



Deutsche Gesellschaft für
Tourismuswissenschaft e.V.

executive summary.

TOURISMUSSTUDIUM
Hochschulen im Absolvententest

Eine empirische Studie der DGT e.V. in Zusammenarbeit mit

fvw

März 2013

EINLEITUNG

Qualifizierter Nachwuchs ist unverzichtbar für die Wettbewerbsfähigkeit und die Zukunft der Tourismusbranche. Die Deutsche Gesellschaft für Tourismuswissenschaft e.V. (DGT) führte in Zusammenarbeit mit der fvw eine Umfrage bei Tourismusabsolventen durch, um fundierte Anregungen für die Optimierung dieses Ausbildungszweiges zu erhalten und einen Beitrag zur Qualitätssicherung der akademischen Touristik-Ausbildung zu leisten.

Es wurde 2.115 Absolventen von touristischen Studiengängen in Deutschland, Österreich und der Schweiz kontaktiert und mittels schriftlich standardisiertem online Fragebogen zwischen 30.01.2013 und 22.02.2013 befragt. Der Rücklauf betrug 44,3 % (n=939). Abgefragt wurde u.a. allgemeine Daten zum Studium, die Bewertung des Studiums, die Studienziele zu Beginn des Studiums sowie deren Erfüllungsgrad am Ende des Studiums, die Wichtigkeit bestimmter Qualifikationen für den beruflichen Erfolg zu Beginn des Studiums und die Förderung dieser Qualifikationen durch die Hochschule, sowie der beruflicher Werdegang.

AUSGEWÄHLTE ERGEBNISSE IM ÜBERBLICK

STICHPROBENMERKMALE

Die befragten Absolventen haben zu 62,5% an Fachhochschulen und zu 23,3% an Universitäten studiert, wobei knapp 57,9% ein Bachelor-, 36,2% ein Diplom-, sowie 9,3% ein Masterstudium absolviert haben.

		n	%
Geschlecht (n=938)	männlich	223	23,7
	weiblich	715	76,1
Ausbildungsort (n=806)	Uni	219	23,3
	FH	587	62,5
Abschluss (n=939)	Bachelor	544	57,9
	Master	87	9,3
	Diplom	340	36,2
Ausbildungsland (n= 939)	Deutschland	850	90,5
	Schweiz	32	3,4
	Österreich	23	2,4
	andere	34	3,6
Alter (n=933)	< 20	2	0,2
	20 bis 29	602	64,1
	30 bis 39	232	24,7
	40 bis 49	79	8,4
	> 50	18	1,9
Studienabschluss (n=939)	< 1990	14	1,5
	1990-1999	65	6,9
	2000-2009	282	30,0
	2010 >	577	61,4

Abbildung 1. Beschreibung der Stichprobe

BEWEGGRÜNDE FÜR DIE WAHL DES STUDIUMS

Bei der Frage nach den drei Hauptgründen für die Wahl des Studiums nannten die Absolventen die inhaltliche und fachliche Ausrichtung der Ausbildung, den Praxisbezug und die Wirtschaftsnähe sowie das Fremdsprachenangebot an der Hochschule als primäre Gründe für die Wahl der Ausbildungseinrichtung.

