

Praktikum – ein Erfolgsmodell?

Von admin - 18.03.2019

Der Einstieg in die Berufswelt oder in die Tourismusbranche führt nicht selten über ein Praktikum. Neben positiven Aspekten, wird oftmals das Engagieren günstiger Arbeitskräfte kritisiert. Travel Job Market hat sich in der Branche umgehört.



Travel Job Market hat mehrere Praktikanten und zwei Unternehmen zu 5 essentiellen Themen befragt.

Praktikanten

- Absolventinnen und Absolventen eines Bachelor-Studiums oder einer Höheren Fachschule im Tourismus mit mindestens einem abgeschlossenen Praktikum.

Unternehmen

- *Schweiz Tourismus (ST)*: Laura Guerriero, seit 10 Jahren als HR Professional unter anderem für die Betreuung und Rekrutierung der Praktikanten verantwortlich.
- *Swiss International Air Lines*: Remo Hauser, Head of Employee Experience, verantwortet verschiedene Themen im Arbeitgebermarketing (u.a. Trainee, Young Talents).

1. Motiv für ein Praktikum

Praktikanten

Als Beweggrund wurde mehrheitlich der Einstieg oder das Kennenlernen eines neuen Segments – z.B. Marketing – genannt oder das Praktikum war Pflichtteil eines Studiums.

ST

Als nationale Tourismus-Marketingorganisation haben wir den Auftrag Nachwuchs für die Branche auszubilden. Wir sehen dies als Investition in die Ausbildung von jungen Talenten und als Chance Wissen und Nachwuchs in die Branche zu tragen.

Swiss

Im Fokus steht eine Win-Win-Situation. Praktikanten können bei uns Verantwortung und wichtige Aufgaben übernehmen. Studienabgänger bringen auf der anderen Seite neue Ideen und Perspektiven ins Unternehmen.

2. Geeignete Funktionen

Praktikanten

Durchs Band durften die befragten Praktikanten tolle Aufgaben und Verantwortung übernehmen. Sie wurden als vollwertige Mitarbeiter betrachtet und durften in verschiedenen Projekten mitwirken.

Swiss

Unsere Praktikumsstellen sind auf alle Berufsgruppen verteilt. Wir haben Absolventen im Business Development, Marketing, aber auch im HR oder Sales. Intern haben wir eine hohe Anfrage nach Praktikanten. Das Modell ist ein Erfolg und sehr begehrt.

ST

Die Absolventinnen und Absolventen werden mehrheitlich im gesamten on- und offline Tourismusmarketing eingesetzt. Sie erhalten Einblicke in die Prozesse und haben die Möglichkeit selbständig Projekte zu übernehmen. Die Einsatzgebiete verändern sich fortlaufend. Seit diesem Jahr gibt es beispielsweise einen Praktikumsplatz in der Social Media-Abteilung.

3. Festanstellung & Dauer

Praktikanten

In diesem Punkt herrscht Uneinigkeit. Die Befragten schwanken zwischen einem halben und einem ganzen Jahr. Ein Jahr betrachten einige nur als gerechtfertigt, wenn verschiedene oder komplexe Aufgabengebiete wahrgenommen werden dürfen oder die Garantie einer Festanstellung besteht. In Einzelfällen fühlten sich die Praktikanten ausgenutzt, weil sie nach einigen Wochen bereits voll ausgebildet waren.

Swiss und ST

Beide garantieren zu Beginn keine Festanstellung und kommunizieren dies transparent. Je nach individueller Leistung, können die Praktikanten anspruchsvollere Aufgaben übernehmen. Gute Absolventen sind gern gesehene Rückkehrer.

Die Swiss bietet Ganz- und Halbjahrespraktika, ST Ganzjahrespraktika an.

4. Erfahrungswerte

Praktikanten

Positiv wird der Einblick in eine neue Branche und/oder ein Themengebiet sowie die praktische Erfahrung gewertet. Auch ist das befristete Engagement ein Türöffner.

Nicht erfreulich ist – neben dem tiefen Salär – die Ungewissheit, wie es nach dem Abschluss beruflich weitergeht.

ST

Die Begeisterung der Praktikanten ist ansteckend! Die positive Einstellung und der Lernwille bereiten Freude. Für mich persönlich ist es immer wieder schön, ehemalige Praktikanten am Schweizer Ferientag anzutreffen und zu wissen, dass sie innerhalb der Branche tätig sind. Abbrüche gibt es glücklicherweise nur in seltenen Fällen.

Swiss

Vorwiegend Positiv. 140 Praktikanten zu beschäftigen, stellt aber auch eine grosse Herausforderung für alle Betroffenen dar. Zur Sicherstellung der Qualität wird am Ende des Engagements eine anonyme

Umfrage durchgeführt. Austritte während des Praktikums sind Ausnahmen und erfolgen eher aus geografischen oder privaten Gründen.

