

Nummer: 2789
Titel: Turist og rejse
Kort titel: turistrejse
Status: GOD
Godkendelsesperiode: 12-11-2007 og fremefter

Beskrivelse af jobområdet

Definition af jobområdet

Turisterhvervet kan karakteriseres ved, at medarbejderne har til opgave at informere, servicere og sælge oplevelser og produkter til personer, der er på ferie eller på forretningsrejse i Danmark. Rejsebranchen servicerer, informerer og sælger ydelser primært til personer, der skal på ferie eller forretningsrejser uden for Danmark. Turisterhvervet og rejsebranchen er brancher hvor udviklingen i de seneste år har været påvirket af væksten i den såkaldte oplevelsesøkonomi.

Medarbejdernes primære arbejdsopgaver er at servicere, informere og kommunikere med alle typer kunder eksempelvis turisten, den besøgende, gæsten og den forretningsrejsende. Medarbejderen skal kunne sælge oplevelser og produkter. Medarbejderen skal kunne bidrage til udvikling af nye produkter samt markedsføring af disse.

I den seneste tid har kundernes efterspørgselsmønstre ændret karakter som følge af samfundsudviklingen og globaliseringen: Den stigende velstand, brugerdreven innovation og deraf følgende øget efterspørgsel efter produkter og services, der matcher individuelle og ofte immaterielle behov. Dette har betydet en ny måde at se og definere turist- og rejsebranchen på. I forhold til tidligere ansues branchen i dag bredere og virksomheder i branchen indgår i forskellige netværk og værdikæder på tværs af erhverv, for at imødekomme totaloplevelsen for kunden. Udviklingen i turist- og rejsebranchen påvirkes af den oplevelsesøkonomi, hvor produkter og services tillægges oplevelsesegenskaber for dermed at skabe økonomisk værdi.

Dermed ændres også forventninger til medarbejderne i branchen. Den typiske medarbejder inden for dette beskrivelsesområde er ikke længere alene den administrative medarbejder. Medarbejderen skal i dag i højere grad end tidligere kunne arbejde tværfagligt, i projektorienteret team, i netværk, samt have evnen til at håndtere mangeartede opgaver parallelt mv.

Teknologiens fremgang i branchen og samfundet generelt, har medført en jobglidning inden for turist- og rejsebranchen, som stiller yderligere krav til medarbejdernes teknisk-faglige kvalifikationer. En stor del af salget af virksomheders ydelser foregår online. Derfor skal medarbejderne kunne tage hensyn til og kunne vejlede og hjælpe kunder, der er avancerede IT-brugere og dem der har få erfaringer med online-køb. Samtidig skal medarbejderne kunne yde service og personligt salg fra fysiske salgssteder, eksempelvis turistkontorer, rejsebureauer mv. Med udgangspunkt i brugernes teknologianvendelse kan kunden således karakteriseres ved to hovedtyper nemlig 1) de, der selv klarer det digitale køb helt eller delvis, og 2) de, der efterspørger differentieret personlig service og assistance.

Den løbende teknologiske udvikling understreger ydermere behovet for to typer kvalifikationer hos medarbejderne. Den ene type knytter sig til faglighed på jobområdet, dyb indsigt i produkterne og de problemstillinger, der er inden for disse. Og den anden type er de kommunikative kompetencer både i

forhold til at tale og samarbejde med kollegerne internt i virksomheden og til at kommunikere med kunder med meget forskellige behov.

Der udvikles således i disse år mange nye jobprofiler inden for HAKL's område, herunder turist- og rejseområdet. Det har den betydning som tidligere nævnt, at medarbejderne skal, udover de traditionelle salgs- og serviceopgaver kunne bidrage til produktudvikling ved at indgå i netværk, være trendsætter og være katalysator for styrkelse af såvel interne som eksterne værdikæder.

Jf. de indberettede oplysninger hos Danmarks Statistik (fra 2005), er der inden for området turist og rejse ca. 30.000 personer beskæftiget Danmark, hvoraf den primære målgruppe for denne kompetencebeskrivelse anslås at omfatte ca. 15.000 personer. Ud over den primære målgruppe anslås det, at ansatte inden for andre brancheområder, der påvirkes af udviklingen inden for oplevelsesøkonomien, er potentielle brugere af uddannelser udbudt på baggrund af FKB'en. Udvides målgruppen til også at omfatte disse, kan det anslås, at den sekundære målgruppe udgør i størrelsesordenen 156.698 - 305.821 personer.

