

**Evaluation des Lehrplans 1993 der  
Höheren Lehranstalten für Tourismus/  
Kollegs für Tourismus und Freizeitwirtschaft**

Auftraggeber:  
Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft, Kultur

Projektleitung:  
O.Univ.Prof. Dr. Harald G. Wallbott  
Vorstand des Forschungsinstituts  
für Organizational Behavior

Mag. Brigitte Heffeter

Salzburg, im September 2002

# INHALTSVERZEICHNIS

## Teil I: Projektdesign und Untersuchungsziele

<b>1. Einleitung</b>	<b>3</b>
<b>2. Projekthintergrund</b>	<b>6</b>
2.1. Tourismus und Tourismusausbildung in Österreich	6
2.2. Die Höhere Lehranstalt für Tourismus (HLT)	11
2.3. Das Kolleg für Tourismus und Freizeitwirtschaft	17
<b>3. Projektdesign</b>	<b>20</b>
3.1. Die Untersuchungsziele	20
3.2. Die Befragungsinstrumente	22
3.3. Stichprobenbeschreibung	29
3.4. Strukturplan der zeitlichen Projektdurchführung	40

## Teil II: Ergebnisse

### 4. Die Zukunftsorientierung:

„Welchen Entwicklungen und Trends im Tourismus muss sich die Ausbildung stellen?“	42
---	----

### 5. Die Kernfrage:

„Entspricht die Ausbildung den Anforderungen der Wirtschaft?“	52
5.1. Die Einsatzbereiche der AbsolventInnen	54
5.2. Anforderungen und Erwartungen der Wirtschaft	65

### 6. Die Individualisierungsfrage:

„Wie werden die aktuellen Lehrpläne an den Schulstandorten umgesetzt?“	95
6.1. Unterrichtsgestaltung	96
6.2. Nutzung schulautonomer Freiräume	107
6.3. Operative Aspekte	109
6.4. Öffentlichkeitsarbeit	112
6.5. Qualitätssicherung und Evaluation	113

**7. Das Standbein:**

<b>„Welchen Wert hat die Praxisausbildung?“</b>	<b>114</b>
7.1. Die praktische Ausbildung an der HLT	118
7.2. Die praktische Ausbildung am Kolleg	123
7.3. Die praktische Ausbildung aus Sicht der LehrerInnen, SchulleiterInnen und LandeschulinspektorInnen	128

**8. Die Frage für den Auftraggeber:**

<b>„Lehrplanreform vs Lehrplanmodifikation?“</b>	<b>132</b>
--	------------

**9. Zusammenfassung und Ausblick**

9.1. Eingesetzte Instrumente und Rücklaufquoten	138
9.2. Zusammenfassender Überblick über die Ergebnisse	140
9.3. Folgeprojekte der Untersuchung	143

**10. Literaturverzeichnis**

**11. Anhang**

## **Teil I: Projektdesign und Untersuchungsziele**

### **1. Einleitung**

Das Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur (BMBWK) (damals: Unterricht und kulturelle Angelegenheiten) fällte 1999 eine kosten- und zukunftsorientierte Entscheidung: vor einer Weiterentwicklung der innovativen Lehrpläne 1993 sollte ihre bisherige Bewährung evaluiert werden.

Quantitativ waren die Lehrpläne für die Schulen auf jeden Fall ein Erfolg, denn die Schülerzahlen sind in allen Formen der berufsbildenden mittleren und höheren Schulen (BMHS) gestiegen. Das Angebot und die Positionierung der Schulen über Ausbildungsschwerpunkte und projektorientierte Arbeiten haben offensichtlich zu Zuwächsen an Schülerzahlen geführt, die sich selbstbewusst auf dem Arbeitsmarkt präsentierten. Dies galt besonders für die humanberuflichen Ausbildungsformen. Gesichertes Datenmaterial lag jedoch nicht vor.

Das BMBWK beauftragte daher im August 1999 das Forschungsinstitut für Organizational Behavior der Universität Salzburg mit der Evaluation der seit 1993 gültigen Lehrpläne für den Schultyp der Höheren Lehranstalten für wirtschaftliche Berufe (HLW). Diese Studie wurde im September 2000 erfolgreich abgeschlossen und die Ergebnisse in einem Abschlussbericht an den Auftraggeber übermittelt. Darauf basierend wird der Lehrplan weiterentwickelt.

Die Höheren Lehranstalten für Tourismus (HLT) und Kollegs für Tourismus- und Freizeitwirtschaft sind ein weiteres Segment innerhalb des Humanberuflichen Schulwesens. Das Forschungsinstitut wurde im Mai 2001 auch mit der Evaluierung der für diese Ausbildungsformen (ebenfalls seit 1993) gültigen Lehrpläne betraut, um hier ebenso für eine geplante Lehrplanreform auf entsprechende Basisdaten zugreifen zu können. Dadurch wurde gewährleistet, dass die Ergebnisse der HLW-Untersuchung direkt als Referenzdaten bzw. wichtige Teile der Studie als Ausgangsdaten für die Tourismusstudie herangezogen werden konnten, wodurch die

Rückfrageschleifen verkürzt und die Qualität der vorliegenden Untersuchung gesteigert werden konnten.

Da mit diesem Projekt die Sicht auf das Humanberufliche Schulwesen um einen wesentlichen Teil ergänzt wird, war es von Beginn an sowohl bezüglich Projektdesign, Erhebungsinstrumente, der zu bearbeitenden Themenbereiche als auch der Berichterstattung ein wesentliches Ziel, die beiden Forschungsarbeiten möglichst vergleichbar zu gestalten.

An dieser Stelle sei zunächst den ProjektmitarbeiterInnen am Forschungsinstitut, ExpertInnen und BeraterInnen aus Wirtschaft und Bildungsministerium und vor allem jenen herzlich gedankt, die durch ihre aktiven Meinungsäußerungen in den Befragungen, Diskussionsrunden und Workshops zum Erfolg der Studie beigetragen haben.

Die Erhebung an HLT *und* Kolleg beschäftigt sich vordergründig mit sehr ähnlichen Ausbildungsformen, erforderte tatsächlich aber die Gestaltung und Durchführung von getrennten Analysen, was – potenziert durch Vergleiche zur HLW-Studie – zu einer sehr komplexen Untersuchung führte. Die Fülle an verwertbaren Ergebnissen und damit auch an wesentlichen zusätzlichen Erkenntnissen rechtfertigt den Untersuchungsaufwand.

### **Lesehinweise:**

Im Text werden folgende Abkürzungen verwendet:

BMHS	Berufsbildende Mittlere und Höhere Schulen
HLT	Höhere Lehranstalt für Tourismus
HBLA/ H(B)LW	Höhere (Bundes-) Lehranstalt für wirtschaftliche Berufe
HAK	Handelsakademie
AHS	Allgemeinbildende Höhere Schule
FH	Fachhochschule
BMBWK	Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur
LSI	LandesschulinspektorIn
SL	SchulleiterIn
LL	LehrerInnen
ASP	Ausbildungsschwerpunkt
LP	Lehrplan

AMS	Arbeitsmarktservice
WTO	World Tourism Organization
OECD	Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
EUROSTAT	Statistisches Amt der EU
BIP	Bruttoinlandsprodukt
BGBI	Bundesgesetzblatt
Vp(n)	Versuchsperson(en)

Zur raschen Orientierung über die Ergebnisse ist zu Beginn der Kapitel in Teil II jeweils eine Kurzzusammenfassung eingefügt. Diese Teile sind durch graue Unterlegung gekennzeichnet.

Obwohl die vorliegende Studie zwei Untersuchungen (HLT und Kolleg) umfasst, werden aus Gründen besserer Lesbarkeit die Ergebnisse in Problemfeldern zusammengefasst und nicht nach HLT und Kolleg getrennt dargestellt. Überall dort, wo signifikante Unterschiede zwischen den Vergleichsgruppen vorliegen bzw. Erhebungen zu unterschiedlichen Fragestellungen vorgenommen wurden, werden die Ergebnisse getrennt dargestellt.

Die statistische Signifikanzprüfung wird durchgeführt, um feststellen zu können, wie groß die Wahrscheinlichkeit ist, dass Unterschiede nur durch Zufall zustande gekommen sind. Ist diese Wahrscheinlichkeit sehr klein z.B. 5% ( $p = .050$ ) oder geht gegen Null ( $p = .000$ ), so wird der Zufall mit dieser Restwahrscheinlichkeit ausgeschlossen.

Aus der statistischen Signifikanz lässt sich allerdings nicht automatisch die Beurteilung der inhaltlichen oder praktischen Relevanz der Ergebnisse ableiten. Grundsätzlich sollte bei der Bewertung der Ergebnisse beachtet werden, dass festgestellte (auch statistisch signifikante) Unterschiede Tendenzen anzeigen und nicht unkritisch generalisiert werden sollten.

## **2. Projekthintergrund**

### **2.1. Tourismus und Tourismusausbildung in Österreich**

#### **2.1.1. Tourismus und Freizeitwirtschaft in Österreich**

Weltweit ist die Tourismus- und Freizeitwirtschaft eine der am stärksten wachsenden Branchen und ein äußerst wichtiger Faktor für eine positive Wirtschaftslage vieler Staaten.

Auch für die österreichische Volkswirtschaft ist die Tourismus- und Freizeitwirtschaft von zentraler Bedeutung. Der Tourismus spielt eine wichtige Rolle bei der Förderung des Wirtschaftswachstums durch erhöhte Einnahmen an ausländischen Devisen, durch Arbeitsplatzbereitstellung und Staatseinkünfte, wobei Umfang und Struktur der Tourismuswirtschaft im wesentlichen mittelbar durch den Konsum der Touristen erfasst werden und daher im Gegensatz zu produktionsorientierten Wirtschaftszweigen wie Landwirtschaft oder Sachgütererzeugung nicht eigens als Sektor in der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung erfasst sind. Komplexität entsteht vor allem dadurch, dass touristische Aktivitäten in den verschiedensten Wirtschaftsbereichen stattfinden bzw. umgekehrt touristische Güter und Dienstleistungen in Bereichen produziert werden, die zunächst als für den Tourismus gar nicht relevant erscheinen mögen.

Das Tourismussatellitenkonto-Konzept (TSA-Konzept) von WTO, OECD, EUROSTAT und UN sieht als Berechnungsgrundlage für diverse Wirtschaftstatistiken eine Aufgliederung in „Tourismus-spezifische“ (das sind unter anderen das Beherbergungs-, Restaurant-, Reisebüro- sowie das Kultur-, Unterhaltungs- und Reiseversicherungswesen), „Tourismus-verwandte“ und „Nicht Tourismus-spezifische“ Produktion zur Herstellung ebenso benannter Güter und Dienstleistungen vor.

Im internationalen Vergleich ist Österreich in Bezug auf die Ausländernachfrage eines der tourismusintensivsten Länder der Welt. Im Jahr 2000 ergab sich aus

Tourismus und Freizeit in Österreich (ohne Dienst- und Geschäftsreisen) eine Wertschöpfung von 18.246 Mill. Euro (dies entspricht einem Beitrag zum BIP von 8,9%).

Im Hinblick auf die Ermittlung der volkswirtschaftlichen Bedeutung von Tourismus und Freizeit muss der Freizeitkonsum der Österreicher am Wohnort noch zusätzlich berücksichtigt werden. Dieser Beitrag des Freizeitkonsums zur gesamtwirtschaftlichen Wertschöpfung wurde im Jahr 2000 mit 13.937 Mill. Euro (entspricht 6,8% des BIP) beziffert – Tendenz steigend. (Vgl. WKÖ, 1999 und 2001; Franz et al, 2001; BMWA, 2000)

### 2.1.2. Strukturen im österreichischen Tourismus

Die folgende Tabelle zeigt den Mitgliederstand der Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft der Wirtschaftskammer Österreich (Stand: 2001).

Tab.1: *Mitglieder der Bundessektion Tourismus und Freizeitwirtschaft und ausgewählte tourismusrelevante Bereiche*

<i><b>Bereich</b></i>	<i><b>Anzahl der Betriebe</b></i>
Hotellerie	19.728
Gastronomie	52.228
Reisebüros	1.917
Freizeitbetriebe	11.999
Heilbade-, Kur- und Krankenanstalten	824
Bäder	2.477
Vergnügungsbetriebe	1.178
Lichtspieltheater	435
Luftfahrtunternehmen	70
Seilbahnen und Lifte	3.189
Autobusunternehmen	1.312

(Quelle: www.wko.at)

Hotellerie und Gastronomie stellen die Kernbereiche des österreichischen Tourismus dar. Im Jahr 2000 betragen die Deviseneinnahmen aller Beherbergungsformen in Österreich ATS 164.527 Mio (entspricht 11.956,9 Mio €).



Tab.2: *Österreichs Hotellandschaft im Überblick* (Stand 31.12.2001)

BUNDESLAND	5-Sterne	4-Sterne	3-Sterne	2-Sterne	1-Stern	ohne Kat.	GESAMT
Burgenland	2	39	123	224	69	1	458
Kärnten	4	174	531	649	5	1.598	2.961
Niederösterreich	2	108	343	72	5	1.372	1.902
Oberösterreich	1	90	242	190	27	500	1.050
Salzburg	11	282	712	599	63	1.747	3.414
Steiermark	3	149	782	693	52	685	2.364
Tirol	24	533	1.187	673	81	3.530	6.028
Vorarlberg	6	151	352	286	68	273	1.136
Wien	11	126	120	52	18	88	415
<b>G E S A M T</b>	<b>64</b>	<b>1.652</b>	<b>4.392</b>	<b>3.438</b>	<b>388</b>	<b>9.794</b>	<b>19.728</b>

(Quelle: www.diehotellerie.at)

Tab.3: *Betriebsarten in der Gastronomie* (Stichtag: 31.12.2001)

<i>Art der Betriebe</i>	Gesamt
1. Gastwirtschaften	32.225
2. Schankwirtschaften	916
3. Kaffeehausbetriebe	14.500
4. Bars, inkl. Diskotheken, Nachtclubs, Tanzcafes	3.275
5. Eisbetriebe	279
6. Sonstige Betriebe (Partyservice, ...)	1.033
Summe	52.228

(Quelle: www.diegastronomie.at)

Tab.4: *Arbeitnehmer im Beherbergungs- und Gaststättenwesen* (nach Bundesländern)  
(Stand: Juli 2001)

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Burgenland	3.904	4.053	4.138	4.174	4.360	4.496	4.697
Kärnten	17.318	17.505	17.169	16.152	16.239	16.580	16.496
Niederösterreich	18.562	19.615	19.992	19.865	20.515	20.703	21.176
Oberösterreich	16.251	16.264	16.558	16.637	16.898	17.169	17.434
Salzburg	19.991	20.023	19.848	19.274	19.143	19.623	19.846
Steiermark	15.469	15.866	16.083	16.332	16.705	17.463	17.974
Tirol	31.327	30.566	30.611	30.005	30.062	30.875	30.850
Vorarlberg	8.088	8.308	8.274	7.943	8.127	8.244	8.310
Wien	30.642	31.342	31.447	31.435	31.273	31.875	32.023
<b>Insgesamt</b>	<b>161.552</b>	<b>163.542</b>	<b>164.120</b>	<b>161.817</b>	<b>163.322</b>	<b>167.028</b>	<b>168.806</b>

(Quelle: www.wko.at)

87,4% der insgesamt 168.806 Beschäftigten waren im Jahr 2000 als Arbeiter, nur 12,6% als Angestellte eingestuft. Mit 62,9% ist der Anteil der weiblichen Beschäftigten fast doppelt so hoch wie der der männlichen Mitarbeiter (37,1%). Durchschnittlich beschäftigt ein Betrieb 3,7 Mitarbeiter, 38,7% der Unternehmen haben allerdings keine MitarbeiterInnen. Daraus kann geschlossen werden, dass es sich um Klein(st)betriebe in Familienbesitz handelt.

Tab.5: *Betriebsstruktur nach Beschäftigten* (Arbeitsstättenzählung 1991\*)

<i>Anzahl der Beschäftigten</i>	<i>Anzahl der Arbeitsstätten</i>
0	17.386
1-4	20.547
5-9	4.442
10-19	1.773
20-49	646
50-99	122
100-499	46
500 und mehr	0

\*Anmerkung: Aktuellere Daten waren zum Zeitpunkt der Berichtlegung noch nicht erhältlich.  
(Quelle: Wirtschaftskammer Österreich, Tourismus in Zahlen, 2001)

Ähnliche Strukturen sind laut vorliegenden Zahlen des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit (Vgl. [www.bmwa.gv.at](http://www.bmwa.gv.at)) auch für die Reisebürobranche in Österreich charakteristisch: 80% der Unternehmen sind auch hier Klein- und Kleinstbetriebe mit 1-9 MitarbeiterInnen, die allerdings nur etwa ein Fünftel der Umsatzerlöse der Branche lukrieren. Den Großteil des Umsatzvolumens teilen sich jene 22 Unternehmen mit 50 und mehr Beschäftigten, diese sind jedoch europäischen und internationalen Konzernen zuzuordnen und nicht rein-österreichische Unternehmen. Alles in allem sind in Österreichs Reisebüros etwa 9500 MitarbeiterInnen angestellt.

Insgesamt betrachtet ist die Datenerfassung zur Beschreibung charakteristischer Merkmale der österreichischen Tourismus- und Freizeitwirtschaft äußerst schwierig, da häufig selbst innerhalb ein- und derselben Datenquelle divergierendes Zahlenmaterial ausgegeben wird. Dies gilt allerdings auch für die Erhebung von Daten über die Schulstandorte mit den dazugehörigen Angaben über LehrerInnen und SchülerInnen.

### 2.1.3. Tourismusbildung in Österreich

Positives Feedback von UnternehmerInnen wie Gästen beweist, dass österreichische Touristiker als MitarbeiterInnen im In- und Ausland einen ausgezeichneten Ruf genießen. Dies ist nicht zuletzt auf das hohe Niveau und die vielfältige Bildungslandschaft zurückzuführen. Die Bandbreite der Möglichkeiten reicht von der Ausbildung in verschiedenen touristischen Lehrberufen (Koch/ Köchin, Restaurationsfachfrau/-mann, Systemgastronomiefachfrau/-mann, Hotel- und GastgewerbeassistentIn, ReisebüroassistentIn, FitnessbetreuerIn, Bürokauffrau/-mann) bis zum Universitätsstudium. Mit Stand 31.12.2000 zählte die Sparte Tourismus- und Freizeitwirtschaft 13.233 Lehrlinge, dies entspricht 10,4% aller Lehrlinge zu diesem Zeitpunkt. (Vgl. WKÖ, Lehrlingsstatistik 2000)

Eine tourismusspezifische Ausbildung in Kombination mit einem Maturaabschluss wird in Österreich derzeit in folgenden Varianten angeboten:

- ❖ durch den fünfjährigen Besuch einer Höheren Lehranstalt für Tourismus (HLT)
- ❖ durch die Absolvierung einer Schulform mit Maturaabschluss (AHS oder BHS) und den anschließenden Besuch eines zweijährigen Kollegs für Tourismus und Freizeitwirtschaft
- ❖ durch den Besuch eines dreijährigen Bildungsgangs (Abschluss einer Hotelfachschule, Fachschule für Tourismus, Fachschule für wirtschaftliche Berufe oder Handelsschule) und weiterführend des Aufbaulehrgangs (ALG) für Tourismus (mit Maturaabschluss), wobei je nach Vorbildung eine Befreiung von fachpraktischen Gegenständen erfolgt.

Untersuchungsgegenstand der aktuellen Studie sollte diese höhere Tourismusbildung sein, deren typische Ausprägung im Bildungsangebot der Höheren Lehranstalten für Tourismus abzulesen ist. Es war daher naheliegend, die Lehrpläne der HLT vor einer geplanten Lehrplanbearbeitung zu evaluieren.

Die zahlenmäßig nächstgrößere Gruppe an AbgängerInnen einer höheren Tourismusausbildung sind die Kolleg-AbsolventInnen, von denen der Auftraggeber außerdem hypothetisch annahm, dass sie von der Branche eher ohne Unterscheidung zu den HLT-AbsolventInnen betrachtet werden. Es wurde daher vereinbart, die Evaluationsstudie auf die Lehrpläne des Kolleg auszuweiten und damit die Hypothese überprüfbar zu machen.

Für den ALG können die Ergebnisse abgeleitet werden, da er als Sonderform die Nachqualifizierung auf HLT-Niveau für eine etwas kleinere Zielgruppe liefert.

## 2.2. Die Höhere Lehranstalt für Tourismus (HLT)

### 2.2.1. Allgemeine Bildungsziele

Wie alle Formen berufsbildender höherer Schulen in Österreich können sich auch die Höheren Lehranstalten für Tourismus an den verschiedenen Standorten in Österreich regen Zulaufs erfreuen. So hat sich das Angebot an der fünfjährigen Ausbildungsform mit Maturaabschluss seit Inkrafttreten des aktuellen Lehrplans im Jahr 1993 vervielfacht.

In Österreich sind derzeit an 20 Standorten Höhere Lehranstalten (HLT) eingerichtet (8 werden von privaten Schulerhaltern geführt, 12 sind öffentliche Schulen), 1993 waren es erst insgesamt 7 Standorte (Vgl. dazu S. 31).

Tab.6: *Entwicklung der Schülerzahlen an Höheren Lehranstalten für Tourismus*

	1993/94	1994/95	1995/96	1996/97	1997/98	1998/99	1999/00
Burgenland	210	287	324	393	425	493	510
Kärnten	356	341	335	343	365	442	403
Niederösterreich	708	716	775	816	934	1.097	1.167
Oberösterreich	1.049	1.035	1.036	1.051	1.063	1.115	1.168
Salzburg	513	498	535	622	710	810	864
Steiermark	353	324	340	376	394	416	425
Tirol	488	469	530	660	794	862	908
Vorarlberg	260	238	225	226	285	280	270
Wien	379	494	594	760	951	1.108	1.287
<b>Insgesamt</b>	<b>4.316</b>	<b>4.402</b>	<b>4.694</b>	<b>5.247</b>	<b>5.921</b>	<b>6.623</b>	<b>7.002</b>
Schüler insgesamt	7.194	7.172	7.395	7.796	8.563	9.427	9.804

(Quelle: WKÖ, Tourismus in Zahlen, 2001)

Im Vergleich dazu zeigt die Statistik für die Entwicklung der Schülerzahlen an den dreijährigen Fachschulen gleichbleibende, für jene an tourismuspezifischen Berufsschulen (= Lehrlingsstatistik) sogar leicht sinkende Zahlen.

Tab.7+8: *Lehrlinge und Schüler von Tourismusfachschulen seit 1993*

Schuljahr	1993/94	1994/95	1995/96	1996/97	1997/98	1998/99	1999/00
Schüler in Tourismusfachschulen Insgesamt	<b>2.878</b>	<b>2.770</b>	<b>2.701</b>	<b>2.549</b>	<b>2.642</b>	<b>2.804</b>	<b>2.802</b>

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Lehrlinge in der Tourismuswirtschaft Insgesamt	<b>11.562</b>	<b>11.475</b>	<b>11.363</b>	<b>11.589</b>	<b>12.145</b>	<b>13.031</b>	<b>13.515</b>	<b>13.233</b>

(Quelle: Wirtschaftskammer Österreich, Tourismus in Zahlen, 2001)

Die Ausbildungsziele der Höheren Lehranstalt für Tourismus während der fünfjährigen Ausbildungszeit umfassen neben einer fundierten Allgemeinbildung eine berufliche Erstausbildung, welche die AbsolventInnen zur unmittelbaren Ausübung eines gehobenen Berufs in der Wirtschaft, hier insbesondere in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft befähigt.

Als Ausbildungsinhalte schließt der Lehrplan neben den erwähnten allgemeinbildenden Unterrichtsgegenständen eine kaufmännische, eine tourismuswirtschaftliche und eine fachpraktische Ausbildung sowie die Absolvierung von Pflichtpraktika während der Schulferien im Ausmaß von insgesamt 8 Monaten als Vorbereitung für den Eintritt in das Berufsleben ein.

Als wesentliche Bildungsziele sieht der Lehrplan außerdem den Erwerb besonderer Schlüsselqualifikationen wie Kommunikationsfähigkeit, Kreativität, Flexibilität oder Kritikfähigkeit vor. Einen weiteren Schwerpunkt stellt die Schulung der „*Fähigkeit, betriebliche Organisationsprobleme .... zu lösen, im Team zu arbeiten und Mitarbeiter zu führen.*“ dar (Aus: Höhere Lehranstalt für Tourismus (Lehrplan), BGBl. Nr.734/1993, II/373/1999). Besonderes Augenmerk wird auf den berufsbezogenen Fremdsprachenunterricht gelegt. Für zukünftige TouristikerInnen erscheint auch das Ausbildungsziel, die SchülerInnen durch das Kennenlernen anderer Kulturen zu Weltoffenheit und Toleranz zu führen bzw. gleichzeitig eine intensive

Auseinandersetzung mit dem österreichischen Kultur- und Wirtschaftsleben herbeizuführen, als sehr wesentlich.

### **2.2.2. Die Reife- und Diplomprüfung an HLT**

Der positive Abschluss einer HLT eröffnet den AbsolventInnen unter anderem auch den Zugang zu reglementierten und nicht reglementierten Berufen; die Akkreditierung der beruflichen Qualifikationen erfolgt durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit basierend auf der Gewerbeordnung und dem Berufsausbildungsgesetz.

Die Reife- und Diplomprüfung an HLT

- ❖ verleiht die allgemeine Universitätsreife und ermöglicht den Zugang zu Universitäten, Akademien und Fachhochschulen;
- ❖ entspricht den Richtlinien der EU (Anhang D der Richtlinie 92/51 EWG i. d. F. 95/43/EG – Richtlinie der Kommission vom 20. Juli 1995 zur Anerkennung beruflicher Befähigungsnachweise in Ergänzung der Richtlinie 89/48/EWG);
- ❖ ermöglicht die selbständige Berufsausübung unter anderem in folgenden Gewerben:
  - Reisebürogewerbe: Voraussetzung ist eine mindestens zweijährige fachliche Tätigkeit (gem. Befähigungsnachweis für die Reisebürogewerbe, BGBl. II Nr. 95/1999)
  - Gastgewerbe: Voraussetzung ist eine mindestens einjährige fachliche Tätigkeit (gem. Befähigungsnachweis für die Gastgewerbe BGBl. II Nr. 19/1997)
  - Handelsagenten und Handelsgewerbe.
- ❖ ersetzt die Unternehmerprüfung (gemäß Unternehmerprüfungsordnung, BGBl. II Nr. 210/1999);

- ❖ stellt einen Mindestanteil der beruflichen Qualifizierung sicher, sodass die AbsolventInnen durch ihr Prüfungszeugnis
  - Zugang zu Tätigkeiten haben, die eine Lehrabschlussprüfung voraussetzen,
  - den Nachweis der Anstellungserfordernisse für bestimmte Verwendungsgruppen erbringen und
  - eine angemessene Einstufung in bestimmte Lohn- und Gehaltsstufen erhalten.

AbsolventInnen der HLT verfügen über die für den Tourismus- und Gastronomiebereich praxisrelevanten Kenntnisse und Fertigkeiten im Service (entsprechend dem Berufsbild Restaurantfachmann/frau), in der Küchenführung und –organisation (entsprechend dem Berufsbild Koch/Köchin) sowie in der Administration und Kundenbetreuung (entsprechend dem Berufsbild Hotel- und GastgewerbeassistentIn, Bürokaufmann/frau oder ReisebüroassistentIn) und haben eine allgemeine kaufmännische Ausbildung.

- ❖ erlaubt entsprechend der jeweiligen Berufserfahrung den Einsatz als unselbständig Beschäftigte/r in Tätigkeitsfeldern mit hohem Maß an Eigenverantwortung in verschiedenen Zweigen der Tourismus- und Freizeitwirtschaft und der Verwaltung auf mittlerer und höherer kaufmännischer und administrativer Ebene, z. B. Catering Manager, Food and Beverage Manager, Leiter/in touristischer Institutionen und Organisationen.

Mit der Novelle der Gewerbeordnung, BGBl. I Nr. 111/2002 werden die Gewerbe nunmehr in reglementierte und freie Gewerbe eingeteilt. Der Bundesminister für Wirtschaft und Arbeit hat durch Verordnung festzulegen, durch welche Belege (dies kann u.a. das Zeugnis über den erfolgreichen Besuch einer Schule sein) die Zugangsvoraussetzungen zum betreffenden Gewerbe als erfüllt anzusehen sind.

### 2.2.3. Der aktuelle Lehrplan

Der Ausbildung an Höheren Lehranstalten für Tourismus liegt der Lehrplan gemäß BGBl.Nr. 734/1993 i.d.F. II/373/1999 zugrunde.

**(A)** Die **Pflichtgegenstände** sind in einen (1) *Kernbereich* und einen (2) *Erweiterungsbereich* gegliedert (Studentafel der HLT siehe Anhang 1).

(1) Kernbereich:

Der Fächerkanon des Kernbereichs umfasst die für alle HLT gleichermaßen geltenden Pflichtgegenstände. Durch diese werden die allgemeinen beruflichen Qualifizierungen im Zusammenhang mit dem Berufsausbildungsgesetz und der Gewerbeordnung abgedeckt.

(2) Erweiterungsbereich:

Der Erweiterungsbereich umfasst die schulautonomen Möglichkeiten eines Schulstandortes.

Der Erweiterungsbereich schließt ein:

- ❖ *Ausbildungsschwerpunkt(e)*, die zu einer berufsbezogenen Spezialisierung führen sollen,
- ❖ *Pflichtgegenstände mit erhöhtem Stundenausmaß* zur Vertiefung der Lehrinhalte bzw. zur Fortführung von für einen Jahrgang nicht mehr vorgesehenen Pflichtgegenständen und/ oder
- ❖ *Seminare* zur Einrichtung zusätzlicher Bildungsangebote.

Die Schulen können aus folgenden Ausbildungsschwerpunkten wählen:

Tab.9: *Übersicht über die zur Wahl stehenden Ausbildungsschwerpunkte*

Dritte lebende Fremdsprache Fremdsprachen und Wirtschaft Hotelmanagement Touristisches Management (Sonderform: Gesundheits- und Kurtourismus) Kulturelle Animation Städtetourismus und Eventmanagement Medieninformatik
---



Bei den Seminaren können derzeit eigene schulautonome Lehrpläne zu Gegenständen, die in folgende Bereiche subsummiert sind, angeboten werden:

- Fremdsprachenseminar (z.B. Kulturtourismus – Italienisch)
- Betriebsorganisatorisches Seminar (z.B. Übungsfirma)
- Allgemeinbildendes Seminar (z.B. Kulturkunde Österreichs)
- Fachtheoretisches Seminar (z.B. Kurwesen und Behandlungsmethodik, Rhetorik und Kommunikation)
- Praxisseminar

Weiters haben die SchülerInnen bis zum Eintritt in den V. Jahrgang

**(B) Pflichtpraktika** im Ausmaß von 32 Wochen (entspricht 8 Monaten) zu absolvieren.

**(C) Freigegegenstände und unverbindliche Übungen** sowie

**(D) Förderunterricht** komplettieren das Angebot.

Laut schulautonomen Lehrplanbestimmungen (§6 Abs.1 des Schulorganisationsgesetzes) bedarf die Nutzung der schulautonomen Freiräume *„eines an den Bedürfnissen des Schülers, der Schulpartner insgesamt sowie des schulischen, allgemein-kulturellen und wirtschaftlichen Umfeldes orientierten Konzeptes“*, wobei die Bestimmungen sinngemäß auch für allfällige Freigegegenstände und unverbindliche Übungen anzuwenden sind. Die Gestaltung des Erweiterungsbereichs wird durch den Schulgemeinschaftsausschuss festgelegt.

Soweit der Schulgemeinschaftsausschuss keine Lehrplanbestimmungen für den Bereich der schulautonomen Pflichtgegenstände erlässt, hat die Festlegung durch die Schulbehörde erster Instanz zu erfolgen.

Zur Unterrichtsgestaltung schreiben die allgemeinen didaktischen Grundsätze des Lehrplans vor, dass *„der Unterricht fächerübergreifend“* auszurichten ist. Um diesen Ansatz zu unterstützen, sollen die LehrerInnen *„pädagogische Beratungen, schriftliche Lehrstoffverteilungen und sonstige geeignete Maßnahmen zur Ausnützung aller sich bietenden Querverbindungen zwischen den Unterrichtgegenständen“* ergreifen.

Außerdem haben die LehrerInnen auf „*regionale Besonderheiten und aktuelle Begebenheiten*“ einzugehen.

Wie bereits der ausdrückliche Vermerk in der Studententafel bei einigen Gegenständen erkennen lässt, ist außerdem besonderes Augenmerk auf die Integration computerunterstützten Arbeitens und die Verwendung Neuer Medien zu legen.

Aus diesen Aspekten ergaben sich für das Projektdesign Fragen zur aktuellen Unterrichtsgestaltung, aber vor allem zur Lehreraus- und -weiterbildung.

## **2.3. Das Kolleg für Tourismus und Freizeitwirtschaft**

### **2.3.1. Allgemeine Bildungsziele**

Kollegs bieten eine 4-6-semesterige Ausbildung, welche die berufliche Berechtigung, also die fachtheoretische und praktische Ausbildung einer berufsbildenden höheren Schule der betreffenden Fachrichtung vermittelt und mit einer Diplomprüfung endet. Personen mit Reifeprüfung, Berufsreife- oder Studienberechtigungsprüfung können Kollegs besuchen. (Vgl. [www.bmbwk.gv.at](http://www.bmbwk.gv.at))

Das Kolleg für Tourismus und Freizeitwirtschaft ist laut BGBl.II Nr. 314/1998 i.d.F. II/373/1999 eine 4 Semester (2 Jahre) dauernde Ausbildungsform, in der AbsolventInnen höherer Schulen ergänzend zu ihrer bereits erworbenen Ausbildung das „*Bildungsgut einer Höheren Lehranstalt für Tourismus*“ mit dem Schwerpunkt einer Ausbildung auf dem Gebiet der Tourismus- und Freizeitwirtschaft vermittelt werden soll. Wie die AbsolventInnen einer HLT sollen auch die AbsolventInnen des Kolleg nach „*Ableistung einer entsprechenden Berufspraxis befähigt sein, gehobene Tätigkeiten in der Tourismuswirtschaft und -verwaltung auszuüben und Führungspositionen in diesem Wirtschaftsbereich einzunehmen.*“

Derzeit sind in Österreich an 7 Standorten mit HLT auch Kollegs angegliedert, ein Kollegstandort wird ohne weitere Anbindung an eine andere Schule geführt.

Der Fächerkanon umfasst vornehmlich tourismuswirtschaftliche und kaufmännische Unterrichtsgegenstände. Die StudentInnen müssen vor Eintritt in das 3. Semester die Absolvierung von insgesamt 12 Wochen Pflichtpraktikum vorweisen.

Die bereits für die HLT beschriebenen Ziele, den Erwerb von tourismusrelevanten Schlüsselqualifikationen, Weltoffenheit und Toleranz und besondere Kenntnisse der österreichischen und anderer Kulturen zu fördern, treffen wortident auch als Bildungsziele für das Kolleg für Tourismus und Freizeitwirtschaft zu. Dies gilt auch für die allgemeinen didaktischen Grundsätze, die im Lehrplan festgelegt werden.

Der Lehrplan betont besonders das Bestreben, dass die Ausbildung die SchülerInnen dazu befähigen soll, Managementqualifikationen zu entwickeln. Dies soll vor allem in den beiden zur Wahl stehenden Fachrichtungen „Food and Beverage“ bzw. „Management für Tourismusorganisationen“ erfolgen. (Studentafel des Kolleg siehe Anhang 2)

Der gültige Kolleg-Lehrplan verlässt jedoch die herkömmlichen „Nachqualifizierungsbahnen“, indem er das höhere Alter und den Reifegrad von Maturanten berücksichtigt. So wird inhaltlich zwar die gleiche Fachqualifizierung angestrebt, jedoch nicht auf Basis einer direkten formalen Entsprechung. Dazu wurden höhere Anteile an Schulautonomie im Lehrplan geschaffen. Die Effizienz dieser Maßnahmen war zu überprüfen. Sie spiegelt ein neues, nicht formalistisches, sondern zielorientiertes Herangehen an Bildung.

### **2.3.2. Der aktuelle Lehrplan**

Der aktuelle Lehrplan ist wie jener der HLT in einen (1) *Kernbereich*, der die ergänzend zur bereits erworbenen höheren Ausbildung tourismusrelevanten Unterrichtsgegenstände umfasst, und (2) einen schulautonom festlegbaren *Erweiterungsbereich* gegliedert.

Der Erweiterungsbereich des Kolleg unterscheidet sich von dem der HLT durch das Angebot der *Fachrichtungen*, wobei außer an einem Standort überall sonst die Fachrichtung „Food and Beverage“ angeboten wird, dort steht auch „Management für Tourismusorganisationen“ zur Auswahl. Die Fachrichtung „Food and Beverage“ bietet eine *„fundierte gastronomische Ausbildung“* sowie Hotelmanagementausbildung, „Management für Tourismusorganisationen“ legt besonderes Gewicht auf *„facheinschlägige Organisationsarbeit“* (Vgl. Kolleg-Lehrplan).

Die zur Verfügung stehenden Ausbildungsschwerpunkte sind dieselben wie für die HLT. Ursprünglich war der ASP Medieninformatik durch Wirtschaftsinformatik ersetzt, steht seit 1999 jedoch auch am Kolleg zur Auswahl (Vgl. BGBl. II Nr. 373/1999).

Im Vergleich der Gesamtwochenstundenzahl zwischen HLT und Kolleg ist die höhere Belastung der KollegstudentInnen besonders hervorzuheben: weist die Stundentafel der HLT für die fünfjährige Ausbildungszeit **185** Gesamtwochenstunden aus, liegt jene der nur viersemestrigen, also zwei Jahre dauernden Ausbildungsform immerhin bei beachtlichen **148** Gesamtwochenstunden.

## 3. Projektdesign

### 3.1. Die Untersuchungsziele

Aufgrund der dargestellten Situation und Problemfelder wurden für die Evaluation der aktuellen Lehrpläne gemeinsam mit dem Auftraggeber folgende Ziele festgelegt:

- **Die Feststellung der Berufsrelevanz der Ausbildung**
- **Die Analyse der Umsetzbarkeit und Zielentsprechung der Lehrpläne sowie die Nutzung schulautonomer Freiräume an den Schulstandorten**
- **Die Erforschung des Entwicklungspotenzials in den Lehrplänen sowie dafür notwendiger Begleitmaßnahmen in instrumenteller und personeller Hinsicht**
- **Die Erhebung ausbildungsrelevanter Entwicklungen und Trends in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft**

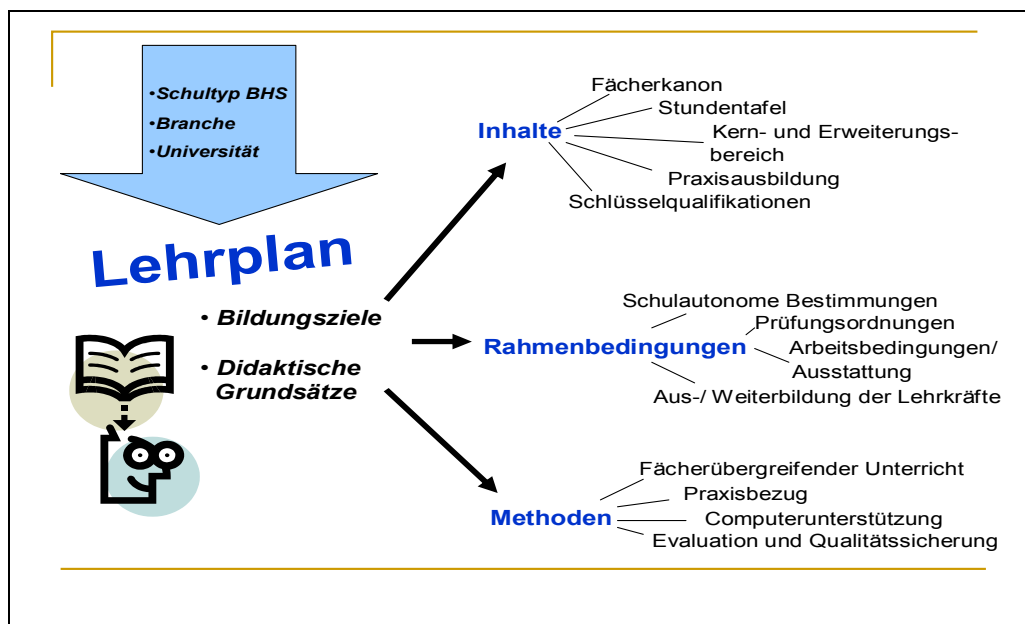
Jeder Lehrplan gilt auf der einen Seite jeweils für einen bestimmten *Schultyp* (hier: Berufsbildende höhere Schule sowie berufsbildende postsekundäre Ausbildung) und bestimmte *Ausbildungsziele* (hier: Berufe im Tourismus und Universitätsstudium).

Auf der anderen Seite werden entsprechende *Bildungsziele* und *didaktische Grundsätze* definiert und die für deren Umsetzung vorgesehene *Studentafel* (Fächerkanon, Wochenstundenzahl) beschrieben.

Für jeden *Unterrichtsgegenstand* werden Bildungs- und Lehraufgaben, Lehrstoff sowie Angaben zu Unterrichtsmethoden und Wechselbeziehungen zu relevanten Stoffgebieten festgelegt.

Ausgehend von dieser Überlegung wurden folgende Fragenkomplexe für die gegenständliche Lehrplanevaluation festgelegt:

Abb.1: *Lehrplanevaluation und Untersuchungsdesign*



Die Datenerhebung erfolgte durch:

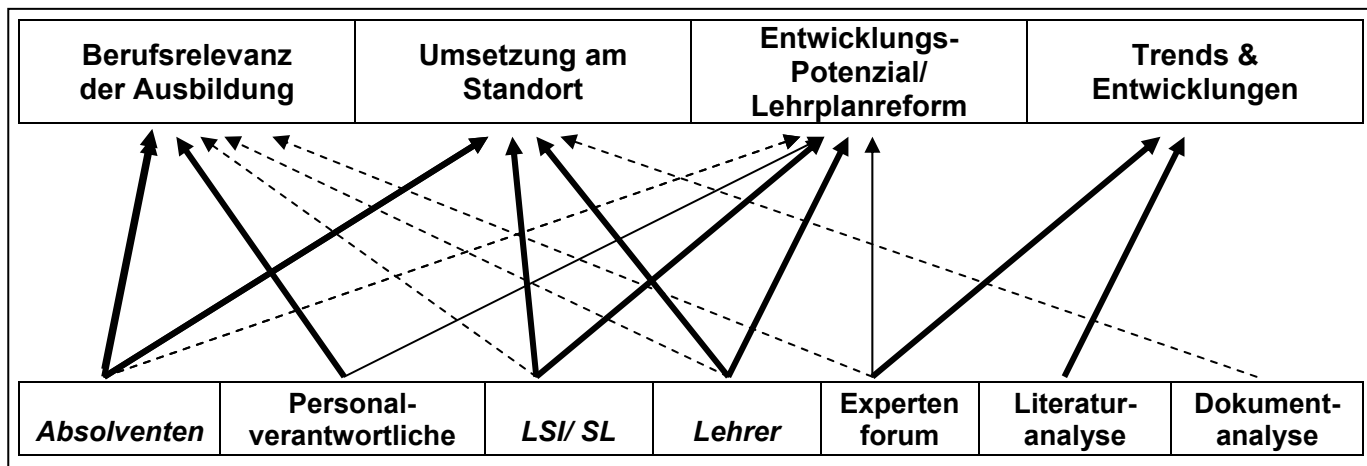
- **die Befragung der AbsolventInnen** (postalisch)
- **die Befragung der LehrerInnen** (postalisch)
- **die Befragung der LandesschulinspektorInnen und SchulleiterInnen** (Interviews)
- **die Befragung personalverantwortlicher Personen aus der Tourismus- und Freizeitwirtschaft** (Online-Fragebogen)
- **ein Diskussionsforum ausgewählter ExpertInnen aus der Tourismus- und Freizeitwirtschaft** (Workshop und Internet-Diskussion)

Zu einer noch umfassenderen Bearbeitung der vorgegebenen Zielsetzungen wurden über den eigentlichen Projektauftrag hinausgehend weitere Forschungsleistungen eingebracht:

- **eine Literaturanalyse** von Trends und Entwicklungen in der Tourismusbranche
- **die Begutachtung von Dokumentationsmaterial** der Schulen (zum Beispiel: Jahresberichte, Homepages oder Projektbeschreibungen)

Der Lehrplan konnte so aus mehreren, unterschiedlichen Blickwinkeln untersucht und die jeweiligen Sichtweisen gegenübergestellt und kontrolliert werden.

Abb. 2: Zuordnung der Befragungsinstrumente zu den Untersuchungszielen



Zeichenerklärung: Fettgedruckte Pfeile ... Hauptziele des jeweiligen Befragungsinstrumentes  
Strichlierte Pfeile .... Zusätzlicher Untersuchungsbereich

## 3.2. Die Befragungsinstrumente

### 3.2.1. Die Befragung der AbsolventInnen

Die Befragung der AbsolventInnen erfolgte mittels eines schriftlichen, strukturierten Fragebogens. Grundlagen für die Festlegung der Themenbereiche waren

- die Ergebnisse des Eröffnungswshops mit dem Auftraggeber
- informelle Gespräche mit ExpertInnen aus dem berufsbildenden Schulwesen
- Ergebnisse und Erfahrungen aus der HLW-Studie
- Studium des Lehrplans
- Literaturstudium einschlägiger Publikationen (Siehe Literaturverzeichnis)

Zur eigentlichen Instrumententwicklung wurde ein Workshop mit AbsolventInnen der Pilotschule (Tourismusschule „Modul“, Wien 19, Peter-Jordan-Straße), die sich freiwillig zur Verfügung stellten, durchgeführt.

Die Ergebnisse der angeführten Analysen und Besprechungen haben bereits in der Entwicklungsphase gezeigt, dass es unbedingt notwendig war, die beiden Schultypen

mit zwar im wesentlichen vergleichbaren, aber doch unterschiedlichen Fragebogenvarianten zu untersuchen.

Für die Gewährleistung der gewünschten Vergleichbarkeit wurden die Items für die beiden Schultypen so weit als möglich wortident abgefasst, vor allem um Ungenauigkeiten durch unterschiedliche Interpretation von Fragestellungen seitens der Befragten zu vermeiden. Unterschiede betreffen hauptsächlich die Fragestellungen zur Entscheidung für eine Ausbildung im Tourismus, zur Studentafel, zur Praxisausbildung und zur Bewerbungssituation, also jene grundsätzlich getrennt zu behandelnden Bereiche von Lehrplan und Zielgruppe.

Für beide Schultypen umfasst der Fragebogen jeweils 4 Themenfelder:

**(1) Gründe für die Wahl einer Tourismusausbildung**

- Entscheidungskriterien für die Tourismusausbildung
- Entscheidungskriterien für die Wahl des Standorts

**(2) Berufsrelevanz der Lehrplaninhalte/ Unterrichtsgestaltung**

- Beurteilung der Schulfächer
- Aussagen zum Erweiterungsbereich (Ausbildungsschwerpunkt, Seminare, Zusatzangebote)
- Grad der Zielerreichung allgemeiner Bildungsziele
- Aufbereitung der Unterrichtsinhalte
- Beurteilung des praxisbezogenen Unterrichts, des Betriebspraktikums und der Ferialpraktika

**(3) Übergang in die Berufswelt/ Studium**

- Bewerbungssituation und Chancen
- Bisheriger beruflicher Werdegang
- Fragen der Weiterbildung
- Stand der Ausbildung bezüglich Sprach- und EDV- Kenntnisse

**(4) Allgemeine Bewertung der Ausbildung**

- Abschließender Kommentar
- (Wieder)Wahl der Ausbildung aus heutiger Sicht

**Evaluative Abschlussfragen**

- Maturajahrgang
- Geschlecht
- Berufe der Eltern



### **3.2.2. Die Befragung der LandesschulinspektorInnen und SchulleiterInnen**

Die Befragung wurde mittels vorstrukturierter Interviews zu folgenden Themen durchgeführt:

- Diskussion aktueller Entwicklungstendenzen in der Tourismusbranche und deren Auswirkungen auf die Ausbildung an Tourismusschulen
- Image von HLT bzw. Kolleg
- Feststellen des Einflusses von LSI/ SL auf die Umsetzung des aktuellen Lehrplans im allgemeinen
- und die Gestaltung schulautonomer Möglichkeiten im besonderen
- Aussagen zu: praktischer Ausbildung, Lehrfächerverteilung, Aus- und Weiterbildung der LehrerInnen, Qualitätssicherung und Evaluation
- Feststellen von Reformbedarf

Die durchschnittliche Dauer eines Gesprächs war mit etwa einer Stunde geplant, wurde in den meisten Fällen infolge des großen Interesses aber wesentlich überschritten.

### **3.2.3. Die Befragung der LehrerInnen**

Die LehrerInnen wurden wie die AbsolventInnen mittels schriftlicher strukturierter Fragebogen befragt. Aus Gründen der Projektbudgetierung wurden die Fragebogen pro Schule gesammelt verschickt. Allerdings wurde die individuelle Rückantwort durch Beilegung frankierter und voradressierter Kuverts für die einzelnen LehrerInnen garantiert und dadurch anonymisiert.

Die Inhalte des Fragebogens basieren auf den Erfahrungswerten aus der HLW-Studie, Gesprächen mit LehrerInnen und Schulleitung der Pilotschule und ersten Ergebnissen aus den bis zu diesem Zeitpunkt bereits abgeschlossenen Projektteilen.

Der Fragebogen umfasst folgende Themenfelder:

### **1. Berufsrelevanz und Umsetzung der Lehrpläne**

- ▶ Charakteristika der aktuellen Lehrpläne
- ▶ Operative Aspekte
- ▶ Aspekte der Schulautonomie
- ▶ Unterrichtsgestaltung
- ▶ Praxisausbildung an den Schulstandorten
- ▶ Erwerb von Zusatzqualifikationen
- ▶ Schlüsselqualifikationen
- ▶ Aus- und Weiterbildung

### **2. Öffentlichkeitsarbeit**

### **3. Aussagen zur geplanten Lehrplanreform**

Erfahrungen aus der HLW-Studie haben ebenfalls gezeigt, wie sensibel LehrerInnen bezüglich der Frage der Anonymität sind. Deshalb wurden demografische Datenabfragen auf ein Minimum reduziert und die LehrerInnen nur um Angabe der Verwendungsgruppe und Beschäftigungsform (HLT und/oder Kolleg) gebeten.

#### **3.2.4. Die Befragung personalverantwortlicher Personen aus der Tourismus- und Freizeitwirtschaft**

Die positiven Erfahrungen früherer Untersuchungen haben gezeigt, dass Umfragen per Internet eine sehr moderne und effiziente Art der Befragung darstellen. Deshalb wurde auch für die vorliegende Studie die Befragung der personalverantwortlichen Personen aus der Branche per e-Mail und Online-Fragebogen durchgeführt.

Grundlagen für das Design und die inhaltliche Aufbereitung des Fragebogens bildeten

- ❖ die oben erwähnten positiven Erfahrungen der HLW-Studie
- ❖ konkrete Ergebnisse und Aussagen zur Tourismusbranche aus der HLW-Studie
- ❖ Antworttrends aus der aktuellen Absolventenbefragung
- ❖ erste Ergebnisse und Fragestellungen aus dem Expertenworkshop und Diskussionsforum

Der Fragebogen umfasste folgende Themenbereiche:

- Analyse möglicher Einsatzbereiche der AbsolventInnen in den Unternehmen
- Erhebung von Anforderungen an BewerberInnen
- Feststellen von Qualifizierungsstandards für die jeweilige Tätigkeit im Unternehmen
- Überprüfung der Berufsrelevanz des Lehrplans aus Sicht der Unternehmen
- Sammeln von Vorschlägen zu einem zukünftigen Fächerkanon

Zahlreiche positive Kommentare zur Untersuchung bezogen sich sowohl auf die Tatsache, dass die „Kunden“ der Schulen über ihre Vorstellungen befragt wurden als auch auf das Befragungsinstrument:

*„Diese Untersuchung ist eine gute Idee zur Bestimmung der Interessen der Unternehmen. Mit diesem Fragebogen kann man sehr gut herausfinden, was die Unternehmen bevorzugen und welche Berufsausbildungen die besten Chancen für eine gute Zukunft bieten.“*

*„Finde ich sehr positiv, dass sich die Schulausbildung an der Nachfrage bzw. den Anforderungen von Tourismusbetrieben orientiert.“*

*„Die Auswertung des Fragebogens trägt sicher dazu bei, den Unterricht an den Tourismusschulen noch praxisorientierter zu gestalten. Finde diese Umfrage toll. Gutes Gelingen bei der Umsetzung.“*

*„Guter Ansatz, den "Kunden" der touristischen Aus- und Weiterbildungseinrichtungen zu befragen. Bei einigen Fragen, insbesondere allgemeinen Aussagen zu einzelnen Schultypen, fällt die Antwort schwer,..."*

*„Interessante Sache - das Ausfüllen war mir ein Vergnügen!!“*

*„ ... umfangreich und übersichtlich, guter technischer Aufbau...“*

*“ ... vielleicht wird sogar einiges umgesetzt.“*

*„ ... finde ich sehr positiv, dass Sie sich Infos direkt bei der Basis holen...“*

*„ ....solche Befragungen sollten öfter gemacht werden.“*

*„ ...habe den Eindruck, dass es wirklich zu etwas führen könnte.“*

*„Die Untersuchung war gut aufgebaut und vor allem, es hat funktioniert - kein Absturz!“*

### **3.2.5. Die Analyse ausbildungsrelevanter Entwicklungen und Trends in Tourismus- und Freizeitwirtschaft**

Bei einer Lehrplanreform muss davon ausgegangen werden, dass mehrere Jahre vergehen, bis die Bestimmungen des neuen Lehrplans in Kraft treten. Bis die ersten AbsolventInnen dann die Ausbildung absolviert und die Effizienz der Neuerungen am „Markt“ festgestellt werden kann, dauert es ebenfalls Jahre. Das bedeutet, dass die „Architekten“ eines neuen Lehrplans immer auch einen Blick in die Zukunft werfen müssen. Um die Gegenüberstellung mit der Jetzt-Situation zu erleichtern, wurden im Rahmen der vorliegenden Evaluationsstudie daher eine Literaturrecherche und eine Expertendiskussion über ausbildungsrelevante Trends und Entwicklungen in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft durchgeführt.

