



---

<sup>b</sup>  
UNIVERSITÄT  
BERN

**Certificate of Advanced Studies (CAS)**

# Tourismusökonomie

Teil des „Executive MBA in Marketing Management“ der Universität Bern

**Start: 13. September 2018**

Mit Dozierenden der Universitäten Bern, St. Gallen, Linz und Lüneburg, der Hochschulen Luzern, Sierre und Innsbruck sowie namhaften Praktikern aus den wichtigsten Bereichen des Tourismus.

**[www.imu-weiterbildung.ch](http://www.imu-weiterbildung.ch)**

**[www.tourismus-weiterbildung.unibe.ch](http://www.tourismus-weiterbildung.unibe.ch)**



## DAS WEITERBILDUNGSTEAM

---



**Prof. Dr. Hansruedi Müller**  
Ehem. Direktor des FIF der  
Universität Bern, Studienleiter  
und Betreuer CAS TOUR



**Dr. Monika Bandi Tanner**  
Leitung Forschungsstelle Touris-  
mus CRED-T der Universität Bern,  
Programmleitung CAS TOUR



**Romina Weber**  
Administrative Leitung an der  
Forschungsstelle Tourismus CRED-T  
der Universität Bern



**Prof. Dr. Harley Krohmer**  
Direktor Institut für Marketing und  
Unternehmensführung Abteilung  
Marketing der Universität Bern



**Prof. FH Robert Hasenböhler**  
Leitung Weiterbildung am IMU  
Marketing, Executive MBA



**Christoffer Treyz**  
Administrative Leitung am IMU  
Marketing Abteilung Weiterbildung

## FACTS & FIGURES ZUM LEHRGANG

---

- 8 Module à 3 Tage (Donnerstag bis Samstag) zwischen 13. September 2018 und 15. März 2019 (vorbehaltlich der Genehmigung durch den Senat im April 2018)
- Beschränkte Teilnehmerzahl
- Kosten des Lehrgangs: CHF 12'000.-  
(alle Leistungen inkl. gemeinsame Mittagessen, Fachexkursionen, Lehrmittel, etc. inbegriffen)
- 2 Prüfungen: Zwischenprüfung nach Modul 4, Schlussprüfung nach Ende des Lehrgangs
- Modulübergreifende CAS-Arbeit: Als Einzel-, Zweier- oder Dreierarbeit, begleitet durch Experten
- Abschluss: Offizielles Zertifikat der Universität Bern
- Anmeldeschluss: 20. August 2018
- Möglichkeit zur Anrechnung im Rahmen des Executive MBA in Marketing Management der Universität Bern

# Weiterbildung im Tourismus: Analysieren, vernetzen, entscheiden

Sehr geehrte Interessentin  
Sehr geehrter Interessent

Der Tourismus ist ein Wirtschaftssektor mit Querschnittscharakter, an dem sich viele vernetzte Zusammenhänge anschaulich und erlebnisreich vermitteln lassen. Zudem steht die Tourismuswirtschaft vor grossen wirtschaftlichen, technologischen, gesellschaftlichen und ökologischen Herausforderungen.

Im Rahmen des neu lancierten CAS Tourismusökonomie lernen Sie, den Tourismus in seiner spannenden Komplexität zu erfassen und zu verstehen. Sie werden dazu befähigt, sowohl strategische Entscheide vor dem Hintergrund einer vernetzten Welt zu fällen, als auch Methoden und Instrumente des Tourismusmanagements anzuwenden.

Die modulübergreifende CAS-Arbeit unterstützt die spezifische Umsetzung des Gelernten und schafft einen praktischen Mehrwert für das eigene Tätigkeitsfeld.



