



Observatoire Valaisan
du Tourisme



weiterbildung
formation continue



Weiterbildung im Tourismus

Die Vision der Akteure in der Schweiz und im Wallis



Executive summary

ritzy* und das Walliser Tourismus Observatorium (WTO) haben eine Umfrage durchgeführt, um die Bedürfnisse der Tourismusbranche im Bereich der Weiterbildung zu erfassen. Die Ergebnisse geben wertvolle Hinweise für die Zukunft.

Die Weiterbildung ist der wichtigste Schlüssel zum Erfolg für die Zukunft der Branche. Sie kann es ermöglichen, den Herausforderungen der Zukunft gerecht zu werden und sich den durch Innovation und Automatisierung gekennzeichneten Geschäftsbedingungen zu stellen. Die Umfrage mit dem Titel "Weiterbildung im Tourismus. Die Vision der Akteure in der Schweiz und im Wallis " zielt darauf ab, eine Bestandaufnahme der Weiterbildung im Wallis zu erstellen und die Bedürfnisse des Tourismussektors in der Schweiz zu eruieren.

- **Eine klare Erwartung in Sachen Weiterbildung**

Die Weiterbildung wird von fast allen Befragten als **äusserst wichtig** bewertet. **Mehr als 80%** der Befragten haben in den drei vergangenen Jahren mindestens einen Weiterbildungstag besucht. Mehr als 70% haben mehr als 3 Weiterbildungstage besucht.

Ein wichtiger Motivationsfaktor, um eine Weiterbildung zu besuchen, ist die Notwendigkeit, **vorhandenes Wissen zu vertiefen**. Es ist den Teilnehmern wichtig, „up to date“ zu bleiben, indem sie ihr Wissen und ihre Fachkenntnisse im betreffenden Bereich auffrischen. Die Weiterbildung ist ebenfalls ein Mittel, um **sich unter Fachleuten zu treffen**, auszutauschen und zu netzwerken.



Executive summary

- **Die Hemmfaktoren: Zeit und Anreise**

Der Zeitaufwand wird als erheblicher Hemmfaktor gesehen.

Kurze Weiterbildungen werden bevorzugt und sollten zu Beginn der Nebensaison stattfinden. Die Mehrheit der Befragten erklären sich dazu bereit, max. 60 Min. Reisezeit für einen Weiterbildungstag in Anspruch zu nehmen. Der Mehrheit der Befragten gefällt das Prinzip des eLearnings. Das ritzy*Webinarangebot hat also Potential, da es die Hemmfaktoren im Zusammenhang mit der Anreise und Zeitinvestition reduziert.

- **Das Angebot: verschiedene Interessen je nach Sektor**

Das Interesse für die Art der **Kursthemen** weicht je nach Sektor ab. Die Beschäftigten der touristischen Vermarktung interessieren sich vorwiegend für Personalentwicklung, Sprachen, e-Marketing und Social Media, während die Beschäftigten im Gastgewerbe Kurse zu Kundenbeziehung und -empfang, Betriebsstrategie, Personalführung und Kommunikation/Verkauf vorziehen.

In Bezug auf das **Angebot** wird vom Weiterbildungsprogramm eine Auswahl an Kursen zu Themen wie Kundenbeziehung und -empfang, traditionelles und digitales Marketing, touristische Produktentwicklung sowie Sprachkurse für Fortgeschrittene erwartet.



Executive summary

- **Erwartung einer Anerkennung**

Das **Erlangen eines Zertifikats** oder eines Diploms nach einer Weiterbildung ist der Mehrheit der Befragten sehr wichtig, um eine Anerkennung ihrer neuen Fähigkeiten zu erhalten.

- **ritzy* begeistert und muss sich weiter bekannt machen**

Ritzy* genießt grosses Ansehen bei allen Befragten. Diejenigen, welche bereits Seminare besucht haben, geben eine **hohe Zufriedenheitsnote** ab!

Mit einem abwechslungsreichen und qualitativ hochstehenden Weiterbildungsangebot unterstützt ritzy* die Akteure des Tourismus in der Schweiz und im Wallis bei den anstehenden Herausforderungen!

Mehr als zwei Drittel der GeschäftsleiterInnen und InhaberInnen ermöglichen ihren Mitarbeitenden Weiterbildungstage zu besuchen. Dennoch kennt die Mehrheit von ihnen den Artikel 19 des L-GAV, der 3 bezahlte Tage für die Weiterbildung vorsieht, nicht. Informationen über das Weiterbildungsangebot entnehmen sie aus **persönlichen Gesprächen**.



Inhaltsverzeichnis

- 1. Kontext**
- 2. Methodik**
- 3. Gesamtauswertung**
 - Profil der Befragten
 - Chronik der Weiterbildung
 - Bedürfnisse bezüglich der Weiterbildung
- 4. Spezifische Analysen**
 - Befragte mit Führungsposition oder Inhaber
 - Ritzy*Kurse
- 5. Zusammenfassung der Umfrage**
- 6. Empfehlungen an das Management**
- 7. Kontakt**



1. Kontext

Die vorgestellten Ergebnisse dieser deskriptiven Analyse ergeben sich aus der Zusammenarbeit zwischen ritzy*, dem Walliser Weiterbildungsprogramm für die Hotellerie, das Gastgewerbe und den Tourismus und dem Walliser Tourismus Observatorium. Ritzy* hat die Umfrage in die Wege geleitet und finanziert.

Ziel dieser Umfrage ist es, die aktuelle Lage der Weiterbildung im Wallis zu analysieren und die Bedürfnisse der Tourismusbranche in der Schweiz zu kennen. Es wurden Fragen zu besuchten Weiterbildungskursen, den ritzy*Kursen und den Bedürfnissen und Erwartungen für die Zukunft gestellt.

Diese Umfrage wurde online erstellt und an mehr als 6'000 Personen versandt, darunter Teilnehmer der ritzy*Kurse. 453 Fragebögen (Antwortquote liegt bei 7,5%) wurden nach einem Versand und zwei Erinnerungsmails gesammelt.



1. Kontext

Ausgangssituation: Warum braucht es eine Intensivierung der Weiterbildung im Tourismus?

- **Das Humankapital** = Der wichtigste Erfolgs- oder Misserfolgswert im Tourismus
- **«High Touch» in einer «High Tech»-Welt:**
Die Qualifikation des Personals ist für eine profitable und effiziente Kundenbeziehung entscheidend. Vor allem im Kontext einer zunehmenden Automatisierung der Arbeiten.
- **Die Weiterbildung als Investition und als Pfand für Perspektive:**
Die Weiterbildung muss im Tourismus ins Personalmanagement einbezogen werden und als reale Investition angesehen werden, um die Y-Generation (nach 1985 geboren) und die Z-Generation (nach 2000 geboren) zu binden.

Quelle: <http://veilletourisme.ca/2015/07/02/enjeux-humains-du-tourisme-a-lerre-numerique>

2. Methodik

- **Bestimmung der Ziele der Umfrage**
 - Ritzy*, OVT
- **Verfassung einer ersten Fassung des Fragebogens**
 - Ritzy*
- **Änderung und Validierung des Fragebogens**
 - Ritzy*, OVT
- **Online Aufschaltung des Fragebogens in 2 Sprachen**
 - OVT (93 Fragen)
- **Erfassen der Daten**
 - Ritzy*, OVT (6'071 kontaktierte Adressen)
- **Erstellung des Berichts der beschreibenden Analyse**
 - OVT (453 Befragten – Antwortsquote von 7.5 %)



2. Methodik

Hinweise über die Interpretationsweise einiger Ergebnisse

Die Ergebnisse der Analyse werden als **Graphiken** oder/und **Frequenztabelle**n dargestellt.

Die Frequenztabelle können **einfache Analyseergebnisse** oder **Kreuzanalysen** vorstellen.

Ein Kreuzauswertungen kann Verhaltensunterschiede über die studierten Unterkategorien der Bevölkerung hervorheben.

In der Fortsetzung dieses Berichts werden die Ergebnisse der Kreuzanalysen in Tabellen dargestellt, deren Werte, je nach statistischer Bedeutung, **schwarz**, **rosa** oder **blau** markiert sind.

Obwohl die schwarz markierten Werte nicht ausser Acht gelassen werden dürfen, verdienen hauptsächlich die rosa und blau markierten Werte eine besondere Aufmerksamkeit.

Nämlich heisst ein blaues Ergebnis, dass die Beobachtung durch eine **überdurchschnittliche** Vertretung der Statistik gekennzeichnet wird. Im Gegensatz steht ein rosa Ergebnis für **unterdurchschnittliche** Ergebnisse.

Als Beispiel lässt die nebenstehende Tabelle die Ergebnisse des Kreuzauswertens der Studie zwischen Geschlecht und Funktion durchscheinen.

	Eine Frau	Ein Mann	Summe
Direktor oder Inhaber	50,3%	49,7%	100,0%
Kader	60,5%	39,5%	100,0%
Mitarbeiter (und andere)	81,4%	18,6%	100,0%



Observatoire Valaisan
du Tourisme



weiterbildung
formation continue

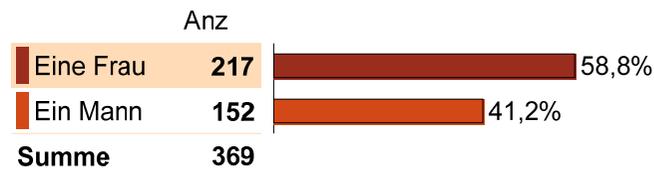
3. Allgemeine Auswertung: das Profil der Befragten



Geschlecht, Altersgruppen und Regionen

Sie sind:

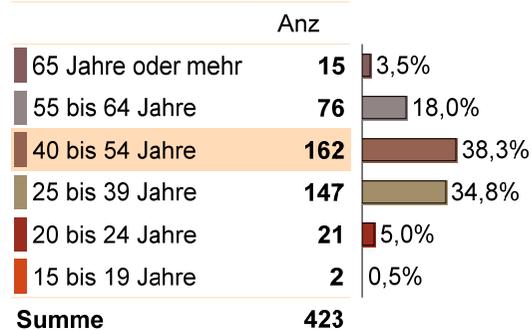
Antwortquote: **81,5%**



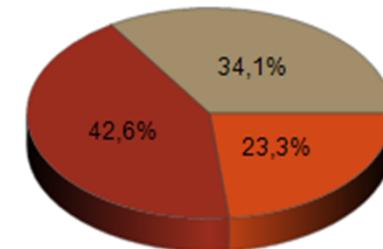
Antwortquote: **90,1%**

Welcher Altersgruppe gehören Sie an?

