



Anke Lüneburg

Strategien + Potenziale



ANKE LÜNEBURG

POTENZIALE + COACHING

MARKETING & STRATEGIEN

ORGANISATIONS-BERATUNG

BLOG



Anke Lüneburg / Blog / Urlaubsmacher werden!

Blog

Potenziale + Coaching

Organisation + Führung

Tourismus + Marketing

Presse

Urlaubsmacher werden!

Personalverantwortliche verraten, worauf es beim Arbeiten in der Tourismusbranche wirklich ankommt

📅 09. Juni 2016 👤 von Anke Lüneburg

Im Frühjahr 2015, damals noch als Personal- und Marketingleiterin sowie Beraterin der Geschäftsführung in einer Destinationsmanagement-Organisation, wurde ich von den Herausgebern des Buches gebeten, an einem standardisierten Interview teilzunehmen. Da ich gern junge Menschen in der Berufsfindungsphase begleite und weiß, wie vielfältig die Branche ist – und wie undurchsichtig sie manchmal für Außenstehende erscheint.

Es lohnt sich, das Buch zu kaufen (Informationen am Ende des



Textes): Für Berufsanfänger, für Studierende, für Auszubildende - aber auch für Quereinsteiger oder Menschen, die auf der Suche nach einer neuen Tätigkeit sind. Als Vorgeschmack folgt hier mein Interview:

Beschreiben Sie bitte kurz Ihren beruflichen Werdegang mit den wichtigsten Stationen (Ausbildung, Studium, bisherige berufliche Tätigkeiten)!

Nach Abitur und einer sehr guten Ausbildung zur Hotelfachfrau im Mövenpick Hotel Münster habe ich einige Jahre Erfahrung im praktischen Destinationsmanagement gesammelt, bevor ich dann mein Studium aufgenommen habe. Da es damals kaum Angebote im Tourismus gab, habe ich mich für ein reines BWL-Studium an der FH Flensburg entschieden und all meine Hausarbeiten sowie die Diplomarbeit im Bereich Tourismus/ Destinationsmanagement geschrieben.

In meinen bisherigen Berufsjahren habe ich u.a. Erfahrungen als Leiterin der Touristinformation Bad Bramstedt, als Regionalmanagerin für Tourismus in der Kiel-Region, als Geschäftsführerin der Destination Ostseefjord Schlei sowie als Dozentin (FH Westküste, Heide) Trainerin (Wirtschaftsakademie Schleswig-Holstein) und Beraterin/ Projektleiterin im Tourismus (N.I.T. Kiel) gesammelt. Ich habe darüber hinaus ein großes Netzwerk aufgebaut und war ehrenamtlich in verschiedenen Vorständen und Gremien von touristischen Verbänden. Gleichzeitig habe ich dazu beigetragen, aus kleinen kommunalen Tourismusverbänden größere schlagkräftigere regionale touristische Einheiten zu schaffen (in Schleswig-Holstein heißen sie „LTO, lokale Tourismusorganisation“. Eine LTO habe ich an der Schlei selbst aufgebaut, bei weiteren Gründungen bzw. Umsetzungen beraten.



Wir benutzen Cookies. Bei Weiternutzung nehmen wir an, dass Sie unsere Cookie-Richtlinien verstehen und akzeptieren. Eine Erklärung, wie Sie die Cookie Einstellungen verändern können, finden Sie in unserer Datenschutzerklärung.

[Mehr Informationen](#)

OK

gegründeten regionalen Gesellschaft mit z.Zt. 18 Mitarbeiter/innen und Auszubildenden, die aus einer ehemaligen städtischen Tochter sowie weiteren kommunalen Institutionen entstanden ist. Ich habe den Betriebsübergang geplant und begleitet sowie die Geschäftsführung und die Gremien dazu beraten.

Im Personalbereich gehören alle Aufgaben von der Personalbeschaffung (Recruiting) über Personalverwaltung, -begleitung, -entwicklung, bis zur Zusammenarbeit mit dem Betriebsrat sowie der Beendigung von Arbeitsverhältnissen und dem Verfassen von Zeugnissen dazu. Ich befasse mich mit arbeitsrechtlichen Fragen und Arbeitszeitmodellen, bin IHK-anerkannte Ausbilderin für alle Auszubildenden im Beruf „Kaufmann/-frau für Tourismus und Freizeit“, betreue Praktikant/innen aus Schulen, Studium und Berufsvorbereitung, konzipiere und organisiere Schulungen und Fortbildungen.

