

*Ministero dell'Istruzione e del Merito***H020 – REIFEPRÜFUNG****Fachrichtung:** IT04 – FACHRICHTUNG TOURISMUS**Fach:** BETRIEBSWIRTSCHAFT UND TOURISMUS***Führen Sie Teil I der Arbeit und zwei der vorgeschlagenen Fragestellungen aus Teil II aus.*****DOKUMENT****Die Zukunft des Tourismus: globale Trends und neue Bedürfnisse der Reisenden**

Die Welt des Reisens entwickelt sich derzeit sehr schnell. Die Veränderungen des sozialen, kulturellen und ökologischen Umfeldes bewirken ein neues Verständnis von Tourismus und machen diesen bewusster, individueller und gesundheitsorientierter. In diesem Umfeld entstehen neue **globale Trends** und zeichnen sich **neue Bedürfnisse der Reisenden** immer klarer ab.

Nachhaltiger Erlebnistourismus: eine Frage des Mehrwerts

Heute suchen Reisende nicht nur eine bestimmte Destination, sondern authentische Erlebnisse. Der **Erlebnistourismus** verzeichnet konstante Zuwächse und immer öfter werden Kultur, Natur, Gastronomie und zwischenmenschliche Beziehungen in die Aktivitäten eingebunden. Daneben setzt sich auch der **nachhaltige Tourismus** immer stärker durch; dieser reduziert die Umweltbelastungen, stärkt die lokalen Gemeinschaften und fördert ethische Verhaltensweisen.

Laut Vision der UNWTO*, festgehalten im Dokument *Journey to 2030*, muss der Tourismus eine führende Rolle in der Entwicklung einer nachhaltigen, ethischen und von allen mitgetragenen Zukunft einnehmen, um den neuen Bedürfnissen der Reisenden und den globalen Entwicklungen zu entsprechen.

Dieses Dokument analysiert nämlich, wie durch den Tourismus die SDG (Sustainable Development Goals, die Ziele für nachhaltige Entwicklung der UNO) schneller erreicht werden können, einschließlich Good-Practice-Beispielen und Strategien aus 64 Ländern.

Abgesehen davon entspricht dies auch den Bedürfnissen der Reisenden, nachdem 81% der Touristen nachhaltiger reisen wollen und 60% bereit sind, für nachhaltige Angebote einen höheren Preis zu zahlen.

Langsamer und spiritueller Tourismus: das Bedürfnis der Entschleunigung

Mit seinen entspannten Rhythmen und stärkeren Bindungen zum Territorium, hat sich in den letzten Jahren das Konzept eines **langsamen Tourismus** durchgesetzt. Wanderrouen, Radwege, Aufenthalte in den Dörfern und Bauernhöfen gewinnen an Bedeutung. Gleichzeitig bedient der **spirituelle Tourismus** das Bedürfnis nach Selbstfindung und Rückbesinnung mit geeigneten Reisezielen für Meditation, Stille und inneres Wohlbefinden.

Diese Reiseformen stehen für eine bedeutsame Alternative zum Massentourismus. Sie ermöglichen eine stärkere Berücksichtigung der realen Bedürfnisse der Menschen und eignen sich für bewusstseinsverändernde Erlebnisse.

*Ministero dell'Istruzione e del Merito***H020 – REIFEPRÜFUNG****Digitale Nomaden und Silver-Tourismus: die neuen Vorreiter des Reisens**

Die Pandemie hat die Verbreitung der **digitalen Nomaden** beschleunigt – das sind Fachkräfte, die ortsunabhängig arbeiten und ihre Arbeit mit ausgedehntem Reisen verbinden. Italien mit seinen Kleinstädten und seinen weitverbreiteten Schönheiten ist als Reiseziel ein Kandidat für diese Zielgruppe.

Daneben verzeichnet auch **Silver-Tourismus** Zuwächse, also der Tourismus der aktiven, neugierigen und häufig kaufkräftigen über 60-Jährigen. Dieser Teil der Bevölkerung verlangt personalisierte Dienstleistungen, maßgeschneiderte kulturelle Erlebnisse und erwartet sich eine besondere Ausrichtung auf Komfort und Barrierefreiheit.

Wellness und Digital Detox: Reisen für das Wohlbefinden**

Immer mehr Reisende entscheiden sich für Urlaube zur Steigerung des körperlichen und mentalen Wohlbefindens. Der **Wellness-Tourismus** umfasst Spa-Aufenthalte, Detox-Parcours, Joga-Camps und Spaziergänge in der freien Natur. Gleichzeitig wächst der Wunsch nach **digitaler Enthaltensamkeit**, was Reiseziele mit guten Möglichkeiten zur Selbstfindung und zum gleichzeitigen Verzicht auf digitale Geräte begünstigt.