Antwortquote: **93,4%**



	Anz
Hors-Valais	95
Wallis (französischsprachiger Teil)	174
Wallis (deutschsprachiger Teil)	139
Summe	408



Die Mehrheit der Befragten befinden sich in der Altersgruppe 25 bis 54 Jahre. Mehr als 42% der Befragten arbeiten in einem Betrieb im Unterwallis und 34% im Oberwallis.



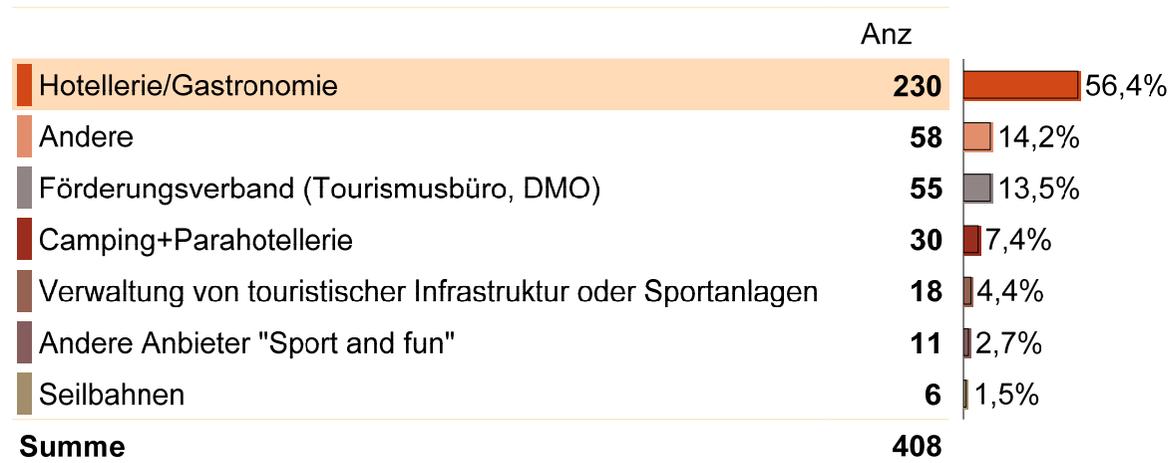
Berufliche Erfahrung

Jahren Erfahrung in Beruf



In welchem Bereich arbeiten Sie?

Antwortquote: **90,1%**



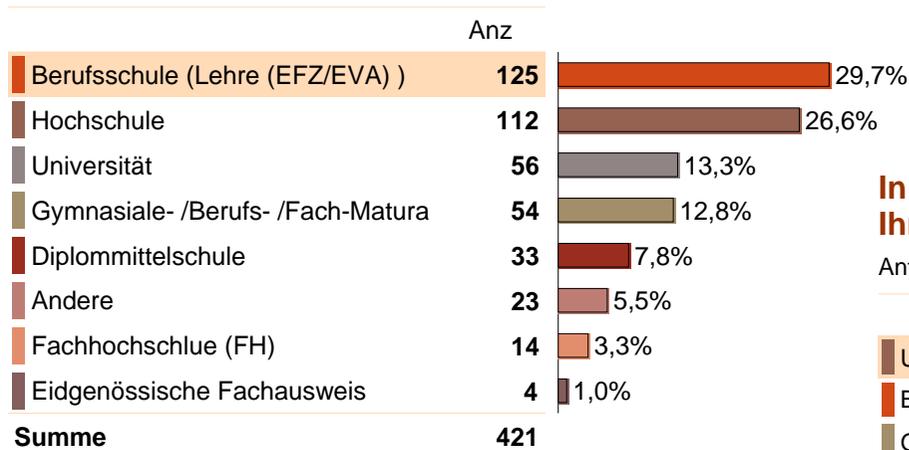
Die Befragten stammen grösstenteils aus der Branche der Hotellerie und Gastronomie und haben durchschnittlich 21 Jahre Berufserfahrung, darunter mehr als 15 Jahre in der Tourismusbranche.



Bildung

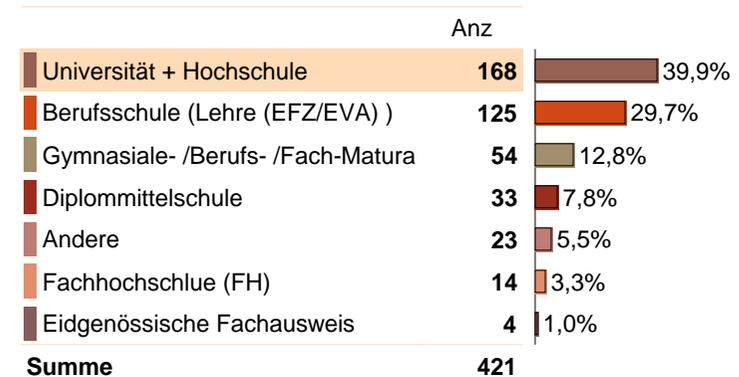
In welcher Art von Einrichtung, haben Sie Ihren höchsten Schulabschluss absolviert?

Antwortquote: **92,9%**



In welcher Art von Einrichtung, haben Sie Ihren höchsten Schulabschluss absolviert?

Antwortquote: **92,9%**



Fast ein Drittel der Befragten haben eine Sekundarbildung hinter sich (eine EFZ oder EVA absolviert). Interessant ist, dass die tertiäre Bildung, in dem Fall an einer FH und Universität, 40% der Befragten darstellt.



Grundbildung nach Tätigkeitsbereich

	Univer sität + Hochs chule	Berufs schule (Lehre (EFZ/ EVA))	Diplo mmittel schule	Gymna siale- /Berufs- /Fach- Matura	Eidgen össi sche Facha usweis	Fachh ochs chule (FH)	Andere	Summe
Hotellerie/Gastronomie	33,9%	33,9%	10,1%	12,3%	0,4%	4,4%	4,8%	100,0%
Camping+Parahotellerie	23,3%	33,3%	6,7%	20,0%	3,3%	3,3%	10,0%	100,0%
Seilbahnen	33,3%	16,7%	0,0%	16,7%	0,0%	0,0%	33,3%	100,0%
Verwaltung von touristischer Infrastruktur oder Sportanlagen	61,1%	5,6%	11,1%	16,7%	5,6%	0,0%	0,0%	100,0%
Förderungsverband (Tourismusbüro, DMO)	61,1%	13,0%	3,7%	13,0%	0,0%	5,6%	3,7%	100,0%
Andere Anbieter "Sport and fun"	36,4%	27,3%	18,2%	9,1%	9,1%	0,0%	0,0%	100,0%
Andere	49,1%	33,3%	3,5%	8,8%	0,0%	0,0%	5,3%	100,0%

Bezüglich der Bildung ist ein Unterschied zwischen den Bereichen der Hotellerie / Gastronomie und der Förderungsverbände zu sehen. Bei Letzterem ist der Anteil an Befragten, die eine tertiäre Grundbildung genossen haben, überdurchschnittlich hoch. Hingegen ist der Bereich der Hotellerie / Gastronomie bei Ausbildungen wie EFZ oder EBA überrepräsentiert.

Funktion im Betrieb

Welches ist Ihre Funktion im Betrieb?

Antwortquote: 89,6%

	Anz	
Direktor oder Inhaber	198	48,8%
kader	124	30,5%
Mitarbeiter (und andere)	84	20,7%
Summe	406	

	Eine Frau	Ein Mann	Summe
Direktor oder Inhaber	50,3%	49,7%	100,0%
Kader	60,5%	39,5%	100,0%
Mitarbeiter (und andere)	81,4%	18,6%	100,0%

Etwa die Hälfte der Befragten sind in einer Leitungsfunktion tätig oder sind Inhaber des Betriebs. Jedoch zeigt die Kreuzanalyse, dass:

- Diese GeschäftsleiterInnen oder InhaberInnen in der Branche der Hotellerie oder des Gastgewerbes arbeiten. Hingegen sind die Befragten, die in einem Förderungsverband tätig sind, der Mitarbeiter-Funktion zuzuschreiben.

Wenn die Werte «Geschlecht» und «Funktion» gekreuzt sind, merkt man, dass Männer überdurchschnittlich als Direktor oder Inhaber vertreten sind, während Frauen vor allem Mitarbeiterinnen sind.



Sektor und Typ des Arbeitsvertrags

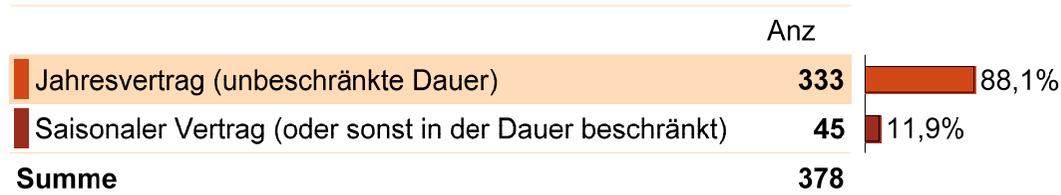
An Ihrem derzeitigen Arbeitsplatz haben Sie:

Antwortquote: **88,7%**



Welche Art von Arbeitsvertrag haben Sie?

Antwortquote: **83,4%**



Die grosse Mehrheit der Befragten haben einen direkten Kundenkontakt und haben einen unbefristeten Arbeitsvertrag.



Observatoire Valaisan
du Tourisme



weiterbildung
formation continue

3. Gesamtauswertung: die Vergangenheit ihrer Weiterbildung



Wichtigkeit der Weiterbildung

Wie wichtig ist Ihnen persönlich Weiterbildung gesamthaft gesehen?



