

SEMINARE 2024

**Richtiges
Wissen
Wichtiges
Wissen
Nützliches
Wissen**

Piktogramme sagen mehr als Worte.



> ZU DEN PIKTOGRAMMEN

GUT ZU WISSEN

Das Wichtige vom Unwichtigen zu trennen; das Richtige vom Falschen unterscheiden zu können. Dieses Können ist in Zeiten von Überinformation und Fake News die wohl größte Anforderung an das Wissen. Genau darauf zielen die Seminare von Kohl > Partner ab.

Die 22 Referent:innen sind Expert:innen in ihrem Bereich. Sie wissen, was für Sie in Ihrer Funktion wichtig ist, was Ihnen für Ihre Arbeit **nützlich** ist, was Sie zum Erfolg führt und was Sie, Ihre Gäste, Ihr Team und Ihre Stakeholder glücklich macht. Und nach Vermittlung dieses Wissens wissen Sie, was richtig ist. Das ist genau die Fähigkeit, die in Zeiten von Künstlicher Intelligenz gebraucht wird; denn nicht alle Antworten, die von ChatGPT, Bard und anderen Large Language Models (LLM) kommen, sind richtig. Da **ist das richtige Wissen** wichtiger denn je und wird dann zu Ihrem Erfolg, wenn Sie es nützlich anwenden können.

Wählen Sie entsprechend Ihrer Aufgabe, Ihrer Weiterbildung oder einfach nur zur Bereicherung Ihres Wissens das passende Seminar im Ihnen angenehmen Format. Für einzelne Themen gibt es auch die **neue Möglichkeit**, das „**Seminar on demand**“ ganz nach Ihren Orts- und Zeitwünschen zu buchen. Und wenn Sie sich ein ganzheitliches Marketing-Wissen, zugeschnitten auf Ihre Bedürfnisse aneignen wollen, legen wir Ihnen unseren **Hotel-Marketing-Lehrgang** ans Herz.

In der Vielfalt liegt unsere Kompetenz und in der Vermittlung von relevantem Wissen unsere Stärke – weil uns das richtige Wissen für Sie wichtig und Ihnen nützlich ist.

Piktogramme



INTERNES SEMINAR
für Betriebe, Regionen und Destinationen



OFFENES SEMINAR
für alle Interessierten



In Präsenz
an einem frei wählbaren Ort zu einem
frei wählbaren Termin (Internes Seminar)
bzw. an der angeführten Location zum
angeführten Termin (Offenes Seminar)



Online
via MS Teams, Termine siehe Website
(Offenes Seminar)

Weitere Informationen auf den Seiten 04 und 05

Der Tourismus folgt eigenen Regeln. Gut, dass wir sie mitschreiben.



GUT ZU WISSEN

Das Wichtige vom Unwichtigen zu trennen; das Richtige vom Falschen unterscheiden zu können. Dieses Können ist in Zeiten von Überinformation und Fake News die wohl größte Anforderung an das Wissen. Genau darauf zielen die Seminare von Kohl > Partner ab.

Die 22 Referent:innen sind Expert:innen in ihrem Bereich. Sie wissen, was für Sie in Ihrer Funktion wichtig ist, was Ihnen für Ihre Arbeit **nützlich** ist, was Sie zum Erfolg führt und was Sie, Ihre Gäste, Ihr Team und Ihre Stakeholder glücklich macht. Und nach Vermittlung dieses Wissens wissen Sie, was richtig ist. Das ist genau die Fähigkeit, die in Zeiten von Künstlicher Intelligenz gebraucht wird; denn nicht alle Antworten, die von ChatGPT, Bard und anderen Large Language Models (LLM) kommen, sind richtig. Da **ist das richtige Wissen** wichtiger denn je und wird dann zu Ihrem Erfolg, wenn Sie es nützlich anwenden können.


Wählen Sie entsprechend Ihrer Aufgabe, Ihrer Weiterbildung oder einfach nur zur Bereicherung Ihres Wissens das passende Seminar im Ihnen angenehmen Format. Für einzelne Themen gibt es auch die **neue Möglichkeit**, das „**Seminar on demand**“ ganz nach Ihren Orts- und Zeitwünschen zu buchen. Und wenn Sie sich ein ganzheitliches Marketing-Wissen, zugeschnitten auf Ihre Bedürfnisse aneignen wollen, legen wir Ihnen unseren **Hotel-Marketing-Lehrgang** ans Herz.

In der Vielfalt liegt unsere Kompetenz und in der Vermittlung von relevantem Wissen unsere Stärke – weil uns das richtige Wissen für Sie wichtig und Ihnen nützlich ist.

Formate & Preise

OFFENES SEMINAR für alle Interessierten



Alle in der Seminar-Übersicht auf den Seiten 06 und 07 mit diesem Symbol  gekennzeichneten Seminare können von allen an diesen Themen interessierten Personen in folgenden zwei Formen gebucht werden:

In Präsenz

an der angeführten Location zum angeführten Termin

- > ganztägig
- > maximal 15 Personen
- > inklusive Seminar-Pausen, Mittagessen und Seminar-Unterlagen in digitaler Ausführung

€ 534,00 netto pro Person

Online


via MS Teams, Termine siehe Website

- > halbtägig
- > ca. 15 Personen
- > inklusive Seminar-Unterlagen in digitaler Ausführung

€ 297,00 netto pro Person

INTERNES SEMINAR für Betriebe, Regionen und Destinationen



Alle in der Seminar-Übersicht auf den Seiten 06 und 07 mit diesem Symbol  gekennzeichneten Seminare können exklusiv von einem Betrieb, einer Region oder Destination wie folgt gebucht werden:

In Präsenz

an einem frei wählbaren Ort zu einem frei wählbaren Termin

- > ganztägig
- > maximal 15 Personen
- > inklusive Seminar-Unterlagen in digitaler Ausführung

€ 2.190,00 netto für Betriebe

€ 2.960,00 netto für Regionen und Destinationen

Auf Wunsch bieten wir die internen Seminare auch im Online-Format an.

KOMPAKTE ONLINE-TRAININGS siehe Seite 45

HOTEL-MARKETING-LEHRGANG siehe Seite 46

STUDIEN- UND TRENDREISEN auf Anfrage

INDIVIDUELLE BERATUNG ZU ALLEN SEMINAR-THEMEN auf Anfrage



Informationen zur Anmeldung auf Seite 47
oder Quick-Anmeldung über den QR-Code.

Seminar-Übersicht 2024

ARBEITGEBER-ATTRAKTIVITÄT	I	O	I	I	Seite
Best Employer Destination® – Attraktive Arbeitgeber-Marke	✓		✓		08
So gelingt erfolgreiches Mitarbeiter-Marketing		✓		✓	09
CONTROLLING & STRATEGISCHE BETRIEBSPLANUNG					
Die eigenen Zahlen im Griff	✓	✓	✓		10
Preiskalkulation in turbulenten Zeiten		✓		✓	11
Hotel-Betriebswirtschaftslehre leicht gemacht	✓	✓	✓		12
Effiziente Budgetierung für Tourismusverbände	✓	✓	✓		13
Revenue Management – Das flexible Preissystem für Ihren Hotelbetrieb		✓		✓	14
Produktivität steigern – Unproduktive Zeiten eliminieren statt Köpfe reduzieren	✓	✓	✓		15
KOMMUNIKATION					
Aktiv verkaufen am Telefon und Face-to-face	✓	✓	✓	✓	16
Man kann nicht NICHT kommunizieren!		✓		✓	17
Der Weg zur Umsatz-Steigerung: Aktiv verkaufen im Service	✓		✓		18
Kommunikation und Beschwerdemanagement im Umgang mit Vermieter:innen und Gästen	✓		✓		19
MARKETING					
Aktiv verkaufen und Inhouse-Marketing im Spa	✓	✓	✓	✓	20
Texte schreiben, die auch wirklich gelesen werden		✓		✓	21
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit: Do it yourself		✓		✓	22
Berühren statt belästigen: Warum Touchpoint-Marketing erfolgreich(er) ist?		✓		✓	23
Der Newsletter als Kundenbinder und Umsatzbringer		✓		✓	24
Social Media-Marketing – Fokus: organic		✓	✓	✓	25

ORGANISATION & FÜHRUNG	I	O	I	I	Seite
Wie Gastgeber-Coaches ihre Vermieter:innen motivieren	✓	✓	✓		26
The lucky way to success – Erfolgsfaktor Glück in der Führung	✓		✓		27
Kommunikation und Leadership	✓		✓		28
Teambuilding: So stärken wir unsere Teams	✓		✓		29
Neue Aufgaben der DMO zwischen Tourismus und Lebensqualität		✓		✓	30
Stakeholder-Management	✓	✓		✓	31
Kooperations-Marketing für Destinationen		✓		✓	32
Kooperationen Tourismus und Wirtschaft – gegenseitig mehr voneinander profitieren		✓		✓	33
Erfolgreiche DMO-Führung in herausfordernden Zeiten	✓	✓	✓		34
Wie Sie zum richtig guten Chef bzw. zur richtig guten Chefin werden		✓	✓		35
Erfolgreiche Betriebsnachfolge: So schaffen wir das GEMEINSAM!		✓	✓		36
DMO 2040 Tourismuswerkstatt: Die touristische Organisation der Zukunft	✓		✓		37
SPEZIELLES					
Regionale Produkte & Tourismus: Impulswerkstatt	✓		✓		38
Erfolgsfaktor Housekeeping – Qualität auf der Etage	✓	✓	✓	✓	39
GPT Prompt Engineering für den Tourismus	✓			✓	40
Personal Branding: Wie Kleidung Ihre Marke stärkt	✓	✓	✓		41
PRODUKT- & ERLEBNISRAUM-ENTWICKLUNG					
Markenentwicklung in Destinationen – Neue Blickwinkel und Perspektiven		✓		✓	42
Die Gästekarte – Relaunch eines touristischen Erfolgsschlagers	✓	✓		✓	43
Die Tourist-Information der Zukunft		✓		✓	44

Best Employer Destination® – Attraktive Arbeitgeber-Marke

 für Mitarbeiter:innen und Führungskräfte aus touristischen Organisationen

Fachkräftemangel, hohe Mitarbeiter:innen-Fluktuation und somit kurzfristiges Improvisieren bereiten vielen Tourismus-Destinationen derzeit Kopfzerbrechen. Das Personalthema war immer schon ein Schlüsselthema der Branche – aber derzeit spitzt sich die Lage zu. Eine Destination muss eine Best Employer Destination® werden, muss einen attraktiven Lebensraum bieten, um die Voraussetzung dafür zu schaffen, dass Mitarbeiter:innen vor Ort ein glückliches Leben führen können. Ziel ist es, Einheimischen attraktive Arbeitsplätze vor Ort zu bieten und Tourismusbetrieben die Mitarbeiter:innen-Findung und -Bindung zu erleichtern, indem auch auswärtige Mitarbeiter:innen in das Leben vor Ort integriert werden. Im Seminar erfahren Sie, wie Sie das Thema für Ihre Destination proaktiv angehen und Sie profitieren vom Erfahrungsaustausch mit dem Trainer und den Teilnehmer:innen. Sie lernen Best Practice-Beispiele bereits umgesetzter Employer Branding-Initiativen auf Destinationsebene kennen und erfahren fünf pragmatische Schritte zur Durchführung einer Best Employer Destination®-Offensive.

Inhalte

- Impuls: Warum Employer Branding? Und: Wer kümmert sich um Employer Branding auf Destinationsebene?
- Impuls hinsichtlich erfolgreicher Employer Branding-Initiativen mit vielen Beispielen
- Erfahrungsaustausch mit dem Trainer und den Teilnehmer:innen zum Thema Employer Branding und Mitarbeiter:innen-Initiativen auf Destinationsebene
- 5 Schritte einer Best Employer Destination®-Offensive
- Sammlung von Ideen bezüglich möglicher Teilprojekte der Employer Branding-Initiative
- Vorstellung eines möglichen Projektablaufs einer Best Employer Destination®-Offensive

Highlight

- Sie entwickeln erste Ideen für Teilprojekte einer Best Employer Destination®-Offensive für Ihre Destination.



