

# Quo vadis: Wie sieht die Zukunft des Tourismus aus?

Foresight Workshop  
Dokumentation Tag 2



**DIANAT**

in Kooperation mit

 Mittelstand-Digital  
Zentrum  
Tourismus

Inhalt	
Einführung	3
Programm	4
Vorträge und Speaker*innen	7
Work Sessions und Ergebnisse	10
Persona Analyse	12
Zusammenfassung innovative digitale Angebote	27
Impressionen vom Workshop	28
Anhang	31

### Mitwirkende beim Workshop

Karlheinz Steinmüller	Konzeption und Einführungsvortrag
Katja Anclam	Gesamtmoderation und Konzeption
Oliver Puhe	Moderation & Trendreport
Fabienne Sand	Interviews, Konzeption, Kleingruppenmoderation
Sina Heider	Organisation und Einladungsmanagement
Gulliver Theiss	Kamera
Liliia Matveeva	Illustrationen
Mathilda Köhler	Empfang und Gästebetreuung
Karlotta Hilss	Empfang und Gästebetreuung
Sebastian Winter	Technik
Karlo Arndt	Organisatorische Unterstützung
Johannes Winterstein	Organisatorische Unterstützung

Ergebnisse des Foresight und Visionierungsworkshop des Projektes BMBF-Projektes DIANA-T, "Digitale Leistungen, Datenintegration und Datenautonomie für eine nachhaltigere Tourismusbranche" in Zusammenarbeit mit dem MDZT (Mittelstand-Digital Zentrum Tourismus) im Spreefeld Berlin vom 23.10.2024.

Autoren und Dokumentation: Christoph Henseler, Katja Anclam, Fabienne Sand

Satz und Layout: Greta Lauk

Illustrationen: Liliia Matveeva

Photos: Gulliver Theis, Sebastian Winter

## Einführung

Ein gemeinsamer Blick in die Zukunft des Tourismus: Für einen zweitägigen Foresight-Workshop begrüßt das Deutsche Institut für Gutes Leben verschiedene Konsortialpartnerinnen der Forschungsprojekte „Mittelstand-Digital Zentrum Tourismus“ und „DIANA T – Digitale Leistungen, Datenintegration und Datenautonomie für eine nachhaltigere Tourismusbranche“ in der Workshop-Location Spreefeld Berlin.

Um von den unterschiedlichen Expertisen und Forschungsgebieten der einzelnen Partnerinnen zu profitieren, setzte das Konzept auf eine Balance zwischen Input durch spannende Gastrednerinnen, intensiven Arbeitsphasen und Raum für persönliche Begegnungen und Vertiefung in der besonderen Location.

Hatten am ersten Tag aktuelle Trends und kommende Technologien und ihre Rolle im Tourismus im Vordergrund gestanden, so wechselte der Fokus am zweiten Tag zur Entwicklung von Visionen des technisch unterstützten Reisens im Jahr 2030.

## Ziele des Workshops

**Weiterentwicklung der Zukunftsszenarien und Erarbeitung strategischer Ansätze in Bezug auf DIANA T.**

Leitfragen:

- Wie sieht das Reisen in der Zukunft aus?
- Wie hilft da Digitalisierung?

## **Was kann/soll DIANA-T dabei beitragen? – Rolle des Workshops im Projekt**

Der Workshop diente Weiterentwicklung der Zukunftsszenarien und Erarbeitung neuer Lösungsideen und strategischer Ansätze in für DIANA T.

In der zweitägigen Zusammenarbeit sollte ein Raum geschaffen werden, der zur proaktiven und kontinuierlichen Weiterentwicklung zukunftsweisender Technologien der Forschungsprojekte DIANA-T und MDZT beiträgt. Durch gezielt kuratierten Input und produktive Work-Sessions konnten wir Denk- und Kreativprozesse fördern und zielgerichtet auf die Projektziele hinarbeiten.

## Programm

### **Impuls 1: „Quo Vadis, Tourismus?“**

*Referent: Dr. Karlheinz Steinmüller.*

*Steinmüller ist promovierter Philosoph und diplomierter Physiker, ist Wissenschaftlicher Direktor bei Z\_punkt und verantwortlich für die methodische Fundierung der Zukunftsforschung. Als Experte für Zukunftsfragen lehrt er an der Freien Universität Berlin und hat gemeinsam mit seiner Frau Angela zahlreiche Fachbücher und Science-Fiction-Romane verfasst.*

Inhalt: Dr. Karlheinz Steinmüller, ein führender Experte für Zukunftsforschung, nimmt uns mit auf eine Reise in die Zukünfte des Tourismus. Im Vortrag wird untersucht, wie die Tourismusbranche bis zum Jahr 2050 aussehen könnte und welche Visionen uns bis dahin leiten könnten. Er beleuchtete die Herausforderungen und Möglichkeiten, die auf dem Weg dorthin zu erwarten sind, und gibt praktische Einblicke, wie sich die Branche bereits jetzt auf die nahe Zukunft 2030 vorbereiten kann.

### **Impuls 2: „Wo die Zukunft schon Alltag ist – Ein Blick nach China“**

*Referentin: Ziyi Huang, Wirtschaftsingenieurin, M.Sc., Beraterin bei KCW GmbH.*

*Huang ist seit 2016 Teil von KCW und begleitet als erfahrene Beraterin komplexe Prozesse durch Moderation und Mediation. Mit lösungsfokussierten Methoden, kreativen Moderationstechniken und einer Prise Humor schafft sie in Workshops einen produktiven Rahmen. Als Wirtschaftsingenieurin (M. Sc.) bringt sie fundiertes Wissen über Prozessdynamiken und Schnittstellenmanagement mit. Ihre Berufserfahrung umfasst Projekte zur Mobilität der Zukunft, darunter Mobility-as-a-Service und multimodale Mobilitätsdienstleistungen. Zuvor war sie u. a. als Referentin der Geschäftsführung bei KCW, Projektmanagerin am Goethe-Institut Peking und Gutachterin bei der GIZ tätig.*

Inhalt: Ziyi Huang präsentiert die beeindruckenden Entwicklungen in der Tourismusbranche Chinas und erläutert, warum die Tourismus-Strategie des Landes weltweit für Aufsehen sorgt. Sie beschreibt die ambitio-

nierten strategischen Ziele Chinas und zeigt auf, welche Zukunftsvisionen dort bereits Realität geworden sind. Die Referentin erklärt, wie China durch fortschrittliche Technologie und innovative Konzepte bereits jetzt Erlebnisse schafft, die in vielen anderen Ländern noch als Zukunftsmusik gelten. Dieser Vortrag gibt einen spannenden Einblick in eine andere Perspektive auf den Tourismus und lässt uns über Möglichkeiten und Grenzen für Deutschland nachdenken.

### **Diskussionsrunde: „Welche Trends sind spannend? Wie kann Deutschland daraus lernen?“**

Inhalt: In dieser interaktiven Diskussionsrunde reflektieren die Teilnehmer die vorhergehenden Impulse und identifizieren die für Deutschland besonders interessanten Trends im Tourismus. Gemeinsam wird erörtert, was Deutschland von den innovativen Tourismusansätzen anderer Länder lernen kann. Die Runde bat Raum für inspirierende Ideen, kreative Konzepte und Diskussionen darüber, welche Ansätze möglicherweise auch hierzulande adaptiert werden könnten, um die Zukunft des Tourismus proaktiv zu gestalten.

### **Work-Session 1: „Die europäischen Digitalziele und die Zukunft des Tourismus 2030“**

*Moderator: Dr. Karlheinz Steinmüller*

Inhalt: In dieser Work-Session erarbeiten die Teilnehmer, wie sich die europäischen Digitalziele auf die Angebote touristischer Anbieter bis zum Jahr 2030 auswirken könnten. Dr. Karlheinz Steinmüller führt die Gruppe durch eine praxisnahe Übung: Mithilfe von Personas, die stellvertretend für verschiedene Zielgruppen stehen, werden die Teilnehmer in Arbeitsgruppen aufgeteilt, um zukünftige Szenarien zu entwickeln. Ziel ist es, die Veränderungen im Angebot und die Anpassungen der Dienstleistungen durch die Digitalisierung zu verstehen. Hier wird konkret herausgearbeitet, wie die Digitalisierung neue Chancen und Herausforderungen für Anbieter im Tourismussektor schafft.

### **Impuls 3: „Wo die Zukunft schon Alltag ist – Insights einer professionellen Reisenden“**

*Referentin: Jasmin Mühlbach,*

*ReDiscoverBrandenburg*

*Mühlenbach ist gebürtige Brandenburgerin, hat ihr Heimat-Bundesland lange unterschätzt, bis sie 2018 bei einer Landpartie in der Uckermark ihre Liebe zu Brandenburg neu entdeckte. Seitdem organisiert sie leidenschaftlich Wanderungen, Fahrradtouren und Ausflüge und teilt ihre Erlebnisse auf Instagram unter @rediscoverbrandenburg. Als Co-Autorin des Buches "Ganz Wald draußen" ist sie immer auf der Suche nach den schönsten Fotomotiven und möchte andere dazu inspirieren, die oft verborgenen Schätze Brandenburgs neu zu entdecken.*

Inhalt: Jasmin Mühlbach, die regelmäßig für ReDiscoverBrandenburg auf Reisen ist, berichtet von ihren Erfahrungen als professionelle Reisende. Sie stellt innovative digitale Angebote aus Brandenburg vor und schildert aktuelle Herausforderungen, denen Reisende weltweit begegnen. Die Referentin beschreibt, was sie auf ihren Reisen als besonders spannend wahrnimmt und welche digitalen Services derzeit im Trend liegen. Durch ihre Erzählungen erhalten die Teilnehmer wertvolle Einblicke in die Realität moderner, digital unterstützter Reisen und können neue Ideen für den deutschen Markt ableiten.

### **Diskussionsrunde: „Wie können wir von den Erfahrungen einer professionellen Reisenden profitieren?“**

Inhalt: Aufbauend auf den Erzählungen von Jasmin Mühlbach diskutieren die Teilnehmer, wie Deutschland von den Erfahrungen einer professionellen Reisenden profitieren kann. Es wird besprochen, welche Angebote in Deutschland fehlen und welche internationalen Trends für den heimischen Markt besonders relevant sein könnten. In dieser Runde wird gemeinsam überlegt, wie Deutschland sein Tourismusangebot verbessern und welche digitalen Innovationen sich hier etablieren könnten.

### **Work-Session 2: „Die europäischen Digitalziele und ihre Auswirkungen auf die Customer Journey im Jahr 2030“**

*Moderator: Dr. Karlheinz Steinmüller*

Inhalt: Dr. Karlheinz Steinmüller moderiert eine zweite Work-Session, in der die Teilnehmer sich auf die Customer Journey konzentrieren und diskutieren, wie sich das Reiseerlebnis bis 2030 verändert. Verschiedene Personas durchlaufen Szenarien der Zukunft und die Teilnehmer erarbeiten in Kleingruppen, was das Erlebnis vor Ort und die Nachbereitung beeinflusst.

### **Abschlussrunde: Wrap-Up und Auswertung der Ergebnisse**

Inhalt: In der Abschlussrunde werden die Ergebnisse des Tages zusammengefasst und diskutiert. Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, ihre Erkenntnisse aus den Impulsen und Work-Sessions zu teilen. Dieser Wrap-Up dient nicht nur als Zusammenfassung, sondern auch als Impuls zur Reflexion über die zukünftige Ausrichtung der Tourismusbranche. Die Runde gibt allen Beteiligten die Gelegenheit, Ideen für die eigene Praxis mitzunehmen und die gewonnenen Erkenntnisse in ihre Arbeit einfließen zu lassen.



## Vorträge und Speaker\*innen

### Einstieg - Quo Vadis, Tourismus?

*Dr. Karlheinz Steinmüller, Zukunftsforscher*

Den Einstieg in den Workshop bereitete der Zukunftsforscher und Science Fiction Autor Karlheinz Steinmüller. Unter Schlagworten „Zukünfte des Tourismus, Wohin schauen – Zukunft 2050? Wohin gehen – die nahe Zukunft 2030? Wie vorbereiten?“ zeichnete er zuerst ein Bild der fernen Zukunftsentwürfe des Tourismus als ferner Fluchtpunkt und führte dann in die aktuell relevanten Megatrends und touristische Entwicklungen mit der Zeithorizont 2030 aus.