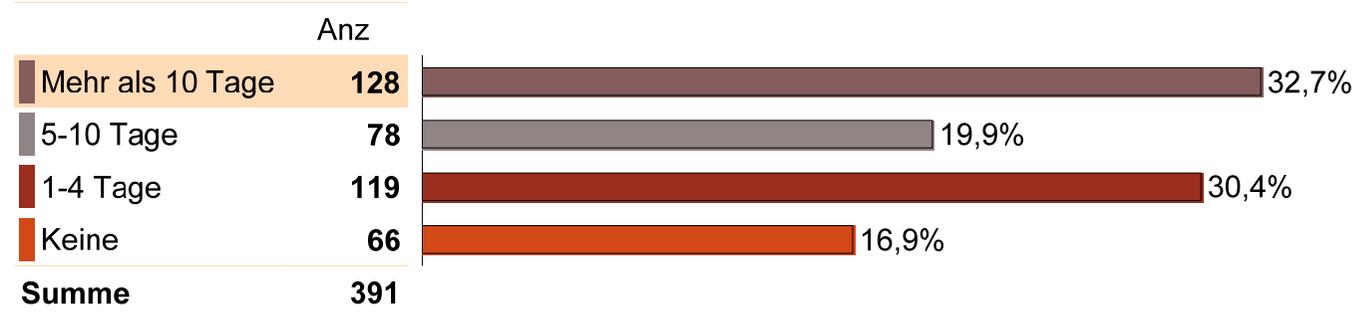
Etwa 95% der Befragten halten die Weiterbildung für ziemlich wichtig, gar sehr wichtig.

Wichtig ist hervorzuheben, dass alle Befragten dieser Meinung sind, egal welcher Altersgruppe sie angehören oder welche Funktion sie innehaben.

Anzahl der Weiterbildungstage

Wie viele Tage haben Sie, in den letzten drei Jahren, der Weiterbildung in Ihrer Branche gewidmet?

Antwortquote: **86,3%**



Ein Drittel der Befragten haben in den letzten drei Jahren mehr als 10 Kurstage besucht. Wenn man die Befragten berücksichtigt, die mehr als 3 Kurstage besucht haben, erhöht sich die Zahl auf 70%.

Die Befragten, die weniger als neun Jahre Berufserfahrung im Tourismus haben, sind in der Kategorie „mehr als 10 Tage“ überrepräsentiert. Die Befragten, die also weniger Berufserfahrung im Tourismus haben, neigen dazu, mehr Weiterbildungstage zu besuchen.

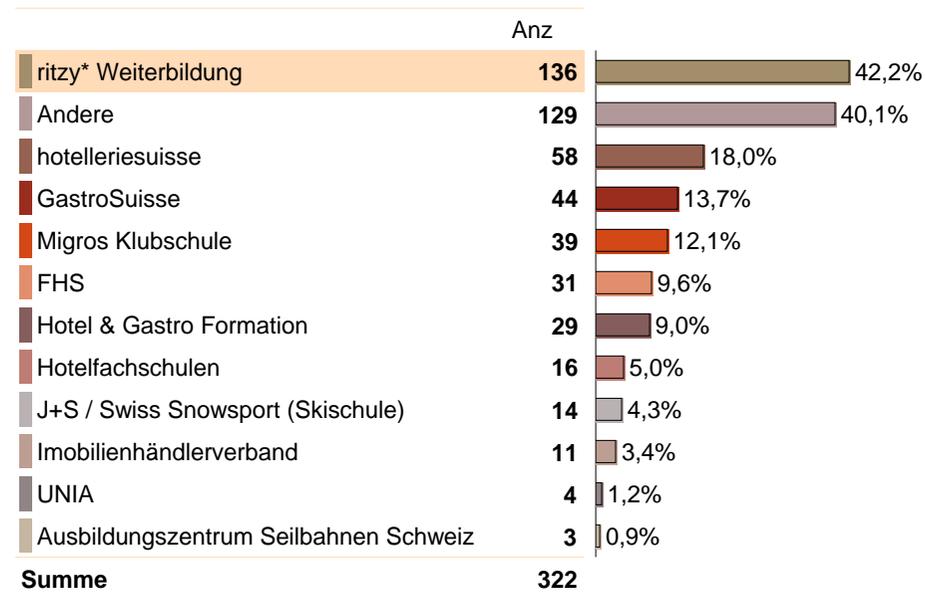
Im Bereich der Förderungsverbände haben mehr als ein Viertel der Befragten (28,8%) keinen Kurs in den letzten drei Jahren besucht. In diesem Fall sind es nur 15,2% im Bereich der Hotellerie und Gastronomie.

Die Befragten aus dem französischsprachigen Wallis neigen dazu, weniger Kurstage zu besuchen, als die Befragten aus dem Oberwallis.

Weiterbildungsinstitutionen

Welche Institution hat die Weiterbildung, an welcher Sie teilgenommen haben, organisiert? (Mehrere Antworten sind möglich)

Antwortquote: **83,2%**

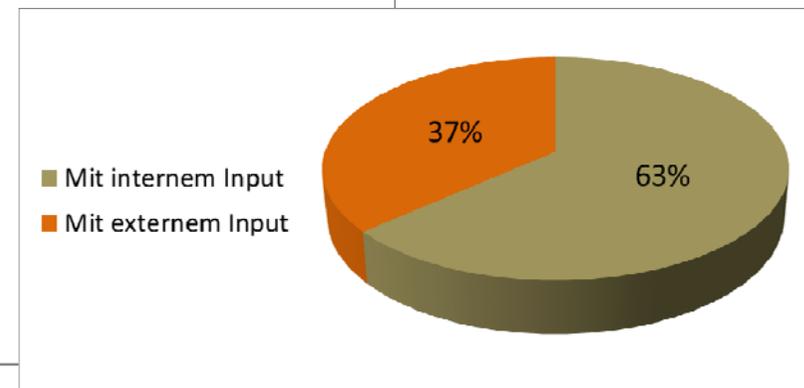
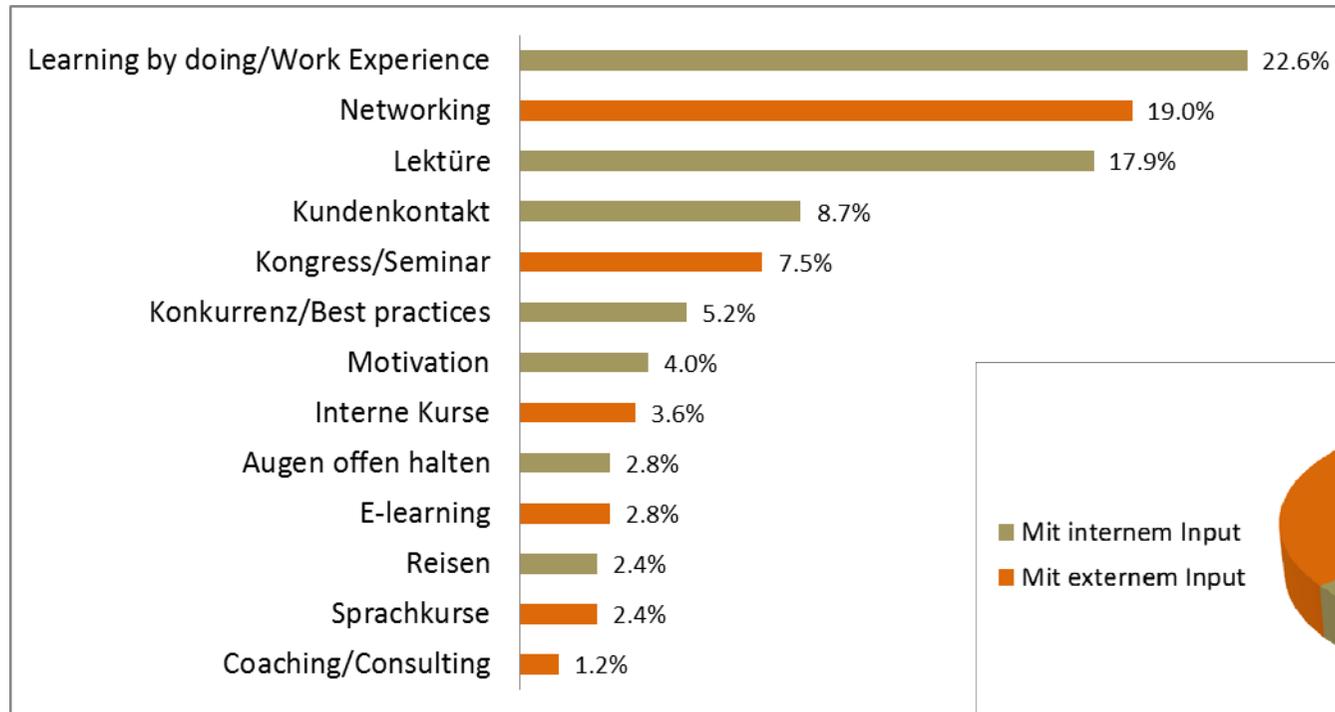


Die Weiterbildungskurse die von den Befragten besucht wurden, stammen zu über 42% von ritzy*, 18% von hotelleriesuisse und 14% von GastroSuisse für die Gesamtgruppe der Befragten.

Die Kategorie «Andere» beinhaltet verschiedene Institutionen, wie z. B. die Volkshochschule, das Schweizerische Rote Kreuz oder die Schweizerische Berufsvereinigung der Sommeliers.



