

Österreich 

Fahrplan in die Zukunft

Die Zukunftsmap für
den österreichischen
Tourismus



Österreich Werbung in
Zusammenarbeit mit dem
Zukunftsinstitut

Regenerativer Tourismus

Regenerativer Tourismus ist ein Trend für nachhaltigen und ökologischen Tourismus, der Umweltschutz, lokale Wirtschaftsförderung und Erhalt des kulturellen Erbes verbindet. Dabei soll er nicht nur schadlos, sondern sogar förderlich für die Destination sein. Im ökologischen Tourismus gewinnt der regenerative Tourismus an Bedeutung.

Dieser fördert Umweltschutz, soziale Gerechtigkeit und wirtschaftliche Fairness. Ziel ist es, touristische Aktivitäten so zu gestalten, dass sie Ökosysteme regenerieren, lokale Gemeinschaften unterstützen und authentische kulturelle Erlebnisse bieten. Unter den zunehmenden Auswirkungen und Herausforderungen des Klimawandels

sieht sich auch die Tourismusbranche einer tiefgreifenden Transformation unterzogen. Nachhaltiges Reisen gewinnt an Beliebtheit und etabliert sich fest in der Reisekultur. Hinzu kommen Entwicklungen wie der Trend zum Bio-Boom und das gesteigerte Interesse, konsumierte Produkte auf regionaler Basis zu beziehen. Auch das Bedürfnis, Erlebnisse authentisch zu genießen und durch Entschleunigung und durch Entschleunigung und Achtsamkeit erfahrbar zu machen, stehen im Gegensatz zur Hektik des Alltags. Diese Entwicklung fördert das Aufkommen nachhaltiger Reiseangebote, die auf Umweltverträglichkeit und qualitativen Erlebnissen basieren.



Datenbasierter Tourismus

Ein Beispiel für Datenbasierten Tourismus ist die Data-based Destination, ein Reiseziel, das auf der Basis von Datenanalysen seine Strategien und Angebote entwickelt und optimiert. Hierbei kommen sowohl Kundenfeedback als auch Social-Media-Interaktionen und ökonomische sowie ökologische Indikatoren zum Einsatz. Durch den Einsatz von KI können diese Daten effizient analysiert werden, um Trends zu identifizieren und Angebote anzupassen. Dies fördert Kundenzufriedenheit, Nachhaltigkeit und wirtschaftlichen Erfolg. Touristische Erfahrungen verändern sich von rein physischen hin zu virtuell angereicherten. Auch wenn physisches Reisen nach wie vor präsent ist, erlauben Augmented Reality,

Virtual Reality und das Metaverse das zusätzliche Eintauchen in virtuelle touristische Welten. Real-Digitalität bezeichnet die Verschmelzung von physischer und digitaler Welt, wobei reale Objekte mit digitalen Daten interagieren. Dieses Konzept ändert die Wahrnehmung von Realität und vereint „real“ und „digital“ zu einem ganzheitlichen Erlebnis. Durch digitale Spielräume ergeben sich zudem neue Möglichkeiten für die Personalisierung von touristischen Angeboten. Diese sind aufgrund der Flexibilität und Adaptionsfähigkeit von gesammelten Daten leichter zu personalisieren. Digitalisierung fördert auch neue touristische Netzwerke und den Austausch von Dienstleistungen auf digitaler Ebene, wie zum Beispiel

über geteilte (interaktive) Karten, Plattformen oder kollaborative Pakete. Gleichzeitig stellt das Finden einer real-digitalen Balance und des achtsamen Umgangs mit Digitalität einen Gegenpol zur Masse an digitalen Möglichkeiten dar. Mit der Erschließung neuer Vertriebskanäle und einer flexibleren Produktgestaltung wird eine individuellere Kundenansprache und -bindung möglich, eine bessere Ressourcenallokation ebenso wie eine agile Anpassung an Markttrends und -veränderungen. Dabei wird der Einsatz moderner Technologien für datenbasierte Entscheidungen zur strategischen Grundlage, um die unterschiedlichen Zielgruppen zu erreichen.

