

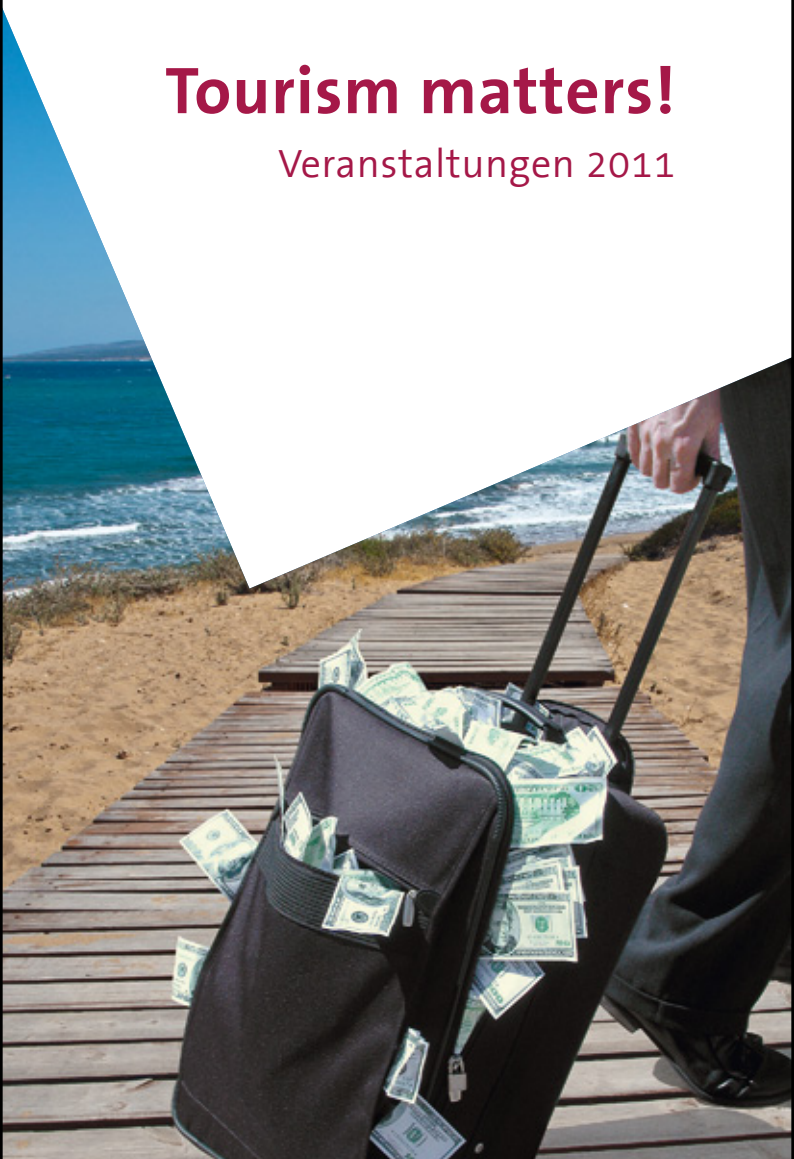
Master
Forum
Tourismus



HOCHSCHULE
FÜR ANGEWANDTE
WISSENSCHAFTEN · FH
MÜNCHEN

Tourism matters!

Veranstaltungen 2011



Master Forum Tourismus

Mission des Master Forum Tourismus

Seit Sommersemester 2010 bieten wir Master-Studiengänge in Tourismus Management und Hospitality Management an. Wir sehen unsere Masterstudierenden als die zukünftigen Führungskräfte der Branche. Zusammen mit ihnen identifizieren wir jährlich verschiedene Schlüsselthemen, welche die unternehmerischen Herausforderungen im Tourismus- und Hotel-Management aktuell und zukünftig maßgeblich beeinflussen.

Unsere Fakultät hat in den vergangenen Jahren ein enges Netzwerk in die Tourismusbranche aufgebaut. International tätige Führungskräfte der unterschiedlichen Branchenbereiche und anerkannte Fachexperten sind gerne bei uns Gast und ergänzen die akademische Ausbildung um aktuelle und spannende Praxisbeispiele.

