

MEDIENSERVICE

Oberösterreich schmackhaft machen

Professionelle Kaderschmiede für
touristischen Nachwuchs garantiert
Topqualität für unsere Gäste

Linz, 13. November 2019

Ihre Gesprächspartner:

Markus Achleitner

Oö. Landesrat für Wirtschaft und Tourismus

Mag.^a Doris Hummer

Präsidentin der WKO Oberösterreich

Tourismusbachwuchs rüstet sich für qualifizierten Start ins Berufsleben

Oberösterreich ist touristisch auf der Überholspur. Steigende Gästeankünfte und Nächtigungszahlen bestätigen dies eindrucksvoll und spiegeln damit wider, dass mit der Tourismusstrategie 2022 die Weichen zukunftsorientiert und richtig gestellt wurden.

Einer der Meilensteine dieser Landes-Tourismusstrategie ist der „Mensch“. Urlaub und Reisen sind auch in Zeiten der Digitalisierung mit einem stark emotionalen, menschlichen Zugang verbunden. Gefühlte Gastfreundschaft und professionelle Servicequalität sind Faktoren, an denen die Betriebe der Tourismus- und Freizeitwirtschaft gemessen werden und die entscheidend von der Qualifizierung und Motivation der Mitarbeiter/innen abhängen.

Die Ausbildung in Gastronomie und Hotellerie nimmt bei Oberösterreichs Tourismusbetrieben und ihrer Branchenvertretung schon seit jeher einen hohen Stellenwert ein. Große Bedeutung wird deshalb auf die Vermittlung praktischer Fähigkeiten und theoretischen Wissens in den Lehrbetrieben und Schulen gelegt.

Genau darauf zielen auch die im WIFI organisierten Prüfungsvorbereitungskurse ab, bei denen sich die jungen Leute gleichsam den letzten Feinschliff für die bevorstehende Lehrabschlussprüfung holen. In Küche und Service wird unter fachkundiger Begleitung die Abschlussprüfungssituation simuliert. Beim heutigen Kurs unter der Leitung des Hotellerie-Fachgruppenobmanns und Ausbildungsreferenten der österreichischen Gastronomie und Hotellerie, Gerold Royda, bereiten sich zehn angehende Restaurantfachleute auf die Prüfung vor, um in Hinkunft aktiv an der Umsetzung der heuer festgelegten OÖ Kulinarik-Strategie mitzuwirken. Dazu gehört nicht nur das klassische Servieren, sattelfest müssen die jungen Leute auch bei Aufgaben wie Marinieren und Flambieren vor dem Gast direkt am Tisch sowie beim Cocktailmischen hinter der Bar und bei Barista-Aufgaben sein. Im Allgemeinen geht es darum, mit Know-how und Kompetenz den Gästen das Tourismus- und Freizeitland Oberösterreich in seiner Einmaligkeit so schmackhaft wie nur möglich zu machen.

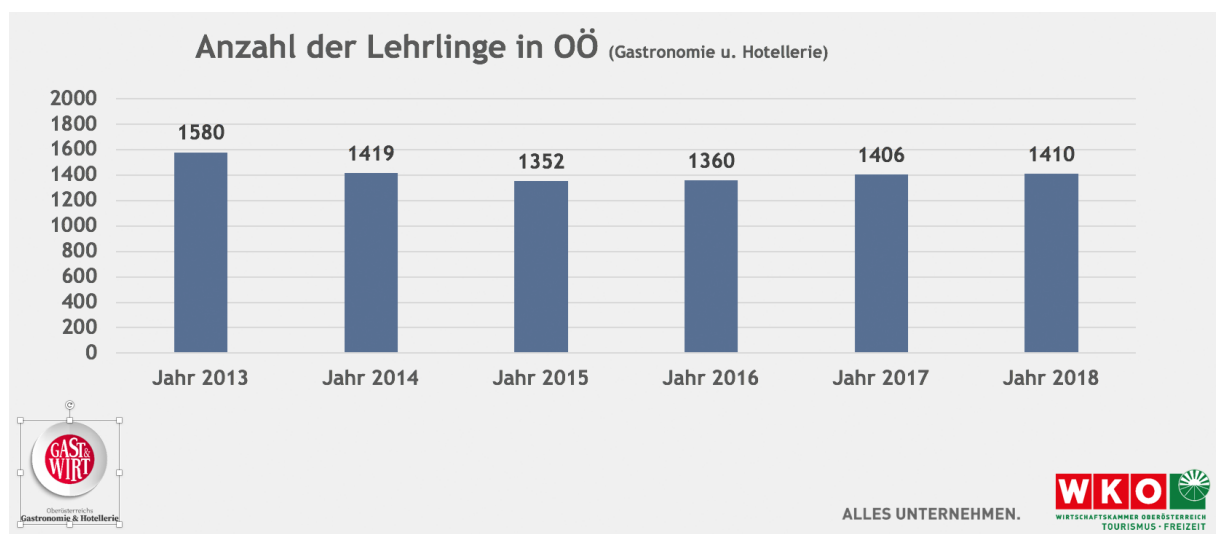
In diese Strategie zahlen auch Image-Fördermaßnahmen wie die erst kürzlich in der Berufsschule Altmünster durchgeführten JuniorSkills (Lehrlingswettbewerbe) ein. Dabei wurden nicht nur die oö. Landesmeister in den Kategorien „Küche“, „Service“ sowie „Hotel- und Gastgewerbeassistent“ ermittelt, dieser Bewerb war zugleich die Qualifikationshürde für den