Siden midten af 90'erne har beskæftigelsen været stigende. Turist- og rejsebranchen er kendetegnet ved sæsonarbejde og beskæftiger derved relativt mange medarbejdere på deltid, mange yngre medarbejdere (de såkaldte sommerfugle) samt kendetegnet ved en relativ høj personaleomsætning. Der er, og vil i fremtiden være en tendens til flere medarbejdere med anden etnisk baggrund end dansk, således at flere kulturer bringes sammen på arbejdspladsen.

Ifølge forskellige analyser vil oplevelsesøkonomien, herunder turist- og rejseområdet i fremtiden stå overfor nye udfordringer. Visionerne indebærer bl.a. en økonomisk vækst på 10 mia., skabelsen af 15.000 nye arbejdspladser, Danmark på Europakortet og Skandinavien på verdenskortet. For at visionerne kan blive indfriet vil udfordringerne være følgende:

- Stadig større konkurrence på det globale marked kræver intensivisering af produktudvikling og markedsføring
- Bearbejdning af nye markeder på grund af stigende rejseaktivitet (Østeuropa, Kina m.m.)
- Vækst og kvalitetsforbedringer som kræver flere medarbejdere og kompetenceudvikling
- Bæredygtighed

Typiske arbejdspladser inden for jobområdet

Turisterhvervets branchestruktur er overordnet organiseret således:

Nationalt hører branchen under Erhvervsministeriet, og organisationen VisitDenmark har overordnet ansvar for produktudvikling og markedsføring af Danmark i samarbejde med regioner, regionale/lokale netværk og andre samarbejdspartnere.

Regionalt består branchen af en del regionsselskaber, der har ansvaret for den regionale udvikling og markedsføring i samarbejde med det regionale turist- og erhvervsliv. På lokalt plan findes destinationsselskaber med det lokale turist- og erhvervsliv. Kommuner og regioner har til opgave at koordinere service, informations- og lokale produktudviklings- og markedsføringsopgaver. Og desuden arbejdsopgaver inden for salg og udvikling af serviceydelser og andre turistprodukter (eksempelvis overnatning, transport, attraktioner), formidling af information, forberedelse og gennemførelse af arrangementer.

På den måde vil mange forskellige, traditionelle såvel som ikke traditionelle, større og mindre turismearbejdspladser være involveret i de lokale og regionale netværk og dermed være en del af eller involveret i udviklingen af turismebranchen. Eksempelvis turistbureauer, velkomstcentre, campingpladser, ferie- og fritidscentre, attraktioner og forlystelsescentre, ligesom træningscentre, udflugtssteder, mindre detailforretninger, restauranter, slotte og herregårde.

Rejsebranchen er organiseret under DRF (Danmarks Rejsebureau Forening) med 130 medlemmer og godt 3.584 ansatte og er desuden tilknyttet Rejsegarantifonden. Arbejdspladserne er typisk større og mindre rejsebureauer, der arbejder med salg af transport og overnatning med udstedelse af diverse rejsedokumenter, salg af tillægsydelser eksempelvis biludlejning, forsikringer, udflugter mm. samt information om destinationer, dokumentation og andre praktiske oplysninger.

Hovedparten af arbejdspladserne kan betegnes som mellemstore eller store: 30 % af medarbejderne er ansat på arbejdspladser der har 21-50 ansatte, mens henholdsvis 23% og 24 % er ansat på arbejdspladser med 51-100 ansatte og over 100 ansatte. Lidt over 20 % af de ansatte arbejder på arbejdssteder under 20 medarbejdere. Omfanget af HAKL's målgruppe på disse arbejdspladser vil afhænge af arbejdspladsen og arbejdets organisering.

