

Regensburg | 26. September 2023

Future.TI: Wie sieht die Tourist-Information der Zukunft aus?

Matthias Burzinski
destinet.de | destinetCHANGE



destinet
CHANGE

Matthias
Burzinski



Deine neue
Akademie für
den Wandel
in Stadt, Kultur,
Tourismus
und Deinem
Denken.



destinet
CHANGE



Du selbst sein Systemisches Coaching

Du möchtest Dich als Mensch positiv verändern und weiterentwickeln? Perfekt, dann bist Du hier genau richtig! Komme mit uns vom Denken ins Handeln.



Change starten Fokus Mindset

Alle sprechen von Wandel und Du zögerst noch? Keine Angst, wir befähigen Dich und Dein Team dazu. Hallo, neue Unternehmenskultur und Selbstführung!



Nachhaltigkeit leben Ökologisch, ökonomisch, sozial

Nachhaltigkeit ist kein Extra, sondern selbstverständlich, keine Bürde, sondern eine Chance. Wir zeigen Dir, wie Du sie ergreifen kannst. Nachhaltig.



Arbeit neu denken New Work

Nur weil es immer schon so war, muss es nicht so bleiben. Wir brauchen eine zukunftsfähige Arbeitswelt, mit mehr Sinn, mehr Perspektiven, mehr Mensch, einfach mehr. Was brauchst Du?



Geschichten erzählen Storytelling

Geschichten bewegen und verändern uns. Welche Geschichte willst und musst Du unbedingt erzählen? Deinen Zielgruppen, deinem Team, egal wem: Wir machen uns mit Dir auf die Suche.



Neues schaffen Methoden für Innovationen

Wandel braucht Innovationen. Jeder von uns kann Neues schaffen – mit den richtigen Methoden. Wir zeigen sie Dir, üben gemeinsam und helfen Dir individuelle Ideen und Maßnahmen zu entwickeln.


Aktuelle Studien und Insights:

ReisePuls Deutschland: Future.TI 2022/23: Die Zukunft der Tourist-Information (Neuaufgabe).

ReisePuls Deutschland 2023:
So reisen die Deutschen.

"Job & Sinn 2022":
Mitarbeiterzufriedenheit im Deutschlandtourismus. Für ein neues Verständnis von Arbeit.

ReisePuls Deutschland: Kulturtourismus 2022/23:
Die Zukunft des Kulturtourismus.

A modern interior space, likely a museum or gallery, featuring a large floor mural of a river and a person walking through it. The room has a bright green wall, a curved wooden reception desk, and large windows. A person in a white shirt and blue jeans is walking through the space, which is filled with natural light from the windows. The floor is covered in a large, detailed mural of a river and surrounding landscape. A curved wooden reception desk is positioned against the green wall, with a display of brochures underneath. A television screen is mounted on the green wall, showing a landscape scene. The ceiling is white with recessed lighting. The overall atmosphere is clean, bright, and modern.

Reisen, Krise und Wandel: Suche nach neuen Gewissheiten

Wir haben mal wieder
die Reisenden gefragt?



REISEPULS DEUTSCHLAND FUTURE.TI 2020 / 2022

National repräsentative Online-Befragung
in Deutschland – mit Unterstützung des
DTV

Repräsentativ nach Alter, Geschlecht,
Bundesländern, mindestens eine
Kurzreise (2-4 Tage) oder Urlaubsreise (>
4 Tage) mit Übernachtung in den letzten
zwei Jahren

Alter ab 18 bis 75 Jahren

Stichprobe: n = 1.005 / n = 1000

Feldzeit August 2020 / August 2022

REISEPULS DEUTSCHLAND

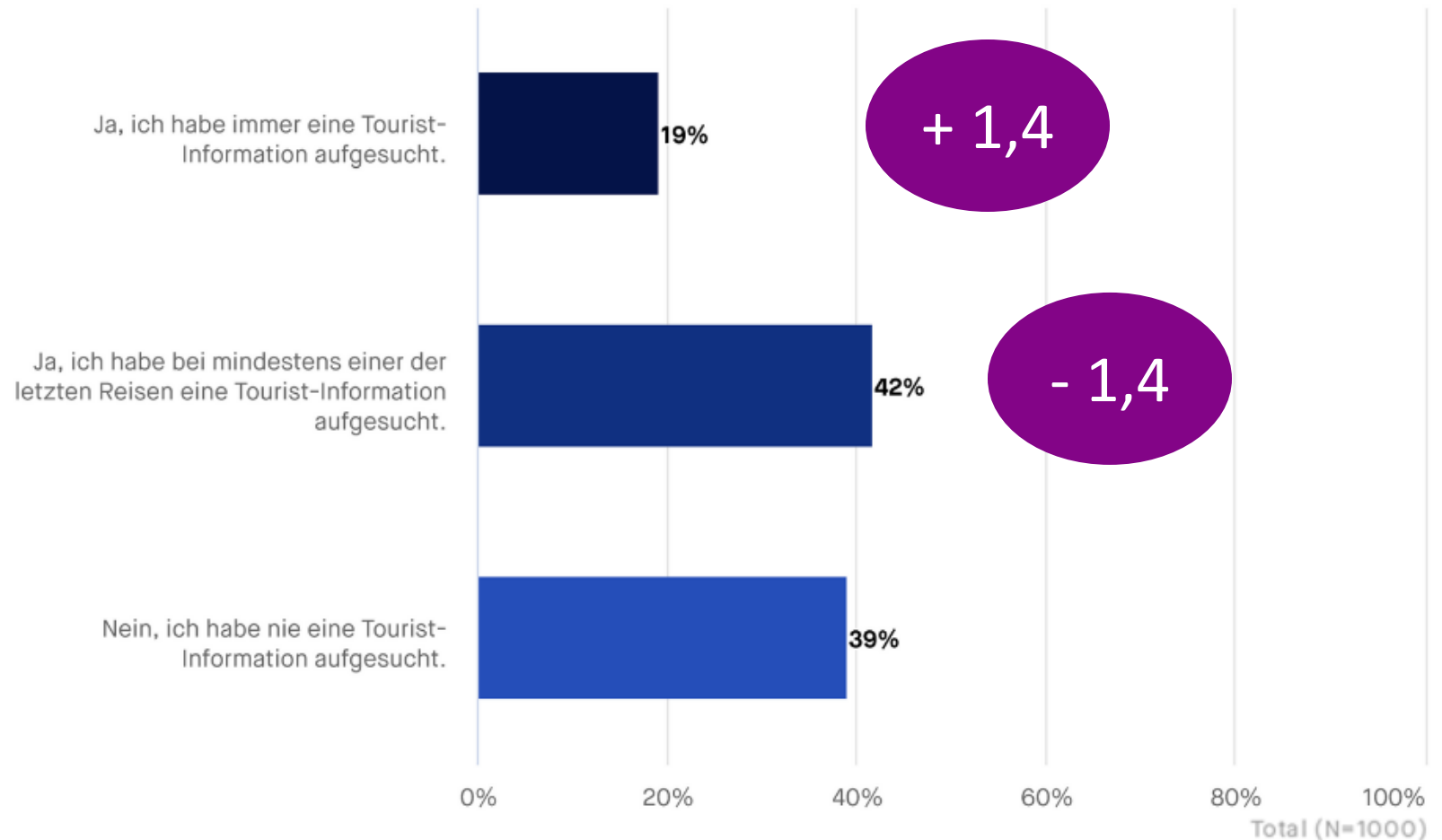
Future.TI 2022

O
F
T
M
I

Das Beruhigende:
Die Nachfrage ist
stabil.

