

## CenTouris – Weiterbildung im Tourismus

Wir freuen uns auf Sie!

*Für Ihren unternehmerischen,  
beruflichen und persönlichen Erfolg*



### EINLEITUNG

*Wir helfen Ihnen, Ihren unternehmerischen, beruflichen und persönlichen Erfolg zu gestalten.*

Möchte man den Erfolg im Tourismus greifbar machen, so geht es vor allem um harte Fakten: Umsatz, Rendite, Gästezahlen. Was sind jedoch die Erfolgsfaktoren eines touristischen Anbieters? Hauptsächlich die Menschen: kompetente Manager / Führungskräfte und Mitarbeiter.

Seit nunmehr acht Jahren erarbeitet CenTouris im engen Dialog mit Tourismusakteuren im öffentlichen und privatwirtschaftlichen Bereich Konzepte für vielfältige Fragestellungen des Tourismusmarketing. Kundenbindung und Neukundengewinnung stehen dabei im Mittelpunkt.

Als universitäre Einrichtung erweitert CenTouris sein Leistungsspektrum nun auch um den Bereich „Weiterbildung im Tourismus“, um die bestehende Weiterbildungslandschaft in Ostbayern punktuell um weitere Angebote zu ergänzen. Diese Broschüre stellt unser Weiterbildungsprogramm im Tourismus für das 2. Halbjahr 2008 vor.



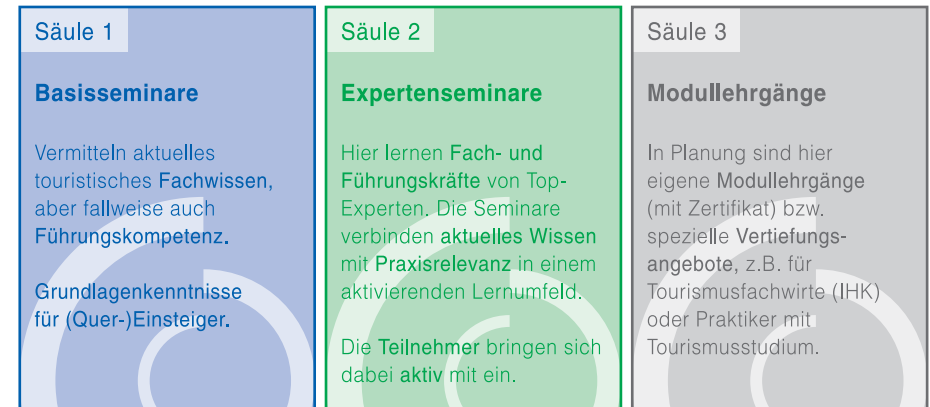
Aufgrund unserer Erfahrungen, die auf eigenen Untersuchungen und zahlreichen Gesprächen mit Tourismusakteuren basieren, legen wir den inhaltlichen Schwerpunkt unseres Weiterbildungsprogramms ganz bewusst auf die Bereiche Unternehmensführung und Marketing.

Die Zielgruppen für unsere Seminare sind

- Führungskräfte und Mitarbeiter des öffentlichen Tourismus (Touristinformationen und Kurverwaltungen von Städten, Gemeinden und Kurorten, Tourismusreferate der Landkreise und touristische Verbände) sowie
- Führungskräfte / Inhaber / Pächter und Mitarbeiter von Betrieben des Gastgewerbes und sonstigen Tourismusbetrieben (Freizeit, Kultur, Verkehr, Sport, Handel usw.).

Dabei versuchen wir mit unserem Seminarangebot zum einen die Grundlagen zu einzelnen Themengebieten zu vermitteln (Basisseminare), zum anderen aber auch bereits vorhandene Kompetenzen und Erfahrungen der Teilnehmer zu berücksichtigen (Expertenseminare, ab 2009 Modullehrgänge).

Die drei Säulen des CenTouris-Weiterbildungsangebotes.



CenTouris als universitärer Weiterbildungsträger sieht sich als Brücke zwischen beruflicher und wissenschaftlicher Ausbildung. Nach dem Motto „Wissenschaftlich fundiert – in der Praxis bewährt!“ verbinden unsere Referenten – oft im Team – den aktuellen Stand der wissenschaftlichen Forschung mit Praxisrelevanz. Des Weiteren möchten wir mit unserem Weiterbildungsangebot eine Plattform für einen offenen Austausch von Ideen, Diskussionen über innovative Lösungen und neue Operationsansätze schaffen.

Für die Seminare hat CenTouris verschiedene attraktive Veranstaltungsorte ausgewählt, die sich zunächst vor allem auf Ostbayern konzentrieren (z.B. Glasmuseum Frauenau, Freilichtmuseum Finsterau, Adventure Camp Schnitzmühle, Haus zur Wildnis, Schloss Neuburg am Inn). Auch im österreichischen Mühlviertel findet eine Veranstaltung statt. Für die Zukunft planen wir eine Ausweitung des Programms auf Südböhmen, um die Dreiländerregion Ostbayern – Oberösterreich – Südböhmen im Tourismus näher zusammenzuführen.

Wir freuen uns sehr darauf, Sie und Ihre Mitarbeiter in unseren Seminaren begrüßen zu dürfen, und sind dankbar für jegliche Anregungen zu unserem zukünftigen Programm.

Ihr CenTouris-Team



**INHALT**

	Seite
Einleitung _____	2 / 3
3-Säulen-Konzept _____	3
Inhalt _____	4
Praktische Unternehmensführung in Tourismusbetrieben _____ (21. Juli 2008)	5
Erlebnisinszenierung & Eventmanagement _____ (12.-14. September 2008)	6 / 7
Erfolgreiches Marketing in touristischen Betrieben _____ (22.-23. September 2008)	8
8-Stunden-Unternehmensanalyse im Tourismus _____ (6. Oktober 2008)	9
Strategisches Qualitätsmanagement im Hotel- und Freizeitbetrieb _____ (22.-24. Oktober 2008)	11
Grundlagen des eMarketings: Die kundenorientierte Hotel-Website _____ (27. Oktober 2008)	10
„Scherben bringen Glück“ _____ (10.-11. November 2008)	12 / 13
Markenmanagement und -kommunikation _____ (21.-22. November 2008)	14 / 15
Referenten _____	16 / 17 / 18
Allgemeine Geschäftsbedingungen _____	19

**BASISSEMINAR**

*Analysen – Instrumente – Methoden*

**Zeit / Dauer** 21. Juli 2008 von 9 Uhr bis 18 Uhr (Montag)

Als erste CenTouris-Weiterbildungsveranstaltung bietet dieses Seminar einen Überblick über die verschiedenen Bereiche des branchenspezifischen Managements. Erfolg im Tourismus basiert auf einer hohen fachlichen, technischen, sozialen und unternehmerischen Kompetenz. Diese Anforderungen gelten im Grundsatz nicht nur für die Inhaber und Führungskräfte von Hotelbetrieben, Pensionen, Gasthäusern und sonstigen touristischen Einrichtungen, sondern für nahezu alle Fach- und Hilfskräfte, die in den o.a. Betrieben eingesetzt werden. Besonderes Augenmerk wird auf die Entwicklung von Strategien gelegt und darauf, wie Führungskräfte zu Spielmachern werden.

