



# ReisePuls Deutschland 2023: So reisen die Deutschen.

Kurzfassung | [destinetCHANGE - destinet.de](https://destinetCHANGE-destinet.de)  
[change.destinet.de](https://change.destinet.de) | [www.reisepuls.org](https://www.reisepuls.org)



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



**destinet**  
CHANGE

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

## Zahlen, bitte!

Mit Daten starten – Change-Management ohne Zahlen geht nicht.

Wir lieben Zahlen und Daten: Ehrlich!  
Entscheidungsanalysen, Psychogramme, Association-Tests, Treiberanalysen, Maximum Difference Scaling u.v.m. Wir finden das cool. Unsere Studien zum Besuchs- und Reiseverhalten, zur Zufriedenheit der Mitarbeiter\*innen, zur Zukunft der Tourist-Informationen u.v.m. sind Teil Eures CHANGE.

Lust auf eigene Zahlen? Wir machen gerne agile Marktforschung für Euch, zusammen mit unserem Partner quantilope.



destinet ■

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 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.

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

# WAS IST DER REISEPULS DEUTSCHLAND?

---

- National repräsentative Online-Befragung in Deutschland
- 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 = 1.001
- Feldzeit Dezember 2022 (4. Studie seit 2020)





# 2023

Tschüss Pandemie! Hallo Inflation!  
Das war 2022. Das wird 2023.

Reiseentscheidende Faktoren im  
Wandel

Erwartungen und Erlebnisse: Was die  
Deutschen im Urlaub 2023 suchen.

Was uns 2023 sonst noch erwartet?

Welche Seminare und Workshops Euch  
jetzt helfen können.





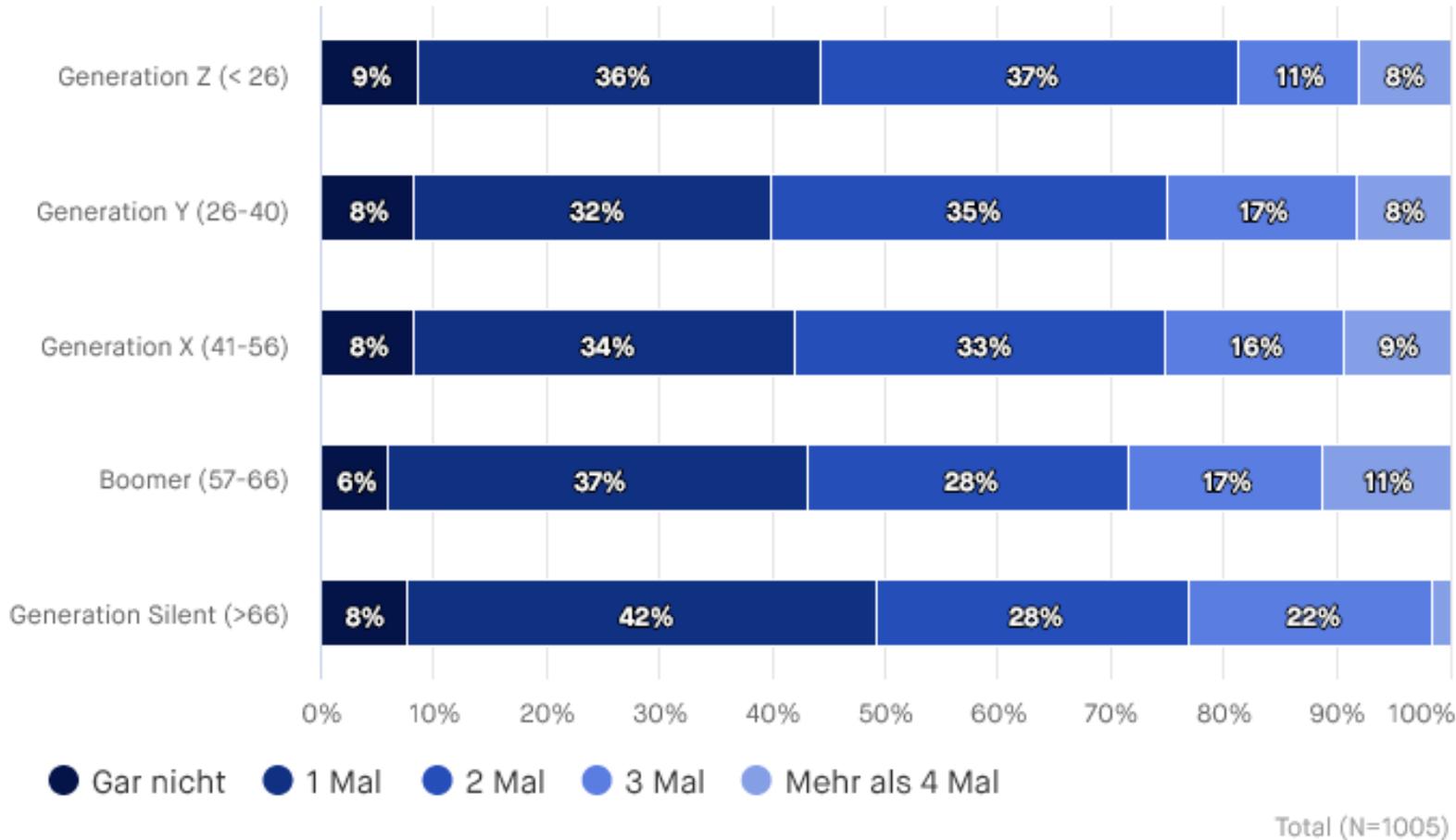
Reiselust bleibt:  
Die Krisen auch.



Tschüss  
Pandemie!

Hallo  
Inflation!

# Reisehäufigkeit 2022



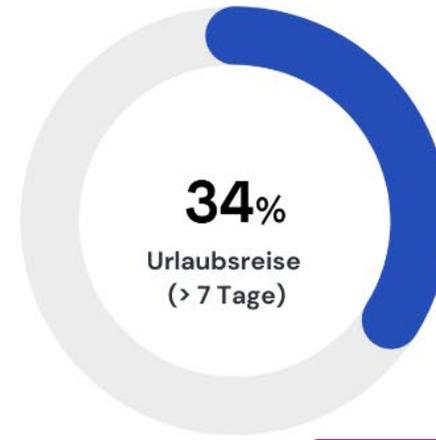
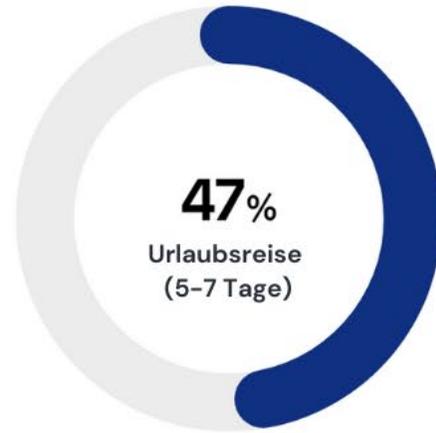
Q6 - Häufigkeit 2022: Wie oft haben Sie im Jahr 2022 eine Urlaubsreise (keine Geschäftsreisen) mit mindestens 2 Tagen Dauer durchgeführt? | CV1 - Generationen: Generationen

Deutlich mehr  
Reisen in 2022!