> 60 %

nutzen nach wie vor TIs

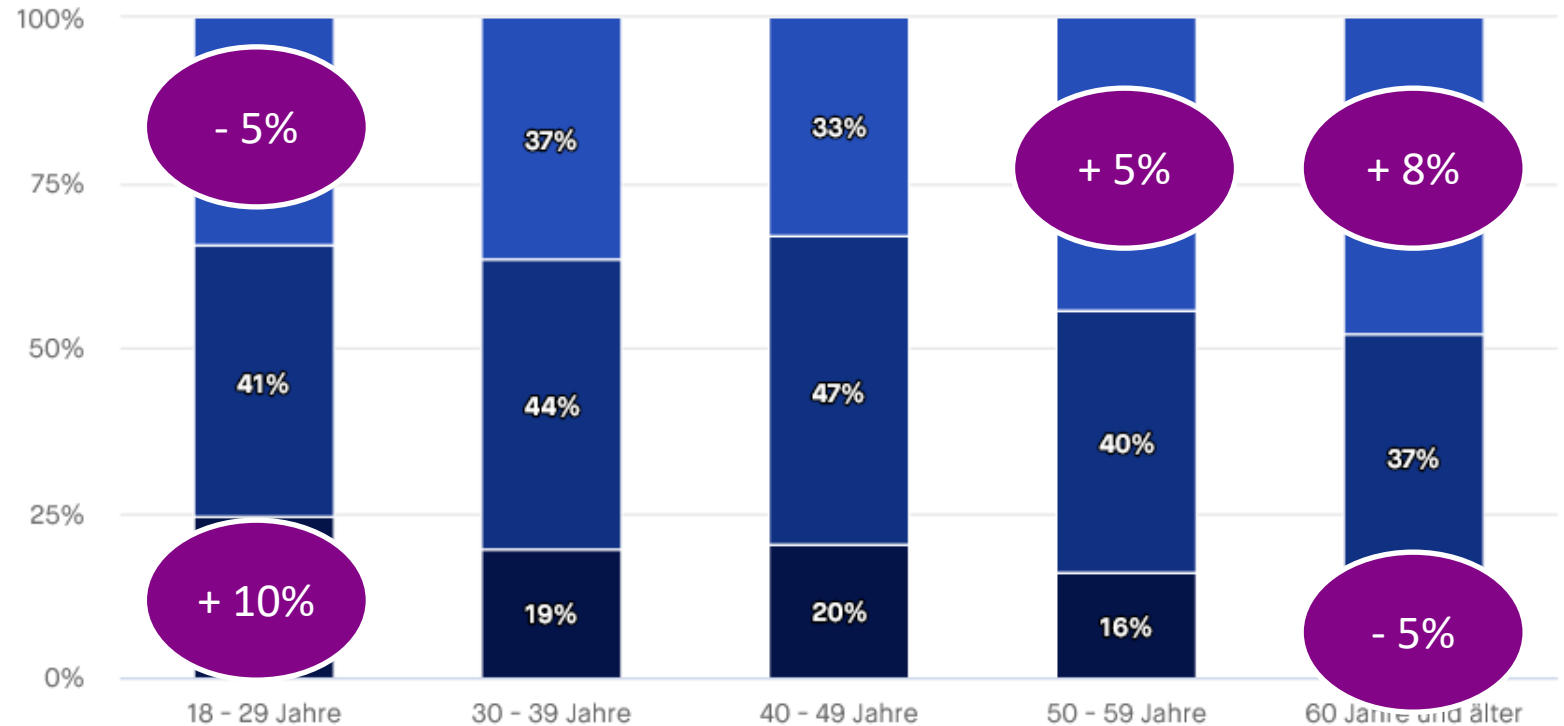


Frage: Wenn Sie an Ihre Reisen der letzten 2 Jahren zurückdenken: Haben Sie vor Ort eine lokale Tourist-Information aufgesucht? Quelle: ReisePuls Deutschland Future.TI 2022/destinet.de.

Altersstufen in Aufruhr: Erhebliche Veränderungen

Werden TI-
Besucher*innen
jünger?

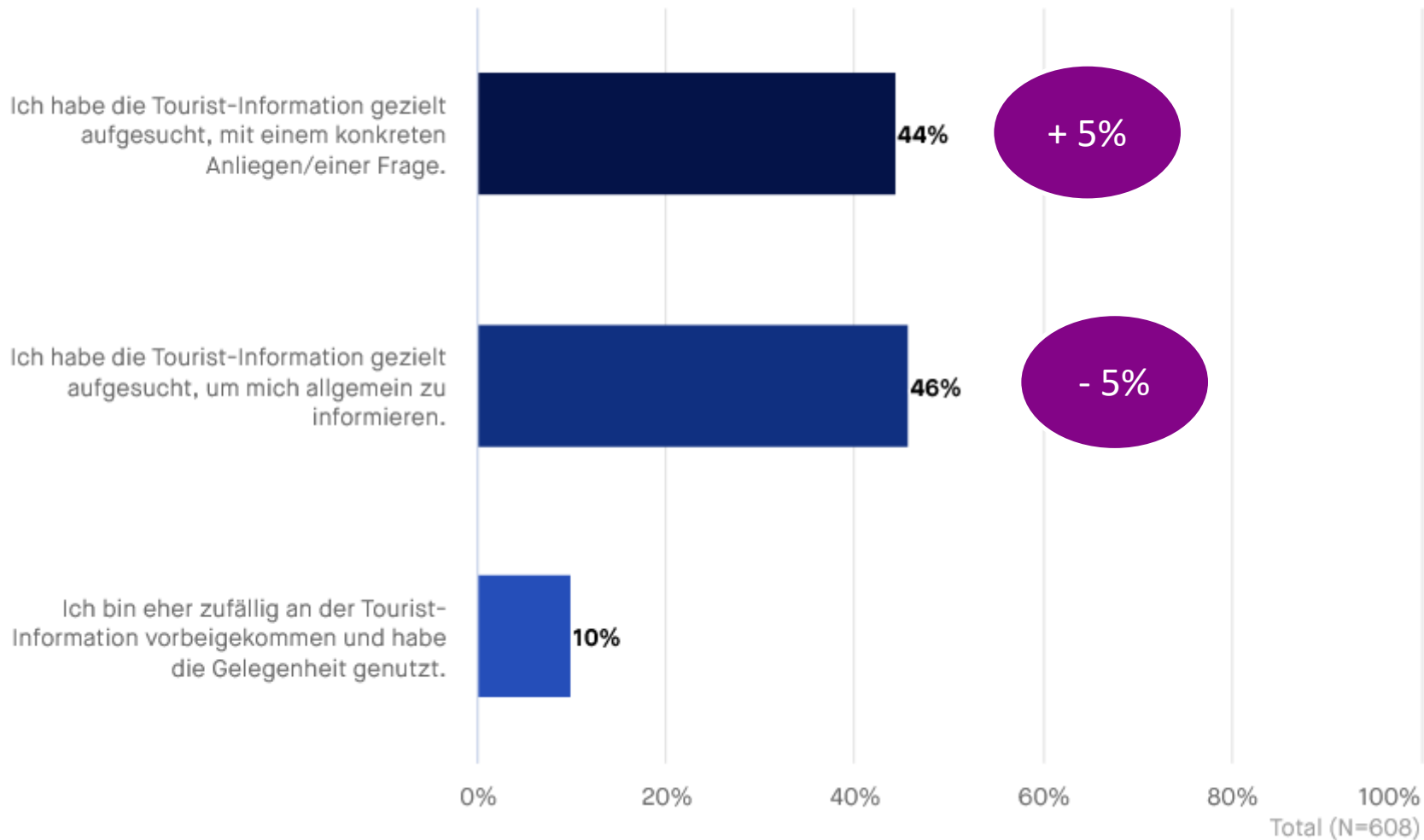
Corona-Effekte



- Ja, ich habe immer eine Tourist-Information aufgesucht.
- Ja, ich habe bei mindestens einer der letzten Reisen eine Tourist-Information aufgesucht.
- Nein, ich habe nie eine Tourist-Information aufgesucht.

Total (N=999)

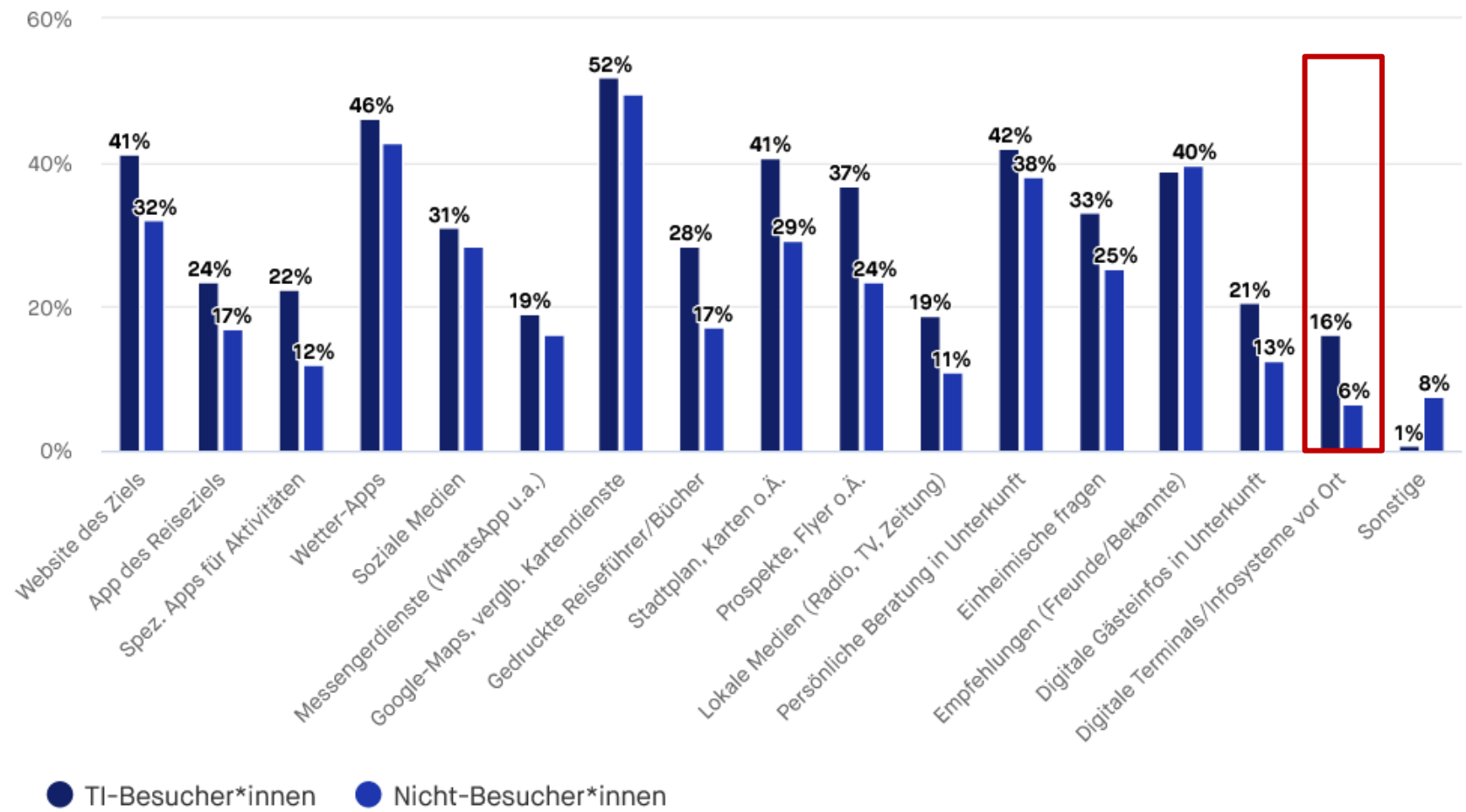
Frage: Wenn Sie an Ihre Reisen der letzten 2 Jahren zurückdenken: Haben Sie vor Ort eine lokale Tourist-Information aufgesucht? Nach Alter. Quelle: ReisePuls Deutschland Future.TI 2022/destinet.de.



