



Europäische Ergänzungsqualifizierung im Tourismusmanagement

Konzeption zur Integration europäischer Ergänzungsqualifizierungen in
nationale Berufsbildungssysteme

Trainer Guide

Florian Hans / Klaus-Jürgen Rupp

Europäische Ergänzungsqualifizierung im Tourismusmanagement

Konzeption zur Integration europäischer Ergänzungsqualifizierungen in nationale
Berufsbildungssysteme

Trainer Guide

Florian Hans / Klaus-Jürgen Rupp

© Deutsche Angestellten-Akademie Marburg 2005

Ernst-Giller-Str. 20

DE – 35039 Marburg

Internet: <http://www.eu-eqt.de>

Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Gemeinschaft finanziert.
Der Inhalt dieses Projektes gibt nicht notwendigerweise die Meinung der
Europäischen Gemeinschaft oder der Nationalen Agentur wieder, und sie
übernehmen dafür keinerlei Haftung

Inhaltsverzeichnis

Vorbemerkung		
1.	Internationalisierung/Europäisierung der beruflichen Bildung	4
2.	Das Projekt EU-EQT: Europäische Ergänzungsqualifizierung im Tourismusmanagement	8
2.1	Projektbegründung und innovativer Ansatz von EU-EQT	10
2.2	Studie zu Ausbildungstrends im europäischen Tourismus	11
2.3	Schlussfolgerungen aus der Studie	13
3.	Lernfeldorientierung in EU-EQT	13
4.	Zielgruppen der Ergänzungsqualifizierung	15
5.	Anforderungen an Trainer	16
6.	Allgemeine methodische und didaktische Hinweise	16
7.	Gliederung der Ergänzungsqualifizierung EU-EQT	17
7.1	Kernqualifikationen europäischer Aus- und Weiterbildung im Tourismus	18
7.2	Spezialqualifikationen europäischer Aus- und Weiterbildung im Tourismus	19
7.2.1	Definition: Business Tourismus	20
7.2.2	Definition: Gesundheitstourismus / Wellness Tourismus	20
7.2.3	Definition: Kultur Tourismus	21
7.2.4	Definition: Event Tourismus	22
7.2.5	Definition: Sport Tourismus	22
8.	Methodisch-didaktische Struktur von Lernfeldern und Modulen	23
8.1	Lernfeldbeschreibung: Kernqualifikation – Schlüsselqualifikationen	25
8.2	Lernfeldbeschreibung: Spezialqualifikation – Sport Tourismus für Reisebüros	27
9.	Zusammenstellung von zielgruppenspezifischen Trainings mit EU-EQT	30
9.1	Beispiele für die Zusammenstellung von Trainings mit EU-EQT	32
9.1.1	Beispiel 1: Kurztraining "Sport Tourismus für Reisemittler"	32
9.1.2	Beispiel 2: Wellness Tourismus für Existenzgründerinnen in Bed & Breakfast	34
9.1.3	Beispiel 3: Training für Wiedereinsteiger in die Tourismusindustrie	37
9.1.4	Beispiel 4: Training für Mitarbeiter 50+ mit Schwerpunkt Reiseveranstaltung/Wellness	39
9.2.	Inhaltliche Gestaltung von ausgewählten Trainingseinheiten	43
9.2.1	Training sozialer Kompetenzen für Touristiker in der Praxis	43
9.2.2	Training von Reisemittlern im Schwerpunkt Sport Tourismus	49
10.	Ausblick: Integration, Anerkennung und Verbreitung im Kontext des europäischen Bildungsraums	55
11.	Literatur und Internetressourcen	58
12.	Information Package / EU-EQT Consulting	60

Vorbemerkung

Der Trainerleitfaden des Leonardo da Vinci Projektes: "Europäische Ergänzungsqualifizierung im Tourismusmanagement. Konzeption zur Integration europäischer Ergänzungsqualifizierungen in nationale Berufsbildungssysteme" ist in doppelter Hinsicht ein Guide: er gibt einerseits Trainern, Dozenten und Experten an ausgewählten Beispielen Hinweise, wie die Strukturen und Inhalte der Ergänzungsqualifizierung mit Materialien für Unterrichtszwecke angereichert werden. Damit entspricht der Trainerleitfaden in diesem Punkt der klassischen Sichtweise und Erwartung, professionellen Nutzern Unterrichtsmaterialien zur Verfügung zu stellen.

Andererseits aber, und noch vielmehr, ist es ein Führer durch ein in europäischer Zusammenarbeit entstandenes Berufsbildungsprojekt das am Thema Tourismus hochflexible Strukturen einer Ergänzungsqualifizierung erarbeitet hat. Dieses verfolgte die Zielsetzung, eine Anwendbarkeit in unterschiedlichen nationalen Berufsbildungssystemen, entsprechend den jeweiligen Anforderungen des nationalen und internationalen Marktes, zu ermöglichen.

Diese sehr anspruchsvolle und ehrgeizige Zielsetzung von acht Partnereinrichtungen aus sieben europäischen Ländern, hat letztlich dazu geführt, dass dem einen oder anderen Nutzer die Projektergebnisse in Form einer modularen Ergänzungsqualifizierung und eines Trainerleitfadens möglicherweise noch zu abstrakt, noch zu wenig nutzerorientiert, im Sinne der unmittelbaren Umsetzung in Trainings oder Unterrichte sind. Die Zielsetzung, eine Anschlussfähigkeit der „Europäischen Ergänzungsqualifizierung im Tourismusmanagement“ an nationale Berufsbildungssysteme zu schaffen, legt vielmehr nahe, dass die erarbeiteten Strukturen, Zielgruppen und marktorientierten Qualifikationsmöglichkeiten, durch jeweils nationale und anforderungsspezifische Materialien zu ergänzen sind. D.h.: Trainer und Dozenten sind nicht durch diesen Trainerleitfaden davon entlastet eigene Unterrichtsmaterialien einzusetzen oder nach diesen zu recherchieren. Hinweise dazu geben wir allerdings sowohl in diesem Trainerleitfaden, wie auch in den Modulen selbst.

Ein Trainerleitfaden, als ein Führer durch ein europäisches Berufsbildungsprojekt, der den Anspruch hat, hochflexibel, anpassbar und dynamisch zu sein, der nicht mehr allein linearem, sondern vielmehr vernetztem Denken folgt, kommt

nicht umhin, diese Strukturen auch im Trainerleitfaden zu wiederholen. Der geneigte Leser und Anwender kann sich demzufolge einzelne Kapitel herausuchen und diese mit anderen kombinieren oder es auch sein lassen und tatsächlich von Anfang bis Ende, also linear lesen. Die hier angewandte Methode bzw. das entwickelte Modell der Modularität und Kombinatorik im Rahmen einer Europäischen Ergänzungsqualifizierung im Tourismusmanagement beansprucht auch nicht einzigartig, zu sein. Dazu gibt es schon zu viele Beispiele aus anderen Bereichen, etwa die Modulbauweise und Plattformstrategien der Autobauer. Aber auch dieser Sachverhalt gibt wieder Hinweise, wie dieser Guide zu verstehen ist: inhaltlich ist er überwiegend ein Leitfaden für Trainer, Experten und Lehrer im Tourismus. Darüber hinaus enthält er aber auch Anregungen zur Übertragbarkeit in andere Sektoren: er führt nämlich durch Strukturen, Denkweisen und Kombinationsmöglichkeiten; man könnte sagen: am Beispiel einer Ergänzungsqualifizierung im Tourismusmanagement. Aber man könnte das Modell auch übertragen: es besitzt nicht nur Möglichkeiten der Anschlussfähigkeit an nationale touristische Berufsbildungssysteme, sondern es besitzt auch die Möglichkeit an andere Sektoren anzuschließen.

Anschlussfähigkeit ist somit eine zentrale Kategorie, die durch die Struktur der Ergänzungsqualifizierung gewährleistet werden soll. Deshalb werden wir in einem ersten Kapitel einen Kurzüberblick über die aktuelle europäische Berufsbildungspolitik geben. Dem Nutzer wollen wir damit, sozusagen aus einer Metaperspektive zeigen, an welcher Stelle der Diskussion um Internationalisierung der beruflichen Bildung, um einen europäischen Bildungsraum, um lebenslanges Lernen, um Transparenz und Anerkennung von Bildungsprozessen, wir das vorliegende Projekt verorten. Mit anderen Worten: wo ist es anschlussfähig an die aktuellen europäischen Entwicklungen?

Im zweiten Kapitel wenden wir uns dem Sektor Tourismus zu. Es geht um die Frage, auf Grund welcher Entwicklungen und Bedarfe eine europäische Ergänzungsqualifizierung im Tourismusmanagement sinnvoll ist und wo die Entwicklung einer Qualifizierung ansetzen muss.

Dass dabei die berufliche Handlungskompetenz zentraler Ansatzpunkt für berufliche Qualifizierungen sein muß wird in Kapitel drei gezeigt, in dem die Lernfeldorientierung der Ergänzungsqualifizierung erläutert wird. Erst danach wird eine

Differenzierung der Qualifizierungsinhalte nach Zielgruppen (Kapitel vier) vorgenommen und kurz die Anforderungen an Trainer (Kapitel fünf) geschildert.

Die allgemeinen methodischen und didaktischen Hinweise (Kapitel sechs) leiten über zur Gliederung der Ergänzungsqualifizierung. Es wird gezeigt, wie Kern- und Spezialqualifikationen im europäischen Tourismus zu verstehen sind und wie bestimmte touristische Angebotsformen als weiteres Element einer Differenzierung spezieller Anforderungsprofile definiert werden.

Anschließend werden im achten und neunten Kapitel an ausgewählten Beispielen die methodisch didaktische Struktur der Ergänzungsqualifizierung EU-EQT eingehend dargestellt und in die Entwicklung von zielgruppenspezifischen Trainings überführt. An dieser Stelle des Trainerleitfadens werden zu ausgewählten Bereichen auch Unterrichtsmaterialien vorgestellt, die bislang nicht in den inhaltlichen Ausformulierungen der Lernfelder und Module enthalten sind. D.h. hier wird Dozenten und Trainern, ergänzend zu den in den Modulen enthaltenen Materialien, vorgeführt, wie sie eine Unterrichtsstunde etwa zur Teamentwicklung von Touristikern konkret gestalten können.

Der Trainerguide endet mit einem Überblick über grundlegende Literatur- und wichtige Internetadressen, die den Nutzern von EU-EQT helfen können, den angebotenen Stoff, der nochmals in einem Information Package anschaulich zusammengefaßt ist, zu vertiefen. Ergänzt wird diese Schlußsequenz durch einen Ausblick (Kapitel zehn), der – durchaus in Zusammenhang mit dem einführenden Kapitel: Internationalisierung/Europäisierung der beruflichen Bildung – die Möglichkeiten einer Integration europäischer Ergänzungsqualifizierungen in nationale Berufsbildungssysteme diskutiert.

1. Internationalisierung/Europäisierung der beruflichen Bildung

Die fortschreitende Internationalisierung und Globalisierung des ökonomischen Handelns, führt mehr denn je zu einer dynamischen Interdependenz von Bildungs- und Beschäftigungssystemen. Während die Internationalisierung des Wirtschaftens sich immer schneller ausbreitet und in den fortgeschrittenen Industriestaaten zudem neue Anforderungen aufgrund des Übergangs in die Informations- und Wissensgesellschaft generiert, wächst die Gefahr eines immer stärkeren Auseinanderdriftens zwischen den Qualifikationsbedarfen der Wirtschaft und den auf dem Arbeitsmarkt verfügbaren Qualifikationen. Dadurch gewinnt in den Staaten und Wissensgesellschaften der europäischen Union die Internationalisierung der Berufsbildungssysteme zunehmend an Bedeutung.

Die europäische Union hat auf diese Entwicklung u.a. mit dem sogenannten **Lissabon-Prozess** reagiert. Hier wird u.a. die Zielsetzung formuliert, bis 2010 einen europäischen Bildungsraum zu schaffen und lebenslanges Lernen und fördern. Darüber hinaus wird mit Blick auf die Entwicklung zur leistungsfähigsten Wissensgesellschaft die Bedeutung der Bildung, insbesondere der beruflichen Bildung, betont. Auch wenn die europäische Kommission mittlerweile den zeitlichen Horizont der Zielvorgabe skeptischer betrachtet, ist eine Entwicklung in Gang gesetzt worden, die die Förderung der Anschlussfähigkeit nationaler Bildungssysteme an die Qualifikationsbedarfe internationalen wirtschaftlichen Handelns im Auge hat.

Obwohl man sich über die Bedarfe und die geforderten Kompetenzen internationalen wirtschaftlichen Handelns relativ schnell verständigen kann (siehe Kasten unten), waren und sind die Reaktionen nationaler Berufsbildungssysteme auf diese Anforderungen teilweise bis heute doch eher beharrend, auch um eigene Identitäten nicht aufzugeben.

Erst allmählich setzt sich die Einsicht durch, dass die Vielfalt von Bildungstraditionen nur dann eine Stärke ist, wenn die Unterschiede nicht zu Schranken und Grenzen werden, dass Internationalisierung der Berufsbildung nicht Vereinheitlichung heißen muss.

**Elemente internationaler Qualifikationen in Anlehnung an:
„Internationalisierung der Berufsbildung“
Berichte zur beruflichen Bildung, Heft 257. Bonn 2003**

- **Fremdsprachenkompetenz**
Fähigkeit in mindestens einer Fremdsprache kommunizieren zu können.
- **Interkulturelle Kompetenz**
Fähigkeit bei Begegnungen mit Angehörigen einer fremden Kultur, einen durch Verständnis, Akzeptanz und Toleranz für das Fremde und den Fremden gekennzeichneten reflexiven Kommunikationsstil pflegen zu können.
- **Internationale Fachkompetenz**
Berufsbezogene Kommunikation mit ausländischen Kunden und Lieferanten in betrieblichen Handlungssituationen
- **Netzkompetenz**
Umfasst die Internationalität, also das grenzüberschreitende berufliche Handeln, und die Verwendung ebenfalls prinzipiell grenzüberschreitender Informations- und Kommunikationsmedien. Die zur Bewältigung beruflicher Aufgaben erforderliche Netzkompetenz reduziert sich keineswegs allein auf die technische Kompetenz des Umgangs mit Inter- und Intranet, d.h. die Arbeit mit Netzen. Sie ist gekennzeichnet durch prinzipielle Grenzenlosigkeit und verlangt deshalb auch die Fähigkeit der erfolgreichen Arbeit in Netzen, sei es über den persönlichen Kontakt oder auch den "nur" technischen. Die Entscheidungsfähigkeit darüber, welche Kontaktformen gewählt werden, ist selbst Teil dieser umfassenden Kompetenz.

Bei der Öffnung der Berufsbildungssysteme spielte vor allem ein Teilsystem: der **Hochschulsektor** eine Vorreiterrolle. Induziert durch den sogenannten **Bologna-Prozess** der EU gelang eine Internationalisierung von akademischen Ausbildungsinhalten und -abschlüssen (u.a. Master- und Bachelor) sowie die Einführung eines Credit-Point-Systems (ECTS¹). Mittlerweile und im Anschluss an diesen Prozess bewegen sich jedoch auch die nationalen Systeme beruflicher Bildung – zwar mit unterschiedlichen Geschwindigkeiten – auf die Zielsetzung der Entwicklung eines europäischen Bildungsraumes zu.

Die Herausforderung, die nationalen Qualifizierungsgänge **beruflicher Bildung** europäisch zu öffnen, sich internationaler und wettbewerbsfähiger zu präsentieren, wird dabei national durchaus auf unterschiedlichen Wegen beschritten: so hat etwa in den Niederlanden, auch in den skandinavischen Ländern, das internationale Argument bei der Neuordnung von Ausbildungsberufen eine zentrale

¹ ECTS – European Credit Transfer System

Rolle gespielt: der Erwerb von Fremdsprachenkenntnissen (3 Sprachen) und die Förderung der Mobilität sind hier integriert. Selbst das bislang eher beharrende duale Berufsbildungssystem Deutschlands (neben Österreich ein Sonderfall europäischer Berufsausbildung) zeigt sich mittlerweile modernisierbar. Die Reform des Berufsbildungsgesetzes von 2005 fördert u.a. erstmals die Absolvierung und Anerkennung von Ausbildungsabschnitten im Ausland. Bei der europäischen Öffnung der Berufsbildungssysteme spielen ebenso grenzüberschreitende Verbundausbildungen, wie auch die Entwicklung bi-nationaler Berufsausbildungen (etwa zwischen Deutschland und Österreich und in Planung zwischen Deutschland und Frankreich) eine Rolle. Entscheidender jedoch ist die grundsätzliche Haltung der europäischen Union: sie will nicht durch Vereinheitlichung sondern durch **Transparenz** und **Anerkennung** von Berufsabschlüssen, sowie **Förderung der Mobilität (z.B.: Austauschprogramme)**, einen europäischen Raum für lebenslanges Lernen schaffen und damit der Internationalisierung von Qualifikationen und Kompetenzen gerecht werden.

Im Bereich der beruflichen Bildung wird dieser Weg als **Brügge-Kopenhagen-Maastricht-Prozess** bezeichnet.

Dieser reicht von der allgemeinen politischen Zielsetzung: europäischer Raum des Lernens (Brügge-Kopenhagen) bis hin zur Verabschiedung konkreter Umsetzungsschritte (Maastricht) der Transparenz- und Anerkennungsdebatte. Im **Maastricht-Kommuniqué** (2004) werden u.a. erstmals strukturelle Weichenstellungen für die berufliche Bildung in Europa vorgenommen. Es beinhaltet im Kern die Übereinkunft einen europäischen Qualifikationsrahmen (EQF), ein europäisches Kreditpunktesystem für die berufliche Bildung (ECVET), sowie sektorale Ansätze europäischer Berufsbildungskoperationen, zu entwickeln.

