

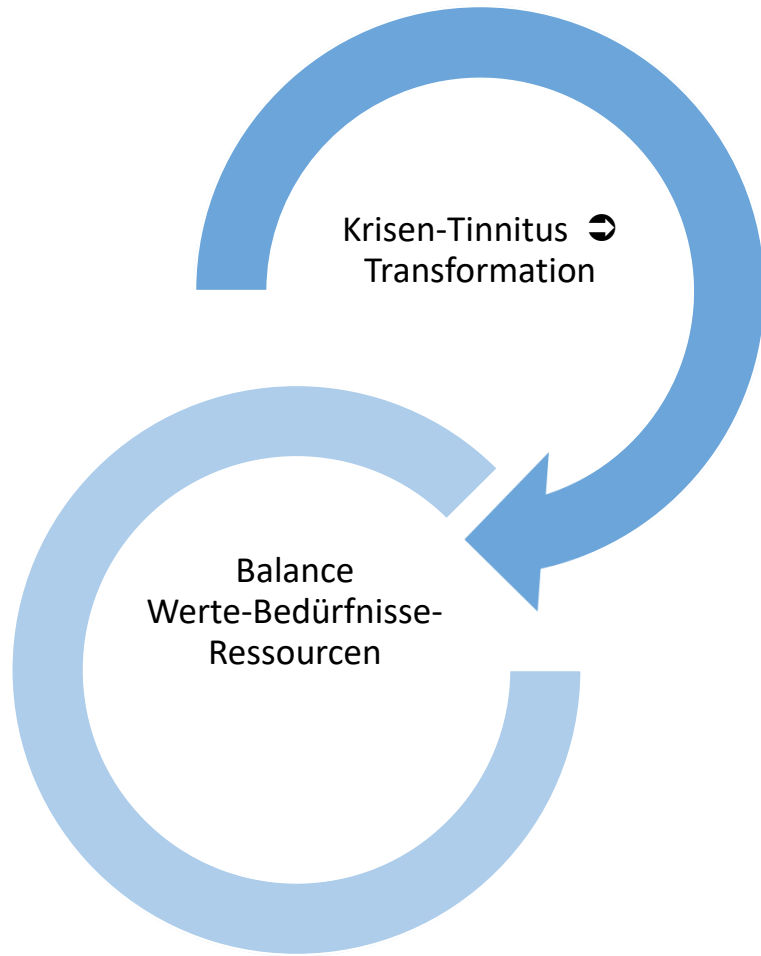
Der Gast als Co-Kreateur

Mitgestaltung – Mitverantwortung – Mittendrin



Andreas Reiter

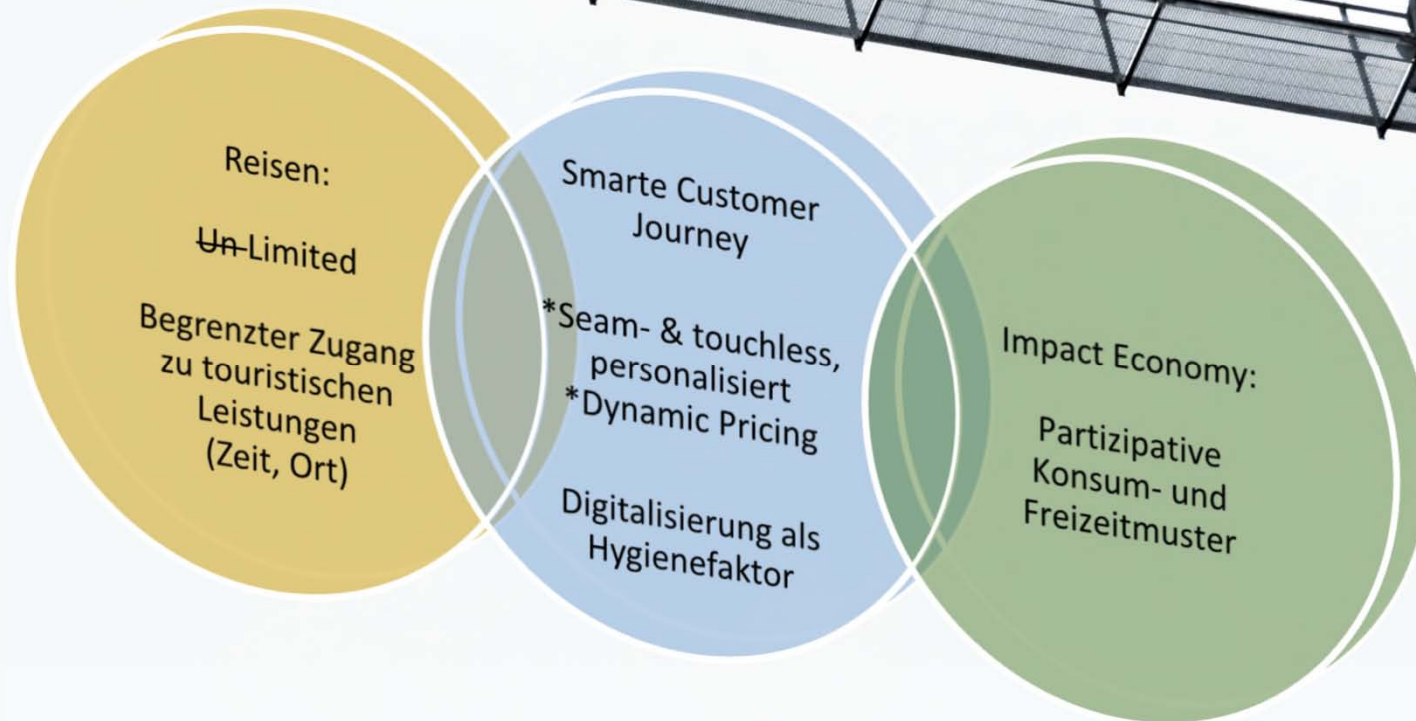
Age of Uncertainty



Triple Transition



Beyond Crisis



Mind the Gap



Kostensensible
Milieus



Mitte diffundiert
↔



„Trüffelschweine“

Self Service,
Automatisation
De-Personalisierung

Persönlicher High-
End-Service &
Affective Hospitality
De-Materialisierung



Physische &
virtuelle
Realität

Bricks &
Clicks

Arbeit &
Freizeit

Arbeitsort
& Wohnort

Ferien-
Kultur &
Alltags-
Kultur

Alles, was fest
war, wird
flüssig



Traditionelle Erwartungslogik von Touristen



„Intensiviertes
Empfinden“
(V. Groebner)

„Steigerung der
Lebensintensität“
(T. Garcia)



Urlaubs-Drehbuch wird fortgeschrieben



Leitplanken für Produkt-Entwicklung: smart & regenerativ

Leitmilieus

Generative Treiber:

- Gen Z
- Silver Ager



Fernmärkte: Europa als kuratierter History Park

„Zeitalter der Nostalgie“
(Zygmunt Bauman)



Next Generation

Generation Y (geb. 1981-1995) 15,7 Mio.

