelmäßig auf die Qualifikationsanforderungen der Unternehmen in der Branche aus, wobei der Berufseinstieg über verschiedene Wege erfolgen kann. Für den Beruf des Tourismuskaufmanns/-kauffrau (vormals Reiseverkehrskaufmann/-kauffrau), der vor allem im Reisebüro, bei Reiseveranstaltern und im Geschäftsreisemanagement angeboten wird, wurde eine Aktualisierung des Ausbildungsberufs notwendig. Das neue Berufsbild Tourismuskaufmann/-kauffrau wurde nach einem Novellierungsverfahren im Bundesgesetzblatt am 30. Mai 2011 veröffentlicht. Hinsichtlich der alten Fassung haben insbesondere die Bereiche Marketing, Servicequalität, Kommunikation und Kundenbindung an Bedeutung gewonnen haben. Als Wahlqualifikationen stehen Reisevermittlung, Reiseveranstaltung und als Neuerung Geschäftsreisen zur Auswahl. Erfreulicherweise ist die Zahl der Ausbildungsverträge aktuell im Vergleich zum Vorjahr um 15 Prozent gestiegen. Dennoch stellt sich zukünftig verstärkt die Frage, welchen Einfluss die touristischen Bachelorstudiengänge auf die Berufswahl allgemein und speziell auf die duale Ausbildung am Beispiel des Tourismuskaufmanns/-kauffrau haben. Die Konkurrenzsituation zwischen dualer Ausbildung oder Studium wird sich verschärfen und Engpässe für kleine und mittelständische Betriebe zeichnen sich bereits jetzt ab. Ergänzend zur klassischen Ausbildung entstehen auch für die Tourismusbranche neue Formen der Hochschulausbildung wie z.B. in Bayern mit der Hochschule dual. Diese bietet einen akademischen Abschluss mit sehr hohem, vertieften Praxisanteil. Für Unternehmen bedeutet dies, dass die Studierenden eine Vergütung Ihrer Einsätze im Unternehmen erhalten. Die Studierenden erhalten während des Studiums eine finanzielle Unterstützung und das Studium geht mit dem Berufseinstieg nahtlos ineinander über. Bei den diversen Ausbildungsangeboten ist zukünftig mit Konsolidierungen zu rechnen.
- b) **Demographie**
Bereits jetzt sind die Auswirkungen des demographischen Wandels - gekennzeichnet durch einen Rückgang der Geburtenrate, steigende Lebenserwartung, weniger Zuwanderung sowie Außen- und Binnenwanderungen - auf das Arbeitskräftepotenzial in der Tourismus- und Freizeitbranche sichtbar. Laut einer aktuellen Studie des DRV melden ca. ein Drittel der befragten Reiseunternehmen, dass es bereits jetzt einen Fachkräftemangel gibt und 28 Prozent der befragten Unternehmen befürchten, dass der Fachkräftemangel in wenigen Jahren auch die Tourismusbranche bedrohen wird. Obwohl aktuell im Bereich der Führungskräfte kein Nachwuchsproblem erwartet wird, geben über ein Drittel der Befragungsteilnehmer an, dass sie schon heute Probleme bei der Besetzung von offenen Stellen mit Fachkräften haben. Der Rückgang des Arbeitskräftepotenzials führt zu einem verstärkten Wettbewerb um die qualifizierten Mitarbeiter (zwischen Unternehmen, Branchen, Regionen). Die Folgen sind u.a., dass die Belegschaften älter werden und die Frage der Weiterbildung an Bedeutung gewinnt. Das sinkende Arbeitskräftepotenzial im Tourismus wird besonders die strukturschwachen Regionen treffen, wo mittelfristig mehr ältere und männliche Arbeitskräfte zu erwarten sind.
- c) **Internationalität**
Die Internationalisierung des Dienstleistungssektors wirkt sich zunehmend auf die Tourismusbranche aus. Geänderte Lieferantenströme, internationale Dienstleistungsketten und ein verändertes Nachfrageverhalten bedingen auch in der Hochschulausbildung eine Stärkung der Internationalisierung. Neben ausländischen

Partnerhochschulen und Universitäten muss sowohl die Zahl der ausländischen Studierenden an deutschen Tourismushochschulen, als auch die Zahl der „Outgoings“ gesteigert werden. In diesem Kontext hat sich das Erasmus-Programm gut etabliert, allerdings profitieren durch das Programm besonders Universitäten und Hochschulen in Städten mit einem hohen Freizeitwert für junge Menschen. Für die Zukunft muss eine qualitativ hochwertige Ausdehnung des Programmes in der Fläche angestrebt werden. Im qualitativen und quantitativen Ausgleich von Incoming- und Outgoing-Strömen, im Ausgleich zwischen kleinen und großen, beliebteren und weniger beliebten Sprachen, im Ausgleich zwischen akademisch unterschiedlich ausgerichteten Institutionen liegen vielfältige Ansatzpunkte für Programmverbesserungen. Hier sollte auch für den Tourismus die Bundeskompetenz im Zusammenspiel mit den Ländern gestärkt werden, um den Bildungsstandort Deutschland international wettbewerbsfähig zu erhalten.

d) Innovationen

Stetige Innovationen in den Bereichen Produkte, Technik, Mobilität, Vertrieb etc. haben den Tourismus zu einer dynamischen und facettenreichen Branche gemacht. Weltweit werden innovative Ideen, Kreativität und Managementkompetenz zu entscheidenden Erfolgsfaktoren im touristischen Wettbewerb. Durch die hohe Vergleichbarkeit insbesondere von Urlaubsangeboten sind die Unternehmen und Organisationen der Tourismuswirtschaft zukünftig vermehrt auf unternehmerisch denkende Mitarbeiter angewiesen, die mittels systematischer und methodisch fundierter Managementmethoden neue Geschäftsideen hervorbringen und damit Differenzierungspotentiale für ihr Unternehmen entwickeln. Hier sind besonders für kleine und mittelständische Leistungsträger Kompetenzen im Innovationsmanagement wichtig. Hier setzt der aufbauende Master-Studiengang *Innovationen und Unternehmertum im Tourismus* an der Hochschule Kempten an. Die Grundstruktur des Programms steht auf fünf Säulen: Innovation, Projektdesign, Forschung, Unternehmertum und Sozialkompetenz.

