

„Profis im Online-Marketing, Revenue-Manager und Social-Media-Profis, Experten für Community- oder Big-Data-Management“

GEWINN: Welche Jobs wünschen sich Tourismusunternehmen für die (nahe) Zukunft?

REITTERER: Der Fokus aufs Online-Geschäft wird in Zukunft noch weiter steigen: 51 Prozent aller Buchungen erfolgen mittlerweile über das Internet, Tendenz stark steigend, dem Trend wird Rechnung getragen. Der von der ÖHV geforderte Lehrberuf „Hotelkaufmann/-frau“ wird ausgebildet, das ist der Echtzeit-Online-Verkauf in der Hotellerie gegen multinationale Konzerne. Ein sehr spannendes Thema! Mit voranschreitender Digitalisierung wird sich der Fokus darauf noch verstärken. Darüber hinaus sind auch Spezialisten im Vor-Ort-Verkauf beliebt, vom Barkeeper über den Barista bis hin zu diversen Sommeliers. Hier sieht die ÖHV viele Möglichkeiten – einerseits aus Sicht des Unternehmers im Upselling, andererseits aus Sicht der Arbeitnehmer in einem mitarbeiterintensiven Bereich, wo in angenehmem Ambiente für das Ausbildungsniveau gutes Geld verdient wird (mit Job- und Standortgarantie!). Auch hier spielt Hightech eine große Rolle, sowohl im Einkauf, als auch in der Vermarktung, Social-Media und in der Gästekommunikation, wo Beacons usw. eine immer wichtigere Rolle spielen werden.

GEWINN: Welche neuen Jobs, Tätigkeiten, Berufsfelder werden kommen?

REITTERER: Profis im Online-Marketing, Revenue-Manager und Social-Media-Profis, Experten für Community- oder Big-Data-Management. In Topbetrieben arbeiten jetzt schon Profis in ganzen Teams mit unterschiedlichen Schwerpunkten. Moderner Direktvertrieb im b2c-Bereich spricht emotional an und stellt den USP in den Mittelpunkt (ist in der KMU-dominierten Branche stark ausgeprägt – vom Bücherhotel über das Radfahr-



Foto: Florian Lechner 2015

Michaela Reitterer, Präsidentin der ÖHV (Österreichische Hotellervereinigung)

hotel bis hin zu Baby- und Scheidungshotels, Anm. d. Red.). Hier wird es sicherlich zu Verdichtungen kommen.

GEWINN: Wo wird es ganz besonderen Bedarf geben?

REITTERER: Der Bedarf wird in all jenen Bereichen hoch bleiben, wo der Kundenkontakt im Vordergrund steht – sei es in der Gästekommunikation (Verkauf wie auch Service und Feedback) als auch im Gästeservice vor Ort. Im Hochpreissegment werden individuelle, anspruchsvolle Services im Wellnessbereich, Sport, Yoga, Persönlichkeitstrainings und mentale Fitness/Coaches stärker nachgefragt werden. Auch im Seminar-, Kongress- und Konferenzmanagementbereich steigen die Standards der Gäste – sie erwarten individuellen Service auf höchstem Niveau. Im F&B-Bereich ist die Weiterführung der bisherigen Entwicklung im Sinne einer Segmentierung absehbar; mit absolutem Topservice auf der einen Seite (hochqualitative Küche und Service) und Budgetkonzepten auf der anderen Seite. Dazu kommen werden Internet-of-

Things-Experten, die Medien verknüpfen und Bestand und Bedarf abgleichen. Der regionale Einkauf wird von Experten geleitet werden, die den Überblick über Anbieter und saisonales Angebot haben.

GEWINN: Welche „alt hergebrachten“ Jobs und Tätigkeiten werden wegfallen?

REITTERER: Je „mechanischer“ die Arbeit, desto eher wird die Tätigkeit in Zukunft maschinell ausgeführt. Staubsaugen, Fensterreinigung, Gepäckhandling, Gartenpflege, Schneeräumung. Manche Hotels setzen schon jetzt auf „Self-Check-in“, aber auch hier werden unterschiedliche Konzepte nebeneinander existieren und ihre Nachfrage generieren.

Kritisch sehen viele den Bereich Service: Reduziert auf die reine Tätigkeit, dem Gast Essen oder Getränke zu servieren, fällt auch dieser unter die Kategorie „mechanisch“ (was allerdings zu kurz gegriffen ist). Gutes Service ist immer auch ein Wohlfühlerlebnis für den Gast. Ein Roboter wird das in (zumindest naher) Zukunft nicht bieten können. Erste Angebote in die Rich-

tung werden eher als Marketing-Gag gewertet.

GEWINN: *Wie lautet das Anforderungsprofil für die Jobs der Zukunft?*

REITTERER: Hoher Dienstleistungsgrad, mehr Empathie, gleichzeitig 4.0-fähig – das ist das Optimum. In Kombination mit einem guten, selbstbewussten und ziel- und verkaufsorientierte, aber dennoch charmanter Auftritt und Fremdsprachenkenntnissen. Gleichzeitig werden gerade in den kommenden Jahren noch viele Mitarbeiter für einfachere Tätigkeiten, aufgrund der

sehr individuellen Ausgestaltung und der kleinen Einheiten, benötigt. Hier kann vieles (noch) nicht automatisiert werden – und viele wollen das auch nicht, weil sie den Charakter des Hauses nicht aufgeben wollen.

GEWINN: *Werden diese Jobs bereits ausgebildet? Wenn ja: Wo?*

REITTERER: Ja, zum Teil in den Betrieben – ja nach Spezialisierungsgrad. Auch die Fachhochschulen bieten vielfältige Programme.

GEWINN: *Gibt es bei der ÖHV eigene zukunftsgerichtete Ausbildungstools, Au-*

baukurse . . . ? Oder wo werden die Jobs der Zukunft momentan am ehesten/besten ausgebildet?

REITTERER: Die ÖHV bietet eine Reihe von Weiterbildungsmöglichkeiten an, die Hoteliers und Mitarbeiter fit für die Herausforderungen der Digitalisierung machen. Allen voran den Lehrgang für Online-Marketing und Revenue Management („LORY“). In nur zwei mal vier Tagen bekommen die Teilnehmer Expertenwissen aus erster Hand vermittelt. Ergänzend gibt es noch eintägige Praktikerseminare.