—  
58 %

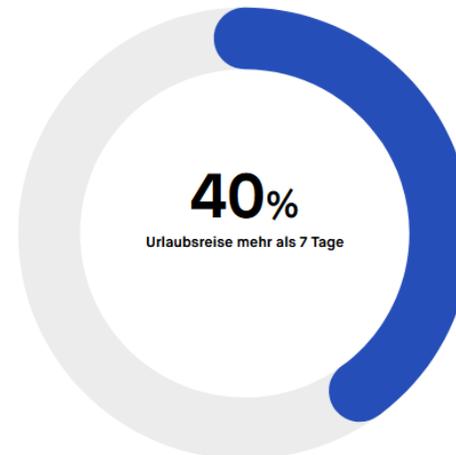
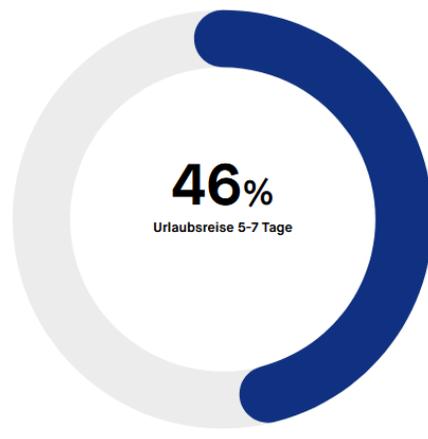
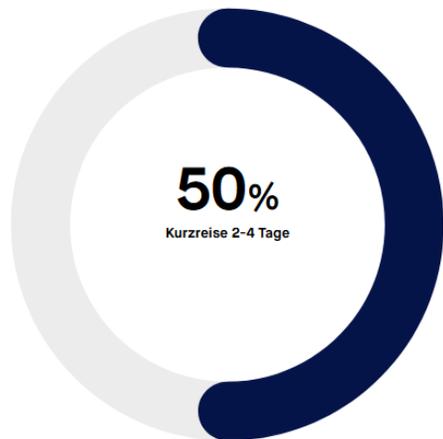
...sind mindestens 2x  
gereist (13% mehr als  
2022)

# Reisedauer 2021 und 2022 im Vergleich



2021

Welche Art von Reisen haben Sie im Jahr 2021 / 2022 unternommen?



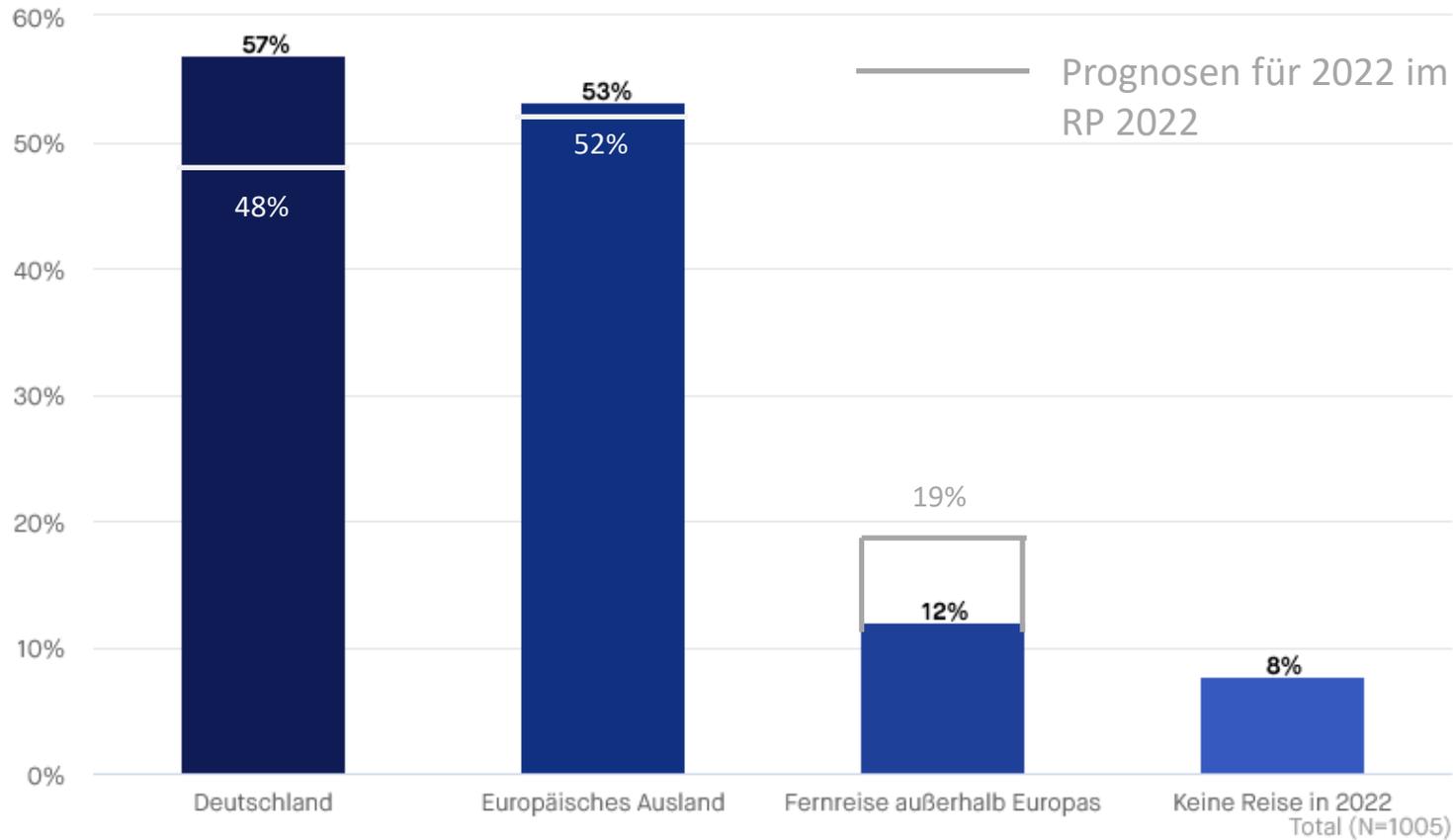
2022

Kurzreisen und  
längere Reisen legen  
deutlich zu

40 %

...haben längere  
Urlaubsreisen über 7 Tage  
gemacht.

