

Themen 2024

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

Koordination: Silvia Boniolo

Eintritt frei

Veranstaltungsort:

Raiffeisen Forum
Europastraße 19, 4. Stock
39031 Bruneck

Veranstaltungsbeginn: 20 Uhr

+39 0474 013 600 | tmc@unibz.it

Facebook: Tourism Management Club

Abo der TMC-Newsletter auf tmc.unibz.it

Montag, 18.03.2024

Künstliche Intelligenz und Big Data im Tourismus

Tobias Schrott (M.A.), Gründer Giggle
Armin Möller, Data Space Tourismus - Tirol Werbung
Fritz Fahringer, Standortagentur Tirol GmbH
Christian Fohrmann, Alpinmarketing

Von touristisch relevanten Daten zu besonderen Gästerlebnissen, neuen Geschäftsmodellen, einzigartigem Service und verbesserter Nachhaltigkeit. Daten, welche die Reisebranche rund um die Uhr generiert, sind nur dann wertvoll, wenn sie richtig erfasst und interpretiert werden. Entscheidende Frage neben Datenerfassung, -analyse und -interpretation, ist jedoch, wie sich die Schnittstelle zu den Gästen ändert.

Montag, 15.04.2024

Slow Food, Slow Travel, Slow Food Travel

Dr. Bettina Schmid, Leiterin der Stabsstelle Gustelier & Gastro, HGV
Oskar Messner, Slow Food Villnoess
Eckart Mandler, Projektleiter, ARGE Slow Food Travel Alpe Adria

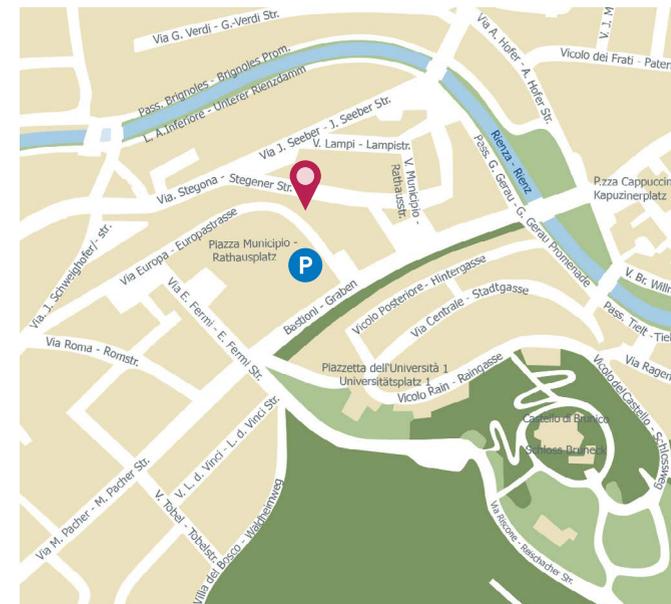
Vom Shutdown zum Slowdown - Langsamkeit und Reisen zu Orten guten Lebens hat an Bedeutung bei Reise-, Urlaubs- und Freizeitaktivitäten gewonnen. Slow Tourism, Slow Travel, Slow Food bedeutet Reisen mit Verantwortung, zu Orten guten Lebens. Diese Sehnsucht nach gutem Leben wird zwar in der Werbung für Destinationen angesprochen, die meisten Angebote werden diesem Anspruch jedoch kaum gerecht.

Montag, 29.04.2024

International! das neue/alte Schlagwort im Tourismus

Norbert Kettner, Geschäftsführer, Wien Tourismus
Mag. Klaus Ehrenbrandtner, Geschäftsführer, Kärnten Werbung
Wolfgang Töchterle, Direktor Marketing, IDM Südtirol - Alto Adige

Internationale Gäste stehen wieder im Mittelpunkt von Werbeanstrengungen von Destinationen. Hat sich die Herkunft und Struktur der Gäste seit Covid geändert, gibt es neue Zielmärkte und welche Bedeutung haben diese für Freizeit-, Erlebnis- und Städtetourismus in den Alpenländern?



Europastraße 19, 39031 Bruneck