

„Mitarbeiter, die bereichsübergreifend und sehr vernetzt denken“

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

SIMONER: Aufgrund der Schnellebigkeit in gewissen Berufsfeldern (IT, Kommunikation, Marketing etc.) und aktueller Trends (Mobilität, Internationalität, Vernetzung allgemein) brauchen Tourismusunternehmen Jobs, die ein größtmögliches Maß an zeitlicher Flexibilität bieten und sich mit den Interessen der neuen „Generation Z“ in Einklang bringen lassen. Das sind beispielsweise frei von Hierarchien denkende Führungspositionen oder neue Jobs, wie CDO (Chief Digital Officer) oder CMO (Chief Marketing Officer), die sich um Webseiten-Performance etc. kümmern. Das sind aber auch Jobs im Data-Management, mit Ressourcen im Front-Office, um die erhaltenen Daten richtig weiterzuverwenden. Im Bereich Research & Development bräuchte es ebenfalls neue Jobs im Tourismus.

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

SIMONER: Vor allem die Vernetzung bzw. Verschmelzung von offline und digitaler Welt entwickelt sich stetig und rasch weiter – daher braucht es die Jobs Mitarbeiter, die bereichsübergreifend und sehr vernetzt denken. Ebenso werden immer mehr Jobs kommen, die offenes Denken und Kreativität nicht nur auf dem Papier einfordern, sondern als Lieferanten von guten Inhalten.

Im Bereich (schnellem) Bewegtbild – ein Thema, das bisher oft „nebenher“ produziert wurde – sind in Zukunft Spezialisten gefordert: für Videos, Fil-

me, Hotelrundgänge (Stichwort Google Glass etc.)

GEWINN: Wo wird es ganz besonderen Bedarf geben?

SIMONER: „Geschichten“ sowie das Produkt werden wichtiger, insofern sind vernetzte Jobs in den Bereichen Marketing, PR, Sales, Human Resources, E-Commerce, Qualitätsmanagement usw. immer wichtiger, um den Einsatz von Social-Content, Video- und Social-Relationship richtig in die Kommunikation einzubinden.

Hohen Bedarf gibt es allgemein an kompetentem Personal, das leidenschaftlich und kommunikativ seinen Job lebt und so Kunden begeistert – und zwar auf allen Ebenen eines Unternehmens (z. B. lokale Hosts an der Rezeption, im Restaurant, die Insider-tips im Bereich Food, Kultur etc. an die Gäste weitergeben).

Menschen mit guten Sprachkenntnissen sind aufgrund der zunehmenden Internationalisierung ein Muss.

GEWINN: Welche „alten“ Jobs werden wegfallen?

SIMONER: Möglicherweise fallen zukünftig Aktivitäten und Abläufe weg, die durch intelligente Prozesse und Tools obsolet geworden sind, Telephone Operator werden ersetzt, eventuell auch Chauffeure, weil Autos selbst fahren. Nicht wegfallen werden kompetente Rezeptionisten, denn sie machen ein Hotel bzw. einen Tourismusbetrieb persönlich.

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

SIMONER: Jobs der Zukunft sind speziell im Tourismus einerseits digital, international, online-affin – andererseits



Foto: Vienna House

Rupert Simoner, CEO der Hotelgruppe Vienna House

sehr am Menschen und sozialen Trends interessiert.

GEWINN: Gibt es bei Vienna House eigene zukunftsgerichtete Ausbildungs-Tools, Aufbaukurse . . . ? Oder wo werden die Jobs der Zukunft momentan am besten ausgebildet?

SIMONER: Bei Vienna House gibt es mehrere Ausbildungs- und Weiterentwicklungsmöglichkeiten, immer an die aktuellen Anforderungen des Marktes angepasst. Vienna House bietet E-learning-Kurse, eine eigene Akademie sowie das Führungskräfteprogramm VICTOR inklusive MBS-Modulen zu unterschiedlichsten Themen, von Leadership-Management hin zu Social-Media. Spielerisches Lernen ist ein Thema, das Vienna House sehr forciert.