

Masterstudiengang

„Tourism and Destination Development“

Zufriedenheit und Berufswege der AbsolventInnen



von: Prof. Dr. Sven Groß
unter Mitarbeit von
Katharina Dröge, B.A.

Impressum

Redaktion: Prof. Dr. Sven Groß,
Studiengangskoordinator
Tourism and Destination Development
Tel.: +49 (0) 3943 659 -279
E-Mail: sgross@hs-harz.de

Katharina Dröge, B.A.

Gestaltung: Johannes Grünemeier, B.Sc.

Fotos: Archiv Hochschule Harz,
Privat

Herausgeber: Institut für Tourismusforschung (ITF)
Prof. Dr. Sven Groß
Friedrichstraße 57 - 59
38855 Wernigerode

Vorwort



Als Koordinator des Master-Studiengangs „Tourism and Destination Development“ freue ich mich, Berufswege von AbsolventInnen und Ergebnisse einer Absolventenbefragung präsentieren zu dürfen. Dieser Studiengang besteht nun seit mehr als zwölf Jahren an der Hochschule Harz und erfreut sich weiterhin einer hohen Beliebtheit.

Als Studiengangskoordinator habe ich zu Beginn meiner Tätigkeit (ab März 2018) sowohl die Dozierenden als auch die aktuellen und ehemaligen Studierenden nach ihren Erfahrungen und Herausforderungen im Studium sowie im Berufsalltag befragt, um ein State-of-the-Art zu erhalten und neue Ideen und Verbesserungsvorschläge für die Zukunft zu generieren. Außerdem war es mir wichtig zu sehen, wie es den AbsolventInnen nach ihrem erfolgreichen Studienabschluss ergangen ist und welche Positionen und Aufgaben sie nun einnehmen.

Die zentralen Ergebnisse der AbsolventInnen-Befragung und elf Berufswege von AbsolventInnen können den nachfolgenden Seiten entnommen werden. Hierbei finden sich Berufswege von unterschiedlichen Jahrgängen, die im In- und Ausland in sehr verschiedenen Berufspositionen aktiv sind. Dabei zeigt sich, dass sie in vielfältigen Arbeitsfeldern der Tourismuswirtschaft aktiv sind und dass es auf dem Arbeitsmarkt weiterhin gute Beschäftigungsmöglichkeiten gibt. Offensichtlich wird auch, dass sich AbsolventInnen in neuen Tätigkeitsfeldern, auch außerhalb der Tourismuswirtschaft im engeren Sinne, befinden und sich auf wechselnde Aufgaben und Herausforderungen einstellen können und teilweise müssen. Mit dieser Broschüre erhalten sowohl Studierende und AbsolventInnen als auch Interessierte einen Überblick zur Zufriedenheit mit dem Studiengang sowie einen anschaulichen Einblick in konkrete Berufsbiographien. Es werden somit wertvolle Ansatzpunkte für eigene Zukunftsentscheidungen gegeben.

Eine derartige Publikation erfordert vielfältige Aufgaben und damit unterschiedliche Mitwirkende. Allen Unterstützern möchte ich meinen herzlichen Dank aussprechen. Dies gilt sowohl hochschulintern als auch hochschulextern, insbesondere allen AbsolventInnen, die bei der Befragung und/oder der Erstellung ihres Berufsweges mitgewirkt haben. Insbesondere Katharina Dröge gilt meine höchste Anerkennung für ihren unermüdlichen Einsatz sowie ihre vielfältigen Ideen und Unterstützung! Auch Johannes Grünemeier, vom Dezernat Kommunikation und Marketing gilt ein besonderer Dank für die graphische Aufbereitung der Broschüre.

Viel Spaß bei der Lektüre!

Bei Fragen oder weiteren Auskünften zum Studium an der Hochschule Harz stehen die Studienberatung (studienberatung@hs-harz.de) und ich sehr gerne zur Verfügung.

Freundliche Grüße

Prof. Dr. Sven Groß

AbsolventInnenbefragung zum Master-Studiengang

„Tourism and Destination Development“ (TDD) 2018

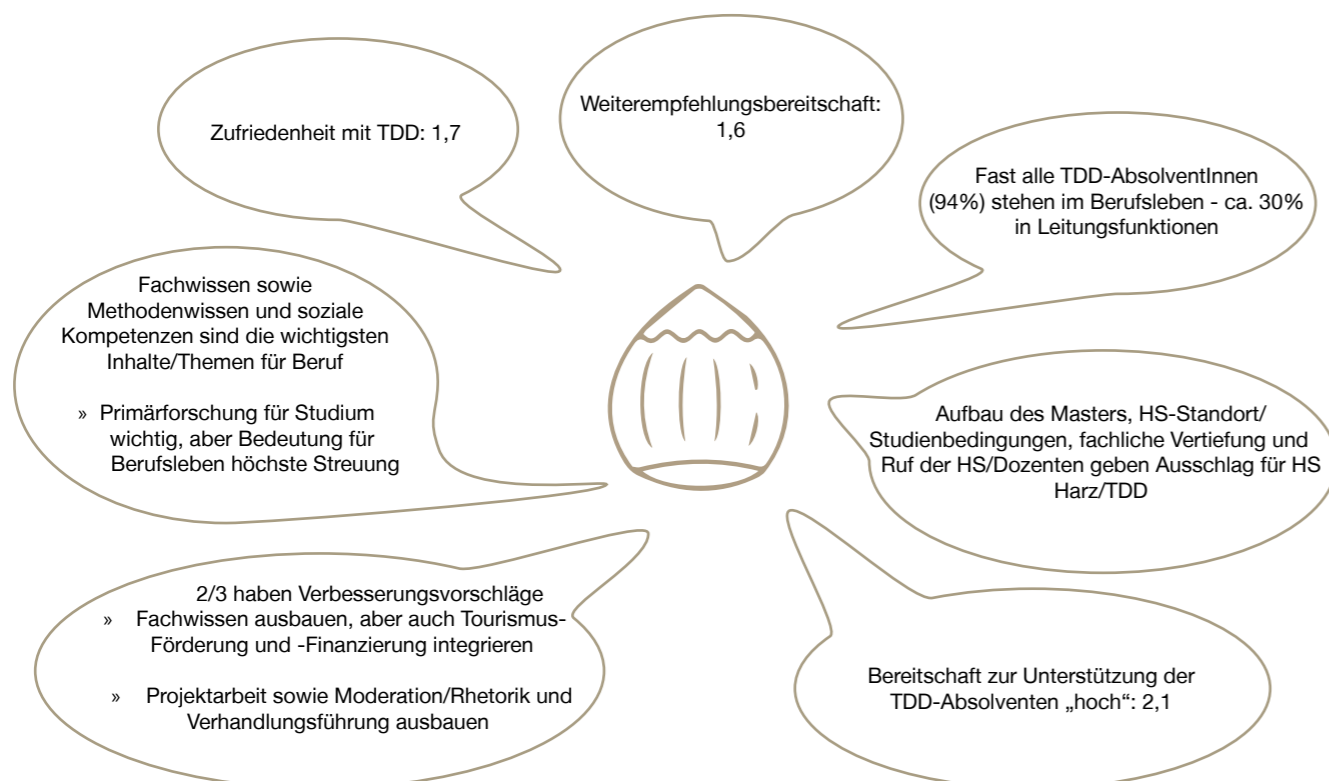
Die im Jahr 2018 durchgeführte AbsolventInnenbefragung stellt ein detailliertes und anschauliches Bild über das Studium, Verbesserungsmöglichkeiten und den Verbleib der AbsolventInnen des Master-Studienganges „Tourism and Destination Development“ der Hochschule Harz dar. Der Master-Studiengang (TDD) kann seit dem Wintersemester 2007/08 studiert werden und mit Abschluss des Sommersemesters 2018 gibt es insgesamt 117 AbsolventInnen.

Im Herbst 2018 fand eine Online-Befragung im Zeitraum vom 21. September bis 10. November 2018 statt. Über verschiedene Wege wurde auf die Umfrage hingewiesen, über die Alumni-Datenbank der Hochschule, die Alumni-Gruppe auf Xing, die Facebook-Seite „Studiengänge Tourismus“ und durch persönliche Ansprache der Dozierenden der touristischen Studiengänge. Im Verlauf des Befragungszeitraumes konnten 55 Auf-

rufe festgestellt werden, von denen 50 abgeschlossene Fragebögen in die Auswertung einfließen konnten – positiv anzumerken ist, dass sich alle Jahrgänge an der Befragung beteiligt haben. Die Rücklaufquote bewegt sich bei ca. 43% und somit kann von belastbaren Ergebnissen ausgegangen werden. Das Institut für Tourismusforschung (ITF) der Hochschule Harz und der Fachbereich Wirtschaftswissenschaften erhalten mit den vorliegenden Ergebnissen einen Überblick über den Erfolg und Verbleib der AbsolventInnen am Arbeitsmarkt. Die Erkenntnisse liefern insgesamt eine gute Informationsgrundlage zur Weiterentwicklung des Studienganges (z. B. Studienaufbau und -ausrichtung) und des Master-Angebotes insgesamt.