#### **3.2.5.1. Literaturrecherche**

Die Analyse der vorliegenden Literatur war zunächst zur Vorbereitung der ProjektmitarbeiterInnen auf das Expertenworkshop vorgenommen worden, wurde dann aber als Ergänzung und Hintergrund für Diskussionen von zukünftigen Lehrplaninhalten als wertvolle Unterlage aufbereitet und für den vorliegenden Bericht zur Verfügung gestellt.

#### **3.2.5.2 Expertenworkshop und Internet-Diskussionsforum**

Zur Vorbereitung einer weiterführenden Diskussion in einem Internetforum fand zunächst als Startveranstaltung ein ganztägiger Workshop mit ausgewählten ExpertInnen aus der Tourismusbranche statt.

Im Anschluss an den Workshop wurden die aufgeworfenen Fragen und Diskussionspunkte zusammengefasst und als Diskussionsgrundlage in ein Online-Diskussionsforum gestellt, das über mehrere Wochen Interessierten für ihre Beiträge offen stand.

Ziele der Expertendiskussion waren:

- Feststellen ausbildungsrelevanter Trends und Entwicklungen in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft
- Prognosen über veränderte Anforderungen an MitarbeiterInnen
- Entwickeln von Innovationsansätzen zu bestehenden und alternativen Ausbildungsmodellen

Tab. 10: *Zuordnung der Problemfelder zu den Befragungsinstrumenten*

	<b>Abs</b>	<b>LSI/ SL</b>	<b>LL</b>	<b>PV</b>	<b>Experten</b>
<b>1. Die Ausbildung</b>					
Studentafel	B; R; U		R		R;T
Fächer	B; R; U			R;T	R;T
Kern-/ Erweiterungsbereich	B; R; U	B;U;R	U;R	B;R	
Praxisausbildung	B; R; U	B;U;R	B;U;R	B;R	R;T
Schlüsselqualifikationen	B;R; U	B	B	B;T	R;T
Schulautonome Bestimmungen		U	U;R		
Prüfungsordnungen		R	R		
Arbeitsbedingungen an den Schulen		U;R	U;R		
Aus-/ Weiterbildung der LehrerInnen	U; R	B;U;R;T	B;U;R;T		
Unterrichtsmethoden	U; R	U;R	U;R		
Evaluation und QS an den Schulen		U;R			
Corporate Identity/ Image	B; T	B;U;R;T	B;U;R		
<b>2. Nach dem Abschluss</b>					
Studium oder Beruf?	B;R	B	B		
Berufsfelder	B	B	B	B;T	T
Bewerbung und Berufseintritt	B;U			B;T	
Konkurrenz anderer Schultypen	B	B		B;T	
Anforderungen an die BewerberInnen	B;U;R	B	U	B;R;T	R;T
Berufliche Weiterbildung	B;R			B;R	R;T

Verwendete Abkürzungen:

Abs ... AbsolventInnen  
LSI/SL LandesschulinspektorInnen/  
SchulleiterInnen  
LL ... LehrerInnen  
PV..... Personalverantwortliche

B ... Berufsrelevanz  
der Lehrpläne  
U ... Umsetzbarkeit  
R ... Lehrplanreform  
T ... Trends

### **3.3. Stichprobenbeschreibung**

Österreichweit gibt es derzeit zwanzig Standorte, an denen Höhere Lehranstalten für Tourismus geführt werden, an 7 dieser Standorte sind auch Kollegs für Tourismus und Freizeitwirtschaft eingerichtet; an einem weiteren Standort wird ein Kolleg zusätzlich geführt. 8 Standorte werden von privaten Schulerhaltern geführt, 13 sind öffentliche Schulen. (Übersicht über die Schulstandorte siehe Anhang 3)

#### **3.3.1. Die Stichprobe der AbsolventInnen**

Aus Gründen der Projektbudgetierung wurde die Vereinbarung getroffen, pro Schulstandort zwei unterschiedliche Absolventenlehrgänge als Stichprobe auszuwählen, und zwar den Maturajahrgang 1997/98 als ersten Absolventenlehrgang, der nach dem aktuellen Lehrplan unterrichtet wurde, um nach Möglichkeit Aussagen über Karriereverläufe treffen zu können, und den am kürzest zurückliegenden Jahrgang (das ist jener mit dem Maturatermin 2001), um noch „frische“ Eindrücke der AbsolventInnen über die Schulzeit zur Analyse erhalten zu können. Von letzteren konnte außerdem angenommen werden, dass sie sich zum Zeitpunkt der Untersuchung gerade im Prozess der Jobsuche befinden bzw. diesen erst kürzlich abgeschlossen hatten.

Wie sich später während der konkreten Datenerhebung an den Schulstandorten herausstellte, hatten aufgrund des jungen Trends zur höheren Tourismusausbildung und der stark zunehmenden Zahl an Standorten, welche HLT-Ausbildungen durchführten 1997/98 noch nicht alle Standorte Maturajahrgänge zu verzeichnen. Daher wurde mit dem Auftraggeber vereinbart, für diese Schulstandorte den jeweils letzten plus den davor am weitest zurückliegenden Maturajahrgang in die Stichprobe aufzunehmen.

Dies ergibt folgende Aufteilung:

Tab. 11: *Absolventenjahrgänge der Untersuchung*

<b>Bundesland</b>	<b>Schulstandort</b>	<b>Maturajahrgänge in der Stichprobe</b>	
		<b>HLT</b>	<b>Kolleg</b>
<b>Burgenland</b>	Neusiedl	1998	
		2001	
	Oberwart	1999	
		2001	
<b>Kärnten</b>	Villach	1998	1998
		2001	2001
<b>Niederösterreich</b>	Krems	1998	1998
		2001	2001
	St. Pölten	2001	
	Retz	1999	
		2001	
	Semmering	2000	
		2001	
<b>Oberösterreich</b>	Bad Ischl	1998	
		2001	
	Bad Leonfelden	1998	1998
		2001	2001
<b>Salzburg</b>	Klessheim	1998	1998
		2001	2001
	Bad Hofgastein	2000	
		2001	
	Bischofshofen*		
<b>Steiermark</b>	Bad Gleichenberg	1998	1998
		2001	2001
<b>Tirol</b>	Innsbruck		1998
			2001
	Villa Blanka	1998	
		2001	
	St. Johann	2000	
		2001	
	Zell/ Ziller	2001	
<b>Vorarlberg</b>	Bludenz	1998	1999
		2001	
<b>Wien</b>	Wien 13, Bergheideng.	1999	
		2001	
	Wien 21, Wassermannng.	1999	
		2001	
	Wien 19, Peter-Jordan-Str. Modul**	1998	1998
		2001	2001

\* Bischofshofen hatte bis zum Zeitpunkt der Untersuchung noch keine AbsolventInnen einer HLT bzw. eines Kolleg zu verzeichnen.

\*\* Pilotschule

In Absprache mit dem Auftraggeber wurde vereinbart, den Wiener Standort „Modul“ als Pilotschule zum Zweck der Instrumententwicklung und –erprobung heranzuziehen. Der Fragebogen wurde daher zunächst an alle 129 HLT- und 69 Kolleg-AbsolventInnen (gesamt: **198 AbsolventInnen**) aus den betroffenen Jahrgängen der ausgewählten Pilotschule versandt. **70** (50 HLT, 20 Kolleg) sandten den Bogen ausgefüllt zurück (8 Fragebögen wurden ungeöffnet retourniert).

Dies bedeutet eine erfreuliche Rücklaufquote von fast **37%**. Bei der HLW-Untersuchung konnte jedoch eine Rücklaufquote der beiden Pilotschulen von 74% (!) erreicht werden. Dies war bereits in dieser Phase ein Hinweis darauf, dass die Besonderheiten der Branche (z.B. hohe Arbeitsplatzfluktuation) in allen Untersuchungsteilen zu berücksichtigen sind und begleitende Betreuungsmaßnahmen vorgesehen werden müssen.

Aufgrund der positiven Ergebnisse der Pilotschule waren nur äußerst geringfügige Änderungen im Fragebogendesign nötig, sodass Ende August 2001 zumindest der Grossteil der Fragebögen versandt werden konnte (einige wenige Schulen übersandten die dafür nötigen Absolventenadressen bedauerlicherweise erst wesentlich später!).

Im Zuge der **Hauptuntersuchung** wurde insgesamt **1988** AbsolventInnen aus den beiden Schulformen (1324 HLT, 664 Kolleg) ein Fragebogen zugesandt. (Zum Vergleich die AbsolventInnenzahl der HLW-Untersuchung aus 1999: 1273 AbsolventInnen)

59 Adressaten konnten überhaupt nicht erreicht werden, von 6 weiteren wurde die vorübergehende Unerreichbarkeit aufgrund von Auslandstätigkeiten telefonisch von Angehörigen an das Institut rückgemeldet. Die Chance einer höheren Rücklaufquote sollte dadurch gewährleistet werden, dass der Abschluss der Dateneingabe sehr langfristig angesetzt wurde. Zu diesem Zeitpunkt konnten insgesamt 679 beantwortete Fragebögen (34%) für die Berechnungen berücksichtigt werden. **Inklusive Pilotschule** bedeutet dies eine sehr gute **Rücklaufquote von 35,5%**, obwohl ursprünglich befürchtet wurde, dass Touristiker aufgrund ihrer speziellen Arbeitszeiten



und der für die Branche typischen hohen Arbeitsplatzfluktuation nur schwer für Befragungen zu erreichen und zu motivieren sind.

Mit den ausgefüllten Fragebogen langten auch sehr positive und aufmunternde Kommentare ein:

*„Keinen Menschen in meiner Schule hat es bis heute interessiert, was wir über diese 5 Jahre denken. D A N K E !“*

*„Ich hoffe wirklich, dass die Auswertung dieser Umfrage ernst genommen wird und auch im Schulalltag angewandt wird! Ein wichtiger Ansatzpunkt ist die Umstrukturierung des Lehrplans und des Stundenplans – viel mehr Seminarbasis, wo sich jeder einzelne gezielt weiterbilden kann!“*

*„Tolle Idee – der Fragebogen!“*

Im Laufe der Dateneingabe stellte sich später heraus, dass von einem Standort fälschlicherweise auch Adressen von AbsolventInnen des dortigen Aufbaulehrgangs übermittelt wurden. Diese mussten aus der Stichprobe entfernt werden. Die eigentliche **Stichprobe der Hauptuntersuchung**, auf die sich im Weiteren die Aussagen zu den verschiedenen Themen beziehen, beläuft sich daher auf 492 HLT- und 175 KollegabsolventInnen (gesamt: **667 AbsolventInnen**). Die Ergebnisse der Pilotschule werden gesondert berechnet.

Tab.12: *Stichprobenzusammensetzung Absolventenbefragung*

	<b>HLT</b>	<b>Kolleg</b>
Vpn gesamt	N = 492	N = 175
Maturajahrgänge 1998 - 2000	35,0%	47,1%
Maturajahrgang 2001	65,0%	52,9%
Männlich	25,1%	15,4%
Weiblich	74,9%	84,6%

### **3.3.2. Die Stichprobe der LandesschulinspektorInnen und SchulleiterInnen**

Von den 9 LandesschulinspektorInnen konnten acht interviewt werden, ein LSI befand sich zum Zeitpunkt der Befragung bereits im Ruhestand und war noch nicht nachbesetzt worden. Die SchulleiterInnen konnten vollzählig interviewt werden. Insgesamt ergibt sich daraus ein Stichprobenumfang von **29** Personen.

Die kleine Gruppengröße würde quantitativ keine signifikanten Aussagen erlauben. Die LSI und SL spielen aber als ExpertInnen im Schulwesen und in ihrer Funktion als Vorsitzende bei Prüfungen eine gewichtige Rolle für das Projekt, da sie

- viele individuelle Ergebnisse sehen.
- gewohnt sind, zwischen Schulen zu vergleichen.
- zu besonderen Wahrnehmungen befragt werden können.

Ihre individuellen Meinungen und Sichtweisen werden daher als qualitative Ergebnisse meist in Form wörtlicher Zitate den jeweiligen Untersuchungsergebnissen beigefügt bzw. gegenübergestellt.

### **3.3.3. Die Stichprobe der LehrerInnen**

Im Schuljahr 2001/ 2002 waren an den 21 Standorten mit HLT und/ oder Kolleg **1219** LehrerInnen tätig.

**257** LehrerInnen haben den an sie verteilten Fragebogen retourniert (zwei davon allerdings unbearbeitet). Das stellt eine Rücklaufquote von **21,08%** dar – im Vergleich zu den Ergebnissen aus der AbsolventInnen- und Branchenbefragung ein eher unerwartetes Resultat, jedoch im allgemeinen Vergleich postalischer Befragungsergebnisse eine noch durchaus gute Rücklaufquote.

Die Bitte an die LehrerInnen, nach Möglichkeit ihren Schulstandort anzugeben, da ansonsten später im Fall einer individuellen Standortberechnung die Ergebnisse der Lehrerbefragung nicht mit jenen der AbsolventInnen in Vergleich gesetzt werden können, führte in einigen Fällen zu irrealen Ängsten, dass dadurch die Fragebögen individualisiert werden könnten. Die Ängste konnten zwar durch entsprechende Aufklärung weitgehend ausgeräumt werden, dies führte jedoch nicht zur Erhöhung der Rücklaufquote.

Eine weitere Begründung für die relative niedere Rücklaufquote könnte in der Tatsache liegen, dass das Schuljahr an Tourismusschulen häufig verkürzt ist (bei erhöhter Wochenstundenzahl während des Jahres), um den SchülerInnen neben den verpflichtenden Ferialpraktika einen minimalen Erholungswert zu sichern (8 Wochen Pflichtpraktikum innerhalb von 13 Ferienwochen). Dies bedeutet bedingt durch die sehr hohe Arbeitsbelastung kaum Freiräume für zusätzliche Arbeiten, weder auf Seiten der SchülerInnen noch auf Seiten der LehrerInnen. Darüber hinaus fiel mit dem Monat Mai der Beginn des Untersuchungszeitraumes in manchen Schulen noch dazu in Phasen erhöhter Prüfungstätigkeit (Vorprüfung zur Matura, schriftliche Matura). Auch angesichts dieser Tatsache ist die erreichte Rücklaufquote ein akzeptables Ergebnis.

Tab.13: *Stichprobenszusammensetzung Lehrerbefragung*  
(*Mehrfachwahlen möglich*)

N = 255	Prozent
Allgemeinbildende Gegenstände	41.0
SprachlehrerInnen	29.9
KommerzialistInnen	15.5
TextverarbeitungslehrerInnen	6.0
FachtheoretikerInnen	17.9
PraxislehrerInnen	22.3

### **3.3.4. Die Stichprobe der personalverantwortlichen Personen aus der Tourismus- und Freizeitwirtschaft**

Die für die Erhebung vorliegenden eMail-Adressen wurden aus öffentlich zugängigen Datenbanken, Telefonverzeichnissen, Zeitungen/Zeitschriften und vor allem aus Internet-Datenbanken entnommen. Bei der Auswahl der Adressen aus diesen Verzeichnissen wurde der Schwerpunkt auf Unternehmen aus

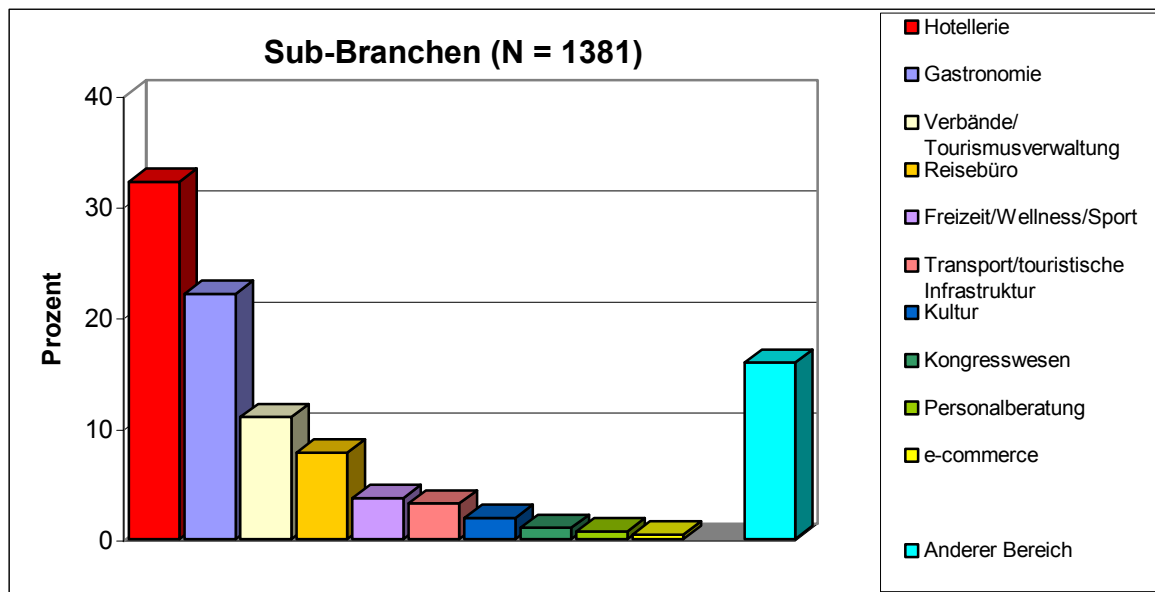
- tourismus-spezifischen (z.B. Hotels, Restaurants)
- tourismus-verwandten (z.B. Autobusunternehmen, Kurhäuser) sowie
- nicht-touristischen (z.B. Personalberatung, Versicherungen) Bereichen gelegt.

Auswahlkriterien waren einerseits die Angaben der AbsolventInnen über ihre Arbeitsbereiche und andererseits die „Definition“ der Tourismus- und Freizeitwirtschaft laut TSA-Konzept (Vgl. Seite 6). In einem Begleitschreiben wurden die ausgewählten Personalverantwortlichen über den Hintergrund und die Zielsetzungen der Untersuchung informiert und zur Teilnahme insofern besonders motiviert, als die Ergebnisse der Erhebung zu einer bestmöglichen Entsprechung von Ausbildung und Anforderungen der Unternehmen führen sollen.

Innerhalb weniger Tage konnten mehr als 2000 Zugriffe auf das Befragungsinstrument registriert werden.

Der für die Untersuchung relevante Stichprobenumfang beläuft sich nach Bereinigung fehlerhafter oder nur bruchstückhaft bearbeiteter Fragebögen auf **1381** Personen. Damit konnte ein hervorragender Erfolg und ein äußerst aussagekräftiges Sample erzielt werden.

Abb.3: *Verteilung der Unternehmen, die an der Untersuchung teilgenommen haben*



Wie die Mitgliederstatistik der Sektion Tourismus und Freizeitwirtschaft zeigt (Vgl. dazu Seite 7), gibt es in Österreich fast doppelt so viele Gastronomiebetriebe als Hotels; insofern entspricht die Verteilung der Unternehmen, die an der Untersuchung teilgenommen haben nicht den Betriebszahlen, sehr wohl aber der Rangreihe in der Bedeutung der Unternehmen als zukünftige Arbeitgeber der AbsolventInnen und für den Einsatz von FerialpraktikantInnen. (Vgl. Seite 60 und 122).

Die bereits beschriebene Schwierigkeit der Zuordnung von Unternehmen zur Tourismus- und Freizeitwirtschaft zeigt sich auch im hohen Prozentanteil der (Selbst-)Kategorisierung von Betrieben als Unternehmen „Anderer Bereiche“. Dies sind Unternehmer, die ihr Aufgabenfeld zum Beispiel mit „Nationalpark“, „Dienstleistungs- und Veranstaltungsunternehmen“ oder „Eventmanagement“ beschreiben, aber auch einige Personalverantwortliche von Kurbetrieben, Businesshotels oder Tourismusverbänden haben nicht eine der vorgegebenen Kategorien gewählt, sondern extra Angaben gemacht. In der Gruppe „Anderer Bereich“ sind zahlreiche VertreterInnen von Gemeindeämtern/ öffentlicher Verwaltung, die deshalb als AnsprechpartnerInnen für die Befragung ausgewählt wurden, da sie einerseits in der AbsolventInnenbefragung als Arbeitgeber angeführt wurden und andererseits tatsächlich oft Aufgaben im Tourismus (z.B. als lokales Tourismusbüro) wahrnehmen.

Andererseits gibt es viele Beschäftigungsfelder, die Tourismusknowledge für die Erfüllung von Aufgaben voraussetzen, aber nicht direkt dem Tourismus zuzuordnen sind (z.B. Werbeagenturen, Personalberatung). Auch solche Unternehmen wurden über ihre Anforderungen befragt.

Die folgenden Abbildungen zeigen die Verteilung der befragten Unternehmen innerhalb der gewonnenen Stichprobe hinsichtlich saisonaler Betriebszuordnung und Betriebsgröße:

Abb.4: *Saisonale Betriebszuordnung der befragten Unternehmen*

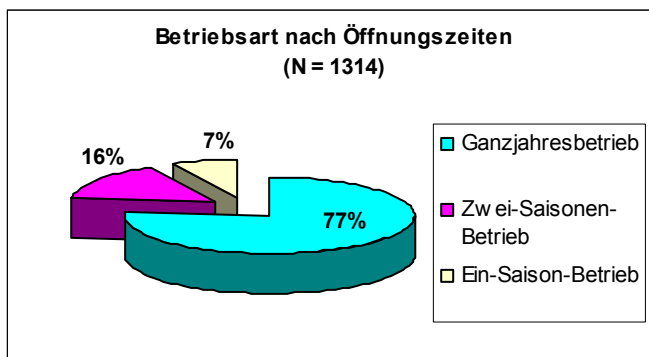
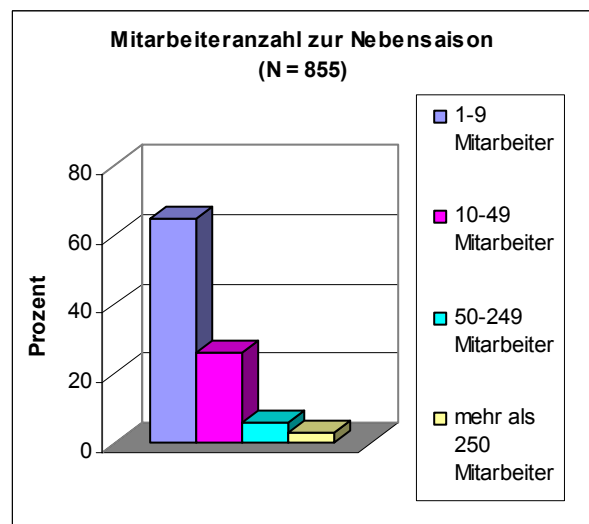
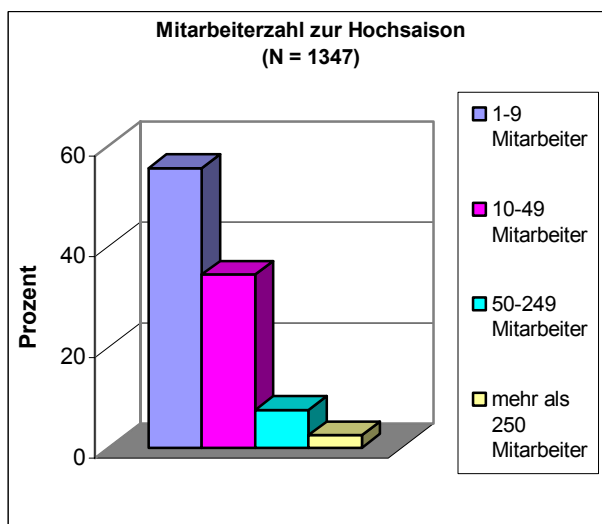


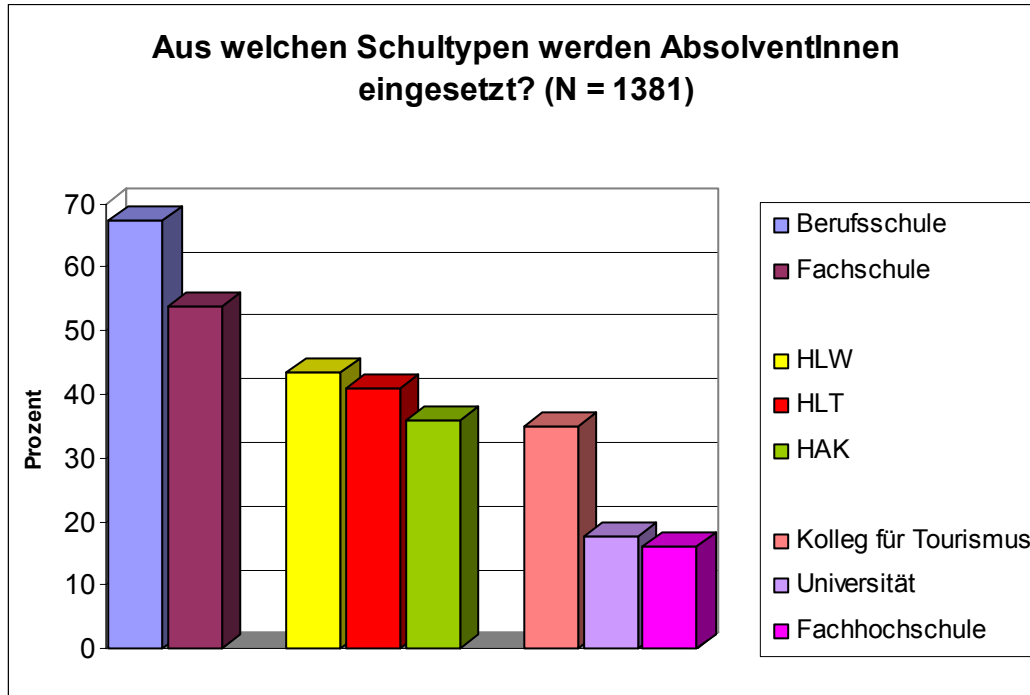
Abb.5+6: *Betriebsstruktur der befragten Unternehmen*



Die eingegangenen Fragebögen sind in zwei Gruppen zu unterteilen:

- 1) Unternehmen, die Lehrlinge und/ oder AbgängerInnen von dreijährigen Tourismusfachschulen beschäftigen und
- 2) solche, die AbsolventInnen einer höheren Tourismusausbildung mit Maturaabschluss einsetzen

Abb.7: *Einsatz von AbsolventInnen (Mehrfachwahlen möglich)*



Die erste Gruppe (N = 310) wurde nach Gründen und Motiven befragt, warum sie keine MaturantInnen einsetzen, und – wie die andere Gruppe auch – befragt, welche Arbeitsbereiche (z.B. Geschäftsführung, Food&Beverage) ihr Unternehmen aufweist. Bei den weiteren Fragen wurden sie jedoch aus der Untersuchung ausgeblendet (Übersicht über diese Ergebnisse siehe Anhang 4).

Für alle weiteren Themenbereiche des Fragebogens wurden nur mehr die Angehörigen der zweiten Gruppe herangezogen. Diese Angaben beziehen sich auf die Aussagen von **1071** Personen.

### **3.3.5. Die Expertenrunde**

Für die Expertenrunde wurden insgesamt 9 Personen ausgewählt, die folgende Branchenbereiche vertraten:

- Hotellerie
- Gastronomie
- Reisebüro
- Kongresswesen
- Personalberatung
- E-commerce

Auswahlkriterien bei der Zusammenstellung der Expertenrunde waren eine möglichst vollständige Repräsentation der relevanten Bereiche der Tourismus- und Freizeitwirtschaft, Innovationsfreude, Interesse an Ausbildungsfragen und natürlich zeitliche Verfügbarkeit der Eingeladenen. Es wurde auch klargestellt, dass die Beteiligung eine Chance ist, direkt und wesentlich an der Neugestaltung der österreichischen Tourismusbildung mitzuwirken.

Etwa 15 weitere Personen, die ebenfalls wegen einer möglichen Teilnahme am Workshop kontaktiert wurden, konnten aus Termingründen zwar nicht persönlich anwesend sein, sagten aber eine Mitwirkung am Diskussionsforum zu, womit zumindest für das Forum die Abdeckung der fehlenden Bereiche Tourismusverbände/ Tourismusverwaltung, Transport/ touristische Infrastruktur, Kultur und Gesundheits-/ Wellnessbereich gewährleistet war.



### 3.4. Strukturplan der zeitlichen Projektdurchführung

Der endgültige Auftrag zur Durchführung des Projekts wurde mit Ende April 2001 und einem Durchführungszeitraum bis Juni 2002 erteilt.

#### VORBEREITUNGSPHASE

##### Aufbereitung des Untersuchungsfeldes



April 2001:  
Festlegen des Projektdesigns und der Stichprobe

#### PROJEKTPHASE 1

##### 1. AbsolventInnenbefragung

- 1.1. Entwicklung des Befragungsinstruments:
  - Workshop mit AbsolventInnen der Pilotschule
  - Pilotstudie
- 1.2. Durchführung der Datenerhebung



Mai – Dezember 2001:  
Erste Trendberechnungen

##### 2. Expertenbefragung

- 2.1 Expertenworkshop
- 2.2 Einrichtung und Betreuung des Internet-Diskussionsforums



November 2001:  
Expertenworkshop  
  
Dezember 2001/Jänner 2002:  
Internet-Diskussionsforum

##### 3. Befragung von Personalverantwortlichen aus der Branche

- 3.1. Entwicklung der Befragung per eMail-Fragebogen:
  - Analyse tourismusspezifischer Aspekte aus der HLW-Untersuchung
  - Analyse relevanter Diskussionsergebnisse aus Expertenworkshop  
Diskussionsforum
- 3.2. Online-Befragung



Dezember 2001 – Jänner 2002:  
Branchenbefragung  
Jänner 2001:  
Zwischenbericht an den Auftraggeber

## PROJEKTPHASE 2

### 4. Befragung der LandesschulinspektorInnen, SchulleiterInnen und LehrerInnen

#### 4.1. Entwicklung der Befragungsinstrumente:

- Workshop mit LehrerInnen an der Pilotschule
- Pilotstudie

#### 4.2. Durchführung der Datenerhebung:

#### 4.3. Interviews mit LandesschulinspektorInnen und SchulleiterInnen Schriftliche Befragung der LehrerInnen



März – Juni 2002:  
Erste Trendberechnungen

## ABSCHLUSSPHASE

### Vorlage der Studie

- Detailauswertung
- Zusammenführung der Projektteile in vergleichenden inferenzstatistischen Analysen
- Interpretation und Zusammenfassung der Ergebnisse



September 2002:  
Vorlage der Studie als Bericht  
in weichgebundener Form

## Teil II: Ergebnisse

### 4. Die Zukunftsorientierung:

#### **„Welchen Entwicklungen und Trends im Tourismus muss sich die Ausbildung stellen?“**

Lehrpläne berufsbildender höherer Schulen haben bis zum ersten Absolventenjahrgang eine Vorlaufzeit von nahezu 10 Jahren. Die Entwicklung bietet daher hohe Risiken. Die Einbeziehung der Expertise von Praktikern wurde durch ein aufwändiges Internetforum sichergestellt. Eine Destinationsanalyse dokumentiert den Aufschwung saisonunabhängiger Angebote mit kreativen und wellness-orientierten Konzepten.

Auf der Grundlage von Eigenerfahrungen und der Literaturrecherche des Instituts wurden von den Experten Kernkompetenzen herausgearbeitet und darauf basierend eine Umstrukturierung der Ausbildung vorgeschlagen. Die Frage der Schulzeit und damit zusammenhängend die Erhöhung des Praxisbezugs wurde diskutiert.

Schulaufsicht und Schulleitungen kennen die vorherrschenden Trends. Ihre Vorschläge zur Umsetzung an den Schulstandorten gleichen jenen der Experten.

Angesichts der mehrjährigen „Vorlaufzeit“ bis zum ersten Absolventenjahrgang nach einem neuen Lehrplan, hat das Forschungsinstitut allgemeine Einschätzungen der Zukunft des Tourismus aus Fachliteratur, Forschungsberichten und Medien erhoben.

Das Internetforum der Tourismusexperten stellte sozusagen den Prüfstein für diese Einschätzungen aus der Sicht der Praktiker dar. Schulaufsicht und Schulleitungen reagierten mit Vorschlägen zur Umsetzung an den Standorten. Ihre Sicht der Dinge wird den Ergebnissen der Literaturrecherche gegenübergestellt.

Die **Ergebnisse der Literaturrecherche** sind hier im Überblick dargestellt, soweit sie für die Lehrplanevaluation von Bedeutung sind. Die Gesamtergebnisse, die einen weitreichenderen Ausblick auf die Chancen und Risiken des Tourismus in Österreich

geben, sind Gegenstand einer umfassenderen Darstellung der Analyse und über das Institut erhältlich:

Je stärker ein Land auf den Tourismus angewiesen ist, desto mehr Bedeutung hat naturgemäß eine aktive Tourismuspolitik. Im globalisierten Wettbewerbsumfeld geht es heute mehr denn je um neue Orientierungen (Salzburg aktuell, Nr.5/2001).

Beschäftigt man sich mit den neuen Trends im Tourismus, so ist zunächst die Frage der Zielrichtungen („Destinationen“) von Bedeutung.

In den letzten 30 Jahren war eine Internationalisierung des Reisemarktes deutlich spürbar. Die Auslandsreisen und vor allem die Fernreisen nahmen ständig und überproportional zu. Während die Prognosen eine weitere Steigerung dieses Trends erwarten lassen, scheinen sich die Touristen selbst nun zunehmend gegenläufig zu verhalten. Erstmals weisen die Statistiken für das Jahr 2000 zumindest bei den österreichischen Urlaubern einen Rückgang bei den Fernreisen auf. Haben die Touristen in den vergangenen Jahren die USA, Thailand oder Australien als Urlaubsziele bevorzugt, scheinen sie jetzt lieber ins Nachbarland zu reisen oder gleich in der Heimat zu verweilen. Vor allem bei erfahrenen Reisenden macht sich eine gewisse Reisemüdigkeit und die Vorliebe, eher den eigenen Kontinent zu erkunden, bemerkbar. (Melcher Hans, Hotel Karnerhof am Faaker See, ÖGZ, Oktober 2001). Als kurzfristige Trends in Folge der Terroranschläge vom 11. September 2001 in den USA werden der Aufschwung des Inlandsurlaubs, ein zunehmendes Bedürfnis nach Sicherheit, mehr Kurzurlaube, weniger Aufenthalte in großen Städten und das verstärkte Bedürfnis nach Authentizität und Natur gesehen. Österreich könnte innerhalb Europas als nahes, sicheres, mit dem Auto erreichbares Land kurzfristig sogar Vorteile aus der Situation nach den Anschlägen ziehen, ist der Tourismusexperte des Wirtschaftsforschungsinstituts Egon Smeral überzeugt (Salzburger Nachrichten, November 2001).

Veränderte Gästebedürfnisse und verschärfte Wettbewerbsbedingungen stellen kleinteilig strukturierte Tourismusbetriebe und –destinationen vor neue Herausforderungen, die nur gemeinsam in größeren, flexibleren Netzwerken bewältigt werden können. Die umfassende Betreuung des Gastes von der Buchung über den

Aufenthalt bis zur Nachbetreuung im Sinne der Kundenbindung ist also ein touristisches Gebot der Stunde. In diesem Sinn ist „Kirchturm-Denken“ nicht nur unzeitgemäß, sondern für den langfristigen Erfolg einer Destination kontraproduktiv: Wer im „Konzert der Großen“ mitspielen will, der braucht daher ein gut strukturiertes Destinationsmanagement.

Dabei geht es unter anderem um die aktive und professionelle Gestaltung von marktfähigen Angeboten und deren Vertrieb, um entsprechende Budgets für die Marketingarbeit, Strategien zur Erreichung hoher Wertschöpfungsmöglichkeiten, sowie um die internen Entwicklungen der dazu notwendigen Potenziale (z.B. Schulung der Mitarbeiter). Im Bereich intelligenter Kundenbindung stehen die informationstechnologische Vernetzung der touristischen Angebote, die landesweite Bündelung der Marketingmittel, neuentwickelte Qualitätssicherungssysteme für Regionen und Betriebe, langfristig angelegte Markenkonzpte und Pilotprojekte im Vordergrund. Wifo-Tourismusexperte Smeral über zeitgemäßes Destinationsmanagement: „Der Erfolg einer Destination ist abhängig vom Grad der Vernetzung, davon wie die Verlängerung der Wertschöpfungskette in die Praxis umgesetzt wird, wie die Kooperationen funktionieren.“ Zentraler Punkt neben der gemeinsamen Vermarktung („nach außen“) ist die gemeinsame Angebotsgestaltung, bis in den Bereich der touristischen Infrastruktur („nach innen“). Die regionale Abstimmung touristischer Leitprojekte ist daher ein ganz wesentlicher Bestandteil einer modernen Tourismuspolitik und somit konsequenterweise erste Voraussetzung jeglicher Förderung. Je perfekter die Dienstleistungskette aufgebaut ist, desto länger hält man den Gast in der Destination. (Margreiter Josef, Tirol Werbung, ÖGZ, Oktober 2001).

Die Entwicklung des österreichischen Tourismus verläuft regional höchst unterschiedlich. Das zeigt die von der Österreichischen Hotelierversammlung (ÖHV) in Zusammenarbeit mit dem Wirtschaftsministerium erstellte jüngste Destinationsstudie. Innovative, auf Ganzjahrestourismus orientierte Regionen befinden sich auf der Überholspur. Sprünge in der touristischen Wertschöpfung erzielen gemäß Studierersteller und Wifo-Experten Egon Smeral jene Gebiete, die intensiv auf Wellness und neue Konzepte setzen. Um sich von anderen Destinationen – national und international - abzuheben werden natürlich entsprechende Nischen-Angebote

gebraucht, die so vielzählig sein können wie die Urlaubsinteressen jedes einzelnen Gastes. Sie müssen den Wünschen entsprechend gänzlich unterschiedlich gestaltet werden. Die Praxis bestätigt den Erfolg jener Betriebe, die sich auf ein – wenn auch noch so ungewöhnliches Thema – konzentrieren (z.B.: Hildegard-von-Bingen-Kochkurse am Attersee, das 1. Europäische Wellness-Hotel für Kinder in Windischgarsten). Top-Angebote für Individualisten sind gefragt (Pramendorfer Karl, Landes-Tourismusedirektor Oberösterreich, ÖGZ, Oktober 2001).

Obwohl für das Jahr 2000 die Destinationsstudie insgesamt einen Wertschöpfungszuwachs von sieben Prozent darstellt, warnte ÖHV-Präsident Helmut Peter vor Österreichs Marktanteilsverlusten. „Vor zehn Jahren nächtigte jeder zehnte Gast in Europa in Österreich, heute ist es nur noch jeder zwanzigste.“ Auf Grund der hohen Standortkosten könnten sich etwa viele Deutsche Österreich nicht mehr leisten. Für Billigtourismus sei in Österreich kein Platz. Saisonal gesehen sei der Sommer das Problem. Helmut Peter spricht von einem „kranken Kind, weil die fantastische Naturkulisse nicht mit innovativen Produkten angereichert wird“.

Wesentliche Voraussetzung für das Halten und den Ausbau der Qualität ist die Schaffung von Qualitätsmessinstrumenten, um laufend kontrollieren und korrigieren zu können (Salzburg aktuell, Nr.5/2001).

Der amerikanische Zukunftsforscher Alvin Toffler hat den Transformationsprozess von der Industriegesellschaft zur Dienstleistungsgesellschaft jahrelang beobachtet und analysiert. Einige seiner, im Hinblick auf die künftige Entwicklung im Tourismus besonders interessante Ideen und Beobachtungen sind insbesondere für die Aus- und Weiterbildung in diesem Bereich relevant:

- Mit der Abkehr von den traditionellen Konsumwerten werden *neue Lebens- und Urlaubsformen* entstehen.
- Im Tourismus werden *Selbstverantwortlichkeit* und Freiräume zur Selbstgestaltung große Bedeutung erlangen. Die traditionellen Dienstleistungen im Tourismus (z.B. die Leistung eines Stubenmädchens oder eines Kellners) werden reduziert bzw. auch neu definiert werden müssen, um den Anforderungen der zukünftigen Gäste zu entsprechen.

- Die Zukunft der Arbeitsorganisation sieht auch im Tourismus *weniger (flachere) Hierarchie* vor – Entscheidungen und Verantwortungen werden aufgeteilt, dadurch wird die Arbeit abwechslungsreicher und vielseitig. Allrounder, die – je nach Bedarf – mehrere Funktionen übernehmen können und daher flexibel einsetzbar sind, werden als künftige Arbeitnehmer im Tourismus besonders gefragt sein.
- Die *Flexibilisierung der Arbeitszeiten* wird auch im Tourismus thematisiert werden müssen. Durch „Job Sharing“ bzw. „Job Rotation“ ist es beispielsweise denkbar, einen Teil der Angestellten in der Ferienhotellerie in einer Art Schichtbetrieb zu beschäftigen und den Arbeitnehmern auf diese Weise auch ein zeitlich geregeltes Privatleben zu ermöglichen.
- An dieser Stelle sei weiters die *Technisierung der Produktionsabläufe* genannt, welche den Tourismus in Österreich künftig entscheidend beeinflussen wird.
- In der *Systemgastronomie* etwa geht der internationale Trend eindeutig dahin, dass nicht nur das Angebot an Speisen und Getränken, sondern auch die Einrichtung der Betriebe (inkl. Küchenausstattung) nach wirtschaftlich-technischen und manchmal sogar wissenschaftlichen Gesichtspunkten „designed“ und in der Folge systematisch produziert werden.
- Auch in der *internationalen Reiseindustrie* hat sich diese Technisierung bereits durchgesetzt: die „packages“ werden von einigen wenigen, großen Veranstaltern zusammengestellt und von zahlreichen kleineren Veranstaltern und von Reisebüros übernommen bzw. verkauft (Vgl. ATC, 1995).

Ähnlich wie andere Forscherkollegen sieht auch Thomas Bieger von der Universität St. Gallen mehrere Reisetrends. Auf diese gilt es, durch entsprechende Ausbildung und kreativ gestaltete Angebote zu reagieren:

- *Mehr Qualität für weniger Geld*: Erhöhte Reiseerfahrungen und Vergleichsmöglichkeiten führen dazu, dass der Tourist preis- und leistungssensibler ist.
- *Zeitsparende Angebote (Kurzurlaube)*: Dem Reisenden steht immer weniger freie Zeit zur Verfügung, daher misst er den Erfolg einer Reise weitgehend daran, wie viele Erlebnisse er pro Ferienminute erhält.

- *Emotionale Angebote*: Die Arbeitswelt ist hart und künstlich. Dem Reisenden verlangt nach emotional Erfassbarem und Ursprünglichem. Die perfekte Kopie ist ihm dabei aber lieber als ein qualitativ mangelhaftes Original.
- *Sinnstiftende Angebote*, die es dem Gast erlauben, sich mit etwas zu identifizieren, Wert zu finden.
- *Multioptionale Angebote*: Der Reisende möchte möglichst viel, möglichst gleichzeitig, möglichst sofort und möglichst gut machen können. Es ist ein „Aktivitäts-Zapping“ erkennbar. (Vgl. Bieger, 2002)

Vor dem Hintergrund dieser Szenarien, die nicht unkritisch übernommen werden sollten, sind künftig die Kriterien für die touristische Aus- und Weiterbildung anzusetzen.

Zur Lehrplan-, das heißt ausbildungsrelevanten Abklärung dieser Diskussionsinhalte wurde ein **Expertenworkshop** abgehalten und ein **Internetforum** eingerichtet, welches exklusiv für die TeilnehmerInnen und deren Gäste zugänglich war.

Zu Beginn gingen vor allem von den WorkshopteilnehmerInnen Beiträge ein. Wie die Dokumentation der Zugriffe belegt, wurde der laufende Meinungs Austausch auch passiv verfolgt, was ein erfreuliches Zeichen ist und Zustimmung zu den geäußerten Meinungen signalisiert. Der Wert des Forums wird dadurch zusätzlich verstärkt.

Die Experten orten vor allem fachlich einen hohen Qualifizierungsbedarf sowohl hinsichtlich einer breiten Fächerung als hinsichtlich schwerpunktmäßigen Spezialwissens, sowie persönlich eine hohe Identifikation mit Branche und Arbeitgeber („commitment“). Dazu wird ihrer Ansicht nach jede/r MitarbeiterIn ein Leben lang lernwillig und -fähig sein müssen.

Im Detail wurden folgende „Kernkompetenzen“ als wesentlich herausgearbeitet:

- Touristiker sollten *gute Verkäufer* sein, jedoch birgt dies die Gefahr, dass zu Lasten des finanziellen Erfolgs die zwischenmenschliche Beziehung darunter leidet.



- Mitarbeiter im Tourismus sollten nämlich gleichzeitig *Persönlichkeiten* sein, deren Stärke in der Beziehung zum Gast liegt. Echtheit im Umgang wird als wesentlich erachtet: Als Dienstleister muss ständig auf die aktuelle Befindlichkeit des Gastes adäquat reagiert werden.
- Die Beherrschung von *Fremdsprachen* ist daher wichtig. Der Gast sollte zumindest von der/dem TouristikerIn verständlich begrüßt werden können, denn in seiner Muttersprache erfährt der Gast auch die Nuancen österreichischer Herzlichkeit.
- Perfektes Wissen über das regionale Angebot bzw. die Infrastruktur wird vorausgesetzt. *Österreich-Expertise* wird als Grundlage für Authentizität angesehen. Diese Fähigkeiten und Fertigkeiten dienen ganz besonders der Imagepflege des (Österreich-) Tourismus.
- Insbesondere fundierte Kenntnisse der *neuen Technologien* werden die „wichtigste Nebensache“ im Arbeitsfeld der Zukunft darstellen.
- MitarbeiterInnen werden künftig (noch) mehr *Motivation und Eigeninitiative* zeigen müssen. Es wird im Betrieb voll-integrierte „Langzeit-Mitarbeiter“ mit einer gewissen Jobgarantie geben, jedoch auch hochbezahlte Fachleute zu Saisonspitzen. Eine der Voraussetzungen dazu wird die Entwicklung neuer Arbeitszeitmodelle sein.

Die Expertenrunde analysierte ihre eigenen Erfahrungen mit den Stärken und Schwächen der Tourismusausbildung in Österreich und versuchte auf dieser Grundlage, Vorschläge für neue Modelle zu entwickeln:

Der *Schuleintritt* wird als eine sensible Phase der Orientierung erkannt. Daher wurden einige Vorschläge eingebracht, um die Auswahl der SchülerInnen bzw. die Schulwahl erleichtern zu können. Eine Möglichkeit zur Neugestaltung des Schuleintritts bestünde in einer vierwöchigen Assessment-Phase oder aber auch einem Eignungstest bereits in den Sommermonaten vor Beginn der Tourismusausbildung. Die Bereitschaft, Schnuppertage und ähnliche Angebote zur (Selbst-) Erprobung anzubieten, hat in der Branche eine breite Basis (Vgl. dazu Seite 103). In diesem Sinne ist auch der wiederholte Vorschlag eines freiwilligen Praktikums vor Ausbildungsbeginn (im Sinne einer Propädeutik) sowie die Einführung einer Aufnahmeprüfung, die auch auf

„tourismusspezifische Begabungen“ (Rhetorik, Präsentation, schauspielerische Begabung...) Rücksicht nimmt, zu verstehen.

Durch die dargestellten Maßnahmen könnte nach Ansicht der ExpertInnen eher gewährleistet werden, dass die KandidatInnen/ SchülerInnen den für sie entsprechenden Ausbildungszweig auswählen. Allerdings wäre anzuraten, solche Aktivitäten nur in Betrieben durchzuführen, die vorher über die Ziele einer solchen Aktion informiert wurden.

Diskutiert wird hierbei der Umstand, dass es sich bei Prüfungen dieser Art um eine Momentaufnahme der Persönlichkeit und Leistungsfähigkeit eines jungen Menschen handelt, die auch eine Verzerrung darstellen könnte. Mit welchen Instrumenten touristisches Potential tatsächlich messbar ist, sollte von ExpertInnen auf dem Gebiet der Personalbeurteilung und -auswahl bestimmt werden.

Mit Ausnahme der Lehrlinge werden Österreichs TourismusschülerInnen – zumindest laut Lehrplanzielen - zu „potentiellen Tourismusmanagern“ ausgebildet. Die Ausbildung dieser „Fachgeneralisten“ ist den ExpertInnen einerseits zu wenig flexibel, um als Basis für tourismusverwandte Dienstleistungsberufe etwa im Freizeit- und Erholungsbereich dienen zu können, andererseits ist sie, und das betrifft vor allem die AbsolventInnen von Kollegs, zu wenig spezialisiert, um den wachsenden Anforderungen der Tourismuswirtschaft zu entsprechen.

Das Wissen über relevante Themen und Leistungen liegt bei den Kunden (besonders von finanzkräftigen, die zudem einen hohen Betreuungsbedarf fordern) in einem qualitativ hohen Ausmaß vor. Sie wünschen daher adäquate (Gesprächs- bzw. Geschäfts-) Partner, die ihren Bedürfnissen gerecht werden. Dies erfordert nach Expertenansicht seitens der TouristikerInnen immer mehr Spezialisierung: Schlussfolgernd werden in Zukunft – wie in anderen Branchen bereits üblich – auch in der Tourismusbranche Kooperationen von verschiedensten Spezialisten erforderlich sein, um den Anforderungen gerecht zu werden.

Vor dem Hintergrund dieser wichtigen Trends bei Dienstleistungen im Tourismus- und Freizeitbereich schlagen die Fachleute aus der Wirtschaft die Umstrukturierung der Ausbildung vor. Es erscheint ihnen sinnvoll, über eine Basisausbildung für Dienstleistungsberufe im Tourismus zu diskutieren, die neben einem intensiven Fremdsprachentraining einen Marketing-Schwerpunkt, den Unterricht in wirtschaftlichen Fächern und die Vermittlung von Kommunikations- und Präsentationstechniken einschließen sollte. (Vgl. dazu Seite 134).

Aufbauend auf diese Basisausbildung könnte eine Spezialisierung erfolgen, eventuell sogar unterschiedlich für die einzelnen Schultypen. Dies wird allerdings bereits in der Grundkonzeption der Ausbildungsschwerpunkte ermöglicht. Vergleicht man erfolgreiche international tätige Ausbildungseinrichtungen, so werden bei diesen die Spezialisierungsbereiche nahezu ausschließlich von LehrerInnen unterrichtet, die gleichzeitig facheinschlägig in der Privatwirtschaft tätig sind und so zwar weniger Akademisierung, aber effizienten Praxisbezug bieten. Ein Vergleich im Regelschulwesen bietet sich mit der HTL an, deren Praktiker meist auch privatwirtschaftlich tätig sind.

Die inhaltliche Neugestaltung sollte sich jedenfalls an der Frage orientieren, ob die AbsolventInnen von Tourismusschulen, je nach Ausbildungsweg, flexible Generalisten oder schwerpunktmäßig qualifizierte Spezialisten im Tourismus- und Freizeitbereich sein sollten.

Aus organisatorischer Sicht wurde die Notwendigkeit der Orientierung der Tourismusschulen mit ihren Schulzeiten nach den "üblichen Schulferien" hinterfragt und auch hier die Diskussion von an der Praxis ausgerichteten Veränderungen vorgeschlagen. Als Anregung wurde ein Ausbildungssystem mit modulartiger Struktur eingebracht.

Nach Ansicht der **LandesschulsinspektorInnen und SchulleiterInnen** sind vor allem der Wunsch nach gesundheits- und wellness-orientierten Angeboten und Urlaubsformen, nach Verknüpfung von „Küche und Kultur“ sowie ganz allgemein nach „Qualitätstourismus“ mit hohem Dienstleistungscharakter die für die Ausbildung

relevantesten Trends. Aber auch sie geben zu bedenken, dass im Vergleich zu früher langfristige Vorhersagen immer seltener gemacht werden können und plädieren ebenfalls für eine stärkere Flexibilisierung der Ausbildung und damit verbunden der Einstellung der Unterrichtenden und ihrer Methoden.

*„... das Wesentliche ist nicht, die Gegenstände zu ändern, sondern das Gedankengut. Projektorientierung im Unterricht, Vernetzung der Tourismusschulen und eine Änderung der Schulgesetze als Voraussetzung für mehr Freiheit ...“*

*„ ... eine Organisation der Inhalte und Gegenstände in „Lernfelder“, den Berufsfeldern entsprechend, würde mir gut gefallen ... - auch im Kernbereich:“*

*„ ... ein modulares System im Lehrplan, ich meine, Unterricht in Blöcken, nur die Gesamtstundenzahl. Das würde Vorteile bringen: dadurch könnten Fächer leichter nachgeholt werden, die Schüler - und Lehrer- hätten weniger Stress.“*

## 5. Die Kernfrage:

### **„Entspricht die Ausbildung den Anforderungen der Wirtschaft?“**

Die österreichische Ausbildung zu „Tourismusgeneralisten“ wurde hinsichtlich der Praxisrelevanz aller Ausbildungsbereiche operationalisiert und durch Daten von Wirtschaftstreibenden und AbsolventInnen statistisch als Basis für Neuentwicklungen nutzbar gemacht.

Die hohe Anzahl von HAK- und HLW-Einsatzbereichen in Tourismusbetrieben zeigt das Bild von vielfältigen Einstiegsmöglichkeiten in die Branche und die Konkurrenzsituationen für TourismusschulabsolventInnen.

Persönlichkeit, Umgangsformen sowie Bewerbungsunterlagen sind wesentliche Einstellungskriterien, auf die manche Schulen im autonomen Bereich Rücksicht nehmen. Die geforderte Fremdsprachenausbildung zeigt die Bedeutung von Englisch als Weltsprache des Tourismus, aber auch die von Französisch und Italienisch, während Spanisch und Ostsprachen aus Absolventen- und Praktikersicht eine geringere Bedeutung haben als angenommen.

Die Bedeutung der EDV wird sowohl in Schulen als auch in der Wirtschaft erkannt. Auffällig ist, dass aus der Sicht letzterer die Ausbildung mit tourismusspezifischen Programmen weniger gefragt ist.

Der Erwerb von Zusatzqualifikationen wird von den Schulen aktiv gefördert und erhöht die Berufschancen.

Stundentafeln und Ausbildungsschwerpunkte wurden im Detail durch das gesamte Befragten-Sample evaluiert. Noch stärker als die ASP sind offensichtlich die Seminare von berufsrelevanter Bedeutung.

Trotz der hohen Berufsorientierung wählen nahezu 50% der HLT- und 30% der KollegabsolventInnen innerhalb einiger Jahre ein Anschlussstudium.

