



Institut für Tourismusforschung  
Jahresbericht 2021

Inhalt	Seite
1 Das Institut für Tourismusforschung .....	4
1.1 Wer wir sind.....	5
1.2 Leitbild: Was wir erreichen wollen .....	6
1.3 Kennzahlen des ITF 2021 .....	7
1.3.1 Studentische Kennzahlen 2021 .....	8
1.3.2 Kennzahlen der Fortbildungen und Presseanfragen im Jahr 2021 .....	9
1.4 Unsere Meilensteine im Jahr 2021 .....	10
1.5 30 Jahre Tourismuslehre an der Hochschule Harz .....	11
1.6 Das Team des ITF und ihre persönlichen Schwerpunkte in Forschung & Lehre .....	12
1.7 Funktionen und Gremienarbeit an der Hochschule Harz.....	19
1.7.1 Netzwerkarbeit in Verbänden, Organisationen und Unternehmen .....	21
1.7.2 Weitere ausgewählte Partner .....	23
2 Forschung und Beratung.....	25
2.1 Forschungsthemen der Institutsmitglieder.....	26
2.1.1 Ausgewählte Forschungs- und Beratungsprojekte.....	28
2.1.2 Studentische Projekte .....	29
2.2 Publikationen, Vorträge und Veranstaltungen.....	32
2.2.1 Beiträge in Zeitungen und Fachmagazinen sowie Fernseh- und Rundfunkbeiträge .....	37
2.2.2 Weitere ausgewählte Presseartikel zu den Beiträgen der ITF Mitglieder .....	40
2.2.3 Auswahl Forschungsreisen und Veranstaltungstermine (auch digital / hybrid) .....	47
2.3 Aktivitäten des Tourismus Talente Pools (kurz TOOL).....	49
2.4 Veranstaltungen .....	50

	<b>Seite</b>
2.5 Institute an der Hochschule Harz mit Forschungsschwerpunkten im Tourismus.....	51
3 Lehre .....	54
3.1 Unsere Tourismusstudiengänge.....	55
3.1.1 Tourismusmanagement B.A.....	55
3.1.2 Tourismusmanagement B.A. Dual .....	57
3.1.3 International Tourism Studies B.A. ....	59
3.1.4 Tourism and Destination Management M.A. ....	60
3.2 Kurse im SoSe 2021 und WiSe 2021/22 .....	63
3.3 Studentische Projekte / Exkursionen / Besichtigungen.....	69
3.3.1 Sonderthemen im Rahmen des Kurses „Spezielle Tourismuslehre“ .....	74
3.3.2 Exkursionen .....	75
3.3.3 Wissenschaftspreis Sachsen-Anhalt 2020 .....	77
3.3.4 Global UNWTO Students‘ League .....	79
3.4 Gastreferenten im Bereich Tourismus.....	84
3.5 Internationale Gastdozenten.....	86
3.6 Nationale Gastdozenten für Lehraufträge .....	88
3.7 Partnerhochschulen der Hochschule Harz.....	89
3.8 Fertiggestellte Abschlussarbeiten 2021 .....	90

## 1 Das Institut für Tourismusforschung

Das Institut für Tourismusforschung startet in das Sommersemester 2022 mit einer neuen Direktion. Turnusmäßig haben die Mitglieder aus den eigenen Reihen einen Direktor und einen Stellvertreter gewählt. Seit dem 1. März wurde diese Verantwortung auf Prof. Dr. Sven Groß und mich übertragen. Wir freuen uns sehr, die Geschicke des ITF künftig begleiten und gestalten zu dürfen, und danken dem Kollegium für das entgegengebrachte Vertrauen.

Danken möchten wir sehr herzlich auch unserem ehemaligen Direktor, Prof. Dr. Volker Böttcher. In den letzten fünf Jahren konnte unter seiner Leitung die Qualität der Lehre und die Zusammenarbeit unter den Kollegen noch weiter verbessert werden. Durch seinen reichen Erfahrungsschatz und seinen unternehmerischen Instinkt haben wir eine Vielzahl an Zielen in den vergangenen Jahren erreichen können. Dies wurde in den letzten Berichten deutlich und entsprechend dokumentiert. Der jetzt vorliegende Jahresbericht soll in dieser Tradition einen Überblick hinsichtlich der zahlreichen Aktivitäten der Mitglieder des ITF vermitteln und die Vielfalt der bearbeiteten Themenfelder verdeutlichen.



*Prof. Dr. Harald Zeiss, Institutsdirektor des ITF*

Das touristische Jahr 2021 war im deutschen Reisemarkt erneut durch die Auswirkungen der Corona Pandemie geprägt. Gab es im Jahr 2020 bereits einen Rückgang der Reiseausgaben der deutschen Bevölkerung von 54,1 % im Vergleich zum Jahr 2019 auf insgesamt 31,9 Mrd. €, setzte sich diese Entwicklung im Jahr 2021 fort. Der deutsche Reisemarkt verringerte sich nochmals um 9,7 % auf insgesamt 28,8 Mrd. Reiseausgaben der Deutschen.<sup>1</sup> Auch am ITF waren die Auswirkungen dieser Krise spürbar. Die Zusammenarbeit mit vielen touristischen Unternehmen war nur noch eingeschränkt möglich und die Lehre wurde ganz überwiegend digital durchgeführt. Trotz dieses schwierigen Umfelds haben die Mitglieder des ITF auch im Jahr 2021 mit zahlreichen Publikationen, Veranstaltungen und Vorträgen zur Weiterentwicklung der touristischen Forschung beigetragen und hierbei die Hochschule Harz repräsentiert.

Neuigkeiten gibt es auch aus dem Kollegium. Mit Prof. Dr. Daniel Spörr haben wir einen neuen Kollegen mit Fachkenntnissen in der Hotellerie und der Nachhaltigkeit gewonnen. Wir heißen Prof. Spörr herzlich im Team willkommen. Von seiner Lehre und seinen wissenschaftlichen Aktivitäten wird im nächsten Jahresbericht zu lesen sein.

Ich wünsche viel Spaß bei der Lektüre. Herzlichst,

*Prof. Dr. Harald Zeiss*

---

<sup>1</sup> Die dargestellten Zahlen können dem folgenden Werk entnommen werden: DRV, 2022, Der deutsche Reisemarkt – Zahlen und Fakten 2021, S. 4.  
Hinweis: An vielen Stellen im Jahresbericht gibt es für Sie digitale Links, die mit Smartphones gescannt werden können. Dort finden Sie weitere Hintergründe, Quellen oder Personalien.

## 1.1 Wer wir sind

Das Institut für Tourismusforschung (ITF) ist das erste In-Institut der Hochschule Harz. Geleitet wird das ITF von Prof. Dr. Harald Zeiss (Institutsdirektor) und Prof. Dr. Sven Groß (stellvertretender Institutsdirektor).

Mitglieder des Instituts sind die Hochschullehrer Professor Dr. Volker Böttcher, Professor Karl Born, Professor Dr. Axel Dreyer, Professorin Dr. Matilde S. Groß, Professor Dr. Sven Groß, Professorin Dr. Louisa Klemmer, Professor Dr. Martin Linne, Professor Dr. Michael-T. Schreiber und Professor Dr. Harald Zeiss. Hinzukommen die Dozenten Ines Karnath, Claudia Kepke und Uwe Richter sowie die wissenschaftliche Mitarbeiterin Maren Hille. Zudem wird das ITF durch Janine Hagemann als Junior Researcherin in den Bereichen Koordination und Projektakquise unterstützt.

Assoziierte Mitglieder des Instituts sind die regelmäßig an der Hochschule Harz im Bereich Tourismus lehrenden und forschenden Gastprofessoren Assoc. Professor Dr. John Hull sowie Teaching Professor Anne Terwiel von der Thompson Rivers University (Kamloops, Kanada). Weitere assoziierte Mitglieder sind Professor Dr. Michael Lück von der Auckland University of Technology (Neuseeland) und Professor Dr. Ralf Kunze von der IUBH Berlin.

Das ITF ist eine wissenschaftliche Einrichtung des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften. Es erfüllt die sich aus der vertretenen Fachdisziplin ergebenden Aufgaben in Lehre und Forschung. Darüber hinaus fördert das ITF den wissenschaftlichen Nachwuchs und stärkt das Forschungsprofil der Tourismuswissenschaft an der Hochschule Harz.



*Die Mitglieder des Instituts repräsentieren mit ihren Berufs- und Forschungsgebieten die gesamte Wertschöpfungskette des Tourismus, inklusive übergreifender Aspekte wie Nachhaltigkeit und Marketing.*

## 1.2 Leitbild: Was wir erreichen wollen

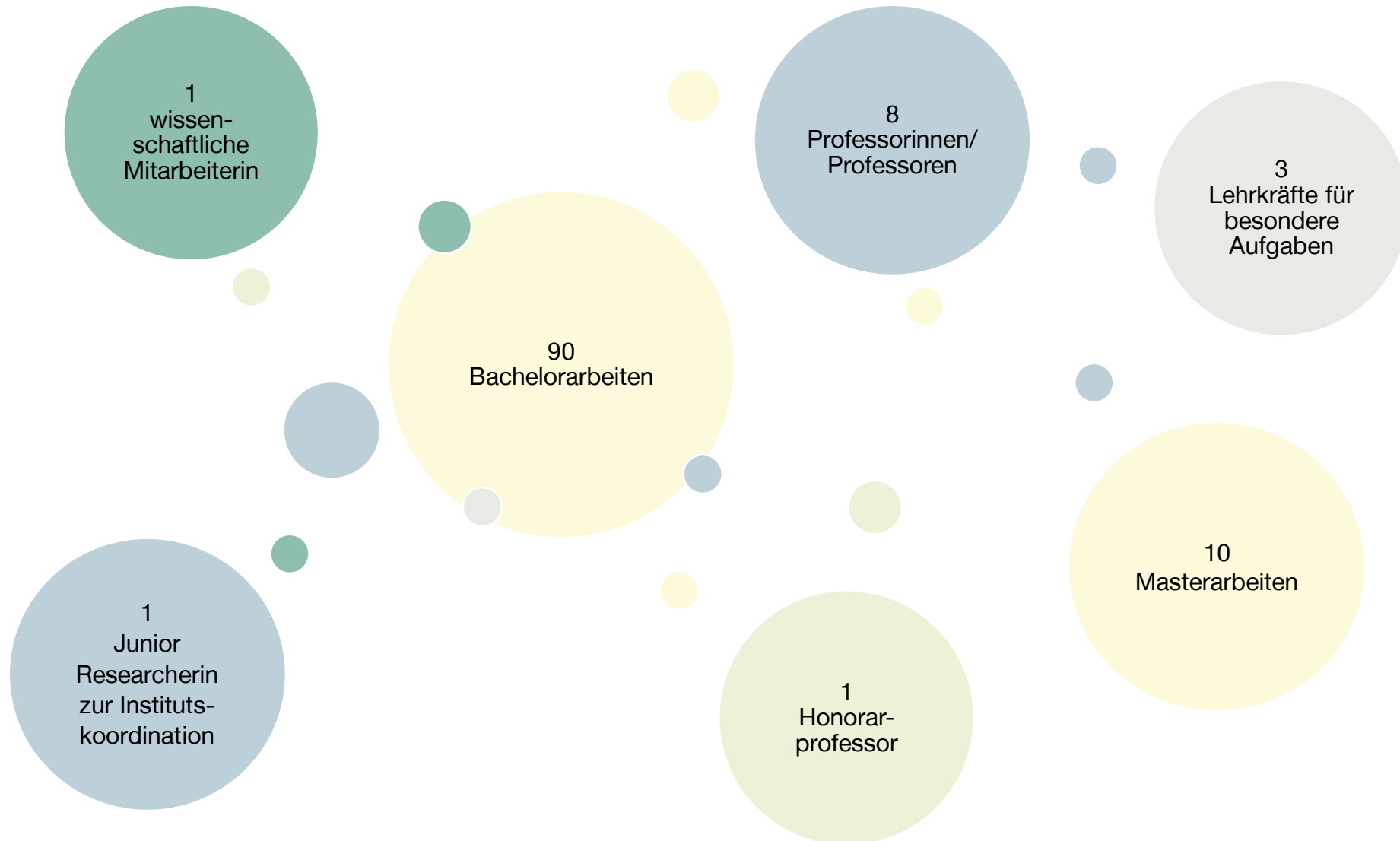
Auf den hochentwickelten Tourismusk Märkten sind Unternehmungen immer stärker darauf angewiesen, auf wissenschaftliche Erkenntnisse zurückzugreifen, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Die Manager in Tourismusunternehmungen werden heute mit Herausforderungen konfrontiert, die durch das Wissen aus einzelnen Disziplinen nicht mehr zu bewältigen sind und angesichts der Globalisierung ein immer umfassenderes Ausmaß annehmen.

In der Ausbildung von Absolventen, die solche Herausforderungen lösen können, sehen wir unsere Kernkompetenz. Deshalb haben wir es uns zur Aufgabe gemacht, in der Lehre und Forschung interdisziplinäre und internationale Ansätze zu verfolgen. Dabei sind wir der Auffassung, dass eine wissenschaftsbasierte und praxisorientierte Ausbildung mittel- und langfristig nur dann erfolgreich sein kann, wenn sie sich nicht nur an Tagesaufgaben orientiert, sondern den Forschungsbezug der Lehre besonders im Auge behält.

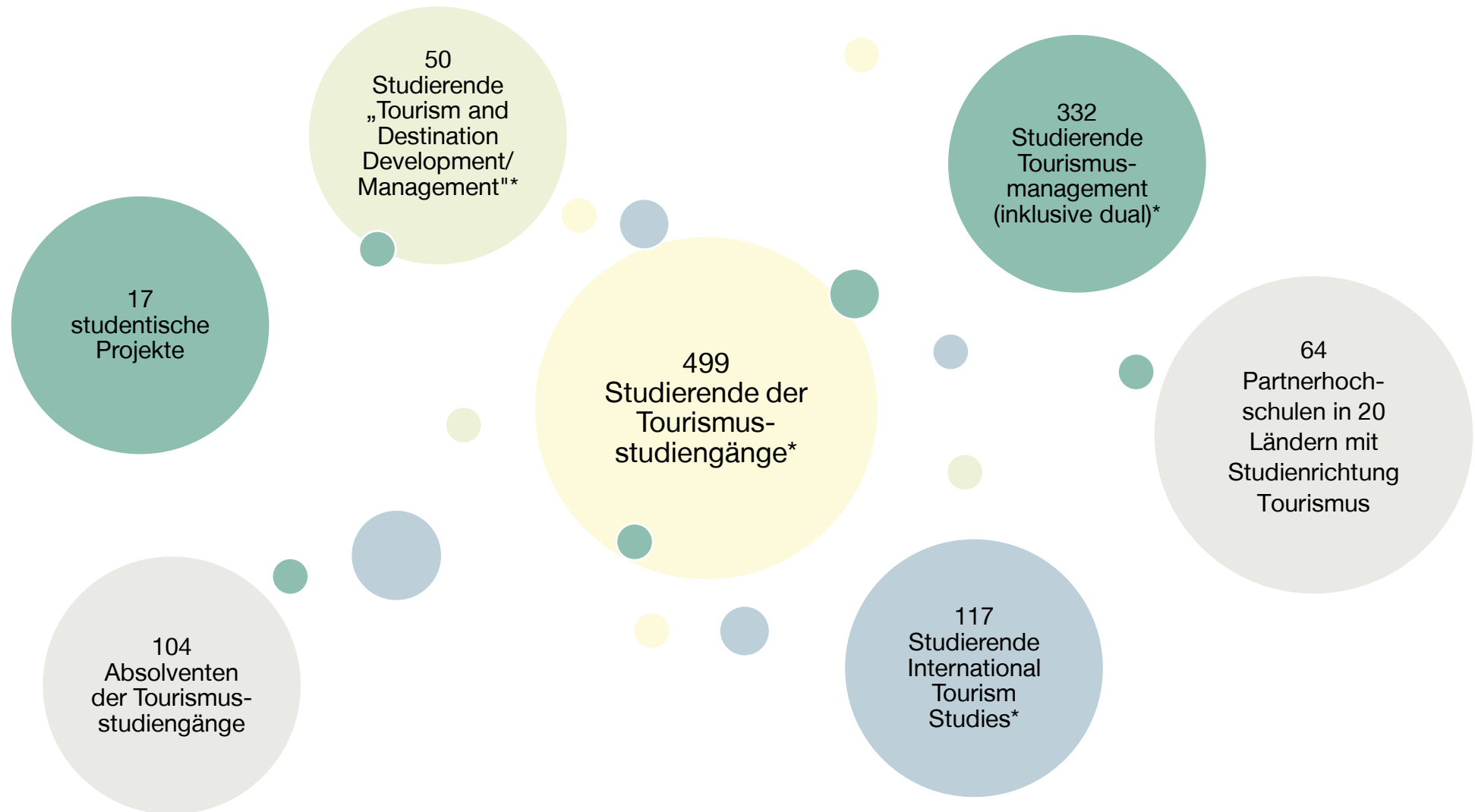
### **Unsere Ziele:**

1. In der Ausbildung konzentrieren wir uns auf der Grundlage eines fundierten betriebswirtschaftlichen Grundstudiums auf ein interdisziplinäres Studienangebot, bei dem die Lehrinhalte dem neuesten Wissensstand entsprechen.
2. Die Herausbildung der Problemlösungskompetenz wird dabei besonders betont. Auch nimmt die Förderung der sozialen und kommunikativen Kompetenzen einen hohen Stellenwert ein.
3. Um eine hohe Qualität der Lehre zu sichern, steht die ständige Qualifizierung von Lehrinhalten und die Entwicklung moderner Lehrformen im Mittelpunkt der Tätigkeit aller Mitarbeiter des Tourismusbereiches.
4. Wir sind der Auffassung, dass eine wissenschaftsbasierte und praxisorientierte Ausbildung mittel- und langfristig nur dann erfolgreich sein kann, wenn sie sich nicht nur an Tagesaufgaben orientiert, sondern den Forschungsbezug in der Lehre im Auge behält.
5. In unserer Forschungsarbeit gehen wir vom direkten Zusammenhang von Lehre und Forschung aus und konzentrieren uns auf interdisziplinäre Ansätze sowie anwendungsorientierte Ergebnisse.
6. Projekte und Publikationen, die mit Unternehmen, Verbänden und Hochschulen sowie anderen Partnern aus der Tourismuswirtschaft durchgeführt werden, haben dabei einen besonderen Stellenwert.
7. Um die Ziele in Lehre und Forschung zu erreichen, arbeiten wir offen, konstruktiv und vertrauensvoll miteinander und streben eine fächerübergreifende Kooperation mit dem Kollegium auf der Fachbereichs- und Hochschulebene an.
8. Wir leben eine nachhaltige Entwicklung, in der die Interessen künftiger Generationen Berücksichtigung finden und integrieren diese in unsere Forschung und Lehre.
9. Mit den touristischen Interessenvertretungen der Studierenden wollen wir in einer fairen Partnerschaft zusammenarbeiten. Aufgeschlossenheit gegenüber konstruktiver Kritik und die Förderung der studentischen Eigeninitiative bestimmen unser Verhalten gegenüber den Studierenden.
10. Um den notwendigen Wissenstransfer zu gewährleisten, pflegen wir den intensiven Kontakt zu unseren Partnern in der Tourismuswirtschaft, anderen Hochschulen und Institutionen in vielfältigen Formen. Dabei streben wir die Qualifizierung unserer zahlreichen internationalen, nationalen und regionalen Aktivitäten an.

### 1.3 Kennzahlen des ITF 2021



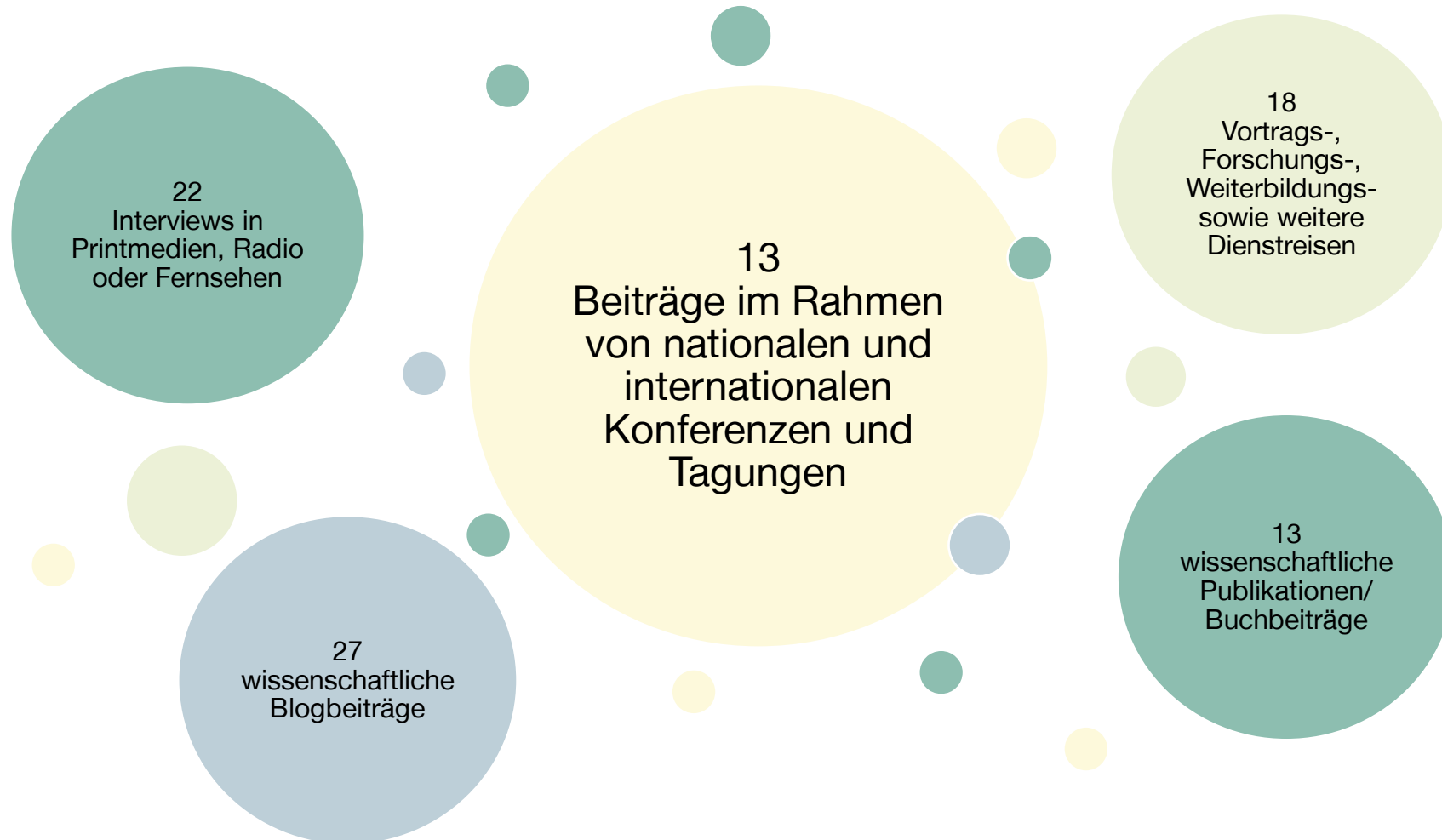
### 1.3.1 Studentische Kennzahlen 2021



\* Der Erhebungszeitraum ist nicht mit dem Kalenderjahr identisch, sondern erfolgt jährlich bis zum 31. Oktober.



### 1.3.2 Kennzahlen der Fortbildungen und Presseanfragen im Jahr 2021



## 1.4 Unsere Meilensteine im Jahr 2021

Erfolgreiche  
Umsetzung  
digitaler Formate  
in der Lehre und  
hybride Lehre

30 Jahre Tourismus  
an der Hochschule Harz

Neues Direktorium:  
Prof. Dr. Harald Zeiss  
Prof. Dr. Sven Groß  
seit 01.03.2022



Verschiebung der  
Schwerpunkte in der  
Lehre aufgrund von  
Corona

z.B. Nachhaltigkeit,  
Transformations-  
prozess in der  
Veranstaltungs-  
branche, Krisen-  
managemen

Beitragung am  
Promotionszentrum  
des Landes  
Sachsen-Anhalt  
*Sozial-, Gesundheits-  
und Wirtschafts-  
wissenschaften*


## 1.5 30 Jahre Tourismuslehre an der Hochschule Harz

Zum Wintersemester 2021/22 konnte die Hochschule Harz ihr 30-jähriges Bestehen feiern. Auch der Fachbereich Wirtschaftswissenschaften und der Tourismusschwerpunkt wurden zu diesem Zeitpunkt eingeführt. Anlässlich dieses Jubiläums initiierte das Tourismuskollegium verschiedene Formate.

Zum Wintersemester konnte in Kooperation mit dem Verein „Gesund älter werden im Harz“, welcher das Stempelsystem der Harzer Wandernadel ins Leben gerufen hat und dieses seit 2007 betreut, ein Sonderstempelkasten mit der Aufschrift „30 Jahre HS Harz“ auf dem Campus installiert werden. Die Einweihung nahmen Prof. Dr. Klemmer, Claudia Kepke und Christina Grompe, Projektleiterin der Harzer Wandernadel, vor.



Zeitgleich bekamen alle Studienanfänger einen Stempelpass geschenkt, mit welchem sie in den kommenden Jahren den Harz erkunden und die insgesamt 222 Stempel an geschichtsträchtigen Orten, geologisch interessanten Formationen und an Punkten mit schöner Aussicht, sammeln können. In den ersten zwei Monaten des Wintersemesters waren neben Studierenden und Mitarbeitenden auch alle anderen Wanderfans eingeladen, den grünen Campus zu erkunden und sich den Zusatzstempel einzutragen.

