



KARMASIN
RESEARCH & IDENTITY

ATTRAKTIVIERUNG DER LEHRBERUFE IM TOURISMUS

Für das
Bundesministerium für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus
Stubenring 1, 1010 Wien

 **Bundesministerium**
Landwirtschaft, Regionen
und Tourismus

INHALTSÜBERSICHT



Ziele, Methode und Vorgehensweise	S. 3
Assoziationen zum Lehrberuf	S. 6
Die positiven Aspekte und Motive für eine Lehre im Tourismus	S.12
Die Barrieren und negativen Aspekte einer Lehre im Tourismus	S.17
Die Sichtweise der Lehrlinge	S.19
Auswirkungen der Pandemie auf den Lehrberuf im Tourismus	S.23
Die Probleme	S.27
Die positiven und negativen Detailaspekte im Überblick	S.40
Ansatzpunkte zur Attraktivierung der Lehre im Tourismus	S.43
Fazit	S.48

ZIELE, METHODE UND VORGEHENSWEISE



ASSOZIATIONEN ZUM LEHRBERUF IM TOURISMUS



SPEZIELLE ASPEKTE DER ZIELGRUPPEN WERDEN FARBlich GEKENNZEICHNET



Lehrlinge

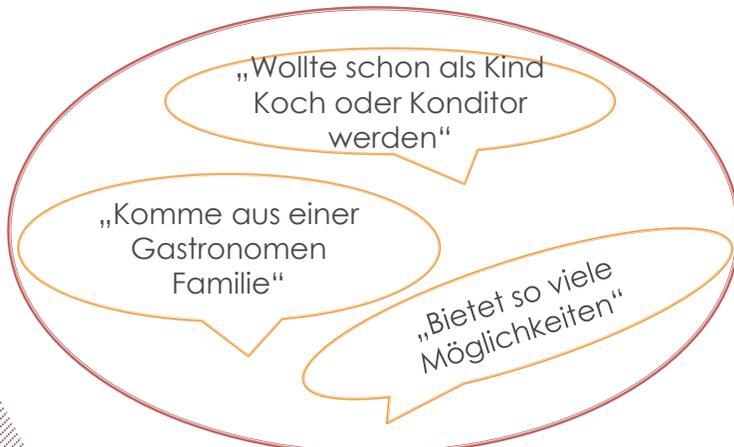
Unternehmen

ExpertInnen



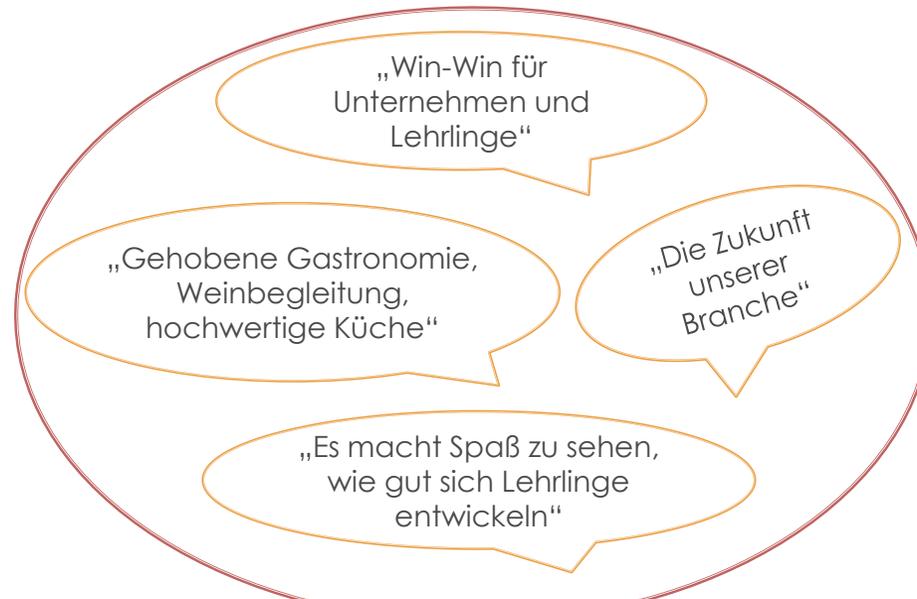
SPONTANE ASSOZIATIONEN (1)

+ Interesse/Chancen



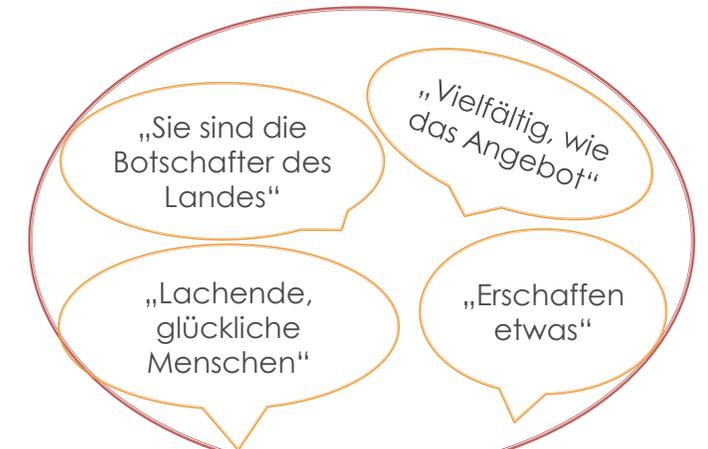
Tourismus Lehrlinge/Experten

+ Top Betriebe



Unternehmen

+ Lehrlinge sind die Botschafter des Tourismus

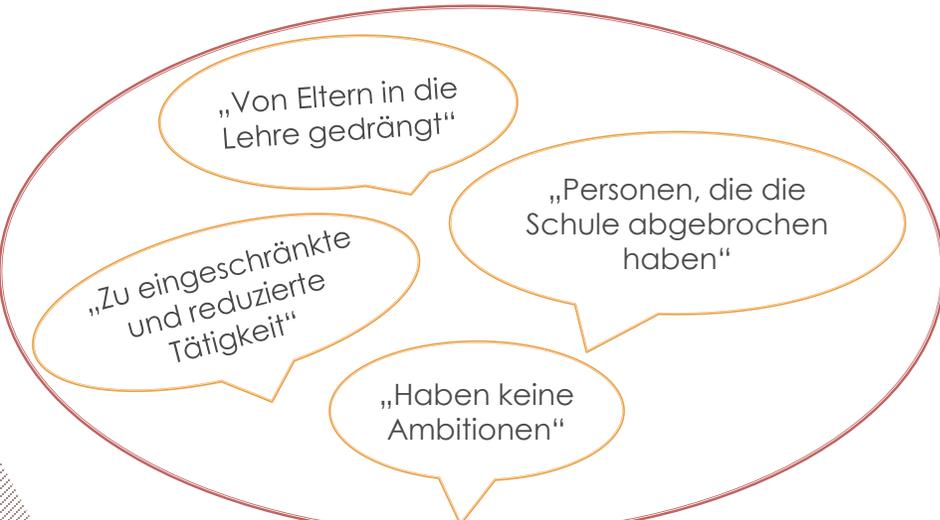


ExpertInnen



SPONTANE ASSOZIATIONEN (2)