2) Forschung

a) Corporate Social Responsibility (CSR) im Tourismus

Die Forschungsaktivitäten von sozialen, gesellschaftlichen und nachhaltigen Fragen im Tourismus haben in den letzten Jahren deutlich zugenommen. Auch auf der diesjährigen ITB nimmt das Thema CSR im Tourismus eine Sonderrolle ein. Einige Forschungsergebnisse werden auf der Messe präsentiert, wobei die thematische Eingrenzung sehr offen diverse Aspekte des sozial- und umweltverträglichen Tourismus unter dem Begriff CSR subsumiert (Accessible Tourism, Menschenrechte, Gütesiegel, Geoparks, Regenwald, Übernutzung von Ressourcen etc.). Hier wird neben den erkenntnisorientierten Forschungsansätzen zukünftig besonders die Frage der Umsetzung relevant. CSR muss nicht nur in großen Unternehmen und Organisationen verankert werden, sondern in der kleinteilig geprägten Angebotsstruktur der Branche implementiert werden.

b) Barrierefreies Reisen

Der barrierefreie Tourismus hat sich in den letzten zehn Jahren grundsätzlich positiv entwickelt (vgl. auch meine Stellungnahme zur Anhörung am 8.2.2012). Marktforschungsergebnisse belegen die großen Chancen von barrierefreien Reisen. Diese Angebote und Infrastrukturen sind als qualitative Verbesserungen für alle Reisenden ein wichtiger Wettbewerbsvorteil bei der Reiseentscheidung (Reisende mit Kindern, ältere Reisende, Menschen mit Einschränkungen etc.). Zudem birgt der wachsende Anteil älterer Menschen aufgrund des demographischen Wandels zusätzliche Absatzmöglichkeiten für spezielle Dienstleistungen. Die Tourismusforschung kann speziell für Destinationen und/oder Leistungsträger Hilfestellung leisten, indem praxisnahe Lösungen und Instrumente entwickelt werden (dazu fand vom 26. - 28.10.2011 an der Hochschule Kempten die Fachtagung De-

sign for all – Gemeinsam – Grenzenlos – Gestalten statt). Als Herausforderungen für den barrierefreien Tourismus sehe ich folgende drei Aspekte:

- Information und Kommunikation für und mit speziellen Zielgruppen verbessern
- Bauliche und infrastrukturelle Angebote ausbauen (design for all)
- Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen intensivieren
- Politische Unterstützung des Themas „Tourismus für Alle“

c) E-Tourismus

Seit das Internet seinen Siegeszug in der globalisierten Welt angetreten hat, ist es zum Motor der Veränderung zentraler Geschäftsprozesse im Tourismus geworden. Der Einsatz von webbasierten Anwendungen ist zum strategischen Erfolgsfaktor geworden. Deren Einfluss auf die Organisation, Personalwesen und Marketing führt bei Unternehmen zu innovativen Lösungen und Dienstleistungen. Aber auch die Gäste haben einen Paradigmenwechsel vollzogen: Einerseits durch die Möglichkeit, dass nahezu alle entscheidungsrelevanten Informationen über Reisen und andere Tourismusprodukte Standort unabhängig verfügbar sind. Andererseits eröffnet sich dem Konsumenten eine soziale Welt, in der er seine Meinungen und Bewertungen über den Urlaub oder die Geschäftsreise mit einer Vielzahl anderer Konsumenten teilen kann. Hier muss die Forschung verstärkt die Chancen und Risiken von Tourismus relevanten virtuellen Anwendungen in Internet erkunden, um die Bedeutung des E-Tourismus (i.e. Onlineanwendungen für Leistungsträger und Kunden, Social Media, virtuelle Dienstleistungen etc.) für die Dienstleistungserstellung und das Tourismus-Marketing zu verstehen. Zudem ist das virtuelle Nutzungsverhalten der Gäste hinsichtlich Transparenz, Sicherheit und Zuverlässigkeit einer kritischen Bewertung zu unterziehen. Hier böten sich nationale oder internationale Forschungsprogramme an, da der E-Tourismus wie kein anderer Bereich durch internationale Dimensionen geprägt ist.

3) Wissenstransfer

a) Lösungen für den Mittelstand bereitstellen

- Instrumente und Erkenntnisse aus der Tourismusforschung (z.B. Leitfäden oder Handlungsempfehlungen) müssen KMU tauglich sein
- Die reine Informationsbereitstellung reicht oftmals nicht für KMU, vielmehr müssen Anwendertrainings oder Beratungstage unterstützt werden
- Aufgrund des wachsenden Anteils ausländischer Gäste sind Lösungen für KMU hinsichtlich interkultureller Besonderheiten anzupassen

b) Qualitätssicherung fördern

- Für den in Deutschland ausgeprägten Qualitätsansatz sind Qualitätssicherungsinstrumente zu fördern (z. B. Zertifikat Service Qualität)
- Durch PPP Projekte bieten Hochschulen für angewandte Wissenschaften geeignete Plattformen, einen anwendungsorientierten Wissenstransfer zu organisieren. Hier könnten durch eine neue sog. "Startförderung Tourismuswissenschaft" Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern zu spezifischen Forschungsanträgen ermutigt werden.