Gernot Memmer
Managing Partner

So gelingt erfolgreiches Mitarbeiter-Marketing

 für Unternehmer:innen und Führungskräfte aus der Hotellerie

Im Mittelpunkt: Unsere Mitarbeiter:innen. Eine der größten Herausforderungen unserer Zeit ist das Finden guter Fachkräfte und der Umgang mit ihnen, wenn wir sie längerfristig beschäftigen wollen. Denn die Entscheidung, zu bleiben, treffen unsere Mitarbeiter:innen, nicht (nur) wir. In diesem Seminar erfahren Sie, was den Menschen (den Mitarbeitenden) heute wichtig ist. Sie hören und sehen, wie Mitarbeiter-Marketing entlang der sechs Etappen des Arbeitsprozesses und der fünf Marketing-Säulen mit System aufgebaut und umgesetzt werden kann. Darüber hinaus blicken wir auf die sechs Basiselemente der Mitarbeiter-Zufriedenheit und erarbeiten gemeinsam Optimierungsvorschläge für jedes einzelne Element.

Inhalte

- Trends und Entwicklungen am Markt
- Employee Journey
- Führung und Kommunikation

Highlight

- Viele Tipps für Ihr operatives Mitarbeiter-Marketing



Rita Einöder
Managing Partner

Die eigenen Zahlen im Griff

  für Unternehmer:innen und Führungskräfte aus der Hotellerie

Die eigenen Zahlen im Griff! – Gewinnen Sie in diesem Seminar Spaß am Arbeiten mit Ihren Zahlen und erhalten Sie einfache Tipps und praktikable Tricks, um sich im „Zahlen-gewirr“ der Hotellerie und Beherbergungsbetriebe zurecht-zufinden.

Vor allem aufgrund der aktuellen Kostenexplosion ist es umso wichtiger, sich mit den eigenen Zahlen auseinander-zusetzen. Viele Betriebe stellen sich jetzt die Frage, wie hoch die Preissteigerung sein muss, um die steigenden Kosten aufzufangen und nicht an Profitabilität zu verlieren. In diesem Praktiker-Seminar erarbeiten wir diese und zahlreiche andere Fragestellungen mit Hilfe des bewährten Kohl ▶ Partner Kalkulations-Tools.

Inhalte

- Betriebswirtschaft: Worauf es wirklich ankommt
- Wie viele Gäste benötigt ein Betrieb, um Gewinne zu erzielen?
- Welchen Preis müssen wir in unserem Betrieb mindestens verlangen, um kostendeckend zu arbeiten?
- Wie berechne ich die notwendige Preissteigerung aufgrund der aktuellen Inflation?
- Kalkulation in turbulenten Zeiten
- Wie hoch sind die Mitarbeiterkosten und wie kommt man zum Unternehmerlohn?
- Wie hoch sollen die Marketing-Ausgaben sein?
- Controlling für meinen Hotelbetrieb

Highlight

- Kostenloser Erhalt des bewährten Kohl ▶ Partner Kalkulations-Tools




Stefan Brida
Berater

18. April 2024
aDLERS, Innsbruck

17. September 2024
Biohotel Rupertus, Leogang

Preiskalkulation in turbulenten Zeiten

 für Unternehmer:innen und Führungskräfte aus der Hotellerie

Momentan weht uns in der Hotellerie ein rauer Wind entgegen. Wie der Blick auf die aktuellen Controlling-Monatsauswertungen von unterschiedlichen Hotelbetrieben zeigt, ächzt die Hotellerie unter den Pandemiefolgen. Die aktuelle Kosteninflation ist bereits längst in den Zahlen angekommen und Preissteigerungen sind in der Hotellerie aktuell unausweichlich.

Viele Betriebe stellen sich jetzt die Frage, wie hoch die Preissteigerung sein muss, um die steigenden Kosten aufzufangen und nicht an Profitabilität zu verlieren. Welche Preissteigerung akzeptieren meine Gäste? Wie kommuniziert man diese Preissteigerungen am besten? All das und vieles mehr zum Thema Preiskalkulation, Inflation & Preissteigerung erhalten Sie in diesem Online-Seminar.



Stefan Brida
Berater

Inhalte

- Preiskalkulation Theorie vs. Praxis
- Aktuelle Kostentreiber in der Hotellerie
- Preissteigerung einfach berechnen
- Exkurs: Preisoptimierung / Revenue Management
- Preissteigerungen richtig kommunizieren

Highlight

- Kostenloses, etabliertes Preiskalkulations-Tool von Kohl ▶ Partner für die Verwendung im eigenen Hotelbetrieb

Hotel-Betriebswirtschaftslehre leicht gemacht

IO  für Mitarbeiter:innen und Führungskräfte aus tourist. Organisationen sowie Junghoteliers

Gewinnen Sie in diesem Seminar Spaß am Arbeiten mit Zahlen und erhalten Sie einfache Tipps und praktikable Tricks, um sich im „Zahlengewirr“ der Hotellerie und Beherbergungsbetriebe zurechtzufinden. Gleichzeitig holen Sie sich betriebswirtschaftliches Know-how, um ihre Gastgeber:innen zu unterstützen.

Dieses Seminar ist besonders geeignet für Vermieter-Coaches und Qualitäts-Coaches, welche Gastgeber-Coachings in ihrer Region durchführen und im laufenden Kontakt mit Beherbergungs-Betrieben sind.

Inhalte

- Die grundlegenden betriebswirtschaftlichen Bausteine der Ferienhotellerie im Alpenraum – Ein Überblick
- Wie viele Gäste benötigt ein Betrieb, um Gewinne zu erzielen?
- Welchen Preis müssen Gastgeber:innen mindestens verlangen, um kostendeckend zu arbeiten?
- Wieviel kostet ein Frühstück und wie kalkuliert sich die Halbpension?
- Wie hoch sind die Mitarbeiterkosten und wie kommen Gastgeber:innen zum Unternehmerlohn?
- Wie hoch sollen die Marketing-Ausgaben sein?

Highlights

- Praktikable Tools und Branchen-Kennzahlen zum sofortigen Einsatz in Ihrer Region
- Ein betriebswirtschaftliches Trainingslager für Gastgeber-Coaches



Daniel Orasche
Berater

7. Mai 2024
Voco, Villach

15. Oktober 2024
Augarten Art Hotel, Graz

Effiziente Budgetierung für Tourismusverbände

IO  für Führungskräfte aus touristischen Organisationen

Dieses Seminar zeigt Ihnen, wie Sie operative Budgets auf Monatsbasis für einen Tourismusverband oder eine Destination Management Organisation (DMO) einfach und effizient erstellen.

Als Tourismusverband oder DMO wird es immer essenzieller, die strategischen Schwerpunkte für die nächsten Monate zu fokussieren, weniger wichtige Maßnahmen zu reduzieren und seine wirtschaftlichen Jahresziele in Form von Budgets effizient zu planen.

Mit einer effizienten Budgetierung auf Monatsbasis ist es für das DMO-Team motivierender, die Jahresziele zu erreichen. Auch bietet ein Budget sehr gute Möglichkeiten, auf der Umsatzseite wie auch auf der Kostenseite Potenziale zur Erlössteigerung und Kostensenkung aufzuspüren. Die zukünftige Arbeit der Budgetierung und des Reportings in Ihrer DMO wird durch dieses Seminar deutlich erleichtert, da die Budgetierung und der Soll-Ist-Vergleich von den Mitarbeiter:innen mitgestaltet werden.

Inhalte

- DMO-Budgets auf Monatsbasis mit den Mitarbeiter:innen gemeinsam erstellen – Beispiele erfolgreicher, vom Team erarbeiteter Budgets in der Praxis
- Praxis-Tipps und DMO-Benchmarks zur Erstellung Ihres Budgets
- Mitarbeiterkosten-Budgets mit Mitarbeiterzielen kombinieren – Sie erhalten konkrete Tipps, wie Ihre Mitarbeiter:innen Soll-Ist-Vergleiche selbständig in ihre tägliche Arbeit einbauen
- Einführung und Anleitungen zur selbständigen Budgetierung mit dem Kohl ▶ Partner DMO-Budget-Tool

Highlight

- Sie erhalten im Seminar Einführung und Anleitungen zur selbständigen Budgetierung mit dem Kohl ▶ Partner DMO-Budget-Tool, das Ihnen anschließend auch für den Einsatz in Ihrer DMO zur Verfügung steht.



Daniel Orasche
Berater

21. Mai 2024
Voco, Villach

Revenue Management – Das flexible Preissystem für Ihren Hotelbetrieb

 für Unternehmer:innen und Führungskräfte aus der Hotellerie

Revenue Management in der Ferienhotellerie? Alle haben davon schon gehört, aber nur wenige haben sich bisher mit dieser dynamischen Preisstrategie im Detail auseinandergesetzt bzw. im eigenen Betrieb implementiert. Die Entwicklungen in den letzten Jahren zeigen jedoch auf, dass unsere Gäste immer flexibler werden. Auch die aktuelle Marktsituation bestärkt diese Flexibilität. Durch die Veränderung der Gästefachfrage gilt es, die aktuelle „starre“ Preisstrategie zu hinterfragen und in dieser flexibler zu werden. Dazu kann die Umstellung auf ein flexibles Preissystem ein möglicher Schlüssel zum Erfolg sein, um Gäste künftig besser zu lenken sowie den Umsatz und Ertrag des Hotelbetriebes, vor allem in den Spitzenzeiten, zu verbessern.

Lernen Sie in diesem Seminar anhand von zahlreichen Praxis-Beispielen die Möglichkeiten zum Aufbau und zur Optimierung der Preisstrategie „Revenue Management“ für Ihren Hotelbetrieb kennen.

Inhalte

- Trends und Entwicklungen in der Preisgestaltung und -Kommunikation
- Grundlagen und Ziele des dynamischen Preissystems
- Konkrete Schritte zum Aufbau einer geeigneten Revenue Management-Strategie
- Aufzeigen von unterschiedlichen Revenue Management-Modellen sowie deren Vorteile und Risiken – von manuell bis vollautomatisiert
- Tipps und Tricks zur richtigen Umsetzung und Kommunikation von dynamischen Preisen im operativen Betrieb

Highlight

- Die Teilnehmer:innen erlernen anhand von zahlreichen Beispielen und Ideen aus der Praxis die Möglichkeiten zum Aufbau und zur Optimierung der Preisstrategie „Revenue Management“ für ihren Hotelbetrieb.



Thomas Steiner
Managing Partner



Stefan Brida
Berater

Produktivität steigern – Unproduktive Zeiten eliminieren statt Köpfe reduzieren

 für Unternehmer:innen und Führungskräfte aus der Hotellerie

Trotz des generellen Mitarbeitermangels kämpfen viele Betriebe der heimischen Hotellerie seit Jahren mit steigenden beziehungsweise sogar überhöhten Personalkosten. Unsere Erfahrung zeigt, dass eine der Hauptursachen häufig im ineffizienten Einsatz der Mitarbeiter:innen liegt. Geringe Produktivität bei langen Stehzeiten und/oder teure Fachkräfte, die viele Stunden Hilfstätigkeiten erledigen.

Nach dem Credo „Nicht die Mitarbeiteranzahl reduzieren, sondern unproduktive Zeiten eliminieren“ erfahren Sie in diesem Seminar, wie Sie die Produktivität in Ihrem Betrieb steigern und gleichzeitig die Personalkosten senken.