Weitere Instrumente der Fortbildung



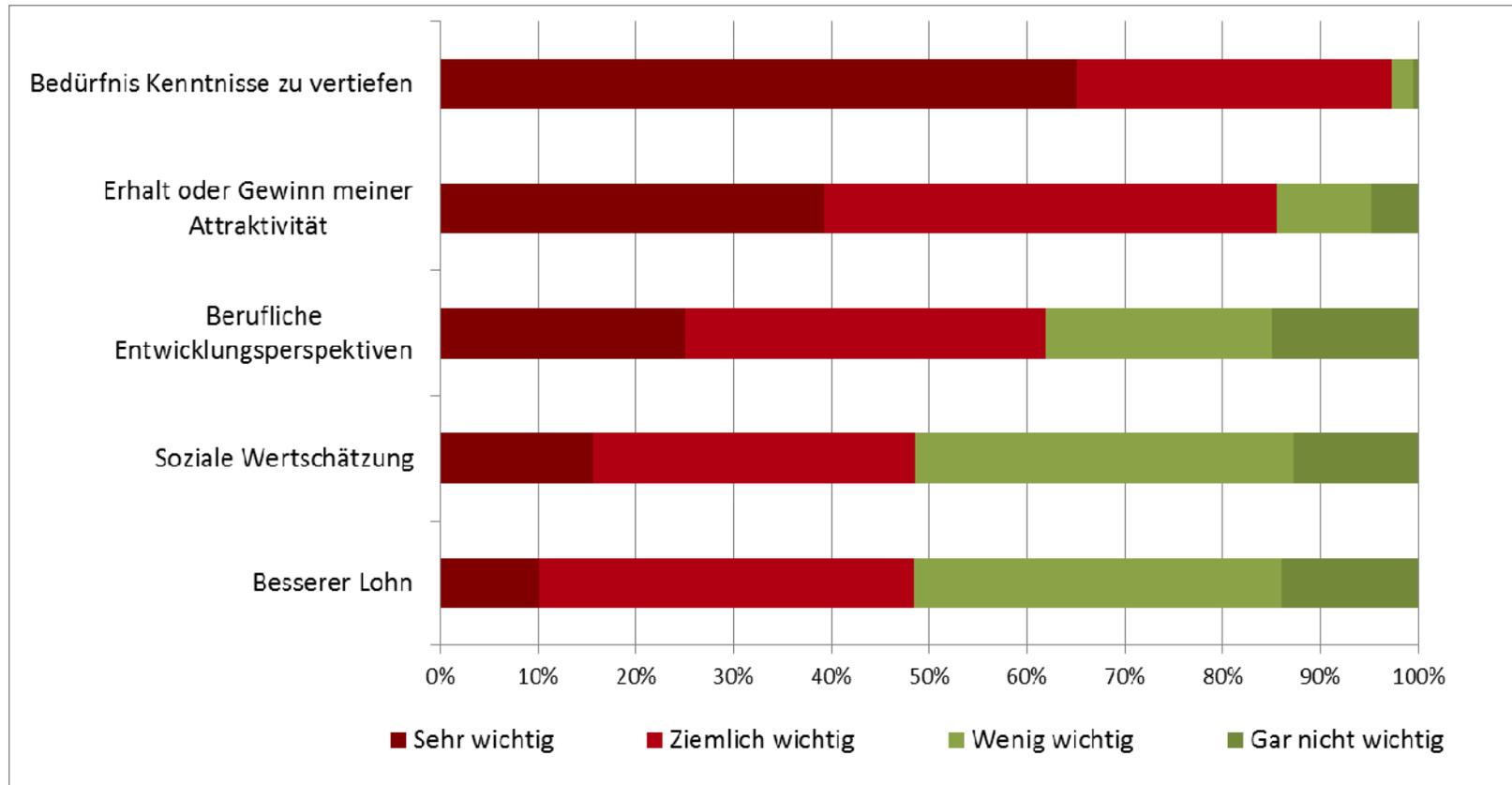
Die Instrumente der Fortbildung sind, neben der Weiterbildung, hauptsächlich Erfahrung, Austausch mit anderen Profis, persönliche Lektüre und der Kundenkontakt.

Wenn man die Möglichkeiten umfasst, die ein internes oder externes Input erfordern, merkt man, dass diese Fortbildungsinstrumente hauptsächlich an ein internes Input gebunden sind.



Beweggründe für die Weiterbildung

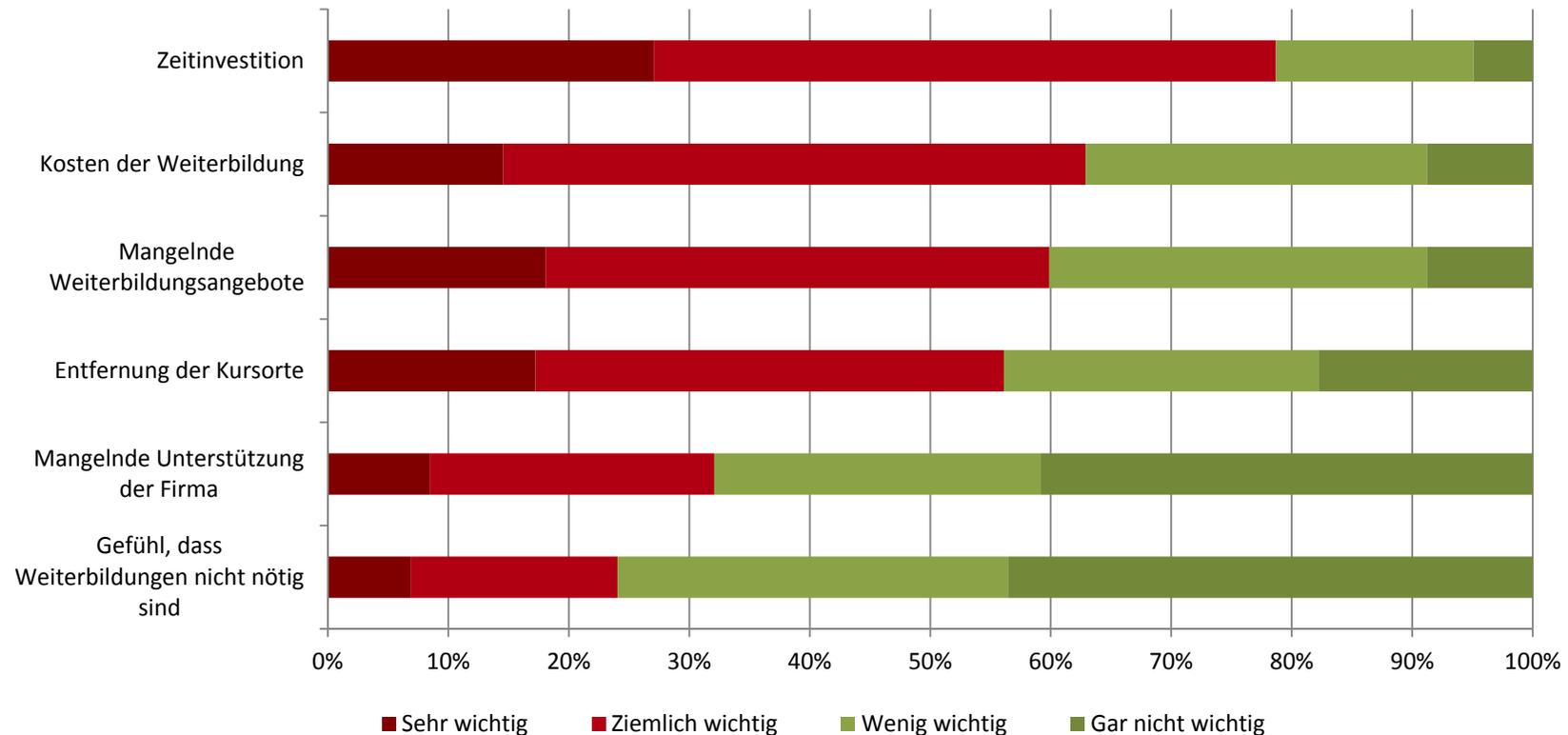
weiterbildung
formation continue



Die Grafik zeigt die Wichtigkeit von verschiedenen Elementen bei der Entscheidung, eine Weiterbildung zu besuchen. Als Hauptbeweggrund steht das Bedürfnis, die Kenntnisse zu vertiefen. Ferner stehen der Erhalt oder Gewinn der Attraktivität und letztendlich die Entwicklungsperspektive in der Funktion oder der Hierarchie.

Hemmfaktoren für die Weiterbildung

weiterbildung
formation continue

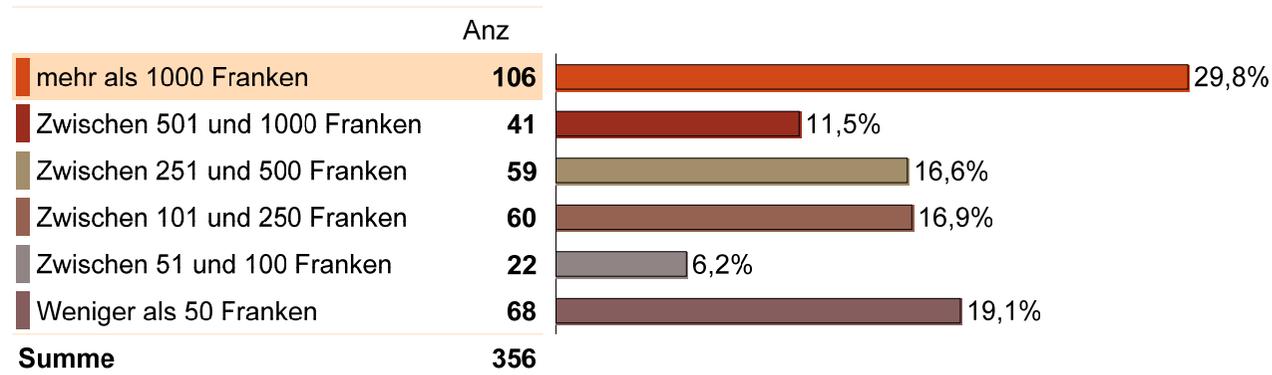


Einer der Hemmfaktoren für die Weiterbildung ist die Zeitinvestition. Die Befragten halten das Vereinen von Familien- und Arbeitsleben für kompliziert. Ein weiterer Hemmfaktor kann der Preis der Weiterbildung sein, jedoch ist dieser Faktor weniger markant wenn die Person in der Geschäftsleitung tätig ist. Ferner scheint ein wichtiger Hemmfaktor das mangelnde Angebot für die Bedürfnisse der Befragten zu sein.

Kosten ihrer letzten Weiterbildung

Wieviel hat Ihre letzte Weiterbildung gekostet?

Antwortquote: **78,6%**



Ungefähr 30% der Befragten haben mehr als 1000 Franken für ihre letzte Weiterbildung ausgegeben. Die Befragten, die als Kader beschäftigt sind und mehr als 1000 Franken ausgegeben haben, sind überrepräsentiert. Die Befragten, die ausserhalb des Wallis arbeiten, sind in dieser Kategorie ebenfalls überrepräsentiert.