Eine Auswahl der wichtigsten Ergebnisse wird im Folgenden zusammenfassend dargestellt. Zuvor einige Kernaussagen im Überblick.

Abbildung 1: Kernaussagen der Befragung



Quelle: eigene Darstellung

Haupttätigkeiten der AbsolventInnen

AbsolventInnen sind gut am Arbeitsmarkt etabliert

Die Ergebnisse belegen eine gute Etablierung der AbsolventInnen des Studienganges „Tourism and Destination Development“. Dies zeigt sich zunächst darin, dass fast 94% der AbsolventInnen erwerbstätig sind. Unter Einbezug der Ergebnisse zur Qualität der Beschäftigungsverhältnisse, festigt sich das (größtenteils) positive Bild. Knapp 1/3 der AbsolventInnen übernehmen Verantwortung in Form von Leitungsfunktionen, sei es in der Leitung von Projekten, Fachgebieten oder Gruppen (z. B. Marketingleiterin, Projektleiterin, Senior Produktmanager oder Consultant, Abteilungsleiter), bis hin zu weitreichenden Führungsfunktionen als Geschäftsführer oder CEO. Die weiteren AbsolventInnen sind v. a. als Projektmanager/In, Produktmanagerin, Sales Manager, PR Manager, Referenten (für Tourismus), aber auch als IT Governance & Security Manager, Client Development Executive oder Key Account Manager tätig. Vor allem die frisch diplomierten AbsolventInnen geben als Positionsbezeichnungen Projektassistentin, Junior Produktmanager, Projektleitungsassistentin oder Junior Expert Brand Sales an.

Jobs finden die AbsolventInnen mehrheitlich bei privatwirtschaftlichen Unternehmen der Tourismuswirtschaft, wie bei Beratungsgesellschaften, Busunternehmen, in der Hotellerie, bei Kreuzfahrtunternehmen und (Online-)Reiseveranstaltern, in der Luftverkehrsbranche (Fluggesellschaften und -häfen), bei Unternehmen aus der MICE-Branche, aber auch im öffentlichen Dienst (u. a. Destination Management Organisationen, Stadt-/Kreisverwaltungen, Regionalmanagement/-entwicklung, Hochschulen). Ferner ist ein Teil der AbsolventInnen bei Verbänden tätig. Selbstständige/freiberufliche Tätigkeiten sind verhältnismäßig geringer zu verzeichnen, dennoch haben einige, wenige Personen diesen Weg eingeschlagen. Letztlich sei erwähnt, dass einige AbsolventInnen ihre Promotion anstreben bzw. sie bereits abgeschlossen haben und wiederum andere Personen außerhalb der Tourismuswirtschaft ihrer beruflichen Tätigkeit nachgehen (z. B. Stiftungen, verarbeitende Industrie).

Der Eindruck der vielfältigen Arbeitsbereiche der AbsolventInnen wird durch die näheren Angaben zu den Haupttätigkeiten bestätigt. Das Spektrum ist sehr breit und reicht von A bis Z (vgl. Abbildung 2).

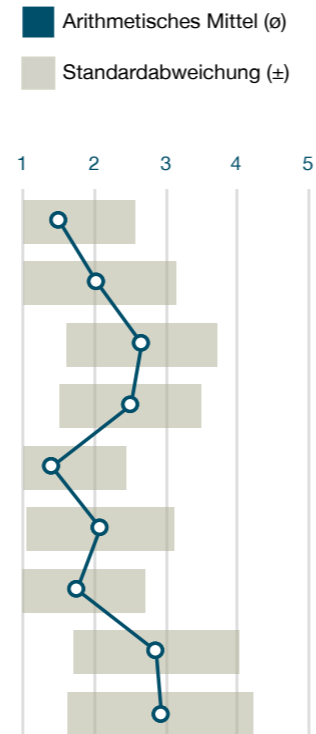


Bei der Betrachtung der Aspekte, die besonders wichtig für das Berufsleben sind, fallen insbesondere die Projekte mit Praxispartnern (Mittelwert 1,4), der Praxis- und Anwendungsbezug (Mittelwert 1,5) und die im Rahmen des Studiums durchzuführenden Präsentationen (Mittelwert 1,8) auf (vgl. Abbildung 4). Des Weiteren werden das Fachwissen (Mittelwert:

2,0) und die Gruppenarbeiten als besonders wichtig angesehen (Mittelwert: 2,1). Die weiteren abgefragten Aspekte sind für alle Befragten „etwas wichtig“, sie haben aber auch die höchste Streuung, so dass einige AbsolventInnen dies als sehr wichtig einstufen, andere dagegen aber auch als weniger bis unwichtig.

Abbildung 4: Bedeutende Aspekte des Master-Studiums für das Berufsleben (n=44)

	sehr wichtig (1)		wichtig (2)		etwas wichtig (3)		weniger wichtig (4)		nicht wichtig (5)		Ø	±
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%		
Praxis- bzw. Anwendungsbezug	33x	75,00	6x	13,64	1x	2,27	2x	4,55	2x	4,55	1,50	1,07
Fachwissen	16x	36,36	18x	40,91	6x	13,64	1x	2,27	3x	6,82	2,02	1,11
Exkursionen	4x	9,09	18x	40,91	15x	34,09	3x	6,82	4x	9,09	2,66	1,06
Wissenschaftliches Arbeiten	7x	15,91	15x	34,09	17x	38,64	3x	6,82	2x	4,55	2,50	1,00
Projekte mit Praxispartnern	36x	81,82	3x	6,82	2x	4,55	1x	2,27	2x	4,55	1,41	1,02
Gruppenarbeiten	13x	29,55	20x	45,45	7x	15,91	2x	4,55	2x	4,55	2,09	1,03
Präsentationen	21x	47,73	17x	38,64	4x	9,09	-	-	2x	4,55	1,75	0,97
Statistik (z. B. SPSS)	4x	9,09	15x	34,09	13x	29,55	7x	15,91	5x	11,36	2,86	1,15
Primärforschung	5x	11,36	15x	34,09	10x	22,73	6x	13,64	8x	18,18	2,93	1,30



Quelle: eigene Erhebung

Rückblick auf den Studienort

Der Großteil der Erinnerungen an die Hochschule Harz als Studienort sind positiv. So stehen mehr als 100 positive Nennungen zehn negativen geäußerten Nennungen zum Studienort gegenüber.

Der Campus an sich und die Atmosphäre werden an 1. Stelle genannt. Auf Platz 3 und 4 sind positive Erinnerungen, die die Umgebung und die

Lernrahmenbedingungen betreffen. Letztlich sei erwähnt, dass auch die Gemeinschaft unter den Studierenden und die Professoren an sich bzw. ihre Expertise mehrmals positiv in Erinnerung geblieben sind. Bei den negativen Nennungen wird u. a. das vergleichsweise gering ausgeprägte Nachtleben, die Parkplatzprobleme auf dem Campus und die zu ruhige Atmosphäre genannt.

Tabelle 1: Erinnerungen an die Hochschule Harz als Studienort (Mehrfachnennungen) (n=50)

Inhalt	Anzahl der Nennungen
Campus (z. B. überschaubar, schöner Campus, grün, Essen, kurze Wege, ideale Campusgröße, Campus mit Flair, Hochschulpartys, Campusfest, gepflegt, Harzer Schmalspurbahnen)	30x
Atmosphäre (z. B. familiär, persönlich, geistig anregend, ruhig, entspannt, entschleunigt, gemütlich, angenehme Atmosphäre zum Studieren)	30x
Umgebung (z. B. schöne Landschaft, Wernigerode schöner Studienort, Naturerlebnisse, Idylle, hervorragende Lebensbedingungen, einzigartig, Harz, gemütliche Altstadt, Brocken, „Anschauungsobjekt“ für Tourismusstudierende)	23x
Lernrahmenbedingungen (z. B. wenig Ablenkung, kleiner Jahrgang, kleine HS, wenig Studierende, kleine Lerngruppen, praxisnahe Projekte, Forderung und Förderung, verschiedene Varianten an Prüfungen, fundierte Wissensvermittlung)	21x
Gemeinschaft (z. B. dauerhafte Freunde, gute Gruppendynamik, Zusammenhalt, fachlicher Austausch)	11x
Professoren (z. B. guter Kontakt, gute Betreuung, erfahrene Dozenten)	8x
Lebensbedingungen (z. B. hervorragend, hohe Work-Life Balance, bezahlbare Wohnungen, preiswert)	3x

Quelle: eigene Erhebung

Gründe für die Entscheidung für den Master-Studiengang

Der Aufbau bzw. die Gestaltung des Masterprogramms wird mit weitem Abstand am häufigsten als Begründung für die Wahl des Studienganges „Tourism and Destination Development“ genannt. An zweiter Stelle steht der Hochschulstandort bzw. Studienbedingungen, gefolgt von der eigenen Weiterentwicklung und fachlichen Vertiefung. Weitere Gründe liegen in den Arbeitsmarktanforderungen und/oder -bedingungen sowie dem (guten) Ruf der Hochschule, den guten Erfahrungen und den Dozenten (vgl. Tabelle 2).