Som følge af udviklingen i oplevelsesøkonomien er en række større og mindre virksomheder, uden primær tilknytning til turist- og rejsebranchen, med til at skabe de produkter turisterne/kunderne efterspørger, herunder detailhandlen, hvor også shopping indgår som en del af oplevelsesprodukterne. Brancherne indgår i forskellige netværk, der har til opgave at udvikle kvalitetsprodukter og individuelle oplevelser, for at styrke markedet i forhold til den globale udvikling. I rejsebranchen vil der stadig være behov for sammenlægninger og koncerndannelser på grund af den stadig stigende konkurrence.

Medarbejderne på arbejdspladserne inden for jobområdet

De indberettede oplysninger hos Danmarks Statistik (fra 2005) viser, at inden for den samlede branche 'Turist og rejse' er en kønsfordeling på knap 40 % mænd og 60 % kvinder. I forhold til målgruppen for denne kompetencebeskrivelse, er overvægten af kvinder mere udtalt; her er knap 73 % af målgruppen kvinder. Der er generelt mange unge under 25 år ansat inden for branchen og ca. halvdelen af branchens ansatte er under 35 år. I forhold til HAKL's primære målgruppe er det de 25-34-årige der fylder mest (knap 38%), og langt hovedparten af målgruppen er under 45 år.

Turist- og rejsebranchen gør sig bemærket ved at have en vis variation i, hvilken uddannelsesmæssig baggrund de ansatte har med sig: Den største del af HAKL's målgruppe - 42 % - har en erhvervsfaglig uddannelse, hvilket er noget højere end for medarbejderne i branchen generelt. Over 1/3 af alle medarbejdere i branchen har dog grundskolen som den højeste uddannelse.

Udviklingstendenser i branchen set i forhold til medarbejdersammensætning, skaber en række udfordringer for turist- og rejsebranchen og dermed også til de ansattes kompetencer. Det drejer sig bl.a. om fokus på konceptudvikling, professionalisering af personlig og "online" service, oplevelser, internationalisering og e-handel, nye ansættelses- og aflønningsformer, kundeloyalitet mv. De mange udfordringer, som arbejdsstedet og medarbejdere skal leve op til, kombineret med kundekontakt kan gøre, at medarbejdere skal kunne håndtere dagligdagen og agere i arbejdsituationer med stressbelastning.

På trods af den fortsatte vækst i turist- og rejsebranchen og branchens gode image blandt den yngre generation, kan rekruttering og fastholdelse af kvalificerede medarbejdere blive til et indsatsområde som alle arbejdspladser skal være opmærksomme på. Fastholdelse af medarbejdere, motivering af de unge og den voksende andel af medarbejdere af anden etnisk baggrund end dansk vil gøre det nødvendigt for

medarbejderne i branchen at være i stand til at planlægge, skabe overblik, tage ansvar, samt forstå at samarbejde, træne, motivere og coache hinanden for at arbejdspladsen som helhed kan fungere.

Arbejdsorganisering på arbejdspladserne inden for jobområdet

Rejsebranchen er præget af koncerndannelser og selskabsfusioner, og medarbejderne skal kunne arbejde på tværs af de enkelte firmaer. Samtidig med at ydelserne kræver stigende kvalitet og bliver mere individuelt sammensat, kræver det at medarbejderne kan håndtere netværk på tværs af organisationer og destinationer.

Turisterhvervet er organisationsmæssigt typisk præget af en flad struktur, som indebærer stor beslutningskompetence, selvstændighed og ansvarsbevidsthed. Medarbejderne skal i stigende grad arbejde på tværs af de forskellige brancher, og udnytte og udvikle eksisterende og nuværende netværk med henblik på værditilvækst. Samtidig er udviklingen af netværk i stigende grad med til at præge udviklingen internationalt, nationalt, regionalt og lokalt. Branchen er præget af, at de store virksomheder stadig er toneangivende i denne sammenhæng.

En række organisationsstrukturer baseres på, at de samtidigt fungerer som læringsmiljøer, hvor den enkelte medarbejder såvel lærer som underviser/coacher.

Beskrivelse af de tilhørende arbejdsmarkedsrelevante kompetencer

Kommunikation, service og samarbejde i turist- og rejseområdet

Kort beskrivelse af kompetencen og dens anvendelse i jobområdet

Medarbejderen skal kunne varetage den daglige kommunikation ved at modtage, formidle og afsende information såvel face-to-face, telefonisk, som i skriftlig form, hvad enten det er breve, mail, notater, referater eller lign. Formidlings- og serviceopgaver udføres i overensstemmelse med turist- og rejsevirkomhedens eventuelle service- og kundeloyalitetskoncept og fastlagte rutiner for kvalitetssikring, såvel i forhold til kunder, leverandører som samarbejdspartnere.