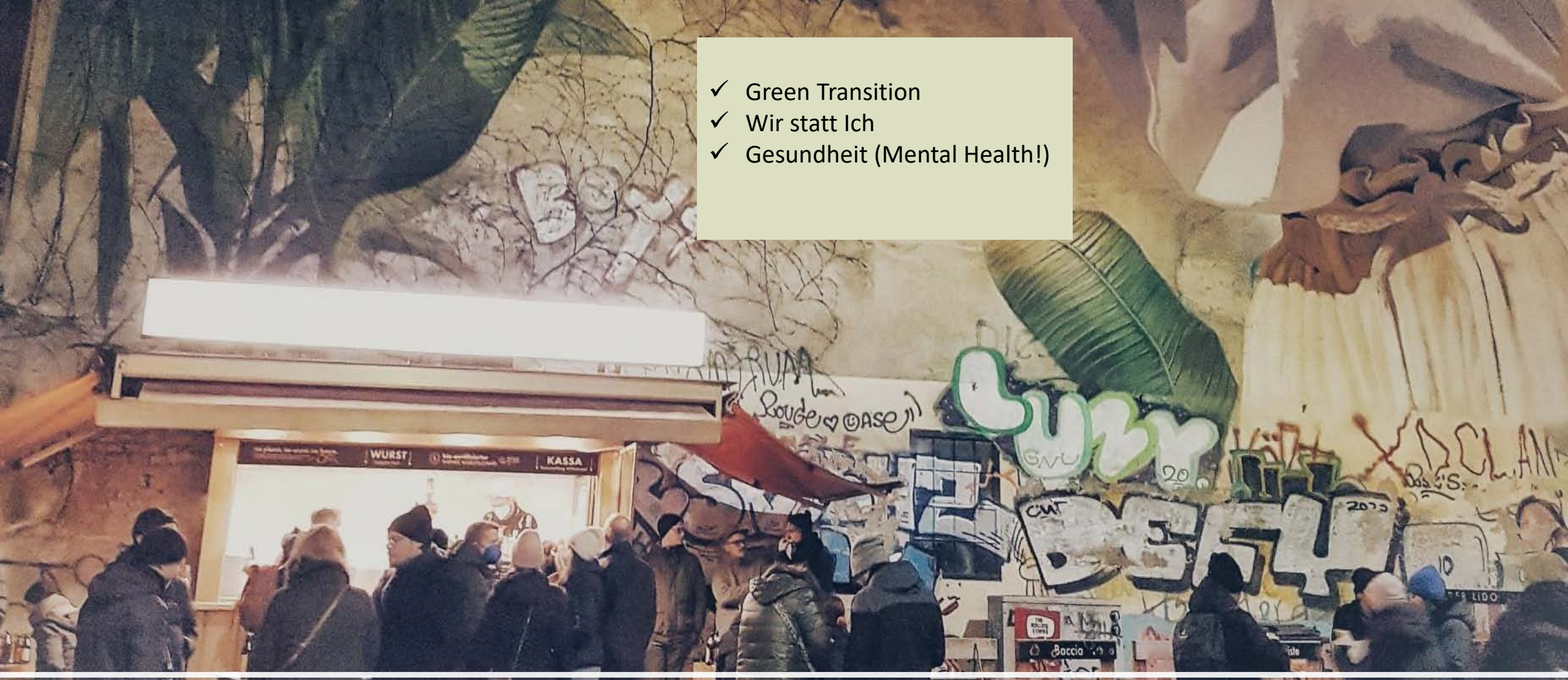
Generation Z (geb. 1996-2009) 11,3 Mio.

Generation Alpha (geb. ab 2010) 7,7 Mio.

Junge Bevölkerung (D), Quelle: Statistisches