„Wenig Prestige“

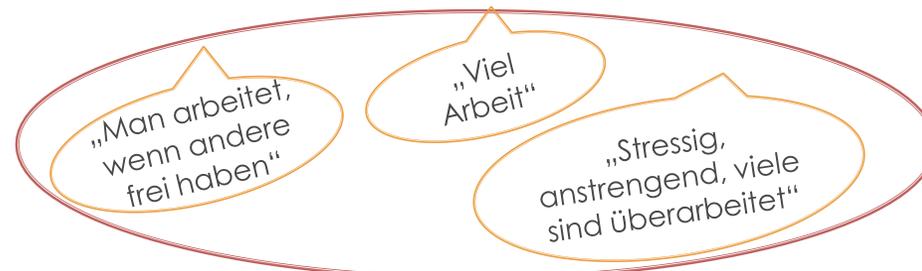


Lehrlinge, die sich gegen Lehre und Branche entschieden haben

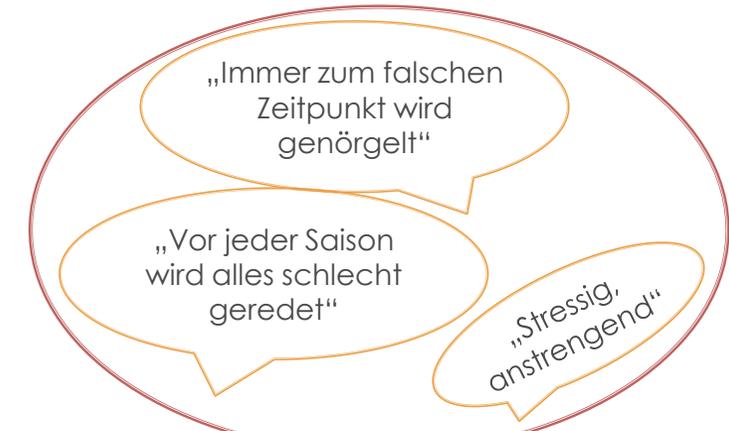
Betriebe mit schlechter Ausbildungsqualität



Die Tätigkeit



Die Branche



Unternehmen

SPONTANE BILDER, GEFÜHLE, ERLEBNISSE



Lehrlinge

Lehrlinge, manche Unternehmen denken oft an schöne Plätze, Landschaften, „dort wo andere Urlaub machen“

Diese Assoziationen könnten aufgegriffen und verstärkt werden

Unternehmen

Unternehmen sprechen allerdings auch sehr oft das schlechte Image des Lehrberufs, das „ständige Schlechtreden und Kritisieren“ der Branche selbst an, aber auch „schwarze Schafe“ unter den KollegInnen, die Lehrlinge ausnützen und somit dem Ruf schaden.

WAS HAT SICH FÜR JUNGE MENSCHEN FÜR EINE LEHRE IM TOURISMUS VERÄNDERT?



+

HEUTE

- Lehre mit Matura hat viel Potential
- Viele verschiedene Lehrberufe, v.a. Hotelfachfrau/mann ist interessant
- Einige, aber nicht alle Berufsschulen haben sich weiterentwickelt und neue Themen einbezogen (z.B. E-Commerce)
- Kochsendungen und Starköche sind Vorbilder, aber auch: **Fernsehköche sind zu alt für die jetzige Generation**

ABER

- Matura ist Standard geworden, eine Berufsausbildung hat weniger Wert als früher
- Man will nicht mehr „bedienen“
- „Sozialsystem erzieht junge Menschen nicht zu arbeiten“
- Junge Menschen haben anderen, höheren Lebensstandard (sie wollen mehr verdienen und weniger arbeiten, vor allem nicht an Wochenenden oder Abenden)

Neue Aspekte
zu wenig
bekannt!

-

FRÜHER

- Junge Menschen wollten schon weg von zuhause und auf „eigenen Beinen“ stehen, heute bleibt man länger zuhause
- Saisonarbeit war akzeptiert und üblich
- Stammgäste haben ihre Kinder zur Lehre geschickt
- Lehrberuf generell war angesehener
- Kinder haben Geld durch die Lehre nach Hause gebracht, jetzt zahlen Eltern für die Ausbildung der Kinder

DIE POSITIVEN ASPEKTE UND MOTIVE FÜR EINE LEHRE IM TOURISMUS





DIE POSITIVEN ASPEKTE (1)

Von allen Zielgruppen gesehen

1

Der soziale, kommunikative Aspekte, mit und für Menschen arbeiten (ein people business)

2

Viele Jobchancen, man wird immer einen Job bekommen, sehr gefragt in Österreich und international

3

Ein vielfältiger, abwechslungsreicher, kreativer Beruf

4

Arbeiten an den schönsten Orten der Welt, „weltoffen“, in schöner Arbeitsumgebung

5

Stolz in einem Vorzeigebetrieb zu arbeiten

6

Internationaler Aspekt: im Ausland arbeiten, ausländische Gäste kennenlernen

„Es ist immer was los“

„Gerade jetzt“

„Man muss alles spontan managen können“

„In einem Haubenlokal zu lernen ist anders als in einem Landgasthaus“

„Fachkräfte aus Österreich sind weltweit gefragt“



DIE POSITIVEN ASPEKTE (2)

Spezielle Themen

7

Freude an der Ausbildung junger Menschen („es macht Spaß zu beobachten, wie sie lernen“) (Unternehmen)

8

Flexible Arbeitszeiten, die sich auch auf Familiensituation einstellen lassen (Unternehmen, aktueller Lehrling)

9

Viele Aufstiegschancen (Unternehmen)

10

Trinkgeld im Vergleich zu anderen Berufen attraktiv, hohes Einkommen ist möglich (Experte, Lehrling)

11

Unterkunft, Spa-Benützung und Essen ist ein zusätzlicher Gehaltsbestandteil, der nicht immer gesehen wird (Unternehmen, Lehrling)

12

Man kann Sprachen lernen (Lehrling)

DIE PERSÖNLICHEN MOTIVE FÜR DEN LEHRBERUF IM TOURISMUS



- Leidenschaft und Begeisterung für die Tätigkeit
- „Man macht es, weil man es möchte, nicht, weil einem nix einfällt.“
- Kommunikationsfreude, man muss ein „Menschenfreund“ sein.
- Menschen kennenlernen, „draußen bei den Gästen sein“
- Starkes Zusammengehörigkeitsgefühl, Gefühl wie in einer Familie
- „Den ganzen Tag im Büro wäre nichts für mich“

Die Tätigkeit,
Soziales

- Es gibt unendlich viele Möglichkeiten
- Andere Kulturen, Länder
- Man kann schnell aufsteigen: „vom Tellerwäscher zum Hoteldirektor“
- Ein sicherer Arbeitsplatz
- Für junge Menschen mit Migrationshintergrund eine große Chance
- Ein eigenes Unternehmen gründen (selten)

Vielfalt, Chancen

- Für 15 Jährige sind 645€,- viel Geld
- Man kann mit dem Trinkgeld gut verdienen
- Man kriegt gleich Feedback (über das Trinkgeld)

Geld verdienen

- Kein Interesse weiter zu lernen
- „Lernen ist nicht meins“
- Schule abgebrochen

Keine Lust mehr
zu lernen

- Eltern geben die Richtung vor
- Eltern empfehlen einen Betrieb (nach einem Besuch und Gespräch) oder sind selbst aus der Branche.
- Aber auch: „herauskommen“, weg von den Eltern

Einfluss der Eltern

← häufig genannt

→ selten genannt

ExpertInnen

Unternehmen

Aktuelle Lehrlinge

SLOGANS FÜR DEN LEHRBERUF IM TOURISMUS...