Dass die österreichischen Tourismusschulen – im internationalen Vergleich – mit einer breitgefächerten und soliden Ausbildung gute Arbeit leisten, zeigt sich unter anderem

dadurch, dass z.B. im amerikanischen oder asiatischen Raum eine Reihe ehemaliger AbsolventInnen österreichischer Schulen Top-Positionen in der Hotellerie innehaben. Gerade bei Häusern internationaler Ketten mit amerikanischem Management-System sind die österreichischen Generalisten sehr gefragt. Wie weit die Ausbildung den üblichen Gegebenheiten und Anforderungen in Österreich entspricht war eine wesentliche Forschungsfrage der vorliegenden Lehrplanevaluation.

Es wurde daher untersucht, ob es aus Sicht der Personalverantwortlichen einheitliche Vorstellungen gibt über

- fachspezifische und
- fachpraktische Anforderungen
- erforderliche Schlüsselqualifikationen
- die Positionierung von HLT und Kolleg im Vergleich zu den Mitbewerbern auf den einschlägigen Berufsfeldern
- zukünftige Trends und Entwicklungen und daraus resultierende Ausbildungsmodelle

Diese Einschätzungen werden mit den Erfahrungen der AbsolventInnen verglichen und den Einschätzungen der LandesschulinspektorInnen, SchulleiterInnen und LehrerInnen gegenübergestellt.

Für den Auftraggeber ergibt sich daraus die Möglichkeit zu überprüfen

- ob die Ausbildungsinhalte mit gestellten Anforderungen konform gehen.
- ob die SchülerInnen ein Stärkenbewusstsein und Präferenzen für bestimmte Tätigkeitsfelder haben.
- ob die SchülerInnen Fähigkeiten zur Selbstpositionierung und Selbstpräsentation in der Ausbildung erlernen.
- ob Schlüsselqualifikationen in ausreichender Weise vermittelt werden.
- ob Trends und Entwicklungen in der Branche bekannt sind und entsprechend darauf reagiert wird.
- ob in Bewusstsein und Ausbildung der Lehrenden dahingehend Stimmigkeit vorhanden ist.

## 5.1. Die Einsatzbereiche der AbsolventInnen

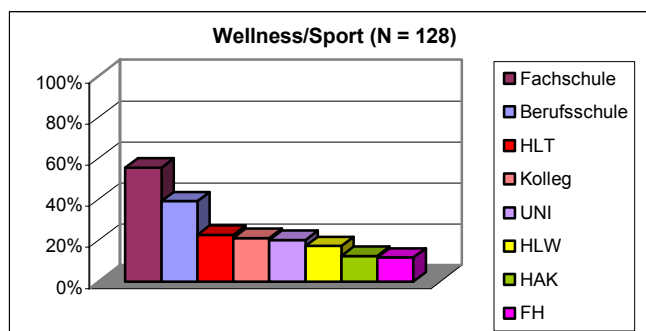
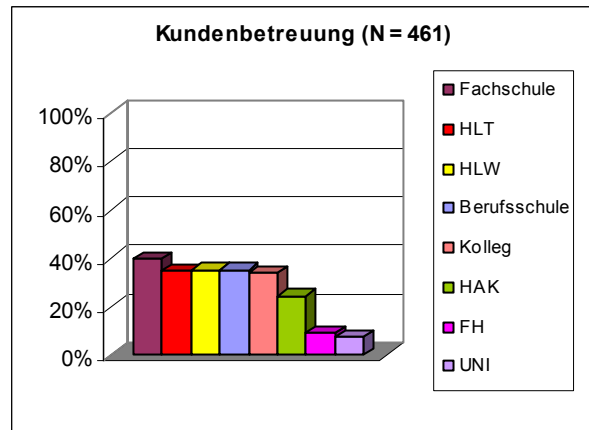
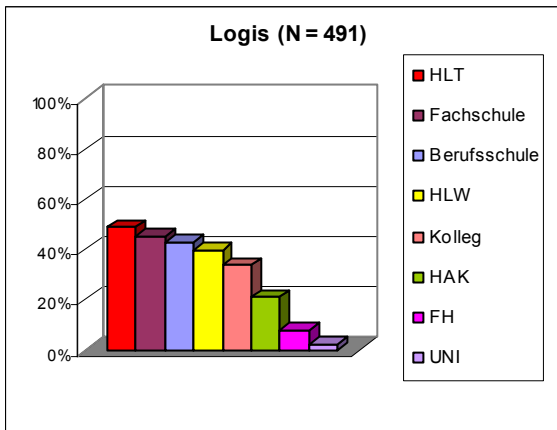
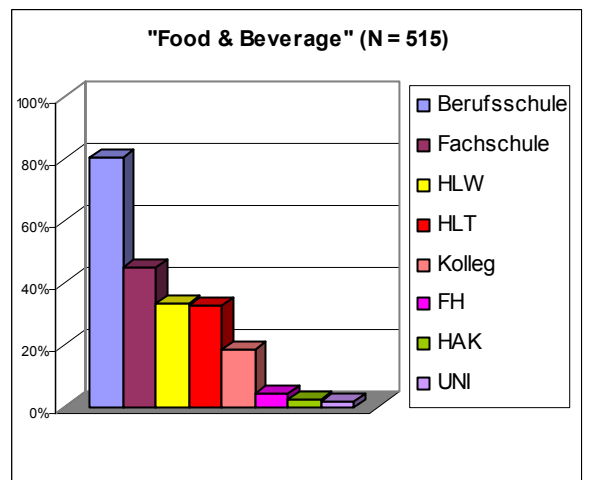
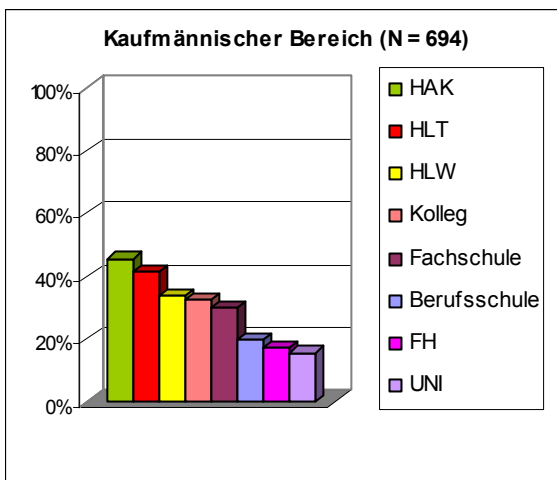
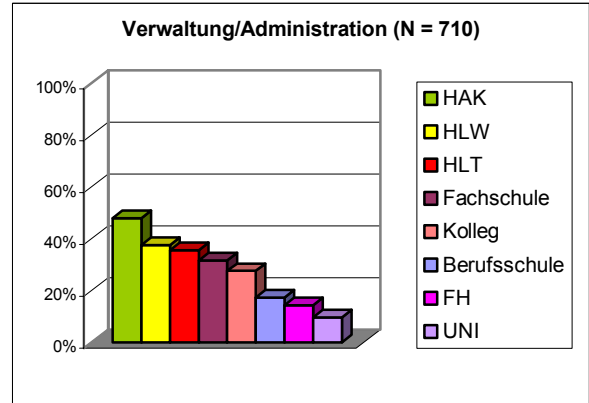
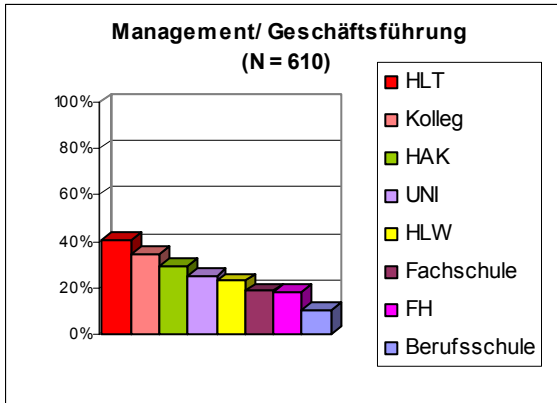
Die Absolvierung einer berufsbildenden höheren Schule soll die AbgängerInnen „zur unmittelbaren Ausübung eines gehobenen Berufs“, jene von Höheren Lehranstalten und Kollegs für Tourismus für „gehobene Tätigkeiten in der Wirtschaft, insbesondere in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft“ befähigen. (Vgl. dazu Lehrplan)

Von den **Personalverantwortlichen** wurde zunächst die Überblicksfrage erhoben, aus welchen Schultypen mit tourismusrelevanter Ausbildung, und dann im Detail, in welchen Arbeitsbereichen ihres Unternehmens sie die AbgängerInnen welchen Schultyps einsetzen bzw. sich vorstellen könnten, diese einzusetzen.

Die Befragten differenzieren hier sehr genau nach den anfallenden Tätigkeiten. Für die *Leitung* in touristischen Unternehmen würden zweifelsohne Personen mit HLT- und Kolleg- Ausbildung vorgezogen. Hier wäre auch der Anteil an FH- und universitär gebildeten AbsolventInnen höher als in den anderen Bereichen. Klar erkennbar ist jedoch, dass der *Verwaltungsbereich* deutlich häufiger mit AbsolventInnen der Handelsakademie besetzt wird (bzw. würde) als mit HLT-AbsolventInnen, während anscheinend etwa im *kaufmännischen Bereich* die HLT-Ausbildung jener der HAK als ähnlich geeignet eingestuft wird. Verkauforientierte Aufgaben ermöglichen offensichtlich ein breiteres Feld für die HLT-AbsolventInnen, für kalkulatorisch-buchhalterische Ausrichtungen werden die HAK-AbgängerInnen bevorzugt.

Von besonderem Interesse ist im Vergleich auch die Frage, wofür die HLW-AbgängerInnen eingesetzt werden, da an diesem Schultyp vordergründig ähnliche Fähigkeiten und Fertigkeiten vermittelt werden wie an HLT und Kolleg, sich die Schulen in ihrer Positionierung jedoch deutlich von einander unterschieden sehen. So ist zu erkennen, dass diese vor allem in der Verwaltung und im Bereich Food&Beverage als gleichwertig zur HLT eingestuft werden, im kaufmännischen Bereich werden sie etwa gleich häufig eingesetzt wie Kolleg-AbsolventInnen. Für Tätigkeiten in der Kundenbetreuung werden zwar FachschülerInnen häufiger eingesetzt, aber zwischen AbsolventInnen von HLT, Kolleg, HLW oder Berufsschule wird praktisch kein Unterschied gemacht.

Abb. 8-14: (Mögliche) Einsatzbereiche von AbsolventInnen (Mehrfachwahlen möglich)





Auffällig und augenscheinlich ist jedenfalls das Ergebnis, dass der Tourismus *nicht* ausschließlich – wie gerne angenommen – in der Hand der TourismusschulabsolventInnen liegt, sondern dass darin Tätigkeiten sehr stark nach abteilungsbezogenen Profilen vergeben werden und damit andere BHS-AbgängerInnen und QuereinsteigerInnen ausgezeichnete Berufschancen vorfinden.

Um feststellen zu können, woraus die unterschiedliche Beurteilung der einzelnen Schultypen resultiert, wurden die Personalverantwortlichen gebeten, jeweils HLT, Kolleg und Lehrlingsausbildung bezüglich bestimmter Kriterien einzuordnen.

Ergänzend dazu sollen zum besseren Verständnis noch Daten aus der HLW-Untersuchung gegenübergestellt werden, die damals von den Personalverantwortlichen aus der Tourismus- und Freizeitwirtschaft bezüglich der Beurteilung von HAK und HLW vorliegen. (Vgl. Wallbott & Heffeter, 2000)

Die Ergebnisse bieten folgendes Bild, wobei pro Schultyp die fünf erstgereihten Items dargestellt werden, die komplette Auflistung ist dem Anhang zu entnehmen. (Vgl. Anhang 5)

Tab.14a-e: *Was Personalverantwortliche mit verschiedenen Schultypen verbinden (Mehrfachwahlen möglich)*

1. HLT (N = 822)

<b>Begriffe</b>	<b>Prozent</b>
Gute Sprachkenntnisse	86.1
Kaufmännische Ausbildung	74.9
Fundierte EDV-Ausbildung	71.4
Redegewandt und kontaktfreudig	68.2
Gute Aufstiegschancen	66.8

2. Kolleg für Tourismus (N = 840)

<b>Begriffe</b>	<b>Prozent</b>
Gute Sprachkenntnisse	77.9
Redegewandt und kontaktfreudig	70.5
Kaufmännische Ausbildung	67.9
Gute Aufstiegschancen	63.3
Managementqualifikationen	63.1

### 3. Lehrlingsausbildung für den Tourismus (Berufsschule) (N = 789)

<b>Begriffe</b>	<b>Prozent</b>
Solide Praxisausbildung	84.9
Gastronomische Ausbildung	83.5
Bereit zuzupacken	83.0
Brauchen Weiterbildung	77.2
Teamfähig	70.3

### 4. HAK (N=88)

<b>Begriffe</b>	<b>Prozent</b>
Kaufmännische Ausbildung	93,2
Für Büroberufe geeignet	88,6
Fundierte EDV-Ausbildung	81,8
Breite Allgemeinbildung	52,3
Hohes Ausbildungsniveau	50,0

### 5. HLW (N = 86)

<b>Begriffe</b>	<b>Prozent</b>
Eher für Mädchen	64,0
Ausbildung für Ernährung und Nahrungsmittelerzeugung	60,5
Breite Allgemeinbildung	57,0
Universell einsetzbare Absolventen	55,8
Wissen nicht, was sie beruflich machen wollen	51,2

Vor allem die Profile von HLT, Kolleg und HAK lassen durch ihre Ähnlichkeit aufmerksam werden, weisen sie doch auf eine gewisse „Austauschbarkeit“ von AbgängerInnen lehrplanmäßig durchaus unterschiedlich charakterisierter Schultypen hin. Bestand zu Beginn der Untersuchung die Hypothese, dass die Tourismusschulen – im Gegensatz etwa zu den HLW – über sehr klar gezeichnete Konturen und Abgrenzungen zu anderen Ausbildungen verfügen, muss diese Annahme nun etwas relativiert werden.

Andererseits könnte gerade das Fehlen eines eindeutigen Profils bei den AbsolventInnen zu einer gewissen Unsicherheit führen, die es den Personalverantwortlichen erleichtert, die AbgängerInnen solcher Schulformen (z.B. HLW) mit weit geringerer Entlohnung beschäftigen zu können als die eher selbstbewusst auftretenden HLT- und Kolleg-AbsolventInnen.

Außerdem wird in der Tourismusbranche sehr großer Wert auf PraktikerInnen gelegt, die „bereit sind zuzupacken“, eine Haltung, die sowohl Berufs- als auch HLW-

SchülerInnen attestiert wird, eher weniger den HLT – oder KollegabsolventInnen. (Vgl. Wallbott & Heffeter, 2000, Anhang 14-16))

Auch die befragten **LehrerInnen** meinen, dass die AbsolventInnen durch den aktuellen Lehrplan besonders für Tätigkeiten in

1. *Hotellerie und Gastronomie* (96,4%)
2. *Reisebüro* (77,6%) und den
3. *Kaufmännischen Bereich* (59,2%)

befähigt werden. Diese Angaben decken sich mit den Aussagen der SchulleiterInnen:

„ ... in allen touristischen Berufen: Hotellerie, Gastronomie, Reisebüros, Tourismusbüros.“

„... eher weniger in der Küche, aber wenn, dann lange und als Spitzengastronomen...“

Auf die Frage nach ihrer aktuellen Tätigkeit, gaben 65,1% der **Kolleg-AbsolventInnen**, aber nur 49,3%, also nur knapp die Hälfte der **HLT-AbsolventInnen** an, berufstätig zu sein. Die jeweils andere Gruppe der Befragten war zum Zeitpunkt der Untersuchung entweder auf Jobsuche, in Karenz, Präsenz- bzw. Zivildienst oder studierte. Ein Grund für die deutlichen Unterschiede ( $p = .001$ ) sowohl zwischen den Jahrgängen innerhalb der beiden Schulformen als auch zwischen HLT und Kolleg ist sicherlich mit der Wehrpflicht der Burschen zu begründen, die altersmäßig im Sample zum Tragen kommt.

Abb. 14: *Derzeitige Tätigkeit der AbsolventInnen*

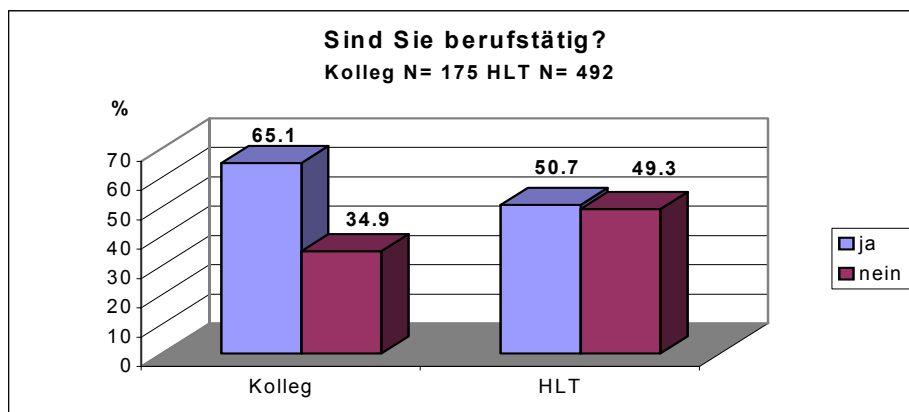


Abb.15: *Tätigkeiten nicht-berufstätiger HLT-AbsolventInnen*

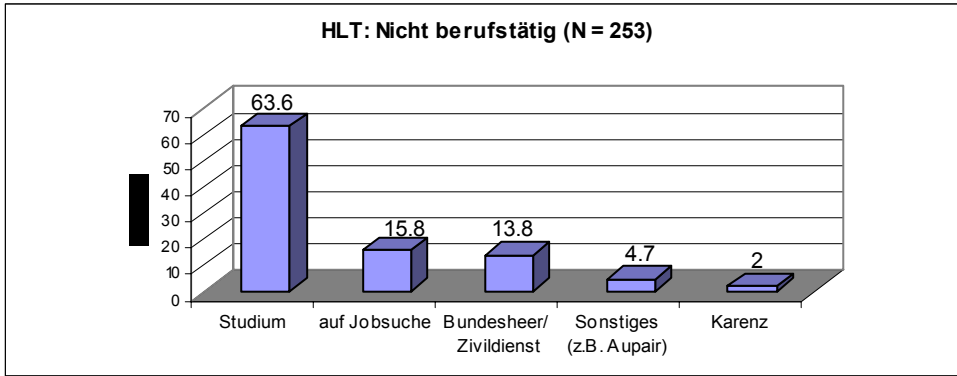
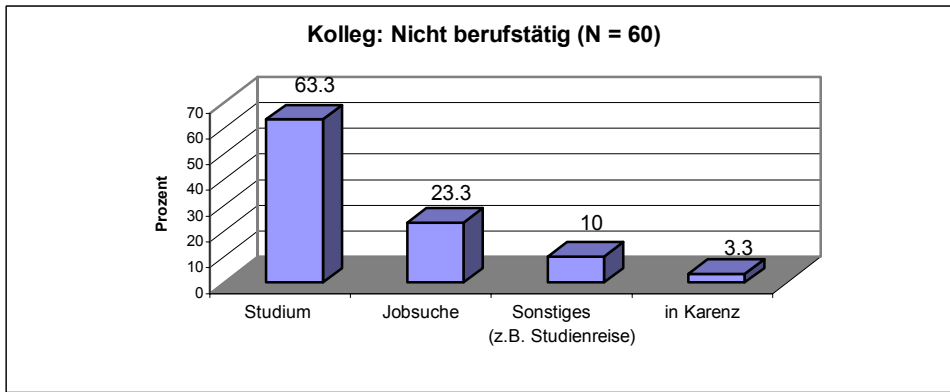
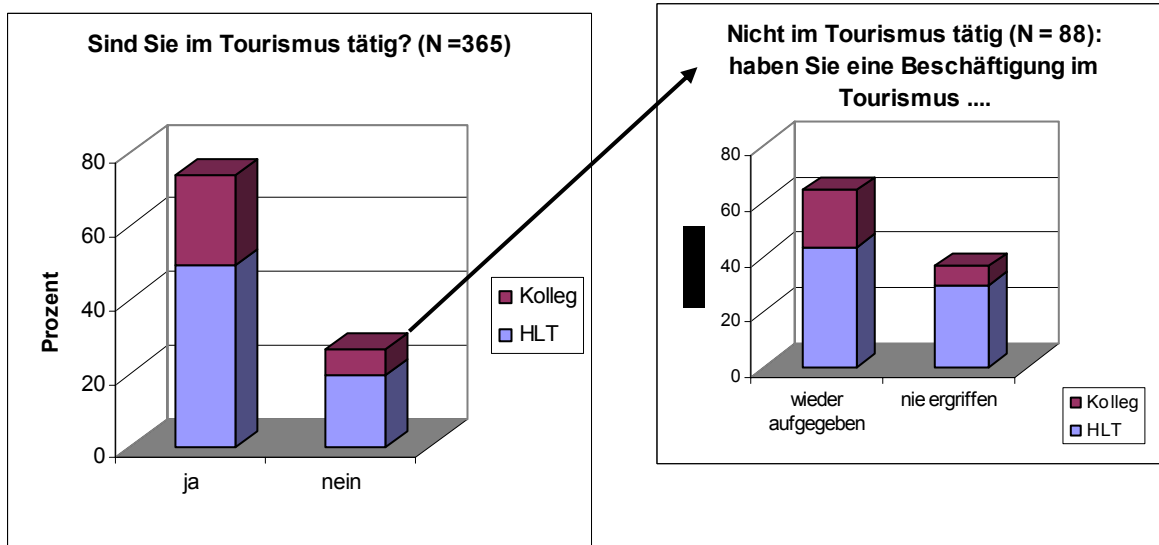


Abb.16: *Tätigkeiten nicht-berufstätiger Kolleg-AbsolventInnen*



Von den Berufstätigen waren allerdings nicht (mehr) alle im Tourismus tätig.

Abb. 17/17a: *Berufstätige AbsolventInnen im Tourismus*



Die Aussagen der Personalverantwortlichen und LehrerInnen hinsichtlich der Einsatzbereiche in touristischen Unternehmen entsprechen weitgehend den Angaben der SchulabsolventInnen über ihre aktuelle Beschäftigung:

Tab.15: *Aktuelle Tätigkeitsfelder im Tourismus beschäftigter AbsolventInnen*

<b>Derzeitiges Beschäftigungsfeld</b> (N = 210; Zahl der Nennungen)	<b>HLT</b>	<b>Kolleg</b>
Hotellerie	53	27
Gastronomie	52	9
Reisebüro	18	14
Transport/ tourist. Infrastruktur	18	5
Verbände/ Tourismusverwaltung	9	
Freizeit/Wellness/Sport	4	
Sonstige (z.B. Bildungs-, Gästehaus)	1	

Anmerkung: Einige AbsolventInnen machten zwar statistische Angaben zu ihrer Tätigkeit („Im Tourismus beschäftigt?“ – „Ja/nein“), jedoch nicht zur Art ihrer Beschäftigung

Angesichts der Einstufungen durch die Personalverantwortlichen ist die Selbsteinschätzung der AbsolventInnen hinsichtlich einer eventuell verspürten Konkurrenzsituation bei der Bewerbung um bestimmte Positionen besonders spannend. Nicht ganz ein Drittel der AbsolventInnen gaben an, sich bei der Jobsuche mit AbgängerInnen anderer Bildungseinrichtungen in Wettbewerb befunden zu haben. Sie begründen diese Einschätzungen in Richtung Berufs-/ Fachschule damit, dass deren AbgängerInnen eine solidere Praxisausbildung zugeschrieben wird und sie deshalb vorgezogen werden. Im Hinblick auf Fachhochschul- bzw. UniversitätsabgängerInnen wird meistens deren akademischer Titel als Begründung ins Treffen geführt. HLT-AbsolventInnen haben häufig deshalb das Gefühl, dass ihnen Kolleg-AbsolventInnen vorgezogen werden, weil diese bei der Bewerbung im Vergleich zu ihnen schon älter sind. Umgekehrt bemerken die Kolleg-AbsolventInnen, dass ihnen HLT-AbsolventInnen wegen der längerdauernden, daher ihrer Meinung nach intensiveren Ausbildung für den Tourismus, und hier vor allem wegen der fundierteren praktischen Ausbildung vorgezogen würden.

Tab.16: *Konkurrierende Bildungseinrichtungen – Absolventensicht (Mehrfachwahlen möglich)*

Alternative zu (Angaben in Prozent)	Berufs-/ Fachschule	HLW/ HBLA	HAK	Kolleg bzw. HLT	FH/ Uni
<b>HLT</b> (N = 159)	15,4	8,6	13,7	14,3	19,4
<b>Kolleg</b> (N = 78)	23,1	6,4	9,0	17,9	15,4

Die Einschätzungen der **LandesschulinspektorInnen und SchulleiterInnen** decken sich nur zum Teil mit den Erfahrungen der AbsolventInnen. 5 der 29 Interviewten meinen ausdrücklich, dass sich HLT-, und 2, dass sich Kolleg-AbsolventInnen hinsichtlich gleicher Berufs- und Laufbahnziele *nicht* in einer Konkurrenzsituation mit anderen Ausbildungseinrichtungen befinden. Die anderen Befragten sehen – regional verschieden und in Abhängigkeit von den Tätigkeitsfeldern – in anderen Schulformen eher schon ernstzunehmende Alternativen. Die meisten klammern in ihrer Beurteilung allerdings spezifische Tätigkeiten im Tourismus aus und meinen, dass dafür ausschließlich TourismusschulabsolventInnen herangezogen würden.

Tab.17: *Ernstzunehmende Alternativen für HLT/ Kolleg aus Sicht der LSI/ SL (Mehrfachwahlen möglich)*

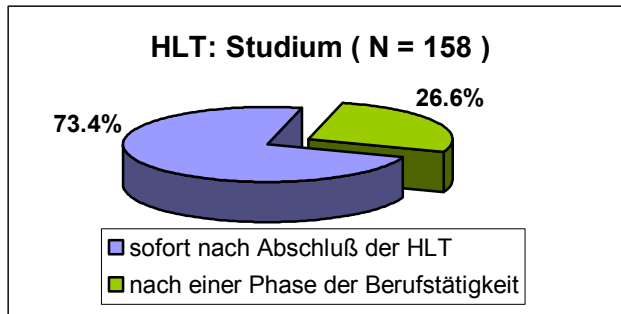
Alternative zu (Zahl der Nennungen; N=29)	Lehrlings- ausbildung	3-jährige Fachschule	HLW/ HBLA	HAK	Kolleg bzw. HLT	FH	Uni
<b>HLT</b>	2	/	19	8	1	3	1
<b>Kolleg</b>	/	/	1	/	1	9	2

Bereits im Rahmen der HLW-Studie wurde die prinzipielle Frage aufgeworfen, ob ein Studium im Anschluss an eine *berufsbildende* höhere Schule dem eigentlichen Ziel der Ausbildung entspricht. Damals wurde dies vor allem von SchulleiterInnen und LehrerInnen eher verneint, jedoch hervorgehoben, dass es wesentlich wäre, dass die tertiäre Ausbildung „branchenspezifische“ (hier: für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft) Ausbildungsrichtungen umfassen sollte.

Angesichts der Tatsache, dass etwa im Bereich „Management/ Geschäftsführung“ ungefähr jeder fünfte befragte **Personalverantwortliche** sich zumindest vorstellen kann, in Zukunft auch Universitäts- bzw. FachhochschulabgängerInnen aufzunehmen

bzw. dies bereits jetzt praktiziert, wird verständlicher, warum mehr als 30% aller **HLT-AbsolventInnen** studieren.

Abb.18: *Studierende HLT-AbsolventInnen*



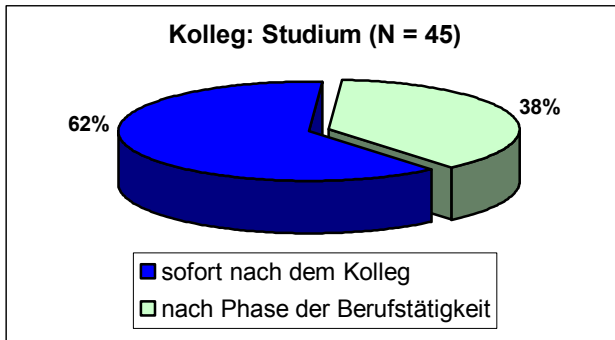
Mehr als die Hälfte der Studierenden haben eine wirtschaftsbezogene oder tourismusspezifische Ausbildungsrichtung gewählt, rund 8% ein Sprachenstudium und etwa genauso viele Computerwissenschaften. Das restliche Drittel verteilt sich auf diverse andere Studienrichtungen (z.B. Jus, Geisteswissenschaften, Architektur).

Die **Kolleg-StudentInnen** nehmen hier eine Sonderstellung ein: einerseits gehören sie mit ihrer Ausbildung bereits zum postsekundären Sektor, diese stellt aber eigentlich eine Art „Nachqualifizierung“ für eine bestimmte Branche dar, was andererseits jedoch das Interesse an einem längerdauernden Studium unter Umständen verringern mag, aber jedenfalls eine Alternative dazu darstellt.

36% der KollegabsolventInnen führen demgemäß auch als Kriterium für ihre Wahl dieser Schulform an, dass sie *„nicht studieren, aber auch nicht sofort nach der Matura ins Berufsleben einsteigen“* wollten und 71,4% nennen *„die kurze Ausbildungszeit“* als Grund für die Wahl des Kollegs. (Vgl. Anhang 6)

Dennoch beginnen immerhin auch rund ein Viertel der Kolleg-AbsolventInnen unmittelbar nach Abschluss oder nach einer gewissen Zeit der Berufstätigkeit ein Studium.

Abb.19: *Studierende Kolleg-AbsolventInnen*



Die Wahl der Studienrichtungen ist inhaltlich und anteilmäßig ähnlich jener der HLT-AbsolventInnen.

Im Rahmen der Erhebung über die aktuellen Tätigkeitsfelder der AbsolventInnen interessierte selbstverständlich auch die Frage, welchen Beschäftigungen jene Personen nachgehen, die *nicht* im Tourismus arbeiten.

Der Lehrplan für die HLT sieht hierfür als Ziel ganz allgemein „*gehobene Berufe in der Wirtschaft*“ vor, während der Lehrplan für das Kolleg explizit und ausschließlich vorsieht, dass die AbsolventInnen „*nach Ableistung einer entsprechenden Berufspraxis gehobene Tätigkeiten in der Tourismuswirtschaft und -verwaltung ausüben und Führungspositionen in diesem Wirtschaftsbereich einnehmen*“. (Vgl. Lehrpläne)

Die **AbsolventInnen** sehen die Ausbildungsziele einer Tourismusschule offensichtlich nicht ausdrücklich tourismusbezogen. So erscheint denjenigen, die sich für die Ausbildung an einer HLT entscheiden, grundsätzlich die Komponente der Berufsausbildung in Kombination mit Matura (79,9% der HLT-AbsolventInnen) wesentlich. Selbstverständlich bietet die Tourismus- und Freizeitwirtschaft an sich schon eine „*Vielfalt an beruflichen Möglichkeiten*“ (insgesamt 62,4% der Nennungen für die „Gründe der Schulwahl“ beziehen sich auf dieses Kriterium), wie aber die Angaben über nicht-touristische Tätigkeitsfelder zeigen, sind die AbsolventInnen nicht nur in diesem Wirtschaftszweig beschäftigt. (Vgl. Anhang 6)



Eine Schulleiterin bringt es auf den Punkt:

*„Unsere AbsolventInnen arbeiten in allen Arten von Dienstleistungsbetrieben, natürlich im Tourismus, aber auch im Bankwesen, in Versicherungen, Speditionen, in der Unternehmensberatung und bei Steuerberatern. Dort beschäftigen sie sich wegen ihres Fachwissens speziell mit Tourismusfragen.“*

Mit der Reife- und Diplomprüfung erhalten die AbsolventInnen auch die Berechtigung zur selbständigen Berufsausübung in den gebundenen Gewerben Reisebüro, Gastgewerbe, Handelsgewerbe und als Handelsagenten (Vgl. Seite 13). Es war daher nahe liegend, die AbsolventInnen einschätzen zu lassen, ob und wie sehr die Ausbildung an HLT und Kolleg einen Einstieg in die Selbständigkeit erleichtert. Diese Frage wird auch deshalb besonders spannend, da Analysen der Wirtschaftskammer Österreich ergeben haben, dass im Laufe der nächsten Jahre aus Altersgründen die Übergabe von etwa 8000 touristischen Unternehmen an „die nächste Generation“ erwartet wird. Außerdem wurde erhoben, wie viele AbsolventInnen zumindest innerhalb der ersten drei bis vier Jahre (dies entspricht der Zeitspanne des ersten befragten Maturajahrgangs in der Stichprobe der Untersuchung) nach Abschluss den Schritt in die Selbständigkeit tatsächlich gemacht haben.

12,5% der AbsolventInnen hatten zum Zeitpunkt der Befragung vor, sich in absehbarer Zeit selbständig zu machen, 24,9% waren sich darüber noch nicht sicher und 62,5% planten diesen Schritt vorläufig nicht.

Etwa die Hälfte der AbsolventInnen meinte, dass diese Entscheidung durch den Besuch der Tourismusschule erleichtert würde, die Kolleg-AbsolventInnen mit 40,4% allerdings signifikant seltener ( $p = .001$ ).

Nur eine(!) Person gab zur Frage nach der aktuellen Tätigkeit dann dezidiert an, selbständig (Imbissstube) zu sein. Einige andere führten zusätzlich zur Angabe ihrer Position im Betrieb die Zusatzbemerkung „Familienbetrieb“ an. Es konnte daraus allerdings eine selbständige Unternehmertätigkeit nicht abgeleitet werden.

Um den Fragenkomplex der Selbständigkeit gesichert abklären zu können, werden wohl Untersuchungszeiträume von über vier Jahren seit Abschluss der Ausbildung notwendig sein.

## 5.2. Anforderungen und Erwartungen der Wirtschaft

### 5.2.1. Die Bewerbungssituation

Bei der Auswahl von BewerberInnen achten die **Personalverantwortlichen** vor allem auf:

- (1) *gutes Auftreten/ einen guten persönlichen Eindruck* (94,2%)
- (2) *gepflegtes Äußeres* (78,4%)
- (3) *Praxiserfahrungen* (74,9%)
- (4) *Fremdsprachenkenntnisse* (65,1%) und
- (5) *EDV-Ausbildung* (64,3%).

Auf den ersten Blick mögen manche der Einschätzungen eher oberflächlich, weniger auf Kompetenzen und Qualifikationen achtend erscheinen, werden aber verständlich, wenn man bedenkt, dass die Tourismusbranche eine klassische Dienstleisterbranche mit direktem Kundenkontakt ist. Diese Interpretation der Ergebnisse wird noch durch den hohen Stellenwert „*gut gestalteter Bewerbungsunterlagen*“ als Zeichen von effizienter Selbstpräsentation unterstrichen.

Die meisten Schulstandorte bieten sicherlich nicht zuletzt aufgrund dieses Wissens Bewerbungstrainings an und bereiten die SchülerInnen in Gegenständen wie Deutsch oder Rhetorik und Kommunikation, aber auch durch das Tragen von Schuluniformen auf die Erfordernisse der Branche vor. Zumindest retrospektiv werden solche Maßnahmen von den AbsolventInnen zumeist gutgeheißen.

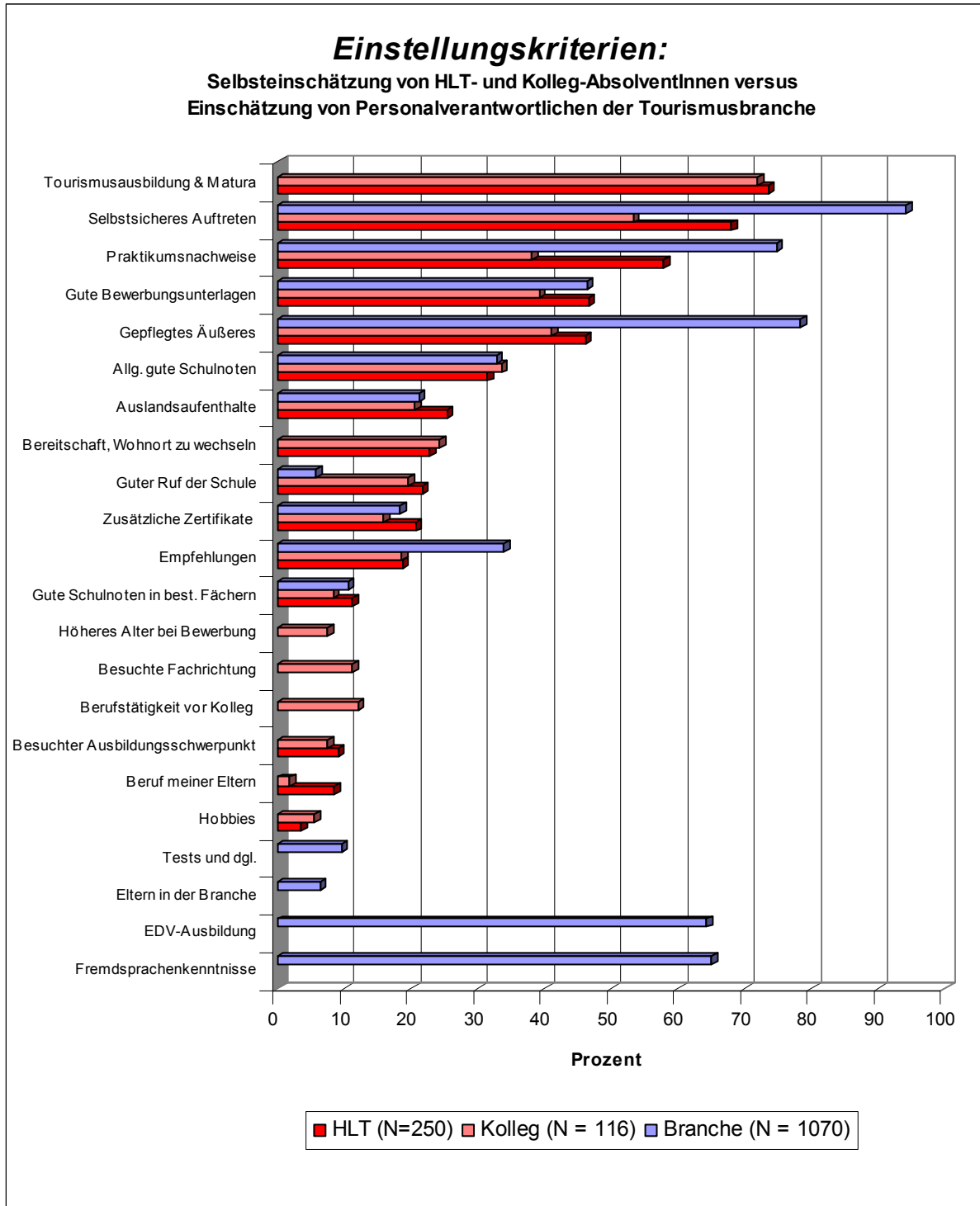
Die Angaben der Personalverantwortlichen decken sich weitgehend mit den Erfahrungen der **AbsolventInnen** bei ihrer Arbeitsplatzsuche.

Allerdings hatten sowohl BewerberInnen aus den HLT als auch aus den Kollegs im Unterschied zu den Angaben der Branchenvertreter den Eindruck, dass die Kombination einer speziell auf den Tourismus abgestimmten Ausbildung mit Maturaabschluss als besonders entscheidender Faktor wahrgenommen wurde, obwohl insgesamt mehr Berufs- und FachschülerInnen in den Betrieben aufgenommen werden (Vgl. dazu Seite 39). Dies liegt jedoch sicherlich unter anderem auch daran, dass aufgrund der bereits dargestellten Betriebsstrukturen der meisten Unternehmen im Beherbergungs- und Gaststättenwesen (94,3%(!) sind Klein- und Kleinstbetriebe) grundsätzlich weniger gehobene Positionen zur Verfügung stehen.

Im Unterschied zu den Angaben der Personalverantwortlichen (diese liegen bei knapp 6%) hatte etwa jede/r fünfte AbsolventIn bei der Bewerbung das Gefühl, dass unter anderem die Reputation der besuchten Schule als Anstellungskriterium wesentlich war.

Umgekehrt gaben etwas mehr als 30% der Personalverantwortlichen an, dass sich Empfehlungen günstig ausgewirkt hätten, was allerdings nur wenige AbsolventInnen (ca. 18%) so beurteilten. Dies mag damit zu tun haben, dass solche Empfehlungen sehr häufig ohne Wissen der BewerberInnen ausgesprochen werden bzw. von diesen später nicht mehr gerne genannt werden (Ablehnung als Protektionismus, Abschwächung der eigenen Leistung).

Abb.20: *Entscheidungskriterien bei der Anstellung von BewerberInnen.  
 Gegenüberstellung AbsolventInnen – Branche (Mehrfachwahlen möglich)*



**Anmerkung:**

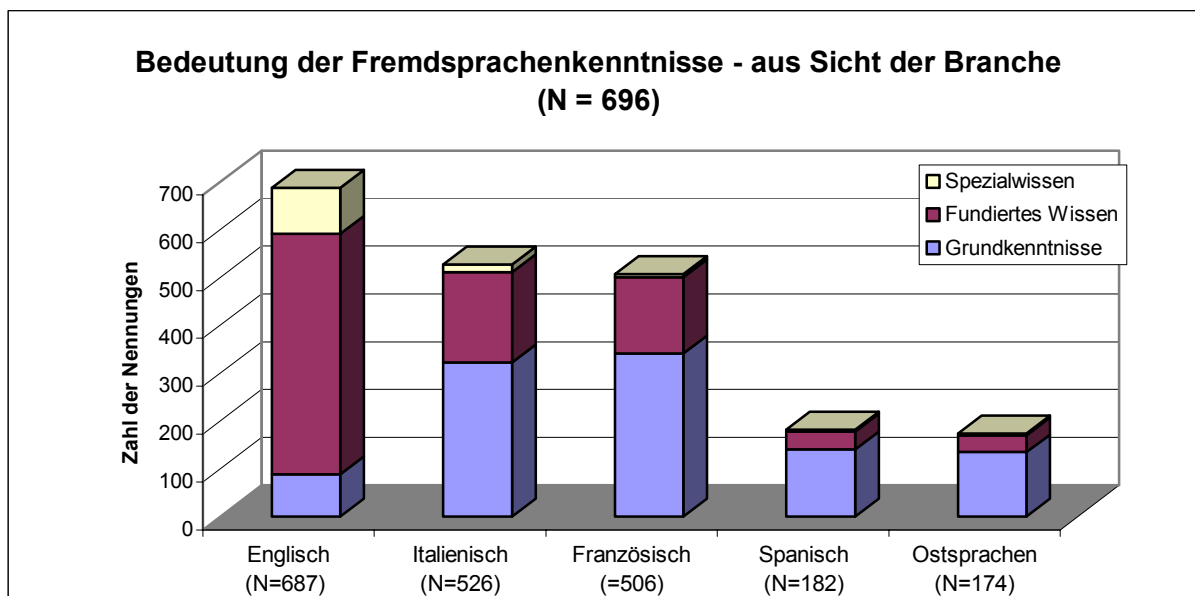
EDV-Kenntnisse und Fremdsprachen wurden bei den AbsolventInnen in Zusammenhang mit Schulnoten in bestimmten Fächern erhoben, Tests als Einstellungskriterium wurden nicht gesondert erhoben. Für das Kolleg wurden die ausbildungsspezifischen Items „Höheres Alter bei der Bewerbung“, „besuchte Fachrichtung“ und „Berufstätigkeit vor dem Kolleg“ hinzugefügt. „Bereitschaft, den Wohnort zu wechseln“ und „Hobbies“ gilt nur für die AbsolventInnenbefragung. „Beruf meiner Eltern“ kann verglichen werden mit „Eltern in der Branche“.

## 5.2.2. Das Ausbildungsniveau der Sprachausbildung

Fremdsprachenkenntnisse sind nach den Praxiserfahrungen (Anmerkung: die Darstellung der betreffenden Ergebnisse erfolgt aufgrund der besonderen Bedeutung für die Tourismusausbildung in einem eigenen Kapitel siehe Seite 114) die wesentlichsten Qualifikationen, die von den BewerberInnen gefordert werden. Das haben bereits die Ergebnisse der HLW-Untersuchung gezeigt. Im Vergleich zu anderen Wirtschaftszweigen lagen die Forderungen bezüglich der Fremdsprachenkenntnisse sowohl in quantitativer als auch qualitativer Hinsicht damals in der Sparte Tourismus sogar deutlich höher. (Vgl. Wallbott & Heffeter, 2000, Seite 38)

Fast alle **Personalverantwortlichen**, die meinen, dass Sprachen ein entscheidendes Anstellungskriterium darstellen (N = 696), reihen Englisch an erste Stelle (98,7%), gefolgt von Italienisch mit mehr als 75% der Nennungen und Französisch (72,7%). Spanisch (26,2%) und die Gruppe der Ostsprachen (25%) rangieren weit abgeschlagen. Die Ergebnisse bezüglich der tatsächlichen Bedeutung der Ostsprachen stehen jedenfalls deutlich im Gegensatz zu Einschätzungen oder Wünschen, die gerne in informellen Gesprächen sowohl mit Personen aus der Branche als auch der Schule gemacht wurden.

Abb. 21: *Bedeutung der Fremdsprachen – Sicht der Branche (Mehrfachwahlen möglich)*

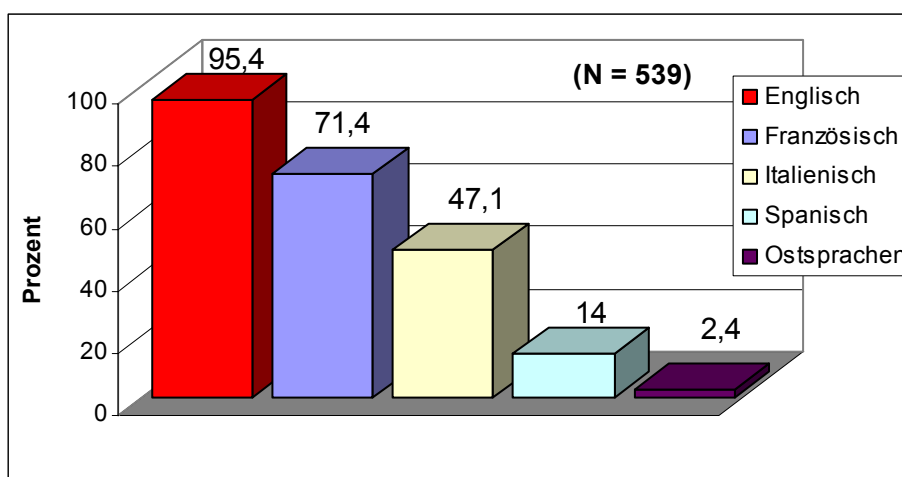


Die Qualifikationsansprüche bezüglich *Englisch* liegen im Vergleich zu den anderen Fremdsprachen deutlich höher: in allen Sub-Branchen wird zu einem hohen Prozentsatz fundiertes Wissen (von 58% im Kulturbereich bis 78,5% in Verbandswesen und Tourismusverwaltung), wenn nicht sogar Spezialwissen (hier liegen die Werte zwischen 11,1% und 25%) gefordert. Mit der Beherrschung der Grundkenntnisse finden Mitarbeiter nur mehr zu einem sehr geringen Prozentsatz ihr Auslangen.

Die anderen Sprachen betreffend bietet sich zwischen den verschiedenen Bereichen der Branche ein relativ unterschiedliches Bild. (Übersicht über die geforderten Fremdsprachenkenntnisse, gegliedert nach Sub-Branchen siehe Anhang 7).

Die **AbsolventInnen** gaben zu 87,4% an, dass Fremdsprachen in ihrer bisherigen Berufslaufbahn bzw. Studium eine Rolle spielen. In den Angaben dieser Personen ist ein ähnliches Muster zu erkennen, wie es durch die Personalverantwortlichen bereits gezeichnet wurde: Englisch wird deutlich häufiger als die anderen Sprachen gebraucht, allerdings steht im Gegensatz zu den Personalverantwortlichen Französisch klar vor Italienisch. Spanisch und Ostsprachen spielen ebenfalls nur eine untergeordnete Rolle.

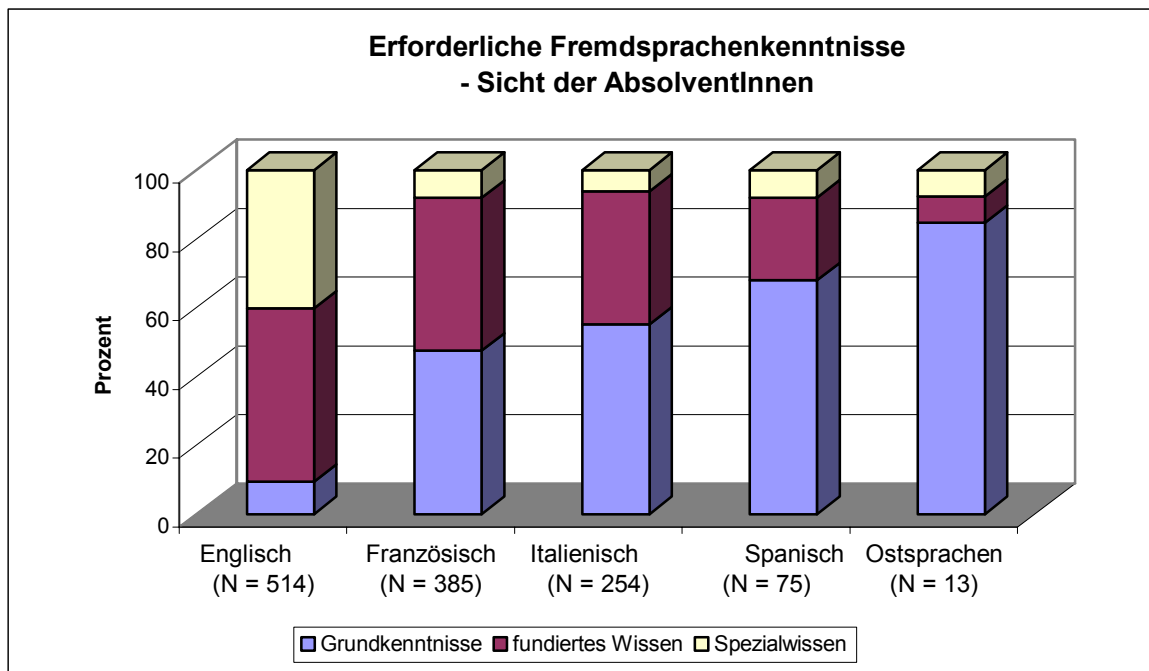
Abb.22: *Benötigte Fremdsprachen – Sicht der AbsolventInnen (Mehrfachwahlen möglich)*



Hinsichtlich der benötigten Kenntnisse gaben die AbsolventInnen bei *Englisch* im Unterschied zu den Personalverantwortlichen häufiger an, dass sie Spezialwissen

benötigen. Diese Abweichung könnte allerdings auch durch eine divergierende Interpretation der Begrifflichkeiten begründet sein. Grundsätzlich ist der Begriff „Spezialwissen“ mit „Berufsbezug“ zu charakterisieren, was die Lehrplanforderung nach tourismusspezifischer Ausrichtung der verschiedenen Unterrichtsgegenstände, insbesondere des Sprachunterrichts unterstreicht.

Abb.23: *Erforderliches Niveau bei den Fremdsprachenkenntnissen aus Sicht der AbsolventInnen*



Hinsichtlich der Ausbildungsqualität in der Schule äußerten sich etwa zwei Drittel der AbsolventInnen positiv über die erlernten Fähigkeiten in Englisch und etwa zur Hälfte über Italienisch.

Die Beurteilungen bezüglich Französisch und Spanisch differieren allerdings bei HLT und Kolleg: nur knapp über die Hälfte der HLT-, aber etwa zwei Drittel der Kolleg-AbsolventInnen sind mit der Ausbildung in Französisch zufrieden ( $p = .025$ ). Noch stärker unterscheiden sich die Einschätzungen von HLT und Kolleg bezüglich (nicht) ausreichend erlernter Kenntnisse in Spanisch ( $p = .000$ ). Als Grund könnte angeführt werden, dass die Kolleg-AbsolventInnen meist in den Vorgängerschulen bereits Fremdsprachenkenntnisse erwerben und nun auf diesen aufbauen bzw. sie vertiefen oder wiederholen können, ihre Einschätzung daher insgesamt positiver ausfällt.