TIs werden gezielt aufgesucht – mit noch konkreteren Fragen

Verschiebungen zu spezifischeren Fragen

Frage: Welche der folgenden Situationen beschreibt Ihren letzten Besuch in einer Tourist-Information am besten? Quelle: ReisePuls Deutschland Future.TI 2022/destinet.de.



Total (N=999)

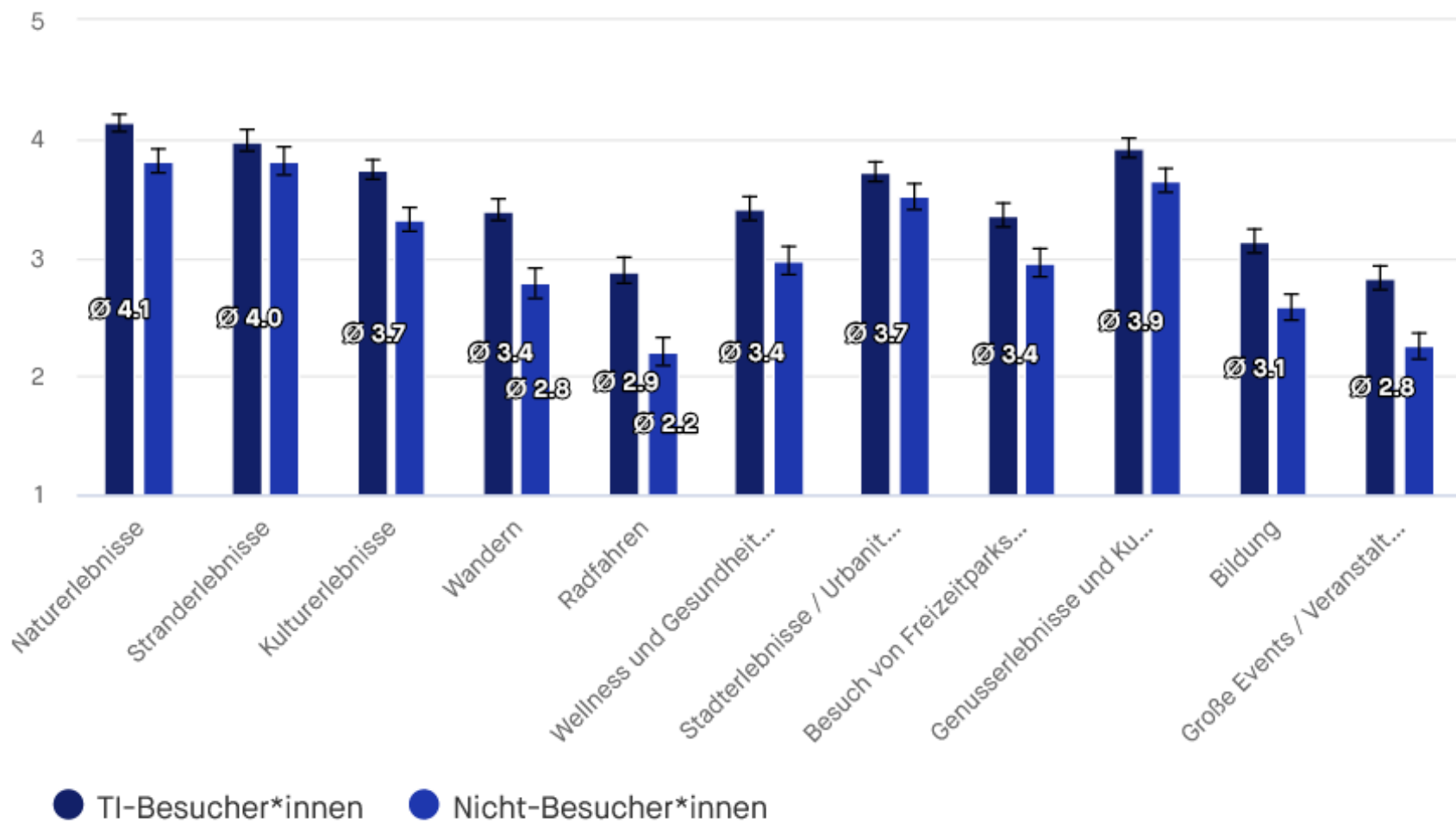
TI-Besucher*innen weiterhin digitaler, einige analoge Kanäle verlieren

—

Terminals wenig genutzt

Fast alle Kanäle weiterhin von TI-Besuchern*innen häufiger genutzt.

Frage: Welche zusätzlichen Informationskanäle nutzen Sie grundsätzlich unterwegs, also während der Reise? Besucher und Nicht-Besucher von TI. Quelle: ReisePuls Deutschland Future.TI 2022/destinet.de. Nutzung nur mit Nennung der Quelle.



Total (N=999)

Frage: Wie wichtig sind Ihnen folgende Erlebnisse grundsätzlich auf Reisen? | 1: "Unwichtig = 1" - 5: "Sehr wichtig = 5". Besucher und Nicht-Besucher von TI. Quelle: ReisePuls Deutschland Future.TI 2020/destinet.de.

Weiterhin hohes Interesse an Erlebnissen

Aktiv!

TI-Besuchern*innen sind alle Aktivitäten auf Reisen wichtiger.



Die Nachfragestrukturen sind in Bewegung geraten.

TIs bleiben persönliche Kontaktpunkte mit eher situativer Nachfrage unter Jüngeren.

TI-Besucher*innen bleiben anspruchsvolle und “digitale” Gäste, ändern jedoch ihren Kommunikationsmix.

Beobachten Sie Ihre Gäste: Nutzen und erschließen Sie neue und latente Potenziale.

Services im Wandel



Persönliche Beratung am Counter sieht auch so aus.





01

Hotel

KI wird zur persönlichen
Beratung.
Und zum Effizienzbooster.

03

04

ANFRAGEN

BUCHEN

17:45

Hat sich Leogang auch der Nachhaltigkeit verschrieben?

17:46

Antwort:

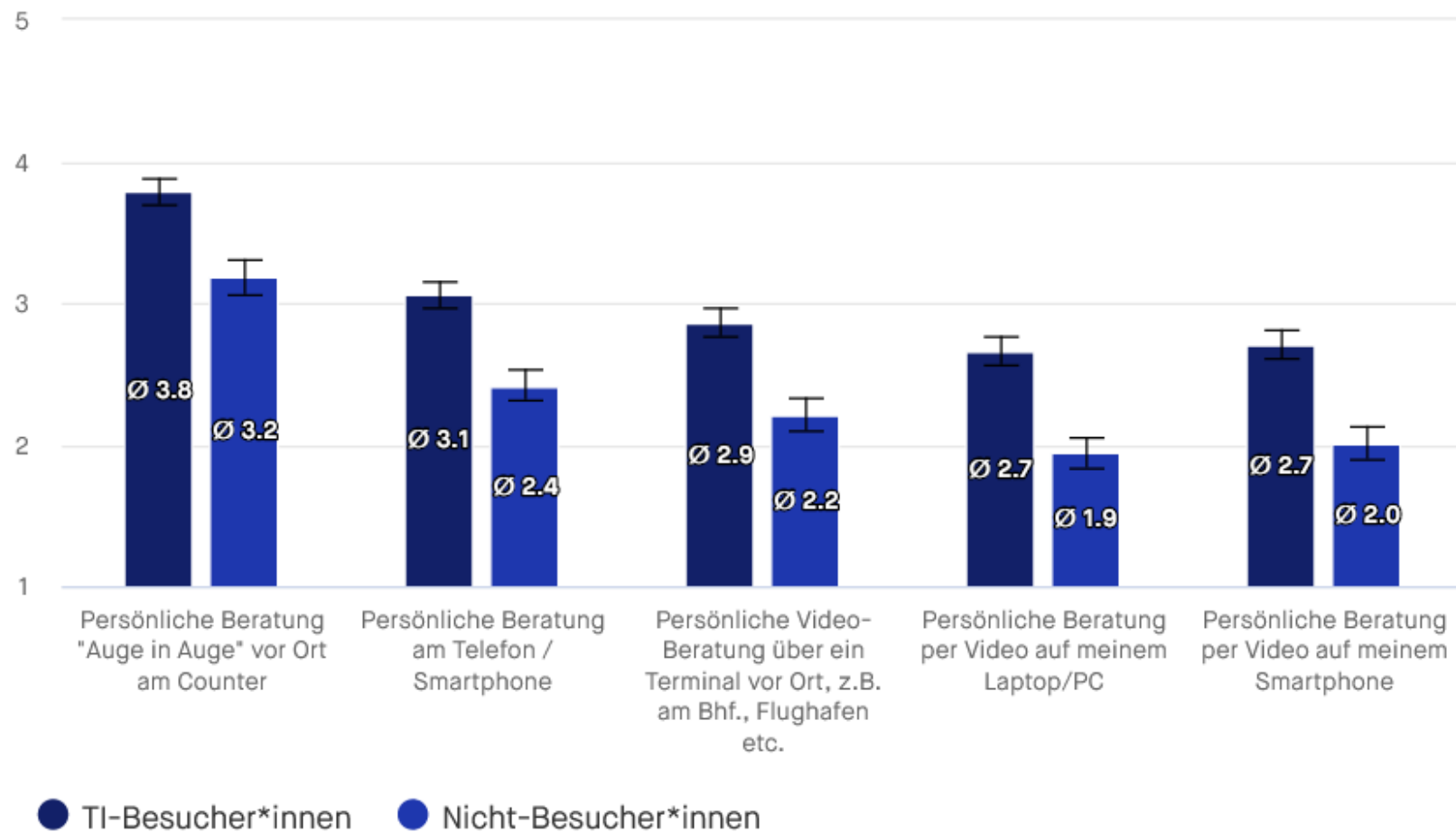
Ja, Leogang hat sich auch der Nachhaltigkeit verschrieben. Das Puradies, Ihr nachhaltiges Familienhotel in Leogang, ist ein gutes Beispiel dafür. Als Naturresort denken wir in Kreisläufen und nehmen von Mutter Natur nur, was wir ihr auch wieder zurückgeben können. Wir engagieren uns für die Umwelt, indem wir Strom zu 100% aus erneuerbaren Energien beziehen, Wärme aus Biomasse-Heizwerk in Leogang und Erdwärme nutzen, Wärmerückgewinnung aus Kühl- und Lüftungssystemen betreiben, einen Wartungsplan für energie- und wasserrelevante Geräte haben, energieeffiziente Leuchtmittel verwenden, Bewegungsmelder für Lichtsteuerung in Fluren u.ä. installiert haben und eine individuelle Temperatursteuerung in Zimmern und Chalets anbieten. Wir haben auch einen Bio-Bauernhof, vermeiden Abfälle und Lebensmittelabfälle, nutzen Regenwasser für die Gärten und enteisen im Winter mit Sand und Kies statt