Observatoire Valaisan
du Tourisme



weiterbildung
formation continue

3. Gesamtanalyse: ihre Bedürfnisse und Erwartungen bezüglich der Weiterbildung

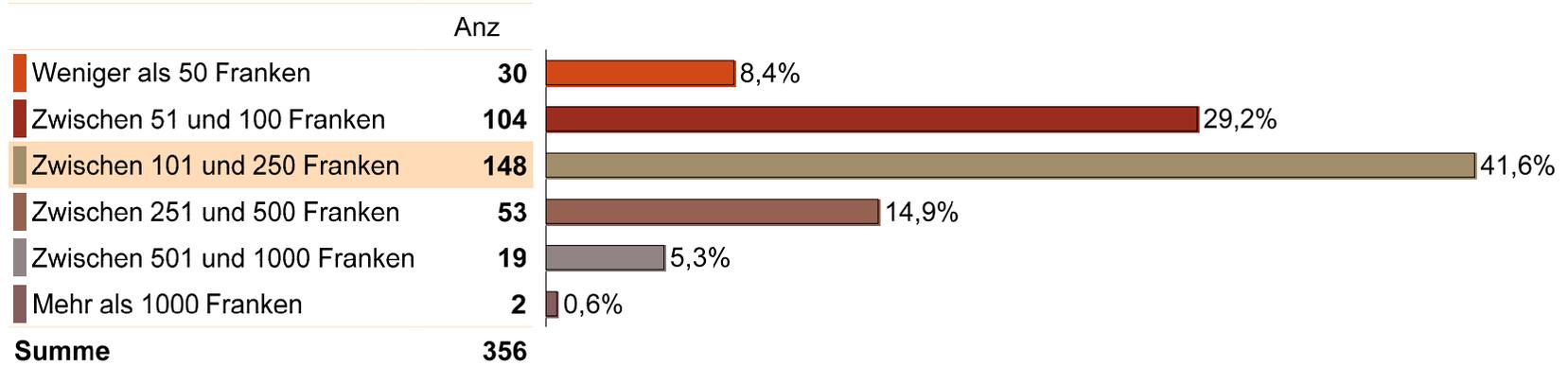


Gewünschter Preis eines Tages Weiterbildung

weiterbildung
 formation continue

Wie viel darf, Ihrer Meinung nach, ein Tag Weiterbildung maximal kosten?

Antwortquote: **78,6%**



Ein Tag Weiterbildung soll zwischen 101 und 250 Franken pro Tag kosten, oder weniger.

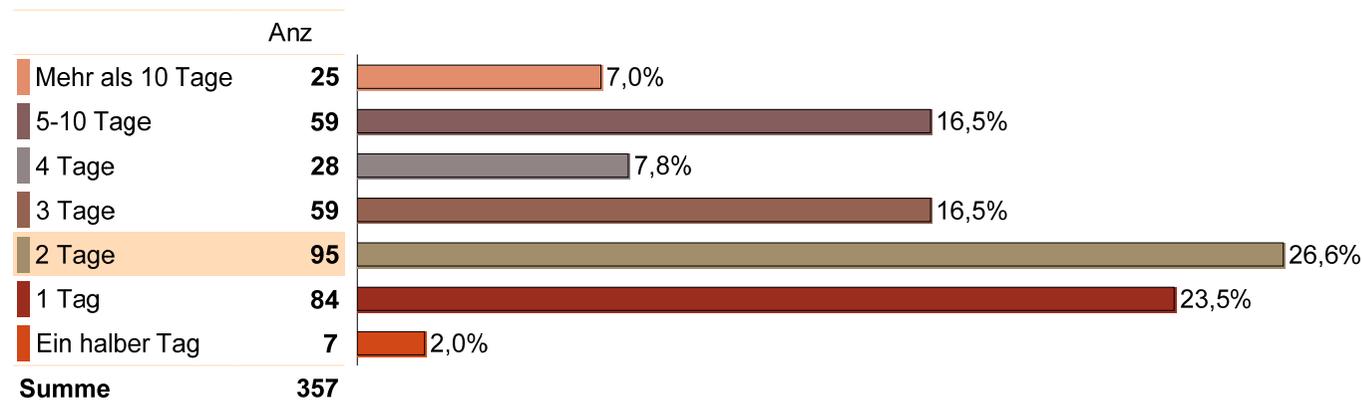
Die Resultate sind je nach Tätigkeitsbereich verschieden. Das Gastgewerbe ist bei einem Preis zwischen 51 und 100 Franken überrepräsentiert, während die Beschäftigten in einer sportlichen und/oder touristischen Infrastruktur bei einem Preis von 101 bis 250 Franken überrepräsentiert sind.

Der Unterschied der Preissensibilität ist auch eine Frage des Geschlechts. Frauen, die in dieser Umfrage als Mitarbeiterinnen überrepräsentiert sind, sind der Meinung, dass der Tag weniger als 100 Franken kosten soll.

Gewünschte Dauer eines Tages Weiterbildung

Unter Berücksichtigung Ihrer privaten und beruflichen Rahmenbedingungen, auf wie viele Tage sollte eine Weiterbildung sich idealerweise verteilen?

Antwortquote: **78,8%**



Die Hälfte der Befragten bevorzugt eine Weiterbildung, die sich auf 1 oder 2 Tage erstreckt.

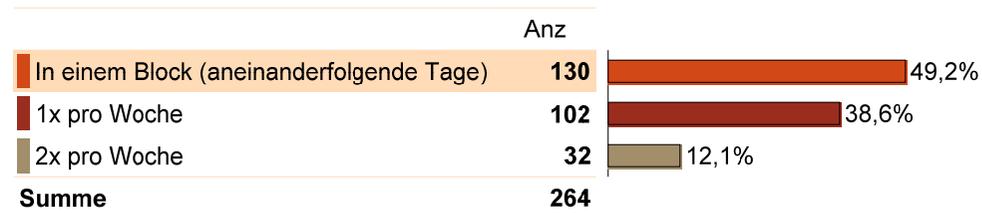
In der Analyse je nach Altersgruppe, fällt auf, dass die Personen, die sich am meisten dafür bereit erklären, eine 5tägige Weiterbildung oder mehr zu besuchen, zwischen 25 und 39 Jahren alt sind, während die Personen, die 40 Jahre alt sind oder mehr, eher dazu neigen, eine ein-, zwei- oder dreitägige Weiterbildung besuchen zu wollen.

Was die Unterschiede der Tätigkeitsbereiche angeht, bevorzugt die Branche des Gastgewerbes eine Weiterbildung, die sich auf 1 oder 2 Tage erstreckt, während die Beschäftigten in einem Förderungsverband für längere Weiterbildungen (5 bis 10 Tage und mehr als 10 Tage) verfügbar sind.

Gewünschte Frequenz einer Weiterbildung

Wie würden diese Weiterbildungstage idealerweise über einen Zeitraum verteilt?(gemäss vorhergehender Frage)

Antwortquote: **99,2%**



	2 Tage	3 Tage	4 Tage	5-10 Tage	Mehr als 10 Tage
1x pro Woche	<u>27</u>	22	12	28	13
2x pro Woche	<u>4</u>	<u>2</u>	2	<u>19</u>	5
In einem Block (aneinanderfolgende Tage)	<u>62</u>	35	14	<u>12</u>	<u>7</u>

Wenn eine Weiterbildung länger als ein Tag dauert, wird die Alternative des Blockkurses (aneinanderfolgende Tage) bevorzugt und dies unabhängig vom Tätigkeitsbereich oder der Funktion der Befragten. Jedoch bevorzugen die Befragten bei Langzeitweiterbildungen (5 Tage und mehr) eine Frequenz von 2 Tage bzw. 1 Tag pro Woche.

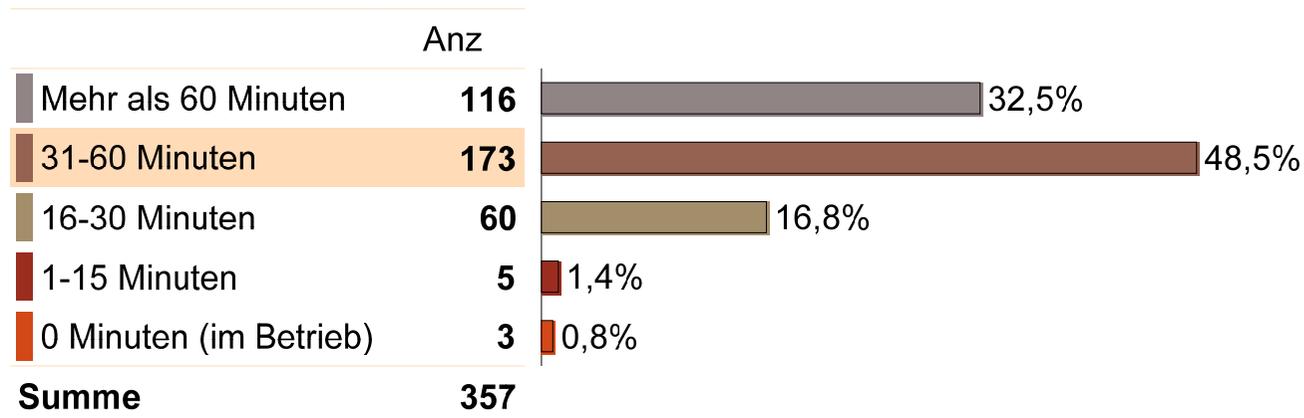
Die Frequenz von einem Tag pro Woche scheint für die meisten Befragten ideal, egal um welchen Zeitraum sich die Weiterbildung erstreckt.



Reisezeit

Welche Reisezeit (Hinreise) sind Sie bereit für eine Weiterbildung in Kauf zu nehmen?

Antwortquote: **78,8%**



Die Reisezeit (Hinfahrt) für einen Tag Weiterbildung sollte zwischen 31 und 60 Minuten liegen. Die Personen, die ausserhalb des Wallis oder im Oberwallis leben, erklären sich eher dazu bereit, eine längere Reisezeit auf sich zu nehmen.

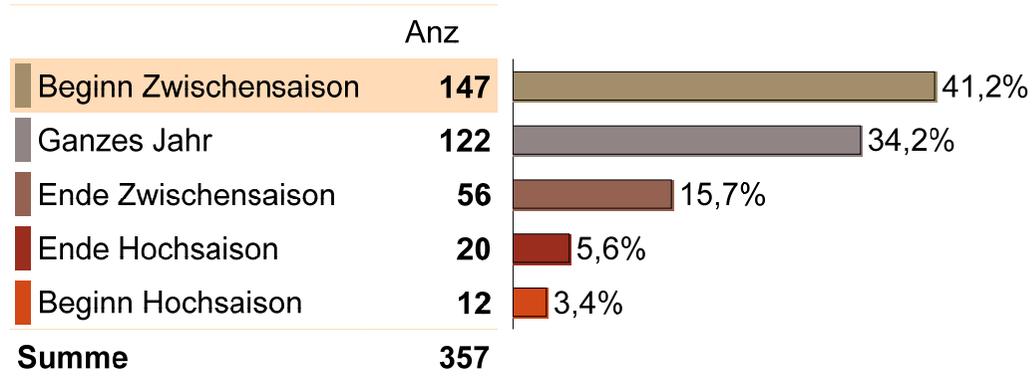
Bei einer Weiterbildung, die teurer als 500 Franken ist, ist eine längere Reisezeit als eine Stunde völlig vorstellbar.