Mit dem Master Forum Tourismus wollen wir diesen Dialog mit der Praxis in hochrangig besetzten Veranstaltungen ab sofort auch dem interessierten Fachpublikum zugänglich machen. Das Master Forum soll aber mehr sein, als ein reiner Veranstaltungszyklus: Branchentreff, Dialog- und Diskussionsplattform, Kontakt- und Jobbörse für Führungskräfte und den akademischen Nachwuchs der Branche.

Wir haben uns das Ziel gesetzt, durch diesen Münchner und bayerischen Branchentreff die Grundlage für ein exklusives und hochwertiges Netzwerk zu schaffen. Branchenvertreter und Alumni treffen ihre zukünftigen Kolleginnen und Kollegen der Master-Studiengänge wie auch die Professorinnen und Professoren unserer Fakultät. Im Laufe des kommenden Jahres werden wir dieses Netzwerk mit exklusiven Informations- und Kontaktmöglichkeiten zudem virtuell abbilden. Wir werden diese Services schrittweise entwickeln und anbieten. Unsere Vision ist eine exklusive reale und virtuelle Kompetenzplattform des Tourismus.

Die neuen Räumlichkeiten der Fakultät bieten hierfür den idealen Rahmen. Ein mit modernster Technik ausgestatteter Veranstaltungssaal lädt durch das Halbrund der Bestuhlung zur Diskussion und zum Fachgespräch ein. In unserer »Motel One Lounge« wie auch unserer »Go In Cafeteria« werden wir vor und nach der Veranstaltung einen geselligen Rahmen für Begegnung und Gespräche bieten. Mit der »Hilton Lounge« bieten wir unseren Gästen ein gediegenes Ambiente zur Fortsetzung des Dialoges. Lassen Sie sich überraschen! Tourism matters!

Grußworte



Tourism matters!

*Prof. Dr. Theo Eberhard,
Dekan Fakultät für Tourismus*

Unsere Fakultät ist eine der größten akademischen Bildungsstätten für Tourismus in Europa. Mit unserem »Master Forum Tourismus« wollen wir die Theorie mit der Praxis verbinden und der Branche ein Zentrum bieten, in dem aktuelle Themen diskutiert und Lösungen für die Zukunft erarbeitet werden. Tourism matters! – Tourismus wirkt in den unterschiedlichsten Bereichen unserer Branche: von Social Media über Hotelfinanzierung bis zu Marketingstrategien. Und gemeinsam mit Ihnen wollen wir diese Wirkung noch verstärken.

Ich lade Sie herzlich dazu ein!
Ihr Theo Eberhard



Tourismus lebt von den Menschen!

*Sybille Wiedenmann, Geschäftsführerin
Bayern Tourismus Marketing GmbH*

Auch in Bayern ist der Tourismus eine Branche mit hoher Dynamik und großem Wachstumspotenzial. Zur Nutzung der Chancen Bayerns im weltweiten Wettbewerb sind gut ausgebildete und engagierte Fach- und Führungskräfte die Erfolgsbasis. Ein exzellentes Ausbildungsangebot und eine konsequente Weiterbildung sind dafür die Voraussetzung. Die BAYERN TOURIMUS Marketing unterstützt aus voller Überzeugung die Veranstaltungsreihe »Tourism matters!«. Die Auseinandersetzung mit den aktuellen Tourismusthemen und der aktive Austausch leisten in diesem Feld einen wichtigen Beitrag. Es würde mich sehr freuen, wenn hier ein lebendiger Treffpunkt der bayerischen Tourismusbranche am Schnittpunkt zwischen Theorie und Praxis entsteht.

Ich wünsche der Reihe viel Erfolg und freue mich auf einen spannenden Austausch.
Ihre Sybille Wiedenmann

Themenübersicht 2011

2. Februar	Social Media im Tourismus: Hype oder Muss?
28. März	Tower Circle: Beispiel erfolgreicher Unternehmensvernetzung
12. April	Zukunftsperspektiven des Vertriebs
12. Mai	Strategien der Hotelfinanzierung
29. Juni	Markenkonzepte und Marken- management in der Hotellerie
10. Oktober	Kann Tourismus nachhaltig sein? Erfahrungen von Branchenvorreitern
25. November	Markenstrategien für Destinationen – weil Kunden nicht verstehen, was wir sagen wollen

Alle Veranstaltungen finden jeweils ab 19.00 Uhr (come together) in unseren Räumlichkeiten Schachenmeierstr. 35, 80636 München statt. Die Vorträge und Diskussionsrunden beginnen jeweils ab 19.30 Uhr.