Erich Liegl
Managing Partner

Inhalte

- Wie ermittelt man die Produktivität der einzelnen Abteilungen?
- Auswirkungen der Produktivität auf das Betriebsergebnis
- Welche Produktivitäts-Kennzahlen haben sich bewährt?
- Das Kohl ▶ Partner „Produktivitäts-Barometer“: ein hilfreiches Praktiker-Tool im Einsatz
- Wo liegen die unproduktiven Zeiten an den einzelnen Arbeitsplätzen?
- Wo liegen die größten Produktivitäts-Fallen?
- Wie ermittelt und fixiert man die optimalen Produktivitäts-Ziele für jede Abteilung?
- Dienstplan-Optimierung durch Produktivitäts-Steuerung in den Alltag umsetzen
- Wie bringe ich das Produktivitäts-Rad in Schwung und halte es am Laufen?

Highlight

- Jede:r Teilnehmer:in erhält das Kohl ▶ Partner Praktiker-Tool „Produktivitäts-Barometer“.

14. November 2024
Hotel Friesacher, Anif

Aktiv verkaufen am Telefon und Face-to-face

 für Rezeptions- und Reservierungsmitarbeiter:innen aus der Hotellerie

Braucht man ein angeborenes Talent, um zu verkaufen? Oder kann man das Verkaufen durch Erfahrung und Übung lernen? Die Kunst beim Verkaufen liegt nicht darin, Menschen etwas aufzuschwatzen, das sie nicht brauchen. Sie liegt darin, Bedürfnisse und Wünsche zu erkennen und zu zeigen, dass ihre Kaufentscheidung die richtige ist. Überzeugen mit Herz, Hand und Verstand statt manipulieren.

Wie Sie erfolgreich verkaufen und das eigene Verkaufstalent aufbauen oder ausbauen, erfahren Sie in diesem Seminar. Ebenso beschäftigen wir uns intensiv mit Kommunikationstechniken, Beziehungsmanagement und Förderung der Gästeloyalität.

Inhalte

- Planung und Vorbereitung des Verkaufs
- Die Phasen des Verkaufsgesprächs und deren Einfluss
- Wirkung von Körpersprache und Stimme
- Verkaufstechniken für mehr Verkäufe am Telefon und Face-to-face
- Cross- und Upselling-Chancen
- Übung macht den Meister: Stellen Sie Fragen, und zwar die richtigen!

Highlight

- Branchenerprobte Checkliste „Step-by-step für besseres Verkaufen“



Karin Stefanie Niederer
Managing Partner

4. Juni 2024

Hotel Unterschwarzachhof,
Saalbach-Hinterglemm

28. November 2024

Krallerhof, Leogang



Julia Winkler
Beraterin

20. März 2024

aDLERS, Innsbruck

25. September 2024

AQUA DOME, Längenfeld

Man kann nicht NICHT kommunizieren!

 für Mitarbeiter:innen und Unternehmer:innen aus der Hotellerie

Sobald sich zwei Menschen wahrnehmen, beginnt unvermeidbar eine Kommunikation, egal ob verbal oder nur mit Mimik und Gestik. Der berühmte erste Eindruck mit seiner elementaren Wirkung auf das limbische System oder der letzte Eindruck, der bleibt – alles so wahre Zitate, die verdeutlichen, wie wichtig das Verständnis der Kommunikation mit all ihren Facetten ist. Mit verblüffenden und verständlichen Beispielen will dieses Training unterhalten, zugleich auch „mahnen“, sich des Themas tagtäglich anzunehmen und entsprechend danach zu handeln. Das Training wird die Teilnehmer:innen in die magische und besondere Welt der Kommunikation entführen: unterstützt durch klassische wissenschaftliche Aussagen sowie gleichzeitige Beispiele aus der Praxis. Sie werden am eigenen Leib erfahren, wie spannend und überraschend die eigene Kommunikation auf andere Menschen wirkt und umgekehrt, wie deren Aussagen von Ihnen verstanden werden wird.



Oliver Becker
Trainer und Berater

Inhalte

- Der erste Eindruck und das limbische System
- Kundenkontaktpunkte und ihre Bedeutung
- Die zentralen Techniken und die Wirksamkeit der Kommunikation
- Kommunikationsverstärker wie Mimik, Gestik, Haltung und Kleidung
- Persönliche Landkarten und deren Wirkungen
- Empathie als Schlüssel zur erfolgreichen Kommunikation
- Die Roadmap des Egos
- Die innere Einstellung als „Influencer“
- Das Handgepäck für den weiteren „Kommunikationsweg“

Highlight

- Der persönliche Empathiecheck

Der Weg zur Umsatz-Steigerung: Aktiv verkaufen im Service

 für Mitarbeiter:innen und Unternehmer:innen aus der Gastronomie

Dieses Seminar zeigt Ihnen, wie Sie Ihr eigenes Verkaufsverhalten verbessern, mit mehr Kompetenz vor dem Gast auftreten und mehr Freude und Erfolg beim Verkauf haben. Es erwartet Sie ein ausgewogener Mix aus Verkaufstheorie und praktischem Arbeiten.

Inhalte

- Wo endet der reine Service und wo beginnt der aktive Verkauf?
- Die fünf goldenen Regeln des Zusatzverkaufs
- Gästetypen und ihre individuelle Betreuung
- Sprache der Verkäufer – Tops und Flops im aktiven Wortschatz und der Körpersprache
- Phasen des Verkaufsgesprächs
- Verkaufshilfen und ihr gezielter Einsatz

Highlight

- Praxistraining: Trainieren, analysieren und verbessern Sie Ihr eigenes Verkaufsverhalten!



Martin Mayerhofer
Managing Partner

Kommunikation und Beschwerdemanagement im Umgang mit Vermieter:innen und Gästen

 für Mitarbeiter:innen und Führungskräfte aus touristischen Organisationen

Alles wäre so viel leichter, wenn uns zwischen dem, was wir meinen und dem, was wir sagen, nicht die Worte in die Quere kämen.

Die Qualität der Kommunikation im Umgang miteinander wird daran gemessen, was beim Zuhörer ankommt und beim Reagieren passiert.

Inhalte

- Die Erwartungen unserer Hoteliers und unserer Gäste
- Grundlagen erfolgreicher Kommunikation
- Wertvolle Werkzeuge: Stimme und Körpersprache
- Umgang mit Beschwerden und die richtige Reaktion
- Nutze deine Chance: die GEWINNEN-Formel

Highlight

- Jede:r Teilnehmer:in bringt eine Beschwerde mit und „optimiert“ diese im Laufe des Seminars.



Rita Einöder
Managing Partner

Aktiv verkaufen und Inhouse-Marketing im Spa

 für Mitarbeiter:innen und Führungskräfte aus dem Spa- und Wellnessbereich

Nicht nur der aktive Verkauf von Behandlungen, sondern auch der aktive Produktverkauf und das professionelle Pre-, Cross- und Upselling machen eine Spa-Abteilung wirtschaftlich erfolgreich. Neben externen Marketing-Maßnahmen sind vor allem Inhouse-Marketing-Aktivitäten ein wichtiger Bestandteil für eine wirtschaftliche Auslastung einer hoteleigenen Spa-Anlage.

Vom Spa-Team umsetzbare Inhouse-Marketing-Maßnahmen werden aufgezeigt und anhand von Praxisbeispielen diskutiert. Der aktive Verkauf von Behandlungen und Produkten wird mittels Rollenspielen, die in den Seminarablauf integriert werden, trainiert.

Inhalte

- Warm-up: Spa-Trends inklusive Digitalisierung, Kaufmotive des Gastes und Verkaufs-Basics
- Verkaufstechniken, Verkaufspsychologie und die 4 Phasen eines Verkaufsgesprächs
- Die Bedeutung von Körpersprache und Stimme
- Konkrete Tipps für den Verkauf von Behandlungen und Produkten
- Professionelles Inhouse-Marketing zur Steigerung der Auslastung sowie Pre-, Cross- und Upselling
- Viele Online- und Offline-Beispiele aus der Praxis

Highlights

- In den Seminarablauf integrierte kleine Rollenspiele zu den einzelnen Verkaufsthemen
- Erarbeiten einer individuellen „Action-Liste“ zur Verkaufssteigerung in Ihrem Hotel-Spa



Karin Stefanie Niederer
Managing Partner

13. Juni 2024

Gut Sonnberghof - Naturhotel,
Mittersill

17. April 2024

Almwellness Hotel Pierer,
Fladnitz

2. Oktober 2024

Ortner's Resort,
Bad Füssing

15. Oktober 2024

Quellenhotel Heiltherme
Bad Waltersdorf

Texte schreiben, die auch wirklich gelesen werden

 für Marketing- und Sales-Mitarbeiter:innen sowie Unternehmer:innen

Kreativ soll der Text sein, geistreich und informativ und er muss zum Stil des Unternehmens passen; er darf nicht mehr als 500 Zeichen haben – und die Deadline ist morgen: Alltag in der Marketing-Abteilung. Aber Texten kann auch einfach gehen und Spaß machen. Wie man gleichzeitig Botschaften und Emotionen vermittelt, individuell und trotzdem informativ formuliert, mit guten Überschriften Leser:innen anzieht und die richtigen Worte findet, damit sie den Text auch zu Ende lesen, darum geht es in diesem Seminar. Aber auch Schreibblockaden und wie man sie überwindet sind ein Thema und was es in der Welt der digitalen Texte zu beachten gilt.



Yvonne Pollakowsky
Beraterin

Inhalte

- Tonalität und Emotion: Wie finde ich die richtigen Worte?
- Kernfindung und Storytelling
- Presse- vs. Werbetexte: Was ist der Unterschied und was macht die beiden Textgattungen aus?
- Redaktionsgerechter Aufbau und Sprache von Pressemitteilungen
- Einladende positive schriftliche Kommunikation
- Texten für die digitale Welt: Was gilt es zu beachten?
- Methoden zur Ideenfindung und zur Überwindung von Schreibblockaden

Was wir nicht lernen:

SEO-Texte schreiben. Wir folgen dem Prinzip: Texte für Menschen schreiben, damit sie von Menschen gerne gelesen und geklickt werden, was wiederum der Maschine hilft.

Highlights

- Entwicklung von konkreten Story Ideas für den eigenen Betrieb
- Analyse und Optimierung eigener Texte aus der Praxis
- Checkliste: Step-by-step zu leserfreundlichen Texten

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit: Do it yourself

 für Marketing- und Sales-Mitarbeiter:innen sowie Unternehmer:innen

Für professionelle PR-Arbeit ist nicht zwingend eine Agentur notwendig. Wer gute Geschichten zu erzählen hat, dem wird zugehört. Wie man diese Geschichten findet und an die Medien bringt, lernen Sie in diesem Seminar. Welche Inhalte sind für die Medien relevant? Worauf kommt es beim Texten an? Wie gehe ich mit Pressevertretern richtig um? Und wie reagieren wir im Krisenfall? Zusammen mit uns erarbeiten Sie erste konkrete Themen-Ideen und die Grundlage Ihrer PR-Strategie.



Yvonne Pollakowsky
Beraterin

Inhalte

- > Professioneller Umgang mit Journalist:innen und Medien
- > Storytelling: Auf gute Geschichten kommt es an
- > Tipps und Tricks fürs richtige Texten
- > Krisenkommunikation
- > PR in den sozialen Medien
- > Guidelines für die Auswahl der richtigen PR-Agentur
- > Zahlreiche Praxisbeispiele

Highlights

- > Erarbeitung von konkreten PR-Themen
- > Praxisübung Krisenkommunikation

Berühren statt belästigen: Warum Touchpoint-Marketing erfolgreich(er) ist?

 für Marketing- und Sales-Mitarbeiter:innen sowie Unternehmer:innen

„Es bleibt weiterhin herausfordernd, die Gäste zu finden, die genau zu uns und zu unserem Betrieb passen.“ Diesen Satz hören wir oft und so haben wir uns auf die Suche nach möglichen und praktikablen Lösungsansätzen gemacht. In diesem Seminar lernen Sie, welche Rolle die „individualisierte Qualität“ im Touchpoint-Marketing spielt und wie eine erfolgreiche Kommunikation mit Ihrem (potenziellen) Gast gelingt. Auf dem Weg zum gewinnorientierten Touchpoint-Marketing werden Erkenntnisse aus Studien und aus dem Bereich des Neuromarketings mit bewährten Tools verknüpft.