Dieses Bedürfnis nach Erholung, verbunden mit der Suche nach Authentizität, verändert die Art der Reiseplanung und stärkt Angebote, welche Relax, Bewusstseinsbildung und Natur verbinden.

Technologie und Individualisierung: zu einem individuellen Reiseerlebnis

Technologische Innovationen verändert die Tourismusbranche und ermöglicht immer stärker **personalisierte** Erfahrungen. Von den Apps für maßgeschneiderte Routenplanung über die mehrsprachigen Chatbots bis zur Augmented Reality für Besuche von Museen oder Ausgrabungsstätten: Das Reisen wird zum interaktiven, dynamischen und individuell angepassten Erlebnis.

Auch die künstliche Intelligenz spielt in der Reiseplanung eine wachsende Rolle. Sie empfiehlt, dem Profil der Reisenden entsprechend, bestimmte Destinationen, Aktivitäten und sogar die idealen Zeitpunkte für den Besuch bestimmter Orte.

Die Zukunft des Tourismus ist bereits eingetreten

Der **zukünftige Tourismus** ist bereits absehbar: ethischer, bewusster, menschlicher. Von nachhaltigen Entscheidungen zu den Bedürfnissen der digitalen Nomaden, von authentischen Erfahrungen zum Bedürfnis nach Wohlbefinden: die Tourismusbranche verändert sich derzeit grundlegend.

Reisen bedeutet heutzutage nicht nur Entdeckung neuer Orte, sondern auch Leben im Einklang mit sich selbst, mit den anderen und mit der Umwelt. Die neuen Trends sprechen von einem transformativen Tourismus, wobei die Emotionen, die Identität und der Lokalbezug zentral werden. In diesem globalen, sich ständig verändernden Umfeld ist entscheidend, die Wünsche der Reisenden zu verstehen und zu interpretieren, um ein wirklich bedeutsames und langlebiges Angebot zu erstellen.

(aus *BMT – Borsa Mediterranea del Turismo*, in <https://bmtnapoli.com> › Blog)

*Ministero dell'Istruzione e del Merito***H020 – REIFEPRÜFUNG****Anmerkungen:**

- * die Abkürzung UNWTO steht für United Nations World Tourism Organization (Weltorganisation für Tourismus der UNO)
- ** Digital Detox bedeutet digital detoxification und bezeichnet eine Aktivität oder eine Zeitspanne zur Reduktion oder Vermeidung der Nutzung von digitalen Geräten

TEIL I**THEMENSTELLUNG****FALLBEISPIEL***Vorbemerkung*

Eine fortschrittliche Managementkultur wird immer wichtiger, um das eigene Angebot der neuen Nachfrage auf dem nationalen und internationalen Markt anzupassen. Dies erfordert Fähigkeiten zur Planung, damit die Nachfrage einer gut informierten Gästesicht mit besonderen Bedürfnissen befriedigt werden kann.

Matteo ist ein Oberschulabgänger der Fachrichtung Tourismus, besucht derzeit das letzte Jahr des Bachelor-Studienganges „Economia del Turismo“ und arbeitet seit sechs Monaten beim Tour Operator „Solechiaro“. Es handelt sich um ein alteingesessenes lokales Unternehmen, das vor etwa 50 Jahren gegründet wurde und im Incoming tätig ist.

Die derzeitigen Eigentümer haben stets versucht, mit den Marktentwicklungen Schritt zu halten. In den letzten zehn Jahren haben sie sich allerdings auf die Verwaltung der bestehenden treuen Kundschaft beschränkt und dabei den Reisekatalog fast unverändert beibehalten.

Nun aber, durch die ständige Weiterentwicklung der touristischen Nachfrage und den bedeutsamen Rückgang der Verkäufe im letzten Jahr, ist in ihnen die Überzeugung gereift, dass ihr Angebot erneuert werden muss. Dies soll in Einklang mit den Schilderungen des vorangestellten Textes durch eine Ergänzung des Katalogangebotes um Reisepakete für neue Zielgruppen geschehen.

Für diese Aufgaben wenden sie sich an Matteo, einen vielversprechenden jungen Mann, der bereits bei anderen Gelegenheiten seine guten Fachkenntnisse sowie Gespür und Kreativität bewiesen hat.

Versetzen Sie sich in Matteo und arbeiten Sie als Verantwortlicher für die neue Angebotsplanung des Tour Operators folgende Dokumente aus:

- 1) eine SWOT-Analyse des Tour Operators „Solechiaro“, mit dem Ziel bestehende kritische Punkte und die Wachstumschancen durch die neuen zusätzlichen Reisepakete darzustellen;
- 2) eine Reiseplanung (4 Tage / 3 Nächte) mit mindestens zwei erlebnisorientierten Aktivitäten, in einer Ihnen bekannten Destination, welche sich an eine der neuen Zielgruppen richtet;
- 3) die Preisgestaltung dieser Reiseplanung mit Hilfe der Vollkostenrechnung;
- 4) einen Vorschlag für die Planung der Kommunikations- und Verkaufsförderungsmaßnahmen, um diese neuen Zielgruppen anzusprechen.