### Impuls 1: Wo die Zukunft schon Alltag ist – Blick nach China

*Ziyi Huang, Wirtschafts-Ing., M.Sc.*

Der erste Impuls im Rahmen der Workshoparbeit bildete der Vortrag "Tourismus in China" von Ziyi Huang. An fünf Beispielen für Strategien und Technologien des China-Tourismus beantwortete sie die Fragen: Was macht die Tourismus-Strategie von China so interessant? Was sind die strategischen Ziele? Welche Zukunft ist schon Wirklichkeit? Wohin geht die Entwicklung?

Auch wenn Deutschland aus vielen Gründen nicht mit China vergleichbar ist und in vieler Hinsicht auch anderen Paradigmen in der Technologieeinführung und -Nutzung folgt, so

bildet China doch eine aufregende Vergleichsfolie, an der erkennbar wird, was mit Datenökonomien und digitalen Technologien machbar ist und welche Vor- und Nachteile das in der Praxis hat.



### Impuls 2: Wo die Zukunft schon Alltag ist – eine professionelle Reisende berichtet

*Jasmin Mühlbach, ReDiscoverBrandenburg*

Thema: Professionell Reisen – was auf der Welt gerade spannend ist.

Inhalt: Welche interessanten digitalen Angebote gibt es? Was sind die aktuellen Herausforderungen?



# QUALITÄT, TOURISMUS?

## URLAUB IN VIRTUELLEN REALITÄTEN

DR. Karl Heinz  
Steinmüller

ZUKUNFT  
FORSCHER

PHYSIKER



KI



SPACE  
CRUISE



SPACE  
HOTEL

- ERLEBNIS
- REISEMOTIVATION
- ERHOLUNG KULTUR
- Gesundheit
- BILDUNG SPORT
- SPRACHE
- FLUCHT AUS DEM ALLTAG



- ICH MÖCHTE
- SIMPLIFY MY LIFE
- ZURÜCK ZUR NATUR
- RÜCKKEHR ZU TRADITIONELLEN WERTEN

+ temporärer Ausstieg

ICH BIN dann mal WEG

# REISEN in 2030

NAHTLOS mühelos  
BRUCHLOS

## ENTSCHLEUNIGUNG

# SLOW

— food  
— shopping  
— cities

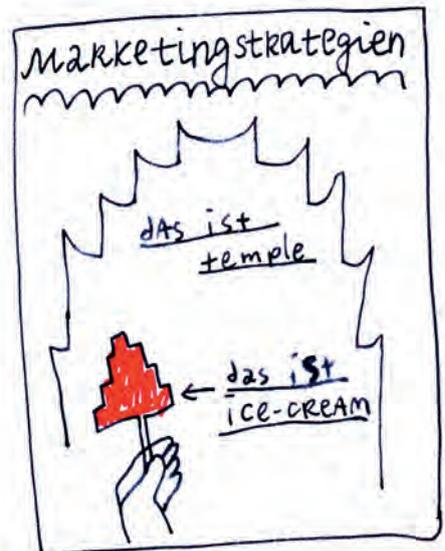
SICHER !!!  
EFFIZIENT

nach individuellen WÜNSCHEN  
SPONTAN ANPASSBAR  
DIGITAL inszeniert

ZIYI HUANG



# ZUKUNFT des TOURISMUS in DEUTSCHLAND = INSPIRATIONEN aus CHINA!



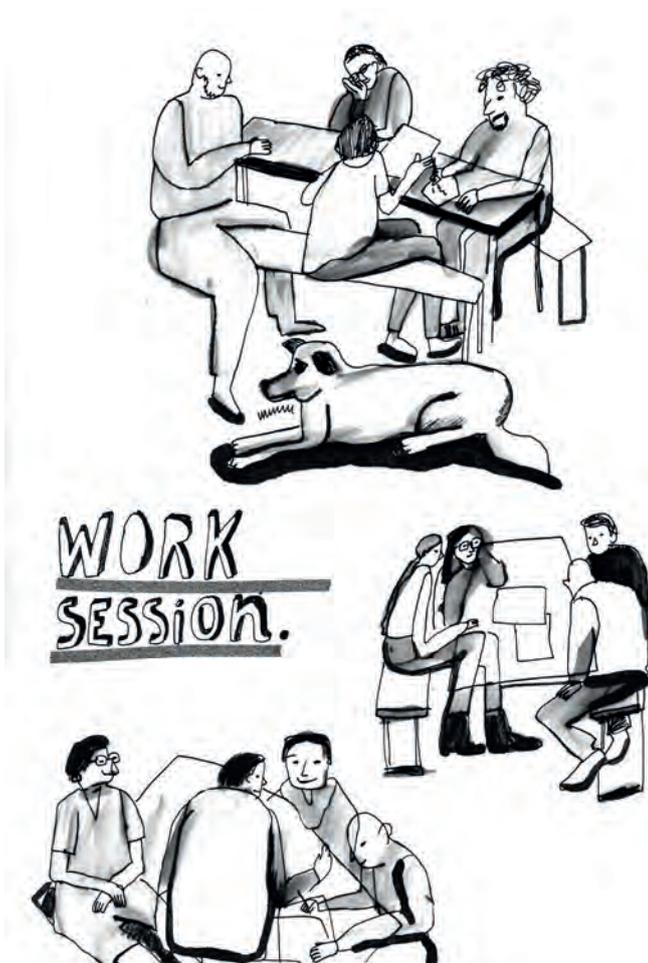
## Work Sessions und Ergebnisse

### Ablauf

Die Arbeit der Work Sessions waren entlang des Themas des Tages „Visionen und neue Lösungen für 2030“ und der damit verbundenen Leitfragen gestaltet:

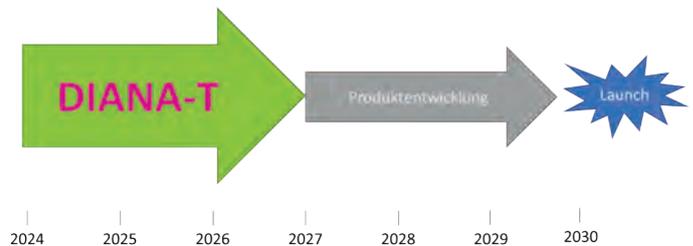
- Wie sieht das Reisen in der Zukunft aus?
- Wie hilft da Digitalisierung?
- Was kann/soll DIANA-T beitragen?

Nach den Impulsvorträgen wurden die Teilnehmenden gebeten, sich in **Kleingruppen** zusammenzufinden – teils bereits zu Beginn des Workshops festgelegt, teils spontan gebildet. In diesen Kleingruppen arbeiteten die Teilnehmenden mit verschiedenen Materialien, um potenzielle Fälle zu analysieren, Zukunftsszenarien zu durchdenken oder Lösungen für bestehende Herausforderungen im Tourismus zu erarbeiten. Das Ziel war es, die spezifischen Expertisen der einzelnen Teilnehmenden in die Gruppenarbeit einzubringen und so geeignete Lösungsansätze für zukunftsorientierte Szenarien zu entwickeln und potenzielle neue Lösungen (auf Basis neuer Technologien und Datenverfügbarkeit) zu entwickeln.



rien zu entwickeln und potenzielle neue Lösungen (auf Basis neuer Technologien und Datenverfügbarkeit) zu entwickeln.

Nachdem Oliver Puhe und Christoph Henseler die Gruppen eingewiesen und bei der Einführung in die Materialien unterstützt hatten, gab es immer wieder konzentrierte Phasen des Erarbeitens, Zusammenfassens und internen Präsentierens. Schließlich wechselten die Teilnehmenden nach dem „World Café“-Prinzip auch zu anderen Tischen, um weitere Szenarien zu bearbeiten und bisherige Ergebnisse auszutauschen. Am Ende jeder Work Session war Raum für Präsentationen, Austausch und die Vermittlung der Ergebnisse vorgesehen.



Als zeitlicher Horizont war 2030 gesetzt. Dieses Datum ist nicht beliebig gewählt, sondern ist der Zeithorizont der Europäischen Digitalstrategie; zugleich ist er aus dem Kontext von DIANA-T selbst signifikant. Geförderte Forschungs- und Entwicklungsprojekte finden grundsätzlich im vorwettbewerblichen Bereich statt. Sie erzeugen also selbst keine marktfähigen Produkte, sondern neue Technologien und Prototypen, die erst im Rahmen der Ergebnisverwertung der Projekte durch die Partner potenziell zu neuen Produkten und Dienstleistungen werden.

Ein zentrale Technologie im Projekt DIANA-T bilden **Datenräume**. Diese nehmen auch in den Digitalstrategien der EU und der Bundesregierung einen prominenten Platz ein und sollen in Zukunft einen sicheren Datenaustausch zwischen Unternehmen bzw. Organisationen ermöglichen und damit eine technische Grundlage für Datenökonomien bzw. datenzentrierte

Geschäftsmodelle sichern.

Dazu wurden die technologischen Grundlagen und Anwendungsszenarien der Datenräume am ersten Tag des Workshops in einem Vortrag von Dr. Christoph Lange-Bever den TeilnehmerInnen vorgestellt. (Siehe Dokumentation von Tag 1)

Für die Arbeit im Workshop sollte aber von konkreten technischen Details abgesehen und vom technischen Artefakt abstrahiert werden. Vielmehr sollten sie hier eher als **politisches Projekt** also die Europäische Antwort auf die Datenfrage und als Praxis, also eine Bereitschaft und Praxis von Organisationen Daten zu teilen und als eine **Metapher** für Datenaustausch als Prinzip stehen und verwendet werden.

Als **Prämisse** für die Arbeit im Workshop wurde das folgende optimistische Szenario für das Jahr 2030 gesetzt, in dem sich politische Versprechungen eingelöst haben und Europa eine solide Dateninfrastruktur und Data Sharing als Praxis etabliert hat:

### Szenario

**Das Jahr ist 2030; die politischen Ziele der EU haben sich eingelöst; alle Organisationen sind an Datenräume angeschlossen und nutzen diese; in ganz Europa liegen alle wünschenswerten Daten vor; Netzabdeckung 100%; der digitale Traum wird wahr**

Unsere zentrale Frage:

Wenn das alles wahr wird, wie wird dann Reisen und Tourismus besser? Was sind die tollen neuen Lösungen im Tourismus-Bereich? Wie sieht das Gastgeber und Reisen in dieser schönen neuen Welt aus?

Die Arbeit gliederte sich dabei in zwei Runden.

**Die erste Runde** widmete sich dabei der Sicht des Gastgebers/der Gastgeberin, also den Leistungsträgern. Dabei wurden den Kleingruppen folgende Aufgaben gestellt:

1. Schritt: Aneignung: Wer ist meine Figur im Jahr 2030?

Überlegen Sie dafür, ob Individualisierung notwendig ist, ergänzen Sie die Merkmale.

2. Schritt: Welche Servicedienstleistungen bietet meine Figur im Jahr 2030 an?

Sammeln Sie die Services auf den gelben Karten.

3. Wie helfen Daten und Technik meiner Figur und wo ist die Technologie hinderlich? Notieren Sie auf blauen und rosa Karten.

4. Wie müsste es aussehen, damit die Technologie der Persona Spaß macht.

Skizzieren Sie auf grünen Karten.

**Die zweite Runde** blickte aus der Sicht des/der Reisenden auf die Zukunft des Jahres 2030 und wie sich das Reiseerlebnis hier für verschiedene Personas gestaltet. Da die TeilnehmerInnen nach der ersten Runde den Ansatz schon verstanden hatten und besonders hoch motiviert waren, wurden dieser Teil in Einzel- oder in Zweiergruppen durchgeführt. Dabei waren folgende Aufgaben gestellt:

1. Schritt: Aneignung: Wer ist meine Figur im Jahr 2030?

Überlegen Sie ob dafür Individualisierung notwendig ist, ergänzen Sie die Merkmale.

2. Schritt: Wie fühlt sich Reisen für meine Figur im Jahr 2030 an? Sammeln Sie die Eindrücke auf den gelben Karten.

3. Wie helfen Daten und Technik meiner Figur und wie sind wir hingekommen?

Visionieren Sie auf grünen Karten

## Persona Analyse

Im Rahmen unseres Workshops wurden die Personas auf Basis der Ergebnisse der Travel Tribe Studie von Amadeus aus dem Jahr 2015 entwickelt. Die Studie mit dem Titel "Future Traveller Tribes 2030 - Understanding Tomorrow's Traveller" untersucht umfassend, wie sich Reisende bis zum Jahr 2030 verändern könnten, und identifiziert sechs unterschiedliche Traveller-Typen ("Tribes"), die verschiedene Bedürfnisse, Verhaltensweisen und Erwartungen an Reisen der Zukunft repräsentieren.

