

E-LEARNING-KONZEPTION: TOURISMUS-STATISTIK

KURZFASSUNG

Die Langfassung der Studie ist bei der ÖGAF (Österreichische Gesellschaft für Angewandte Fremdenverkehrswissenschaft), die im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit eine Datenbank an der Wirtschaftsuniversität betreut, gegen Kostenersatz zu beziehen.

Adresse: Augasse 2 - 6
A-1090 Wien
Tel: 1/313 36 – 4477
FAX: 1/317 12 05
e-mail: Dietmar.Kepplinger@wu-wien.ac.at
www: <http://www.studien.at>

K U R Z F A S S U N G

E-Learning-Konzeption: Tourismus-Statistik

**Grobkonzept für die Entwicklung von
E-Learning Modulen für die Nutzung von
Statistiken und Marktforschung für das
touristische Marketing**



MANOVA

A-1030 Wien, Ungargasse 53
Tel.: +43 (1) 710 75 35-0
Fax: +43 (1) 710 75 35-20
Mail: office@manova.at
www.manova.at

AUFTRAGGEBER:



**Bundesministerium für
Wirtschaft und Arbeit**

Kurztitel:

E-Learning Konzeption:
Tourismus-Statistik

Art der Studie:

Grobkonzept unter Berücksichti-
gung von Literatur und Datenquel-
len

Konzept und Berichtsabfassung: Mag. Klaus Grabler

Ausgangslage und Zielsetzung: Professionalisierung der Branche

Auch im Tourismus steht eine immer größer werdende Datenflut zur Verfügung, wobei die Zunahme an Speichermedien und die Unterstützung durch offene und betriebsinterne Informationssysteme in den letzten Jahren dazu stark beiträgt. Als ein jüngstes Beispiel kann die Etablierung von T-Mona angesehen werden. Mit diesem Instrument strebt man eine stärkere Fundierung des Tourismus auf Zahlen an. Diese Daten(vielfalt) ist zwar eine Voraussetzung für zielgerichtetes und strategisches (Marketing-) Arbeiten, stürzt aber immer mehr Personen in das (auch subjektiv wahrgenommene) Problem einer mangelnden Ausnutzung dieser Datenfülle. Während also das Zahlenmaterial immens zunimmt, ist nur ein geringer Anstieg des Wissens zu bemerken.

Zugleich ist aber Wissen der bedeutendste Antriebsfaktor einer modernen Wirtschaft. Die Fähigkeit Wissen anzuwenden, wird zum treibenden Merkmal der Gesellschaft. Das oftmals festgestellte mangelnde Interesse der Branche an Statistiken ist so auch meistens auf ein mangelndes Wissen im Umgang mit Zahlenmaterial zurück zu führen und nicht auf eigentliches Desinteresse. Es fehlt an Kenntnissen und Fertigkeiten, Zahlen und Statistiken für die eigene Arbeit zu interpretieren. Und genau hier will diese Initiative des BMWA eingreifen. Mit einem E-Learning Tool soll den Beschäftigten in den Destinationen ein Hilfsmittel für ihre Arbeit gegeben werden. Die vorliegende Studie ist dabei ein erster Schritt in die Richtung eines E-Learning-Tools.

Inhaltliches Grobkonzept für E-Learning-Module

Die vorliegende Studie befasst sich primär mit den Inhalten, die zu kommunizieren bzw. zu lehren sind, um Destinationsmanager für den Umgang mit Statistiken und Marktforschung fit zu machen. Dies alles hat das Ziel, den Destinationsverantwortlichen ein professionelles Marketing zu ermöglichen. Daher beschreibt die Studie Aufgaben des strategischen Marketings von Destinationen und stellt dazu dar, welches methodische Rüstzeug dazu notwendig ist. Die Module sollen sowohl mit (Online)Quellen zu touristischer Marktforschung bzw. touristischen Statistiken vertraut machen als auch Kenntnisse in Interpretation und Methoden schaffen. Ebenso werden in groben Zügen sinnvolle Präsentationsformen aufgezeigt, die zum Einsatz kommen sollen, weil sie die Lehrinhalte optimal vermitteln können. Die endgültige Implementierung müsste dann noch mit einer genauen Konzeption der Präsentationsformen und Lehrmittel bereichert werden.