Die Veranstaltungen sind **kostenfrei**. Teilnehmen können Branchenmitglieder, die einem Unternehmen oder einer Organisation angehören, die mit dem Tourismus und Hospitality Sektor verbunden sind. Für die Teilnahme ist eine **Anmeldung** unter www.masterforumtourismus.de mit Ihrer Firmen- bzw. Organisations- E-Mail-Adresse **erforderlich**.

Die Teilnehmerzahl je Veranstaltung ist auf 120 Gäste beschränkt. Wir bitten um Verständnis, dass wir nicht mehr Anmeldungen annehmen können. Daher empfehlen wir Ihnen, sich baldmöglichst anzumelden.

Wir freuen uns auf Ihre Teilnahme!

Änderungen vorbehalten!

Bitte beachten sie ggf. erfolgte Aktualisierungen auf der WEB-site www.masterforumtourismus.de.

Mittwoch, 2. Februar

Social Media im Tourismus: Hype oder Muss?

Social Media ist aktuell das Megathema in Marketing und Kommunikation – nicht nur in Deutschland, sondern weltweit. In den USA wird schon von einem neuen »Socialism« gesprochen, so stark hat dieses Thema Einzug in alle Lebensbereiche gehalten. Zukünftig werden die sozialen Netzwerke zu einem Treiber vieler neuer Marketing- und Businessinnovationen. Was bringt das für Herausforderungen für den Tourismus und die Hotellerie mit sich? Wie reagiert eine führende Destination wie das Tegernseer Tal oder ein Luxushotel wie das Mandarin Oriental München? An konkreten und aktuellen Beispielen erhalten Sie Einblick in die Welt der Social Media.

- Es erwarten Sie Kurzreferate und eine Diskussionsrunde mit **Thomas Helbing**, Vorstandsmitglied RaySono AG
Georg Overs, Geschäftsführer Tegernseer Tal Tourismus GmbH
Lars Wagner, Generaldirektor des Mandarin Oriental Munich

Montag, 28. März

Tower Circle: Beispiel erfolgreicher Unternehmensvernetzung

Als einer der führenden internationalen Airports in Europa ist der Münchner Flughafen ein wichtiger Standortfaktor für die bayerische Wirtschaft. Eine breite Vernetzung mit führenden Vertretern von Wirtschaft und Gesellschaft als Grundlage für den Dialog ins Unternehmensumfeld ist für die weitere Entwicklung des Flughafens maßgeblich. Der Tower Circle des Münchner Flughafens ist ein innovativer Ansatz, diese Vernetzung einzurichten und zu pflegen. Doch wie baut man ein Netzwerk im Unternehmensumfeld effizient und zugleich wirkungsvoll auf? Am Beispiel des Tower Circle lernen Sie ein erfolgreiches Beispiel der Unternehmenskommunikation kennen.

- Hören Sie Vorträge und diskutieren Sie anschließend mit **Dr. Stephan Heller**, heller & partner communication GmbH
Dr. Michael Kerkloh, Vorsitzender der Geschäftsführung und Arbeitsdirektor Flughafen München GmbH



Dienstag, 12. April

Zukunftsperspektiven des Vertriebs

Das Internet sowie neue Vertriebskanäle wie Discounter haben in den vergangenen Jahren die Wettbewerbsbedingungen des stationären Reisevertriebs deutlich verändert. Wie sind die Zukunftsperspektiven für Reisebüros und andere stationäre Mittler von Reiseleistungen? Welche Strategien erlauben es den Unternehmen, auch weiterhin profitabel zu arbeiten?