Diese fundierten Erkenntnisse bildeten die Grundlage für unsere Persona-Entwicklung: Die Charakteristika, Motivationen und Entscheidungsfaktoren der einzelnen Travel Tribes wurden analysiert und in anschauliche, greifbare Personas übersetzt. Ziel war es, zukünftige Reisende möglichst realitätsnah abzubilden und dabei sowohl individuelle Werteorientierungen als auch technologische und gesellschaftliche Trends zu berücksichtigen.



## Persona Analyse Jade, 26 "Social Capital Seeker"

### Kurzbeschreibung Persona

Die Persona "Jade, 26" scheint eine junge, digital-affine Person zu sein, die stark auf soziale Netzwerke fokussiert ist und in kreativen oder sozialen Bereichen aktiv sein könnte. Sie legt Wert auf Diversität, Individualität und eine Balance zwischen online und offline. Ein besonderes Interesse besteht an sozialer Gerechtigkeit und LGBTQ+ Themen.

### Weitere Aspekte Persona

- **Interessen:** Jade ist an spezialisierter Bildung und dem Teilen von Content auf Social Media interessiert. Sie bevorzugt dabei individuelle Inhalte und kreative Ansätze.
- **Werte:** Die Persona legt Wert auf Diversität, digitale Flexibilität und eine umweltbewusste Lebensweise. Nachhaltigkeit und soziale Themen stehen ebenfalls im Vordergrund.
- **Bedürfnisse:** Jade sucht nach unkomplizierten, günstigen und flexiblen Mobilitätsangeboten sowie nach einem kreativen und innovativen Umfeld. Außerdem zeigt sie Interesse an der Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln und wünscht sich mehr Komfort bei der Mobilität.

### Neue Services und neue Technologien Dienstleistungen 2030

- **Flexible Mobilitätslösungen:** Mobilitätsdienste, die flexibel und unkompliziert nutzbar sind, könnten Jades Bedürfnisse nach umweltfreundlicher Fortbewegung und Freiheit erfüllen (z.B. flexible ÖPNV-Abos, Sharing-Modelle).
- **Online-Communities für Gleichgesinnte:** Virtuelle Treffpunkte für LGBTQ+ und sozial engagierte Gruppen könnten als Safe Spaces für Austausch und Networking dienen.



## Technologien

- **Content-Management- und Social-Media-Tools:**

Jade könnte von Tools profitieren, die Content-Erstellung und -Verwaltung vereinfachen, insbesondere mit Fokus auf kreative und interaktive Inhalte.

- **Künstliche Intelligenz für Personalisierung:**

KI-basierte Plattformen könnten Inhalte und Empfehlungen individuell auf Jades Interessen (z.B. nachhaltige Produkte, soziale Projekte) zuschneiden.

- **Nachhaltige Mobilitäts-Apps:**

Apps, die umweltfreundliche Fortbewegung fördern und nahtlose Übergänge zwischen verschiedenen Verkehrsmitteln ermöglichen (z.B. inter-modale Verkehrs-Apps), könnten für Jade nützlich sein.

- **Virtuelle Netzwerke für Diversity und Inklusion:**

Plattformen, die sich speziell auf die Vernetzung von Menschen mit gemeinsamen sozialen Interessen fokussieren, könnten Jade bei der Entwicklung ihrer Karriere und sozialen Kontakte unterstützen.

### Wie hilft Technologie:

- **Selbstverwirklichung und Weiterbildung:**

Technologien, die Fortbildungen und Netzwerke fördern, könnten Jade helfen, sich beruflich weiterzuentwickeln und soziale Gerechtigkeits-themen in ihre Arbeit einzubinden.

- **Social Media und Community Building:**

Plattformen und Tools, die kreatives Arbeiten und soziales Engagement unterstützen, könnten Jade helfen, ihre Interessen an Diversität und sozialen Themen zu verwirklichen.

- **Umweltfreundliche Mobilität:**

Mobilitäts-Apps könnten Jade eine umweltfreundliche, kostengünstige und bequeme Fortbewegungsmöglichkeit zu bieten, die gleichzeitig ihren Wunsch nach Freiheit und Flexibilität erfüllt.

### Wo stört Technologie:

- **Datenschutzbedenken bei Social Media:**

Da Jade stark auf soziale Netzwerke angewiesen ist, könnte sie durch Datenschutzprobleme und mangelnde Kontrolle über persönliche Daten gestört werden.

- **Information Overload:**

Die Flut an Informationen auf digitalen Plattformen kann überwältigend sein, insbesondere wenn es um soziale und umweltpolitische Themen geht.

- **Komplexität und Unübersichtlichkeit bei Mobilitätslösungen:**

Falls Mobilitäts-Apps zu kompliziert oder die Angebote zu unübersichtlich gestaltet sind, könnten sie das Gefühl von Freiheit und Flexibilität beeinträchtigen, das Jade sucht.

## Persona Analyse

### Lukas, 17 "Trend Adventure Seeker"

#### Kurzbeschreibung Persona

Lukas ist ein 17-jähriger Teenager, der als „Trend Abenteuer Seeker“ beschrieben wird. Er ist auf der Suche nach Freiheit und Abenteuer, möchte aus dem Alltag ausbrechen und bevorzugt unkomplizierte, flexible Lösungen für seine Bedürfnisse im Freizeitbereich. Lukas ist aktiv und interessiert sich für Skateboarding und andere abenteuerliche Aktivitäten, bei denen er sich mit Gleichgesinnten vernetzen kann.

#### Weitere Aspekte Persona

- **Werte und Interessen:** Lukas sehnt sich nach Freiheit und möchte dem „Alltag und Normen“ entfliehen. Er sucht nach „unkomplizierten“ Lösungen und nach „günstigen Übernachtungsmöglichkeiten“, was auf ein begrenztes Budget hindeutet.
- **Abenteuer und Spontaneität:** Er ist auf der Suche nach dem „nächsten Highlight“ und möchte geeignete Orte oder „Spots“ entdecken, um seine Aktivitäten auszuleben (z.B. Skateboarden).
- **Soziale Vernetzung:** Ein wichtiger Aspekt für Lukas ist es, sich mit Gleichgesinnten zu vernetzen und Abenteuer zu teilen.

#### Neue Services und neue Technologien Dienstleistungen 2030

- **Abenteuer- und Outdoor-Erlebnisse:** Tourismusdienstleister könnten Abenteuerreisen und Outdoor-Programme anbieten, die speziell für junge Menschen wie Lukas ausgelegt sind, z.B. Skatetouren, geführte Outdoor-Trips und sportliche Challenges.
- **Günstige und flexible Unterkünfte:** Jugendherbergen, Hostels oder spezielle Übernachtungsangebote für Jugendliche und Abenteuer-Suchende könnten Lukas' Bedürfnisse nach günstigen, unkomplizierten Übernachtungsmöglichkeiten erfüllen.



- **Lokale Veranstaltungs- und Treffpunktfinder:**

Plattformen oder Apps, die geeignete „Spots“ für Aktivitäten wie Skateboarding, Klettern oder andere Trend-Sportarten aufzeigen, könnten ihm helfen, die besten Orte für seine Hobbys zu finden.

- **Social-Vernetzungs-Plattformen für Reisende:**

Spezifische Social-Media-Features oder Plattformen, die es jungen Reisenden ermöglichen, Gleichgesinnte zu finden und sich spontan zu Abenteuer-Aktivitäten zu verabreden.

## Technologien

- **Spotfinder-Apps mit Geolokalisierung:**  
Apps, die „trendige“ Spots in seiner Nähe auflisten, wären für Lukas sehr nützlich. Diese könnten ihm helfen, Locations für Abenteuer und Outdoor-Aktivitäten schnell und einfach zu finden.
- **Community-basierte Reise- und Abenteuerplattformen:**  
Technologien, die jungen Menschen die Möglichkeit geben, sich für spontane Abenteuer mit anderen zu vernetzen und Erfahrungen zu teilen, könnten sehr ansprechend für ihn sein.
- **Flexible Buchungs-Apps für Unterkünfte:**  
Apps, die spontane und günstige Buchungen ermöglichen, könnten für Lukas ideal sein, da er unkomplizierte und flexible Lösungen bevorzugt.
- **Social Media für Erlebnisse und Abenteuer:**  
Plattformen, die es ihm ermöglichen, eigene Erlebnisse zu teilen und gleichzeitig neue Abenteuerideen zu entdecken

### Wie hilft Technologie:

- **Erlebnissuche und Organisation:**  
Technologie hilft Lukas, geeignete Spots und Aktivitäten in der Nähe zu finden, die seinem abenteuerlichen Lebensstil entsprechen.
- **Unterkünfte und Mobilität organisieren:**  
Durch Apps, die flexible Buchungsoptionen bieten, kann Lukas kurzfristig Unterkünfte finden und seine Reisen spontan organisieren.
- **Vernetzung und Austausch:**  
Plattformen, die Gleichgesinnte verbinden, helfen Lukas, neue Freunde und Reisebegleiter zu finden, mit denen er Abenteuer teilen kann.

### Wo stört Technologie:

- **Übermäßige Struktur und Planung:**  
Da Lukas sich nach Freiheit und Spontaneität sehnt, könnten Technologien, die zu viel Planung erfordern oder wenig Flexibilität bieten, als störend empfunden werden.
- **Datenschutzbedenken bei Social Media:**  
Wenn er Social-Media-Plattformen nutzt, könnten Datenschutzbedenken eine Herausforderung darstellen, besonders wenn er spontane Abenteuer dokumentieren möchte.
- **Kostendruck durch kommerzielle Apps:**  
Wenn Apps zu kommerziell sind oder versteckte Kosten aufweisen, könnte das für einen jungen Nutzer mit begrenztem Budget problematisch sein.

## Persona Analyse Rany, 38 „Simplicity Seeker“

### Kurzbeschreibung Persona

Rany ist 38 Jahre alt und wird als „Simplicity Seeker“ beschrieben. Sie nutzt einen Rollstuhl und legt besonderen Wert auf Barrierefreiheit, Inklusion und Selbstständigkeit in ihrem Alltag. Rany wünscht sich einfache, barrierefreie und auf sie zugeschnittene Lösungen, die ihr Selbstbestimmung und Unabhängigkeit ermöglichen.

### Weitere Aspekte Persona

- **Inklusion und Barrierefreiheit:** Rany fordert eine Umgebung, in der Barrierefreiheit als Normalität wahrgenommen wird. Sie möchte sich eigenständig bewegen können und keine zusätzlichen Hürden erleben, wie fehlende Rampen oder unzugängliche Eingänge.

- **Selbstständigkeit und Einfachheit:** Die Notiz „einfach!“ deutet darauf hin, dass Rany Lösungen schätzt, die unkompliziert und selbst erklärend sind.

- **Personalisierung und Individualität:** Rany wünscht sich personalisierte Angebote, die auf ihre Bedürfnisse und Mobilitätsanforderungen zugeschnitten sind.

- **Informationszugang und Sprachbarrieren:** Sie benötigt einfach zugängliche Informationen, idealerweise in verständlicher Sprache und ohne komplexe Erklärungen. Außerdem legt sie Wert auf zuverlässige Informationen über barrierefreie Wege und Orte.

### Neue Services und neue Technologien Dienstleistungen 2030

- **Barrierefreie Tourismusangebote:** Dienstleister im Tourismus könnten vermehrt barrierefreie Dienstleistungen und Reiseangebote entwickeln, wie z.B. barrierefreie Hotels, Rollstuhlzugänglichkeit in Sehenswürdigkeiten und Transportmitteln.



- **Personalisierte Reiseplanung:** Plattformen könnten individuelle Reisepläne erstellen, die auf die Mobilitätsbedürfnisse von Personen mit Behinderungen zugeschnitten sind, z.B. mit Informationen über barrierefreie Routen und Transportmöglichkeiten.

- **Inklusive Freizeitangebote:** Aktivitäten, die für Personen im Rollstuhl geeignet sind, könnten stärker beworben und in Urlaubsregionen angeboten werden, z.B. spezielle Outdoor-Aktivitäten oder rollstuhlgerechte Stadtführungen.

- **Einfach zugängliche Informationen zu Inklusion:** Bereitstellung von klaren Informationen über Zugänglichkeit, wie etwa Online-Verzeichnisse für barrierefreie Orte und Dienste.