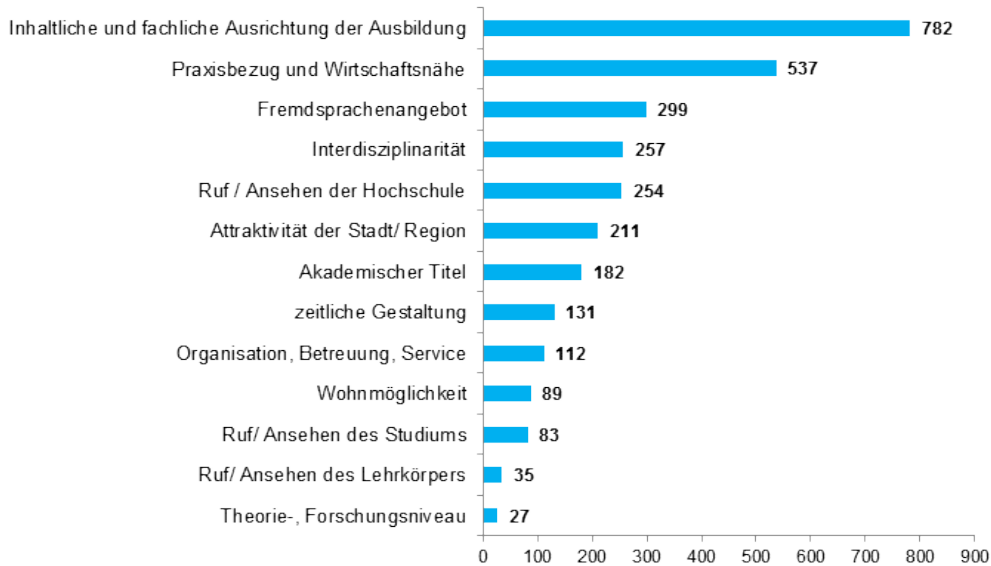


Abbildung 2. Beweggründe für Studienwahl (Anzahl Nennungen, n=939)

BERUFLICHER WERDEGANG

78,8% der Befragten waren bis zu 3 Monate auf Arbeitssuche, 14,1% bis zu 6 Monate und 7% der Befragten waren länger als ein halbes Jahr auf Jobsuche. Nur 7,5% der Absolventen touristischer Studiengänge gehen in die Selbständigkeit, 5,6% sind mittlerweile im Top Management.

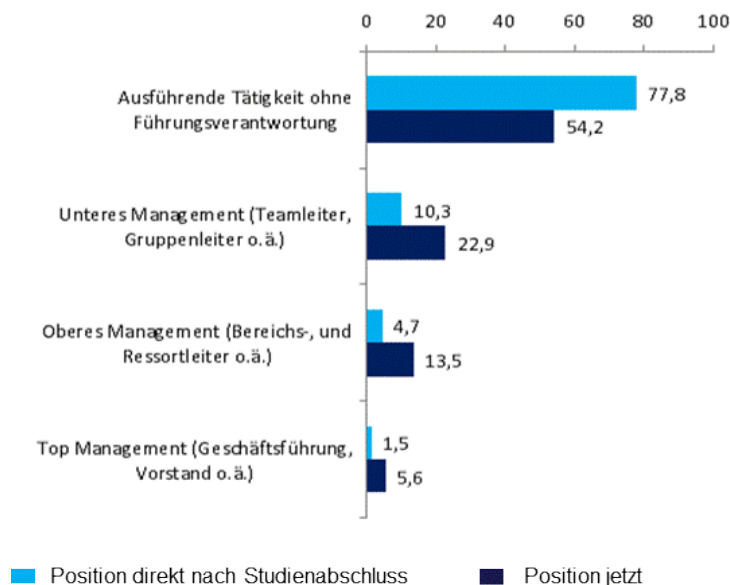


Abbildung 3. Position (Anzahl Nennungen, n=939)

STUDIENZIELE & ERFÜLLUNGSGRAD

Die Frage nach der Wichtigkeit ausgewählter Studienziele zu Studienbeginn (X-Achse) sowie der Beurteilung, in welchem Umfang diese Ziele durch das Studium tatsächlich erreicht wurden (Y-Achse), zeigt dass die Ziele *beruflicher Aufstieg*, *Sicherung der eigenen Wettbewerbsfähigkeit* und die *Akzeptanz im beruflichen Umfeld* (Quadrant IV) mit Priorität zu verbessern sind. Ziele wie *Zugang zu Netzwerken*, *Führungskompetenz*, *Erhöhung der Arbeitsplatzsicherheit* sowie die *Einkommensentwicklung* stellen akzeptable Nachteile dar (Quadrant III). Ziele wie *Verbesserung der eigenen Effizienz* sowie *Akzeptanz im persönlichen Umfeld* sind irrelevant Vorteile (Quadrant II), und Faktoren wie *Persönlichkeitsentwicklung*, *fachliche Kompetenz* und *Methodenkompetenz* zeigen sowohl von der Wichtigkeit als auch vom Erfüllungsgrad sehr gute Werte, hier ist die Position zu halten bzw. auszubauen (Quadrant I).