Der **EQF** (European Qualification Framework) soll dabei ein zentrales Instrument werden – ein Kommunikations- und Übersetzungsinstrument – das Transparenz und Kompatibilität zwischen Qualifikationen, die in unterschiedlichen Berufsbildungs- aber auch Beschäftigungssystemen erworben werden, herstellt. Es soll ein gemeinsames Einstufungssystem (Niveaustufen) entwickelt werden, in dem Kompetenzen und Qualifikationen unabhängig von Art (formal, nicht-formal, informell), Dauer und Ort des Lernprozesses beschrieben werden. Damit will man Mobilität fördern und die Attraktivität lebenslangen Lernens erhöhen.

Eng angelehnt an die Entwicklungen des europäischen Qualifikationsrahmens soll ein zweites Instrument für mehr Transparenz und verständliche Beschreibung von Lernabschnitten sorgen: **ECVET**. Das European Credit Transfersystem in Vocational Education and Training, als Pendant zum ECTS (Hochschulsektor), soll, wie der Leiter der nationalen Agentur für Europa Klaus Fadle sagt: „im Prinzip wie eine Zweitwährung funktionieren, d.h. es tastet die bestehenden nationalen Strukturen nicht an, ermöglicht es aber, erworbene Qualifikationen aus den Strukturen heraus mitzunehmen und in andere Bildungssysteme und –bereiche zu transportieren“. In einem Grundmodell und zunächst beschränkt auf Bereiche der formalen Berufsbildungsgänge orientiert sich ECVET an den Learningoutcomes und erleichtert die Zuordnung von Kreditpunkten auf Lernleistungen und Ergebnisse. In seiner vollen Anwendung fördert ECVET damit sowohl die nationale Durchlässigkeit (vertikale berufliche Mobilität) innerhalb des Bildungssystems, als auch die horizontale Mobilität von Arbeitskräften in einem europäischen Arbeitsmarkt. Auf diese Weise ist ECVET auch verknüpft mit dem neuen Euro-Pass (Euro-Lebenslauf, Euro-Sprachportfolio, Euro-Mobilität, Euro-Diplomzusatz, Euro-Zeugnislerläuterung), der ein zusätzliches und aktuelles Dokument zur Förderung der Transparenz von Qualifikationen darstellt.

Aus dem Vorgesagten wird deutlich, dass die europäische Berufsbildungspolitik mit der Zielsetzung der Internationalisierung beruflicher Bildung, der Schaffung eines europäischen Bildungsraumes, der Förderung lebenslangen Lernens ein langwieriger und komplexer Prozess ist, der sich zwar hier in seiner Unabgeschlossenheit zeigt, aber doch wichtige Impulse für Innovationen und Qualitätsentwicklung in Berufsbildungssystemen gibt.

Als Beispiel ist hier insbesondere die systematische Förderung von Innovationen in Berufsbildungssystemen durch das Aktionsprogramm **Leonardo da Vinci** der Europäischen Kommission zu nennen.

Hier werden entsprechend des Standes der europäischen Berufsbildungspolitik der Europäischen Kommission Prioritäten gesetzt. Diese werden in transnationalen Projekten bearbeitet. Zur Zeit (2005/2006) werden insbesondere folgende Themen in Projekten gefördert:

- Förderung der Transparenz von Qualifikationen

- Förderung der Qualität der Systeme und Praktiken der beruflichen Bildung
- Entwicklung von relevanten und innovativen Inhalten für das E-Learning
- Weiterbildung für Lehrkräfte und Ausbilder
- Anrechnung von Ausbildungsleistungen in der beruflichen Bildung
- Validierung nicht formaler und informeller Lernprozesse

In der Regel geht es dabei um die Stärkung der Verbindung zwischen Berufsbildungssystem und den Anforderungen des Arbeitslebens. Notwendige Voraussetzung zur Teilhabe an der Entwicklung des europäischen Wirtschafts- und Bildungsraumes ist eine internationale berufliche Handlungskompetenz. Diese besteht sowohl aus grundlegenden fachlichen Qualifikationen, wie Schulausbildung, berufliche Fachausbildung, Berufserfahrung und Computerkenntnissen, als auch aus Schlüsselqualifikationen und Persönlichkeitsmerkmalen wie Team- und Kommunikationsfähigkeit, Leistungsbereitschaft, Belastbarkeit, Lernbereitschaft. (vgl. Kasten oben)

Mittlerweile werden diese Zielsetzungen verstärkt in sektorspezifischen und berufsgruppenorientierten Projekten umgesetzt.

2. Das Leonardo da Vinci Projekt EU-EQT: Europäische Ergänzungsqualifizierung im Tourismusmanagement

Die europäische Tourismusindustrie ist gekennzeichnet durch stabiles und stetiges Wachstum. Die WTTC (World Travel & Tourism Council) geht davon aus, dass die Erweiterung der Europäischen Union ein Potential für 3 Millionen zusätzliche Arbeitsplätze bereithält. Dennoch steht der Tourismussektor vielen Herausforderungen und Problemen gegenüber.

Zum einen sind es die gesellschaftlichen und ökonomischen Rahmenbedingungen:

- Lebenszyklen von Produkten und Kundenwünschen werden immer kürzer
- Hohe Innovationsgeschwindigkeit
- Zunahme der Internationalisierung und Globalisierung von Märkten

- Lebenslanges Lernen als integraler Bestandteil des Wandels

Zum anderen spielen in vielen Teilsektoren interne Faktoren eine Rolle:

- z.T. ungünstige Arbeitsbedingungen
- niedrige Qualifikationsniveaus und fehlende Entwicklungsmöglichkeiten
- hohe Personalfluktuation und Mangel an qualifiziertem Personal
- Nichtexistenz eines wirklich europäischen Arbeitsmarktes wegen eines Mangels an grenzüberschreitender Anerkennung von Qualifikationen und erworbenen Fertigkeiten
- Unzureichende Dienstleistungsqualität aufgrund von Qualifikationsdefiziten

Die Europäische Kommission betrachtet die Erweiterung der Fachkenntnisse von Beschäftigten im Tourismus als Schlüsselfaktor für eine optimale Nutzung der Beschäftigungsmöglichkeiten, die dieser Wirtschaftszweig bietet.

Die berufliche Erstausbildung ist ein wesentliches Instrument für die Entwicklung qualifizierter Arbeitskräfte. In Europa sind die Berufsausbildungen im Sektor Tourismus sehr unterschiedlich geregelt: sie reichen von dualen Berufsausbildungen (vgl. Deutschland, Österreich), über rein schulische Ausbildungen (z.B.: Griechenland, Frankreich), bis hin zu unregelmäßigen „training-on-the-job“-Modellen (z.B.: Italien, Spanien). Will man vor diesem Hintergrund Qualifizierungsdefizite beheben, kann man dies einerseits durch die Entwicklung der jeweils nationalen Erstausbildungen oder andererseits durch die Entwicklung einer touristischen Ergänzungsqualifizierung, die anschlussfähig sein muss, an die unterschiedlichen nationalen Berufsausbildungsgänge und den jeweils aktuellen Anforderungen der Tourismuswirtschaft nachkommt. Hier setzt das Leonardo da Vinci Pilotprojekt EU-EQT (Europäische Ergänzungsqualifizierung im Tourismusmanagement) an. Es reagiert mit seiner hochflexiblen Struktur eines modularen Systems beruflicher Ergänzungsqualifizierung im Tourismus auf die Qualifikationsanforderungen der europäischen Tourismusindustrie und ermöglicht außerdem eine Anschlussfähigkeit an verschiedene europäische Ausbildungssysteme.

Das Projekt berücksichtigt dabei drei Schwerpunkte, die auch in der Gemeinschaftsinitiative EQUAL² hohe Prioritäten zur Entwicklung des europäischen Arbeitsmarktes eingeräumt werden:

- Beschäftigungsfähigkeit
- Anpassungsfähigkeit
- Unternehmergeist

Die im Rahmen von EU-EQT definierten Lernfelder, die entwickelten Module und Qualifizierungsbausteine unterstützen in ihrer Differenziertheit die Weiterbeschäftigung von Mitarbeitern, sie eröffnen Chancen zur Wiedereingliederung von Arbeitssuchenden und fördern die Möglichkeit der Unternehmensgründung im Tourismussektor. Die Ergänzungsqualifizierung ermöglicht somit lebenslanges bzw. berufsbegleitendes Lernen und fördert die individuelle „Change-Kompetenz“.

National, in Deutschland, reagiert man auf die Anforderungen der Tourismusbranche mit Neuordnung bestehender touristischer Berufsbilder und der Entwicklung neuer Berufsbilder (Kaufmann/Kauffrau für Tourismus und Freizeit).

2.1 Projektbegründung und innovativer Ansatz von EU-EQT

Ausgehend von aktuellen Befunden der Berufsbildungsforschung (BIBB 2002: Impuls 01), von den Disseminationserfahrungen des Projektträgers mit einem früheren Leonardo-Projekt (EU-Dienstleistungsmanagement) sowie aktuellen Studien der Tourismusbranche zu Marktentwicklungen, Bedarfen und personalen Anforderungsprofilen in einem zunehmend globalisierten Markt (Homann 2001: Die Zukunft des Tourismus), waren die Ziele des Projektes:

- Entwicklung eines modularen Qualifizierungssystems für Touristiker, das Trainern und Experten ermöglicht, zeitnah, dynamisch und hochflexibel auf Qualifizierungsbedarfe der Tourismusbranche zu reagieren,
- Ermöglichung lebenslangen Lernens für Touristiker im Arbeitsprozess

² http://europa.eu.int/comm/employment_social/equal/index_de.cfm

- Starke Marktorientierung und segmentierte Zielgruppenorientierung der Qualifizierungsmodule
- Integrationsfähigkeit entwickelter Module in die verschiedensten nationalen Aus- und Weiterbildungen
- Verbreitung der Ergebnisse durch europäische und jeweils nationale Berichtsstrukturen und sozialen Dialog

2.2 Studie zu Ausbildungstrends im europäischen Tourismus

Um sicherzustellen, dass die zu entwickelnde Ergänzungsqualifizierung und die darin enthaltenen Lernfelder und Module auch den Bedarfen der europäischen Tourismusindustrie entsprechen, hat die Universität Gießen im Frühjahr 2003, im Auftrag des deutschen Projektträgers (Deutsche Angestellten-Akademie Mittelhessen) eine Bedarfserhebung zur Ermittlung künftiger Qualifizierungserfordernisse durchgeführt. Im Rahmen einer zweiphasigen Delphi-Untersuchung mit Tourismusfachleuten aus sieben europäischen Ländern (Deutschland, Frankreich, Italien, Griechenland, Litauen, Österreich und Ungarn) wurden zukünftige Qualifizierungsbedarfe erhoben. Befragt wurden Experten, Personalverantwortliche und Geschäftsführer von Tourismusunternehmen nach den Qualifizierungsbedarfen der Mitarbeiter von Reiseveranstaltern, Reisebüros, Hotels und kleinen Beherbergungsbetrieben (Non-Hotel) und Mitarbeiter von Tourist-Informationen.

Im Ergebnis der Untersuchung zeigen sich die touristischen Qualifikationssysteme in Europa als organisatorisch hoch ausdifferenzierte Systeme. Das Leistungsspektrum umfasst sowohl akademische und nicht-akademische Aus- und Weiterbildungsangebote. Zu konstatieren sind zudem diverse nationale Disparitäten. Bei der Analyse der Expertengespräche kristallisierten sich bezogen auf die notwendigen Bestandteile touristischer Aus- und Weiterbildung folgende Themen heraus:

- Lebenslanges, berufsbegleitendes Lernen zur schnellen Anpassung an einen dynamischen und sich permanent wandelnden Tourismussektor
- Deutliche Verstärkung des Praxisbezuges touristischer Aus- und Weiterbildungen

- Verbesserung der Vermarktung und Vernetzung touristischer Angebote

Die standardisierte Befragung generierte folgende Essentials und Herausforderungen für die Weiterentwicklung europäischer Aus- und Weiterbildungssysteme:

- Die von den Experten bereits angesprochenen Defizite im Bereich Marketing wurden durch die Ergebnisse der standardisierten Befragung bestätigt.
- Bei der Frage nach den Kernthemen für die touristische Aus- und Weiterbildung wurden Verkaufstraining, interkulturelle Kommunikation und Management, Fremdsprachen, Kundenorientierung, neue Marktformen, neue Medien, soziale und personale Kompetenz und Personalmanagement als wichtigste Themen benannt. Die eher theorielastigen, transnationalen, europäischen Themen, wie z.B. wirtschaftsrechtliches Know-how wurden dagegen als weniger wichtig eingestuft. Auch hierin zeigt sich der Wunsch nach einem verstärkten Praxisbezug der Aus- und Weiterbildung.
- Die Spezialthemen wurden durchweg als sehr wichtig bewertet. Problematisch erscheint allerdings das Spezialthema ökologischer Tourismus, als eigenständige Tourismusform, da Aspekte der Nachhaltigkeit, Umwelt- und Sozialverträglichkeit Querschnittsthema aller touristischen Angebote sein können.

Festzuhalten bleibt auch, dass die in der Studie definierten Tourismus-Begriffe in der touristischen Praxis häufig nicht in Reinform vorkommen. Nicht selten kommt es bei touristischen Angeboten zu Verknüpfungen (bspw. Business-Tourismus mit Wellness-Tourismus), die theoretisch eher gegeneinander stehen, in der konkreten Angebotsform sich allerdings ergänzen und eine eigene Qualität entwickeln können. Durch die Kombination verschiedener touristischer Angebote (bspw. Sport und Kultur in der Toskana, Skifahren und Wellness in Österreich) können Angebote und Regionen für Konsumenten attraktiver gestaltet werden. Diese Kombination diverser Angebote befördert nachhaltig das Interesse und die Nachfrage. Bezüglich der Integrationsmöglichkeiten neu entwickelter, europäisch orientierter, tourismusspezifischer Inhalte in bereits bestehende oder auch künftige nationale Aus- und Weiterbildungen lassen sich sowohl aus der Analyse der

Expertengespräche, sowie aus den Ergebnissen der standardisierten Befragung folgende Umsetzungsprioritäten ableiten:

- Aktiv die Schulung von Multiplikatoren / Trainern gestalten
- Unterstützend den Prozess der Integration begleiten durch:
 - Europäische Austauschprogramme
 - Anerkennung der Module in einem Europass („passport of skills“)
 - Bilaterale Anerkennung von touristischen Aus- und Weiterbildungen
 - Europaweit anerkannte selbstorganisierte Zertifizierungsstelle
- Diese Prioritäten flankierend ergänzen durch:
 - Marketing und Öffentlichkeitsarbeit
 - Verbreitung über das Internet.

2.3 Schlussfolgerungen aus der Studie

Aus der Vielzahl und Komplexität, der von den Experten und Praktikern benannten Qualifizierungsbedarfe, ergab sich für die Partner und Beiräte des Projektes die Schlussfolgerung, kein ausschließlich lineares Curriculum für die Aus- und Weiterbildung von Touristikern zu entwickeln. Vielmehr wurde entschieden einen modularen Aufbau für die Ergänzungsqualifizierung zu wählen, der es ermöglichen soll Lernfelder, Module und Bausteine flexibel miteinander kombinieren zu können. Zudem wurde für den Bereich der Spezialqualifikationen (vgl. 7.2) eine Zielgruppendifferenzierung vorgenommen. So wurden zum einen Module für Outgoing-Berufe (Reiseveranstalter/Reisemittler) und zum anderen Module für Incoming-Berufe (Hotels/kleine Beherbergungsbetriebe) entwickelt.

3. Lernfeldorientierung in EU-EQT

Die Struktur der Ergänzungsqualifizierung im Tourismus, EU-EQT, orientiert sich am Lernfeldkonzept der deutschen Kultusministerkonferenz (KMK), die seit 1996 in Deutschland als bindende Strukturvorgabe für die Erarbeitung von Rahmenlehrplänen verabschiedet wurde. Im Bereich der dualen Berufsausbildung sollten damit einheitliche Ordnungsmittel für alle Bundesländer geschaffen werden. Ziel

war es, die in Deutschland, aufgrund der Kulturhoheit der Bundesländer, bestehende Vielfalt der Ausbildungsgestaltung zu reduzieren.

Neben diesen bildungspolitischen Überlegungen ist das Lernfeldkonzept aber auch eine Reaktion auf die seit Beginn der 90er Jahre sich stark verändernde Berufs- und Arbeitswelt. Als Stichworte seien hier genannt:

- Europäisierung/Internationalisierung
- Dienstleistungsdenken
- Bedeutung von Kommunikation
- Abbau von Hierarchien in Unternehmen

Angesichts dieser Veränderungen ergeben sich folgende allgemeine Kriterien für die Ausbildung und die Qualifikationsprofile von Fachkräften:

- Handlungsorientierung
- Prozessorientierung
- Ganzheitlichkeit
- Fächerübergreifender Unterricht
- Problemorientiertes Lernen
- Selbstgesteuertes Lernen
- Schlüsselqualifikationen

Vor allem die Handlungsorientierung spielt als leitende Konzeption eine besondere Rolle. Die Handlungsorientierung soll selbständiges Lernen und Arbeiten ermöglichen. Für die Gestaltung des handlungsorientierten Unterrichts werden folgende Aspekte zugrunde gelegt:

- Lernen für Handeln
- Lernen durch Handeln (mindestens gedanklich nachvollzogen)
- Selbständige Planung, Durchführung und Überprüfung des Handelns durch Lernende
- Ganzheitliche Erfassung der beruflichen Wirklichkeit
- Integration der Handlungen in die Erfahrungen der Lernenden
- Einbezug sozialer Prozesse in Handlungen

Die Lernfeldkonzeption in der beruflichen Bildung ergab sich aus der Kritik an der unzureichenden Verzahnung der Unterrichtsinhalte mit den konkreten Anforde-

rungen des beruflichen Alltags. Das Lernfeldkonzept fasst einzelne Themen und Fachgebiete unter Praxisgesichtspunkten zu einem Lernfeld zusammen, das wiederum in einzelne Lernsituationen untergliedert wird.