5. Bevorzugte Kandidatenprofile

ST

Grosses Interesse an der Tourismusbranche und am Marketing ist ein Must. Weiter sind die Landessprachen der Schweiz oder des Einsatzortes gefragt.

Bei unserer Suche legen wir den Fokus auf Studenten einer Schweizer Tourismusfachschule oder Fachhochschule mit Vertiefung im Tourismus.

Swiss

Spirit für die Aviatik-Industrie und emotionale Aspekte wie Sozialkompetenz und Kommunikationsfähigkeit sollten vorhanden sein. Weiter sind Internationalität und Sprachen ein Plus. Für das Halbjahres-Praktikum (siehe Facts & Figures) ist ein Bachelor- oder Masterabschluss zwingend.

Facts & Figures

Einsatzgebiete

ST: Zürich und Ausland (London, Amsterdam, Frankfurt, Mailand Paris, NYC).

Swiss: Bietet am Sitz in Zürich Praktika in den verschiedensten Berufsgruppen an. Zudem übernimmt die Airline auch Leistungssportler von Swiss Olympic als Praktikanten.

Bewerbungsprozess

ST: Ausschreibungen im Frühling und Herbst. Nach einer Vorselektion (Videointerview) werden rund 20-30 Kandidaten zu einem Rekrutierungstag eingeladen. Start der Praktika ist jeweils Januar und Juli.

Swiss: Halbjahrespraktika: Ausschreibung unterjährig, anschliessend Einladung zum Einzelinterview.

Jahrespraktika: Ausschreibung im Herbst, anschliessend Einladung zu einem Rekrutierungstag.

Anzahl Praktikanten

ST: Rund 10% der 240 Mitarbeiter – aktuell deren 23.

Swiss: 4% des Bodenpersonals – 140 pro Jahr.

Dauer eines Praktikums

ST: 1 Jahr.

Swiss: Halbjahrespraktika (für Bachelor & Hochschulabsolventen) und Ganzjahrespraktika (Berufsmaturanden / Maturanden).

Gehälter

ST: In der Schweiz CHF 2'000 x 13 plus diverse Fringe Benefits. Für Positionen im Ausland wird das Salär in der Stellenausschreibung kommuniziert.

Swiss: mit Bachelor CHF 2'500, Master CHF 3'000, Maturanden CHF 1'700 (Brutto pro Monat).

Festanstellung nach dem Praktikum

ST: Ist nur in seltenen Fällen möglich.

Swiss: Rund 20% der Praktikanten können bleiben.

Erfahrungswerte einer Ausbildungsinstitution

Die IST mit Standorten in Zürich und Lausanne platziert als Höhere Fachschule jährlich rund 60-70 Praktikantinnen und Praktikanten in der Schweizer Tourismusbranche. Thomas Jenzer, Schulleiter HF und stv. Direktor, spricht von einem Erfolgsmodell. Die Tourismusunternehmen in der Schweiz seien äusserst interessiert an Studenten; es herrsche gar ein Überangebot. Rund 10% der Absolventen kehre nach Abschluss des Studiums zum Praktikumsbetrieb zurück.

Aus Sicht von Jenzer sollten die Unternehmen flexiblere Modelle, was Dauer und Pensum anbelangt, prüfen.

Übersicht der Weiterbildungsmöglichkeiten im Tourismus:

<http://www.traveljobmarket.ch/Stellensuchende/Weiterbildung.aspx>

Fazit

Von eitel Sonnenschein in Bezug auf die Praktikumsituation im Tourismus zu sprechen, wäre etwas gar weit gegriffen. Bezieht man sich auf die befragten Praktikanten und Unternehmen, überwiegen die positiven Aspekte jedoch klar. Es scheint, das Praktikum ist eine Win-Win-Situation und somit ein Erfolgsmodell für alle Beteiligten.

Handlungsbedarf für Unternehmen

- Sinnvoll und auch gerechtfertigt ist ein Praktikum nur dann, wenn die Berufserfahrung ganz oder für eine spezifische Branche fehlt.
- In Einzelfällen wurde Interessenten ein Praktikum angeboten, obwohl diese bereits zuvor 2-3 Praktika absolviert hatten. Operiert das Unternehmen in einem vergleichbaren Segment, ist dieses Vorgehen fragwürdig.
- Die Flexibilität der Praktikumsdauer und die Garantie einer anschliessenden Festanstellung sind die grössten Anliegen der Befragten.

Tipps für Interessenten

- Sich vor der Wahl des Praktikums Gedanken über die weiteren Berufsziele machen.
- Die Ausgangslage im Vorfeld immer offen ansprechen.
- So viel profitieren wie möglich!

Die Travel Job Market GmbH ist seit 25 Jahren auf die Personalberatung von Fachkräften in Tourismus und Event Marketing spezialisiert. Kunden wie auch Kandidaten profitieren von einem grossen Netzwerk, dem persönlichen und ehrlichen Kontakt sowie der langjährigen Erfahrung.

www.traveljobmarket.ch

 Drucken