- *Erfahren Sie mehr hierüber und diskutieren Sie mit*
Jürgen Büchy, Präsident Deutscher Reiseverband,
DB Vertrieb GmbH, Frankfurt am Main

Donnerstag, 12. Mai

Strategien der Hotelfinanzierung

Die Hotellerie gilt nach den Basel-Kriterien als risikoreich und renditeschwach. Die Finanzierung von Hotelinvestitionen ist ein komplexes Planungsthema. Welche Strategien müssen Hotelprojekten zugrunde gelegt werden, wie lassen sich Finanzierungsvolumen und Wirtschaftlichkeit im Vorfeld abschätzen? Welche Risiken müssen beachtet und abgesichert werden?

- *Unsere Vortragenden berichten aus unterschiedlichen Perspektiven und stehen anschließend für Fragen zur Verfügung*
Werner Doetsch, Bankdirektor, Head of Real Estate Specialised Finance, Westdeutsche ImmobilienBank AG
Dieter Semmelroth, Konzern Finanzen/Corporate Finance, Hotel- und Immobilienfinanzierung, TUI AG

Mittwoch, 29. Juni

Markenkonzepte in der Hotellerie

Durch die zunehmende Wettbewerbsintensität und die daraus resultierende Differenzierung gewinnen Markenstrategien immer mehr an Bedeutung. Laut einer Deloitte-Studie ist die Marke bei mehr als 50% der Reisenden ein entscheidendes Kriterium bei der Hotelwahl. Viele Hotels haben dies bereits erkannt und entwickeln neue Markenkonzepte.

- *Lernen Sie für Ihr Hotel und Unternehmen von*
Ursula Schelle-Müller, Motel One, One Hotels & Resorts AG
Olivier Harnisch, Vice President International Operations Germany and Switzerland, Hilton International Co.

Montag, 10. Oktober

Kann Tourismus nachhaltig sein? Erfahrungen von Branchenvorreitern

Nachhaltigkeit im Tourismus ist seit Ende der 80er Jahre ein heiß diskutiertes Thema. Während vor 20 Jahren die Vertreter von Ökonomie und Umweltorganisationen oft unversöhnlich gegenüberstanden, hat sich die Debatte längst zum Dialog entwickelt. Auch für Reiseveranstalter ist Nachhaltigkeit zu einem Erfolgsfaktor geworden. Hotelketten und Destinationen buhlen um den LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability) Gast. Plötzlich scheinen sich die Anbieter in Nachhaltigkeit gegenseitig zu über treffen. Doch verstehen alle dasselbe unter Nachhaltigkeit? Wie man Nachhaltigkeit zum festen Bestandteil der Unternehmensstrategie macht, hören sie von Branchenvorreitern.

- *Es diskutieren auf dem Podium und mit Ihnen*
Mila Dahle, Leiterin Konzern-Umweltmanagement/
Nachhaltige Entwicklung, TUI AG
Volker Häring, 1. Vorsitzender forum anders reisen e.V.
Peter-Mario Kubsch, Geschäftsführer Studiosus Reisen München GmbH

Freitag, 25. November

Markenstrategien für Destinationen – weil Kunden nicht verstehen, was wir sagen wollen

Markenpolitik gehört zur Produktpolitik, da erfolgreiche Marken Bestandteil des Produktes werden. Sie sind aufgeladen mit Emotionen, Botschaften und voller Symbolik für ein Versprechen. Markenstrategien für Tourismusregionen versuchen dies für alle Leistungsträger und Produkte unter einer einheitlichen Dachmarke zu bündeln. Versteht der Verbraucher seine Destinationen, Leistungsträger und Produktlinien dadurch einfacher? Wird der Anbieter durch die Nutzung starker Dachmarken besser wahrgenommen, selbst als Qualitätsversprechen gesehen? Lernen Sie Konzepte, deren Wirkung und Nutzen, aber auch deren Grenzen am Beispiel zweier unterschiedlicher Markenstrategien kennen.

- *Es präsentieren ihre Marken und diskutieren mit Ihnen*
Sybille Wiedenmann, Geschäftsführerin Bayern Tourismus Marketing GmbH
Dr. Christoph Engl, Direktor Südtirol Marketing Gesellschaft



Kurzportrait Fakultät für Tourismus

Unsere Fakultät ist die größte akademische Ausbildungseinrichtung im Themenfeld Tourismus- und Hospitality-Management in Deutschland und zählt zu den führenden Adressen in Europa. Mit zurzeit 23 hauptamtlichen Professorinnen und Professoren, 50 Lehrbeauftragten und über 1.000 Studierenden in Bachelor- und Master-Studiengängen tragen wir maßgeblich zur Akademisierung und Professionalisierung der Tourismuswirtschaft bei.