Bundesamt



- ✓ Green Transition
- ✓ Wir statt Ich
- ✓ Gesundheit (Mental Health!)

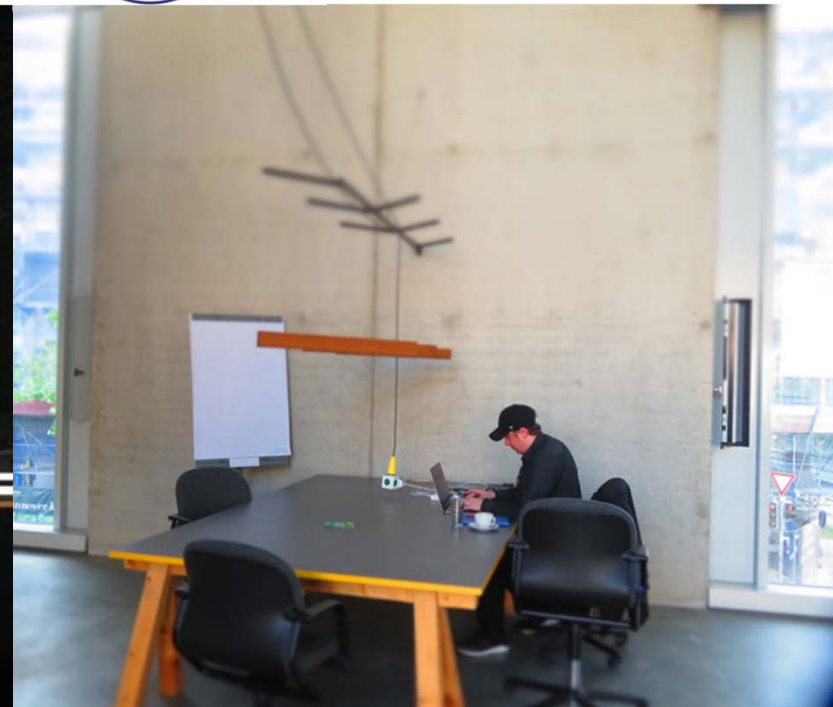
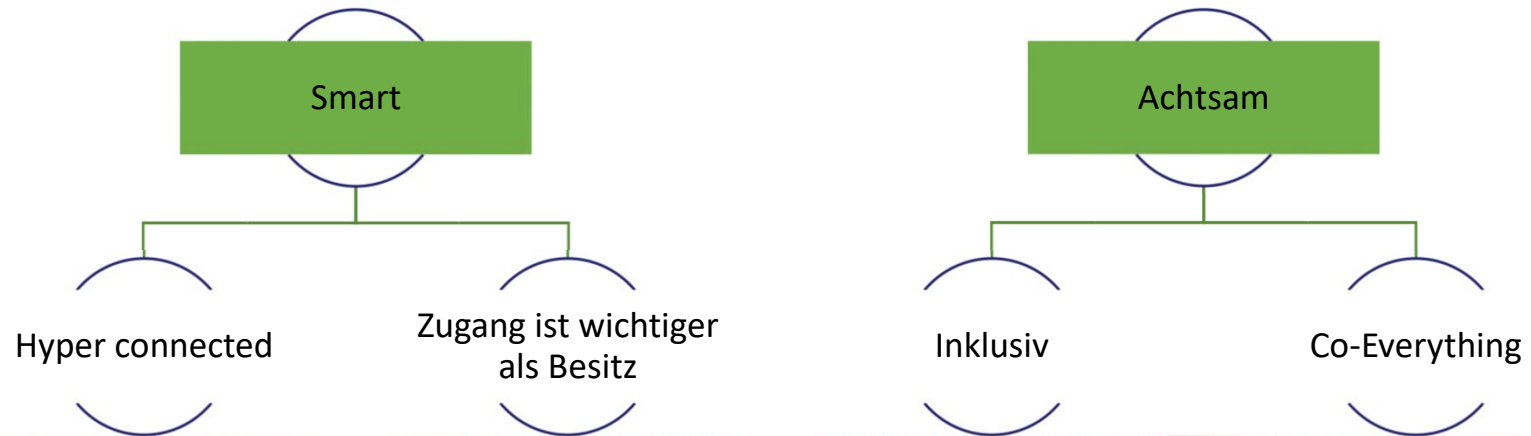