Andererseits scheinen die Anforderungen in Französisch innerhalb der letzten Jahre gestiegen zu sein. So stellten zumindest die HLT-AbsolventInnen des Maturajahrgangs 2001 einen deutlich höheren Bedarf an „fundiertem Wissen“, im Vergleich zu mehr Bedarf an „Grundwissen“ ihrer KollegInnen früherer Jahrgänge, fest ( $p = .025$ ). (Gesamtübersicht über die Sprachausbildung aus Sicht der AbsolventInnen Anhang 8)

Abb.24: *Ausbildungsqualität in Fremdsprachen – Sicht der HLT-AbsolventInnen*

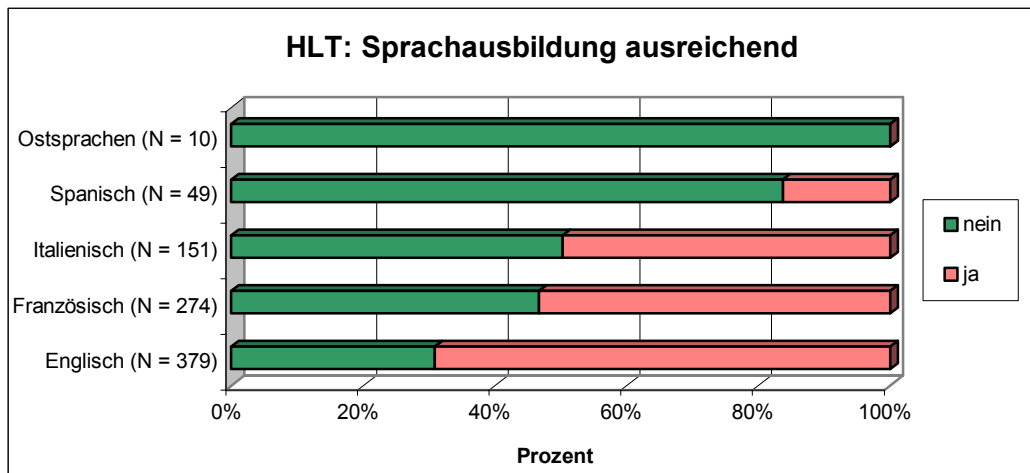
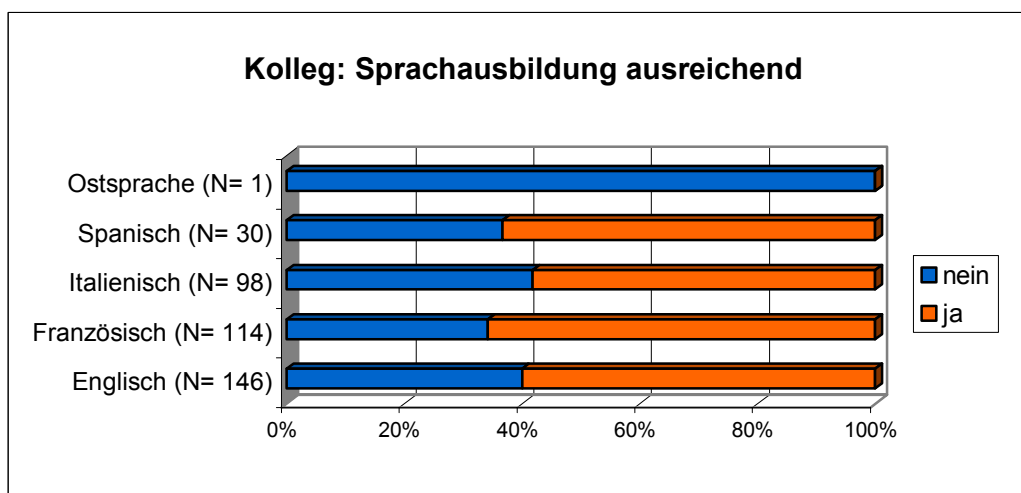


Abb.25: *Ausbildungsqualität in Fremdsprachen – Sicht der Kolleg-AbsolventInnen*



Den Forderungen nach Fremdsprachenkompetenz wird in den Lehrplänen der Höheren Lehranstalten und Kollegs für Tourismus durch das Führen des Pflichtgegenstands „(Zweite) lebende Fremdsprache“ und das Angebot der



Ausbildungsschwerpunkte „(Dritte) lebende Fremdsprache“ und „Fremdsprachen und Wirtschaft“ sowie die Option, ein „Fremdsprachenseminar“ zu führen, Rechnung getragen. Außerdem bemühen sich zahlreiche Standorte, den SchülerInnen den Erwerb von zusätzlichen Sprachzertifikaten (z.B. „Cambridge-Zertifikat“) zu erleichtern.

Angesichts der hohen Bedeutung von Sprachkompetenzen ist den Untersuchungsergebnissen auch in Zusammenhang mit diesen Angeboten Augenmerk zu schenken.

### **5.2.3. Das Ausbildungsniveau der EDV-Ausbildung**

Die Möglichkeiten der EDV im Tourismus sind fast grenzenlos. Sie beginnen bei der Gestaltung von Homepages für Tourismusverbände und gehen über Hotel-Buchung per Internet hin zu Nutzung der EDV für Verwaltung und Administration oder Kundenbefragungen per Touchscreen.

Die Zukunft vieler Geschäftsbereiche ist sogar eng verknüpft mit der Verwendung des Internet. Um Angebote, Events und Veranstaltungen attraktiv zu präsentieren, gilt es das Medium aktiv einzusetzen. Maßnahmen wie Online-Tischreservierungen, die Verwaltung von Kundendaten oder die bargeldlose Zahlung könnten zu einer Entlastung der Touristiker führen und ihnen erlauben, sich noch intensiver um Kunden, Angebotsentwicklung oder Mitarbeiterbetreuung zu widmen.

Allerdings scheint der Umgang mit dem Computer, sei es die Handhabung der zur Verfügung stehenden Software oder die Anschaffung moderner Hardware, für viele Personen in der Tourismusbranche noch immer ein gewisses Problem darzustellen. So scheiterte etwa die Teilnahme zahlreicher Adressaten der Online-Befragung daran, dass ihre veralteten Browser die Bearbeitung der vorgelegten Internetseiten nicht vollständig zuließ.

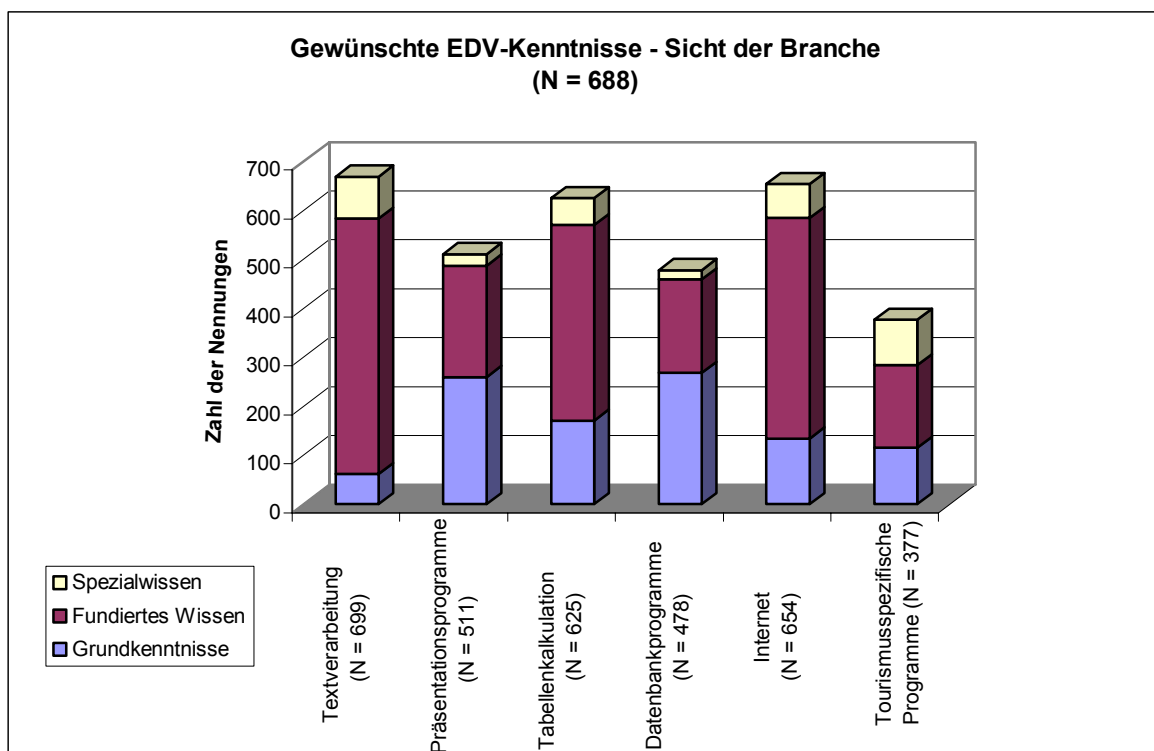
64,3% der **Personalverantwortlichen** heben dagegen explizit hervor, dass sie bei der Anstellung von AbsolventInnen auf deren EDV-Qualifikationen achten. Allerdings liegt

die Tourismus- und Freizeitwirtschaft mit diesen Prozentzahlen im Branchenvergleich an letzter Stelle. (Vgl. Wallbott & Heffeter, 2000, Anhang 2).

Die Personalverantwortlichen der gegenständlichen Untersuchung differenzierten ihre Vorstellungen dahingehend, dass grundsätzlich vor allem fundiertes Wissen, in einigen Bereichen sogar zu einem relativ hohen Prozentanteil (z.B. zu 55,8% in der Tourismusverwaltung) für die Berufsausübung gefordert wird.

Für die einzelnen Programme werden die Anforderungen für die jeweiligen Sub-Branchen sehr unterschiedlich definiert. (EDV-Anforderungen, gegliedert nach den verschiedenen Sub-Branchen des Tourismus (Siehe Anhang 9).

Abb. 26: *Worauf legen Personalverantwortliche bei der EDV-Ausbildung Wert?*  
(Mehrfachwahlen möglich)

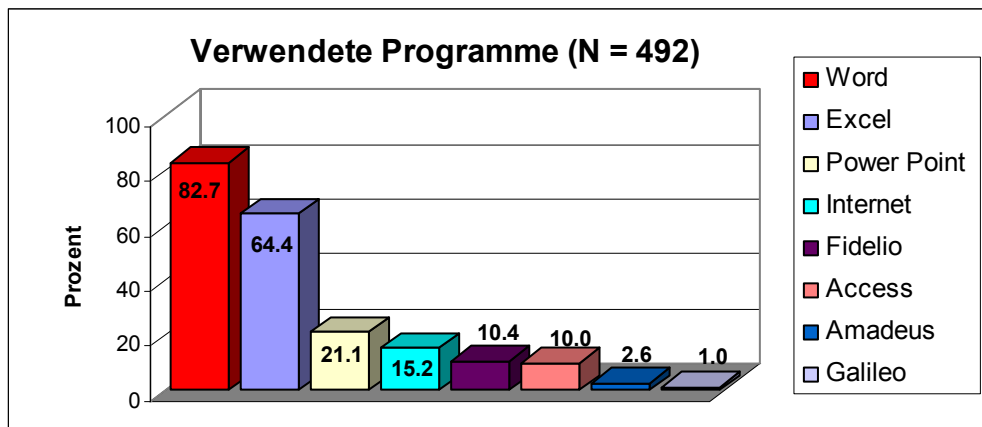


Bemerkenswert ist die Tatsache, dass von Bewerbern die Forderung nach der Beherrschung tourismusspezifischer Programme offensichtlich weniger häufig gestellt wurde. Dies könnte daran liegen, dass es ein sehr arbeitsplatzspezifisches Angebot an solchen Programmen gibt, sodass die Personalverantwortlichen gar nicht annehmen, dass die Kenntnisse der AbsolventInnen durch die schulische Ausbildung

ausreichend abgedeckt werden könnten. Firmeninterne Weiterbildungsangebote beinhalten daher genau diese Schulungen, Voraussetzung für deren Effizienz ist allerdings, dass die TeilnehmerInnen ganz allgemein fundierte Kenntnisse im Umgang mit dem PC haben.

73,8% der **AbsolventInnen** gaben an, beruflich oder im Studium mit dem Computer zu arbeiten – auffallend weniger als die AbsolventInnen der HLW (diese gaben zu nahezu 90%(!) an, beruflich/ im Studium den Computer zu benützen). Auf die Frage, mit welchen Programmen sie konkret arbeiten, bestätigen die Ergebnisse das Bild, das auch von den Vertretern der Branche gezeichnet wird:

Abb. 27: *Programme, mit denen die AbsolventInnen beruflich/ im Studium arbeiten (Mehrfachwahlen möglich)*

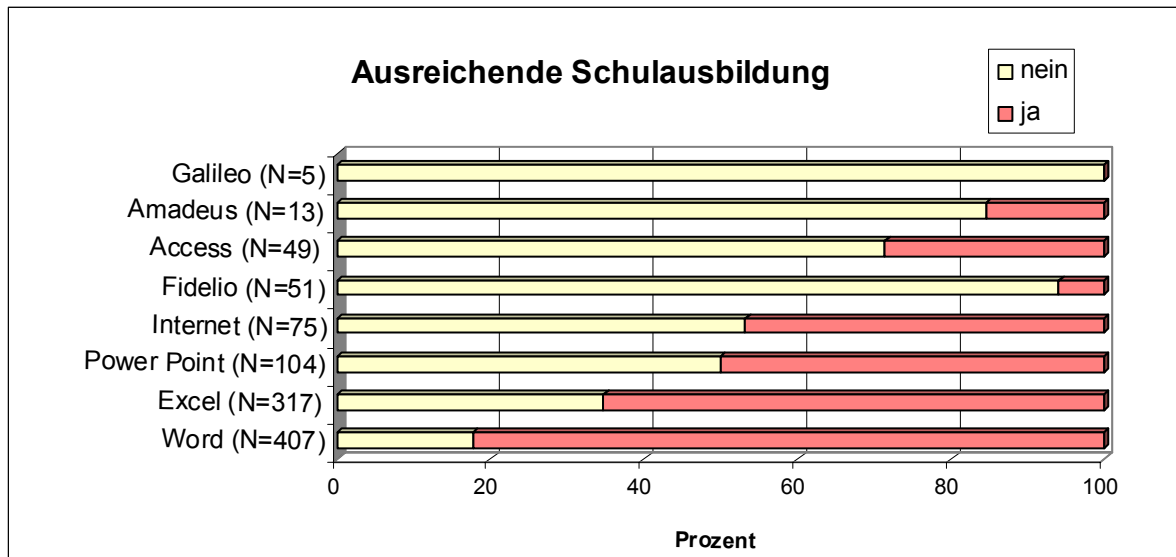


Die Schulausbildung nimmt auf die Bedeutung der EDV insofern Rücksicht als es in den Lehrplänen Unterrichtsgegenstände gibt, die den ausdrücklichen Vermerk „*mit Computerunterstützung*“ tragen. Außerdem bieten viele Standorte besondere EDV-Seminare an und/ oder auch die Möglichkeit, den Europäischen Computerführerschein (ECDL) zu erwerben.

Die Zufriedenheit der AbsolventInnen mit der Ausbildungsqualität liegt bei den Textverarbeitungsprogrammen (hier: Word) und Programmen zur Tabellenkalkulation (hier: Excel) sehr hoch (die Zufriedenheit der HLT-AbsolventInnen bezüglich Excel mit 70,9% sogar signifikant höher als die der Kolleg-AbsolventInnen mit 52,1%;  $p=0.002$ ).

Bei allen anderen Programmen, insbesondere bei den Tourismusprogrammen wird die Schulung als (eher) unzureichend bewertet.

Abb. 28: *Zufriedenheit der AbsolventInnen mit der EDV-Ausbildungsqualität*



An den Schulstandorten war man sich offensichtlich der Problematik bewusst und reagierte in den letzten Jahren einerseits mit der Schaffung entsprechender Arbeitsplätze für LehrerInnen und SchülerInnen, andererseits nahmen seit 1998 mehr als die Hälfte der LehrerInnen im Rahmen ihrer Fortbildung an EDV-Ausbildungen teil. Diese Maßnahmen zeigen insofern bereits Erfolg, als sich die Zufriedenheit der AbsolventInnen mit der Ausbildung für die „Basisprogramme“ Word, Excel und Power Point im Vergleich der ersten (1998 – 2000) und des letzten Maturajahrgangs signifikant gebessert hat. Die Signifikanzwerte liegen je nach Programm zwischen  $p = .001$  und  $p = .030$ .

Auch die **LehrerInnen** geben zu 81,6% an, mit der Ausstattung an EDV-Hardware eher/ sehr und zu 76,2% mit der Software eher/ sehr zufrieden zu sein.

Die Tatsache, dass wenige AbsolventInnen angeben, mit branchenspezifischen Programmen zu arbeiten, ihre Unzufrieden mit der Ausbildungsqualität und dass auch die Personalverantwortlichen mehr auf allgemeine, als auf spezialisierte EDV-Ausbildung Wert legen, soll zum Nachdenken anraten. Es ist zu überlegen, ob sich die Anschaffung teurer Spezialprogramme für die Schulen überhaupt rentiert. Ein großes

Problem scheint in Folge nämlich auch das kostenintensive Updating dieser Programme zu sein.

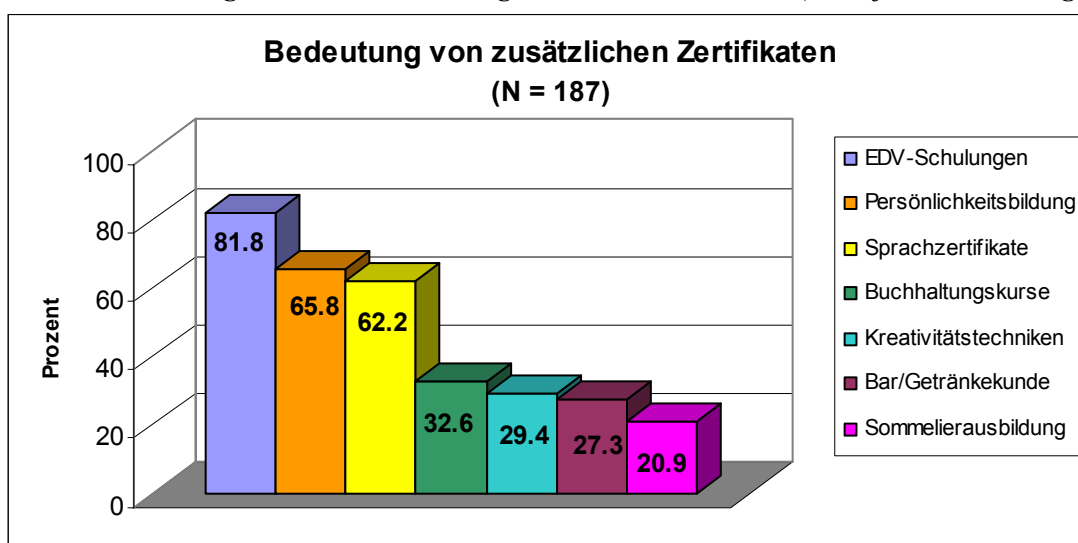
#### 5.2.4. Die Bedeutung von Zusatzqualifikationen

Informelle Gespräche mit Personen aus der Tourismusbranche und Beobachtungen bei Besuchen in Tourismusbetrieben ließen zunächst den Eindruck entstehen, dass der Erwerb von Zusatzqualifikationen und deren öffentliche Präsentation in Form gerahmter „Bilder“ ein wesentliches Merkmal dieses Wirtschaftszweiges sind. Die Ergebnisse der Untersuchung hinterlassen einen anderen Eindruck.

Nur 18,4% der **Personalverantwortlichen** gaben an, bei der Bewerbung von AbsolventInnen besonders auf Zusatzqualifikationen zu achten. Dies stimmt etwa mit der Einschätzung der AbsolventInnen überein, von denen 19,2% meinten, dass ihre Zusatzqualifikationen ein ausschlaggebendes Anstellungskriterium gewesen seien.

Jene **Personalverantwortliche**, für die extra Qualifikationen besonders beachtenswert sind (N = 187), legen dann besonders Wert auf zusätzliche EDV-Schulungen.

Abb. 29: *Bedeutung von Zusatzausbildungen – Sicht der Branche (Mehrfachwahlen möglich)*



Bei der Beurteilung der Zertifikate ist den meisten Personalverantwortlichen „*die Extraleistung als solche, kein bestimmtes Zertifikat*“ (58,2%) wichtig, weniger, nämlich 43,5% meinen, ein Zertifikat sollte „*von einer namhaften Einrichtung*“ ausgestellt sein.

**19,2% der AbsolventInnen** geben an, dass für ihre Anstellung unter anderem Nachweise über erworbene Zusatzqualifikationen den Ausschlag gegeben haben könnten. Sie führen dann beispielsweise das „Cambridge Certificate“, den „ECDL“ oder eine Sommelierausbildung an.

An den Schulen nimmt die Förderung des Erwerbs von zusätzlichen Qualifikationen einen ziemlich hohen Stellenwert ein. 75,4% der **LehrerInnen** geben an, dass die SchülerInnen dabei „*aktiv seitens der Schule unterstützt*“ werden und zwar indem Förderkurse (von 47,7%), Vorträge mit externen Referenten (48,2%) und externe Prüfungen (63,8%) organisiert bzw. den SchülerInnen Freistellungen (29,8%) gewährt werden.

Diesbezügliche Angebote (z.B. Sommelierausbildung) werden seitens der Schulen in Jahresberichten, auf Homepages und bei Schulpräsentationen (z.B. Tag der offenen Tür) speziell hervorgehoben, werden also stark als „Marketinginstrumente“ eingesetzt.

Die unterschiedliche Sichtweise von Personalverantwortlichen und AbsolventInnen einerseits und SL/LSI/LehrerInnen andererseits über die Bedeutung von Qualifikationen, die über die Gegenstände des Erweiterungsbereichs hinausgehend erworben werden können, ergibt sich vielleicht daraus, dass sie teilweise schon „Standard“ geworden sind und von Personalverantwortlichen fast schon als selbstverständlich vorausgesetzt werden.

### **5.2.5. Berufsfeldrelevante Schlüsselqualifikationen**

Selbstverständlich ist es auch heute und in Zukunft notwendig, über eine möglichst umfassende Allgemeinbildung und fundiertes fachspezifisches Wissen zu verfügen, dieses muss aber in zunehmendem und immer bedeutenderem Maße durch darüber hinausgehende „extra-funktionale“ Kenntnisse (auch: Schlüsselqualifikationen oder

außerfachliche Qualifikationen), Werthaltungen und Einstellungen erweitert werden. Bereits heute geht kaum jemand mit *jenem* beruflichen Status in Pension, den er/ sie als Erstausbildung ursprünglich erworben hat. Wie die unterschiedlichsten Statistiken zeigen, gilt dies besonders für die Tourismusbranche.

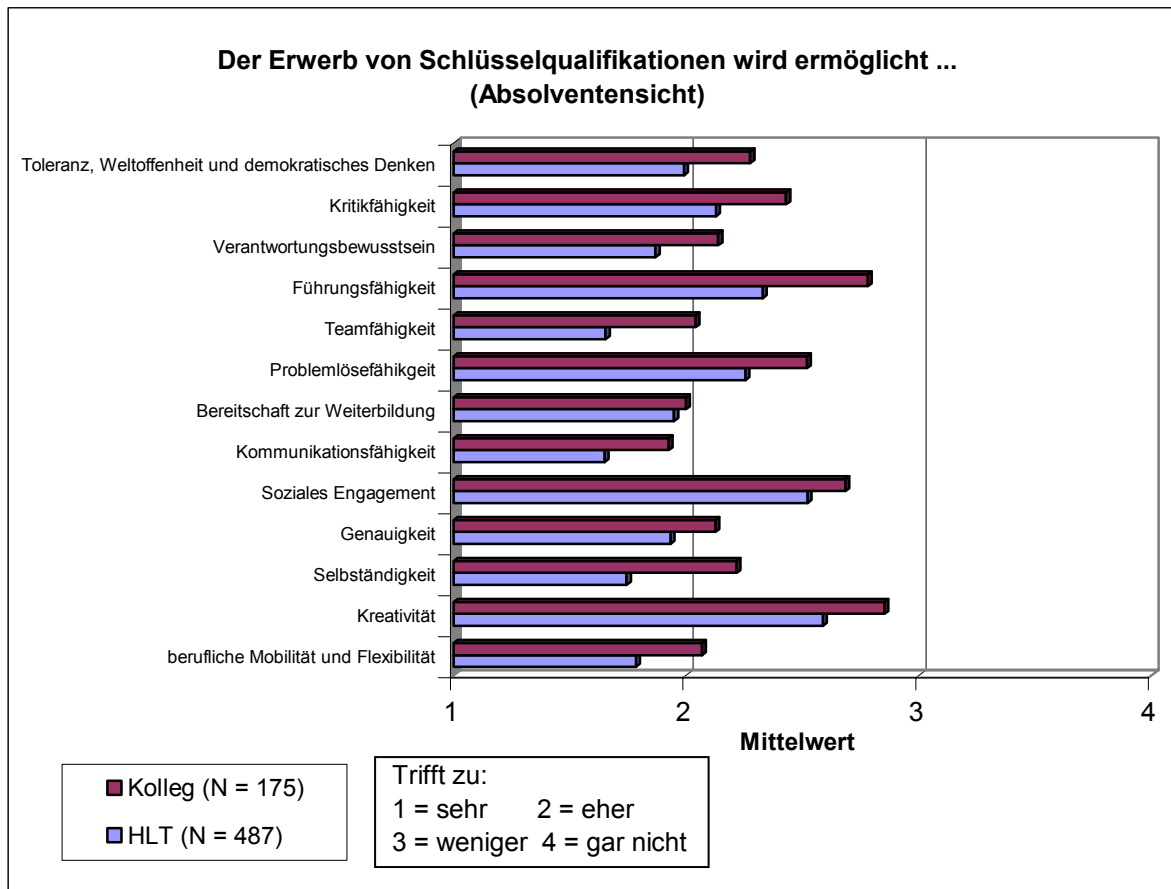
Schlüsselqualifikationen sind darüber hinaus auch zur unmittelbaren Berufsausübung notwendig. Die Dienstleistung im Tourismus wird künftig, - trotz oder gerade wegen der fortschreitenden Technisierung der Produkte - mehr denn je der „Dienst am Gast“, also die „Schaffung von optimalen Rahmenbedingungen für die Konsumation“ sein: kundenorientiertes Auftreten und das Vermitteln einer angenehmen, herzlichen Atmosphäre werden künftig zu den Hauptaufgaben der im österreichischen Tourismus Beschäftigten zählen. Sie sind also Gastgeber, animateur, Psychologe und Freizeitberater in einem.

Dementsprechend bezeichnen die Lehrpläne für HLT und Kolleg in den allgemeinen Bildungszielen als wesentliche Ziele der Ausbildung *„Persönlichkeitsbildung, Fähigkeit der beruflichen Mobilität und Flexibilität, Kreativität, Kritikfähigkeit und soziales Engagement sowie Kommunikationsfähigkeit“*. Die SchülerInnen sollen außerdem dazu befähigt werden, *„verantwortungsbewusst und ganzheitlich zu denken und zu handeln“*, *„im Team zu arbeiten“* und *„betriebliche Organisationsprobleme zu lösen“*. Mit diesen Zielsetzungen entsprechen die Lehrpläne heute schon weitgehend den Vorstellungen über zukünftige Anforderungen.

Um feststellen zu können, inwieweit die Lehrplanziele bereits realisiert werden, wurden die **AbsolventInnen** befragt, ob der Unterricht die Möglichkeit bot, entsprechende Fähigkeiten zu erwerben.

Bis auf die Items „soziales Engagement“ und „Bereitschaft zur Weiterbildung“ wird der Erwerb aller anderen Schlüsselqualifikationen während der Ausbildung von den AbsolventInnen der beiden Schultypen signifikant unterschiedlich bewertet. Zur Darstellung der Unterschiede werden die Mittelwerte herangezogen.

Abb.30: *Erwerb von Schlüsselqualifikationen an HLT und Kolleg (Mehrfachwahlen möglich)*

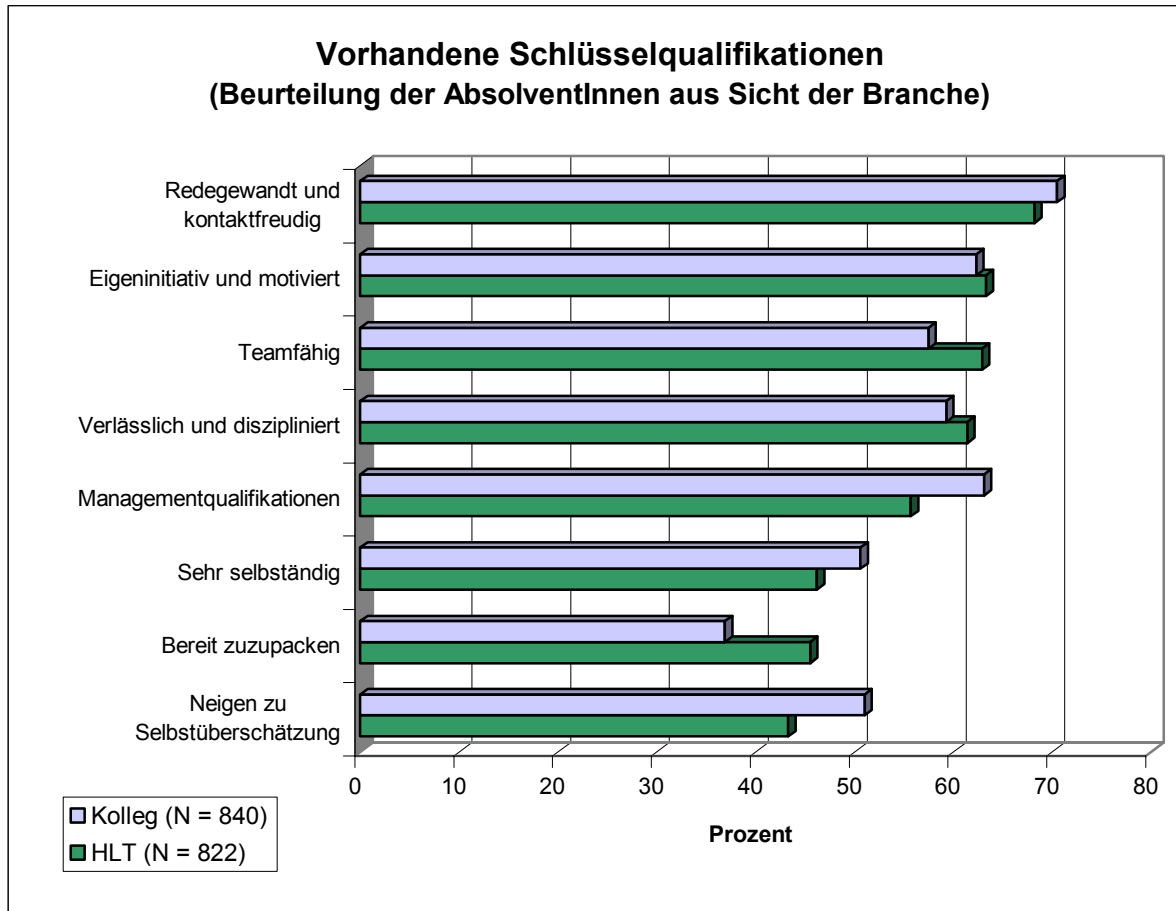


Eine mögliche Erklärung für die Abweichungen in der Bewertung liegt vermutlich wieder in der eher kritischen Herangehensweise älterer, bereits „schulerfahrener“ StudentInnen. Beachtenswert ist jedenfalls, dass der Kolleg-Lehrplan als Bildungsziel für die AbsolventInnen ausdrücklich „*Führungspositionen*“ in der Tourismuswirtschaft und –verwaltung vorsieht, entsprechende Schulungsmöglichkeiten (z.B. in der Praxisausbildung) anscheinend jedoch nicht ausreichend bereitgestellt werden. (Übersicht siehe Anhang 10)

Nach Einschätzung der **Personalverantwortlichen** sind die AbsolventInnen vor allem „*reddegewandt und kontaktfreudig*“ – für eine Branche, deren wesentliches Merkmal eben der „Dienst am Gast“ ist, sicherlich ein erfreuliches Ergebnis. Hier stimmen sie mit der Selbsteinschätzung der AbsolventInnen überein. In der Einschätzung der Führungsqualitäten der Kolleg-AbgängerInnen weichen die Personalverantwortlichen in positiver Richtung ab: 63,1% schreiben ihnen durchaus solche Fähigkeiten zu!



Abb. 31: *Die Schlüsselqualifikationen der HLT- bzw. Kolleg-AbsolventInnen aus Sicht der Personalverantwortlichen (Mehrfachwahlen möglich)*



Dem steht die noch wesentlich positivere Bewertung der **LehrerInnen** gegenüber. Wie auch die beiden anderen Gruppen konstatieren sie den AbsolventInnen besonders gute Kommunikationsfähigkeit, aber auch Teamfähigkeit oder die Bereitschaft zum „Zupacken“.

Vermutlich finden in diesen „guten Noten“ die Bemühungen der Schulen in Form von Rhetorik- und Kommunikationsseminaren, dem Angebot an Bewerbungstrainings und ganz allgemein der Einsatz interaktiver Unterrichtsmethoden (z.B. Gruppenarbeiten, Projektunterricht) ihren positiven Niederschlag.

## 5.2.6. Die Beurteilung der Stundentafeln von HLT und Kolleg

Für die gegenständliche Untersuchung wurden die AbsolventInnen der beiden Schultypen gebeten, aus ihrer heutigen Sicht die Unterrichtsgegenstände zu beurteilen und im Anschluss daran karriererelevante Fächer anzuführen.

Die Gegenstände des Erweiterungsbereichs wurden ihnen dann noch extra nach speziell ausgewählten Gesichtspunkten zur Beurteilung vorgelegt. Personalverantwortliche und LehrerInnen wurden ebenfalls zum Erweiterungsbereich befragt.

### 5.2.6.1. Allgemeine Beurteilung der Stundentafeln durch HLT- und Kolleg-AbsolventInnen

*„.... Sehr breites Spektrum an Unterrichtsgegenständen wird angeboten, doch die Kreativität wird erstickt! Keine Gegenstände zur Persönlichkeitsentwicklung in der Stundentafel enthalten....“*

*„Die Zahl der Wochenstunden ist im Vergleich zu anderen Schultypen schon sehr hoch, was zu sehr hoher Belastung der Schüler führt, wenn man Hausübungen und Lernen mitrechnet.“*

*„Die Fächerbereiche sind gut, der Lehrstoff teilweise fraglich.“*

*„Es waren viele Stunden, aber es hat sich gelohnt.“*

*„Ich war im Großen und Ganzen ganz zufrieden.“*

*„Würde man die unsinnigen Stunden z.B. Recht wegstreichen, ein paar andere verringern und wieder andere Stunden erhöhen, wäre es perfekt.“*

Die **AbsolventInnen** wurden einerseits um einen allgemeinen Kommentar zur Stundentafel gebeten und andererseits sollten sie die Stundentafel nach den Kriterien *„mehr...hätte ich gerne vertieft“*, *„gleich ...war ausreichend“*, *„weniger ... weniger hätte auch gereicht“* oder *„streichen“* einstufen.

In ihrer Grundtendenz waren die AbsolventInnen des Maturajahrgangs 2001, also jene, deren Abschluss am kürzesten zur Befragung zurücklag, mit dem Ausmaß und dem erworbenen Ausbildungsniveau zufriedener als die AbsolventInnen der länger

zurückliegenden Maturajahrgänge. Dies mag einerseits damit erklärt werden, dass sie erst vor kurzem in den Arbeitsprozess eingestiegen sind und noch nicht genau feststellen können, in welchem Ausmaß sie das erworbene Wissen für ihre Tätigkeiten benötigen. Diese Annahme wird dadurch gerechtfertigt, als Fragen, bei denen es um die Beurteilung der Praxisorientierung (z.B. „Bietet die Ausbildung im ASP berufsbezogene Spezialisierung?“) geht, von den früheren Jahrgängen eher kritischer beantwortet werden. Andererseits werden viele AbsolventInnen auch trotz guter Erfahrungen und Erinnerungen an die Schulzeit froh sein, die Ausbildung abgeschlossen zu haben

*„Die Basis wurde mitgegeben. Nun hängt es vom Einzelnen ab, was er daraus macht, wobei zum Erfolg auch eine gute Menge an Glück dazugehört.“*

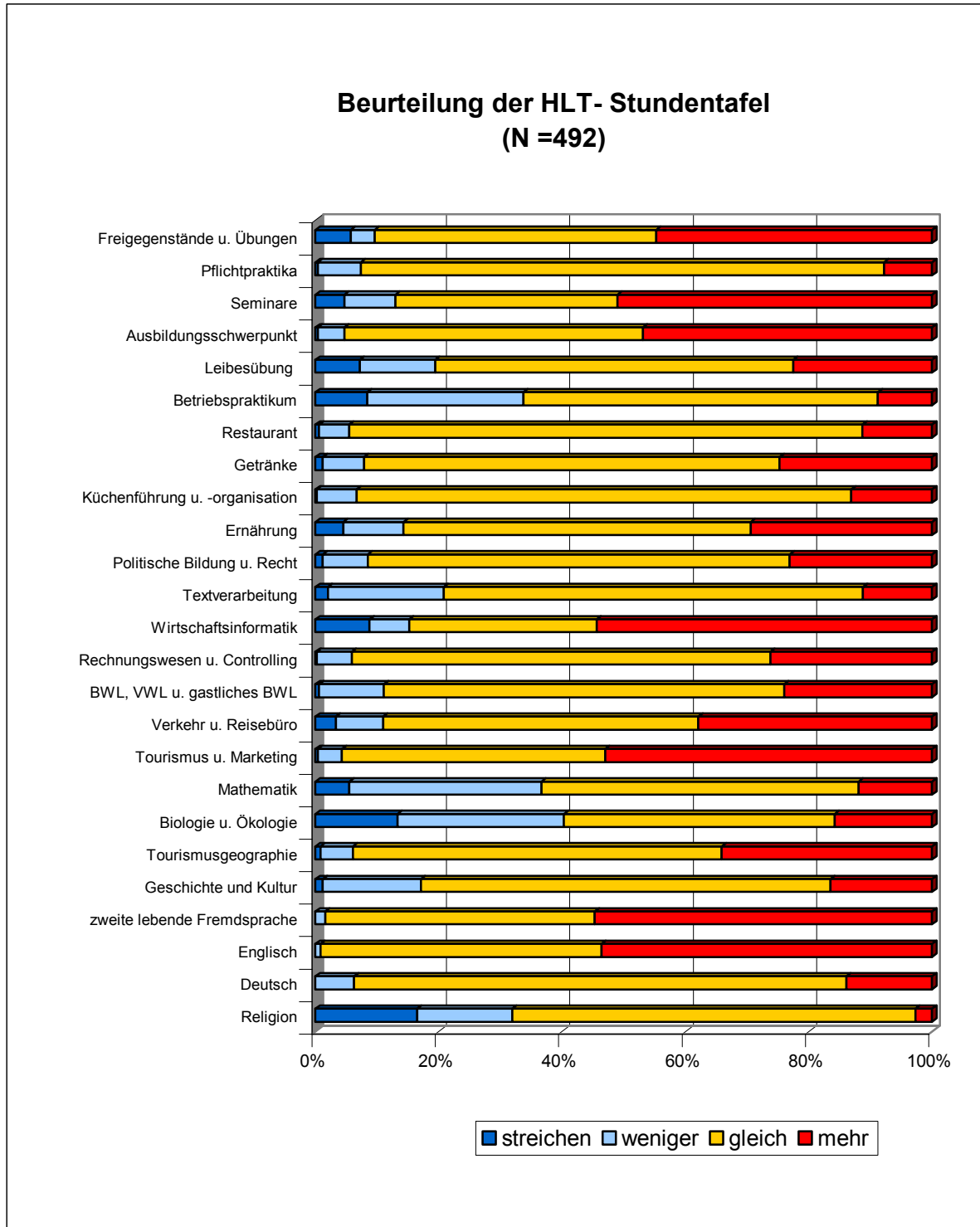
*„ ... froh, dass ich die Schule beendet habe.“*

*„Ich glaube, die Ausbildung war ganz gut, auch wenn ich mir im unklaren darüber bin, ob ich einen Beruf im Tourismus ergreifen soll oder irgendetwas andere. Leicht waren die 5 Jahre sicher nicht, aber hab's ganz gut überstanden ....“*

Die **HLT-AbsolventInnen** scheinen im Großen und Ganzen mit dem Fächerkanon zufrieden zu sein, da nur bei Biologie, Mathematik, dem Betriebspraktikum und Religion etwas größere Anteile der Kategorien „weniger“ bzw. „streichen“ zu erkennen sind (die Werte liegen bei 40,3% in Biologie, 36,6% in Mathematik, 33,7% im BP und 31,9% in Religion). Alle anderen Gegenstände liegen bezüglich dieser Kategorien unter bzw. knapp an der 20%-Grenze.

Auf der anderen Seite gibt es eine Reihe von Gegenständen, die aus heutiger Sicht der AbsolventInnen stundenmäßig und/ oder in ihrer Ausbildungsqualität erhöht werden müssten. (Anmerkung: mit der Kategorie „mehr“ ist nicht unbedingt die Forderung nach mehr Unterrichtsstunden gemeint, sondern diese spiegelt vor allem den Wunsch nach vertiefter Schulung wieder.)

Abb. 32: *Beurteilung der HLT-Studenten – Sicht der AbsolventInnen*



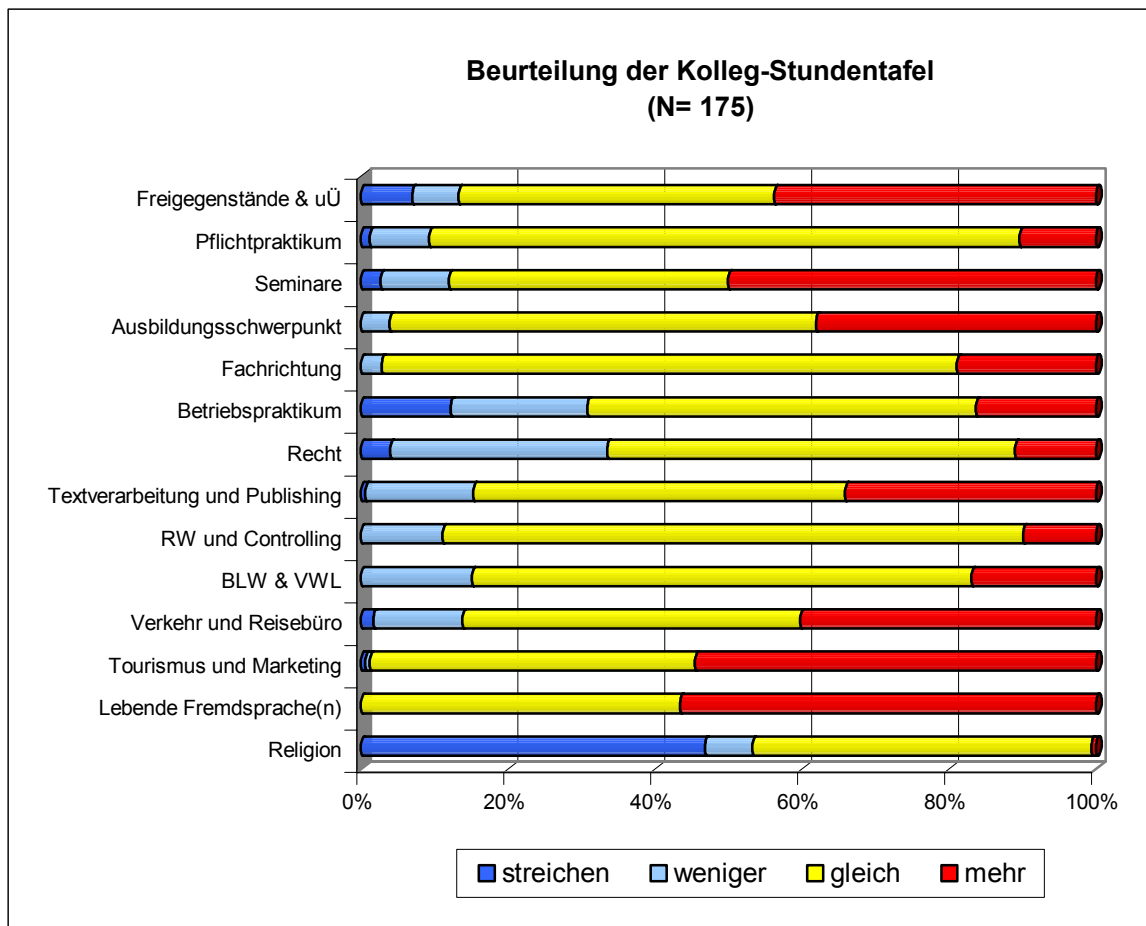
An führender Stelle der Gegenstände mit Erhöhungsbedarf stehen Fremdsprachen und EDV.

Tab. 18: *Gegenstände mit Erhebungsbedarf (HLT-AbsolventInnen)*  
(Mehrfachwahlen möglich)

HLT (N = 492)		
Kategorie	Unterrichtsgegenstand	%
„mehr“	1. Zweite lebende Fremdsprache	54,7
	2. Wirtschaftsinformatik	54,4
	3. Englisch	53,6
	4. Tourismus und Marketing	53,0
	5. Seminare	51,1

Die Beurteilung „ihrer“ Studentafel fiel aus heutiger Sicht der **Kolleg-AbsolventInnen** folgendermaßen aus:

Abb. 33: *Beurteilung der Kolleg -Studentafel – Sicht der AbsolventInnen*



46,8% der Kolleg-AbsolventInnen würden Religion streichen. Ebenfalls negativ fällt dann an zweiter Stelle die Beurteilung von „Recht“ mit 33,5% und des Betriebspraktikums an dritter Stelle mit 30,8% Anteil an den Kategorien „weniger“ bzw.

„streichen“ aus. Eine Gesamtdarstellung der beurteilten Studententafeln ist dem Anhang zu entnehmen. (Siehe Anhang 11)

Auch die Kolleg-AbgängerInnen hätten gerne eine intensivere Sprachenausbildung gehabt und wünschen sich etwa gleich häufig „mehr“ Tourismus und Marketing.

Tab. 19: *Gegenstände mit Erhöhungsbedarf (Kolleg-AbsolventInnen)*  
*(Mehrfachwahlen möglich)*

Kolleg (N = 175)		
Kategorie	Unterrichtsgegenstand	%
„mehr“	1. Lebende Fremdsprache(n)	56,6
	2. Tourismus und Marketing	54,6
	3. Seminare	50,0
	4. Freigegegenstände und unverbindliche Übungen	43,8
	5. Verkehr und Reisebüro	40,2

Es ist schlüssig, dass die Antwort auf die Frage nach den bisher karriererelevanten Fächern ein ähnliches Bild aufweist.

Tab.20: *Karriererelevante Fächer aus Sicht der AbsolventInnen (Mehrfachwahlen möglich)*

Fächer	Kolleg in % (N= 174)	HLT in % (N= 492)
Sprachen	58,6	44,34
Tourismus und Marketing	20,4	18,5
Rechnungswesen und Controlling	19,8	15,75
Textverarbeitung	17,6	11,77
BWL/ VWL	13,0	9,02
Reisebüro	12,4	8,1

Die Meinung der **Personalverantwortlichen** über „wichtige“ Unterrichtsgegenstände kann deren Zusammenstellung einer Wunschliste für einen neuen Lehrplan entnommen werden (Vgl. dazu Seite 134).

### 5.2.6.2. Der Erweiterungsbereich

Die schulautonomen Freiräume des Erweiterungsbereichs eröffnen den einzelnen Schulen die Möglichkeit, auf regionale Besonderheiten des Standorts und/ oder aktuelle Bedürfnisse der Wirtschaft zu reagieren. Der Lehrplan gibt dabei den Schulen einen gewissen Rahmen vor, indem aus dem Angebot von sieben Ausbildungsschwerpunkten mit einem festgelegten Stundenausmaß (8 Jahreswochenstunden in der HLT, 12 Semesterwochenstunden im Kolleg) ausgewählt werden muss. Es bleibt allerdings dem jeweiligen Standort überlassen, wie viele und welche Ausbildungsschwerpunkte installiert werden.

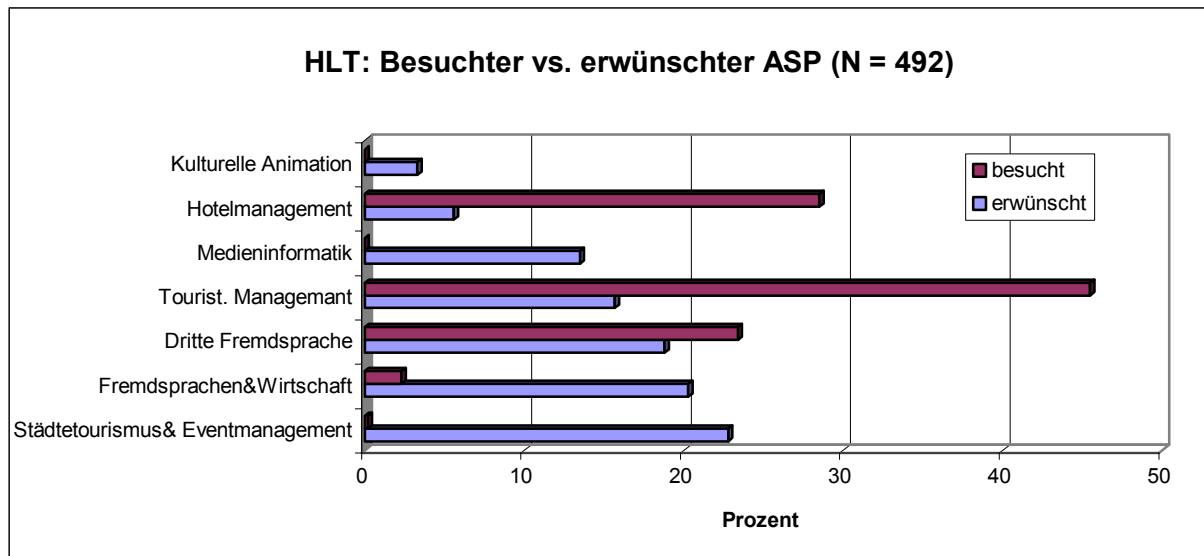
Ähnliche Bestimmungen gelten für die schulautonomen Pflichtgegenstände. Im Unterschied zu den Ausbildungsschwerpunkten können für Pflichtgegenstände mit erhöhtem Stundenausmaß zusätzliche Bildungs- und Lehraufgaben, Lehrstoffumschreibungen und didaktische Grundsätze festgelegt werden. Für Seminare haben solche schulautonomen Lehrplanbestimmungen auf jeden Fall zu erfolgen.

Jede/r AbsolventIn *muss* sich für den Besuch *eines* Ausbildungsschwerpunkts entscheiden (HLT ab dem 3. Jahrgang), wobei an manchen Standorten eine Wahlmöglichkeit entfällt, da eben insgesamt am Schulstandort oder für die jeweilige Schulform nur ein ASP angeboten wird. (Gesamtübersicht über das Angebot an ASP im Schuljahr 2001/02 siehe Anhang 3)

**Die AbsolventInnen** nahmen in verschiedenen Zusammenhängen zu dem von ihnen besuchten Ausbildungsschwerpunkt Stellung.

Als erstes wurde erhoben, welchen ASP die AbsolventInnen besucht hatten und welchen sie aus ihrer heutigen Sicht besuchen würden.

Abb. 34: Von den HLT-AbsolventInnen besuchter vs. erwünschter ASP



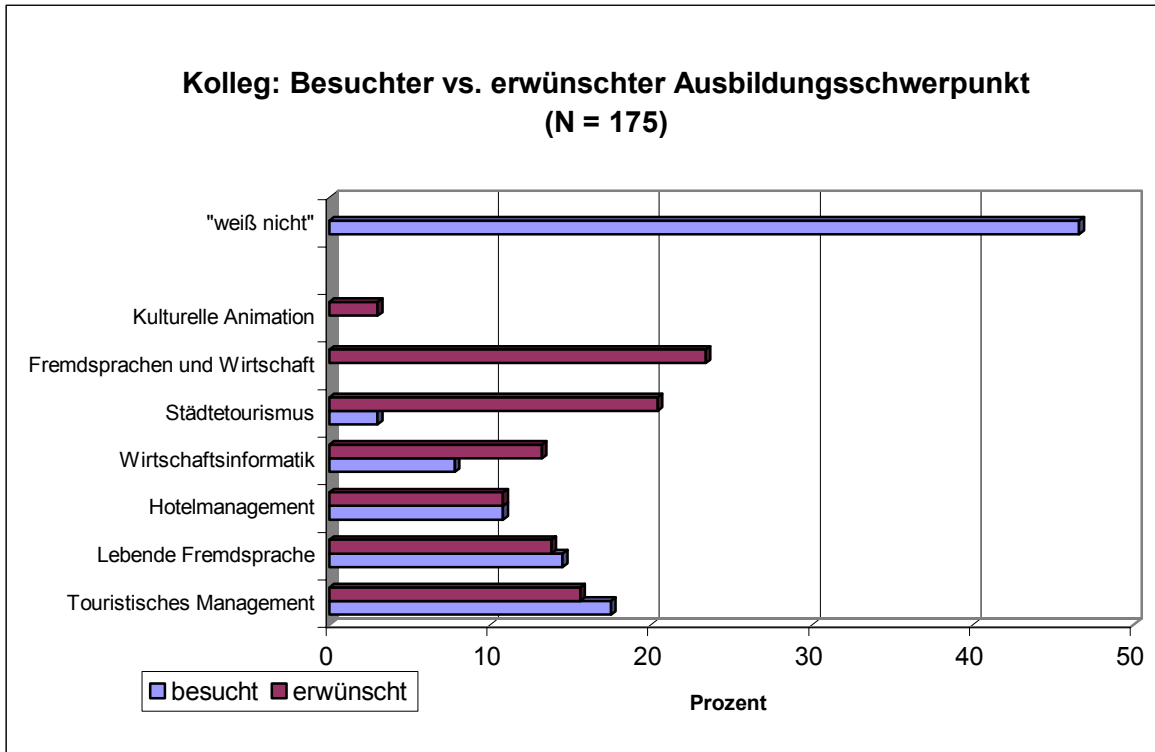
25,4% der HLT-AbsolventInnen würden den von ihnen besuchten Ausbildungsschwerpunkt wieder wählen.

Bei der Bearbeitung der Kolleg-Fragebögen entstand der Eindruck, dass zahlreiche **Kolleg-StudentInnen** ihr Ausbildungsangebot eher wie ein fertiges „Package“ in Anspruch nehmen (aber womöglich auch so angeboten bekommen – Vgl. dazu die Frage der Überschneidungen zwischen den Unterrichtsgegenständen Seite 102), da viele von ihnen nur keine oder falsche Angaben zum besuchten Ausbildungsschwerpunkt (46,6% „falsche Angabe/ weiß nicht“) und zur besuchten Fachrichtung (76,2% „falsche Angabe/ weiß nicht“) machten. Die Folge für die vorliegende Studie waren nur sehr kleine, nicht unbedingt aussagekräftige Stichproben zur Beurteilung von Fachrichtung und ASP im Kolleg.

Das Problem mag verständlich werden, wenn man bedenkt, dass nur *ein* Standort in Österreich den Kolleg-StudentInnen zwei Fachrichtungen anbietet und nur 4 Standorte eine Wahlmöglichkeit beim Ausbildungsschwerpunkt einräumen.

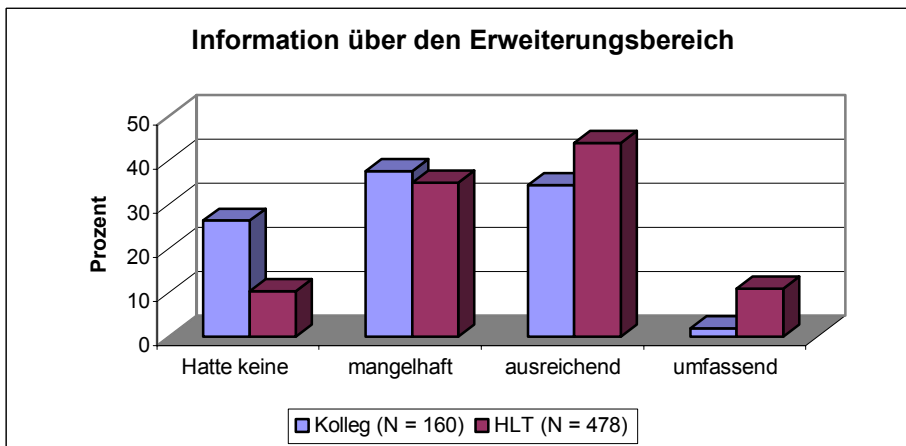


Abb. 35: Von den Kolleg-AbsolventInnen besuchter vs. erwünschter ASP



Die Kolleg-AbsolventInnen zeigten sich folglich signifikant weniger zufrieden mit der Informationsweitergabe über den Erweiterungsbereich als ihre KollegInnen von der HLT ( $p = .000$ ).