Tabelle 2: Gründe für die Entscheidung für den Master-Studiengang (Mehrfachnennungen) (n=48)

Gestaltung/Aufbau des Masterprogramms (53x)	z. B. Auslandssemester, gute Ausbildungsinhalte, praxisorientiert, spannende Fächer, breit „gefächert“, zweisprachig, aber Unterrichtssprache hauptsächlich Deutsch, mehrere Fremdsprachen, drei- oder viersemestrige Variante
Hochschulstandort/Studienbedingungen (29x)	z. B. geringe Entfernung zum Heimatort, Lage: Mitteldeutschland, günstige Studienbedingungen, kleine Gruppen, kleiner Campus, gemütliche Kleinstadt, Studienort Wernigerode, keine Studiengebühren
Erkenntniserweiterung/Weiterentwicklung/fachliche Vertiefung (27x)	z. B. Schwerpunkt Tourismus, Spezialisierung Destinationsmanagement, Kenntnisse vertiefen, gute Ergänzung zum Bachelor
Arbeitsmarktanforderungen/-bedingungen (13x)	z. B. 2009: wenige Stellen mit Bachelor, Master-Abschluss gewünscht, nicht ausreichende Qualifizierung mit Bachelor, Arbeitsvertrag lief aus, Profilierung auf dem Arbeitsmarkt, Verbesserung Verdienstmöglichkeiten
Ruf der Hochschule Harz (12x)	z. B. guter Ruf der Hochschule Harz
gute Erfahrungen an der Hochschule Harz (9x)	z. B. Bachelor an HS Harz, Bruder dort studiert, guter Eindruck beim Vorstellungsgespräch
Dozenten (8x)	z. B. gute Professoren, bekannte Dozenten, Dozenten aus der Praxis, internationale Dozenten
Freude am Tourismus/am Studieren (7x)	z. B. Zukunft des Tourismus mitgestalten, Streben nach Bildung, Interesse Tourismusbranche, Wunsch wissenschaftlich zu Arbeiten
Sonstiges (4x)	z. B. Internetauftritt, Stolz der Eltern

Quelle: eigene Erhebung

Empfehlungen für die Weiterentwicklung des Studiengangs

Die AbsolventInnen geben konkrete Empfehlungen zu Inhalten, Themen oder Kompetenzen, die in ihrem gegenwärtigen beruflichen Alltag eine große Bedeutung haben und somit aus ihrer Sicht im Master-Studium „Tourism and Destination Development“ vermittelt werden sollten (vgl. Tabelle 3).

Die wichtigsten Inhalte sind unterschiedliche Wünsche in Bezug auf zusätzliche Wissensvermittlung, wie die Themen Nachhaltigkeit, Online-Marketing oder Trends im Tourismus. In diesem Zusammenhang ist anzumerken, dass einige der genannten Themen zur Studienzeit einiger AbsolventInnen nicht im Studienprogramm vorgesehen waren, im Laufe von Weiterentwicklungen des Studienganges jedoch Eingang

in das Curriculum gefunden haben. Auch wenn der Praxisbezug und die Kooperation mit Praxispartnern im Master bereits als besonders wichtig für den Berufsalltag angesehen werden (siehe Kapitel „Wichtige Themen und Inhalte aus dem Studium“, S. 7), wird sich von einigen AbsolventInnen ein weiterer Ausbau gewünscht. Darüber hinaus finden sich auch Vorschläge, die bisher kaum oder keine Berücksichtigung im Masterprogramm finden (z. B. Fördermöglichkeiten, Projektkalkulation, Vergabe-/Arbeitsrecht). Hierüber ist im Institut für Tourismusforschung/Kollegenkreis zu diskutieren und es sind ggf. Umsetzungsschritte einzuleiten. Die vielfältigen Hinweise sind auf jeden Fall ein willkommener Input der Experten des Studienganges – der AbsolventInnen.

Tabelle 3: Empfehlungen für Inhalte, Themen oder Kompetenzen (Mehrfachnennungen) (n=34)

Inhalt	Anzahl der Nennungen
Vermittlung von (mehr) Fachwissen z. B. Nachhaltigkeit, Online-Marketing, Regionalentwicklung, Veranstalter-, Hotel-, Destinations-, Konflikt-, Personal-Management, Trends im Tourismus, Kreuzfahrt- und Interkulturelles Management	28x
Fördermöglichkeiten, Projektkalkulation, Investitionsplanung	20x
Projekte mit Praxis, Exkursionen, Beratung, praktische Übungen zu Projektmanagement/-planung/Konzepterstellung/Beratung	14x
Moderation, Rhetorik, Workshop-Gestaltung, Verhandlungsführung	10x
Software/IT-Kenntnisse/CMS-Systeme/Website-Management, Social Media	9x
Marketing-Pläne, Businesspläne, Machbarkeitsstudien, Strategien zur Umsetzung von Tourismus-Konzepten	9x
Methodenwissen, Analysen, Verfassen von Berichten/Schriftstücken, Darstellung von (Analyse-) Ergebnissen, (Markt-)Analysen	7x
(Kommunal-)Politik, Vergaberecht, Arbeitsrecht	7x
Sonstiges, wie z. B. Sprachkenntnisse, Umgang mit überalterten Unternehmen/Trittbrettfahrern	3x

Quelle: eigene Erhebung

Zwei von drei AbsolventInnen haben weitere Vorschläge zur Verbesserung des Master-Studienganges „Tourism and Destination Development“. Hierzu zählen u. a. der weitere Ausbau des Praxisbezuges, sowohl bzgl. der Präsenzzeiten als auch in Bezug auf ein (Pflicht) Praktikum, neue Lehrinhalte und die Überarbeitung von Lehrinhalten, der Ausbau der Internationalität und der wissenschaftlichen Grundlagen. Es gibt aber auch vielfältige Vorschläge, die keinem der „großen“ Oberthemen zugeordnet werden können – diese sind jedoch genauso wichtig und ihre Berücksichtigung ist angedacht (vgl. Tabelle 4).

Tabelle 4: Verbesserungsvorschläge für den Master (Mehrfachnennungen) (n=26)

(noch) mehr Projekte/Praxisbezug (10x)	z. B. Erstellung eines Business Plans, noch mehr Praxisbezug und Projekte mit Unternehmen, auch in „normalen“ Lehrveranstaltungen, keine Kosten für Projekte
Lehrveranstaltungsinhalte verbessern (8x)	z. B. mehr Marketing, IT/Software-Lösungen, Interkulturelles Management, verschiedene Sprachniveaus bei Fremdsprachen
Internationalität (6x)	z. B. mehr Partnerschaften, Auslandssemester und englischsprachige Lehrveranstaltungen
(Pflicht-)Praktikum (5x)	z. B. auch für 3-semesterige Variante ermöglichen
Wissenschaftliche Grundlagen (5x)	z. B. wissenschaftliches Schreiben, Masterseminar ab 2. Semester, SPSS-Schulung verpflichtend, Primärerhebungen
Studienaufbau (4x)	z. B. weniger Gruppenarbeiten, mehr individuelle Leistungen, weniger Kurse im Semester
mehr BWL-Kompetenzen (3x)	z. B. Führungs-/Leitungskompetenzen
Sonstiges (10x)	z. B. Rückzugsräume für Kleingruppenarbeit, Mentoren, Networking ermöglichen, kleine Mastergruppe beibehalten, ergänzende Angebote für Fachfremde/Tourismusabsolventen anderer Hochschulen