Rita Einöder
Managing Partner

Inhalte

- > Achtsamkeit und Neuromarketing – So ticken wir ... also, Ihre Gäste
- > Guest Journey – Der (Marketing-)Weg zum Urlaub
- > Touchpoint-Marketing – Entlang der fünf Marketing-Säulen mit Ihren Gästen (wieder) in Berührung kommen

Highlight

- > Viele kleine operative Tipps für Ihr erfolgreiches Touchpoint-Marketing

Der Newsletter als Kundenbinder und Umsatzbringer

 für alle, die im Hotel mit Newsletter-Marketing zu tun haben

Viel zu lange Texte, keine besonderen Inhalte und meistens Last Minute Schnellschussaktionen, um mit Angeboten kurzfristig noch Auslastung zu bekommen: Diesen Newsletter haben wir wohl alle schon gelesen und sogar geschrieben. Dabei gilt wie bei den meisten Marketing-Kanälen: Punktuelle Aktionen ohne ganzheitliche Strategie und Planung sind oftmals nicht mehr als ein Tropfen auf dem heißen Stein. In diesem Seminar erhalten Sie einen Überblick über die wichtigsten Faktoren eines erfolgreichen Newsletters, um Kunden zu binden und regelmäßig Umsatz zu generieren.



Helene Hartweger Glanzer
Beraterin

Inhalte

- Grundkonzept & Planung:
Der Nutzen aus Gästesicht und die richtige Planung
- Frequenz & Segmentierung:
Wie oft sollte ich versenden und an wen?
- Inhalt: Wie schreibe ich gute Betreffzeilen,
Texte und Call-to-Actions?

Highlight

- Auswertung & Optimierung:
Die wichtigsten Kennzahlen, was sie mir sagen und wie ich meine Newsletter dadurch besser mache

Social Media-Marketing – Fokus: organic

 für Marketing- und Sales-Mitarbeiter:innen sowie Unternehmer:innen

Authentizität, Kontinuität und gute Inhalte machen sich nicht nur, aber vor allem in der organischen Social Media-Arbeit bezahlt. Organisch bedeutet in diesem Fall, dass rein durch die kreative und zielgerichtete Arbeit die richtigen, potenziellen Gäste angesprochen werden. Im Gegensatz dazu arbeitet paid Social Media-Marketing mit Werbebudget, um damit mehr Reichweite zu erlangen.

Der Schlüssel in der organischen Social Media-Arbeit liegt unter anderem in der Content-Findung und -Planung, weshalb der Fokus des Seminars klar in diesem Bereich liegt. Dieses Seminar wird Ihnen vor allem dann Spaß machen, wenn Sie schon erste Erfahrungen im Social Media-Bereich gesammelt haben – entweder durch die private Nutzung oder durch die Arbeit im Unternehmen. Natürlich werden praktische Tools, Tricks und Best Practice-Beispiele nicht fehlen.

Inhalte

- Fokus auf organic, also die Vermarktung ohne Ads-Budget
- Social Media-Strategie als Basis
- Content-Findung und -Planung mittels Content-Raster
- Die richtige Gestaltung von Postings unterschiedlicher Formate
- Redaktionsplanung und Regelmäßigkeit
- Definition von Zielen sowie Planung von Budget und Ressourcen
- Wirkung und Messung von Social Media-Kampagnen
- Zusammenarbeit mit Influencer:innen
- Tools zur Automatisierung und Gestaltung
- Best Practice-Beispiele aus dem Tourismus und anderen Branchen

Highlights

- Schrittweise Erarbeitung Ihrer Strategie und des Content-Rasters (Themenplanung)
- Individueller Check des Social Media-Auftrittes



Stephanie Zorn
Beraterin

11. April 2024
Hotel Gerl, Wals bei Salzburg

Wie Gastgeber-Coaches ihre Vermieter:innen motivieren

IO für Mitarbeiter:innen und Führungskräfte aus touristischen Organisationen

Die Aufgaben der touristischen Organisationen sind im steten Wandel. Touristische Organisationen und Tourismus Informationen der Zukunft werden sowohl Gäste als auch Gastgeber:innen begeistern und müssen ein hohes Maß an passgenauen Leistungen für die Gastgeber:innen bieten. Im Fokus des Seminars stehen das Vermitteln von Verständnis für die Denk- und Handlungsweisen von Gastgeber:innen sowie das Erkennen von Chancen, wie man ihnen effektiv helfen kann. Im sehr praxisorientierten Seminar werden kreative Ideen zur Begeisterung von Gastgeber:innen gesammelt und gemeinsam bewertet. Dabei wird insbesondere auf die Rolle der touristischen Organisation und Tourismus Information in der Beratung und im Coaching der Betriebe eingegangen.

Inhalte

- Die Welt und Sprache der Gastgeber:innen verstehen und motivierende Gespräche führen
- Vermieter-Coaching als eine der zentralen Rollen der touristischen Organisation und Tourismus Information der Zukunft
- Wie können Sie für Ihre Betriebe innovativ sein? Wie können Sie für Ihre Betriebe durch Beratung und Coaching einen Mehrwert bringen? Wie begeistern Sie Ihre Gastgeber:innen?
- Ihre Rolle als akzeptierter und begehrter Coach für Gastgeber:innen
- Wirksame Methoden und Tools in der effektiven Ansprache und der effektiven Hilfestellung bei Gastgeber:innen
- Typische Stolpersteine und Lösungsvorschläge

Highlights

- Ein Trainingslager für angehende Coaches von Gastgeber:innen
- Keine Angst mehr vor Vermieter-Coaching-Gesprächen haben



Daniel Orasche
Berater

8. Mai 2024
Voco, Villach

16. Oktober 2024
Augarten Art Hotel,
Graz

The lucky way to success – Erfolgsfaktor Glück in der Führung

IO für Unternehmer:innen und Führungskräfte aus der Hotellerie

Nützen Sie den Erfolgsfaktor Glück in der Führung und Selbstführung. Es ist sichtbar, dass der Wohlstand in den letzten Jahrzehnten im europäischen Raum zugenommen hat. Und dennoch gibt es Studien, die zeigen, dass die Menschen trotz dieser Steigerung nicht an Lebenszufriedenheit gewonnen haben. Aus manchen Studien geht sogar hervor, dass die Lebenszufriedenheit in den letzten Jahren zurückgegangen ist und weiter sinkt. Was passiert mit (uns) Menschen, unseren Mitarbeiter:innen und unseren Gästen, wenn das Glück verschwindet?

In diesem Seminar geht es darum, dass Sie als Führungskraft Instrumente und Tools in die Hand bekommen, die Ihnen dabei dienlich sind, das Glück in Ihrem Betrieb (bei Ihren Mitarbeiter:innen und Gästen) weiter ansteigen zu lassen. Jetzt ist der richtige Zeitpunkt dafür.



Rita Einöder
Managing Partner

Inhalte

- Glück in der Führung:
Warum brauchen wir glückliche Mitarbeiter:innen?
- Glück in der Selbstführung:
Warum geht das auch mich etwas an?
- Glücksimpulse im beruflichen Alltag setzen:
Was tun, wenn es mal nicht klappt?
- Glück durch Wertschätzung:
Warum wir damit gemeinsam erfolgreicher sind?
- Glück durch Umsetzung:
Wie das Tun zum Erfolg führt?

Highlights

- Verschiedene Fragestellungen für eine kritische Selbstreflexion
- Praktikable Tools und Instrumente für den täglichen Einsatz als Führungskraft

Kommunikation und Leadership

I  für Unternehmer:innen und Führungskräfte aus der Hotellerie

Paul Watzlawick stellte bereits fest: „Man kann nicht nicht kommunizieren.“ Etwas sagen oder nicht sagen, handeln oder nicht handeln, zuhören oder weghören und noch vieles mehr, das alles ist Kommunikation.

Da Kommunikation vor allem für Führungskräfte ein wichtiges Instrument ist, beleuchten wir in diesem Seminar das menschliche Gehirn und werfen einen Blick auf die Kompetenzen, die eine Führungskraft heute mitbringen sollte. Darüber hinaus werden wir über gemeinsame Erfolge und eine gelingende Innenkommunikation sprechen sowie über die Tatsache, dass Führungskräfte Coaches sind.



Rita Einöder
Managing Partner

Inhalte

- Im Mittelpunkt der Mensch (und sein Gehirn):
Warum sind wir, wie wir sind?
- Meine Rolle als Führungskraft:
Welche Kompetenzen habe und brauche ich?
- Die Führungskraft als Coach:
Wie begleiten wir unsere Teammitglieder?
- Gemeinsam erfolgreich: Ist es möglich, mit Empathie und Wertschätzung erfolgreich Ziele zu erreichen?
- Erfolgreiche Innenkommunikation:
(Wo) Gibt es hier Optimierungspotenziale?

Highlight

- Kleine wirksame Übungen, die Kommunikation „begreifbarer“ machen

Teambuilding: So stärken wir unsere Teams

I  für Unternehmer:innen und Führungskräfte aus der Hotellerie

Für den Erfolg eines Unternehmens spielen viele Faktoren zusammen; einer davon ist ein tolles, eingespieltes Team. Doch der Alltag sieht oft anders aus: Kleinere und größere Konflikte, die das tägliche Miteinander stören, einzelne Akteur:innen, die nicht fürs Team arbeiten, sondern für sich selbst, und hohe Erwartungen an die Führungskraft, die gut motivieren soll, jedoch nicht dominieren darf.

Was es für ein gutes Gelingen braucht und welche Spielregeln im Umgang miteinander zu beachten sind, werden wir in diesem halbtägigen Workshop aufzeigen.



Rita Einöder
Managing Partner

Inhalte

- Was ich beitragen kann
- Wie wir vom „ich“ zum „wir“ kommen
- Mitarbeitermotivation – oder:
Wie vermeide ich De-Motivation?
- Neue Spielregeln und Rituale im Umgang miteinander
- Gemeinsame Ziele

Highlight

- Gemeinsames Erarbeiten neuer Spielregeln und Rituale durch die Teams

Neue Aufgaben der DMO zwischen Tourismus und Lebensqualität

 für Mitarbeiter:innen und Führungskräfte aus touristischen Organisationen

Debatten über Overtourism, Belastungsgrenzen und den „Ausverkauf“ ganzer Destinationen werfen immer wieder ein Schlaglicht auf das Verhältnis zwischen Gästen und Einwohner:innen – und damit auf das Spannungsfeld zwischen Aufenthaltsqualität der einen und Lebensqualität der anderen. Tourismusorganisationen werden hierbei vermehrt in der Rolle des Konfliktlösers und Vermittlers gesehen. Doch welche Strategien gibt es überhaupt, um diese Situationen erfolgreich zu meistern? Wie können erlebnisreiche Angebote für Gäste mit dem Gefühl von Heimat und Identität für die Einwohner:innen verbunden werden? Und wie kann durch eine positive Tourismusgesinnung auch ein Mehrwert für die Gäste erreicht werden? In diesem Online-Seminar lernen Sie einen ganzheitlichen Blick auf die Destination kennen, der Ansprüche von Gästen und Einheimischen offenlegt, aber auch mögliche Konfliktfelder sichtbar macht. Sie erfahren, welche Voraussetzungen für ein erfolgreiches Lebensraummanagement notwendig sind und welche Erfolge damit bereits in anderen Regionen erzielt werden konnten. Außerdem wird der Frage nachgegangen, welche Rolle die DMO einnehmen kann und welche Partner für eine nachhaltige Entwicklung notwendig sind.

Inhalte

- Gast und Einwohner:in – Identifikation von Bedürfnissen und typische Konfliktfelder
- Ein neues Verständnis – die Destination als Lebens-, Arbeits- und Erlebnisraum
- Best Practice – Erfahrungen und Tipps von Vorreiter:innen
- Lebensraummanagement – Strategien, Leitlinien und Beteiligungsmöglichkeiten für eine nachhaltige Entwicklung
- Die DMO als Lebensraummanager – Aufgaben, Partner und Organisation

Highlight

- Praxisorientierte und nachhaltige Entwicklungsperspektiven für die eigene Destination, die das Miteinander von Tourismus und Einheimischen stärkt.