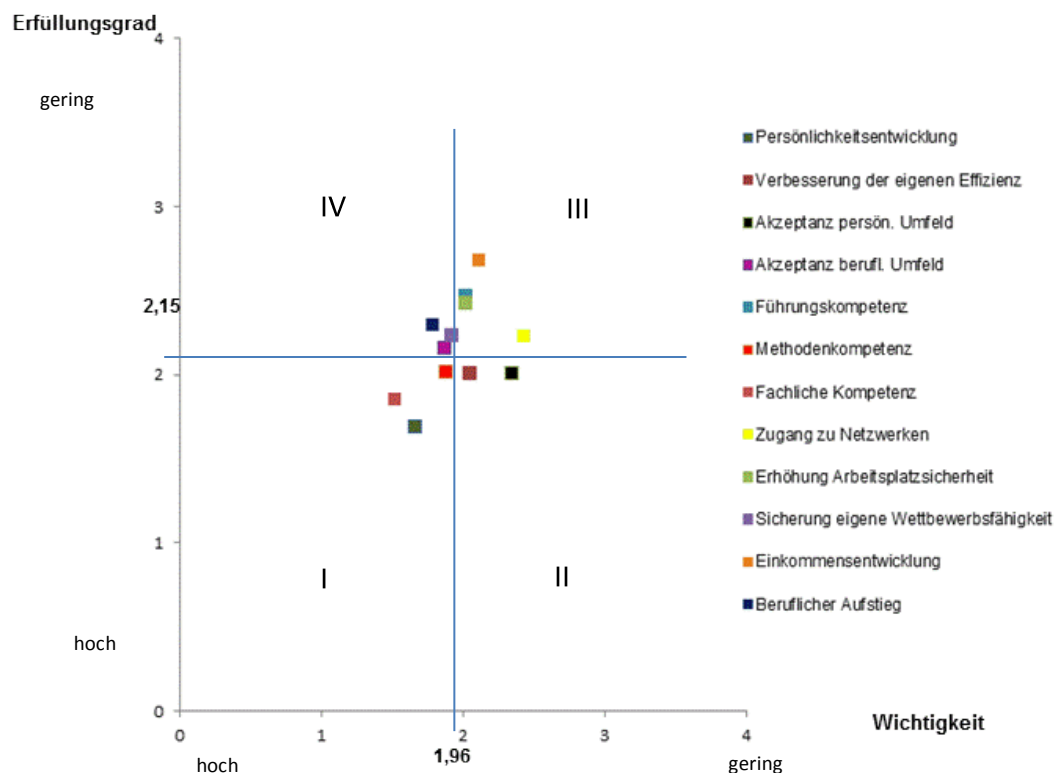


Abbildung 4. Gegenüberstellung Wichtigkeit & Erfüllungsgrad Studienziele (Mittelwerte, n=939)

BERUFLICHE QUALIFIKATIONEN & FÖRDERUNG DURCH HOCHSCHULE

Die Frage nach der Wichtigkeit ausgewählter Qualifikationen für den beruflichen Erfolg (X-Achse) sowie der Förderung der Qualifikationen durch die Ausbildungseinrichtung (Y-Achse), zeigt dass die Qualifikationen *Entscheidungskompetenz*, *Problemlösungsfähigkeit*, *Konfliktfähigkeit* und *Reflexionsfähigkeit* (Quadrant IV) mit Priorität zu verbessern sind. Qualifikationen wie *Networking* und die *Fähigkeit zur Motivation* stellen akzeptable Nachteile dar (Quadrant III). Qualifikationen wie *profundes Branchenwissen*, *profundes Fachwissen*, *Methodenkompetenz*, *Leistungsorientierung*, und *Fremdsprachenkompetenz* gelten als irrelevante Vorteile (Quadrant II), und Qualifikationen wie *ganzheitliches Denken*, *Teamfähigkeit*, *Kommunikationsfähigkeit* und *Präsentation- u Moderationstechniken*, zeigen sowohl von der Wichtigkeit als auch vom Erfüllungsgrad sehr gute Werte, hier ist die Position zu halten bzw. auszubauen (Quadrant I).