# Reiseziele 2022 – reale Nachfrage



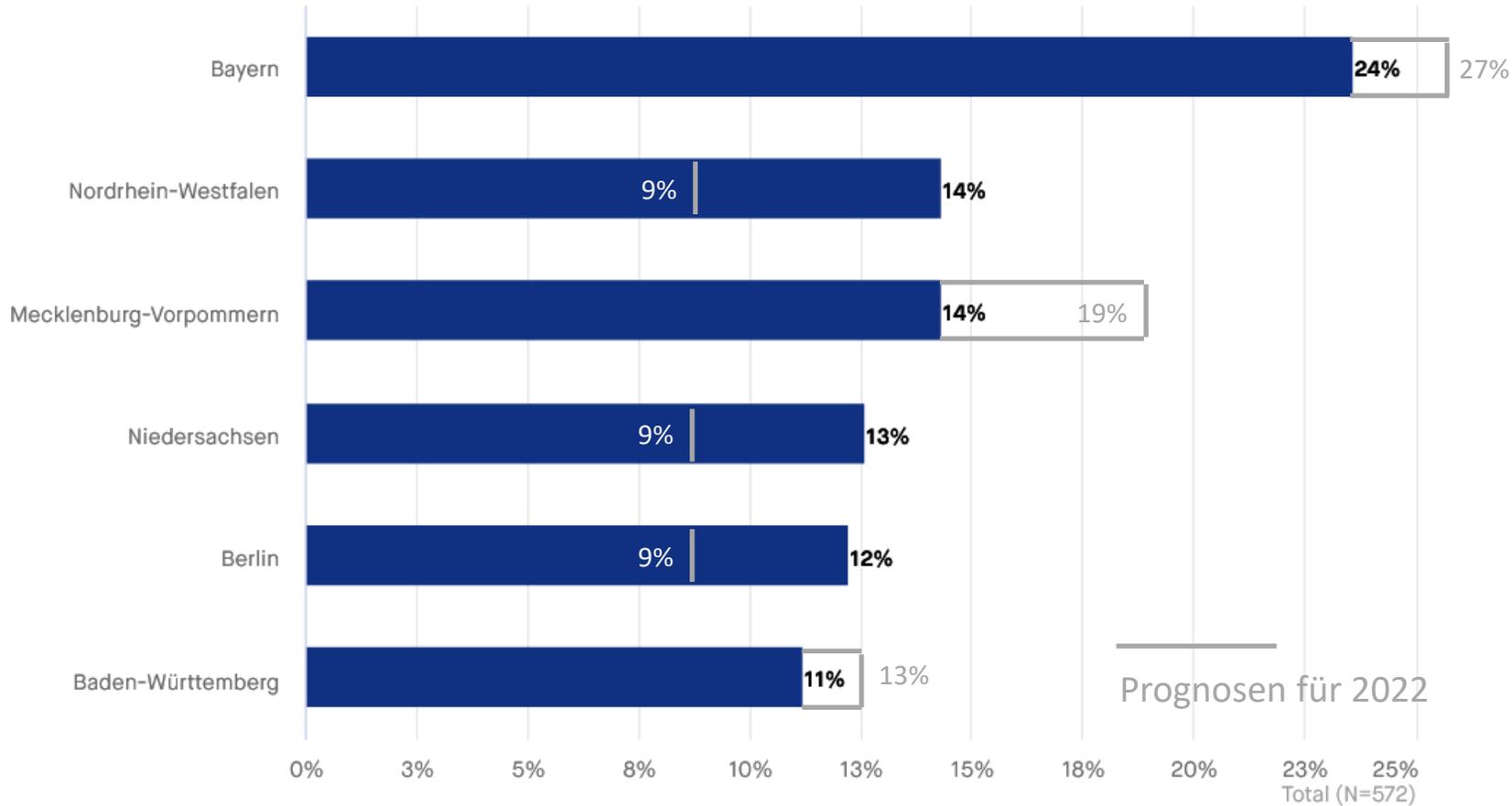
CV15 - Reise 2022 mit "Keine": Reise 2022 mit "Keine"

Deutschland  
übertrifft erneut  
Erwartungen

9 %

...mehr haben  
Deutschland bereist als  
prognostiziert.