Vier Zukunftsthemen

In diesen vier Themen sind die Trends, die sich im Zuge eines Auswahlprozesses durch Tourismusexperten und -expertinnen als momentan für die heimische Tourismusbranche am bedeutendsten herausgestellt haben, komprimiert zusammengefasst. Die Themen basieren auf der individuell für den österreichischen Tourismus angefertigten Zukunftsmap.

Diese ist das Ergebnis eines mehrstufigen Prozesses aus Innen- und Außenperspektive und bildet jene Trends ab, die eine besonders hohe Relevanz für die Zukunft des österreichischen Tourismus haben. Die Zukunftsmap ist aus der Zusammenarbeit der Österreich Werbung mit dem Zukunftsinstitut entstanden.



Neue Arbeitswelt

Inmitten der sich wandelnden Arbeitslandschaft, verschwimmen die Grenzen zwischen Beruf und Freizeit zunehmend. Die Tourismusbranche steht vor der Aufgabe, Orte und Infrastrukturen zu schaffen, die eine Verschmelzung von Arbeit und Freizeit ermöglichen. Verstärkt durch die Flexibilisierung der Arbeitsmodelle und den Trend der Gig-Economy, findet eine zunehmende Integration von Arbeits- und Reiseumgebungen statt.

Die Möglichkeit, Arbeit und Leben flexibel zu gestalten, steht im Vordergrund. Für Unternehmen besteht der Wert dieser Trends nicht nur im Hinblick auf neue Produkte, sondern in der Etablierung einer adaptiven

Arbeitsumgebung. Sie dient dazu, qualifizierte Talente anzuziehen und zu binden, indem sie Flexibilität und eine ausgewogene Work-Life-Integration fördert.

Coopetition

Unter dem Vorzeichen wechselnder Marktbedingungen und Kundenanforderungen sind touristische Organisationen angehalten, über herkömmliche Parameter wie Effizienz und Rentabilität hinaus zu denken. Neue Möglichkeiten entstehen durch Innovation und Diversifizierung in den Methoden und Wegen, wie touristische Produkte und Dienstleistungen entwickelt, angeboten und verkauft werden. Kooperation mit Mitbewerbern ist eine treibende Kraft.

Für Unternehmen und Verbände im Tourismus bedeutet Coopetition eine strategische Neuausrichtung, wenn die Zusammenarbeit über Länder-, Branchen- und Unternehmensgrenzen