**Die Ziele des Seminars liegen vorrangig in einer Verbesserung**

- der unternehmerischen Kompetenz und
- der sozialen Kompetenz.

**Beide Kompetenz-Kategorien führen zu einer Steigerung**

- des unternehmerischen Erfolgs und
- des persönlichen Erfolgs.

Die vorgestellten Instrumente und Methoden helfen Ihnen, Ihre unternehmerische Erfolgsposition weiter auszubauen bzw. zu verbessern.



**Schloss Neuburg am Inn**

<b>Referent</b>	Josef Vogl (Dipl.-Kaufmann, Vogl Management Support)
<b>Zielgruppe/n</b>	Inhaber, Führungskräfte und Mitarbeiter von Beherbergungs- und sonstigen Tourismusbetrieben.
<b>Ort</b>	Schloss Neuburg am Inn
<b>Kosten</b>	169,- Euro (inkl. umfangreicher Seminarunterlagen und Teilnahmebestätigung, Tagungsgetränke, Mittagessen)
<b>Teilnehmer</b>	8 bis 20 Personen

# Erlebnisinzenierung & Eventmanagement

## EXPERTENSEMINAR

*Machen Sie aus Ihrem Angebot ein Erlebnis!*

**Zeit / Dauer** 12.-14. September 2008 (Anreise: Freitagnachmittag)

„Kauft der Kunde eine Dienstleistung, so erwirbt er eine Reihe von immateriellen Aktivitäten. Kauft er jedoch ein Erlebnis, wird seine Zeit mit unvergesslichen Ereignissen ausgefüllt, um ihn persönlich in das Erlebnis einzubinden. Erst durch die „Inszenierung“ wird der Konsum einer Dienstleistung zum einmaligen Erlebnis.“ (Pine/Gilmore, 1998)

Ihre Kunden erwarten heute von Ihnen als Anbieter im Tourismus eindrucksvoll inszenierte, unvergessliche Erlebnisse. Auch der zunehmende Wettbewerb zwingt Sie, Ihren Kunden laufend Mehrwerte durch Leistungen zu bieten, die eine hohe emotionale Wirkung erzielen. Die Herausforderung für viele Bereiche der Tourismuswirtschaft lautet daher: Erfolgreiche Erlebnisprodukte entwickeln und anbieten.



Das wirft Fragen auf

- Was sind Erlebnisse überhaupt?
- Wie werden sie richtig inszeniert?
- Welche Techniken ermöglichen es, den Gast in eine Szenerie eintauchen und an ihr teilhaben zu lassen?
- Wie kann die Wahrnehmung eines Angebotes von der Inszenierung profitieren?
- Wie werden durch Erlebnisinzenierung dauerhafte Wettbewerbsvorteile erzielt?

Erlebnisinzenierungen sind Instrumente zur Attraktivitätssteigerung von Orten, Betrieben und ganzen Destinationen. Dieses Seminar zeigt, wie man Erlebnisinzenierungen erfolgreich plant, organisiert und durchführt, um damit Gäste zu gewinnen und zu binden.

- Touristische Produkte setzen Sie optimal und authentisch in Szene.
- Sie wählen den richtigen Marketing-Mix und entwickeln ein Alleinstellungsmerkmal.
- Qualität sowie Erlebnisorientierung berücksichtigen Sie als individuelle Bedürfnisse Ihrer Kunden.

Methodik / Unterlagen

Die Studieninhalte werden überwiegend durch aktivierende und interaktive Lehrmethoden (Impulsvorträge, Praxis-Workshops, Arbeitsteams, Diskussions- und Problemlösungsrunden) vermittelt, die in eine die gesamte Veranstaltung umfassende Spannungskurve eingebunden sind.

Die Referenten Thomas Ruhfaß und Hubertus Hinse bauen dabei auf die theoretischen Grundlagen von Dr. Bibiana Walder auf und führen durch ein breites Spektrum von Techniken, die sie in 10-jähriger Berufspraxis erarbeitet und erfolgreich angewandt haben.

Daneben lassen die Beiträge des Unternehmers Sebastian Nielsen sowie des Hospitality-Beauftragten der Linz 09 Europäische Kulturhauptstadt GmbH Simon Lachner das Seminar selbst zu einem Erlebnis werden.



<b>Referenten</b>	Dr. Bibiana Walder, Thomas Ruhfaß (Geschäftsführer der Stadtmaus Regensburg GmbH), Hubertus Hinse (Stadtmaus Regensburg GmbH), Sebastian Nielsen (Adventure Camp Schnitzmühle), Simon Lachner, MBA (con.os Tourismusberatung, Kulturhauptstadt Linz 09)
<b>Zielgruppe/n</b>	Alle im Tourismus Tätigen (Leiter und Mitarbeiter von Touristinformationen und Kurverwaltungen, von Tourismusreferaten der Landkreise, in touristischen Verbänden, von touristischen Leistungsträgern, in der Hotellerie und Gastronomie, Kultureinrichtungen, Veranstaltungsagenturen, ...)
<b>Ort</b>	Adventure Camp Schnitzmühle, Viechtach
<b>Kosten</b>	345,- Euro (inkl. Seminarunterlagen und Teilnahmebestätigung, Tagungsgetränken, Mittagessen; ohne Übernachtung)
<b>Teilnehmer</b>	10 bis 25 Personen



# Erfolgreiches Marketing in touristischen Betrieben

## BASISSEMINAR

### 5 Schritte zum Erfolg

**Zeit / Dauer** 22.-23. September 2008 (Montag-Dienstag)

Im Tourismus-Marketing ist nichts, wie es einmal war: Globale Entwicklungen und anspruchsvolle Konsumenten erfordern laufende Verbesserungen, vor allem in der Produktstruktur, in der konsequenten Zielgruppenorientierung und in der Kommunikation. Sachkompetenz, Professionalität und höchste Qualität werden als selbstverständlich vorausgesetzt. Kunden wollen heute auf der Gefühlsebene abgeholt werden: unwiderstehlich, unverwechselbar und faszinierend muss sich ein Angebot präsentieren. Mutige Vertriebskonzepte sind gefragt, die die richtige Balance bei der Neukundengewinnung und beim Kundenbeziehungsmanagement finden.