# Reiseziele 2022 – reale Nachfrage

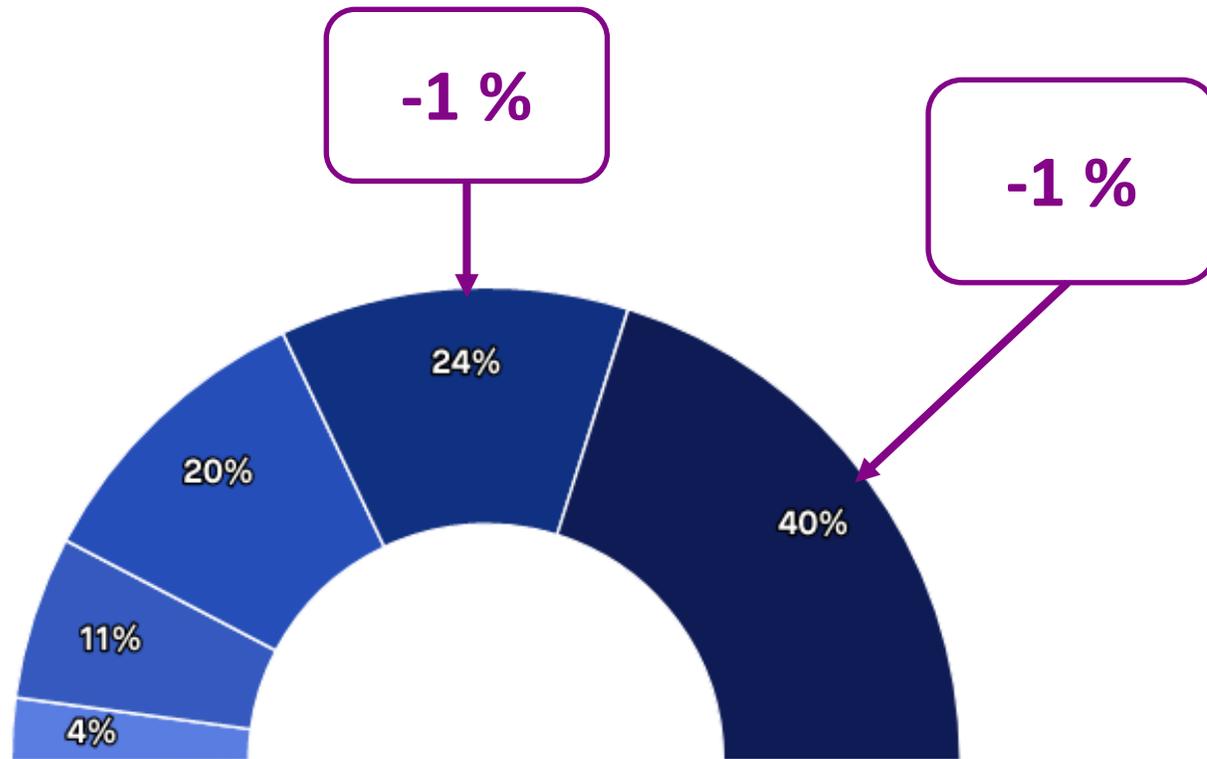


Bayern: Etwas weniger,  
MV deutlich weniger  
als prognostiziert.

—  
24 %

Städtereiseziele hatten  
mehr Nachfrage als  
erwartet.

# Reiselust 2023



● gar keine Reiselust (1) ● 2 ● 3 ● 4 ● sehr große Reiselust (5)

Total (N=1005)

## Reiselust bleibt hoch

—  
**64 %**

...haben große oder sehr große Reiselust, besonders unter Familien und jüngeren.

Q8 - Wie groß ist Ihre momentane Reiselust? | 1: "gar keine Reiselust = 1" - 5: "sehr große Reiselust = 5" | ReisePuls Deutschland 2023

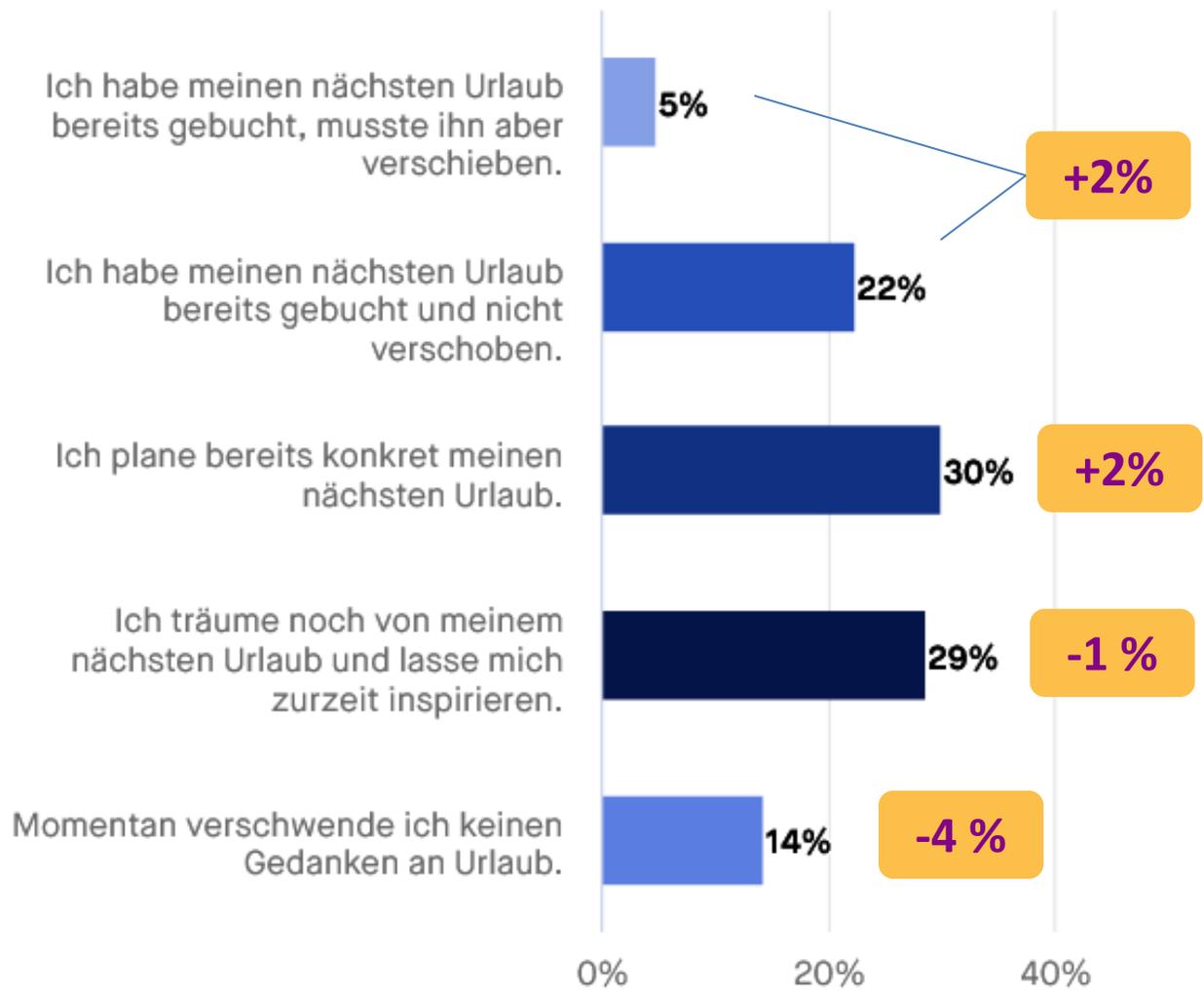
Es wird früher gebucht und geträumt.