Förderung durch Hochschule

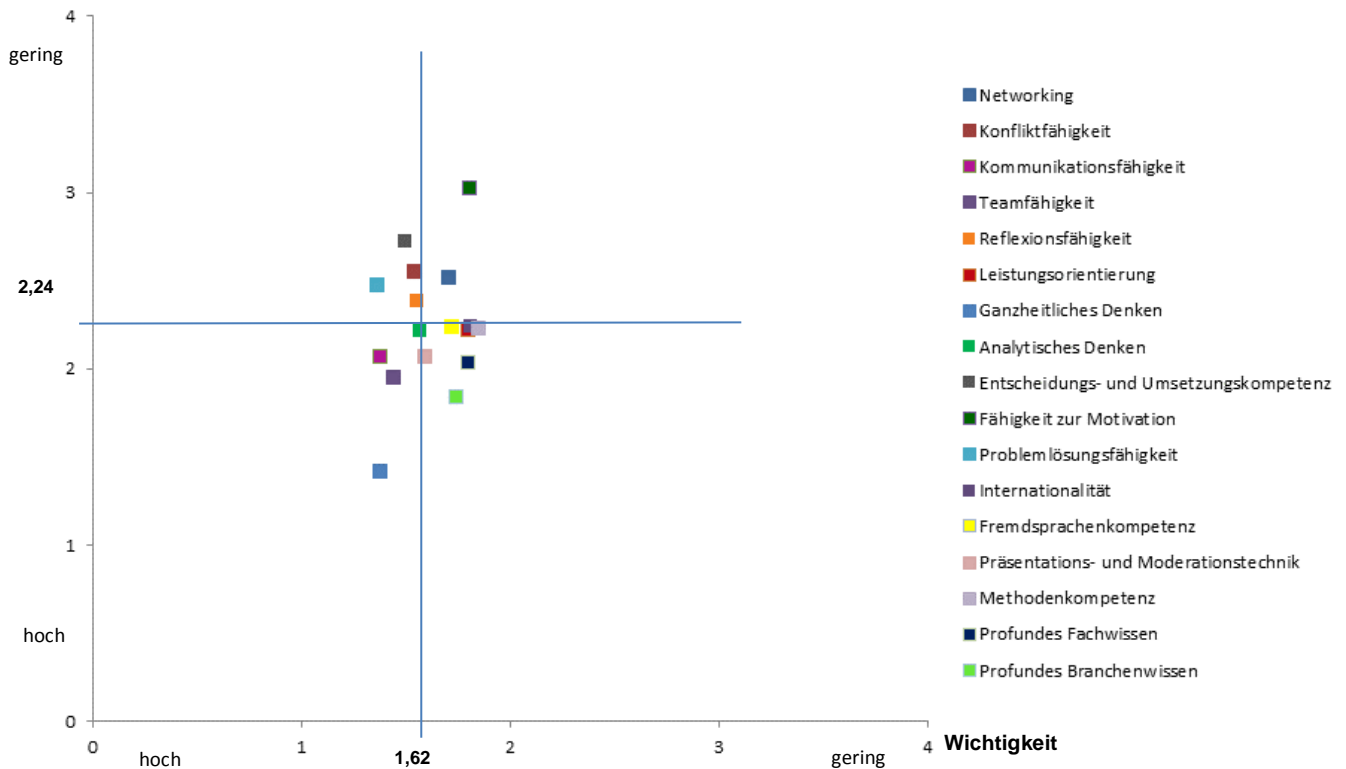


Abbildung 5. Gegenüberstellung Wichtigkeit & Förderung Qualifikationen (Mittelwerte, n=939)

DERZEITIGE BESCHÄFTIGUNG

Die befragten Absolventen arbeiten zu 80,5% im Dienstleistungsbereich und hier v.a. bei Reiseveranstalter (26,6%), Destinationsmarketingorganisationen (12,5%).