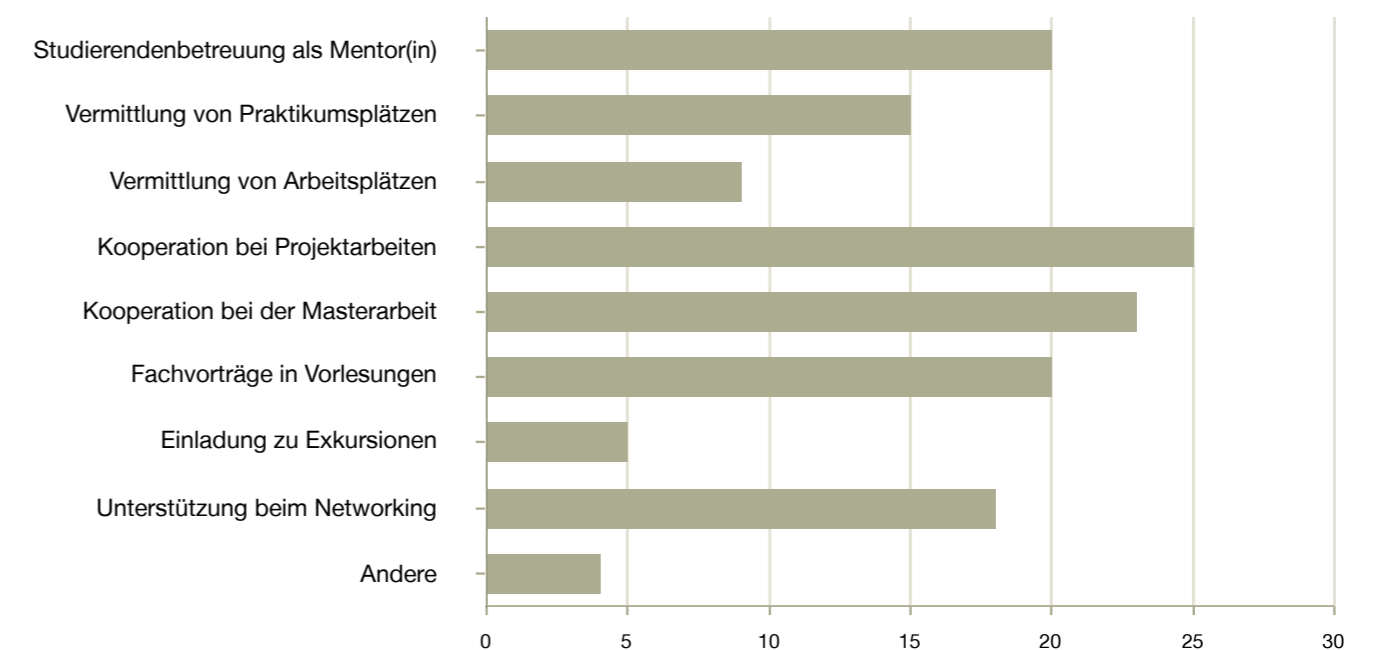
Quelle: eigene Erhebung

Bereitschaft, Studierende des Masters „Tourism and Destination Development“ zu unterstützen

Nahezu alle Befragten zeigen eine (zumindest mittlere) Bereitschaft aktuelle Studierende des Master-Studienganges zu unterstützen. Elf Befragte drücken eine sehr hohe Bereitschaft aus, 16 eine hohe und 13 eine mittlere Bereitschaft – nur bei zwei TeilnehmerInnen ist die Bereitschaft niedrig bzw. nicht gegeben (Mittelwert: 2,1).

Vor allem die Kooperation bei Projekt- und Masterarbeiten wird angegeben, aber auch die Vermittlung von Praktikums- und Arbeitsplätzen, die Einbindung mittels Fachvorträgen in den Lehrveranstaltungen und die Themen Networking und Mentoring werden als interessante Unterstützungsmaßnahmen genannt (vgl. Abbildung 5).

Abbildung 5: Bereitschaft zu Unterstützungsmaßnahmen (Mehrfachnennungen) (n=24)



Quelle: eigene Erhebung

Ratschläge der AbsolventInnen an zukünftige AbsolventInnen

Die AbsolventInnen haben für derzeitige Studierende des Master-Studienganges „Tourism and Destination Development“ vielfältige Ratschläge – diese gelten größtenteils nicht nur für Studierende der Hochschule Harz, sondern besitzen häufig einen allgemeingültigen Aussagegehalt für (Master-)Studierende. Die Ratschläge betreffen insbesondere die Bereiche Praxiserfahrung, Berufseinstieg und notwendige Soft Skills. Ferner werden auch das Networking im Studium, die Motivation für den Beruf und für die Tourismuswirtschaft sowie Ideen für die Erstellung der Masterarbeit und die Studienzeit genannt (vgl. Tabelle 5).

Tabelle 5: Ratschläge der AbsolventInnen für zukünftige AbsolventInnen (Mehrfachnennungen) (n=28)

Inhalt	Anzahl der Nennungen
Praxiserfahrungen (z. B. Projekte mit Praxisbezug nutzen, Praktika machen, während des Studiums nach späteren Job suchen, Praxissemester für Berufseinstieg nutzen, Auslandsaufenthalte)	11x
Berufseinstieg (z. B. Quereinstieg in anderen Branchen möglich, Jobperspektiven im Bereich Destinationsentwicklung vergleichsweise schlecht, klein anfangen und sich dann in Wunschposition hocharbeiten, Durchbeißen „no pain – no gain“, Gewährleistung von nationaler und internationaler Mobilität für Berufseinstieg in Tourismusjob mit vernünftigem Verdienst)	7x
Soft Skills (z. B. Gruppenarbeiten gute Vorbereitung auf Berufsleben, Selbstbewusstsein in Bewerbungssituationen, Persönlichkeit und Selbstpräsentation von Bedeutung, Soft Skills sind entscheidend für Berufserfolg, Teamplayer sein)	7x
Motivation (z. B. versuchen Motivation für Berufsleben beizubehalten, fleißig sein, miteinander arbeiten, man sollte für den Tourismus brennen, Leistungswillen bei Bewerbungsgespräch zeigen, Eigeninitiative zahlt sich aus, doch auch diejenigen, die sich auf Leistung anderer verlassen, kommen damit auch durch)	6x
Networking (z. B. Kontaktaufbau während des Studiums, Studienkontakte beibehalten, Anmeldung in Online-Netzwerken)	5x
Masterarbeit (z. B. am besten mit Praxispartnern, Thema abgestimmt auf späteren Job, Masterarbeit im Betrieb schreiben)	3x
Studienzeit (z. B. Studienzeit genießen, Studienzeit ist einmalig und unwiederbringlich)	3x
Herausforderungen (z. B. Herausforderungen zur Stärkung nutzen, verschiedene Dinge ausprobieren)	3x
Weiterbildung (z. B. konstante Weiterbildung auch außerhalb Tourismus, Interesse an IT)	2x

Quelle: eigene Erhebung

Fazit

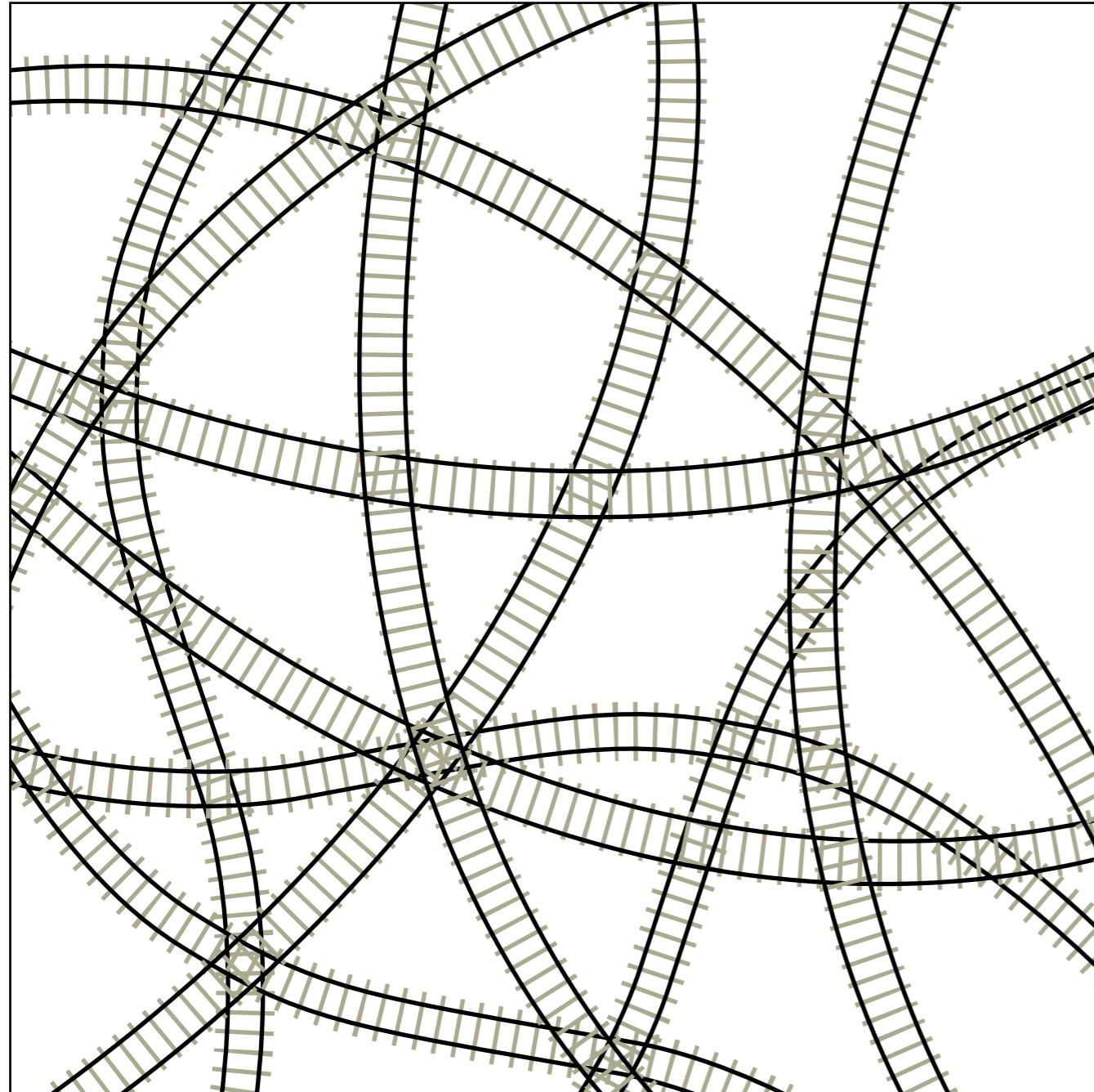
Es gilt zunächst einmal ein herzliches Dankeschön allen AbsolventInnen für die Teilnahme an der Befragung auszusprechen.