Im Marketingbereich bin ich für die Marktforschung, die Marketingplanung, die Budgetierung und für das Marketingcontrolling verantwortlich. Bei der Umsetzung unterstützen mich zwei Mitarbeiterinnen. Gemeinsam mit der Geschäftsführung entwickeln wir derzeit ein Marketingkonzept für die neue regionale Gesellschaft, planen ein neues Corporate Design, eine Website sowie Printprodukte mit einem echten Urlaubsmagazin und setzen diese Projekte in den nächsten Monaten gemeinsam mit einer Agentur um. Der Schwerpunkt des aktivierenden Marketings liegt im Suchmaschinen- und Social-Media-Marketing sowie in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Darüber hinaus gehören Infrastrukturprojekte, die Entwicklung von touristischen Produkten und Veranstaltungen dazu.

Ab September 2015 biete ich Beratung, Konzeptionierung und Unterstützung beim Auf- oder Umbau von regionalen Destinationen an, mit besonderem Schwerpunkt auf der Umsetzung. Insbesondere die Führungskräfte, aber auch die Mitarbeiter/innen stehen beim



Wir benutzen Cookies. Bei Weiternutzung nehmen wir an, dass Sie unsere Cookie-Richtlinien verstehen und akzeptieren. Eine Erklärung, wie Sie die Cookie Einstellungen verändern können, finden Sie in unserer Datenschutzerklärung.

[Mehr Informationen](#)

OK

Entscheidung stehen.

Was reizt Sie besonders an der Tourismusbranche und speziell bei Ihrem Arbeitgeber?

Die Tourismusbranche und insbesondere der Destinationsbereich sind unglaublich vielfältig, kein Tag ist wie der andere. Man lernt sehr viele unterschiedliche interessante Menschen kennen, bearbeitet immer wieder neue Themen und stellt sich neuen Herausforderungen. Trendbeobachtung, Entwicklung der Technik (Online-Buchungen!), Wünsche der Kunden hinsichtlich Qualität von der Infrastruktur bis zum Service etc. – alles bleibt spannend und will immer wieder neu überprüft und verändert werden.

Bei meinem derzeitigen Arbeitgeber empfinde ich den Umbau von einer städtischen zu einer regionalen Gesellschaft als großer Herausforderung, aber vor allem als große Chance, die Destination neu aufzustellen, ihr ein neues Gesicht zu geben. Dazu gehören vor allem die Mitarbeiter/innen, die das Gesicht der Gesellschaft sind, eine sehr gute Servicequalität bieten sollen, dafür aus- und weitergebildet werden und von den Führungskräften stets gestärkt und motiviert werden sollen. Hier ist es eine große Freude, wenn alle diese Herausforderungen gemeistert haben und zu einem guten Team zusammengewachsen sind.

Können Sie etwas zum Gehaltsgefüge innerhalb der Tourismusbranche sagen?

Im Destinationsmanagement wird, wenn es sich nicht um eine Tätigkeit im öffentlichen Dienst handelt, das Gehalt zwischen Mitarbeiter/in und Geschäftsführung direkt verhandelt. Meist gibt interne Stufen, die z.B. auf den Jahren der Berufserfahrungen, der Ausbildung (z.B. Ausbildung, Bachelor oder Master), dem vorhandenen Fachwissen (Ausbildung im Tourismus oder



Wir benutzen Cookies. Bei Weiternutzung nehmen wir an, dass Sie unsere Cookie-Richtlinien verstehen und akzeptieren. Eine Erklärung, wie Sie die Cookie Einstellungen verändern können, finden Sie in unserer Datenschutzerklärung.

[Mehr Informationen](#)

OK

aus – gibt es diesen überhaupt bei Ihnen?

