



SO DENKEN MITARBEITENDE ÜBER IHREN ARBEITGEBER IM TOURISMUS

Ergebnisse unserer Recherche auf der Bewertungsplattform [Kununu.com](https://www.kununu.com) zur Attraktivität von 25 Reiseveranstaltern als Arbeitgeber in Deutschland.

Die Reisebranche zieht Menschen an, die weltoffen, idealistisch und leistungsorientiert sind. Reisen ist für Viele ein Lebensthema. Das spiegelt sich in den Bewertungen auf kununu wider: Viele Beschäftigte betonen ihre Begeisterung für die Branche, bemängeln aber zugleich manche Arbeitsbedingungen.

Die größten Herausforderungen der Branche:

Gehalt und Sozialleistungen (3,33 von 5)
Die Tourismusbranche zahlt keine hohen Gehälter. Viele Mitarbeitende sind frustriert, dass ihre hohe Arbeitsbelastung nicht angemessen entlohnt wird.

Karriere- und Weiterbildungsmöglichkeiten (3,35 von 5)
Weiterbildung wird oft versprochen, aber selten umgesetzt. Das bemängeln Mitarbeitende in ihren Kommentaren. Sie berichten zudem, dass Schulungsangebote zwar

existieren, jedoch meist an der hohen Arbeitsbelastung scheitern. Zudem fehlen oft klare Aufstiegschancen, insbesondere in Unternehmen mit wenigen Hierarchien.

Kommunikation (3,43 von 5)
Obwohl die Touristikbranche für ihre Kommunikationsstärke bekannt ist, wird genau dieser Punkt häufig kritisiert. Mitarbeitende klagen über mangelnden Austausch zwischen Teams, fehlende Transparenz bei Entscheidungen und eine schlechte interne Informationsweitergabe.

Führungsverhalten (3,63 von 5)
Führungskräfte stehen unter Druck und geben diesen oft ungefiltert an ihre Teams weiter. Häufig werden Führungskräfte nicht aufgrund von Qualifikation, sondern durch langjährige Betriebszugehörigkeit befördert. Führungspositionen sollten aber keine Gratifikation für Treue sein, sondern von denen bekleidet werden, die etwas von Führung verstehen. Mitarbeitende berichten von mangelnder Wertschätzung.

Positiv fällt hingegen der **Kollegenzusammenhalt** auf, der mit 4,18 bewertet wird. Viele Mitarbeitende betonen, dass

ihre Kollegen der Hauptgrund sind, in der Branche zu bleiben.

Wenn das Gehalt als Schwachstelle bleibt, müssen alle anderen Faktoren umso stärker ausgeprägt sein. Unternehmen in der Touristikbranche stehen vor der Herausforderung, ihre Mitarbeitenden nicht nur zu gewinnen, sondern auch langfristig zu binden. Dies gelingt nur, wenn sie in vier Bereichen entscheidende Verbesserungen vornehmen:

Kommunikation stärken: Mitarbeitende müssen sich informiert und wertgeschätzt fühlen. Klare Strukturen, Zuständigkeiten und Ziele helfen allen, das Beste zu geben. Transparente Entscheidungsprozesse, regelmäßige Teammeetings und eine offene Feedback-Kultur sind essenziell.

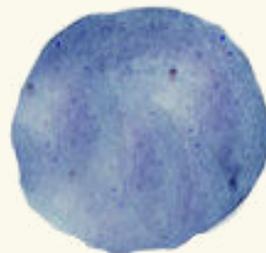
Führungskompetenzen ausbauen: Führungskräfte brauchen die Kompetenz zu führen und eine Unternehmensstruktur, die ihre Führungsarbeit unterstützt. Gezielte Schulungen können dazu führen, dass die Mitarbeiterführung professionell, ergebnisorientiert und empathisch gestaltet wird. Kompetenzen und Know-How müssen dabei stärker als Betriebszugehörigkeit in den Vordergrund rücken.

Karriere- und Weiterbildungsmöglichkeiten realistisch gestalten: Klare Entwicklungswege sind wichtig. Menschen wollen in ihrem Job Perspektiven. Dabei muss es nicht nur um hierarchische

Karrieren gehen, sondern für viele Touristiker/innen ist eine fachliche Weiterentwicklung ebenso attraktiv. Dafür sorgen praxisnahe Schulungen, die die Kompetenzen stärken und im Arbeitsalltag zu Erleichterungen führen. Auch in Unternehmen mit flachen Hierarchien werden so Meilensteine für beruflichen Fortschritt geschaffen.

Anerkennung und Wertschätzung etablieren: Ein wertschätzender Umgang, transparente Kommunikation und Anerkennung für Mehrarbeit sind essenziell. Wer Leistung fordert, muss sie auch honorieren – sei es durch Benefits, durch Weiterbildungsmöglichkeiten oder durch eine wertschätzende Unternehmenskultur.

Die Tourismusbranche kann ihre Attraktivität nur steigern, wenn sie es schafft, die Leidenschaft der Mitarbeitenden mit guten Arbeitsbedingungen zu vereinen. Wer trotz geringerer Gehälter motivierte Mitarbeitende halten will, muss dafür sorgen, dass sie sich wertgeschätzt, gefördert und gehört fühlen. Ansonsten droht die Gefahr, dass selbst die größten Touristik-Enthusiasten sich langfristig nach alternativen Branchen umsehen.



TIPP:

UNTERNEHMEN REAGIEREN AUF FEEDBACK

Unternehmen sind gut beraten, die Rückmeldungen auf Bewertungsplattformen ernst zu nehmen und gezielt Maßnahmen zu ergreifen. Einige Unternehmen nutzen kununu aktiv, um Probleme in ihren Strukturen zu erkennen und Lösungen zu finden. Klug ist es zudem, regelmäßig auf Kommentare zu reagieren und Nutzer, die Kritik äußern, aktiv einzuladen, den Dialog mit dem Unternehmen zu suchen. So können Unklarheiten beseitigt und mögliche Konflikte frühzeitig entschärft werden. Das stärkt das Image.

BEWERTUNGSPORTALE ALS CHANCE FÜR MITARBEITERGEWINNUNG

Viele Reiseunternehmen sind auf Bewertungsplattformen kaum oder nur minimal vertreten. Dabei bieten solche Portale eine wertvolle Möglichkeit zur Mitarbeitergewinnung und -bindung. Ein gut gepflegtes Unternehmensprofil mit authentischen Bewertungen und offenen Reaktionen auf Feedback kann potenzielle Fachkräfte anziehen und gleichzeitig das Vertrauen der bestehenden Mitarbeitenden stärken. Unternehmen sollten kununu und ähnliche Plattformen aktiv nutzen, um ihr Arbeitgeberimage positiv zu gestalten und sich als attraktive Arbeitgebermarke zu positionieren.

EINLADUNG ZUM KOSTENLOSEN ERSTGESPRÄCH.!

Verbessere Deine Mitarbeiterbindung und buche das kostenlose Erstgespräch bei uns. Wir beraten Dich unverbindlich und haben auch Fördermittel im Gepäck.

MELDE DICH GLEICH AN >>



WRE Training für Touristiker | Wibeke Rissling-Erdbrügge | www.wre-trainings.de | w.rissling-erdbruegge@wre-trainings.de