Der beste Zeitpunkt

Welcher Zeitraum eignet sich am Besten für eine Weiterbildung?

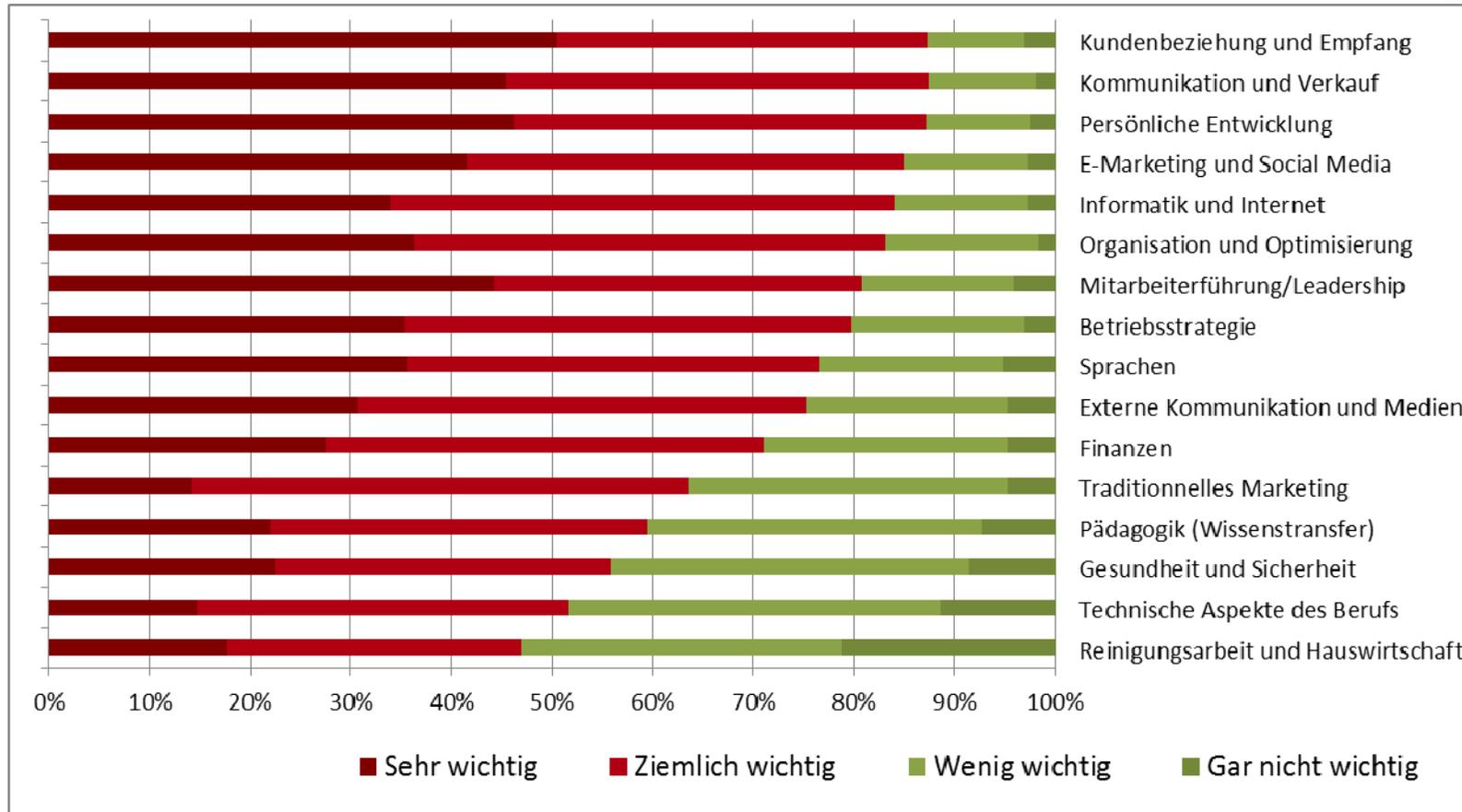
Antwortquote: **78,8%**



Für alle Tätigkeitsbereiche ist die geeignetste Zeit für Kursbesuche der Beginn der Nebensaison . Die Befragten die keine Präferenz haben, sind diejenigen, die nicht in direktem Zusammenhang mit dem saisonalen Tourismus stehen .

Wichtigkeit der Kursthemen

weiterbildung
formation continue



Die Wichtigkeit des Kundenempfangs und –beziehungen sind für die Befragten wesentliche Kursthemen für die Weiterbildung. Ebenso wichtig sind Kommunikation und Verkauf, Persönlichkeitsentwicklung und Online Marketing. Die Liste lässt sich fortsetzen. Jedoch wird aus der Grafik ersichtlich, dass das Interesse der Befragten für diese Kurse mehr als 50 beträgt.

Wichtigkeit der Kursthemen

Die Branche der **Hotellerie und Gastronomie** interessiert sich insbesondere für folgende Kursthemen:

- Empfang und Kundenbeziehung
- Persönlichkeitsentwicklung
- E-Marketing und Social Media
- Unternehmensstrategie
- Personalführung/Leadership
- Kommunikation und Verkauf

Die **Förderungsverbände** interessieren sich insbesondere für folgende Kursthemen:

- Persönlichkeitsentwicklung
- Sprachen
- E-Marketing und Social Media



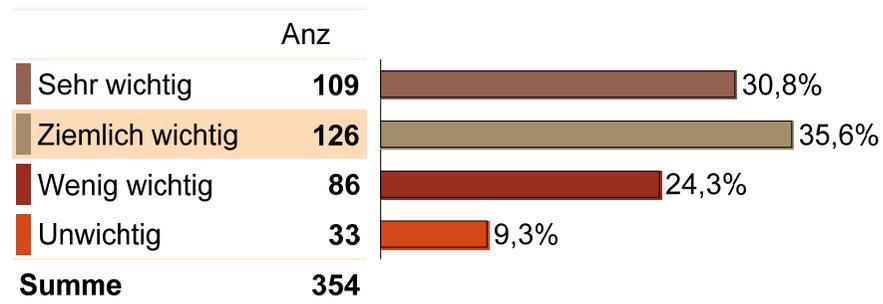
Wichtigkeit eines Zertifikats oder Diploms

Das Erhalten eines Zertifikats oder eines Diplomes nach einer Weiterbildung ist:

Antwortquote: **78,1%**

Mittelwert = **2,88** Median = **3,00** Standardabweich. = **0,95**

Min = **1,00** Max = **4,00**



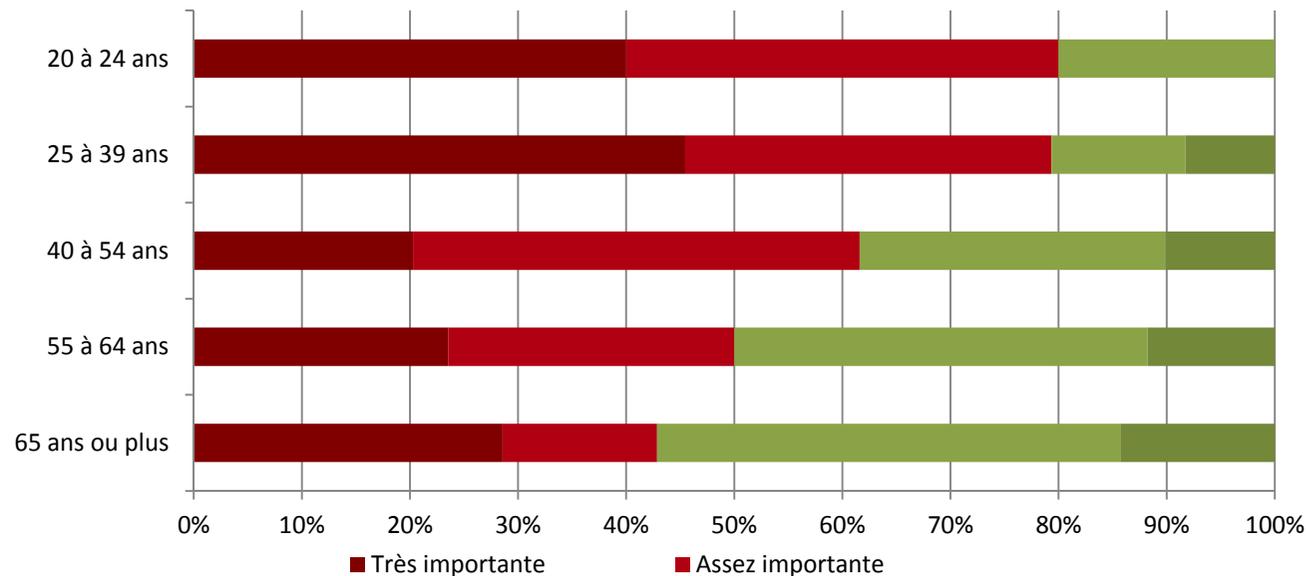
In der Regel wird die Anerkennung durch ein Zertifikat oder ein Diplom als eher wichtig bis sehr wichtig angesehen, vor allem von den Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen und dem Kader.

Hingegen halten 40% der Befragten, die entweder Geschäftsleiter oder Inhaber eines Betriebes sind, die Erlangung einer Zertifizierung für wenig wichtig, oder gar nicht wichtig.

Die Befragten, die in einem Förderungsverband arbeiten, sind mehr an eine Zertifizierung interessiert als die Befragten aus der Branche der Hotellerie und Gastronomie.



Wichtigkeit einer Zertifizierung oder eines Diploms

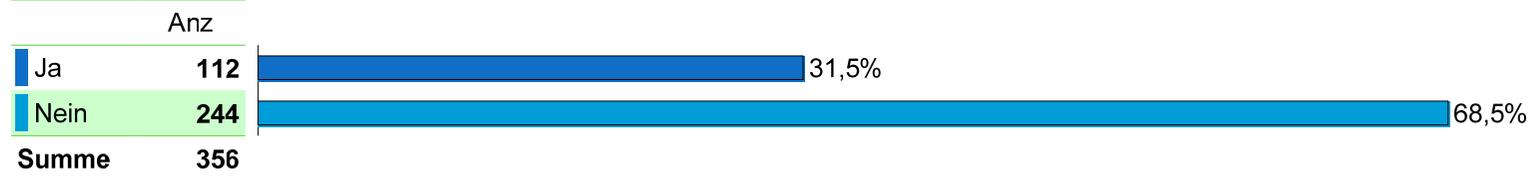


Ein weiterer Unterschied lässt sich in der Alterskategorie ersehen. Personen zwischen 20 und 39 Jahren legen diesem Aspekt eine grössere Bedeutung bei, als von älteren Personen.