Einen typischen Arbeitstag habe ich in all meinen Berufsjahren nicht erlebt. Wichtig ist, seinen Tag sehr gut zu strukturieren, um allen Anforderungen gerecht zu werden. Meist beginne ich mit dem Lesen meiner To-do-Liste, mit der ich am Tag vorher meine Arbeit beendet habe. Ich checke die Prioritäten und die Termine, die ich an dem Tag habe, und lese ggf. noch einmal Vorlagen dazu. Wenn noch Zeit ist, lese ich meine E-Mails, beantworte sie oder leite sie weiter und/ oder telefoniere. Vormittags sind häufig Termine: Intern habe ich z.B. je einen festen Termin pro Woche mit den Marketing-Mitarbeiterinnen und mit meiner Personalmanagement-Vertreterin sowie eine Abteilungsleiterrunde. Dazu kommen Vorstellungsgespräche, interne Nachbesprechungen sowie die Durchführung von Schulungen für Auszubildende. Externe Termine sind z.B. Absprachen mit Agenturen, Projektpartnern oder Leistungsträgern. Meist plane ich direkt nach Terminen die entstandenen Arbeitsaufträge ein oder leite sie weiter. Auch habe ich dann wieder einen Block, in dem ich E-Mails und Post lese sowie telefoniere. Für strategische Arbeiten halte ich mir Zeiten frei, in denen ich mich zurückziehe. Häufig sind kurzfristige Dinge zu entscheiden, z.B. hinsichtlich Budgetverteilung, Presseanfragen oder Terminabsprachen. Vor dem Heimweg erstelle ich eine neue To-do-Liste für den nächsten Tag.

Wie hoch ist Ihr Arbeitspensum (in Wochenstunden) in etwa?

Regulär arbeite ich 20 Stunden, da ich zusätzlich freiberuflich als Lehrbeauftragte und Coach tätig bin. In den letzten Monaten lag die durchschnittliche Wochenarbeitszeit aufgrund des Betriebsübergangs und der Neukonzeptionierung des Marketings bei 25-30 Stunden.

Haben sich Ihre beruflichen Erwartungen



Wir benutzen Cookies. Bei Weiternutzung nehmen wir an, dass Sie unsere Cookie-Richtlinien verstehen und akzeptieren. Eine Erklärung, wie Sie die Cookie Einstellungen verändern können, finden Sie in unserer Datenschutzerklärung.

[Mehr Informationen](#)

OK

Menschen aus- und weiterbilden, stärken und motivieren, so dass sie sehr gute Tourismusarbeit leisten.

Was ist Ihnen bei Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wichtig? Worauf kommt es fachlich, sozial und menschlich/persönlich dabei an?

Freude am Umgang mit Menschen, der unbedingte Wunsch, Urlaubern und Besuchern zu einem schönen Aufenthalt zu verhelfen, auch bei hohen Besucherzahlen. Also überzeugte Dienstleister, die belastbar und jederzeit freundlich, höflich und gern auch fröhlich sind. Engagement, selbständiges Handeln, hohes Verantwortungsbewusstsein, Menschenkenntnis, Einfühlungsvermögen und Respekt gehören ebenso dazu – in Richtung Urlauber ebenso wie hinsichtlich der Leistungsträger und Gremien. Fachwissen und umfassende Produktkenntnisse sind wichtig – aber letzteres ist erlernbar, die ersten Punkte sind unabdingbar und meist persönliche Eigenschaften und Charaktermerkmale.

Ausbildung oder Studium oder beides nacheinander? Dual oder privat studieren? Was ist der bessere Weg heutzutage? Gibt es „den“ Königsweg?

Es gibt verschiedene Möglichkeiten des Einstiegs ins Destinationsmanagement; sinnvoll ist heute schon eine Ausbildung oder ein Studium mit dem Schwerpunkt Tourismus. Die Ausbildung zum Kaufmann/-frau für Tourismus und Freizeit ist sehr anspruchsvoll, hier ist Abitur oder Fachabitur hilfreich. Eine abgeschlossene Ausbildung kann den Einstieg ins Studium leichter machen, denn die jungen Menschen können dann die Wichtigkeit und die Inhalte der theoretischen Lehrinhalte besser einordnen.



Wir benutzen Cookies. Bei Weiternutzung nehmen wir an, dass Sie unsere Cookie-Richtlinien verstehen und akzeptieren. Eine Erklärung, wie Sie die Cookie Einstellungen verändern können, finden Sie in unserer Datenschutzerklärung.

[Mehr Informationen](#)

OK

Destinationsmanagement, beim Reiseveranstalter, im Hotel....

Für alle, die Tourismus studieren wollen – reicht der Bachelor-Abschluss heutzutage aus Ihrer Sicht aus oder muss es zwingend der Master-Abschluss sein? Wie erfahren ist die Tourismusbranche mit den n

Nach den ersten Jahren der Unsicherheit hinsichtlich des Bachelor-Abschlusses kann ich jetzt sagen, dass für uns im Destinationsmanagement der Bachelor ein anerkannter und hinsichtlich der umzusetzenden Aufgaben ein angemessener Abschluss ist, der meist ausreicht. Strategisches Denken ist erforderlich, aber mindestens ebenso wichtig sind eine pragmatische Herangehensweise, Einfühlungsvermögen, persönliche Reife, Verständnis und die praktische Umsetzungsfähigkeit von Projekten. Der Bachelor-Abschluss wird insbesondere anerkannt, wenn auch die Thesis zu einem in der Praxis relevanten Thema geschrieben wurde.