AVIVA Hotel

Sie erlernen den **Aufbau, die Entwicklung und Vermarktung von touristischen Produkten** und erarbeiten praxisnah, was **emotionale und effiziente Kommunikation** speziell für den Erfolg Ihres Unternehmens bedeutet.

#### Das Seminar gliedert sich in 5 Teilbereiche

1. Aufbau und Struktur eines Marketingplans
2. Service- & Qualitätsmanagement
3. Produkt- & Angebotsentwicklung
4. Distributions- & Vertriebsmanagement – Ausschöpfung der Markt- und Kundenpotenziale
5. CRM, Strategisches und operatives Kundenmanagement – Kunden gewinnen und sichern

<b>Referenten</b>	Gerald Aigmüller (Training & Marketing, WIFI, Traumarena Mühlviertel), Michael Toedt (Toedt, Dr. Selk & Coll. / HSMA Süddeutschland)
<b>Ort</b>	AVIVA Hotel Traumarena Mühlviertel, St. Stefan a. W.
<b>Zielgruppe/n</b>	Inhaber, Führungskräfte, Mitarbeiter von Beherbergungs- und sonstigen Tourismusbetrieben, die ihr Marketing bisher eher „aus dem Bauch heraus“ betrieben haben. Auch für (Quer-)Einsteiger, die im Marketingbereich den Einstieg in den Tourismus finden wollen.
<b>Kosten</b>	299,- Euro (inkl. Seminarunterlagen und Teilnahmebestätigung, Tagungsgetränken, Mittagessen; ohne Übernachtung)
<b>Teilnehmer</b>	8 bis 20 Personen

# 8-Stunden-Unternehmensanalyse im Tourismus

## BASISSEMINAR

### So stellen Sie Ihr Unternehmen auf den Prüfstand

**Zeit / Dauer** 6. Oktober 2008 von 9 Uhr bis 18 Uhr (Montag)

Dieses Seminarmodell wurde von Prof. Dr. Kurt Nagel zur Erstanalyse von Unternehmen entwickelt. Es werden die gegenwärtigen Stärken und Schwächen eines Unternehmens aufgezeigt und maßgeschneiderte strategische Lösungsansätze entwickelt. Jeder Teilnehmer arbeitet jeweils am Beispiel des eigenen Unternehmens. Während der Analyse kommt eine Vielzahl von Methoden zur Anwendung. Die Methoden können problem-, bedürfnis- und nutzenorientiert eingesetzt werden.

#### Wo steht mein Unternehmen?

#### Was sind meine Erfolgsfaktoren?

#### Wie kann ich mein Unternehmen schnell und punktgenau analysieren?

Auf diese und andere Fragen erhalten Sie mit Hilfe der im Seminar vorgestellten Instrumente Antworten. Innerhalb eines Arbeitstages erkennen Sie, wo Sie mit Verbesserungen in Ihrem Unternehmen ansetzen können. Sie betrachten Ihr Unternehmen ganzheitlich und vermeiden so Insellösungen. In mehreren Modulen werden die Voraussetzungen für die Umsetzung im Unternehmen erarbeitet.



Hotel Randsberger Hof

#### Ihre Vorteile

- schnell – punktgenau – effizient
- keine langwierigen Untersuchungen
- zukunftsorientiert

<b>Referent</b>	Josef Vogl (Dipl.-Kaufmann, Vogl Management Support)
<b>Zielgruppe/n</b>	Inhaber, Führungskräfte und Mitarbeiter von kleinen und mittleren Beherbergungs- und sonstigen Tourismusbetrieben
<b>Ort</b>	Hotel Randsberger Hof, Cham
<b>Kosten</b>	169,- Euro (inkl. Seminarunterlagen und Teilnahmebestätigung, Tagungsgetränke, Mittagessen)
<b>Teilnehmer</b>	8 bis 15 Personen

# Strategisches Qualitätsmanagement im Hotel und Freizeitbetrieb

## EXPERTENSEMINAR

*Erkennen und erweitern Sie Ihr Potential!*

**Zeit / Dauer** 22.-24. Oktober 2008 (Mittwoch-Freitag)

Die Herausstellung der Unterschiede in der Qualität Ihrer angebotenen Tourismusleistungen ist für Sie ein zentraler Erfolgsfaktor, um in einem umkämpften touristischen Markt Wettbewerbsvorteile zu erzielen. Als Unternehmen in einem touristischen Zielgebiet werden Sie gleichzeitig vor die Herausforderung einer destinationsweiten Zusammenarbeit und Abstimmung Ihrer Angebote gestellt. Es gilt, die jeweils eigenen Ressourcen zu erkennen und konsequent auszubauen.

Im Mittelpunkt des Seminars stehen die Anforderungen an ein ganzheitliches Qualitäts- und Controllingsystem sowie dessen Ausgestaltung, das auf Vernetzung und Positionierung aufbaut. Als Teilnehmer/in dieser Veranstaltung erhalten Sie konzeptionelle Leitlinien für die Entwicklung eines Systemansatzes zur Optimierung des eigenen Betriebes in drei Schritten:

1. Das Modell „Balanced Scorecard“ als Möglichkeit für effizientes Hotelcontrolling
2. Nutzen Sie das Potential Ihres Personals und Ihrer Kooperationspartner: Wissensbilanzierung & Tourismusontologie
3. Ihr individuelles Erfolgsprogramm:  
Durch Persönlichkeitsentwicklung zur eigenen Spitzenleistung

### Methodik / Unterlagen

In allen drei Bereichen verbinden sich theoretische Modelle mit Beispielen erfahrener Referent/innen. „Von den Besten lernen“

lautet die Devise! Das Seminar baut dabei im Verlauf der Tage auch auf den Beiträge der Teilnehmer/innen. Der hierfür nötige Raum wird durch aktivierende und interaktive Lehrmethoden geschaffen (Impulsvorträge, Praxis-Workshops, Arbeitsteams, Diskussions- und Problemlösungsrunden). Die Erarbeitung kreativer Lösungen steht im Vordergrund.