Die Entwicklung der Lernfelder, Module und Bausteine für die Ergänzungsqualifizierung im Tourismusmanagement orientierte sich von Beginn an Geschäftsprozessen im Tourismus. Geschäftsprozesse bestehen aus einer zusammenhängenden, abgeschlossenen Folge von Tätigkeiten, die zur Erfüllung einer betrieblichen Aufgabe erforderlich sind.

Entscheidender Bezugspunkt für Geschäftsprozesse in touristischen Berufen ist der Kunde. Der Kunde löst den Geschäftsprozess aus, er bestimmt die Art und den Umfang der Leistung und somit auch die Wertschöpfung. Der Kunde beendet den Geschäftsprozess, indem er den Kundenwunsch als befriedigt betrachtet.

4. Zielgruppen der Ergänzungsqualifizierung

Die Lernfelder, Module und Bausteine der Ergänzungsqualifizierung im Tourismusmanagement richten sich an Ausbilder, Trainer und Experten. Mithilfe des vorliegenden Materials können sie sich auf die Planung und Durchführung von Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen von Mitarbeitern touristischer Betriebe vorbereiten. Die Ergänzungsqualifizierung eignet sich für die Qualifizierung der folgenden Zielgruppen:

- Mitarbeiter von Reiseveranstaltern
- Mitarbeiter von Reisebüros
- Mitarbeiter von Hotels
- Mitarbeiter in kleinen Beherbergungsbetrieben
- Mitarbeiter von Touristen-Informationen
- Sonstige tourismusaffine Arbeitsfelder

Mit dieser umfangreichen Zielgruppendifferenzierung werden sowohl die Outgoing-Berufe (Reiseveranstalter/Reisemittler), als auch die Incoming-Berufe (Hotels/kleine Beherbergungsbetriebe) berücksichtigt.

5. Anforderungen an Trainer

Die Lernfelder und Module von EU-EQT richten sich an Ausbilder und Trainer, die bereits über Erfahrung in der touristischen Aus- und Weiterbildung verfügen. Das Material ist so aufgebaut, dass die Trainer zum einen Dozenten sein sollen und zum anderen auch eine Moderationsaufgabe übernehmen. Das vorliegende Material stellt keine vollausgestaltete Schulung dar.

Aufgabe des Trainers ist es, aus den vorliegenden Strukturen und Inhalten zielgruppen- und teilnehmerspezifische Schulungen/Kurse zu entwickeln bzw. das vorliegende Material für Unterrichtszwecke zu ergänzen. Dazu ist es notwendig, dass länder- oder regionspezifisches Material für die Unterrichtsgestaltung erstellt oder recherchiert wird.

6. Allgemeine methodische und didaktische Hinweise

Die in EU-EQT benannten Stundenumfänge sind nur ungefähre Orientierungswerte. In vielen Fällen, gerade bei berufsbegeleitenden Trainings, ist es notwendig die Umfänge relativ kurz zu halten. Das ist zum einen unter dem Gesichtspunkt der Zeit (Nichtverfügbarkeit am Arbeitsplatz), als auch aus Kostengründen erforderlich. Die Qualifizierungsumfänge sind zudem sehr stark abhängig von der jeweiligen Lerngruppe. So können bspw. für Teilnehmer mit umfangreichen Vorkenntnissen sehr gezielte Trainings zur Spezialisierung mit relativ geringen Stundenumfängen konzipiert werden. Andererseits erlaubt die Ergänzungsqualifizierung auch eine sehr umfangreiche Qualifizierung von beruflichen Wiedereinsteigern, die auch Bedarfe bei Grundlagenthemen haben.

Spezielle modul- und bausteinbezogene Hinweise zur methodisch-didaktischen Vorgehensweise finden sich in den Modulen jeweils im Abschnitt 4: Didaktisch-methodische Details. Dort werden Vorschläge gemacht, mit welcher Methode die Lernziele im jeweiligen Modul erreicht werden können:

- Seminarform/E-Learning/Blended Learning
- Fallstudien
- Gruppenarbeit/Projektarbeit/Rollenspiele
- Internetrecherche

- Brainstorming
- etc.

7. Gliederung der Ergänzungsqualifizierung EU-EQT

Die Europäische Ergänzungsqualifizierung im Tourismusmanagement, EU-EQT, gliedert sich in:

-  Kernqualifikationen europäischer Aus- und Weiterbildung im Tourismus
-  Spezialqualifikationen europäischer Aus- und Weiterbildung im Tourismus

Diese Gliederung ergab sich zum einen aus der Auswertung der im Verlauf der Studie durchgeführten Expertengespräche und in Rücksprache mit den Partnern und den europäischen Beiräten. Zum anderen orientierte sich diese Gliederung an den im aktuellen bildungspolitischen Diskurs, bereits oben, genannten vier internationalen Bildungs- und Qualifizierungselementen:

**Elemente internationaler Qualifikationen in Anlehnung an:
„Internationalisierung der Berufsbildung“
Berichte zur beruflichen Bildung, Heft 257. Bonn 2003**

- **Fremdsprachenkompetenz**
Fähigkeit in mindestens einer Fremdsprache kommunizieren zu können.
- **Interkulturelle Kompetenz**
Fähigkeit bei Begegnungen mit Angehörigen einer fremden Kultur, einen durch Verständnis, Akzeptanz und Toleranz für das Fremde und den Fremden gekennzeichneten reflexiven Kommunikationsstil pflegen zu können.
- **Internationale Fachkompetenz**
Berufsbezogene Kommunikation mit ausländischen Kunden und Lieferanten in betrieblichen Handlungssituationen
- **Netzkompetenz**
Umfasst die Internationalität, also das grenzüberschreitende berufliche Handeln, und die Verwendung ebenfalls prinzipiell grenzüberschreitender Informations- und Kommunikationsmedien. Die zur Bewältigung beruflicher Aufgaben erforderliche Netzkompetenz reduziert sich keineswegs allein auf die technische Kompetenz des Umgangs mit Inter- und Intranet, d.h. die Arbeit mit Netzen. Sie ist gekennzeichnet durch prinzipielle Grenzenlosigkeit und verlangt deshalb auch die Fähigkeit der erfolgreichen Arbeit in Netzen, sei es über den persönlichen Kontakt oder auch den "nur" technischen. Die Entscheidungsfähigkeit darüber, welche Kontaktformen gewählt werden, ist selbst Teil dieser umfassenden Kompetenz.

7.1 Kernqualifikationen europäischer Aus- und Weiterbildung im Tourismus

Abgeleitet aus den Befunden der Studie zu Ausbildungstrends im europäischen Tourismus (vgl. 2.2 und 2.3) wurden gemeinsam mit den Partnern und den Beiräten 5 Lernfelder als Bestandteile einer sogenannten touristischen europäischen Kernqualifikation festgelegt. Die Kernqualifikationen beinhalten Lernfelder, die nicht ausschließlich in touristischen Berufen relevant sind. Die Lernfelder des Bereichs Kernqualifikationen widerspiegeln Kompetenzen, die in vielen kaufmännischen und weiteren Dienstleistungsberufen von großer Bedeutung für berufliches Handeln sind. Diesen Lernfeldern wurden jeweils berufsrelevante Lern-Module zugeordnet.



Kernqualifikationen

Lernfelder	Module
Schlüsselqualifikationen	Sozialkompetenz Methodenkompetenz Medienkompetenz
Marketing	Marketing Basics Low Budget Marketinginstrumente Online Marketing Neue Dienstleistungen entwickeln Marketing-Aktionsplan
Kundenbeziehungsmanagement	Wertewandel und touristische Dienstleistungsqualität Neue Medien und Tourismus Polarisierung der Märkte Kundenwert (Customer Value) Messung der Kundenzufriedenheit Der Kunde als König/Kundenclubs Kommunikationsfelder im Bereich Kundenbindung/Kundenrückgewinnung
Personalmanagement	Rechtlich-organisatorischer Rahmen der Personalarbeit Personalführung/Managementkonzepte Personalentwicklung
Sprache und Kultur	Interkulturelles Lernen Englisch für Mitarbeiter im Tourismusbereich: - Rezeption - Restaurant - Tourist-Information - Reiseveranstalter - Bewerbungen Vorbereitung Auslandspraktikum Hilfestellung zur individuellen Fremdsprachenfortbildung

Die Lernfelder und Module der Kernqualifikationen sind mit Anwendungsbeispielen und Material aus der beruflichen Praxis von Touristikern angereichert.

7.2 Spezialqualifikationen europäischer Aus- und Weiterbildung im Tourismus

Die sogenannten Spezialqualifikationen beziehen sich auf bestimmte touristische Angebotsformen und beinhalten demzufolge zielgruppenorientierte Fachkenntnisse bzw. Expertenwissen in Kombination mit berufsrelevanten / arbeitsprozessorientierten Handlungskompetenzen. Jedes Lernfeld der Spezialqualifikationen enthält jeweils vier Module. Die Module bieten jeweils zielgruppenspezifisches Material.



Spezialqualifikationen

Lernfelder	Module / Zielgruppen
Business Tourismus	Reiseveranstalter Reisemittler Hotel Non-Hotel
Gesundheitstourismus / Wellnesstourismus	Reiseveranstalter Reisemittler Hotel Non-Hotel
Kulturtourismus	Reiseveranstalter Reisemittler Hotel Non-Hotel
Event Tourismus	Reiseveranstalter Reisemittler Hotel Non-Hotel
Sport Tourismus	Reiseveranstalter Reisemittler Hotel Non-Hotel

Die Module der Spezialqualifikationen sind zum einen bezogen auf den Inhalt, die touristische Angebotsform, und zum anderen bezogen auf die nutzende Zielgruppe, Mitarbeiter touristischer Betriebe, entwickelt worden. Dabei wurden die Schwerpunkte der Module inhaltlich an die beruflichen Handlungsfelder der vier benannten Zielgruppen angepasst.

Die Module der Spezialqualifikationen nehmen zielgruppen- und arbeitsprozessorientiert jeweils relevante Inhalte der Kernqualifikationen wieder auf und vertiefen diese. Die 5 Hauptthemen der Spezialqualifikationen repräsentieren die zum Zeitpunkt der Projektdurchführung wichtigsten touristischen Angebotsformen, die im folgenden kurz definiert werden.

7.2.1 Definition: Business Tourismus

Mit Business Tourismus sind hier gemeint: „Reisen über eine Entfernung von mehr als 50 Km, z.B. zu Messen, Tagungen, Seminaren, Kongressen oder Besuchen bei Kunden – also alle Reisen, die im weitesten Sinne mit dem Beruf zusammenhängen.“ (Quelle: Wirtschaftswoche, Geschäftsreiseklima 2002) Geschäftsreisen sind in der Regel produktionsbedingt und werden unterteilt in:

- Vorbereitung von Geschäftsabschlüssen
- Produktion
- Weiterqualifikation der Mitarbeiter
- Messe- und Ausstellungsreisen
- Kongreß-, Tagungs- und Seminartouristik
- Incentive-Reisen

7.2.2 Definition: Gesundheitstourismus / Wellness Tourismus

Der Gesundheitstourismus läßt sich in zwei Formen unterscheiden:

Zum einen gibt es den derzeit eher rückläufigen, klassischen Gesundheitstourismus, den sogenannten Kuraufenthalt. Dabei spielen die folgenden Aspekte eine besondere Rolle:

- Natürliche Heilmittel des Bodens
- Artgemäße Kureinrichtungen
- Artgemäßer Kurortcharakter
- Natürliche Heilwasser

Ziel dieses Kuraufenthalts ist die Prävention von Erkrankungen, Rehabilitation nach Unfällen und medizinischen Eingriffen oder die Behandlung chronischer Erkrankungen. Kuraufenthalte sind stets an eine bestimmte Aufenthaltsdauer gekoppelt.

Zum anderen gibt es die moderne Form des Gesundheitstourismus, auch „Wellness“ genannt. Wellnesstourismus ist eine gesundheitsorientierte Urlaubsform, die Erholung und Genuss miteinander verbindet. Dabei geht es um die (Wieder-) Herstellung des körperlichen und seelischen Wohlbefindens durch (Kurzzeit-) Aufenthalte in einem Zentrum für Gesundheitstourismus. Dieses Zentrum kann sowohl ein klassischer Kurort als auch ein Badeort oder ein spezielles Hotel sein. Wichtige Bausteine sind Angebote in den Schlüsselbereichen:

- Gesundheit und Ernährung
- Beauty und Vitalisierung
- Antistress und Entspannung
- Fitness und Bewegung

7.2.3 Definition: Kultur Tourismus

Kulturtourismus steht fast immer im Zusammenhang mit einem kulturtouristischen Angebot. Der Begriff lässt sich in zwei Kategorien einteilen:

Die erste Kategorie meint den Kulturbegriff im engeren Sinn, d.h. ein zumeist kunstgeschichtliches Angebot einer Region (Sehenswürdigkeiten wie alte Gebäude, Museen u.a.).

Die zweite Kategorie meint den Kulturbegriff im weiteren Sinn, d.h. Sitten und Bräuche der Einheimischen, Sprache, kulinarisches Angebot, u.a. (vgl. Heinze 1999).

Mit Kulturtourismus werden also alle Reisen bezeichnet, denen als Reisemotiv in erster Linie kulturelle Aktivitäten zugrunde liegen (vgl. Dreyer 1996). Dabei sind folgende Arten von Kulturreisen zu unterscheiden:

- Städtereisen
- Studienreisen
- Sprachreisen
- Themenreisen

Es handelt sich bei dem Begriff des Kulturtourismus somit um Reisen, die sowohl durch Interesse an Hochkultur als auch an Alltags- und Regionalkultur begründet sein können.

7.2.4 Definition: Event Tourismus

Event Tourismus (Erlebnistourismus) ist gekennzeichnet durch zeitlich begrenzte Ereignisse lokaler, regionaler oder überregionaler Bedeutung, die für ihre Konsumenten einen besonderen Erlebniswert haben. Hierzu können z. B. die folgenden Angebote gezählt werden:

- Musical
- Open Air-Konzerte
- Theater und Konzerte
- Freizeitparks³
- Ausstellungen und Messen
- Kunstausstellungen mit überregionaler Bedeutung
- nationale und internationale Sportveranstaltungen

7.2.5 Definition: Sport Tourismus

³ Freizeitparks werden zwar in der Regel ganzjährig angeboten, aber von den Zielgruppen zeitlich begrenzt genutzt.

Sporttourismus bedeutet nicht, als Zuschauer bei einer Sportveranstaltung dabei zu sein, sondern sich selbst sportlich zu betätigen. Bezeichnete man vor wenigen Jahren mit Sporttourismus nur Erholungs- und Trainingsaufenthalte von Berufssportlern oder Halbprofis, so haben sich inzwischen die sportlichen Aktivitäten auch auf Amateur-Niveau sehr stark ausgeweitet. Immer häufiger hängt die Wahl eines Ferienorts von der Gelegenheit ab, dort Sport ausüben zu können. Häufig richtet sich das Angebot eines Urlaubsorts nach den natürlichen Ressourcen der Region wie z.B. bei den Sportarten Kanufahren, Segeln, Bergwandern, Tauchen, Golf. Allerdings entstehen auch für Sportarten, die nicht auf natürliche Ressourcen angewiesen sind immer mehr Angebote oder Zentren, wie z.B. für Tennis, Bogenschießen oder Tanzen. Sporttourismus bezeichnet sowohl Indoor- als auch Outdooraktivitäten, d.h. zum einen Sport, der in geschlossenen abgegrenzten Räumen stattfindet und zum anderen Sport, der unter freiem Himmel in der Natur ausgeübt wird.

8. Methodisch-didaktische Struktur von Lernfeldern und Modulen

Jedes Lernfeld und jedes Modul wurde auf der Grundlage einer Vorlage mit sechs strukturellen Bestandteilen entwickelt:

1. Zielformulierung/Zielgruppen: Fähigkeiten und Kompetenzen der Teilnehmer nach Abschluss des Moduls
2. Definition des Lernfeldes/Definition des Moduls: Begriff, Geschichte, Statistik. Z.B.: Was ist Medienkompetenz?
3. Szenarien und Beispiele: Ein oder mehr Beispiele aus der Praxis für die Praxis zur Veranschaulichung des Anwendernutzens
4. Didaktisch-methodische Hinweise: Mit welcher Methode sollen in diesem Modul welche Lernziele erreicht werden? Z.B.: Seminarform, E-Learning, Projektarbeit, Gruppenarbeit etc.
5. Inhalt des Lernfeldes/Inhalt des Moduls: Gesamtumfang, Stunden und Gliederung. Im 5. Abschnitt eines jeden Moduls finden sich die Qualifizierungsbausteine und die Inhalte.
6. Verweise und Literatur: Weitere Beispiele, Literaturhinweise und Internetressourcen

Diese einheitliche Gliederung dient der schnellen Orientierung des Nutzers. Lernfeldbeschreibungen umfassen die Beschreibung der enthaltenen Module und der darin zum Einsatz kommenden Methoden und Beispiele. Konkrete Trainingsinhalte findet der Nutzer auf der Modulebene. Im Abschnitt 5 eines jeden Moduls werden zunächst die Qualifizierungsbausteine im Überblick mit Stundenangaben gezeigt:

z.B.: Sporttourismus für Reiseveranstalter

Inhalt des Moduls:

- Marktforschung (6 Stunden)
- Produktentwicklung (6 Stunden)
- Marketing/Vertrieb (6 Stunden)
- Trendforschung (2 Stunden)

Auf der Ebene der Qualifizierungsbausteine findet der Nutzer dann die Lerninhalte und Anwendungsbeispiele.

