

27. Fremdenführerkongress Graz 3. – 6. 11.2015

Mitschrift Podiumsdiskussion

Nachmittag des 5.11.2015, Grazer Messe, Beginn 16 Uhr

Präsentation der WFTGA durch Felicitas Wressnig

Präsentation der Ergebnisse der Workshops

Podiumsdiskussion ab 16Uhr45

Moderator: Geschäftsführer der Graz-Tourismus-GesmbH: MMag. Dieter Hardt-Stremayr

Teilnehmer: Wolfgang Auinger, Sebastian Frankenberger, Prof.Dr. Karl Albrecht Kubinzky, Astrid Legner, Dr. Klaus Vögl, Felicitas Wressnig

Hardt-Stremayr:

Wozu braucht man heute noch einen Fremdenführer?

Definition des Begriffes des Fremdenführers aus Wikipedia. Unterschied des Fremdenführers zum Reiseleiter, der nur schweigend auf ein Monument verweisen darf.

Wressnig:

Fremdenführer-Gästeführer

Warum Fremdenführer? Der Gast ist fremd zum Objekt, auch für „Führen“ hat man noch kein besseres Wort gefunden.

Warum hat man Fremdenführer vor 20 Jahren gebraucht, warum heute und warum wird man sie in der Zukunft brauchen?

Legner:

Es ist wichtig, den Gast - sowohl ausländischen als auch einheimischen - „an der Hand zu nehmen“, ihm charmant und qualitativ hochwertig Besonderheiten von Stadt und Land nahe zu bringen. Unsere Stärke ist unsere persönliche Note, das individuelle Eingehen auf den Gast und das wird auch in Zukunft gefragt sein.

Frankenberger:

Die persönliche Note ist immer wichtig, aber vor allem in Zeiten von Smartphone und Tablet. Man hat auch schon damit Führungen angeboten, was allerdings von den Gästen abgelehnt wurde.

Der Fremdenführer hat am längsten Kontakt mit dem Gast, wir können ihm vermitteln, was wir wollen. In dieser Hinsicht werden wir vor allem von der Politik sehr unterschätzt, das ist den Politikern nicht bewusst.



Durch uns verkaufen viele Gewerbebetriebe, Landwirte, Gastwirte ... erst ihr Produkt!

Hardt-Stremayr:

Die Politiker sollte man nicht befragen, wie wir unser Land präsentieren sollen!

Der Gast kann heute sofort übers Smartphone oder Tablet die Richtigkeit unserer Aussagen überprüfen.

Hat sich unsere Ausbildung den heutigen Anforderungen angepasst?

Auinger:

Die Ausbildung ist auf einem sehr hohen Niveau. Zu einem guten Fremdenführer gehört genauso die Lebenserfahrung dazu. Aber es ist nicht nur unsere gute Ausbildung wichtig, sondern auch der „state of the art“, also immer auch am letzten Stand zu sein.

Nur weil wir Guides gut ausgebildet sind, heißt das noch lange nicht, dass wir auch gut sind!

Wolfgang Auinger ist auch als Reiseleiter tätig. Es wundert ihn, dass so wenige von uns dieses Zusatzeinkommen nützen.

Ines Reichl-de-Hoogh (aus dem Publikum):

Sie gibt zu bedenken, dass ein Großteil der Fremdenführer Frauen mit Familie sind, für die der Beruf des Reiseleiters schwierig mit ihrer Lebenssituation zu vereinbaren wäre.

Hardt-Stremayr:

Es sind jedenfalls 2 Berufsgruppen, die zusammenspielen können.

Ist heute noch historisches Faktenwissen gefragt?

Kubinzky:

Der Local Guide muss anpassungsfähig sein, das geht nur mit einem soliden Wissen. Durch die Unterschiedlichkeit der einzelnen Gruppen kommt man mit Standardsätzen und einem Standardwissen nicht weit.

Die Qualität der Ausbildung und auch der Prüfung muss weiter angehoben werden. In manchen Staaten gibt es Hochschulstudien für Fremdenführer.

Eine gute Führung bleibt in Erinnerung!

Jeder von uns hat seine Schwerpunkte; ein Problem ist, dass unsere Gewerbeberechtigung sich über ganz Österreich erstreckt.

Ein Fremdenführer darf nicht nur dozieren, er muss auch über viele praktische Dinge Bescheid wissen, die man nicht in Wikipedia findet.

Frankenberger:

Vor allem im Dreiländereck (Deutschland, Österreich, Tschechien) ist der Preisdruck sehr groß. Der Preis zählt, der Kunde sucht den günstigsten.

Wressnig:

Das Fachwissen und die profunde Darstellung wird immer den Unterschied zu Wikipedia ausmachen.

Hardt-Stremayr:

Was in diesem Raum Meinung ist, ist nicht ausreichend, wenn es am Markt nicht so ankommt. Der Markt ist gnadenlos, der bessere Preis zählt.

Auinger:

Gerade weil die Welt sich so verändert, müssen wir handeln. Wir haben die Möglichkeit als Reiseleiter ins Ausland zu gehen und man kann dabei gut verdienen.