Frag mich etwas ...

TI-Besucher*innen
sind auch hier
aufgeschlossener

Hybride Konzepte gefragt

Serviceprozesse neu denken



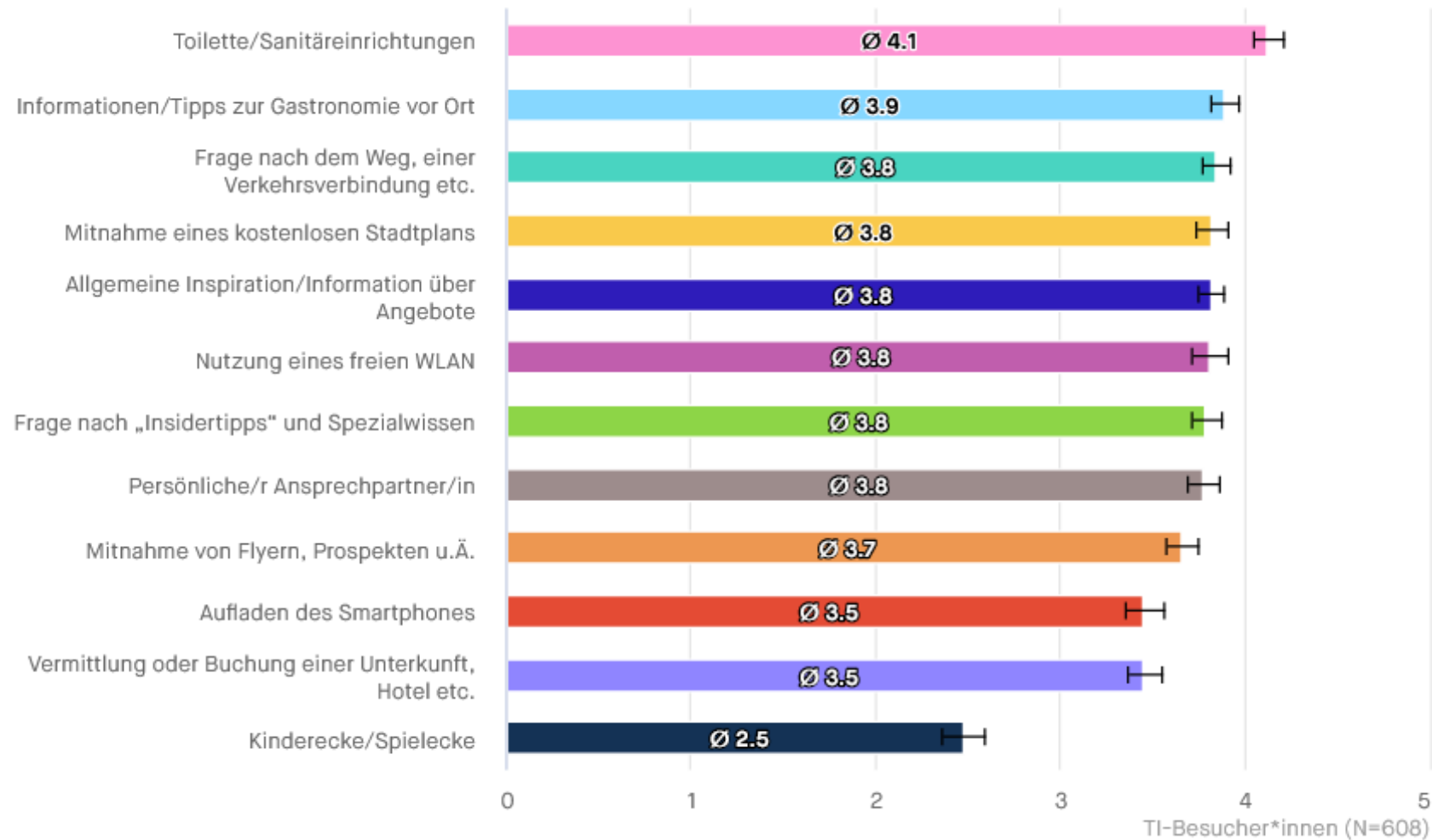
Total (N=999)

Q13 - Persönliche Beratung Wichtigkeit: Wie wichtig sind Ihnen folgende Formen der persönlichen Beratung? | 1: "Unwichtig = 1" - 5: "Sehr wichtig = 5" | CV4 - Besucher*innen zu Nicht-Besucher*innen: Besucher*innen zu Nicht-Besucher*innen

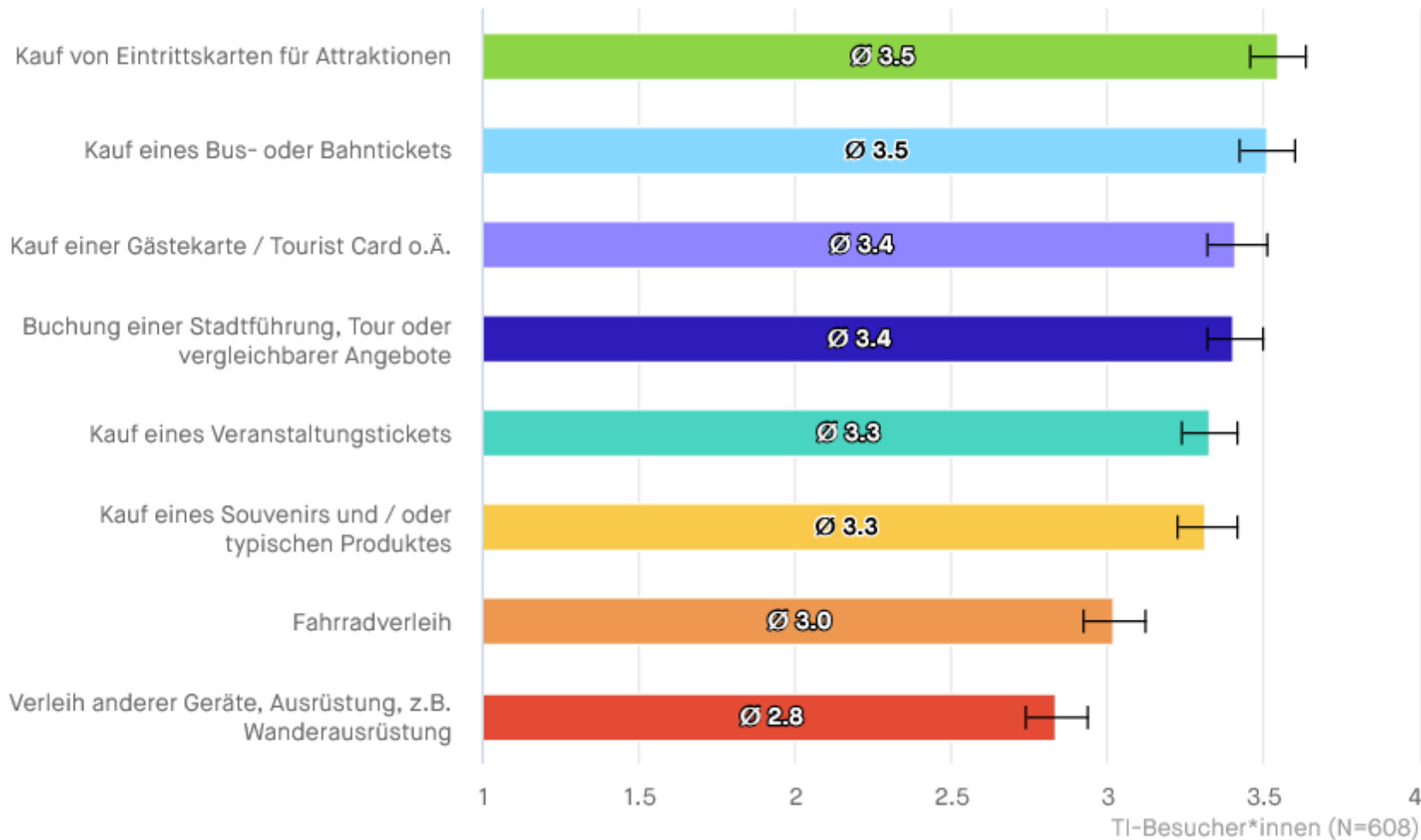
Die übrigen Serviceerwartungen bleiben hoch.