Aktueller Sektor		n	%
Aktueller Sektor	Dienstleistungen	756	80,5
	Verbände, Organisationen, Stiftungen	90	9,6
	Bildungs-, Aus- und Weiterbildung, Forschung, Kultur	85	9,1
	Allgemeine öffentliche Verwaltung	50	5,3
	Verarbeitendes Gewerbe, Industrie, Bau	41	4,4
	Land-, Forstwirtschaft, Fischerei, Energie, Wasserwirtschaft	3	0,3
	Touristischer Bereich (n=729)		
Reiseveranstalter	250	26,6	
Destinationsmarketingorganisation	117	12,5	
Beratung	72	7,7	
Reisebüro	49	5,2	
MICE Branche	45	4,8	
Fremdenverkehrsverband	43	4,6	
Kreuzfahrten	34	3,6	
Fluggesellschaft	31	3,3	
Travel Technology	24	2,6	
Business Travel Management	21	2,2	
Verlagswesen/Journalismus	10	1,1	
sonstige	33	3,4	

Abbildung 6. Derzeitige Beschäftigung

77,6% der befragten Absolventen verweilen im Tourismussektor, 22,3% der Befragten sind gewechselt. Die häufigsten Gründe für einen Ausstieg aus der Tourismusbranche sind: die schlechte Bezahlung (23,4%), interessante Jobangebote in anderen Branchen (13,3%) sowie kein entsprechendes Jobangebot im Tourismus (11,7%).

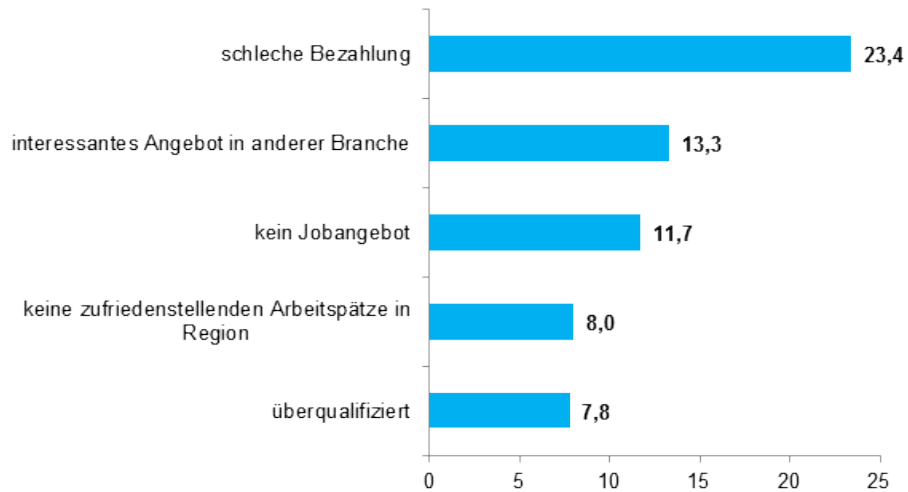


Abbildung 7. Top 5 Gründe (in %, n=210)

BEWERTUNG DES STUDIUMS

Die Frage, ob man sich im - im Nachhinein betrachtet – für das richtige Studium entschieden hat, zeigt, dass 80,3% Prozentsatz der befragten Absolventen das abgeschlossene Studium als das Richtige bewertet.