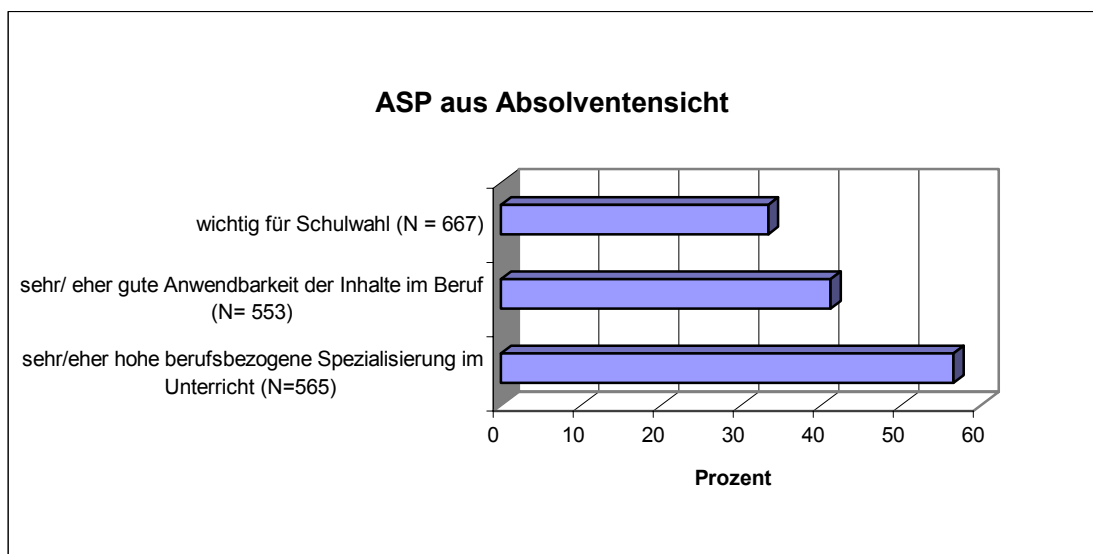
Abb.36: Information über den Erweiterungsbereich



Die allgemeinen Bildungsziele sehen vor, dass durch den Besuch eines Ausbildungsschwerpunkts „eine berufsbezogene Spezialisierung“ der AbsolventInnen erreicht werden soll. Zusätzlich zu diesem Kriterium wurde erhoben, in wieweit die Absolventen „bisher die Inhalte des ASP im Beruf anwenden“ konnten und ob der ASP ein Kriterium für die Schulwahl war.

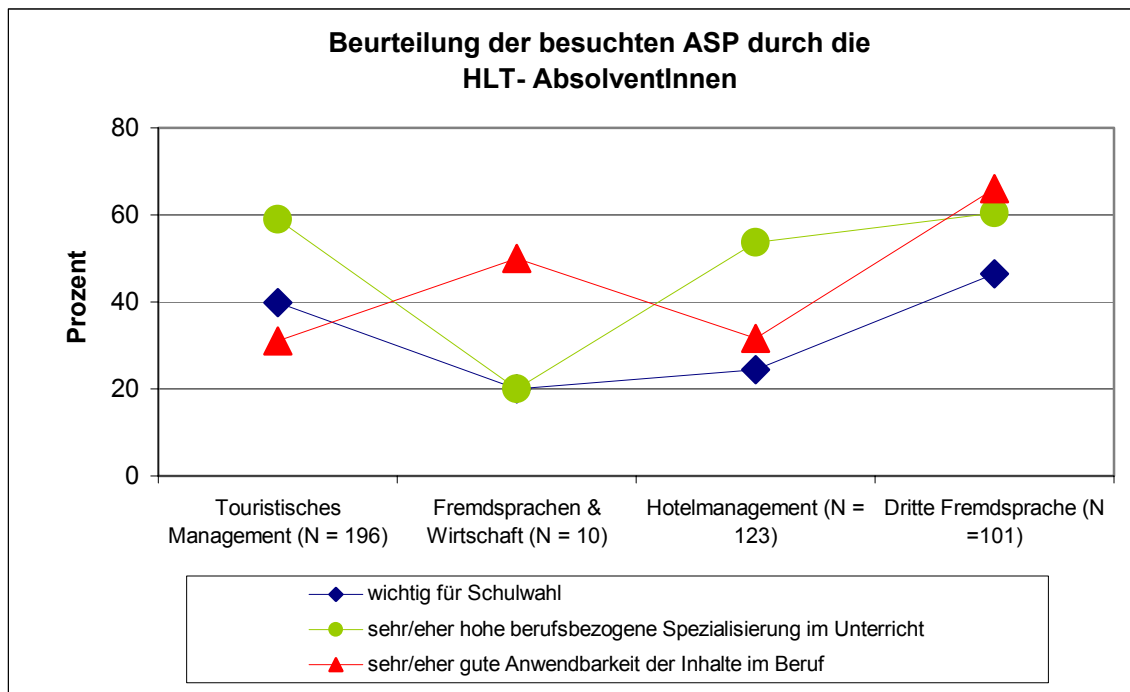
41,2% der AbsolventInnen gaben an, dass sie die Inhalte des besuchten Ausbildungsschwerpunktes bisher (sehr) gut anwenden konnten und 56,6% befanden, dass die im Lehrplan geforderte „berufsbezogene Spezialisierung“ (sehr) gut erreicht wurde. Für 36,7% der befragten HLT- und 24,6% der Kolleg-AbsolventInnen die am Schulstandort angebotenen ASP bereits ein Kriterium bei der Entscheidung für die jeweilige Schule.

Abb. 37: *Bedeutung des ASP aus Absolventensicht*



Eine Betrachtung der Kriterien für die einzelnen besuchten Ausbildungsschwerpunkte macht aus den oben angeführten Gründen nur für die Stichprobe der HLT-, nicht jedoch für die der Kolleg-AbsolventInnen Sinn.

Abb.38: *Beurteilung der einzelnen ASP – Sicht der HLT-AbsolventInnen*



Anmerkung: In der vorliegenden Stichprobe der HLT-AbsolventInnen wurde der ASP „Städtetourismus“ nur von einer Versuchsperson beurteilt. Auf eine Darstellung dieses ASP wurde daher verzichtet. Die ASP „Medieninformatik“ und „Kulturelle Animation“ kamen in der Stichprobe überhaupt nicht vor, können daher auch nicht beschrieben werden.

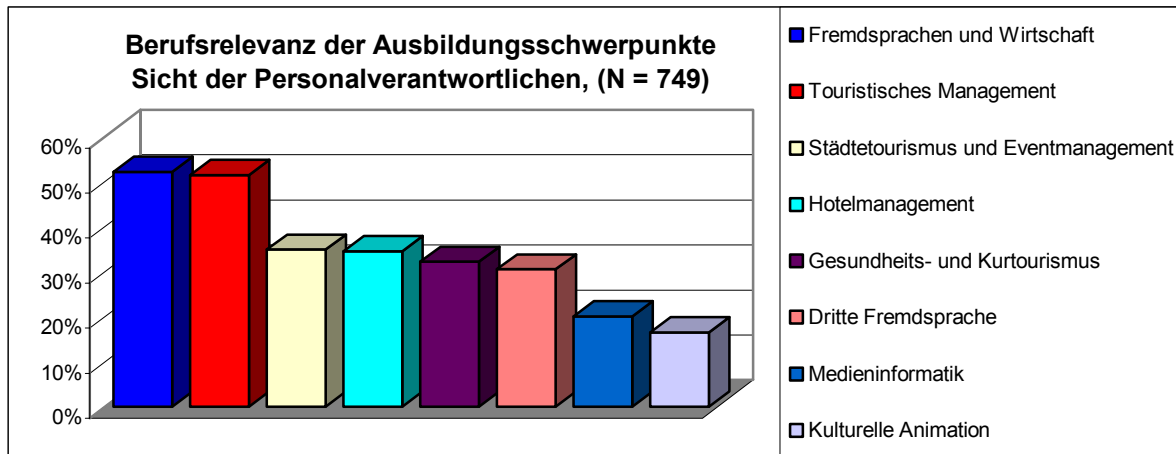
In der Auflistung der Fächer, die für den bisherigen Werdegang der AbsolventInnen als bedeutungsvoll eingeschätzt wurden, liegt der ASP eher im Mittelfeld der Nennungen. Trotzdem oder gerade deshalb hätten 44,8% der AbsolventInnen ihr Wissen im ASP gerne vertieft.

Die **Personalverantwortlichen** beurteilten die Anstellungsrelevanz der Ausbildungsschwerpunkte nach dem Titel. Dies entspricht dem Vorgehen, wenn AbsolventInnen bei Bewerbungen ihre Abschlusszeugnisse vorlegen. Aus der Beurteilung des Titels reihten die Personalverantwortlichen erstaunlicherweise keinen tourismusspezifischen ASP an erste Stelle, sondern befanden „Fremdsprachen und Wirtschaft“ als den am ehesten anstellungsrelevanten ASP, allerdings sehr knapp gefolgt von „Touristisches Management“.

In speziell dafür vorgesehenen Textfeldern des Online-Fragebogens konnten die Personalverantwortlichen ihre Vorstellungen und Wünsche über Ausbildungsinhalte in für ihr Unternehmen relevanten Ausbildungsschwerpunkten angeben. Leider machten

nur wenige von dieser Möglichkeit Gebrauch. Fasst man die eingegangenen Kommentare und Vorschläge zusammen, so ließen sie sich mit dem Begriff „Spezialwissen“ übertiteln. (Eine detaillierte Liste ist Anhang 12 zu entnehmen)

Abb.39: *Beurteilung der ASP aus Sicht der Personalverantwortlichen (Mehrfachwahlen möglich)*



Für die tatsächliche Anstellung scheint der ASP dann aber doch nicht so entscheidend zu sein. Nur 8,6% der berufstätigen AbsolventInnen waren der Meinung, dass der ASP tatsächlich ein entscheidendes Anstellungskriterium war.

Die Einschätzungen der **LehrerInnen** den Erweiterungsbereich betreffend weichen zum Teil von jenen der AbsolventInnen und UnternehmerInnen ab. Im Unterschied zu den AbsolventInnen haben die meisten LehrerInnen den Eindruck, dass die AbsolventInnen über die Ausbildungsinhalte im Erweiterungsbereich informiert sind. 89,3% der LehrerInnen glauben, dass die SchülerInnen über die Fachrichtung, über die ASP (87,9%) und über die Seminare (82,6%) Auskünfte erhalten.

Tab. 21: *Information über den Erweiterungsbereich (Sicht der LehrerInnen)*  
(Mehrfachwahlen möglich)

Die SchülerInnen erhalten ihre Information...	Fachrichtung	ASP	Seminar(e)
durch den/ die unterrichtende(n) LehrerIn	63,1%	72,7%	77,0%
durch Informationsbroschüre(n)	57,1%	48,1%	29,7%
durch Einführungsveranstaltungen	27,4%	27,8%	18,2%
durch Sekretariat/ Administration	65,5%	55,6%	39,4%
bekommen keine direkte Information	3,6%	1,9%	8,5%

Erstaunlich ist jedenfalls, dass auch 16,3% der LehrerInnen des Kolleg falsche Angaben zur Fachrichtung machten und jeweils knapp über 10% der LehrerInnen sowohl am Kolleg als auch an der HLT die an ihrem Standort angebotenen ASP nicht richtig benennen konnten.

Die Ausbildungsschwerpunkte sind für die LehrerInnen jedenfalls in zweierlei Hinsicht bedeutend:

- für die SchülerInnen erscheint es ihnen dadurch wichtig, dass die Inhalte des ASP für sie „eine Zusatzqualifikation darstellen“ und ihre „Chancen im Berufsleben erhöht“,
- für die Schule wirke das Angebot der ASP „positiv für das Schulprofil.“

Nur etwas mehr als 60% der LehrerInnen sind der Ansicht, dass der „ASP eine berufsbezogene Spezialisierung bewirkt“, obwohl dies die gesetzlichen Bestimmungen so vorsehen. Mit dieser Einschätzung stimmen die LehrerInnen mit den Erfahrungen der AbsolventInnen überein.

Tab. 22: *Die LehrerInnen beurteilen den ASP (Mehrfachwahlen möglich)*

<b>Bewertung des ASP</b> (Angaben in Prozent; N = 222)	<b>Ja</b>
ASP stellt Zusatzqualifikation dar	73.4
ASP wirkt positiv auf das Schulprofil	73.4
ASP erhöht Chancen im Berufsleben	64.0
ASP bewirkt berufsbezogene Spezialisierung	61.7
ASP rundet Ausbildung ab	51.4
ASP vertieft Kernbereich	45.5
ASP erhöht praktisches Angebot an der Schule	39.6
ASP ist für die SchülerInnen besonders attraktiv	27.5
Inhalte werden im Kernbereich integriert	27.0
Inhalte überschneiden sich mit Kernbereich	23.0
ASP schafft kreativen Ausgleich	15.3

Für die Gestaltung der *schulautonomen Pflichtgegenstände* gesteht der Gesetzgeber den Schulen sehr großen Spielraum zu. Dementsprechend vielfältig und unterschiedlich sind die Themen und Ausprägungen an den 21 Standorten, wobei als spezielle Angebote sicherlich in erster Linie die Seminare (im Unterschied zur Möglichkeit, Pflichtgegenstände mit erhöhtem Stundenausmaß bzw. weiterzuführen) wahrgenommen werden. Die Antworten aus den Fragebögen und Interviews sowie die Analyse der Homepages und Jahresberichte ergeben zwar Schwerpunkte (z.B. Sommelierausbildung, Rhetorik, Fremdsprachenseminare), eine vollständige Aufzählung aller Möglichkeiten würde aufgrund der breiten Streuung den Rahmen des vorliegenden Berichts jedoch sprengen.

Betrachtet man die Auflistung der karriererelevanten Fächer so nehmen die Seminare nach Ansicht der **AbsolventInnen** einen sehr hohen Stellenwert ein. Allerdings würden sich 50,8% „mehr“ Seminare bzw. intensiveren, aber auch besser organisierten Unterricht in den Seminaren wünschen.

*„ ... Seminare wurden nicht als Seminare verwendet, sondern z.B. als normale Kochstunden.“*

*„Die Fächer waren relativ gut ausgewählt, zumindest die meisten!“*

*„Durch Zusatzangebote wurde unsere Ausbildung sehr vertieft.“*

*„Bezüglich der Seminarfächer sollte man die Schüler mehr wählen lassen, für welche Themen sie verwendet werden sollen z.B. um französische Grammatik zu vertiefen etc...“*

Die Bedeutung der schulautonomen Pflichtgegenstände, im Besonderen der Seminare wird von den LehrerInnen ähnlich gesehen:

Tab. 23: *Die LehrerInnen beurteilen die Seminare (Mehrfachwahlen möglich)*

<b>Bewertung der Seminare</b> (Angaben in Prozent; N = 169)	<b>Ja</b>
... stellt Zusatzqualifikation dar	71.6
... rundet Ausbildung ab	62.7
... wirkt positiv auf das Schulprofil	60.9
... erhöht Chancen im Berufsleben	55.6
... bewirkt berufsbezogene Spezialisierung	48.5
... erhöht praktisches Angebot an der Schule	46.2
... vertieft Kernbereich	42.6
... ist für die SchülerInnen besonders attraktiv	37.9
... schafft kreativen Ausgleich	35.5
Inhalte werden im Kernbereich integriert	26.6
Inhalte überschneiden sich mit Kernbereich	23.1

## 6. Die Individualisierungsfrage:

### „Wie werden die aktuellen Lehrpläne an den Schulstandorten umgesetzt?“

Der Schwerpunkt der Lehrerbefragung kann mit Absolventenaussagen in Bezug gesetzt werden. Den LehrerInnen ist die Notwendigkeit der Vernetzung des Wissenserwerbs bewusst. 33,9% arbeiten regelmäßig und weitere 57% zumindest gelegentlich im Team, FachtheoretikerInnen und PraxislehrerInnen stehen an der Spitze jener, die die Zusammenarbeit suchen.

Der Einsatz der Neuen Medien wird zu einem hohen Prozentsatz realisiert.

Der Gewinn von tourismusbezogener Erfahrung geschieht am häufigsten durch eigene Reisetätigkeit, aber zu 25% auch durch Arbeit in Tourismusbetrieben.

Intensive Kooperation mit den Unternehmen findet von deren Seite im Wege von „Schnuppertagen“, seltener durch Aktivitäten in den Schulen statt, aus denen jährlich doch eine hohe Anzahl von PraktikantInnen kommt.

Die Schulautonomie als Mittel zur Profilbildung wird von Schulen und Schulaufsicht als weitgehend ausreichend empfunden, zu starke Aufsplitterung des Angebots wird durch die LSI gedämpft.

Neben den Homepages stellen die Berufsinformationsmessen ein wesentliches Präsentations- und Informationsmedium für BewerberInnen einer Tourismusschule dar.

Die Mehrheit der LehrerInnen (63,6%), die an der vorliegenden Untersuchung teilgenommen haben, orten Unterschiede zwischen sich selbst und LehrerInnen anderer Schultypen. Ähnlich wie ihre Vorgesetzten meinen sie, dass diese Unterschiede sich vor allem in der Nähe der Schulen zur Wirtschaft, ihrer eigenen Praxisorientierung im Unterricht und in ihrem gepflegten Erscheinungsbild äußern. Zahlreiche Sonderveranstaltungen verlangen von den LehrerInnen höheren Betreuungsaufwand außerhalb des Regelunterrichts. Zusätzlich dazu führt die besondere Schulzeitenregelung an Tourismusschulen (verlängerte Sommerferien zu Lasten einer höheren Wochenstundenzahl für die Lehrenden während des



Schuljahres) sowohl bei LehrerInnen als auch SchülerInnen zu stärkerer Belastung, die entsprechend gemeistert werden muss.

Dazu einige Kommentare von LehrerInnen (L) und AbsolventInnen (A):

L: *„An Tourismusschulen wird von Lehrern mehr Arbeitseinsatz außerhalb der Unterrichtstätigkeit verlangt. ... „Sonderveranstaltungen“!“*

L: *„ ... gleiche Lehrstoffmenge – kürzeres Schuljahr...“*

L: *„ ... an Tourismusschulen muss die zur Verfügung stehende Zeit gezielter verwendet werden, mit mehr praxisbezogenem Unterricht.“*

L: *„ ... wir bekommen mehr Feedback aus der Praxis als andere Schultypen...“*

L: *„... arbeiten mit großteils motivierten Schülern mit klaren Zielvorstellungen, ... anderes Unterscheidungsmerkmal: Berufsbezogenheit der Lehrinhalte, ... Ganztagschule, Anpassung an späte Nachmittagsstunden erforderlich ...“*

A: *„Im Allgemeinen waren die Stunden o.k., aber pro Tag waren es manchmal zu viele Stunden, ... zu lange, ... keine Konzentration mehr möglich. Ende des Unterrichts war zwischen 16 und 17:30 Uhr.“*

A: *„Die HLT ist eine sehr praxisbezogene Schule mit durchaus engagierten Lehrern...“*

A: *„Ich denke, dass die Ausbildung ein Fundament für eine touristische Karriere ist ... allerdings wenig Freizeit.“*

## **6.1. Unterrichtsgestaltung**

Rasanter Wissenszuwachs gepaart mit steigender Komplexität der Inhalte auf der einen Seite und oftmals rascher Verlust an Aktualität auf der anderen Seite machen herkömmliche Unterrichtsmethoden wie Frontalunterricht und die Weitergabe rein enzyklopädischen Wissens heutzutage weitgehend unbrauchbar. „Meta-Kompetenzen“ gewinnen an Bedeutung. Handlungsorientierte, individuelle und virtuelle Lernformen geraten in den Mittelpunkt. Exemplarisches Lehren und Lernen und die Vernetzung von Inhalten ist angesagt.

Die vorliegende Studie greift in diesem Zusammenhang vor allem auf die in der Lehrerbefragung gewonnenen Daten zurück, ergänzt durch Detail- und

Kontrollerhebungen bei AbsolventInnen, LandesschulinspektorInnen und SchulleiterInnen.

Ziele der Untersuchung waren:

- die zur Umsetzung des Lehrplans notwendigen Rahmenbedingungen zu analysieren
- zu erheben, wie weit die eingesetzten Unterrichtsmethoden lehrplankonform sind
- den Wirtschaftsbezug, insbesondere Tourismusbezug des Unterrichts zu eruieren
- die Aus- und Fortbildung der LehrerInnen darzustellen.

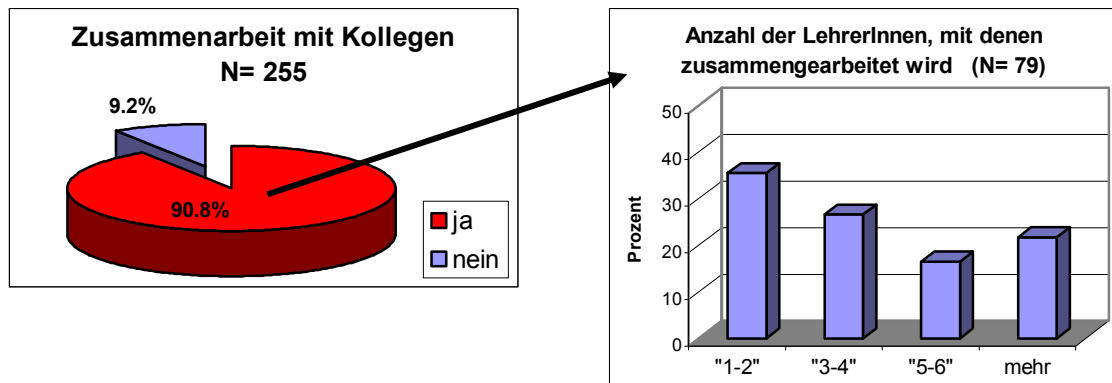
### 6.1.1. Unterrichtsmethoden

Auch im derzeit gültigen Lehrplan der Tourismusschulen stehen die Inhalte nicht mehr isoliert nebeneinander, Möglichkeiten der Vernetzung zu Lernfeldern werden zu manchen Unterrichtsgegenständen detailliert angeführt. In den allgemeinen didaktischen Grundsätzen des Lehrplans wird demgemäß vorgeschrieben, dass der Unterricht *„fächerübergreifend auszurichten ist...“* und dass *„dem Unterricht eine ständige Absprache zwischen Lehrern verwandter Unterrichtsgegenstände vorausgehen soll, damit das fächerübergreifende Denken und Verstehen gewährleistet wird.“* Die praxisgerechte Verknüpfung von Unterrichtsgegenständen und Themenbereichen kann mittels vielfältiger handlungs- und projektorientierter Unterrichtsmethoden erfolgen, deren Umsetzungsmöglichkeiten im Schulalltag hinterfragt werden sollten.

33,9% der befragten **LehrerInnen** gaben an, *„regelmäßig“* oder zumindest *„gelegentlich“* (*„wenn es der Unterrichtsstoff verlangt“*, 57%) mit anderen KollegInnen zusammenzuarbeiten. Besonders die FachtheoretikerInnen und PraxislehrerInnen suchen in ihrem Unterricht die Zusammenarbeit mit anderen KollegInnen (beide mehr als 50% regelmäßig und mehr als 40% gelegentlich).

Insgesamt finden nur 9,2% der LehrerInnen, „eine Zusammenarbeit [mit KollegInnen] ist für meinen Unterrichtsgegenstand nicht notwendig bzw. nicht möglich.“ Die Gruppe der TextverarbeitungslehrerInnen liegt hier mit 13,3% deutlich über diesem Durchschnittswert. (Übersicht über die Angaben der verschiedenen Lehrergruppen siehe Anhang 13)

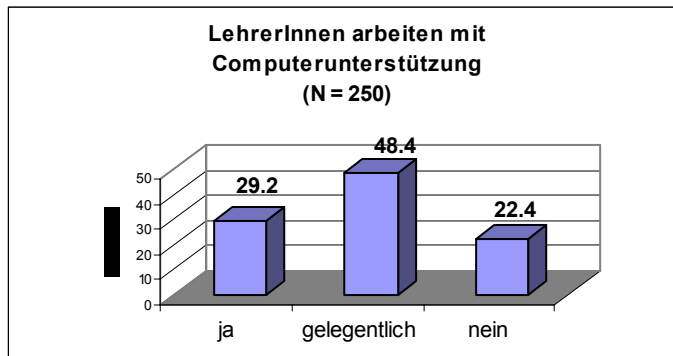
Abb. 40+41: *Zusammenarbeit mit KollegInnen*



Eine zeitgemäße Umsetzung der Bildungs- und Lehraufgaben ist ohne den Einsatz moderner Informationstechnologie sowie der Neuen Medien nicht mehr möglich. Der Lehrplan sieht daher für einige Unterrichtsgegenstände ausdrücklich „Computerunterstützung“ vor, empfiehlt die Verwendung des PC aber generell.

29,2% der LehrerInnen ist der Meinung, dass ihr Fach den „Einsatz von Computern verlangt“, 48,4% arbeiten immer dann computerunterstützt, „wenn es der Unterrichtsstoff ermöglicht“. Andererseits befindet sich circa jede(r) fünfte Lehrerin (22,4%), dass „eine computerunterstützte Arbeitsweise in meinem Fach nicht notwendig bzw. nicht möglich“ ist. Vor allem die LehrerInnen der allgemeinbildenden Gegenstände und die SprachlehrerInnen sehen zu gut einem Drittel diese Möglichkeit bzw. Notwendigkeit in ihrem Fach nicht. (Unterschiede zwischen Lehrergruppen siehe Anhang 13)

Abb.42: *Computerunterstützter Unterricht*

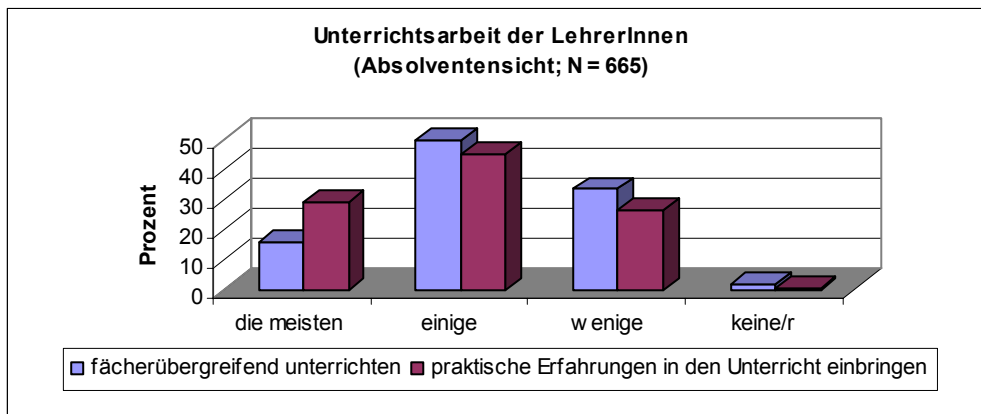


Die **LehrerInnen** versuchen in ihren Gegenständen einen *aktuellen Praxisbezug* dadurch herzustellen, indem sie unter anderem Exkursionen (63,6%) und Projekte (45,1%) durchführen, Gastreferenten aus der Wirtschaft einladen (30,8%) oder sich Kooperationen mit Firmen zunutze machen (23,3%). In Gruppenarbeiten (63,2%), praktischen Übungen (58,5%), der Bearbeitung von Fallbeispielen (46,6%) oder durch Einsatz von Native Speakers (17,4%) nehmen sie in ihren Unterrichtsmethoden auf die Erfordernisse des Lehrplans Rücksicht. 4,7% der LehrerInnen gaben an, dass ein Praxisbezug in ihrem Fach nur schwer herstellbar ist.

Die **AbsolventInnen** äußerten sich anerkennend über Vielfalt und Nutzen des Angebots an innovativen Lehrmethoden, mit denen ein aktueller Praxisbezug hergestellt wurde. 88,7% haben an Exkursionen teilgenommen, 80,5% in Projekten gearbeitet und 61,3% Gastreferenten gehört. Außerdem wurde ihnen die Teilnahme an Auslandsaufenthalten (66,4%) und Austauschprogrammen (26,9%) ermöglicht. Die Verwertbarkeit und Berufsrelevanz der Angebote wurde durchwegs positiv bewertet. (Siehe Anhang 14)

28,7% der **AbsolventInnen** bestätigen, dass „*die meisten*“ und mehr als 40%, dass „*einige/ wenige*“ ihrer LehrerInnen versuchten, praktische Erfahrungen in den Unterricht einzubringen. Nur 2(!) AbsolventInnen meinten hingegen, dass sie diese Bemühungen nicht bemerkt hätten.

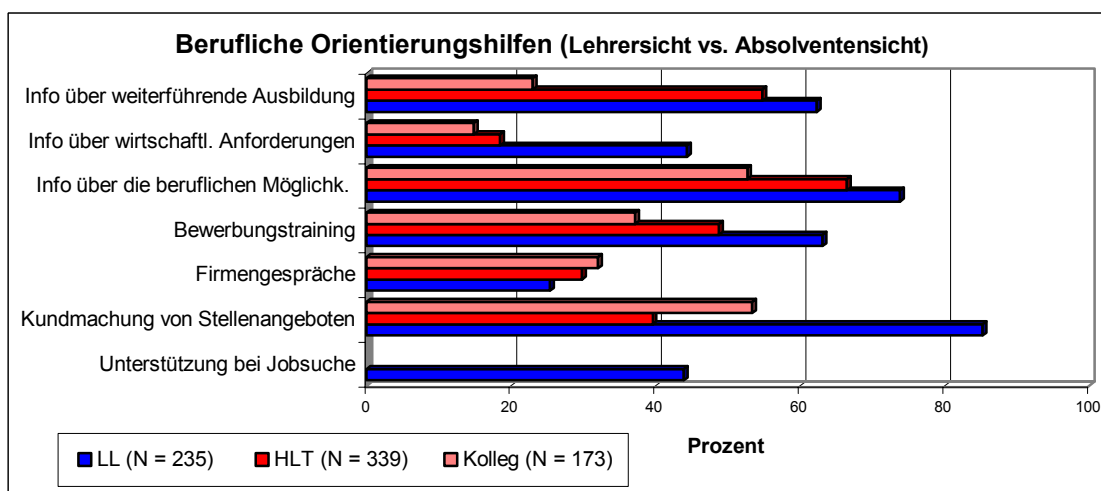
Abb.43: *Unterrichtsarbeit der LehrerInnen aus Absolventensicht*



Angereichert wird das Angebot durch *berufliche Orientierungshilfen* und hier in erster Linie durch die Kundmachung von Stellenangeboten und Informationen über berufliche Möglichkeiten nach dem Schulabschluss. Durch die Abhaltung von Bewerbungstrainings werden die SchülerInnen aktiv auf die bevorstehenden Anforderungen vorbereitet.

Die Angebote „*Firmengespräche*“ und „*Information über wirtschaftliche Anforderungen*“ werden von den AbsolventInnen der beiden Schultypen gleich beurteilt, die anderen signifikant unterschiedlich wahrgenommen (Signifikanzwerte zwischen  $p = .000$  und  $p = .018$ ).

Abb. 44: *Unterstützung bei der beruflichen Orientierung der SchülerInnen (Mehrfachwahlen möglich)*

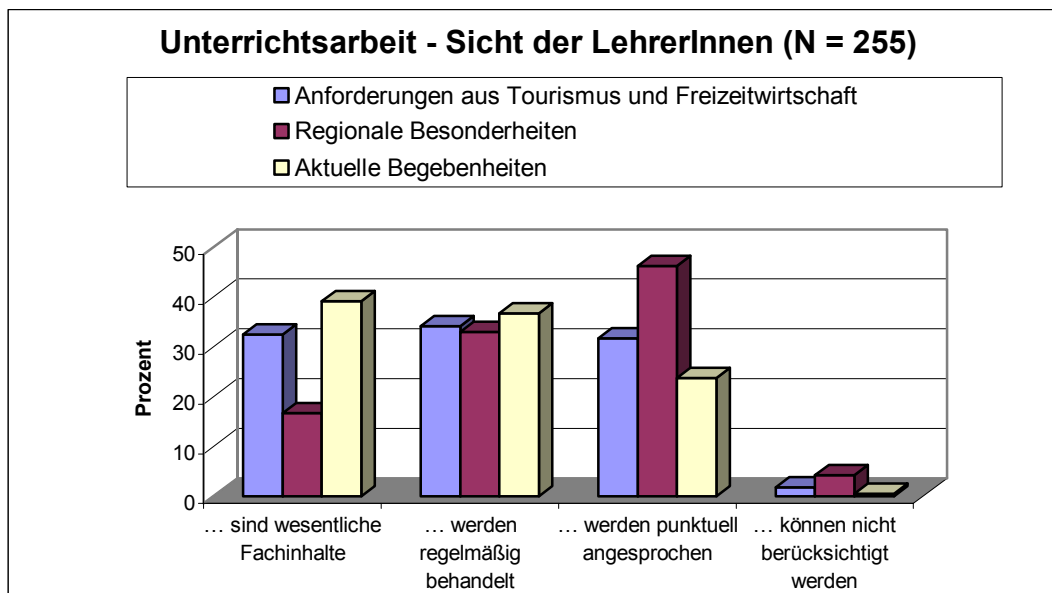


Anmerkung: Die Frage nach aktiver Unterstützung bei der Jobsuche wurde nur den LehrerInnen gestellt.

Ihre Erfahrungen, um den besonderen Wirtschaftsbezug zur Tourismusbranche im Unterricht herstellen zu können, gewinnen die **LehrerInnen** hauptsächlich „als *KonsumentInnen*“ (z.B. auf Reisen, Besuch von Ausstellungen). Dem gegenüber sind 25,2% während der Schulferien aktiv im Tourismus tätig. 8,3% führen einen eigenen Betrieb. (Gesamtübersicht siehe Anhang 13)

Anforderungen der Tourismus- und Freizeitwirtschaft sind bei 66,7% der **LehrerInnen** entweder Inhalte ihres Fachs bzw. stellen sie in ihren Unterrichtsgegenständen regelmäßige Verknüpfungen dazu her. Auch regionale Besonderheiten und aktuelle Begebenheiten werden von den meisten zumindest gelegentlich berücksichtigt.

Abb.45: *Aktualität im Unterricht – Selbsteinschätzung der LehrerInnen*



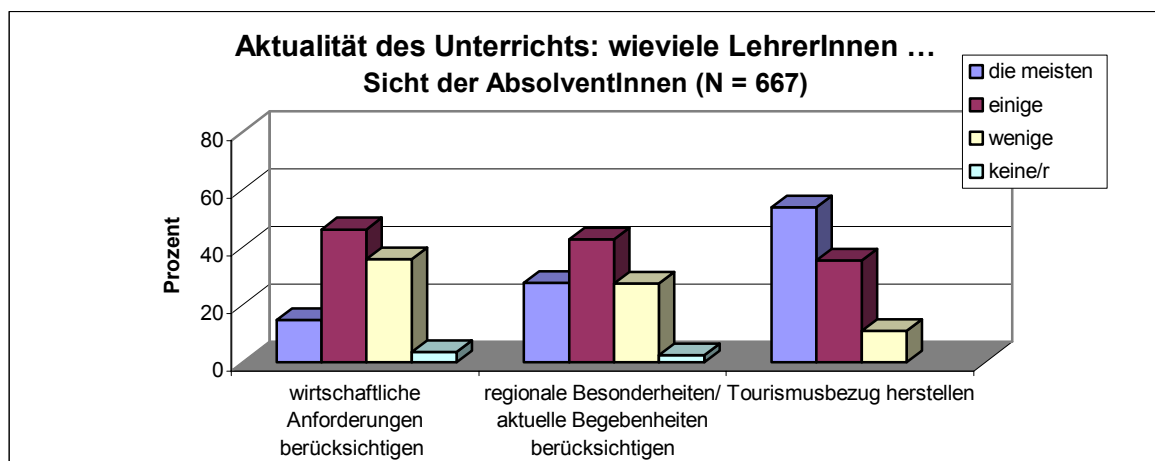
Die **AbsolventInnen** nehmen die Unterrichtsarbeit der LehrerInnen unterschiedlich wahr. So hatten 15,7% der Befragten „von den meisten“ und 65% „von einigen“ LehrerInnen den Eindruck, dass sie fächerübergreifend arbeiten. Vor allem die HLT-AbsolventInnen des Maturajahrgangs 2001 geben signifikant häufiger als die Vergleichsgruppe an, dass ihre LehrerInnen fächerübergreifend unterrichtet hätten ( $p = .014$ ).

Die Inhalte der Unterrichtsgegenstände erschienen mehr als 70% der AbsolventInnen als aufeinander abgestimmte „Betrachtungen aus mehreren Perspektiven“ bzw als

„sinnvolle Ergänzung“, nahezu 30% hingegen als „beziehungsloses Nebeneinander“ bzw. mit „Überschneidungen, offensichtlich ohne Absprache“. In den Bewertungen der Maturajahrgänge lassen sich diesbezüglich allerdings signifikante Unterschiede zwischen HLT und Kolleg feststellen. So ist deutlich zu erkennen, dass die AbsolventInnen des letzten Maturajahrgangs die Abstimmung der Lehrinhalte im Vergleich zu ihren früheren KollegInnen deutlich positiver einschätzen ( $p = .006$ ), die Kolleg-AbsolventInnen des Maturajahrgangs 2001 hingegen signifikant häufiger „Überschneidungen“ festgestellt haben als die AbsolventInnen der Jahrgänge davor ( $p = .000$ ).

Deutlich erkennbar war für die SchülerInnen, dass sich die LehrerInnen in ihren Gegenständen bemühten, einen Bezug zum Tourismus herzustellen.

Abb. 46: *Unterrichtsarbeit der LehrerInnen aus Absolventensicht*



Eine AbsolventIn beschreibt die Schwierigkeit, die Relevanz von Lehrinhalten unabhängig von den Lehrmethoden zu beurteilen:

„Es ist sehr schwierig, den Lehrplan zu beurteilen, da es vom Lehrer abhängt, wie er sich einsetzt und den Lehrstoff rüberbringt.“

„Beim Infotag hat sich alles perfekt angehört (Sprachausbildung, Praxisbezogenheit, Allgemeinbildung). Leider wurde kaum etwas wie versprochen umgesetzt. Viele unentworfene Lehrer, die einfach nur den „Stoff reinpressen“ wollen und kaum auf Schülerinteressen oder Präsentation Rücksicht nehmen!“

„Sehr gute Ausbildung: praxisorientiert, aber dennoch genügend wissenschaftlicher Hintergrund“

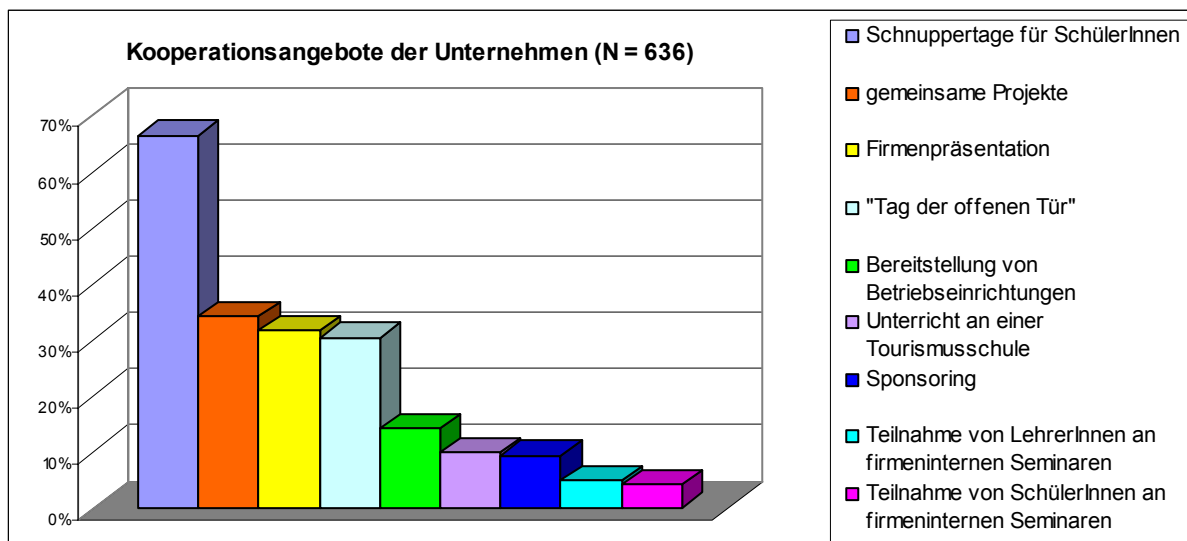
„Wie in jeder Schule: gute und schlechte Lehrer und Gegenstände.“

„Mein Resume: Praxisorientierter Unterricht, kompetente Lehrer!“

Bedeutsam für eine Ausbildung für die Wirtschaft ist grundsätzlich die Einbindung der Wirtschaft in die Unterrichtsarbeit. Seitens der Unternehmen scheint sich die Zusammenarbeit mit den Tourismusschulen jedoch nur auf wenige Betriebe zu konzentrieren. 20,8% der UnternehmerInnen bestätigen eine solche Kooperation.

Mehr als die Hälfte der befragten Personalverantwortlichen machen dann jedoch Angaben, was sie für eine solche Kooperation aktuell anbieten bzw. sich an möglichen Aktivitäten vorstellen könnten. Die Bandbreite der Möglichkeiten reicht von Schnuppertagen für SchülerInnen (66,4%) bis zur Teilnahme von SchülerInnen bzw. LehrerInnen an firmeninterner Weiterbildung.

Abb. 47: *Kooperation zwischen Schule und Branche (Mehrfachwahlen möglich)*





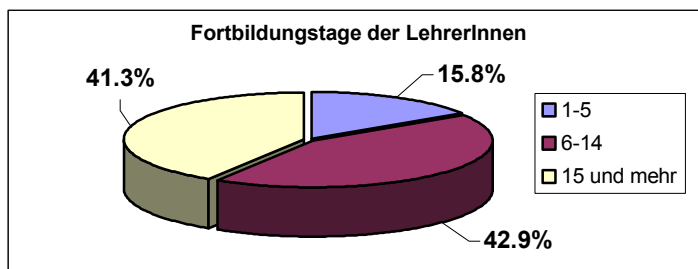
### 6.1.2. Berufsfeldrelevante Weiterbildung der LehrerInnen

Rasche Veränderungen in den wirtschaftlichen Anforderungen gerade in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft, beeinflusst durch gesellschaftlich-demografische Strukturen und allgemein neue wissenschaftliche Erkenntnisse, erfordern ständige Um- bzw. Neuorientierung und Weiterbildung auf Seiten der LehrerInnen, SchulleiterInnen und Schulaufsicht.

Der Großteil der besuchten Fortbildung wird über das Angebot der Pädagogischen Institute (PI) direkt bezogen. Daraus organisieren viele Schulen auch Veranstaltungen vor Ort über die schulinterne Lehrerfortbildung (SCHILF). Die Bezahlung der hierfür eingeladenen Referenten erfolgt in den meisten Fällen ebenfalls über die Pädagogischen Institute.

Die Fortbildungshäufigkeit wurde genauer untersucht. In den letzten vier Jahren haben die meisten LehrerInnen zahlreiche Fortbildungsveranstaltungen besucht. Einige von ihnen haben diese sogar mit Prüfungen und/ oder Zusatzzertifikaten abgeschlossen, im EDV-Bereich, etwa mit dem ECDL. 7,5% der LehrerInnen (im Vergleich dazu: 2,4% der HLW-LehrerInnen innerhalb von 2 Schuljahren) haben in den letzten vier Jahren *keine* Fortbildungsveranstaltungen besucht.

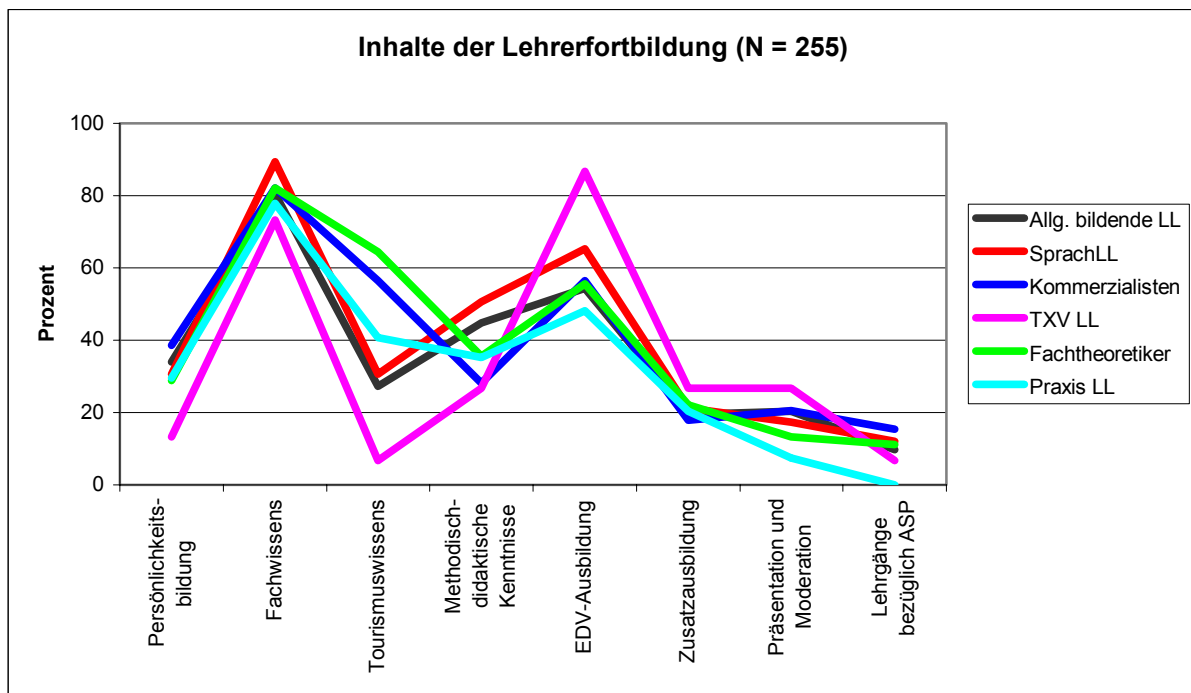
Abb.47: *Zahl der Seminartage in den letzten vier Jahren*



Der Vergleich der verschiedenen Lehrergruppen gibt Auskunft über die Inhalte und das Ausmaß der genossenen Weiterbildung in den jeweiligen Bereichen. Es ist deutlich, dass sie vorrangig dazu dienen, Fachwissen zu aktualisieren. Die

Lehrplanforderung nach computerunterstütztem Unterricht in allen Unterrichtsgegenständen nehmen die LehrerInnen offensichtlich sehr ernst und bereiten sich auf diesem Gebiet weiter. Abgesehen von den TextverarbeitungslehrerInnen und KommerzialistInnen, für die die EDV ja Teil ihres Faches ist, nehmen auffällig viele SprachlehrerInnen EDV-Ausbildungen in Anspruch. Im Widerspruch zur Bedeutung, die persönlichkeitsbildenden Aspekten gerade in der Dienstleistungsbranche Tourismus zugemessen wird, steht die geringe Zahl von LehrerInnen die entsprechende Inhalte ihrer Weiterbildung angegeben haben. (Übersicht über die Lehrergruppen siehe Anhang 15)

Abb.48: *Inhalte besuchter Fortbildungsveranstaltungen nach Lehrergruppen (Mehrfachwahlen möglich)*

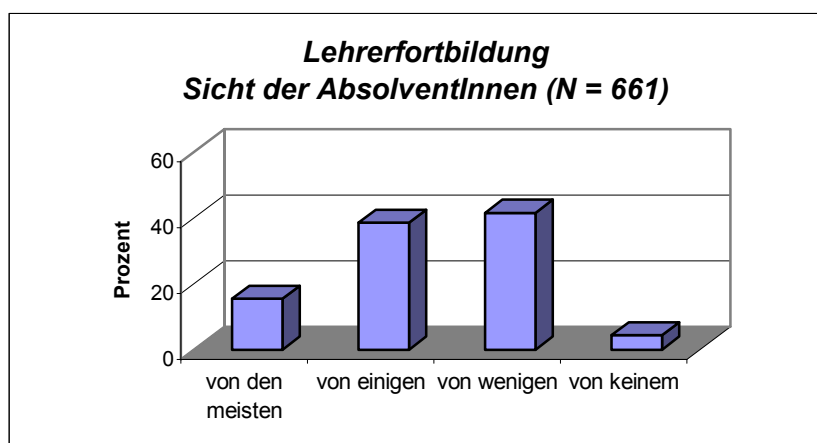


51% der Befragten erklärte, ihr gewonnenes Zusatzwissen im Unterricht sehr gut („ist Inhalt meiner Unterrichtsgegenstände“) einbauen zu können, 45,2% kann die Inhalte der Weiterbildung zumindest zum Teil („Zusatzwissen ergänzt die Inhalte meiner Unterrichtsgegenstände“) in die Unterrichtsarbeit transferieren. Besonders gut gelingt dies neben den PraxislehrerInnen und FachtheoretikerInnen offensichtlich den TextverarbeitungslehrerInnen, von denen 78,6% erworbenes Zusatzwissen zum Inhalt ihres Faches machen. Angesichts der beklagten Budgetknappheit bei der

Finanzierung von Weiterbildung hat die finanzierende Behörde zu klären, ob der Wissenstransfer in diesem Ausmaß ausreichend ist. Bei Unzufriedenheit müsste die Effizienz der genossenen Ausbildungen genauer untersucht werden. (Übersicht über Lehrergruppen siehe Anhang 15)

Die Selbsteinschätzung der LehrerInnen deckt sich ziemlich mit den Eindrücken der **AbsolventInnen**, wobei anzumerken ist, dass die HLT-AbsolventInnen des Jahres 2001 ihre LehrerInnen positiver wahrnehmen als die AbsolventInnen der Vergleichsgruppe ( $p = .038$ )

Abb. 49: *Von wie vielen LehrerInnen hatten die AbsolventInnen den Eindruck, dass sie sich weiterbilden, um die Ausbildung interessant und up-to-date zu halten?*



Die Bedeutung der Aus- und Weiterbildung der LehrerInnen ist neben der generellen Zielsetzung, immer „up to date“ zu bleiben, im Zusammenhang mit dem aktuellen Lehrplan besonders auch unter dem Aspekt der Lehrerbeschäftigung in Unterrichtsgegenständen, für die es (noch) keine spezifische Lehramtsprüfung gibt, zu bewerten. Dies betrifft die Ausbildungsschwerpunkte und, im Rahmen der schulautonomen Pflichtgegenstände, die Seminare.

Ähnlich wie ihre KollegInnen der HLW setzen die **SchulleiterInnen** für den Unterricht in den ASP vorzugsweise LehrerInnen mit einer entsprechenden vordergründigen „Basisausbildung“ ein (z.B. in „Touristisches Management“ eine/n FachpraktikerIn). Eines der ausschlaggebenden Kriterien für die Auswahl und den Einsatz von LehrerInnen im Erweiterungsbereich ist augenscheinlich deren bekundetes Interesse für den jeweiligen Gegenstand. Ebenso wesentlich ist den SchulleiterInnen bei der

Auswahl der LehrerInnen jedoch auch, ob sie relevante Zusatzqualifikationen erworben haben.

Die **LandesschulinspektorInnen** schließen sich normalerweise den Entscheidungen der SchulleiterInnen an. Ihre Tätigkeit als Maturavorsitzende gibt ihnen Gelegenheit, die Qualität und Effizienz des Unterrichts zu überprüfen.

## 6.2. Nutzung schulautonomer Freiräume

Die schulautonomen Lehrplanbestimmungen eröffnen den Schulen vielfältig nutzbare Freiräume. Sie schreiben allerdings vor, dass sich die Nutzung dieser Möglichkeiten „*an der jeweiligen Bedarfs- und Problemsituation in der Schule oder im Jahrgang an einem bestimmten Standort.....*“ zu orientieren hat.

Werden an einer Schule parallele Jahrgänge geführt, können jeweils gesonderte Ausbildungsschwerpunkte angeboten werden. Wie weit es andererseits angesichts des Postulats der Profilbildung, das immerhin von drei Viertel der **LehrerInnen** erhoben wird (Vgl. dazu Seite 92), Sinn macht, mehr als zwei oder drei Ausbildungsschwerpunkte an einem Standort anzubieten, sollte grundsätzlich diskutiert werden. Bei mehr als drei ASP an einem Standort sinkt ungeachtet der Größe der Schule die Erkennbarkeit einer klaren, prägnanten Ausrichtung der Schule und damit die Möglichkeit der Profilbildung. (Zahl der ASP an den Standorten siehe Anhang 3)

Grundsätzlich liegen die Entscheidungen über das Angebot im schulautonomen Bereich. Die **LandesschulinspektorInnen** sehen ihre Rolle daher in erster Linie als Berater und Koordinatoren. Sie versuchen vor allem darauf zu achten, dass benachbarte Standorte nicht zu Konkurrenten werden.

Die **SchulleiterInnen und LandesschulinspektorInnen** sehen als Hauptziel beim Angebot schulautonomer Gegenstände die berufsbezogene Spezialisierung, indem zum Beispiel Spezialausbildungen in bestimmten Fächern (14 Nennungen) oder die

Möglichkeit zum Erwerb von Zusatzqualifikationen (11) angeboten werden sollten. Den Aspekt der Profilbildung hoben im Interview nur 7 Personen als Entscheidungskriterium für die ASP-Auswahl hervor.

Entscheidungsträger bei der Auswahl der schulautonomen Angebote ist der Schulgemeinschaftsausschuss (SGA) bestehend aus Schulleiter und je drei gewählten Lehrer-, Schüler- und Elternvertretern, wobei jeweils eine Zweidrittel-Mehrheit für einen Beschluss notwendig ist. Tatsächlich sind es meist die SGA-Lehrervertreter, die Anträge einbringen, über die dann abgestimmt wird. Aber auch die SchulleiterInnen initiieren Diskussionsprozesse, in die sie ihre eigenen Vorstellungen ausdrücklich einbringen. Außerdem bezeichnen vor allem die Eltern die SchulleiterInnen als ihre Hauptinformationsquelle (Vgl. Iby, 1996).