Im folgenden demonstrieren wird an zwei ausgewählten Beispielen der Bereiche Kern- und Spezialqualifikation die methodisch-didaktische Struktur der Lernfeldbeschreibungen

8.1 Lernfeldbeschreibung: Kernqualifikation – Schlüsselqualifikationen





Leonardo da Vinci
Pilotprojekte



EU-EQT
Europäische Ergänzungsqualifizierung im Tourismusmanagement



Kern-Qualifikationen
Lernfeld Schlüsselqualifikationen

Module:

- Sozialkompetenz
- Methodenkompetenz
- Medienkompetenz

1. Zielformulierung

Im Tourismusbereich erfordern rasante Entwicklungen wie z.B. der Buchungs- und Beratungsmodalitäten einerseits und geografischer oder politischer Gegebenheiten von Zielgebieten andererseits die Fähigkeit zu permanenter Weiterbildung und Wissensanpassung. Hier sind die Mitarbeiter in besonderer Weise auf die Nutzung verschiedener Medien mit unterschiedlicher Ausprägung von Vernetzung angewiesen, deren Bandbreite von z.B. Katalogen bis hin zu global vernetzten Buchungssystemen reicht. Ferner wird ihnen z.B. in der Situation der Beratung ein hohes Maß an Kundenorientierung ebenso abverlangt, wie man von ihnen als Mitarbeiterin oder Mitarbeiter eines umsatzorientierten Unternehmens kaufmännisches Handeln erwartet.

Vor diesem Hintergrund sollen die Teilnehmer nach Abschluss des Lernfeldes

- innerbetriebliche wie auch überbetriebliche Sozialsysteme verstehen und aktiv zu deren optimaler Funktion beitragen können (**Sozialkompetenz**);
- Arbeitstechniken, Verfahrensweisen und Lernstrategien kennen lernen, deren strategische Nutzbarkeit für die eigene Berufsausübung identifizieren und sie gezielt und nachhaltig wirksam einsetzen können (**Methodenkompetenz**);
- einen Überblick über die für Tourismus und Fremdenverkehr relevante Medienlandschaft und deren Bandbreite an Nutzungsmöglichkeiten besitzen, und zwar sowohl zur Informationsgewinnung als auch zur Verteilung von Informationen (**Medienkompetenz**).

2. Definition des Moduls

Das Lernfeld "Schlüsselqualifikationen" konzentriert sich auf den Erwerb von Kompetenzen, die unter dem Dach „Lernen lernen“ und „Nachhaltigkeit“ als drei wesentliche tragende Säulen dienen, die jedoch nicht als isoliert existenzfähig oder erlernbar betrachtet werden können. Es handelt sich dabei um Kompetenzen und Fertigkeiten, die zwar für die Berufsausübung erforderlich sind, aber weder mit der Berufserlernung zwangsläufig kognitiv erworben werden, noch für bestimmte Berufsbilder spezifisch sind. Sie sind als inhaltsneutrale Qualifikationen anzusehen, deren Vermittlung jedoch notwendigerweise an konkrete Inhalte gekoppelt ist. Und gerade im interkulturellen, also global vernetzten Raum zu arbeiten und zu leben, stellt besondere Anforderungen an die Individuen, sowohl weil sie den relativ umschließenden Schutz eines eingeschränkten Kulturraumes verlassen, als auch an die Nachhaltigkeit ihres Denkens und Handelns.

3. Szenario

Im Modul Medienkompetenz könnte der Einstieg in die „Mediennutzung“ z. B. auch erfolgen über eine einfache Übung im Bereich Dynamic Packaging, das eigentlich eine umfassende Anwendung darstellt: Die Teilnehmer sollen per Internet einen Flug buchen mit Hotel und Mietwagen am Zielort. Zunächst erhalten die Teilnehmer vom Trainer Vorgaben der Aufgabenstellung sowie Informationen über verfügbare Internetanbieter (z.B. „expedia.de“). In Kleingruppen oder Partnerarbeit können sich die Teilnehmer dann das Handling einschlägiger Internetseiten sowie der Eingabemasken je nach Vorkenntnissen selbst bzw. mit Unterstützung des Trainers erarbeiten. Denkbar wäre dabei auch eine Aufteilung der Kleingruppen in die Rollen „Kunden“ und „Berater“. Die Rollen werden nach einer ersten Übung getauscht. Die Arbeitsergebnisse werden festgehalten und gemeinsam mit dem Trainer ausgewertet und diskutiert. So lernen die Teilnehmer verschiedene im Internet verfügbare Reiseangebote ausfindig zu machen, sie lernen den Umgang mit verschiedenen Eingabemasken, erkennen deren Gemeinsamkeiten im Handling.



Darüber hinaus kann der Trainer an dieser Stelle Funktion und Sinn von „CRM“ (Customer Relationship Management) erklären: Zur Steigerung der Kundenorientierung ist ein solches System in der Lage, individuelle Vorlieben einzelner Kunden zu speichern und bei der Zusammenstellung eines Angebots zu berücksichtigen.

4. Didaktisch-methodische Hinweise

Die im Lernfeld "Schlüsselqualifikationen" einzusetzenden Methoden und Techniken umfassen ein Spektrum, beginnend mit Trainer-Input bis hin zu Einzel- und Gruppenarbeit. In der Projektarbeit werden, unter Einbezug aller verfügbaren Medien, nachhaltig Erfahrungen sozialer wie auch methodischer Kompetenzen vermittelt und trainiert.

▪ Trainer-Input

Als lehrerzentrierte Methode ist der Einsatz von Trainer-Input zu beschränken auf Sequenzen, in denen es erforderlich ist, Informationen durch den Trainer zu vermitteln, z.B. in Form von Vortrag, Skripte, Bildschirmpräsentationen u.a.. Hierbei ist darauf zu achten, stets mehr als einen „Eingangskanal“ der Lernenden anzusprechen. So sollte ein Vortrag z.B. stets durch eine geeignete optische Präsentation ergänzt werden. Skripte oder Arbeitsblätter sollten strukturiert, bebildert und leicht überschaubar sein. Nur so kann Informationsaufnahme als nachhaltiges „Lernen lernen“ umgesetzt werden.

▪ Einzel- und Gruppenarbeit

Einzel- und Gruppenarbeit dient sowohl der Vertiefung, Übung wie auch der Erarbeitung neuer Inhalte, sollte jedoch stets vom Trainer vorbereitet und angeleitet werden. Als schriftliche Vorlage dienen z.B. entsprechend aufgearbeitete Arbeits- und Übungsblätter. Hier trainieren sich Teamfähigkeit, und es werden wesentliche Techniken für Projektarbeit angeeignet und gefestigt. Unbedingt wichtig sind dabei sowohl das Feedback durch den Trainer wie auch die Präsentation von Arbeitsergebnissen vor den anderen Lehrgangsteilnehmern.

▪ Projektarbeit

Projektarbeit ist von allen die wohl komplexeste Methode. Sie umfasst Planung, Durchführung, Abschluss und Feedback eines vielschichtigen Gebildes verschiedener Handlungen, wobei hier auf einer Mikroebene alle anderen Lern- und Arbeitsmethoden zur Anwendung kommen können.

▪ E-Learning

E-Learning bedeutet in kompakter Anwendung einer entsprechend vorbereiteten Software (z.B. für E-Packaging) nicht nur die Informationsaufnahme am Bildschirm, sondern das Ausführen einer angeleiteten Trainingshandlung mit geeigneter Rückmeldung des Systems über den Erfolg.

Für alle Methoden gilt:

- Der Einsatz verschiedener technischer Medien wie Computer und deren Peripheriegeräte (Beamer), die insbesondere der Veranschaulichung dienen, oder von Video, womit man z.B. Gesprächssituationen für Feedback aufzeichnet, aber auch Destinationen näher bringt, ist nicht nur für den Bereich „Medienkompetenz“ selbstverständlich.
- Schülergespräche, Erörterungen, Diskussionen mit verschiedenen Rollen schulen nicht nur sprachliche Ausdrucksfähigkeit und rhetorisches Geschick für Verkauf und Beratung sondern auch Empathie.
- Zu schulende Arbeitstechniken (Mind-Mapping, Brainstorming u.a.) sollten gezielt als methodische Schritte eingesetzt werden.



5. Inhalt des Lernfeldes (120 Std.)

Die drei in diesem Lernfeld enthaltenen Kompetenzbereiche werden wie folgt festgelegt:

▪ **Soziale Kompetenz (42 Std.)**

Soziale Kompetenzen sind in aller Regel nicht erlernbar, sondern auf der Basis vorhandener persönlicher individueller Ressourcen zu entwickeln. Hierher gehört die Fähigkeit, im Team zu arbeiten, sich flexibel auf wechselnde äußere Bedingungen einzustellen, kreativ zu sein, ohne das Ziel aus den Augen zu verlieren, aber auch zu gegebenem Zeitpunkt angemessene Entscheidungen treffen zu können. Kommunikationsfähigkeit und Kooperationsbereitschaft dienen in diesem Bereich zusammen mit sozialer Sensibilität (Empathie) dazu, eigene Gefühle und die des anderen (im Team oder im Kundenverkehr) zu erkennen und in angemessenem Umfang zuzulassen.

▪ **Methodenkompetenz (36 Std.)**

Der Bereich Methodenkompetenz trainiert das Arbeiten in Projekten wie auch deren selbständiges Planen und Durchführen. Zeitmanagement und Umgang mit, aber auch Bereitschaft zu Konflikten und ihrer Lösung leiten über zur Schulung eines Führungsverhaltens, das andere und einen selbst motiviert. Seinen kommunikativen Ausdruck findet dieses Modul im Ziel angemessen Gespräche zu führen und Gruppen zu moderieren.

▪ **Medienkompetenz (42 Std.)**

Im Bereich Medienkompetenz fassen wir berufsnahe Zusatzqualifikationen und Kenntnisse zusammen, z.B. der EDV und EU-relevante Sprachkenntnisse wie auch interkulturelle Kompetenzen. Hierher gehören auch Kenntnisse bezüglich der rechtlichen, organisatorischen, branchenspezifischen Bedingungen der eigenen Berufsausübung aber auch von Regeln und Wertsystemen. Selbstverständlich wird dabei auch zu beachten sein, dass in den einzelnen Modulen Raum verfügbar bleibt für jeweilige Länderspezifika.

6. Schnittstellen

Das Lernfeld Schlüsselqualifikationen steht nicht nur in enger Verbindung zum Lernfeld □ Personalmanagement (Human Resources); auch im Lernfeld □ Customer Relationship Management finden sich wesentliche Aspekte wieder, insbesondere der sozialen Kompetenzen. Außerdem bestehen direkte Verbindungen des Moduls Medienkompetenz aus diesem Lernfeld zu Modulen des Lernfeldes □ Marketing. Soziale Kompetenz geht wiederum ganz eng einher mit Kompetenzen im sprachlichen und kulturellen Bereich (Lernfeld □ Sprache und Kultur). Schlüsselqualifikationen sind aber auch der fruchtbare Boden aller Lernbereiche, in denen es nicht nur um den Erwerb von Faktenwissen geht. Es wird somit nicht zu vermeiden sein, dass im vorliegenden Lernfeld behandelte Themen auch in anderen Lernfeldern erwähnt werden. Innerhalb des Lernfeldes Schlüsselqualifikationen wiederum berühren und ergänzen sich die Module Methodenkompetenz und Sozialkompetenz genau so wie auch die Module Medienkompetenz und Methodenkompetenz.

Literatur

- Belz, H./Siegrist, M.: Kursbuch Schlüsselqualifikationen, Freiburg 2000
- Kutt, K.: Von der beruflichen Umweltbildung zur „Berufsbildung für eine nachhaltige Entwicklung“. In: BIBB (Hrsg.): BWP 1/2001
- Mertens, D.: Schlüsselqualifikationen – Thesen zur Schulung für eine moderne Gesellschaft. In: Mitteilungen aus der Arbeitsmarkt- und Berufsforschung. 7. Jahrgang, Nürnberg 1974
- Richter, Ch.: Schlüsselqualifikationen, Alling 1995

8.2 Lernfeldbeschreibung: Spezialqualifikation – Sport Tourismus für Reisebüros

EU-EQT

Europäische Ergänzungsqualifizierung im Tourismusmanagement

Spezial-Qualifikationen

Lernfeld Sport Tourismus

Module:

- Reiseveranstalter
- Reisemittler
- Hotel
- Non-Hotel

1. Zielformulierung/Zielgruppe

Das Lernfeld Sport Tourismus enthält 4 zielgruppenspezifische Module für Mitarbeiter von Reiseveranstaltern, Reisebüros, Hotels und kleinen Beherbergungsbetrieben (Non-Hotel). Mitarbeiter von Reiseveranstaltern, Reisebüros, Hotels und kleinen Beherbergungsbetrieben (Non-Hotel) können nach Abschluss des Moduls "Sport Tourismus":

- Bedürfnisse von Zielgruppen erkennen und systematisieren
- neue Produkte für Sporttouristen entwickeln und anbieten
- Kundenbeziehungen pflegen, systematisieren und vertiefen
- Maßnahmen der Personalentwicklung und des Qualitätsmanagements umsetzen
- effektive Instrumente des Marketings auswählen und einsetzen.

Das etwas umfangreichere Modul für kleine Beherbergungsbetriebe (Non-Hotel: insbesondere Bed & Breakfast) unterstützt die Teilnehmer zudem beim Aufbau eines eigenen Betriebes (Business start up/Organisation) und gibt umfassenden Einblick in das Netzwerkmanagement. Inhaber und Betreiber kleiner Beherbergungsbetriebe lernen hier das regionale und europäische Networking und den effizienten Einsatz alternativer und kostengünstiger Marketingstrategien.

2. Definition des Lernfeldes

Entgegen der in der Wissenschaft gängigen dualen Zielgruppenorientierung im Sporttourismus:

- aktiv (Teilnahme am Sport)
- passiv (Sport schauen, passive Teilnahme an Sportereignissen)¹,

werden im Rahmen dieses Lernfeldes nur die an aktiver sportlicher Betätigung interessierten Zielgruppen betrachtet.² Zielgruppen sind also zum einen „Aktiv-Sportler“ (Amateure/Profis), wobei die Sportreise gekennzeichnet ist durch Training, Wettkampf und „Pflicht“. Zum anderen „Freizeit-Sportler“, deren Sportreise sich mit den Begriffen Fun, Fitness, Begegnung und „freiwillig“ beschreiben lässt.

Folgende Trendsportarten dominieren zur Zeit den sporttouristischen Markt:

- Cycling
- Canoeing
- Canyoning
- Climbing
- Diving
- Golf
- Mountain Biking
- Rafting
- Segeln

¹ "All forms of active and passive involvement in sporting activity, participated in casually or in an organized way for non-commercial or business/commercial reasons, that necessitate travel away from home and work locality." vgl. Standeven/DeKnop 1999

² Die Zielgruppe der „passiven“ Sporttouristen findet im Lernfeld → Eventtourismus Berücksichtigung (Fußball EM/WM, Olympische Spiele, Formel 1 etc.)



- Skiing
- Snow Boarding
- Surfen
- Swimming
- Tennis
- Trekking
- Walking

3. Szenarien

Die zielgruppenspezifischen Module werden durch zahlreiche Beispiele aus der Praxis unterstützt:

- Planung, Angebot und Durchführung von Fußball- oder Laufreisen (Reiseveranstalter)
- Planung und Angebot von Komponentenreisen für Sporttouristen (Reisebüro)
- Kundenorientierung, Lifestyle- und Sportangebote (Hotels)
- Entwicklung von sporttouristischen Gesamtpaketen mit kulturellen Highlights (Non-Hotel)

4. Didaktisch-methodische Hinweise

- Inputs – für eine erste Vertiefung in ein Thema gibt es kurze theoretische Inputs bzw. Zahlen, Daten Fakten
- Die Teilnehmer werden laufend aktiv in die Erarbeitung des Wissens eingebunden. Der Schwerpunkt der Übungen liegt bei der Arbeit an konkreten Beispielen aus der touristischen Praxis
- Partner- und Gruppenarbeit, Kreativitätsübungen (Nutzung von tagesaktuellem Praxiswissen)
- Fallbeispiele aus dem Bereich Sport Tourismus
- Lösungen für konkrete Beispiele aus dem Kreis der Teilnehmer finden, die Teilnehmer können sehr oft ihren Beispielbereich/betrieb selbst wählen
- Checklisten, die sowohl während der Übungsaufgaben als auch später in der Praxis verwendet werden können

5. Inhalt des Lernfeldes

- Sport Tourismus für Reiseveranstalter (M1 – 20 Std.)
 - Marktforschung (6 Std.)
 - Produktentwicklung/Erstellung neuer Angebote (6 Std.)
 - Marketing/Vertrieb (6 Std.)
 - Trendscouting (2 Std.)
- Sport Tourismus für Reisebüros (M2 – 22 Std.)
 - Marketing/Marktforschung (6 Std.)
 - Angebotskenntnis (6 Std.)
 - Kundenbeziehungsmanagement (6 Std.)
 - Vertrieb (4 Std.)
- Sport Tourismus für Hotels (M3 – 18 Std.)
 - Produktentwicklung (6 Std.)
 - Personalmanagement (4 Std.)
 - Marktforschung (4 Std.)
 - Marketing/e-Marketing (4 Std.)
- Sport Tourismus für Non-Hotel (M4 – 40 Std.)
 - Business start up (8 Std.)
 - Planung und Entwicklung von Angeboten (8 Std.=
 - Organisation (8 Std.)
 - Marketing Management (8 Std.)