Bundesentscheid sowie das CULINARYartFESTIVAL der hotspots Linz, ein in Oberösterreich mittlerweile bewährtes und beliebtes Veranstaltungsformat, das den jungen Nachwuchskräften ermöglicht, ihr bereits gewonnenes Können und Fachwissen öffentlichkeitswirksam zu präsentieren. Dazu zählt auch das von den öö. KultiWirten gemeinsam mit den Tourismusfachschulen und dem Branchenverbund Gastronomie und Hotellerie der WKOÖ initiierte Projekt „Schule macht Wirtshaus“.

Mehr als 1400 Jugendliche bereiten sich auf eine Tourismuskarriere vor

Aktuell stehen in den 470 Lehrbetrieben der öö. Gastronomie und Hotellerie 1410 Jugendliche in Ausbildung. Das Gros davon konzentriert sich auf die Lehrberufe Koch/Köchin (582) und Gastronomiefachmann/-frau (367). Als Restaurantfachmann/-frau werden derzeit 250 junge Leute ausgebildet, in der Systemgastronomie sind es 72. Für den Lehrberuf Hotel- und Gastgewerbeassistent/in haben sich 86 Jugendliche entschieden, sechs weitere erlernen den Beruf des/-der Hotelkaufmanns/-frau. Komplettiert wird die aktuelle Gesamtzahl an Lehrlingen durch 45 Jugendliche, die Doppellehren und weitere Lehrberufe absolvieren. Von denen starten alljährlich 500 junge Leute mit erfolgreicher Lehrabschlussprüfung in ihre Berufskarriere. Nicht unerwähnt lassen darf man auch das Nachwuchspotenzial in den Tourismusfachschulen mit 975 Schülerinnen und Schülern.

Für WKOÖ-Präsidentin Hummer durchaus Anlass, positiv in die Zukunft zu blicken. Dies umso mehr, als es gerade bei den Tourismuslehrlingszahlen in den letzten Jahren gelungen ist, eine Trendumkehr nach oben zu bewirken.



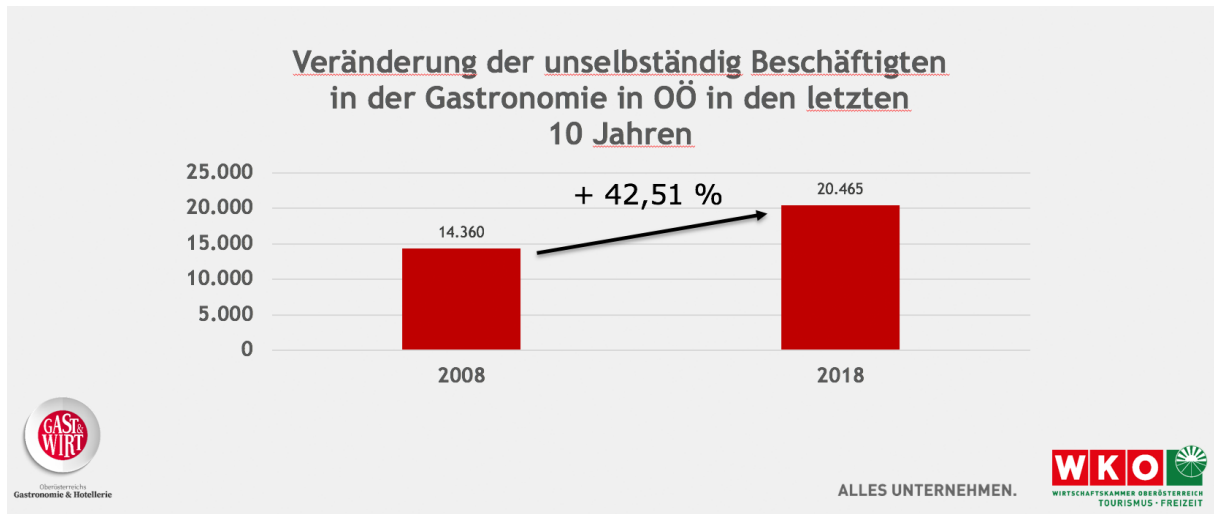
Dass sich wieder mehr junge Leute für einen Job bzw. eine Karriere im Tourismus interessieren, wertet die WKOÖ-Präsidentin auch als erfreuliches Ergebnis der intensiven Informations- und Akquiseaktivitäten der Branchenvertretung.