SchulleiterInnen und LandesschulinspektorInnen empfehlen bei der Festlegung des Angebots im Erweiterungsbereich die Berücksichtigung wirtschaftlicher (22) und regionaler (18) Anforderungen, wobei auf die Wünsche der Eltern, SchülerInnen und LehrerInnen (10) eingegangen werden sollte.

Der Entscheidung im SGA geht ein Prozess der Informationsbeschaffung voraus. Auch hier beteiligen sich die LehrerInnen stärker als die Eltern oder SchülerInnen (Vgl. Iby, 1996). Die Grundlage dieser Informationen bilden eher informelle Gespräche und Erfahrungen bzw. das Studium facheinschlägiger Medien (z.B. Fachzeitschriften), denn objektive Datenerhebungen etwa mittels Fragebogen.

Die Möglichkeit, einen bestimmten Anteil der zur Verfügung stehenden Ausbildungszeit schulautonom gestalten zu können, wird von den befragten **LehrerInnen** grundsätzlich begrüßt und positiv beurteilt. Die Bandbreite der Kommentare reicht von „*bietet mir viel Freiheit*“ bis „*macht man gerne, wenn die Schüler davon profitieren und auch noch als Absolventen davon erzählen*“.

Das Verhältnis von Arbeitsaufwand und Bezahlung im Erweiterungsbereich wird allerdings nicht von allen LehrerInnen positiv gesehen:

*„... erfordert mehr Vorbereitung und Weiterbildung als andere Fächer...“*

*„...erheblicher Aufwand an Vorbereitungs- und Unterrichtsorganisationsarbeit – Stunden haben zu geringe Wertigkeit bei finanzieller Abgeltung!“*

*„Erfordert mehr Engagement des Lehrers... macht man gerne, aber Vorbereitung und Bezahlung stehen in keinem Verhältnis...“*

*„Tourismusmanagement als Projektunterricht ist sicherlich sehr arbeitsintensiv. Die Abgeltung in der jeweiligen Lehrverpflichtungsgruppe halte ich für angemessen.“*

Mit dem Anteil des Erweiterungsbereichs an der Gesamtausbildung scheinen etwa drei Viertel der LehrerInnen jedenfalls zufrieden zu sein.

Tab.24: *Die LL beurteilen die Angemessenheit der Stundenzahl im Erweiterungsbereich*

	Ausbildungsschwerpunkt		Schulautonome Pflichtgegenstände	
	HLT (8 Wstd.) (N = 212)	Kolleg (10 Wstd.) (N= 60)	HLT (10 Wstd.) (N= 208)	Kolleg (16 Wstd.) (N = 58)
<b>weniger</b>	8.5%	5.0%	12.0%	15.3%
<b>angemessen</b>	75.0%	71.7%	70,2%	67.8%
<b>mehr</b>	16.5%	23.3%	17.8%	16.9%

Dem stehen allerdings die Aussagen der **AbsolventInnen** entgegen, die sich gerade im Erweiterungsbereich ein „Mehr“ an Ausbildung wünschen (Vgl. Seite 84/85).

### 6.3. Operative Aspekte

Zwischen dem Inkrafttreten des aktuellen Lehrplans und dem Beginn der vorliegenden Untersuchung liegen 8 Jahre, genügend Zeit also, um auch die zur Umsetzung nötigen Rahmenbedingungen zu schaffen. Die entsprechenden Ressourcen und Strukturen waren sicherlich in personeller, räumlicher, zeitlicher und/ oder finanzieller Hinsicht zu schaffen bzw. zu verändern.

Die LehrerInnen wurden zu ihrer Zufriedenheit mit Aspekten der Interaktion, Arbeitsbedingungen und Ausstattung befragt. Am meisten erfreut zeigen sie sich über die positive Zusammenarbeit mit ihren KollegInnen (88,6% sind sehr/ eher zufrieden). Einzig die Abgeltung von Mehraufwand ist nur für knapp ein Viertel der LehrerInnen eher (sehr) angemessen.

Ein Schwerpunktthema auf der „Wunschliste“ der LehrerInnen ist die Gestaltung des Stundenplans, allerdings sind die Einzelmeinungen sehr breit gestreut und von der individuellen Situation abhängig.

Eine große Zahl von Kommentaren bezieht sich auf die großen Gruppengrößen, die sowohl laut LehrerInnen als auch SchülerInnen zu Lasten der Ausbildungsqualität gehen.

Abb. 50: *Zufriedenheit der LehrerInnen (N = 254) mit Interaktion und Kommunikation*

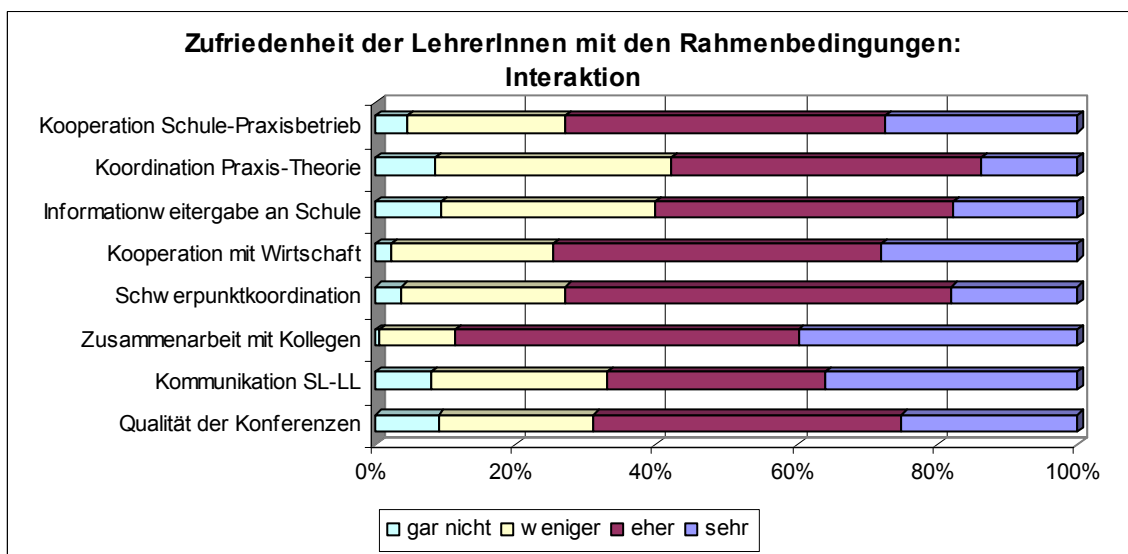


Abb. 51: *Zufriedenheit der LehrerInnen (N = 254) mit den Arbeitsbedingungen*

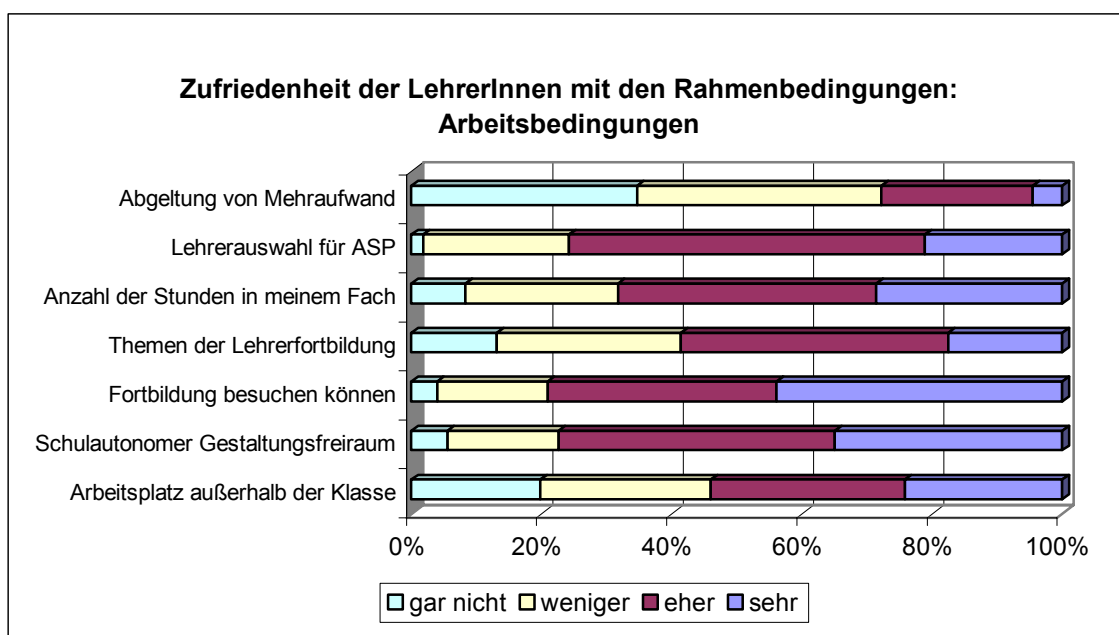
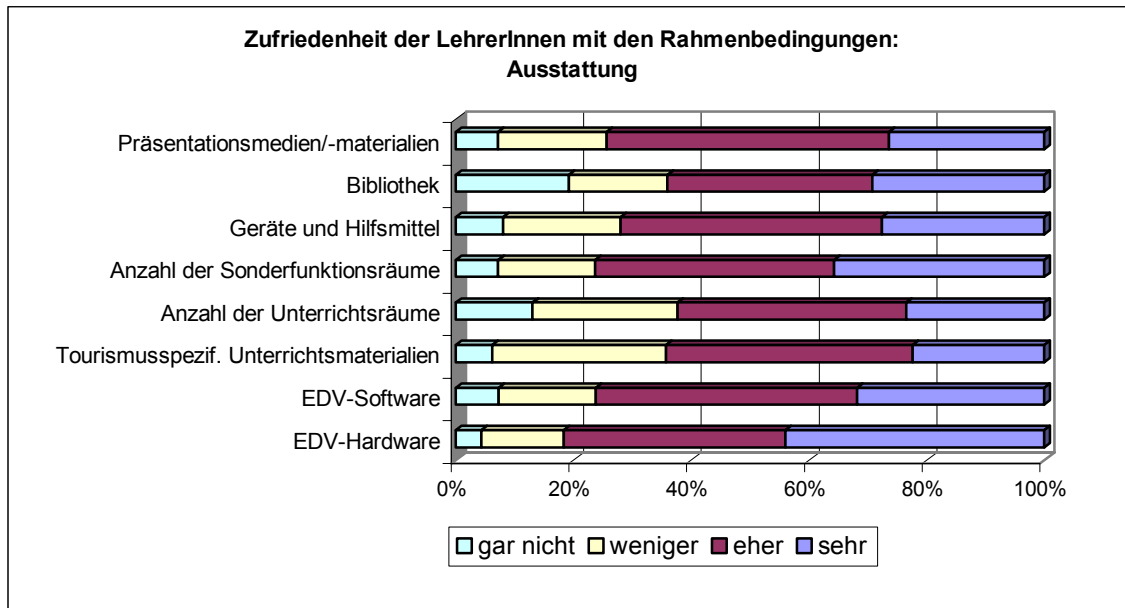


Abb. 52: *Zufriedenheit der LehrerInnen (N = 254) mit der Ausstattung der Schulstandorte*



Die **SchulleiterInnen** zeigten sich im Großen und Ganzen mit den Rahmenbedingungen zufrieden. An manchen Standorten wird vor allem aufgrund großer Klassen und daher zahlreicher Gruppenteilungen akuter Raummangel beklagt. Schwierigkeiten sehen die SL auch in der Finanzierung von Weiterbildung für LehrerInnen und in der Ausstattung der Schulen mit modernen Technologien, sei es im Bereich der EDV-Ausbildung oder für den praktischen Unterricht.

Die Umsetzung der Lehrpläne verlangt nicht nur zwischen den KollegInnen nach Interaktion und Absprache, sondern auch entsprechende Kommunikationsstrukturen zwischen Schulleitung und LehrerInnen bzw. Schulen und Schulaufsicht. Diese werden von manchen LeiterInnen durch verpflichtende Teambesprechungen und regelmäßige Konferenzen, aber auch die Nutzung neuer Kommunikationstechnologien (z.B. eMail) gewährleistet.



## 6.4. Öffentlichkeitsarbeit

Ein Teil des Mehraufwands, den LehrerInnen leisten, wird sicherlich durch die zahlreichen Aktivitäten verursacht, die an den Standorten zur aktiven Präsentation der Schule gesetzt werden. Zahlreich am Forschungsinstitut eingelangtes Dokumentationsmaterial (z.B. Jahresberichte) beweist, wie ernst die Schulen Öffentlichkeitsarbeit nehmen. Nur 13,5% der LehrerInnen gaben an, sich daran (aufgrund fehlender Möglichkeit) nicht beteiligt zu haben. Alle anderen führen die diverse Tätigkeiten an: den Besuch von Messen, Organisation von Vorträgen und Projekten im Ausland, Betreuung von Schulveranstaltungen aber auch Organisation und Teilnahme an Sportwettkämpfen und viele mehr.

Trotzdem gaben nur 7,4% der AbsolventInnen an, dass unter anderem die „*Medienpräsenz der Schule*“ ein Auswahlkriterium für den jeweiligen Schulstandort gewesen sei. Angesicht rückläufiger Schülerzahlen bei gleichzeitiger Zunahme von Standorten, die eine höhere Tourismusausbildung anbieten, mag dieser Faktor in Zukunft an Bedeutung gewinnen. (Übersicht über die Auswahlkriterien für den Schulstandort siehe Anhang 6)

Viele Schulstandorte verfügen über eine eigene Homepage - ein eindrucksvoller Beweis der Nutzung neuer Medien zur Selbstpräsentation. Allerdings stecken manche davon „noch in den Kinderschuhen“, eine Überarbeitung sowohl der Inhalte als auch der Benutzerfreundlichkeit wird empfohlen. Eine Erhebung darüber, wie viele SchülerInnen, LehrerInnen und Eltern sich dieses Instruments bei der Suche nach Information bedienen, könnte ebenfalls Anregungen bringen.

Ein erster Kontakt zukünftiger SchülerInnen mit den Ausbildungsstätten findet sehr häufig während Berufsinformationsmessen statt. Im Laufe der HLW-Untersuchung wurden deshalb die Berufsinformationsmessen in Wien, Salzburg und Innsbruck besucht. Die Vergleiche der drei Schultypen HAK, HLW und HLT ergaben keine nennenswerten Unterschiede, weder hinsichtlich einer erkennbaren Profilierung noch

bezüglich der Qualität der Standgestaltungen. Besonders gelungene Darbietungen waren jeweils schulstandortspezifisch zu begründen.

Auf eine Wiederholung der Analyse innerhalb des aktuellen Projekts wurde aus Budgetgründen verzichtet.

## 6.5. Qualitätssicherung und Evaluation

Nach Wunsch des Bildungsministeriums soll kontinuierliche und systematische Qualitätsentwicklung ein fixer Bestandteil von Schulkultur werden. Die österreichischen Schulen werden daher laufend aufgefordert und in ihren Bemühungen unterstützt, selbst ihre Qualität zu hinterfragen und zu kontrollieren, vorläufig noch auf freiwilliger Basis.

**Schulaufsicht und Schulleitungen** sind generell davon überzeugt, dass diesbezügliche Maßnahmen und Aktivitäten notwendig sind und setzen entsprechende Initiativen:

*„Qualitätsevaluation war ein Thema der Direktorenkonferenz!“*

*„Wir nehmen an Wettbewerben teil. Für die Klassenvorstände gibt es Checklisten.“*

*„Wir haben teilweise nach EFQM Checklisten entwickelt und didaktische Methoden standardisiert, ebenso die Leistungsfeststellung.“*

So lange sich Schulleitung und Schulaufsicht allerdings nicht auf gesetzliche Muss-Bestimmungen berufen kann, wird der Erfolg der Bemühungen immer begrenzt sein.

## 7. Das Standbein:

### „Welchen Wert hat die Praxisausbildung?“

Die Praxisausbildung wird von KollegabsolventInnen weit kritischer gesehen als von HLT-AbsolventInnen.

Das hohe Ausmaß der Praxisfächer wird durch die Ferialpraktika als Teil der verpflichtenden Ausbildung unterstrichen. PraktikantInnen erbringen für die Betriebe eine wichtige saisonale Arbeitsleistung, was die Qualität der Ausbildung unterstreicht. Die Ferialpraktika werden auch aus Absolventensicht, vor allem seitens der HLT als praktische Erfahrung sehr positiv beurteilt.

Die innerschulischen Betriebspraktika werden hinsichtlich des professionellen und  
hen, hier wiederum vor allem durch das Kolleg.

Knapp 60% der heute berufstätigen AbsolventInnen hatte ihre Arbeitsstelle bereits vor der Reife- und Diplomprüfung, wobei durch die Personalverantwortlichen die Notwendigkeit von arbeitsplatzspezifischen Vorkenntnissen nicht als wesentliches Einstellungskriterium erachtet wurde, praktische Erfahrungen und Nachweise darüber allerdings schon.

Die Lehreruntersuchung zeigte hohe Zufriedenheit mit dem Ausmaß und der Umsetzung des Praxisunterrichts, wenn auch das Betriebspraktikum eher losgelöst vom Regelunterricht durchgeführt zu werden scheint und außer in der Gruppe der FachtheoretikerInnen und FachpraktikerInnen Aussagen zur Praxisausbildung eher schwer fallen.

Die Praxisausbildung stellt ein wesentliches und traditionelles Standbein der aktuellen Ausbildung an Tourismusschulen dar. In diesem Zusammenhang werden vor allem die Ergebnisse aus der Befragung der Personalverantwortlichen mit den Daten der Absolventenbefragung verglichen, wobei hier besonders auf Unterschiede zwischen HLT und Kolleg eingegangen wird. Die Darstellungen werden ergänzt durch die Erhebungen bei LehrerInnen, SchulleiterInnen und LandesschulinspektorInnen.

Ziele der Untersuchung waren:

- die generelle Bedeutung der praktischen Ausbildung zu erheben
- die Qualität der schulischen Praxisausbildung festzustellen
- Einsatzbereiche und Tätigkeitsfelder der FerialpraktikantInnen zu erheben

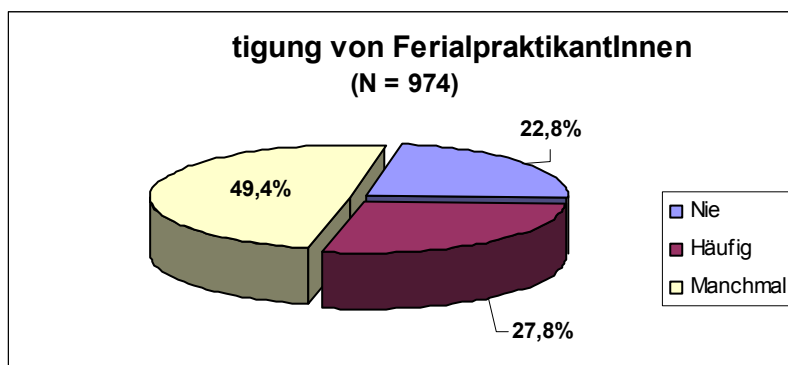
Keine andere berufsbildende höhere Schulform schreibt eine so hohe Wochenzahl an zu absolvierenden Praktika außerhalb der Unterrichtszeit vor wie der Lehrplan der HLT, aber auch das Ausmaß der praktischen Fächer während der Unterrichtszeit ist vergleichsweise hoch.

Tab. 25: *Übersicht über das Ausmaß an Pflichtpraktika an BHS*

Schultyp	Pflichtpraktika (Wochenzahl gesamt)
HAK	Keine (freiwillig)
HBLA für Mode und Bekleidungstechnik	4
HTL	8
HLW	12
Kolleg für Tourismus und Freizeitwirtschaft (4 Semester)	12
HBLA für Land- und Forstwirtschaft	22
HLT	32

Damit sind TourismusschülerInnen für die Branche nicht nur als gut ausgebildete zukünftige BewerberInnen interessant, sondern bereits während ihrer Schulzeit gern gesehene MitarbeiterInnen.

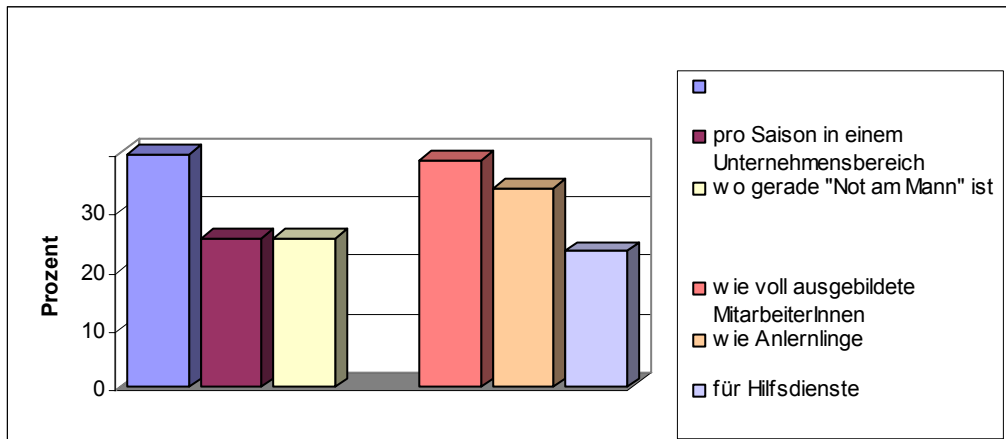
Abb. 53: *Tourismusbetriebe beschäftigen FerialpraktikantInnen*



Obwohl der Großteil der österreichischen Tourismusbetriebe Klein- oder Kleinstunternehmen sind (Vgl. dazu Seite 9), sind es nur knapp über 20% der Unternehmen, die *nie* FerialpraktikantInnen beschäftigen. Einerseits kann dies sicher

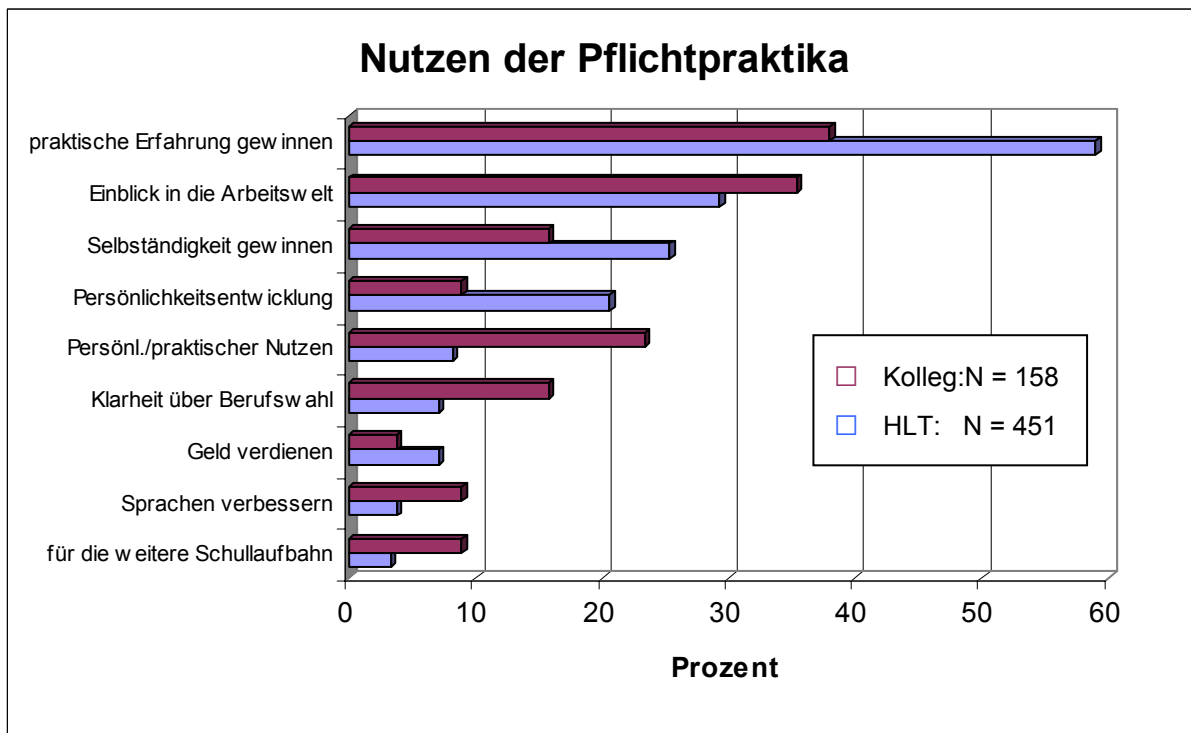
als Beweis für das hohe Interesse der Branche an der praktischen Ausbildung gewertet werden, vielfach ist es jedoch der Fall, dass die Unternehmen besonders zur Hochsaison zur Aufrechterhaltung des Betriebs darauf angewiesen sind, PraktikantInnen aufzunehmen.

Abb.54: *Einsatz der FerialpraktikantInnen (Mehrfachwahlen möglich)*



Den vielfältigen „Nutzen der Ferialpraktika“ geben die AbsolventInnen folgendermaßen:

Abb.55: *Nutzen der Pflichtpraktika aus Sicht der AbsolventInnen (Mehrfachwahlen möglich)*

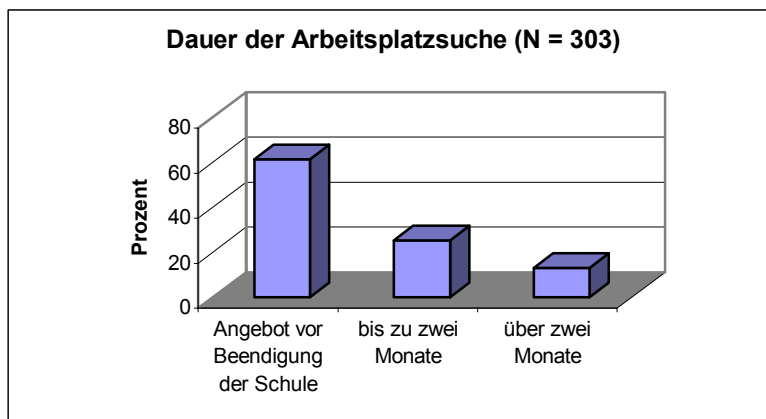


Die Reihung des Anstellungskriteriums „Praxiserfahrungen/ Praktikumsnachweise“ an dritter Position in der Rangordnung der **Personalverantwortlichen** und gleichzeitig als erstes „echtes“ Qualifikationsmerkmal unterstreicht den Stellenwert dieses Faktors (Vgl. dazu Seite 67).

Durch das sehr hohe Ausmaß an vorgeschriebenen Pflichtpraktika gewinnen die SchülerInnen im Laufe ihrer Ausbildungszeit eine sehr solide Einführung in ihre künftige Arbeitswelt. Dies bedeutet für die Branche, dass sie es beim Berufseintritt der AbsolventInnen nicht mit NeueinsteigerInnen im eigentlichen Sinn zu tun hat, sondern durchaus mit praxiserfahrenen MitarbeiterInnen.

Wie bereits dargestellt sind 45,4% der AbsolventInnen von HLT und Kolleg im Tourismus tätig. Die meisten von ihnen befanden sich im Gegensatz zu vielen AbgängerInnen anderer Schulformen in der glücklichen Lage, zum Zeitpunkt ihres Abschlusses bereits über eine fixe Jobzusage verfügen zu können - dies nicht zuletzt aufgrund der vielen Kontakte, die die SchülerInnen während ihrer Praktika knüpfen können.

Abb. 56: *Dauer der Arbeitsplatzsuche für BewerberInnen im Tourismus*



Für Fixanstellungen machen die Personalverantwortlichen dann keinen besonders großen Unterschied zwischen BewerberInnen mit *Praxiserfahrungen im angestrebten Tätigkeitsfeld* (70,2%) oder *in verschiedenen Tätigkeitsbereichen* (61,1%), etwa jeder fünfte bewertet *Auslandserfahrungen* (26,1%) positiv.

Die Ausformung und der Stellenwert der praktischen Ausbildung hat einen sehr wesentlichen Anteil und prägenden Einfluss auf die Corporate Identity der Tourismusausbildung. Da sowohl die diesbezügliche Zielsetzung und der daraus resultierende Fächerkanon an HLT und Kolleg unterschiedlich sind, werden folgend die betreffenden Aussagen der **AbsolventInnen** nach Schultypen getrennt dargestellt.

## 7.1. Die praktische Ausbildung an der HLT

Zur Gestaltung der Items für die Befragung der AbsolventInnen wurden die betreffenden Unterrichtsgegenstände durch das Projektteam (gutgeheißen durch die ExpertInnen) zur praktischen Ausbildung folgendermaßen zusammengefasst:

Im Kernbereich der Studententafel wurden unterschieden

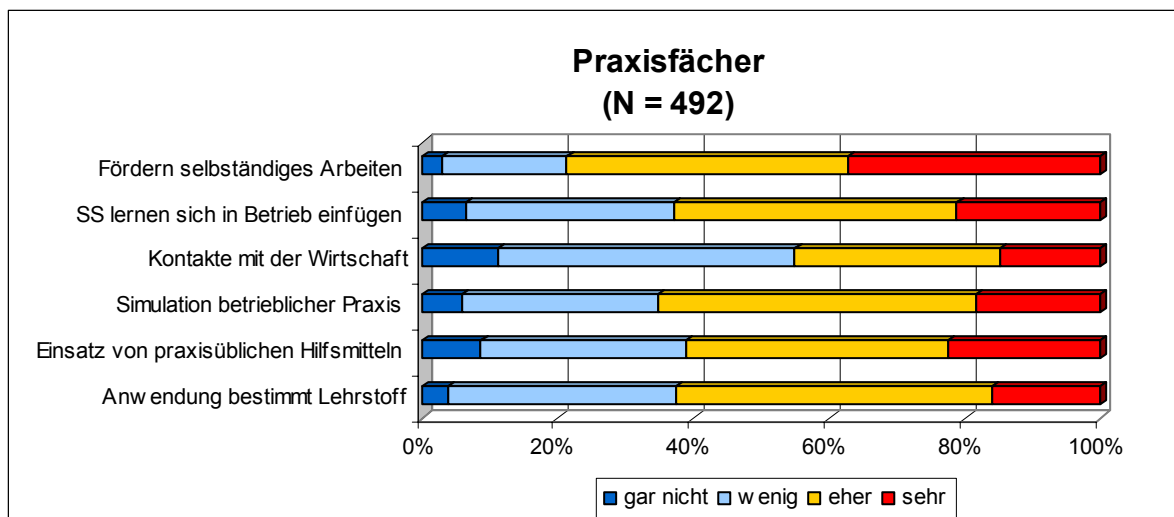
(1) die *Praxisfächer* Verkehr und Reisebüro, Küchenführung, Getränke und Restaurant und das

(2) *Betriebspraktikum*. Diese sind Bestandteil des Regelunterrichts.

(3) Die *Pflichtpraktika* sind außerhalb der Unterrichtszeit zu absolvieren.

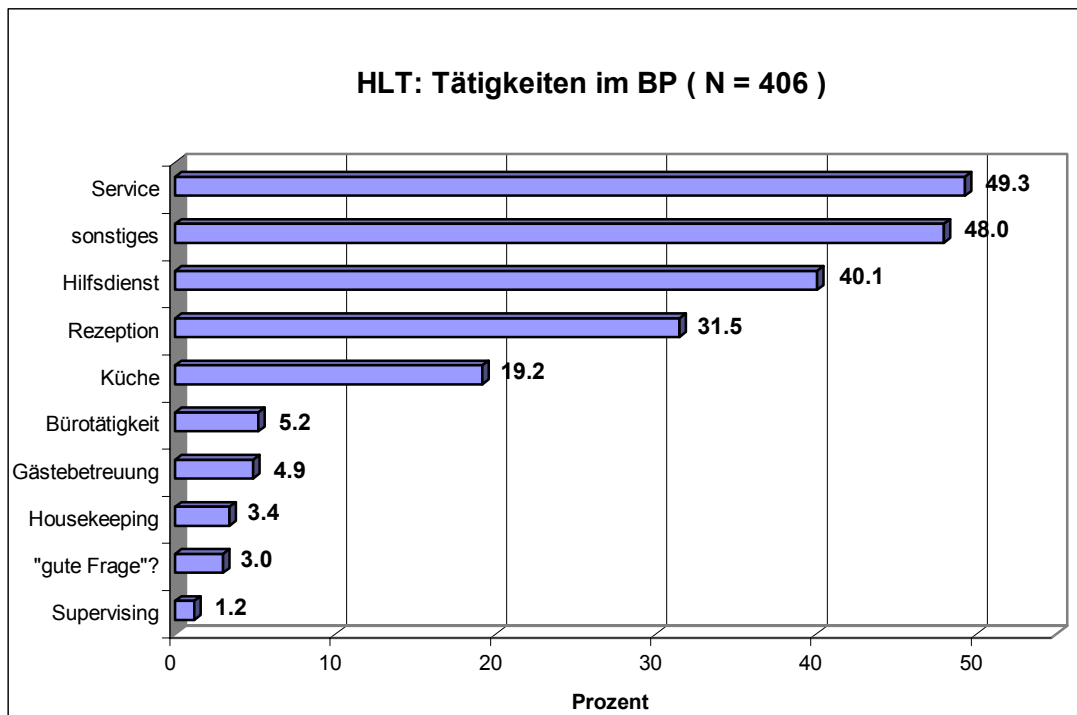
Der Unterricht in den *Praxisfächern* wird durch die SchülerInnen insgesamt eher positiv bewertet, vor allem selbständiges Arbeiten wird ihrer Ansicht nach gefördert. Vor allem die AbsolventInnen aus 2001 beurteilen dieses Kriterium noch positiver als die MaturantInnen der Jahrgänge 1998-2000 ( $p = .001$ ).

Abb. 57: *Beurteilung der Praxisfächer durch die HLT-AbsolventInnen*



Gefragt nach den „drei wichtigsten Tätigkeiten“ während der Betriebspraktikumsstunden wurden dazu großteils ungenaue, eher schwer in Kategorien fassbare Angaben (z.B. Kreatives Gestalten, Schülerversorgung) gemacht. Die Haupteinsatzbereiche sind in Service (z.B. Lehrercafe, Mis en place), Rezeption (z.B. Telefondienst ) und Küche (z.B. Patisserie).

Abb.58: *Die drei wichtigsten Tätigkeiten im Betriebspraktikum der HLT (Mehrfachwahlen möglich)*



Beispiele für Angaben in der Kategorie „Sonstiges“ „Essensausgabe am Schulbuffet“, das „Erstellen von Einsatzplänen“ oder „Lagerverwaltung“.

In den Kommentaren zum BP wurde ziemlich häufig Unzufriedenheit geäußert und zwar vor allem Klagen über Unterbeschäftigung oder Beschwerden über die Abwicklung von Einsätzen, die nach Ansicht der AbsolventInnen zu einer qualitativ hochwertigen Ausbildung nicht sehr viel beitragen.

*„Eigentlich gab es keine wichtigen Tätigkeiten.“*

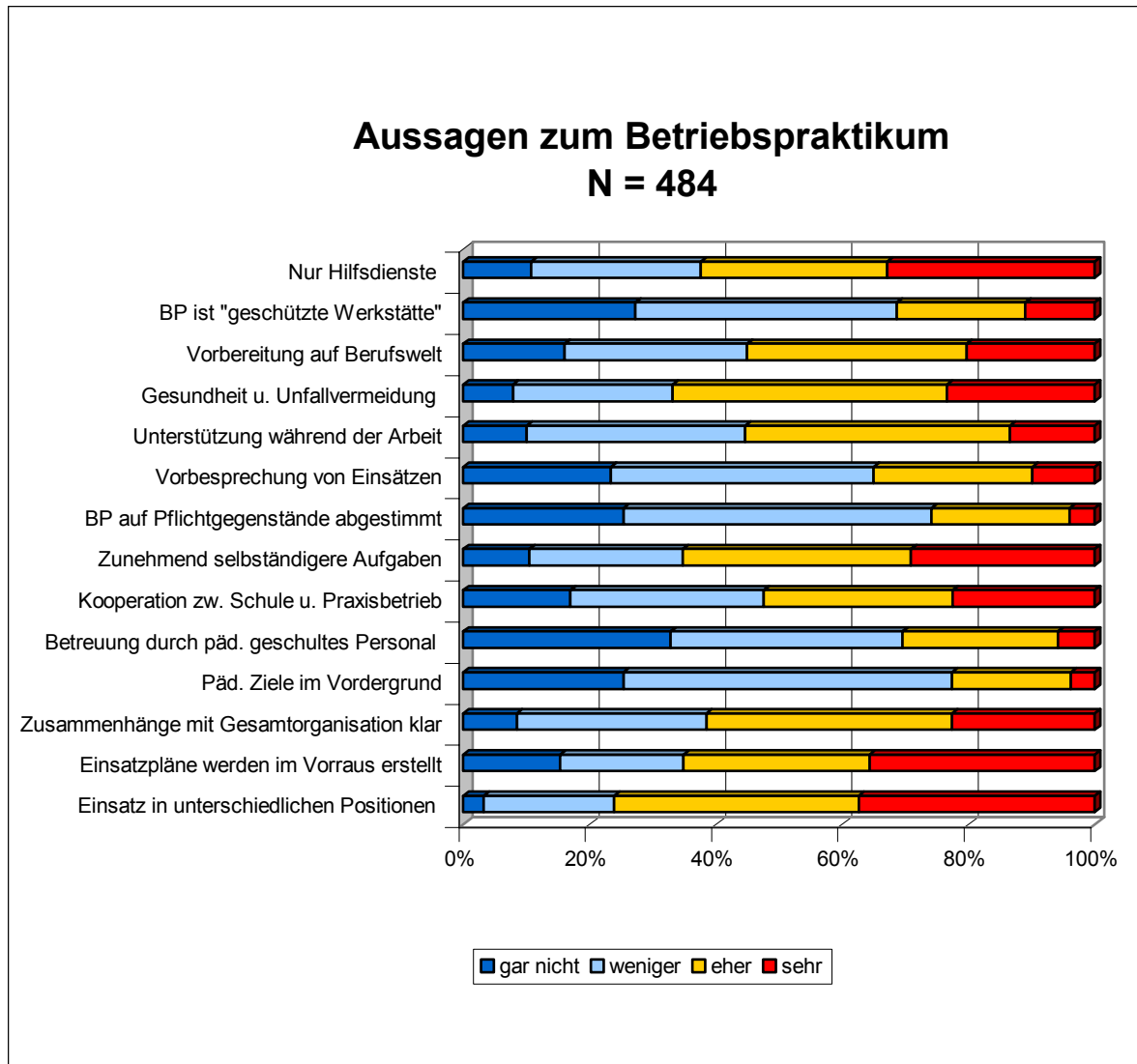
*„Dieses Fach gab es nicht so wirklich.“*



„Man sollte den Schülern das BP nicht mehr antun. Man wird wie ein Lehrling behandelt oder sogar noch ein bisschen schlimmer. Das war das Unnötigste, was es in dieser Schule gegeben hat.“

„Idee ist sehr gut, doch die Ausführung schlecht.“

Abb.59: *Beurteilung des Betriebspraktikums durch die HLT-AbsolventInnen*



Als Schwachpunkte des Betriebspraktikums sind die mangelhafte pädagogische Ausrichtung, die Abstimmung und Planung zwischen Schule und Betrieb und die Art der Tätigkeiten, für die die SchülerInnen herangezogen werden, erkennbar.

Dennoch stehen die meisten AbsolventInnen auch dem Betriebspraktikum positiv gegenüber, da es als eine gute Vorbereitung auf die Berufsrealität empfunden wird und man auch dort nicht immer ideale Voraussetzungen vorfindet.

*„Auch der Dienst in der Wäscherei und das Bügeln der Tischwäsche ist eine wichtige und sinnvolle Tätigkeit, die man beherrschen muss und nicht als Hilfsdienst ansehen sollte. Im Schulhotel jedoch durften die Schüler nur putzen.“*

*„BP find ich super. Toll, wenn man Theorie in Praxis umsetzen kann.“*

*„Man könnte das Schulrestaurant öffentlich zugänglich machen. Wäre realitätsbezogen.“*

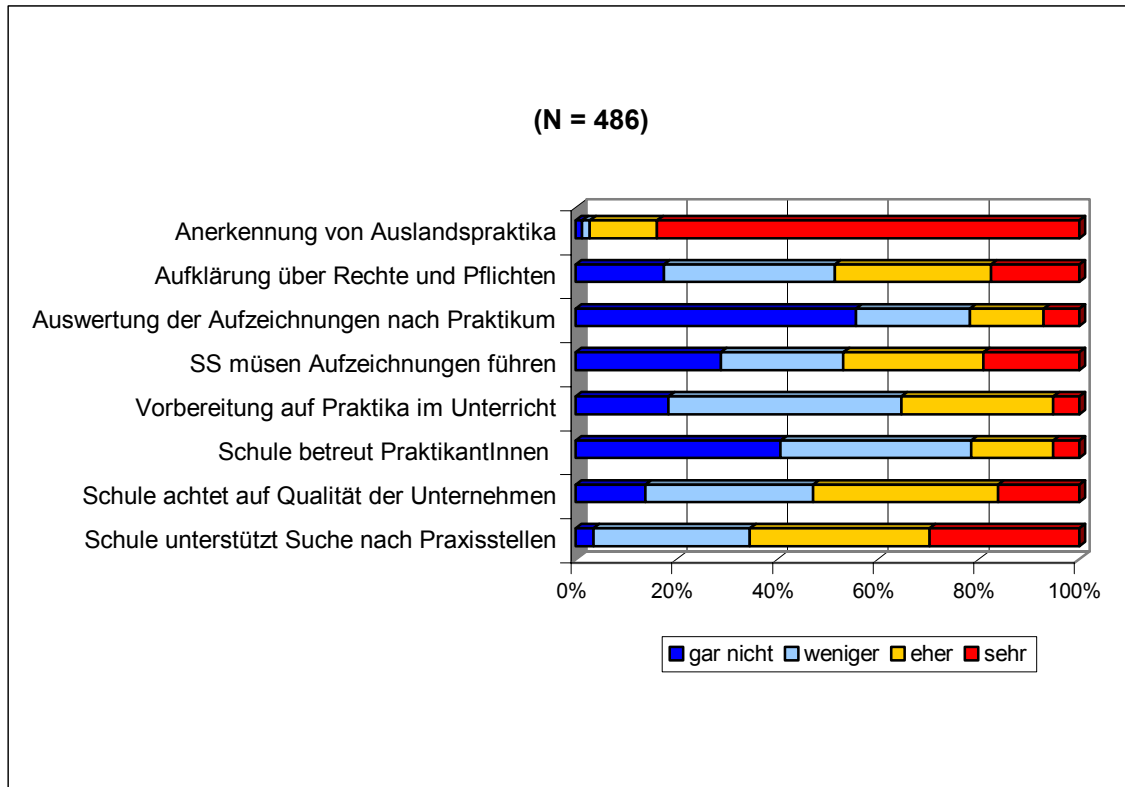
*„Bitte mehr selbständige Arbeiten! Nicht nur Hilfsdienste!“*

Einheitlich positiv dagegen ist die Einschätzung der Pflichtpraxis (zumeist Sommerpraktika, gelegentlich auch Winterpraktikum). So meinen 92,8% der HLT-SchülerInnen, dass durch die Absolvierung der Pflichtpraktika der Berufseinstieg sehr/ eher erleichtert wird.

Die Beurteilung über die *Betreuung der Pflichtpraktika durch die Schule* fällt bezüglich der einzelnen Kriterien eher unterschiedlich aus. Wirklich zufrieden sind die HLT-SchülerInnen auf jeden Fall mit der Tatsache, dass ihre Auslandspraktika anerkannt werden und im Allgemeinen damit, dass die Schule bei der Suche nach Praxisstellen Unterstützung bietet. Auch die Aufklärung der PraktikantInnen über ihre Rechte und Pflichten scheint zu klappen, alle anderen Kriterien werden in eher geringerem Maße positiv gesehen.

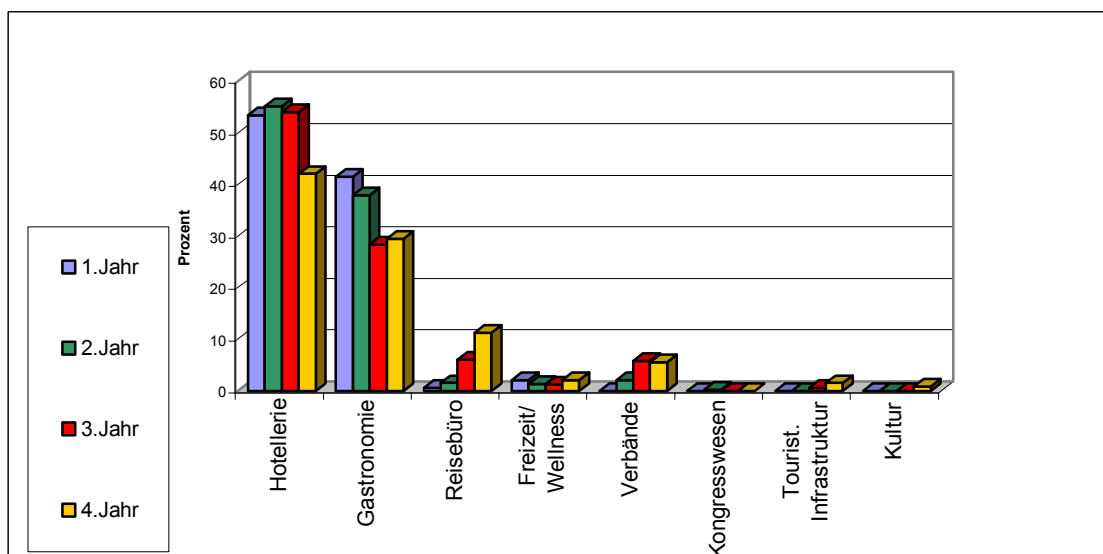
Nicht untersucht wurde die Aufklärung über versicherungsrechtliche und arbeitsrechtliche Aufklärung der SchülerInnen bei Auslandspraktika. Dies scheint jedoch nach Kommentaren der PraktikerInnen sowie Eltern- und Schülererfahrungen eine Thema für die Zukunft zu sein, da Auslandspraktika nicht zuletzt über die EU gefördert werden.

Abb. 60: *Betreuung der Pflichtpraktika durch die Schule (Sicht der HLT-AbsolventInnen)*



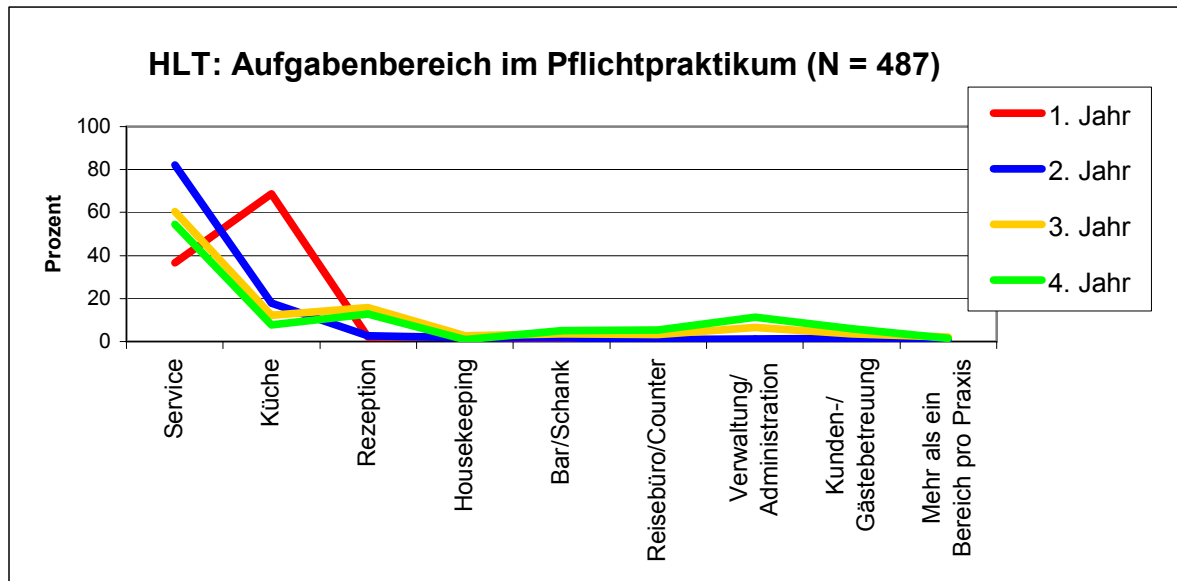
Während der Ferialpraktika arbeiten die SchülerInnen zum Großteil in Hotellerie und Gastronomie, nur vereinzelt bis gar nicht in Reisebüros, Tourismusverbänden oder im Kulturbereich. Dies bedeutet, dass sie eigentlich nur in einem sehr engen Segment der Ausbildung tätig sind.

Abb.60: *Unternehmen, in denen die HLT-AbsolventInnen Ferialpraktika absolvieren*



Auch ihre Beschäftigungsfelder beschränken sich im Wesentlichen auf Service, Küche und sehr viel seltener auf Front-Desk-Tätigkeiten (z.B. Rezeption, Schaltdienst im Reisebüro) und/oder Verwaltung/Administration. Hier herrscht sicherlich noch Aufklärungsbedarf sowohl für die SchülerInnen, aber auch bei den Unternehmen, für welche Bereiche die Ausbildung befähigt.

Abb.61: *Die Aufgabenbereiche der HLT-AbsolventInnen im Pflichtpraktikum*



Obwohl die SchülerInnen durch den Lehrplan zu vielen Wochen Praktikum verpflichtet sind, hat ein Drittel der HLT-AbsolventInnen noch zusätzliche praktische Erfahrungen im Tourismus erworben. Sie führen hier unter anderem die Teilnahme an durch die Schule vermittelten Einsätzen (z.B. bei Bällen oder Banketten), die Arbeit bei Catering-Firmen oder die Mithilfe im elterlichen Betrieb an.

## 7.2. Die praktische Ausbildung am Kolleg

Mehr als drei Viertel der Kolleg-AbsolventInnen hat vor dem Besuch des Kolleg eine AHS absolviert, das heisst keinerlei praktische Ausbildung erworben, und nur 13,1% geben bei den Gründen zur Entscheidung für eine Tourismusausbildung an, schon in diesem Wirtschaftszweig Erfahrung gesammelt zu haben (z.B. während eines Praktikums)(Vgl. Anhang 6).

Tab.26: *Tätigkeiten der Absolventinnen vor Besuch des Kolleg*

N = 175	AHS	HLW	HAK	Studium	war berufstätig	Sonstiges (z.B.Aupair)
Prozent	76,8	5,4	9,5	2,4	3,0	3,0

Dies bedeutet vor allem für die TeilnehmerInnen sowie die unterrichtenden LehrerInnen der Fachrichtung „Food & Beverage“ großen Erfolgsdruck, innerhalb von wenigen Semestern „eine fundierte gastronomische Ausbildung“ zu erreichen.

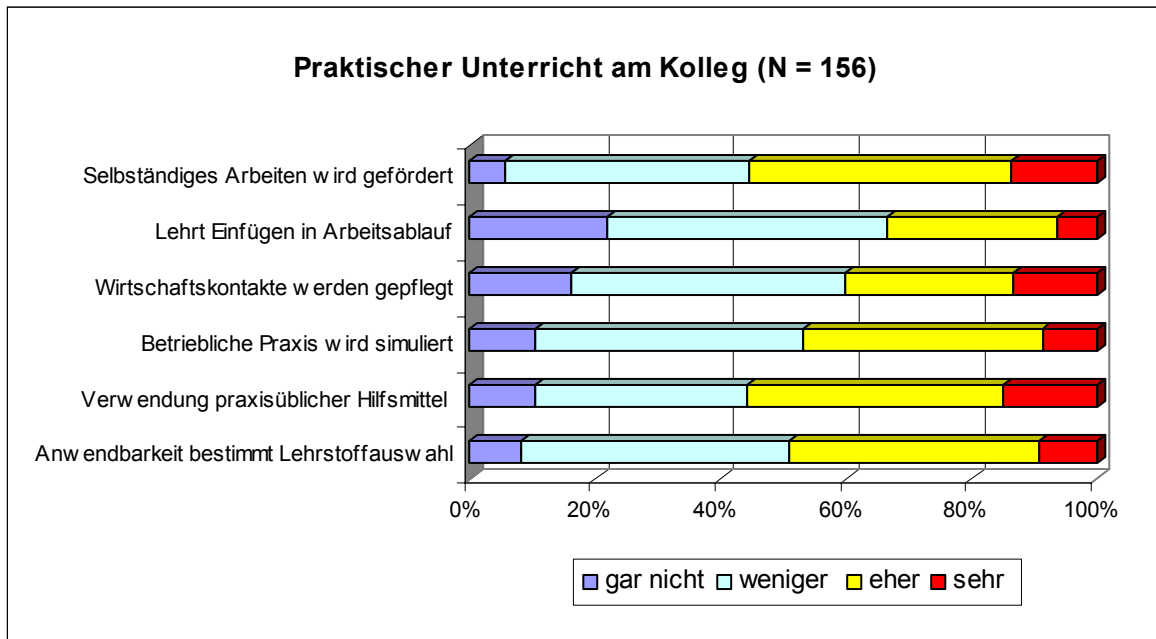
Einerseits wird die Situation dadurch erleichtert, dass die Ausbildung auf tourismusrelevante Unterrichtsgegenstände konzentriert ist, andererseits wird gerade die praktische Ausbildung dadurch erschwert, als das vierte Semester nicht mehr voll zur Verfügung steht, da die SchülerInnen die Abschlussprüfung in Service und Küche einige Zeit vor der theoretischen Prüfung ablegen und zudem ein beträchtlicher Teil der Unterrichtszeit der Betreuung der Projektarbeiten im ASP gewidmet werden muss.

Das höhere Alter der Kolleg-StudentInnen macht sie zweifellos kritischer als die SchülerInnen der HLT. Sie müssen eher nach dem Kriterium einer guten Mitarbeiterführung geleitet werden. Die vorher dargestellten Problematiken wirken sich daher in den Ergebnissen verschärft aus.

Die Kolleg-AbsolventInnen scheinen mit der praktischen Ausbildung nicht ganz zufrieden zu sein und beurteilen sie insgesamt negativer als ihre KollegInnen der HLT. Signifikant schlechter ( $p = .000$ ) fällt die Beurteilung bezüglich „Anwendbarkeit bestimmt die Lehrstoffauswahl“, „betriebliche Praxis wird simuliert“, „Einfügen in Arbeitsabläufe“ und „selbständiges Arbeiten wird gefördert“ aus.