—  
57 %

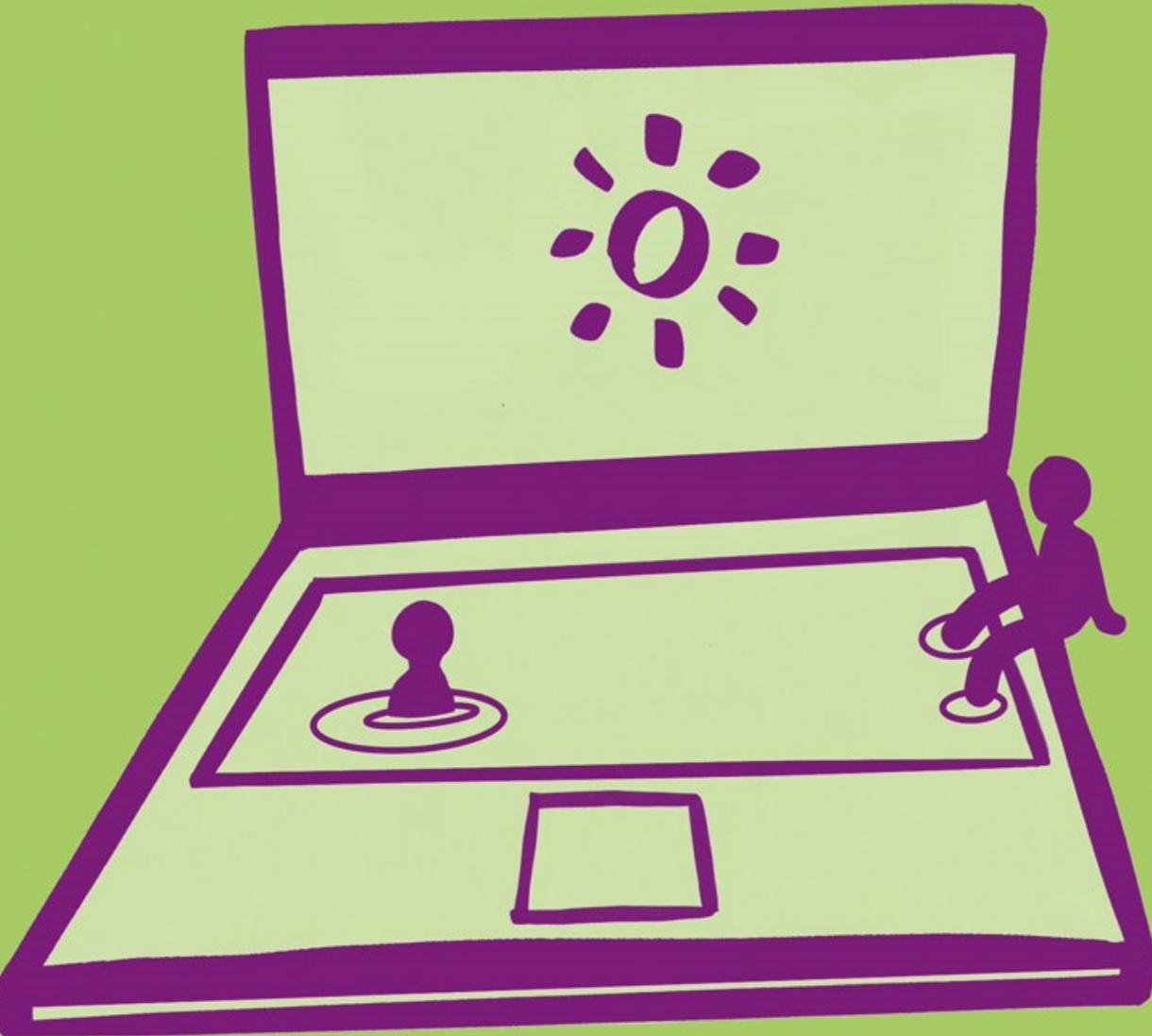
...planen schon oder haben gebucht (Dez. 2022).



# Reiseplanung 2023



Q15 - Reiseplanungssituation: In welcher der folgenden Reiseplanungssituation sehen Sie sich derzeit?



## Hohe Nachfrage bleibt

Reisen hat weiterhin einen hohen Stellenwert. Viele Gäste sind aktuell in der Recherche- und Buchungsphase. Das zeigen auch aktuelle Rückmeldungen aus der Branche.

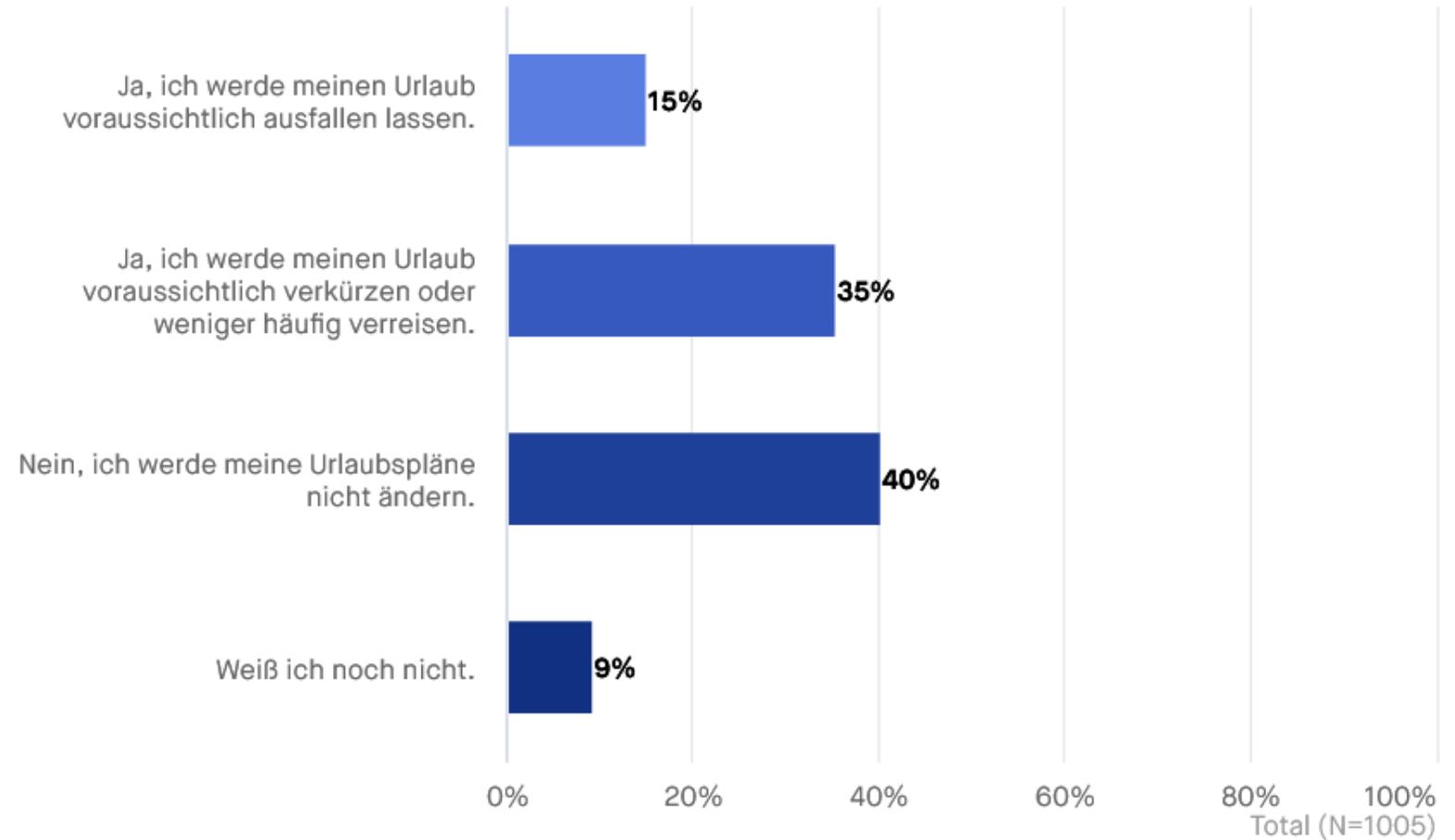
Frage ist: Nach welchen Kriterien entscheiden sie jetzt?