Um allen Interessierten einen kurzweiligen Einblick in die Forschungsschwerpunkte und Projekte der letzten 30 Jahre und den aktuellen Stand zu geben, hat das Tourismuskollegium im Wintersemester einen Blog ins Leben gerufen. Die Beiträge sind auf der Homepage unter folgendem Link abrufbar. [CLICK HERE](#) 

Als Höhepunkt des Jubiläums war für den 08.12.2021 die Veranstaltung „TourismInsight – 30 Jahre Tourismus an der Hochschule Harz“ geplant. Diese musste aufgrund hoher Corona-Fallzahlen abgesagt werden. Ein Nachholtermin konnte für das Jahr 2022 mit dem 10.06.2022 gefunden werden. Innerhalb des Formates

werden ehemalige Lehrende vielfältige Anekdoten preisgeben und Alumni spannende Rückblicke auf ihre Zeit gewähren. Um auch aktuelle und künftige Entwicklungen am ITF zu beleuchten, werden Masterstudierenden das Programm mitgestalten. Zudem erwartet die Teilnehmenden eine Podiumsdiskussion zum Thema „Personal-Tourismus-Karriere“, welche von Prof. Dr. Harald Zeiss moderiert wird und den heutigen Tourismus-Studierenden eine positive Perspektive geben soll. Weitere Informationen zu dem Ablauf der Veranstaltung sind unter folgendem Link abrufbar.

[CLICK HERE](#) 

### Zu unseren Blog-Artikeln

- ▶ 08.12.2021: Hat die Pauschalreise eine Zukunft? (Prof. Dr. Volker Böttcher)
- ▶ 15.12.2021: Was haben Wolfsburg und Haro gemeinsam? (Prof. Dr. Axel Dreyer)
- ▶ 22.12.2021: Der Tourismus hat an vielen Stellen eine positive Funktion (Prof. Dr. Harald Zeiss)
- ▶ 05.01.2022: Mehr Menschlichkeit mit Meetings (Prof. Dr. Michael-Thaddäus Schreiber)
- ▶ 12.01.2022: Internationale Erfahrungen und Vernetzungen im Laufe der Jahre (Prof. Dr. Sven Groß)

## 1.6 Das Team des ITF und ihre persönlichen Schwerpunkte in Forschung & Lehre

### **Prof. Dr. Harald Zeiss (Institutsdirektor)**

#### *Wissenschaftlicher/beruflicher Werdegang*

- 1995-2001 Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg sowie der Universität Robert Schuman de Strasbourg und dem Terry College of Business in Athens/Georgia, USA
- 2001-2002 Unternehmensberater Strategie, München
- 2005 Promotion an der Wissenschaftlichen Hochschule für Unternehmensführung (WHU)
- 2005-2016 Div. Leitungspositionen bei TUI Deutschland in Hannover, u.a. als Leiter des Nachhaltigkeitsmanagements
- Seit 2011 Professor für Tourismusmanagement/BWL an der Hochschule Harz
- Seit 2012 Gründer und Geschäftsführer des Instituts für nachhaltigen Tourismus in Wernigerode
- 2014 VDRJ-Preis der Deutschen Reisejournalisten „für besondere Verdienste um den Tourismus“

#### *Schwerpunkte in Forschung und Lehre*

- Nachhaltiger Tourismus
- Qualitätsmanagement
- Internationaler Tourismus



### **Prof. Dr. Sven Groß (stellv. Institutsdirektor)**

#### *Wissenschaftlicher/beruflicher Werdegang*

- Studium der Angewandten Geographie/Fremdenverkehrsgeographie an der Universität Trier und der Raumplanung an der Technischen Universität Dortmund
- Projektleitertätigkeiten: Stadt- und Verkehrsplanung bei FINEIS INSTITUT GmbH und Stadtverwaltung Bad Dürkheim
- Arbeit als Wissenschaftlicher Mitarbeiter und Promotion an der Fakultät Verkehrswissenschaften der TU Dresden
- Seit 2005 Professor für Management von Verkehrsträgern an der Hochschule Harz
- 2008 bis 2013 Leiter des Arbeitsbereichs Tourismus im Kompetenzzentrum für Informations- und Kommunikationstechnologien, Tourismus und Dienstleistungen der Hochschule Harz (gemeinsam mit Prof. Dr. Axel Dreyer)
- Von 2015-2018 Vorstandsmitglied der Deutschen Gesellschaft für Tourismuswissenschaft (DGT)

#### *Schwerpunkte in Forschung und Lehre*

- Tourismus und Verkehr
- Business Travel Management
- Touristische Marktforschung



## Prof. Dr. Volker Böttcher

### *Wissenschaftlicher/beruflicher Werdegang*

- Studium der Rechtswissenschaften an der Universität Hannover und Promotion zum Dr. jur.
- 1987 Eintritt in den TUI Konzern, zuletzt Vorstand der TUI Travel PLC, London (Verantwortung für den Geschäftsbereich Europa Mitte) sowie Managing Director German Specialists, Austria, Poland, Switzerland der TUI Travel PLC
- Seit 2014 Vertretungs-Professor für Tourismusmanagement/Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Reiseveranstaltermanagement an der Hochschule Harz

### *Schwerpunkte in Forschung und Lehre*

- Reiseveranstaltermanagement



## Prof. Karl Born

### *Wissenschaftlicher/beruflicher Werdegang*

- Lehre als Industriekaufmann
- Studium an der Verwaltungs- und Wirtschaftsakademie Mannheim mit Abschluss Dipl.-Betriebswirt
- 1969-1987 beschäftigt bei Condor Flugdienst, Frankfurt, zuletzt als Verkaufschef (Prokurist)
- 1987-2000 beschäftigt bei TUI, Hannover, zuletzt Mitglied des Vorstands TUI Group für den Geschäftsbereich Europa Mitte und zugleich Vorsitzender der Geschäftsführung TUI Deutschland
- Seit 2000 Vertretungs-Professur für Betriebswirtschaftslehre/Tourismusmanagement an der Hochschule Harz
- Seit 2006 Honorarprofessor für Tourismusmanagement/Tourismuswirtschaft
- Seit 2008 Mitglied Hall of Fame, Travel Industry Club
- 2009 VDRJ-Preis der Deutschen Reisejournalisten „für besondere Verdienste um den Tourismus“



## Prof. Dr. Axel Dreyer

### *Wissenschaftlicher/beruflicher Werdegang*

- Studium der Betriebswirtschaftslehre sowie der Publizistik- und Kommunikationswissenschaften an der Universität Göttingen (Abschluss 1983 als Diplomkaufmann)
- Promotion im Fachbereich Wirtschaftswissenschaften zum Themenbereich Sponsoring 1986
- Seit 1993 Professur für Tourismuswirtschaft an der Hochschule Harz
- Seit 1996 Honorarprofessor für Sportmanagement an der Universität Göttingen
- 2005 bis 2013 Leiter des Arbeitsbereichs Tourismus im Kompetenzzentrum für Informations- und Kommunikationstechnologien, Tourismus und Dienstleistungen der Hochschule Harz (gemeinsam mit Prof. Dr. Sven Groß)

### *Schwerpunkte in Forschung und Lehre*

- Tourismismärkte und -marketing: Sporttourismus (Wander- und Radtourismus), Weintourismus, Zukunft des Tourismus, barrierefreier Tourismus
- Servicequalität und Kundenzufriedenheit



## Prof. Dr. Matilde S. Groß

### *Wissenschaftlicher/beruflicher Werdegang*

- Studium der Fremdenverkehrsgeographie an der Universität Trier (Abschluss 1997 als Diplom-Geographin)
- Fünf Jahre Berufserfahrung als Geschäftsführende Gesellschafterin des FINEIS INSTITUT, Gesellschaft für angewandte Marktforschung und innovatives Management mbH, Deidesheim
- Promotion im Fachbereich Geowissenschaften/Geographie an der Universität Trier zum Themenbereich Marktsegmentierung 2002
- Seit 2002 Lehrkraft für besondere Aufgaben (LfbA) in den Tourismusstudiengängen an der Hochschule Harz
- Seit September 2017 Vertretungsprofessorin am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften

### *Schwerpunkte in Forschung und Lehre*

- Kurortemanagement
- Gesundheitstourismus
- Gastro- und Kulinarikmanagement



## Janine Hagemann M.A.

### *Wissenschaftlicher/beruflicher Werdegang*

- 2016-2019 Bachelorstudium in Tourismusmanagement an der Hochschule Harz
- 2019-2021 Masterstudium in Tourism and Destination Development an der Hochschule Harz
- Seit 2019 Mitarbeiterin am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Hochschule Harz

### *Tätigkeitsschwerpunkte am ITF*

- Akquisition und Durchführung von Drittmittel-/Forschungsprojekten
- Veranstaltungsorganisation
- Unterstützung bei allen administrativen Tätigkeiten
- Unterstützung bei der Weiterentwicklung der Lehre und Akkreditierungsverfahren



## Maren Hille M.A.

### *Wissenschaftlicher/beruflicher Werdegang*

- 2012-2016 Bachelorstudium in Tourismusmanagement an der Hochschule Harz
- 2016-2018 Masterstudium in Tourism and Destination Development an der Hochschule Harz
- Seit 2018 Wissenschaftliche Mitarbeiterin am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Hochschule Harz
- Promotionsvorhaben zum Dr. rer. pol. an der Leuphana Universität Lüneburg  
Forschungsschwerpunkt: Die Auswirkungen des Labels UNESCO-Weltkulturerbe auf deutsche Kulturstädte und -regionen

### *Schwerpunkte in Forschung und Lehre*

- Destinationsmanagement
- Kulturtourismus
- Wissenschaftliche Methodenlehre



### **Dipl.-Kffr. (FH) Ines Karnath**

#### *Wissenschaftlicher/beruflicher Werdegang*

- Ausbildung zur Hotelfachfrau und mehrjährige Berufserfahrung im Veranstaltungsmanagement verschiedener Hotels
- Studium der Betriebswirtschaft an der Hochschule Harz (Abschluss: Diplom-Kauffrau (FH))
- Training Manager im Hilton Cologne sowie Cluster Training Manager im Hilton Mainz
- Seit 2008 Lehrkraft für besondere Aufgaben in den Tourismusstudiengängen an der Hochschule Harz

#### *Schwerpunkte in Forschung und Lehre*

- Hospitality und Hotelmanagementsysteme
- Fallstudie im Tourismus



### **Claudia Kepke M.A.**

#### *Wissenschaftlicher/beruflicher Werdegang*

- 2004-2007 Bachelorstudium Tourismusmanagement an der Hochschule Harz
- 2007-2009 Masterstudium Tourism and Destination Development an der Hochschule Harz
- 2010-2011 Destinationsmanagerin/Leiterin Info-Punkt der Landesgartenschau Aschersleben
- 2011-2019 Leiterin der Tourist-Information Aschersleben/Tourismuseentwicklung/Tourismusmarketing bei der Aschersleber Kulturanstalt

#### *Schwerpunkte in Forschung und Lehre*

- Nachhaltigkeit im Tourismus
- Destinationsmanagement
- Kulturtourismus





## Prof. Dr. Louisa Klemmer

### *Wissenschaftlicher/beruflicher Werdegang*

- Bachelorstudium in Soziologie mit Schwerpunkt Betriebswirtschaftslehre an der Wake Forest University, USA und anschließendes Studium M.Sc. in Tourismus-, Freizeit-, und Sportmanagement an der University of Florida, USA
- Promotion an der University of Florida in Gainesville, USA zum Thema Tourismusauswirkungen auf die Lebensqualität der Bewohner und deren Unterstützung für Tourismusentwicklung
- Wissenschaftliche Mitarbeiterin, Center for Tourism Research and Development, University of Florida, USA
- Mehrjährige Managementenerfahrung in fünf 3-4 Sterne familienbetriebenen Hotels
- Nach Vertretungsprofessur seit 2013 Berufung zur Professorin für Betriebswirtschaftslehre/Tourismusmanagement, insb. Hospitality Management an der Hochschule Harz
- Seit März 2017 Prorektorin für Studium, Lehre und Internationalisierung an der Hochschule Harz

### *Schwerpunkte in Forschung und Lehre*

- Hospitality und Hotelmanagement
- Internationaler Tourismus
- Nachhaltige Tourismusentwicklung und Lebensqualität



## Prof. Dr. Martin Linne

### *Wissenschaftlicher/beruflicher Werdegang*

- Studium in Göttingen in BWL mit den Schwerpunkten Marketing, Handel, Industriebetriebslehre, Controlling und VWL
- Mehrjährige Managementenerfahrung als Tourismusmanager von Helgoland und Geschäftsführer der Wilhelmshaven Projekt GmbH
- 2008 Lehrauftrag an der Hochschule Harz und Promotion zum Thema Segeltourismus
- Professur an der FH-OOW in Wilhelmshaven, welche heute den Namen Jade Hochschule trägt
- Professur an der Fachhochschule Adam-Ries in Erfurt als Studiengangsleiter Tourismus
- 2013 Gründung der Gesellschaft für Tourismusforschung in Elmshorn mit Prof. Dr. Dreyer

### *Schwerpunkte in Forschung und Lehre*

- Hospitality Management und Hotelmanagement
- Kreuzfahrttourismus



## Dipl.-Betriebsw. (FH) Uwe Richter

### *Wissenschaftlicher/beruflicher Werdegang*

- Studium der Tourismusbetriebswirtschaftslehre an der Hochschule Heilbronn (Abschluss 2008 als Diplom-Betriebswirt)
- Junior-Produktmanager bei DERTOOUR GmbH & Co. KG (u.a. Hoteleinkäufer für die Zielgebiete Fuerteventura, Lanzarote, Kapverden, Yieldmanagement etc.)
- Seit 2011 Lehrkraft für besondere Aufgaben in den Tourismusstudiengängen an der Hochschule Harz
- Promotionsvorhaben zum Dr. rer. pol. an der Leuphana Universität Lüneburg  
Thema der Promotion: Glaubwürdigkeit im Internet
- Seit September 2021 Studiengangskoordinator Tourismusmanagement und Tourismusmanagement dual

### *Schwerpunkte in Forschung und Lehre*

- Digitalisierung im Tourismus
- Vertriebsmanagement im Tourismus



## Prof. Dr. Michael-T. Schreiber

### *Wissenschaftlicher/beruflicher Werdegang*

- Abgeschlossenes Studium in Wirtschaftsgeographie, Pädagogik und Sportwissenschaften an der Johannes-Gutenberg-Universität in Mainz
- Promotion: „Marketing im Städtetourismus“
- Leiter Marketing und Zentrale Kommunikation (Congress + Tourismus GmbH in Frankfurt a.M.)
- Tourismusdirektor der Hansestadt Lübeck
- Seit 1997 Professur für Dienstleistungswirtschaft/Tourismus an der Hochschule Harz
- Seit 2006 Geschäftsführer des Europäischen Instituts für TagungsWirtschaft – ein An-Institut der Hochschule Harz

### *Schwerpunkte in Forschung und Lehre*

- Destinations- und Kongressmanagement
- MICE-Monitoring europaweit



## 1.7 Funktionen und Gremienarbeit an der Hochschule Harz

<p><b>Prof. Dr. Volker Böttcher</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Direktor des Instituts für Tourismusforschung bis 03/2022</li> <li>▪ Studiengangskoordinator „Tourismusmanagement“ (B.A.) + Dual bis SoSe 21</li> </ul>
<p><b>Prof. Dr. Axel Dreyer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Honorarprofessor für Sportmanagement am Institut für Sportwissenschaften der Universität Göttingen (seit 1996)</li> <li>▪ Mitglied der Zulassungskommission für TDM</li> <li>▪ Sprecher der Kommission Weintourismus/ Kulinarik der Deutschen Gesellschaft für Tourismuswissenschaft (DGT e.V.). In dieser Funktion: Beteiligung an der Organisation (Rahmenplanung, Call for Papers etc.) der „Culinary and Wine Conference“ (CWTC) 2021 in Heilbronn</li> <li>▪ Mitglied des Promotionszentrums Sachsen-Anhalt</li> </ul>
<p><b>Prof. Dr. Matilde S. Groß</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bibliotheksbeauftragte des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften</li> <li>▪ Stellvertretende Gleichstellungsbeauftragte im FB W</li> <li>▪ Mitglied im Personalrat</li> </ul>
<p><b>Prof. Dr. Sven Groß</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stellvertretender Direktor des Instituts für Tourismusforschung ab 03/2022</li> <li>▪ Mitglied des Prüfungsausschusses</li> <li>▪ Mitglied der Zulassungskommission für TDM</li> <li>▪ Mitglied des Fachbereichsrates Wirtschaftswissenschaften</li> <li>▪ Studiengangskoordinator „Tourism and Destination Management“ (M.A.)</li> </ul>
<p><b>Dipl.-Kffr. (FH) Ines Karnath</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stellvertretendes Mitglied der Forschungskommission ab SoSe 21</li> </ul>
<p><b>Prof. Dr. Martin Linne</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Vorsitzender des Wahlausschusses Gremienwahlen WiSe 21/22</li> </ul>
<p><b>Prof. Dr. Louisa Klemmer</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Prorektorin für Studium, Lehre und Internationalisierung</li> <li>▪ Kommission für Studium und Lehre sowie Kommission für Internationalisierung</li> </ul>
<p><b>Dipl.-Betriebsw. (FH) Uwe Richter</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mitglied des Senats</li> <li>▪ Mitglied des Fachbereichsrates Wirtschaftswissenschaften</li> <li>▪ Mitglied der Senatskommission Hochschulkommunikation</li> <li>▪ Studiengangskoordinator „Tourismusmanagement“ (B.A.) + Dual ab WiSe 21/22</li> </ul>

**Prof. Dr. Michael-Thaddäus Schreiber**

- Mitglied der Zulassungskommission für TDM

**Prof. Dr. Harald Zeiss**

- Stellvertretender Direktor des Instituts für Tourismusforschung bis 03/2022
- Direktor des Instituts für Tourismusforschung ab 03/2022
- Studiengangskoordinator „International Tourism Studies“ (B.A.)
- Mitglied der Senatskommission Nachhaltige HS Harz (LAUT MSG)
- Mitglied der AG Nachhaltigkeit der Hochschule Harz

### 1.7.1 Netzwerkarbeit in Verbänden, Organisationen und Unternehmen

Die Mitglieder des Instituts für Tourismusforschung pflegen zu zahlreichen Partnern aus Forschung und Wirtschaft sowohl in der Region, aber auch international, intensiven Kontakt und arbeiten z.B. im Rahmen von Projekten zusammen. Im Folgenden ist eine Auswahl dieser Partner namentlich genannt. Zudem sind bei einigen detailliertere Informationen zur Art der Zusammenarbeit aufgeführt.



	<b>Deutsche Gesellschaft für Geographie (DGfG)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Prof. Dr. Matilde S. Groß – Mitglied im Arbeitskreis Tourismusforschung</li> </ul>
	<b>Deutsche Gesellschaft für Tourismuswissenschaft e.V. (DGT)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Prof. Dr. Axel Dreyer – Sprecher der Kommission Weintourismus/Kulinariik und Mitglied der Kommission Tourismus und Architektur</li> </ul>
	<b>Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (DZT)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Prof. Dr. Harald Zeiss – Beiratsmitglied</li> </ul>
	<b>Deutscher ReiseVerband e.V. (DRV)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Prof. Dr. Harald Zeiss – Vorsitzender des Nachhaltigkeitsausschusses</li> </ul>
	<b>Deutscher Tourismusverband e.V. (DTV)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Prof. Dr. Harald Zeiss – Vorsitzender des Fachausschusses Nachhaltiger Tourismus</li> </ul>
	<b>Futouris e.V. – die Nachhaltigkeitsinitiative</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Prof. Dr. Harald Zeiss – Mitglied Wissenschaftsbeirat</li> </ul>
	<b>Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Prof. Dr. Harald Zeiss – Mitglied der Jury des TODO-Preises</li> </ul>
	<b>Harzer Tourismusverband e.V. (HTV)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Institut für Tourismusforschung</li> </ul>
	<b>Tourismusverband Sachsen-Anhalt e.V. (LTV)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Institut für Tourismusforschung</li> <li>Prof. Dr. Matilde S. Groß – Qualitätsbeirat</li> <li>Prof. Dr. Louisa Klemmer – Qualitätsbeirat</li> <li>Prof. Dr. Harald Zeiss – Vorsitzender des Umweltbeirates</li> </ul>

**Weitere Mitgliedschaften/Beteiligungen**

	<p><b>Deutsche Gesellschaft für Tourismuswissenschaft e.V. (DGT)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Prof. Dr. Sven Groß</li> <li>Maren Hille M.A.</li> <li>Dipl.-Betriebsw. (FH) Uwe Richter</li> <li>Prof. Dr. Michael-T. Schreiber</li> </ul>		<p><b>Harzer Interessengemeinschaft der Tourismusstudierenden e.V. (HIT)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Prof. Dr. Axel Dreyer</li> <li>Dipl.-Kffr. (FH) Ines Karnath</li> <li>Prof. Dr. Louisa Klemmer</li> <li>Prof. Dr. Sven Groß</li> <li>Prof. Dr. Michael T. Schreiber</li> </ul>
	<p><b>Deutscher ReiseVerband e.V. (DRV)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Hochschule Harz</li> </ul>		<p><b>Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Prof. Dr. Karl Born</li> </ul>
	<p><b>Deutsche Verkehrswissenschaftliche Gesellschaft e.V. (DVWG)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Prof. Dr. Sven Groß</li> </ul>		<p><b>Association for Tourism and Leisure Education and Research (ATLAS)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Hochschule Harz</li> </ul>
	<p><b>International Association of Scientific Experts in Tourism (AIEST)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Prof. Dr. Sven Groß</li> <li>Prof. Dr. Michael-T. Schreiber</li> </ul>		<p><b>Harzer Hochschulgruppe e.V. – Institut für anwendungsbezogene Forschung, Beratung und Weiterbildung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Prof. Dr. Axel Dreyer</li> <li>Prof. Dr. Sven Groß</li> </ul>
	<p><b>Verkehrsclub Deutschland e.V. (VCD)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Prof. Dr. Matilde S. Groß</li> <li>Prof. Dr. Sven Groß</li> </ul>		<p><b>Willy Scharnow-Stiftung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Prof. Dr. Volker Böttcher – Mitglied im Kuratorium der Willy Scharnow-Stiftung</li> </ul>
	<p><b>Fairtrade Towns</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Prof. Dr. Matilde S. Groß – Mitglied der Steuerungsgruppe Fairtrade Towns Wernigerode</li> </ul>		<p><b>Hotelkette Dorint GmbH</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Prof. Dr. Karl Born – Mitglied des Aufsichtsrates</li> </ul>
	<p><b>Travel Industry Club (TIC)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Prof. Dr. Karl Born</li> </ul>		<p><b>New Zealand Tourism Research Institute (NZTRI)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Prof. Dr. Sven Groß</li> </ul>
	<p><b>Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Dipl.-Betriebsw. (FH) Uwe Richter</li> </ul>		<p><b>Wernigerode Tourismus GmbH (WTG)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Prof. Dr. Matilde Sophie Groß – Mitglied im Nachhaltigkeitsrat</li> </ul>

- Prof. Dr. Sven Groß – Mitglied im Editorial Review Board der Zeitschrift „Tourism Review“
- Prof. Dr. Sven Groß – Reviewer für z.B. „National Science Center (Polen)“ und „DAAD“ und verschiedene Journals (16 Reviews im Jahr 2021)
- Prof. Dr. Louisa Klemmer – Affiliate researcher an der UF Eric Friedheim Tourism Institute, USA
- Prof. Dr. Matilde S. Groß – Ansprechpartnerin für das Tourismusnetzwerk Sachsen-Anhalt

### 1.7.2 Weitere ausgewählte Partner

<b>Forschung (Universitäten, Institute)</b>
AUT, Neuseeland (Assoc. Prof. Dr. Michael Lück)
DHBW Ravensburg
DWI Deutsches Weininstitut (Eberhard Abele)
Hochschule Anhalt, Bernburg (Prof. Dr. Heiner Haass)
Hochschule für Angewandtes Management, Treuchtlingen (Prof. Dr. Manuel Sand)
Hochschule Geisenheim (Prof. Dr. Jon Hanf, Prof. Dr. Gerley Szolnoki)
Hochschule Heilbronn (Prof. Dr. Ruth Fleuchaus, Vizepräsidentin, Prof. Dr. Ralf Vogler, Prof. Dr. Jana Heimel)
Hochschule Stralsund (Prof. Dr. Werner Gronau)
Hochschule Worms (Prof. Dr. Knut Scherhag)
IMC FH Krems (Prof. Dr. Albert Stöckl, Studiengangsleiter Wine Business)
inspektour GmbH (Ralf Trimborn)
IU Internationale Hochschule, Campus Mannheim (Prof. Dr. Jens Rüdiger)
Thompson Rivers University Kanada (Assoc. Prof. Dr. John Hull, Anne Terwiel)
Universität Freiburg (Dr. Philipp Schröder, Institut für Ethnologie – Department of Social and Cultural Anthropology)
Universität Göttingen, Geographisches Institut
University of Cambridge (Dr. Franz Fürst)
Washington State University (Dr. Byron Marlowe)
EURAC Research
<b>Politik und Wirtschaft</b>
Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH
Europäischer Verband der Veranstaltungszentren e.V. (EVVC)
German Convention Büro (GCB)
Google Zukunftswerkstatt
Helgoland Kulinarik und Event GmbH
Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft Sachsen-Anhalt
Outdooractive (Dr. Dominik Huber)