Was meinen Sie, wie kommen Studierende und Hochschulabsolventen nach dem Studium am besten in den gewünschten Job? Über Praktika, Projektarbeiten, Bachelor-/ Master-Thesis, Traineeprogramm, Direkteins

Im Destinationsmanagement sind Praktika während des Studiums bzw. eine Ausbildung vorab sehr hilfreich; das Schreiben einer Thesis zu einem relevanten Thema eines Unternehmens oder einer Gesellschaft ist ein sehr guter Einstieg. Hier empfiehlt es sich, vorab zu fragen, ob ein Unternehmen ein Projekt/ ein Thema hat, bei dem es Unterstützung braucht – denn meist haben Destinationsmanagementgesellschaften so wenige Kapazitäten,



Wir benutzen Cookies. Bei Weiternutzung nehmen wir an, dass Sie unsere Cookie-Richtlinien verstehen und akzeptieren. Eine Erklärung, wie Sie die Cookie Einstellungen verändern können, finden Sie in unserer Datenschutzerklärung.

[Mehr Informationen](#)

[OK](#)

in einer Grenzregion wie unserer ist die Sprache des Nachbarlandes (Dänemark) ebenfalls wichtig, um Projekte durchführen zu können. Auch das Beherrschen der Sprache eines wichtigen ausländischen Quellmarktes kann sinnvoll sein.

Welche Einstiegsmöglichkeiten bietet das Unternehmen, in dem Sie beschäftigt sind, jungen Menschen, um dort beruflich Fuß zu fassen? (z.B. Praktika, Projektarbeiten, Bachelor-/Master-Thesis, Traineeprogramm, Direkteinstieg)?

Wir bieten Ausbildungs- und Praktikumsplätze, möglichst drei Monate, gern länger, wenn es sich um ein Pflichtpraktikum handelt. Wir begleiten Projektarbeiten und Theses, wenn es sich um ein Thema handelt, das für uns wichtig ist. Üblich ist der Direkteinstieg, wenn die Voraussetzungen stimmen (s.o.).

Was schätzen Sie an Ihren jungen Bewerbern, was vermissen Sie, bzw. wo sehen Sie grundlegend noch Verbesserungsbedarf im Ausbildungssystem?

Ich schätze engagiertes, eigenverantwortliches Handeln und Mitdenken sowie die Bereitschaft, Neues zu lernen, im Team zu arbeiten und das theoretische Fachwissen anzuwenden. Wichtig ist, dass junge Bewerber/innen das System Tourismus verstanden haben, Praxiserfahrung bereits im Studium sammeln und bereit sind, zumindest im Destinationsmanagement zu geringeren Gehältern als in anderen Branchen zu arbeiten. Dafür ist sehr viel Abwechslung, Freude an der Arbeit, Anerkennung und die Zusammenarbeit mit Menschen ein ideeller Gewinn.



Wir benutzen Cookies. Bei Weiternutzung nehmen wir an, dass Sie unsere Cookie-Richtlinien verstehen und akzeptieren. Eine Erklärung, wie Sie die Cookie Einstellungen verändern können, finden Sie in unserer Datenschutzerklärung.

[Mehr Informationen](#)

OK

Ein weiterer Punkt sind die Noten: Bewerber/innen werden nicht ausgewählt, weil sie nur Einsen in ihren Klausuren und Hausarbeiten geschrieben haben, sondern nach Praxiserfahrungen, Themen der Thesis oder Ehrenämtern, die z.B. Organisationstalent und Engagement dokumentieren. Der Trend zu sehr vielen Bachelor- oder Master-Abschlüssen mit der Note 1,0 ist eher bedenklich und führt zur Entwicklung von Einstellungstests in den Unternehmen, um das tatsächliche Wissen zu überprüfen.

Demografischer Wandel, Fachkräftemangel, War for Talents, Employer Branding sind Stichwörter, die gegenwärtig diskutiert werden. Wie stehen Sie dazu? Was sind aus Ihrer Sicht die großen Personalthemen der Zukunft? Worauf kommt es in Zukunft Ihrer Meinung nach an?