Zwischen  
Nachdenken und  
Trotz.

Nur 40%

...lassen sich in den  
Urlaubsplänen nicht  
beeinflussen.

## Einfluss der aktuellen Krisen



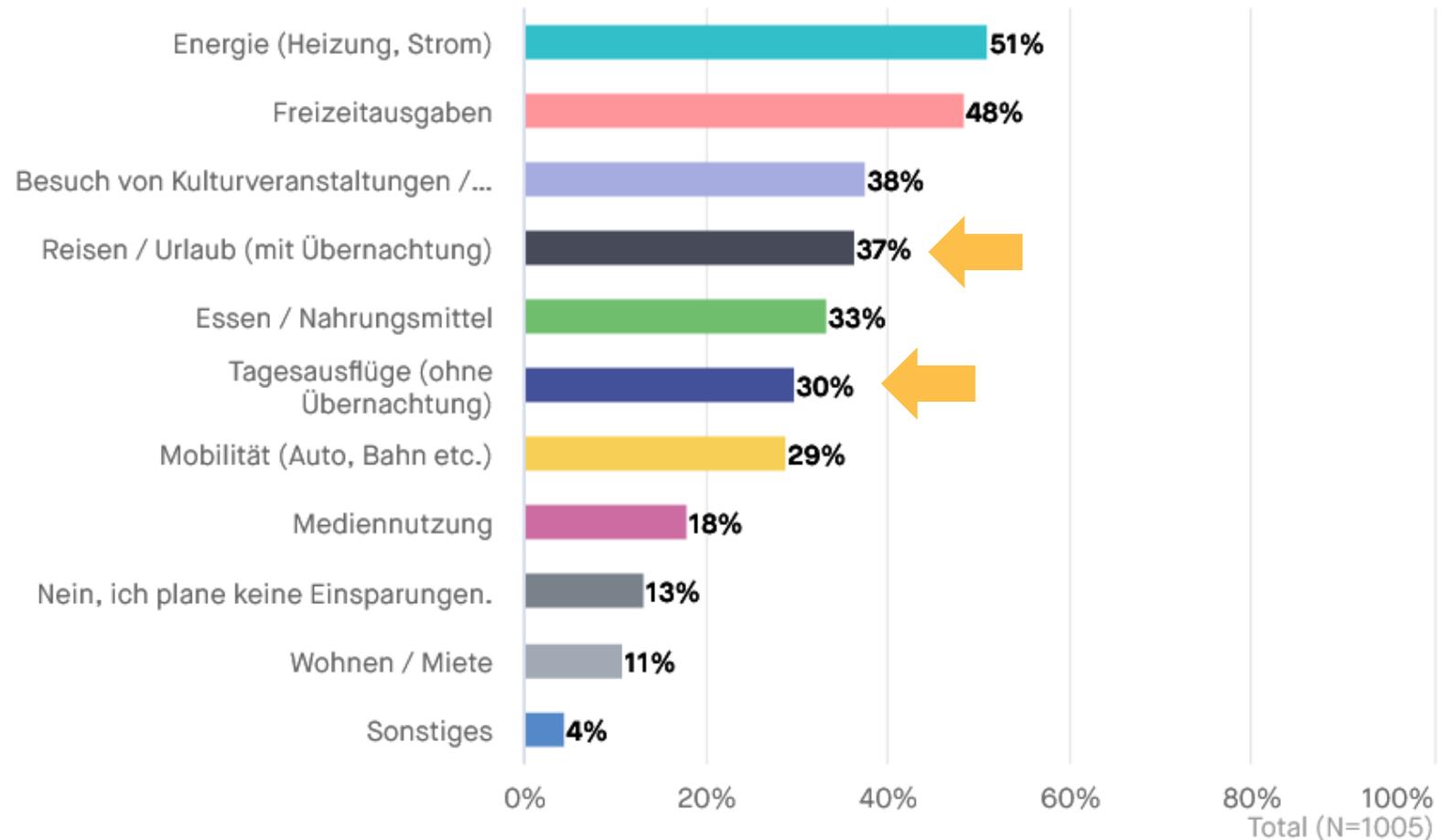
Q13 - Finanzielle Entwicklungen: Haben die aktuellen Entwicklungen (z.B. Inflation, Krisen, steigende Energiepreise) Einfluss auf Ihre Urlaubsplanung?

Auch bei Reisen und Ausflügen soll gespart werden.

37%

...wollen bei Reisen sparen.