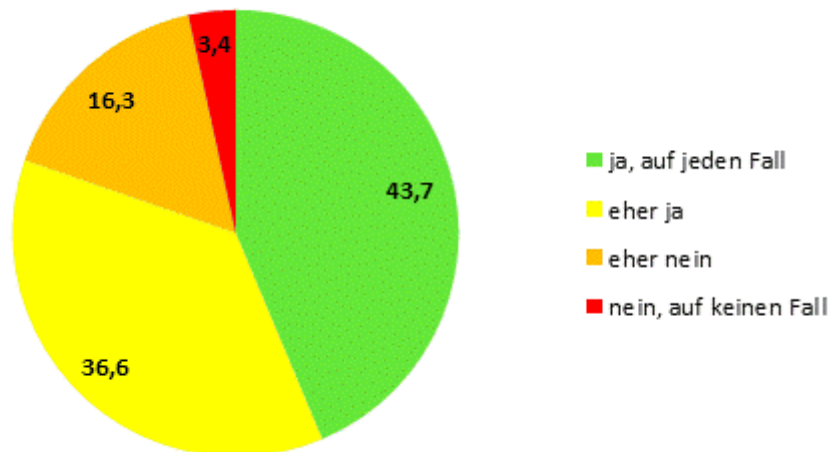


Abbildung 8. Entscheidung für Studienwahl (in %, n=939)

Die Weiterempfehlungsrate der Hochschule zeigt mit 84,5% ebenfalls ein sehr positives Bild.

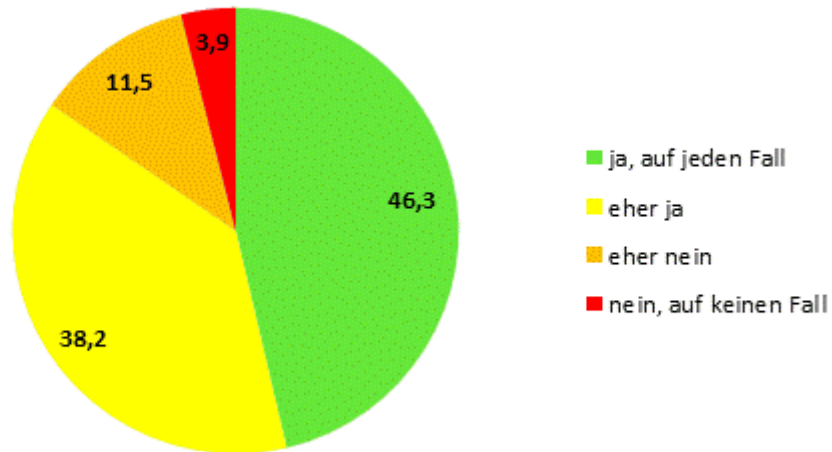


Abbildung 9. Weiterempfehlung der Hochschule (in %, n=939)

Die letzte Frage war die Frage nach der Gesamtnote, die man für das absolvierte Studium ausstellen würde. 69,6% der Befragten beurteilen das Studium mit sehr gut oder gut.

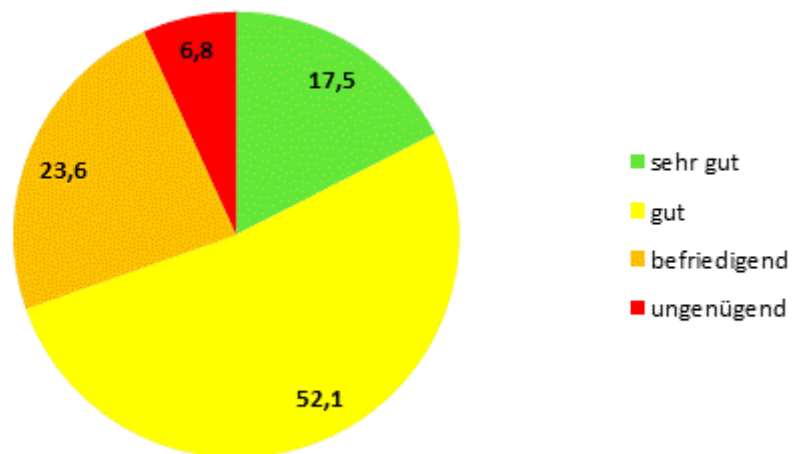


Abbildung 10. Gesamtbeurteilung des Studiums (in %, n=939)

INFORMATION

Für weitere Fragen stehen wir Ihnen selbstverständlich gerne zur Verfügung.

Projektleitung

Prof. Dr. Anita Zehrer

Vizepräsidentin der DGT

MCI Tourismus

anita.zehrer@mci.edu