

Ausschuss für Tourismus
Ausschussdrucksache

18-20-30 b

Stellungnahme des Sachverständigen

zu der öffentlichen Anhörung
des Ausschusses für Tourismus
am 04. November 2015
von 14.00 Uhr bis 16.00 Uhr in Berlin,
Paul-Löbe-Haus, Saal 4.600

„Fachkräftesicherung“

Prof. Armin Brysch
Hochschule für angewandte Wissenschaften Kempten,

Seite
2

Stellungnahme, Prof. Armin Brysch

für die öffentliche Anhörung am **04.11.2015** zum Thema **Fachkräftesicherung**, Ausschuss für Tourismus des Deutschen Bundestags, Berlin

1) Ausgangslage in der Tourismusbranche

Die Tourismusbranche verzeichnet nach Aussagen der Fachverbände einen zunehmenden Fachkräftemangel. Dieser wird neben gesamtgesellschaftlichen und gesamtwirtschaftlichen Entwicklungen (demographischer Wandel, Landflucht bzw. Verstädterung, unterschiedliche wirtschaftliche Entwicklung der Regionen und Bundesländer etc.) ebenfalls von branchenspezifischen Faktoren beeinflusst.

Besonders kleinen und mittelständischen Unternehmen fällt es zunehmend schwer, offene Lehrstellen oder Einstiegspositionen adäquat zu besetzen bzw. qualifizierte Mitarbeiter zu finden. Laut einer Untersuchung der DGT (2013) verlassen bis zu 45% der Absolventen eines Tourismusstudiums die Branche und starten ihre Karriere in anderen Wirtschaftsbereichen. Diese und weitere Probleme der Personalgewinnung stellen eine vorgelagerte Ursache des Fachkräftemangels dar.

Zudem verzeichnet die Branche eine starke Mitarbeiterfluktuation und Abgänge von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die in andere Wirtschaftsbereiche wechseln. Aus Sicht der Beschäftigten werden prekäre Arbeitsbedingungen, Motivationsprobleme oder Entlohnungsdifferenzen genannt. Diese Aspekte sowie segmentspezifische Hemmnisse beschreiben die Probleme bei der Personalentwicklung und Personalbindung, die bei ungenügender Umsetzung eine Fachkräftesicherung verhindern.

Das wahrgenommene unternehmerische Risiko durch den Fachkräftemangel fällt hinsichtlich des Umfangs und der Intensität je nach betrachtetem Segment der Tourismusbranche unterschiedlich aus und muss im Gastgewerbe, im Reisevertrieb, bei Reiseveranstaltern, Mobilitätsdienstleistern und Tourismusorganisationen differenziert betrachtet werden.

Als weitere ausgewählte branchenspezifische Entwicklungen können genannt werden:

- Defizite in der Ausbildungsbeteiligung und unterdurchschnittliche Übernahmequote von Auszubildenden bei KMU im Tourismus

Die Ausbildungsbeteiligung von Betrieben ist stark durch einen Größenklasseneffekt geprägt, d.h. die Ausbildungsbeteiligung wächst mit der Betriebsgröße. Während bei ausbildungsberechtigten Kleinstbetrieben (weniger als fünf Beschäftigte) weniger als ein Drittel im Jahr 2012 ausbildeten, waren es bei Großbetrieben fast alle (93%, Quelle: IAB Forschungsbericht, 14/2013, S. 44). Zudem liegt die Übernahmequote (Anteil der Absolventen, die nach Abschluss der Ausbildung übernommen wurden) in 2012 im Bereich Beherbergung und Gastronomie nur bei 54%. Der Durchschnitt beträgt 67%, im Bereich Finanz- und Versicherungsdienstleistungen bei 88%. Zu anderen Segmenten des Tourismus liegen keine aktuellen aggregierten Daten vor.

- Defizite in der Weiterbildung von Fachkräften

Das Weiterbildungsangebot ist ebenfalls abhängig von der Unternehmensgröße. Während 66% der Unternehmen mit 10 bis 19 Beschäftigten Weiterbildungen anbieten, waren es bei Unternehmen mit 250 bis 499 Beschäftigten dagegen 95%. (Zahlen für 2010; Quelle: Statistisches Bundesamt, Weiterbildung, Wiesbaden, 2014). Zudem fallen die angebotenen Formen der Weiterbildung bei Unternehmen mit 10-19 Beschäftigten in vielen Bereichen unterdurchschnittlich aus (d.h. weniger Veranstaltungen, Job-Rotation, Austauschprogramme, Studienbesuche etc.). Im Gastgewerbe liegt die Teilnehmerquote von Unternehmen mit Lehrveranstaltungen bei 42%, bei Unternehmen mit Finanz- und Versicherungsdienstleistungen dagegen bei 56%. Im Gastgewerbe bilden sich die Teilnehmer 12 Stunden weiter, im Bereich Finanz- und Versicherungsdienstleistungen 45 Stunden (Durchschnitt 23 Stunden, ebd., S.12).