- „Jeden Tag eine andere Bühne bespielen“
- „Arbeiten, wo andere Urlaub machen“
- „Lehre machen und Erfahrung sammeln“
- „Man verdient schnell Geld“
- „Ein Job mit Zukunft“
- „Learning by Doing“
- „Lerne für die Gästen im Tourismus, dann kannst du selbst auch in Zukunft Gast sein“

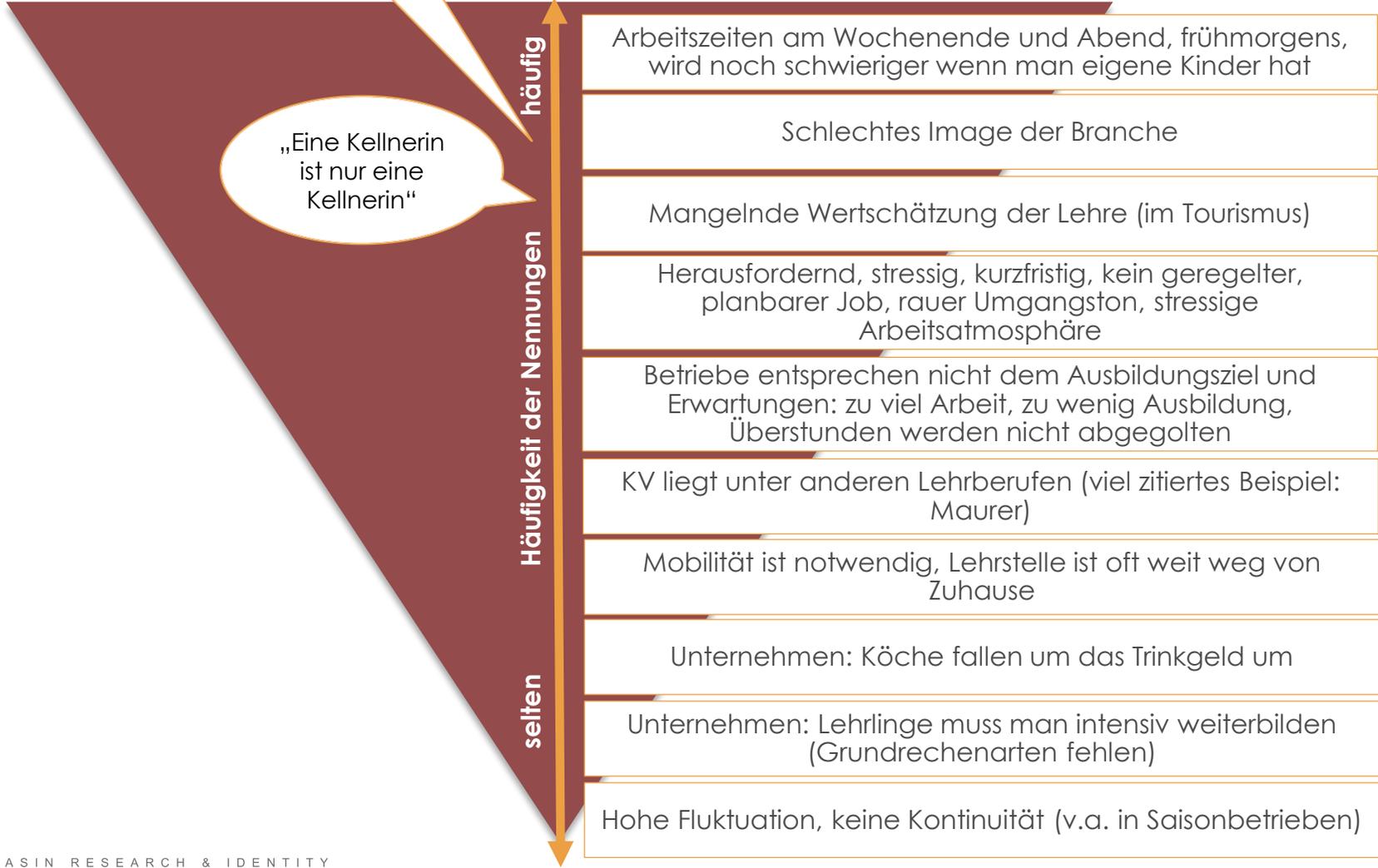
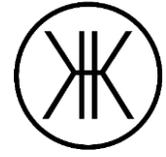
DIE BARRIEREN UND NEGATIVEN ASPEKTE FÜR EINE LEHRE IM TOURISMUS



BARRIEREN

„Unser Lobbying ist schlecht“

„Wenn die Freunde feiern“



„Es wird nur über die schwarzen Schafe berichtet“

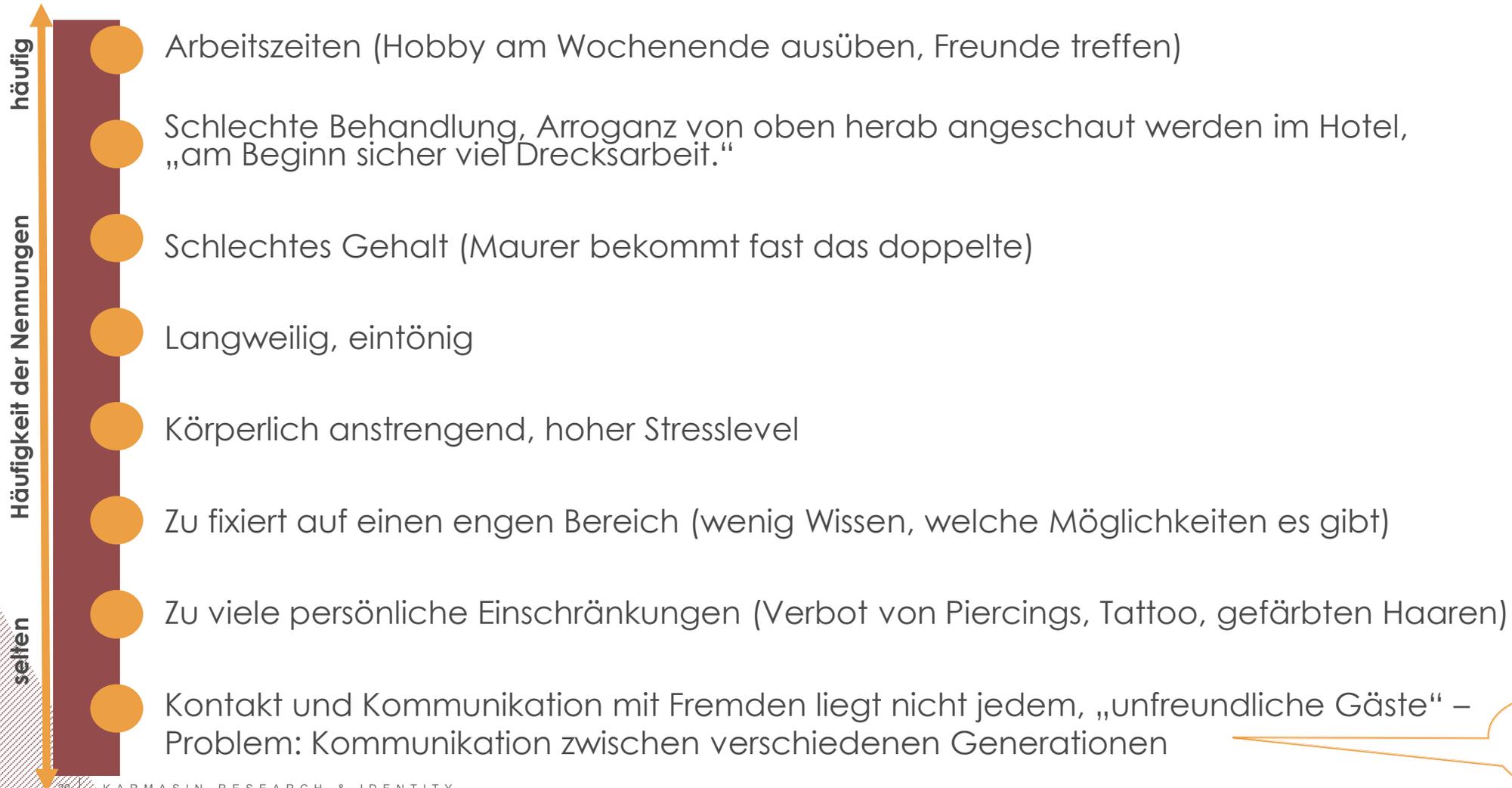
„Damit muss man umgehen können“

„Das ist für die Eltern und den Jugendlichen hart, weit weg zu ziehen für die Lehrstelle“

DIE SICHTWEISE DER LEHRLINGE



WARUM HABEN SICH LEHRLINGE FÜR EINE ANDERE LEHRE ENTSCHIEDEN?