Wenig Fehlertoleranz

Die Servicequalität muss stimmen.



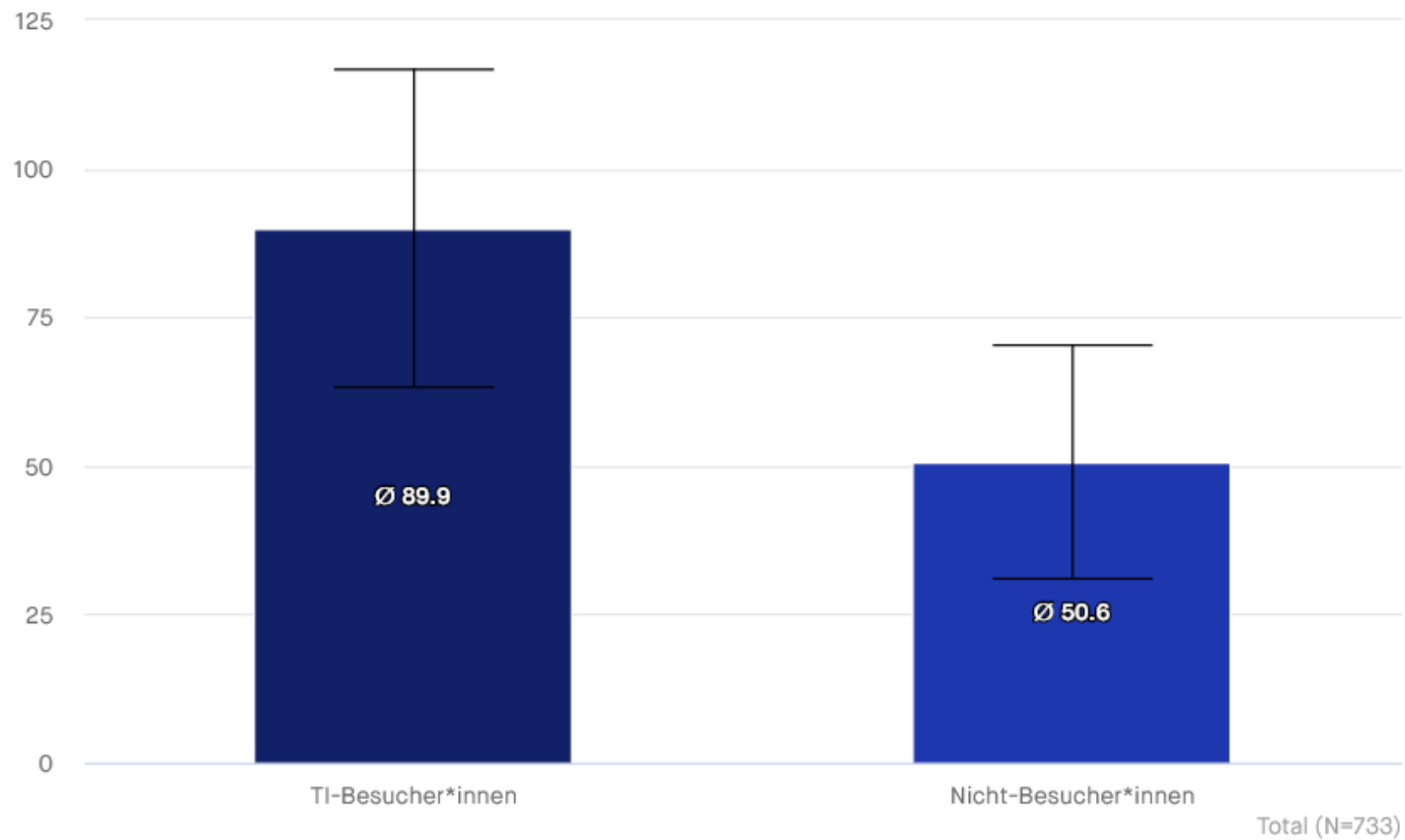
Welche der folgenden kostenlosen Services in einer Tourist-Information halten Sie für verzichtbar oder unverzichtbar? | 1: "Könnte ich drauf verzichten = 1" - 5: "Könnte ich nicht drauf verzichten = 5". Quelle: ReisePuls Deutschland Future.TI 2022/destinet.de



Keine veränderten Ansprüche bei kostenpflichtigen Services

Breite Erwartungshaltung

Frage: Welche der folgenden kostenpflichtigen Angebote einer Tourist-Information halten Sie für verzichtbar oder unverzichtbar? | 1: "Könnte ich drauf verzichten = 1" - 5: "Könnte ich nicht drauf verzichten = 5". Quelle: ReisePuls Deutschland Future.TI 2022/destinet.de.



TI-Besucher*innen
geben deutlich
mehr Geld aus.

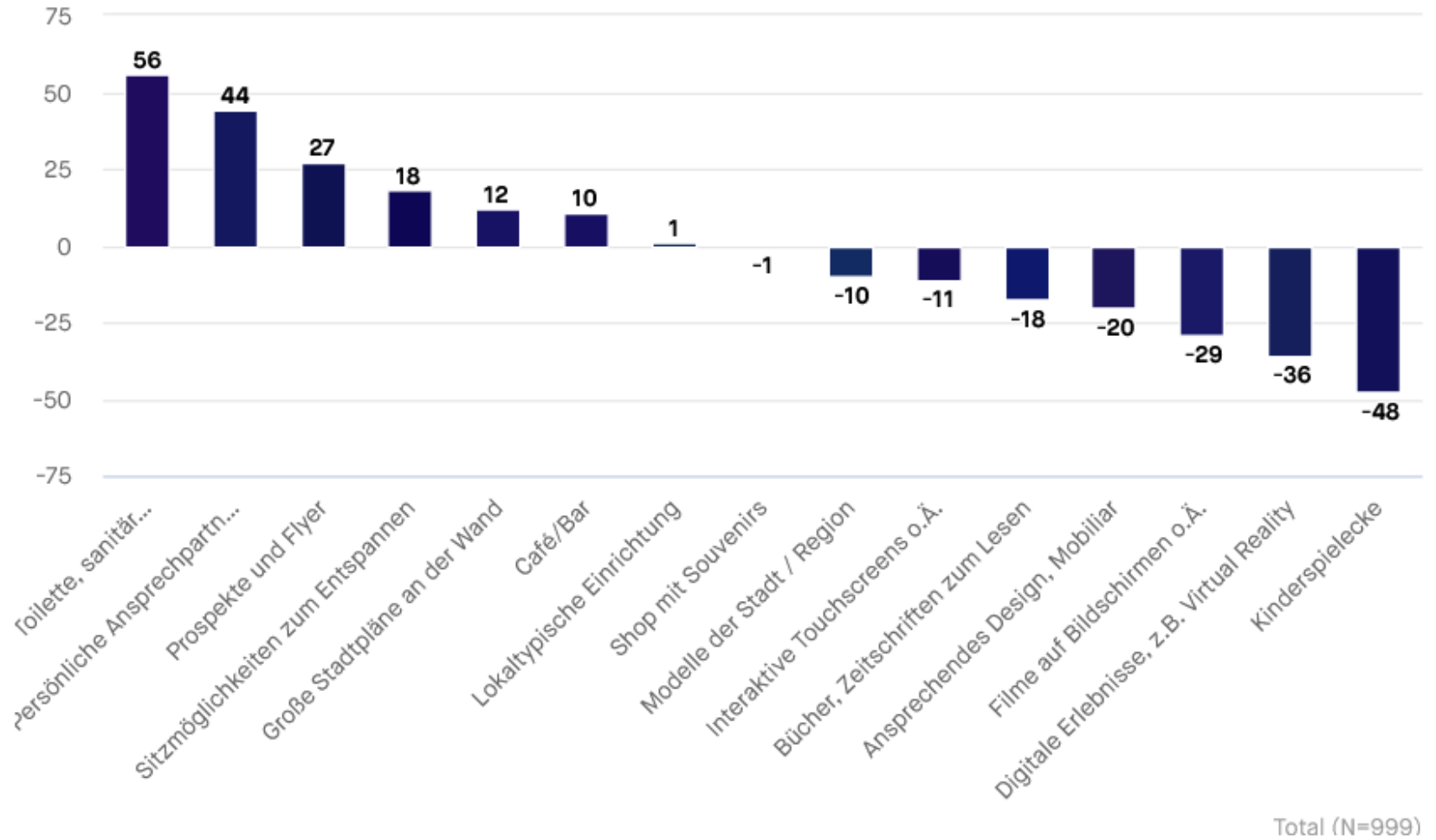
Wert-
schöpfung

Q18 - Ausgaben für Souvenirs: ... im Durchschnitt aus? | CV4 - Besucher*innen zu Nicht-Besucher*innen:
Besucher*innen zu Nicht-Besucher*innen

Nahezu
unveränderte
Raumansprüche

Funktionen
sichern

Begeisterungsfaktoren nicht
vernachlässigen



MaxDiff Score ist der Prozentsatz, wie oft ein Faktor als wichtiger Faktor gewählt wird, abzüglich des Prozentsatzes, wie oft ein Faktor als unwichtiger Faktor gewählt wird – im direkten Vergleich. Je höher die Punktzahl, desto wichtiger das jeweilige Element. Quelle: ReisePuls Deutschland Future.TI 2022/destinet.de.