Prof. Dr. Hansruedi Müller



Dr. Monika Bandi Tanner

## Die 8 Lehrgangsmodule im Überblick

- 13.-15.9.18: Grundlagen zum Tourismus
- 11.-13.10.18: Entrepreneurship und Qualitätsmanagement
- 1.-3.11.18: Erlebnisökonomie und Eventmanagement
- 22.-24.11.18: Umweltökonomie und Corporate Responsibility
- 13.-15.12.18: Destinationsmanagement
- 10.-12.1.19: Vernetzung: Fachexkursion
- 31.1.-2.2.19: Tour Operating
- 21.-23.2.19: Tourismuspolitik und Ausblick
- 15.3.19: Schlussprüfung und Präsentation der CAS-Arbeiten

u<sup>b</sup>

<sup>b</sup>  
UNIVERSITÄT  
BERN

# Modul 1: Grundlagen zum Tourismus

---

13.-15. September 2018

Dr. Monika Bandi Tanner  
Prof. Dr. Martin Lohmann

Iris Flückiger  
Prof. Dr. Roland Schegg

In diesem Modul werden die Grundlagen des komplexen Querschnittssektors Tourismus mit seinen Beziehungen zu Arbeit und Freizeit vermittelt. Dabei wird das systematische, dynamische Verständnis ebenso geschult wie das zukunftsorientierte Denken.

Durch Fallbeispiele auf Destinations- und Betriebsebene wird der konkrete Bezug zur touristischen Praxis hergestellt. Mit einer Einführung in die Herausforderungen der Digitalisierung wird das für den gesamten Lehrgang wichtige Querschnittsthema lanciert.

Zudem wird bereits die Transferarbeit, die möglichst einen Bezug zum eigenen beruflichen Umfeld hat, vorbesprochen.

## **Zentrale Lerninhalte**

- Systemisches Verständnis und Dimensionen der Tourismuswirtschaft
- Kooperationen im Tourismus
- Touristische Wertschöpfung und Satellitenkonto Tourismus
- Erfassungsmethoden der touristischen Nachfrage
- Entwicklungen und Zukunftsperspektiven im Reiseverhalten
- Digitalisierung und ihre Konsequenzen für den Tourismus

# Modul 2: Entrepreneurship und Qualitätsmanagement

---

11.-13. Oktober 2018

Prof. Dr. Artur Baldauf  
Dr. Martin Schumacher

Dr. Therese Lehmann Friedli  
Sven Wolf

Unternehmensführung und Qualitätsmanagement gehören zu den zentralen Themen im weiten Feld der Tourismusökonomie. In diesem Modul werden sowohl die Grundsätze der Unternehmensführung mit den spezifischen Anforderungen an Führungspersönlichkeiten im Tourismus wie auch die Vorgehensschritte bei Unternehmensgründung und Unternehmensnachfolge vermittelt.

Im Qualitätsmanagement werden die neuen Instrumente der 3.0 Qualitätsoffensive im Schweizer Tourismus sowie das Beschwerdemanagement vertieft. An einem Best Practice-Beispiel aus Deutschland wird ein Destinationsansatz zur Diskussion gestellt.

Schliesslich wird der aktive Umgang mit neueren Feedbackkanälen wie Online-Bewertungsplattformen behandelt.

## **Zentrale Lerninhalte**

- Grundsätze d. Unternehmensführung u. unterschiedliche Führungsmodelle
- Schlüsselkompetenzen u. Herausforderungen im touristischen Arbeitsmarkt
- Voraussetzungen und Vorgehen zur erfolgreichen Unternehmensgründung
- Qualitätsmanagement-Modelle u. 3.0 Q-Offensive im Schweizer Tourismus
- Erfolgsversprechender Umgang mit Gästefeedbacks
- Qualitätsmanagement in touristischen Destinationen

# Modul 3: Erlebnisökonomie und Eventmanagement

---

1.-3. November 2018

Dr. Monika Bandi Tanner  
Martin Nydegger  
Otto Steiner

Carlo Bommes  
Hans Trafelet  
Jürg Balsiger

Im Tourismus spielten Erlebnisse und Events schon immer eine zentrale Rolle. Im Zeitalter der Erlebnisgesellschaft hat sich aber eine eigentliche Erlebnisökonomie mit spezifischen Eigenschaften herauskristallisiert.