## Technologien

- **Barrierefreie Apps und Webseiten:** Apps, die barrierefreie Orte in der Umgebung anzeigen und Informationen zu Zugänglichkeit bieten, könnten Rany helfen, ihre Reisen besser zu planen und spontan Entscheidungen zu treffen.
- **Automatisierte Tür- und Zugangssysteme:** In touristischen Einrichtungen könnten automatische Türen und barrierefreie Zugangssysteme ihre Selbstständigkeit und Bewegungsfreiheit fördern.
- **Personalisierte Assistenzsysteme:** Technologien, die auf ihre spezifischen Bedürfnisse abgestimmt sind und ihr in Echtzeit Routen oder barrierefreie Alternativen vorschlagen.
- **Sprach- und Textunterstützung:** Systeme, die Informationen in einfacher Sprache anbieten, und/oder Übersetzungen für Reisende mit Sprachbarrieren.

### Wie hilft Technologie:

- **Selbstständige Fortbewegung:** Technologien, die Zugänglichkeit gewährleisten, wie z.B. barrierefreie Navigations-Apps oder Zugangssysteme, geben ihr mehr Freiheit und Selbstständigkeit.
- **Planung und Information:** Digitale Plattformen, die verlässliche Informationen über barrierefreie Orte bieten, helfen Rany, ihre Reisen im Vorfeld besser zu planen.
- **Kommunikation und Sprachunterstützung:** Einfach verständliche Benutzeroberflächen und Optionen, die sprachliche oder kulturelle Barrieren minimieren, könnten ihr das Reisen erleichtern.

### Wo stört Technologie:

- **Komplexe oder unzugängliche Apps:** Wenn Technologien unnötig kompliziert oder nicht barrierefrei gestaltet sind, könnten sie Rany eher behindern als unterstützen.
- **Überladenes Informationsangebot:** Zu viele Informationen oder unstrukturierte Daten könnten überwältigend wirken, besonders wenn sie spezifisch nach barrierefreien Optionen sucht.
- **Unzuverlässige oder inkorrekte Informationen:** Wenn eine App oder Webseite fälschlicherweise behauptet, ein Ort sei barrierefrei, wäre das eine große Einschränkung für ihre Reiseerfahrung.

## Persona Analyse RAJ, 42 "Social Capital Seeker"

### Kurzbeschreibung Persona

RAJ ist 42 Jahre alt und ein stark digital-affiner Mensch, für den Online-Präsenz unerlässlich ist („ohne online geht nichts“). Er ist sehr strukturiert und organisiert, insbesondere im Hinblick auf die Verwaltung von Familienangelegenheiten und Geschäftsreisen. RAJ scheint hohen Wert auf effizientes und nahtloses Reisen zu legen, ohne unnötige Verzögerungen.

### Weitere Aspekte Persona

- **Digital Native:** Verwendet verschiedene Apps und digitale Tools, um sein Leben und seine Familie zu organisieren.
- **Effizienzorientiert:** Sucht nach Technologien und Dienstleistungen, die ihm Zeit sparen und seine Reisen schneller und unkomplizierter machen.
- **Flexibilität und Anpassungsfähigkeit:** Er ist flexibel und anpassungsfähig, wie es moderne berufliche und familiäre Anforderungen verlangen.
- **Gesundheitsbewusstsein und Family-Fokus:** RAJ achtet auf spezifische Ernährung und gesundheitsorientierte Angebote, besonders wenn diese für die ganze Familie relevant sind.

### Neue Services und neue Technologien Dienstleistungen 2030

- **Reise-Management-Assistenten:** KI-gestützte Assistenten, die Reiseplanung, -buchung und -änderungen in Echtzeit übernehmen und eine nahtlose Organisation ermöglichen.



- **Family-Coaching und Gesundheitstracking:** Apps, die personalisierte Gesundheits- und Fitnesspläne für die ganze Familie bieten.
- **Erweiterte Kommunikationsdienste:** Anwendungen, die „stressfreie Kommunikation“ ermöglichen, wie z. B. automatisierte Übersetzungen und Reisekomfort-Updates.
- **Business-Meeting-Unterstützung:** Integrierte Tools, die Geschäftsreisende bei der Vorbereitung, Durchführung und Dokumentation von Meetings unterstützen.

## Technologien

- **AI und Machine Learning:**

Personalisierte Vorschläge für Reisepläne, die die Interessen von RAJ und seiner Familie berücksichtigen.

- **Augmented Reality (AR):**

Interaktive Reiseinformationen direkt in der Umgebung einblenden, z. B. Wegbeschreibungen, historische Infos oder Empfehlungen.

- **Blockchain-basierte Sicherheit:**

Technologien, die die Sicherheit und Vertraulichkeit von Daten, z. B. bei Online-Buchungen oder Versicherungen, gewährleisten.

- **Digital Twins und IoT:**

Echtzeitüberwachung der Aufenthaltsorte oder Fortschritte in der Reiseplanung über digitale Zwillinge, die RAJ sofortige Updates und Änderungen mitteilen.

### Wie hilft Technologie:

- **Effizienz und Flexibilität:**

KI-gestützte Assistenten könnten RAJ dabei helfen, kurzfristige Änderungen in Reiseplänen umzusetzen oder alternative Routen vorzuschlagen.

- **Familienorientiertes Gesundheitsmanagement:**

Apps und Services, die speziell auf die Gesundheitsbedürfnisse seiner Familie ausgerichtet sind, könnten RAJ entlasten.

- **Business- und Reiseservices:**

Technologien, die nahtlos in Arbeitsprozesse integriert sind, wie z. B. digitale Meeting-Dokumentationen oder automatische Erstattungen.

### Wo stört Technologie:

- **Dauerhafte Erreichbarkeit:**

Durch die permanente Vernetzung könnte RAJ Schwierigkeiten haben, echte Entspannungsmomente zu finden.

- **Datenüberflutung und Abhängigkeit von Online-Diensten:**

Zu viele Benachrichtigungen oder Updates könnten für RAJ überwältigend sein und ihn unter Druck setzen, ständig online sein zu müssen.

- **Privatsphäre und Sicherheit:**

Da RAJ viel online organisiert, ist er anfällig für Sicherheitsrisiken und Datenschutzprobleme, was ihn möglicherweise beunruhigt.

## Persona Analyse

### Annika, 31 "Social Capital Seeker"

#### Kurzbeschreibung Persona

Sie legt Wert auf soziale Interaktion und digitale Medien. Sie ist stark in sozialen Netzwerken aktiv, möglicherweise als Influencerin. Die Persona scheint Familie, Lifestyle und Mode zu schätzen und nutzt Technologien und Apps, um sich selbst und ihre Inhalte zu präsentieren und mit anderen zu kommunizieren.

#### Weitere Aspekte Persona

- **Starke soziale Vernetzung:** Die Persona ist auf Plattformen wie Instagram oder ähnlichen sozialen Medien aktiv und teilt dort ihren Alltag und besondere Erlebnisse.
- **Reise- und erlebnisorientiert:** Sie hat ein Interesse an neuen Erfahrungen und dokumentiert diese gerne.
- **Modebewusst und lifestyle-orientiert:** Die Notizen deuten darauf hin, dass sie sich für Mode und Lifestyle interessiert, möglicherweise um diese Themen in ihren Inhalten hervorzuheben.
- **Umwelt- und Gesundheitsbewusstsein:** Sie scheint auf gesunde Ernährung und nachhaltige Optionen zu achten.

#### Neue Services und neue Technologien Dienstleistungen 2030

- **Personalisierte Reise-Apps mit Fokus auf Lifestyle und Influencing:**  
Apps, die speziell auf Reise-bedürfnisse von Influencern zugeschnitten sind, mit Features wie In-App-Foto- und Video-Editing, Filter und orts-basierte Tagging-Funktionen.



- **Gesundheits- und Wellness-orientierte Reiseangebote:**  
Dienstleistungen, die gesunde Ernährung, Wellness und umweltbewusste Optionen auf Reisen integrieren.
- **Community-basierte Reiseführer:**  
Plattformen, die ihr die Möglichkeit geben, Erfahrungen und Bewertungen mit ihren Followern zu teilen und sich mit Gleichgesinnten auszutauschen.
- **Erlebnisorientierte Dienstleistungen:**  
Exklusive Erlebnisse, die sie direkt teilen kann, wie z. B. Workshops oder Veranstaltungen, die speziell für Lifestyleorientierte Reisende und Influencer gestaltet sind.

## Technologien

- **Augmented Reality (AR):**

Anwendungen, die ihr interaktive Filter und digitale Inhalte bieten, um Reiseerlebnisse visuell aufzuwerten.

- **Social Media Integrationen:**

Reisetechnologien, die es ihr ermöglichen, Erlebnisse nahtlos in sozialen Medien zu teilen.

- **Blockchain für Transparenz und Nachhaltigkeit:**

Zertifizierungen und Nachweise über die Nachhaltigkeit von Hotels und Dienstleistungen, die sie vertrauenswürdig in ihre Inhalte integrieren kann.

- **Personalisierte Empfehlungs-KI:**

Technologien, die basierend auf ihrem Profil und früheren Reisen personalisierte Reiseziele und Erlebnisse vorschlagen.

### Wie hilft Technologie:

- **Optimierung ihrer Online-Präsenz:**

Tools, die sie bei der Erstellung und Bearbeitung von Inhalten unterstützen, wie Foto- und Videobearbeitung, Filter und Layouts, um ihre Inhalte attraktiver zu gestalten.

- **Zugang zu exklusiven Angeboten:**

Technologien, die exklusive, authentische Erlebnisse bieten, die sie teilen kann, um ihre Follower zu inspirieren.

- **Verbesserung der Reiseplanung:** Apps, die Reiseziele mit einem Fokus auf nachhaltigen und gesundheitsorientierten Optionen kuratieren.

### Wo stört Technologie:

- **Zuviel Technologie-Integration:**

Eine Überflutung mit Reise- und Erlebnismöglichkeiten könnte überwältigend wirken und sie in ihrer Kreativität einschränken.

- **Datenschutz und Online-Präsenz:**

Die ständige Online-Präsenz birgt Risiken für die Privatsphäre, was auf Dauer belastend wirken kann.

- **Abhängigkeit von Social Media:** Ihre Rolle als Influencerin könnte zu einem Gefühl der Verpflichtung führen, stets online und verfügbar sein zu müssen, was die Entspannung während Reisen beeinträchtigt.

## Persona Analyse Manuel, 65

### Kurzbeschreibung Persona

Manuel ist 65 Jahre alt und bevorzugt exklusive, individuell zugeschnittene Reiseangebote, die kleine Gruppen umfassen (z. B. maximal 8 Personen). Er schätzt besondere Erlebnisse, die kulturell ansprechend und nicht überlaufen sind. Manuel scheint möglicherweise allein zu reisen und legt Wert auf ein ruhiges, sicheres Umfeld. Komfort und Orientierung sind ihm wichtig, insbesondere, wenn er sich in neuen Umgebungen bewegt.

### Weitere Aspekte Persona

- **Interesse an Individualität und Exklusivität:** Manuel bevorzugt private oder kleine Gruppen und ist an maßgeschneiderten Reiseerlebnissen interessiert, die ihm das Gefühl von Exklusivität geben.
- **Sicherheits- und Komfortbewusstsein:** Er ist sehr auf Sicherheit bedacht, mit einem Fokus auf barrierefreie oder leicht zugängliche Optionen (z. B. auf WC angewiesen, „sichtbarkeitsorientiert“).
- **Bedürfnis nach Orientierung und Unterstützung:** Er schätzt Orientierungshilfen und technische Unterstützung, insbesondere in neuen oder anspruchsvollen Umgebungen.
- **Sensibles Wahrnehmungspotenzial:** Er scheint an einem entspannten und nicht überfüllten Reiseerlebnis interessiert zu sein und möchte detaillierte Informationen über die Orte, die er besucht, ohne dabei überfordert zu werden.

### Neue Services und neue Technologien Dienstleistungen 2030

- **Exklusive, geführte Reisen in kleinen Gruppen:** Spezielle Reiseangebote, die maximal 8 Personen umfassen und kulturell exklusive Erlebnisse bieten, wie private Museumsführungen oder Zugang zu sonst nicht öffentlich zugänglichen Orten.