Lena Helleisz
Beraterin K>P Stuttgart

Stakeholder-Management

 für Mitarbeiter:innen und Führungskräfte aus touristischen Organisationen

Destination Management Organisationen (DMO) fehlt es nur selten an ausgeklügelten Marketingplänen, sehr häufig aber an einem systematischen Stakeholder-Management. Dabei ist besonders im Wandlungsprozess der DMO hin zur Management- und Produktgestaltungs-Agentur ein etabliertes Stakeholder-Management-System bedeutsam. Es erhöht die Akzeptanz der DMO als Unternehmen insgesamt und hilft, Projekte mit möglichst geringen Hürden und möglichst viel Unterstützung erfolgreich und schnell zu realisieren. In kurzen Referaten wird die Methodik des Systems für den Tourismus dargestellt.

In diesem Seminar wird mit den Teilnehmer:innen die Methodik auf die alltägliche Praxis einer DMO übertragen und anhand von realen Beispielen anschaulich gemacht. Und damit nach dem Seminar das Thema im Alltag auch umgesetzt wird, bekommen die Teilnehmer:innen wertvolle Digital-Tools und Anleitungen mit nach Hause.

Inhalte

- Die Methodik des Stakeholder-Managements
- Die wichtigsten Herangehensweisen eines erfolgreichen Innen-Marketings
- Praxis-Anwendung des 4-Schritte-Modells in der DMO

Highlights

- Praxisorientierte und aus der Realität stammende Beispiele eines gelungenen Stakeholder-Managements
- Digitale Gratis-Tools und Anleitungen zum Mitnehmen



Christopher Krull
Standortleiter K>P Bayern

Kooperations-Marketing für Destinationen

 für Mitarbeiter:innen und Führungskräfte aus touristischen Organisationen

Cross-Marketing, Bundling, Up- und Cross-Selling: Alles Begriffe der täglichen Marketing-Arbeit bei den großen Markenartiklern. Im kommunal geprägten Destinations-Marketing sind dies jedoch eher Exoten. Aber gerade hier ist das gemeinsame Werben zusammen mit der Wirtschaft einer Region so wichtig. Die DMO selbst verfügt selten über eine ordentliche Finanzausstattung. Durch Bündelung von Marketing-Budgets kann der Werbeerfolg einer Destination enorm gesteigert werden. Die Sichtbarkeit einer Destination ist maßgeblich von deren Kooperationsfähigkeit abhängig. In unserem Seminar erläutern wir die Begriffe des Cross- und Up-Selling, Bundling und Sponsoring und stellen die Möglichkeiten vor, die sich daraus ergeben. Dies geschieht anhand zahlreicher Praxisbeispiele und interaktiver Rollenspiele.

Inhalte

- Best Practice-Beispiele erfolgreicher Kooperationen
- Klärung von Begrifflichkeiten und Unterschieden
- Erlernen anhand von Rollenspielen und Methodik
- Aufzeigen von Dos und Don'ts des Sponsorings

Highlights

- Direkte Anwendung von Theorie in der Praxis
- Aufzeigen von individuellen Umsetzbarkeiten
- Thematisch detaillierter Gesamtüberblick



Christopher Krull
Standortleiter K>P Bayern

Kooperationen Tourismus und Wirtschaft – gegenseitig mehr voneinander profitieren

 für Mitarbeiter:innen und Führungskräfte aus touristischen Organisationen

Dass die Tourismuswirtschaft mit Restaurants, Einzelhandel und vielleicht auch landwirtschaftlichen Betrieben zusammenarbeitet und diese voneinander profitieren, ist auf den ersten Blick klar. Doch dass auch Unternehmen aus der Industrie oder dem Handwerk ein Interesse am Tourismus vor der eigenen Tür entwickeln, ist eine eher neue Entwicklung. In Zeiten des Fachkräftemangels entdecken immer mehr Unternehmen die Vorteile gut ausgebauter Tourismus- und Freizeitangebote als weichen Standortfaktor im Recruiting. Daraus ergibt sich eine große Chance für DMOs, eine neue Zielgruppe und breitere Unterstützung bis hin zur Ko-Finanzierung für den Tourismus zu gewinnen. Auf der anderen Seite profitieren auch die Unternehmen von einer Kooperation mit dem Tourismus. Das Seminar führt in die Möglichkeiten von Kooperationen zwischen Tourismusorganisationen und Wirtschaftsunternehmen ein, zeigt Chancen und Hürden auf, inspiriert durch Beispiele und gibt Vorgehensweisen und Checklisten als konkrete Hilfestellung an die Hand.



Alexander Seiz
Geschäftsführer K>P Stuttgart

Inhalte

- Innovative Kooperationen mit der Wirtschaft – Chancen und Nutzen für die DMO
- Mögliche Themen und Kooperationsfelder und ihre Anwendung mit konkreten Beispielen und Impulsen aus der Praxis
- Erfolgsfaktoren und Herausforderungen – Was ist eigentlich bei Kooperationen mit der Wirtschaft zu beachten?
- Step by Step auf Wirtschaftspartner zugehen und für eine Kooperation gewinnen
- Erfahrungsaustausch unter den Teilnehmer:innen

Highlight

- Sie analysieren für Ihre DMO, für welche Themen und mit welchen Partnern für Sie eine Wirtschaftskooperation in Frage kommt.

Erfolgreiche DMO-Führung in herausfordernden Zeiten

 für Führungskräfte aus touristischen Organisationen

Die Herausforderungen und Anforderungen für das Leiten von DMOs nimmt stetig zu. Der Druck steigt: Gäste, Kund:innen, Politik, Geschäftspartner:innen, Stakeholder:innen – alle wollen erstklassig bedient werden. Gleichzeitig kommt es zu einem Transformationsprozess der DMO, weg von einer Marketingorganisation hin zu einem Kompetenzzentrum. Dabei spielen die Themen Resilienz-Management, Stakeholdermanagement, Wissens- und Digitalisierungsmanagement eine immer wichtigere Rolle. Um den wachsenden Anforderungen gerecht werden zu können, sind exzellente Führungsqualitäten gefragt. Für alle Bereiche – Struktur und Organisationsplanung, Mitarbeiter:innen-Führung und Zeitmanagement – geht es um den effizienten Ressourceneinsatz. Dabei kommt es auf die eigene Einstellung, Haltung und Motivation an. Wer sich selbst und sein familiäres Umfeld nicht führen kann, wird dies auch im Unternehmen nicht tun können. Die Inhalte werden in einem intensiven 2-tägigen Seminar mit vielen Möglichkeiten des Austausches und interaktivem Arbeiten der Teilnehmer:innen untereinander behandelt.

Inhalte

- Leitung von notwendigen Transformationsprozessen
- Führungsstile und deren Erfolge sowie Führungsqualitäten
- Selbstführung und Selbstkompetenz
- Zeitmanagement, Selbstverantwortung sowie Selbstklärung und -fürsorge
- Mitarbeitergewinnung in Zeiten des Fachkräftemangels
- Personalmanagement und Mitarbeiterbindung
- Betrachtung optimaler Organisationsstrukturen, Unternehmensformen und Finanzierungsmodelle

Highlights

- Aktuelle und genaue Betrachtung der eigenen DMO/LTO und Führungspersönlichkeit
- Intensiver Austausch und interaktives Arbeiten der Teilnehmer:innen untereinander



Christopher Krull
Standortleiter K>P Bayern

17. und 18. Oktober 2024
Bergkristall, Oberstaufen

2 Tage
€ 1.190,00 netto pro Person

Wie Sie zum richtig guten Chef bzw. zur richtig guten Chefin werden

 für Unternehmer:innen und Führungskräfte mit Mitarbeiterverantwortung aus der Hotellerie

Die Führungsaufgabe wird nicht zuletzt aufgrund der angespannten Arbeitsmarktsituation und des Wertewandels in der Gesellschaft zu einer immer größeren Herausforderung. Besonders im betrieblichen Alltag kommt bewusste Führung oft zu kurz und manchmal wäre das richtige Handwerkszeug von Vorteil. Nutzen Sie bei diesem Lehrgang die Chance, sich selbst als Führungspersönlichkeit weiterzuentwickeln: eigene Führungskompetenzen steigern, Führungsinstrumente beherrschen, effektive Kommunikation forcieren, Stärken der Mitarbeiter:innen erkennen und richtig einsetzen. Holen Sie sich frische Impulse und erfahren Sie, wie Sie in Ihrer Chef- bzw. Chefinnen-Rolle das Beste aus sich und Ihren Mitarbeiter:innen herausholen.



Helmut List
Managing Partner



Alois Kronbichler
Geschäftsführer K>P Südtirol

10. und 11. April 2024
MalisGarten, Zell am Ziller

23. und 24. Oktober 2024
Alpenresort Schwarz,
Mieming

2 Tage
€ 1.190,00 netto pro Person

Tag 1: Die Führungskraft und ihre Kompetenzen

- Selbstreflexion – Eigene Stärken und Wirkungsweise als Führungskraft
- Führungsleitbild – Selbstverständnis der eigenen Führungsrolle
- Führungskompetenzen – Erkennen und weiterentwickeln
- Persönlichkeitstypen – Umgang im Alltag
- Effizienz im Führungsalltag – Zeit und Raum für Führung schaffen
- Teamentwicklung – Gruppendynamik verstehen und forcieren

Tag 2: Einsatz von Führungsinstrumenten

- Ziele – Basis erfolgreicher Führungsarbeit
- Kommunikationsrituale – Worauf Sie nicht verzichten sollten
- Coaching – Fordern und Fördern von Mitarbeiter:innen
- Delegieren – Verantwortung statt Aufgaben weitergeben
- Mitarbeitergespräche – Kompetent und sicher führen
- Feedback – Richtig formulieren
- Konfliktmanagement – Konflikte erkennen und gekonnt lösen

Highlights

- Grundpfeiler Ihres Führungsleitbildes erarbeiten
- Konkrete Umsetzungsideen und Instrumente für Ihren Führungsalltag

Erfolgreiche Betriebsnachfolge: So schaffen wir das GEMEINSAM!

O  für Unternehmer:innen mit anstehendem Generationswechsel

Der Generationswechsel in einem Unternehmen stellt alle beteiligten Personen vor große Herausforderungen. Neben den finanziellen, juristischen und steuerrechtlichen Themen kommt es vor allem auf die zwischenmenschliche Ebene an. Nutzen Sie diesen gemeinsamen Tag für Übergeber:innen und Übernehmer:innen, um an einer erfolgreichen Betriebsnachfolge zu arbeiten. Bearbeitet werden Fragen rund um „Wie können Familienbetriebe ihre Kräfte besser bündeln? Wie können die Erfahrungen und Potenziale von „Jung“ und „Alt“ besser ausgeschöpft werden? Wie können „Cashflow“ (Betrieb) und „Seele“ (Familie) besser unter einen „Hut“ gebracht werden? Wie können Konflikte vermieden bzw. konstruktiv bearbeitet werden?“

Erfahren Sie anhand von vielen praktischen Beispielen, wie Familienbetriebe „ticken“, wie das oft Unaussprechliche ansprechbar gemacht und wie der Nachfolgeprozess als ein normaler Baustein der Betriebsentwicklung verstanden werden kann.

Inhalte

- Thesen für eine erfolgreiche Betriebsübergabe – Klarheit schaffen als wichtigster Punkt
- Familienbetriebe – von einer Leidensgemeinschaft zum erfolgreichen Team
- Anforderungen – Erbteilung, Rollenverteilung usw.
- Fahrplan – eigene Spielregeln & Maßnahmenplan entwickeln
- Trend zur Geschwisterübernahme – Möglichkeiten & Fallstricke

Highlights

- Praktische Beispiele aus 20 Jahren Erfahrung
- Zwei Trainer aus zwei Generationen

Hinweis

Pro Betrieb müssen mindestens zwei Personen (Übergeber:in und Übernehmer:in) teilnehmen.