In diesem Modul steht die «Kunst» der multisensualen Erlebnis-Inszenierung im Zentrum, aufgezeigt an konkreten Fallbeispielen. Auch die Bedeutung der Erlebnisqualität in der Kommunikation einerseits und jene von Events andererseits wird vertieft.

Zudem wird anhand des Event Performance Index aufgezeigt, wie Events im Hinblick auf eine faire Unterstützungspolitik bewertet werden und so zur Erlebnisqualität einer Destination beitragen können.

## **Zentrale Lerninhalte**

- Spezifische Aspekte der Erlebnisökonomie
- Instrumente, Erfolgsfaktoren und Grenzen der Erlebnis-Inszenierung
- Erlebnisqualität in der Kommunikation
- Digitale Erlebnisqualität und ihr Potenzial
- Bedeutung der Erlebnis-Inszenierung im Eventmanagement
- Event Performance Index als Bewertungsmethode von Events

# Modul 4: Umweltökonomie und Corporate Responsibility

---

22.-24. November 2018

Prof. Dr. Gunter Stephan

Dr. Therese Lehmann Friedli

PD. Dr. Ulrich Thielemann

Dr. Raimond Rodewald

Prof. Dr. Jürg Stettler

Natur, Landschaft und Kultur sind das Kapital des Tourismus. Deshalb sind ökologische und gesellschaftliche Zusammenhänge in der Tourismusökonomie von besonderer Bedeutung.

In diesem Modul werden spezifische Aspekte der Umweltökonomie vermittelt, die Wechselwirkungen zwischen Tourismus und Ökologie vertieft und wirtschaftsethische Fragen reflektiert. Dabei stehen die Ansprüche an eine nachhaltige Entwicklung sowie der Managementansatz der Corporate Responsibility im Zentrum, doch werden auch aktuelle umweltpolitische Anliegen diskutiert.

Zudem wird am Beispiel von sportlichen Grossveranstaltungen der Nachhaltigkeitsanspruch hinterfragt.

## Zentrale Lerninhalte

- Spezifische Aspekte der Umweltökonomie
- Tourismus und nachhaltige Entwicklung
- Tourismus im Klimawandel: Verminderungs- und Anpassungsstrategien
- Corporate Responsibility als Managementansatz der Wirtschaftsethik
- Aktuelle ökologische Herausforderungen und umweltpolitische Ansätze
- Nachhaltigkeit sportlicher Grossveranstaltungen

# Modul 5: Destinationsmanagement

---

13.-15. Dezember 2018

Prof. Hubert J. Siller  
Prof. Dr. Pietro Beritelli  
Prof. Dr. Christian Laesser

Dr. Daniel Fischer  
Christian Schützing  
Jürg Schmid

Die Aufgaben, Strukturen und Finanzierung touristischer Destinationen sind im Wandel. In diesem Modul soll das Verständnis für Destinationen als strategische Geschäftseinheiten gestärkt und das Destinationsmanagement der 3. Generation vertieft werden.

Im breiten Spektrum der Aufgaben von Destinationen bilden Positionierung, Branding, neue Akzente im E-Branding sowie die Marktbearbeitung im Zeitalter der Digitalisierung zentrale Schwerpunkte. Anhand von konkreten Beispielen werden Umsetzungsschritte im Change Management sowie digitale Geschäftsprozesse aufgezeigt und diskutiert.

## **Zentrale Lerninhalte**

- Destinationen als strategische Geschäftseinheiten
- Destinationsmanagement 3. Generation: Von Strukturen zu Prozessen
- Marktbearbeitung im Zeitalter der Digitalisierung
- Change Management am Beispiel von Destinationen
- Digitale Transformation von Destinationen
- E-Branding im Destinationsmanagement



# Modul 6: Vernetzung: Fachexkursion

---

10.-12. Januar 2019

Pascal Schär  
Hotelliers

Rainer Flaig  
Roger Michlig

Auf einer Fachexkursion nach Saas Fee werden die vielen theoretischen Modelle und Lösungsansätze vernetzt und anhand der destinationsspezifischen Herausforderungen mit unterschiedlichen Exponenten diskutiert. Es kommen wichtige Vertreter der touristischen Leistungsträger aus der Hotellerie, der Parahotellerie oder den Bergbahnen ebenso zu Wort wie Verantwortliche der Destinations- oder Regionalentwicklung.