- **Seniorenfreundliche Reiseplanung:** Ein Service, der individuelle Bedürfnisse im Blick hat und z. B. altersgerechte Routen und Unterstützung bei körperlichen Herausforderungen bietet.
- **Informationsplattformen mit Hintergrundwissen:** Plattformen oder Apps, die leicht zugängliche Informationen zu kulturellen Hintergründen und Geschichte bieten, um das Reiseerlebnis zu vertiefen.
- **Assistenzsysteme für Orientierung und Sicherheit:** Dienstleistungen, die Manuel dabei helfen, sich in neuen Umgebungen sicher und komfortabel zu fühlen, wie z. B. mobile Begleit- oder Navigations-Services für Senioren.

## Technologien

- **Sensorbasierte Navigation:**

Systeme, die auf Basis von Sensoren Hilfestellungen bieten, z. B. für die Orientierung in großen oder komplexen Räumlichkeiten.

- **Text- und Audio-basierte Informationssysteme:**

Technologien, die ihm die Möglichkeit geben, per Text oder Audio interessante Hintergrundinformationen zu seinem Umfeld zu erhalten, ohne dass er sich zu sehr auf digitale Medien konzentrieren muss.

- **Augmented Reality (AR):**

AR-gestützte Reiseführer, die ihm z. B. Informationen zu historischen Orten anzeigen oder ihn sicher navigieren können.

- **Barrierefreie, adaptive Apps:**

Anwendungen, die auf altersgerechte Bedienung optimiert sind und Manuel Informationen oder Unterstützung nur bei Bedarf anbieten.

### Wie hilft Technologie:

- **Orientierung und Sicherheit:**

Technologien wie sensorgestützte Navigation und barrierefreie Apps helfen Manuel, sich in neuen Umgebungen sicher zu fühlen und geben ihm Orientierung, wenn er sich allein auf Reisen begibt.

- **Vertiefung des Reiseerlebnisses:**

AR- und Audioguides ermöglichen ihm, tiefer in die kulturellen und historischen Aspekte der Reiseziele einzutauchen, ohne auf klassische Führungen angewiesen zu sein.

- **Komfort und Erreichbarkeit:**

Assistenzsysteme, die speziell für Senioren konzipiert sind, geben ihm die Sicherheit, dass er sich nicht verlaufen oder überfordert wird, und gewährleisten einen reibungslosen Reiseablauf.

### Wo stört Technologie:

- **Komplexität und Reizüberflutung:**

Zu viele Informationen oder Benachrichtigungen könnten ihn überfordern und das Reiseerlebnis beeinträchtigen.

- **Eingeschränkte digitale Affinität:** Manuel könnte durch zu komplexe Technologien gestört werden, insbesondere wenn diese nicht intuitiv gestaltet sind oder ein hohes Maß an digitaler Kompetenz voraussetzen.

- **Dauerhafte Abhängigkeit von Technologien:**

Die Notwendigkeit, ständig auf ein Gerät zu schauen oder Apps zu bedienen, könnte den Genuss der Umgebung einschränken und als störend empfunden werden.

## Persona Analyse

Luis, 27

### Kurzbeschreibung Persona

Luis ist ein sportlicher Typ und gilt als trendbewusster „Travel-Planner“. Er ist technologieaffin und offen für neue digitale Erfahrungen. Er ist an landwirtschaftlichen und authentischen Naturerlebnissen interessiert und möchte seinen Urlaub so gestalten, dass er sich mit einer Community verbunden fühlt und exklusive Erlebnisse hat.

### Weitere Aspekte Persona

- **Individuelle und exklusive Erlebnisse:** Er sucht nach einzigartigen Möglichkeiten, die ihn von den üblichen touristischen Angeboten abheben.
- **Community-Feeling:** Luis möchte sich mit Gleichgesinnten verbinden, die ähnliche Interessen an Natur und Landwirtschaft haben.
- **Moderne Technologie und Design:** Wert legt er auf eine ansprechende Gestaltung, sowohl im physischen als auch im digitalen Bereich, wie Apps und Plattformen.
- **Nachhaltige Landwirtschaft:** Er interessiert sich besonders für landwirtschaftliche Erfahrungen, die mit Umweltbewusstsein und Nachhaltigkeit einhergehen.

### Neue Services und neue Technologien Dienstleistungen 2030

#### Vor der Reise:

- **Urlaub auf dem Bauernhof:** Angebot, das auf Urlaubserlebnisse bei familiengeführten Bauernhöfen und gemeinschaftsorientierten Farmen fokussiert ist.
- **Community-Orientierte Reiseplattform:** Eine Buchungsplattform, die sich speziell an Personen wie Luis richtet und exklusive, naturverbundene und landwirtschaftliche Erlebnisse anbietet.



#### Während der Reise:

- **Bauernhof-Erlebnis-Angebote:** Inklusive authentische Tätigkeiten wie Erntearbeit, Tierpflege und Handwerk.

#### Nach der Reise:

- **Warenkorb und Produktleasing:** Möglichkeit, regionale Produkte oder sogar Ernteanteile (Leasing eines Feldstückes, Gemüseabos) zu beziehen.
- **Live-Streams:** Digitale Nachbetreuung, etwa durch Live-Streams aus den Ställen oder von den Tätigkeiten auf dem Bauernhof, die Luis und andere Urlauber an ihr Erlebnis erinnern und verbinden.

## Persona Analyse

Yusuf, 38

### Kurzbeschreibung Persona

Yusuf ist ein geschäftsorientierter, umweltbewusster Reisender, der auf Nachhaltigkeit und sozial verantwortliches Handeln Wert legt. Er hat ein großes Interesse an Urbanität und modernen, verantwortungsbewussten Hotelerlebnissen

### Weitere Aspekte Persona

- **Nachhaltigkeit:** Er bevorzugt Unterkünfte und Services, die ökologische Verantwortung übernehmen.
- **Unternehmerisches Interesse:** Yusuf ist geschäftlich orientiert und an effizienten, digitalen Prozessen interessiert.
- **Soziale Verantwortung:** Er wünscht sich Angebote, die einen positiven Einfluss auf die Gesellschaft haben und z. B. benachteiligte Gruppen unterstützen.
- **Modernes Urbanes Ambiente:** Bevorzugt urbane Hotels, die ein modernes Design und hochwertige Services bieten.

### Neue Services und neue Technologien Dienstleistungen 2030

#### Vor der Reise:

- **Digitale Vorbereitungs- und Check-in-Optionen:**

Yusuf könnte durch automatisierte und digitale Check-in-Prozesse unterstützt werden, die ihm die Ankunft erleichtern und Wartezeiten minimieren.



#### Während der Reise:

- **Urbanes Hotel mit sozialverantwortlichem Konzept:**

Hotels, die ökologische und soziale Projekte unterstützen, sowie transparent darlegen, wie sie zur Nachhaltigkeit beitragen.

Nach der Reise:

#### Nach der Reise:

- **Spendenoption:**

Möglichkeit, einen Teil des Reisepreises an soziale Projekte oder ökologische Initiativen zu spenden.

## Technologien

- **Automatisierte Check-in- und Check-out-Prozesse:**

Digitale Tools zur Erleichterung des Aufenthalts, inklusive mobiler Apps, die den Check-in und -out-Prozess nahtlos gestalten.

- **Nachhaltigkeitsreporting und Transparenz:**

Digitale Berichte oder Apps, die aufzeigen, wie das Hotel zu Nachhaltigkeit und sozialer Verantwortung beiträgt, könnten Yusuf ansprechen.

- **Einsatz von Plattformen für soziale Spenden:**

Integration von Spenden- oder Unterstützungsprogrammen für gemeinnützige Zwecke in die Buchungsplattform.

### Wie hilft Technologie:

- **Zeiteffizienz:**

Yusuf profitiert von schnellen und reibungslosen digitalen Prozessen wie Self-Check-in, wodurch er sich besser auf seine geschäftlichen Ziele konzentrieren kann.

- **Nachhaltigkeitsbewusstsein:** Technologien, die Transparenz und Reporting über die nachhaltigen Praktiken des Hotels bieten, sprechen seine Werte an.

- **Soziale Beteiligung:**

Möglichkeit, einen positiven Beitrag zu leisten, etwa durch eine Spendenoption, die ihm erlaubt, Teil eines sozialen Projektes zu sein.

### Wo stört Technologie:

- **Überautomatisierung:**

Wenn der persönliche Kontakt vollständig durch digitale Prozesse ersetzt wird, könnte Yusuf die menschliche Komponente und persönliche Betreuung vermissen.

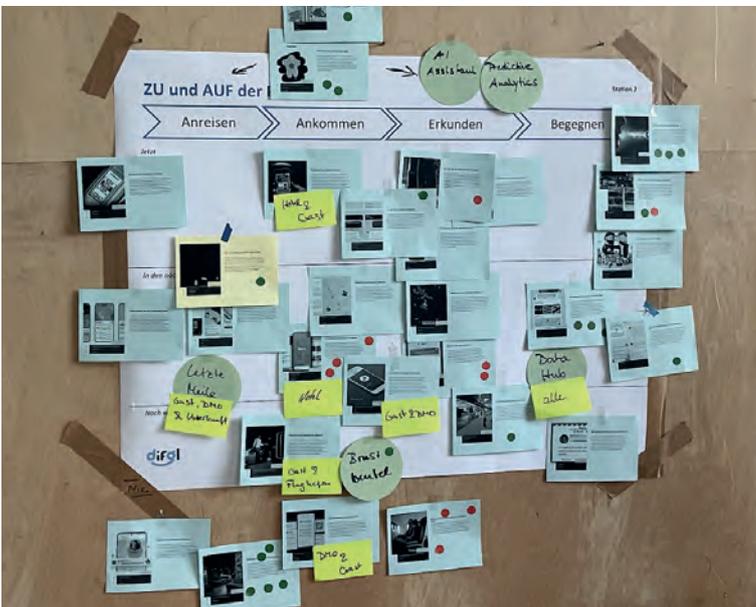
- **Datenüberflutung:**

Zu viele Informationen oder zu detaillierte Daten über Nachhaltigkeit und soziale Projekte könnten überfordernd wirken.

## Zusammenfassung innovative digitale Angebote

- Content-Management- und Social-Media-Tools
- Künstliche Intelligenz für Personalisierung
- Nachhaltige Mobilitäts-Apps
- Virtuelle Netzwerke für Diversity und Inklusion
  
- Spotfinder-Apps mit Geolokalisierung
- Community-basierte Reise- und Abenteuerplattformen
- Flexible Buchungs-Apps für Unterkünfte
- Social Media für Erlebnisse und Abenteuer
  
- Barrierefreie Apps und Webseiten
- Automatisierte Tür- und Zugangssysteme
- Personalisierte Assistenzsysteme
- Sprach- und Textunterstützung
  
- AI und Machine Learning
- Augmented Reality (AR)
- Blockchainbasierte Sicherheit
- Digital Twins und IoT
  
- Augmented Reality (AR)
- Social Media Integrationen
- Blockchain für Transparenz und Nachhaltigkeit
- Personalisierte Empfehlungs-KI
  
- Sensorbasierte Navigation
- Text- und Audio-basierte Informationssysteme
- Augmented Reality (AR)
- Barrierefreie, adaptive Apps
  
- Community-Orientierte Reiseplattform
- Bauernhof-Erlebnis-Angebote
- Warenkorb und Produktleasing
- Live-Streams
  
- Automatisierte Check-in- und Check-out-Prozesse
- Nachhaltigkeitsreporting und Transparenz
- Einsatz von Plattformen für soziale Spenden







## Anhang

- Dr. Karlheinz Steinmüller, Zukunftsforscher  
Quo vadis, Tourismus?
- Ziyi Huang, Wirtschaftsingenieurin  
Zukunft des Tourismus in Deutschland - Inspirationen aus China
- Jasmin Mühlbach, Influencerin, ReDiscoverBrandenburg  
Im Interview mit Fabienne Sand

Dieser Foresight Workshop wurde geplant und durchgeführt vom difgl – Deutsches Institut für Gutes Leben. Beratung, Forschung und Praxis: Visionen, Strategien und die Kommunikation für die Welt von morgen.

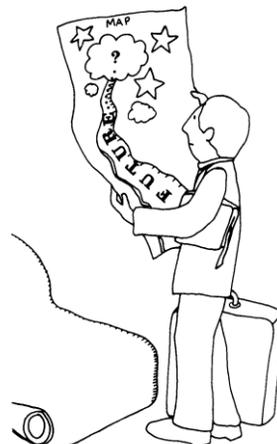
## Quo vadis, Tourismus?