- Netzwerk Management (8 Std.)

Literatur:

- Dreyer, Axel/Krüger, Amd (Hg.): Sporttourismus. München/Wien 1995
- Dreyer, Axel (Hg.): Tourismus und Sport. Wiesbaden 2002
- Gammon, S. and Jones, I. *Sports tourism: An introduction*, Continuum, London, (2001)
- Weed, S. and Bull, C. *Sports Tourism: Participants, Policy and Providers*, Butterworth Heinemann, London, 2002
- Weiler, B. and Hall, C.M. *Adventure, sport and health tourism*, London 1992

9. Zusammenstellung von zielgruppenspezifischen Trainings mit EU-EQT

Folgende Ziele können im Rahmen einer Qualifizierung mit Lernfeldern und Modulen von EU-EQT unterstützt bzw. erreicht werden:

- Erleichterung des Zugangs zum bzw. der Rückkehr auf den Arbeitsmarkt (Beschäftigungsfähigkeit)
- Erleichterung der Unternehmensgründung (Unternehmergeist)
- Förderung des lebenslangen Lernens und Unterstützung der Weiterbildung (Anpassungsfähigkeit)
- Förderung der Anpassungsfähigkeit von Unternehmen und Arbeitnehmern gegenüber dem strukturellen wirtschaftlichen Wandel sowie der Nutzung der Informationstechnik und anderer neuer Techniken

Aus diesen Zielen lassen sich auch die möglichen Zielgruppen der Ergänzungsqualifizierung von EU-EQT ableiten. Wobei wir hier unterscheiden zwischen Finanzträgern und Teilnehmerzielgruppen. Als Finanzträger kommen sowohl öffentliche Träger (Arbeitsagenturen, Provinzen, Kommunen etc.), als auch Unternehmen des Tourismussektors in Betracht. Der flexible und modulare Aufbau von EU-EQT ermöglicht sowohl das Angebot von langfristigen und umfangreichen Weiterbildungen (bspw. zum Zwecke der Wiedereingliederung in den Arbeitsmarkt), als auch kurze, stark themengebunden und arbeitsprozessorientierte

Trainings mit dem Ziel der schnellen Anpassung von Mitarbeitern an wechselnde Bedingungen im Arbeitsumfeld.

Im engeren Fokus, der im Rahmen von EU-EQT entwickelten Lernfelder und Module, finden wir die folgenden Zielgruppen:

- Mitarbeiter von Reiseveranstaltern
- Mitarbeiter von Reisebüros
- Mitarbeiter von Hotels
- Mitarbeiter von kleinen Beherbergungsbetrieben (Non-Hotel)

Darüber hinaus sind die Qualifizierungsinhalte der Kernqualifikationen für Mitarbeiter anderer, stark kundenorientierter Dienstleistungsberufe leicht anpassbar. Die Inhalte der Spezialqualifikationen eignen sich auch für Mitarbeiter von Touristen Informationen und regionalen Tourismusorganisationen. Mitarbeiter touristischer Organisationen (Ämter, Regionalverwaltungen, Ministerien oder Verbände), die in ihrer Heimatregion mit der regionalen Entwicklung touristischer Angebote oder allgemein mit Regionalmarketing betraut sind, können mit Hilfe von EU-EQT weiter qualifiziert und spezialisiert werden.

9.1 Beispiele für die Zusammenstellung von Trainings mit EU-EQT

Die unter 9.1.1 bis 9.1.4 benannten Beispiele, zeigen die flexiblen Einsatzmöglichkeiten des modularen Systems von EU-EQT. Es können Trainings für sehr unterschiedliche Zielgruppen mit sehr unterschiedlichen Trainingsbedarfen und –umfängen konzipiert werden.

9.1.1 Beispiel 1: Kurztraining "Sport Tourismus für Reisemittler"

Das erste Beispiel zeigt die Möglichkeit mit Hilfe des modularen Systems von EU-EQT ein Kurztraining für Reisemittler mit dem Fokus auf Sport Tourismus zu konzipieren. Die in diesem Beispiel vorgeschlagene Kursdauer umfasst 80 Stunden. Zunächst werden aus dem Bereich der Kernqualifikationen einige Module bzw. Bausteine ausgewählt, die für Mitarbeiter touristischer Betriebe relevant sind, um effizient und kundenorientiert Fachwissen einsetzen zu können.



Kernqualifikationen

Beispiel 1

Lernfelder	Module
Schlüsselqualifikationen	<div style="border: 2px solid black; border-radius: 50%; padding: 2px; display: inline-block;"> Sozialkompetenz Methodenkompetenz Medienkompetenz </div>
Marketing	Marketing Basics Low Budget Marketinginstrumente Online Marketing Neue Dienstleistungen entwickeln Marketing-Aktionsplan
Kundenbeziehungsmanagement	Wertewandel und touristische Dienstleistungsqualität Neue Medien und Tourismus <div style="border: 2px solid black; border-radius: 50%; padding: 2px; display: inline-block;"> Polarisierung der Märkte Kundenwert (Customer Value) Messung der Kundenzufriedenheit </div> Der Kunde als König/Kundenclubs Kommunikationsfelder im Bereich Kundenbindung/Kundenrückgewinnung
Personalmanagement	Rechtlich-organisatorischer Rahmen der Personalarbeit Personalführung/Managementkonzepte Personalentwicklung
Sprache und Kultur	Interkulturelles Lernen Englisch für Mitarbeiter im Tourismusbereich: - Rezeption - Restaurant - Tourist-Information - Reiseveranstalter - Bewerbungen Vorbereitung Auslandspraktikum Hilfestellung zur individuellen Fremdsprachenfortbildung

→ Modul **Sozialkompetenz**
42 Stunden

→ Modul **Polarisierung der Märkte**
10 Stunden

→ Modul **Customer Value**
6 Stunden



Soziale Kompetenzen, wie bspw. Teamfähigkeit und Kommunikationsfähigkeit werden als Kernbestandteil dieses Trainings gewählt. Aus dem Lernfeld Kundenbeziehungsmanagement werden die Bausteine "Polarisierung der Märkte" und "Kundenwert" mit einem Umfang von 16 Stunden gewählt.

In diesem Beispiel-Training geht es um die Spezialisierung bzw. Fokussierung des Reisemittlers auf den Sporttourismus. Aus den Spezialqualifikationen wird deshalb aus dem Lernfeld Sporttourismus das Modul für die Reisemittler ausgewählt.

Spezialqualifikationen

Lernfelder	Module / Zielgruppen
Business Tourismus	Reiseveranstalter Reisemittler Hotel Non-Hotel
Gesundheits-tourismus/ Wellnesstourismus	Reiseveranstalter Reisemittler Hotel Non-Hotel
Kulturtourismus	Reiseveranstalter Reisemittler Hotel Non-Hotel
Event Tourismus	Reiseveranstalter Reisemittler Hotel Non-Hotel
Sport Tourismus	Reiseveranstalter Reisemittler Hotel Non-Hotel

Beispiel 1

- Modul **Sozialkompetenz**
42 Stunden
- Modul **Polarisierung der Märkte**
10 Stunden
- Modul **Customer Value**
6 Stunden
- Modul **Sporttourismus für Reisemittler**
22 Stunden



In der Summe ergibt sich ein 80-Stunden-Training für Reisemittler mit einer Auffrischung sozialer Kompetenzen, Anteilen von Kundenbeziehungsmanagement und einer Spezialisierung auf sporttouristische Angebote.

-  Modul **Sozialkompetenz**
42 Stunden
-  Modul **Polarisierung der Märkte**
10 Stunden
-  Modul **Customer Value**
6 Stunden
-  Modul **Sporttourismus für Reisemittler**
22 Stunden

Beispiel 1

Kurz-Training für Reisemittler mit dem Fokus Sport Tourismus

Gesamt: 80 Stunden



9.1.2 Beispiel 2: Wellness Tourismus für Existenzgründer/innen in Bed & Breakfast

Das zweite Beispiel zeigt ebenfalls eine relativ kurze Qualifizierung. Konzipiert wird ein Kurztraining mit dem Ziel einen Bed & Breakfast Betrieb zu gründen und zu betreiben. Der zu gründende Bed & Breakfast Betrieb könnte sich zum Beispiel in der Toskana ansiedeln und als mögliche Kunden Touristen mit Interesse an Wellnessangeboten ansprechen. Aus dem Bereich der Kernqualifikationen wird das gesamte Modul Sozialkompetenz gewählt. Ergänzt wird es durch die Bausteine "Mediennutzung" und "Mediengestaltung" aus dem Modul Medienkompetenz. In kleinen Beherbergungsbetrieben (Bed & Breakfast) wird die Kundenkommunikation via E-Mail und die Gestaltung von kleinen Webpräsenzen in der Regel von den Inhabern selbst erledigt. Deshalb ist es besonders wichtig, dass Betreiber von kleinen Beherbergungsbetrieben über das nötige Know-how für die selbständige Gestaltung von elektronischer Kundenkommunikation, Online-Marketing und die Herstellung von Werbematerialien verfügen.

Kernqualifikationen

Lernfelder	Module
Schlüssel-qualifikationen	Sozialkompetenz Methodenkompetenz Medienkompetenz
Marketing	Marketing Basics Low Budget Marketinginstrumente Online Marketing Neue Dienstleistungen entwickeln Marketing-Aktionsplan
Kundenbeziehungs-management	Wertewandel und touristische Dienstleistungsqualität Neue Medien und Tourismus Polarisierung der Märkte Kundenwert (Customer Value) Messung der Kundenzufriedenheit Der Kunde als König/Kundenclubs Kommunikationsfelder im Bereich Kundenbindung/Kundenrückgewinnung
Personal-management	Rechtlich-organisatorischer Rahmen der Personalarbeit Personalführung/Managementkonzepte Personalentwicklung
Sprache und Kultur	Interkulturelles Lernen Englisch für Mitarbeiter im Tourismusbereich: - Rezeption - Restaurant - Tourist-Information - Reiseveranstalter - Bewerbungen Vorbereitung Auslandspraktikum Hilfestellung zur individuellen Fremdsprachenfortbildung

Beispiel 2

Modul Sozialkompetenz
42 Stunden

Modul Medienkompetenz
- Baustein 2: Mediennutzung
- Baustein 3: Mediengestaltung
32 Stunden



Die Spezialisierung auf eine touristische Angebotsform, in diesem Fall Wellness-tourismus, erfolgt durch die Auswahl des 40-Stunden-Moduls "Wellnesstourismus für Non-Hotel".



Spezialqualifikationen

Beispiel 2

Lernfelder	Module / Zielgruppen
Business Tourismus	Reiseveranstalter Reisemittler Hotel Non-Hotel
Gesundheits-tourismus/ Wellnesstourismus	Reiseveranstalter Reisemittler Hotel Non-Hotel
Kulturtourismus	Reiseveranstalter Reisemittler Hotel Non-Hotel
Event Tourismus	Reiseveranstalter Reisemittler Hotel Non-Hotel
Sport Tourismus	Reiseveranstalter Reisemittler Hotel Non-Hotel

Modul **Sozialkompetenz**
42 Stunden

Modul **Medienkompetenz**
- Baustein 2: Mediennutzung
- Baustein 3: Mediengestaltung
32 Stunden

Modul **Wellnesstourismus für Non-Hotel**
40 Stunden



Das Modul "Wellnesstourismus für Non-Hotel" enthält 5 Bausteine mit jeweils 8 Stunden:

- Firmengründung
- Planung und Entwicklung von Angeboten
- Management und Organisation
- Marketing Management
- Netzwerkmanagement

Die Inhalte der zielgruppenorientierten Spezialmodule nehmen zum Teil die Inhalte der Kernqualifikationen wieder auf und vertiefen diese im Hinblick auf die Zielgruppe (Reiseveranstalter, Reisemittler, Hotel-Mitarbeiter, Non-Hotel) und das touristische Angebot (Business, Wellness, Kultur, Event, Sport).

Mit diesem insgesamt 114 Stunden umfassenden Training kann man Existenzgründern im Bed & Breakfast Sektor relativ kurzfristig und konkret eine nützliche Hilfestellung für die Firmengründung geben. Inhalte und Umfänge richten sich selbstverständlich auch immer nach den finanziellen Rahmenbedingungen des Qualifizierungsangebots. D.h. Selbstzahler würden wohl eher die Kurzvariante bevorzugen, während es für Begünstigte einer

öffentlichen Förderung wohl auf jeden Fall sinnvoll wäre die Anteile der Kern- und Spezialqualifikationen zu erhöhen.

-  Modul **Sozialkompetenz**
42 Stunden
-  Modul **Medienkompetenz**
- Baustein 2: Mediennutzung
- Baustein 3: Mediengestaltung
32 Stunden
-  Modul **Wellnesstourismus für Non-Hotel**
40 Stunden

Beispiel 2

Kurz-Training für Existenzgründer
mit dem Ziel einer Firmengründung
im Sektor Bed & Breakfast mit dem
Fokus Wellnesstourismus

Gesamt: 114 Stunden



9.1.3 Beispiel 3: Training für Wiedereinsteiger in die Tourismusindustrie

Im Gegensatz zu den beiden oben beschriebenen Beispielen für Kurz-Trainings, für zum einen Mitarbeiter von Reisebüros und zum anderen zukünftigen Existenzgründern, könnte das dritte Beispiel Arbeitssuchenden den beruflichen Wiedereinstieg in eine touristische Beschäftigung ermöglichen.

Ein Qualifizierungsangebot für Arbeitssuchende ist in der Regel weit umfangreicher, als Angebote für Beschäftigte. Besonders umfangreiche Trainings im Bereich der Kernqualifikationen sind notwendig, um eine gute Basis für eine kommunikationsgeprägte und kundenorientierte Tätigkeit zu schaffen.

Auf der soliden Basis der Module "Sozialkompetenz", "Methodenkompetenz" und "Medienkompetenz" aus dem Lernfeld Schlüsselqualifikationen, können für Arbeitssuchende ausgewählte Inhalte der anderen Lernfelder zu einem längeren Wiedereinstiegstraining zusammengestellt werden. Da die Lernfelder und Module der Spezialqualifikationen angebots- und zielgruppenorientiert sind, könnte ein kurzes Profiling Trainer und Teilnehmer bei der Auswahl der Spezialisierung unterstützen.

Das Ergebnis des Profilings müßte zum einen die persönliche berufliche Präferenz des Teilnehmers verdeutlichen und zum anderen in einem Matchingprozess mit den aktuellen Arbeitsmarktanforderungen in Zusammenhang gebracht werden. Hierbei wäre auch zu ermitteln, ob der Teilnehmer künftig eher im Outgoing-Geschäft (Reiseveranstalter, Reisemittler) oder im Incoming-Geschäft (Hotel, kleine Beherbergungsbetriebe) tätig werden will.



In diesem Beispiel gehen wir davon aus, dass der Teilnehmer eine Präferenz für das Outgoing-Geschäft hat und das Arbeitsmarkt-Matching ebenfalls für den Qualifizierungsweg in Richtung Reiseveranstalter/Reisemittler spricht. Demnach sollten aus den Spezialqualifikationen 1-2 Module für Reiseveranstalter oder Reisemittler ausgewählt werden. Um auch auf Angebotsseite eine gewisse Vielfalt zu erhalten, sollten die Module aus unterschiedlichen, möglicherweise in der Angebotsform kombinierbaren Lernfeldern kommen. So könnten bspw. die Module "Kulturtourismus für Reiseveranstalter" und "Sporttourismus für Reiseveranstalter" gewählt werden. Kulturtouristische Angebote lassen sich heutzutage gut mit den sehr stark nachgefragten sporttouristischen Angeboten in vielen Destinationen in Europa sehr gut kombinieren.

Spezialqualifikationen

Lernfelder	Module / Zielgruppen
Business Tourismus	Reiseveranstalter Reisemittler Hotel Non-Hotel
Gesundheits-tourismus/ Wellnesstourismus	Reiseveranstalter Reisemittler Hotel Non-Hotel
Kulturtourismus	Reiseveranstalter Reisemittler Hotel Non-Hotel
Event Tourismus	Reiseveranstalter Reisemittler Hotel Non-Hotel
Sport Tourismus	Reiseveranstalter Reisemittler Hotel Non-Hotel

Beispiel 3

Lernfeld **Schlüsselqualifikationen** 120 Std.

Lernfeld **Marketing** 60 Stunden

Lernfeld **Kundenbeziehungsmanagement** 21 Std.

Lernfeld **Sprache und Kultur** 50 Stunden

Modul **Kulturtourismus für Reiseveranstalter** 18 Stunden

Modul **Sporttourismus für Reiseveranstalter** 20 Stunden



In der Summe ergibt sich für das dritte Beispiel ein Trainingsangebot mit einem Umfang von ca. 300 Stunden.