Dabei kommen auch das Freizeitvergnügen und das Gruppenerlebnis nicht zu kurz: Zwischen den Lehrveranstaltungen können die Angebote und Attraktionen von Saas Fee aus Gästesicht in vollen Zügen erlebt werden.

## **Zentrale Lerninhalte**

- Vernetzung unterschiedlichster Aspekte anhand eines konkreten Fallbeispiels
- Destinationsmanagement in der Praxis
- Herausforderungen und Entwicklungsstrategien der Bergbahnen und der Hotellerie
- Regionalentwicklung
- Digitale Perspektiven
- Erfahren des touristischen Angebots und Gruppenerlebnis

# Modul 7: Tour Operating

---

31. Januar - 2. Februar 2019

Heinz Zimmermann  
Pascal Wieser  
Stefan Jäggi  
Rolf Merz

André Lüthi  
Dr. Christine Plüss  
Angela Giraldo

In der Tourismuswirtschaft wird ganz grob zwischen Incoming und Outgoing unterschieden. In diesem Modul wird der Outgoing-Tourismus ins Zentrum gestellt, also das Reisen in ferne Länder. Dabei spielt das Tour Operating – die Reisebüros, die Reiseveranstalter und die Buchungsplattformen – eine zentrale Rolle.

Das Reiserecht als spezielle Ausprägung des Konsumentenschutzes wird umfassend behandelt. Schliesslich werden die Chancen und Gefahren des Tourismus in Entwicklungsländern bis hin zu Fragen von Fair Trade und von Fernreisen als Lebensschule vertieft.

## **Zentrale Lerninhalte**

- Absatzwege und die Bedeutung der Reisemittler
- Dominante Rolle der Reservationssysteme
- Perspektive für das Reisebüro 2030
- Reisen als Lebensschule
- Reiserecht zum Schutz der Konsumenten in fernen Ländern
- Tourismus in Entwicklungsländern - Fair Trade im Ferntourismus

# Modul 8: Tourismuspolitik und Ausblick

---

21.-23. Februar 2019

Prof. Dr. Aymo Brunetti  
Nationalrat Thomas Egger  
Prof. Dr. Heike Mayer  
Richard Kämpf

Michael Caflisch  
Armando Chissalé  
Ueli Stückelberger  
Prof. Dr. Harley Krohmer

Der Studiengang wird abgeschlossen mit einem Einblick in die Tourismuspolitik als Querschnittspolitik. Nach einer Einführung in die Grundsätze und Mechanismen sowohl der Wirtschaft- wie auch der Regionalpolitik werden neue Entwicklungsperspektiven für den ländlichen Raum zur Diskussion gestellt.

Anhand von aktuellen Fragen und Instrumenten wird die internationale, nationale, kantonale und kommunale Tourismuspolitik vertieft und die Geheimnisse des Lobbyings sowohl theoretisch wie praktisch gelüftet.

Den Abschluss bildet ein Ausblick in Entwicklungstrends aus einer Marketingperspektive und deren Konsequenzen für den Tourismus.

## **Zentrale Lerninhalte**

- Wirtschaftspolitische Grundsätze und Mechanismen
- Instrumente u. Entwicklungsstrategien der Berggebiets- und Regionalpolitik
- Tourismuspolitik auf Bundes-, Kantons- und Gemeindeebene
- Public Choice Theory und ihre Anwendung im touristischen Lobbying
- Entwicklungstrends aus einer Marketingperspektive und Konsequenzen für den Tourismus

# LERNZIELE, ZIELPUBLIKUM & ANMELDESCHLUSS

---

## Lernziele

Die Teilnehmenden des CAS-Lehrgangs werden befähigt,

- den Tourismus in seiner Komplexität zu erfassen, zu verstehen und zu erklären,
- wissenschaftliche Erkenntnisse in der Praxis anzuwenden,
- volks- und betriebswirtschaftliche Ansätze im Tourismus zu nutzen und Problemlösungen herzuleiten sowie
- Lösungskompetenzen für strategische und operative Fragestellungen zu entwickeln.