Moderni- sierungs- welle



■ Die Visitor-Journey-Analyse wird digitaler, aber die TIs bleiben.

■ Service- und Betriebskonzepte verändern sich weiter

■ Ertragsmöglichkeiten wandeln sich.

■ Rauml layout, Gestaltung und Medientechnik passen sich weiter an – werden emotionaler.

Die TI ist nicht nur für
die Gäste da





An der Schnittstelle

Auf dem Weg zum mühelosen Reisen in Thüringen

Reisen, Arbeiten, Leben

Am Anfang steht Thüringen: Reisende, die unser Land besuchen, haben Wünsche, Interessen, Erwartungen. Um diese zu erfüllen, greifen viele Leistungen, Hände, Aufgaben ineinander – und schaffen Werte für alle.



Reisende*r

Was ich mache, wenn ich nach Thüringen komme?

Erst mal durchatmen, die Atmosphäre einsaugen, umschalten. Dann geht es aber schon daran, die schönen Tage zu planen. Und der erste Weg führt mich oft in die Tourist-Information: Wo sonst bekomme ich die Informationen und Ideen für meine Reise persönlich aus erster Hand? Und wenn ich dann noch alles digital aufbereitet auf meinem Smartphone mitnehmen kann: Perfekt. Viel Zeit gewonnen. Der Urlaub kann beginnen. Wer will schon gleich zu Beginn der Reise wieder Stress haben.

Wenn ein Gast die Tourist-Information betritt, sehe ich oft schon auf den ersten Blick, was ihn interessieren könnte.

Niemand kennt unsere Gäste so gut wie wir in der Tourist-Information. Und wenn er uns doch mit einer Frage überrascht? Dann sind wir vorbereitet. Alles muss stimmen: das Ambiente, das Informationsmaterial, digitale Datenbanken, unsere Website. Und natürlich: die Gastfreundschaft. Damit überzeugen wir jeden Gast. Davon profitieren unsere Betriebe und die ganze Stadt.



Mitarbeiter*in

Wenn ich die Gäste aus der Tourist-Information kommen sehe, stimmt es mich positiv.

Warum? Weil sie uns anstrahlen und und jetzt ein paar schöne Tage vor sich haben. Das ist ansteckend. Und ich bin stolz, dass sie zu uns gekommen sind, um unsere schöne Landschaft, Kultur und uns selbst kennenzulernen. Und ich weiß, dass sie auch ihr Geld hier ausgeben. Das bringt nicht nur Arbeitsplätze, sondern wir können all die schönen Sehenswürdigkeiten, Restaurants, Kultureinrichtungen und Attraktionen erhalten und auch selbst nutzen.



Einheimische*r

Was wir für die Zukunft des Tourismus brauchen

Wie werden wir reisen? Was brauchen unsere Gäste künftig? Und wie profitieren wir davon?



Reisende*r

Wie wir in Zukunft reisen werden?

Das ist eine spannende Frage. Ich glaube nicht, dass sich so viel an unseren Wünschen und Bedürfnissen ändert – nach Auszeit, Abwechslung, kleinen Abenteuern und schönen Erlebnissen. Aber wir werden viele Dinge wegen der vielen Krisen mit neuen Augen sehen.

Schon heute fragen wir uns, wie wir nachhaltiger reisen können. Gut möglich, dass wir noch öfter nach Thüringen fahren, wegen des angenehmen Klimas. Und wir suchen jetzt schon nach besonderen Momenten wie Übernachtungen im Baumhotel oder auch virtuellen Erlebnissen vor Ort.

Schön wäre es, wenn wir dabei so etwas wie eine persönliche Reisebegleitung hätten. Ich meine natürlich keine „echte“ Person, aber eine Servicestelle, die uns erreichen können und der wir vertrauen können. Und die uns auch selbst zu erreichen können.



Mitarbeiter*in

Ständig müssen wir unsere Services und Angebote erweitern.

Dass Gäste uns künftig nicht mehr brauchen, nur weil sie ein Smartphone haben, ist Unsinn. Auch die Informationen in Apps, sozialen Medien und auf unserer Website kommen ja von uns. Und der Wunsch nach persönlicher Beratung ist für viele sogar größer geworden.

Zukünftig werden wir diesen Kontakt aber über noch mehr verschiedene Kanäle herstellen als heute. Wir werden Videochatzeitberatung einsetzen, künstliche Intelligenz, immersive Räume in unserer Tourist-Information, soziale Medien, vielleicht sogar virtuelle Welten oder Computer-Games. Wir müssen den Gästen dort begegnen, wo sie sich gerne aufhalten und inspirieren lassen. Aber Selbst



Einheimische*r

Sind wir nicht alle Reisende?

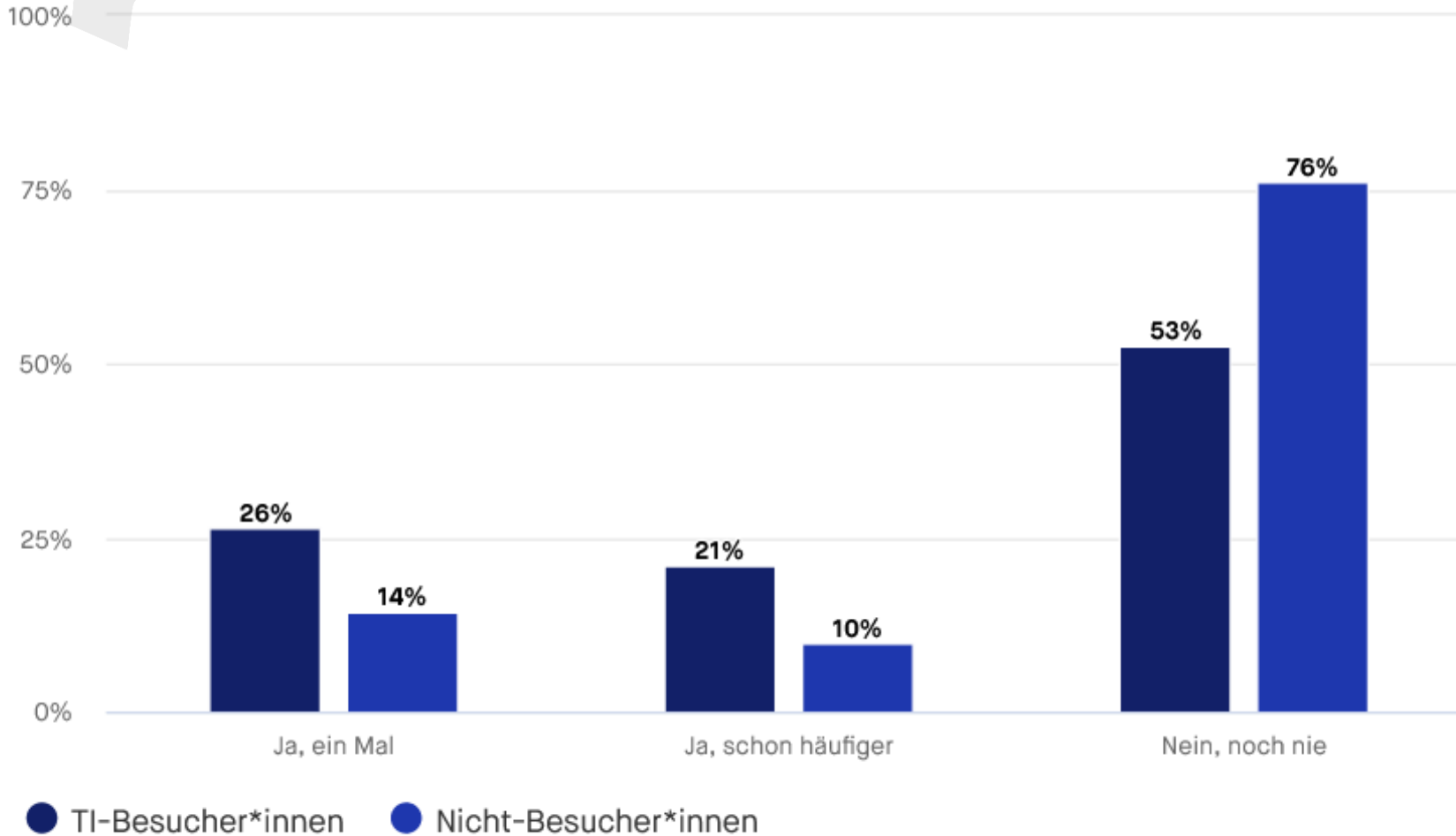
Wir können uns doch gut hineinversetzen in das, was die Gäste bei uns in Thüringen suchen: schöne Tage, Gastfreundschaft, Gespräche mit uns Einheimischen, Erlebnisse und Komfort. Wer will schon im Urlaub Stress haben?

Damit das künftig so bleibt, dürfen wir uns aber auch nicht selbst stressen. Zunächst mal müssen wir so bleiben wie wir sind, „echt“, zugänglich, offen, aber auch modern. Unsere Landschaft und Kultur dürfen wir nicht verfälschen oder zerstören, müssen sie aber trotzdem modern vermitteln. Wir sind ja auch selbst mit dem Smartphone unterwegs.

Ich denke, dass alle, die im Tourismus aktiv sind, auch mehr an uns Einheimische denken sollten. Wir sind die in den touristischen Betrieben, die den Gästen die Thüringer Botschaft weitergeben und auch selbst zu profitieren.