Ein in Breite und Tiefe einmaliges akademisches Lehrangebot im Tourismus

Mit unserem Bachelor-Studiengang Tourismus Management und den Master-Studiengängen Tourismus Management und Hospitality Management qualifizieren wir die Studierenden für die Schnittstelle fachspezifischer und betriebswirtschaftlicher Fragestellungen sowie für die Übernahme von anspruchsvollen Fach- und Führungspositionen. Wir bereiten die Studierenden auf globale Herausforderungen der Entwicklung der Tourismus und Hospitality Branche bestens vor.

Praxisnahe Lehre und angewandte Forschung

Lehre, angewandte Forschung und Praxis gehen bei uns Hand in Hand: Die Zusammenarbeit mit der Branche in Fallstudien und die Einbindung in Forschungsprojekte bereiten die Studierenden auf die aktuellen Themen optimal vor. Unsere Professorinnen und Professoren sind hervorragend wissenschaftlich ausgebildet und verfügen über mindestens fünf Jahre Praxiserfahrung.

Internationalität

Unsere Fakultät hat über 40 Partnerhochschulen weltweit und bietet vielfältige Möglichkeiten für ein Auslandssemester. Internationale Gastdozenten lehren regelmäßig als Native Speaker an unserer Fakultät.

Sie möchten mehr über uns erfahren? Dann besuchen Sie uns unter www.tourismus.hm.edu.



Kurzportrait Master-Studiengänge

Ziel unserer Master-Studiengänge ist es, ein umfassendes Verständnis der Tourismuswirtschaft und der Hospitality-Branche in einer global vernetzten Welt zu schaffen. Unsere Master-AbsolventInnen werden dazu befähigt, innovative, erfolgreiche und nachhaltige Tourismuskonzepte zu entwickeln.

Master Tourismus Management

Der Master-Studiengang Tourismus Management basiert auf einer fundierten wirtschaftlichen und tourismusspezifischen Ausbildung, bei der Grundlagen gezielt erweitert und intensiviert werden. Unsere Studierenden vertiefen dabei ihre Kenntnisse in ausgewählten Branchenthemen: Destinations-, Mobilitäts- und Reiseveranstaltermanagement, Tourismusökonomie oder Finanzierung und Investition, Personalmanagement sowie anwendungsorientierte Methoden der Tourismusforschung sind nur einige der abgedeckten Disziplinen. Der volkswirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus wird hierdurch angemessenen Raum gegeben.

Das Master-Studium Tourismus Management umfasst 3 Semester und qualifiziert unsere AbsolventInnen, Fach- und Führungspositionen in den folgenden Bereichen zu übernehmen: Reiseveranstalter und Reisevermittler, Destinationen, Tourismusorganisationen, -verbände und -politik, Transport- und Verkehrsunternehmen, MICE, Ferien- und Freizeitzentren, Bäder- und Kurwesen.





Master Hospitality Management

Der Master-Studiengang Hospitality Management basiert auf einer fundierten betriebswirtschaftlichen Ausbildung mit Vertiefungen im Hotel- und Restaurantmanagement, ergänzt durch Hospitality Consulting und Projektentwicklung. Der Hospitality Master trägt dem erkennbaren Trend zur Akademisierung der Hotellerie Rechnung und trifft inhaltlich genau die Bedürfnisse der Branche.

Der Master-Studiengang Hospitality Management qualifiziert in 3 Semestern unsere AbsolventInnen, Fach- und Führungsaufgaben in folgenden Bereichen zu übernehmen: Nationale und internationale Hotellerie, Individual- und Systemgastronomie, Unternehmensberatung und Projektentwicklungsgesellschaften, Ferien- und Freizeitparks, Tourismusorganisationen, -verbände und -politik, Personalberatung und -entwicklung.