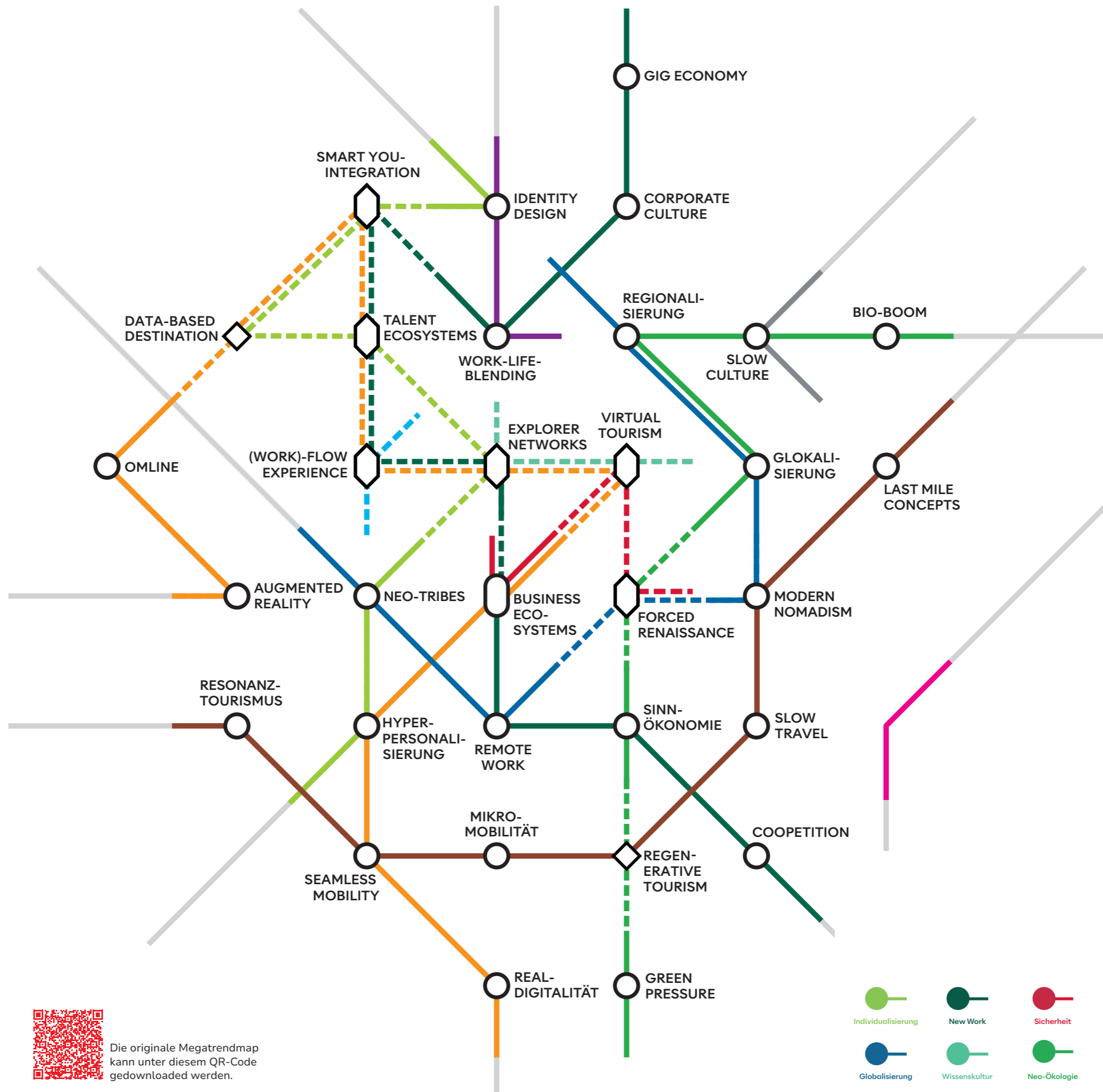
hinweg nicht ohnehin schon gelebt wird. Anstatt ausschließlich auf Wettbewerb ausgerichtet zu sein, erfordert Coopetition eine Kultur der Zusammenarbeit und des gegenseitigen Respekts. Dies kann zwar Herausforderungen mit sich bringen, bietet jedoch auch viele Vorteile wie den Zugang zu neuen Ideen, Technologien oder Märkten. Im Endeffekt könnte Coopetition dazu beitragen, die Wettbewerbsfähigkeit der gesamten Branche zu stärken, indem sie ein Umfeld schafft, in dem Unternehmen gemeinsam innovieren und wachsen können.



Die individuell für den österreichischen Tourismus angefertigte Zukunftsmap ist das Ergebnis eines mehrstufigen Prozesses aus Innen- und Außenperspektive und bildet jene Trends ab, die eine besonders hohe Relevanz für die Zukunft des österreichischen Tourismus haben.



Zukunftsmap für den österreichischen Tourismus



Die originale Megatrendmap kann unter diesem QR-Code gedownloadet werden.



Mastercard.com/tih



Gemeinsam für eine nachhaltige und inklusive Tourismuswirtschaft –
jetzt scannen und mehr erfahren.