<b>Referenten</b>	Dr. Burkhard von Freyberg (Zarges von Freyberg GmbH / Professorenvertretung, Hochschule München), Dr. Beatrice Zarges-Thurnher (Direktorin des Leading Small Hotels Alpenhof, Zürs am Arlberg), Alexandra Grassler (Wissensagentur), Dr. Petia Genkova Petkova (Universität Passau), Daniél Hoch (Tourismusberater, Leipzig)
<b>Zielgruppe/n</b>	Inhaber, Führungskräfte und Mitarbeiter von Beherbergungs- und sonstigen Tourismusbetrieben, die sich mit ihrem Angebot bereits klar positioniert haben und ihren jeweiligen Zielgruppen konsequent die richtige Qualität garantieren wollen.
<b>Ort</b>	Freilichtmuseum Finsterau
<b>Kosten</b>	345,- Euro (inkl. Seminarunterlagen und Teilnahmebestätigung, Tagungsgetränken, Mittagessen; ohne Übernachtung)
<b>Teilnehmer</b>	10 bis 25 Personen

# Grundlagen des eMarketings

## BASISSEMINAR

*Die kundenorientierte Hotel-Website*

**Zeit / Dauer** 27. Oktober 2008 (Montag)

Fast jedes Hotel präsentiert sich heute über eine hoteleigene Website. Der Markt ist gesättigt und die Wettbewerbssituation dementsprechend brisant. Nur wer sich dem Kunden über eine qualitativ hochwertige Website präsentiert, hinter der eine kundenorientierte eMarketing Strategie steht, hebt sich von der Konkurrenz ab und leistet dadurch einen wirklichen Beitrag zum Erfolg des Hotels.

Im Seminar „Die kundenorientierte Hotel-Website“ bekommen Sie einen praxisorientierten Überblick darüber, was Besucher von Ihrer Website erwarten, mit welchen Erfolgskriterien eine gelungene Website ausmachen und wie Sie dadurch langfristig Gäste binden können. Das Seminar dient als Wegweiser dafür, wie Sie mit Hilfe Ihrer Hotel-Website Ihren Unternehmenszielen näher kommen.

### Folgende Themen werden im Zuge des Seminars behandelt

- eMarketing Strategie-Entwicklung
- Die Website als Basis für kundenorientiertes eMarketing
- Content-Management
- Website-Usability
- eMarketing in der Praxis: Wie kann ich meine Website am besten promoten?
- Suchmaschinen-Marketing
- E-Mail-Marketing

<b>Referent</b>	Dr. Klemens Waldhör, Mag. (FH) Bianca Peinsipp (Krems Research Forschungsgesellschaft mbH)
<b>Zielgruppe/n</b>	Das angebotene Seminar richtet sich an Touristiker, die einen Einstieg in spezifische Weiterbildung aus dem Bereich der elektronischen Welt des Tourismus und des Marketings suchen. Vor allem für Führungskräfte und Marketingmitarbeiter in Beherbergungsbetrieben.
<b>Ort</b>	Haus zur Wildnis
<b>Kosten</b>	169,- Euro (inkl. Seminarunterlagen und Teilnahmebestätigung, Tagungsgetränken, Mittagessen; ohne Übernachtung)
<b>Teilnehmer</b>	10 bis 18 Personen



Haus zur Wildnis



Freilichtmuseum Finsterau



# „Scherben bringen Glück“

## EXPERTENSEMINAR

### Innovationsmomente frühzeitig erkennen – Konflikte nutzen

**Zeit / Dauer** 10.-11. November 2008 (Montag, Dienstag)

Wer Konflikte nur unter den Teppich kehrt, wird irgendwann von ihnen eingeholt. Für Tourismusunternehmen kann dies beispielsweise den Verlust von Gästen bedeuten – falls sie über kein funktionierendes Beschwerdemanagement verfügen. Ungelöste Konflikte im Betrieb können aber auch die Leistung von Mitarbeitern vermindern. Strukturelle Konflikte sind daneben ein weiteres Phänomen, das Tag für Tag riesige Summen verschlingt. Wenn die latenten Konflikte nicht erkannt, thematisiert und gelöst werden, blühen sie im Verborgenen weiter und können ein Unternehmen bis zur Insolvenz treiben. Andererseits ergeben sich aus innerbetrieblichen Reibungsflächen häufig auch Ansatzpunkte für Innovationen.

Anhand von vielen Beispielen und interaktiven Seminarbestandteilen erläutern die Referenten/innen, welche Konflikte typisch sind, wodurch sie entstehen, wie durch gezielte Maßnahmen vorgebeugt werden kann und wie Mitarbeiter/innen im Hotel, in der Touristinfo oder auch in Freizeitbetrieben Konflikte konstruktiv bearbeiten können.

Dabei sind es nicht immer Gäste und Besucher, die Probleme bereiten. Das Konfliktkreuz dieses Seminars umfasst Mitarbeiter, Vorgesetzte, Kooperationspartner und weitere Beteiligte im Tagungs- beziehungsweise Hotelmanagement.

### Seminarziele

- **Wahrnehmen** Üben der Fähigkeit, die eigenen Reaktionen und Wirkungen auf andere wahrzunehmen, zu beobachten und zu benennen.
- **Reflektieren** Bewusst machen eigener Werte und Wertvorstellungen, Verhaltens- und Kommunikationsstile und handlungsleitender Annahmen (insbesondere in Gegenüberstellung zu anderen) sowie Bewusst machen ihrer funktionalen Bedeutung für Organisationen.
- **Konstruieren** Entwickeln von passenden „Spielregeln“ für den Umgang mit Vielfalt, bzw. sich aus ihr ergebenden Spannungen und Konflikten.

- **Handeln** Entwickeln von Ambiguitätstoleranz, d. h. der Fähigkeit, bei widersprüchlichen Gefühlen, Botschaften und Situationen handlungsfähig – sowohl mit sich selbst in Kontakt als auch für andere offen – bleiben zu können; dadurch Erschließen von neuen Handlungs- und Gestaltungsspielräumen.
- **Vermitteln** Erwerben von Know-how und kreativen Handlungsstrategien, um Diversity-Lernen im jeweils eigenen Organisationsumfeld fördern und weitervermitteln zu können.
- **Intervenieren** Fähigkeit zum Gestalten sozialer Prozesse im konkreten Arbeitsumfeld und Wissen über juristische Möglichkeiten.