Wressnig:

Die Tendenz ins Ausland zu gehen, ist falsch. Wir müssen zeigen, dass wir es richtig machen. Der Gast möchte die kleinen Details erfahren, die er nicht nachlesen kann.

Kubinzky:

Unser Schutzschild war bisher die staatliche Prüfung. Wenn das nicht mehr möglich ist, müssen wir eigene Qualifikationen suchen, die öffentlich kommuniziert werden müssen. So können wir uns weiter vom Ungeprüften unterscheiden. Vor allem muss man immer am aktuellen Stand sein.

Meldung aus dem Publikum:

Eine Kollegin, die eine Gruppe durch Österreich begleitet hat, geht mit Gruppe und Grazer Kollegin durch Graz. Durch den Heimvorteil der Grazer Fremdenführerin hat die Gruppe die Möglichkeit ins eigentlich geschlossene Mausoleum zu kommen.

In Feldkirch ist die Kollegin wieder mit einem lokalen Guide unterwegs, der eine Begrüßung durch den Bürgermeister ermöglicht.

Beide Erlebnisse nur durch den lokalen Guide möglich.

Frankenberger:

Man muss die Situation vom Kunden aus betrachten. Braucht er einen geprüften Fremdenführer oder ist es ihm egal, Hauptsache derjenige, der ihn führt, macht es gut?

Hardt-Stremayr:

In unserem Land gibt es in so vielen Berufen Leute, die eine Arbeit machen, für die sie nicht qualifiziert sind. Also ist es nicht auch egal, ob ein Fremdenführer geprüft ist oder nicht?

Frankenberger:

Dem Kunden ist es egal, er will nur die Qualität. Für uns ist es wichtig, die richtigen Kooperationspartner zu finden.

Hardt-Stremayr:

Schwarzführer werden nicht kostenpflichtig gebucht, sondern erbringen diese Leistung einfach im Zuge einer anderen.

Lisa Zeiler (aus dem Publikum):

Unsere Märkte verändern sich. Wir müssen sie erkennen und unsere Chancen. Dabei kann uns die WKO unterstützen. Der Individualtourismus floriert. Diese Reisenden schätzen unsere Effizienz und das individuelle Programm.



Wir müssen unser Segment aus dem Markt herausfinden, auf Qualität setzen und die Marke „austriaguides“ ausbauen. Mit dem Billigmarkt werden wir nicht konkurrieren.

Vögl:

Area specific: Regionale Ausrichtung des Fremdenführers – normalerweise reist der Fremdenführer nicht durch die Welt, das ist kein Teil seines Berufsbildes und trifft nur auf einige wenige zu.

Specific: Es ist etwas besonderes, wozu ich ein spezifisches Wissen brauche, um diese Region präsentieren zu können. Ich brauche dazu eine Ausbildung, die überprüft werden muss.

Hier hat der Fremdenführer seinen Stellenwert. Man muss auf die Qualitätsschiene setzen. Der ausgebildete Fremdenführer kommt immer stärker zum Tragen.

In einem vereinten Europa wird die Rolle des Fremdenführers immer wichtiger, um das Verständnis für die verschiedenen Kulturen zu wecken.

Die Welt ist heutzutage scheinbar ein Dorf, trotzdem wird kulturell und politisch alles komplizierter! „Life Long Learning“ – ein Slogan der EU. Niemand, der nichts lernen musste, um seinen Beruf ausüben zu können, wird bereit sein, lebenslang zu lernen. Nur derjenige, der schon bisher bereit war, sich weiterzubilden, wird auch weiterhin bereit sein.

In Brüssel war man sehr beeindruckt, dass die Zahl der Fremdenführer in Österreich zunimmt, obwohl es hier ein reglementiertes Gewerbe ist. Ein Beruf, für den ich lernen muss, in den ich investieren muss, hat einen anderen Stellenwert, der ist begehrt.

Der Qualitätsgedanke wird seinen Rang behalten, die Fremdenführer müssen ihre Position mit Selbstbewusstsein vertreten.

Regina Engelmann (aus dem Publikum):

Unsere Marke ist für Individualkunden wichtig, dort müssen wir uns positionieren.

Aber wie weiß der Kunde, welcher Guide gut ist? Da müssen wir uns durch die Marke hervorheben.

Hardt-Stremayr:

Der Kunde kann sich über TripAdvisor informieren.

Melitta Ranner (aus dem Publikum):

Unsere Ausbildung muss es auch in Zukunft geben. Unsere Marke muss gut positioniert werden und wir müssen uns genau überlegen, an wen wir herangehen.

Frankenberger:

Unser Beruf ist es, professionell zu führen. Unsere Verantwortung liegt darin, das auch nach außen auszustrahlen. Es ist unsere Verantwortung, wie wir auftreten und unsere Marke weiterbringen.

Hardt-Stremayr:

Es ist ihm nicht bange um die Zukunft unseres Berufsstandes, der die Stadt inszeniert. Man muss nach außen gehen und an den Endkunden gelangen. Das größte Kundensegment, das in Zukunft wachsen wird, ist jenes der Firmenkunden, wobei jenes der Reisebüros und Reiseveranstalter sinken wird.

Um mit Goethe abzuschließen: „Man sieht nur, was man weiß“!

Ende: 17 Uhr 35