Dr. Karlheinz Steinmüller

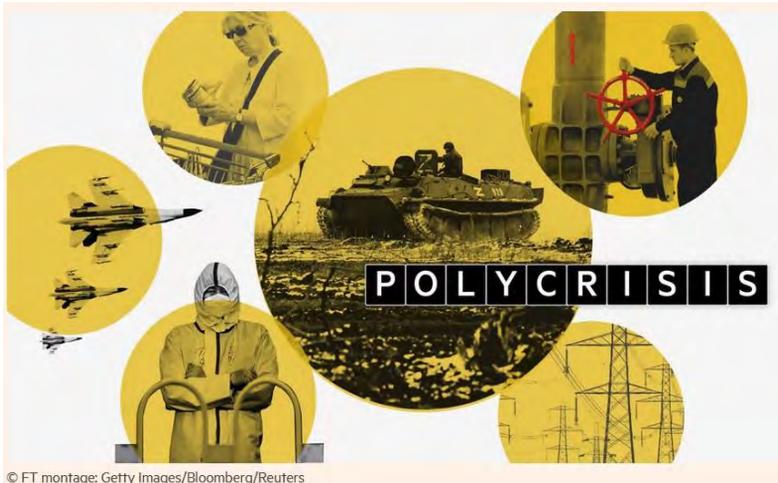
Foresight Workshop zu Zukunftstechnologien und  
zur Zukunft des Tourismus  
Berlin, 23. Oktober 2024

### Überblick

- Heute
- Ferne Zukunft: 2050
- Nahe Zukunft: 2030
- Fazit



## Eine Zeit der disruptiven Veränderungen ...



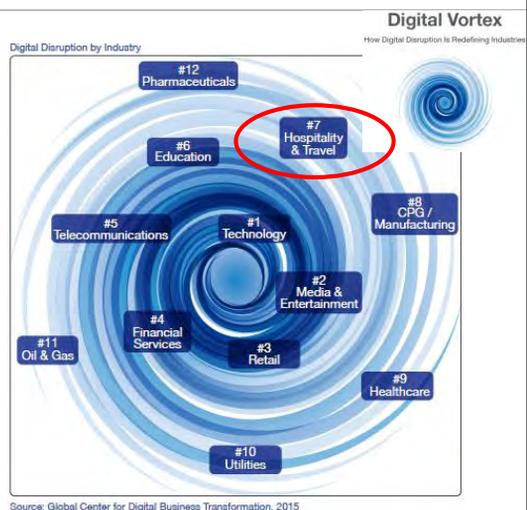
Dr. Karlheinz Steinmüller  
Z\_punkt The Foresight Company



## Die Digitalisierung verändert Industrien...

### VUCA World

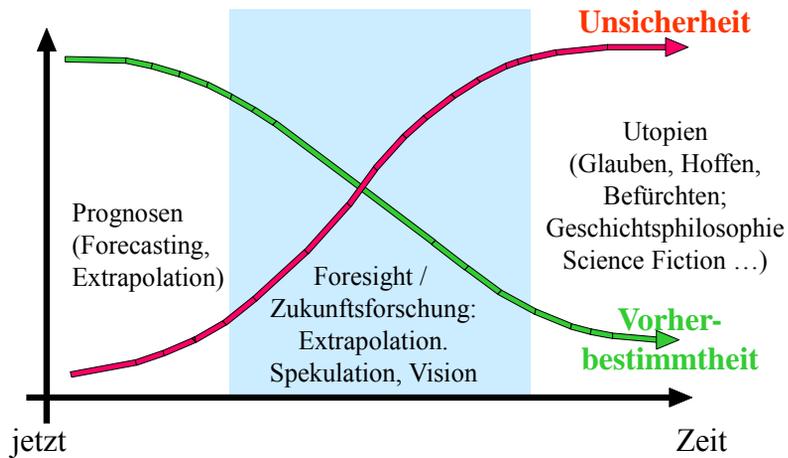
- Volatilität
- Unsicherheit
- Komplexität
- Mehrdeutigkeit (Ambiguität)



Dr. Karlheinz Steinmüller  
Z\_punkt The Foresight Company



## Die Ungewissheiten wachsen ...



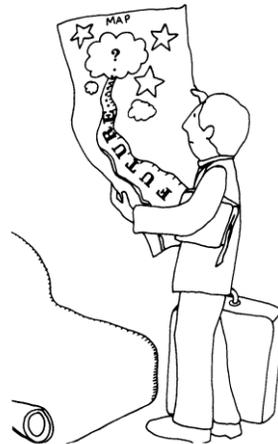
**Zukunftsforschung ist Unwissens-Management.**

Dr. Karlheinz Steinmüller  
Z\_punkt The Foresight Company



## Überblick

- Heute
- **Ferne Zukunft: 2050**
- **Nahe Zukunft: 2030**
- Fazit



Dr. Karlheinz Steinmüller  
Z\_punkt The Foresight Company

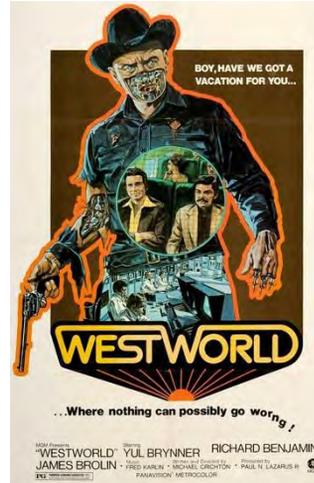


## Die ferne Zukunft – aus Sicht von futurists

### Boom-Felder

- automatisierte Themenparks
- Cyberspace-Abenteuer
- Extrem-Tourismus
- Weltraumtourismus

- Extreme Kurzurlaube in rascher Folge
- Freizeit / Urlaub als Normalzustand, Arbeit nur nebenbei (Workation)



Dr. Karlheinz Steinmüller  
Z\_punkt The Foresight Company



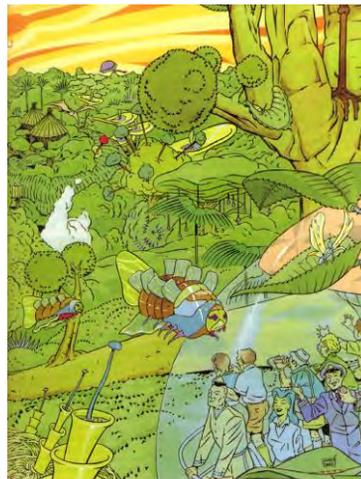
## Urlaub in Virtuellen Realitäten

### Reisen

- *an unerreichbare Orte:* Bergsteigen auf dem Olympus Mons
- *in die Vergangenheit:* Besuch im antiken Rom
- *in die Mikro/Makrowelt:* hinab in den Blutstrom!
- *in fiktive Welten:* Besuch in Kafkas Schloß

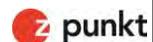
### Aber auch

- VR in der Reiseplanung und -vorbereitung
- Kombination mit realem Erleben: AR

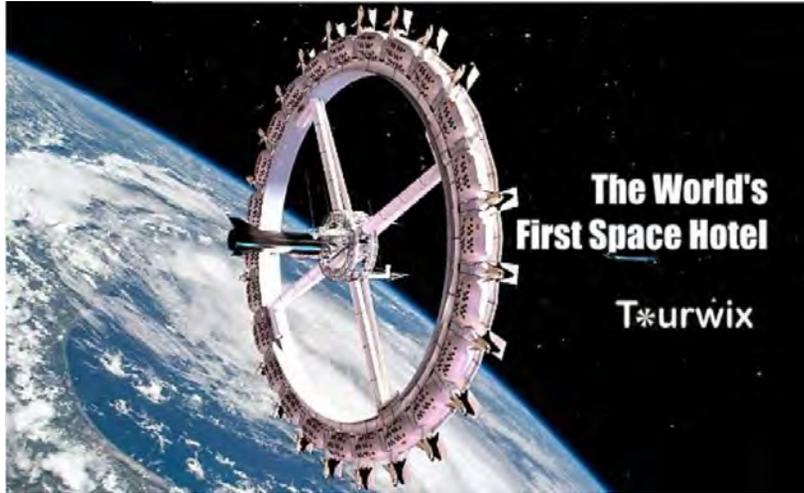


Reise um die die Sonne in acht Welten von Daniel Torres

Dr. Karlheinz Steinmüller  
Z\_punkt The Foresight Company



## Weltraumtourismus



Dr. Karlheinz Steinmüller  
Z\_punkt The Foresight Company



## Was ist ernst zu nehmen, was nicht?

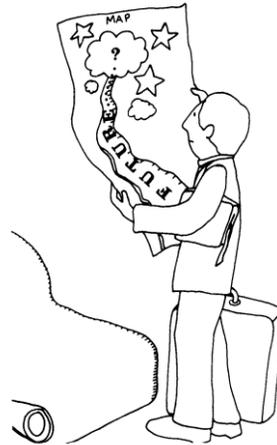


Dr. Karlheinz Steinmüller  
Z\_punkt The Foresight Company



## Überblick

- Heute
- Ferne Zukunft: 2050
- Nahe Zukunft: 2030
- Fazit

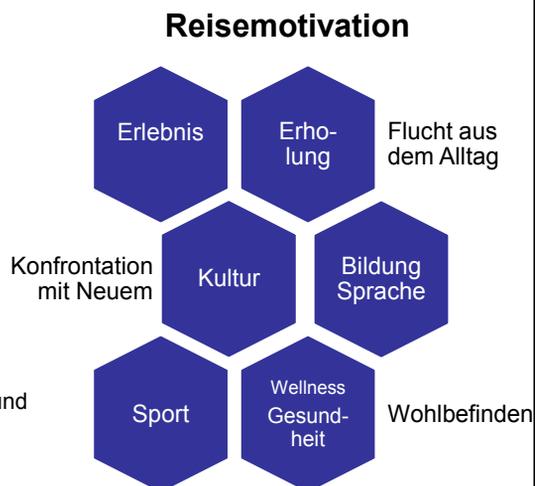


Dr. Karlheinz Steinmüller  
Z\_punkt The Foresight Company

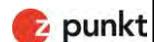


## Trends im Tourismus ...

- Differenzierung 1:
  - sanfter Tourismus vs.
  - Extrem-Erleben
- Differenzierung 2:
  - mehr Kurzurlaube
  - sehr lange Urlaube
- Differenzierung 3:
  - Individualisierung
  - Spezialisierung (gruppenspezifische Angebote)
- Lokaler und nachhaltiger Tourismus
- Kombination von Erholung und Arbeit
- Digitalisierung



Dr. Karlheinz Steinmüller  
Z\_punkt The Foresight Company



## ... sind eingebettet in Megatrends.

	<p><b>GESELLSCHAFT</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Demographischer Wandel</li> <li>• Frauen auf dem Vormarsch</li> <li>• Kulturelle Vielfalt</li> <li>• Neue Mobilitätsmuster</li> </ul>		<p><b>TECHNOLOGIE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Digitales Leben</li> <li>• Konvergenz von Technologien</li> <li>• Lernen von der Natur</li> <li>• Ubiquitäre Intelligenz</li> </ul>
	<p><b>KONSUMENTEN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nächste Stufe der Individualisierung</li> <li>• Neue Konsummuster</li> <li>• Boomende Gesundheit</li> </ul>		<p><b>GLOBALISIERTE WELT</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Globalisierung 2.0</li> <li>• Urbanisierung</li> <li>• Neue politische Weltordnung</li> <li>• Wachsende Sicherheitsbedrohungen</li> </ul>
	<p><b>BUSINESS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wissensbasierte Ökonomie</li> <li>• Wandel der Arbeitswelt</li> <li>• Business-Ökosysteme</li> </ul>		<p><b>UMWELT</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Umsteuern bei Energie und Ressourcen</li> <li>• Klimawandel</li> <li>• Steigende Umweltbelastungen</li> </ul>

Dr. Karlheinz Steinmüller  
Z\_punkt The Foresight Company

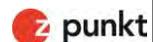


## Megatrend: Neue Stufe der Individualisierung



- Herauslösung aus traditionellen Bindungen an Familie, Religion, Konsumverhalten
- Wenige starke, viele lose Bindungen, virtuelle Communities
- Mehr Lebensstilgruppen: vom Massenmarkt zu hochgradig differenzierten Mikromärkten
- Neue Rollen des Kunden: Mitarbeit an Produktgestaltung und Werbung

Dr. Karlheinz Steinmüller  
Z\_punkt The Foresight Company



## Beispiel LOHAS: Lifestyle of Health and Sustainability

### Gesundheit als Lebensstil

- Streben nach Wohlergehen: Wellness, Meditation, Yoga ...
- Anti-Ageing, Schönheits-OPs, Lifestyle-Pharmazeutik ...