Helmut List
Managing Partner



Alois Kronbichler
Geschäftsführer K>P Südtirol

21. März 2024
Coolnest, Ramsau im Zillertal

09. Oktober 2024
Entners am See, Pertisau

€ 990,00 netto für zwei Personen

DMO 2040 Tourismuswerkstatt: Die touristische Organisation der Zukunft

I  für Führungskräfte aus touristischen Organisationen

Erfolgreich sein – Was bedeutet das für die touristische Organisation (TO) 2040? Das ist die zentrale Fragestellung, für die wir gemeinsam in der Tourismuswerkstatt Lösungsansätze erarbeiten. Natürlich wird die Entwicklung in jeder TO anders verlaufen – je nach Größe und Entwicklungsstufe. Nach einem ausführlichen Impuls von Kohl >Partner zum Thema werden gemeinsam mit den Teilnehmer:innen in Workshop-Atmosphäre Szenarien bzw. Lösungsansätze für Ihre Destination entwickelt. Fachliche Impulse von Kohl >Partner kombiniert mit Erfahrungen der Teilnehmer:innen und vielen Praxisbeispielen bringen einen hohen Lerneffekt für Sie.

Inhalte

- Was sind die zentralen Zukunftstreiber für die Destination 2040? Wo liegen die größten Herausforderungen?
- Das neue (agile) Führen und das neue Arbeiten in der DMO der Zukunft
- Thesen zum Erfolg einer DMO in der Destination 2040
- Welche Rollenbilder und Szenarien bestehen für die touristische Organisation der Zukunft?
- Wie sehen typische Organigramme von zukunftsfähigen DMOs aus?
- Wie schauen zukunftsfähige Jobprofile für Mitarbeiter:innen und Führungskräfte aus?
- Welche Lösungsansätze sehen wir für unterschiedliche Destinationen und was bedeutet das für Ihre Destination?

Highlight

- Sie gewinnen zukunftsorientierte Ideen für die Weiterentwicklung Ihrer eigenen touristischen Organisation.



Gernot Memmer
Managing Partner



Werner Taurer
Managing Partner

Regionale Produkte & Tourismus: Impulsworkstatt

I **👤** für Mitarbeiter:innen und Führungskräfte aus touristischen Organisationen

In einer Welt, die stets schneller und vernetzter wird, wächst bei uns Menschen zugleich die Sehnsucht und eine neue Form der Wertschätzung für Authentizität und Regionalität. Gerade landwirtschaftliche und handwerkliche Produkte schaffen eine enge Verbindung zur Destination und machen die Geschichte und einzigartige Lebensweise eines Ortes für uns direkt erlebbar. Dadurch entsteht eine einzigartige Möglichkeit, den Urlaub mit zusätzlichen Emotionen aufzuladen, wertvolles Wissen zu vermitteln und zugleich alle Sinne anzusprechen.

Was dies konkret für Ihre Region bedeuten kann, das erarbeiten wir gemeinsam in einer ganztägigen Werkstatt. So gelingt es, Bewusstsein zu schaffen und das neue Wissen in Form von Handlungsfeldern und Projekten direkt auf die eigene Region zu übersetzen.

Inhalte

- Aktuelle Trends und Entwicklungen:
Wonach sich unsere Gäste jetzt sehnen
- Regionale Produkte & Tourismus:
Potenziale & Synergieeffekte für die Destination
- Impulse zum erfolgreichen Aufbau von Kooperationen
- Zahlreiche Praxisbeispiele zur Inspiration
- Entwickeln von Projektideen basierend auf den Besonderheiten der Region
- Tipps für emotionale Kommunikation & Storytelling anhand der 6 Kohl ▶ Partner Marketing-Säulen

Highlight

- Werkstatt-Charakter: Wir arbeiten direkt im Termin konkrete Projektideen für Ihre Region aus.



Stephanie Zorn
Beraterin

Erfolgsfaktor Housekeeping – Qualität auf der Etage

I **👤** **👥** für Hausdamen, Housekeeping-Mitarbeiter:innen und Führungskräfte

Die Aufgaben im Housekeeping erfolgen in den meisten Betrieben als „unsichtbare Arbeiten“. Für das Wohlbefinden und die Zufriedenheit der Gäste nimmt das Housekeeping jedoch eine „Schlüsselrolle“ ein und ist damit unmittelbar für den wirtschaftlichen Erfolg eines Hotels verantwortlich. Die Mitarbeiter:innen sind für den gesamten Reinigungsbereich – öffentliche Räume, Spa und Zimmer – zuständig. Steigende Anforderungen an die Hygienestandards bei gleichzeitig immer kürzerer Aufenthaltsdauer der Gäste stellt das Housekeeping vor große Herausforderungen. Bei der täglichen Arbeit stehen die Mitarbeiter:innen immer mehr im Spannungsfeld zwischen Zeitdruck und makelloser Qualität. Im Housekeeping kommt es auf jede Minute an, daher muss jeder Handgriff sitzen. Die Gäste werden immer anspruchsvoller und haben hohe Erwartungen an Sauberkeit und Hygiene. Diese Erwartungen gilt es zu erfüllen, um im Wettbewerb – auch auf Bewertungsplattformen – ganz vorne mit dabei zu sein.

Inhalte

- Führungsaufgaben der Housekeeping-Leitung
- Sauberkeit und Hygiene als Visitenkarte Ihres Hotels
- Zeitgemäße Reinigungs-, Desinfektions- und Hygienestandards
- Analyse und Optimierung von Routine-Arbeitsabläufen
- Arbeitsprozesse sichtbar machen
- Leistungsvorgaben ermitteln
- Wäscheorganisation
- Erstellung von Qualitätsstandards
- Checkliste und Reinigungspläne
- Mitarbeitereinsatz- und Dienstpläne
- Mobile Unterstützung – Apps, Smartphone & Co.
- Housekeeping als Schnittstelle zu allen Abteilungen
- Effizienter Einsatz von Reinigungsmitteln und Geräten
- Ökologie, Nachhaltigkeit und Chemie-Reduktion
- Unfallverhütung und Arbeitssicherheit
- Sicherheitsmaßnahmen für Gäste

Highlights

- Erarbeiten von Qualitäts- und Hygienestandards
- Tipps zu Arbeitserleichterungen



Maria Th. Radinger
Trainerin und Beraterin

12. März 2024

Hotel Gerl, Wals bei Salzburg

22. Oktober 2024

Hotel Gerl, Wals bei Salzburg

GPT Prompt Engineering für den Tourismus

I **U** für Unternehmer:innen u. Führungskräfte aus der Hotellerie u. touristischen Organisationen

Tauchen Sie ein in die faszinierende Welt der Large Language Models und entdecken Sie die Kunst des Prompt Engineering, maßgeschneidert für den Tourismus. In diesem Online-Seminar erfahren Sie alles über die Grundlagen von Large Language Models wie GPT und wie Sie durch professionelle Prompt-Eingaben effizient mit diesen künstlichen Intelligenzen kommunizieren können. Neben den Grundlagen werden Sie auch entdecken, wie GPT Sie bei einer Vielzahl von Aufgaben unterstützen kann: Ob es sich um Recherchetätigkeiten handelt, bei denen Sie nach relevanten Informationen suchen, um Ideengenerierung, um kreative Konzepte zu entwickeln, beim Schreiben von ansprechenden Texten, bei der Erstellung von AI-generierten Bildern oder bei der Analyse von Daten – GPT hat das Potenzial, Ihr treuer Assistent in all diesen Bereichen zu werden. Sie werden verschiedene Strategien kennenlernen, um maximale Ergebnisse zu erzielen. Aber das ist nicht alles! Es erwartet Sie eine aktive Beteiligung, bei der Sie anhand von praktischen Beispielen eigene Prompts erstellen und testen können. Dieses Seminar ist nicht nur für Einsteiger in die Welt von GPT gedacht, sondern bietet auch wertvolle Einblicke für diejenigen, die bereits Erfahrungen mit GPT gesammelt haben. Wenn Sie im Marketing tätig sind oder in der Gästekommunikation arbeiten, dann ist dieses Seminar genau das Richtige für Sie.

Inhalte

- Lernen Sie die Grundlagen von Large Language Models
- Erfahren Sie, wie man Prompts richtig formuliert, um die bestmöglichen Ergebnisse von GPT zu bekommen
- Probieren und üben Sie in dem Seminar das Prompting für Recherchetätigkeiten, Konzepterstellung, Ideengenerierung, Datenanalyse etc.
- Diskutieren Sie mit dem Referenten und den Teilnehmer:innen Ihre Ergebnisse und optimieren Sie Ihre Kommunikationsfähigkeit mit der AI

Highlight

- Lernen Sie GPT auch für die Datenanalyse und Bildgenerierung richtig zu nutzen.



Roman Egger
Trainer und Berater

Personal Branding: Wie Kleidung Ihre Marke stärkt

I **O** **I** für Unternehmer:innen aus der Hotellerie

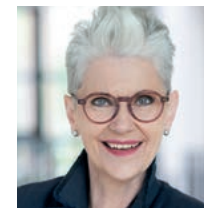
In einer Welt, in der die Kleidung eine Geschichte erzählt, bevor Sie die Chance bekommen mit Ihrer Kompetenz zu überzeugen, ist eine professionelle Wirkung von großer Bedeutung für Ihren Erfolg. Der stimmige Auftritt verschafft Ihnen nonverbal Status und Reputation. Heute wacht das Auge der weltweiten Community über jede Marke und jede Personal Brand. In Zeiten der „Casualisierung“, also der immer lässiger werdenden Kleidung, werden Symbole immer bedeutsamer und Kleidung wird zur Sprache. Stellen Sie sicher, dass Ihr Kleiderstil das Unternehmensimage verkörpert, das auf den Grundwerten Ihres Betriebes basiert. Sie investieren in Ihre Website, Ihr Marketing, Ihre Werbung. Aber Sie sind das Gesicht Ihres Unternehmens nach außen. Sie sind Botschafter:in Ihrer Marke und machen jedes Mal Eindruck, auch bei Ihren Mitarbeiter:innen. Sie sind bis zu einem gewissen Grad „auf dem Präsentierteller“, insbesondere bei Ihren Gästen und in den sozialen Medien. Der Kleider-Code ist der Rahmen, Stil der Ausdruck der Persönlichkeit, jeweils im Einklang mit den Unternehmenswerten. In einem Fall kleidet man sich, um einer Erwartungshaltung zu entsprechen – im anderen, um eine Geschichte über sich und sein Markenimage zu erzählen. Beides muss eine Einheit sein, um einen stimmigen Auftritt zu gewährleisten und die Marke zu stärken.

Inhalte

- Markenbotschafter:in Ihres Betriebes
- Kleider machen „Profil und Leute“
- Kleidung ist aussagekräftiger als jeder Small Talk
- Sprache der Botschaften kennen
- Persönlicher Stil im Einklang mit der Marke
- Auftreten und Benehmen passend zu Ihren Werten
- Vorbild für Ihre Mitarbeiter:innen

Highlight

- Der rote Faden, um sich mit der Kleidung ein professionelles Image aufzubauen



Elisabeth Motsch
Trainerin und Beraterin

19. März 2024
Hotel Salzburger Hof,
Leogang

Markenentwicklung in Destinationen – Neue Blickwinkel und Perspektiven

 für Mitarbeiter:innen und Führungskräfte aus touristischen Organisationen

Destinationsmarken entwickeln sich im Tourismus zunehmend zum Entscheidungsfaktor bei der Wahl einer Urlaubsregion. Eine Marke steht für Werte und Eigenschaften einer Destination – aber: Was macht eine Marke einzigartig? Wird die Marke von den touristischen Betrieben, Mitarbeiter:innen und der Bevölkerung auch gelebt, damit beim Gast ein stimmiges Bild entsteht? Welche neuen Produkte sind für eine weitere Stärkung der Marke wichtig? Und wie kommuniziere ich die Marke richtig? In diesem Online-Seminar erfahren Sie, wie man eine touristische Marke im Kontext von Marktanforderungen, Profilierung, Themenschwerpunkten und der eigenen gewachsenen Identität (weiter-)entwickelt. Dazu lernen Sie verschiedene Instrumente kennen, die den Prozess und die Umsetzung begleiten und erleichtern.