Weiterbildung im tertiären Bereich

Sind Sie an einer Weiterbildung im tertiären Bildungsbereich interessiert (Universität, FHS)?

Antwortquote: 78,6%



Die Mehrheit der Befragten sind an einer Weiterbildung im tertiären Bereich nicht interessiert.

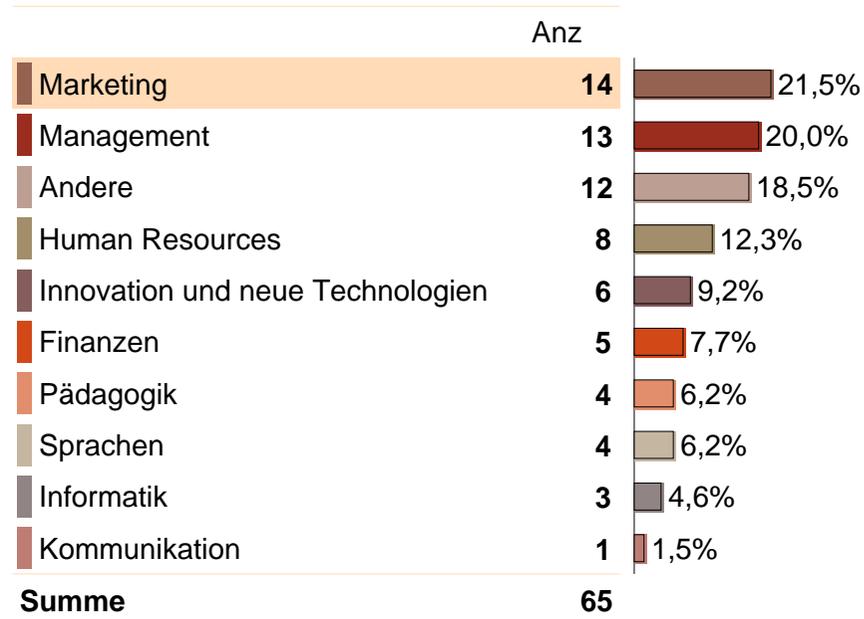
Die Branche des Gastgewerbes ist bei einer negativen Antwort überrepräsentiert, während die Beschäftigten in einem Förderungsverband und in der Verwaltung von Sport- und touristischen Einrichtungen bei einer positiven Antwort überrepräsentiert sind.

Die Personen mit EFZ haben wenig Interesse an einer tertiären Bildung, während die Mitarbeiter oder Kader mehr dazu motiviert sind.

Bei einer genauen Betrachtung des Alters der Befragten merkt man, dass die Personen zwischen 25 bis 39 Jahren bei einer positiven Antwort überrepräsentiert sind, die Personen ab 55 Jahren eher bei einer negativen Antwort.

Das typische Profil der an einer Weiterbildung im tertiären Bereich interessierten Personen ist demzufolge: zwischen 25 und 39 Jahre alt / arbeitet in einem Förderungsverband / Mitarbeiter oder Kader.

Kompetenzen im tertiären Bereich zu entwickeln



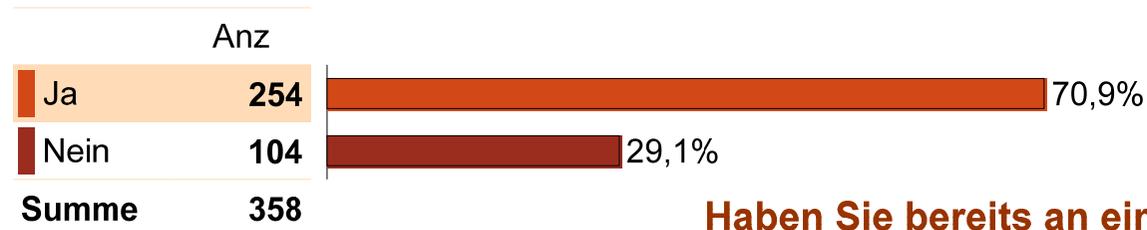
Die von einer Weiterbildung im tertiären Bereich betroffenen Personen konnten sich frei ausdrücken, welche Kompetenzen sie gerne entwickeln würden. Die erste genannte Kompetenz ist Marketing, dann Management (Betriebsführung, Innovationsmanagement, internationales Management) und Human Resources. Unter der Kategorie „Andere“ stehen sehr diverse Themen, die nur einmal erwähnt wurden.



E-Learning

Gefällt Ihnen die Idee des e-learning?

Antwortquote: **79,0%**



Haben Sie bereits an einem Webinar teilgenommen?

Antwortquote: **78,1%**



Das E-Learning stösst auf das Interesse vieler Befragten. Jedoch haben nur wenige Befragte ein Webinar besucht (virtuelle Klasse).

Personen, die bereits ein Webinar besucht haben, sind insgesamt zufrieden.

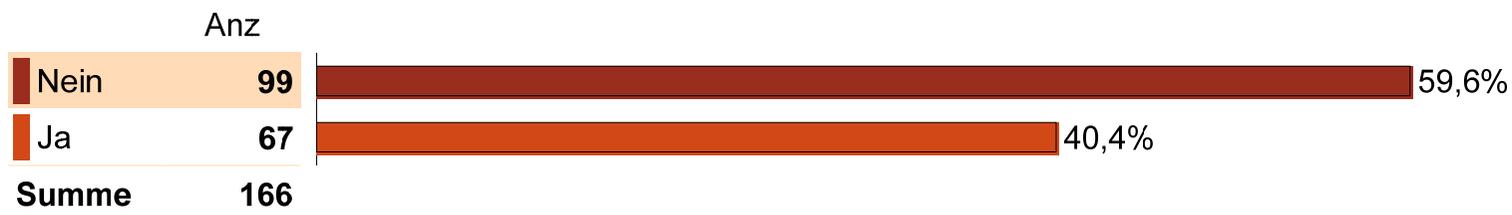


E-Learning

GeschäftsleiterInnen und InhaberInnen:

Wären Sie an einem massgeschneiderten Online-/ oder Webinarangebot interessiert, um Ihre Mitarbeiter weiterzubilden?

Antwortquote: **83,8%**



Das Interesse der Geschäftsleitung und Inhaber für ein Online-Angebot oder Webinar scheint zum Teil begrenzt. Alle Sektoren zusammengenommen befürworten nur 40% ein Online-Angebot. 44% der Geschäftsleitung und Inhaber in der Branche der Hotellerie und Gastronomie sind an diesen Instrumenten interessiert. Hingegen befürworten mehr als 66% der Förderungsverbände solche Massnahmen.



Artikel 19 des L-GAV

Befragte, die im Gastgewerbe arbeiten :

Kennen Sie den Artikel 19 des Gesamtarbeitsvertrages (LGAV), der 3 bezahlte Tage für die Weiterbildung vorsieht?

Antwortquote: **85,7%**



Fast 22% der Befragten aus der Hotellerie und Gastronomie kennen diesen Artikel nicht.

Weniger als ein Viertel der Betriebe der Hotellerie und Gastronomie kennen diesen Artikel, setzen ihn aber nicht um.



Observatoire Valaisan
du Tourisme



weiterbildung
formation continue

4. Spezifische Analyse: Befragte mit Führungsposition oder Inhaber

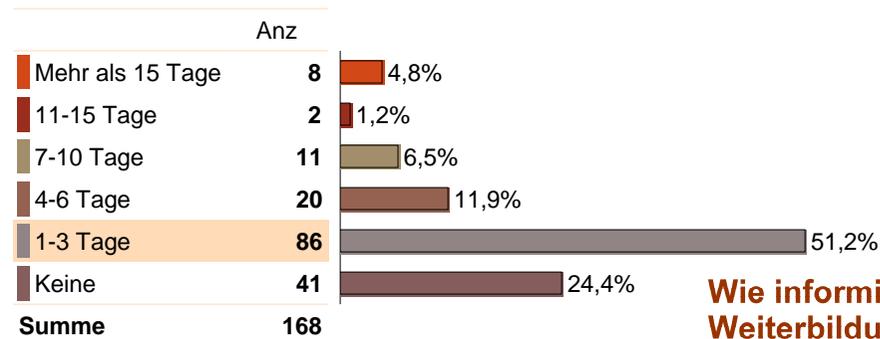


Weiterbildung

weiterbildung
formation continue

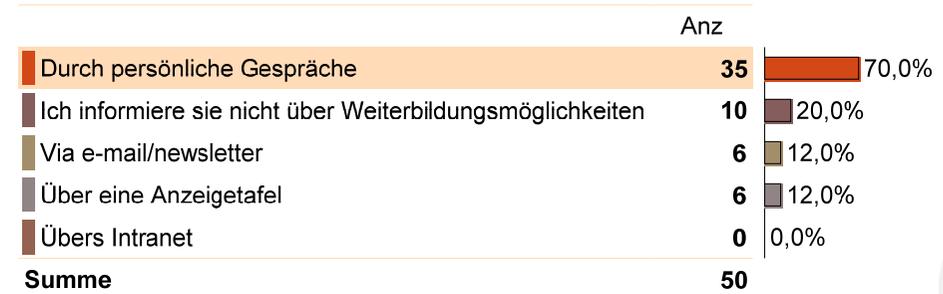
Von wie vielen Weiterbildungstagen profitieren Sie und/oder Ihre Mitarbeiter pro Jahr?

Antwortquote: **84,8%**



Wie informieren Sie Ihre Mitarbeiter über Weiterbildungsmöglichkeiten?

Antwortquote: **83,3%**



Mehr als drei Viertel der Geschäftsleitung oder Inhaber profitieren für sich selbst oder für ihre Mitarbeiter von ein paar Tagen Weiterbildung. Die Mitarbeiter werden im Rahmen von persönlichen Gesprächen über solche Massnahmen informiert.