Es ist für das Tourismus-Kollegium eine große Freude und Ehre, ein Masterprogramm im Tourismus an der Hochschule Harz anbieten zu können und lernbereite Menschen bei ihrem Lebensweg ein Stück weit begleiten zu dürfen. Die Ergebnisse zeigen aus Sicht des Tourismus-Kollegiums, dass es gelungen ist, ein ansprechendes, lehrreiches und forderndes Studienprogramm im Laufe der letzten zwölf Jahre anbieten zu können, so dass der Großteil der AbsolventInnen eine adäquate Berufsposition in der Tourismuswirtschaft, aber auch in branchenfremden Bereichen, einnehmen konnte.

Nichtsdestotrotz werden die vielfältigen Ideen und Verbesserungsvorschläge der Ausgangspunkt für Veränderungen des Studiengangs sein – es soll an dieser Stelle aber auch darauf hingewiesen werden, dass einige Kritikpunkte im Laufe der Jahre angegangen wurden bzw. Verbesserungsvorschläge, die AbsolventInnen der ersten Jahrgänge geäußert haben, bereits umgesetzt wurden. In die Weiterentwicklung fließen nicht nur die Ergebnisse der AbsolventInnen-Befragung ein, sondern auch Ergebnisse aus einem Workshop mit aktuellen und ehemaligen Studierenden sowie eine Befragung der Dozierenden des Studienganges. Die Attraktivität des Studiengangs soll den aktuellen Entwicklungen in der Tourismuswirtschaft und den Anforderungen der Praxis an AbsolventInnen weiterhin gerecht werden und an der einen oder anderen Stelle sogar noch besser gerecht werden.



Berufswege



Sabrina Schneider, Leiterin Centermanagement bei der Flughafen Berlin Brandenburg GmbH

Abschluss 2010



Wie beurteilen Sie den Master-Studiengang „Tourism and Destination Development“ rückblickend?

Mit diesem Master-Studiengang hat die Hochschule Harz ein inhaltlich attraktives konsekutives Studienangebot für Bachelor-Absolventen im Bereich Tourismusmanagement entwickelt. Genau das, was ich wollte. Besonders positiv habe ich die großartige fachliche und persönliche Zusammenarbeit unserer kleinen Masterstudiengruppe mit den Dozenten und die Vielzahl an spannenden Projekten mit touristischen Praxispartnern in Erinnerung.

Was ist Ihr derzeitiger Beruf und welche Aufgaben sind damit verbunden?

Als Leiterin des Centermanagements bei der Flughafen Berlin Brandenburg GmbH – Betreibergesellschaft der Berliner Flughäfen – bin ich neben den diversen fachlichen Aufgaben in Zusammenhang mit den Planungs-, Vermietungs- und Steuerungsprozessen für Retail- und Gastronomieflächen insbesondere

für die Leitung und Weiterentwicklung der Organisationseinheit inkl. entsprechender Personal- und Budgetverantwortung zuständig.

Wie können Sie das Wissen, das Sie während Ihres Studiums erworben haben, in Ihrem Beruf anwenden?

Das Studium liegt ja bereits bald 10 Jahre zurück und je nach beruflicher Station war und ist im Job natürlich teilweise ganz unterschiedliches Wissen gefragt. Dafür habe ich, gerade auch aus der Studienzeit, natürlich viel mehr als „nur“ das fachliche Wissen mitgenommen.

Sie haben nach dem Studium schnell einen Job gefunden. Welche Ratschläge haben Sie an zukünftige Absolventen für den Berufseinstieg?

Studium, Praxisprojekte, Praktika, Nebenjobs etc. nutzen, um ein gutes Gefühl zu bekommen, was man kann und will. Berufseinstieg schon vor Beendigung der Abschlussarbeit erwägen. Zielgerichtet bewerben. Und immer die Augen nach dem Traumjob offenhalten.

Kathleen Lumma, Landesgeschäftsführerin des ADFC

Baden-Württemberg

Abschluss 2012



Wie beurteilen Sie den Master-Studiengang „Tourism and Destination Development“ rückblickend?

Der Master hat mir viele wichtige Arbeitsweisen und Inhalte in zahlreichen Hausarbeiten, Projektarbeiten und Workshops vermittelt, welche ich bis heute regelmäßig anwende. Darüber hinaus war das Studium inhaltlich sehr praxisnah und liefert damit eine gute Basis für einen Berufseinstieg.

Was ist Ihr derzeitiger Beruf und welche Aufgaben sind damit verbunden?

Ich bin Landesgeschäftsführerin des ADFC Baden-Württemberg (Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club). Vorher war ich Referentin für Radtourismus in demselben Verband und als die Stelle der Geschäftsführung vakant war, habe ich es einfach mit einer internen Bewerbung versucht. Mein Aufgabenfeld ist sehr vielfältig: Typische Aufgaben sind die Organisationsentwicklung, das Personalmanagement und das Controlling, aber auch die Repräsentanz des Verbandes oder das Projektmanagement gehören zu meinen Tätigkeiten. Denn in einem gemeinnützigen Verband ist der Geschäftsführer selten nur der Steuermann, sondern meist zugleich am Steuer und am Ruder!

Wie können Sie das Wissen, das Sie während Ihres Studiums erworben haben, in Ihrem Beruf anwenden?

Ich wende derzeit weniger die fachlichen Inhalte als die erlernten Techniken und Grundlagen, wie z. B. Analyse- oder Bewertungsmethoden an.

Sie haben nach dem Studium schnell einen Job gefunden. Welche Ratschläge haben Sie an zukünftige Absolventen für den Berufseinstieg?

Sei open-minded bei der Jobsuche! Ein zu enges Suchfeld schränkt auch die Möglichkeiten ein. Letztlich ist Tourismusmanagement eine BWL-Ausbildung und in der Tourismusbranche (und auch in anderen Branchen) warten tolle Jobs (Controlling, Finanzierung, Personalmanagement etc.), die nicht immer in den Vorstellungen der Absolventen existieren. Wenn man sich aber verdeutlicht, welche „Werkzeuge“ einem das Studium an die Hand gegeben hat, wird das Suchfeld sehr viel größer und man kann wirklich interessante Jobs abseits des umkämpften Tourismus-Mainstreams in den Produktmanagement-Abteilungen der Reiseveranstalter finden.

Dorothea Schneider, Geschäftsführerin DümmerWeserLand

Touristik und Regionalmanagerin Diepholzer-Land

Abschluss 2012



Wie beurteilen Sie den Master-Studiengang „Tourism and Destination Development“ rückblickend?

Ich konnte im Master genau die für mich relevanten Wissenslücken schließen. Wichtige Studienelemente waren für mich vor allem die wirtschaftswissenschaftlichen und sozialbezogenen Fächer, wie „Führung“ und „Konfliktmanagement“. Durch viele Projekt- und Gruppenarbeiten sowie Präsentationen waren Kommunikationskompetenz, Organisation im Team und die Auseinandersetzung mit praktischen Themen stets gegeben.