Generation Z

Rund 15% der europäischen Bevölkerung, 13% in China

(Quelle: ETC (2020), STUDY ON GENERATION Z Travellers)

Agenten des Wandels



Haltung und Impact

81% der Gen Z
wollen für ein
Unternehmen
arbeiten, „das ihren
Werten entspricht“

„Positiver Impact
auf lokale
Communities“: 70%



Regeneratives Reisen

Die Welt und die bereiste Destination
eine Spur besser machen





Balance

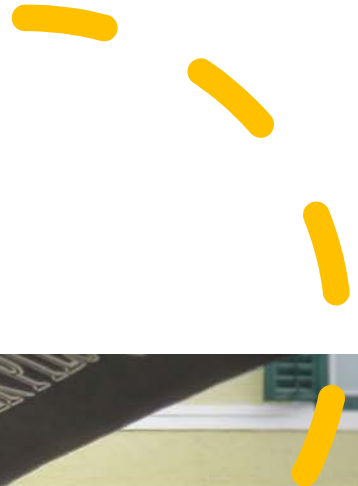
People, Planet, Prosperity

Natur als Folie

360 Grad nachhaltige Guest Journey (Mobilität, Energie, Food...)

Kreislaufwirtschaft
Reduce, Reuse, Repair, Refurbish, Recycle etc.

Flüssige Moderne



©Coconat/TMB Steffen Lehmann

Arbeit & Freizeit
(überlappend oder als Add-on)