Alexander Seiz
Geschäftsführer K>P Stuttgart

Inhalte

- > Anforderungen an die Destination der Zukunft – Was macht Destinationsmarken erfolgreich?
- > Markenentwicklung in Destinationen – hilfreiches Basiswissen
- > Markenentwicklung mit System – Zugang und Instrumente
- > Beispiele einer gelungenen Markenentwicklung und -umsetzung mit Profil
- > Fachaustausch zu Markenerfahrungen der Teilnehmer:innen

Highlight

- > Sie betrachten Ihre Destinationsmarke aus einem neuen Blickwinkel und entwickeln selbst neue Ideen, Ihre Marke für Gäste spürbarer zu machen.

Die Gästekarte – Relaunch eines touristischen Erfolgsschlagers

 für Mitarbeiter:innen und Führungskräfte aus touristischen Organisationen

Das Seminar wendet sich an alle, die wissen wollen, wie heute eine erfolgreiche Gästekarte funktioniert und lanciert werden kann. Und ebenso an diejenigen, die bereits eine Gästekarte haben und diese attraktiver und fit für die Zukunft machen wollen.

Wir zeigen auf, welche Karten-Modelle am Markt erfolgreich platziert sind, welche Finanzierungen gut funktionieren und wie sich damit Umsatz generieren lässt. Viele Gästekarten wurden mittlerweile für weitere Zielgruppen adaptiert und bieten neue Möglichkeiten im Employer Branding Innen-Marketing. Über allem steht die Digitalisierung mit zusätzlichem Potenzial für die Stakeholder in der Destination.



Christopher Krull
Standortleiter K>P Bayern

Inhalte

- > Überblick der wichtigsten Karten-Modelle und deren Erfolge
- > Finanzierungsmodelle
- > Planung und Umsetzung neuer Karten-Projekte
- > Praktische Beispiele erfolgreicher Karten
- > Inhaltliche Weiterentwicklung vorhandener Karten
- > Die digitale Gästekarte
- > Die neuen Zielgruppen für Vorteilskarten

Highlights

- > Umsetzungsorientierte Checklisten und Projekt-Roadmaps
- > Praxisorientierte Einblicke
- > Die besten Karten-Projekte und Benchmarks aus dem deutschsprachigen Raum
- > Der Referent war selbst Initiator und Umsetzer unterschiedlicher Karten-Modelle (Gästekarten, Kaufkarten, Umlagekarten etc.).

Die Tourist-Information der Zukunft

 für Mitarbeiter:innen und Führungskräfte aus touristischen Organisationen

Tourist-Informationen (TIs) sind gefragt – nach wie vor. Im Zeitalter digitaler Informationen auf mobilen Geräten, zu jeder Zeit und an jedem Ort, haben unsere Gäste auch den Wunsch nach persönlichen Tipps, individuellen Informationen und dem Gespräch von Angesicht zu Angesicht. Eine Umfrage, die wir kürzlich zusammen mit einer Münchner Hochschule machten, hat uns das wieder bestätigt. Es ist uns ein Anliegen, die TIs der Zukunft optimal auf die Gäste-Bedürfnisse von heute und morgen auszurichten: in der Einrichtung, im Angebot und vor allem im Service.

Inhalte

- Erfolgsfaktoren der Tourist-Information 2030
- Wohin kann die Reise gehen? Ausgewählte Trends und Best Practice im Überblick
- Verändertes Reiseverhalten und neue Gästeanforderungen
- Die Tourist-Information auf dem Weg vom Informationsgeber zum Markenkontaktpunkt und Service-Hub
- Zukünftige Rolle und Aufgaben der Tourist-Information
- Effizienzoptimierung bei Aufgaben und Prozessen
- Tipps und Tricks für den Alltag: zwischen Markenberührungspunkt und individuellen Beratungsangeboten

Highlight

- Von den Besten lernen: Best Practice-Beispiele und Ideen für Ihre Tourist-Informationen



Stephanie Zorn
Beraterin

Kompakte Online-Trainings

Binnen kürzester Zeit viel nützliches Wissen aneignen – das bieten die kompakten Seminare on demand. Diese umfassen ein persönliches und deshalb ganz individuelles 10 bis 15 Minuten Online-Video-Training und wertvolle Zusatzleistungen zu folgenden Themen:

- Lucky Way to Success
- Professioneller Umgang mit Beschwerden
- Aktiver Verkauf - Verkaufstechniken SMALL
- Aktiver Verkauf - Verkaufstechniken MEDIUM
- Aktiver Verkauf - Verkaufstechniken LARGE

Das Online-Video ist mittels persönlichem Zugang 6 Monate ab dem Download weiter nutzbar und bietet somit die Möglichkeit der Wiederholung und Auffrischung des erworbenen Wissens.



- QR-Code scannen und Informationen zu den Zusatzleistungen und Preisen erhalten



Rita Einöder
Managing Partner



Karin Stefanie Niederer
Managing Partner

Hotel-Marketing-Lehrgang

Mit dem Hotel-Marketing-Lehrgang etablierte Kohl ▶ Partner im Seminar-Jahr 2023 ein neues Format zur Erweiterung und Vertiefung des Wissens, das bei den Teilnehmenden großen Zuspruch fand – auch bei Katharina Oberguggenberger vom Almfamilyhotel Scherer:

„**Mein Wunsch, eine Weiterbildung zu machen**, hat mich dazu bewegt, mich beim Hotel-Marketing-Lehrgang anzumelden. Für mich ausschlaggebend war, dass es berufsbegleitend möglich ist. Super gefallen hat mir die gesamte Organisation. Mir wurde ein persönlicher Guide zur Verfügung gestellt, mit dem die Lieblingsthemen und der persönliche Stundenplan ausgearbeitet wurde. Jeder der Vortragenden ging auf alle Fragen und Themen sehr genau ein. Auch im Nachgang waren alle Vortragenden jederzeit erreichbar. Nun werden die Ideen nach und nach im Betrieb umgesetzt.“

Im Hotel-Marketing-Lehrgang erarbeiten die Teilnehmenden die Marketing-Strategie für ihren Betrieb, nehmen exakt auf die Strategie abgestimmt an bis zu 10 Seminaren teil – je nach Thema in Präsenz oder Online, und werden während des Lehrgangs von ihrem persönlichen Guide begleitet.



- ▶ QR-Code scannen, informieren und zum Hotel-Marketing-Lehrgang anmelden

Wissenswertes

Anmeldung

Bei Fragen und Wünschen wenden Sie sich gerne an unsere Seminar-Koordinatorin Victoria Paul. Für die Buchung Ihrer gewünschten Seminare haben Sie folgende Möglichkeiten:



- ▶ QR-Code scannen
- ▶ Seminar kalender auf www.kohl-partner.at
- ▶ E-Mail: seminar@kohl-partner.at

Storno

Ein Qualitätsmerkmal unserer Seminare sind begrenzte Teilnehmerzahlen. Unsere Teilnehmer:innen planen in der Regel langfristig. Kurzfristig stornierte Plätze können oft nicht mehr anderweitig vergeben werden. Deshalb verrechnen wir bei Stornierung ab 2 Wochen vor Seminarbeginn Stornokosten von 50 % der Teilnahmegebühr. Bei Stornierung am Seminartag oder bei Nichterscheinen verrechnen wir die volle Seminargebühr. Diese Gebühr entfällt, wenn Sie für Ersatz sorgen oder wir Ihren Platz weitergeben können. Bei zu geringer Teilnehmerzahl oder je nach Entwicklung behalten wir uns vor, Seminare abzusagen bzw. Termine zu ändern.

Förderungen

Auf www.ams.at/unternehmen unter der Kategorie Personal und Organisationsentwicklung finden Sie die aktuellen Fördermöglichkeiten. Fragen Sie für Ihren Betrieb individuell beim AMS an und beachten Sie dabei bitte, dass Ihr Förderansuchen vor Beginn der Teilnahme am Seminar (Qualifizierungsmaßnahme) beim AMS eingegangen sein muss.



Victoria Paul
Seminar-Koordinatorin

+43 4242 21 123
seminar@kohl-partner.at
www.kohl-partner.at
www.facebook.com/kohlundpartner

Referent:innen

Oliver Becker
TRAINER UND BERATER

Sehr stark vereinfacht gesagt nennt man das Betätigungsfeld „Labern“ als Basis einer erfolgreichen Kommunikation. Genauer hinzuschauen, tiefer zu sehen, verschiedene Seiten des Kommunizierten oder gar des Unausgesprochenen zu beleuchten, sich der Wirkung von Worten und deren Kommunikationsverstärkern bewusst zu werden und diese nachfolgend erfolgreich einzusetzen, sind Schlüsselkompetenzen, die in unserer Gesellschaft zum Überleben benötigt werden.

Im Mittelpunkt

- Kommunikation in alle Richtungen und mit Verständnis
- Serviceexzellenz als Basis für erfolgreichen Verkauf
- Trainings mit Tiefgang vom Workshop bis zum „Training on the Job“



Prof. Dr. Dr. Roman Egger
TRAINER UND BERATER

Ständig am Puls der Zeit; und das nicht nur in der Wissenschaft, sondern auch in der Praxis. Wer sich Wettbewerbsvorteile sichern will, muss verstehen, wie sich die Welt verändert. Heute bereits in den Dimensionen von morgen zu denken erfordert Wissensvorsprung, Innovationsbereitschaft, Kreativität und Mut.

Im Mittelpunkt

- Artificial Intelligence
- Data Science
- eTourism



Stefan Brida, MA
BERATER

Mit einem analytischen Ansatz und Blick auf die wesentlichen Kennzahlen die Hotellerie planbar machen. Zahlen mit Fingerspitzengefühl und Einfühlsamkeit greifbar machen. Komplexe Fragestellungen lösungsorientiert auf den Punkt bringen und aus den Zahlen gemeinsam die richtigen Maßnahmen ableiten.

Im Mittelpunkt

- Controlling und operative Betriebsoptimierung in der Hotellerie
- Preisstrategien und Revenue Management in der Hotellerie
- Machbarkeitsprüfung und Investitionsbegleitung in der Hotellerie



Mag.^{FH} Rita Einöder
MANAGING PARTNER

Richtig für Kunden, die den Menschen vor die (auch wichtigen) Zahlen stellen, die auf der Suche nach einem alle Stakeholder glücklich machenden strategischen Zugang im Marketing für Hotels, Destinationen und Freizeitbetrieben sind und sich ganz individuelle, andere und erfrischende Lösungen und Ideen für ihre Gäste wünschen.

Im Mittelpunkt

- Operatives und strategisches „Marketing by need & benefit“ für Hotels, Destinationen, Kooperationsgruppen und Freizeitbetriebe
- Glück als wertvoller Begleiter, der sich erlernen, steuern und in Hotels, Destinationen und Freizeitbetrieben integrieren lässt
- Seminare, Workshops und Trainings für Lehrlinge, Mitarbeiter:innen, Führungskräfte und Unternehmer:innen



Referent:innen

Mag. Helene Hartweiger Glanzer
BERATERIN

Empathie, Ehrlichkeit und eine klare Zielsetzung bilden die Grundlage für eine gute Zusammenarbeit. Gemeinsam wird eine klare Strategie entwickelt, auf der aufgebaut und individuelle Lösungen für das Online-Marketing und den Verkauf erarbeitet werden – den Blick immer auf die praktische Umsetzbarkeit gerichtet.