Die genannten Stichwörter sind tatsächlich aktuell und stellen für uns aus dem Destinationsmanagement eine große Herausforderung dar. Wir arbeiten an einem Employer Branding, indem wir unsere Arbeit öffentlich präsentieren, an „Job-Watching“ und „Job-Searching“-Aktivitäten sowie „Lehrstellenrallyes“ teilnehmen, Schülerpraktika auch an Gymnasien anbieten und mit der Lokalpresse zusammenarbeiten. Gleichzeitig halte ich es für wichtig, die vorhandenen Mitarbeiter/innen stetig zu motivieren, ihnen attraktive Arbeitsplätze anzubieten (materiell, geistig und ideell) und sie angemessen fortzubilden. Zusätzlich sollten sie die Chance haben, bei entsprechender beruflicher und persönlicher Weiterentwicklung in neuen Positionen tätig zu sein. Wir haben deutlich weniger Bewerbungen auf Ausbildungsplätze als in der Vergangenheit, daher binden wir unsere Auszubildenden bei der Präsentation des Unternehmens mit ein. Unseren Auszubildenden, aber auch Praktikant/innen werden zusätzlich Schulungen



Wir benutzen Cookies. Bei Weiternutzung nehmen wir an, dass Sie unsere Cookie-Richtlinien verstehen und akzeptieren. Eine Erklärung, wie Sie die Cookie Einstellungen verändern können, finden Sie in unserer Datenschutzerklärung.

[Mehr Informationen](#)

OK

Destinationsmanagement unabdingbar sind für die Zukunft.

Zu guter Letzt – möchten Sie den zukünftigen Berufsanfängern noch etwas mit auf den Weg geben?

Nutzen Sie alle Chancen, die sich Ihnen bieten! Testen Sie unterschiedliche Unternehmen im Tourismus (Reiseveranstalter, Hotels, Freizeitanbieter, Destinationsmanagement-Institutionen) im Rahmen von Praktika, eignen Sie sich viel Fachwissen an, indem Sie über Klausuren oder Hausarbeiten hinaus denken, zusätzliche Literatur lesen und sich Sprachkenntnisse aneignen. Noten sind wichtig – wichtiger ist aber Ihre Fähigkeit, Ihr theoretisches Wissen in der Praxis anzuwenden. Wählen Sie als Themen für Hausarbeiten und Theses unternehmensrelevante Fragestellungen und/oder Projekte, die Sie wirklich interessieren und Ihr Sprungbrett in einen Arbeitsplatz sein können.

Quelle:

Antje Wolf, Dirk Geest: „Urlaubsmacher werden!

Personalverantwortliche verraten, worauf es beim Arbeiten in der Tourismusbranche wirklich ankommt“ (2015), BoD, 104 Seiten, ISBN:978-3-738609752

> www.mein-tourismus-studium.de stellt Informationen für Schulabgänger und Studienanfänger, Studierende und Hochschulabsolventen kostenlos zur Verfügung, die beruflich in die Tourismusbranche einsteigen wollen.

Bisher erschienen:

Antje Wolf, Dirk Geest: „Die Urlaubsmacher – Karrierewege im Tourismus“ (2014), BoD, 136 Seiten, ISBN: 978-3-7357-3870-7



Wir benutzen Cookies. Bei Weiternutzung nehmen wir an, dass Sie unsere Cookie-Richtlinien verstehen und akzeptieren. Eine Erklärung, wie Sie die Cookie Einstellungen verändern können, finden Sie in unserer Datenschutzerklärung.

[Mehr Informationen](#)

[OK](#)

Name *

E-Mail (wird nicht veröffentlicht) *

Webseite

Bitte rechnen Sie 5 plus 7. *

Über neue Kommentare per E-Mail benachrichtigen

KOMMENTAR ABSENDEN



ANKE LÜNEBURG

POTENZIALE + COACHING

MARKETING & STRATEGIEN

ORGANISATIONS-BERATUNG

BLOG

[Suche](#) [Sitemap](#) [Kontakt](#) [Impressum](#) [Datenschutzerklärung](#)

© Copyright 2018 • Anke Lüneburg • Niehuuser Straße 12b • 24955 Harrislee



Wir benutzen Cookies. Bei Weiternutzung nehmen wir an, dass Sie unsere Cookie-Richtlinien verstehen und akzeptieren. Eine Erklärung, wie Sie die Cookie Einstellungen verändern können, finden Sie in unserer Datenschutzerklärung.

[Mehr Informationen](#)

OK