-  Lernfeld **Schlüsselqualifikationen** 120 Std.
-  Lernfeld **Marketing** 60 Stunden
-  Lernfeld **Kundenbeziehungsmanagement** 21 Std.
-  Lernfeld **Sprache und Kultur** 50 Stunden
-  Modul **Kulturtourismus für Reiseveranstalter** 18 Stunden
-  Modul **Sporttourismus für Reiseveranstalter** 20 Stunden

Beispiel 3

Training für Wiedereinsteiger in die Tourismusindustrie mit Präferenz „Reiseveranstaltung“ und Spezialisierung auf Kulturtourismus und Sport Tourismus

Gesamt: 289 Stunden



9.1.4 Beispiel 4: Training für Mitarbeiter 50+ mit Schwerpunkt Reiseveranstaltung/ Wellness

Das vierte Beispiel richtet sich an "ältere Mitarbeiter" (50+) touristischer Betriebe. Bei diesem Trainings-Entwurf geht es primär um Anpassungsfähigkeit, d.h. die

Aktualisierung von Qualifikationen und Schaffung neuer Möglichkeiten in einem dynamischen Markt. Aus dem Bereich der Schlüsselqualifikationen wird aus dem Modul Medienkompetenz der Baustein "Mediennutzung" gewählt. Dieser Baustein dient der Aktualisierung der Kompetenzen im Bereich: Internet und Online-Marketing. Aus dem Lernfeld Marketing wird der Baustein " Neue Dienstleistungen entwickeln" ergänzt. Dabei geht es im Schwerpunkt um die Bewertung touristischer Trends und, daraus folgend, die Ableitung und Entwicklung neuer Angebote. Eine Auffrischung des fachbezogenen Englisch bietet das Modul "Englisch für Reiseveranstalter".



Kernqualifikationen

Beispiel 4

Lernfelder	Module
Schlüsselqualifikationen	Sozialkompetenz Medienkompetenz Mediennutzung
Marketing	Marketing Basics Low Budget Marketinginstrumente Online-Marketing Neue Dienstleistungen entwickeln Marketing-Aktionsplan
Kundenbeziehungsmanagement	Wertewandel und touristische Dienstleistungsqualität Neue Medien und Tourismus Polarisierung der Märkte Kundenwert (Customer Value) Messung der Kundenzufriedenheit Der Kunde als König/Kundenclubs Kommunikationsfelder im Bereich Kundenbindung/Kundenrückgewinnung
Personalmanagement	Rechtlich-organisatorischer Rahmen der Personalarbeit Personalführung/Managementkonzepte Personalentwicklung
Sprache und Kultur	Interkulturelles Lernen Englisch für Mitarbeiter im Tourismusbereich: - Rezeption - Restaurant - Taxidienstleistungen - Reiseveranstalter - Versicherungen Vorbereitung Auslandspraktikum Hilfestellung zur individuellen Fremdsprachenfortbildung

Lernfeld **Schlüsselqualifikationen** aus dem Modul **Medienkompetenz** Baustein **Mediennutzung** 22 Stunden

Lernfeld **Marketing** - **Neue Dienstleistungen** 15 Stunden

Lernfeld **Sprache und Kultur** - **Englisch für Reiseveranstalter** 20 Std.



Aufgrund der Vielfalt touristischer Märkte bietet sich auf jeden Fall eine Spezialisierung auf einige wenige Fachthemen an. Im vorliegenden vierten Beispiel wird die Spezialisierung auf den Wellness und Sport Bereich vorgeschlagen. Wellness und Sport sind zwei zur Zeit sehr im Trend liegende Tourismusangebote. Beide Bereiche zeichnen sich durch eine sehr hohe Binnendifferenzierung bei der konkreten Angebotsgestaltung aus. D.h. es werden unter den Begriffen Wellness-Urlaub und Gesundheitsurlaub häufig sehr unterschiedlichen Angebote zusammengefasst. Zum einen findet man weiterhin klassische Angebote, wie z.B. Massagen und Gymnastik, zum anderen wächst

der Bereich der von "Lifestyle-Wellness"-Angeboten, bei denen es dem Kunden mehr um Sinnfindung und Entspannung geht.

Spezialqualifikationen

Beispiel 4

Lernfelder	Module / Zielgruppen
Business Tourismus	Reiseveranstalter Reisemittler Hotel Non-Hotel
Gesundheits-tourismus/ Wellnesstourismus	Reiseveranstalter Reisemittler Hotel Non-Hotel
Kulturtourismus	Reiseveranstalter Reisemittler Hotel Non-Hotel
Event Tourismus	Reiseveranstalter Reisemittler Hotel Non-Hotel
Sport Tourismus	Reiseveranstalter Reisemittler Hotel Non-Hotel

Lernfeld **Schlüsselqualifikationen**
aus dem Modul **Medienkompetenz**
Baustein **Mediennutzung** 22 Stunden

Lernfeld **Marketing**
- Neue Dienstleistungen 15 Stunden

Lernfeld **Sprache und Kultur**
- Englisch für Reiseveranstalter 20 Std.

Modul
Wellness für Reiseveranstalter
20 Stunden

Modul
Sporttourismus für Reiseveranstalter
20 Stunden

Insgesamt ergibt sich ein Auffrischungsangebot für Beschäftigte mit einem Umfang von knapp 100 Stunden, wobei jeweils 20 Stunden auf die beiden Spezialisierungen entfallen. Die Durchführung der Spezialmodule kann dabei auch zeitlich etwas auseinanderliegen, und so ideal als berufsbegleitende Qualifizierung angeboten werden.

 Lernfeld **Schlüsselqualifikationen**
aus dem Modul **Medienkompetenz**
Baustein **Mediennutzung** 22 Stunden

 Lernfeld **Marketing**
- **Neue Dienstleistungen** 15 Stunden

 Lernfeld **Sprache und Kultur**
- **Englisch für Reiseveranstalter** 20 Std.

 Modul
Wellness für Reiseveranstalter
20 Stunden

 Modul
Sporttourismus für Reiseveranstalter
20 Stunden

Beispiel 4

Kurz-Training zur Aktualisierung von Qualifikationen bei „älteren Beschäftigten“ von

Reiseveranstaltern mit dem Fokus:
Internetnutzung, Entwicklung
neuer Dienstleistungen in den
Segmenten: Wellness und Sport

Gesamt: 97 Stunden



9.2 Inhaltliche Gestaltung von ausgewählten Trainingseinheiten

Im folgenden wird anhand von zwei konkreten Umsetzungsbeispielen gezeigt, welche Inhalte in zielgruppen- und themenspezifischen Trainings eingesetzt werden können. Die in den Modulen bereits enthaltenen Beispiele werden hier ergänzt und zeigen den Trainern/Nutzern Möglichkeiten einer zielgruppenadäquaten flexiblen Unterrichtsgestaltung auf.

9.2.1 Training sozialer Kompetenzen für Touristiker in der Praxis

In diesem Beispiel der inhaltlichen Gestaltung eines Trainings sozialer Kompetenzen für Touristiker, wird eine mögliche Vorgehensweise der Unterrichtsgestaltung beschrieben.

Wir beziehen uns hier auf folgende Inhalte von EU-EQT:

1. Entwicklung von Teamfähigkeit (vgl. Lernfeld: Schlüsselqualifikationen – Modul: Sozialkompetenz – Baustein: Teamfähigkeit)
2. Entwicklung von Kommunikationsfähigkeit (vgl. Lernfeld: Schlüsselqualifikationen – Modul: Sozialkompetenz – Baustein: Kommunikationsfähigkeit)

1: Baustein – Teamfähigkeit (10 Stunden)

Zur Einführung:

Das Erstellen von neuen Programmen für internationale Pauschalreisen erfordert ein hohes Maß an Sozialkompetenz. Die Inhalte neuer Programme werden in der Regel in Teamarbeit konzipiert. Es gilt neue Trends (bspw. Wellness), oder sogar Länder neu aufzugreifen (bspw. Baltikum in den 90er Jahren) und bestehende Produkte kundenorientiert zu verbessern. Dazu ist es von Vorteil, möglichst verschiedene Persönlichkeitstypen innerhalb eines Teams zusammenzuführen, um über eine effektive Interaktion, diverse Ansichten, Meinungen und Erfahrungen berücksichtigen zu können.

„Viele Unternehmen sehen heute Team- oder Gruppenarbeit als einen der entscheidenden Erfolgsfaktoren für die eigene Konkurrenzfähigkeit an. (...) Diesen Vorstellungen zufolge soll die Einführung von Gruppenarbeit zu einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess führen, in dem Abläufe und Prozesse optimiert und Kosten gesenkt werden. (...) Da neben diesen ökonomischen

Vorteilen die Gruppenarbeit auch noch zu motivierten Mitarbeitern und zu einer menschengerechteren Arbeitsgestaltung beitragen soll, erscheint die gegenwärtig zu beobachtende Euphorie, mit der das Thema diskutiert wird, nicht verwunderlich.“ (Antoni 2000) Unter Teamarbeit wird in der Regel das Zusammenwirken mehrerer Personen zum Zweck, gemeinsame Interessen bzw. Ziele zu verfolgen, gesehen. Wechselseitiges Zusammenwirken und gegenseitige Beeinflussung sind die wesentlichsten Vorteile der Gruppen- gegenüber der Einzelarbeit. Kommunikation und aktiver Interessensaustausch sind nötig, damit ein erfolgreiches Arbeiten möglich ist. Dazu muss ein angemessener Rahmen mit gemeinsamen Spielregeln geschaffen werden, den jedes einzelne Mitglied mitgestalten sollte. Kompetenzen und Rollen müssen klar definiert sein. Und dennoch ist das erfolgreiche Funktionieren des Teams noch lange nicht garantiert. Kooperations- und Konfliktfähigkeit, sowie Selbstorganisation und Empathie sind die entscheidenden Qualifikationsmerkmale für die einzelnen Mitglieder.

Inhalte:

- Formulierung von Teamzielen
- Teamkomposition (Auswahl der Teammitglieder, Auswahl des Teamkopfes, Gedanken zur idealen Teamgröße)
- Rollenzuteilungen im Team, Kennenlernen der idealtypischen Rollen (Prototyper, Macher und Motor, Arbeitspferd, Helfer, Detaillist, Archivar und Sammler, Ideenschleuder, Visionär)
- Teamentwicklungsphasen (Forming, Storming, Norming, Performing)
- Kommunikationsstörungen erkennen und beseitigen (Video-Checks)
- Teamspielregeln, Feedback-Regeln
- Spiele, die Teamfähigkeit fördern
- Kennen lernen von Modellen, die die Arbeit in Teams fördern

Methoden:

- Trainer-Input
- Rollenspiele
- Video-Checks
- Arbeitsbögen
- Spiele
- Gruppenarbeit

Beispiel 1: Teamziele

Die Frage, wie viele Ziele ein Team bewältigen kann, ohne überfordert zu sein, kann nicht eindeutig beantwortet werden. Es hängt auch von der Anzahl der Teammitglieder, sowie deren Qualifikation ab. Das Hauptziel sollte aber eindeutig formuliert und plakatiert sein. Folgende Richtlinien zur Zielfindung sollten angewendet werden:

- Die Ziele sind realistisch und fordernd zugleich zu bestimmen.

- Sie sollen einen deutlich zu erkennenden und sinnvollen Beitrag zu den Unternehmenszielen leisten können.
- Halten Sie die Ziele schriftlich fest.
- Tragen Sie Sorge dafür, dass es sich um messbare Ziele handelt.
-

Zudem sollten den Teammitgliedern die Haupt- und Teilziele gegenwärtig sein. Zur Kontrolle sollte jedes Mitglied in Einzelarbeit das nachfolgende Arbeitsblatt ausfüllen, um danach in der Gruppe zu vergleichen, ob Konsens bzw. wo noch Aufklärungsbedarf besteht.

Welche Ihrer Unternehmensziele sind für die Arbeit ihres Teams am bedeutsamsten?

Wie lautet Ihr exakter Teamauftrag?

Was sind die Unterziele Ihres Teams?

Beispiel 2: Innovation im Team

Die Teilnehmer stellen sich in die Mitte des Seminarraums. Der Trainer überreicht einem Teilnehmer einen Tennisball und stellt der Gruppe folgende Aufgabe: Alle Teilnehmer sollen den Tennisball in maximal fünf Sekunden einmal berühren.



Die Teilnehmer beraten sich kurz. Dann stellen sie sich in einer Reihe und werfen sich den Ball nacheinander zu. Nach fünf Sekunden hatten maximal vier Teilnehmer den Ball in ihren Händen. Erster Versuch gescheitert. Nun stellen sich die Teilnehmer in einem Kreis auf, um den Ball herum zu reichen. Auch dieser Versuch scheitert. So folgt ein

Versuch auf den nächsten. Plötzlich hat ein Teilnehmer eine Idee: Alle Teilnehmer sollen ihre Hände so übereinander halten, dass alle den Ball gleichzeitig berühren können.

In Abwandlung der obenbenannten Aufgabe, könnte die Aufgabe lauten: Alle Teilnehmer sollen den Tennisball in maximal fünf Sekunden einmal berühren. Dabei darf der Ball jedoch stets nur von einer Person zur gleichen Zeit angefasst werden.

Lösung: Alle Teilnehmer halten ihre Hände so übereinander halten, dass sie eine Röhre bilden. Anschließend lässt ein Teilnehmer den Ball durch die Röhre gleiten. In drei, vier Sekunden hat jeder mit seinen Händen den Ball berührt.

Beispiel 3: Angebotsgestaltung/Kettenreaktion

Die Teilnehmer sehen ein Video über eine ausgewählte Destination und bekommen Material über deren Angebot an Informationsmaterial (Imagebroschüren, Unterkunftsverzeichnis, Flyer u.a). Dann muss sich zunächst jeder Teilnehmer einzeln Gedanken machen, wo Angebotslücken herrschen, bzw. durch welche Offerten man das Angebot attraktiv ergänzen könnte.

Danach sucht sich jeder Teilnehmer einen Partner, mit dem die Einzelergebnisse erörtert. Im Anschluss daran werden Viererblöcke gebildet, in denen die erzielten Fakten wiederum diskutiert werden. Zum Finale werden die Resultate der jeweiligen Gruppen präsentiert und durch Auswertung, Abwägen der Vor- und Nachteile und eventueller Abstimmung gelangt der Kurs schließlich zu einem Endurteil. Ziel ist es, die Teilnehmer miteinander in Kontakt zu bringen. Es werden verschiedene Sozialformen durchlaufen: Einzel-, Kleingruppen- und Plenumsarbeit. Die Teilnehmer sind gezwungen, sich mit den Vorschlägen anderer auseinander zu setzen und eigene Ideen zu artikulieren und vertreten.

Beispiel 4: Phasen der Teamentwicklung

Teamentwicklung ist in erster Linie ein Veränderungs- und Wachstumsprozess einer Gruppe von Individuen, zusammengeführt oder zusammengefügt mit der Orientierung auf ein gemeinsames Ziel oder eine gemeinsame Aufgabe. Mittels gezielter Teamentwicklung kann eine Gruppe eine deutliche Veränderung in ihrem Selbstverständnis und in ihrem Leistungsverhalten erfahren. Am Anfang steht - oft auf Anweisung von ‚oben‘ - lediglich ein Zusammenschluss von Personen ohne gemeinsame Identität, ohne gemeinsames Ziel und ohne Bündelung vorhandener Kräfte und Ressourcen. Dieser Haufen wächst erst im Verlauf (förderliche Rahmenbedingungen und geeignete Entwicklungsimpulse vorausgesetzt) einer bestimmten Entwicklungszeit zu einem leistungsstarken Team heran. Dieser Prozess erfolgt nicht von selbst. Er benötigt Zeit, Energie, Verantwortlichkeit und immer wieder gezielte Maßnahmen zur Festigung des erreichten Entwicklungsstandes bzw. zur Stimulierung weiteren Entwicklungsfortschritts.

Jedes Team durchläuft im Laufe seiner "Lebens- und Entwicklungsgeschichte" eine Folge von abgrenzbaren Entwicklungsphasen, die vom Teamleiter beachtet und gestaltet sein wollen.

Phase 1: Forming

Bezeichnet die Anfangsphase, in der sich die Gruppe konstituiert und erstmalig ihre Aufgabe in Augenschein nimmt. Die Teamstruktur ist in dieser Phase durch hohe Unsicherheit gekennzeichnet. Alles ist neu, die Gruppenzukunft noch weitgehend unbestimmt. Die Mitglieder probieren aus, welches Verhalten in der Situation akzeptabel ist und konzentrieren sich darauf, in erster Linie eine gute Figur zu machen. Die Abhängigkeit der Gruppe von einem formellen Führer, der strukturiert, initiiert und entscheidet ist hoch. Für die Gruppe ist es wichtig, dass Teilaufgaben, Regeln und geeignete Arbeitsmethoden klar definiert werden.