## Geplante Einsparungen



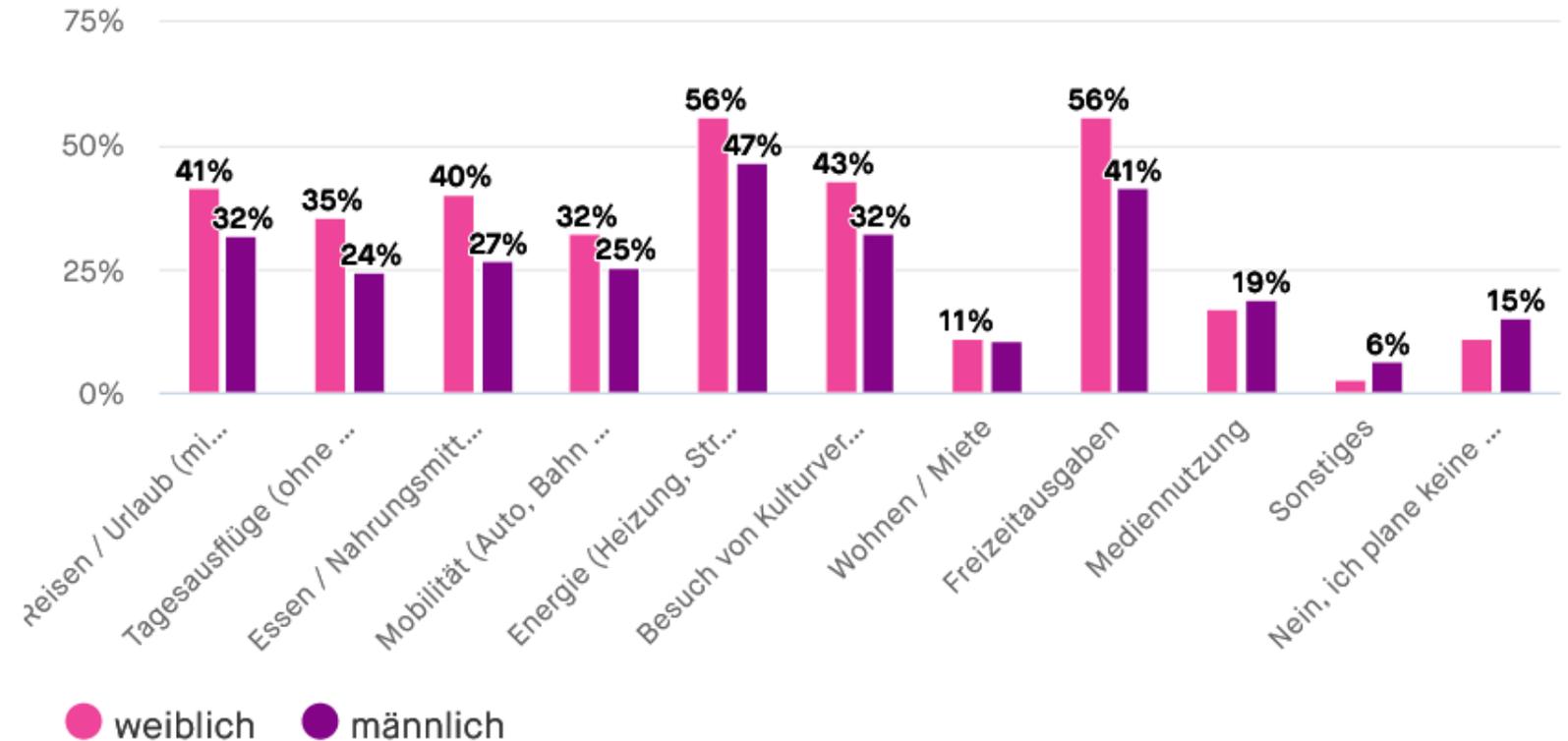
Q14 - Einsparungen: Planen Sie im kommenden Jahr 2023 Einsparungen in den folgenden Bereichen?

# Eine Frage des Geschlechts?

Frauen

...wollen eher sparen als Männer. Auch Familien.

## Geplante Einsparungen



Total (N=1005)

Q14 - Einsparungen: Planen Sie im kommenden Jahr 2023 Einsparungen in den folgenden Bereichen? |

Q1 - Geschlecht: Bitte geben Sie Ihr Geschlecht an.

