



Tourismus-Karrieren zwischen Klischee und Realität

In kaum einer Branche gibt es so viele **Klischees**: „Hotels testen, durch die Welt jetten und ein paar Verträge abschließen“ haben Abiturienten im Kopf, wenn sie an Tourismusjobs denken. „Da müssen wir dringend etwas tun“, erinnern sich Buchautor Dirk Geest und Antje Wolf, Professorin an

der EBC Hochschule Hamburg. Um Enttäuschungen, Missverständnisse und überzogene Erwartungen zu vermeiden, befragten sie 16 Touristiker aus verschiedenen Bereichen über ihren **beruflichen Werdegang**. Jetzt wurden die Job-Interviews veröffentlicht. Die Touristiker berichten von ih-

rer Ausbildung, Karrierewegen, Vorzügen und Nachteilen der Branche. Geest: „Wir wollen einen möglichst objektiven Eindruck von der Branche vermitteln.“ Dabei gebe es nicht „den einen“ Königsweg für eine Touristik-Karriere. Der Titel „Die Urlaubsmacher“ vom Verlag BoD kostet 9,95 Euro. ES

„Das Image des Arbeitgebers wird stark von sozialen Medien geprägt.“

BERNHARD ROHLEDER,

Bitkom-Geschäftsführer, über eine Studie zu Bewertungsplattformen

Planen Sie schon jetzt Ihren Recruiting-Auftritt für Ihre Zielgruppe!

SCHALTEN SIE IHRE ANZEIGE IM REDAKTIONELLEN UMFELD

FRANK: TRAINEE BEIM VERANSTALTER

fvw Heft 21/14 vom 17.10.2014, DU 6.10.2014

Kontakt: Telefon: 040-41448-550
E-Mail: stellenmarkt@fvw-mediengruppe.de

fvw