Die Rekrutierung und Sicherung eines ausreichenden und qualifizierten Fachkräftenachwuchses stellt für den öö. Tourismus und speziell die Gastronomie eine der größten Herausforderungen dar. Das hat die öö. Branchenvertretung zu breit angelegten Initiativen und Projekten bewogen, um jungen Leuten einen Job in der heimischen Gastronomie und Hotellerie schmackhaft zu machen.

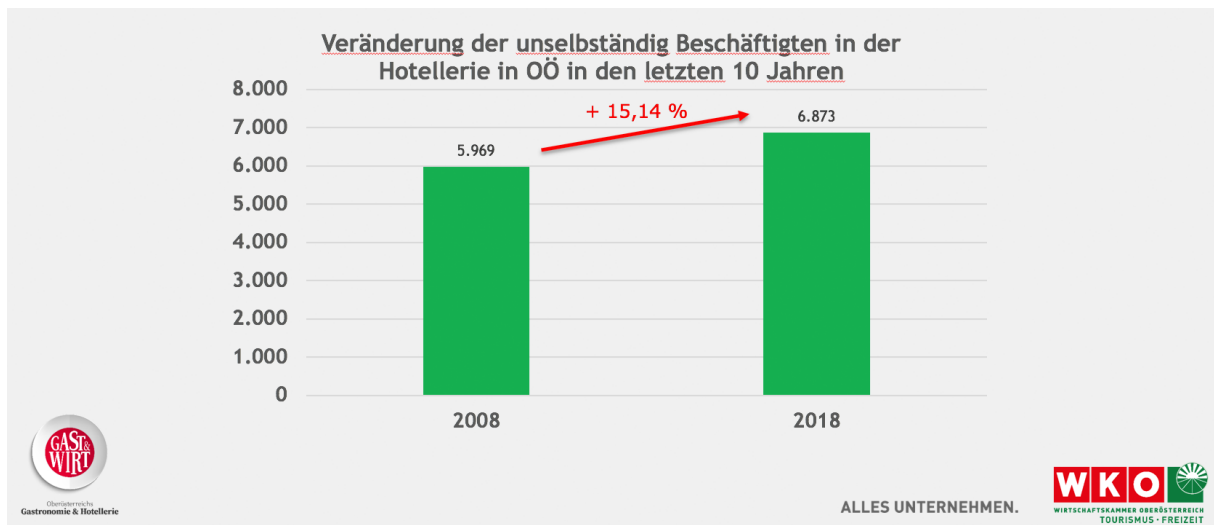
Beispielgebend dafür nennt Präsidentin Hummer die Branchen-Frühinformations-Workshops in Grundschulen „Get a job“, die Präsentation der touristischen Berufe und Karrierechancen im Rahmen der Messe „Jugend & Beruf“ sowie das Gastro-Job-Programm mit dem AMS. „Wir lassen auch nichts unversucht, in der qualifizierten Ausbildung des Nachwuchses immer wieder neue Akzente zu setzen“, verweist Präsidentin Hummer darauf, dass sich neben der klassischen Lehrausbildung und den touristischen Fachschulen vor allem mit dem „Tourism Management“ der Dualen Akademie für junge Leute neue Perspektiven eröffnen.

Schlüsselrolle der Gastronomie steht außer Frage

Gleichgültig, ob in der Betreuung der Gäste oder der einheimischen Bevölkerung als „Nahversorger“, Oberösterreichs Gastronomie und Hotellerie nehmen eine unverzichtbare Schlüsselrolle ein, was sich auch in der Entwicklung der Fachgruppenmitgliederzahlen widerspiegelt. Eine Karriere als Wirt ist wieder erstrebenswerter, freut sich WKOÖ-Präsidentin Hummer, dass das Pendel seit 2015, wo mit 5908 Fachgruppenmitglieder die Talsohle erreicht wurde, wieder nach oben ausschlägt. Aktuell zählt die Fachgruppe der Gastronomie in der WKOÖ 6153 Mitglieder, in der Mitgliederstatistik der öö. Fachgruppe Hotellerie scheinen 923 aktive Betriebe auf.