<b>Touristische Verbände/weitere touristische Unternehmen</b>
Atmosfair (Dietrich Brockhagen)
Biosphere Expeditions
Cesim Ltd. (Monika Csapo)
Corps Touristique (Hanna Kleber)
Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT)
Deutscher Reiseverband (Thorsten Schäfer, Ellen Madecker)
Deutscher Tourismus Verband (DTV) (Iris Hegemann)
Dumont Verlag
Futouris
fvw
Harzer Tourismusverband (HTV)
Heilbäderverband Niedersachsen e.V. (Ilka Lemkemeyer)
Hilton Hotel Dresden & Köln (Andrea Hanschmann, Sandra Koch)
Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH (IMG)
Landestourismusverband Sachsen-Anhalt (LTV) (Martin Schulze)
LTV Qualitätsbeirat (Bärbel Schön)
Niedersächsischer Heilbäderverband e.V.
Reisetopia
Rheinland Pfalz Tourismus GmbH (Anja Wendling)
StayNTouch (Kees Lek)
SIHOT (Corinne Röhrig)
Truma
Wirtschaftsforum Helgoland e.V.
<b>Reiseveranstalter</b>
AIDA Cruises (Hansjörg Kunze)
Diamir (Thomas Mach)
Schumannreisen (Thomas Schumann)
Studiosus (Dr. Frano Ilic)
TUI Deutschland

<b>Regionale Partner</b>
Aschersleber Kulturanstalt (Matthias Poeschel)
Bürgerpark Wernigerode
Büro für Stadt- und Regionalentwicklung (BÖREGIO), (Dr. Ing. Rainer Mühlnickel)
DEHOGA Harz
Deutsche Fastenakademie, Bad Homburg (Katharina Lange)
Förderverein „Romweg – Abt Albert von Stade“ e.V., Schladen (Dr. Thomas Dahms)
Goslar Marketing GmbH (Marina Vetter)
Gothisches Haus Wernigerode (Antje Märker)
Harzdruckerei
HarzForum Zukunft (Veranstalter Martin K. Burghartz)
Harzmuseum Wernigerode (Olaf Ahrens)
Hotel zur Post, Wernigerode
Industrie- und Handelskammer Magdeburg
Kunst- und Kulturverein Wernigerode (Rainer Schulze)
Landkreis Harz, Fachbereich Strategie und Steuerung, Fachdienst Standortförderung (Jennifer Heinrich)
Luftfahrtmuseum Wernigerode
Mansfeld-Südharz GmbH (Stefanie Müller)
Museumsverband Sachsen-Anhalt e.V. (Ulf Dräger)
Saale Unstrut Tourismus e.V. (Antje Peiser)
Schloss Wernigerode (Dr. Christian Juranek)
See- und Waldresort Gröbern
Selketal im Harz (Claudia Kepke)
Stadt Harzgerode
Stadt Schöningen (Melanie Radecke, Anke Grundmann)
Stadt Wernigerode bzgl. Fair Trade Town Kampagne (Roman Müller)
Standortmarketing Mansfeld-Südharz GmbH (Stefanie Müller)
Tourismus GmbH Ilsenburg (Christin Alshut)
Villa Viriditas, Elbingerode (Britta Luerßen)
Wernigerode Tourismus GmbH (Andreas Meling, Roman Müller, Jens Friedrich)
Winzervereinigung Saale-Unstrut





## 2 Forschung und Beratung

Das Institut für Tourismusforschung agiert als Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Wirtschaft und verbindet interdisziplinäre Forschung mit der praxisbezogenen und praxisnahen Aufbereitung der Forschungsergebnisse. Im Auftrag von Unternehmen, Institutionen und/oder Verbänden werden in Entwicklungs- und Beratungsprojekten Strategien und Konzepte für den Tourismus erarbeitet. Dabei konzentriert sich das Institut für Tourismus in der Forschung auf wesentliche Kernthemen der aktuellen Tourismusentwicklung unter Berücksichtigung technologischer und gesellschaftlicher Megatrends. Neben der Auftragsforschung bzw. der Bearbeitung von Förderprojekten (beispielsweise für Ministerien) werden aktuelle Erkenntnisse regelmäßig auf internationalen Fachtagungen präsentiert und in Tagungsbänden publiziert.



## 2.1 Forschungsthemen der Institutsmitglieder

### Destinationsentwicklung und Lebensqualität



- Barrierefreies Reisen**  
(Prof. Dr. A. Dreyer, I. Karnath, Prof. Dr. L. Klemmer, C. Kepke)
- Aktiv- und Sporttourismus**  
(Prof. Dr. A. Dreyer)
- Gesundheitstourismus**  
(Prof. Dr. M. S. Groß, M. Hille)
- Kultur und Kulinarik**  
(Prof. Dr. A. Dreyer, Prof. Dr. S. Groß, Prof. Dr. M. S. Groß, Prof. Dr. M. Linne, C. Kepke, M. Hille)
- Spezialisierungen:**
  - Tourismus und Gastronomie (Prof. Dr. M. Linne)
  - Gesunde Ernährung, regionale Produkte (Prof. Dr. M. S. Groß, C. Kepke)
  - Tourismus-Entwicklung, -Planung und -Politik (Prof. Dr. S. Groß),
  - Gastro- und Kulinarikmanagement: Weintourismus (Prof. Dr. A. Dreyer)
  - Management von Destinationen mit Weltkulturerbe (M. Hille)

### Business Travel Management



- Tagungs- und Kongresswirtschaft**  
(Prof. Dr. M.-T. Schreiber)
- Events**  
(Prof. Dr. M.-T. Schreiber)
- Travel Management**  
(Prof. Dr. S. Groß)
- Spezialisierungen:**
  - Der Tagungs- und Veranstaltungsmarkt in Deutschland (Prof. Dr. M.-T. Schreiber)
  - MICE-Monitoring europaweit (Prof. Dr. M.-T. Schreiber)
  - Neue Interaktions- und Präsentationsformen bei Kongressen und Tagungen (Prof. Dr. M.-T. Schreiber)
  - Business Travel Management, v.a. Internet Booking Engines (Prof. Dr. S. Groß)

### Reiseveranstalter/Reisemittler Management



- Reiseveranstaltermanagement**  
(Prof. Dr. Volker Böttcher)
- Vertriebs- und Reisemittlermanagement (U. Richter)**

## Verkehrsträgermanagement/ Mobilität



**Verkehrsträgermanagement**  
(Prof. Dr. S. Groß)

**Sanfte touristische Mobilität**  
(Prof. Dr. S. Groß)

**Spezialisierungen:**

- Tourismus und Verkehr (z.B. Airline-Management, Mietfahrzeuge, Kreuzfahrttourismus, Verkehrserhebungen, Verkehrskonzepte für Destinationen)
- Touristische Beschilderungen

## Hotelmanagement/Hospitality



**Hotelmanagement/Hospitality** (I. Karnath, Prof. Dr. L. Klemmer, Prof. Dr. M. Linne)

## Qualitätsmanagement



**Qualitätsmanagement im Tourismus** (Prof. Dr. H. Zeiss, Prof. K. Born)

**Servicequalität und Kundenzufriedenheit** (Prof. Dr. A. Dreyer, Prof. Karl Born)

**Initiative ServiceQualität** (Prof. Dr. L. Klemmer)

## Digitalisierung/Online- Marketing



**Digitalisierung und eTourism** (U. Richter)

**Digitale Geschäftsmodelle und digitale Anwendungen und Online-Methoden** (Prof. Dr. Volker Böttcher, Prof. Dr. Sven Groß)

**Website-Management und Online-Marketing** (U. Richter)

## Nachhaltigkeit



**Nachhaltigkeit in der touristischen Wertschöpfung** (Prof. Dr. H. Zeiss)

**Spezialisierungen:**

- Nachhaltigkeitsmanagement bei Reiseveranstaltern, Airlines und Kreuzfahrtschiffen
- Armutsminderung durch Tourismus
- Nachhaltigkeitsmanagement in der Tourismusindustrie: Umweltzertifikate, Klimakompensation, Menschenrechte, Nachhaltigkeitskommunikation, Nachhaltige touristische Supply Chains

## Spezifische Forschungsthemen 2021



**Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Tourismusbranche**

**Outdoor-Aktivitäten und Abenteuer-tourismus**

## 2.1.1 Ausgewählte Forschungs- und Beratungsprojekte

### Forschungsprojekte:

<b>Immobilien- und Tourismusentwicklung in Deutschland (Forschungsprojekt)</b>	
Projektleitung an der Hochschule Harz	Prof. Dr. Sven Groß
Projektpartner	Prof. Dr. Franz Fürst (University of Cambridge) und Dr. Marcelo Cajias (Patrizia AG)
Projektlaufzeit	Laufend
Kurzbeschreibung	The amenity value of natural beauty and of the environmental quality of landscapes has been investigated in the extant literature. Although many of the regions that score highly on these intangible factors are relatively remote and lacking in the economic and physical infrastructure that underpin land values in agglomerations, empirical evidence suggests that the environmental attractiveness of a region is capitalised into house prices, offsetting at least partially any detrimental price effects stemming from their relative remoteness, lack of infrastructure or low market density for goods and services. Using a comprehensive dataset of residential sale prices from 2013-2021 and an aggregate measure of natural beauty as well as various local indicators of tourism intensity, we seek to test if this amenity value is indeed reflected in local and regional house prices in Germany. We also investigate if the attractiveness of residing in a tourist region with high natural amenity value has increased over recent years. The semiparametric spline analysis reveals that high tourism intensity and/or outstanding natural beauty commands a price premium after controlling for local economic conditions and a host of other factors. No evidence is found for accelerated price growth since the start of the pandemic towards more rural living in attractive areas but it may be too soon for these effects to be measurable.

<b>Marktstudie zur Bedeutung des Abenteuerismus und Outdoorsports in Deutschland (Forschungsprojekt)</b>	
Projektleitung an der Hochschule Harz	Prof. Dr. Sven Groß
Projektpartner	Prof. Dr. Manuel Sand
Kurzbeschreibung	In einer Online-Befragung wurden 1.500 Personen ab 18 Jahren in Deutschland zu dem Thema Abenteuerismus und Outdoorsport befragt. Die Ergebnisse der Studie sowie grundlegende Ausführungen zur Abgrenzung, Inhalte und Ausgestaltung des Abenteuerismus wurden in dem Buch „Draußen erleben! Abenteuer – Outdoor – Tourismus“ über den UVK-Verlag veröffentlicht.

**Projekte über das EITW:**

<b>Der Tagungs- und Veranstaltungsmarkt in Deutschland</b>	
Projektleitung an der Hochschule Harz	Prof. Dr. M.-T. Schreiber
Auftraggeber	GCB, EVVC und DZT
Projektlaufzeit	Ganzjährig
Kurzbeschreibung	Im Rahmen des Meeting- & EventBarometers 2021 (15. Auflage) wurden erstmals neben den Präsenz-Veranstaltungen auch virtuelle und hybride Meetings erfasst. Hierzu wurden neben den klassischen Betrieben (Veranstaltungszentren, Tagungshotels, Eventlocations) auch Online-Anbieter (z.B. von Streaming-Studios) und Veranstalter von physischen und virtuellen Meetings befragt.

**2.1.2 Studentische Projekte**

<b>Deep-nature Glamping</b>	
Kooperationsverantwortliche/r	Prof. Dr. Sven Groß
Ziel der Kooperation/Thema	Machbarkeitsstudie von Deep-nature Glamping
Projektlaufzeit	SoSe 21
Zusammenarbeit/Projekt in 2021	Im Rahmen des Kooperationsvertrages ist im Sommersemester 2021 eine Machbarkeitsstudie zur Klärung der Frage, wie ein Angebot wie tentr signature im deutschen Markt angeboten werden kann, ermöglicht worden. Dabei werden u. a. folgende Fragen beantwortet: Welche Grundstücke sind nutzbar und wie werden Grundstücksbesitzer einbezogen? Wie reagieren passende Grundstücksbesitzer auf das deep nature glamping Angebot? Würden sie mitmachen und unter welchen Umständen? Im Rahmen des Projektes werden eine Zielgruppenanalyse, sowie eine Akzeptanzanalyse (Einstellungen und Verhaltensabsicht) eines derartigen Konzeptes durchgeführt. Auf Basis der Ergebnisse konnten innovative Handlungsempfehlungen ausgearbeitet werden.

<b>Hotelmarktanalyse Mansfeld-Südharz GmbH</b>	
Kooperationsverantwortliche/r	Ines Karnath
Kooperationspartner	Standortmarketing Mansfeld-Südharz GmbH
Ziel der Kooperation/Thema	Hotelmarktanalyse
Projektlaufzeit	WiSe 21/22
Zusammenarbeit/Projekt in 2021	Innerhalb des Projektes haben die Studierenden eine Standortanalyse durchgeführt, die die aktuelle Situation des Hotelsegments im Landkreis Mansfeld-Südharz analysiert. Als Ergebnis werden potenzielle, neue Hotelstandorte im Landkreis Mansfeld-Südharz betrachtet und bewertet.

<b>Diverse Projekte mit Outdooractive GmbH</b>	
Kooperationsverantwortliche/r	Prof. Dr. Sven Groß
Kooperationspartner	Outdooractive GmbH, Dominik Huber
Projektlaufzeit	SoSe 21
Projekt 1	<p><b>Produktentwicklung: Schlechtwetter-Outdoor/Abenteueraktivitäten</b></p> <p>Die Outdooractive GmbH arbeitet beim Projekt „Active City Innovation“ mit. Weltweit sind eine fortschreitende Urbanisierung, ein Rückgang der städtischen Grünflächen und eine Zunahme des sitzenden Verhaltens zu beobachten. Diese aktuellen Entwicklungen fordern perspektivisch die Gesundheit und das Wohlbefinden heraus.</p> <p>In diesem Teilprojekt wird untersucht, wie Städte zu Orten der Gesundheit und des Wohlbefindens werden können, indem u. a. das Wissen über Good-Practice-Beispiele in Städten und Motivationen bzw. Barrieren bzgl. körperlicher Aktivität zusammengefasst und bewertet wird. Es soll eine Erweiterung des räumlichen und inhaltlichen Kontextes geschehen, d. h. auf den ländlichen Raum (bspw. Harz, Allgäu und Lübecker Bucht) und die Schlechtwetter-Outdoor-/Abenteueraktivitäten ausgedehnt werden. Zum Ziel der Produktentwicklung wird ein Mixed-Methods-Ansatz gewählt, wobei der Schwerpunkt auf der quantitativen Analyse gelegt wird. Es werden sowohl Interviews bspw. mit Fozzy (Innovationsmanufaktur), Manuel Sand (Adventure Campus), verschiedenen DMOs und Mammut, als auch eine quantitative Analyse bspw. zur Einstellung zu Schlechtwetter im Urlaub und Outdoor Aktivitäten durchgeführt. In diesem Rahmen werden außerdem die Wünsche und Bedürfnisse der Nachfrager bei Schlechtwetter, sowie der persönliche Nutzen aus Schlechtwetter-Aktivitäten ermittelt.</p>

Projekt 2	<p><b>Produktentwicklung: Community Ausbau bei Outdooractive</b></p> <p>Outdooractive betreibt Europas größte Outdoor-Plattform fürs Web und als App, welche für Wanderer, Bergsteiger, Biker, Familien und andere Outdoor-Liebhaber geeignet ist. Als Nutzer können Insider-Tipps von der Plattform-Community bekommen werden. Diese Community soll zukünftig ausgebaut werden, z. B. Finden von Wanderpartnern über die Plattform, Chat-Funktionen, „Instagram“ für Outdoor-/Abenteuerbegeisterte.</p> <p>In diesem Teilprojekt werden auf Basis verschiedener Analysen wie bspw. einer Konkurrenzanalyse inkl. Stärken-Schwächen-Analyse und einer Netnographie-Analyse existierender semantischer Daten (z. B. Kommentare/Q&amp;As) verschiedene Prototypen entwickelt und innovative Handlungsmöglichkeiten ausgearbeitet. Die Studierenden arbeiten dafür u. a. mit einer qualitativen Inhaltsanalyse und MaxQDA.</p>
Projekt 3	<p><b>Partizipation der lokalen Bevölkerung in der Tourismus-/Destinationsentwicklung</b></p> <p>DMOs erkennen zunehmend, dass es für eine erfolgreiche Destinationsentwicklung notwendig ist, die Anforderungen, Bedarfe und Einstellungen der lokalen Bevölkerung zum Tourismus zu berücksichtigen.</p> <p>In diesem Teilprojekt analysieren die Studierenden die Anforderungen und Bedarfe der lokalen Bevölkerung und untersuchen verschiedene Beteiligungsmöglichkeiten/Tools und deren Relevanz für den Tourismus. Hierfür werden Befragungen von Entscheidungsträgern zum Bedarf der Einbindung und Möglichkeiten und von der lokalen Bevölkerung zur Nachfrage der Einbindung und Potenziale durchgeführt.</p>



Im Rahmen der Destinations-Projekte durften die Studierenden des Masters Tourism and Destination Management in mehreren Gruppen jeweils ein spannendes Thema bearbeiten. Dabei wurde bspw. mit den Praxispartnern Outdooractive, dem Nationalpark Harz, elbferry und der UNWTO zusammengearbeitet.

Weitere Informationen sind unter folgendem Link abrufbar

[CLICK HERE](#) 



## 2.2 Publikationen, Vorträge und Veranstaltungen

### Wissenschaftliche Publikationen und Studien:

Dreyer, A., Rüdiger J., Wagner, D. & Stöckel, A. F. (Hg.) (2021):	Tourismus und Weintourismus - Culinary and Wine Tourism Conference 2020, Springer Gabler Verlag
Dreyer, A. & Rüdiger, J. (2021):	The Role of „Straußwirtschaften“ (Wine Taverns) in the German Wine Business, in: Rüdiger, J.; Wagner, D.; Dreyer, A.; Stöckl, A.F. (Hg.) (2021): Kulinarischer Tourismus und Weintourismus - Culinary and Wine Tourism Conference 2020, Springer Gabler Verlag, S. 133-144.
Dreyer, A. (2021):	Reisen zum Wein, Weintourismus zwischen Reben, Vinotheken und Kultur, UVK-Verlag.
Groß, S. & Huber, D. (2021):	„Local residents' contribution to tourist experiences: a community perspective from Garmisch-Partenkirchen, Germany", in: Tourism Review 77 (2), S. 532-548. <a href="https://doi.org/10.1108/TR-08-2020-0401">https://doi.org/10.1108/TR-08-2020-0401</a> .
Groß, S. (2021):	Tourismusforschung in Deutschland – Eine empirische Untersuchung von TourismusprofessorInnen an deutschen Hochschulen, in: Brandl, S., Berg, W., Herntrei, M., Steckenbauer, G.C., Lachmann-Falkner, S. (Hg.): Tourismus und ländlicher Raum - Innovative Strategien und Instrument für die Zukunftsgestaltung, Erich Schmidt Verlag, S. 177-196.
Groß, S. (2021):	Mehrere Beiträge in: Fuchs, W. (2021): Tourismus, Hotellerie und Gastronomie von A bis Z, De Gruyter Oldenbourg. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Autofreiheit, S. 56-58.</li> <li>• Ballone, S. 77-79.</li> <li>• Bergbahnen, S. 108-110.</li> <li>• Mobilitätsmanagement im Tourismus, S. 655-658.</li> <li>• Segway, S. 838-839.</li> <li>• Touristisches Besucherleitsystem, S. 966-968.</li> <li>• Weltraumtourismus, S. 1039-1040.</li> <li>• Zeppelin, S. 1061-1062.</li> </ul>



**Prof. Dr. Sven Groß und Dr. Dominik Huber veröffentlichen neue Studie**

Wie nehmen Einheimische ihre Rolle in der Gestaltung touristischer Erlebnisse wahr? Dieser Frage ging Prof. Sven Groß vom Institut für Tourismusforschung an der Hochschule Harz gemeinsam mit Dr. Dominik Huber nach. Die Experten stellen dabei auch Zusammenhänge mit den gegenwärtigen touristischen Herausforderungen im Zuge der Corona-Pandemie her. „Während einige Destinationen von den Touristenströmen praktisch vollständig abgeschnitten sind - man denke hier an Fernreiseziele und Kulturtourismus in urbanen Räumen - werden Hotspots gerade in der Nähe von Metropolregionen aufgrund der Reisebeschränkungen in den Quellenländern von erholungssuchenden Tagesausflüglern teilweise regelrecht überrannt“, so der junge Wissenschaftler Huber.

Daraus ergibt sich ein wachsender Druck auf die touristische Infrastruktur. Auch das Verhältnis zwischen Einheimischen und Gästen kann aus dem Gleichgewicht geraten. Hier setzt das Forschungsprojekt an und untersucht auf Grundlage qualitativer Forschungsmethoden in der Beispielregion Garmisch-Partenkirchen die Interaktionen zwischen Einheimischen und Gästen. Die Forscher entwickelten dabei ein Modell, das zwischen aktiver und passiver Gestaltung der Erlebnisse unterscheidet.

Die Studienergebnisse zeigen, dass ein Zusammentreffen und der Austausch zwischen Gastgebern und Gästen durch veränderte Geschäftsmodelle, Arbeitsmarktentwicklung, Trend zum kürzeren Reisen sowie durch die kulturelle und soziale Verankerung mit der Destination beeinflusst wird. Aus diesem Grund sollten Destinationsmanagementorganisationen die Rolle der lokalen Bevölkerung bei der Schaffung von Reiseerlebnissen stärker berücksichtigen. Effekte wie Gästezufriedenheit und Loyalität zur Destination können durch persönliche Bindungen verstärkt werden. „Digitale Kommunikationskanäle und Management-Tools zum effektiven Innenmarketing könnten hier genutzt werden, um ein besseres gegenseitiges Verständnis im Sinne einer Gemeinwohl-Ökonomie zu schaffen“, so Groß abschließend.


Die Studie ist unter dem Originaltitel „Local residents’ contribution to tourist experiences: A community perspective from Garmisch-Partenkirchen, Germany“ erschienen. Destinationsmanagementorganisationen sowie politischen Entscheidungsträgern können aus den Ergebnissen der Studie Handlungsempfehlungen für ihren Ort ableiten und das Gleichgewicht zwischen Bevölkerung und Gästen verbessern.

Prof. Dr. Sven Groß ist seit fast 15 Jahren Mitglied des New Zealand Tourism Research Institute (NZTRI), das im Rahmen seiner Projekte der lokalen Bevölkerung eine besondere Bedeutung für die Entwicklung des Tourismus beimisst. Dr. Dominik Huber, der am NZTRI promovierte und nun bei Outdooractive arbeitet, ist sich sicher: „Der Tourismus kann nur dann nachhaltig entwickelt werden, wenn er einerseits durch die lokale Bevölkerung unterstützt wird und andererseits einen positiven Beitrag für die Menschen und die Entwicklung der Region leistet.“

Veröffentlicht am: 16. Februar 2021

Link: [CLICK HERE](#) 

**Blogbeiträge:**

Prof. Dr. Groß veröffentlicht regelmäßig Blogbeiträge zum Thema Tourismus unter: <https://wissenschafts-thurm.de> 

Der Blog wurde Anfang 2018 von Prof. Dr. Uwe Manschwetus ins Leben gerufen und beschäftigt sich ebenfalls mit weiteren ökonomischen Themen.

Beiträge in diesem Jahr:

- Marktstudie zur Bedeutung des Abenteuerismus und Outdoorsports in Deutschland (18. November 2021)
- Schaffung touristischer Reiseerlebnisse durch Einheimische (26. Februar 2021)

Bildquelle: Wissenschafts-thurm / Manuel Sand



BLOGTHEMEN   BLOGSERIEN   WEBSEITEN FÜRS STUDIUM   AUTOREN   PUBLIKATIONEN   ÜBER UNS

18. NOVEMBER  
2021  
von SVEN GROSS

- Allgemein
- Blogserien
- Tourismus

## MARKTSTUDIE ZUR BEDEUTUNG DES ABENTEUERTOURISMUS UND OUTDOORSPORTS IN DEUTSCHLAND

Autoren: Manuel Sand\* und Sven Groß

Abenteuertourismus und Outdoorsport sind seit vielen Jahren Gegenstand wissenschaftlicher Untersuchungen. Der Begriff Abenteuertourismus wird dabei von der Tourismuswirtschaft und -wissenschaft als Oberbegriff (im Englischen „umbrella term“) für verschiedene Aktivitäten verwendet (vgl. Rantala et al., 2018, S. 547). Unter Outdoorsport werden Aktivitäten verstanden, die einen gewissen Erlebnischarakter aufweisen und in der Auseinandersetzung mit der Natur ausgeübt werden. Auch ein gewisses Risiko und das Überwinden von Grenzen spielen dabei oftmals eine Rolle.



Thema

## Kommentar-Kolumne: Die Born-Ansage

Der ehemalige Condor-Vertriebschef, TUI-Vorstand und Touristik-Honorarprofessor Karl Born schreibt auf [airliners.de](#) Kolumnen zum aktuellen Geschehen in der Luftverkehrswirtschaft.