„Ich weiß nicht, was ich mit einem 50-Jährigen reden soll“

DIE PERSPEKTIVE DER JUNGEN MENSCHEN IM ENTSCHEIDUNGSPROZESS FÜR EINE LEHRE IM TOURISMUS



häufig
Häufigkeit der Nennungen
selten



POSITIVE ASPEKTE

- Ein sicherer Job (auf der ganzen Welt)
- Viele Möglichkeiten, auch die Welt zu bereisen
- An den schönsten Plätzen der Welt
- Abwechslungsreich („nicht so langweilig wie im Büro) und lustig
- Man kommt mit vielen Menschen zusammen, im Team „mithelfen“
- Körperliche Bewegung
- Hat auch finanziell Chancen, wenn man gut ist
- Lehre mit Matura ist eine sehr gute Ausbildung, dann ist man für alles offen
- Man kann Zusatzqualifikationen erwerben (z.B. Sommelier)
- Ein eigenes Unternehmen gründen
- Youtube Köche motivieren
- Bei Betrieben mit hohem Ansehen zu arbeiten



NEGATIVE ASPEKTE

- Die ungünstigen Arbeitszeiten am Wochenende
- Stressig, man muss viel wegstecken und „weglächeln“ können
- Körperlich anstrengend (Mädchen), vor allem wenn man eine langfristige Karriere denkt („umso älter man wird, desto härter für den Körper“)
- Wirklich noch sicher seit Corona? („das Geld muss planbar sein“)
- Mit einer Familie schwer vorstellbar
- Schlechte Bezahlung
- Mit einer höheren Schule hat man mehr Chancen
- Schwerer aufzusteigen, als mit einer anderen Lehre (wie z.B. Mechaniker, Techniker)
- Man redet zu wenig über die Möglichkeiten im Tourismus, man weiß zu wenig



DIE ERFAHRUNGEN DER LEHRLINGE IM TOURISMUS

häufig
Häufigkeit der Nennungen
selten



POSITIVE ASPEKTE

- Macht Spaß
- Man kommt mit vielen Menschen zusammen, toller Teamgeist
- Man kann an der Freude anderer teilhaben (z.B. Hochzeiten)
- Man bekommt schnell „Verantwortung“
- Sicherheit: „Urlaub wollen alle machen“
- Viele Möglichkeiten, Weiterbildungen, „viele Türen sind offen“
- Abwechslungsreich: „Jeder Tag hat Potential“, man sieht viele Bereiche
- Möglichkeiten was anderes zu sehen (andere Betriebe, verschiedene Kulturen, Ausland)
- Flexible Arbeitszeiten
- Körperlich nicht so anstrengend, wie andere Lehrberufe
- „Wenn Trinkgeld gut passt, dann schaut`s gut aus.“



NEGATIVE ASPEKTE

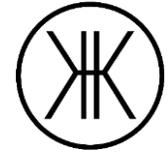
- Die ungünstigen Arbeitszeiten am Wochenende (aber man gewöhnt sich daran)
- Stressig, „der Service ist immer schuld“
- Kein echter Beruf, schlechtes Image: „das kann jeder“, „Wenn ich sage, arbeite in der Gastro/Tourismus, fällt allen die Lade runter“, „Wenn ich sage Rogner Blumau, dann steigt das Image“
- Schwierig mit PartnerInnen, die nicht im Tourismus tätig sind und Kindern zu vereinbaren
- Schlechte Bezahlung, Maurer verdienen doppelt soviel

AUSWIRKUNG DER PANDEMIE AUF DEN LEHRBERUF IM TOURISMUS



WIE WIRKT CORONA AUF DIE BRANCHE?

„Immer nur
jammern hilft
nicht“



Die Situation ist für alle sehr herausfordernd, allerdings ist die Stimmung nicht depressiv, sondern gefasst und reflektiert.

- Unternehmen nutzen vielfach die Zeit, um Renovierungen oder andere aufgeschobene Tätigkeiten umzusetzen (Werbeplanung, Digitalisierung, Weiterbildung)
- Die Situation für Lehrlinge wird als „nicht lustig“ bezeichnet. Lehrlinge selbst sehen die Phase auch schwierig („man ist abgeschreckt“, „ich bin daheim und mache gar nichts“.)
- Vor allem Köche und KellnerInnen sind betroffen.
- Die größten Auswirkungen sind:

„Corona Lehrlinge“
Lehrlinge lernen zu wenig
Praxis, es fehlt ein Teil der
Ausbildung

+

Weniger
Arbeitsplatzsicherheit
Im Tourismus war
Sicherheit immer ein
wichtiges Argument,
das wurde jetzt
relativiert.

+

Abwanderung
Es wandern viele
Fachkräfte und Lehrlinge
in andere Branchen oder
gehen in weiterführende
Schulen

+

Fachkräftemangel
„es werden uns
nicht die Gäste
ausgehen, aber wir
werden keine
Fachkräfte mehr
haben“

WIE WIRKT CORONA AUF DIE ÜBERNAHME VON BETRIEBEN?



„3 von 4
Betrieben in
der Gegend
sperren zu“



Langfristig wird durch diese schwierige Situation die Bereitschaft junger Menschen, den Familienbetrieb zu übernehmen, weiter sinken.

GERADE IN DIESER KRISENPHASE SOLLTE DIE ÖSTERREICHISCHE TOURISMUSBRANCHE GRUNDSATZFRAGEN BEANTWORTEN



Angesichts der Entwicklung von Billigtourismus Angeboten (im Ausland), Fachkräftemangel in Österreich und einer Marktbereinigung durch Corona, sollten grundlegende Weichenstellungen in der Branche diskutiert werden:

Wie soll der österreichische Tourismus auf die Herausforderungen bzw. Grenzen des Tourismus reagieren? (Muss es ein „Mehr-Mehr“ sein?)

Soll Österreich konsequent Qualitätstourismus anbieten?

Stärker auf nachhaltigen, beruhigten Tourismus setzen?

Wie soll das Tourismusprodukt Österreich in Zukunft aussehen?

DIE PROBLEME



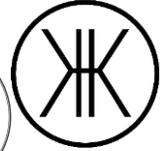
FOLGENDE PROBLEME FÜR DIE LEHRE IM TOURISMUS WURDEN IDENTIFIZIERT



- **Thema 1+2: Das schlechte Image:** Es wird viel zu wenig über Top Betriebe, Chancen und Leistungen im Tourismus gesprochen.
- **Thema 3: Der Einfluss der Eltern:** Sie müssen besser informiert werden und von den Aufstiegs- und Verdienstmöglichkeiten im Tourismus überzeugt werden.
- **Thema 4: Die Ausbildungsqualität:** Entwickeln eines Standards, Feedbackprozesses/Qualitätsmonitorings - transparent für alle Unternehmen und Lehrlinge
- **Thema 5: Berufsorientierung** breiter, individueller, früher aufsetzen
- **Thema 6: Der Corona Effekt** muss abgemildert werden
- **Thema 7: Lehrlings KV** im Tourismus anpassen
- (Selten) **Thema 8: Voraussetzungen für die Berufsbefähigung wieder erschweren**

THEMA 1: DIE GESELLSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG

„Die Schere zwischen Gästen und Fachkräften wird immer größer“



„Lehre und Handwerksarbeit haben keinen Stellenwert mehr“
Es wird immer schwieriger, Fachkräfte zu bekommen.

Österreich ist ein Tourismusland mit steigenden Gästezahlen, der Bedarf an gut ausgebildeten Fachkräften steigt. Die Anzahl der Lehrlinge bleibt annähernd konstant, dadurch entsteht „ein Verdrängungswettbewerb“ zwischen den Branchen um Lehrlinge.

Andere Branchen bemühen sich intensiv bei der Ansprache von Lehrlingen – teilweise mit großzügigen „Goodies“ wie Führerschein oder Motorrad – und bieten hervorragende Lehrlingsausbildung (z.B. interne Akademien). Kleine Betriebe im Tourismus tun sich schwer.

Die Tourismusbranche kann aktuell was das Image, Verdienst, aber auch Sicherheit und Ausbildungsqualität angeht, nur schwer mithalten.