Remote Work & multilokale
Lebensstile

Long Stay & Co-Living

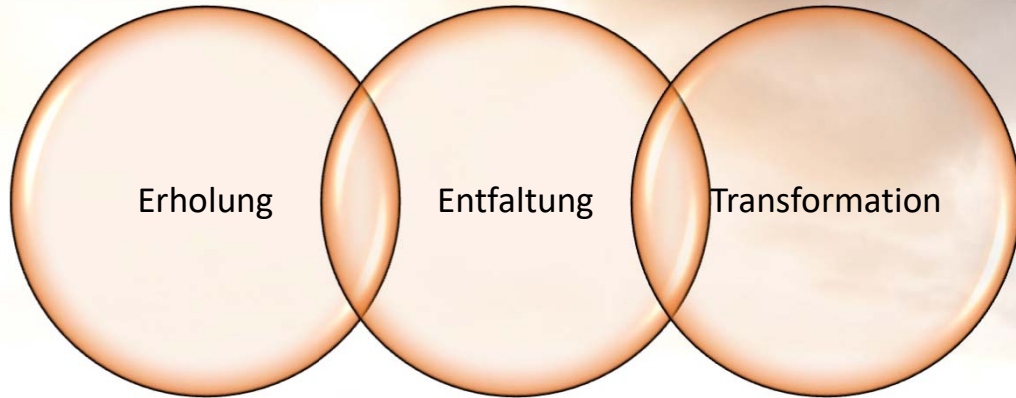


Hybrider Lifestyle

- 36% der Reisenden weltweit planen *Workation*
- Gen Z: 40%

Quelle: Siteminder, „The Changing Traveller Report 2022“

Reisen... Sammeln von künftigen Erinnerungen





Das skalierte Urlaubsglück

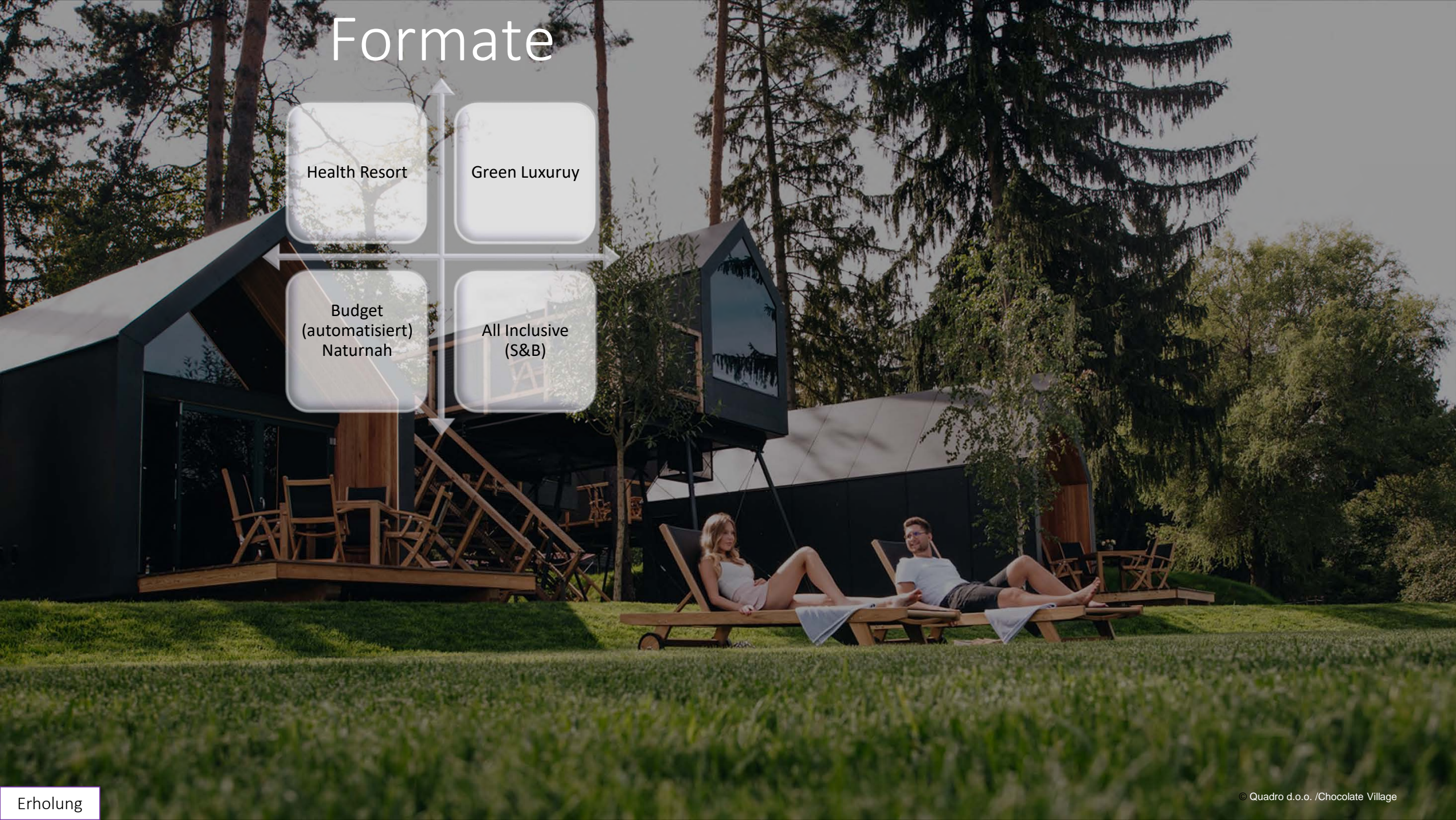
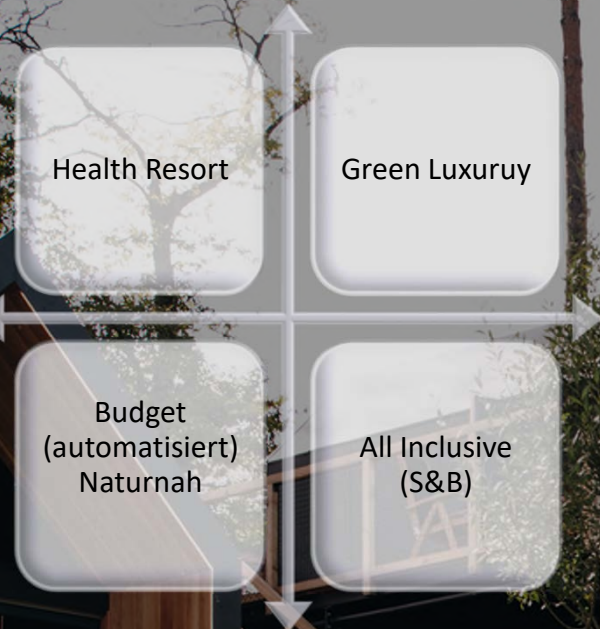