SCAN ME

CLICK HERE



Beiträge in diesem Jahr:

- Liebe Wirtschaftsbosse, macht jetzt endlich Druck (14. Januar 2021)
- „Uns ist das Ding entglitten“ – also Tschüss und Bye, Bye Herr Spahn! (28. Januar 2021)
- Kein „Bayern-Dusel“ am BER (11. Februar 2021)
- Unterwegs nach Israel (25. Februar 2021)
- Lütke Daldrup, bitte übernehmen Sie! (11. März 2021)
- Mallorca, der Prügelknabe (25. März 2021)
- „Neue“ Kommunikation (08. April 2021)
- Scheuers grüne Erben (22. April 2021)
- Lufthansa hat keine Angst (06. Mai 2021)
- Grüner Populismus (22. Mai 2021)
- Die sieben Leben der Condor (03. Juni 2021)
- Ein Traum von Technik (17. Juni 2021)
- Alles eine Frage der Kommunikation (01. Juli 2021)
- Erst kommt das Fressen und dann die Moral (15. Juli 2021)
- Weltraumtourismus: Clowns im Raumschiff (29. Juli 2021)
- Wenn der Spirit verloren ist (12. August 2021)
- Die neue Angst um die Zukunft (09. September 2021)
- Kampf ums Verkehrsministerium (23. September 2021)
- Schlangestehen – die neue sinnlose Freizeitbeschäftigung? (07. Oktober 2021)
- Vor Gericht, auf hoher See und am BER ist man in Gottes Hand (21. Oktober 2021)
- Die fünfte Welle ist selbst verschuldet (04. November 2021)
- Lufthansa ist wieder reich und schön selbstverliebt (18. November 2021)
- GNVM – Germany’s next Verkehrsminister (02. Dezember 2021)
- Tschüss, Andy, danke für Nichts (16. Dezember 2021)
- Das griechische Alphabet ist bald zu Ende (30. Dezember 2021)

**Wissenschaftliche Vorträge und Moderationen:**

<b>Vortragender</b>	<b>Titel, Datum und Vortragsort (oder virtuell)</b>
Dreyer, A.	Zukunft, LIONS Club Meine, virtuell.
Groß, S.	„Profilstudie Abenteuer- und Outdoortourismus – Aktive Erlebnisse in der Natur und in extremen Umgebungen“, Vortrag auf der 24. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Tourismuswissenschaft (DGT) zum Thema „Tourismus und Transformation – Perspektiven einer Erlebnisökonomie im Blickwinkel von Krisen und Resilienz“ am 19.11.2021 im Europapark Rust (zusammen mit Manuel Sand).
Groß, S.	„Wirkungen und Weiterentwicklung der touristischen Unterrichtungstafeln an deutschen Autobahnen“, Vortrag auf der 24. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Tourismuswissenschaft (DGT) zum Thema „Tourismus und Transformation – Perspektiven einer Erlebnisökonomie im Blickwinkel von Krisen und Resilienz“ am 19.11.2021 im Europapark Rust (zusammen mit Dominic Fischer).
Groß, S.	„House Prices in Rural Tourist Regions“, Vortrag bei der 60. Jahrestagung der European Regional Science Association (ERSA) am 26.08.2021 in Bozen, Italien (online, zusammen mit Franz Fürst und Marcelo Cajias)
Groß, S.	„Wahrnehmung, Erinnerung und Verhaltensauswirkungen der touristischen Unterrichtungstafeln an deutschen Autobahnen“, Vortrag bei der virtuellen Veranstaltung „Never Stop (Re-)Searching“ am 24.06.2021 an der Hochschule Harz.
Hille, M.	Tourismuswissenschaftliches Kolloquium für Doktorandinnen und Doktoranden der Leuphana Universität, Vortrag zum Dissertationsvorhaben: Einfluss des UNESCO-Weltkulturerbe-Labels auf die touristische Entwicklung deutscher Kulturstädte, 22.03.2021, virtuell.
Schreiber, M.-T.	Tagungsland Hessen (Hessen Agentur & Partner), 04.03.2021, virtuell.
Schreiber, M.-T.	TagungsBarometer DD (Dresden Marketing GmbH), 23.04.2021, virtuell.
Schreiber, M.-T.	Transformationsprozess im MICE-Markt (EURAC), 17.05.2021, virtuell.
Schreiber, M.-T.	Tagungsmarkt Köln (KölnTourismus & Partner), 16.06.2021, virtuell.
Schreiber, M.-T.	Meeting- & EventBarometer Bonn (Netzwerktreffen), 04.11.2021, virtuell.
Schreiber, M.-T.	Neue Veranstaltungsformate (Fraunhofer & GCB), 11.11.2021, Frankfurt a. Main.
Zeiss, H.	ThemenTagTourismus Wernigerode, Reiseverhalten und -wünsche von Gästen mit Schwerpunkt Nachhaltigkeit, am 10.11.2021, in Wernigerode.

## 2.2.1 Beiträge in Zeitungen und Fachmagazinen sowie Fernseh- und Rundfunkbeiträge

Was	Wo/Thema/Titel	Wann	Wer
TV-Beitrag	WELT Thema: Podiumsdiskussion Nachhaltiger Reisen	04/2021	Prof. Dr. H. Zeiss
TV-Beitrag	ZDF Thema: Wachgeküsst, Urlaub in Deutschland	05/2021	Prof. Dr. H. Zeiss
TV-Beitrag	ARD, Tagesschau24 Thema: Zukunft des Tourismus	11/2021	Prof. Dr. H. Zeiss
TV-Beitrag	Hamburg Journal Thema: Folgen von Corona für Tourismus	09/2021	Prof. Dr. Martin Linne
Radiointerview	HR-info Thema: Auswirkung Feuer Mittelmeer auf Urlaub	08/2021	Prof. K. Born
Radiointerview	WDR 5 Quarks - Wissenschaft Thema: Reisen nach Corona	02/2021	Prof. Dr. H. Zeiss
Radiointerview	MDR Sputnik Thema: Podcast DEINE MEINUNG	06/2021	Prof. Dr. H. Zeiss
Radiointerview	NDR Redezeit: Thema: Folgen von Corona für Tourismus	09/2021	Prof. Dr. Martin Linne
Zeitungsinterview	Hildesheimer Allgemeine Zeitung Thema: Neustart nach Corona	04/2021	Prof. Dr. Martin Linne
Zeitungsinterview	Neue Westfälische Thema: Die Deutschen sind nach Corona-Lockdowns heiß auf den Herbsturlaub	10/2021	Prof. Dr. Martin Linne
Zeitungsinterview	Tagesspiegel Thema: Airlines im Abwarten-Modus	12/2021	Prof. K. Born
Zeitungsinterview	Mitteldeutsche Zeitung Thema: Wie Autobahn-Schilder für Abstecher in Sachsen-Anhalt werben	07/2021	Prof. Dr. S. Groß
Zeitungsinterview	Süddeutsche Thema: Einfluss von Corona auf das Reisen	04/2021	Prof. Dr. H. Zeiss
Zeitungsinterview	Touristik aktuell Thema: Nachhaltiger Tourismus nach Corona	06/2021	Prof. Dr. H. Zeiss
Zeitungsinterview	FAZ Thema: Wie wird der Urlaub nachhaltig?	06/2021	Prof. Dr. H. Zeiss
Zeitungsinterview	DER SPIEGEL Thema: Warum hält die deutsche Reisebranche ihren Jahreskongress in Griechenland ab, Herr Zeiss?	11/2021	Prof. Dr. H. Zeiss

Zeitungsinterview	RND Redaktionsnetzwerk Thema: Nach Corona nun das Klima: Abflug in ein neues Zeitalter des Reisens	11/2021	Prof. Dr. H. Zeiss
Zeitungsinterview	Die Rheinpfalz Thema: Nachhaltigkeit in Zeiten von Corona	12/2021	Prof. Dr. H. Zeiss
Magazinbeitrag	Mallorca Magazin (25/2021) Thema: Feiern ja, aber bitte ohne Exzesse	06/2021	Prof. K. Born
Magazinbeitrag	Mallorca Magazin Thema: Nachhaltigkeit in Zeiten von Corona	01/2021	Prof. Dr. H. Zeiss
Magazinbeitrag	TN-Deutschland Magazin (02/2021) Thema: 5 Fragen an Harald Zeiss	02/2021	Prof. Dr. H. Zeiss
Blogbeitrag	Breitengrad53 (Interview mit Torben Knye) Thema: Der Tourismus hat an vielen Stellen eine sehr positive Funktion	11/2021	Prof. Dr. H. Zeiss

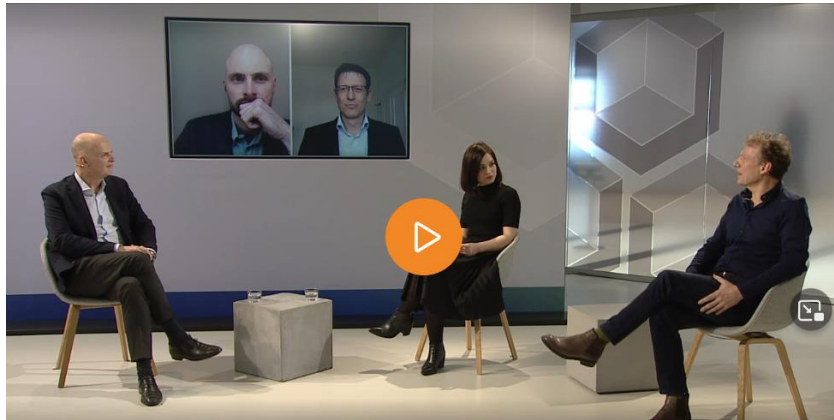


Für die Dokumentation „Wachgeküsst – Urlaub mal wieder in Deutschland“ begeben sich die Autorinnen Sandra Aid, Ada von der Decken und Frauke Ludwig auf die Suche nach kleinen Paradiesen in Deutschland und begleiten deutsche Urlauber im eigenen Land, und das auch mal abseits der bekannten Touristenpfade.

Der Film zeigt, dass auch der Harz, die Ostseeregion Kappeln an der Schlei, selbst das Berliner Umland große Chancen haben auf eine anhaltende touristische Zukunft. Der Tourismusexperte Prof. Harald Zeiss, Experte für Nachhaltigkeit und internationalen Tourismus an der Hochschule Harz, wagt für solche Regionen eine vielversprechende Prognose: „Die wirklichen Gewinner sind meines Erachtens die Lagen, die vorher gar nicht so bekannt waren, die sogenannten B-Lagen. Denn auf die sind jetzt viele Menschen aufmerksam geworden und haben sie kennengelernt. Und dort entsteht jetzt wieder ein Anschub, der dazu führen wird, dass dort in Zukunft mehr Urlaub verbracht wird.“

ZDF, 2021, abgerufen unter folgendem Link: [CLICK HERE](#) 





### Nachhaltiger Reisen nach Corona?

Eine Podiumsdiskussion mit Daniel Rieger (Leiter Verkehrspolitik beim Nabu), Prof. Dr. Harald Zeiss (Gründer und Geschäftsführer des Instituts für nachhaltigen Tourismus an der Hochschule Harz), Ingo Lies (Founder & Managing Director von Chamäleon Reisen), und Thomas Ellerbeck (TUI Group), moderiert von Christina Brause (Managing Editor Investigation & Reportage bei WELT).

WELT, 22.04.2021, Dauer: 26 Min.,  
abgerufen unter folgendem Link:

[CLICK HERE](#) 



### Prof. Dr. Harald Zeiss bei Tagesschau24 zur Zukunft des Tourismus

Harald Zeiss spricht mit Bettina Seidl über die Auswirkungen des Klimawandels auf den Tourismus und wie sich die Branche in der Zukunft ändern muss. Er stellt im Interview dar, welche positiven und negativen Seiten der Tourismus hat und welche Entscheidungen Urlauber schon heute treffen können um nachhaltiger zu reisen.

Außerdem gibt Prof. Zeiss einen Ausblick auf den Flugverkehr, spricht über regenerative Treibstoffe und zeigt Möglichkeiten auf, wie der nächste Urlaub gelingen kann.

ARD, 2021, abgerufen unter folgendem Link:

[CLICK HERE](#) 

## 2.2.2 Weitere ausgewählte Presseartikel zu den Beiträgen der ITF Mitglieder



### Wie Autobahn-Schilder für Abstecher in Sachsen-Anhalt werben

*Beitrag in der Mitteldeutschen Zeitung, von Wolfgang Benndorf*

Wernigerode/Tangermünde/dpa - Wer auf der Autobahn unterwegs ist, kennt sie - die braunen Hinweistafeln, die für touristische Ziele werben. Im Harz etwa werben Hexen für einen Abstecher. Ein Forscher hat sich Gedanken gemacht, was künftig an der A14 in der Altmark taugen könnte.

Hexen im Tiefflug? An der Autobahn 36 im Harz begegnen dem Kraftfahrer am Fahrbahnrand seltsame Gestalten. Sie dienen als Lockmittel, um unbedarfte Reisende vom Weg abzubringen. Doch keine Sorge. Hier führt niemand Böses im Schilde. Die touristischen Unterrichtungstafeln, so die offizielle Bezeichnung der braunen Schilder, sind eine wichtige Informationsquelle, die von vielen genutzt wird.

Foto: dpa

Sven Groß, Professor für Management von Verkehrsträgern an der Hochschule Harz, hat die Anzahl bundesweit erfasst und ihre Wirkungen untersucht. Dabei nahm er Wahrnehmung und Effekte, wie das Entscheidungsverhalten, wissenschaftlich unter die Lupe. Hinweistafeln auf touristische Ziele stehen an Deutschlands Fernstraßen seit den 1950-er Jahren. In den 1980-er Jahren wurde ihr Erscheinungsbild in der Richtlinie für die touristische Beschilderung (RtB) definiert.

Mehr als 3400 gibt es heute davon bundesweit. In Sachsen-Anhalt weisen fast 150 Tafeln an den rund 600 Autobahnkilometern auf touristische Ziele hin. Demnächst dürften einige hinzukommen. Mit der A14-Nordverlängerung bietet sich auch für die Altmark die Chance, auf diese Weise für touristische Anziehungspunkte zu werben.

Bisher seien noch keine Standorte für solche Tafeln festgelegt, sagt Steffen Kauert, Leiter der Außenstelle Magdeburg der Autobahn GmbH und damit zuständig für die Beschilderung der neuen Strecke. Sollte es entsprechende Anfragen geben, werde das unbürokratisch geregelt.

Konkrete Pläne, ein solches Schild aufstellen zu lassen, gibt es bereits in Tangermünde. Auftraggeber sind Kommunen, Tourismusverbände oder Unternehmen. Sie tragen auch die Kosten, die zwischen 8000 und 15 000 Euro liegen. In der Richtlinie sind die technischen Details der als Zeichen 386.3 geführten touristischen Hinweistafeln festgelegt. Maximal zwei davon sollten zwischen zwei Anschlussstellen stehen. Die dargestellte Sehenswürdigkeit soll maximal zehn Kilometer Luftlinie entfernt sein. Über die Genehmigung entscheidet die jeweilige Verkehrsbehörde.



Für die Beschilderung der Altmark-Autobahn empfiehlt Groß nach dem Grundsatz „Weniger ist mehr“ vorzugehen. Es sei besser, auf einige prägnante Sehenswürdigkeiten hinzuweisen, als beispielsweise für jede schöne Kirche ein eigenes Schild aufzustellen. Die Kaiserstadt Tangermünde, der Arendsee oder die Colbitz-Letzlinger Heide böten sich unter anderem dafür an. Auf letztere verweisen zwar bereits Schilder an der A2. So weit vom eigentlichen Ziel entfernt mache das jedoch wenig Sinn.

Auf jeden Fall gehöre die Hansestadt Stendal auf die Liste, sagt Groß. Hier sollte nicht nur der Dom dargestellt werden, sondern es auch einen Hinweis auf den berühmtesten Sohn der Stadt geben. Johann Joachim Winckelmann, Begründer der klassischen Archäologie und modernen Kunstwissenschaft, sei zwar nicht jedem bekannt. Über diese Verknüpfung ließe sich das Thema aber einer größeren Zielgruppe näherbringen. Eine entsprechende App, die weiterführende Informationen bietet, sei bereits auf dem Markt. Ähnlich wie im Harz schlägt der Professor auch für die Altmark ein regionales Erkennungsmerkmal vor.

Im Harz fungieren die Hexe und der Brocken als verbindendes Symbol der Tourismusregion. Sie sind daher auf vielen Schildern zu finden. Nicht immer sind es Regionen (Magdeburger Börde, A2), Sehenswürdigkeiten (Schloss Hundisburg, A2) oder andere klassische touristische Ziele (Burg Querfurt, A38), die so auf sich aufmerksam machen. An A36 und A38 weisen die Harzer Schmalspurbahnen auf ihr Unternehmen hin. An der A39 wirbt VW für seine Autostadt.

Es scheint zu funktionieren. Knapp 17 Prozent der 1100 von Groß für seine Studie Befragten gaben an, aufgrund einer solchen Hinweistafel schon mal spontan die Autobahn verlassen zu haben. Zwei Drittel erklärten, sich an solche Tafeln erinnern zu können. Bei einem Drittel weckten sie die Neugier, das dargestellte Ziel später einmal zu besuchen. Jeder Fünfte sieht die Schilder ausdrücklich positiv, findet sie interessant, hält sie für eine gute Idee und hilfreich. Nur sechs Prozent der Befragten verbanden mit den Tafeln negative Gedanken und sie bezweifelten den Sinn oder kritisierten die damit verbundenen Kosten.

„Die touristischen Hinweistafeln bringen etwas“, fasst der Wissenschaftler das Ergebnis seiner Studie zusammen. Ihre Bedeutung würde angesichts des sich durch Corona verändernden Reiseverhaltens noch wachsen. Immerhin fahre laut Reiseanalyse der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen ein Großteil der Deutschen mit dem Auto in den Urlaub. Dass die neue Autobahn Touristen abschrecken könnte, die Altmark zu besuchen, glaubt Groß daher nicht. Die Erreichbarkeit spiele bei den meisten bei der Urlaubsplanung eine wichtige Rolle.

Veröffentlicht am: 18.07.2021

Link: [CLICK HERE](#) 





Foto: Christian Wyrwa

## Warum hält die deutsche Reisebranche ihren Jahreskongress in Griechenland ab, Herr Zeiss?

*Ein SPIEGEL-Interview von Antje Blinda*

Tourismus ist für acht Prozent der Klimaemissionen verantwortlich. Auf der Jahrestagung gab die Branche ein Klima-Positionspapier heraus – alle 400 Teilnehmer flogen dazu an die Costa Navarino.

**SPIEGEL:** Der Deutsche Reiseverband (DRV) hat ein Positionspapier zum Klimaschutz veröffentlicht. Gerade hat der Verband seine Jahrestagung an der Costa Navarino in Griechenland abgehalten, mehr als 400 Teilnehmerinnen und Teilnehmer reisten mit dem Flugzeug an – darunter auch Sie als DRV-Vorsitzender des Ausschusses Nachhaltigkeit. Wie passt das zusammen?

**Harald Zeiss:** Diese Veranstaltung war auf der einen Seite schon lange geplant – und ist im Übrigen vollständig CO<sub>2</sub>-kompensiert. Zum anderen war aber genau dieser Konflikt auch Teil des Gesprächs, nämlich: Ist das noch zeitgemäß? Wobei die Tourismusbranche natürlich im Dilemma ist, wenn sie selbst nicht mehr in eine Destination fliegen würde. Dann würde sie das ganze Konzept des Reisens und der Mobilität infrage stellen.

**SPIEGEL:** Na ja, man muss ja nicht gleich das Fliegen verbieten, könnte aber Flüge auch im Geschäftsreisebereich verantwortlich einsetzen. Eine Tagung mit deutschen Teilnehmern über Themen der deutschen Branche hätte man ja gut zu Hause veranstalten können.

**Zeiss:** Ja, auf der Tagung habe ich als Moderator einer Podiumsdiskussion versucht, das transparent zu machen: Jeder von uns, der im Flugzeug von Berlin nach Griechenland saß, hat die Emission von rund einer Tonne CO<sub>2</sub> verursacht – umgerechnet sind das drei Quadratmeter Eisfläche, die geschmolzen sind. Das zeigt, dass wir verantwortungsvoll mit der Mobilität umgehen sollten. Der Tourismus trägt immerhin bis zu acht Prozent bei den Klimaemissionen weltweit bei. Gleichzeitig bringt er vielen Ländern viel Positives, schafft so viele Jobs und so viele Erlebnisse und macht die Welt erhaltenswerter für die, die gereist sind – ein Spannungsfeld.

**SPIEGEL:** Was ist die Position des DRV zum Klimaschutz?

**Zeiss:** Unsere Ansatzpunkte sind – so steht es auch in dem Positionspapier – zum einen: Wir müssen uns bemühen, dass die Mobilität, ohne die unsere Reisewirtschaft nicht funktionieren wird, deutlich klimafreundlicher wird. Und zum anderen: Die Verantwortung liegt beim Konsumenten. Die Kunden werden ihren eigenen Konsum kritisch hinsichtlich ökologischer, sozialer Auswirkungen betrachten müssen und im Zweifel anders buchen: im reduzierten Umfang oder – und das ist der Paradigmenwechsel – gar nicht.

**SPIEGEL:** Bewegt sich die Branche in Sachen Klima und Nachhaltigkeit?

**Zeiss:** Ich erlebe den Wandel in der Branche als extrem schnell. Es gibt sehr viele, die schon aktiv sind, alle auf ihre eigene Art. Ich kann mich noch an Präsentationen erinnern, wo mir bedeutet wurde, dass das mit dem Klimawandel alles Kokolores sei. Diese Reaktionen bekomme ich nicht mehr. Eher, dass einige kleinere Veranstalter nicht wissen, was sie da jetzt ändern könnten, weil die Herausforderungen so massiv sind: Im Durchschnitt entstehen rund 80 Prozent der gesamten Emission einer Urlaubsreise durch die Mobilität und durch den Flug – und es gibt eben einfach noch keine e-Flugzeuge, die Flieger benötigen weiterhin Kerosin aus fossilen Brennstoffen.

**SPIEGEL:** Sie waren selbst bis 2016 leitender Nachhaltigkeitsmanager der TUI – wie ist die Lage bei den großen Reiseveranstaltern?

**Zeiss:** Die sind erstaunlich weit. Bei der TUI zum Beispiel hieß die Strategie zwischen 2015 und 2020 »Better Holidays, Better World«. Das Ziel – zehn Prozent weniger CO<sub>2</sub>-Emissionen, zehn Millionen Gäste in grünen Hotels, zehn Millionen Euro für nachhaltige Projekte – wurde auch umgesetzt. Die DER Touristik gibt aktuell zu ihrem Programm »Der Welt verpflichtet« einen Katalog für ökologisches, verantwortungsvolles Reisen heraus. Allerdings buchen die Kunden sehr zögerlich. In den Bereichen, wo es wirtschaftlich sinnvoll ist, wird sowieso vieles geändert, etwa Wassersparprogramme in Hotels. Überhaupt: Gerade in der Hotellerie – den eigenen Hotels der Veranstalter und den Vertragshotels – hat sich viel getan.

**SPIEGEL:** Sie sagen, die Verantwortung liegt bei den Konsumenten und Konsumentinnen. Das wird ihnen manchmal nicht leicht gemacht: Wenn man über die Internetseite zum Beispiel von TUI eine möglichst nachhaltige Reise buchen will, kann man in der Suchmaske »glutenfreie Kost« oder »Urlaub mit Hund« als Auswahlkriterien ankreuzen, aber nicht »klimafreundlich« oder »mit Nachhaltigkeitssiegel«.

**Zeiss:** Das stimmt, das gab es früher mal, aber auch sehr versteckt. Da setzt vielleicht auch die »Klimabilanzierung« an, ein sogenanntes Branchenprojekt von Futouris, das wir mit Wissenschaftlern und Praxispartnern 2022 und 2023 ausarbeiten werden. Ziel ist, den CO<sub>2</sub>-Footprint für jede Reise ermitteln und transparent machen zu können, dafür wollen wir branchenweit eine einheitliche Methode etablieren. Die CO<sub>2</sub>-Emission soll nicht nur für den Flug, sondern auch für Transfer, Hotel und so weiter berechnet und in Datenbanken vorgehalten werden. Das Ganze wird in die Reisebuchungssysteme eingespielt, sodass der Kunde im Reisebüro oder der Veranstalter eine Gesamtsumme für seine Reise erhält.

**SPIEGEL:** Und dann?

**Zeiss:** Die Kunden können entscheiden, wie sie reisen wollen, und gegebenenfalls die Emission kompensieren, ebenso die Reiseveranstalter.

**SPIEGEL:** DRV-Präsident Norbert Fiebig sagte auf der Tagung: »Aktuell sehen wir nach wie vor noch eine starke Diskrepanz zwischen dem häufig geäußerten Wunsch nachhaltig zu reisen und der tatsächlichen Buchungsentscheidung des Kunden« – genauso sehen das auch Tourismusforscher. Überlässt man die Entscheidung den Kundinnen und Kunden, wird sich eventuell nicht viel verändern?

**Zeiss:** Ja – wenn das Angebot nicht klimafreundlich ist, dann kann der Kunde auch nichts machen, außer gar nicht zu buchen. Wenn es aber klimafreundlichere Angebote gibt, dann ist die Frage: Wie bekommen wir den Kunden dazu, die klimafreundlichere oder nachhaltigere Variante zu wählen? DER Touristik hat sich entschieden, ihren Katalog sehr ansprechend zu gestalten, um Verständnis für das Thema zu wecken. Nun ist es aber nicht so, dass die Kunden alle gleich sind.