Entwickeln einer gesamtheitlichen Lehrlingsoffensive



THEMA 2: DAS SCHLECHTE IMAGE

„Abgestempelt als
Lehrling bedeutet
auch: will oder
kann nicht mehr“



Die positiven Seiten des Lehrberufs im Tourismus werden viel zu wenig kommuniziert. Meist wird negativ über die Branche berichtet, „obwohl wir Tourismusweltmeister sind“: Schlechte Arbeitszeiten, geringer Verdienst, „Schwarze Schafe der Branche“.



Top Betriebe, Hotellegenden müssen vor den Vorhang.
Lehre im Tourismus wird von Schule und Eltern nicht gut „verkauft“.

Es hat sich viel an den Arbeits- und Rahmenbedingungen getan, dennoch ist das Arbeitsklima oft rau und stressig.

ABER

Über die positiven Entwicklungen wurde aber zu wenig gesprochen.

Das Prestige ergibt sich aus dem Lehrbetrieb: von Top bis inferior ist die Branche sehr heterogen.
Kochlehre hat noch das beste Image, bedingt durch Kochshows und Promi Köche.
Service hat das geringste Image. Bedingt auch durch die Einschätzung, dass „das kein richtiger Beruf“ ist, den man erlernen muss.

THEMA 2: DAS SCHLECHTE IMAGE – ERSTE ANTWORTEN



Es braucht mehr Werbung – über Social Media (Lehrlinge).



Bevor man an eine Imagekampagne denkt, müssen weitere Verbesserungen in der Branche eingeleitet werden.



**Es sollte ein Schulterschluss der gesamten Branche sein.
„Denn jetzt ist die optimale Zeit, wenn die Branche neu durchstartet.“**

THEMA 3: DER EINFLUSS DER ELTERN



„Schlecht bezahlt,
harte Arbeit, Arbeit
am Wochenende“

„Eltern raten
ab“

Laut den Unternehmen haben Eltern viele Vorurteile und wenig Wissen. Das schlechte Image und geringe Sozialprestige hemmt Eltern, eine Lehre für ihre Kinder zu empfehlen. Es sind hauptsächlich die negativen Aspekte präsent: Körperliche Arbeit, wenig Verdienst und geringes Prestige. Die Sicherheit des Arbeitsplatzes ist seit Corona fraglich, was aber ein wichtiges Argument für Eltern darstellt.

Eltern mit Migrationshintergrund kennen die duale Ausbildung zu wenig und sehen daher nicht die Chance für ihre Kinder.

→ Eltern müssen einbezogen werden und es sollte gelingen, sie voll vom Lehrberuf im Tourismus zu begeistern. Aufstiegsmöglichkeiten sind für Eltern sehr wichtig. „Hauptsächlich muss man Eltern überzeugen.“

THEMA 4: DIE AUSBILDUNGSQUALITÄT

„Engagierte Betriebe
haben kein
Ausbildungsproblem“



Experten und Unternehmen sind sich einig, dass sich viel in der Ausbildungsqualität und der Lehrlingsansprache verbessert hat (je größer der Betrieb, desto besser wurde es). Andere Branchen und Unternehmen haben aber in der Lehrlingsausbildung stark aufgeholt und bieten Lehrlingen enorm viel (von Ausbildungsakademien bis Motorrädern). Im Tourismus gibt es auch schon gute Beispiele, wie man Lehrlinge erfolgreich ansprechen und halten kann (Schulungen, Arbeitskleidung, Auszeichnungen), die aber vom Unternehmen oder Unternehmenskooperationen selbst organisiert werden.

ABER

Es gibt immer noch Betriebe, die Lehrlinge ausnutzen (z.B. Überstunden nicht bezahlen) und nicht ausreichend ausbilden oder schlecht ausbilden („Lehrlinge sind keine billige Arbeitskraft“). Der Personalmangel in der Branche verstärkt das Problem.

Der Unterschied zum Handel oder Industrie wird für diese Betriebe noch größer. Das schadet dem Betrieb, dem Lehrling, aber auch der Branche.

THEMA 4: DIE AUSBILDUNGSQUALITÄT – ERSTE ANTWORTEN



Sanktionen für Betriebe, die nicht entsprechend ausbilden. Entziehen der Lehrberechtigung?



Entwickeln eines Standards, Feedbackprozesses/Qualitätsmonitorings - transparent für alle Unternehmen und Lehrlinge.

„So wie
Kununu“

THEMA 5: BERUFSORIENTIERUNG

„Imagekampagnen helfen nicht, es braucht individuelle Begleitung“



Die individuelle und rechtzeitige Berufsorientierung ist sehr wichtig. Auch wenn schon viele Einzelaktivitäten in Mittelschulen passieren, gibt es noch viele Chancen.

Es muss früher angesetzt werden (6.+7. Schulstufe), ExpertInnen sprechen sogar von spielerischem Kennenlernen handwerklicher Berufe in der Volksschule.

„Schüler sind nach der Schule planlos (Lehrling)“

**Gymnasien müssen einbezogen werden (6.+7. Schulstufe).
Schulabbrecher BBHS und AHS mehr ansprechen.
„Jugendcoaching ist ein gutes Projekt, aber noch zu schwach“**

„Im Gym hören Schüler nix von einer Lehre“

Lehrer müssen mehr einbezogen und motiviert werden (aktuell kämpfen sie um ihre Planstellen).

Individuelle Beratung und Information: Erkennen von persönlichen Vorlieben und Talenten, ehrliche Information zu Arbeitszeiten.

„Junge Leute kommen und sind nicht vorbereitet“

Mehr Austausch und Kennenlernen von Lehrbetrieben mit Schulen (aktuell werden v.a. die Unternehmen aktiv, weniger die Schulen), Tag der Offenen Tür war ein erfolgreiches Projekt.

Lehre mit Matura oder Lehre nach der Matura bzw. weiterführende Ausbildungen müssen bekannter werden, um dem Argument „Einbahnstraße Lehre“ entgegenzuwirken.

THEMA 6: DER CORONA EFFEKT

„Corona Lehrlinge
werden es schwer
haben“



Es war im Tourismus immer schon schwer MitarbeiterInnen und Lehrlinge zu finden, das Problem wird jetzt noch größer.

Zusätzlich werden Lehrlinge in der Corona Zeit nicht so gut ausgebildet.

UND

Durch das Sozialsystem und Kurzarbeit ist es für einen Großteil der Leute nicht attraktiv zu arbeiten.



THEMA 7: VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE BERUFSBEFÄHIGUNG

Vereinzelt wird der zu einfache Zugang zur Berufsbefähigungsprüfung kritisiert. In anderen Branchen muss vor einer Unternehmensgründung bzw. Berufsbefähigungsprüfung aber die (schlecht bezahlte) Lehre abgeschlossen werden.

Laut einzelnen ExpertInnen wird dadurch die Lehre (mit 3 Jahren geringem Gehalt) im Tourismus (noch) weniger attraktiv.

ZUSÄTZLICH

Ausbildungsqualität sinkt in diesen Betrieben (die ohne Lehrabschluss gegründet wurden).

ABER

Weder Unternehmen noch Lehrlinge beziehen diesen Faktor in ihre Entscheidungen ein.

„KV ist besser geworden,
aber immer noch nicht gut“



THEMA 8: LEHRLINGS KV IM TOURISMUS

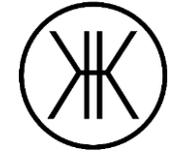
Im Vergleich zu anderen Branchen ist das Gehalt in der Lehrzeit immer noch schlechter (Beispiel: Maurerlehre).