Ort des Perspektivwechsels und der Partizipation: Die TI als „touristische API“ – als Schnittstelle!

Heimat-TIs – unbekanntes Terrain



Total (N=999)

Q30 - Wohnort: Haben Sie schon einmal die Tourist-Information an Ihrem Wohnort besucht und genutzt?
| CV4 - Besucher*innen zu Nicht-Besucher*innen: Besucher*innen zu Nicht-Besucher*innen

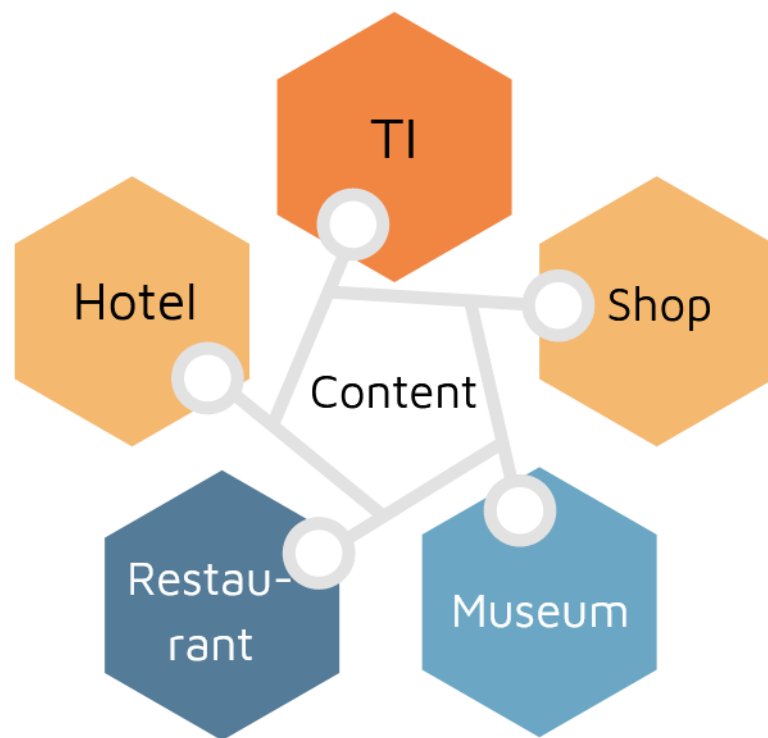
Ein brachliegendes
Potenzial?

Einhei-
mische

...nutzen die eigene TI eher
selten oder gar nicht.



Die TI als strategischer Netzwerkknoten der (Innen-)Stadtentwicklung



Eigenentwicklung von [destinet.de](https://www.destinet.de) in Kooperation mit Adooo

- **Idee:** Akteur*innen der Stadt über digitalen Content vernetzen und gegenseitig stärken
- Händler*innen, Anbieter*innen und Screen-/Displaybetreiber*innen **zusammenbringen – in lokalen Kreisläufen**
- **Die TI** als Initiatorin
- System aus **Werbe- und Inspirationskontakten** in der Vor-Ort-Phase
- Stärkung der spontanen Besuchsentscheidungen
- Gleichzeitig **Netzwerkeffekt und neue Begegnungen**

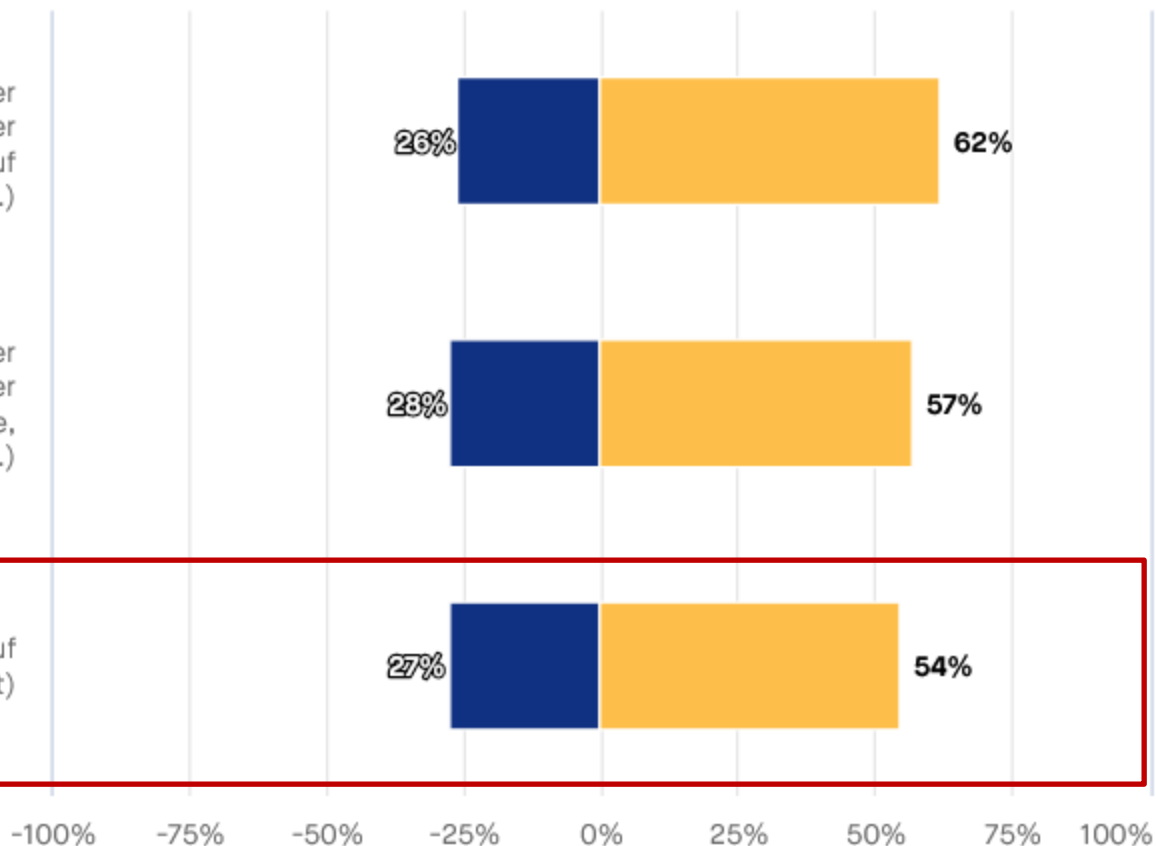
Wie steht es um die Mitarbeiterzufriedenheit?



Regional-, Landesmarketing oder Tourismusorganisation auf regionaler oder landesweiter Ebene (mit Fokus auf Strategie, Marketing, Entwicklung usw.)

Stadtverwaltung, Stadtmarketing oder Tourismusorganisation auf kommunaler Ebene (mit Fokus auf Strategie, Marketing, Entwicklung usw.)

Tourist-Information (Fokus auf Gästekontakt)



● Bottom 2 ● Top 2

Total (N=698)

Mitarbeiter*innen in TIs sind am wenigsten zufrieden

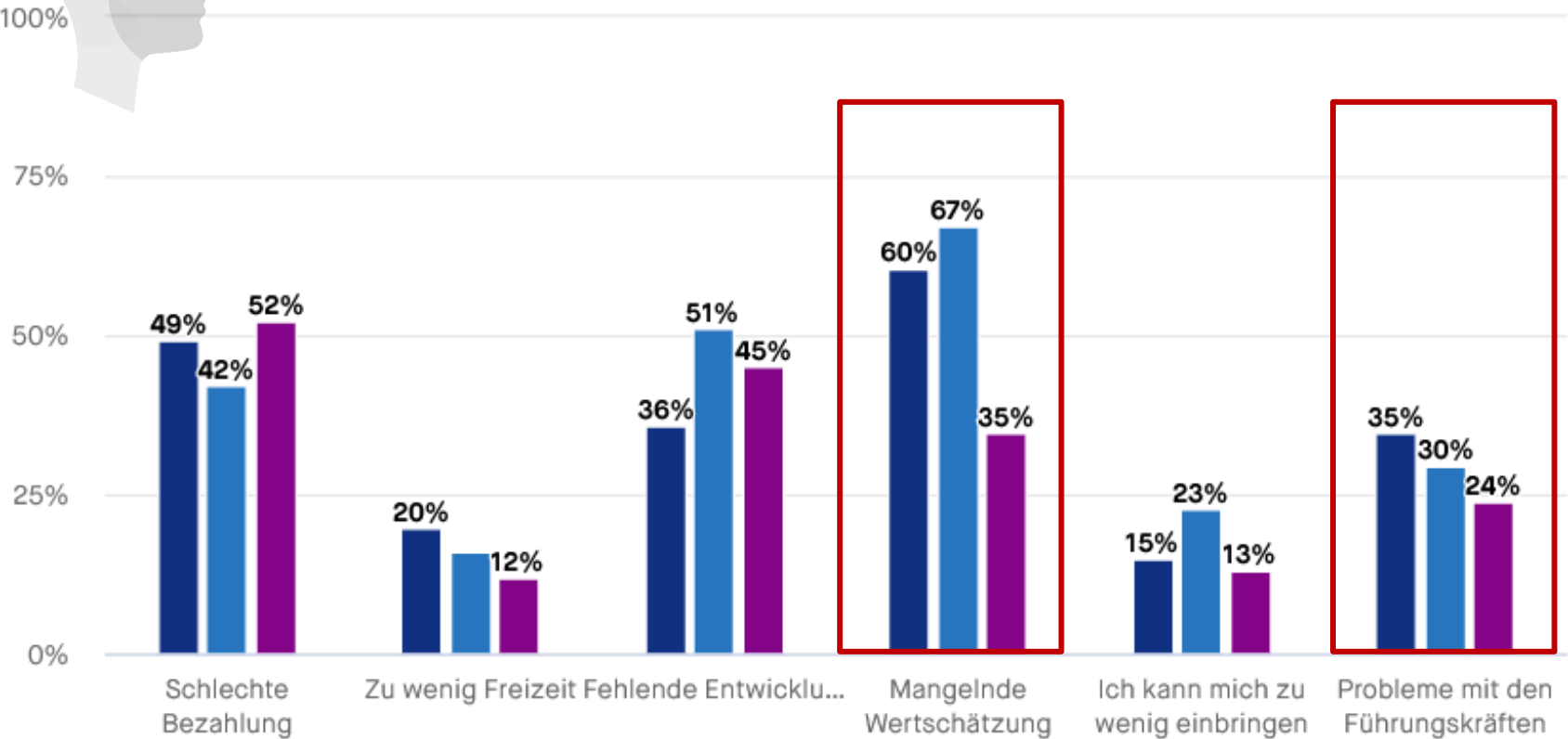
Nur gut die Hälfte

...ist zufrieden oder sehr zufrieden.