Kooperationsmöglichkeiten für Unternehmen

Gerne kooperieren wir mit Branchenunternehmen im Rahmen der Master-Studiengänge. Dies ist eine typische Win-Win Situation: Unternehmen profitieren von den neuesten Erkenntnissen aus der Forschung oder neuen Methoden, unsere Masterstudierenden erhalten Gelegenheit, diese auf aktuelle, konkrete Branchenfragestellungen anzuwenden. Unsere Möglichkeiten sind

- Fallstudien
- Praxisseminare
- Masterarbeiten
- Masterstudierende als WerkstudentInnen

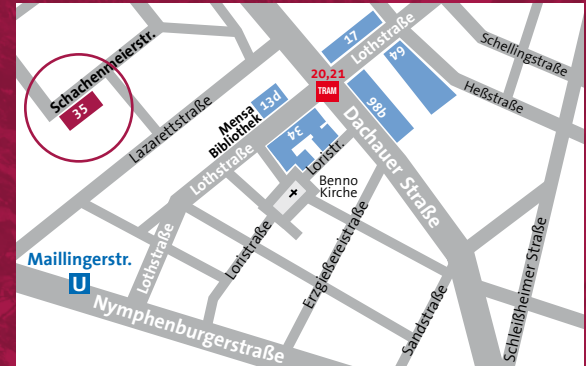
Wir freuen uns über neue Kooperationen mit Ihnen!

Unsere Ansprechpartner für die Masterprogramme sind:

- Tourismus Management: Prof. Dr. Marion Schulz
 - Hospitality Management: Prof. Dr. Burkhard v. Freyberg
- Weitere Informationen finden Sie auf unserer WEB-site www.tourismus.hm.edu/master

So finden Sie uns

Die Fakultät für Tourismus befindet sich im Stadtteil Neuhausen nordwestlich des Hauptbahnhofs in der Schachenmeisterstr. 35, 80636 München. Detaillierte Informationen zur Anfahrt finden Sie unter www.tourismus.hm.edu unter Kontakt.



Impressum

Hochschule für angewandte
Wissenschaften – FH München
Fakultät für Tourismus
Schachenmeisterstr. 35, 80636 München
Telefon: +49 (0) 89 1265 2100

Dekan: Prof. Dr. Theo Eberhard
Programmverantwortung: Prof. Dr. Thomas Bausch
Themen Hospitality: Prof. Dr. Burkhard v. Freyberg

Programmheft: Caroline Heil, Julia Jamar,
Eva-Maria Straub, Caterina Valvason
Kommunikation: Magdalena Altenbuchner, Maria Burzinski,
Alexander Engelhard, Maria Jahn, Melanie Magistro,
Elena Ntaka, Mario Weber, Alexander Zimmermann
Sponsoring: Michael Holland-Nell, Laura Popp,
Florian Seeger, Stephan Weiß
Netzwerk: Heidrun Bock, Stefanie Meier,
Christiane Scheuer, Ellen van Schaik
Checkliste: Stephanie Dancila, Melanie Eichenseher,
Kathrin Frick, Jia Liu, Marisaura Lopez
Bilder: S.1, S.5 www.sxc.hu, S. 8-9 Hochschule München,
Tourismusamt München, S.10 giftgruen/photocase.com



Wir sind da.by!

Die BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH freut sich Partner von Tourism Matters zu sein.

Wir legen besonderen Wert auf das Thema Innovation!

SEMINARREIHE „ICH MÖCHTE SO GERN WIE APPLE SEIN!“

In Zusammenarbeit mit dem Deutschen Seminar für Tourismus (DSFT) Berlin e.V. bieten wir im Jahr 2011 eine Seminarreihe zum Thema Innovation an. Im Mittelpunkt steht der Innovationsprozess rund um Ideengenerierung und -bewertung, erfolgreiche Produkteinführung und Vermarktung.

BAYERISCHER INNOVATIONSPREIS

Sie haben schon ein innovatives Angebot geschaffen? Dann bewerben Sie sich doch um den Bayerischen Innovationspreis für Angebotsgestaltung im Tourismus. Ein Marketing-Paket im Wert von € 50.000,- wartet auf Sie!

Weitere Informationen zur Seminarreihe und zum Innovationspreis erhalten Sie unter www.innovationen.by und bei

BAYERN TOURISMUS
Marketing GmbH
Leopoldstraße 146
80804 München
seminare@bayern.info
innovation@bayern.info

www.innovationen.by