ALLERDINGS

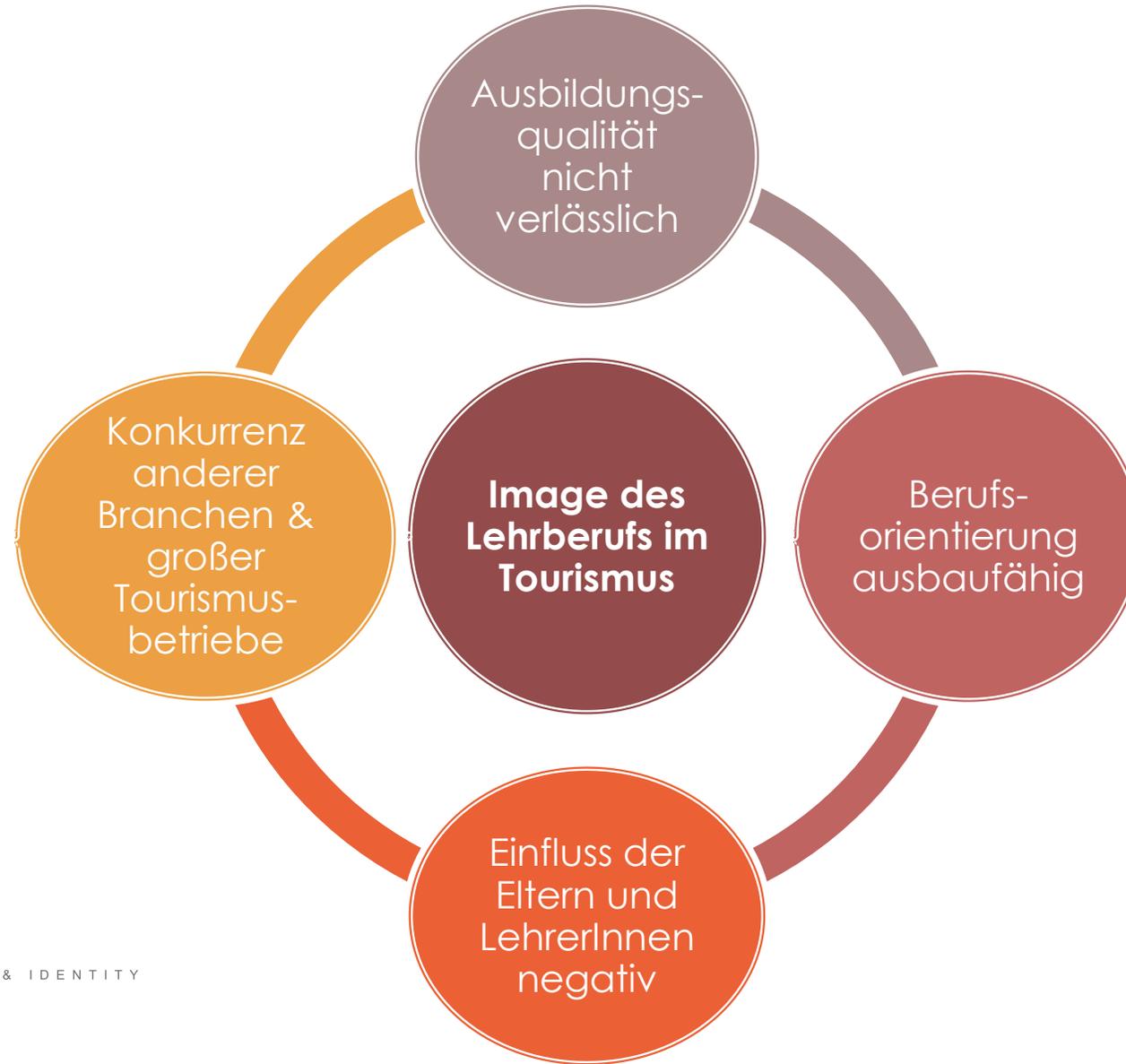
Unternehmen könnte immer „über dem KV zahlen“ (Unternehmen).

UND

„Wenn das Image der Gastronomie/Hotellerie steigt, werden auch die Trinkgelder wieder steigen“



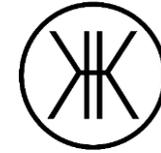
DIE PROBLEME ZUSAMMENFASSEND



DIE POSITIVEN UND NEGATIVEN DETAILASPEKTE IM ÜBERBLICK



GESTÜTZTE ABFRAGE DETAILS (1)



Bekanntheit, Erfahrungen, Wirkung Kampagnen von Lehrbetrieben	++	„Bekannt und meist als wirksam eingeschätzt. Vermittelt, dass Lehrlinge wertvoll sind.“
Soziales/Kontakt mit Menschen	++	Der Umgang und die Arbeit mit Menschen ist sehr wichtig für den Beruf.
Sicherheit des Arbeitsplatzes/Einkommens	++	Aktuell fällt dieses Argument (kurzfristig) weg Grundsätzlich wird Tourismus aber als sehr sicher gesehen, da es immer Arbeitsplätze gibt.
Gehalt (Basisgehalt, Zulagen und Trinkgeld)	+	„Lehrlingsentschädigung wurde schon erhöht, sollte aber noch verbessert werden.“ „Trinkgeld ist ein wichtiger Faktor.“ „Gehalt ist aber nicht das entscheidende Thema, sollte aber auch nicht unter anderen Lehrberufen liegen.“
Zusatzangebote (Führerschein, iPad)	+	„Lehrlinge finden die Angebote „richtig cool“.“ „Vermittelt, dass Lehrlinge wichtig sind und dass Aufstieg möglich ist.“ Für die Entscheidung nicht ausschlaggebend, aber wichtig: „Wenn du dich schon für den Bereich entschieden hast, dass du dich für diese Firma entscheidest. Aber die Frage ist, wofür das Herz schlägt.“ „Kleine Betriebe können da nicht mithalten.“ Unternehmen setzen oft lieber leistungsbezogene Incentives bei guten Noten ein (Gutscheine, Gutscheine für Besuch eines anderen Betriebs). „den eigenen Betrieb nutzen, um Goodies zu vergeben, zB durch die Nutzung des Wellnessbereichs von Lehrlingen oder Übernachtung in Partnerhotels“
Auslandsaufenthalte	+	Unternehmen: Erst nach der Lehre für einige interessant, eher innerhalb Österreichs. Unternehmen: Fast in jedem internationalen Spitzenhotel arbeiten österreichische Fachkräfte. Unser Land ist international diesbezüglich angesehen. Lehrlinge: „Es gibt viele Möglichkeiten.“

GESTÜTZTE ABFRAGE DETAILS (2)