Sie lernen Ihr Konfliktverhalten zu analysieren, kontextbezogen einzuschätzen und für sich individuell weiterzuentwickeln. Sie lernen, eigene Konflikte ziel- und lösungsorientiert zu bearbeiten und die Konfliktsituation aus der Sicht aller Betroffenen zu betrachten. Und Sie erhalten Anleitung, um so zu kommunizieren, dass Sie viele Ihrer Konflikte von vorne herein vermeiden bzw. bestehende Konflikte entschärfen können. Rechtliche Aspekte der Konfliktregulierung runden die Veranstaltung ab.



Glasmuseum Frauenau

<b>Referenten</b>	Dr. Ursula Diepolder (Leitung, Einführung und fachlicher Input), RA Prof. Alfred Gerauer (Kanzlei Prof. Gerauer, Dr. Wölfl & Kollegen)
<b>Zielgruppe/n</b>	Insbesondere Inhaber / Pächter und Führungskräfte von Betrieben des Gastgewerbes und anderen Tourismus- und Freizeitbetrieben sowie Führungskräfte im öffentlichen Tourismus (Touristinformationen, Kurverwaltungen, Tourismusreferate der Landkreise, Tourismusverbände)
<b>Ort</b>	Glasmuseum Frauenau
<b>Kosten</b>	299,- Euro (inkl. Seminarunterlagen und Teilnahmebestätigung, Tagungsgetränken, Mittagessen; ohne Übernachtung)
<b>Teilnehmer</b>	10 bis 16 Personen



# Markenmanagement und -kommunikation

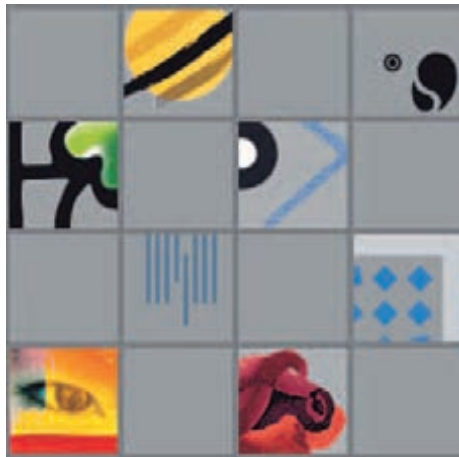
## EXPERTENSEMINAR



### Starke Tourismusmarken als Erfolgsrezept.

**Zeit / Dauer** 20.-21. November 2008 (Freitag, Samstag)

Starke Marken sind das wichtigste Kapital vieler Anbieter, um sich langfristig und profitabel am Markt behaupten zu können. Die immense Vielfalt an Angeboten im Tourismus führt dazu, dass sich die Kunden ganz bewusst entweder für ein Billigangebot oder aber eine aussagekräftige und glaubwürdige Marke entscheiden. Produkte ohne Profil werden vergleichsweise schlecht nachgefragt und sehr oft schnell vom Markt verdrängt.



Wer es schafft, das Vertrauen seiner Gäste und Besucher zu gewinnen und durch Emotionalisierung der Marke dauerhaft an sich zu binden, wird kontinuierlich seinen Absatz steigern.

Eine einfache Marke in einen unvergesslichen Mythos zu verwandeln erfordert neben viel Zeit und finanziellem Einsatz vor allem fachliches Know-How! Als erfolgreicher Markenmanager müssen Sie verstanden haben, wie Marken grundlegend funktionieren und wie sie wirken.

Sie müssen wissen, wie Sie Ihre Marke strategisch aufbauen, sie gegen Angriffe von außen schützen und sinnvoll kommunizieren. Eine marktorientierte, innovative Weiterentwicklung ist hierbei ebenfalls zu bedenken!

Das Seminar „Markenmanagement und -kommunikation“ vermittelt in zwei Tagen umfangreiches Experten-Wissen aus den Bereichen Strategieentwicklung, Kommunikation, Recht und Controlling für den strategischen Aufbau und die langfristige Weiterentwicklung von erfolgreichen Marken.

Wir haben für dieses Thema einen Referenten gewinnen können, der seit 1968 die Touristik kennt und selbst so etwas wie ein Mythos geworden ist: Ron Imelauer.

Seinen Namen hat er sich in der Touristik gemacht mit der Schaffung neuer Markenbilder z. B. für den Robinson Club mit „Zeit für Gefühle“, Studiosus „Intensiver Leben“ oder mit dem Schiffskonzept A-ROSA „Lust auf Schiff“. Für die große spanische Hotelkette IBEROSTAR gestaltete er ebenso den Marktauftritt wie für die Dorint Hotels & Resorts. Und auch Club Magic Life, die österreichische Club-Marke der TUI, trägt seine Handschrift.

Neben den theoretischen Aspekten der Strategieentwicklung legt Ron Imelauer viel Wert auf die Praktikabilität der Markenbildung. Neben der Vorstellung aktueller Trends wird er Instrumente und Methoden zur Führung starker Marken näher erläutern, die wiederum anhand von Praxisbeispielen vertieft werden.



Schiffmeisterhaus Deggendorf

<b>Referent</b>	Ron Imelauer
<b>Ort</b>	Schiffmeisterhaus Deggendorf
<b>Zielgruppe/n</b>	Alle im Tourismus Tätigen, die starke touristische Marken aufbauen und führen möchten bzw. sich an der Bildung und der Führung gemeinsamer touristischer Marken beteiligen wollen. Insbesondere Marketingleiter, Produktmanager und Führungskräfte in Tourismus und Gastgewerbe sowie Mitarbeiter aus dem Marketingbereich.
<b>Kosten</b>	299,- Euro (inkl. Seminarunterlagen und Teilnahmebestätigung, Tagungsgetränken, Mittagessen; ohne Übernachtung)
<b>Teilnehmer</b>	8 bis 20 Personen



# Referenten



## Gerald Aigmüller

*Selbständiger Berater in Tourismusmarketing und -vertrieb*

- 15 Jahre Berufserfahrung in den verschiedensten Bereichen des Tourismus und der Hotellerie (Internationale Hotellerie, Reisebüro & Veranstalter, Hotelkooperationen)
- diplomierter Trainer und Marketingmanager
- Beratungsschwerpunkte: strategisches bzw. operatives Marketing und Vertriebsstrukturen