Und diese Unternehmen gewinnen auch als Arbeitgeber zunehmend an Gewichtung. Allein in der oö. Gastronomie steht bei den unselbständigen Arbeitskräften im letzten Jahrzehnt ein Plus von 45 Prozent auf 20.465 Personen zu Buche, die Beschäftigten in der Hotellerie sind diesem Zeitraum um mehr als 15 Prozent auf 6873 gestiegen.



Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat Markus Achleitner: Genuss und Gastfreundschaft sind Schlüsseln zur Zukunft der Tourismuswirtschaft

Landestypische Kulinarik und herzliche Gastfreundschaft sind zwei zentrale Erfolgsfaktoren für die Zukunft der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Oberösterreich. „Im Genuss und in der Begegnung mit dem Gastgeber als Menschen erfährt der Reisende die echte Seele und Kultur Oberösterreichs“, führt Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat Markus Achleitner aus und ergänzt: „Deshalb sind die ‚Kulinarik‘ und der ‚Mensch‘ als Meilensteine der Landes-Tourismusstrategie 2022 definiert. Mit der Zielsetzung, ein unverwechselbares Kulinarikprofil für Oberösterreich zu entwickeln und die Gastgeber und Mitarbeiter in Tourismusverbänden und Betrieben weiter zu professionalisieren“, so Landesrat Achleitner.

OÖ will mit Kulinarik als Urlaubs-Motiv bei neuen Gästegruppen punkten

Künftig soll die Kulinarik noch stärker dazu beitragen, dass sich Oberösterreich als Tourismusdestination von anderen deutlich unterscheidet. Daher gibt es das gemeinsame Bekenntnis des Wirtschafts- und Agrarressorts des Landes sowie der WKO Oberösterreich, der Landwirtschaftskammer Oberösterreich und des Oberösterreich Tourismus, im Schulterschluss aller Verantwortlichen eine Kulinarik-Strategie für Oberösterreich zu entwickeln. Durch die Bündelung der Kräfte auf allen Ebenen soll die Kulinarik verstärkt als Motiv für einen Urlaub in Oberösterreich verankert werden. Dadurch können neue Gästegruppen angesprochen und damit mehr Wertschöpfung in Tourismus, Gewerbe und Landwirtschaft erzielt werden.

Die dafür notwendigen Maßnahmen und Projekte werden in einem branchenübergreifenden Netzwerk, das vom Oberösterreich Tourismus gesteuert wird, umgesetzt. Der Startschuss für den Kulinarik-Strategie-Prozess erfolgte bereits im Sommer 2019. Der erste Meilenstein ist bereits abgeschlossen: Es wurden Marktentwicklungen analysiert. Zahlreiche Einzelinterviews und Gesprächsrunden mit ausgewählten Fachexperten aus Oberösterreich und darüber hinaus schärften den Blick auf aktuelle Trends und eröffneten neue Perspektiven. Diese Experten stammen aus verschiedensten Disziplinen und Branchen mit Berührungspunkten zum Genuss, von der Kulinarik über Tischkultur und Design bis hin zu Kommunikation, Vertrieb und Inszenierung.

In weiterer Folge werden gemeinsam Entwicklungspotenziale ausgelotet und strategische Handlungsfelder definiert. Bis zum Frühjahr 2020 wird die touristische Kulinarik-Strategie für

Oberösterreich fertig ausgearbeitet sein. „Darauf fußt letztlich die Genuss-Botschaft, die Oberösterreich ein eigenständiges und unterscheidbares kulinarisches Profil gibt und mit der wir Gäste und Kunden von der Qualität unserer touristischen Kulinarik-Erlebnisse überzeugen“, erklärt Landesrat Achleitner.

Professionalität, Servicequalität und authentische Gastfreundschaft

Gerade die Kulinarik ist eng mit Menschen verknüpft, die Produkte mit großer Kompetenz erzeugen, verarbeiten, veredeln und damit Gäste begeistern. Professionalität, Servicequalität und authentische Gastfreundschaft - an diesen Kriterien misst der Gast die Betriebe der Tourismus- und Freizeitwirtschaft. Die in der Landes-Tourismusstrategie 2022 geforderte Professionalisierung sieht ein umfassendes Qualifizierungskonzept vor. Etwa mit der Ausbildung der Mitarbeiter/innen von Tourismusverbänden zu „Oberösterreich eCoaches“, die ihre im Lehrgang erworbene digitale Kompetenz als Multiplikatoren in die Branche tragen. Oder mit den Schwerpunktprogrammen der WKO Oberösterreich als Strategiepartner, die darauf abzielen, die Attraktivität touristischer Berufe zu steigern.