**SPIEGEL:** Was bedeutet das?

**Zeiss:** Ich glaube, dass sich die Anzahl der Kunden erhöht, die sich tatsächlich Gedanken macht, wie gereist wird. Das hat nicht nur Corona, sondern auch Fridays for Future und die Klimadiskussion bis hin zu Glasgow mit sich gebracht. Dann gibt es aber die ganz große Kundengruppe, die eher wenig Geld verdient, einfach mal Urlaub braucht und sich keine Gedanken machen will über Klimaschutz oder Nachhaltigkeit. Und die zu erreichen, das wird die Herausforderung sein, denn bei einem knapp kalkulierten Drei-Sterne-Hotel-Aufenthalt für eine Familie spielen 100 Euro mehr für die Kompensation schon eine Rolle.

**SPIEGEL:** Oder man gestaltet die Reisen so, dass für kürzere Anreisen keine Flüge angeboten werden und Fernreisen nicht unter drei Wochen möglich sind?

**Zeiss:** Das funktioniert nur bei Rundreiseangeboten von Spezialanbietern. Wie etwa Studiosus, einer der größten Rundreiseanbieter in Deutschland, der seit Januar alle Reisen kompensiert. Ebenso »Reisen mit Sinnen« oder Anbieter, die sich zum Forum Anders Reisen zusammengeschlossen haben. Die bedienen aber eine Kundschaft, die eine höhere Akzeptanz dafür hat als der Massen- oder Volumenmarkt, wo aufs Geld geschaut wird. Dort gibt es durch die sogenannte dynamische Paketierung jede Saison weniger vorgefertigte Pakete. Das Buchungssystem sucht sich vielmehr wie ein individueller Reisender einen Flug, ein passendes Hotel und dann den Transfer und die Reiseleitung dazu.

**SPIEGEL:** Ein Blick in die Zukunft?

**Zeiss:** Ich beobachte, dass sich insgesamt die Anspruchshaltung der Gäste ändert, dass Luxus anders definiert wird. Benötigt man jeden Tag einen Handtuchwechsel? Die Antwort ist inzwischen ganz klar Nein. Über Erdbeeren im Winter wird die Stirn gerunzelt und auch über Plastikstrohalme. Das sind nur Details, die vielleicht unsere Welt nicht retten. Aber die Branche muss sich zunehmend die Frage stellen: Ist das, was wir hier anbieten, im Sinne des Gastes? Das Noma in Dänemark, das zum weltbesten Restaurant der Welt gewählt wurde und seit Jahren viel Wert auf Nachhaltigkeit legt, ist ein schönes Beispiel für eine Entwicklung, die uns zeigt, wie die Zukunft aussehen wird: vermutlich mit mehr Authentizität, Regionalität und slower – das denke und hoffe ich. Da wird sich die gesamte Leistungskette anpassen müssen.

Veröffentlicht am: 03.11.2021

Link: [CLICK HERE](#) 



## **Wie der touristische Nachwuchs auf die Klimakrise reagiert**

*Beitrag bei reisevor9 von Christian Schmicke*

Unter den Studierenden sei das Bewusstsein für die Notwendigkeit einer Änderung des Reiseverhaltens ausgeprägt, sagt Professor Harald Zeiss (Foto), der an der Hochschule Harz Tourismus-BWL mit dem Schwerpunkt Nachhaltigkeit lehrt. Zugleich stelle der Klimawandel die Nachwuchstouristiker vor ein Dilemma.

Viele junge Leute, die seine Vorlesungen besuchten, seien im Hinblick auf die Folgen des Klimawandels sehr betroffen und nähmen das Thema ernst, sagt Zeiss im Gespräch mit Reise vor9. Zugleich seien sie aber auch "sauer, auf das, was in der Vergangenheit geschehen ist". Wegen des CO<sub>2</sub>-Abdrucks, den die Älteren nicht zuletzt durch häufiges Fliegen und Fernreisen hinterlassen hätten, müsse sich die nachfolgende Generation einschränken. "Das ist so, als wenn Du zwei Stunden zu spät zum Büffet kommst und feststellst, dass andere vor Dir schon einen großen Teil der Torte weggeputzt haben", beschreibt der Hochschullehrer das Stimmungsbild.

Wer Tourismus studiere, habe natürlich den Wunsch, die Welt zu entdecken, sagt Zeiss. Viele der Studierenden seien vor ein paar Jahren noch ganz klassisch mit Work-and-Travel-Aufenthalten in Australien oder Neuseeland gestartet und müssten jetzt feststellen, dass gerade Fernreisen in Zukunft nicht mehr so als Selbstverständlichkeit wahrgenommen würden wie bisher.

### ***Problembewusstsein trübt die Freude***

"Reisen ist wunderschön und bereichernd, und der Kontakt und das Kennenlernen anderer Kulturen ist durch nichts zu ersetzen", führt der Tourismusexperte, der bis 2016 das Nachhaltigkeitsmanagement bei TUI verantwortete, an. Doch trübe das Bewusstsein um die Folgen des durch Flüge verursachten CO<sub>2</sub>-Ausstoßes den Genuss. Dabei sei ihm klar, dass es ihm, der in der Vergangenheit mehrmals um die Welt geflogen sei, leichter falle, auf Fernreisen zu verzichten als jungen Menschen.

Das Reiseverhalten gerate zunehmend unter Rechtfertigungsdruck, sagt Zeiss. "Wenn sich Menschen gegenüber ihrem Umfeld für ihre Reisen in die Ferne rechtfertigen müssen, macht das keinen Spaß", so der Hochschulprofessor. So habe er selbst erlebt, dass die viertägige Reise des Deutschen Reiseverbandes DRV mit rund 400 Touristikern zu seiner Jahrestagung nach Griechenland im eigenen Freundes- und Bekanntenkreis sehr kontrovers diskutiert worden sei.

### ***Neue Trends auf dem Vormarsch***

Zeiss geht davon aus, dass die Klimakrise und das Bewusstsein um die dramatischen Folgen steigender Temperaturen nach und nach auch das Reiseverhalten der breiten Masse beeinflussen werde. "Historisch gesehen hat die Masse die Elite immer kopiert", weiß er. Das werde sich in neuen Trends niederschlagen: Mit weniger, dafür vielleicht längeren Fernreisen, einer bewussteren Wahl der Verkehrsmittel und Reiseziele und einem Trend zu authentischen Erlebnissen.

Dass der Zeitgeist das Reisen und die Touristik ins Abseits drängen wird, glaubt Zeiss gleichwohl nicht. Die nachfolgende Generation werde ihr Reiseverhalten zwar kritischer reflektieren und das Verhältnis von Kosten und Nutzen neu gewichten, sagt er. So könnten Fernreisen teurer und

seltener, dafür aber länger werden, und erdgebundene Reisen wieder stärker in den Vordergrund rücken. Sein Tipp: Gerade im Inland und den europäischen Nachbarländern, die selbst starke touristische Quellmärkte mit erheblicher Kaufkraft sind, könnten sich Investitionen in das touristische Angebot jetzt lohnen.

Veröffentlicht am: 09.11.2021

Link: [CLICK HERE](#) 



## 2.2.3 Auswahl Forschungsreisen und Veranstaltungstermine (auch digital / hybrid)

Name	Ort	Datum/Zeitraum	Thema
Axel Dreyer	Via Zoom	27.01.2021	Disputationsvortrag von Maximilian Tafel - Drittgutachter im kooperativen Promotionsverfahren der HS Geisenheim mit der Universität Gießen.
Sven Groß, Louisa Klemmer, Harald Zeiss	Via Zoom	Wiederkehrend (alle 2 Monate)	Weitere Zusammenarbeit zwischen dem LTV und der Hochschule Harz mit Martin Schulze.
Maren Hille, Claudia Kepke	Via Zoom	04.03.2021	24. OSV-Tourismusforum; Tourismus in Ostdeutschland mit & nach Corona: Alles neu, Alles anders? - Fakten & Perspektiven und wie Betriebe und Destinationen ihre Entwicklung aktiv steuern können.
Matilde S. Groß, Maren Hille, Sven Groß,	Via Zoom	08.03.2021	Teilnahme an der Vorstellung erster Ergebnisse der Reiseanalyse 2021 der FUR.
Volker Böttcher, Sven Groß, Matilde S. Groß, Janine Hagemann, Maren Hille und Harald Zeiss	Via ITB-Plattform	09. + 12.03.2021	Teilnahme an der digitalen ITB mittels eines eigenen digitalen Standes.
Sven Groß, Maren Hille, Uwe Richter, Harald Zeiss	Via ITB-Plattform	11.03.2021	Podiumsdiskussion mit den DGT-Mitgliedern im Rahmen der digitalen ITB.
Sven Groß, Maren Hille	Hochschule Harz und via Zoom	23 + 24.06.2021	Teilnahme an der hochschulinternen Konferenz „Never Stop (Re-) Searching“.
Maren Hille	Via Zoom	19. + 20.07.2021	Tourismuswissenschaftliches Kolloquium für Doktorandinnen und Doktoranden der Deutschen Gesellschaft für Tourismuswissenschaft e.V. und des Arbeitskreises Tourismusforschung Deutsche Gesellschaft für Geographie e.V. – Beteiligung mit einem eigenen Beitrag.
Maren Hille	Via Zoom	22.03.2021-03.05.2021 Wöchentlich	Digitales Kolloquium mit Prof. Dr. Kreilkamp sowie allen von ihm betreuten Doktorand:innen, bei dem wöchentlich ein:e Nachwuchswissenschaftler:in den Forschungsstand präsentierte und eine Diskussion zum weiteren Vorgehen geführt wurde.
Louisa Klemmer	Digital	09.03.2021	Teilnahme an der DTV-Arbeitsgruppe „Nachhaltigkeit“ zum Thema „Tourismusakzeptanz in der deutschen Wohnbevölkerung (TAS)“.
Louisa Klemmer	Digital	07.04.2021	Teilnahme an der Public Lecture "Rethinking tourism, hospitality and leisure in a post-pandemic world", Centre for Visitor Economy Research (CVER) at Swansea University.
Louisa Klemmer	Digital	11.09.2021	Teilnahme am Scot Webinar Volume 28 zum Thema „Quality of Life – Wellbeing of the Host Community“.

Louisa Klemmer	Wernigerode	21.09.2021	Teilnahme an der Vorstellung der Ergebnisse des Tourismusbarometers Sachsen-Anhalt.
Louisa Klemmer	USA	November 2021	Konferenz zum Projekt „Virtual Exchange+“ (IVAC, DAAD, BMBF) in Kooperation mit der Wayne State University, Iowa State University und Michigan State University (USA) sowie der Hochschule Ruhr-West (Deutschland).
Martin Linne	Videokonferenz	Wöchentlich Wiederkehrend	Kooperation der Wirtschaftsverbände der Inseln Helgoland, Amrum, Föhr und Sylt.
Michael-T. Schreiber	Luzern (Schweiz)	15. + 16.11.2021	Moving Forward: An innovation Festival by World Tourism Forum Lucerne (WTFL).
Michael-T. Schreiber	Via Zoom	09.12.2021	MICElab: Expedition mit Convention Partner Vorarlberg.
Harald Zeiss	Lillehammer, Malaga	2021	Besuch der Partnerhochschulen in Lillehammer und Malaga.



## 2.3 Aktivitäten des Tourismus Talente Pools (kurz TOOL)

Aufgrund der anhaltend geltenden Abstandsbestimmungen haben sich die TOOL-Mitglieder auch im Jahr 2021 überwiegend digital getroffen. Am 02.06.2021 trafen sich die TOOL-Mitglieder mit Janine Hagemann und Maren Hille, um gemeinsam zu überlegen, welche Aktionen zum Jubiläum „30 Jahre Tourismus an der Hochschule Harz“ möglich wären. Einige Ideen, wie die Einführung eines Tourismusblockes, auf dem die Tourismuslehrenden über die Forschungsschwerpunkte oder Projekte berichten, wurden darauf aufbauend im Wintersemester umgesetzt.

Die geplante Jubiläumsveranstaltung „TourismInsight - 30 Jahre Tourismus an der Hochschule Harz“, welche am 08.12.2021 stattfinden sollte, musste aufgrund der hohen Inzidenzwerte abgesagt werden. Diese wurde jedoch auf den 10.06.2022 verschoben. Das Programm setzt sich aus vielfältigen Anekdoten der Alumni, Rückblicke ehemaliger Lehrender und einem Vortrag der Studierenden zusammen (s. Kap. 1.5 30 Jahre Tourismuslehre an der Hochschule Harz).

Zudem wurde zum Jahreswechsel 2020/21 von der Fachgruppe Marketing des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften Interesse bekundet, ebenfalls ein TOOL-Programm ins Leben zu rufen. Aus diesem Grund fand am 07.01.2021 ein gemeinsamer digitaler Austausch zum Ernennungsprozess der TOOL-Mitglieder, zur Koordination und zur Durchführung von Veranstaltungen statt. Ferner wurde überlegt, bestimmte TOOL-Veranstaltungen übergreifend stattfinden lassen zu können.

Am 15. und 16.11.21 fand das Moving Forward Innovation Festival des World Tourism Forum Lucerne in Andermatt statt. Unser TOOL-Mitglied Patrick, sowie eine weitere Studentin Laura waren vor Ort. An der Veranstaltung nahmen neben den Young Talents ebenfalls Vertreter von Start Ups, Academics, Opinion Leader und Geschäftsführer:innen der Tourismus- und Hospitality Branche teil. Alle Teilnehmer konnten sich in verschiedenen Workshops und Panels zu neuen Strategien und Innovationen im Tourismus austauschen und interessanten Key Notes beiwohnen, welche auf nachhaltiges Unternehmertum und Entrepreneurship ausgerichtet waren.

Weitere Informationen sowie Aufnahmen und Präsentationen vom Event unter folgendem Link:

[CLICK HERE](#) 



## 2.4 Veranstaltungen

### ITB Berlin 2021 (digital)

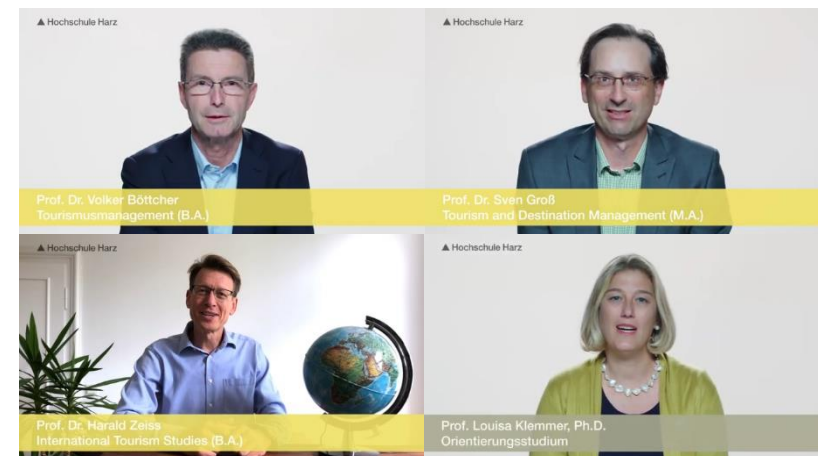
Die Internationale Tourismusbörse in Berlin (ITB) findet in diesem Jahr vom 9. bis 12. März im digitalen Format statt. Neben einem virtuellen Stand mit Infos zum studentischen Leben an der Hochschule Harz sowie den Forschungsaktivitäten des Tourismuskollegiums, wurden die touristischen Studiengänge innerhalb eines Bachelor- und Master-Slams von den Koordinatoren vorgestellt.

### Veranstaltungsreihe der Google-Zukunftswerkstatt 2021 (digital)

Auch im Oktober 2021 fand erneut die Google-Zukunftswerkstatt über die Videokonferenz-Plattform Google Meet statt. Die Studierenden der Tourismusstudiengänge haben sich innerhalb der Veranstaltung mit dem Thema „Onlineshop aufbauen“ beschäftigt und gelernt, wie Sie Produkte online ohne tiefe Programmkenntnisse mit verschiedenen Möglichkeiten verkaufen können. Die Zukunftswerkstatt an Hochschulen und Universitäten ist eine Initiative von Google, um den Studierenden schon frühzeitig Möglichkeiten der Digitalisierung aufzuzeigen.

### ViSit HS Harz 2021 (digital)

Das Highlight des Jahres, das Campusfieber 2021, musste aufgrund der Corona-Pandemie erneut schweren Herzens abgesagt werden. Allerdings wurden am 28. und 29. Mai erneut die Virtuellen Studieninformationstage (ViSit) angeboten, um alle Studienangebote und das Campus-Leben per YouTube-Stream vorzustellen. Jeder Studiengang wurde in einem dreiminütigen, vorproduzierten Clip vorgestellt: Was verbirgt sich dahinter? Was ist das Besondere? Was lerne ich? Was kann ich damit werden? Im Anschluss daran konnten noch Fragen an die Koordinatoren sowie an Alumni der Studienprogramme via Video-Konferenz live beantwortet werden.



## 2.5 Institute an der Hochschule Harz mit Forschungsschwerpunkten im Tourismus



Europäisches Institut für Tagungswirtschaft  
an der Hochschule Harz  
Geschäftsführung: Prof. Dr. M.-T. Schreiber

Friedrichstraße 57-59  
38855 Wernigerode  
Tel: 03943/659239  
E-Mail: [mshreiber@eitw.de](mailto:mshreiber@eitw.de)  
Web: [www.eitw.eu](http://www.eitw.eu)

[CLICK HERE](#) 

Institut für nachhaltigen Tourismus GmbH  
Geschäftsführung: Prof. Dr. Harald Zeiss

[CLICK HERE](#) 

Friedrichstraße 57-59  
38855 Wernigerode  
Tel: 0511/7909 3006  
E-Mail: [info@inatour.de](mailto:info@inatour.de)  
Web: [www.inatour.de](http://www.inatour.de)



International Hospitality Institute  
Geschäftsführung: Christian Vogl, Lars Joost  
Wissenschaftliche Leitung: Prof. Dr. Martin Linne

Marktstraße 17  
38855 Wernigerode  
Tel: 03943/6300464  
E-Mail: [direktion@i-h-i.com](mailto:direktion@i-h-i.com)  
Web: [www.i-h-i.com](http://www.i-h-i.com)

[CLICK HERE](#) 



## Das Europäische Institut für Tagungswirtschaft

Das EITW wurde im Jahr 2006 als Institut an der Hochschule Harz gegründet.



### Wofür steht das EITW?

Das EITW-Team besteht aus engagierten Wissenschaftler\*innen und Praktiker\*innen - aus dem Destinations- und Tagungsmanagement, die sich zusammengeschlossen haben, um ihre langjährigen Erfahrungen aus der Veranstaltungswirtschaft mit innovativen Erkenntnissen der Eventmarktforschung zu kombinieren: „Wir leben angewandte Wissenschaft“.

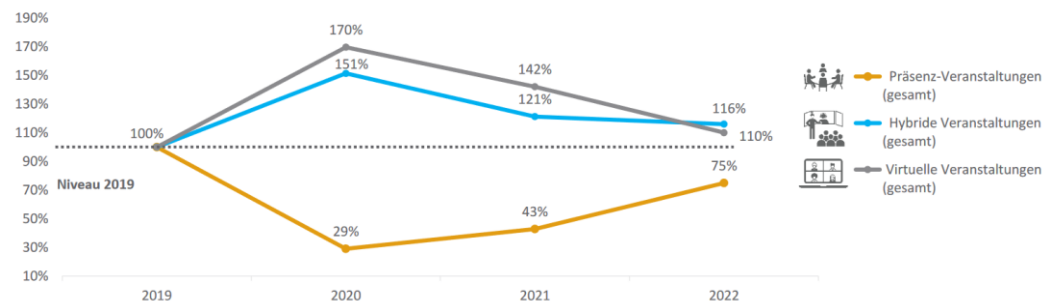
### Was wir tun? Unsere Kernkompetenzen!

Wir bieten unseren Kunden „Zahlen, Daten, Fakten“ für das Veranstaltungsaufkommen in ihren Destinationen. Die MICE-Marktforschung ist vor allem für Destination Management Organisationen (mit Convention Bureaus) von großem Interesse, die gemeinsam mit ihren Partnern ein fundiertes Tagungsmarketing vor Ort aufbauen bzw. pflegen wollen: „Wir machen die Königsdisziplin der Tourismuswirtschaft transparenter“. Neben unseren klassischen Marktforschungsprodukten (Meeting- & EventBarometer, TagungsBarometer) erstellen wir (Tourismus-)Marktstudien in Kooperation mit etablierten Tourismusberatungsunternehmen und stehen als Referent\*innen bzw. Moderator\*innen bei (Fach-)Veranstaltungen zur Verfügung.

### Welche Rolle spielt das EITW zu Corona-Zeiten?

Gerade in diesen Zeiten, in denen der Veranstaltungsmarkt extrem eingeschränkt ist bzw. sich grundlegend verändert, ist es wichtig, konkrete Zahlen über die Entwicklung der MICE-Marktsituation zu liefern: Abnahme an Präsenzveranstaltungen, Zunahme an hybriden und virtuellen Veranstaltungen zu Krisenzeiten. Die Fachverbände und politischen Entscheidungsträger erwarten darüber hinaus Szenarien-Modelle, die Sie ihren Mitgliedern bzw. Leistungspartnern zur Einschätzung einer zukünftigen MICE-Marktentwicklung zur Verfügung stellen können.

Abbildung: „Veranstaltungsformate im Wandel“ (Quelle: EITW, 2021)



***Welches Projekt genießt aktuell Ihre größte Aufmerksamkeit?***

Neben der großen Deutschlandstudie (Auftraggeber GCB, EVVC, DZT seit 2006) realisieren wir momentan ein Projekt mit dem Fraunhofer-Institut (für Arbeitswirtschaft und Organisation: IAO) zum Transformationsprozess des Veranstaltungsmarktes. Die Aufgabe des EITW ist es, die „Treiber-Funktion“ von Business-Events für Destinationen herauszustellen; dabei gehen wir der zentralen Fragestellung nach: „Welche Anforderungen haben unterschiedliche Nutzergruppen (Anbieter, Kunden, Teilnehmer\*innen, Bürger\*innen) einer Destination in diesem Kontext“. Hier finden Erkenntnisse aus vorhandenen Forschungsstudien (z.B. Future Meeting Space) sowie Megatrends Berücksichtigung, die unsere allgemeinen politischen und gesellschaftlichen Leitplanken bilden.

***Was plant das EITW in der Zukunft?***

In den nächsten Jahren möchten wir an der Hochschule Harz einen Think-Tank: „Power of Events“ aufbauen, um den komplexen Forschungsthemen des MICE-Marktes aus der Sicht einzelner Stakeholdergruppen gerecht zu werden. Im Rahmen von Zoom-Meetings und Fachtagungen vor Ort sollen sich Experten aus ganz Europa mit aktuellen Fragestellungen zur MICE-Marktsituation auseinandersetzen.

MICE-Studierende unserer Hochschule könnten von einem „Future Leadership Programm“ profitieren, das Teil einer Fachtagung ist oder auch unabhängig davon den Informationsaus-tausch mit Experten der Veranstaltungsbranche ermöglicht.

***Können Sie in der momentanen Situation den Studierenden zum Beruf bzw. zur Berufsfeldorientierung im Veranstaltungsbereich überhaupt raten?***

Ja, gerade jetzt: Es gab noch nie so viele grundlegende und spannende Entwicklungen innerhalb so kurzer Zeit. Unsere Lehrinhalte an der Hochschule Harz orientieren sich am Transformationsprozess der Veranstaltungsbranche und bereiten die Studierenden auf einen zukunftsorientierten Arbeitsplatz vor, an dem digitale Tagungstechnik, nachhaltiges Projekt-management und kreative Teamarbeit auf sie warten.

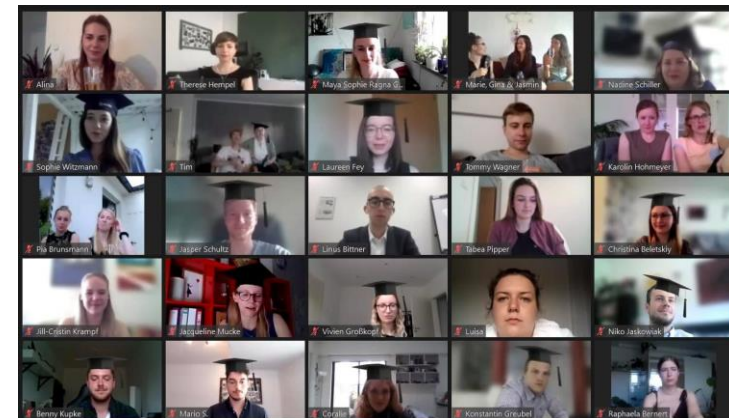
Prof. Dr. Michael-Thaddäus Schreiber, Geschäftsführers des Europäischen Institut für TagungsWirtschaft an der Hochschule Harz

### 3 Lehre

An einer Hochschule ist und bleibt die Lehre der wichtigste Bestandteil der Arbeit des Kollegiums. In den touristischen Studiengängen steht eine wissenschaftsbasierte und praxisorientierte Ausbildung im Vordergrund.

Wesentlicher Baustein der Lehrtätigkeit ist die Vermittlung von fundierten theoriebasierten Fachkenntnissen in Kombination mit einer großen Praxishnähe. Durch zahlreiche Projektarbeiten erlangen unsere Absolventen Problemlösungskompetenzen sowie soziale und kommunikative Fähigkeiten, die diese optimal auf ihre spätere Berufstätigkeit vorbereiten.

Der Schwerpunkt Tourismus ist die „Speerspitze“ der Hochschule Harz und wird seit der Gründung der Hochschule im Jahr 1991 gelehrt. Knapp 700 Studierende, die auf dem Campus in Wernigerode studieren und zum Teil in Wohnheimen auch leben, sind in einem der drei touristischen Studiengänge immatrikuliert.