Ved personligt salg af turist- og rejseprodukter, skal medarbejderen kunne informere kunder om produkter og ydelser, således at de er i stand til at træffe beslutninger vedr. booking af diverse turist- og rejseprodukter. I situationer i forbindelse med salg og gennemførelse af produkter og ydelser skal medarbejderen kunne gøre brug af servicepsykologien, herunder værktøjer til situationsbestemt kommunikation og konflikthåndtering. Ved online salg på virksomhedens hjemmeside, skal medarbejderen kunne guide kunder telefonisk når de vil booke turist- og rejseprodukter eller opsøge informationer om eksempelvis visum-, pas-, told og vaccinationsregler.

Medarbejderen skal kunne betjene og servicere danske og fremmedsprogede gæster med forståelse for forskellige kulturbaggrunde og skikke, samt med forståelse for deres traditioner og forskellige religiøse skikke. Medarbejderen skal kunne kommunikere med kunder, leverandører og samarbejdspartnere på dansk og fremmedsprog.

Medarbejderen skal kunne samarbejde med kolleger og aktører på tværs af virksomheden og om nødvendigt, branchen, og servicens og oplevelsens værdikæde. Medarbejderen skal kunne arbejde med markedet, oplevelsen og kundens behov, og således bidrage til værditilførslen for såvel kunden som for egen virksomhed og branchen som helhed.

Teknologi og arbejdsorganisering

Serviceydelserne formidles og sælges i stadig stigende omfang via nettet. Alle medarbejdere anvender IT-værktøjer og -systemer i forbindelse med booking, informationssøgning og ordrebehandling, samt i kommunikationen med kunder og samarbejdspartnere.

Særlige kvalifikationskrav, som er en forudsætning for udførelsen af jobbet, f.eks. certifikatkrav

Kompetencens udbredelse på arbejdspladser i jobområdet

Funktionerne varetages af alle medarbejdere, som har kundekontakt.

Beskrivelse af de tilhørende arbejdsmarkedsrelevante kompetencer

Produktkendskab, trendspotting og innovation i turist- og rejseområdet

Kort beskrivelse af kompetencen og dens anvendelse i jobområdet

Medarbejderen skal kunne analysere og arbejde med sammensætning af produkter, og sammenhæng mellem produkt, destination, motiver og rejseformer. Medarbejderen skal have et indgående kendskab til virksomhedens produkter og på den baggrund kunne informere, rådgive og vejlede alle kundetyper i forhold til individuelle behov til turisme- og rejseprodukter, såvel ved elektronisk som ved personlig henvendelse. I den forbindelse skal medarbejderen kunne søge, udvælge, vurdere og behandle informationer i forhold til kunder, leverandører og samarbejdspartner, og kunne vurdere og prioritere de modtagne informationer i forhold til relevans, validitet og gyldighed.

Til produktkendskab hører, at medarbejderen kender og kan vejlede kunder om danske og internationale regler, overenskomster mv., som gælder for de respektive turist- og rejseprodukter og serviceydelser. Herunder regler i forbindelse med reklamation, klage- og ankesmulighederne, forsikringsreglerne, samt direktiver og regler om E-handel og konsekvenser ved online booking, ophavsret, copyright mv. På den måde skal medarbejderen kunne trække på juridisk kompetence.

Medarbejderen skal kunne identificere og forholde sig handlingsorienteret til de nye trends og udviklingstendenser på det globale og nationale marked, der kan have betydning for virksomhedens produktsammensætning. Endvidere skal medarbejderen kunne identificere udviklingstendenser i forhold til kunderne og deres ønsker, motiver og behov for forskellige oplevelsesprodukter.