*Ministero dell'Istruzione e del Merito***H020 – REIFEPRÜFUNG****TEIL II**

Behandeln Sie zwei der folgenden Fragestellungen und verwenden Sie dabei, wo möglich, auch Zahlenbeispiele.

Sie können auch auf Ihre Kenntnisse und Kompetenzen Bezug nehmen, welche Sie im Rahmen der Bildungswege Schule – Arbeitswelt oder im Rahmen anderer Arbeitserfahrungen erworben haben.

1. Der Tour Operator „Solechiaro“ beabsichtigt im nächsten Jahr, für die neuen Reisepakete einen Vertrag mit einem Hotel für 30 Doppelzimmer abzuschließen.

Dem Tour Operator werden folgende Optionen angeboten:

- Kontingents-Vertrag (allotment) mit 18% Provision (Bruttomethode);
- Vertrag mit garantiertem Kontingent (empty for full) zum Preis von 50,00 EUR pro Tag und Zimmer.

Berechnen Sie:

- a. den Betrag, den der Tour Operator dem Hotel im Falle des Kontingents-Vertrages für jedes verkaufte Zimmer bezahlen muss, wobei der Preis pro Zimmer und Tag 110,00 EUR beträgt;
 - b. die Gesamtkosten im Fall des garantierten Kontingents unter der Annahme, dass der Vertrag für das gesamte Jahr abgeschlossen wird;
 - c. die Anzahl der Zimmer und den Auslastungsgrad, ab dem für den Tour Operator der Vertrag mit garantiertem Kontingent vorteilhaft ist.
2. Der Hospitality-Sektor umfasst alle Tätigkeiten im Zusammenhang mit Beherbergung und gastgewerblichen Dienstleistungen. Er ist heute aufgrund von technologischen Innovationen von tiefgreifenden Veränderungen betroffen. Nach neueren Studien über die Trends im Hospitality-Sektor wenden die Beherbergungsbetriebe immer öfter fortschrittliche digitale Tools an, wie künstliche Intelligenz, Internet of Things (Internet der Dinge) und Auswertungen von Big Data (großer Datenmengen), um die betriebliche Effizienz zu verbessern und hochwertige personalisierte Dienstleistungen anzubieten.
- Erläutern Sie die Möglichkeiten, diese neuen Technologien im Front Office und Back Office eines Tourismusunternehmens zu nutzen und legen Sie die entsprechenden Vorteile, Risiken, Chancen sowie mögliche Auswirkungen auf die traditionelle Betriebsorganisation dar.
3. Der Preis für die Miete eines Tragflügelbootes mit 200 Plätzen zum Erreichen eines bestimmten Zielortes beträgt 2.300 EUR. Die Kosten für die Ausstellung eines Tickets betragen 3,80 EUR pro Person.
- a. Zeigen Sie die Mindestauslastung auf, welche bei einem gegebenen Verkaufspreis von 18 EUR zur Erreichung des Break-Even-Punktes notwendig ist;
 - b. Stellen Sie die im Punkt a beschriebene Situation grafisch dar;
 - c. Berechnen Sie den Höchstpreis, den man bei einem Verkaufspreis von 19,50 EUR und einer Auslastung von 80% bereit ist, für die Miete des ganzen Tragflügelboots zu zahlen.



Ministero dell'Istruzione e del Merito

H020 – REIFEPRÜFUNG

4. Eine effiziente Unternehmensführung benötigt die Einführung eines Planungs- Steuerungs- und Kontrollsystems.

Erläutern Sie, in welcher Phase dieses Systems die Budgetierung angesiedelt ist und arbeiten Sie ein komprimiertes Beispiel für den Prozess der Budgeterstellung eines Reisebüros aus.

Dauer der Arbeit: 6 Stunden

Der Gebrauch eines nicht kommentierten Zivilgesetzbuches ist erlaubt.

Der Gebrauch wissenschaftlicher und/oder grafischer Taschenrechner ist erlaubt, sofern diese nicht mit einem CAS (Computer Algebra System) oder SAS (Symbolic Algebra System) ausgestattet sind und keine Verbindungsmöglichkeit zum Internet aufweisen

Der Gebrauch eines deutschsprachigen Wörterbuches ist erlaubt.

Der Gebrauch eines zweisprachigen Wörterbuchs (Deutsch - Sprache des Herkunftslandes) ist für Kandidatinnen und Kandidaten mit nicht deutscher Muttersprache erlaubt.

Das Schulgebäude darf erst drei Stunden nach Bekanntgabe des Themas verlassen werden.