Jedoch erklären mehr als 30% der Geschäftsleiter und Inhaber der Branche der Hotellerie / Gastronomie, dass sie den Artikel 19 des L-GAV zwar kennen, ihre Mitarbeiter oder sich selbst aber nicht entsprechend von einem Weiterbildungstag profitieren lassen.



Observatoire Valaisan
du Tourisme



weiterbildung
formation continue

4. Spezifische Analyse: ritzy* Kurse





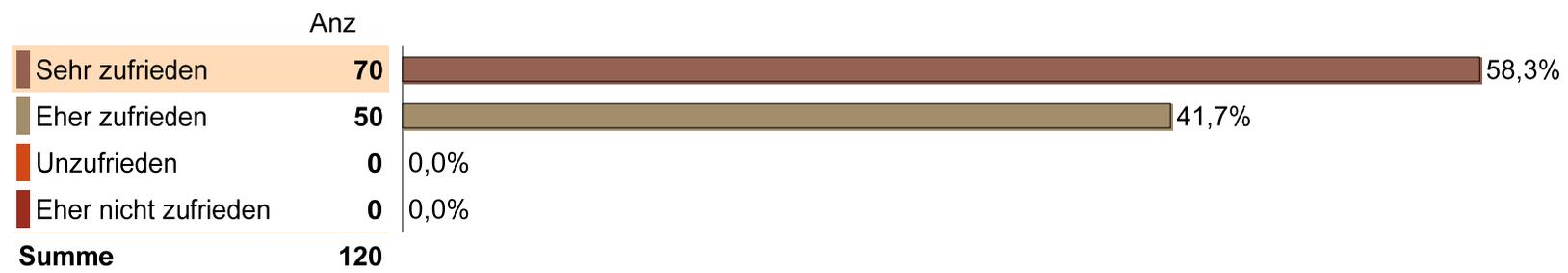
Gesamtzufriedenheit

Bitte geben Sie an, wie zufrieden Sie mit den besuchten Kursen waren:

Antwortquote: **88,2%**

Mittelwert = **3,58** Median = **4,00** Standardabweich. = **0,50**

Min = **3,00** Max = **4,00**



Die Befragten, die einen ritzy* Kurs besucht haben, sind alle zufrieden, sogar sehr zufrieden.

5. Zusammenfassung der Umfrage

- Die Weiterbildung wird von fast allen Befragten als **äusserst wichtig** bewertet.
- **Mehr als 80%** der Befragten haben in den drei vergangenen Jahren mindestens einen Weiterbildungstag besucht. Mehr als 70% haben mehr als 3 Weiterbildungstage besucht.
- Ritzy* wird **von allen Tourismussektoren** in Anspruch genommen. Das Weiterbildungsprogramm wird besonders vom Gastgewerbe genutzt. Die Personen, die für die touristische Promotion arbeiten, stellen einen Markt mit Wachstumspotenzial dar.
- Neben der Weiterbildung bilden sich die Befragten mit praktischer Erfahrung, mit persönlicher Lektüre und durch **Austausch unter Branchenkollegen** weiter.
- Ein wichtiger Motivationsfaktor, um eine Weiterbildung zu besuchen, ist **die Notwendigkeit, vorhandenes Wissen zu vertiefen**. Es ist den Teilnehmern wichtig, „up to date“ zu bleiben, indem sie ihr Wissen und ihre Fachkenntnisse im betreffenden Bereich auffrischen. Die Weiterbildung ist ebenfalls **ein Mittel, um sich unter Fachleuten zu treffen, auszutauschen und zu netzwerken**.
- **Der Zeitaufwand** hingegen wird als erheblicher Hemmfaktor gesehen. Die Zeit fehlt und die Arbeit mit dem Familienleben zu vereinbaren, ist nicht einfach.



5. Zusammenfassung der Umfrage

- Je nach Sektor ist **das Interesse an den Kursthemen** nicht überall gleich.
 - Die Beschäftigten, die für die touristische Promotion arbeiten, interessieren sich mehr für Personalentwicklung, Sprachen, e-Marketing und Social Media.
 - Die Befragten, die in der Hotellerie oder Gastronomie arbeiten, suchen nach Kursen zur Kundenbeziehung und –empfang, Betriebsstrategie, Personalführung und Kommunikation/Verkauf.
- Die Ausgaben für ihre letzte Weiterbildung variieren stark: **weniger als sFr. 50.- bis mehr als sFr. 1'000.-**, unabhängig vom Tätigkeitssektor. Die Ausgabe für eine Weiterbildung hängt mehr von der Funktion des Beschäftigten ab, auch wenn mehr als 20% der Befragten, die mehr als sFr. 1'000.- ausgegeben haben, als Mitarbeiter beschäftigt sind.
- Nach den Wünschen der Befragten sollte ein Weiterbildungstag **nicht mehr als sFr. 250.-** kosten. Befragten aus der Hotellerie- und Gastronomiebranche sind der Meinung, dass ein Weiterbildungstag zwischen sFr. 50.- und sFr. 100.- kosten sollte.
- **Kurze Weiterbildungen** sollten bevorzugt werden und während der Nebensaison stattfinden. Die Mehrheit der Befragten erklären sich dazu bereit, max. 60 Min. Reisezeit für einen Weiterbildungstag im Anspruch zu nehmen.



5. Zusammenfassung der Umfrage

- In Sachen **Weiterbildungsangebot** wünschen sich Fachleute Kurse zum Thema Kundenbeziehung und –empfang, traditionellem und Digital-Marketing, Touristische Produktentwicklung und letztendlich Sprachkurse für Fortgeschrittene.
- **Das Erlangen eines Zertifikats** oder eines Diploms nach einer Weiterbildung ist der Mehrheit der Befragten sehr wichtig. Sie möchten somit, dass ihre neuerlernten Kenntnisse anerkannt werden.
- Diese Personen interessieren sich aber nicht unbedingt für eine **Weiterbildung im tertiären Bereich**. Die Mitarbeiter und das Kader interessieren sich am meisten dafür, insbesondere die Personen, die in einer für die touristische Promotion tätig sind.
- Der Mehrheit der Befragten gefällt das Prinzip des eLearnings. Jedoch hat die Mehrheit nie ein Webinar besucht. Sicherlich ist darin ein grosses Potential vorhanden, da der grösste Teil der Befragten, die dieses Tool bereits benutzt haben, damit sehr zufrieden ist. Darüber hinaus kann man durch ein Webinar Kosten und Zeit sparen die durch eine Anreise entstehen.



5. Zusammenfassung der Umfrage

- **Mehr als zwei Drittel der Geschäftsleiter** und Inhaber ermöglichen ihren MitarbeiterInnen, einige Weiterbildungstage zu besuchen. Dennoch kennt die Mehrheit von ihnen den Artikel 19 der L-GAV nicht, der 3 bezahlte Tage zwecks der Weiterbildung vorsieht. Informationen über das Weiterbildungsangebot entnehmen sie aus persönlichen Gesprächen.
- Die Branche der Hotellerie und des Gastgewerbes zeigt sich eher uninteressiert für ein Webinar-Angebot, ganz im Gegensatz von Dienststellen für touristische Promotion, die sich sehr interessiert zeigen. Dennoch wäre es wichtig, dieses Thema zu vertiefen und herauszufinden, ob einige Kurse in diesem Format ihr Interesse wecken könnten.

6. Empfehlungen an das Management

Die Weiterbildung wird von der Gesamtheit der Befragten als sehr wichtig angesehen und ritzy* wird von allen touristischen Sektoren benutzt und gut bewertet.

Jedoch sind die Erwartungen unter den Befragten aus der Branche der Hotellerie /Gastronomie und der anderen Akteure des Tourismus nicht gleich. Ausserdem kann man folgende Hauptabweichungen hervorheben:

- Beide Branchen bevorzugen eine Weiterbildungsdauer von 1 bis 2 Tage aber die Befragten, die in einer DMO tätig sind, erklären sich dazu bereit, eine Weiterbildung von mehr als 10 Tagen zu besuchen, was bei der Branche der Hotellerie / Gastronomie nicht der Fall ist. Die Beweggründe einer Weiterbildung sind sowohl die Lust auf ein Networking (Austausch unter Fachleuten) als auch der Bedarf, auf dem Laufenden zu bleiben.
- Die Erlangung eines Zertifikats oder Diploms wird von beiden Branchen erwünscht. Für eine Weiterbildung im tertiären Bereich interessiert sich hingegen nur die Branche des Tourismus.

6. Empfehlungen an das Management

- Die gewünschten Kursthemen und der akzeptierte Preis pro Seminar unterscheiden sich: die Tourismusbranche konzentriert sich eher auf die Persönlichkeitsentwicklung, Sprachen, E-Marketing und Social Media, während sich die HR-Branche eher auf den Empfang, die Kundenbeziehung, Unternehmensstrategie, Personalverwaltung und Seminare über Kommunikation und Verkauf interessieren.
- Der Zeitmangel wird als Haupthemmfaktor für die Weiterbildung angesehen: nämlich wird eine maximale Reisezeit von 60 Minuten angegeben. Was der Preis pro Seminar angeht, sollte der Tag Weiterbildung für die Tourismusbranche nicht teurer als CHF 250.00 sein, während die Branche der Hotellerie / Gastronomie nicht mehr als CHF 100.00 zahlen möchte.

Um sich den zukünftigen Herausforderungen zu stellen – und dies unter Anbetracht der Entstehung neuer Berufe im Zusammenhang mit den soziokulturellen Änderungen - bleibt ein Schlüssel des Erfolgs die Weiterbildung.

7. Kontakt

Autoren und Mitautoren:

Roland Schegg, wissenschaftlicher Koordinator ITO, HES-SO Wallis
Christelle Deillon Praktikantin des ITO, HES-SO Wallis
Isabelle Frei, Leiterin ritzy* Weiterbildung
Amanda Kuonen, Assistentin ritzy* Weiterbildung

Walliser Tourismus Observatorium

c/o Institut für Tourismus

TechnoPôle 3
CH - 3960 Sierre

T +41 27 606 90 88
F +41 27 606 90 00

info@tourobs.ch
www.tourobs.ch



weiterbildung
formation continue



Isabelle Frei, Leiterin ritzy* Weiterbildung

ritzy* Weiterbildung

c/o Institut für Tourismus

TechnoPôle 3
CH - 3960 Sierre

T +41 27 606 90 31
M +41 79 830 04 31

info@ritzy.ch
www.ritzy.ch