Der Lehrgang baut auf Vorkenntnissen auf, die durch Ausbildung und Praxis erworben wurden. Zentrales Anliegen ist es, Erfahrung, Praxis und fundiertes universitäres Wissen zusammenzuführen.

## Zielpublikum

Der CAS-Lehrgang Tourismusökonomie richtet sich an Personen, die in den Bereichen Geschäftsführung, Marketing, Verkauf, Beratung, Verwaltung, Verbandsführung etc. im Querschnittssektor Tourismus tätig sind, sich auf eine entsprechende Aufgabe vorbereiten oder Kompetenzen in diesem vielschichtigen Bereich des Dienstleistungssektors aufbauen möchten.

## Anmeldeschluss und Annullationsregelung

Der Anmeldeschluss für den CAS-Lehrgang Tourismusökonomie ist **Montag, 20. August 2018**. Der Rückzug der Anmeldung vor dem 20.8.2018 ist ohne Kostenfolge möglich. Bei einer Abmeldung nach dem 20.8.2018 werden die Kosten der 1. Rate in Rechnung gestellt.

# ZULASSUNG & UNTERRICHTSSTIL

## Zulassung zum Lehrgang

Die Grundlage zur Zulassung bildet das Reglement. Folgende Bestimmungen sind wichtig:

- Voraussetzung für die Zulassung zum Studiengang ist in der Regel ein Hochschulabschluss sowie mindestens dreijährige Berufserfahrung.
- Personen ohne Hochschulabschluss können zugelassen werden, wenn die beruflichen Qualifikationen und Weiterbildungen darauf hindeuten, dass der Studiengang erfolgreich absolviert werden kann. Die Programmleitung entscheidet in diesen Fällen «sur Dossier».
- Zu einzelnen Modulen können Interessierte zugelassen werden, sofern freie Plätze vorhanden sind.

Für konkrete Fragen zur Zulassung wenden Sie sich an die Studienleitung:

Hansruedi Müller  
hansruedi.mueller@emeriti.unibe.ch  
+41 79 364 47 25

## Unterrichtsstil und Teilnehmerzahl

Die universitäre Weiterbildung liefert die wissenschaftliche und praktische Basis für Ihre Karriere. Diese Basis wird ausgebaut über Umsetzungsaufgaben, Prüfungen, Präsentationen und der Bearbeitung von Fällen aus dem Kreis der Teilnehmenden. Der Transfer des Stoffs in die Praxis wird zusätzlich unterstützt durch Vorträge von Praktikern, Diskussionen, Fallbeispielen, Übungen, Begehungen, Fachexkursionen und der CAS-Arbeit. Ausbildungsort ist mehrheitlich die Universität Bern.

Die Zahl der Teilnehmenden ist begrenzt, so dass ein intensiver Dialog zwischen Studierenden und Dozierenden einerseits und zwischen Studierenden und der Studienleitung entstehen kann.

# ORGANISATORISCHES, LEHR- GANGSGEBÜHREN & ABSCHLUSS

## Organisatorisches

Der CAS-Lehrgang Tourismusökonomie startet am **13. September 2018** und endet mit der Schlussprüfung resp. den Präsentationen der CAS-Arbeiten am **15. März 2019**. Im Dreiwochenrhythmus finden jeweils Unterrichtstage statt, immer Donnerstag ab 9.15 Uhr bis Samstag 16.00 Uhr und mehrheitlich im Kurszentrum der UniS an der Schanzeneckstr. 1, 3001 Bern (5 Gehminuten vom Bahnhof Bern). Das gemeinsame Mittagessen fördert den Dialog und die Vernetzung.