- Wettbewerb um Talente zwischen kleinen und größeren Unternehmen

Größere Tourismus-Unternehmen üben - flankiert von professionellem Employer Branding und modernen Personalmanagement-Aktivitäten – oftmals eine stärkere Anziehungskraft auf Fachkräfte aus als KMU. Auch bei Berufseinsteigern und Studenten stehen bekannte Marken im Vordergrund. Eine aktuelle Befragung unter Erstsemestern der Hochschule Kempten zeigt, dass Tourismus-Studierende Unternehmen mit 50 und mehr Beschäftigten eindeutig kleineren Unternehmen vorziehen. Doch besonders kleinere Betriebe verzeichnen weniger Bewerber bei Stellenangeboten als große und sie nutzen im Durchschnitt auch weniger, oftmals traditionelle Suchwege pro Stellenangebot, was die Gewinnung von qualifizierten Mitarbeitern erschwert. Für inhabergeführte kleine und mittelständische Tourismusbetriebe kann dies sogar zur Betriebsaufgabe führen.

2) Anregungen und Handlungsempfehlungen zur Fachkräftesicherung im Tourismus

Das Thema Fachkräftesicherung im Tourismus stellt insbesondere für KMU eine existenzielle Zukunftsaufgabe dar, da eine nachhaltige Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit dieser Tourismusbetriebe mit ihrer Fähigkeit zur Personalgewinnung und –bindung verbunden ist. Nur wenn sich die kleinen und mittelständischen Tourismusbetriebe auf dem Arbeitsmarkt attraktiv positionieren und vermarkten (Stichwort Employer Branding), werden sie geeignete Bewerber und Fachkräfte von einem zunehmend angespannten Arbeitsmarkt rekrutieren können. Voraussetzung für diese Positionierung ist jedoch ein systematisches und professionelles Personalmanagement als Schlüsselaufgabe der Unternehmen, das moderne Personalinstrumente u.a. mit Bezug auf die Work-Life-Balance sowie die Weiterbildungs- und Karrieremöglichkeiten beinhaltet (vgl. Gardini/Brysch 2015). Damit kann die Mitarbeiterbindung erhöht, die Fluktuation und der Ersatzbedarf verringert sowie eine langfristige Perspektive zur Fachkräftesicherung aufgebaut werden.

Die o.g. aktuelle Befragung unter Erstsemestern der Hochschule Kempten brachte weiter hervor, dass für Tourismus-Studenten aus heutiger Sicht noch vor dem Gehalt die Work-Life-Balance und die internationale Ausrichtung die zentralen Auswahlkriterien für einen Berufseinstieg sind. Dies deckt sich mit Erkenntnissen zum Verhalten der Generation Y oder Millennials, die aufgrund gewandelter Werte und Arbeitsplatzvorstellungen ihre Wahrnehmungen gegenüber der Arbeitgeberattraktivität touristischer Unternehmen verändern. Darauf müssen sich Unternehmen bereits jetzt in ihrer Kommunikation und Ausgestaltung der Arbeitsplätze einstellen.

Folgende Handlungsempfehlungen können zur Fachkräftesicherung beitragen:

- Untersuchung der branchenspezifischen Ursachen und Strategien durch angewandte Tourismusforschung

Es liegen zwar Daten und Untersuchungen zum Fachkräftemangel und -sicherung vor, doch lassen sich diese allgemeinen Empfehlungen nicht vollständig auf die besonderen Rahmenbedingungen des Tourismus übertragen (Reisen als komplexe Dienstleistungen, KMU dominierte Angebotsstruktur bei Leistungsträgern, Digitalisierung des Vertriebs etc.). Um die segmentspezifischen Ursachen und Probleme des Fachkräftemangels und Strategien zur Überwindung besser analysieren zu können, sind Mittel für die Tourismusforschung nötig. Sowohl die Hochschulen als auch die Universitäten bieten entsprechende Kompetenzen, um in einem Querschnittsprojekt Angebote für Kleinbetriebe und den Mittelstand zu entwickeln. Zum besseren Verständnis der Stellschrauben der Fachkräftesicherung sind insbesondere Erkenntnisse zum Verhalten der Generation Y oder Millennials im Tourismus notwendig.

- Unterstützung der Weiterbildung zur Fachkräftesicherung

Besonders von KMU werden die hohen direkten und indirekten Kosten für Weiterbildungsmaßnahmen als Grund für eine restriktive Politik genannt. Daher sollten branchenspezifische Fort- und Weiterbildungsangebote unterstützt werden. Eine zentrale Rolle nimmt die Kenntnis um die Chancen der Digitalisierung im Tourismus ein. Fachkräftesicherung in diesem Kontext bedeutet Qualifizierung bestehender Mitarbeiter sowie Entwicklung neuer Geschäftsmodelle und -praktiken mit potenziellen neuen Fachkräften. Daher führt eine erfolgreiche digitale Transformation von Tourismusbetrieben auch zur Fachkräftesicherung in diesen Unternehmen. Dies könnte durch eine Qualifizierungsoffensive „Digitale Chancen im Tourismus“ unterstützt werden. Zudem wäre hilfreich, wenn bestehende Plattformen wie das Onlineportal zur Fachkräfte-Offensive (www.fachkraefte-offensive.de) mit konkreten Beispielen oder Best-Practices aus dem Tourismus für den Tourismus ergänzt wird.

Kempten, 2.11.2015