Was ist Ihr derzeitiger Beruf und welche Aufgaben sind damit verbunden?

Ich habe eine zweigeteilte Stelle. Ich bin zum einen Geschäftsführerin für einen touristischen Regionalverband. Meine Tätigkeiten sind sehr vielfältig und reichen von der finanziellen und personellen Verantwortung für mein kleines Team sowie für die Geschäfte des Vereins, über die Entwicklung und Umsetzung von Marketingstrategien und -maßnahmen über Gremienarbeit bis hin zur Unterstützung und Beratung von Gastgebern. Mit dem zweiten Teil meiner Stelle bin ich für die Förderung der Regionalentwicklung in einem Verbund aus fünf Kommunen tätig. Wir verfolgen eine gemeinsame Entwicklungsstrategie. Ich unterstütze und berate öffentliche und private Akteure über Fördermöglichkeiten, bearbeite Förderanträge und setze viele tolle regionale Projekte mit um.

Wie können Sie das Wissen, das Sie während Ihres Studiums erworben haben, in Ihrem Beruf anwenden?

Das Studium hat mich insofern gut auf die Arbeitswelt vorbereitet, dass es mir das richtige Handwerkszeug

(Herangehensweise, Soft Skills etc.) und einen breiten Einblick in unterschiedliche Themenbereiche mit an die Hand gegeben hat, um mich in unterschiedliche Themen einzuarbeiten. Für mich ist der Master vor allem aufgrund der erlernten strategisch-analytischen Herangehensweise an Themen relevant, z. B. wenn es um die Entwicklung neuer Produkte und Angebote geht. Außerdem benötige ich für Präsentationen häufig Zahlen und Branchentrends und da ist es gut zu wissen, auf welche gängigen Studien/Branchenreporte ich zurückgreifen kann. Konkret ist für mich z. B. der Bereich „Qualitätsmanagement“ aus dem Studium relevant, da ich mich u. a. um das Thema „Klassifizierungen/Zertifizierungen“ kümmere. Außerdem stellt auch die Gestaltung von Marketingmaterialien einen wichtigen Schwerpunkt dar. Hierfür sind z. B. die erlernten Kenntnisse im Rahmen des Seminars „Touristische Medienkonzepte“ wichtig.

Sie haben nach dem Studium schnell einen Job gefunden. Welche Ratschläge haben Sie an zukünftige Absolventen für den Berufseinstieg?

Praktische Erfahrungen entweder durch Nebenjobs und Praktika im und nach dem Studium oder im Rahmen der Masterarbeit halte ich für absolut wertvoll, um erste Kontakte für den Berufseinstieg zu knüpfen. Etwas Geduld bei den Bewerbungen und auch das notwendige Quäntchen Glück gehören bei der Jobsuche natürlich immer dazu. Ist der Einstieg erst einmal geglückt, zeigt die Praxis häufig, in Inhaltliches kann man sich hineinarbeiten. Das „A“ und „O“ sind nach meiner Einschätzung die sozialen Kompetenzen, wenn es darum geht, wie man sich im Berufsalltag bewährt.

Nadine Schmidt Rojas, Client Development Executive

bei STA Travel/ISIC in Melbourne, Australien

Abschluss 2012



Wie beurteilen Sie den Master-Studiengang „Tourism and Destination Development“ rückblickend?

Das Studium hat meine strategische Herangehensweise an Herausforderungen und Projekte gefördert. Durch die Kombination aus Tourismus- und Managementfächern wurde viel theoretisches Wissen vermittelt, jedoch lernt man das meiste tatsächlich „on the job“. Insgesamt hat man ein breites Spektrum an Wissen aus sehr vielen verschiedenen Fächern und Projekten erhalten. Auf dieses Wissen kann ich im jeweiligen Job gut zurückgreifen und es anpassen. Ohne den Masterabschluss hätte ich auch nie die Möglichkeit gehabt, Dozentin zu werden.

Was ist Ihr derzeitiger Beruf und welche Aufgaben sind damit verbunden?

Ich arbeite derzeit in Vollzeit als Client Development Executive bei STA Travel/ISIC in Melbourne, Australien. Dabei manage ich B2B Partnerships mit verschiedenen ausbildenden Institutionen in Neuseeland, wie z. B. Universitäten, Fachhochschulen oder Schulen. Außerdem verkaufe ich diesen Institutionen die International Student Identity Card (ISIC) in verschiedenen Kooperationsmöglichkeiten. Des Weiteren arbeite ich einmal wöchentlich als Dozentin am William Angliss Institute of TAFE im Fach „Nachhaltigkeit in der Eventindustrie“ und ich halte Gastvorlesungen im Fach „Nachhaltigkeit im Tourismus“. Das hat mich dazu bewegt, nebenbei mit anderen Freiwilligen, die lokale Arbeitsgemeinschaft („Chapter“) der globalen Vereinigung „Impact Travel Alliance“ mit aufzubauen, um die Viktorianische Tourismusindustrie für Nachhaltigkeitsinitiativen in ihren Unternehmen zu motivieren.

Wie können Sie das Wissen, das Sie während Ihres Studiums erworben haben, in Ihrem Beruf anwenden?

Das hängt von den genauen Arbeitstätigkeiten des jeweiligen Jobs ab. Bei einem Reiseveranstalter im Produktmanagement konnte ich die theoretischen Kenntnisse der touristischen Wertschöpfungskette aus den Fächern Produktgestaltung und -entwicklung sehr gut anwenden. Dagegen hat mich Business-Englisch sehr gut auf Kunden- und Verkaufsgespräche vorbereitet. Fächer, wie Interkulturelles Management und touristische Medienkonzepte kann ich gut für Marketingaufgaben anwenden, wobei man sich im Marketing aufgrund der ständigen Veränderungen immer fortbilden sollte.

Sie haben nach dem Studium schnell einen Job gefunden. Welche Ratschläge haben Sie an zukünftige Absolventen für den Berufseinstieg?

Da ich nach dem Studium direkt nach Australien gegangen bin, kann ich leider nichts über den deutschen Arbeitsmarkt sagen. In Australien war es zu Anfang schwer, als Ausländische, ohne das richtige Visum direkt einen Job entsprechend der Qualifikation zu finden. Es wird sehr viel Wert auf Arbeitserfahrungen gelegt und in den Unternehmen ist es üblich, sich hochzuarbeiten. Wenn man dann nach einiger Zeit ein unbegrenztes Visum bekommt, sowie etwas Arbeitserfahrungen in touristischen Betrieben erlangt hat, ist die Jobsuche einfacher. Was jedoch hier am allerwichtigsten ist und ich bin mir sicher, dass es auch in Deutschland so ist, ist das Netzwerken!

Sandra Skolik, Systems and Demand Analyst

bei Norwegian Air Shuttle

Abschluss 2014



Wie beurteilen Sie den Master-Studiengang „Tourism and Destination Development“ rückblickend?

In dem Master wurden insgesamt viele verschiedene Themenbereiche abgedeckt, obwohl der Fokus des Studiums auf dem Destinationsmanagement lag. Positiv war auch, dass die Themen für die Hausarbeiten und Projekte je nach Interessenschwerpunkt gewählt werden konnten. Außerdem war das Studium durch die vielen Projekte mit externen Partnern sehr praxisnah.

Was ist Ihr derzeitiger Beruf und welche Aufgaben sind damit verbunden?

Ich arbeite als Systems and Demand Analyst bei Norwegian Air Shuttle. Zu meinen Aufgaben gehört das Demand Forecasting, also die Untersuchung der Kundennachfrage durch die Analyse von historischen Daten und aktuellen Buchungsentwicklungen. Außerdem betreue ich die Revenue Management Systeme. Dazu gehört u. a. die Behebung von Systemfehlern, die Pflege von Wettbewerberpreisen oder die Unterstützung der Revenue Analysten bei der optimalen Nutzung der Systeme.

Wie können Sie das Wissen, das Sie während Ihres Studiums erworben haben, in Ihrem Beruf anwenden?

Obwohl der Schwerpunkt des Studiums im Destinationsmanagement liegt, konnte ich mir in diversen Projekten Fachwissen im Bereich des Luftverkehrs aneignen. Darüber hinaus habe ich in den verschiedenen Projekten gelernt, strukturiert zu arbeiten und Lösungsansätze für bestimmte Problemstellungen zu entwickeln. Die vielen Präsentationen haben mich darauf vorbereitet, im Beruf in der Lage zu sein, auch vor größeren Gruppen und dem Management zu sprechen und meine Meinung zu vertreten.

Sie haben nach dem Studium schnell einen Job gefunden. Welche Ratschläge haben Sie an zukünftige Absolventen für den Berufseinstieg?