## 3.1 Unsere Tourismusstudiengänge

### 3.1.1 Tourismusmanagement B.A. [CLICK HERE](#)



#### PROF. DR. VOLKER BÖTTCHER

Studiengangskoordinator  
FB Wirtschaftswissenschaften



Tel +49 3943 659 246  
Raum 2.122, Haus 2, Wernigerode

#### UWE RICHTER

Studiengangskoordinator  
Tourismusmanagement (dual)  
FB Wirtschaftswissenschaften



Tel +49 3943 659 215  
Raum 2.132, Haus 2, Wernigerode

### FÜR WELTENBUMMLER MIT KÜHELEM KOPF

#### *Erfolg im Tourismus ist eine Frage des richtigen Wirtschaftens*

Tourismusmanagement-Absolventen der Hochschule Harz sind auf dem Arbeitsmarkt unter anderem deshalb so gefragt, weil sie eine grundlegende betriebswirtschaftliche Ausbildung genossen haben. Darüber hinaus stärken wir unsere Studenten auch in ihren sozialen, interkulturellen und sprachlichen Kompetenzen, welche im internationalen Bereich unerlässlich sind.

#### *Ein Planspiel zum Destinationsmanagement, ein Projekt mit der Lufthansa, eine Exkursion in die Alpen*

Bei uns studieren Sie praxisnah und profitieren von den Erfahrungen unserer Dozenten. Sie arbeiten eng mit der Tourismuswirtschaft zusammen. Sie lernen renommierte Experten aus der Praxis (z. B. TUI, Thomas Cook, Deutsche Bahn) u. a. in unseren Tourismus- und Themenforen kennen und haben hier die Möglichkeit, Informationen direkt aus erster Hand zu erfahren.

#### *Gastronomie und Hotellerie, Reisemittler, Verkehrsträger - Abenteuer-tourismus, Health und Wellness, nachhaltiger Tourismus*

Wenn Sie sich noch nicht entschieden haben, wohin die Reise gehen soll: Kein Problem. Mit unserem Studium reisen Sie um die ganze Welt und lernen den Tourismus mit seiner gesamten Wertschöpfungskette kennen. Unsere Praxisprojekte und Praktika werden Ihnen den Einstieg in das Berufsleben leichtmachen.

#### *„Ich studiere da, wo andere Urlaub machen.“*

In Wernigerode können Sie die Tourismuswirtschaft hautnah erleben. Außerdem betreuen wir, Ihre Dozenten, Sie persönlich. Unser Campus ist sehr lebendig und Sie genießen bei uns eine familiäre Atmosphäre. Im Rahmen der Vorlesungen, Seminare sowie unserer vielen gemeinsamen Aktivitäten (Internationaler Abend, Exkursionen, Campusfieber...) sind wir gern für Sie da.

## Inhalt und Ablauf

### 1. bis 3. Semester

#### Wirtschaftswissenschaftliches Basiswissen

Betriebswirtschaftslehre, Unternehmensführung/Personal /Organisation, VWL, Bilanzierung/Buchführung, Kosten-/Leistungsrechnung; Recht, Wirtschaftsmathematik, Statistik, Investition

#### Tourismuswirtschaftliche Grundlagen

Einführung in die Tourismuswirtschaft/-politik; Kultur- und Naturgeografie, Einführung in das Tourismusmanagement, Internationaler Tourismus; Marketing, Fallstudienseminar

#### Soft Skills/Schlüsselkompetenzen

Moderationstraining, Präsentationstechniken, EDV-Training typischer Tourismus-Softwarelösungen

**Sprachausbildung** mit Schwerpunkt Englisch für Tourismus

#### Lehr- und Lernformen

Vorlesungen und Seminare, Trainings, EDV- und Sprachlabore, mündliche Prüfungen, Klausuren, Referate oder Hausarbeiten.

Für viele Veranstaltungen stellen Ihnen unsere Dozenten auch ihre **Skripte** zur Verfügung.

### 4. Semester

**Praktikum oder Auslandssemester.** Wir empfehlen Ihnen, die Praktikumsbörse der Hochschule Harz, unseren **Career Service**, sowie die Kontakte unserer Dozenten bzw. des **International Office** zu nutzen.

### 5. bis 6. Semester

**Vertiefung und Spezialisierung in drei Modulen - Berufsfeldorientierungen.** Aktuell stehen zur Auswahl:

- Touristikmanagement
- Hospitality Management
- Destinationsmanagement
- Mobilität und Verkehrsträgermanagement
- Business Travel Management
- International Tourism Management (in engl. Sprache)
- Strategisches Personalmanagement im Tourismus
- Tourismusmärkte und -marketing
- Online-Management
- Regionalmanagement / Thementourismus

**Sprachausbildung** mit Schwerpunkt Englisch für Tourismus und 2. Fremdsprache (Spanisch, Französisch, Russisch) wird fortgeführt.

#### Lehr- und Lernformen

Vorlesungen, Seminare, Referate und Hausarbeiten, Planspiele, EDV- und Sprachlabor

### Projektarbeit

Jedes Semester werden Projekte angeboten, die aktuelle Themen der Tourismusbranche in Zusammenarbeit mit regionalen Anbietern sowie internationalen Konzernen bearbeiten. Ob Fachkräftemangel in Gastronomie und Hotellerie, neuste Flugbuchungssysteme, Kundenbindung im Weintourismus, Event-Agenturen der Zukunft oder Workshopgestaltung. Sie werden sich mit aktuellen Fragen der Tourismusbranche auseinandersetzen und Ihre sozialen und interkulturellen Kompetenzen erweitern. Darüber hinaus lernen Sie die Unternehmen der Tourismusbranche kennen: von regionalen Anbietern im Harz bis hin zu internationalen Konzernen wie **TUI**, **Thomas Cook**, **REWE**, **Accor**, **Kempinski**, **Steigenberger**, **Hertz** oder **Lufthansa**.

### 7. Semester

Das 7. Semester ist dem Praktikum in einem Unternehmen vorbehalten. Hier werden Sie auch Ihre Bachelor-Arbeit schreiben. Das Semester schließt mit einem Kolloquium ab.



### 3.1.2 Tourismusmanagement B.A. Dual [CLICK HERE](#)

#### **THEORIE ODER PRAXIS? DUAL BEDEUTET BEIDES - VON ANFANG AN!**

Viele große Unternehmen ermöglichen ihren Auszubildenden bereits einen parallelen Weg von Ausbildung und Studium. Angesichts des wachsenden Fachkräftemangels kann diese Möglichkeit auch kleine und mittlere Betriebe bei der langfristigen Personalsicherung wirkungsvoll unterstützen. Deshalb bietet die Hochschule Harz seit dem Wintersemester 2015/16 eine duale Variante des Studiengangs Tourismusmanagement an.



#### ***Erfahrung***

Neben dem bereits seit Jahren erprobten Studiengang Tourismusmanagement verfügt die Hochschule zudem über weitreichende Erfahrungen mit dualen Studienmodellen. Beide Erfolgsmodelle werden nun zum dualen Tourismusstudium verknüpft.

#### ***Das duale Konzept ergibt insbesondere Sinn für:***

##### Unternehmen, die

- nicht Gefahr laufen wollen, ihre Auszubildenden nach der Lehre zu verlieren.
- ihren Betrieb für Abiturienten attraktiver machen möchten.
- dem wachsenden Fach- und Führungskräftemangel zuvorkommen möchten.

##### Schüler und Abiturienten, die

- mit einer Lehre ihr erstes Geld verdienen möchten, ohne auf einen anerkannten Hochschulabschluss zu verzichten.
- in ihrer Ausbildung sowohl auf Theorie als auch auf intensive Praxis Wert legen.
- sich bereits während ihrer Lehre für Führungsaufgaben qualifizieren möchten.

#### **PROF. DR. VOLKER BÖTTCHER**

**Studiengangskoordinator  
FB Wirtschaftswissenschaften**



**Tel +49 3943 659 246**

**Raum 2.122, Haus 2, Wernigerode**

#### **UWE RICHTER**

**Studiengangskoordinator  
Tourismusmanagement (dual)  
FB Wirtschaftswissenschaften**



**Tel +49 3943 659 215**

**Raum 2.132, Haus 2, Wernigerode**

### Studienzeit und Abschluss

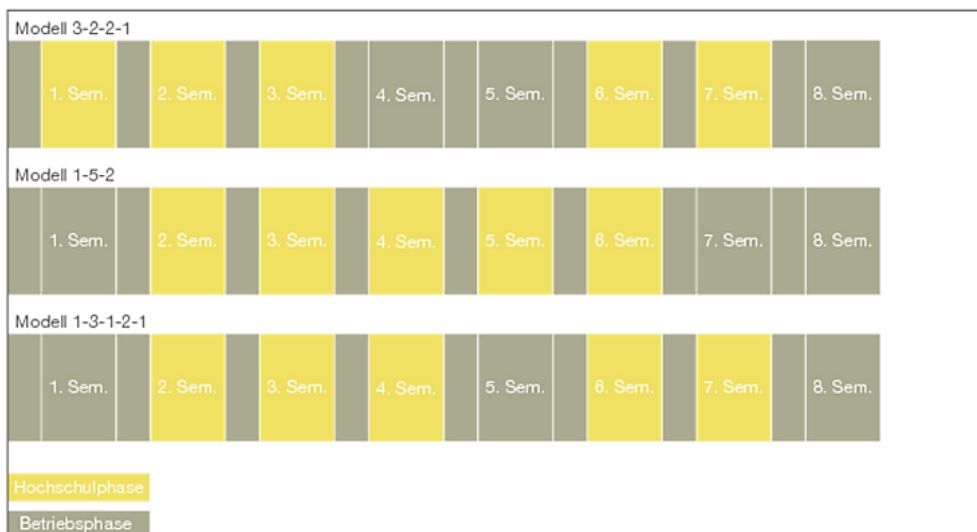
Das Programm ist als Vollzeitausbildung konzipiert. Das duale Studium hat insgesamt eine Regelstudienzeit von 8 Semestern. Die betriebliche Ausbildung beginnt i.d.R. einen Monat vor der Immatrikulation. Diese findet zum Winter- und Sommersemester statt, Vorlesungsbeginn ist jeweils im September bzw. März. Sowohl Unternehmer als auch Studierende profitieren von den hochwertigen Lehrinhalten und attraktiven Rahmenbedingungen unserer Hochschule. Die Begleitung während der gesamten 8 Semester wird gewährleistet.

#### Identische Studieninhalte, verschiedene Ablaufmodelle

Die duale Studienvariante des Tourismusmanagements verknüpft ein Vollzeitstudium zum Bachelor of Arts mit Praxisphasen in einem Unternehmen. Dabei ist die theoretische Ausbildung inhaltlich mit dem **Vollzeitstudiengang** identisch.

Beim Ablauf des Studiums gibt es allerdings Unterschiede. Die Regelstudienzeit der dualen Studienvariante beträgt insgesamt acht Semester. Die Studierenden können zwischen **drei verschiedenen Ablaufmodellen** wählen.

### Duale Studienvarianten am FB Wirtschaftswissenschaften Ablaufmodelle



Das **Modell 3-2-2-1** beginnt mit drei Semestern an der Hochschule, daran schließt sich ein Jahr im Unternehmen an. Es folgen zwei Semester des Studiums an der Hochschule bevor die Ausbildung mit dem 8. Semester im Betrieb abgeschlossen wird.

Bei dem **Modell 1-5-2** lernen die Studierenden im ersten Semester zunächst das Unternehmen kennen und beginnen anschließend mit dem Studium. Das letzte Jahr wiederum verbringen sie komplett im Betrieb.

Auch das **Modell 1-3-1-2-1** startet zunächst mit einem Semester im Unternehmen. Es folgen drei Semester an der Hochschule, ein halbes Jahr Betriebsphase und zwei weitere Semester des Studiums bevor die Ausbildung mit dem 8. Semester im Unternehmen endet.

## 3.1.3 International Tourism Studies B.A.

CLICK HERE

**START FREI! FÜR IHRE GRENZENLOSE KARRIERE*****Die Welt gehört Ihnen – schon im Studium***

Die Inhalte unseres Studiengangs behandeln alle Facetten des internationalen Tourismus. Sie kennen keine Grenzen? Dann absolvieren Sie mit uns ein 12-wöchiges Praktikum im Ausland und studieren Sie zwei Semester an einer unserer Partnerhochschulen in Frankreich, Dänemark, England, den USA oder Neuseeland. Ihr Ziel: ein international anerkannter Doppel-Abschluss von beiden Hochschulen.

***Gut ausgebildet für eine Wachstumsbranche***

Unser Studiengang setzt auf eine grundständige betriebswirtschaftliche Ausbildung, tourismuswirtschaftliche Kompetenzen und die Fähigkeit, selbstständig zu agieren. Damit stehen Ihnen viele Wege offen: im Management und im operativen Geschäft von nationalen und internationalen Reiseveranstaltern, Hotelketten, Airlines und Messen.

***Global challenges, local implications***

TUI, Thomas Cook, Lufthansa und nationale Verbände: Die Projekte unserer Dozenten reichen weit in die Tourismuswirtschaft hinein. Nutzen Sie diese Kontakte. Oder lernen Sie wichtige Entscheider der Tourismuswirtschaft selbst kennen: in unseren abwechslungsreichen Vortragsreihen.

**PROF. DR. HARALD ZEISS**

Studiengangskoordinator ITS  
FB Wirtschaftswissenschaften



Tel +49 3943 659 233

Raum 2.133, Haus 2, Wernigerode

**1. bis 4. Semester in Wernigerode****– Betriebs- und volkswirtschaftliche Kompetenzen:**

Grundlagen der Betriebswirtschaft;  
Unternehmensführung/Personal/Organisation;  
Rechnungswesen/Controlling/Finanzmanagement/Investition;  
Wirtschaftsmathematik/Statistik; Preisbildung und Wettbewerb; Volkswirtschaftliche Analysen; Wirtschaftsrecht

**– Tourismuswirtschaftliche Kompetenzen (1. und 2. Semester):**

Kultur- und Naturgeographie; Tourismusmanagement;  
Tourismusmarketing; Internationaler Tourismus; Interkulturelle Kompetenzen; eTourism; Recht im Tourismus; Projektseminare  
Tourismus

**– Tourismusspezifische Schwerpunktbildung (3. und 4.**

Semester): International Tourism Management und zusätzlich noch zwei frei wählbare Berufsfelder aus folgenden Schwerpunkten: Touristikmanagement (Reiseveranstalter/Reisemittler); Destinationsmanagement; Hospitality Management; Tourismusmärkte und Tourismusmarketing; Mobilität und Verkehrsträgermanagement; Business Travel Management; Strategisches Personalmanagement im Tourismus; Online Management; Regionalmanagement und Thementourismus

**– Methodische Kompetenzen:** Präsentationstechniken und Rhetorik; Wissenschaftliches Arbeiten; Software-Schulungen**– Sprachausbildung** je nach Studienzweig in Englisch, Spanisch oder Französisch**Lehr- und Lernformen**

Vorlesungen, Seminare mit Gruppenarbeiten, Projektarbeiten

Unabhängig von der Wahl der Sprache wird von allen Studierenden erwartet, dass einer Vorlesung in englischer Sprache gefolgt und mündliche oder schriftliche Prüfungen in englischer Sprache absolviert werden können (Sprachniveau B1 oder besser).

**5. bis 7. Semester im Ausland**

– Im 5. und 6. Semester findet das Studium für 2 Semester an einer unserer **Partnerhochschulen** im Ausland statt.

– Im 7. Semester wird ein mindestens 12-wöchiges **Auslandspraktikum** absolviert. Darüber hinaus ist dieses Semester Ihrer Bachelor-Arbeit und dem abschließenden Kolloquium an der Hochschule Harz vorbehalten. Danach heißt es für Sie: Durchstarten!

### 3.1.4 Tourism and Destination Management M.A.

[CLICK HERE](#) 



#### ***Studiengang***

„Tourism and Destination Management“ und „Tourism and Destination Management – extended“ sind zwei Studienvarianten eines Studiengangs, die eine weiterführende Qualifikation für einen optimalen Berufseinstieg ermöglichen. Die Masterstudierenden werden in kleinen Gruppen intensiv von erfahrenen und erfolgreichen Professorinnen und Professoren betreut, wobei Fach-, Methoden und Sozialkompetenzen vermittelt werden. Neben einem wissenschaftlich fundierten Fachstudium zeichnet sich der Studiengang durch einen hohen Praxis- und Anwendungsbezug aus. Es werden Projekte mit bekannten Praxispartnern bearbeitet sowie spannende Destinationen und Fachkongresse im Rahmen von Exkursionen besucht.

---

**PROF. DR. SVEN GROSS**

**Studiengangskoordinator  
FB Wirtschaftswissenschaften**



---

**Tel +49 3943 659 279**

**Raum 2.119, Haus 2, Wernigerode**

### Studienschwerpunkt

Der Schwerpunkt des Masterstudiengangs liegt auf der Erstellung von Konzepten mit neuen Ideen für eine zukunftsfähige Entwicklung von touristischen Destinationen und Leistungsträgern sowie innovativen Produkten und deren Vermarktung. Ziel des Studiengangs ist daher die Qualifizierung von Fach- und Führungskräften, die das Management von Destinationen und weiteren touristischen Akteuren gestalten können.

### Praxis- und Anwendungsbezug

Der hohe Praxis- und Anwendungsbezug wird durch erfahrene und erfolgreiche Dozenten sichergestellt, welche ihre Lehrstoffinhalte an spezifischen Problemen der Tourismusbranche ausrichten.

Zudem sind im Rahmen des Masterprogramms Praxisprojekte (z.B. „Beratungsprojekt“; „Quellmarktanalyse“) ein wichtiger Ausbildungsbaustein: Es werden in den ersten beiden Semestern sowohl kleinere Projekte alleine als auch in Teams bearbeitet und durch Hausarbeiten sowie Präsentationen aufbereitet.

Im „Destinationsprojekt“ (findet im Sommersemester statt) werden ausgehend von den aktuellen Marktgegebenheiten gemeinsam mit Praxispartnern Themen der Tourismus- und Destinationsentwicklung bearbeitet.

	Module	Units	
<b>Wintersemester</b> Kurse zu tourismusspezifischen Schwerpunkten und Durchführung von Analyse- und Beratungsprojekten  <i>Schwerpunktmäßig deutschsprachige Lehre</i>	Produktentwicklung (5 Credits)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Strategisches Qualitätsmanagement</li> <li>Beratungsprojekt</li> </ul>	Erlernen von Fach-, Methoden- und Sozialkompetenzen
	Destinationsmarketing I (7,5 Credits)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Touristische Medienkonzepte</li> <li>Tourismus-Psychologie</li> <li>Erlebnisinszenierung in der Destination</li> </ul>	
	Tourismuspolitik und -planung (5 Credits)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Digitalisierung im Tourismus</li> <li>Touristische Standortfaktoren</li> </ul>	
	Managementkompetenzen I (5 Credits)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cross Cultural Management</li> <li>Soziale Kompetenz</li> </ul>	
	Methodenkompetenzen I (5 Credits)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Methodenlehre</li> <li>Projektmanagement (TDM)</li> <li>Quellmarktanalyse</li> </ul>	
	Fremdsprache (2,5 Credits)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Professional English I</li> </ul>	
<b>Sommersemester</b> Kurse zu tourismusspezifischen Schwerpunkten und Durchführung des Destinationsprojekts  <i>Schwerpunktmäßig englischsprachige Lehre</i>	Fremdsprache (2,5 Credits)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Professional English II</li> </ul>	Eigenständiges wissenschaftliches Arbeiten
	Destinationsmarketing II (7,5 Credits)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Meeting- und Event-Management</li> <li>Destinationsstrategien</li> <li>Strategische Kooperation und Kommunikation</li> </ul>	
	Internationale Tourismuspolitik und -planung (5 Credits)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sustainable Tourism and Quality of Life</li> <li>Case Studies oder 2. Fremdsprache</li> </ul>	
	Managementkompetenzen II (5 Credits)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Evidence-based Change Management</li> <li>Controlling und Kostenmanagement</li> </ul>	
	Methodenkompetenzen II (5 Credits)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Geodaten im Tourismus</li> <li>Quantitative und qualitative Methoden</li> </ul>	
	Destinationsprojekt (5 Credits)		
<b>3. Semester</b> Nur in der viersemestrigen Studienvariante	Auslands-/Forschungs-/Praxissemester (30 Credits)		
<b>3./4. Semester</b> Studienabschluss	Masterabschlussprüfung (30 Credits)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Masterseminar</li> <li>Masterarbeit</li> <li>Masterkolloquium</li> </ul>	

## Ein Jahr Tourism and Destination Management

### *Das sagen die Studierenden*

Zum Abschluss des Sommersemesters hat Studiengangskoordinator Prof. Dr. Sven Groß eine Feedbackrunde mit den Masterstudierenden durchgeführt. Dabei konnten sie ihre Wünsche und Eindrücke mit der Gruppe teilen und somit die Weiterentwicklung des im Wintersemester neu aufgelegten Masterprogramms „Tourism and Destination Management“ unterstützen.

Die überwiegende Mehrheit der Studierenden hat die Entscheidung für den Studiengang nicht bereut. Sie fühlen sich hinsichtlich der Wissensvermittlung und neuen Kenntnissen sehr gut auf den Berufsalltag vorbereitet. Zudem führe die hohe Arbeitsbelastung im Studium zu mehr Stressresistenz und Stärkung des eigenen Selbstwertgefühls.

Die Stärke des Studiengangs liegt eindeutig in der Nähe zur Praxis. Die Masterstudierenden loben die praxisnahen Lehrveranstaltungen, in denen v.a. anhand von Projekten, Fallstudien und Gastvorträgen die Umsetzung der Theorie veranschaulicht wird. „Die Dozentinnen und Dozenten brennen für das, was sie machen.“, sagt Studentin Theresa.

Auch die englischsprachigen Kurse und Gastdozierenden werden als große Bereicherung gesehen. Die Studierenden erhalten bereits im Studium die Möglichkeit, ihr persönliches Netzwerk in der Tourismusbranche aufzubauen. Jana, Studentin im zweiten Semester, sagt, sie habe in einem Jahr mehr über den Tourismus gelernt, als in ihrem gesamten Bachelor-Studium. Zudem unterstützen Kurse in Analyse- und Forschungsmethoden, Teambuilding und sozialen Kompetenzen die Persönlichkeitsentwicklung, was sich wiederum positiv bei Bewerbungsgesprächen auswirkt.

Neben den überwiegenden positiven Rückmeldungen wurde aber auch Kritik geäußert. Diese bezieht sich in erster Linie auf die hohe Arbeitsbelastung und vielen Prüfungsleistungen. Die Hinweise der Studierenden werden innerhalb der nächsten Monate bei der Überarbeitung der Studienordnung und den Modulprüfungen im Zuge der Akkreditierung berücksichtigt, so dass das Studium in naher Zukunft noch besser ist.

Veröffentlicht am: 20.07.2021 (Hochschule Harz Blog, Claudia Kepke)

Link: [CLICK HERE](#) 



### 3.2 Kurse im SoSe 2021 und WiSe 2021/22

#### **Prof. Dr. Volker Böttcher**

##### Bachelor

- Einführung Tourismusmanagement I
- Recht im Tourismus
- International Expansion of Tourism Enterprises
- Digitale Geschäftsmodelle im Tourismus
- Reiseveranstaltermanagement I
- Geschäftsprozesse und aktuelle Entwicklungen in der Touristik
- Personalführung

##### Master

- Projektmanagement



#### **Prof. Dr. Harald Zeiss**

##### Bachelor

- International Sustainable Tourism
- ITS: Einführung Tourismusmanagement I + II
- Social Responsibility in Tourism
- ITS: Interkulturelle Kompetenz
- Intercultural Competence (für Incomings/DD)

##### Master

- Destinationsprojekt
- Strategisches Qualitätsmanagement
- Beratungsprojekt
- Soziale Kompetenz



### **Prof. Dr. Axel Dreyer**

#### Bachelor

- Marketingkonzeption
- Gastronomie und Kulinarik
- Einführung Tourismusmarketing
- Kundenzufriedenheit & Servicequalität
- Sport- und Aktivtourismus
- Kulturtourismus
- Zukunft des Tourismus und digitale Produkte
- Spezielle Tourismuslehre

#### Master

- Erlebnisinszenierung in der Destination
- Forschungsprojekt (für Incomings)
- Masterseminar



### **Prof. Dr. Matilde S. Groß**

#### Bachelor

- Quantitative Marktforschung/SPSS
- Management von Freizeiteinrichtungen
- Gesundheitstourismus
- Regionalentwicklung und -förderung
- Spezielle Tourismuslehre
- Projekt

#### Master

- Strategische Kooperation und Kommunikation
- Externer Lehrauftrag: Demographischer Wandel und Gesundheit (Master „International Studies of Leisure and Tourism“, Fakultät Gesellschaftswissenschaften an der HS Bremen)





### **Prof. Dr. Sven Groß**

#### Bachelor

- Verkehrsmärkte und Mobilitätstrends (inkl. Airline-Planspiel)
- Wissenschaftliche Methodenlehre
- Airlinemanagement
- Digitale Anwendungen und Online-Methoden
- Travel Management
- Projekt

#### Master

- Quellmarktanalyse
- Wissenschaftliche Methodenlehre
- Destinationsprojekt
- Masterseminar



### **Dipl.-Kffr. (FH) Ines Karnath**

#### Bachelor

- Gastronomie und Kulinarik
- Controlling in der Hotellerie
- Fallstudie im Tourismus
- Projekt



**Claudia Kepke M.A.**

Bachelor

- International Sustainable Tourism
- Social Responsibility in Tourism
- Projekt



**Prof. Dr. Louisa Klemmer**

Bachelor

- International Tourism

Master

- Sustainable Tourism and Quality of Life



### **Prof. Dr. Martin Linne**

#### Bachelor

- Projektmanagement
- Strategic Hotelmanagement
- Produkt- und Preispolitik
- Kreuzfahrtmanagement
- Einführung Tourismusmanagement II
- Kommunikationspolitik
- Projekt



### **Dipl.-Betriebsw. (FH) Uwe Richter**

#### Bachelor

- E-Tourism
- Website Management
- Reisemittler-Management
- Online Marketing
- Vertriebsmanagement und touristische Leistungsträger
- Fallstudie im Tourismus
- Spezielle Tourismuslehre
- Projekt

#### Master

- Digitalisierung im Tourismus



### **Prof. Dr. Michael-T. Schreiber**

#### Bachelor

- Natur- und Kulturgeografie
- Citymanagement
- Kongresse und Tagungen
- Messen und Ausstellungen
- Tourismus-Orte, Regionen, Länder
- The European Convention Market (in Englisch für Incomings)
- Spezielle Tourismuslehre
- Projekt

#### Master

- Touristische Standortfaktoren
- Meeting- und Event-Management



### **Maren Hille M.A.**

#### Bachelor

- Naturräume und Landschaften
- Wissenschaftliche Methodenlehre
- Projekt



### 3.3 Studentische Projekte / Exkursionen / Besichtigungen

Auf Praxisorientierung und selbstständiges Bearbeiten von Problemstellungen wird bei der Ausbildung der Studierenden großen Wert gelegt. Aus diesem Grund werden in jedem Jahr zahlreiche Projekte mit unterschiedlichem Themenfokus unter Anwendung verschiedener Methoden der Bearbeitung angeboten, bei denen sich die Studierenden aktiv einbringen und den Verlauf mitbestimmen.