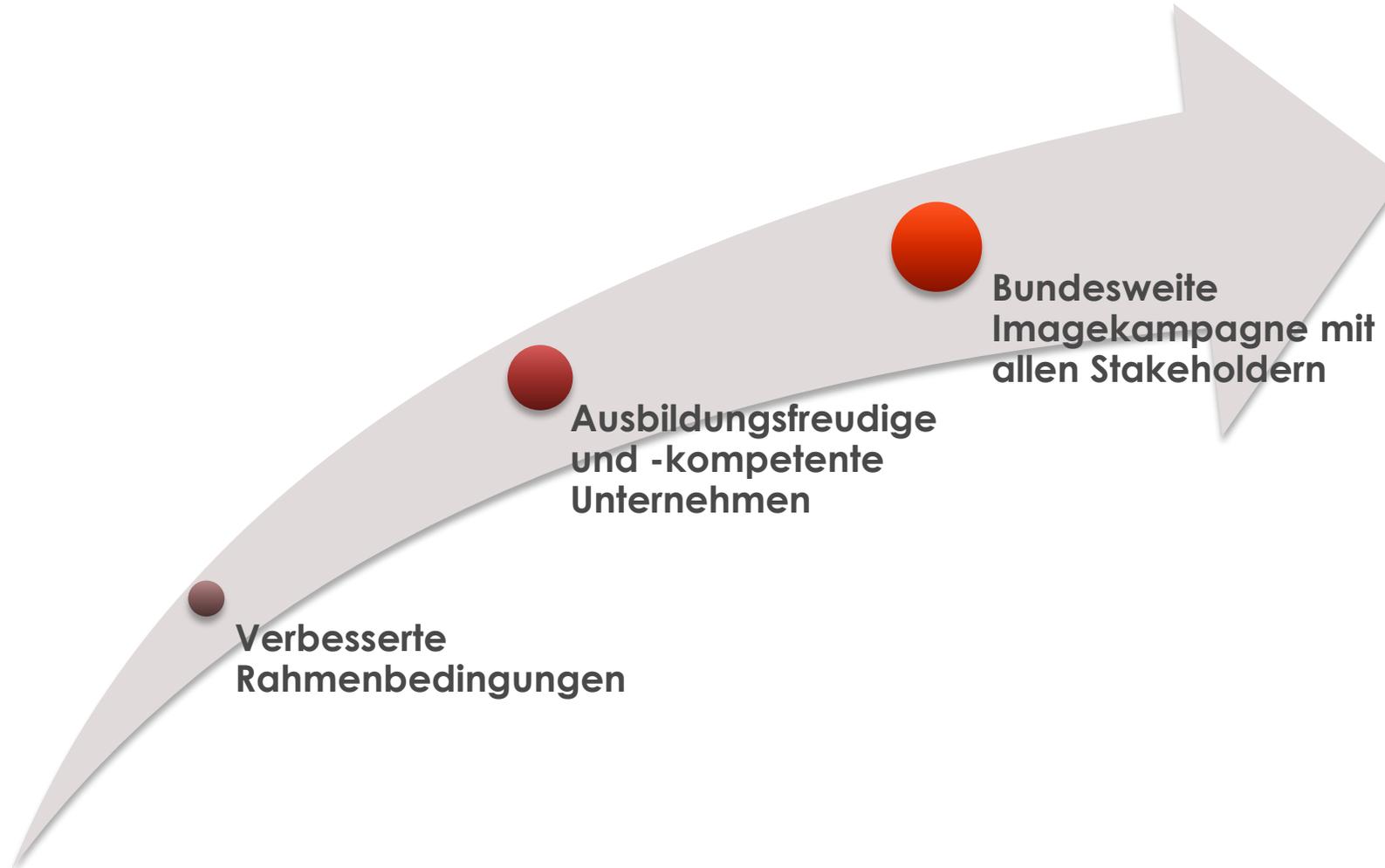


Möglichkeit ein eigenes Unternehmen zu betreiben, gründen	+	<p>Selten, dass 15 Jährige an das eigene Unternehmen denken, außer: sie kommen aus einem Betrieb</p> <p>Vereinzelt: Voraussetzungen für die Berufsfähigkeitsprüfung zu offen, was die Motivation für eine Lehre senkt.</p> <p>Lehrling: „Ist mir zu unsicher, zu viel Risiko.“</p> <p>Lehrling: „Es gibt genügend Jobangebote, man denkt nicht über eigenes Unternehmen nach.“</p>
Fehlende Homeoffice Möglichkeit	+	Das ist ein Vorteil, kein Nachteil, „Die wollen unter die Leute“, „Ich will raus aus den eigenen 4 Wänden“
Vereinbarkeitsfragen	-	<p>Noch nicht relevant, ambivalente Meinung.</p> <p>Mit Kindern werden die Arbeitszeiten schwierig.</p>
Notwendige Mobilität	-	Ist für die Eltern und Lehrlinge eine schwierige Entscheidung, weit von zuhause entfernt eine Lehre zu machen.
Image des Lehrberufs im Tourismus	-	„Die Realität liegt über dem Image, bei der Entscheidung der Eltern, Lehrer, Jugendlichen kommt es auf die Einschätzung und nicht die Realität an!“
Soziales Prestige	-	„Grundsätzlich schwach ausgeprägt, außer es handelt sich um einen bekannten Top Betrieb.“
Berufsinformation und/oder Berufsorientierung für den Lehrberuf:	-	<p>„Generell wird zu wenig darüber informiert. Auch im Vergleich zu Studiengängen.“</p> <p>Zu eingeschränkt, zu regional.</p> <p>„Es gibt keine 9. Schulstufe, die konkret auf Tourismusberufe vorbereitet“</p>
Aufstiegsmöglichkeiten und weitere (akademische) Ausbildungen	-	Für die Lehrlinge weniger relevant, aber für das Image und die Eltern, LehrerInnen. Es gibt viele Möglichkeiten, aber diese sind zu wenig bekannt. Corona-Krise könnte genutzt werden für Online-Weiterbildungen.
Arbeitszeiten/ Saisonalität	--	<p>„Darf man nicht schön reden.“</p> <p>„Man braucht eine Balance.“ (Lehrling)</p>

ANSATZPUNKTE ZUR ATTRAKTIVIERUNG DER LEHRE IM TOURISMUS



DIE ATTRAKTIVIERUNG DER LEHRE IM TOURISMUS IST EINE HERAUSFORDERUNG AUF MEHREREN EBENEN UND BEDARF EINER ANSTRENGUNG ALLER STAKEHOLDER





BESSERE RAHMENBEDINGUNGEN

01

Standards in den Unternehmen einfordern und kontrollieren → Monitoring und Sanktionieren

Befähigungsnachweis für Unternehmen anheben

Unternehmen besser begleiten, z.B. Fibel für Betriebe: Wie kümmert man sich um Lehrlinge?

Bewertung der Betriebe durch die Lehrlinge

Ganzheitliche Ansprache und Betreuung auch für MigrantInnen
Lehrlingscoaching verstärken

9. Schulstufe für Tourismus erweitern

Ausbildungs-
qualität

02

Struktureller, gesamtheitlicher, im Austausch mit Unternehmen, mehr Engagement (nicht nur Frauen in MINT bringen)

Viel früher mit Berufsorientierung anfangen (Volksschule)

Individueller beraten

Gymnasien und Schulabbrecher ansprechen

Zentrale Talente Testung in 7./8. Schulstufe

Möglichkeiten klar machen, was man alles im Tourismus machen kann

Stärker in Betriebe gehen

Berufsorientierung

03

Praktische Defizite nachholen

Betrieben vermitteln, welche alternativen Möglichkeiten man in Corona Krise hat, um Lehrlinge zu beschäftigen (zB Betreuung Social Media Kanäle, Gestaltung Website, etc.)

Corona Lehrlinge
weiterbilden

04

Meister mit Bachelor gleichstellen

Vorbild Schweiz: NQR von 4 auf 8 ermöglichen

Wieder zurück zur Konzessionsprüfung

Abschaffen der 3-Jährigen Schulen (Qualität sinkt im Tourismus durch Zugang LAP)

Berufsbilder anpassen, neue Themen einbeziehen: Digitalisierung, Klimaschutz

Berufsschul Ausbildung aktualisieren, stärker emotionale, soziale Fertigkeiten lernen

Zugangsberechtig-
ung und
Aufwertung

05

Keine Nachteile zu anderen Lehrberufen

Relation Arbeitszeiten und KV verbessern

Lohnnebenkosten senken (Lehrlinge bekommen mehr Netto)

Gehalt



WAS KÖNNTEN UNTERNEHMEN VERBESSERN?

01

„Von der Arbeitskraft zum Kapital“, Bewusstsein in den Unternehmen dafür verbessern

Individuelle Programme in den Unternehmen entwickeln (Motivation, Weiterbildung, Incentives)

Bessere Einführung am Anfang

Einen Ansprechpartner identifizieren

Mehr Abwechslung und Perspektive bieten (nicht nur Aushelfen)

Arbeitsklima verbessern

Wertschätzung der Lehrlinge

02

Beispiel: Kooperation mehrerer Hotels in Großarl für Weiterbildung, Freizeitgestaltung mit den Lehrlingen

Austausch der Lehrlinge in Kooperation mit anderen Betrieben (v.a. für kleine Betriebe, die weniger Möglichkeiten haben)

Eine Plattform dafür entwickeln

Kooperation und Betrieben

03

Führerschein

Lehrling des Monats

Unterkünfte für Lehrlinge verbessern

Arbeitskleidung

Incentives, die mit dem Beruf zu tun haben, vorhandene Strukturen (Spa) nutzen

Gutscheine für andere Lokale, Restaurants, um etwas anderes kennenzulernen

Unternehmen zahlen Weiterbildungen

Mehr Incentives

04

Strukturiertere, verlässlichere Dienstpläne

Fixe freie Tage garantieren

Vorteile für Familienfreundlichkeit vermitteln

Eingehen auf individuelle Bedürfnisse von MitarbeiterInnen

Bessere Planbarkeit

05

Lehrlinge und SchülerInnen einladen

Tag der Offenen Tür wieder aufnehmen

Offene Betriebe



IMAGE, KOMMUNIKATION

01

Die positiven Seiten des Berufs zeigen

Zeigen wie gerne Lehrlinge im Tourismus arbeiten, Lehrlinge sprechen lassen.