Es ist sehr wichtig, räumlich flexibel zu sein. Bei meiner Jobsuche habe ich mich nicht auf eine Stadt oder Region beschränkt und mich deutschlandweit bzw. auch weltweit nach passenden Stellen umgeschaut. Außerdem sollte man sich nicht von der Stellenbeschreibung „abschrecken“ lassen und sich auch auf Stellen bewerben, die vom Profil nicht hundertprozentig passen, aber interessant klingen.

Abschluss 2014



Wie beurteilen Sie den Master-Studiengang „Tourism and Destination Development“ rückblickend?

Innerhalb meines Betriebswirtschaftsstudiums war Tourismus nur ein Randthema, weswegen ich viel hinzulernen konnte. Die vielen Projekte haben einen praxisnahen Einblick in die verschiedensten Tourismusbereiche ermöglicht und zur Berufsorientierung beigetragen. Der mehrsprachige Ansatz und die damit verbundenen Fremdsprachenfähigkeiten sehe ich rückwirkend als einen der bedeutendsten Pluspunkte des Studiums an.

In der Destination, in der ich zurzeit tätig bin, existierten vor meinem Amtsantritt keinerlei Strukturen und keine über ein Tourismuskonzept hinausgehende Strategie. Die vermittelten Soft Skills haben mir gerade in der Anfangszeit immer gute Dienste geleistet. Auf die Situation ins kalte Wasser geworfen zu werden und direkt gravierende Entscheidungen, ohne die Möglichkeit einer Rückversicherung treffen zu müssen, kann jedoch kein Studium vorbereiten.

Was ist Ihr derzeitiger Beruf und welche Aufgaben sind damit verbunden?

Derzeitig leite ich das Tourismusmanagement für den Landkreis Mansfeld-Südharz. In dieser Funktion beschäftige ich mich mit der gesamten Bandbreite des Destinationstourismus. Ich bin zuständig für alles, von Marketing über Fördermittel- und Investorenakquise bis hin zum Qualitätsmanagement. Neben der Teamführung empfinde ich das Netzwerkmanagement hierbei als meine wichtigste Aufgabe.

Wie können Sie das Wissen, das Sie während Ihres Studiums erworben haben, in Ihrem Beruf anwenden?

Es sind eher kleine Fertigkeiten, die sich in meinem Arbeitsalltag bemerkbar machen. Wissenschaftliches Arbeiten und die Kenntnis relevanter Publikationen helfen bei der Beantragung von Fördermitteln sowie dem Anfertigen von Stellungnahmen, die vermittelten Präsentationsfähigkeiten nützen bei Fachvorträgen und die projektbezogenen Teamarbeiten waren eine gute Vorbereitung für das Arbeiten in Arbeitsgemeinschaften, Lenkungs- und Erfahrungsaustausch-Gruppen. Darüber hinaus befähigt mich das Studium, Publikationen von Agenturen oder Beratungsunternehmen kritisch zu werten. Die Mehrsprachigkeit des Masters war im Reformationsjahr äußerst hilfreich und auch bei meinem aktuellen INTERREG-Projekt ist sie von hoher Bedeutung.

Sie haben nach dem Studium schnell einen Job gefunden. Welche Ratschläge haben Sie an zukünftige Absolventen für den Berufseinstieg?

Meine Masterarbeit als Werksstudent in einem Consultingunternehmen zu schreiben war sicherlich förderlich, da hierdurch bereits viele Kontakte zu touristischen Stakeholdern in Mitteldeutschland entstanden sind. Den Besuch touristischer Jahresveranstaltungen kann ich ebenfalls empfehlen. In Sachsen-Anhalt wären dies beispielsweise: Tourismustag Sachsen-Anhalt, Harzer Tourismustag oder das Sparkassen-Tourismusbarometer. Darüber hinaus ist der Masterabschluss der Hochschule Harz allgemein ein guter Türöffner.

Abschluss 2015



Wie beurteilen Sie den Master-Studiengang „Tourism and Destination Development“ rückblickend?

Inhaltlich war das Studium zwar zentral auf Destinationsmanagement ausgerichtet, behandelte aber auch andere touristische Bereiche, was ich besonders schätzte. So erhielt man einen umfassenden Einblick und konnte schon eigene Interessenschwerpunkte für das spätere Berufsleben treffen. V. a. die Vielzahl an Projekten half intensiver in die Themen einzutauchen und im Team etwas Neues zu schaffen. Im Anschluss habe ich ein Semester an einer Partnerhochschule in Frankreich absolviert. Es zählte zwar nicht direkt zum Studium, jedoch war ich begeistert, dass die Hochschule dies möglich machte. Ein Praktikum ist zwar nicht innerhalb der Studienzeit eingeplant, doch würde ich es auf jeden Fall empfehlen, um eine perfekte Ausgangslage für das spätere Berufsleben zu haben.

Was ist Ihr derzeitiger Beruf und welche Aufgaben sind damit verbunden?

Ich bin Revenue Manager in der Flugabteilung bei dem Reiseveranstalter FTI. Mein Team und ich sind verantwortlich für die Ertrags- und Kapazitätssteuerung unserer Charterflüge. Dazu zählt neben regelmäßigen Wettbewerbsanalysen ebenso die bestmögliche Auslastung zum bestmöglichen

Ertrag zu erzielen. Hierbei ist die Zusammenarbeit im Team unabdingbar und der Kontakt zu anderen Reiseveranstaltern täglich gegeben.

Wie können Sie das Wissen, das Sie während Ihres Studiums erworben haben, in Ihrem Beruf anwenden?

In meinem jetzigen Job kann ich zwar weniger die inhaltlichen Schwerpunkte des Studiums anwenden, doch die Fachkompetenzen helfen stets wichtige Entscheidungen zu treffen, ein gutes Miteinander im Team zu garantieren und die selbstständige Arbeit zu optimieren. Weiterhin finden die Grundzüge von Analysen (z. B. Wettbewerbs- und Qualitätsanalysen) regelmäßig Anwendung in meiner täglichen Arbeit.

Sie haben nach dem Studium schnell einen Job gefunden. Welche Ratschläge haben Sie an zukünftige Absolventen für den Berufseinstieg?

Besonders wichtig bei Praktika und Projekten ist, schon frühzeitig Kontakte zu knüpfen, denn ohne ist es recht schwierig, schnell den Berufseinstieg zu meistern. Praktische Erfahrung gepaart mit analytischem Wissen sind die Grundvoraussetzungen als potenzieller neuer Mitarbeiter angesehen zu werden. Weiterhin sollte man zuerst nicht zu fokussiert auf eine Jobrichtung sein, da dies die Chancen und die Auswahl zu sehr einschränkt.

Abschluss 2017



Wie beurteilen Sie den Master-Studiengang „Tourism and Destination Development“ rückblickend?

Um sich von der großen Anzahl an potenziellen Mitarbeitern abzuheben, ist eine fundierte akademische Ausbildung ein großer Vorteil. Die Hochschule Harz verfügt über einen prominent besetzten Lehrstuhl im Tourismusbereich, um genau das zu gewährleisten. Darüber hinaus genießt der Studiengang einen sehr guten Ruf.

Die Exkursionen und Kooperationen mit touristischen Unternehmen sowie die Unterstützung im Praxissemester ermöglichen einen erfolgreichen Transfer des Wissens in die Praxis, wodurch der Lerneffekt sehr groß ist. Auch der hohe Anteil an Prüfungen in Form von Vorträgen und Hausarbeiten erlauben eine selbstständige und vertiefte Einarbeitung in selbst ausgewählte Themen.

Der grüne Campus, das Miteinander von Studierenden und Hochschulmitarbeitern, kurze Wege und die Modernität der gesamten Hochschule bieten beste Grundvoraussetzungen zum Studieren.

Was ist Ihr derzeitiger Beruf und welche Aufgaben sind damit verbunden?

Ich bin Projektmanager bei PiNCAMP, einem Vergleichsportale für Campingplätze. Mein Aufgabengebiet umfasst zunächst die abteilungsübergreifende Koordination von Projekten sowie die Erstellung und Verbesserung von Prozessen und Workflows innerhalb des Unternehmens. Darüber hinaus unterstütze ich die Führungsebene bei der strategischen Ausrichtung des Unternehmens. Dabei übernehme ich analytische Aufgaben und unterstütze bei Verhandlungen mit potenziellen Kooperationspartnern.

Wie können Sie das Wissen, das Sie während Ihres Studiums erworben haben, in Ihrem Beruf anwenden?