Q14 - Arbeitssituation: Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer persönlichen Arbeitssituation? | 1: "sehr unzufrieden" - 5: "sehr zufrieden"

Warum wollen sie den Job wechseln?

100%



- Tourist-Information (Fokus auf Gästekontakt)
- Stadtverwaltung, Stadtmarketing oder Tourismusorganisation auf kommunaler Ebene (mit Foku...
- Regional-, Landesmarketing oder Tourismusorganisation auf regionaler oder landesweiter Eben...

Total (N=262)

Wertschätzung auf lokaler Ebene ein Problem

Probleme mit Führungskräften

Bezahlung ist zweitwichtigster Wechselgrund.

Q24 - Spezifizierung Arbeitsplatzwechsel: Warum suchen Sie eine neue Arbeit bzw. planen zu wechseln?
| Q2 - Schwerpunkt: In welchem der folgenden Bereiche liegt Ihr Arbeitsschwerpunkt?

Pflicht zur Nachhaltigkeit

Für: Klima, Nachfrage, Qualität, Image, Erlebbarkeit, Sparen ...

- Nachhaltigkeit wird zur **Schlüsselkompetenz**
- Ökologisch, sozial, ökonomisch:
Orientierung an den **SDG**.
- Eingebettet in **gesamtstädtische Strategien**.
- Die neuen i-Marke-Kriterien werden die Bedeutung der Nachhaltigkeit als **Querschnittsaufgabe stärker betonen**.
- Kernproblem: Change starten





Dazu gehört eine erweiterte
Datenkompetenz

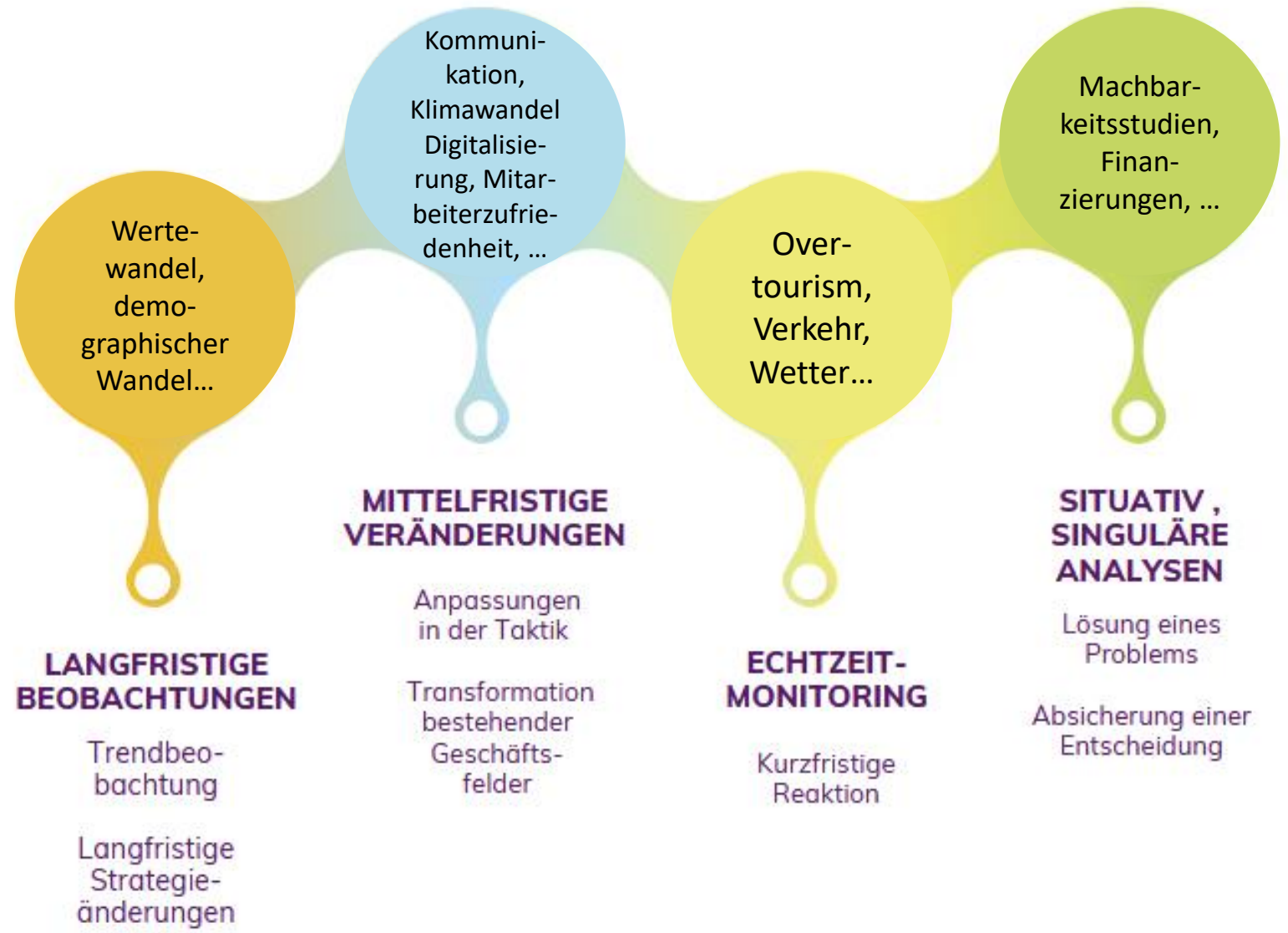


Tschüss,
amtliche
Statistik!



Hallo
Daten-
ökosystem!

Beispiele: Daten- ökosystem



Stadt Mainz

<https://www.mona-mainz.de/>



Emissionsfrei beförderte Fahrgäste

Anteil emissionsfrei beförderter Fahrgäste im ÖPNV seit 2015

29 %

Anteil im Jahr 2015



30 %

Anteil im Jahr 2022

Trinkwasserverbrauch

pro Einwohner/Monat in Abhängigkeit des Wetters

3,31 m³



Entwicklung

Diese Zahlen zeigen die Entwicklung der Zulassungen von E-Fahrzeugen in der Stadt Mainz

42 %

mehr Zulassungen seit 2015



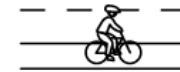
20x so viele

Anteil der Fahrradfahrenden

Der Anteil der Fahrradfahrenden im Gesamtverkehr entwickelt sich seit 2008 stark steigend

11 %
seit 2008

21 %
Anteil am Gesamtverkehr

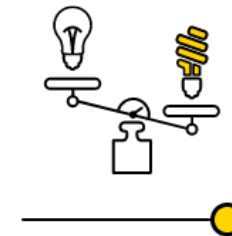


Jahr 2019

Energiesparende Straßenbeleuchtung

72 %

Anteil an konventionellen Leuchtmitteln



28 %

Anteil an LED-Leuchtmitteln

2022



Die eingesparte Energiemenge von

935.509 kWh

entspricht dem Energiebedarf von 267 4-Personen-Haushalten*

* bei einem angenommenen Verbrauch von 3.500 kWh / 4-Personen-Haushalt

Wasserqualität des Rheins

Die Wasserqualität des Rheins und damit die Lebensgrundlage für Fische und andere Organismen wird durch verschiedene chemische Stoffe beeinflusst, z.B. Ammonium-Stickstoff, Zink, Phosphor

0,03

Ammonium-Stickstoff in mg/l von max. erlaubten $\leq 0,1$ mg/l (Jahresmittelwert)

5,6

Zink gesamt in $\mu\text{g/l}$

0,07

Phosphor gesamt in mg/l von max. erlaubten $\leq 0,10$ mg/l (Jahresmittelwert)

2022



Für das Jahr 2020 sind keine Daten vorhanden.

Kompetenzfelder







Ihre Fragen



Matthias Burzinski

destinet.de | destinetCHANGE
Beringstraße 33
53115 Bonn
fon +49.228.85 099 164

change.destinet.de
<https://www.destinet.de>
<http://www.reisepuls.org>
<https://www.linkedin.com/company/destinetchange>
<https://www.linkedin.com/company/destinet-de/>
<http://www.facebook.com/Destinet.de>
<https://www.instagram.com/destinet.de/>

Alle Rechte vorbehalten. Die Präsentation ist Teil eines mündlichen Vortrags und ohne das gesprochene Wort unvollständig.



destinet ■



destinet
CHANGE