## Dr. Ursula Diepolder

*Expertin für Konfliktmanagement und Moderationsprozesse*

- Studium und Promotion im Bereich der Agrarwissenschaften
- Konfliktmoderatorin
- Gender-Trainerin
- weitere Tätigkeitsfelder: Gutachterin für Regionalentwicklungskonzepte,
- Ausstellungskonzeptionen im Natur- und Umweltbereich



## Dr. Burkhard von Freyberg

*Geschäftsführender Gesellschafter des Beratungsunternehmens Zarges, Freyberg Hotel Consulting*

- Hotelfachlehre Hotel Bayer, Hof (MUC), Studium Wirtschaftswissenschaften (MUC, Boston, Regensburg)
- 4 Jahre Senior-Berater TREUGAST Solutions Group (Beratungsunternehmen Hotellerie-Segment)
- 2005-2008 Leiter des TREUGAST Institute of Applied Hospitality Sciences
- Lehraufträge Berufsakademie Ravensburg, IHK München und TU München
- Professorenvertretung Hospitality Management, Fakultät Tourismus der Hochschule München



## Dr. Petia Genkova-Petkova

*Wissenschaftliche Assistentin für Psychologie an der Universität Passau*

- Studium der Psychologie und der Kulturwissenschaften, Promotion im Fach Psychologie
- psychotherapeutische Ausbildung im Bereich forensische Psychiatrie
- Schwerpunkte der Lehrtätigkeit: Sozial-, Arbeits-, Organisations- und Medienpsychologie sowie interkulturelle Kommunikation und Work-Life Balance
- Trainerin für Kommunikation- und Konfliktmanagement



## Prof. Alfred Gerauer

*Fachanwalt für Arbeitsrecht und Mediator mit eigener Kanzlei*

- Honorarprofessor, Hochschule für Angewandte Wissenschaften (FH) MUC, „Recht im Tourismus“
- Präsident der Deutsch-Österreichischen Juristenvereinigung
- 1. Vorsitzender der Deutsch-Tschechischen-Anwaltsvereinigung
- Mitglied des Vorstandes des Europäischen Instituts für Conflict Management
- 1. Vorsitzender der Deutsch-Österreichischen Mediatoren-Vereinigung



## Alexandra Graßler

*Unternehmensberaterin mit Schwerpunkt Wissensmanagement und Kaizen (Philosophie der kontinuierlichen Verbesserung)*

- seit 1995 im Lehr- und Beratungsbereich selbständig (WissensAgentur)
- tätig in Deutschland und Österreich
- Beratungsschwerpunkt: Verknüpfung von Stärken der Mitarbeiter mit den Unternehmenszielen, um ein zielgerichtetes, nachhaltiges Wirtschaften zu erreichen



## Hubertus Hinse

*Trainer und Regisseur bei der STADTMAUS GmbH Regensburg*

- Studium der Informationswissenschaft, Wirtschaftsinformatik und Germanistik
- Ausbildung zum Theaterpädagogen gem. Bundesverband Theaterpädagogik e.V. (BuT), Reutlingen
- seit 10 Jahren Trainer und Regisseur, für die Ausbildung der Schauspieler der STADTMAUS GmbH zuständig und maßgeblich an der Konzeption des Firmenangebots beteiligt
- Leitung regelmäßiger Theaterworkshops für verschiedene Bildungseinrichtungen



## Daniél Hoch

*selbständiger Coach für touristische Unternehmen*

- seit mehr als 6 Jahren internationaler Managementtrainer und Business Coach namhafter Tourismusunternehmen (u.a. Thomas Cook, aldiana) und Hotels
- Beratungsschwerpunkte: Ressourcen, Persönlichkeitsentwicklung, emotionaler Verkauf, Kommunikation und Work-Life-Balance



## Ron Imelauer

*Markengestalter und Branding-Experte*

- vierzigjährige Gestalter-Tätigkeit in der Touristik
- Konzeption zahlreicher Marktauftritte, beispielsweise für den Robinson Club („Zeit für Gefühle“), Studiosus („Intensiver Leben“), für die spanische Hotelkette IBEROSTAR und die österreichische Club-Marke der TUI („Magic Life“)
- Träger zahlreicher Preise und Auszeichnungen, (u.a. RedDot Award 2002)



## Simon Lachner, MBA

*Hospitality-Beauftragter bei der Linz 2009 Kulturhauptstadt Europa GmbH*

- 1999-2005 für Kulturveranstaltungen und auf dem Messe-, Incentive- und Eventsektor im Bereich von Gastronomiekoordination und -organisation in Graz tätig
- 2006-2007 Consultant bei der con.os tourismus.consulting GmbH
- 2007 MBA-Ausbildung zum Akademischen Tourismusmanager an der Johannes Kepler Universität Linz



## Sebastian Nielsen

*Geschäftsführer des „Adventure Camp Schnitzmühle“*

- Studium der Betriebswirtschaft mit Schwerpunkt Tourismus (FH Kempten)
- Entwicklung eines neuen Betriebskonzepts für den elterlichen Hotel- und Camping-Betrieb („Adventure Camp Schnitzmühle“), den er heute leitet
- Unterstützung von Betrieben bei der Entwicklung neuer strategischer Ausrichtungen als Zukunfts-Coach der Rio-Group



## Mag. Bianca Peinsipp

*Key Account Managerin Krems Research Forschungsgesellschaft mbH*

- Studium Gesundheitsmanagement im Tourismus (FH Joanneum Bad Gleichenberg)
- Diplom in strategischem Management und Marketing im Tourismus
- Schwerpunkte: Tourismus, Sales & Marketing, strategisches Management
- Projekte: Internetplattform [www.tourism-knowhow.at](http://www.tourism-knowhow.at), Seminarreihe eMarketing im Tourismus

## Referenten



**Thomas Ruhfaß** *Gründer/GF, Kultur- und Veranstaltungsagentur STADTMAUS GmbH Regensburg*

- Studium der Anglistik und Geschichte an der Universität Regensburg
- erste Erfahrungen im Tourismus als Gästeführer im Schloß Thurn und Taxis in Regensburg
- 1998 Gründung STADTMAUS GmbH (inszenierte Gästeführungen und touristische Events)
- 2004 Ausbildung zum Qualitätsmanager im Tourismus
- 2006 Gewinner des Bayerischen Innovationspreises in der Sparte Tagungstourismus
- 2007 Planung, Konzeption, Durchführung, Feierlichkeiten zur Überreichung der Welterbe-Urkunde