Interesse schaffen als Gebot

Bereits vor der Entwicklung eines E-Learning-Angebotes muss das Interesse für Zahlen stärker motiviert werden. Dies scheint natürlich nur über Anwendungssituationen denkbar, ist aber notwendig, um überhaupt die Akzeptanz für ein E-Learning-Tool in der Branche zu entwickeln. Während nämlich die technologischen Voraussetzungen zunehmend gegeben sind, ist die Frage des Erkennens der Notwendigkeit einer Beschäftigung mit der Thematik ‚Zahlen‘ im Tourismus wahrscheinlich weniger klar. Viele ‚Destinationsmanager‘ zeigen nur geringe Bereitschaft, sich mit Zahlen zu beschäftigen. Die Bedeutung

dieser Zahlen für ihre Arbeit – wie sie diese interpretieren – ist ihnen nicht klar. Mit dem auf Destinationsebene breiter angelegten T-Mona ist ein erster Schritt in Richtung quantitatives Informationssystem für Destinationen getan, womit das grundsätzliche Interesse steigen sollte. Hier könnte also E-Learning ergänzend wirksam werden und die Interpretationsfähigkeit und damit die Nutzbarkeit des Systems erhöhen.

Praxisnahe Entwicklung von Modulen

Ein wichtiger Punkt ist die Schaffung von Verständnis, wofür Zahlenmaterial schlussendlich dienen soll. Daraus ergibt sich, dass die E-Learning Module stark an der Verwendbarkeit für die Praxis ansetzen müssen. Der wichtigste Lernerfolg liegt in der Verknüpfung realer Aufgaben mit der Nutzung von Statistiken bzw. Marktforschungszahlen. Ein weiterer wichtiger Punkt ist, dass Lernende den Umgang mit Zahlen üben müssen. Ein wirklicher Lernerfolg kommt nur dann zustande, wenn anhand einer (realen oder zumindest real ähnlichen) Situation die Aufgabenstellung überlegt wird und dann mit (möglichst realem, jedenfalls aber konkretem) Zahlenmaterial ausgeführt wird: und zwar von der Sammlung der Daten bis zur Interpretation und Schlussfolgerung. Exakt dies ist auch die Begründung für die Entwicklung von E-Learning-Modulen. Die Ausarbeitung von Kernmodulen, welche die typischen strategischen Aufgaben von Destinationen umfassen, zielen hierauf ab. Als Grundlage dafür wurden Basismodule konzipiert, welche das notwendige Grundlagenwissen beinhalten, die für das Verständnis und den Einsatz der Zahlen wichtig sind.

Ergänzt wird die Ausarbeitung durch eine Sekundäranalyse von vorhandenen Materialien und Kursen sowie von Artikeln zum Thema. Speziell wichtig ist dies für die Möglichkeiten des E-Learnings sowie die in der Fachliteratur aufgefundenen Befunde über Wirksamkeit und Einsatzmöglichkeiten verschiedener Techniken. Daher ist auch ein Kapitel diesem Thema der Techniken und Methoden des E-Learning gewidmet. Zusammen mit den inhaltlichen Überlegungen ergibt sich in der Verknüpfung die Entwicklung der einzelnen Lernmodule, die unabhängig voneinander konzipiert werden. Die weitere Entwicklung des E-Learning-Angebotes kann damit an einzelnen Modulen beginnen und muss nicht gleich den kompletten Kurs beinhalten. Die Zusammenhänge zwischen den Kernmodulen und den Basismodulen wird aufgezeigt und ermöglicht dadurch auch die Entwicklung von partiellen Angeboten in diesem Bereich.

Ausblick und nächste Schritte

Die Erstellung eines E-Learning Kurses alleine wird nicht ausreichen, um das Ziel einer verstärkten Nutzung von Zahlen in der Tourismuswirtschaft erreichen zu können. Hier sollte besser ein Kurs geschaffen werden, dessen Absolvierung (neben dem eigentlichen Nutzen) auch incentiviert wird. Daher ist es ratsam, sich Gedanken darüber zu machen, welche Auszeichnungen, Bestätigungen oder Preise mit der Absolvierung verknüpft sind. Langfristig scheint dies aufgrund der vorliegenden Informationen bzw. Publikationen jedenfalls



notwendig. Ebenso wird eine Betreuung notwendig sein, um hier die im E-Learning als Erfolgsfaktor erkannte Interaktion gewährleisten zu können.

Daher ist neben einer genauen Ausarbeitung und der technischen Umsetzung auch über den Betrieb des Modells nachzudenken. Wie Beispiele aus der Literatur aufzeigen, scheint ein Einsatz ohne Betreuung weniger nutzbringend. Aus diesem Grund sollte es einen Betreiber geben, der sich um die Betreuung (und evtl. Vermarktung) kümmert. Ob dieser gleich der Contententwickler bzw. der Anbieter der eigentlichen Umsetzung ist, bleibt hier offen. Jedenfalls sollte mit der Betreuung auch einhergehen, dass das Angebot sich weiter entwickelt. Eine ständige Adaption und Weiterentwicklung ist für eine erfolgreiche Umsetzung notwendig und sollte daher von Beginn an mitbedacht werden.