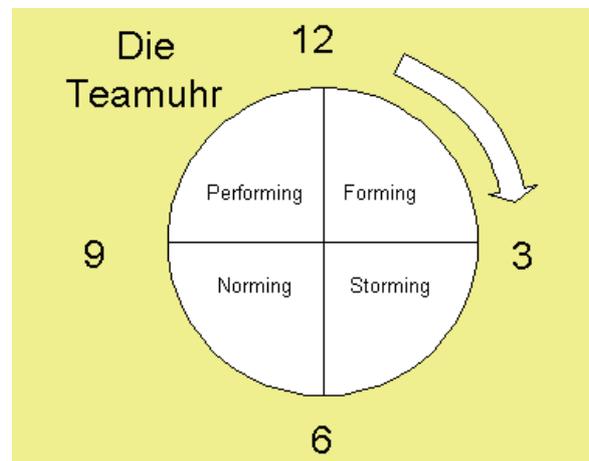
Phase 2: Storming

Hat sich die Gruppe erst einmal etabliert, folgt eine Phase von Turbulenz und kritischem Aufbegehren. Konflikte zwischen Untergruppen brechen auf, Meinungen polarisieren sich,

Konkurrenz zwischen den Mitgliedern wird deutlich, Macht- und Statusambitionen treten offen zutage. In der Gruppe wird um die Position gerungen. In dieser Phase lehnt das Team formelle Kontrolle ab und opponiert deutlich gegen die Leitung. Die Aufgabenanforderungen werden emotional abgelehnt.

Phase 3: Norming

In dieser Phase einigt sich das Team auf seine Spielregeln und etabliert Teamnormen und eine eigene Organisation. Wir-Gefühl und Zusammenhalt bilden sich aus. Widerstand gegen die Führungsautorität und interpersonelle Konflikte werden abgebaut bzw. bereinigt. Das Aufgabenverhalten ist durch offenen Austausch von Meinungen und Gefühlen gekennzeichnet. Kooperation entsteht.



Phase 4: Performing

Das Team ist jetzt optimal für die Aufgabenerfüllung strukturiert. Interpersonelle Probleme sind gelöst oder weitgehend entschärft. Das Rollenverhalten im Team ist flexibel und funktional. Die Aufgabenbearbeitung erfolgt konstruktiv, Problemlösungen und die Orientierung auf die Ziele stehen im Vordergrund. Die Energie des Teams wird ganz der Aufgabe gewidmet (Hauptarbeitsphase).

Literatur:

- Birker, G.: Teamentwicklung und Konfliktmanagement. Effizienzstrategie durch Kooperationen. Berlin 2001
- Francis, D. /Young, D.: Mehr Erfolg im Team: ein Trainingsprogramm mit 46 Übungen zur Verbesserung der Leistungsfähigkeit in Arbeitsgruppen. Hamburg 1996
- Thäler, H.: Teamwork in Organisationen. Stuttgart 2001

2: Baustein – Kommunikationsfähigkeit (8 Stunden)

Zur Einführung:

Ziel der Lerneinheit ist es, Einsichten in Gesetzmäßigkeiten zwischenmenschlicher Kommunikation zu vermitteln und die Sensibilität für Unstimmigkeiten zu erhöhen. Die Fähigkeit, mit Gesprächspartnern, egal, ob Kunden, Kollegen, Geschäftspartnern oder Vorgesetzten,

erfolgreich kommunizieren zu können, kann erlernt werden. Schon über die Körpersprache bei der ersten Kontaktaufnahme werden die Weichen für das nachfolgende Gespräch gestellt. Das verläuft um so vielversprechender, je authentischer die Kommunikation ist, d.h. um so stärker Inhalt, Satzmelodie, Mimik, Gestik, Handlung und zugrundeliegende Motivation übereinstimmen. Die Kenntnis von Kommunikationstheorien und -regeln bildet neben dem vertrauten Umgang mit nonverbaler Kommunikation allerdings die wichtigste Voraussetzung für eine erfolgversprechende Verständigung.

Inhalte:

- Grundlagen zur Kommunikation (verbale/nonverbale Kommunikation, Regeln der Kommunikation)
- Kommunikationsstile
- Gesprächsblockaden erkennen
- Analyse von Kommunikationsprozessen
- Verständigung durch aktives Zuhören
- Körpersprache interpretieren
- Situationsgerechte Fragen stellen
- Selbstbehauptung durch Ich-Botschaften etc.

Methoden:

- Kommunikationsübungen
- Rollenspiele
- Podiumsdiskussion
- Diskussion

Beispiel 1: Aktives Zuhören

Durch aktives Zuhören können Missverständnisse innerhalb der Kommunikation ausgeschlossen werden. Sender und Empfänger müssen sich darüber verständigen, ob sie sich jeweils richtig verstanden haben. Es werden Gruppen mit jeweils drei Personen gebildet, davon sollen zwei über ein ausgewähltes Thema diskutieren. Im vorliegenden Fall könnten dies beispielsweise touristische Themen sein:

- Kann Massentourismus qualitativ hochwertig sein?
- Wie beeinflussen Billigflugangebote den touristischen Markt?
- Sind die klassischen Reisebüros noch zeitgemäß?

Die dritte Person ist der Schiedsrichter. Bei der Diskussion darf jeder seine eigenen Argumente erst dann äußern, wenn er die des anderen mit eigenen Worten wiederholt hat. Nach ca. zehn Minuten tauschen die Teilnehmer die Rollen, damit jeder einmal Gesprächsteilnehmer und Schiedsrichter war. Im Nachhinein wird die Gesprächssituation und deren Verlauf von jedem Mitspieler beurteilt und analysiert, welche Passagen besondere Probleme bereitet haben und warum.

Beispiel 2: Verkaufsgespräch

Die Teilnehmer bilden Zweiergruppen und stellen Gesprächssituationen zwischen touristischen Anbietern nach.

- Teilnehmer I: Sie sind ein Paketreiseanbieter und möchten in der kommenden Saison das Hotel Mirasol an der Ostküste Spaniens mit ins Programm aufnehmen. Bisher liegen Ihnen ein Hausprospekt und die Homepage zur Information vor (liegen den Teilnehmern in Kopie vor). Machen Sie sich Gedanken, welche Aspekte für Ihre Planung und Kalkulation noch von Interesse wären.
- Teilnehmer II: Sie sind Leiter der Verkaufsabteilung im Hotel Mirasol (Ostküste Spanien) und erhalten einen Anruf von dem Paketer XY aus Deutschland, der für die nächste Saison eventuell Kontingente in Ihrem Haus belegen möchte. (Hausprospekt und Homepage liegen als Informationsmaterial vor) Dazu benötigt er noch Informationen, die er telefonisch mit Ihnen klären möchte. Das Gespräch bietet Ihnen gleichzeitig die Möglichkeit, Abwicklungsmodalitäten etc, zu erfragen.

Literatur:

- Klippert, Heinz: Kommunikationstraining. Übungsbausteine für den Unterricht. Weinheimund Basel 2004
- Thomas, A./Kinast, E.-U./Schroll-Machl, S (Hg.): Handbuch interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Göttingen 2003
- Vopel, K.W.: Kommunikation und Kooperation. Ein gruppendynamisches Trainingsprogramm. Salzhausen 2001

9.2.2 Training von Reisemittlern im Schwerpunkt Sport Tourismus

Das zweite Beispiel zeigt eine Unterrichtsgestaltung für Reisebüromitarbeiter. Ziel ist die Entwicklung und Verbesserung von Kenntnissen im Bereich Marktforschung und Angebotskenntnis. Dieses Beispiel enthält die Bausteine:

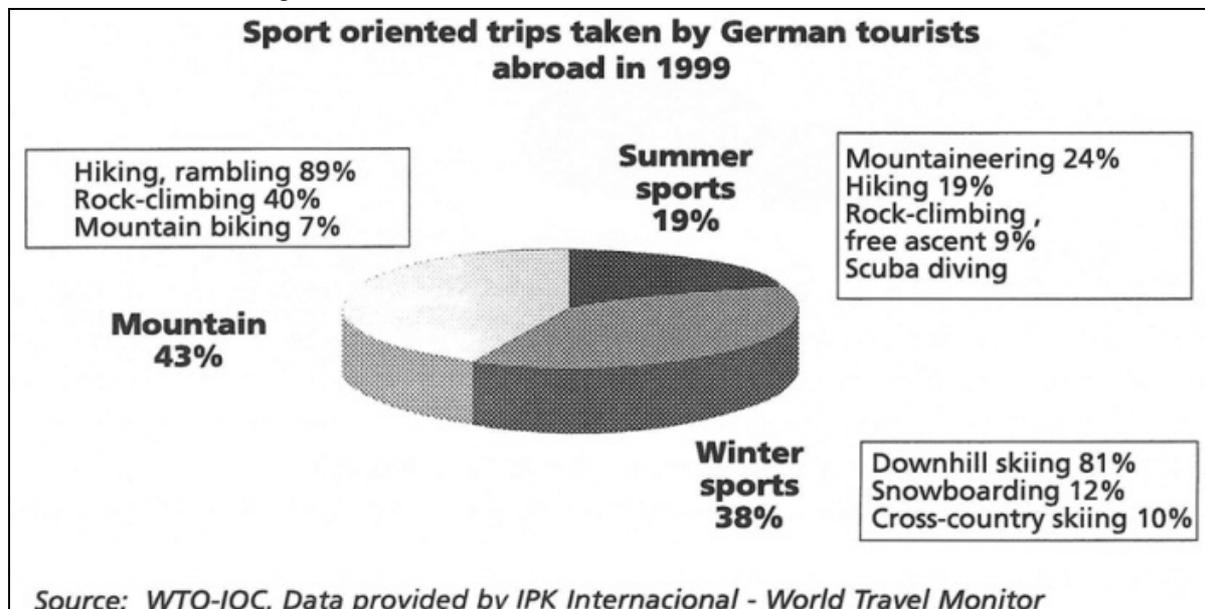
1. Marktforschung (vgl. Lernfeld: Sport Tourismus – Modul: Sporttourismus für Reisemittler)
2. Angebotskenntnis (vgl. Lernfeld: Sport Tourismus – Modul: Sporttourismus für Reisemittler)

1: Baustein – Marktforschung (6 Stunden)

Zur Einführung:

Für Mitarbeiter von Reisebüros ist es zunächst wichtig die Zielgruppe der Sporttouristen/Sporturlauber näher kennenzulernen. Es gilt anhand diverser Untersuchungen den Kunden anhand folgender Fragestellungen näher zu bestimmen:

- Wer reist? – z.B. Single, Paare, Familien, Altersgruppen etc.
- Welche Reiseart wird genutzt? – z.B. Auto, Bahn, Flugzeug, Motorrad
- Welche Reismotive liegen vor? – z.B. Fitness, Aktiv-Sport, Erholung, Erlebnis, Natur
- Wie stellt sich die Reisescheidung, das Buchungsverhalten dar?
- Welcher Reiseumfang liegt vor? – Dauer, Preis etc.
- Wann? – Buchungszeitpunkt, Reisezeitpunkt, Reishäufigkeit
- Wo? – Buchungsort: Direkt oder Reisebüro



Die obenstehende Grafik zeigt die Verteilung von sportorientierten Urlaubsreisen der Deutschen auf Bergsport, Winter- und Sommersport.

Inhalte:

- Zielgruppenanalyse für diverse sporttouristische Angebote
- Nachfrageanalyse
- Motivlagen ausgewählter Zielgruppen
- Angebotsformen

Methoden:

- Trainer-Input
- Internetrecherche
- Diskussion
- Arbeitsblätter

Beispiel: Sportthemenorientierte Marktforschung – Golfreisen

Reisebüros müssen frühzeitig Marktpotentiale und neue Trends bei Sportreisen erkennen, um diese ebenso frühzeitig in laufende und zukünftige Marketingaktivitäten einbinden zu können. Der Golfmarkt in Deutschland bzw. die golftouristische Aktivität der deutschen Sporturlauber wächst nach allen Studien und Prognosen stetig. So haben 66,3% aller deutschen Golfer (also ca. 246.000 Personen) im Jahr 2000 mindestens eine Urlaubsreise unternommen, während der sie Golf gespielt haben. Im Durchschnitt waren es pro Person 2 Reisen. Diese Reisen dauerten im Mittel 11 Tage und kosteten den Golfer alles in allem durchschnittlich 1.805 EURO. Deutsche Golfer generierten somit im Jahr 2000 mit Golfurlauben einen Bruttoprimärumsatz von über 900 Mio EURO. Traum- bzw. Wunschziele für Golfurlauber bei langen Urlaubsreisen sind: USA (48,7%), Spanien (28,7%), Portugal (23,4%), Südafrika, Schottland, Irland, Italien, Asutralien und Neuseeland. Tatsächlich reisten die deutschen Golfer im Jahr 2000 vorwiegend in die folgenden Länder: Spanien (27%), Deutschland (13,5%), Nordafrika (9%), Portugal, Österreich.

Die gezielte Kundenansprache, Angebotserstellung bzw. Golfreisevermittlung lässt sich optimieren indem verschiedene Golfer-Typen (Zielgruppen) berücksichtigt werden.

Die neuen Golfer	
	Dominierende Motivlagen
Traditionelle Clubgolfer	Clubleben, Golf als Freizeit- und Urlaubsbeschäftigung, durchschnittliche Qualitätserwartungen an Anlage und Platz
Prestige-orientierte Golfer	Image- und Prestigeorientierung, Mitgliedschaft in renommiertem Golfclub als gesellschaftliches Statussymbol, höchste Qualitätserwartungen an die Anlage und den Platz
Convenience-orientierte Golfer	Bequemlichkeit, Service, Golf als Freizeitbeschäftigung mit geringerem Zeitbudget, durchschnittliche Qualitätserwartungen an Anlage und Platz, höchste Erwartungen an das Management
Sportlich orientierte Golfer	Golf als sportliche Herausforderung, höchste Anforderungen an die Platzgestaltung, die Übungs- und Trainingseinrichtungen sowie das Turnier- und Wettspielwesen
Smart-Golfer	Gutes Preis-/Leistungsverhältnis, Qualität der Anlage und des Platzes entsprechend dem bezahlten Preis, Flexibilität und geringere Bindung an die Anlage
Golftouristen	richtet sich nach Golfer-Lebenszyklusphasen sowie nach den Bedürfnissen, Einstellungen und Verhaltenweisen

© 2001 GTC - Golf & Tourism Consulting

Differenzierung von Golfern nach dominierenden Motivlagen. Quelle: GTC 2001

Die Teilnehmer sollten anhand von Informationen, die im Internet recherchiert worden sind, jeweils zu zweit oder zu dritt, versuchen für jede der obenbenannten Zielgruppen eine spezielle Kundenansprache beziehungsweise einen Fragenkatalog für das gezielte Kundengespräch zu entwickeln.

Baustein: Angebotskenntnis im Bereich Sporttourismus (6 Stunden)

Mitarbeiter von Reisebüros sollten bei der Kundenansprache über eine umfangreiche Angebotskenntnis und zum Teil auch über Fachkompetenz beziehungsweise das Fachvokabular verfügen. In jedem Falle kommt es darauf an dem Kunden den Eindruck zu vermitteln, dass die Urlaubs- und Reiseberatung ehrlich und auf der Basis der genauen Kenntnis von Reiseangeboten geschieht. Da die Kunden heutzutage zum Teil bereits über umfangreiches Vorwissen (bspw. aus dem Internet) verfügen, ist ausdrücklich davon abzuraten dem Kunden „mal eben schnell“ aufgrund ungenauer Angebotskenntnisse eine Reise zu verkaufen. Zentral in der Kundenansprache ist es Kompetenz zu signalisieren und das jeweilige Fachvokabular inhaltlich korrekt anzuwenden und ggf. Begriffe auch mal spontan erklären zu können.

Genauere Kenntnisse über sporttouristische Angebote sind die Basis einer kundenorientierten und nachhaltig erfolgreichen Beratung. Ergänzt wird eine kompetente Beratung durch detaillierte Information über Reisenebenkosten die am Zielort anfallen können. Das heisst die Qualität der Unterkunft, des sportlichen Angebots und der Kosten für die Anreise sollten keinesfalls isoliert betrachtet werden. Vielmehr sollten Mitarbeiter dem Kunden zusätzlich Preisangaben für Essen und Getränke sowie Preise für Strand, Sport und Ausflüge zur Verfügung stellen. Nur so kann eine für Kunden in den Gesamtkosten kalkulierbare Reiseplanung erfolgen.

Wenn sich Reisebüros bzw. Reisebüromitarbeiter verstärkt dem Thema Sportreisen widmen wollen, dann sollten Kenntnisse über mindestens die folgenden Bereiche erworben werden:

- Fahrradreisen
- Golfreisen
- Reiterferien
- Laufreisen
- Tauchen
- Wandern, Klettern, Trekking
- Outdoor und Abenteuer
- Trainingsreisen für Gruppen

Zu jedem Special-Interest Bereich gibt es in der Regel gut sortierte hilfreiche Internetseiten, anhand derer Reisebüromitarbeiter sich theoretische Spezialkenntnisse aneignen können.

Beispiel 1: Golfreisen

Die Beratung von Golfurlaubern setzt bspw. sehr umfangreiche Begriffskennntnisse voraus, sowie die vielen Besonderheiten der Buchung von Golfurlauben. Entscheidend für Golfurlauber sind in der Regel: die Qualität des Platzes, die Green-Fees und die angebotenen Abschlagszeiten. Die Abschlagszeiten müssen häufig sehr weit vor Reiseantritt gebucht werden. Bei sehr beliebten und stark frequentierten Golfplätzen oder auf Grund reservierter Startzeiten für Club-Mitglieder können häufig nur sehr begrenzte Startzeiten angeboten werden.