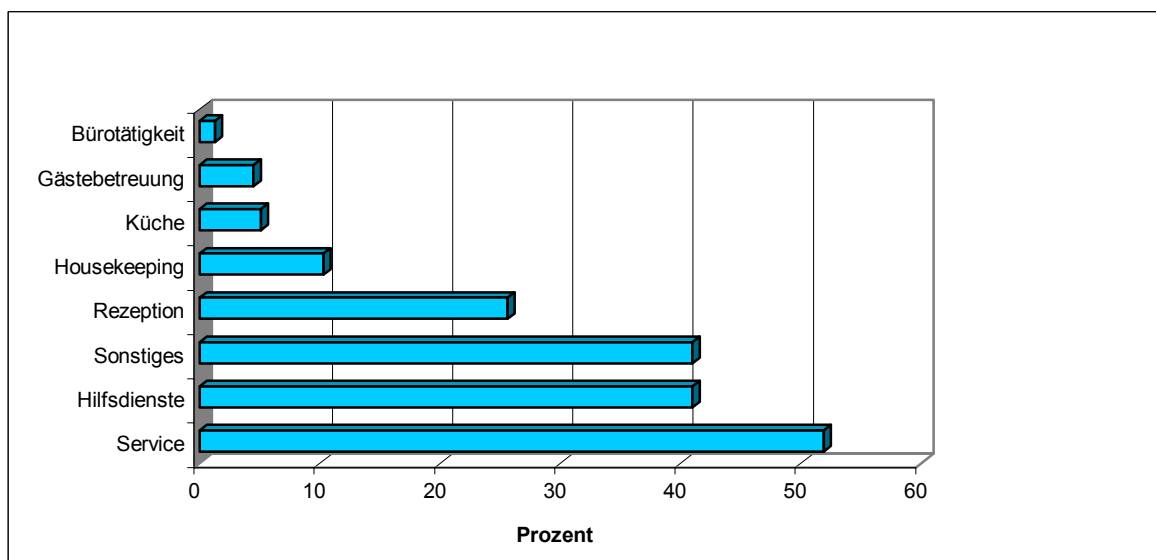
Dies mag einerseits in der komprimierten Ausbildung mit den bereits beschriebenen Problemen begründet sein. Andererseits sind die Kolleg-StudentInnen im Durchschnitt um einiges älter und in der Wahl ihrer Ausbildung zielorientierter, was wahrscheinlich auch zu klareren Vorstellungen über die Art und Weise der erwarteten Ausbildungseffizienz führt. Dass individuelle Erwartungen mit einer allgemein „passenden“ Ausbildung nicht immer deckungsgleich sein können, erklärt möglicherweise auch einen Prozentsatz der über die Ausbildung kritisch urteilenden AbsolventInnen.

Abb. 62: *Beurteilung des praktischen Unterrichts durch die Kolleg-AbsolventInnen*



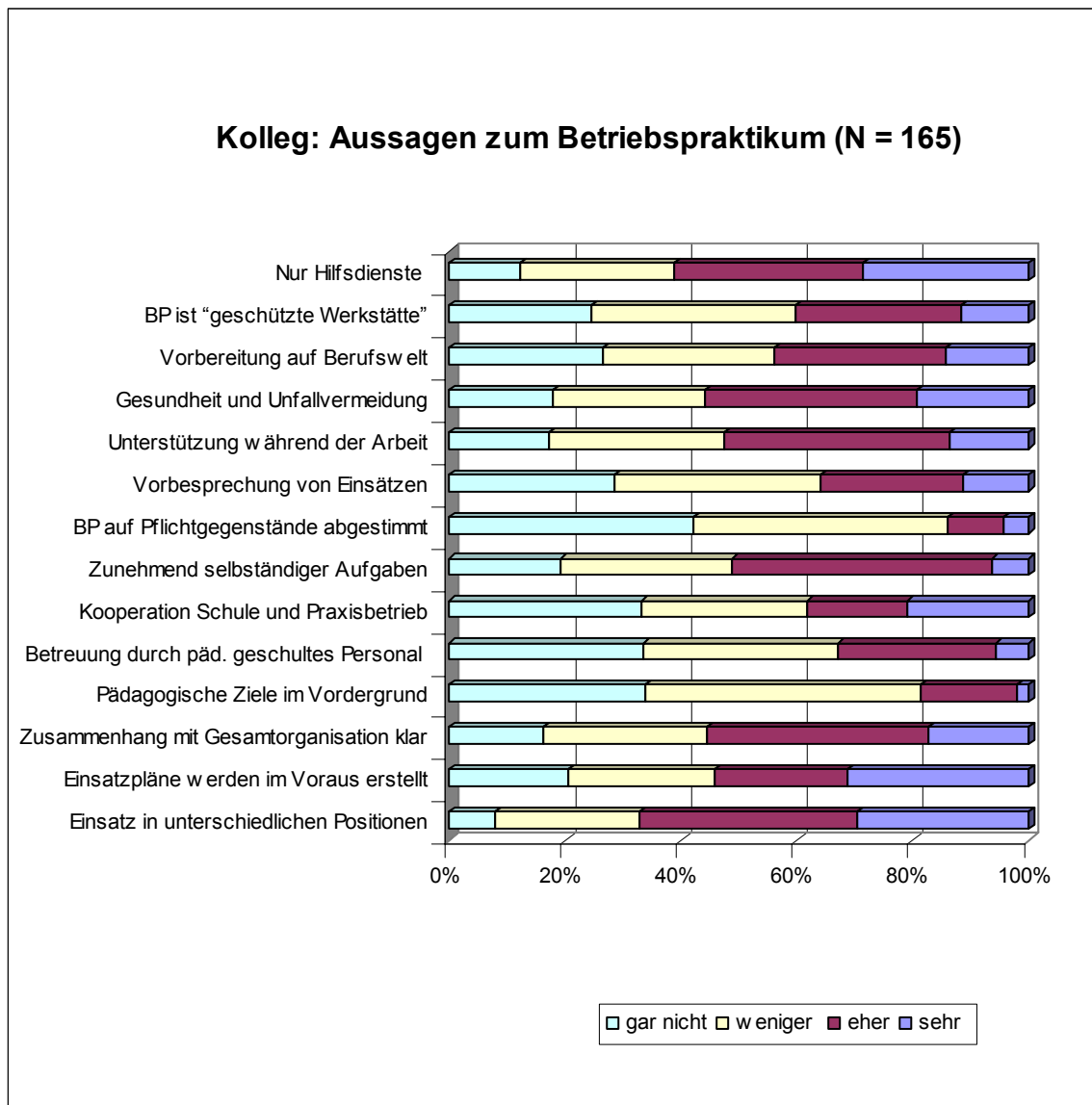
Ähnlich divergent fällt die Beurteilung des Betriebspraktikums durch die Kolleg-AbsolventInnen aus. Die Liste der „drei wichtigsten Tätigkeiten“ enthielt einerseits Angaben wie „Service, Rezeption, Küche“, andererseits auch Beschreibungen wie „Abstauben von Fensterbänken, Rezeption stehen und warten, Erdäpfel schälen in der Küche“.

Abb. 63: *Die drei wichtigsten Tätigkeiten im Betriebspraktikum des Kolleg (Mehrfachwahlen möglich)*



Auch die Bewertung der im Fragebogen vorgegebenen Items lässt die Unzufriedenheit der Kolleg-AbsolventInnen mit der Situation erkennen, wobei vor allem die massive Beschwerde über die offensichtlich nur sehr geringe Abstimmung zwischen Inhalten des BP und den einschlägigen Pflichtgegenständen auffällt. Stark kritisiert wird auch, dass im BP pädagogische Ziele nicht im Vordergrund stehen.

Abb.64: *Beurteilung des Betriebspraktikums durch die Kolleg-AbsolventInnen*

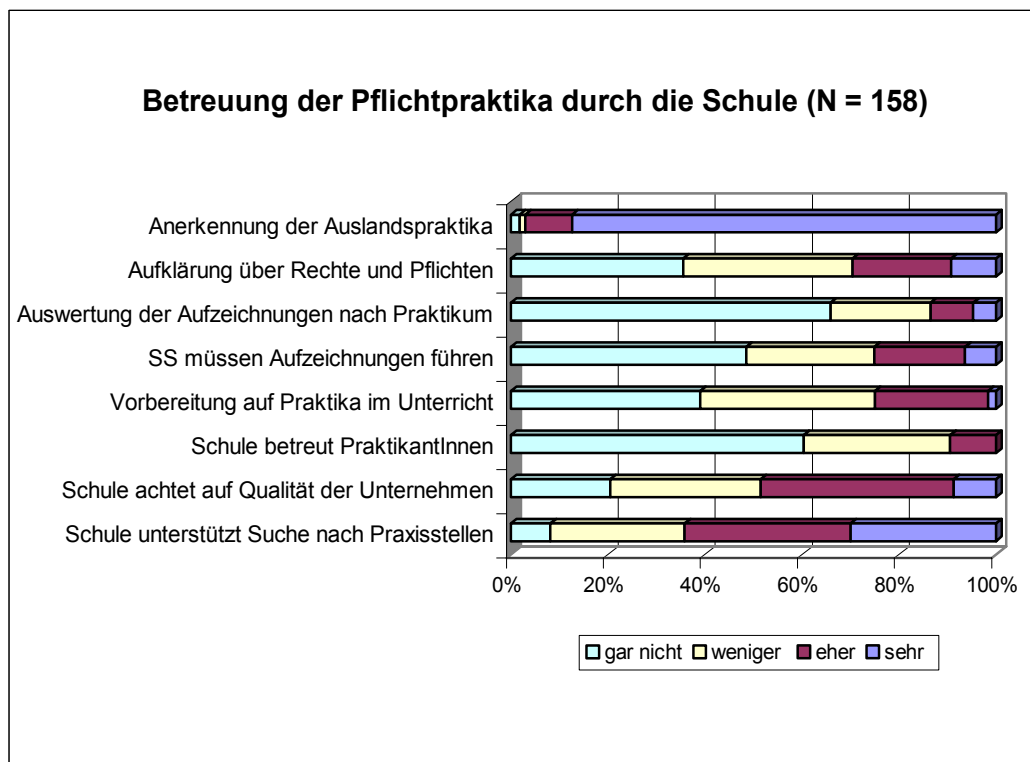


Im direkten Vergleich der Beurteilungen zwischen HLT- und Kolleg-AbsolventInnen fallen jene der Kolleg-AbsolventInnen auch bezüglich BP negativer aus. Die Unterschiede sind bis auf wenige Ausnahmen („zur Betreuung steht pädagogisch geschultes Personal zur Verfügung“, „die Einsätze werden konkret vorbesprochen“,

„die SchülerInnen werden während der Arbeit unterstützt und betreut“, „das BP ist eine „geschützte“ Werkstätte“ und „im BP werden die SchülerInnen nur für Hilfsdienste herangezogen“) signifikant (Signifikanzwerte liegen zwischen  $p = .000$  und  $p = .030$ )

Die im Vergleich zu den HLT-AbsolventInnen tendenziell negativere Beurteilung der Praxis ist auch bei der Einschätzung des Pflichtpraktikums, das die Kolleg-StudentInnen einmalig zwischen den beiden Ausbildungsjahrgängen absolvieren müssen, festzustellen.

Abb.65: *Betreuung der Pflichtpraktika (Sicht der Kolleg-AbsolventInnen)*



Ähnlich wie die HLT-AbsolventInnen arbeiten die meisten Kolleg-PraktikantInnen in der Hotellerie (57,1%), gefolgt von Gastronomie (20%). Ihr hauptsächlichster Tätigkeitsbereich liegt wiederum ähnlich wie bei den HLT-AbsolventInnen im Service (55,9%). An zweiter Stelle der Nennungen liegt bei den Kolleg-AbsolventInnen allerdings „Rezeption/ Front Office“ (22,4%). 14,1% arbeiten in der Verwaltung und erst dann 12,9% in der Küche.



Grundsätzlich sind auch die Kolleg-AbsolventInnen der Meinung, dass das Pflichtpraktikum dazu beiträgt, „*praktische Erfahrungen zu gewinnen*“ (38%) bzw. „*einen Einblick in die Arbeitswelt zu bekommen*“ (35,4%). Etwa jede/r fünfte AbsolventIn hatte das Gefühl, „*einen persönlichen/ privaten Nutzen*“ (23,4%) aus dem Praktikum zu ziehen.

Mehr als die Hälfte der Kolleg-AbsolventInnen haben wahrscheinlich auch aus diesen Gründen über das Pflichtpraktikum hinausgehend praktische Erfahrungen im Tourismus erworben. Manchen von ihnen mag auch ein einmaliges Praktikum für den Erwerb der für die spätere Berufsausübung nötigen Fähigkeiten und Fertigkeiten nicht ausreichend erschienen sein.

In diesem Punkt stimmen sie ziemlich mit den HLT-AbsolventInnen überein und meinen zu 85.6%, dass die Absolvierung von Praktika den Berufseinstieg erleichtert, schätzen die Bedeutung von Praktikumsnachweisen als Anstellungskriterium jedoch signifikant weniger wichtig ein als die HLT-AbgängerInnen (Vgl. dazu Seite 67).

### **7.3. Die praktische Ausbildung aus Sicht der LehrerInnen, SchulleiterInnen und LandeschulinspektorInnen**

Ein Katalog mit denselben oder ähnlichen Fragen zur Beurteilung der Praxisausbildung wurde auch den **LehrerInnen** unterbreitet. Obwohl für den praktischen Unterricht nur die PraxislehrerInnen und FachtheoretikerInnen zuständig sind, wurden auch Angehörige der anderen Lehrergruppen (Allgemeinbildende Gegenstände, SprachlehrerInnen, KommerzialistInnen, TextverarbeitungslehrerInnen) zum Thema „Praxisausbildung“ befragt, da sich in informellen Gesprächen mit Personen aus den Schulen der Eindruck ergab, dass von vielen Aspekten der gesamte Lehrkörper betroffen sein könnte.

Die meisten LehrerInnen haben zu den Kriterien Stellung genommen. Zum Betriebspraktikum meinte allerdings etwa ein Drittel, dass die Aspekte für sie „*schwer beurteilbar*“ sind.

Im Allgemeinen scheinen die LehrerInnen zumindest von einer gelungenen Kooperation zwischen Schule und Praxisbetrieb überzeugt zu sein: 72,9% der LehrerInnen sind damit „*eher (sehr) zufrieden*“. Positive Konsequenz der guten Zusammenarbeit scheint zu sein, dass es durch den Praxisunterricht doch nicht zu besonderen Störungen im Regelunterricht kommt, obwohl dies in informellen Gesprächen vor Durchführung der Erhebung als Kritikpunkt angeführt wurde.

Aussagen zu den Pflichtpraktika fielen den LehrerInnen nicht so schwer. Dies resultiert vermutlich daraus, dass 35% der LehrerInnen angeben, in ihrem Unterrichtsgegenstand genügend und weitere 48,5% zumindest gelegentliche Möglichkeiten haben, auf die Pflichtpraktika Bezug nehmen zu können. Diese Aussagen decken sich allerdings nur sehr wenig mit den Einschätzungen der AbsolventInnen.

Die Gesamtbeurteilung der praktischen Ausbildung an der Schule und des Pflichtpraktikums kann – getrennt nach Lehrergruppen – dem Anhang entnommen werden. (Vgl. Anhang 16)

Die Mehrheit der LehrerInnen äußert Zufriedenheit mit der Praxisausbildung in der derzeitigen Form und plädiert für ein unverändertes Beibehalten von Umfang und Inhalten.

Tab. 27: *Zufriedenheit mit Umfang und Inhalten der Praxisausbildung aus Sicht der LehrerInnen*

	<b>Praxisfächer</b> (N = 214)	<b>BP</b> (N = 207)	<b>Pflichtpraktika</b> (N = 217)
in der derzeitigen Form beibehalten	72,9%	72,0%	86,2%
abschaffen	0,9%	3,9%	0,9%
verkürzen	15,9%	20,8%	11,1%
erweitern	10,3%	3,5%	1,8%

Der Bezug zur Wirtschaft im Allgemeinen wird an den Schulen auch durch Kooperationen mit Betrieben, Firmenpräsentationen oder die Bearbeitung von Fallbeispielen im Unterricht hergestellt. Die Unternehmer leisten dazu gerne einen Beitrag (Vgl. dazu Seite 103).

**LandesschulinspektorInnen und SchulleiterInnen** hoben den hohen Stellenwert der Praxisausbildung innerhalb der Tourismusausbildung hervor und charakterisierten die unterschiedlichen Zielsetzungen:

*„Kernstück der Ausbildung!“*

*„... bringt den Schülern Erfolgserlebnisse!“*

*“... jedes hat seine eigene Bedeutung: die Praxisfächer Training von Fertigkeiten und Fachwissen, das BP die Simulation und die Praktika sind zur Ergänzung der Ausbildung.“*

Im Großen und Ganzen treten sie wie die LehrerInnen ebenfalls für Modifikationen und eher geringfügige Änderungen der Praxisausbildung ein.

Kritik wird teilweise am Betriebspraktikum geäußert. Probleme entstehen häufig aufgrund der fehlenden pädagogischen Schulung der MitarbeiterInnen in den Betrieben des BP. Außerdem sollten die inhaltlichen Zielsetzungen überdacht werden:

*„ ... im Betriebspraktikum sollten vor allem die Inhalte Richtung F&B-Controlling, Front Office und Eventmanagement verschoben werden und die Schüler sollten Tätigkeiten mehr eigenverantwortlich übertragen bekommen.“*

*„Die Zusammenarbeit mit den Betrieben ist nicht immer einfach.“*

*„Die Qualität des Betriebspraktikums hängt von der guten Betreuung durch die Lehrer ab.“*

*„Wir haben genaue Praxispläne. ....Der „Praxistag“ hat sich bestens bewährt.“*

Kontroversiell gesehen wird die Frage, ob die SchülerInnen weiterhin bereits zwischen dem 1. und 2. Jahrgang ein Ferialpraktikum absolvieren sollten oder nicht. Einige Standorte haben bereits positive Erfahrungen damit, erst später mit den Pflichtpraktika zu beginnen. In ihren Kommentaren zur Praxisausbildung plädieren auch einige AbsolventInnen für eine solche Abänderung der Praktikumsregelung.

*„Auf Wunsch der Wirtschaft führen wir im 1. Jahrgang noch kein Pflichtpraktikum durch. Da sind sie ihnen noch zu jung. Unsere Schüler haben dafür im 2. und 3. Jahrgang 12 Wochen und im 4. Jahrgang 8 Wochen Praxis. Läuft gut.“*

*„Das „Wiener Modell“ (Anm.: Pflichtpraktikum erst nach dem 2. Jahrgang) zeigt, je selbständiger die Arbeit, desto später kann man die Schüler dazu einsetzen. Das ist reifebedingt.“*

*“... wichtig wäre die zeitliche Flexibilisierung der Pflichtpraktika!“*

Für alle Bereiche der Praxisausbildung fasst eine LandeschulinspektorIn eine wesentliche Forderung und einen Appell an die Wirtschaft zusammen:

*„ ... auf jeden Fall müssen wir darauf achten, dass die Schüler nicht als billige Arbeitskräfte missbraucht werden.“*

Hier sind Entwicklungspotenziale für die Qualität der Praxisausbildung gesamt zu orten. Die hohe Bedeutung von Praxiserfahrungen wurde dargestellt, ebenso, welchen Nutzen die AbsolventInnen daraus ziehen. Hohe Divergenz ist in diesem Zusammenhang bei der Einschätzung des schulischen Betriebspraktikums feststellbar. Wenn es den Schulen gelingt, durch pädagogische Ausbildung der „Betriebspraktiker“ und durch motivierende Anreize den SchülerInnen den Wert einer konsequenten betrieblichen Ausbildung während der Schulzeit verständlich zu machen, so könnte es hier mittelfristig zu einer Korrelation der objektiven und subjektiven Wertigkeit kommen. Denn objektiv unterscheidet die in schuleigenen Betrieben gewonnene Ausbildung die Tourismusschulen eindeutig von den meisten anderen berufsbildenden Schulen Österreichs.

## **8. Die Frage für den Auftraggeber:**

### **„Lehrplanreform vs Lehrplanmodifikation?“**

Fragen zu einer Lehrplanreform waren in allen Untersuchungsteilen enthalten. Daneben war es auch Absicht der Untersuchung, „Betroffene zu Beteiligten“ zu machen, also durch Einbindung von AbsolventInnen, Wirtschaft und Lehrerschaft eine gute Basis für Neuentwicklungen zu schaffen.

Grundsätzlich besteht Zufriedenheit mit den Lehrplaninhalten. Das Postulat einer behutsamen Weiterentwicklung ist deutlich.

Gefordert werden strukturelle Maßnahmen, die zu höherer Flexibilisierung und damit zur schulautonomen Möglichkeit der Anpassung an aktuelle, oft nicht langfristig voraussehbare Veränderungen führen (der Zusammenhang mit dem 11. September 2001 wurde auch aus zeitlicher Nähe des Workshops vor allem seitens der Experten angeführt).

Inhaltliche Weiterentwicklungstendenzen beziehen sich vor allem auf die Bereiche Fremdsprachen, Kommunikation und Marketing.

Qualitätsentwicklung, kontinuierliche Verbesserung und Wertsteigerung gelten umso mehr als Grundsätze für Schulen (und Lehrpläne), als es deren Kernaufgabe ist, die bestmögliche Vorbereitung junger Menschen auf zukünftige Aufgaben anzubieten. Bildung soll stets aktuell sein. Logische Konsequenz für den Gesetzgeber ist es, sich regelmäßig mit der Novellierung bzw. Reform der Lehrpläne zu befassen.

Mit der Gliederung des Lehrplans in einen verpflichtenden Kernbereich und einen schulautonom frei gestaltbaren Erweiterungsbereich fand 1993 eine sehr radikale Erneuerung der Ausbildung im berufsbildenden Schulwesen statt.

Mit der vorliegenden Untersuchung sollte nicht nur der Erfolg dieses Lehrplans an sich evaluiert werden, sondern auch das Stimmungsbild bezüglich vorgesehener Reformen erhoben werden. Damit macht der Auftraggeber einerseits „Betroffene zu Beteiligten“,

indem er die Option eröffnet, Vorschläge, aber auch Bedenken zu äußern. Andererseits eröffnen die Ergebnisse des „Stimmungsbildes“ den zuständigen Stellen bereits die Möglichkeit, bereits im Vorfeld auf etwaige Ängste und Ressentiments einzugehen. Reaktionen auf die Durchführung der Lehrplanevaluation zeigen die Notwendigkeit eines behutsamen Vorgehens.

Mit Aspekten einer möglichen Lehrplanreform wurden alle Gruppen der Untersuchung befasst.

Die Vorschläge der **ExpertInnen** im Workshop und Internetforum waren einerseits geprägt durch ihre eigenen Erfahrungen mit MitarbeiterInnen und Anforderungen, welche sie an diese stellen bzw. durch ihre Vorstellungen darüber, wie sich die Tourismus- und Freizeitwirtschaft entwickeln wird.

*„ ... wenn an den Schulen das wirklich umgesetzt würde, was im Lehrplan steht, dann wären wir schon zufrieden“*, beschreibt eine Teilnehmerin eine Position, die innerhalb der Expertenrunde zu einer geplanten Lehrplanreform für die Tourismusausbildung eingenommen wurde.

Ein anderer legt die Gegenposition dar: *„Am besten wäre es, die Strukturen wie einen Knoten zu zerschlagen und völlig neu und visionär, sowohl organisatorisch als auch inhaltlich, die Ausbildung zu ändern. Dazu gäbe es viele gute Beispiele in anderen Ländern.“*

Positive (z.B. Fall der Mauer im Jahr 1989) wie negative (z.B. Terroranschläge in den USA am 11. September 2001) gesellschaftlich-politische Ereignisse können gerade im Tourismus kurzfristig zu Einflüssen führen, die selbst von erfahrenen Trendforschern kaum vorhergesagt werden können, dann aber nachhaltige Entwicklungen auslösen können.

Besonders wichtig ist es den Experten daher, dass die Ausbildung möglichst flexibel gehalten wird, um rasch auf Veränderungen und neueste Entwicklungen reagieren zu können:

„... eine Reform in der Ausbildung muss sich mehr auf die Strukturen beziehen und weniger auf die Inhalte, die ändern sich ständig.“

Der zur Vorbereitung des aktuellen Lehrplans verfasste Motivenbericht des Bundesministeriums beschreibt als *ein* Ziel der damaligen Lehrplanänderung genau diese Möglichkeit der Flexibilisierung und Individualisierung von Ausbildungsinhalten. (Vgl. „Mотивenbericht Lehrplan 1993“ des BMBWK zur Novellierung der Lehrpläne des humanberuflichen Schulwesens, 1992). Die schulautonomen Lehrplanbestimmungen verlangen für die Nutzung der schulautonomen Freiräume ein „...*an den Bedürfnissen der Schüler, der Schulpartner insgesamt sowie des schulischen, allgemein-kulturellen und wirtschaftlichen Umfeldes orientierten Konzepts*“. Die Berücksichtigung „*regionaler Besonderheiten*“ sowie „*aktueller Begebenheiten*“ bei der Auswahl der Angebote und in der Unterrichtsarbeit wird im Lehrplan ausdrücklich gefordert.

Zur Erhebung gewünschter Ausbildungsinhalte wurden die **Personalverantwortlichen** gebeten, aus einem „Pool“ von möglichen Unterrichtsgegenständen diejenigen auszusuchen, von denen sie meinen, dass sie bei einer Lehrplanreform unbedingt berücksichtigt werden müssten, damit die zukünftigen AbsolventInnen möglichst gut im Berufsleben bestehen können. Die Befragten wählten dazu nach dem Titel, ohne Zusatzinformationen über mögliche Inhalte aus. (Gesamtübersicht siehe Anhang 17)

Tab.28: *Die zehn wichtigsten Unterrichtsgegenstände aus Sicht der Personalverantwortlichen (Mehrfachwahlen möglich)*

Unterrichtsgegenstand	Nennungen in Prozent (N = 873)
1. Englisch	92,7
2. Kommunikation und Rhetorik	91,5
3. Zweite lebende Fremdsprache	88,8
4. Marketing	88,1
5. Rechnungswesen und Controlling	88,0
6. Geographie	86,9
7. Betriebspraktikum	86,3
8. Deutsch	84,2
9. Textverarbeitung	83,8
10. Verkaufen und Verhandeln	79,3

Das Beurteilungskriterium „mehr“, nach dem die **AbsolventInnen** die Unterrichtsgegenstände geordnet haben, kann im Kontext einer Lehrplanänderung ebenfalls in ähnlicher Weise zur Interpretation herangezogen werden, was nicht heisst, dass die anderen Gegenstände bedeutungslos wären.

Die Ergebnisse der Absolventenbefragung decken sich weitgehend mit den Wünschen der UnternehmerInnen. Beide fordern *mehr* Sprachen und Tourismus&Marketing. Auf die Frage, welche Inhalte sie sich gewünscht hätten, die zur Zeit ihrer Ausbildung nicht angeboten wurden, stehen spezielle Inhalte der Sprach- und EDV-Ausbildung, Management und Persönlichkeitsbildung an vorderster Stelle.

46,4% der **LehrerInnen** stellen fest, dass die aktuellen Lehrpläne von HLT und Kolleg „recht zufriedenstellende Möglichkeiten“ bieten, etwa genauso viele (47,7%), dass „die derzeitigen Lehrpläne überarbeitet gehören“. Die Antworten der LehrerInnen auf die Detailfragen zu eventuell notwendiger Überarbeitung zeigen folgende Tendenz:

Tab.29: *Lehrplanreform aus Lehrersicht*

<b>Im Zuge einer Lehrplanreform gehört überarbeitet:</b>	<b>Ja</b>
Die Studentafeln (N = 210)	60,5%
Die Reife- und Diplomprüfung (N = 206)	32,0%
Aufbau/ Organisation der Tourismusausbildung (N= 194)	26,8%

Die breite Streuung und Vielfältigkeit der Kommentare der LehrerInnen zeigt, wie regional und individuell unterschiedlich die Ansätze sind. Wie im Vorschlag zum neuen HLW-Lehrplan vorgesehen, könnte auch für die Gestaltung der Ausbildung an Tourismusschulen ein noch größerer Freiraum bei Ausmaß und inhaltlicher Nutzung der Schulautonomie die Lösung sein.

Das eigentliche Fachtraining im Tourismus erfolgt heute in vielen Fällen durch die Betriebe selbst: in zahlreichen Schulungen und Kursen werden die künftigen MitarbeiterInnen mit den Produkten und/oder Dienstleistungen des Hauses, mit den Geschäftsumständen, der Firmenphilosophie und anderem mehr vertraut gemacht. Dies betrifft Hotelketten ebenso wie die Systemgastronomie oder die Reiseindustrie.



52,8% der **Personalverantwortlichen** bejahten die Frage, ob sie in ihrem Unternehmen firmeninterne Weiterbildung anbieten, die ihrer Meinung nach die schulische Ausbildung ergänzt (48,2%) und/ oder um Spezialwissen erweitert (47,8%).

Ein Befragungsteilnehmer fasst die Bandbreite der Angebote zusammen:

*„... sehr große Themenauswahl. Wir decken mit unseren internen Schulungen ziemlich alle Bereiche ab, die notwendig sind. Von EDV über Praxisseminare bis hin zu Persönlichkeit und Managementtools...“*

Rund ein Drittel der AbsolventInnen hat seit dem Abschluss an Weiterbildungsmaßnahmen teilgenommen, hauptsächlich aus eigenem Interesse (77,9%). Gründe für den Besuch waren unter anderem „*fehlende Kenntnisse*“ (44,9%) oder „*zur Spezialisierung*“ (42,1%).

Vor diesem Hintergrund ist die detaillierte produktionstechnische Ausbildung der österreichischen Tourismusschulen (Ernährungslehre, Getränkekunde, Küchen- und Restaurantorganisation, Servierkunde etc.) zu hinterfragen.

Die **LandesschulinspektorInnen und SchulleiterInnen** setzen sich ebenfalls für eine moderate Lehrplanreform („*nichts übereilen*“) ein, stellen aber übereinstimmend Anpassungs- und Nachjustierungsbedarf fest.

*„ ... einiges entrümpeln!“*

*„Doppelgleisigkeiten vermeiden!“*

Sie treten vor allem mehrheitlich für eine Stärkung der Schlüsselqualifikationen und Kreativität der SchülerInnen ein, warnen davor, Allgemeinbildung zu reduzieren und wollen Fremdsprachen- und EDV-Kompetenzen gefördert sehen. Wie alle anderen Gruppen der Untersuchung (AbsolventInnen, LehrerInnen, Wirtschaft) betonen auch die LSI und SL, dass am hohen Ausmaß an praktischer Ausbildung nichts verändert, höchstens die Art und Weise modifiziert werden sollte.

*„Bei der Gestaltung der Studentafel dürfen wir nicht nur nach der Wirtschaftspfeife tanzen. Vor allem die Naturwissenschaften sollten nicht so stiefmütterlich behandelt werden. Chemie hat ohnehin viel mit Ernährung zu tun.“*

*„ ... mehr Flexibilität bei den Ferialpraktika, da sollte je nach Standort auch ein Winterpraktikum möglich sein!“*

*„ ... mehr Kultur- und Allgemeinbildung, aber nicht zu Lasten der Praxis!“*

*„... könnte man nicht manche Gegenstände zusammenlegen? Zum Beispiel Getränke in ein anderes Fach integrieren.“*

Zur Umsetzung ihrer Vorstellungen meinen sie, dass es notwendig sein wird, die Lehreraus- und –weiterbildung sowie die gesetzlichen Grundlagen zu reformieren. Das Gelingen der Reformen wird nicht zuletzt auch von möglichst optimalen Rahmenbedingungen abhängen.

*„Der Direktor braucht Personalhoheit.“*

*„ ... ich möchte externe Lehraufträge an Praktiker und Experten vergeben dürfen..“*

*„ ... ein Teil meiner Lehrer geht im Sommer auf Praxis – zum Beispiel an die Rezeption. Das sollte verpflichtend werden.“*

*„...das große Problem mit der EDV-Ausbildung sind die hohen Softwarekosten. Da bräuchten wir eine zentrale Lösung!*

*„ ... Teamteaching, noch mehr Projektunterricht, Blockunterricht, Module, alle Fächer mit Computerunterstützung – nur so wird es gehen...!“*

*„Was wir brauchen sind Konzepte, einen Bildungsentwicklungsplan.“*

## 9. Zusammenfassung und Ausblick

### 9.1. Eingesetzte Instrumente und Rücklaufquoten

Das Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur hat die Evaluation des HLT-Lehrplans '93 als Folgeuntersuchung für die erfolgte Evaluierung des HLW-Lehrplans '93 durch das Forschungsinstitut für Organizational Behavior der Universität Salzburg in professioneller Weise durchführen lassen. Das Forschungsinstitut hat dafür auf den in der vorherigen Untersuchung aufbauenden Ergebnissen eigene Befragungsinstrumente entwickelt und nach statistischen Methoden aussagekräftig analysiert. Neben den fix angestellten MitarbeiterInnen aus dem wissenschaftlichen Bereich des Instituts wurden zwei graduierte OrganisationspsychologInnen mit der Datengruppierung, Datendarstellung und –auswertung mittels Werkvertrag beschäftigt. Mehrere ForschungspraktikantInnen wurden zur Unterstützung eingesetzt.

Das Untersuchungssample an *AbsolventInnen* war gegenüber der HLW-Untersuchung (fast 2000 AbsolventInnen) nochmals deutlich höher. Eine hohe Anforderung war es, zwei Absolventenjahrgänge zu untersuchen. Der Datenvergleich erhöhte jedoch die Aussagekraft nochmals beträchtlich und lieferte auch Material für weitere Untersuchungen, die mit relativ geringem Aufwand durchführbar wären.

Die Rücklaufquote von etwa 35% kann als gut bezeichnet werden. Sie zeigt das große Interesse der AbsolventInnen, bei Verbesserungen in der Ausbildung nachfolgender Schülergenerationen mitzuwirken. Die Absolventenbeiträge sind durchgängig von einer der Studie gegenüber sehr positiven Grundstimmung geprägt. Wenn Kritik an Ausbildungsinhalten geäußert wird, so geschieht das mit dem deutlich spürbaren Motiv, einen Beitrag zur Veränderung zu leisten. Diese Erfahrung von Wertschätzung kann in Hinblick auf weitere Untersuchungen sicher gut genutzt werden, wissen doch die Absolventen am besten, was sie gelernt haben und davon jetzt in ihrem Berufsfeld anwenden können. Die Verbesserungsvorschläge sind durchaus kreativ und voller Möglichkeiten. Die im Vergleich noch höhere Rücklauf-Quote in der HLW-

Untersuchung (45%) ergibt sich möglicherweise aus den Berufsfeldern mit hoher Arbeitsplatzfluktuation, saisonalem Beschäftigungsdruck und Auslandsaufenthalten, die Zustellungsprobleme nach sich ziehen.

Zur Befragung der *Personalverantwortlichen* wurde das Instrument eines Internet-Fragebogens entwickelt und die technische Umsetzung durch ein Personalinstitut veranlasst. Durch den direkten Transfer der Daten in die Datenbank wurde der Fragebogen anonymisiert. Das angeschriebene Sample von etwa 5500 Personalverantwortlichen und ein Rücklauf von mehr als 1300 Antworten ergaben Aussagen, welche in ihrer Quantität und Qualität für das Schulwesen erstmals für die HLW nutzbar gemacht wurden. Die positiven Erfahrungen in dieser Studie führten zur Weiterentwicklung und zur Schaffung eines Online-Forums, in dem Experten nach einem „Kick off – Workshop“ die Möglichkeit zur Vertiefung der angeschnittenen Themata haben sollten.

Internetforen und Chatrooms sind beliebte Kommunikationsmittel nicht nur für junge Menschen, sondern für eine breite Schicht der Bevölkerung. Das Glockensignal beim Einlangen neuer Nachrichten fasziniert nicht nur das Leben der „Kids“, sondern verführt auch Manager dazu, in heißesten Besprechungen neugierig einen Seitenblick zu wagen, wer da wohl geschrieben hat

Hohes Engagement in Präsenzphasen divergierte augenfällig mit geringer Bereitschaft oder zeitlicher Verfügbarkeit, sich längerfristig mit einer Problematik zu beschäftigen. Hoher persönlicher Betreuungsaufwand seitens des Projektteams war die Folge, um die Expertise zu sichern. Beigeschaltete Maßnahmen sind für die Wiedereinsetzung des Instruments von Beginn weg mitzuplanen, das sich an sich gerade für nicht kongruente Gruppen mit einem jeweils mitgliederbezogenen engen Zeitplan als ideal anbietet.

Das für die Untersuchung erreichte Ergebnis war den Aufwand wert, sollte jedoch den Hinweis geben, die Arbeitsformen der Branche in einer eigenen Untersuchung zu evaluieren. Ansätze dazu werden in der vorliegenden Studie gegeben. Es werden Hinweise auf Entwicklungspotenziale, auch im IT-Bereich, ablesbar, welche der Qualitätsentwicklung dienlich sind.

In einem dritten Abschnitt wurden die 1219 *LehrerInnen* der 21 Schulstandorte hinsichtlich Lehrplanzufriedenheit und -umsetzung, Ausbildungsschwerpunkten und Öffentlichkeitsarbeit befragt. Hier wurde wie für die AbsolventInnen das konservative Instrument des gedruckten Fragebogens angewendet. Die Rücklaufquote betrug knapp über 20 %, was grundsätzlich erfreulich ist, jedoch unter den 30% der HLW-Untersuchung liegt. Begleitmaßnahmen, wie sie bei der HLW-Untersuchung zu einer Erhöhung des Rücklaufs erfolgreich waren, griffen bei der Gruppe der LehrerInnen an Tourismusschulen kaum.

Alle verwendeten Instrumente wurden zunächst in Pilotuntersuchungen geprüft. Dafür wurden die AbsolventInnen und LehrerInnen der Tourismusschule Modul, Wien19, Peter-Jordan-Straße ausgewählt.

Alle *LandesschulinspektorInnen*, die sich zum Zeitpunkt der Umfrage im Dienst befanden, wurden in persönlichen Gesprächen interviewt, ebenso die *SchulleiterInnen* aller 21 Schulstandorte (durchschnittliche Interviewdauer 1,5 Stunden, also deutlich höher als bei HLW).

## **9.2. Zusammenfassender Überblick über die Ergebnisse**

Betrachtet man das gesamte Sample von mehr als 2 000 beantworteten Fragebögen und Interviews, so darf die Untersuchung durchaus als repräsentativ bezeichnet werden. Die Tourismusschulen haben ein klar definiertes Ausbildungsprofil, noch klarer positioniert scheinen jedoch die früheren Höheren Lehranstalten für „Fremdenverkehrsberufe“ (Schulbezeichnung bis zur Reform 1993) gewesen zu sein. Der – kleine – schulautonome Bereich trägt maßgeblich zur Zufriedenheit der am Schulgeschehen Beteiligten bei.

Reformen struktureller Art sollten die Einbeziehung neuer Informationstechnologien, Textverarbeitung, Marketing sowie die praktische Ausbildung, im Besonderen das Betriebspraktikum, betreffen. Der projektorientierte Lernprozess findet aus Sicht der

Experten besonders nachhaltige Betonung. Entsprechende Begleituntersuchungen sind aus Sicht der Projektgruppe zu empfehlen.

Wesentliches Kriterium für das Gelingen einer vor allem von innen stattfindenden (qualitativen) Schulreform betreffen die Fortbildung der Lehrerschaft sowie die „Monopolstellung“ der Pädagogischen Institute. Derzeitige Fortbildung ist nicht immer unterrichtsrelevant zu sehen.

Maßnahmen zur Qualitätssicherung sind von Anfang an in alle Reformen einzubinden. Dazu ist es nötig, entsprechende Konzepte zu schaffen. Derzeit ist sowohl das Wissen über praktische Qualitätssicherungsmaßnahmen sowie über die Handhabung der Instrumente nur gering ausgeprägt. Qualitätssicherungsmaßnahmen sind in diesem Zusammenhang nicht nur Output-Kontrolle, sondern gezielte Steuerungsmaßnahmen auf allen Ebenen der Schulhierarchie.

Die Untersuchung hat ergeben, dass die Intentionen des Lehrplans sich nicht maßgeblich in vor- oder nachgeschalteter Lehrerausbildung niederschlagen. Projektorientiertes Arbeiten, fächerübergreifendes Unterrichten, Präsentationstechnik und Öffentlichkeitsarbeit, aber auch Rhetorik stellen Grundfertigkeiten dar, welche aus der Wirtschaft nachgefragt werden. Entsprechendes konzertiertes Vorgehen in der Ausbildung ist notwendig. Es wird diesbezüglich auf den gut erforschten Bereich des „problem based learning“ verwiesen und auf bildungsrelevante Projekte im In- und Ausland.

Die Zahl der Ausbildungsschwerpunkte erhöht sich laufend. Die Tourismusschulen beschreiten im Vergleich zu den HLW jedoch eher einen klassischen Weg. Es werden daher eher wenige Schwerpunkte gewählt, die im Vergleich höhere Berufsrelevanz haben (vor allem der Schwerpunkt „Touristisches Management“). Die Seminare erhalten durchwegs gute profilbildende Zensuren.

Von allen Unterrichtsbereichen verdient die Sprachausbildung besondere Untersuchung. Der Wirtschaftsbezug der Sprachen wird im Lehrplan gefordert, das CEBS (Center für berufsbezogene Sprachen) bildet Lehrer dafür aus und nimmt Prüfungen von Schülern ab. Die Wichtigkeit und inhaltliche Zielsetzung seitens der Wirtschaft scheinen aber tendenziell nicht deckungsgleich zu sein.

Hinsichtlich ihrer integrativen Funktion gebührt weiters der EDV-Ausbildung besondere Beachtung. Diese bezieht sich hier sowohl auf die Gruppe der Lehrenden als auch der Unterrichteten. Solide Anwenderkenntnisse der modernen Kommunikationstechnologien bei allen LehrerInnen bilden die Grundlage einer profunden Ausbildung der Schüler. Die Evaluierung ihres Ausbildungsstands wird daher für eine weitere Untersuchung vorgeschlagen. Daraus können sich dann Maßnahmen für eine flächendeckende EDV-Ausbildung der Lehrer ableiten.

Größere Zusammenarbeit, Flexibilität von Schulen und LehrerInnen bei gleichzeitig immer höherer Autonomie erfordern klar strukturierte Informationsflüsse. Die Privatwirtschaft hat die Forderung nach strukturiertem Wissensmanagement als erfolgsrelevanten Faktor von mittleren und größeren Unternehmen erkannt. Spezifische Weiterbildungsangebote, die Nachfrage nach entsprechend ausgebildeten Beratern und die Implementierung diesbezüglicher Strukturen in den Unternehmen belegen dies. Die Möglichkeiten und die Rahmenbedingungen zur Schaffung von MIS (Management of Information Systems) für das komplizierte und hierarchische System Schule sind in Hinsicht auf Informationsfluss und notwendige Rückmeldungen zu untersuchen. Dazu sind auch Dokumentation und Zugriffsmöglichkeit auf Daten in ihrer Strukturiertheit und Systematik zu untersuchen.

Abschließend sei noch darauf hingewiesen, dass viele Schulen sehr konkrete Dilemmata sehen, die system- und lehrplanbedingt sind. Hier seien als Beispiele der Unterricht in den Ausbildungsschwerpunkten angeführt, für die es keine konkreten Lehramtsabschlüsse gibt, oder die Schwierigkeit der SchulleiterInnen, die die Bedeutung solider EDV-Ausbildung unter Einsatz moderner Hardware kennen, aber gleichzeitig mit knappen Budgets zu kämpfen haben. Die professionelle Erhebung der wesentlichen Problemfelder aus der Sicht der Schulen macht ein gezieltes Vorgehen zur Lösungserstellung erst möglich.

### **9.3. Folgeprojekte der Untersuchung**

Die Zwischenergebnisse der Studie wurden laufend mit den fachlichen KonsulentInnen evaluiert. Dadurch wurden den Beteiligten auch neue Zusammenhänge zwischen Ausbildung und Berufstätigkeit klar und Fragen aufgeworfen, die wesentlich über die in Auftrag gegebene Studie hinausgehen.

Die Stärke der Tourismusschulen ist ihre auf die Bedürfnisse der Wirtschaft ausgerichtete Ausbildung. Daher konnten auch aus den Expertenworkshops nicht nur Erkenntnisse über deren Anforderungen an die Bildung gewonnen werden, die Experten haben sich vielmehr auch intensiv mit den Hauptproblemen beschäftigt, die sie für die Zukunft der Branche sehen.

Gerade dies sind die Themen, die der Auftraggeber bei Reformen berücksichtigen muss, deren Auswirkungen frühestens 7, wahrscheinlich aber erst in 10 Jahren zum Tragen kommen. Eine Evaluierung aufgrund bereits vorliegender Antworttendenzen wurde vorgenommen, Folgeuntersuchungen werden zur definitiven Klärung nötig sein.

#### **9.3.1. Tourismus – „eine Durchgangsbranche“?**

Von den Beschäftigten im Tourismus bleiben nur ca. 35 % direkt in der Branche tätig (Vgl. Statistik Austria, WKÖ). 10 Jahre einschlägiger Tätigkeit sind im Durchschnitt genug.

Betrachtet man die Rahmenbedingungen, so ist es eigentlich erstaunlich, dass die Tourismusberufe einen so hohen Zulauf haben. Die Beschäftigten arbeiten dann, wenn andere Menschen frei haben. Feiertage und „hohe Festtage“, wie sie für den Großteil der Österreicher „heilig“ sind, werden in Gastronomie und Hotellerie als Hauptbeschäftigungszeiten mit Urlaubsverbot belegt. Es wundert dann nicht, wenn Touristiker nach den „Wanderjahren“ und der Familiengründung gerne die Chance wahrnehmen, einen Beruf mit geregelter Arbeitszeit zu ergreifen. Insider der Branche



berichten, dass vor allem folgende Gründe für Arbeitsplatz- und Berufswechsel angeführt werden:

- Festtage wie Weihnachten mit der Familie verbringen wollen
- Mit den Kindern in den Ferien Urlaub machen wollen
- Geregelte Arbeitszeiten, um Abende mit der Familie verbringen zu können
- Einen gesicherten Dauerarbeitsplatz zu haben anstatt „Saisonpendler“ zu sein
- ...

Die angeführten Argumente treffen in erster Linie auf das gastronomische sowie das im Hotel tätige Personal zu. Aus den Betriebsstatistiken (Vgl. Seite 7) ist erkennbar, dass sowohl die überwiegende Zahl der Beschäftigten als auch die überwiegende Zahl touristischer Betriebe in diesen Sparten angesiedelt sind. Sparten mit nicht antizyklischer Beschäftigung (etwa Reisebüro, Reiseveranstalter) sind vergleichsweise dünn besetzt und auch bei geforderter hoher Ausbildung oft geringer bezahlt.

Der Reiz für viele junge Menschen an einer Tätigkeit im Tourismus ist die Chance, an Orten und mit Menschen zu arbeiten, die gerade Urlaub machen. Das Freizeiterlebnis der eigenen touristischen Erfahrung wird als Erwartungshaltung auf die künftige Tätigkeit übertragen (Vgl. Anhang 6). Die Verquickung von Arbeit und Freizeit bietet dann auch gerade für Alleinstehende eine sonst nicht erlebbare Arbeits- und Lebensqualität. Genau diese Gründe werden aber bei Veränderung des Familienstands dann als Problembereiche gesehen und angeführt.

Wenn es also darum geht, dass Mitarbeiter länger in der Branche tätig sind und damit ihre Erfahrung zum Nutzen des Unternehmens einbringen, so gilt es, längerfristig Beschäftigungsmodelle zu entwickeln, die dem Mitarbeiter eine Weiterentwicklung seiner Arbeitsformen und seiner Arbeitszeit ermöglichen. Dies muss auch auf der Führungsebene möglich sein. Konsortionale Führung von Hotels, präzise Delegierungen von Aufgaben mit entsprechenden Feedback- und Kontrollsystemen können durchaus angedacht werden. Neue Varianten des Schichtbetriebs, der eigentlich bei touristischen Dienstleistern häufig notwendig wäre und auch verwirklicht ist, sind vorstellbar. Dazu haben andere Branchen, etwa die produzierende Industrie und die Kfz-Branche Modelle entwickelt, welche sowohl kostensparend sind als auch

die Mitarbeiterzufriedenheit erhöhen und somit die Verbleibsdauer in der Branche verlängern können.

Die Verbleibszahlen für Mitarbeiter aus dem Bildungshintergrund des Dualen Systems und solchen mit schulischer Ausbildung liegen im Tourismus etwa gleich hoch (Vgl. Statistik Austria, WKÖ). Dies erstaunt zunächst, da hypothetisch angenommen wurde und auch durch die Experten vermutet wurde, dass die duale Ausbildung mit ihrem auf ein Berufsfeld ausgerichteten Bildungsziel („Monotrack“) den Berufswechsel erschwert, während ebenso hypothetisch häufig eine mangelnde Bereitschaft von SchulabsolventInnen zum „Anpacken“ als Grund für das Verlassen der Branche angeführt wurde.

Offensichtlich führen sowohl die Ausbildung als auch die Berufstätigkeit im Tourismus zur Entwicklung von Schlüsselqualifikationen, welche für den Quereinstieg in vielen Branchen gefragt sind. Flexibilität, Konzentration in Stressphasen, Kommunikationsbereitschaft und rhetorische Gewandtheit (nicht zuletzt zum Kaschieren von Problembereichen) und hohe Belastbarkeit, wenn es die Aufgabe erfordert, seien hier nur exemplarisch angeführt. Insofern sollte darüber nachgedacht werden, ob häufiger Wechsel von Positionen und Branchenwechsel nicht eher als ein Zeichen für die Qualität und Vielschichtigkeit der Ausbildung zu werten sind, denn als ein Versagen. Die dargestellten objektiven Gründe dafür, dass Tourismus „eine Durchgangsbranche“ ist, haben daher auf anderer Ebene ihre Ursachen und Lösungsmöglichkeiten, weniger auf der Seite der Ausbildung. Die Ausbildung kann jedoch durch die Verbindung mit betriebsorientierter Forschung und unter Einbindung von neuen Human Resources- und Management-Konzepten die Wissensbasis für Entwicklungen geben, die zu einer Erhöhung der Verbleibsdauer führen.

### **9.3.2. „Zukünftige Touristiker eine Übernehmergeneration?“**

In Österreich gibt es laut Mitgliederstatistik der WKÖ mehr als 100 000 touristische Betriebe (Vgl. Seite 7). In einer im Jahr 2000 durchgeführten Studie der Agentur MANOVA gingen etwa 50% der befragten Unternehmer von einer positiven

Entwicklung des Tourismus in den nächsten 5 – 10 Jahren aus. 33 % rechneten mit Stagnation, sahen also etwa ein Gleichbleiben des Bedarfs (Vgl. MANOVA, 2000).

Die Übernachtungszahlen haben den Höchststand zu Beginn der 90er Jahre noch nicht wieder erreicht. Auf Grund der Trendanalysen ist dies auch fraglich, außer durch die Erschließung neuer Zielgruppen (Osteuropa, Asien). Die Beherbergungsbetriebe haben aber hohe Mittel in die Qualitätsverbesserung investiert, was einen deutlichen Rückgang der \*- und \*\*-Kategorien in den letzten 10 Jahren zur Folge hatte (Vgl. WKÖ, 2001).

Dies bedeutet, dass hohe Kapitalbindung im Tourismus entstanden ist. Die Weiterbewirtschaftung und Verbesserung bestehender Strukturen wird daher zwangsläufig vor Neugründungen stehen. Hinzu kommt, dass die hohe Kapitalintensität und der daraus entstehende Schuldendienst es für außerhalb bestehender Betriebe Stehende und Nicht-Familienmitglieder äußerst schwierig macht, als Einzelunternehmer einen Betrieb zu gründen. Die Unternehmensübergabe ist daher zwangsläufig eine der wichtigsten Entscheidungen und Vorgänge, auf welche künftige Touristikergenerationen vorzubereiten sind. Da die hohen Personal- und Lohnnebenkosten in Österreich einen sehr effizienten Personaleinsatz erfordern, werden sich auch die Beschäftigtenzahlen in den Einzelunternehmen nicht erhöhen, sondern eher sogar noch reduzieren. Unternehmerische Mitbeteiligung könnte eines der Modelle sein, die vor der Schaffung weiterer Anstellungsverhältnisse stehen.

Nicht zuletzt daraus werden seitens der Branche immer wieder Ausbildungsinhalte und Seminare zur Betriebsübergabe gefordert. Rechtssicherheit und Kenntnis von Förderungsmöglichkeiten in einem sich ständig ändernden „Paragrafen-Dschungel“ stehen dabei im Vordergrund.

Für die Ausbildung ergeben sich die Ziele der Vernetzung der Schulen und der beschäftigten LehrerInnen zu bestehenden und spezialisierten Einrichtungen, vor allem der Wirtschaftskammer mit ihren regionalen und lokalen Einrichtungen (z.B. Bezirksstellen) wie der entsprechenden Ministerien und EU-Einrichtungen, da der Themenkomplex allein durch die Lehrerfortbildung nicht zu bewältigen ist.

Gerade die Betriebsübergabe kann damit zu einem praxisorientierten Thema im Unterricht und zu einem Prüfstein für die Ergebnisqualität von Ausbildung werden. Die Modelle, welche die SchülerInnen etwa in ihren Abschlussarbeiten entwickeln und darstellen, sollten/ müssten in der Folge in der Praxis der Unternehmensführung direkt umsetzbar sein. Schulen, die es schaffen, den unternehmerischen Nachwuchs auf die Übernahme der Familienbetriebe von der „Gründergeneration“ vorzubereiten, werden zeigen können, dass die von ihnen gebotene Ausbildung nicht nur in der Theorie Bestand hat, sondern auch den Anforderungen in der Praxis entspricht.

Die Schwierigkeit der dargestellten Problematik weist aber auch auf eine Herausforderung in der Lehrtätigkeit hin. Statt des Nachvollzugs des Lehrbuchs ist hier das spezialisierte Expertenwissen für projektorientiertes Arbeiten notwendig. Eine Lösung könnte beispielsweise die schwerpunktartige Spezialisierung sein, wie sie manche Schulen/ KollegInnen im betriebswirtschaftlichen Fächerkanon bereits praktizieren, die Einrichtung von Schwerpunktkustodiaten oder auf Ausbildungsfelder spezialisierten Ansprechpersonen (Koordinatoren), wie sie beispielsweise das britische Universitätssystem kennt.

Aus der Praxisanforderung wird jedenfalls mit Sicherheit die Unternehmensübergabe ein Prüfstein für die Entwicklung eines Systems der „Erziehung von Generalisten durch Generalisten“ hin zu einem System der „Erziehung von Generalisten durch Spezialisten“. Ansonsten ist das Ausweichen und Abwandern in andere (dzt. meist universitäre oder im Fachhochschulbereich angesiedelte) Ausbildungsformen zu befürchten, die diesem Anspruch von „applied science“ gerecht werden.