Im Mittelpunkt

- Marketing-Strategie, -Planung und -Controlling
- Online-Marketing in der Hotellerie
- Content Marketing und Social Media



Dr. Alois Kronbichler
GESCHÄFTSFÜHRER K>P SÜDTIROL

Prozessorientiert und unter starker Einbindung der Betroffenen werden die definierten Themen bearbeitet und optimale Rahmenbedingungen für die Umsetzung geschaffen.

Im Mittelpunkt

- Begleitung bei Betriebsübergaben
- Destinationsentwicklung
- Coaching von Kooperationsgruppen



Lena Helleisz, MA
BERATERIN K>P STUTT GART

Ganzheitlicher und praxisorientierter Lösungsansatz mit Blick über den (touristischen) Tellerrand. Die Themen Nachhaltigkeit und Lebensqualität schwingen dabei immer mit. Auch in herausfordernden Situationen sind Überblick und Humor präsent.

Im Mittelpunkt

- Lebensraummanagement für Destinationen
- Nachhaltigkeit im Tourismus
- Marken- und Tourismuskonzepte für Destinationen



Christopher Krull
STANDORTLEITER K>P BAYERN

Die langjährige Erfahrung in unterschiedlichsten touristischen Führungspositionen bildet die Basis für die kundenzentrierte und lösungsorientierte Beratung und Begleitung bei Destinationsmanagement-Fragen und -Projekten. Konzepte sind dann gut, wenn sie umgesetzt werden und eine erfolgreiche Veränderung zum Ergebnis haben. Das Motto lautet: Handlungen sind mehr als vielversprechende Worte.

Im Mittelpunkt

- Strategische Konzeptionen mit komplexen Zusammenhängen
- Herausfordernde Lösungen für anspruchsvolle Organisationsstrukturen
- Intelligente Projekt- und Marketinglösungen



Referent:innen

Mag. Erich Liegl
MANAGING PARTNER

Hotellerie-Beratung mit hohem Engagement und Tiefgang, immer auf die jeweilige Aufgabenstellung fokussiert, äußerst lösungs- und umsetzungsorientiert, aufbauend auf ein breites Know-how-Spektrum von über 30 Jahren Erfahrung, leidenschaftlich in Vorträgen, in der Beratung wie auch im Coaching für alle Generationen, smart und humorvoll im Small Talk.



Im Mittelpunkt

- Strategisches und operatives Management-Coaching
- Mitarbeiter-Einsatzplanung und Human Resource Management
- Optimierung von Investitions-Projekten in der Hotellerie

Mag.^{FH} Martin Mayerhofer, MSc
MANAGING PARTNER UND GESCHÄFTSFÜHRER

Je größer die Herausforderungen, je komplexer die Fragen und je schwieriger die Wege eines Projektes, desto lieber. Die Mischung aus systemischem Coaching, Modellen der Organisationsentwicklung und fachlichem Know-how führt – begleitet von einem besonnenen Zugang und einer Schritt-für-Schritt-Taktik – zur stets besten Lösung.



Im Mittelpunkt

- Fachberatung für touristische Freizeitbetriebe (Machbarkeitsstudien, Frequenzbewertungen, Wirtschaftlichkeitsrechnungen, Gastronomiekonzepte)
- Systemisches Coaching für Führungskräfte
- Seminare (Aktiver Verkauf, Beschwerde-Management, Wareneinsatz-Kalkulation im F&B)

Mag.^{FH} Helmut List
MANAGING PARTNER UND GESCHÄFTSFÜHRER

Mit viel Leidenschaft, systemischem Zugang, analytischem Denken, fundiertem Marktüberblick und langjähriger Erfahrung stets auf der Suche nach zukunftsweisenden, innovativen und gleichzeitig für die Kund:innen und diese als Unternehmerpersönlichkeiten individuell besten Lösungen.



Im Mittelpunkt

- Begleitung bei Strategieprozess und Investitionsprojekten
- Betriebsnachfolgen, Führungsentwicklung und Unternehmer:innen-Coaching
- Erstellung von Machbarkeitsstudien und Gutachten

Mag. Gernot Memmer
MANAGING PARTNER UND GESCHÄFTSFÜHRER

Empathisch und integrativ, weil der Mensch und der Lebensraum im Mittelpunkt stehen. Die durchdachte Struktur führt zu „Punktlandungen“. Mit fachlicher Kompetenz, Orientierung am Prozess und dem Ziel vor Augen entstehen so individuelle wie optimale Lösungen. Der Weitblick ermöglicht die Begleitung von der Strategie bis zur Umsetzung.



Im Mittelpunkt

- Destinations- und Lebensraumentwicklung
- Strategie- und Produktentwicklung für Destinationen
- Organisationsentwicklung, Führung und HR in Destinationsmanagement-Organisationen

Referent:innen

Elisabeth Motsch
TRAINERIN UND BERATERIN

„Kleider machen Menschen und Erfolg“, sagt Elisabeth Motsch, Image- und Personal Branding-Expertin für Stil & Wirkung. Sie entwickelt für ihre Kunden authentische Stil- und Image-Konzepte, damit sie auf den ersten Blick überzeugen. Sie weiß, wie man Kleidung als Marketing-Instrument nutzt, ohne die Persönlichkeit zu verkleiden, um als authentische Marke vertrauensvoll und kompetent wahrgenommen zu werden.

Im Mittelpunkt

- Professionelle Präsenz und Ausstrahlung
- Personal Branding mit Kleidung
- Corporate Fashion für Hotel und Gastgewerbe



Mag. Daniel Orasche
BERATER

Mit ganzheitlich-touristischem Blick, mit Augenmerk auf die Wirtschaftlichkeit und immer wieder mit aufgesetzter „Unternehmer-Brille“ entsteht ein sowohl für Unternehmen als auch Gäste sinnvolles und zukunftssträchtiges Ergebnis.

Im Mittelpunkt

- Gesundheits- und Kur-Tourismus
- Due Diligence und Feasibility Studien im Tourismus
- Interim- und Performance-Management für touristische Betriebe



Karin Stefanie Niederer
MANAGING PARTNER

10 Jahre Praxiserfahrung in der gehobenen Hotellerie mit zwei Hotel-Openings und einem Rebranding sowie geballtes Know-how aus der 20-jährigen Erfahrung in der Beratung bilden das Fundament der ganzheitlichen und individuellen Betreuung. Von der Strategie bis zur operativen Umsetzung und Schulung kommt alles aus einer Hand.

Im Mittelpunkt

- Hotel-Marketing von der Strategie über die Begleitung bis zur Umsetzung, Sales von der Beratung und Umsetzung bis zum Training
- Wellness- und Spa-Marketing von der Konzeption und Begleitung bis zur Umsetzung
- Mystery Guest-Checks und Quality-Checks



Dipl.-KFF(FH) Yvonne Pollakowsky
BERATERIN

Praxisorientiert ist die Beratung, zielgerichtet ist die Umsetzung und individuell auf den Betrieb zugeschnitten sind die Lösungen.

Im Mittelpunkt

- Public Relations für Hotels und Destinationen
- Hotel-Marketing
- Customer Relationship Management



Referent:innen

Mag. Maria Th. Radinger
TRAINERIN UND BERATERIN

Beratung, Training und Coaching im Housekeeping. Unterstützung der Hoteliers bei der Planung und Organisation der Housekeeping-Abteilung. Schulungen zum Thema Umgangsformen im Tourismus für nationale und internationale Mitarbeiter:innen. Buchautorin für praxisorientiertes Know-how zu Housekeeping Management. Vernetzung und Aufbau einer Housekeeping Community in der Housekeeping-ERFA-Gruppe.



Im Mittelpunkt

- Erfolgsfaktor Housekeeping – Qualität auf der Etage
- Hausdamen-Coaching
- Hygienestandards und Prozessoptimierung
- Hoteltrainings „on the job“
- Zeitgemäße Umgangsformen für perfekte Gastgeber:innen in Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

Dipl.-BW (FH) Alexander Seiz
GESCHÄFTSFÜHRER K & P STUTTGART

Scharf in der Analyse. Leidenschaftlich in der Findung individueller, umsetzbarer Lösungen mit und für die Kunden. Mit Freude und Erfahrung in den Projekten. Stark in der Moderation und in Beteiligungsprozessen. Überzeugt mit fachlich fundierten, marktorientierten sowie regional zielführenden, machbaren Lösungen.



Im Mittelpunkt

- Masterpläne und Markenentwicklung
- Lebensraumkonzepte und Regionalmanagement
- Moderation und Coaching

Thomas Steiner, MA BSc
MANAGING PARTNER

Der ganzheitliche, lösungsorientierte Ansatz aus strategischer und wirtschaftlicher Perspektive mit hohem Individualisierungsgrad auf der einen Seite und ein zielstrebigere, proaktiver Partner mit Blick aufs Detail wie aufs große Ganze auf der anderen Seite sind optimale Voraussetzungen bei unternehmerischen Weichenstellungen und Optimierungen.



Im Mittelpunkt

- Strategie- und Investitionskonzepte für Hotelbetriebe
- Preisoptimierung und Revenue Management in der Ferienhotellerie
- Employer Branding – Aufbau und Optimierung einer Mitarbeiterstrategie im Hotelbetrieb

Mag. Werner Taurer
MANAGING PARTNER

Die Bedürfnisse der Kund:innen stehen im Mittelpunkt. Die Entwicklung von Lösungen erfolgt unter Einbindung der Kund:innen. Offenheit für Neues, fachlicher Tiefgang und Verlässlichkeit sind konstante Entwicklungs- und Prozessbegleiter. Die Tätigkeit an der Hochschule unterstützt die laufende Auseinandersetzung mit neuen Themen und junger Denkweise.



Im Mittelpunkt

- Strategieprozesse für Tourismus-Destinationen und -Betriebe
- Innovative Produktentwicklung im Tourismus
- Organisationsentwicklung in Tourismus-Destinationen und -Betrieben

Referent:innen

Julia Winkler

BERATERIN

Man ist erst reich, wenn man etwas hat, was man mit Geld nicht kaufen kann. Und das ist immer wieder das Vertrauen der Kund:innen und die Leidenschaft, gemeinsam mit ihnen etwas zu schaffen und weiterzuentwickeln. Lösungsorientiert, fokussiert und mit viel Motivation sowie Kreativität werden Projekte und Schulungen umgesetzt und das Team weiterentwickelt.



Im Mittelpunkt

- Seminare, Workshops und Verkaufstrainings für Mitarbeiter:innen und Führungskräfte
- Rezeptionsoptimierung, Training und Schulung mit dem Fokus auf Verkauf
- Operatives Hotelmarketing/Sales

Stephanie Zorn, MA

BERATERIN

Jeder Ort und jede Problemstellung laden ein, mit Neugier und Offenheit betrachtet zu werden. Es bereitet große Freude, tief in neue Projekte einzutauchen und gemeinsam mit den Beteiligten vor Ort schlüssige Lösungsansätze und Strategien zu entwickeln. Das intensive Engagement und die Begeisterung aller ist der Schlüssel zur gelungenen Umsetzung.



Im Mittelpunkt

- Entwicklung von Lebensräumen und Destinationen
- Inszenierung und Innovation in der Angebotsentwicklung
- Strategisches und operatives Marketing (Storytelling, Social Media)

Alle nicht gegenderten Formulierungen beziehen sich in gleicher Weise auf weiblich, männlich und divers. Änderungen und Irrtümer vorbehalten. Fotos: Kohl & Partner/Hannes Pacheiner, Helge Bauer, Foto- und Bildwerk, Prof. Dr. Dr. Roman Egger, Hannelore Kirchner

Wissen entsteht dadurch, dass man es sich aneignet.

frei nach Franz Kafka

Kohl & Partner GmbH
Tourismus Consulting

+43 4242 21 123
office@kohl-partner.at
www.kohl-partner.at

Hans-Gasser-Platz 9
9500 Villach
Österreich

Villach | Wien | Innsbruck
Südtirol | Bayern | Stuttgart
Zürich | Lausanne