#### 3.3.1 Studentische Projekte

Projektthema	Wann?	Wer?
Streuobstwiesen: Tourismus und Naturschutz mit Genuss	SoSe 21	Matilde S. Groß (Bachelorstudierende)
Hotelmanagementsysteme	SoSe 21	Ines Karnath (Bachelorstudierende)
Der Wald ruft – Auswirkungen der Waldschäden auf den Tourismus im Harz	SoSe 21	Claudia Kepke (Bachelorstudierende)
Leih E-Bikes für Menschen mit Beeinträchtigungen	SoSe 21	Martin Linne (Bachelorstudierende)
Successful negotiation	SoSe 21	Uwe Richter (Bachelorstudierende)
Nachhaltigkeitskommunikation im Internet	SoSe 21	Uwe Richter (Bachelorstudierende)
Events in Europa	SoSe 21	Michael T. Schreiber (Bachelorstudierende)



Projektthema	Wann?	Wer?
Workshop-Gestaltung	WiSe 21/22	Sven Groß (Bachelorstudierende)
Fairtrade-Town Wernigerode	WiSe 21/22	Matilde S. Groß (Bachelorstudierende)
Hotelmanagementsysteme	WiSe 21/22	Ines Karnath (Bachelorstudierende)
Hotelmarktanalyse Mansfeld-Südharz	WiSe 21/22	Ines Karnath & Martin Linne (Bachelorstudierende)
Die Suche nach dem besten Preis im Internet	WiSe 21/22	Uwe Richter (Bachelorstudierende)
Outdoor-Events: „Outdoor-Tourismus der neue Mainstream“	WiSe 21/22	Michael T. Schreiber (Bachelorstudierende)



Prof. Dr. Sven Groß mit seinen Studierenden im Rahmen des Projekts „Workshop-Gestaltung“.



Impressionen aus dem Projekt „Fairtrade-Town Wernigerode“

## Projekt „Der Wald ruft“

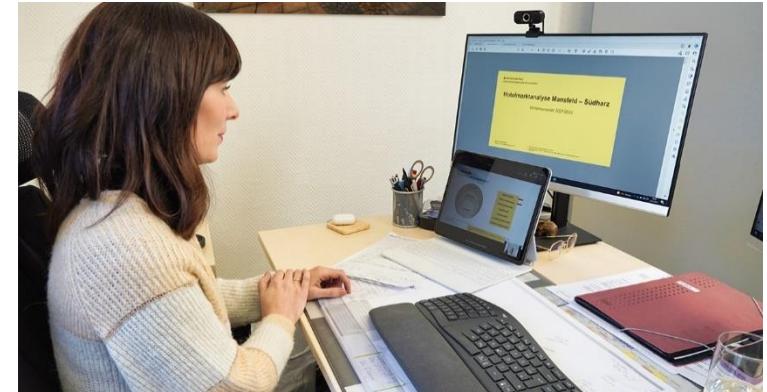


Im Sommersemester 2021 setzten sich Studierende des Tourismusmanagement und International Tourism Studies mit dem Waldwandel im Harz auseinander. Dozentin Claudia Kepke leitete das Projekt in Kooperation mit dem Harzer Tourismusverband. Ziel war es, herauszufinden wie bekannt die Initiative „Der Wald ruft“ unter den Gästen und Leistungsträgern ist und ob der Waldwandel Auswirkungen auf das Buchungsverhalten hat.



Die Studierenden haben Wanderer im Nationalpark befragt, eine Onlineumfrage unter den Leistungsträgern im Harz und Experteninterviews durchgeführt. Carola Schmidt, Geschäftsführerin des Harzer Tourismusverbands und Klaus Dumeier, Vorstand der Harzer Wandernadel, gaben den Studierenden mit ihren Gastvorträgen wichtige Einblicke in das Thema. Den Waldwandel konnte die Projektgruppe zum Ende des Semesters hautnah erleben. Bei einer Exkursion mit Forstwirt Simon George rund um die Leistenklippe in Schierke, wurden Baumschäden eindrücklich sichtbar. Die Wanderung führte zu einem besseren Verständnis der Natur und der Herausforderungen. Simon George erklärte eindrücklich die Zusammenhänge und verdeutlichte, dass sich hinter dem derzeitigen Wandel großes Potenzial verbirgt.

Die Projektergebnisse wurden den Praxispartnern in einer Online-Präsentation vorgestellt. Zentrale Erkenntnis ist, dass qualitativ hochwertiges Informationsmaterial von der Initiative „Der Wald ruft“ zur Verfügung steht und die Gäste ein großes Interesse an Informationen zum Thema haben. Die Befragung der Leistungsträger ergab jedoch, dass sie den Waldwandel aus verschiedenen Gründen weniger kommunizieren. Hier gibt es Handlungsbedarf, zumal alle befragten Gäste verdeutlichen, dass die angespannte Waldsituation keinen Einfluss auf ihre Reiseplanung hat und sie trotzdem den Harz buchen.



### **Hotelmktanalyse in Mansfeld-Südharz**

*Pressemitteilung der Standortmarketing Mansfeld-Südharz GmbH*

Braucht der Landkreis Mansfeld-Südharz mehr Hotels? Um das herauszufinden führt die Standortmarketing Mansfeld-Südharz GmbH gemeinsam mit der Hochschule Harz ein Kooperationsprojekt durch. Studierende, des Bachelorstudienganges Tourismusmanagement, analysieren im aktuellen Wintersemester anhand statistischer Tourismuszahlen die Hotelsituation in Mansfeld-Südharz.

"Wir möchten mit diesem Projekt feststellen, ob es in Mansfeld-Südharz einen Bedarf für mehr Hotels gibt. Schon mehrfach wurde uns aus der Bevölkerung zugetragen, dass es gerade für große Reisegruppen oft schwierig ist, eine passende Unterkunft zu finden. Wir freuen uns sehr, dass uns die Hochschule Harz unterstützt", sagt Stefanie Müller, Leiterin Tourismusmanagement bei der Standortmarketing Mansfeld-Südharz GmbH.

Die Studierenden werten die Tourismuszahlen hinsichtlich verschiedener Indikatoren, wie beispielsweise Bettenkapazität und Auslastung, aus, um festzustellen in welchen Regionen es gut läuft und wo eventuell noch offene Kapazitäten zu finden sind. Als Grundlage dienen dabei die erfassten Daten des Jahres 2019, da aufgrund der Corona-Pandemie die Jahre 2020 und 2021 keine fundierte Datengrundlage darstellen. Im Oktober wird die Projektgruppe zudem einige Tage in der Region Mansfeld-Südharz verbringen, um sich vor Ort ein Bild von den Hotels zu machen. Die Ergebnisse sollen bereits Ende des Jahres in einer Abschlusspräsentation vorgestellt werden.

"Wenn das Ergebnis des Projektes daraufhin deutet, dass mehr Hotels in unserem Landkreis benötigt werden, können wir potentielle Standorte prüfen und hätten somit eine gute Argumentationsgrundlage, um künftige Investoren auf diesen Bedarf aufmerksam zu machen", so Müller.

Veröffentlicht am: 27.09.2021



## Ergebnisse der Hotelmarktanalyse

Eine aktuelle Studie von Studierenden der Hochschule Harz zeigt: die Anzahl der Beherbergungsbetriebe ist in den vergangenen Jahren stabil geblieben und es gibt ein vielseitiges touristisches Angebot in der Region. Die Ergebnisse der Hotelmarktanalyse wurden in dieser Woche im Beisein des Landrates André Schröder und der Geschäftsführerin der Standortmarketing Mansfeld-Südharz GmbH (SMG), Diana zur Horst-Schuster, vorgestellt.

Ein weiteres, wichtiges Ergebnis der Studie ist die herausragende Stellung der Gemeinde Südharz im Bereich des Tourismus. Gemessen an den Übernachtungszahlen und der Aufenthaltsdauer der Gäste gilt der Südharz als Zugpferd im Landkreis. 1,1 Millionen Euro bekommt der Landkreis Mansfeld-Südharz zur Förderung des nachhaltigen Tourismus. Mit den Fördermitteln soll die Gemeinde Südharz zu einer Pilotregion entwickelt werden.

„Tourismus ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor im Landkreis – gerade mit Blick auf Nachhaltigkeit und Klimaschutz“, erklärt Landrat André Schröder. „Diese Themen nehmen im Strukturwandel eine Schlüsselrolle ein. Ziel ist es, auch in dieser Branche Arbeitsplätze zu erhalten und zu schaffen. Bis zum Jahr 2025 soll im Bereich Tourismus ein Imagewandel vollzogen sein. Das bei der SMG einzurichtende Projektbüro wird daher zu einem überregionalen Kompetenzzentrum entwickelt.“

„Mit dem Projektbüro für nachhaltigen Tourismus setzen wir genau an diesem Punkt an. Ausgehend von der Gemeinde Südharz soll ein Experten-Netzwerk zum Thema „Nachhaltigkeit im Tourismus“ aufgebaut werden, von dem der gesamte Landkreis profitieren soll“, sagt Diana zur Horst-Schuster, Geschäftsführerin der Standortmarketing Mansfeld-Südharz GmbH.

Die Studierenden der Hochschule Harz gehen in ihrer Analyse aber auch auf den Mangel an Hotelkapazitäten im Landkreis ein. Großes Potenzial für einen zusätzlichen Hotelstandort sehen sie zum Beispiel im Seegebiet Mansfelder Land. Sie empfehlen für diese Standorte ein Hotel mit Resorcharakter, das den zukünftigen Gästen zahlreiche Möglichkeiten, wie Sport- oder Wellnessangebote bietet. Auch sollten touristische Angebote in der Nebensaison und im Bereich Kurzurlaub stärker ausgebaut und beworben werden.

„Urlaub im eigenen Land ist gefragt wie nie. Diesen Trend wollen wir auch im Landkreis Mansfeld-Südharz künftig noch stärker in den Fokus rücken. Die Handlungsempfehlungen aus der Hotelmarktanalyse sind daher für uns ein wichtiger Ansatz“, sagt Stefanie Müller, Leiterin Tourismusmanagement bei der Standortmarketing Mansfeld-Südharz GmbH.

Veröffentlicht im Jahr 2021, Standortmarketing Mansfeld-Südharz GmbH

Link: [CLICK HERE](#) 

## TOURISMUS

### MZ+ **Wie viele Hotels braucht es im Landkreis Mansfeld-Südharz?**

Diese Frage sollen Studenten der Hochschule Harz für den Landkreis nun klären. Die Übernachtungen im ersten Halbjahr 2021 gingen durch Corona zurück.

Von Joel Stubert 24.09.2021, 07:37

### 3.3.1 Sonderthemen im Rahmen des Kurses „Spezielle Tourismuslehre“

<b>Kursthema „Spezielle Tourismuslehre“</b>	<b>Wann?</b>	<b>Wer?</b>
Journalistic working routines and reports on tourism	SoSe 21	Keren Adam
Weintourismus	SoSe 21	Axel Dreyer
Digitalisierung und Ethik	SoSe 21	Uwe Richter
Bilder im Tourismus	SoSe 21 WiSe 21/22	Micheal T. Schreiber
Vanille. Veggie-Burger. Vinotheken	WiSe 21/22	Axel Dreyer
Lern- und Freizeitort Museum	WiSe 21/22	Matilde S. Groß

### 3.3.2 Exkursionen

Wohin?	Wann?	Wer?	Mit wem?
Natur & Technik – Erleben & Erfahren (HSB und Nationalparkhaus Drei Annen Hohne)	WiSe 21/22	Bachelor- und Master-Studierende	Prof. Dr. S. Groß
Naumburg und Region	WiSe 21/22	Bachelor-Studierende	Prof. Dr. A. Dreyer
Golfanlage Rittergut Hedwigsburg in Kissenbrück	WiSe 21/22	Bachelor-Studierende	Prof. Dr. A. Dreyer
Gesundheit & Wellness auf Klosterwegen (WR – Himmelspforte – Drübeck – Ilsenburg)	WiSe 21/22	Bachelor-Studierende	Prof. Dr. M. S. Groß
Helgoland	WiSe 21/22	Bachelor-Studierende	Ines Karnath, Martin Linne
Torfhaus im Harz	WiSe 21/22	Bachelor-Studierende	Prof. Dr. M.-T. Schreiber



Exkursion mit Ines Karnath und Martin Linne nach Helgoland



Exkursion mit Micheal Schreiber in den Nationalpark Harz nach Torfhaus



Exkursion mit Matilde Sophie Groß auf den Klosterwegen



Exkursion mit Axel Dreyer zum Golfclub Rittergut Hedwigsburg

### 3.3.3 Wissenschaftspreis Sachsen-Anhalt 2020

#### Die ModerndenkerInnen 2021

#### ***Zwei Absolventinnen und ein Student der Hochschule Harz gewinnen Wissenschaftspreis der Tourismuswirtschaft in Sachsen-Anhalt***

Neue Wege gehen, Innovationen entwickeln, Nachwuchskräfte für das Land Sachsen-Anhalt gewinnen. Diese Ziele setzt sich der Tourismusverband Sachsen-Anhalt e.V. und führte 2020 zum ersten Mal den Ideenwettbewerb „Moderndenker – Wissenschaftspreis der Tourismuswirtschaft“ durch. Den besten Ideen winkte ein Preisgeld in Höhe von 500 Euro sowie die Teilnahme am Tourismustag Sachsen-Anhalt.

Laura-Marie Metzler, Anne Heimbürg und Björn Ribbe – alle drei zum Zeitpunkt des Wettbewerbs Studierende der Hochschule Harz - konnten die Expertenjury überzeugen.



Laura-Marie Metzler hat während des Bachelorstudiums in Wernigerode ihr Interesse an Themen des Destinationsmanagement sowie der Markt- und Trendforschung entdeckt. Als sie vom Moderndenker-Wissenschaftspreis erfuhr, setzte sie sich mit der Frage auseinander, was sie selbst mit Sachsen-Anhalt assoziiert. Bei der Erarbeitung ihres Exposés stieß sie auf den „Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027“ und merkte, dass die von ihr festgestellte Problematik eines veralteten Destinationsimages nach Außen sowie die Schwierigkeit der Ansprache neuer, vor allem jüngerer Zielgruppen dort ebenfalls bereits als eine aktuelle Herausforderung erkannt und zu einem der Leitziele erklärt wurde. In ihrem Exposé zeigt sie Chancen auf, welche die inzwischen seit Beginn der Pandemie weltweit bekannte App TikTok für den Sachsen-Anhalt Tourismus und die Erreichung der Ziele des Tourismus Masterplans mit sich bringt.



Björn Ribbe aus Magdeburg studiert an der Hochschule Harz Tourism and Destination Management (MA) und schreibt aktuell seine Abschlussarbeit. Er ist in seiner Freizeit regelmäßig unterwegs, um neue Orte zu entdecken. Dabei begeistern ihn immer wieder die kleinen Details in der Entwicklung und Inszenierung von Attraktionen und Destinationen. Da er in den letzten Jahren auch im Rahmen des Studiums immer wieder mit diesen Themen zu tun hatte, kam ihm die Idee, für den Moderndenker-Wettbewerb ein eigenes Inszenierungskonzept für eine Region in seiner Heimat zu planen.



Anne Heimburg hat 2021 ihr Studium in Tourismusmanagement (B.A.) an der Hochschule Harz erfolgreich abgeschlossen. Während eines Praxissemesters im Hotel gewann sie erste Einblicke in die Personalproblematik der Hotellerie. „Es muss bei den Führungskräften anfangen! Führungskräfte in der Hotellerie müssen sich weiterbilden, veraltete Denkweisen aufbrechen und mehr auf die individuellen Bedürfnisse der Mitarbeiter eingehen“, ist die 22-Jährige überzeugt. Mit ihrer Idee zur Zertifizierung von New Work Hotels will sie einen Anreiz schaffen, dass sich die Hotellerie mehr um soziale Nachhaltigkeit bemüht. Nach Abschluss ihres Studiums nahm sie eine Stelle als Mitarbeiterin beim Tourismusverband Sachsen-Anhalt an und engagiert sich für nachhaltigen Tourismus im Bundesland.

Der Wissenschaftspreis „Moderndenker“ soll jährlich ausgelobt werden. Alle Information sowie die Teilnahmebedingungen zum Wettbewerb in 2022 sind auf den Tourismusnetzwerk Sachsen-Anhalt zu finden.

### 3.3.4 Global UNWTO Students' League

#### Studierende der HS Harz vertreten Deutschland bei der UNWTO Students' League

Die Welttourismusorganisation UNWTO hat auch in diesem Jahr dazu aufgerufen, sich an der Global UNWTO Students' League zu beteiligen. Dieses Programm bietet Studierenden eine internationale Plattform, um der Branche innovative Ideen für mehr Nachhaltigkeit im Tourismus zu präsentieren.

Im Mai 2021 wurden die Studentinnen Katharina Böhme, Franziska Hollas, Neele Sophie Ludwig, Jara-Lea Mallwitz und Magdalena Werner des Master-Studiengangs Tourism and Destination Management ausgewählt, an der Challenge teilzunehmen. Vorausgegangen ist dem Ganzen eine Bewerbung bei der UNWTO im Rahmen eines Studiencurses mit Prof. Dr. Harald Zeiss. Das Team der Hochschule Harz ist das einzige Team aus Deutschland in der Kategorie „Master's Level Global – Rural Development“ und muss sich nun gegen 17 weitere Teams durchsetzen. Die Freude über die Teilnahme an der Challenge ist den Studentinnen förmlich ins Gesicht geschrieben. „Als wir realisiert haben, dass wir das einzige Team für Deutschland in dieser Kategorie sind, stieg in uns ein enormer Druck auf“, beschreibt Magdalena Werner die Gefühlslage.

Die UNWTO hat allen Teams das gleiche Thema gegeben und sechs Wochen Zeit, die Challenge zu bearbeiten. Es galt die Herausforderung anzunehmen und eine nachhaltige, inklusive und zugleich realisierbare Strategie für die ländliche Region Tabant in Marokko zu erarbeiten. Die 17 Sustainable Development Goals dienten als Orientierung.



Ende Juni wurden die Ergebnisse eingereicht und von einer Jury der UNWTO begutachtet. Die vier besten Konzepte schaffen es in die Finalrunde und erhalten die Möglichkeit, dieses auf internationaler Bühne zu präsentieren.

#### ***Ein solides Konzept für das „Happy Valley“***

Die Destination wurde vorgegeben. „Damit haben wir nicht gerechnet. Wir hätten auch gern ein Konzept für den ländlichen Raum in Sachsen-Anhalt entwickelt“, so Katharina Böhme. Tabant und die Region Happy Valley waren für die Studentinnen komplettes Neuland. Aber dafür ermöglichte es die UNWTO über digitale Fragerunden und Online-Meetings mit mehreren Guides aus der Region in den Austausch zu treten.

Das Team hat zuerst alle Ideen gesammelt, zusammengetragen und manches wieder verworfen, um nach der Datenanalyse nochmal neu anzufangen. „Es war schwierig, an Informationen zu gelangen oder touristische Daten zu erhalten, um unsere Strategie zu untermauern“, beschreibt Magdalena Werner die Höhen und Tiefen. „Wir mussten uns auch erstmal in die anderen kulturellen Gegebenheiten hineinfühlen“, fügt Katharina Böhme hinzu.

Am Ende wollen sie eine Reiseagentur hervorbringen, die die vorhandenen touristischen Angebote bündelt und die Region in der Kommunikation stärkt, um mehr Gäste für die Destination zu begeistern. Zudem soll Tabant als Ort entwickelt werden, in dem sich internationale Tourismus-Studierende treffen und über Strategien für den ländlichen Raum austauschen können. In Zusammenarbeit mit den Einwohnern und im Einklang mit den 17 SDGs.

Die Master-Studentinnen haben ihr Konzept abgegeben und erwarten nun gespannt die Entscheidung der Jury.

Veröffentlicht am: 08.07.2021 (Hochschule Harz Blog, Claudia Kepke)

Link: [CLICK HERE](#) 







### **Deutsche und amerikanische Studierende lernen gemeinsam, Brücken zu bauen**

Als Nevina Cabboi und Pruthvirajsinh Jhala davon hörten, wollten sie sofort dabei sein: Über das DAAD-Projekt „Virtual Exchange+“ bot die Hochschule Harz in Kooperation mit der Hochschule Ruhr West im Wintersemester 2020/2021 erstmals verschiedene Units an, in denen deutsche Studierende gemeinsam mit amerikanischen Studierenden lernen sollten. Und zwar virtuell. Auch die Leitung war international besetzt: jeweils mit einer Dozentin der Hochschule Harz und einer Dozentin der amerikanischen Partnerhochschulen Wayne State University, Iowa State University oder Michigan State University.

#### ***Die Chance auf einen Studierendenaustausch***

„Das war meine Chance auf einen Studierendenaustausch in den USA“, sagt Nevina Cabboi. Sie studiert im ersten Semester Europäisches Verwaltungsmanagement am Halberstädter Fachbereich der Hochschule Harz. Den Studiengang wählte sie vor allem, um Erfahrungen in verschiedenen Ländern zu sammeln. Das sei innerhalb von Europa unkompliziert, aber der Weg über den Atlantik – ihr großer Traum – stellte sich finanziell schwierig dar. „Deshalb war mir ein Platz in dem Projekt so wichtig“, sagt Nevina Cabboi, auch wenn angesichts der Corona-Pandemie zurzeit nicht ganz klar ist, ob es den ursprünglich geplanten persönlichen Austausch der Studierenden mit Flug in die USA geben wird.

### ***Cultural Awareness und Nachhaltigkeit***

„What diet will look like in the next 20 years for the subject Technology assessment and Sustainability“ war die Frage der international-virtuellen Unit des Master-Studierenden Pruthvirajsinh Jhala. Er ist seit März 2020 im englischsprachigen Studiengang Technology and Innovation Management eingeschrieben und musste sich als international Studierender aus Indien zumindest sprachlich nicht umstellen. „The main interest of this assignment was learning about how to do a PESTEL analysis for any given current world problem or current megatrends and assess the future trends and movement in the next twenty years“, erzählt der Student von seiner eher fachlichen Motivation, die Unit zu belegen.

### ***Digital lernen via Videokonferenz***

Und wie war es, komplett virtuell zu studieren? Unkompliziert, finden beide. Zur Vorbereitung stellten die Dozentinnen Material zur Verfügung. Die Vorlesungen gab es via Videokonferenz-Plattform, die auch Gruppenarbeiten in Breakout-Sessions zuließ. „Es gab überhaupt kein fremdeln, ich hatte die ganze Zeit das Gefühl, dass wir uns schon begegnet sind“, sagt Nevina Cabboi, die sich selbst eher für einen analogen Menschen hält. „From time to time it turns out a little difficult to collaborate with everyone due to different time zones and provided that few students were working part-time/full-time“, merkt Pruthvirajsinh Jhala lediglich an, der mit seinen Kommilitoninnen und Kommilitonen auch eine Abschlusspräsentation erarbeitet hat.

### ***Das Projekt mit dem DAAD – Virtual Exchange+***

Der internationale Blick gehört seit der Gründung der Hochschule Harz zum festen Bestandteil der Lehre. Mit dem DAAD-Projekt „Virtual Exchange+“ hat er eine neue, digitale Dimension bekommen. Mit der „Internationalisierung@Home“ könnten zukünftig noch mehr Studierende vom Studierenden-Austausch profitieren – so die Hoffnung von Prof. Dr. Louisa Klemmer, Leiterin des Projekts und Prorektorin für Studium, Lehre und Internationalisierung.