Medarbejderen skal ved hjælp af innovative kompetencer kunne identificere og bruge gældende rammebetingelser til at udvikle nye oplevelsesrelaterede produkter og events. Herunder med *trendspotting* og brugerdriven innovation (med udgangspunkt i brugernes bevægelsesmønstre og indtryk), i forbindelse med udvikling og ny sammensætning af produkter. Afhængigt af arbejdspladsens størrelse og organisering er en medarbejder inddraget i flere led i værdikæden, lige fra internt i virksomheden til slutproduktet/oplevelsen, og medarbejderen skal kunne bidrage til udvikling og gennemførelse af opgaver i netværkssamarbejde. Medarbejderen skal således kunne understøtte udviklingen af værdikæder på alle relevante niveauer.

Teknologi og arbejdsorganisering

Medarbejderen anvender IT-værktøjer og -systemer til blandt andet informationssøgning og trendspotting. Medarbejderen udsøger fra og indlægger i såvel generelle som branchespecifikke informationssystemer og databaser.

Særlige kvalifikationskrav, som er en forudsætning for udførelsen af jobbet, f.eks. certifikatkrav

Kompetencens udbredelse på arbejdspladser i jobområdet

Alle medarbejdere benytter viden om produkterne, udviklingstendenser og kundeadfærd i udviklingen og salget af produkter af oplevelsesøkonomien.

Beskrivelse af de tilhørende arbejdsmarkedsrelevante kompetencer

Salg, markedsføring og branding af turist- og rejseprodukter

Kort beskrivelse af kompetencen og dens anvendelse i jobområdet

Medarbejderen skal kunne udføre kundebetjening i forbindelse med salg og levering af produkter og serviceydelser, og gennemføre et salg fra kundehenvendelse til afregning. Herunder søge informationer, udarbejde turforslag, arrangementer og andre tilbud, foretage kalkulationer, booking/ reservationer, håndtere rejsedokumenter mv. For at understøtte salget skal medarbejderen kunne arbejde med forskellige former for salgskanaler og med distribution, også online. I salgsarbejdet skal medarbejderen kunne forholde sig til virksomhedens koncepter og dermed bidrage til mersalg og udvikling af virksomhedens værdikæde. Ved salg af serviceydelser og -produkter inden for jobområdet skal medarbejderen kunne arbejde med kalkulationer og prisfastsættelser. Der kan desuden forekomme en række andre, mindre regnskabsmæssige registreringer og faktureringer, som medarbejderen, afhængigt af arbejdspladsens størrelse skal kunne udføre med en forståelse af sammenhængen mellem virksomhedens drift og udvikling.

For at understøtte salg og branding af virksomhedens produkter, skal medarbejderen kunne kommunikere kultur- og situationsbestemt på fremmedsprog. Det både overfor kunder, netværk, samarbejdspartnere, leverandører og internt i virksomheden. Kommunikationen omfatter såvel almen sprogbrug som branchespecifikke termer, og skal være korrekt, sikkert og nuanceret i forhold til modtager og afstemt efter situationen.

Medarbejderen i turist- og rejsebranchen skal kunne bidrage til markedsføringsopgaver, herunder arbejde med de mere traditionelle elementer såsom markedsanalyser, markedsføringskanaler, kampagneplanlægning, profilering såvel som med branding, storytelling og andre nyere metoder. Medarbejderen skal kunne anvende de lokale, regionale og nationale brands både i forhold til salg og markedsføring. Ligesom medarbejderen skal kunne bruge destinationens eller virksomhedens egen historie og kulturelle værdier til styrkelse og markedsføring af brands og derigennem egne og lokalområdets produkter. Markedsføringsindsatsen skal også kunne målrettes nye trends i branchen.

Teknologi og arbejdsorganisering

Alle medarbejdere kan arbejde med IT-værktøjer og -systemer, ifm. informationssøgning, ordrebehandling, herunder reservations-/bookingsystemer. Nogle medarbejdere skal kunne anvende IT-værktøjer til regnskabsopgaver, e-handel, salg mv.

Særlige kvalifikationskrav, som er en forudsætning for udførelsen af jobbet, f.eks. certifikatkrav

Kompetencens udbredelse på arbejdspladser i jobområdet

Der er forskel på, i hvilket omfang den enkelte medarbejder arbejder med markedsføringsopgaver og foretager registreringer og faktureringer. Men alle medarbejdere skal i et vist omfang have indsigt i sammenhængen mellem virksomhedens drift, udvikling og økonomi.