### Umweltbewusstsein

- „Grüne“ Convenience
- Klimabewusstsein beeinflusst (manche) Entscheidungen

### → Entstehende Konvergenzmärkte

- Ernährung – Pharma/Medizin – Kosmetik – Wellness – Tourismus



## Megatrend: Wandel der Arbeitswelt



- Tertiarisierung: Steigender Anteil der Dienstleistungen an der Wertschöpfung
- Wissensbasierte Ökonomie: Wissen als Input, Output, strukturierender Faktor
- Outsourcing und Automation von Tätigkeiten
- Mobiles Arbeiten
- Flexible Arbeitsstrukturen: Befristung, Teilzeit, flexible Arbeitszeiten
- Neue Kooperationsformen
- Selbstorganisation als Kernkompetenz

→ kein Beruf mehr auf Lebenszeit!

## Beschleunigung nicht nur in der Arbeitswelt erzeugt Gegenreaktionen.

Verringerte Planbarkeit des Lebens:  
Technische Beschleunigung und sozialer Wandel schlagen auf das allgemeine Lebenstempo durch.

### Reaktionen

- Aufschieben von großen Entscheidungen
- Offenhalten von Optionen
- Verweigern von Festlegungen und Bindungen
- Situatives Handeln

### Gegenreaktionen

- Temporärer Ausstieg: „Ich bin dann mal weg“
- „Simplify Your Life“
- Zurück zur Natur
- Rückkehr zu traditionellen Werten

### Entschleunigung:

- Slow Food
- Slow Shopping
- Slow Cities ...



Dr. Karlheinz Steinmüller  
Z\_punkt The Foresight Company



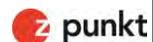
## Megatrend: Digitalisierung / Intelligenzrevolution



- Allgegenwärtige Vernetzung
- Soziale Medien
- Smarte Umgebungen
- Virtuelle Realitäten / Augmented Reality
- Big Data
- Künstliche Intelligenz
- Autonome Systeme / Robotisierung

Technik wird vom Mittel zum Medium, in dem wir schwimmen wie der Fisch im Wasser.

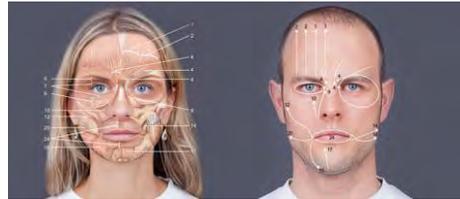
Dr. Karlheinz Steinmüller  
Z\_punkt The Foresight Company



## Beispiel: Erkennung von Emotionen

### Heute

- Stimmungserkennung von Texten / Bildern in sozialen Netzwerken
- Stimmungserkennung durch Sprachanalyse
- Emotionserkennung durch Überwachungskameras



### Morgen

- Simulation von Emotionen in Mensch-Maschine-Interaktion
- Breiter Einsatz im Alltag?

→ Stimmungserkennung als Feedback im Tourismus?

KIs lesen Emotionen.  
KIs simulieren Emotionen

Was wird erlaubt? Was wird akzeptiert? Was begegnet mir als Reisenden?

## Megatrend Digitalisierung: KIs nicht nur im Backoffice

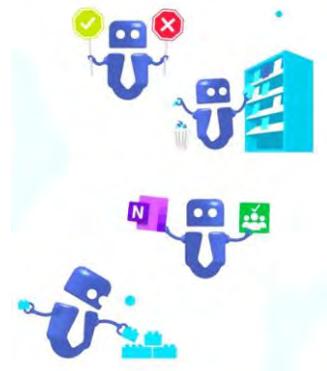
Intelligente Softwareagenten erfüllen Aufgaben

- Kundenbetreuung
- Beschaffungswesen, Finanzwesen
- Automatisierung von Rechtsgeschäften
- Compliancy Monitoring ...

Wirkungen

- Neue Balance von Mensch und KI in Entscheidungsprozessen
- KI als Prokuristen
- Beschleunigung von bürokratischen Prozessen

→ Erwartungshaltung aller Beteiligten:  
Das erledigt eine KI für mich.



## Megatrend Digitalisierung: Europäischer Datenraum für den Tourismus

**Kommission schlägt Digitale EU-Reise-App für einfacheres und sichereres Reisen vor**

Strasbourg, 8. Oktober 2024

### EU-Reise-App

- Erleichterter Grenzübertritt
- Effizientere Grenzkontrollen
- Verringerter Verwaltungsaufwand

### EU-Datenraum Tourismus

- Individuelle Datenportfolios?

### FAIR-Prinzip

- Findable
- Accessible
- Interoperable
- Reusable

→ Vision eines nahtlosen Tourismus

Dr. Karlheinz Steinmüller  
Z\_punkt The Foresight Company



## Megatrend Digitalisierung: Wirkung auf den Tourismus

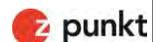
Viele offene Fragen!

- Wie gestalten wir einen reibungslosen digitalen Raum für Reisende und Anbieter? - Und nach welchen Zielen und Zwecken?
- Welche Arbeitsteilung / Kooperation zwischen Mensch und KI wird es geben?
- Wie ist der Datenraum Tourismus mit anderen Datenräumen verknüpft?



huggingface.co  
"Man robot symbiosis in Picasso style"

Dr. Karlheinz Steinmüller  
Z\_punkt The Foresight Company



## Überblick

- Heute
- Ferne Zukunft: 2050
- Nahe Zukunft: 2030
- Fazit



Dr. Karlheinz Steinmüller  
Z\_punkt The Foresight Company



## Eine optimistische Vision: Digitalisierung und KI als Unterstützung

### Reisen 2030

- Nahtlos, bruchlos, mühelos
- Sicher und effizient
- Nach individuellen Wünschen
- Spontan anpassbar
- Digital inszeniert

Die beste Technik ist eine unsichtbare Technik!

### Beim Reisenden

- digitale Reisebegleiter

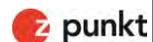
### Beim Dienstleister

- digitale Kundenbetreuer

### als

- Wunscherfüller
- Gehilfe für jede Situation

Dr. Karlheinz Steinmüller  
Z\_punkt The Foresight Company



## Viel hängt von den Rahmenbedingungen ab: Deutschland 2030



## Wie vorbereiten?

Resilienz aufbauen:

- Signale wahrnehmen
- Flexibel aufstellen
- Lernfähig bleiben

Die menschliche Dimension  
– Kooperation mit  
anderen, persönliche  
Entwicklung – rückt noch  
mehr in den Vordergrund.



huggingface.co  
"Robot in van Gogh style"

Faustregel:

Wichtig wird das, was Maschinen nicht können.

**Danke für Ihre Aufmerksamkeit!**



[www.z-punkt.de](http://www.z-punkt.de)  
[www.steinmuller.de](http://www.steinmuller.de)

Dr. Karlheinz Steinmüller  
Z\_punkt The Foresight Company



## **Zukunft des Tourismus in Deutschland - Inspirationen aus China**

Foresight Workshop am deutschen Institut für Gutes Leben

Ziyi Huang

Berlin, 23. Oktober





How Weixin's Palm Scan Payments Is Like Waving at a Friend

<https://www.youtube.com/watch?v=pQaGGnxRs74>



[https://www.youtube.com/watch?v=Q\\_QkI8qu-GE](https://www.youtube.com/watch?v=Q_QkI8qu-GE)

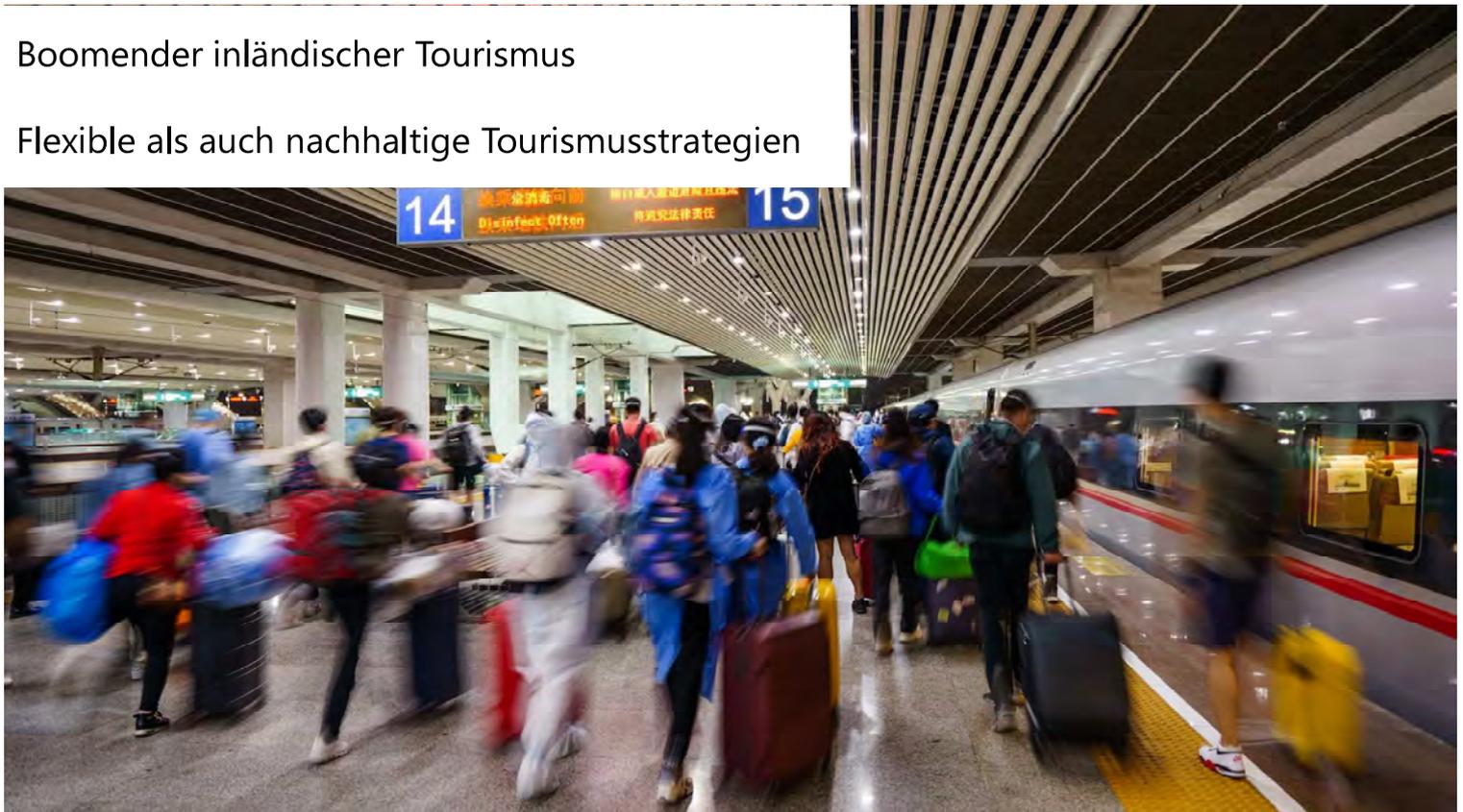
1. Tourismusbranche in China – aktuelle Entwicklungen

2. Inspirationen und Beispiele

3. Weiterführende Gedanken

Boomender inländischer Tourismus

Flexible als auch nachhaltige Tourismusstrategien



Umfassende digitale Transformation:  
Bezahlung, Buchung, Einsatz KI



## Inspirationen und Beispiele

**Alles in einer App – Reiseplanung mit WeChat**



**Mobile Bezahlung – „Smooth Operator“**



**Online-Reisebüros – Service par excellence**



**Marketingstrategien – Online & Offline**



**Reisen mit der Bahn – „Rückgrat des Tourismus“**





## Mobile Bezahlung – „Smooth Operator“



Das Handy genügt.