### ***Wie denken wir – wie denken sie***

Nevina Cabboi, die bereits eine journalistische Ausbildung in der Tasche hat und nach ihrem Studium als Korrespondentin im Ausland arbeiten möchte, fühlt sich schon jetzt gut gewappnet: „Ich konnte erleben, wie Menschen aus unterschiedlichen Nationen auf eine Alltagssituation reagieren oder Dinge unterschiedlich wahrnehmen, und habe gelernt, wie man interkulturelle Differenzen überbrückt. Das war sehr wertvoll.“

Das Projekt „Virtual Exchange+“ wird vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) seit September 2020 für 13 Monate gefördert. Das Konsortium um die Hochschule Ruhr West und die Hochschule Harz hatte sich im Programm des Deutschen Akademischen Austauschdienstes (DAAD) „International Virtual Academic Collaboration (IVAC)“ unter mehr als 100 Bewerbern durchgesetzt. Auch für das Sommersemester sind weitere international-virtuelle Units geplant.

Veröffentlicht am: 10.02.2021 (Hochschule Harz Blog, Claudia Aldinger) [CLICK HERE](#) 

## Master-Studierende zu Konferenz in Detroit

Vom 15.11. bis 20.11.2021 nahmen acht Studierende des Masterstudiengangs Tourism and Destination Management an der "Collaborative International Learning Experience Conference" an der Wayne State University in Detroit teil. Die Konferenz war Teil des Virtual Exchange+ Projektes der HS Harz in Kooperation mit der Hochschule Ruhr West sowie der Wayne State University und der Iowa State University.

Neben Vorträgen und Workshops im Rahmen des Projektes, standen auch kulturelle Punkte auf dem Programm. So wurden u. a. das Detroit Institute of Arts sowie das Charles H. Wright Museum of African American History besichtigt und die Wayne State Warriors bei einem ihrer Basketball-Heimspiele angefeuert. Darüber hinaus erkundeten die Studierenden die Stadt auf eigene Faust und konnten dabei bspw. von der Riverfront aus nach Kanada blicken oder dem Detroit Tree Lighting beiwohnen.



### 3.4 Gastreferenten im Bereich Tourismus

Gastdozent	Thema	Firma/Tätigkeitsfeld	Dozent
Anja Wendling	Tourismusnetzwerk Rheinland-Pfalz Kooperation und Kommunikation im Tourismus	Stellvertretende Geschäftsführerin/Marketingleiterin, Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH	Prof. Dr. Matilde Sophie Groß
Martin Schulze	Finanzierung im Destinationsmanagement Kooperation und Kommunikation im Tourismus	Geschäftsführer, Landestourismusverband Sachsen-Anhalt	Prof. Dr. Matilde Sophie Groß
Christian Reinboth	Förderanträge und Regionalförderung	Research Funding Manager, Application Lab der Hochschule Harz	Prof. Dr. Matilde Sophie Groß
Dorrit Zischkale	Investorenberatung	Senior Managerin Bioökonomie, Cleantech, Papier- & Tourismusindustrie, Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH	Prof. Dr. Matilde Sophie Groß
Dorothee Wolf-Dolata	Streuobstwiesen im Landkreis Harz	Beratung für Landschaftsplanung, Büro für Umweltplanung Dr. Friedhelm Michael	Prof. Dr. Matilde Sophie Groß
Fabian Reiss	OBE cytric	Account Development Manager, i:FAO (Anbieter der IBE „cytric“)	Prof. Dr. Sven Groß
Dr. Jens Boyd	Yield/Revenue Management	Commercial Director, Condor Flugdienst GmbH	Prof. Dr. Sven Groß
Robert Thiel	Travel Management am Beispiel von Eberspächer	Travel Management, Eberspächer	Prof. Dr. Sven Groß
Karmen Mentil	Alpine Pearls – Nachhaltige Mobilität im Tourismus	Beratung und Entwicklung, ÖAR GmbH, Wien	Prof. Dr. Sven Groß
Sonja Karmann	Einen Onlineshop aufbauen	Trainerin, Google Zukunftswerkstatt	Uwe Richter
Lena Goller	Affiliate-Marketing im Tourismus	Chief Operating Officer, Reisetopia	Uwe Richter
Markus Müller	Successful negotiation in tourism	COO, Praktikawelten	Uwe Richter

---

Jürgen Dresek	Journalismus im Tourismus	Freier Journalist und TV Moderator	Prof. Dr. Harald Zeiss
Matthias Beyer	Entwicklungshilfe im Tourismus	Managing Director and Partner, mascontour GmbH	Prof. Dr. Harald Zeiss
Simone Kohl	Karriereplanung für Touristiker	Systemischer Coach für Outplacement und Karriereberatung, Selbstständig	Prof. Dr. Harald Zeiss
Sarah Piper	Genderdebatte an der Hochschule	Dozentin und Gleichstellungsbeauftragte, Hochschule Harz	Prof. Dr. Harald Zeiss

### 3.5 Internationale Gastdozenten

Auch über den internationalen Tourismusstudiengang hinaus werden zahlreiche Kontakte zu Forschern im Ausland gepflegt.



<p><b>Assoc. Prof. Dr. John S. Hull</b> Thompson Rivers University, Kamloops, Canada</p> <p>Gemeinsame Forschungsaktivitäten mit Kollegen der Tourismusstudiengänge</p>	<p><b>Anne Terwiel</b> Thompson Rivers University, Kamloops, Canada</p> <p>Kurse: Sport Management &amp; Tourism, Cases in International Tourism</p>	<p><b>Ph.D. Pavlina McGrady</b> Southern Oregon State University, Ashland, United States</p> <p>Gemeinsame Forschungsaktivitäten mit Kollegen der Tourismusstudiengänge</p>	<p><b>Dr. Byron Marlowe</b> Southern Oregon State University, Ashland, United States</p> <p>Gemeinsame Forschungsaktivitäten mit Kollegen der Tourismusstudiengänge</p>	<p><b>Prof. Dr. Michael Lück</b> Auckland University of Technology, Auckland, New Zealand</p> <p>Gemeinsame Forschungsaktivitäten mit Kollegen der Tourismusstudiengänge</p>	<p><b>Ph.D. Brooke Porter</b> Auckland University of Technology, Auckland, New Zealand</p> <p>Kurse: Tourismus-Psychologie, Cases in International Tourism, Cases Studies</p>	<p><b>Stephan Zeise</b> Marshall Goldsmith &amp; peopleGuys, Barcelona, Spain</p> <p>Kurse: Evidence-based Change Management</p>
---	--	---	---	--	---	--

## Wir trauern um Byron Marlowe

Auf dem Rückweg von einem Familienbesuch zu Weihnachten in Arizona ist Byron Marlowe plötzlich und unerwartet am 27. Dezember 2021 in Bend/Oregon verstorben. Sein Tod im Alter von nur 43 Jahren hinterlässt eine große Lücke, nicht nur bei seiner Frau Tami und seinen drei Kindern Adeline, Brynn und Jonathan.

Byron war über mehrere Jahre hinweg am Institut für Tourismusforschung der Hochschule Harz als Gastdozent tätig und sollte im Sommer 2022 wieder nach Wernigerode kommen. Die Kolleginnen und Kollegen haben Byron als stets gut gelaunten, engagierten und in der Forschung kooperativen Kollegen kennengelernt. Im Laufe der Jahre sind eine Reihe persönlicher Beziehungen zu ihm entstanden. Harald Zeiss arbeitete mit ihm mehr als zehn Jahre im Rahmen der Hochschulpartnerschaft mit der Southern Oregon University in Ashland zusammen. Es folgten mehrere gegenseitige Gastbesuche in den Jahren 2016, 2018 und 2019. Im Jahr 2016 reiste Axel Dreyer mit Byron vom Harz aus zur Teilnahme an einer Konferenz nach Bordeaux; bis zuletzt machte er konkrete Pläne mit ihm für weitere wissenschaftliche Projekte.

Wir haben mit Byron Marlowe einen kompetenten Forscher, netten Kollegen und guten Freund verloren.

Ruhe in Frieden, Byron.



**Foto:** Byron Marlowe und Axel Dreyer im Champagnergut Mercier auf dem Weg zur Konferenz der American Association of Wine Economists in Bordeaux.



**Foto:** Die Gastprofessoren Byron Marlowe (mitte) und John Hull (rechts) mit Harald Zeiss beim Besuch der Weltkulturerbestätte Quedlinburg.

### 3.6 Nationale Gastdozenten für Lehraufträge

Gastdozent	Tätigkeit im Unternehmen	Übernommener Lehrauftrag
Klaus Henschel	Consultant für die Travel Industry	Geschäftsreisemarkt (Bachelor)
Lena Rautenberg	Teamassistentin der Direktion, Leibniz-Institut für ökologische Raumentwicklung e.V. Dresden (IÖR)	Management von Mietwagen und Bussen (Bachelor)
Alexander Schröder	Referent Strategie und Portfolio Betrieb, DB Netz AG, Frankfurt	Management von Bahnunternehmen (Bachelor)
Klaus Asemann	Managing Partner, Embassy – Experten für Design, Branding und Kommunikation	Touristische Medienkonzepte (Master)
Michael Marz	Geo Data Analyst bei Toll Collect GmbH	Geodaten im Tourismus (Master)
Ph.D. Sabrina Seeler	Dozentin FH Westküste	Destinationsstrategien (Master)



### 3.7 Partnerhochschulen der Hochschule Harz

Ein wichtiges Element der Internationalisierung der Hochschule Harz ist der Aufbau und die Pflege von Kooperationen im internationalen Hochschulraum. Derzeit bestehen seitens der Hochschule Partnerschaften mit über 64 Hochschulen in über 28 Ländern, von denen 39 ein touristisches Studiengang-Angebot besitzen und sich in 20 verschiedenen Ländern befinden.

Im Rahmen des Studiengangs „International Tourism Studies“ absolvieren die Studierenden zwei Semester (5. und 6. Semester) an einer ausländischen Hochschule, um einen Abschluss an zwei Hochschulen zu erwerben (Doppel-Abschluss-Programm). Partnerhochschulen sind aktuell:

- Finnland – Kajaani University of Applied Sciences
- Frankreich – excelia GROUP LA ROCHELLE
- Frankreich – Université d'Angers
- Indonesien – International University Liaison Indonesia
- Mexiko – Universidad Mondragón México
- Neuseeland – Otago Polytechnic
- Norwegen – Inland Norway University
- Spanien – Universidad de Málaga
- USA – Southern Oregon University



Für den Studiengang Englisch:  
Otago Polytechnic, Neuseeland



Für den Studiengang Spanisch:  
Universidad de La Laguna,  
Teneriffa



Für den Studiengang Französisch:  
Université d'Angers, Frankreich



Für den Studiengang Englisch:  
International University Liaison  
Indonesia



Für den Studiengang Spanisch:  
Universidad Mondragón México

Bildbeispiele für die einzelnen Sprachenzweige

### 3.8 Fertiggestellte Abschlussarbeiten 2021

Im Jahr 2021 haben die ProfessorInnen und DozentInnen des Tourismuskollegiums insgesamt 100 Erstbetreuungen von Abschlussarbeiten übernommen. In diesem Jahr widmeten sich viele Abschlussarbeiten den Themen Destinationsmanagement, Hotelmanagement sowie Eventmanagement sowie Aspekte der Nachhaltigkeit und der COVID-19 Pandemie im Tourismus. Einige Themen sind zudem Querschnittsthemen.

Betreuer	Anzahl der Erstbetreuungen	Anzahl der Zweitbetreuungen
Prof. Dr. Volker Böttcher	17	8
Prof. Dr. Axel Dreyer	6	2
Prof. Dr. Matilde S. Groß	9	-
Prof. Dr. Sven Groß	9	-
Maren Hille	1	14
Ines Karnath	14	7
Claudia Kepke	-	2
Prof. Dr. Louisa Klemmer	1	-
Prof. Dr. Martin Linne	19	10
Uwe Richter	6	1
Prof. Dr. Michael-T. Schreiber	16	-
Prof. Dr. Harald Zeiss	2	1



Im Folgenden sind die genauen Themen der Abschlussarbeiten der touristischen Studiengänge aufgelistet:

*Bachelorarbeiten (Anzahl: 90 Bachelorarbeiten)*

<b>Erstbetreuer/in</b>	<b>Titel der Abschlussarbeit</b>
Prof. Dr. V. Böttcher	Wie sich die Adaption von digitalen Anwendungsmöglichkeiten bei Events auf das Eventmanagement deutscher Eventagenturen auswirkt
	Home-Office im Wandel
	Bedeutung und Auswirkung von Social Media auf den Recruitingprozess
	Der Produktentwicklungsprozess inklusiver Kinder- und Jugendgruppenreisen - Eine Potentialanalyse für klassische Reiseveranstalter
	Berlin im Balanceakt zwischen "Partyhauptstadt" und "Stadt zum Wohnen" - eine Benchmark-Analyse zur Bewältigung massentouristischer Probleme
	Mitarbeiterbindung in der Hotellerie am Beispiel der Allgäu TopHotels & AllgäuHotels - Erarbeitung eines Maßnahmenkatalogs in Zeiten von Corona
	Unternehmensnachfolge - eine empirische Untersuchung am Campingmarkt Deutschland
	Social Media Marketing im Tourismus am Beispiel der Social Media Auftritte führender Reiseveranstalter in Deutschland
	Chancen und Risiken ausgewählter Online-Marketing-Maßnahmen für kleine und mittelständische Unternehmen
	Die Relevanz eines Onboardings während des Pflichtpraktikums für die frühzeitige Bindung von Hochschulabsolventen
	Employer Branding im Krankenhaus - Erfolgsfaktoren und Entwicklungspotentiale am Beispiel des Pflegepersonals der Ilm-Kreis-Kliniken Arnstadt-Ilmenau gGmbH
	Wie kann der Einsatz zeitversetzter Videointerviews einen Mehrwert für den Personalauswahlprozess eines Unternehmens darstellen? - Eine qualitative Analyse mithilfe von Experteninterviews
	A Benchmarking of Social Media Usage by DMOs in Malaysia and Germany
	Employer Branding in der Phase der Berufsorientierung von Jugendlichen - Eine Analyse der Arbeitgebermarke der Stadtwerke Erfurt Gruppe
	Entsteht durch die Corona-Pandemie ein Trend bezüglich der Nachfrage sanft-mobiler Outdoor-Aktivitäten?
Prof. Dr. A. Dreyer	Homeoffice als digitale Arbeitsform: Chancen und Herausforderungen für die Arbeitswelt
	Think global - buy local - Touristen als Absatzmarkt für die Direktvermarktung regionaler Produkte am Beispiel des Verkaufs ab Hof in Niedersachsen
	Tourismusmarketing von eSport-Events
	Erscheinungsformen von Bier-Erlebniswelten in Deutschland - Eine typologische Analyse
	Weintourismus in deutschen Großstädten - ein Vergleich mit einem internationalen Exkurs
Neue Chancen des Campingtourismus in Nach-Corona-Zeiten unter besonderer Berücksichtigung der Herausforderung des Campingplatzmarketings	

Prof. Dr. M. S. Groß	Destinationsanalyse des Heilbades Bad Vilbel unter Berücksichtigung der Einschätzungen lokaler Experten
	Barrierefreiheit als Mehrwert im Tourismus am Beispiel der Lüneburger Heide
	Nachhaltiger Tourismus - Eine SWOT-Analyse zur nachhaltigen Destinationsgestaltung in der Lüneburger Heide
	Datenmanagement im Destinationsmanagement - Eine Analyse des Status Quo in ausgewählten Landesmarketingorganisationen
	Touristisches Nachfrageverhalten der Fans bei Sportveranstaltungen - am Beispiel der 1. Fußball-Bundesliga
	Freizeitparks im ländlichen Raum - Wie Freizeitparks zur Regionalentwicklung beitragen können
	Nachhaltige Gestaltung der touristischen Dienstleistungskette am Beispiel der Ostfriesischen Inseln
	Tourismus im Wandel? - Auswirkungen der COVID-19 Pandemie auf das Reiseverhalten der Generation Y
Prof. Dr. S. Groß	Nachhaltiger Bustourismus - Perspektiven für eine zukünftige Entwicklung
	Kombination von Geschäfts- und Privatreisen in Deutschland - Bleisure Travel in den Reiserichtlinien ausgewählter Unternehmen"
	Kundenbindung bei Low Cost Carriern - Qualitative Inhaltsanalyse zu Emotionen und Motivationen von Privatreisenden
	Influencer Marketing für Destinationen - eine qualitative Inhaltsanalyse am Beispiel Dresden Elbland
	Besucherlenkung im Wandertourismus - Ein Vergleich digitaler Maßnahmen
	Employer Branding von deutschen Unternehmen - Bedeutung des Travel Managements für die Arbeitgeberattraktivität
	Virtuelles Bezahlen im Travel Management - Prozessanalyse zur Nutzung virtueller Kreditkarten bei Hotelbuchungen der Salzgitter AG
	Intermodalität im Schienenpersonenfernverkehr - Qualitative Inhaltsanalyse zu Motiven und Zielen von Kooperationen der DB Fernverkehr AG
M. Hille	Die Bedeutung von Barrierefreiheit für den Kulturtourismus am Beispiel von Museen
I. Karnath	Nachhaltigkeit im Beherbergungsgewerbe - Die Relevanz von Umweltsiegeln und Zertifizierungen in der Parahotellerie
	Durchführung einer Benchmark-Analyse des Instagram Kanals für das Hotel Travel Charme Gothisches Haus Wernigerode
	Yield Management in der Hotellerie - Eine empirische Untersuchung der Kapazitätssteuerung in der Individualhotellerie
	Yield Management Systeme für kleine und mittelständige Unternehmen der Hotellerie - Eine vergleichende Analyse
	Personalbedarfsplanung bei dem Reiseveranstalter "REISEN MIT SINNEN - Pardon/Heider Touristik GmbH
	SWOT-Analyse als Grundlage einer Marketingkonzeption für das Altwernigeröder Apparthotel
	Frauenhotels in Deutschland - Nachfrageanalyse zu den Anforderungen weiblicher Hotelgäste
	Ausländische Mitarbeiter als Chance gegen den Fachkräftemangel - Analyse des Onboarding Prozesses ausländischer Pflegekräfte am Universitätsklinikum Düsseldorf
	Auswirkungen der COVID-19-Krise auf die Hotellerie - Veränderungen der Gästeerwartungen an ihren Hotelaufenthalt durch die Pandemie
	Nachhaltigkeitszertifizierung als Chance - Handlungsempfehlungen für das Hotel "Zur Post" in Wernigerode
	Hotellerie in Zeiten der Corona-Krise 2021 - Eine Szenarioanalyse des Hotelmarktes Niedersachsens auf Basis von Experteninterviews

	Megatrend Digitalisierung in der Hotellerie entlang der Customer Journey - Ableitung von Handlungsempfehlungen für das Naturresort Schindelbruch in Stolberg/Südharz
	Nachhaltigkeit in der Hotellerie
	Slow Tourism: Ein nachhaltiges Reisekonzept? Betrachtung des Slow Travel Trends im Kontext des sanften Reisens
Prof. Dr. L. Klemmer	Measuring the effect of community based Tourism: a comprehensive literature review regarding the use and development of indicators
Prof. Dr. M. Linne	Der Beruf Hochzeitsplaner - Eine Branchenstrukturanalyse in der Region Harz
	Kooperationen zwischen Kirche und Tourismus - Handlungsempfehlungen für den Evangelischen Kirchenkreis Halberstadt
	Auswirkung der Corona-Pandemie auf die Hotels in Cuxhaven
	Energiewende und Tourismus - Erneuerbare Energien als touristische Attraktionen in Deutschland
	Nachhaltigkeit in der Onlinekommunikation von Destinationen
	Besuchersteuerung als Chance gegen Massentourismus
	Kommunikation der Nachhaltigkeit im Food & Beverage Bereich
	Hygienemaßnahmen in der Hotellerie. Ein interdisziplinärer Ansatz zur Feststellung von Maßnahmen und Konzepten zur Vermeidung zukünftiger Pandemien
	Storytelling als Kommunikationstool im Destinationsmarketing
	Destination Australien - Reiseziel der High Value Traveller
	Personalerhaltung in der Gastronomie -Maßnahmen, um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken
	Bewertung von Hotelsternesystemen - Die Bedeutung institutionell vergebener Hotelsterne in Zeiten des Web 2.0
	Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Veranstaltungsbranche: Eine Potenzialanalyse virtueller Messen
	Das Potential des Schwarzwaldes als E-Bike Destination - Eine quantitative und qualitative Analyse des radtouristischen E-Bike Angebots am Beispiel der Destination Schwarzwald
U. Richter	Elemente des Vertrauens dargestellt am Beispiel einer Hotelwebsite
	Maßnahmen zur Steigerung des Direktvertriebs von Beherbergungsunternehmen am Beispiel Finkenherd 5
	Optimierungsmöglichkeiten der User Experience im Online-Bewerbungsprozess an Hochschulen
	Social-Media-Controlling: Ein konzeptioneller Ansatz zur Erfolgsmessung am Beispiel des Influencer-Marketings
	Voice First: Erhöhung der Reichweite von Blogs im Tourismus durch die Ergänzung von Audioinstrumenten
	Die Akzeptanz des Produktes VW FS Business Travel als neue Buchungsplattform in der Volkswagen Financial Services AG - Eine quantitative Analyse der Nutzungsabsicht anhand des Technology Acceptance Model
Prof. Dr. M.-T. Schreiber	Die Digitalisierung in der Veranstaltungsbranche als Kernfaktor des Krisenmanagements. Eine Analyse entlang der Customer Journey von Public Events
	Steigt das Interesse für Inlandsreisen bei der jungen deutschen Generation? Mögliche Hintergründe und Best Practice-Destinationen in der Zielgruppenansprache

	Der Einsatz von hybriden Business-Events als Alternative in Zeiten der COVID-19-Pandemie - am Beispiel von Unternehmen der Region Braunschweig-Wolfsburg
	Virtuelle Events - Eine Chancen-Risiken-Analyse des zukünftigen Potenzials virtueller Events am Beispiel der IMEX Group
	Die Auswirkungen des Waldsterbens auf den Wandertourismus im Nationalpark Harz
	Millennials auf Geschäftsreise - Die Ansprüche der Reisenden von morgen
	Erfolgsfaktoren für zukünftige Messeformate - Unter Berücksichtigung der Kundenzufriedenheit von Fachbesuchern
	Ein Städteranking der 16 Historic Highlights in Deutschland über 100.000 Einwohnern anhand ausgewählter MICE-Kriterien
	Entwicklung nachhaltiger und ganzjähriger Reise- und Freizeitangebote als Impulsgeber für die Ortsentwicklung Schierkes
	Welches Potential übt der Fußball auf den Tourismus in der Stadt Bremen aus? - Eine empirische Untersuchung der touristischen Aktivitäten der Fans in der Destination
	Konzeption eines Online-Events am Beispiel der Bosch Rexroth MH Service Partner Conference 2021
	Lokale Online-Portale für den stationären Einzelhandel und die Gastronomie zur Stärkung der Innenstadt - Bewertung der Notwendigkeit und Empfehlungen zur Ausgestaltung am Beispiel der Stadt Gütersloh
	Der Einfluss von Musikfestivals auf die touristische Entwicklung von Destinationen
	Nachhaltiger Skitourismus: Möglichkeiten und Grenzen des alpinen Skitourismus
	Eventmanagement im Sporttourismus - Das Golfturnier als Event
	Auswirkungen des Klimawandels auf den Wintersporttourismus - am Beispiel von Beitostølen in Norwegen
Prof. Dr. H. Zeiss	Die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Sharing Economy der Hotellerie - Eine Analyse der Chancen und Risiken am Beispiel von Airbnb

*Masterarbeiten (Anzahl: 10 Abschlussarbeiten)*

<b>Erstbetreuer</b>	<b>Titel der Abschlussarbeit</b>
Prof. Dr. V. Böttcher	Die Rolle der Destinationswahl im Reiseentscheidungsprozess bei ländlichen Destinationen - am Beispiel der Destination Eichsfeld
Prof. Dr. A. Dreyer	Wein- und Wandertourismus weltweit - Benchmarking ausgewählter Weinwanderwege
Prof. Dr. M. S. Groß	Kommunikationsstrukturen in Krisenzeiten - Eine situative organisatorische Netzwerkanalyse für den Tourismus im Landkreis Harz
Prof. Dr. S. Groß	Workation als neue Reiseform: Eine qualitative Analyse für die deutsche Tourismuswirtschaft
Prof. Dr. M. Linne	Qualität der Auftritte niedersächsischer Beherbergungsbetriebe auf Online-Plattformen
	Social Media Kommunikation in der Coronakrise - Eine Untersuchung klein- und mittelständischer Hotelbetriebe in Deutschland
	Einführung elektronischer Kurkartensysteme - eine Akzeptanzanalyse der Beherbergungsbetriebe in Wernigerode
	Storytelling als produktpolitische Maßnahme in der Hotellerie
	Servicequalität von local guides von ausgewählten Sharing-Economy-Plattformen - Mystery Shopping als Bewertungsmethode
Prof. Dr. H. Zeiss	Der DTV-Praxisleitfaden "Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus" - Eine Erfolgsanalyse am Beispiel der Nordeifel

**Bildquellen:**

Sofern nicht anders angegeben, sind die verwendeten Bilder privat bzw. aus dem Hochschularchiv oder es handelt sich um lizenzfreie Bilder der Plattform Pixabay.

**Redaktion:**

Janine Hagemann

Maren Hille

**Impressum:**

Hochschule Harz

Institut für Tourismusforschung

Friedrichstrasse 57-59  
38855 Wernigerode

[CLICK HERE](#) 

Telefon: +49/ (0) 3943/ 659-100

Telefax: +49/ (0) 3943/ 659-109

E-Mail: itf@hs-harz.de