Die vielen modernen Berufsfelder, Aufstiegsmöglichkeiten, Ausbildungen vermitteln.

Top Betriebe mit Gütesiegeln zeigen.

Erfolge bei den Staatsmeisterschaften zeigen.

Es geht darum zu zeigen, dass es ein zukunftssträchtiges, modernes Berufsfeld ist.

Image

02

Lehre mit Matura...besser kommunizieren und ermöglichen.

Entscheidung mit 14 ist zu früh.

Wichtig ist, dass der Eindruck entsteht: „Lehre bietet weitere Möglichkeiten.“

Weitere
Ausbildungs-
möglichkeiten

03

„Kein Raunzen mehr“

Alle gemeinsam eine Initiative starten: von AK, LehrerInnen, ÖHV, WKO, Betriebe bis Berufsschulen, Regierung.

Eltern und LehrerInnen aktiv ansprechen.

Keine Einzelinteressen bedienen.

Eine Gemeinschaftsaktion, Einzelaktivitäten verpuffen schnell, nicht nur eine PK machen.

Gerade jetzt braucht das die Branche.

Alle gemeinsam:
Lehrlingsoffensive

04

Die unterschiedlichsten Tätigkeiten im Tourismus zeigen, es ist mehr als Koch und Kellner, wie z.B. HGA, es gibt auch schon viel Digitales in dem Beruf.

„Es müsste Infos geben, was man alles machen kann im Tourismus. Und dass es vielseitig ist. Dass jeder Tag ein anderer ist. Dass man Menschen was Gutes tut. An den schönsten Plätzen der Welt.“

Berufsbilder
zeigen

05

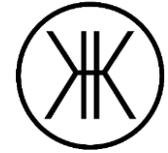
Lehrlinge: Mehr Werbung, mehr positive Postings, Social Media nutzen wie Tictoc

Social Media

FAZIT



FAZIT – POSITIVE UND NEGATIVE CHARAKTERISTIKA EINER LEHRE IM TOURISMUS



- Die Assoziationen zur Lehre im Tourismus sind geprägt von **schönen Urlaubsbildern, vielen Chancen** aber auch von der (eigenen) Unzufriedenheit mit der Branche.
- Das **Ansehen der Lehre** generell aber auch speziell im Tourismus hat sich in den letzten Jahrzehnten massiv **verschlechtert**.
- Viele positive Aspekte sprechen für eine Lehre im Tourismus, allen voran: **Die Arbeit mit und für Menschen, die vielen Jobchancen, die abwechslungsreiche, kreative Tätigkeit** an „den schönsten Orten der Welt“: **Dort arbeiten wo andere Urlaub machen**.
- Die Motivation für eine Lehre im Tourismus knüpft an die Vorzüge an und ergänzt sie noch um den **Wunsch Geld zu verdienen bzw. nicht mehr lernen zu wollen**.
- Die Barrieren und Vorbehalte für eine Lehre im Tourismus liegen in der Tätigkeit selbst: **Ungünstige Arbeitszeiten und eine stressige Tätigkeit**, aber auch besonders im **geringen Sozialprestige und schlechtem Image**.
- Die **Corona Zeit verschärft die Situation** im Tourismus, was Nachwuchs und Fachkräfte betrifft.

FOLGENDE PROBLEME FÜR DIE LEHRE IM TOURISMUS WURDEN IDENTIFIZIERT



- **Thema 1+2: Das schlechte Image:** Es wird viel zu wenig über Top Betriebe, Chancen und Leistungen im Tourismus gesprochen.
- **Thema 3: Der Einfluss der Eltern:** Sie müssen besser informiert werden und von den Aufstiegs- und Verdienstmöglichkeiten im Tourismus überzeugt werden.
- **Thema 4: Die Ausbildungsqualität:** Entwickeln eines Standards, Feedbackprozesses/Qualitätsmonitorings - transparent für alle Unternehmen und Lehrlinge
- **Thema 5: Berufsorientierung** breiter, individueller, früher aufsetzen
- **Thema 6: Der Corona Effekt** muss abgemildert werden
- **Thema 7: Lehrlings KV** im Tourismus anpassen
- (Selten) **Thema 8: Voraussetzungen für die Berufsbefähigung wieder erschweren**

DIE ATTRAKTIVIERUNG DER LEHRE IM TOURISMUS IST EINE HERAUSFORDERUNG AUF MEHREREN EBENEN UND BEDARF EINER ANSTRENGUNG ALLER STAKEHOLDER.



Ansatzpunkte liegen auf drei Ebenen:

1. **Verbesserte Rahmenbedingungen**
2. **Ausbildungsfreudige und –kompetente Unternehmen**
3. **Bundesweite Lehrlingsoffensive mit allen Stakeholdern**



ANSÄTZE ZUR VERBESSERUNG DER SITUATION

1. Verbesserte Rahmenbedingungen

- Ausbildungsqualität von Unternehmen einfordern und kontrollieren
- Unternehmen bei der Lehrlingsausbildung betreuen und anleiten
- Strukturelle, gesamtheitlichere Berufsorientierung im Austausch mit Unternehmen: Früher, zentraler, umfassender und individueller
- Corona Lehrlinge weiterbilden
- Aufwertung der Lehre durch Vergleichbarkeit mit Bachelor
- Neue touristische Berufsbilder: Digitalisierung, Klimaschutz
- Berufsschulbildung aktualisieren
- Keine finanziellen Nachteile der Lehrlinge zu anderen Lehrberufen
- Wieder zurück zur Konzessionsprüfung

2. Ausbildungsfreudige und –kompetente Unternehmen

- Wertschätzen der Lehrlinge: „Von der Arbeitskraft zum Kapital“ durch individuelle Ausbildungsprogramme, Arbeitsklima verbessern, freie Tage garantieren
- Bewusstsein in den Unternehmen dafür verbessern
- Kooperation von Ausbildungsbetrieben zum Austausch von Lehrlingen
- Mehr Incentives (analog Handel und anderen großen Unternehmen)
- Bessere Planbarkeit der Dienstzeiten für Lehrlinge ermöglichen
- Offene Betriebe zum Schnuppern

3. Bundesweite Lehrlingsoffensive mit allen Stakeholdern

- Wichtig war den Expertinnen und Unternehmen, dass zuerst die Rahmenbedingungen (teilweise) geändert werden und Unternehmen „ihre Hausaufgaben“ machen, bevor eine Imagekampagne umgesetzt wird.
- Es geht darum zu zeigen, dass der Tourismus (bzw. eine Lehre) ein zukunftssträchtiges, modernes Berufsfeld ist: Zeigen wie gerne Lehrlinge im Tourismus arbeiten. Die vielen modernen Berufsfelder, Aufstiegsmöglichkeiten, Ausbildungen vermitteln.
- Top Betriebe mit Gütesiegeln und Erfolgen bei den Staatsmeisterschaften zeigen.
- Wichtig ist, dass der Eindruck entsteht: „Lehre bietet weitere Möglichkeiten“, besser Kommunizieren und Ermöglichen der Lehre mit Matura
- Die unterschiedlichsten Tätigkeiten im Tourismus zeigen, es ist mehr als Koch und Kellner.
- Mehr Social Media nutzen.

VIELEN DANK.



KARMASIN
RESEARCH & IDENTITY

DR.ⁱⁿ SOPHIE KARMASIN | Goldschmiedgasse 10/204 | 1010 Wien
+43 664 8131706 | sophie@karmasin-research.at | karmasin-research.at
KARMASIN RESEARCH & IDENTITY GMBH | FN: 336458† | UID: ATU65393317