## Online-Reisebüros – Service par excellence



Ctrip Main Page



Users' Feed

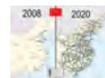
Qunar.com, Ctrip und eLong dominieren den Markt

## Marketingstrategien – Online & Offline



[http://m.cnhubei.com/content/2021-05/09/content\\_13783057.html](http://m.cnhubei.com/content/2021-05/09/content_13783057.html)

## Reisen mit der Bahn – „Rückgrat der Tourismus“



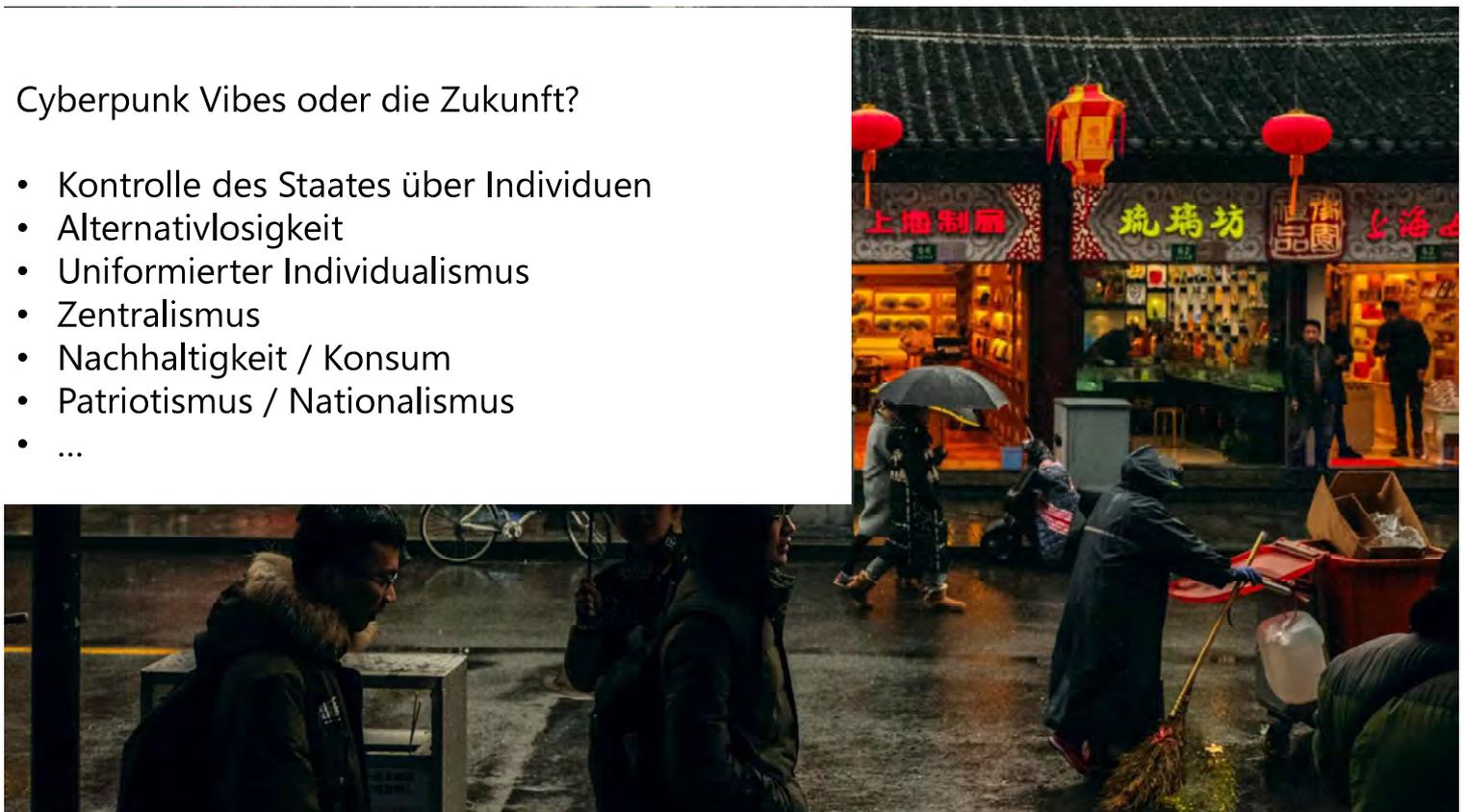
- Pünktlich & zuverlässig
- Ausgebautes Streckennetz
- Sauber & modern
- Effizienter Service
- Preis-Leistung
- Fahrgastinfo
- Digitales Ticketing
- On-board Services
- Stabiles System

Cyberpunk Vibes oder die Zukunft?



Cyberpunk Vibes oder die Zukunft?

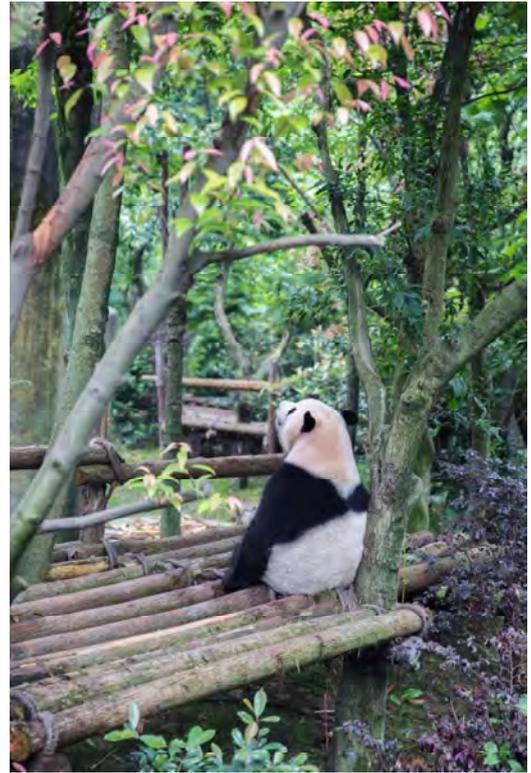
- Kontrolle des Staates über Individuen
- Alternativlosigkeit
- Uniformierter Individualismus
- Zentralismus
- Nachhaltigkeit / Konsum
- Patriotismus / Nationalismus
- ...



---

**Kontakt:**  
Ziyi Huang  
Ziyi.hbw@gmail.com

Vielen Dank. Haben Sie noch Fragen?



## Jasmin Mühlbach im Interview mit Fabienne Sand

*Wir werfen einen Blick in die Zukunft Brandenburgs. Jasmin Mühlbach, gebürtige Brandenburgerin und leidenschaftliche Reisende, hat mit ihren Kollegen Silvio Ulmedo-Page und Loic Ulmedo das Projekt Rediscover Brandenburg ins Leben gerufen – auf Instagram und in Buchform. Gemeinsam sprechen wir über den Ist-Zustand, die Faszination Brandenburgs und die touristische Zukunft des Bundeslandes.*

**Fabienne Sand:** Hi Jasmin. Du kommst aus Brandenburg – was hat deine Kindheit dort geprägt und wie hast du auf Brandenburg geschaut?

**Jasmin Mühlbach:** Ich bin in Cottbus in der Lausitz aufgewachsen, zuerst in einer Plattenbausiedlung und später am Stadtrand. In meiner Teenagerzeit war dieser Einwohnerrückgang in Cottbus deutlich spürbar: aus meinem Klassenzimmerfenster konnte ich zugucken, wie die Plattenbauten abgerissen wurden. Viele wollten ‚raus‘ – ein Gefühl, das auch ich hatte. Brandenburg habe ich damals als eher langweilig empfunden, weil ich nur wenige Ecken kannte und es mein Alltag war. Gleichzeitig prägen mich Erinnerungen an Kiefernwälder, sandige Böden, in denen man mit dem Fahrrad stecken blieb, und die Präsenz von Tagebau und Kohle. Heute schätze ich genau das, was mich damals gestört hat: Ruhe, Weite und Natur."

**FS:** Man muss also gar nicht weit reisen, um diese Weite zu erleben. Auch in Deutschland gibt es beliebte Urlaubsdestinationen! Was macht Brandenburg für dich so besonders?

**JM:** In Brandenburg kann man alles und nichts erleben – und beides hat seinen Reiz. Die Mischung aus Seen, Wäldern und versteckten Kulturorten macht es für mich besonders. Zudem lässt sich Brandenburg nachhaltig bereisen, vor allem von Berlin aus, mit öffentlichen Verkehrsmitteln und dem Fahrrad.

**FS:** Für euer Buch "Ganz Wald draußen" habt ihr Aktivitäten in Brandenburg recherchiert. Wie seid ihr dabei vorgegangen? Hattet ihr bestehende Verbindungen, Kooperationen mit Hotels, oder was war eure Recherchegrundlage?

**JM:** Wir sind Privatreisende und verdienen damit kein Geld – Brandenburg ist unser Hobby. Ich nutze klassische Medien wie Bücher, Zeitungen und Ausflugsmagazine, aber auch digitale Quellen wie die wachsende Instagram-Community, um neue Orte zu entdecken. Oft finde ich ein Ziel, etwa ein Café, das mich interessiert, und plane die Route drumherum. Viele Orte, die ins Buch kamen, habe ich zufällig entdeckt. Dabei wurde mir bewusst, wie groß Brandenburg ist. Meine Eltern sagen oft: ‚Da war ich zuletzt zu DDR-Zeiten.‘ Das geht sicher vielen so – sie wohnen dort, bleiben aber in ihrer Ecke und erkunden das Bundesland kaum, obwohl die Wege eigentlich kurz sind.

**FS:** Ihr seid jetzt selbst Teil der Community, die Informationen über Brandenburg zugänglicher macht. Wie kam es dazu, eure Erlebnisse öffentlich zu teilen und eine Plattform dafür aufzubauen?

**JM:** Am Anfang haben Freunde und Kolleg:innen uns oft nach Wochenendtipps gefragt. Aus meiner Liebe zur Fotografie entstand dann die Idee, das auf Instagram zu teilen. Heute profitieren wir vom tollen Austausch mit der Community – sei es durch Tipps von Einheimischen oder konkrete Anfragen, etwa für Hochzeitslocations oder Hotels. Dieser Austausch, sowohl digital als auch vor Ort, bereichert uns sehr.

**FS:** Was läuft aktuell besonders gut in Brandenburg? Hast du ein Beispiel für eine smoothie Reiseabwicklung?

**JM:** Das Marketing hat sich positiv verändert! Es gibt jetzt mehr Vielfalt, was das gastronomische Angebot angeht oder auch ausgefallene Übernachtungsmöglichkeiten wie Baumhaushotels oder Bubble-Zelte. Aber es gibt immer auch noch die einfachen Varianten. Diese Vielfalt macht Brandenburg auch wieder für

jüngere Zielgruppen attraktiv.

Was mich letzten Sommer sehr beeindruckt hat, sind die Mobilitätsangebote, z. B. in der Prignitz, wo Fahrradsharing-Dienste reibungslose Touren ermöglichen.

**FS:** Was sind deine Visionen für Brandenburgs Tourismus in den nächsten fünf bis zehn Jahren?

**JM:** Ich wünsche mir, dass der Tourismus weiterwächst, aber so, dass sich Einheimische wohlfühlen. Overtourism sollte vermieden werden, und weniger bekannte Orte sollten gefördert werden, um eine bessere Verteilung zu erreichen. Es gibt schon jetzt Orte, z.B. der Spreewald, Bad Saro oder Fürstenberg an der Havel, die im Sommer total überlaufen sind. Andere Ecken hingegen bleiben unbesucht. Und dann sagen uns die Einheimischen zurecht „Verratet nicht die ganzen guten Tipps, dann können wir da am Wochenende nicht mehr hingehen, wenn die ganzen Berliner\*innen kommen!“. Da müssen wir eine Balance finden, mit der sich alle wohlfühlen.

**FS:** Was läuft aus deiner Sicht noch nicht gut?

**JM:** Die Aktualität von Informationen, etwa Öffnungszeiten, ist oft ein Problem. Ich rufe dann manchmal einfach an um rauszufinden, ob wirklich auf ist.

Auch das Saisongeschäft macht es schwierig, abseits von April bis Oktober Angebote zu finden. Pop-up-Restaurants im Winter sind ein positives Beispiel, dann hat man auch im Winter einen Anreiz, mal rauszufahren!

**FS:** Kann Brandenburg auch überregional oder international attraktiver werden?

**JM:** Ja, der Spreewald zeigt, dass es möglich ist. Klare Anker wie die sorbische Tracht oder die Spreewald-Gurke haben ihn international bekannt gemacht. Ähnlich könnten andere Regionen gezielt hervorgehoben werden, auch über Instagram.

**FS:** Hast du einen Geheimtipp für uns?

**JM:** Für den Herbst und Winter empfehle ich das kleinste Kino Brandenburgs. Es befindet sich in einer alten Dorfschule und wurde vom Privat kino zu einem Ort für die Allgemeinheit. Man kann es buchen und mit Freunden Filme schauen – eine besondere Erfahrung.

## REDISCOVER BRANDENBURG

mit Jasmin Mühlbach