Die Hochschule Harz gewährleistet Dank ihres hohen Praxisbezuges sehr gute Voraussetzungen für die Vorbereitung auf die Arbeitswelt. Für eine Managementposition ist natürlich insbesondere das Verständnis für betriebswirtschaftliche Zusammenhänge und die damit verbundenen Entscheidungsprozesse eine Grundvoraussetzung. Wichtiger als das Wissen sind jedoch die erworbenen Sozial- und Problemlösungskompetenzen – die bringen mich in meinem Berufsalltag voran.

Sie haben nach dem Studium schnell einen Job gefunden. Welche Ratschläge haben Sie an zukünftige Absolventen für den Berufseinstieg?

Viele Studierende stellen im Rahmen der ersten Bewerbung ihre Studieninhalte und die Themen von Projekten und Abschlussarbeiten in den Vordergrund ihres Kenntnisprofils. In den meisten Fällen sind diese Inhalte für den Arbeitgeber irrelevant; daher rate ich jedem Absolventen ohne relevante Arbeitserfahrung, den Schwerpunkt stattdessen auf persönliche Stärken zu legen. Insbesondere für Trainee und Junior Positionen, aber auch für andere Positionen zählen die Persönlichkeit und das Mindset umso mehr, als die vermeintlichen thematischen Erfahrungen.

Der richtige Einstiegsjob ist übrigens nicht der mit dem besten Gehalt oder gar der im größten Unternehmen, sondern derjenige, welcher die steilste Lernkurve ermöglicht und die meiste Verantwortung gibt.

Abschluss 2017



Wie beurteilen Sie den Master-Studiengang „Tourism and Destination Development“ rückblickend?

Insbesondere die Praxisnähe ist als sehr positiv zu bewerten. Dabei sind vor allem die Projekte mit der Insel Helgoland sowie dem Hotel Motorsport Arena in Oschersleben hervorzuheben. Die kleine Studiengruppe sowie die Gastdozenten aus der Praxis sind ebenfalls positiv.

Was ist Ihr derzeitiger Beruf und welche Aufgaben sind damit verbunden?

Ich arbeite als Produktmanagerin bei einem Reiseveranstalter. Dort bin ich in der Kreuzfahrtabteilung tätig sowie für das Reiseland Malta zuständig. Zu meinen Aufgaben zählen neue Produkte zu entwickeln, die einzelnen Leistungen einzukaufen, Kalkulationen zu erstellen, die Reisen für das Internet und den Katalog auszuschreiben und sie abzuwickeln. Nebenbei arbeite ich als Reisebegleitung für Reisen in die ganze Welt. Hierbei bin ich für den reibungslosen Ablauf, die Organisation, die Übersetzung etc. zuständig.

Wie können Sie das Wissen, das Sie während Ihres Studiums erworben haben, in Ihrem Beruf anwenden?

Der Master-Studiengang hat mich durch die praxisorientierten Inhalte sowie die verschiedenen Arbeitsmethoden (Gruppenarbeiten, Präsentationen und Hausarbeiten) gut auf die Arbeitswelt vorbereitet. Das Schreiben von Texten sowie das Halten von Vorträgen sind elementare Aufgaben in meinem aktuellen Beruf. In erster Linie können die Inhalte aus dem Controlling angewendet werden (Kalkulationen, Break-Even, etc.). Für mich als Reisebegleitung sind außerdem die interkulturellen Kompetenzen sowie die Fremdsprachen von hoher Bedeutung. Weiterhin sind die touristischen Inhalte (z. B. Trends im Tourismus, touristische Entwicklung) wichtig für meinen Beruf.

Sie haben nach dem Studium schnell einen Job gefunden. Welche Ratschläge haben Sie an zukünftige Absolventen für den Berufseinstieg?

Ich empfehle nach dem Studium zunächst ein Trainee-Programm zu absolvieren. So erhält man einen guten Einstieg in den Berufsalltag, lernt verschiedene Bereiche eines Unternehmens kennen und findet schnell heraus, welche Tätigkeiten einem liegen.

Abschluss 2018



Wie beurteilen Sie den Master-Studiengang „Tourism and Destination Development“ rückblickend?

Die kleine Studiengruppe schaffte einen guten Kontakt zu allen Kommilitonen, auch über die Vorlesungen und Seminare hinaus und ermöglichte zudem eine sehr individuelle Betreuung durch die Dozenten. Während die Fächer Methodenlehre und Quellmarktanalyse Kenntnisse im wissenschaftlichen Arbeiten vertieften und damit den Grundstein für die Anfertigung einer erfolgreichen Masterarbeit sowie für den Einstieg in das wissenschaftliche Berufsleben legten, erfolgte in Fächern wie der Produktentwicklung oder der Produktinszenierung eine starke Vernetzung mit Unternehmen aus der Wirtschaft. So konnte bspw. mit dem Zoo Hannover ein innovatives und praxisbezogenes Konzept für ein neues Produkt in Gruppen erarbeitet werden.

Was ist Ihr derzeitiger Beruf und welche Aufgaben sind damit verbunden?

Momentan bin ich als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Hochschule Harz tätig. Hierbei gehöre ich dem Institut für Tourismusforschung an. Dort bin ich maßgeblich für die Projektakquise zuständig. Ist ein Unternehmen bestrebt, sich einer Problemstellung mit Hilfe des Instituts für Tourismusforschung wissenschaftlich zu nähern, ermittle ich, inwieweit das Tourismuskollegium im Rahmen von Drittmittelprojekten, studentischen Projekten bzw. Abschlussarbeiten zum genannten Thema unterstützend mitwirken kann.

Wie können Sie das Wissen, das Sie während Ihres Studiums erworben haben, in Ihrem Beruf anwenden?

Mein Tätigkeitsfeld als wissenschaftliche Mitarbeiterin ist breit gefächert. Der Kurs Methodenlehre, in dem viele wissenschaftliche Rechercheportale und Literaturplattformen vorgestellt wurden sowie der englischsprachige Kurs „strategische Geschäftsfelder“, welcher verschiedene Analysetools behandelte, helfen mir heute bei der Anfertigung meiner Dissertation. Ebenfalls hilfreich ist hierfür die sprachliche Ausbildung in Englisch und Französisch. Darüber hinaus kann ich mein Wissen aus den Bereichen Projektmanagement, Konfliktmanagement und Controlling bei der Projektakquise im Institut für Tourismusforschung anwenden.

Sie haben nach dem Studium schnell einen Job gefunden. Welche Ratschläge haben Sie an zukünftige Absolventen für den Berufseinstieg?

Um einen schnellen Berufseinstieg zu finden, ist es hilfreich sich schon während des Studiums auf dem Arbeitsmarkt umzusehen, um nicht nach dem Studienabschluss unter Zugzwang zu stehen und eventuell eine Stelle annehmen zu müssen, die nicht richtig zu den eigenen Interessen passt. Bei der Stellensuche sind außerdem bereits bestehende Kontakte hilfreich. Diese können durch das Netzwerk der Professoren entstehen; aber auch eigene Netzwerke, die innerhalb eines Praktikums oder über kleinere Messen bzw. Praxispartner im Studium entstanden sind, stellen oftmals den Schlüssel zum Einstieg in ein erfolgreiches Berufsleben dar.

Abschluss 2018



Wie beurteilen Sie den Master-Studiengang „Tourism and Destination Development“ rückblickend?

Für mich war das Masterstudium auf jeden Fall die richtige Entscheidung. Wie im Vorfeld erhofft, haben mir die Projektarbeiten und vor allem das Praxissemester sehr weitergeholfen. Auch die Veranstaltungen mit externen Dozenten aus der Praxis waren spannend. Darüber hinaus war die Arbeit mit unterschiedlichen Programmen (z. B. SPSS Statistics, RegioGraph) sehr hilfreich.

Was ist Ihr derzeitiger Beruf und welche Aufgaben sind damit verbunden?

Ich arbeite als Projektassistenz bei einer Tourismusberatung und bin dort in verschiedenen Beratungsprojekten mit dem Schwerpunkt Destinationsmanagement und -entwicklung sowie Marktforschung tätig.

Wie können Sie das Wissen, das Sie während Ihres Studiums erworben haben, in Ihrem Beruf anwenden?

Da ich nun im Projektmanagement mit Schwerpunkt Destinationsmanagement tätig bin, kann ich das Wissen des Masterstudiums – sowohl das fachliche Wissen als auch die erlernten Analysemethoden – sehr gut anwenden.

Sie haben nach dem Studium schnell einen Job gefunden. Welche Ratschläge haben Sie an zukünftige Absolventen für den Berufseinstieg?

Möglichst während des Studiums bereits praktische Erfahrungen sammeln und Kontakte zu Unternehmen knüpfen. Vielleicht ergeben sich dadurch erste Möglichkeiten ...

TOP
FACHHOCHSCHULE
in Deutschland

Award 2019

StudyCheck.de