

Themen 2026

Der TMC ist ein Lehrprojekt im Rahmen des Studienprogramms Tourismus-, Sport- und Eventmanagement an der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften der Freien Universität Bozen.

Leitung: Professor Dr. Oswin Maurer

Eintritt frei

Veranstaltungsort:

Raiffeisen Forum
Europastraße 19, 4. Stock
39031 Bruneck

Veranstaltungsbeginn: 20 Uhr

+39 0474 013 600 | tmc@unibz.it
Abo der TMC-Newsletter auf tmc.unibz.it

Montag, 30.03.2026

Branding von Destinationen

Martin Schobert, Chief Brand Officer, Saint Elmo's Tourism - Agentur für ganzheitliche Beratung und internationales Marketing im Tourismus, Salzburg

Thomas Bausch, Professor für Destinationsentwicklung und -management, Fakultät für Tourismus, Hochschule München

Elmar Lanz, Direktor Marketing & Sales, 3 Zinnen AG, Vierschach

Einen Ort zu einer Marke zu machen, klingt einfacher, als es ist. Wie schafft es eine Destination oder Region, unverwechselbar zu werden? Kann eine klare Identität helfen, sich im Wettbewerb abzuheben und welche Ansätze eignen sich dafür?

Montag, 20.04.2026

Digitalisierung in Tourismus und Hotellerie

Gernot Riedel, CEO, KI Trainings, Workshops & Beratung für Tourismus, Hotellerie & Destinationen, Maishofen, Salzburg

Florian Hittaler, Product Vision & Concept, Elivo –Hotelmanagement Software für datenbasierte Entscheidungen, Niederdorf

Carlo Runggaldier, CEO, Tourismusgenossenschaft San Vigilio & San Martin, St. Vigil in Enneberg

Wie wird sich Digitalisierung auf touristische Produkte und Dienstleistungen auswirken? Werden sich Urlaub, Gastfreundschaft und Konsum nachhaltig verändern und wie wirken sich moderne Technologien auf das Gästelerlebnis und die Rentabilität aus?

Montag, 11.05.2026

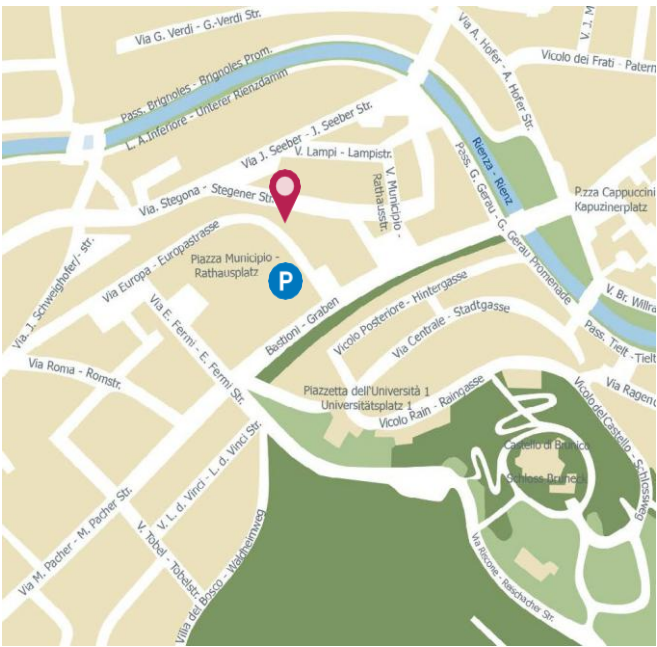
Gäste aus dem arabischen Raum

Frank Muellauer, CEO, Destination Mastery – Representation and Consulting, Olching, Bayern

Michael Amon, Head of Marketing, Zell am See-Kaprun Tourismus GmbH, Salzburg

Gäste aus dem arabischen Raum stellen eine kaufkräftige und wachsende Zielgruppe für Destinationen in Europa dar. So hoch wie das Potenzial des Marktes ist, so hoch sind auch die Ansprüche. Luxus, neueste Technik, Top-Service und Familienfreundlichkeit sind einige der Voraussetzungen, die Destinationen bieten müssen.

Sind zur Bearbeitung dieses Marktes spezifische Marketingstrategien erforderlich und werden solche von populären Destinationen auch entwickelt und eingesetzt, oder nicht?



TMC is powered by



tmc tourism management club