### **9.3.3. „Angewandte Allgemeinbildung“**

Die Dienstleistung und der Kundenkontakt als wesentliche Anforderungen für die Tätigkeit im Tourismus wurden bereits dargestellt. Dies deckt sich immer wieder mit der durch die Unternehmer gestellten Anforderung. Gleichzeitig handelt es sich um eines der am häufigsten behandelten Probleme und Defizite in der Branche. Bessere Kundenkommunikation ist Gegenstand von Motivationsmaßnahmen (z.B. „Smilie-

Spiegel“ der damaligen Sektion Tourismus und Freizeitwirtschaft in der Wirtschaftskammer) oder von Bildungsmaßnahmen (z.B. im Rahmen von Ziel3- oder Ziel4-Programmen der Europäischen Union).

Mangelnder Kundenkontakt oder Kommunikationsprobleme sind aber häufig auf unzureichende Kenntnisse für die Beteiligung oder Initiierung von Gesprächsthemen im Gäste-/Kundenbereich zurückzuführen. Viele Praktiker haben dies erkannt: *„Alles Fachliche kann ich einem Mitarbeiter in kürzerer oder längerer Zeit beibringen, aber mangelnde Allgemeinbildung ist im Betrieb nicht wieder gut zu machen“*, bringt es einer der bedeutendsten österreichischen Hoteliers auf den Punkt.

Die vielzitierte „Frage nach dem Befinden“ (Vgl. Dreyer & Dehner, 1998) ist ein Schlüsselmoment des Beschwerdemanagements. Sie kann aber nur gestellt werden, wenn es eine Vertrauensbasis seitens des Kunden zum Vertreter des Dienstleisters gibt. Diese basiert nicht zuletzt auf einer Balance im kulturellen Niveau zwischen Kunden und Leistungsträger-Vertreter.

Angewandte Allgemeinbildung bedeutet daher nicht zuletzt zielgruppenorientierte und nachfrageorientierte Umsetzung von Wissen. Ein Beispiel: Die Verlaufsgrenzen zwischen den einzelnen Alpenzonen werden den Gast wohl kaum interessieren, ihm aber erklären zu können, welcher Gletscher das wunderbare Wolfgangseetal ausgeschliffen hat, weckt gleichzeitig jenes Vertrauen, das der Gast braucht, um im Dienstleister nicht einen Verkäufer, sondern einen Gastgeber im klassischen Sinne der Gastfreundschaft zu sehen. Goethes „Italienische Reise“ gibt Beispiele, die für moderne Gästeinteressen und –wahrnehmungen genauso gelten wie Hemingways Erinnerungen an Schiurlaube in den Alpen.

Ein Beispiel, wie solche Anforderungen für die Mitarbeiterfortbildung genutzt werden können, gab 2001 ein Projekt der Tourismusabteilung des Landes Salzburg und der Wolfgangsee-Tourismus-Gesellschaft (WTG) mit fachlicher Begleitung durch die Tourismusschulen Kleßheim. Das ursprünglich für Saisoniers gedachte Programm, in dem MitarbeiterInnen von Organisationen, Reisebüros und Hotel- und Gastronomiebetrieben die Landschaft, Geschichte und Kultur ihres Einsatzgebiets in

lockerer Form kennen lernen sollten, wurde auch von den – einheimischen – Arbeitgebern und Managern gern besucht. Es stellte sich heraus, dass auch bei ihnen Unsicherheit in der nachfragerorientierten Allgemeinbildung bestanden hatte.

In nächster Zukunft wird die Forderung nach „Inszenierung“ von Landschaft und Kultur bei gleichzeitiger „Echtheit“ des Erlebnisses noch stärker an Bedeutung gewinnen und so dem anwenderorientierten Wissen noch höhere Bedeutung geben. Das unterstreichen auch die Ergebnisse von Milieustudien von Urlaubern, welche das kulturelle Umfeld von Gästen zum Urlaubsort, Ausstattung und Ambiente – auch in personeller Sicht – in Bezug setzen. Die Ergebnisse, die für den Erfolg von Destinationen hohe Korrelationen zwischen Urlaubermilieu und Leistungsträgermilieu feststellen und dies bis hin zum Getränkekonsum operationalisieren, gelten in übertragbarer Weise für alle touristischen Leistungsbereiche. (Vgl. Luger & Rest, 2002)

Wie kann die Ausbildung darauf Rücksicht nehmen? Regional und lokal stark divergierende Anforderungen und Nachfragungen können nicht durch extreme Anhäufung von detailverliebtem (dies wäre die Entsprechung zu den Kundennachfragungen) Wissensballast befriedigt werden. Ähnlich wie für die in der vorliegenden Studie genauer untersuchte EDV-Ausbildung gilt es, einen breiten Sockel an kulturellem Verständnis und an faktenbezogenen Orientierungshilfen zu vermitteln, auf denen die AbsolventInnen tätigkeitsorientiert aufbauen können. Verknapptungen in den allgemeinbildenden Bereichen der Ausbildung zugunsten einer möglichst spezialisierten Berufsausbildung können in ihren möglichen Auswirkungen daher nicht abgeschätzt werden.

Der integrative Aspekt von Allgemeinbildung könnte/sollte aber auch in den berufsfeldrelevanten Unterrichtsgegenständen verstärkt Einzug finden. Hinzu kommen Möglichkeiten zum Einsatz von Lernformen, die den selbständigen Wissenserwerb fördern und so zu einer nicht bloß hedonistischen, sondern auch tätigkeitsspezifischen Neugier an kulturellen Inhalten führen und den AbsolventInnen auch das Werkzeug mitgeben, dass sie diesen Anspruch auch später während der Berufstätigkeit selbständig erfüllen können.

### 9.3.4. „Touristische Schlüsselqualifikationen“

In einem Rollenspiel für Bewerbungsgespräche in einem Hotel antwortet die Bewerberin auf die Frage des Personalchefs, wo denn ihre Stärken liegen, blitzschnell: *„Ich kann gut mit anderen Menschen umgehen, rede gerne, bin bereit, viel zu arbeiten, überall mit anzupacken und noch viel dazuzulernen.“* Das Beispiel kommt aus der Praxis, die Bewerberin hat dort den Job bekommen, *„denn die Tourismusbranche sucht engagierte und selbstbewusste Mitarbeiter, die über Fachkenntnisse verfügen“* (Vgl. Bulletin 8-9/00). Dieses Szenario ist branchenüblich bekannt, viele Tourismusausbildungsstätten predigen es seit Generationen ihren SchülerInnen. Hinzu kommt noch die Anforderung nach Flexibilität und Vielseitigkeit, die Charakteristika der österreichischen Tourismusausbildung sind.

Im amerikanischen Bildungssystem wird Tourismusmanagement als ein - universitärer – Zweig der Betriebswirtschaft gesehen, Tourismus ist „a piece of business“ für Manager wie auch andere Branchen. Für die Fachkenntnisse sind in der Hierarchie andere verantwortlich. Daher führen auch die besten „elevator“- und „escalator“-Programme von der Basis nur bis in die operative Spitze. Die tatsächlichen Top-Positionen werden heute von AbsolventInnen von Wirtschafts-Universitäten besetzt.

Den Spagat zwischen beiden Anforderungen zu schaffen, ist zumindest schwierig, da die technischen Anforderungen an ManagerInnen von Tourismusbetrieben immer höher werden. Diesem Thema widmen sich weite Bereiche der vorliegenden Untersuchung. Es ist nicht unbedingt ein Ausweg, wohl aber ein Symptom für die Situation der Branche, wenn der Personalauswahlprofi Jean Francois Jennewein feststellt: *„Die wirklichen Spitzenmanager im Tourismus sind Quereinsteiger“*. (Vgl. Dolnicar/ ÖGAF, 2000)

Ein Dilemma, das die Frage nach zukunftsorientierten Schlüsselqualifikationen unterstreicht, stellt eine Studie der Cornell University fest: *„The restaurant industry is in the mature stage of its life cycle. Maturity is commonly manifested by increased competition, shortening of concept life cycles, saturated markets, stagnant sales, declining margins, and associated consolidation, as well as high failure rates.“*

*Confronted with an increasingly competitive and dynamic environment, the restaurant manager must develop reasoned yet distinctive methods of adapting to conditions and exploiting opportunities as they arise“ (Vgl. Jogaratnam, 1999).*

Neue Anforderungen in einer sich ständig ändernden Branche sind etwa Fähigkeiten für ein umfassendes Wissensmanagement. Wissensmanagement umfasst in diesem Kontext die Entwicklung, Unterstützung, Überwachung und Verbesserung von Strategien, Prozessen, Organisationsstrukturen und Technologien zur Wissensverarbeitung im Unternehmen. Somit können Maßnahmen zur Schaffung und Nutzung von Wissen im Sinne des Wissensmanagements sowohl strategischer als auch operativer, planender, steuernder und kontrollierender, organisatorischer und technologischer, kultureller und mitarbeiterbezogener Art sein.

Aus den technischen Veränderungen resultieren Veränderungen im Human Resources-Bereich, sowie der ganzen betrieblichen Struktur wie des betrieblichen Umfelds. Fähigkeit zu Change Management ist damit eine der wesentlichen einzufordernden Schlüsselqualifikationen, um sich in einer sich verändernden Wettbewerbswelt behaupten zu können. Sozialkompetenz und Kreativität gehen aus den Ergebnissen der vorliegenden Studie als wesentliche Anforderungen für eine zukunftsorientierte Tourismusausbildung hervor.

Eingangs wurde festgestellt, dass sich der Lebenszyklus touristischer Unternehmungen auf einem hohen Reifenniveau bewegt. Organisatorische Veränderungen finden sowohl innen als auch außen statt. In diesem Fall hat die Fähigkeit, sich zu vernetzen, eine neue Bedeutung für die Überlebensfähigkeit des unabhängigen Einzelunternehmers. Mehrere Untersuchungen der Hochschule Den Haag haben sich vor allem diesem Thema und den sich daraus entwickelnden Perspektiven gewidmet.

Für die Weiterentwicklung der Lehrpläne ergeben sich damit spannende Herausforderungen. Sie werden vor allem durch die Entwicklung neuer, selbständiger und erfahrungsorientierter Lehr- und Lernformen zu erreichen sein, durch laufende



begleitende Evaluierung des Erreichten und vor allem einer gesteuerten Aus- und Weiterbildung für die unterrichtenden LehrerInnen.

## 10. Literaturverzeichnis

ATC (Austrian Tourism Consultants) (1995), *Analyse des Aus- und Weiterbildungsbedarfs für die österreichische Tourismus- und Freizeitwirtschaft*. Wien: ATC

Berendt, B. (Hrsg.) (1993). *Evaluation zur Verbesserung der Qualität der Lehre und weitere Maßnahmen*. Weinheim: Dt. StudienVerlag.

Bieger, Th. (2002). *Management von Destinationen*. München. Wien: Oldenbourg.

Bortz, J. & Döring, N. (1995). *Forschungsmethoden und Evaluation*. Berlin. Heidelberg: Springer.

BMWA (Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit) (Hrsg.) (2000). *Aus- und Weiterbildung im Tourismus in Österreich*. Wien: Ungar-Druckerei.

Bulletin „Was leistet die Ausbildung?“ 8-9/00

Burkard, Ch. (Hrsg.) (1996). *Evaluation und Schulentwicklung*. Soest: Soester Verlagskontor.

Dolnicar, S./ ÖGAF (Hrsg.) (2000). *Tourismus lernen in Österreich: Chaos oder zukunftsorientiertes Ausbildungssystem?* Wien: Eigenverlag der ÖGAF.

Dreyer, A. & Dehner, Chr. (1998). *Kundenzufriedenheit im Tourismus: Entstehung, Messung und Sicherung mit Beispielen aus der Hotelbranche*. München.Wien: Oldenbourg.

Franz, A., Laimer, P. (Staistik Austria) & Smeral, E. (WIFO) (2001). *Ein Tourismus-Satellitenkonto für Österreich – ökonomische Zusammenhänge, Methoden und Hauptergebnisse*. Wien: Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit.

Iby, M. (1996). *Schulautonomie an berufsbildenden mittleren und höheren Schulen*. Wien: Zentrum für Schulentwicklung.

Jogaratham, G. et al (1999). *Matching Strategy with performance: How Independent Restaurateurs' Competitive Tactics Relate to Their Success*. In: Cornell Quarterly 40, 4. Ithaca, S. 91 – 95

Kroath, F. (1996). Evaluation. In: H. Hierdeis & T. Hug (Hrsg.). *Taschenbuch der Pädagogik*. Bd. 2. Baltmannsweiler: Schneider, S.652 – 659.

Luger, K: & Rest,F. (Hrsg.) (2002), *Alpentourismus*. Innsbruck: Studienverlag.

Nevo, D. (1995). *School-Based Evaluation – A Dialogue for School Improvement*. Oxford: Pergamon.

MANOVA (2000). Unveröff. Bedarfs- und Akzeptanzanalyse für Fachhochschulstudiengänge, EMTA. Salzburg

ÖGZ, Oktober 2001: „55 Thesen zur Zukunft der österreichischen Gastronomie und Tourismuswirtschaft“

Posch, P. & Altrichter, H. (1992). *Bildung in Österreich – Analyse und Entwicklungsperspektiven*. Innsbruck: StudienVerlag.

Salzburg aktuell, Nr.5/2001: „*Wohin geht das Tourismusland Salzburg?*“

Salzburger Nachrichten, November 2001: „*Tourismus: Flaute kommt mit Verzögerung*“

Schneeberger, A. & Thum-Kraft, M. (Hrsg.) (1998). *Qualifikationsanforderungen und Bildungsströme im Wandel*. Wien: ibw-Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft.

Thum-Kraft, M. (1989). *Beruflicher Werdegang von Absolventen der Fremdenverkehrsschulen*. Wien: ibw-Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft.

Wallbott, H.G. & Heffeter, B. (2000). *Evaluation des Lehrplans 1993 der Höheren Lehranstalten für wirtschaftliche Berufe*. Salzburg: Unveröff. Forschungsbericht.

Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ), Sektion Tourismus und Freizeitwirtschaft, *Tourismus in Zahlen 2001*. Wien: Ungar-Druckerei.

WKÖ, *Lehrlingsstatistik 2000*. Wien: Ungar-Druckerei.

[www.bmbwk.gv.at](http://www.bmbwk.gv.at)

[www.bmwa.gv.at/org02/sekviifo/21f2/reisebuero.pdf](http://www.bmwa.gv.at/org02/sekviifo/21f2/reisebuero.pdf)

[www.diegastronomie.at](http://www.diegastronomie.at)

[www.diehotellerie.at](http://www.diehotellerie.at)

[www.statistik.at](http://www.statistik.at)

[www.tourismusausbildung.at](http://www.tourismusausbildung.at)

[www.wko.at](http://www.wko.at)

## **11. Anhang**

# 1 Studentafel der HLT

A. Pflichtgegenstände	Wochenstunden					Summe
	Jahrgang					
	I.	II.	III.	IV.	V.	
<b>KERNBEREICH</b>						
1. Religion.....	2	2	2	2	2	10
2. Deutsch .....	3	3	2	2	3	13
3. Englisch .....	3	3	3	3	3	15
4. Zweite lebende Fremdsprache <sup>2)</sup> .....	3	3	3	3	3	15
5. Geschichte und Kultur .....	-	-	2	2	2	6
6. Biologie und Ökologie.....	-	2	-	-	2	4
7. Mathematik und angewandte Mathematik.....	-	2	2	2	2	8
8. Tourismusgeographie.....	-	-	2	2	2	6
9. Tourismus und Marketing.....	-	-	2	2	2	6
10. Verkehr und Reisebüro.....	-	-	-	2	2	4
11. Betriebswirtschaft, Volkswirtschaft und gastgewerbliche Betriebslehre .....	2	2	2	2	2	10
12. Rechnungswesen und Controlling <sup>1)</sup> .....	3	3	3	2	3	14
13. Wirtschaftsinformatik.....	1	-	-	-	-	1
14. Textverarbeitung und Publishing <sup>1)</sup> .....	3	2	2	-	-	7
15. Politische Bildung und Recht .....	-	-	-	2	2	4
16. Ernährung .....	2	-	-	-	-	2
17. Küchenführung und -organisation <sup>1)</sup> .....	3	3	3	3	-	12
18. Getränke .....	1	1	-	-	-	2
19. Restaurant <sup>1)</sup> .....	2	2	2	2	-	8
20. Betriebspraktikum .....	3	3	2	2	-	10
21. Leibesübungen und sportliche Animation.....	2	2	2	2	2	10
	33	33	34	35	32	167
<b>ERWEITERUNGSBEREICH</b>						
<b>a) Ausbildungsschwerpunkte <sup>3)</sup></b>						
Dritte lebende Fremdsprache <sup>2)</sup> .....	-	-	3	2	3	8
Fremdsprachen und Wirtschaft <sup>2)</sup> .....	-	-	3	2	3	8
Hotelmanagement .....	-	-	3	2	3	8
Touristisches Management.....	-	-	3	2	3	8
Kulturelle Animation .....	-	-	3	2	3	8
Medieninformatik.....	-	-	3	2	3	8
<b>b) Schulautonome Pflichtgegenstände <sup>3)</sup></b> .....	2	2	2	2	2	10
Pflichtgegenstände mit erhöhtem Stundenausmaß						
Seminare:						
Fremdsprachenseminar <sup>2)</sup>						
Betriebsorganisatorisches Seminar						
Allgemeinbildendes Seminar						
Fachtheoretisches Seminar						
Praxisseminar						
<b>Pflichtgegenstände gesamt</b>	<b>35</b>	<b>35</b>	<b>39</b>	<b>39</b>	<b>37</b>	<b>185</b>

<sup>1)</sup> Mit Computerunterstützung.

<sup>2)</sup> In Amtsschriften ist in Klammern die Bezeichnung der Fremdsprache anzuführen.

<sup>3)</sup> Festlegung der schulautonomen Lehrplanbestimmungen (siehe Abschnitt III).

## 2 Stundentafel des Kolleg

Semester	Wochenstunden				Summe
	1.	2.	3.	4.	
<b>KERNBEREICH</b>					
1. Religion .....	1	1	1	1	4
2. Lebende Fremdsprache(n) <sup>1) 2) 3)</sup> .....	5	5	5	5	20
3. Tourismus und Marketing .....	3	3	3	3	12
4. Verkehr und Reisebüro .....	2	2	2	2	8
5. Betriebs- und Volkswirtschaft .....	3	3	4	4	14
6. Rechnungswesen und Controlling <sup>4)</sup> .....	4	4	4	4	16
7. Textverarbeitung und Publishing <sup>4)</sup> .....	2	2	2	2	8
8. Recht .....	2	2	2	2	8
9. Betriebspraktikum .....	3	3	-	-	6
<b>Wochenstundenzahl Kernbereich</b>	<b>25</b>	<b>25</b>	<b>23</b>	<b>23</b>	<b>96</b>
<b>ERWEITERUNGSBEREICH</b>					
<b>a) Fachrichtungen <sup>2)</sup></b> .....	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>24</b>
Food and Beverage <sup>3) 4)</sup> .....					
Management für Tourismusorganisationen <sup>3)</sup> .....					
<b>b) Ausbildungsschwerpunkte <sup>2)</sup></b> .....	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>12</b>
Lebende Fremdsprache <sup>1) 2)</sup> .....					
Fremdsprachen und Wirtschaft <sup>1) 2)</sup> .....					
Hotelmanagement .....					
Touristisches Management <sup>5)</sup> .....					
Städtetourismus und Eventmanagement .....					
Wirtschaftsinformatik .....					
Kulturelle Animation .....					
Medieninformatik .....					
<b>c) Schulautonome Pflichtgegenstände <sup>2)</sup></b> .....	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>16</b>
Pflichtgegenstände mit erhöhtem Stundenausmaß.					
Seminare:					
Fremdsprachenseminar .....					
Betriebsorganisatorisches Seminar .....					
Allgemeinbildendes Seminar .....					
Fachtheoretisches Seminar .....					
Praxisseminar .....					
<b>Gesamtwochenstundenzahl</b>	<b>37</b>	<b>37</b>	<b>38</b>	<b>36</b>	<b>148</b>

<sup>1)</sup> In Amtsschriften ist in Klammern die Bezeichnung der Fremdsprache(n) anzuführen.  
<sup>2)</sup> Festlegung durch schulautonome Lehrplanbestimmungen (siehe Abschnitt III).  
<sup>3)</sup> Schulautonome Gliederung in Teilbereiche mit getrennter Beurteilung ist möglich.  
<sup>4)</sup> Mit Computerunterstützung.  
<sup>5)</sup> Nur für die Fachrichtung „Food and Beverage“.  
<sup>6)</sup> Wie der jeweilige Pflichtgegenstand.

### 3 Die Schulstandorte

Bundesland	Schulstandort	Öffentl	Privat	ASP*	
				HLT	Kolleg
<b>Burgenland</b>	Neusiedl	X		Hotelmanagement (HM)	
	Oberwart	X		3. Fremdsprache Touristisches Management (TM)	
<b>Kärnten</b>	Villach		X	HM TM 3. Fremdsprache	TM
<b>Nieder-österreich</b>	Krems	X		HM TM Fremdsprachen & Wirtschaft (FSWI)	Medieninformatik
	St. Pölten		X	TM	
	Retz	X		TM	
	Semmering	X		TM	
<b>Ober-österreich</b>	Bad Ischl	X		Medieninformatik TM HM 3. Fremdsprache	
	Bad Leonfelden	X		HM TM	HM TM
<b>Salzburg</b>	Klessheim		X	HM TM	Städtetourismus/ Eventmanagement (S&E) HM
	Bad Hofgastein		X	HM	
	Bischofshofen		X	HM	
<b>Steiermark</b>	Bad Gleichenberg		X	3. Fremdsprache TM	3. Fremdsprache HM
<b>Tirol</b>	Innsbruck	X			TM 3. Fremdsprache
	Villa Blanka		X	FSWI 3. Fremdsprache HM TM	
	St. Johann	X		3. Fremdsprache	
	Zell/ Ziller	X		TM HM	
<b>Vorarlberg</b>	Bludenz	X		3. Fremdsprache HM	3. Fremdsprache
<b>Wien</b>	Wien 13, Bergheideng.	X		TM HM	
	Wien 21, Wassermannng	X		TM S&E FSWI	
	Wien 19; Peter-Jordan-Str. "Modul" **		X	HM TM	HM

\* Laut Erhebung an den Schulen, gültig für 2001/02

\*\* Pilotschule

#### 4 Unternehmen ohne MaturantInnen

##### Gründe, warum Unternehmen keine AbsolventInnen mit höherer Schulausbildung (MaturantInnen, FH, Universität) einstellen

(N = 310; Mehrfachwahlen möglich)	Prozent
Habe in meinem Unternehmen keine Positionen für AbsolventInnen mit höherem Schulabschluss	48.4
Sehe keinen Bedarf	44.8
Ausbildung entspricht nicht den Anforderungen in meinem Unternehmen	24.5
Diese AbsolventInnen haben zu hohe Gehaltserwartungen	19.7
Diese AbsolventInnen wollen gleich in gehobenen Positionen anfangen	14.8
Setze grundsätzlich lieber Lehrlinge ein	11.3
Bevorzuge AbsolventInnen der dreijährigen Fachschule	9.4
Habe schlechte Erfahrungen mit solchen AbsolventInnen gemacht	5.2
Habe keine Information über facheinschlägige höhere Schulbildung	3.5

##### Arbeitsbereiche in den Unternehmen, die keine AbsolventInnen mit höherer Schulausbildung (MaturantInnen, FH, Universität) einstellen

N = 302, Mehrfachwahlen möglich	Prozent
Management/ Geschäftsführung	34,4
Verwaltung/ Administration	40,1
Kaufmännischer Bereich	49,3
Logis	34,1
Food & Beverage	55,3
Kundenbetreuung	33,1
Wellness/ Sport	9,6



## 5 Charakteristika von HLT-AbsolventInnen aus Sicht der Branche

### a) Beurteilung der HLT

N = 822	Prozent
Gute Sprachkenntnisse	86.1
Kaufmännische Ausbildung	74.9
Fundierte EDV-Ausbildung	71.4
Redegewandt und kontaktfreudig	68.2
Gute Aufstiegschancen	66.8
Breite Allgemeinbildung	65.6
Gastronomische Ausbildung	63.7
Eigeninitiativ und motiviert	63.3
Teamfähig	62.9
Verlässlich und diszipliniert	61.4
Beherrschen spezielle Tourismusprogramme	59.0
Managementqualifikationen	55.7
Brauchen Weiterbildung	53.4
Universell einsetzbar	50.4
Bereit zuzupacken	46.2
Sehr selbständig	45.5
Haben konkrete Berufsvorstellungen	44.9
Neigen zu Selbstüberschätzung	43.3
Solide Praxisausbildung	40.6
Verlassen häufig die Tourismusbranche	39.1
ÖsterreichexpertInnen	38.8
Häufiger Arbeitsplatzwechsel innerhalb der Tourismusbranche	38.1
Eher Mädchen	35.0
Wenig/keine Probleme beim Berufseintritt	35.0
Spezialisiert für bestimmte Fachbereiche	32.4
Sofort für gehobene Positionen geeignet	24.3
Eher Burschen	18.2

## b) Beurteilung des Kolleg

N = 840	Prozent
Gute Sprachkenntnisse	77.9
Redegewandt und kontaktfreudig	70.5
Kaufmännische Ausbildung	67.9
Gute Aufstiegschancen	63.3
Managementqualifikationen	63.1
Eigeninitiativ und motiviert	62.3
Fundierte EDV-Ausbildung	61.8
Breite Allgemeinbildung	60.5
Verlässlich und diszipliniert	59.3
Beherrschen spezielle Tourismusprogramme	57.6
Teamfähig	57.5
Neigen zu Selbstüberschätzung	51.0
Sehr selbständig	50.6
Haben konkrete Berufsvorstellungen	48.3
Brauchen Weiterbildung	47.6
Gastronomische Ausbildung	43.1
ÖsterreichexpertInnen	40.2
Spezialisiert für bestimmte Fachbereiche	39.5
Bereit zuzupacken	36.9
Häufiger Arbeitsplatzwechsel innerhalb der Tourismusbranche	35.7
Wenig/keine Probleme beim Berufseintritt	32.1
Universell einsetzbar	31.9
Eher Mädchen	31.9
Sofort für gehobene Positionen geeignet	31.4
Verlassen häufig die Tourismusbranche	29.5
Solide Praxisausbildung	27.7
Eher Burschen	18.5

### c) Beurteilung der Berufsschule (Lehrlingsausbildung für den Tourismus)

N = 789	Prozent
Solide Praxisausbildung	84.9
Gastronomische Ausbildung	83.5
Bereit zuzupacken	83.0
Brauchen Weiterbildung	77.2
Teamfähig	70.3
Verlässlich und diszipliniert	62.9
Haben konkrete Berufsvorstellungen	58.7
Eigeninitiativ und motiviert	57.8
Redegewandt und kontaktfreudig	53.3
Universell einsetzbar	52.9
Sehr selbständig	47.9
Häufiger Arbeitsplatzwechsel innerhalb der Tourismusbranche	48.7
Wenig/keine Probleme beim Berufseintritt	48.2
Verlassen häufig die Tourismusbranche	41.6
Gute Aufstiegschancen	39.8
Spezialisiert für bestimmte Fachbereiche	37.6
Kaufmännische Ausbildung	33.0
Breite Allgemeinbildung	25.1
Gute Sprachkenntnisse	25.2
Eher Burschen	23.6
Beherrschen spezielle Tourismusprogramme	23.8
Eher Mädchen	23.4
ÖsterreichexpertInnen	17.7
Fundierte EDV-Ausbildung	16.2
Managementqualifikationen	7.2
Neigen zu Selbstüberschätzung	3.8
Sofort für gehobene Positionen geeignet	2.7

## 6 a) Gründe für die Wahl einer Tourismusausbildung

	HLT (N = 492)	Kolleg (N = 175)
Berufsausbildung mit Matura	79.9	
Breites Spektrum beruflicher Möglichkeiten	61.2	65,7
Internationalität der Branche	47.6	51,4
Gute Jobchancen	40.4	40,0
Hoher Praxisbezug der Ausbildung	23.0	14,9
Mein konkreter Berufswunsch	22.8	21,1
Welt des Tourismus fasziniert	19.3	31,4
Ausbildungsinhalte	16.1	12,0
Hohe Reputation der Ausbildung	10.2	12,0
Wunsch der Eltern	9.8	6,9
Möglichkeit, sich anschließend rasch selbständig machen zu können	8.3	9,1
Erwarte mit dieser Ausbildung einen raschen beruflichen Aufstieg	6.7	7,4
Kurze Ausbildungszeit		71,4
Nicht studieren, aber auch noch nicht arbeiten wollen		36,0
Spezifische Berufsausbildung		14,9
Vorangegangene Tätigkeit im Tourismus (z.B. Praktikum)		13,1

## b) Gründe für die Standortwahl

	HLT (N = 491)	Kolleg (N = 175)
Erreichbarkeit der Schule	55.2	58,6
Guter Ruf der Schule	48.5	41,7
Ausbildungsschwerpunkt/e	36.7	24,6
FreundIn, Bruder, Cousine etc, die/der dieselbe Schule besucht (hat)	20.2	12,6
Internationale Ausrichtung der Schule	19.6	21,1
Internat am Schulstandort	18.7	6,3
Ausstattung der Schule	17.3	10,9
Medienpräsenz der Schule	8.6	4,0
Wunsch meiner Eltern	3.5	4,0
Absolventenverein der Schule	0.2	0,6

## c) Wiederwahl des Schultyps

HLT (N= 442)	Prozent
HLT	73.5
HAK	9.3
HTL	6.8
AHS	4.3
HLW	2.3

Kolleg (N = 148)	Prozent
Kolleg	34,5
FH	35,1
Universitätslehrgang	15,5
HLT	5,4
HLW	2,7

## 7 Qualifikationsniveau Fremdsprachen gesamt und nach Sub-Branchen

### a) Gesamtübersicht (N = 696)

Prozent	Englisch (N = 687)	Italienisch (N = 526)	Französisch (N = 506)	Spanisch (N = 182)	Ostsprachen (N = 174)
Grundkenntnisse	12,8	61,2	67,4	76,9	77
Fundiertes Wissen	73,2	35,7	31,4	20,9	20,1
Spezialwissen	14	3	1,2	2,2	2,9

### b) Fremdsprachenkenntnisse nach Subbranchen

\* anderer Bereich: z.B. Nationalpark, Werbeagenturen, Gemeindeämter...

<b>Fremdsprache</b> (Angaben in Prozent)	Grundkenntnisse	Fundiertes Wissen	Spezialwissen
<b>Englisch</b>			
Hotellerie (n= 259)	9,7	75,3	15,1
Gastronomie (n= 111)	21,6	66,7	11,7
Reisebüro (n= 62)	8,1	75,8	16,1
Transport/tour. Infrastruktur (n= 27)	18,5	70,4	11,1
Verbände/Tourismusverwaltung (n= 93)	8,6	78,5	12,9
Kultur (n= 17)	23,5	58,8	17,6
Freizeit/Wellness/Sport (n= 20)	20,0	60,0	20,0
e-commerce (n=3)	0	100,0	0
Personalberatung (n=4)	0	75,0	25,0
anderer Bereich* (n= 70)	17,1	70,0	12,9

<b>Französisch</b>			
Hotellerie (n= 220)	65,5	33,6	0,9
Gastronomie (n= 76)	68,4	30,3	1,3
Reisebüro (n= 46)	71,7	23,9	4,3
Transport/tour. Infrastruktur (n= 17)	52,9	47,1	0
Verbände/Tourismusverwaltung (n= 72)	61,1	38,9	0
Kongresswesen (n= 6)	83,3	16,7	0
Kultur (n= 8)	75,0	25,0	0
Freizeit/Wellness/Sport (n= 9)	77,8	11,1	11,1
e-commerce (n=4)	100,0	0	0
Personalberatung (n=7)	100,0	0	0
anderer Bereich* (n= 41)	80,5	19,5	0

<b>Fremdsprache</b> (Angaben in Prozent)	Grundkenntnisse	Fundiertes Wissen	Spezialwissen
<b>Italienisch</b>			
Hotellerie (n= 224)	60,3	37,5	2,2
Gastronomie (n= 86)	68,6	30,2	1,2
Reisebüro (n= 40)	62,5	30,0	7,5
Transport/tour. Infrastruktur (n= 16)	50	50	0
Verbände/Tourismusverwaltung (n= 79)	50,6	46,8	2,5
Kultur (n=10)	40	60	0
Freizeit/Wellness/Sport (n= 12)	83,3	8,3	8,3
e-commerce (n= 1)	100,0	0	0
Personalberatung (n=1)	0	0	100,0
anderer Bereich* (n= 42)	69	26,6	4,8

<b>Spanisch</b>			
Hotellerie (n= 74)	86,5	13,5	0
Gastronomie (n= 26)	73,1	26,9	0
Reisebüro (n= 25)	68	28	4
Transport/tour. Infrastruktur (n= 7)	14,3	71,4	14,3
Verbände/Tourismusverwaltung (n= 22)	77,3	22,7	0
Kultur (n=4)	75	25	0
Freizeit/Wellness/Sport (n= 2)	50	50	0
e-commerce (n= 1)	100,0	0	0
Personalberatung (n= 0)			
anderer Bereich* (n= 16)	81,3	12,5	6,3

<b>Ostsprachen</b>			
Hotellerie (n= 62)	83,9	14,5	1,6
Gastronomie (n= 29)	89,7	6,9	3,4
Reisebüro (n= 9)	77,8	22,2	0
Transport/tour. Infrastruktur (n= 9)	55,6	44,4	0
Verbände/Tourismusverwaltung (n= 29)	69,0	24,1	6,9
Kongresswesen (n=2)	50	50	0
Kultur (n=3)	66,7	33,3	0
Freizeit/Wellness/Sport (n= 5)	60	20	20
e-commerce (n= 1)	100,0	0	0
Personalberatung (n= 0)			
anderer Bereich* (n= 23)	69,6	30,4	0

## 8 Beurteilung der Sprachausbildung durch die AbsolventInnen

### a) Benötigte Sprachenausbildung an der HLT

Sprache	Prozent				
	Grund- kenntnisse	Fundiertes Wissen	Spezial- wissen	War die Ausbildung ausreichend	
				ja	nein
Englisch (n= 368)	7.3	37.0	30.5	69,1	30,9
Französisch (n= 271)	46.1	47.2	6.6	53,3	46,7
Italienisch (n= 156)	50.0	43.6	6.4	49,7	50,3
Spanisch (n= 45)	73.3	20.0	6.7	16,3	83,7
Ostsprachen (n= 12)	83.3	8.3	8.3	0	100

### b) Benötigte Sprachenausbildung am Kolleg

Sprache	Prozent				
	Grund- kenntnisse	Fundiertes Wissen	Spezial- wissen	War die Ausbildung ausreichend	
				ja	nein
Englisch (n= 146)	8,2	52,7	39	60	40
Französisch (n= 114)	50,9	37,7	11,4	65,8	34,2
Italienisch (n= 98)	63,3	30,6	6,1	58,2	41,8
Spanisch (n= 30)	60	30	10	63,3	36,7
Ostsprache (n= 1)	100	0	0	0	100

## 9 EDV-Anforderungen gesamt und nach Sub-Branchen

### a) Gesamtübersicht (N = 688)

Prozent	Textverarbeitung (N = 699)	Präsentations Programme (N = 511)	Tabellen Kalkulation (N = 625)	Datenbank Programme (N = 478)	Internet (N = 654)	Tourismus- programme (N = 377)
Grund- kenntnisse	9,2	50,9	27,4	56,0	20,5	30,5
Fundiertes Wissen	77,9	44,4	63,8	40,0	69	44,8
Spezial- wissen	12,9	4,7	8,8	4,0	10,5	24,7

### b) EDV-Kenntnisse nach Subbranchen

\* anderer Bereich: z.B. Nationalpark, Werbeagenturen, Gemeindeämter...

EDV-Kenntnisse (Angaben in Prozent)	Grund- kenntnisse	Fundiertes Wissen	Spezial- wissen
<b>Textverarbeitung (z.B. Word)</b>			
Hotellerie (n= 205)	6,8	77,6	15,6
Gastronomie (n= 78)	15,4	73,1	11,5
Reisebüro (n= 63)	12,7	77,8	9,5
Transport/tour. Infrastruktur (n= 22)	18,2	77,3	4,5
Verbände/Tourismusverwaltung (n= 100)	3,0	82	15
Kultur (n= 15)	0	80	20
Freizeit/Wellness/Sport (n= 17)	23,5	70,6	5,9
e-commerce (n= 4)	25	50	25
Personalberatung (n= 5)	20	40	40
anderer Bereich* (n= 121)	10,7	77,7	11,6



<b>EDV-Kenntnisse</b> (Angaben in Prozent)	Grund- kenntnisse	Fundiertes Wissen	Spezial- wissen
<b>Tabellenkalkulation</b> (z.B. Excel)			
Hotellerie (n= 186)	32,3	64	3,8
Gastronomie (n= 72)	19,4	70,8	9,7
Reisebüro (n= 59)	44,1	49,2	6,8
Transport/tour. Infrastruktur (n= 20)	25	70	5
Verbände/Tourismusverwaltung (n= 94)	24,5	66	9,6
Kongresswesen (n= 10)	10	90	0
Kultur (n= 15)	13,3	66,7	20
Freizeit/Wellness/Sport (n= 17)	41,2	47,1	11,8
e-commerce (n= 4)	50	25	25
Personalberatung (n= 4)	50	50	0
anderer Bereich* (n= 117)	17,9	65,8	16,2

<b>Datenbankprogramme</b> (z.B. Access)			
Hotellerie (n= 135)	61,5	35,6	3
Gastronomie (n= 52)	50	48,1	1,9
Reisebüro (n= 39)	21,8	28,2	0
Transport/tour. Infrastruktur (n= 13)	53,8	46,2	0
Verbände/Tourismusverwaltung (n= 80)	55	42,5	2,5
Kongresswesen (n= 8)	37,5	62,5	0
Kultur (n=12)	58,3	33,3	8,3
Freizeit/Wellness/Sport (n= 8)	62,5	37,5	0
e-commerce (n= 3)	66,7	33,3	0
Personalberatung (n= 3)	66,7	33,3	0
anderer Bereich* (n= 42)	48,6	42,9	8,6

<b>EDV-Kenntnisse</b> (Angaben in Prozent)	Grund- kenntnisse	Fundiertes Wissen	Spezial- wissen
<b>Präsentationsprogramme</b> (z.B. Power Point)			
Hotellerie (n= 140)	58,6	38,6	2,9
Gastronomie (n= 56)	55,4	41,1	3,6
Reisebüro (n= 47)	59,6	36,2	4,3
Transport/tour. Infrastruktur (n= 13)	76,9	23,1	
Verbände/Tourismusverwaltung (n= 86)	45,3	53,5	1,2
Kultur (n=13)	53,8	38,5	7,7
Freizeit/Wellness/Sport (n= 11)	63,6	27,3	9,1
e-commerce (n= 3)	66,7	33,3	0
Personalberatung (n= 4)	25	75	0
anderer Bereich* (n= 106)	38,7	50	11,3

<b>Internet</b>			
Hotellerie (n= 200)	19	68,5	12,5
Gastronomie (n= 75)	20	73,3	6,7
Reisebüro (n= 62)	30,6	58,1	11,3
Transport/tour. Infrastruktur (n= 22)	27,3	63,6	9,1
Verbände/Tourismusverwaltung (n= 99)	9,1	79,8	11,1
Kongresswesen (n= 11)	9,1	90,9	
Kultur (n=14)	21,4	64,3	14,3
Freizeit/Wellness/Sport (n= 16)	31,3	50	18,8
e-commerce (n= 4)	50	50	0
Personalberatung (n= 5)	20	80	0
anderer Bereich* (n= 118)	21,2	68,6	10,2

<b>EDV-Kenntnisse</b> (Angaben in Prozent)	Grund- kenntnisse	Fundiertes Wissen	Spezial- wissen
<b>Tourismusspezifische Programme</b>			
Hotellerie (n= 148)	21,6	47,3	31,1
Gastronomie (n= 52)	28,8	48,1	23,1
Reisebüro (n= 37)	13,5	62,2	24,3
Transport/tour. Infrastruktur (n= 8)	0	50	50
Verbände/Tourismusverwaltung (n= 71)	0	39,4	26,8
Kongresswesen (n= 5)	20	80	0
Kultur (n=5)	80	20	0
Freizeit/Wellness/Sport (n= 5)	40	60	0
anderer Bereich* (n= 36)	72,2	25	2,8

## 10 Erwerb von Schlüsselqualifikationen aus Absolventensicht

Schlüsselqualifikation	Schultyp	N	Mean*	Signifikanz (p = ...)
Berufliche Mobilität und Flexibilität	HLT	486	1.78	.000
	Kolleg	175	2.07	
Kreativität	HLT	487	2.59	.000
	Kolleg	175	2.85	
Selbständigkeit	HLT	486	1.74	.000
	Kolleg	175	2.22	
Genauigkeit	HLT	486	1.93	
	Kolleg	174	2.13	
Soziales Engagement	HLT	485	2.52	.003
	Kolleg	174	2.68	
Kommunikationsfähigkeit	HLT	485	1.65	.000
	Kolleg	174	1.93	
Bereitschaft zur Weiterbildung	HLT	485	1.95	
	Kolleg	175	2.00	
Problemlösefähigkeit	HLT	488	2.26	.000
	Kolleg	175	2.52	
Teamfähigkeit	HLT	488	1.65	.000
	Kolleg	174	2.04	
Führungsfähigkeit	HLT	484	2.33	.000
	Kolleg	174	2.78	
Verantwortungsbewusstsein	HLT	487	1.87	.000
	Kolleg	174	2.14	
Kritikfähigkeit	HLT	486	2.13	.000
	Kolleg	172	2.43	
Toleranz, Weltoffenheit und demokratisches Denken	HLT	481	1.99	.001
	Kolleg	174	2.28	

\* Beurteilungskategorien: Die Fähigkeiten konnten im Unterricht  
**1 sehr**  
**2 eher**  
**3 weniger**  
**4 gar nicht** erworben werden.

## 11 Beurteilung der Unterrichtsgegenstände aus Absolventensicht

HLT (N = 489	Prozent			
	mehr	gleich	weniger	streichen
<b>A. Pflichtgegenstände</b>				
<b>Kernbereiche</b>				
Religion	2.7	65.3	15.4	16.5
Deutsch	13.9	79.8	6.3	0.0
Englisch	53.6	45.6	0.8	0.0
zweite lebende Fremdsprache	54.7	43.7	1.6	0.0
Geschichte und Kultur	16.5	66.4	15.9	1.2
Tourismusgeografie	34.1	59.8	5.3	0.8
Biologie und Ökologie	15.8	43.9	27.0	13.3
Mathematik und angewandte Mathematik	11.9	51.4	31.1	5.5
Tourismus und Marketing	53.0	42.7	3.9	0.4
Verkehr und Reisebüro	37.9	51.1	7.7	3.3
Betriebswirtschaftlehre, Volkswirtschaftlehre und gastgewerbliche Betriebslehre	24.0	64.9	10.5	0.6
Rechnungswesen und Controlling	26.2	67.8	5.7	0.2
Wirtschaftsinformatik	54.4	30.4	6.4	8.8
Textverarbeitung	11.2	67.9	18.8	2.0
Politische Bildung und Recht	23.1	68.4	7.3	1.2
Ernährung	29.4	56.2	9.8	4.5
Küchenführung und -organisation	13.1	80.2	6.5	0.2
Getränke	24.7	67.3	6.7	1.2
Restaurant	11.3	83.2	4.9	0.6
Betriebspraktikum	8.8	57.5	25.3	8.4
Leibesübung und sportliche Animation	22.5	58.1	12.2	7.2
<b>Erweiterungsbereich</b>				
Ausbildungsschwerpunkt	46.9	48.4	4.3	0.4
Seminare	51.1	36.0	8.3	4.7
<b>B. Pflichtpraktika</b>	7.8	84.9	7.0	0.4
<b>C. Freigegegenstände und unverbindliche Übungen</b>	44.7	45.6	3.9	5.7

<b>KOLLEG (N = 174)</b>	<b>Prozent</b>			
<b>A. Pflichtgegenstände</b>	mehr	gleich	weniger	streichen
<b>Kernbereich</b>				
Religion	0,6	46,1	6,5	46,8
Lebende Fremdsprache(n)	56,6	43,4		
Tourismus und Marketing	54,6	44,3	0,6	0,6
Verkehr und Reisebüro	40,2	46,0	12,1	1,7
Betriebs- und Volkswirtschaft	16,9	68,0	15,1	
Rechnungswesen und Controlling	9,9	78,9	11,1	
Textverarbeitung und Publishing	34,1	50,6	14,7	0,6
Recht	11,0	55,5	29,5	4,0
Betriebspraktikum	16,3	52,9	18,6	12,2
<b>Erweiterungsbereich</b>				
Fachrichtung	18,9	78,3	2,8	
Ausbildungsschwerpunkt	38,1	58,1	3,9	
Seminare	50,0	38,0	9,3	2,7
<b>B. Pflichtpraktikum</b>	10,4	80,3	8,1	1,2
<b>C. Freigegegenstände und unverb. Übungen</b>	43,8	43,0	6,3	7,0

## 12 Gewünschte Inhalte in den ASP – Sicht der Personalverantwortlichen

Anstellungsrelevante ASP	Themenbereiche
<b>Städtetourismus und Eventmanagement</b> N=25	Ortskenntnisse Organisation von Veranstaltungen Angebotsentwicklung (Trends erkennen) Gästekontakt fördern Zeit- und Projektmanagement
<b>Touristisches Management</b> N= 16	Innovative Einstellungen, gutes Gespür Organisationstalent entwickeln Marketing, Verkauf Kreativität
<b>Fremdsprachen und Wirtschaft</b> N= 18	Sehr gute Sprachkenntnisse Umgehen mit Gästebeschwerden
<b>Hotelmanagement</b> N= 19	Praxisorientierte Ausbildung Alles über Hotelbetriebsführung Organisationszusammenhänge
<b>Kulturelle Animation</b> N= 12	Veranstaltungen aller Art organisieren Eigenes Land und Kultur
<b>Dritte Fremdsprache</b> N= 25	Ostsprachen Spanisch Italienisch Gute Aussprache und sicheres Auftreten
<b>Medieninformatik</b> N=8	E-business-Kenntnisse Webdesign, Homepagegestaltung
<b>Gesundheits- und Kurtourismus</b> N = 14	HACCP Facilitymanagement Gesunde Ernährung Kenntnisse über Wanderregionen

## 13 Unterricht

### a) Zusammenarbeit der LehrerInnen

Angaben in Prozent	regelmäßig	gelegentlich	nein
Allgemeinbildene Gegenstände	21,8	67,3	10,9
SprachlehrerInnen	27,0	62,2	10,8
KommerzialistInnen	42,1	52,6	5,3
TextverarbeitungslehrerInnen	26,7	60,0	13,3
FachtheoretikerInnen	53,5	41,9	4,7
PraxislehrerInnen	54,5	40,0	5,5

### b) Computerunterstützter Unterricht aus Sicht der LehrerInnen

Angaben in Prozent	ja	gelegentlich	nein
Allgemeinbildene Gegenstände	13,7	50	36,3
SprachlehrerInnen	9,5	54,1	36,5
KommerzialistInnen	75	22,2	2,8
TextverarbeitungslehrerInnen	100	0	0
FachtheoretikerInnen	31,1	55,6	13,3
PraxislehrerInnen	21,8	69,1	9,1

### c) Persönlicher Erfahrungshintergrund für den Unterricht an Tourismusschulen aus Sicht der LehrerInnen

	LehrerInnen					
	Allg.	Sprach.	Komm.	TXV	Facht.	Praxis.
Jahrelange Berufspraxis im Tourismus	11,8	21,6	43,3	26,7	62,2	91,1
Einen eigenen Tourismusbetrieb	2	2,7	5,1	13,3	11,1	23,2
Tätigkeit im Tourismus während der Schulferien	13,7	17,6	33,3	6,7	35,6	44,6
Vorträge, Reiseberichte, etc.	39,2	47,3	43,6	13,3	57,8	25
Sammeln von Fallbeispielen	44,1	39,2	66,7	33,3	53,3	14,3
Als KonsumentIn (z.B. Reisen/ Ausstellungsbesuche)	87,3	87,8	76,9	73,3	73,3	48,2



## 14 Beurteilung des praktischen Angebots an den Schulen (Absolventensicht)

<b>Nutzen der Angebote an der HLT (N = 492)</b>	<b>Prozent</b>			
	sehr nützlich	eher nützlich	weniger nützlich	nicht nützlich
Gruppenarbeit	38.1	46.0	14.1	1.7
Fallstudien	29.5	41.9	27.1	1.6
Native Speaker	52.7	26.2	16.1	4.9
Exkursion	43.0	43.0	12.6	1.3
Projekte	57.9	32.1	9.1	0.9
Gastreferenten aus Wirtschaft	39.1	38.1	20.4	2.3
Kooperation mit Firmen	37.8	39.6	15.6	7.1
Firmenpräsentation	32.7	38.9	24.1	4.3
Übungsfirma	21.5	29.7	29.2	19.5
Übungsreisebüro	25.0	29.5	28.6	16.4
Auslandsaufenthalte	75.2	20.1	4.0	0.8
Austauschprogramme	64.5	24.5	9.0	1.9

<b>Nutzen der Angebote am Kolleg (N = 175)</b>	<b>Prozent</b>			
	sehr nützlich	eher nützlich	weniger nützlich	nicht nützlich
Gruppenarbeiten	29,7	42,8	24,1	3,4
Fallstudien	32,5	52,5	12,5	2,5
Native Speakers	47,1	20,7	19,5	12,6
Exkursionen	45,7	34,8	15,9	3,6
Projekte	43,1	41,2	12,7	2,9
Gastreferenten aus der Wirtschaft	47,2	35,2	16,7	0,9
Kooperation mit Firmen	39,4	28,2	21,1	11,3
Firmenpräsentationen	48,2	29,5	17,9	4,5
Übungsfirma	42,9	28,6	7,1	21,4
Übungsreisebüro	36,9	29,2	24,6	9,2
Auslandsaufenthalte	62,3	26,4	7,5	3,8
Austauschprogramme	66,7	13,3	13,3	6,7

## 15 Besuchte Fortbildung nach Lehrergruppen

Welche Weiterbildungsbereiche wurden von den Lehrern in den letzten 4 Jahren besucht

Angaben in Prozent (Mehrfachwahlen möglich)	LehrerInnen					
	Allg. (N=103)	Sprach. (N=75)	Komm. (N=39)	TXV (N=15)	Facht. (N=45)	Praxis. (N =54)
Persönlichkeitsbildung	34	30,7	38,5	13,3	28,9	29,6
Aktualisierung meines Fachwissens	80,6	89,3	82,1	73,3	82,2	77,8
Aktualisierung meines Tourismuswissens	27,2	30,7	56,4	6,7	64,4	40,7
Methodisch-didaktische Kenntnisse	44,7	50,7	28,2	26,7	35,6	35,2
EDV-Ausbildung	54,4	65,3	56,4	86,7	55,6	48,1
Zusatzausbildung	19,4	21,3	17,9	26,7	22,2	20,4
Präsentation und Moderation	20,4	17,3	20,5	26,7	13,3	7,4
Lehrgänge bezüglich des ASP-Unterrichts	9,7	12	15,4	6,7	11,1	0

### LehrerInnen integrieren erworbenes Zusatzwissen im Unterricht

Angaben in Prozent	sehr	etwas	kaum
Allgemeinbildene Gegenstände	40,4	55,6	4
SprachlehrerInnen	38	57,7	4,2
KommerzialistInnen	62,2	35,1	2,7
TextverarbeitungslehrerInnen	78,6	14,3	7,1
FachtheoretikerInnen	64,3	35,7	0
PraxislehrerInnen	64,6	29,2	6,3

**16 Beurteilung schulischer Praxisausbildung und Pflichtpraktikum nach  
Lehrergruppen**

**17 Wichtige Unterrichtsgegenstände aus Sicht der Personalverantwortlichen  
(Gesamtübersicht, N = 873)(Mehrfachwahlen möglich)**

<b>Allgemeinbildung</b>	<b>Prozent</b>
Englisch	92.7
Zweite lebende Fremdsprache	88.8
Deutsch	84.2
Psychologie	63.7
Recht	61.7
Geschichte und Kulturkunde	61.6
Politische Bildung	60.3
Dritte lebende Fremdsprache	50.5
Bildnerische Erziehung	44.9
Mathematik und angewandte Mathematik	42.3
Leibesübungen	40.2
Philosophie	14.3
Musikerziehung	14.2
Religion	13.2

<b>Naturwissenschaften</b>	<b>Prozent</b>
Geographie	86.9
Biologie	57.8
Physik	10.1
Chemie	9.6

<b>Wirtschaft</b>	<b>Prozent</b>
Marketing	88.1
Rechnungswesen und Controlling	88.0
Betriebs- und Volkswirtschaft	78.9
Internet-Marketing	72.1
Unternehmensführung	70.3
Qualitätsmanagement	66.0
Projektmanagement	56.5
Markt- und Trendforschung	46.3
Betriebsübernahme und -gründung	33.8
Statistik für Anwender	25.1

<b>Persönlichkeitsbildung</b>	<b>Prozent</b>
Kommunikation und Rhetorik	91.5
Verkaufen und Verhandeln	79.3
Moderations- und Präsentationstechniken	54.2
Persönliche Arbeitstechniken	43.8

<b>IT-Ausbildung</b>	<b>Prozent</b>
Textverarbeitung und Publishing	83.8
Buchungs- und Reservierungsprogramme	74.6
E-commerce	49.0
Web-Design	36.0
Wirtschaftsinformatik	34.2
Informationsmanagement und -technologie	49.0

<b>Tourismusspezifische Ausbildung</b>	<b>Prozent</b>
Service	67.0
Küchenführung und -organisation	65.4
Restaurant	62.4
Gesundheit und Wellness	60.6
Event-Management	59.7
Getränke	59.2
Tourismusökonomie und -politik	57.8
Kulturtourismus	55.2
Verkehr und Reisebüro	53.6
Ernährung	52.6
Destinations-Management	44.3
(Sportliche) Animation	34.4

<b>Praktische Ausbildung</b>	<b>Prozent</b>
Betriebspraktikum	86.3
Projektarbeiten	63.8
Ferialpraktika	61.1
Field-Studies (Exkursionen)	46.0