## Lehrgangsgebühren

Die Gebühren für den CAS-Lehrgang Tourismusökonomie belaufen sich auf CHF 12'000, zahlbar in zwei Raten. Die erste Rate wird fällig zu Lehrgangsbeginn, die zweite zu Beginn des Moduls 6 nach erfolgreich bestandener Zwischenprüfung. Die Gesamtsumme schliesst Unterricht, Unterlagen, Mittagessen, Fachexkursion, Prüfungen und das Zertifikat mit ein.

## Der Abschluss:

### Certificate of Advanced Studies

Der CAS Tourismusökonomie der Universität Bern stellt einen in sich abgeschlossenen Weiterbildungslehrgang dar.

Die Teilnehmenden erhalten das Zertifikat, wenn folgende Voraussetzungen erfüllt sind:

- Besuch des Unterrichts zu mindestens 80% der Gesamtunterrichtszeit
- Bestehen der Zwischenprüfung zu Beginn von Modul 5 und der Schlussprüfung vom 15. März 2019
- Erfolgreicher Abschluss der modulübergreifenden CAS-Arbeit gemäss Vorgaben des Reglements.

Das Certificate of Advanced Studies ist ein offizielles Abschlussdokument der Universität Bern und wird vom aktuellen Dekan der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät unterschrieben.

# EMBA, ANMELDEFORMALITÄTEN & INFO-ABENDE

## EMBA: Ausbaumöglichkeiten und Bildungskarriere

Der CAS-Lehrgang Tourismusökonomie stellt einen in sich abgeschlossenen Weiterbildungsgang dar, kann jedoch mit weiteren CAS-Lehrgängen kombiniert und zum Executive MBA in Marketing Management ausgebaut werden. Folgende Bestandteile des Executive MBA in Marketing Management der Universität Bern stehen zur Auswahl:

- CAS Marketingmanagement und Verkauf
- CAS Onlinemarketing und Social Media
- CAS Markenmanagement und Kommunikation
- CAS Marktorientierte Betriebswirtschaftslehre
- CAS Digitale Transformation
- CAS Tourismusökonomie

Für den Mastertitel «Executive MBA in Marketing Management» sind mindestens drei CAS-Lehrgänge sowie eine schriftliche Masterarbeit notwendig.

## Anmeldeformalitäten und Informationsveranstaltungen

Die Anmeldung erfolgt über das Anmeldeformular, das unter [www.tourismus-weiterbildung.unibe.ch](http://www.tourismus-weiterbildung.unibe.ch) resp. [www.imu-weiterbildung.ch](http://www.imu-weiterbildung.ch) heruntergeladen werden kann. Für Interessierte werden jeden Monat Informationsveranstaltungen an der Universität Bern durchgeführt. Sie finden jeweils am letzten Donnerstag im Monat statt: Hauptgebäude der Universität Bern, Hochschulstr. 4 in Bern, Raum 214 ab 19.00 Uhr. Anmeldung über [www.imu-weiterbildung.ch](http://www.imu-weiterbildung.ch)

Gerne beantworten wir Ihre spezifischen Fragen. Wünschen Sie ein persönliches Beratungsgespräch, so melden Sie sich bei der Studienleitung:

Prof. Dr. Hansruedi Müller  
[hansruedi.mueller@emeriti.unibe.ch](mailto:hansruedi.mueller@emeriti.unibe.ch)  
+41 79 364 47 25

**u<sup>b</sup>**

---

<sup>b</sup>  
**UNIVERSITÄT  
BERN**

**CRED**  
CENTER FOR REGIONAL  
ECONOMIC DEVELOPMENT  
Forschungsstelle Tourismus

Unsere Partner der Weiterbildung:

**valiant**



 **DruckEinfach**.ch  
Hier drucken Profis

Für weitere Informationen:

Universität Bern  
Forschungsstelle Tourismus CRED-T  
Prof. Dr. Hansruedi Müller,  
Studienleitung CAS Tourismusökonomie  
+41 79 364 47 25  
hansruedi.mueller@emeriti.unibe.ch  
www.imu-weiterbildung.ch  
www.tourismus-weiterbildung.unibe.ch