**Michael Toedt** *Dipl.-Betriebswirt und geschäftsführender Gesellschafter der Toedt, Dr.Selk & Coll GmbH in München, Marktführer im Bereich des kommunikativen und analytischen CRM*

- ehem. Regional Vice President SANSORA INTERNATIONAL, Tochter des Schoerghuber Konzerns
- Begleitung div. Hotelgesellschaften bei der Erstellung zentraler Kunden- und Marketingdatenbanken
- elterl. Hotelbetrieb, kaufm. Ausbildung, Kochlehre, arbeitete im Sterne-Restaurant Hotel Königshof, MUC
- Lehrbeauftragter an der FH München, sowie Gastdozent an versch. Hochschulen und Universitäten
- Referent für die Bayern Tourist GmbH (BTG), Regional-Vorstand der HSMA Region Süd-Ost



**Dr. Bibiana Walder** *Selbständige Tourismus-Beraterin*

- Studium der Tourismusbetriebswirtschaft an der FH Heilbronn
- 2005 Promotion zum Thema „Innovationsverhalten touristischer Unternehmen“ in Innsbruck
- 2002-2007 Projektleiterin/Dozentin Univ. Innsbruck und Hochschule für Technik u. Wirtschaft Chur (CH)
- Herausgeberin und Autorin zahlreicher Buchbeiträge
- Referentin im Rahmen internationaler Konferenzen
- Gastdozentin, zuletzt an der North West University Potchefstroom, Südafrika



**Dr. Klemens Waldhör**

*Geschäftsführer und wissenschaftlicher Leiter KREMS Research Forschungsgesellschaft mbH*

- Studium der Informatik (Johannes-Kepler-Universität Linz)
- Promotion in Informatik mit mathematischem Modell in Gruppendiskussion
- Schwerpunkte: FutureHotelroomLab, Sprachtechnologien im Tourismus, IKT Anwendungen im Tourismus, Data- und Textmining; eMarketing



**Josef Vogl**

*Dipl.-Kaufmann, Unternehmercoach und Beraterpartner der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW Mittelstandsbank in Frankfurt am Main)*

- eingetragener Unternehmercoach bei der Industrie- und Handelskammer (IHK) in München und dem Institut für Freie Berufe (IFB) in Nürnberg an der Friedrich-Alexander-Universität
- Mitglied im Beraternetzwerk „Systeme für Erfolg“ von Professor Dr. Dr. habil. Kurt Nagel



**Dr. Beatrice Zarges-Thurnher**

*Geschäftsführende Gesellschafterin des Fünf-Sterne-Hotels Thurnher's Alpenhof in Züri, Arlberg. Das Luxushotel ist eines der vier österreichischen Mitglieder der renommierten Hotelkooperation The Leading Hotels of the World*

- Promotion im Bereich Sozial- und Wirtschaftswissenschaften
- Aufbau der Hotelkooperation „Akzent Hotels“
- viele Jahre Beraterin für Privathotels in den Bereichen PR, Sales und Marketing

## Allgemeine Geschäftsbedingungen

Geschäftsbedingungen für die Durchführung von Fort- und Weiterbildungsveranstaltungen durch das Centrum für marktorientierte Tourismusforschung (CenTouris) der Universität Passau

Vorbemerkung zum Sprachgebrauch:

Nach Art. 3 Abs. 2 des Grundgesetzes sind Frauen und Männer gleichberechtigt. Alle nachfolgenden Personen und Funktionsbezeichnungen gelten daher für Frauen und Männer in gleicher Weise.

§ 1 Geltungsbereich

- (1) Die vorliegenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für die Teilnahme an Veranstaltungen, die vom Centrum für marktorientierte Tourismusforschung der Universität Passau (CenTouris) im Rahmen ihres Angebotes für Fort- und Weiterbildung angeboten werden.
- (2) Die Teilnahmebedingungen sind jederzeit online abrufbar, als pdf-Datei speicherbar und werden auf Anforderung als Papierausdruck übersandt.
- (3) Soweit diese Teilnahmebedingungen keine anderweitige Regelung treffen, gelten die gesetzlichen Bestimmungen der Bundesrepublik Deutschland.

§ 2 Vertragsabschluss

- (1) Teilnehmer können sich zu Veranstaltungen von CenTouris per Brief, per Telefax oder per Email anmelden. Die Anmeldung erfolgt verbindlich zu den angegebenen Konditionen der ausgewählten Veranstaltung. Mit der Anmeldung erklärt der Teilnehmer, dass er von diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen Kenntnis genommen hat, und erteilt sein Einverständnis mit deren Geltung sowie mit der zweckgebundenen Erhebung, Verarbeitung und Nutzung der von ihm eingegebenen Daten.
- (2) Nach Bearbeitung der Anmeldung erhält der Teilnehmer eine Anmeldebestätigung mit Rechnung. Der Vertragsabschluss erfolgt durch die Anmeldebestätigung. Die Benennung von Ersatzteilnehmern ist ohne gesonderte Berechnung möglich.
- (3) Der Vertragstext wird von CenTouris zusammen mit den vorliegenden Teilnahmebedingungen gespeichert und dem Teilnehmer auf Verlangen per E-Mail zugesandt.

§ 3 Teilnehmerzahl

Die Teilnehmerzahl ist in der Regel begrenzt. Anmeldungen werden grundsätzlich in der Reihenfolge des Eingangs berücksichtigt. Sollte die Teilnahme wegen Überbelegung nicht möglich sein, erhält der Teilnehmer unverzüglich eine Benachrichtigung.

§ 4 Teilnahmegebühr

- (1) Die Teilnahmegebühr bestimmt sich nach der jeweiligen Veranstaltung. Soweit in dem betreffenden Veranstaltungsangebot nichts Abweichendes geregelt ist, sind Seminarunterlagen und Verpflegung in der Teilnahmegebühr enthalten.
- (2) Bei gemeinsamer Anmeldung zum gleichen Seminar bei mehr als einem Teilnehmer desselben Unternehmens 10% Ermäßigung auf die Teilnahmegebühr.
- (3) Ebenfalls 10% Ermäßigung erhalten Teilnehmer, welche innerhalb eines Programmjahres mindestens eine zweite Veranstaltung besuchen.
- (4) Zahlungen sind spätestens einen Monat nach Rechnungsdatum ohne Abzug unter Angabe der Rechnungsnummer auf das auf der Rechnung angegebene Konto zu überweisen.
- (5) Eine Stornierung der Anmeldung ist nur schriftlich möglich. Bei einer Stornierung bis 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn wird keine Teilnahmegebühr fällig. Erfolgt die Stornierung bis 7 Tage vor Veranstaltungsbeginn wird die Hälfte der Teilnahmegebühr erhoben; bei Absagen danach bzw. bei Nichterscheinen des Teilnehmers ist die gesamte Teilnahmegebühr zu entrichten. Entscheidend ist der Eingang der Stornierungserklärung bei CenTouris. Der Teilnehmer hat das Recht, im Einzelfall nachzuweisen, dass CenTouris ein geringerer Schaden entstanden ist.