Wichtige Fachbegriffe bei der Beratung von Golfurlaubern:

- Green-Fees – Benutzungsgebühr
- Startzeiten/Abschlagszeiten
- Driving Range – Übungsbereich zum Einspielen

Wichtig bei der kompetenten Kundenansprache ist weiterhin die genaue Kenntnis, welche Arten golftouristischer Angebote zu unterscheiden sind:

Ebenen des golftouristischen Angebots		
Golfanlage (auch mehrere Golfanlagen)	Golf Spielen, Golf Üben	Tagestouristen
Golfhotel	Übernachtung, Verpflegung, Golf, Zusatzleistungen	Übernachtungstouristen
Golfresort	Übernachtungsangebote (auch verschiedene), Verpflegung, versch. Golfangebote, versch. Freizeitangebote (Wellness, Sport etc.) auf einer räumlichen Einheit	Übernachtungstouristen
Golfdestination	Vielfältige Übernachtungs-, Verpflegungs-, Golf-, Freizeit-, Kultur- und Wellnessangebote Deutlich größere Fläche als Resort, Ferienregion, mehrere Gebietskörperschaften	Übernachtungstouristen

© 2003 GTC - Golf & Tourism Consulting – ITB 2003

Die Teilnehmer könnten in verteilten Rollen (Reisebüromitarbeiter – Kunde mit Interesse für Golfurlaub) Kundengespräche nachstellen. Nach einer ersten Bewertung der durchgeführten Verkaufsgespräche sollte der Reisebüromitarbeiter, anhand festgestellter Defizite, eine Strategie für das Kundengespräch entwickeln und beispielsweise eine Checkliste zur Bedürfnisklärung erstellen. So eine Liste könnte folgende Fragen enthalten:

- Wo wollen Sie hin?
- Was wollen Sie erleben?
- Welchen Sport möchten Sie hauptsächlich betreiben?
- Welche weiteren Sport- und Freizeitangebote sollten vorhanden sein?
- Auf was legen Sie besonderen Wert?
- Reisen Sie allein, wer ist sonst noch mit?
- Welche Erfahrungen mit Sportreisen haben Sie schon?

Diese Fragestellungen könnten in verschiedenen Arbeitsgruppen auf die Bedürfnisse bestimmter Zielgruppen mit Präferenzen für diverse Sportarten angepasst werden.

Beispiel 2: Online-Recherche zum Thema Sportreisen

Eine Hilfestellung für Reisebüromitarbeiter, um Kunden umfangreich über Möglichkeiten von Sportreisen zu informieren, bietet, neben Veranstalterkatalogen und –informationen, das Internet. Durch das Internet ist der schnelle Zugriff auf viele Ressourcen und Dokumente möglich.

Gezieltes Suchen und finden muss aber geübt sein. Zudem gilt es bei jedem Dokument zu prüfen, ob die bereitgestellten Informationen aus zuverlässigen Quellen stammen.

Online-Recherche zum Thema Tauchreisen:

- Anbieter von Tauchreisen suchen und vergleichen
- Destinationen suchen
- Informationen zu Mietequipment, Tauchbooten, Tauchcomputern, Begleitung, Naturschutz (-gebühren) etc. sammeln
- Tauchkurse (PADI-Ausbildungsprogramm)
- Informationen aufbereiten, Dokumente anlegen und ablegen, Glossar erstellen

Literatur:

- Dreyer, A./Krüger, A. (Hg.) 1995: Sporttourismus. München/Wien
- Gammon, S. and Jones, I. (2001): Sports tourism: An introduction, Continuum, London
- GTC: Golfstudie – Golfmarkt der Zukunft 2005. Lüneburg 2005
- Kurtzman, Joseph/Zauhar, John (1993): "Research - Sport as a Touristic Endeavour", Journal of Sport Tourism, Vol.1, No.1
- Reiseanalyse 2004. Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.. <http://www.fur.de/>

10. Ausblick: Integration, Anerkennung und Verbreitung im Kontext des europäischen Bildungsraums

Das hier vorgestellte Leonardo da Vinci-Projekt: "Europäische Ergänzungsqualifizierung im Tourismusmanagement. Konzeption zur Integration europäischer Ergänzungsqualifizierungen in nationale Berufsbildungssysteme" war nicht nur angetreten, angemessene Qualifizierungen entsprechend des Bildungsbedarfs des Tourismusmarktes zu entwickeln, sondern es verfolgte auch die Teilaufgabe, Möglichkeiten und Grenzen einer Integration der entwickelten Ergänzungsqualifizierung in die nationalen Berufsbildungssysteme zu prüfen. Dazu wurden in allen beteiligten Ländern Projektbeiratsstrukturen mit der Zielsetzung aufgebaut, die Disseminations- und Valorisierungsaktivitäten der Projektpartner zu unterstützen und Möglichkeiten einer Integration in die nationalen Berufsbildungssysteme zu prüfen.

Relativ schnell wurde bei der letztgenannten Problemstellung allerdings deutlich, dass die unterschiedlichen Strukturen der Berufsbildungssysteme der beteiligten Nationen eine Integration einer „europäischen Ergänzungsqualifizierung im Tourismusmanagement“, betrachtet als ein in sich abgeschlossenes System, entgegen standen. So reichen die Berufsbildungssysteme der beteiligten Nationen von rein schulischen Angeboten über duale Ausbildungssysteme bis hin zu training on the job Strukturen. Zudem sind unterschiedliche Akteure und Ebenen mit der Gestaltung der Berufsbildungssysteme befasst¹. In Frankreich etwa werden durch eine staatliche „Comission d' Homologation“ Titel und Diplome samt Inhalten festgelegt, in Italien werden auf regionaler Ebene regional definierte „kapitalisierbare Bildungseinheiten“ durch eine Kommission vergeben, in Deutschland, ebenso in Österreich sind die Sozialpartner die bestimmenden Akteure im bewährten dualen Ausbildungssystem und in Griechenland etwa ist berufliche Bildung und Weiterbildung ein relativ neues gesellschaftliches Phänomen, in dem der soziale Dialog nur eine unverbindliche Rolle spielt. An diesen nur ausschnittsweise dargestellten Unterschieden der Berufsbildungssysteme der beteiligten Partnernationen wird deutlich, dass eine formale, auf Anerkennung in den jeweiligen Systemen basierende Anbindung

¹ Einen aktuellen Überblick über die unterschiedlichen Berufsbildungssysteme von 30 OECD-Staaten gibt die OECD-Studie: Bildung auf einen Blick 2005. Siehe auch: www.bmbf.de

und Integration der europäischen Ergänzungsqualifizierung, nur schwer möglich ist. Deshalb musste für das Projekt EU-EQT auf der Systemebene eine Anschlussfähigkeit gefunden werden, die den jeweiligen Besonderheiten nationaler Aus- und Weiterbildungssystemen gerecht wird. Die Lösung und damit Konzeption zur Integration der Ergänzungsqualifizierung in nationale Berufsbildungssysteme war und ist die Entwicklung eines offenen Systems, das sich durch Modularität, Anpassungsfähigkeit und Flexibilität auszeichnet. Durch diese Konstruktion kann die Anschlussfähigkeit der Gesamtweiterbildung wie auch von einzelnen Teilen: von Lernfeldern/Modulen und/oder Bausteinen formal hergestellt werden. Dies ist möglich etwa durch Vermarktung von national und marktangepassten EU-EQT Weiterbildungen oder durch zunächst informale, später dann formal anerkannte Integration von Ausbildungsinhalten in bestehende Ausbildungsgänge oder gar eine formale Integration von Inhalten/Methoden etc. bei anstehenden Neuordnungsverfahren.

Diese unterschiedlichen Strategien zur Integration wurden und werden von den beteiligten Partnereinrichtungen des Projekts verfolgt. Allerdings hat sich die Partnerschaft darauf verständigt, der Vermarktungs- gegenüber der Anerkennungsstrategie Priorität einzuräumen. Diese Ausrichtung folgt der Einschätzung, dass die Ergänzungsqualifizierung EU-EQT ein Produkt darstellt, das sich durch seine Marktorientierung auszeichnet und in vielfältigen Zusammenhängen von Tourismusqualifizierungen, also in der Fortbildung, einsetzen lässt. Erste Schulungen im Bereich Non-Hotel-Existenzgründungen, werden bereits in Italien angeboten und sind in anderen – nicht ausschließlich Partner – Ländern in Vorbereitung. Weitere Strategien der Vermarktung sind hier angedacht und reichen von Maßnahmen der Qualitätssicherung durch Produktschulungen für Trainer bis hin zum Aufbau eines Franchise-Systems für EU-EQT.

Darüber hinaus wird aber auch der „formale“ Strang der Integration und Anerkennung der Projektergebnisse weiter verfolgt. Hier wird die Anschlussfähigkeit für die Bereiche Aus- und Fortbildung vor allem über die europäische Diskussion zur Transparenz, Durchlässigkeit und Bewertung von Lernleistungen (siehe Kapitel 1) zu suchen sein. Allerdings sind die Projektpartner auch skeptisch; sie sehen bei der Umsetzung des ECVET, vor dem Erfahrungshintergrund der Hochschulen mit ECTS, große praktische

Abstimmungsprobleme. Als vorläufiges Hilfskonstrukt haben die Projektpartner – auch im Sinne der eingeschlagenen Marketingstrategie – ein gemeinsames Zeugnis entwickelt, das allerdings keineswegs den Anforderungen etwa des Europass oder gar der ECVET-Strategie entspricht. Gleichwohl ist das Produkt von EU-EQT als modulares System und wegen seiner inhaltlichen Ausrichtung auf Arbeitsprozesse sowie seiner methodischen Konzentration auf Kompetenzerwerb, geradezu geeignet mit Credit-Points versehene Learning-outcomes – auch auf unterschiedlichen Niveaustufen – zu bewerten.

Eine wichtige Voraussetzung zur Förderung der Anerkennung wäre deshalb der Aufbau eines sektoralen Netzwerks relevanter Partner der Tourismusbranche, die die europäische Debatte um lebenslanges Lernen, Schaffung eines Bildungsraums, um Transparenz, Durchlässigkeit und Anerkennung aufnimmt und im Sektor Tourismus konkretisiert. Erst diese Netzwerkbildung, der europäische Branchendialog, wird den Bildungsraum Europa im Tourismus nachhaltig befördern können.

11. Literatur und Internetressourcen

- **Bader**, Reinhard (2000): Konstruieren von Lernfeldern. In: Bader, Reinhard; Sloane, Peter F. E. (Hrsg.): Lernen in Lernfeldern. Theoretische Analysen und Gestaltungsansätze zum Lernfeldkonzept. Markt Schwaben
- **Bader**, Reinhard/ **Schäfer**, Bettina (1998): Lernfelder gestalten. Vom komplexen Handlungsfeld zur didaktisch strukturierten Lernsituation. In: Die berufsbildende Schule 50 (1998) 7-8, S. 229-234
- **Borch**, H./**Dittrich**, A./**Frommberger**, D./**Reinisch**, H./**Wordelmann**, P. (2003): Internationalisierung der Berufsbildung. Strategien – Konzepte – Erfahrungen – Handlungsvorschläge. Bonn
- **Busse**, G./**Paul-Kohlhoff**, A./**Wordelmann**, P. (1997): Fremdsprachen und mehr. Internationale Qualifikationen aus Sicht von Betrieben und Beschäftigten. Eine empirische Studie über Zukunftsqualifikationen. Bielefeld
- **Dreyer**, Axel (1996): Kulturtourismus. München
- **Dreyer**, Axel (Hg.) (2002): Tourismus und Sport. Wirtschaftliche, soziologische und gesundheitliche Aspekte des Sport-Tourismus. Wiesbaden
- **EU-Dienstleistungsmanagement** – http://www.eu-eqt.de/eu_dlm
- **EU-EQT** – Europäische Ergänzungsqualifizierung im Tourismusmanagement – <http://www.eu-eqt.de>
- **Europäische Kommission** – Generaldirektion Bildung und Kultur (2002): Leonardo da Vinci. Reihe: Bewährte Praxis 5 – Tourismus. Brüssel
- **Heinze**, Thomas 1999: „Kulturtourismus – Grundlagen, Trends und Fallstudien“, München/Wien
- **Homann**, Rolf (2001): Die Zukunft des Tourismus. Kelkheim
- **Michalik**, Klaus D./**Nickel**, Bettina (2003): Ausbildungstrends im europäischen Tourismus. Eine Studie zur Zukunft der Aus- und Weiterbildung im Tourismussektor. Gießen → <http://www.eu-eqt.de>
- **Nationale Agentur** Bildung für Europa beim Bundesinstitut für Berufsbildung (Hg.) (2002): Impuls Heft 01: Valorisation durch Evaluation. Ergebnisse europäischer Innovationsprojekte in Leonardo da Vinci I (1995 –

1999). Studie der Sozialforschungsstelle Dortmund im Auftrag der Nationalen Agentur Bildung für Europa beim BIBB. Bonn

- **Nationale Agentur** Bildung für Europa beim Bundesinstitut für Berufsbildung (Hg.) (2004): Impuls Heft 14: Schäfer, Jörg/Wiegand, Ulrich: EU-Kaufmann für Verkehrsservice (EDIT – European Diploma in Transport). Konzeption eines standardisierten dienstleistungsorientierten Ausbildungsgangs, orientiert an verkehrsmarktspezifischen Erfordernissen. Bonn
- **Trappmann-Webers**, B. (2005): Vorstudie zur Qualifikationsentwicklung im Tourismus. Bonn

Tourism Training all over Europe

The **EU-EQT Competence Network** developed a high flexible modular system of training in tourism.

The training program's modular design allows to easily tailor the material to suit individual needs and target audiences.

The **EU-EQT Competence Network** provides:

- Customized trainings all over Europe
- Training Material in 7 Languages
- Highly experienced Training Experts
- Development of customized Training Material
- Consulting for Regional Tourism Development



The **EU-EQT Competence Network** represents a pool of 7 training organisations from 7 countries. This Network is the continuation of a cooperation in the former Leonardo da Vinci pilot project "**EU-EQT - European Supplementary Qualification in Tourism Management**".

The EU-EQT Competence Network offers trainings and training material for:

- Travel Agencies
- Tour Operator
- Hotels
- Small Lodging Companies (e.g.: B&B)

Contact:

**Deutsche Angestellten-Akademie
DAA Mittelhessen**

Ernst-Giller-Str. 20
35039 Marburg
Germany

Phone 0049 (0) 6421 6098-0
Fax 0049 (0) 6421 6814-80
E-Mail info@eu-eqt.de
Internet <http://www.eu-eqt.de>

Contact Persons

Dr. Klaus-Jürgen Rupp
Florian Hans

EU-EQT

European Supplementary Qualification
in Tourism Management

Tourism Training all over Europe



Leonardo da Vinci
Pilot projects



EU-EQT

European Supplementary Qualification
in Tourism Management

Tourism Training all over Europe



Leonardo da Vinci
Pilot projects





DAA Mittelhessen - Dr. Klaus-Jürgen Rupp / Florian Hans - Ernst-Giller-Str. 20 - 35039 Marburg - Germany
 Phone +49 6421 6098 - 0 | Fax +49 6421 6098 - 99 | E-Mail info@eu-eqt.de | Internet www.eu-eqt.de

Berufsförderungsinstitut Wien - Ulla Sever - Kinderspitalgasse 5 - 1090 Wien - Austria
 Phone +43 1 404 35 - 260 | Fax +43 1 404 35 - 220 | E-Mail bfi.int@bfi-wien.or.at | Internet www.bfi-wien.or.at

B & B Sistema Regionale della Toscana - Andrea Moracci - Via S. Egidio, 12 - 50122 Firenze - Italy
 Phone +39 055 2469703 | Fax +39 055 2469705 | E-Mail info@bbtoscana.net | Internet www.bbtoscana.net

Kaunas College - Jolanta Valiaugiene - Pramones pr.20 - 50468 Kaunas - Lithuania
 Phone +370 37 75 11 44 | Fax +370 37 75 11 35 | E-Mail jolanta@kauko.lt | Internet www.kauko.lt

EUROPROFESSIONAL Hungary EC - Istvan Mikus - Budapest Nyul u. 4. - 1026 Budapest - Hungary
 Phone +36 1 362 3803 | Fax +36 1 362 8104 | E-Mail euro@asz.hu | Internet www.europrof.org

Greta Antipolis - Patrick Cervi - Centre International de Valbonne - BP N°097 - 06902 Sophia Antipolis Cedex - France
 Phone +33 49296 5510 | Fax +33 49296 5299 | E-Mail patrick.cervi@ac-nice.fr | Internet www.greta-antipolis.fr + www.greta-sport.com

KEA - Andreas Adrian - Papanastasiou 3 - 74100 Rethymno - Greece
 Phone +30 28310 50219 | Fax +30 28310 54995 | E-Mail info@keahellas.org | Internet www.keahellas.org

Contacts



Core Qualifications



Special Qualifications

Core Qualifications		Special Qualifications	
Training Fields	Modules	Training Fields	Modules / Target Groups
Key qualifications	Social Skills Method Skills Media Skills	Business Tourism	Tour Operator Travel Agency Hotel Non-Hotel / Small Lodging Companies *
Marketing	Marketing Basics Low Budget Marketing Instruments Online Marketing Development of new Services Marketing Actionplan	Health Tourism/ Wellness Tourism	Tour Operator Travel Agency
Customer Relationship Management	Change of values and quality of touristic Services New Media and Tourism Polarisation of Markets Customer Value, Customer Satisfaction, Customer as King, Customer Clubs, Customer Loyalty, Customer Win-back	Cultural Tourism	
Human Resource Management	Legal-organisational frame of Personnel work Personnel Management / Management Concepts Human Resource Development	Event Tourism	
Language and Culture	Intercultural Learning English for Employees in Tourism - Reception - Restaurant - Tourist-Information - Tour Operator / Travel Agency - Applications Practice in Language Preparation of Practical Training Abroad Support for Individual foreign Language Training	Sport Tourism	Hotel Non-Hotel / Small Lodging Companies *

* e.g.: Bed & Breakfast, farm holidays, guest houses, youth hostels