Eskapismus = repetitive Produkt- Semantik

- * Passive Konsum-Tonalität
- * Sun Escape
- * Dopamin Trips



Formate



Aktives Involvement (Fokus: Ich)

Selbstoptimierung

Mikro-Abenteuer

Outdoor
Aktivitäten &
neuronales
Belohnungs-
System





Raus aus der
Komfortzone

Erhöhung der Selbstwirksamkeit



Von der Erlebnis- zur Erfahrungs- Ökonomie



Immersive, multisensorische Erfahrungen

Multisensory Dinner,
Hotel Bristol

Fine Dining /
Neuinterpretation
historischer Gerichte und
immersive Erfahrungen
mit KI

©Herbert Lehmann / Marriott International

A man in dark shorts is seen from behind, standing on a wooden platform over a circular hot tub. The hot tub has green water and is surrounded by a dark wooden structure. The room has dark wood walls and a ceiling with exposed logs. In the background, there are wooden benches and a dark door. Two semi-transparent white boxes with rounded corners contain the text 'Reduktion' and 'Regeneration'.

Reduktion

Regeneration

Erlebnismuster: kleinteilig, partizipativ, überraschend



Immersive Experiences
(Kunst, Kulinarik u.a.)

Städte- und Kulturtrips

MICE

Life Seeing ~~Sight~~ Seeing





„Länger bleiben und tiefer eintauchen“

(„Swisstainable“)

 Social Design

 Werte-Communities

 Lokale Mikrowelten

Impact: soziale Regenerativität besonders wichtig



Den Haag: Ziel Klimaneutralität bis 2030

Städtisches Netzwerk (öffentlich-privater Partnerschaften zu nachhaltigen Innovationen, erneuerbare Energien, Food Innovation u.a.)

Co-Kreation

Den Haag & Ocean Race (Zieleinlauf)

- Race & Sustainability Village
- Begleitende Kampagnen
 - One Blue Voice campaign
 - Relay4Nature initiative

Sustainable Event-Strategie

- Berechnung des CO2-Fußabdrucks des gesamten Rennens - Reisen, Unterkünfte, Strom-, Wasserverbrauch und Abfall werden erfasst und nach dem Rennen kompensiert
- Nachhaltigkeits-Kit für Race-Teams u.a.
- Kampagnen zum Erhalt und Schutz der Weltmeere

Racing with Purpose

„Doing Good and Doing Business“



©Hague & Partners en de Gemeente Den Haag



Flüssige Welten, Systemische Transformation

- Rolle des Gastes: Achtsamer Mit-Gestalter (Mikrowelt, Lebensraum etc.)
- Guest Journey: Werte- und Ressourcenorientiert
- Destination: Good Governance (adaptiv und vorausschauend)

„Es gibt keine Metaphysik
der Intensität ohne eine
Moral der Intensität“

(Tristan Garcia)



Regenerativer Tourismus: Aus Gästen werden Komplizen

Wachstum
↻Entwicklung

Produkte
↻Prozesse

User ↻
ProdUser

Experience ↻
Social Design

Ego ↻Eco
System

