



**Die Ausbildung in der Reisebranche ist seit jeher äusserst beliebt. Die Statistik des SRV zeigt seit 2012 jedoch einen markanten Rückgang bei den Lernenden. Was sind die Gründe? Und wie kann dieser Trend gestoppt werden? Travel Job Market hat in der Branche nachgefragt.**

Fakt ist, dass die Anzahl Lernende im Outgoing-Tourismus von 2012 bis 2017 um 30% zurückgegangen ist. Klar, es wurden Reisebüros geschlossen und wir befinden uns in einem demographischen Tief bei den Oberstufenschülern. Aber kann damit eine solch starke Abnahme vollumfänglich begründet werden?

Eine Antwort ist in den negativen Pressemeldungen zu suchen. Oftmals beherrschen Reisebüroschliessungen und eine Verlagerung der Buchungen ins Internet die Schlagzeilen. Diese Meldungen verunsichern die Lehrstellen-Suchenden und noch vielmehr ihre Eltern.

## **Fünf Massnahmen, um die Jugendlichen erneut von einer Ausbildung im Tourismus zu überzeugen:**

*1. Pressearbeit in eigener Sache proaktiver und positiver gestalten*

*2. Die Branchenbezeichnung ändern*

Im Verzeichnis der SKKAB ist die gesamte Outgoing-Branche unter dem Namen „Reisebüro“ aufgeführt. Nadeshda Britschgi (Verantwortliche Aus- und Weiterbildung beim SRV) verteidigt diesen Titel mit der Begründung, dass das Reisebüro immer noch den grössten Anteil an Lehrplätzen bietet. Aber wird diese Bezeichnung der Branche gerecht? Aus Sicht von Thomas Knöpfel (Leiter Berufsbildung bei Hotelplan) würde ein branchenumfassender Begriff Sinn machen.

*3. Die Unterstützung durch den Verband stärken*

Daniel Bauer (Aus- und Weiterbildung im Vorstand des SRV) bestätigt, dass die Nachwuchsförderung ein wichtiges und aktuelles Thema im Verband sei. Nadeshda Britschgi führt im Namen des SRV Projekte wie die Young Talents durch und hat 2017 zum ersten Mal einen Rekrutierungs-Workshop für kleinere Unternehmen lanciert.

*4. Gemeinsamer Auftritt an den Berufsmessen*

Ein Verfechter dieser Idee ist seit langem Bernhard Kohli (Schweizer Handelsschule für Tourismus). Er geht sogar noch einen Schritt weiter: „Ein Dachverband für die gesamte Tourismusbranche, Incoming und Outgoing, hätte noch mehr Wirkungskraft in der öffentlichen Wahrnehmung.“

*5. Engagement seitens der Unternehmen intensivieren*

DER Touristik Suisse wirbt mit eigenen Infoveranstaltungen bei den Schülern der Oberstufen,

während Hotelplan neben der Firmen-Webseite auch auf die gut frequentierte Plattform der Migros-Berufsbildung zurückgreifen kann. Zusammen bilden die beiden Touroperatoren einen grossen Teil der Lernenden in der Branche aus.

## **Werden die richtigen Nachwuchskräfte engagiert?**

Romy Eichenberger-Porcu (Leiterin üK) räumt ein, dass sie nicht bei allen Teilnehmenden der überbetrieblichen Kurse die Leidenschaft für den Tourismus spüre. Aus ihrer Sicht sollte hinterfragt werden, ob die passenden Jugendlichen an Bord geholt werden: „Wir brauchen auch Indianer und nicht nur Häuptlinge“, so Eichenberger-Porcu.

Auch Nadeshda Britschgi (SRV) findet, dass sich die Selektion der Lernenden an den tatsächlichen Aufgaben orientieren sollte.

Eine Lösung wäre, bei der Rekrutierung die persönliche Motivation der Lernenden noch stärker zu gewichten.

## **Bleiben die Lernenden nach der Ausbildung in der Tourismusbranche?**

Oftmals ist es mit dem Abschluss der Lehre nicht getan. Viele Jugendliche entscheiden sich danach für ein Studium oder holen die BMS nach. Mehr Bildung ist prinzipiell nicht falsch. Ist das Diplom aber in der Tasche, spielen bei der Neuorientierung Gehalt und Karrierechancen eine wichtige Rolle. Bei beiden Faktoren steht die Tourismusbranche nicht an erster Stelle.

Für Eichenberger-Porcu (üK) liegt die Verantwortung in Bezug auf die persönliche Zukunftsplanung bei den Unternehmen selbst. Auch Nadeshda Britschgi (SRV) sieht das Coaching vorwiegend bei den Ausbildungsstätten.

Für Hotelplan scheint das Thema jedoch nicht akut zu sein. Die Weiterbeschäftigung der Lehrabgänger liegt laut Thomas Knöpfel bei rund 70%. Ähnlich sieht es bei DER Touristik Suisse aus. „Dank Teilzeitstellen und Unterstützung in der Weiterbildung können wir motivierte Lernende nach der Ausbildung im Betrieb behalten“, bestätigt Dominique Mall (HR Business Partner – Young Professionals).

## **Finden die Nachwuchstalente von morgen attraktive Positionen im Tourismus?**

Dominique Mall wie auch Thomas Knöpfel sind überzeugt, dass genügend spannende Stellen vorhanden sind.

Anders sieht es Daniel Bauer (Vorstand SRV): „Zum Teil hapert es an Stellen für den nächsten Karriereschritt.“ Die Gründe sieht Bauer in der Digitalisierung wie auch in der Stellenauslagerung ins Ausland.

## **Nachwuchsproblem Ja oder Nein?**

Bei dieser Frage gehen die Meinungen der Touristiker auseinander. Vielleicht ist die Aussage von Dominique Mall (DER Touristik Suisse) bezeichnend: „Der Kampf um Talente wird grundsätzlich schwieriger, da sind wir in der Tourismusbranche nicht ausgenommen.“

Die Outgoing-Branche ist gut beraten, die Nachwuchsförderung nicht aus den Augen zu verlieren. Sich auszuruhen und abzuwarten wäre für alle Verantwortlichen die falsche Taktik.

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

[www.traveljobmarket.ch](http://www.traveljobmarket.ch)