§ 5 Termin-/Programmänderungen

- (1) Bei zu geringer Teilnehmerzahl und aus anderen dringenden Gründen, kann CenTouris die Veranstaltung verschieben, absagen oder mit anderen Veranstaltungen zusammenlegen. Dem Teilnehmer steht in diesem Falle ein Rücktrittsrecht zu. Weitergehende Ansprüche, insbesondere auf Aufwendungsersatz (Stornogebühren für gebuchte Anreise oder Hotel), bestehen nicht.
- (2) Programmänderungen aus wichtigem Anlass behält sich CenTouris vor. Insbesondere ist sie berechtigt, in begründeten Fällen die Veranstaltung von anderen, als den angegebenen Referenten durchführen zu lassen.

§ 6 Überlassene Unterlagen

Von CenTouris im Rahmen der Veranstaltung zur Verfügung gestellte oder überlassene Unterlagen sowie Software dürfen ohne schriftliche Genehmigung von CenTouris weder reproduziert, noch unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt, verbreitet oder zur öffentlichen Wiedergabe verwendet werden. Bei Zuwiderhandlungen ist durch den Teilnehmer gegebenenfalls Schadensersatz zu leisten.

§ 7 Gewährleistung

Für erteilten Rat und die wirtschaftliche Verwertbarkeit erworbener Kenntnisse wird keine Gewähr übernommen.

§ 8 Haftung

- (1) Schadensersatzansprüche des Teilnehmers, gleich aus welchem Rechtsgrund, insbesondere wegen Verletzung von Pflichten aus dem Schuldverhältnis und aus unerlaubter Handlung, sind, soweit rechtlich zulässig, ausgeschlossen. Sofern ein Haftungsausschluss rechtlich nicht zulässig ist, beschränkt sich die Haftung jedoch auf den Ersatz des nach Art der Veranstaltung vorhersehbaren, vertragstypischen, unmittelbaren Durchschnittsschadens, soweit keine zwingende Haftung besteht.
- (2) Im übrigen sind Schadensersatzansprüche – ohne Rücksicht auf ihre Rechtsnatur – auf die Höhe der Teilnahmegebühr begrenzt.

§ 9 Angaben des Teilnehmers / Datenschutz

- (1) CenTouris weist darauf hin, dass Teilnehmer Ihre korrekten Adressdaten angeben müssen; im Falle der Missachtung bleibt die Einleitung rechtlicher Schritte vorbehalten.
- (2) Die Teilnehmer werden darauf hingewiesen, dass die erhobenen Daten von CenTouris in maschinenlesbarer Form gespeichert und im Rahmen der Zweckbestimmung des Vertragsverhältnisses verarbeitet werden. Diese Daten werden vertraulich behandelt.
- (3) Der Teilnehmer erklärt sein Einverständnis, dass die erhobenen Daten auch nach Abschluss der gebuchten Veranstaltung zum Zweck der weiteren Betreuung des Teilnehmers gespeichert bleiben und er hierfür von CenTouris bzw. der Universität Passau Informationsmaterial erhält. Eine Weitergabe der Daten an Dritte erfolgt nicht. Der Teilnehmer kann dieses Einverständnis jederzeit schriftlich widerrufen.

## ZIELGRUPPEN

	Führungskräfte im Gastgewerbe	Führungskräfte der Tourismuswirtschaft	Mitarbeiter im Gastgewerbe	Mitarbeiter in Touristinfos	Tourismusreferenten, Regionalmanager, Verbandsfunktionäre	Sonstige (Kulturaktive, Veranstalter...)
BASIS	Praktische Unternehmensführung in Tourismusbetrieben	X	X			X
	8-Stunden-Unternehmensanalyse	X	X			X
	Erfolgreiches Marketing in touristischen Betrieben	X	X	X	X	X
	Grundlagen des eMarketings	X	X	X	X	X
EXPERTEN	Strategisches Qualitätsmanagement im Hotel und Freizeitbetrieb	X	X	X		X
	Erlebnisinszenierung & Eventmanagement		X	X	X	X
	„Scherben bringen Glück“ – Konflikte als Innovationsmomente erkennen	X	X	X	X	X
	Markenmanagement und -kommunikation	X	X		X	X

- Weitere Informationen (Programmablauf, Unterkunftsempfehlungen und -Preise, Anreisepflegeplan-Routenplan) finden Sie im Internet: [www.centouris.de](http://www.centouris.de)
- 10 % Ermäßigung bei Buchung einer zweiten Veranstaltung.
- 10 % Ermäßigung bei Firmenbuchungen mit mehr als 2 Teilnehmern.
- Die Leistung der Universität ist befreit von der Umsatzsteuer gemäß § 4 Nr. 22a UStG sowie Art. 13 Teil A Buchst. I der 6 EG-Richtlinie.



## Anmeldung

Hiermit melde ich mich zu folgender/folgenden Veranstaltung/en an:

- |  |         |
|--|---------|
| <input type="radio"/> Praktische Unternehmensführung in Tourismusbetrieben (21. Juli 2008)                         | € 169,- |
| <input type="radio"/> Erlebnisinszenierung & Eventmanagement (12.-14. September 2008)                              | € 345,- |
| <input type="radio"/> Erfolgreiches Marketing in touristischen Betrieben (22.-23. September 2008)                  | € 299,- |
| <input type="radio"/> 8-Stunden-Unternehmensanalyse (6. Oktober 2008)  | € 169,- |
| <input type="radio"/> Strategisches Qualitätsmanagement im Hotel und Freizeitbetrieb (22.-24. Oktober 2008)        | € 345,- |
| <input type="radio"/> Grundlagen des eMarketings (27. Oktober 2008)  | € 169,- |
| <input type="radio"/> „Scherben bringen Glück“ – Konflikte als Innovationsmomente erkennen (10.-11. November 2008) | € 299,- |
| <input type="radio"/> Markenmanagement und -kommunikation (21.-22. November 2008)                                  | € 299,- |



