

Peter Zellmann

## Tourismus mit Zukunft: Perspektiven für Angebot und Ausbildungen

**Der gesellschaftliche Wandel in einer Zeitenwende hat drastische und vor allem nachhaltige Auswirkungen auf die Lebensstile der Menschen. Ohne genaue Aufarbeitung der Entwicklung und Analyse der Gegenwart ist seriöse Zukunftsforschung nicht möglich. Das folgende Statement von Peter Zellmann im Rahmen der Fachtagung: Qualifikationsbedarf der Zukunft – Tourismus. Quo vadis? (22. November 2007 in Wien, veranstaltet vom AMS Österreich) skizziert diesbezüglich einige Perspektiven im Hinblick auf die Tourismuswirtschaft.**

Quantitative Veränderungen im Lebenszeitbudget und in der Folge qualitative Veränderungen in der Lebenseinstellung und Lebensplanung haben natürlich Auswirkungen auf Politik und Wirtschaft. Die Lebensbereiche Arbeit und Freizeit werden von den Menschen nicht mehr als Gegensatz sondern als komplementäre Einheit aufgefasst. Ganzheitlichkeit und Streben nach Harmonie dominieren. Je jünger die untersuchte Bevölkerungsgruppe desto mehr. Die Veränderungen haben zunächst im Freizeitbereich stattgefunden und sind daher dort am besten nachzuweisen. Sie haben aber zunehmend Einfluss auf die Arbeitswelt von morgen und müssen folglich ihren Niederschlag in den Qualifizierungen und Ausbildungsgängen finden.

Die Freizeit- und Tourismuswirtschaft hat von dieser Entwicklung besonders profitiert. Zu beachten ist freilich, dass die Freizeitorientierung der Lebensstile nicht durch das Ausrufen einer »Freizeitgesellschaft«, noch weniger einer »Spaßgesellschaft« interpretiert werden kann. Weil es in diesem Zusammenhang nicht nur um Konsum geht. Andererseits werden Angebote der Wirtschaft dann am besten angenommen, wenn sie dieser Entwicklung auch jenseits der direkten kommerziellen Verwertbarkeit Rechnung tragen. Bedürfniserfassung hat in einer Dienstleistungsgesellschaft eben vor der klassischen Marktforschung stattzufinden. Qualität, besonders im Tourismusbereich bedeutet vor allem Erwartungshaltungen erfüllen zu können.

Empathie und Authentizität werden zu Produktivitätsfaktoren. Leistung – im Sinne von »gesellschaftlichen Mehrwert erzeugen« – zu erbringen ist einerseits mit den traditionellen Parametern des Industriezeitalters nicht messbar, andererseits für eine Dienstleistungsgesellschaft aber erst dann wirtschaftlichen Erfolg bringend, wenn man die Unterscheidung von perso-

nenbezogener und unternehmensbezogener Dienstleistung klar treffen kann.

Die Persönlichkeitsbildung wird daher in den Ausbildungen mindestens so wichtig wie die Wissensvermittlung. Touristische Angebote sind mehr von »High Touch« als von »High Tech« geprägt. Die Einsicht in die Notwendigkeit von Kooperationen ist dabei ebenso wichtig, wie die Fähigkeit diese auch nutzen zu können. Lehrpläne haben darauf, besser als dies bisher der Fall ist, Rücksicht zu nehmen.

Markenbildungen im Tourismus müssen in Zusammenarbeit aller Marktbeteiligten und dort wo aus aktuellem Anlass eben möglich, eventuell auch neu erfolgen. Für eine solche Vorgangswiese ist freilich Innovationsbereitschaft im Sinne von »Zerstörung« gewohnter Sicht- und Vorgangsweisen in sich selbst notwendig. Nur so werden aber echter Ganzjahrestourismus und Nachhaltigkeit zu wirklich prägenden Faktoren der österreichischen Tourismuswirtschaft.

Dies bedeutet für die Zukunft verstärkt notwendiges Verständnis und Einsicht in die Entwicklungen bei Anbietern, also Unternehmern wie Mitarbeitern, bei Ausbildungsinstitutionen wie manchmal vielleicht auch bei Nachfragern, also den Urlaubern. ❖

[Themennavigator/Download der Studie](#)

**Prof. Mag. Peter Zellmann, geboren 1947, leitet das Institut für Freizeit- und Tourismusforschung (IFT) in Wien**  
Internet: [www.freizeitforschung.at](http://www.freizeitforschung.at)

Weitere interessante Volltext-Publikationen zum Thema finden Sie unter Verwendung selbstgewählter Stichworte in der E-Library des AMS-Forschungsnetzwerkes: [Bibliographische Suche](#) – [Volltextsuche](#)

[www.ams-forschungsnetzwerk.at](http://www.ams-forschungsnetzwerk.at)

... ist die Internet Adresse des AMS Österreich für die Arbeitsmarkt-, Berufs- und Qualifikationsforschung

Medieninhaber und Herausgeber: AMS Österreich, Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation, A-1200 Wien, Treustraße 35–43  
Die in den FokusInfos geäußerten Ansichten und Meinungen müssen nicht mit denen des Herausgebers übereinstimmen.