# Reiseentscheidende Faktoren 2023

Das Comeback der Preisorientierung: starker Bedeutungszuwachs

2022

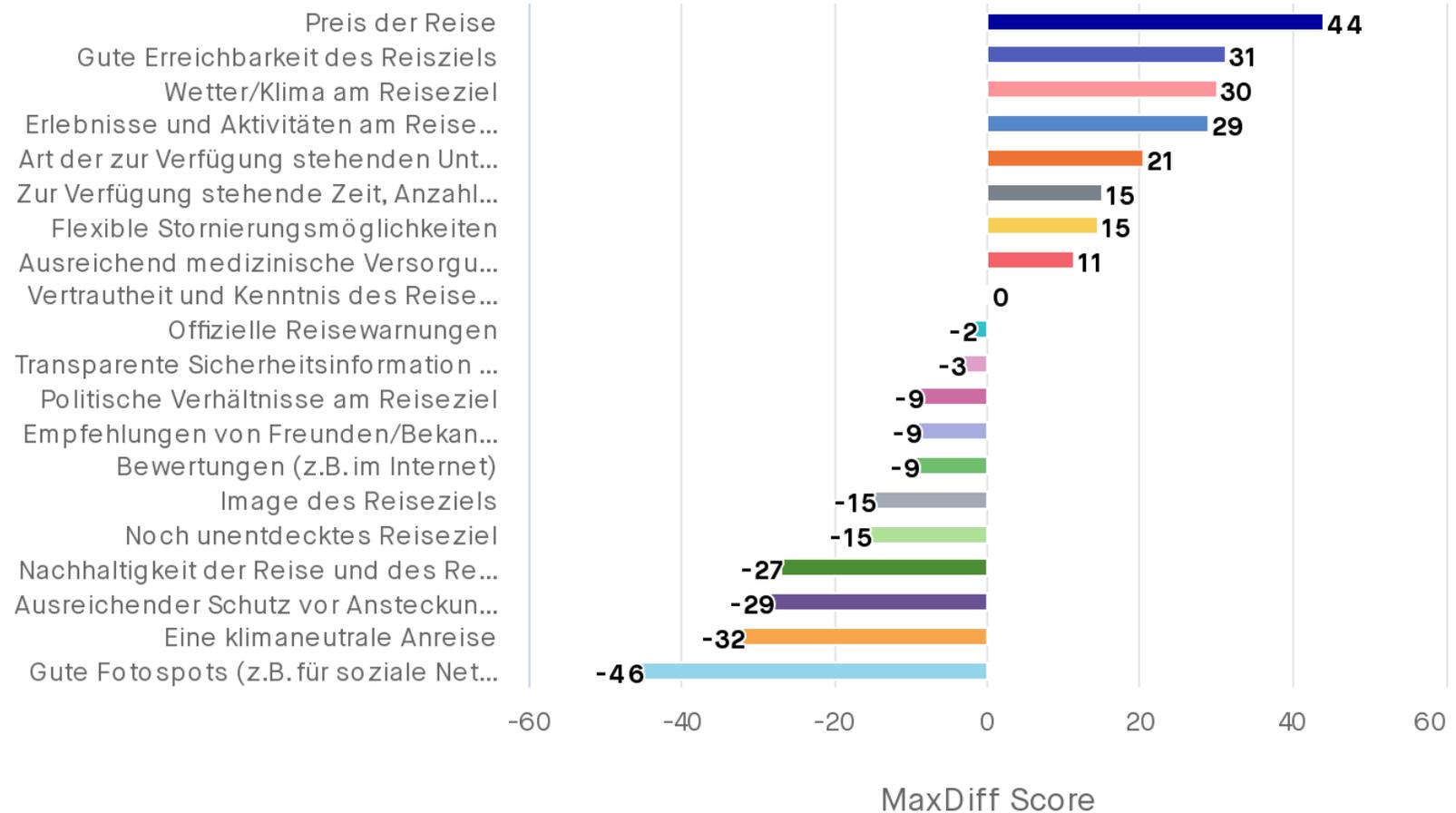
Wetter

Preis

Erlebnisse

Erreichbarkeit

Schutz vor Ansteckung



Total (N=1005)

Quelle: ReisePuls Deutschland 2023. destinet.de. Befragung: Dezember 2022.

MaxDiff Score is the percentage of how often an item is chosen as best minus the percentage of how often an item is chosen as worst. Positive score: an item is chosen more often as best than as worst. Negative score: an item is chosen more often as worst than as best. The higher the score the more important/preferred the item.



Statt der **Pandemie** beeinflussen gestiegene **Kosten und die Inflation** die Reiseentscheidung.

Die Reisenden schauen auf den **Preis** und die **Leistung**.

Sie wollen ggf. weniger reisen oder **kürzer** und mutmaßlich vielleicht auch **weniger weit** (s. Erreichbarkeit).

Preisorientiertes Marketing ist dennoch nicht zu empfehlen, sondern **Qualität mit Preistransparenz**.



Wann, wie und wohin wollen die Deutschen reisen?

Stabile  
Nachfrage?

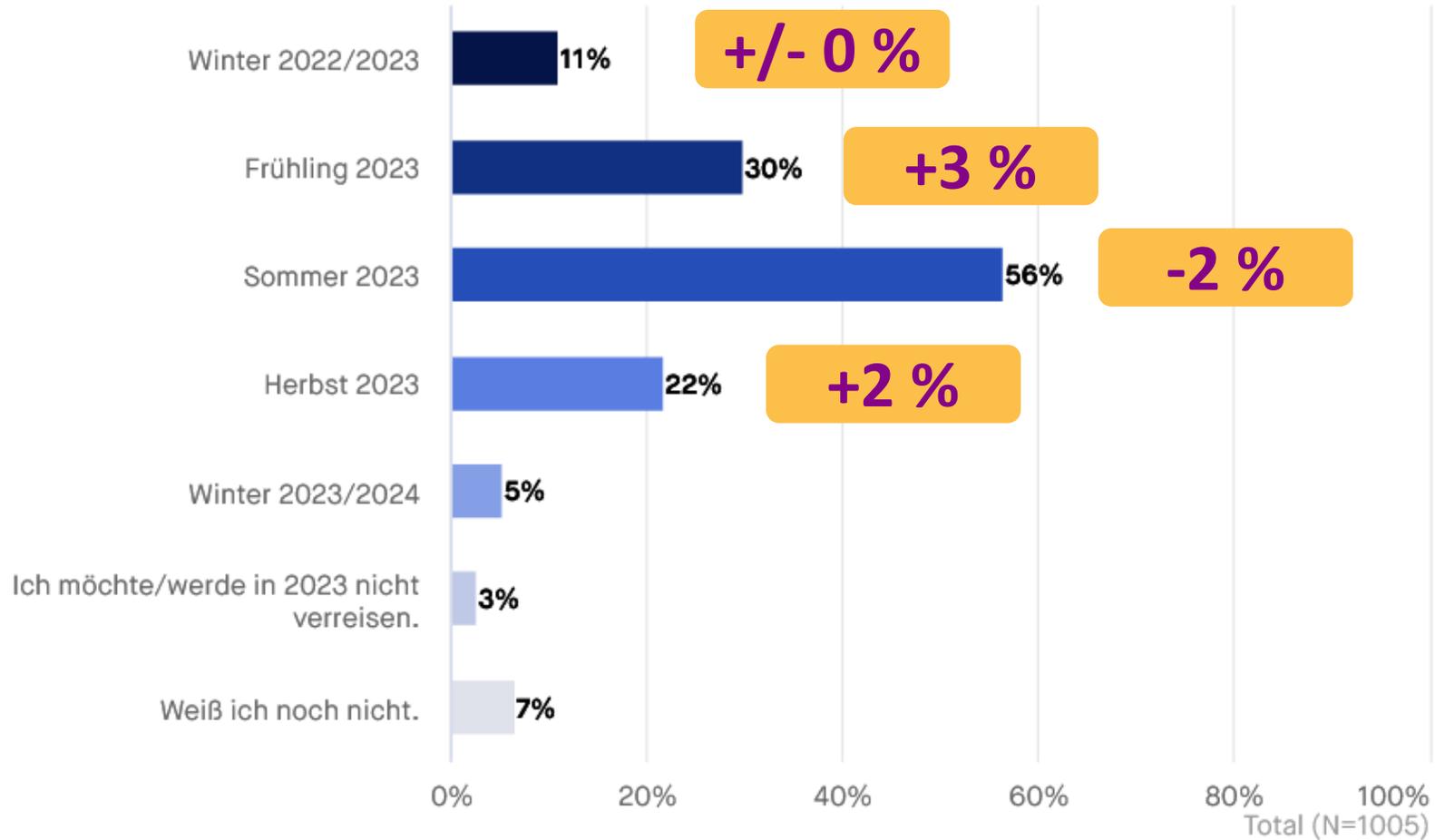
Oder  
Verschiebungen  
der Reieströme?

Frühlingsgefühle.  
Planungen bis Sommer  
schon konkret.

—  
30 %

...wollen schon im Frühjahr  
wieder reisen. Vor allem  
Strandurlaube werden schon  
für Sommer geplant.

## Reiseplanung 2023



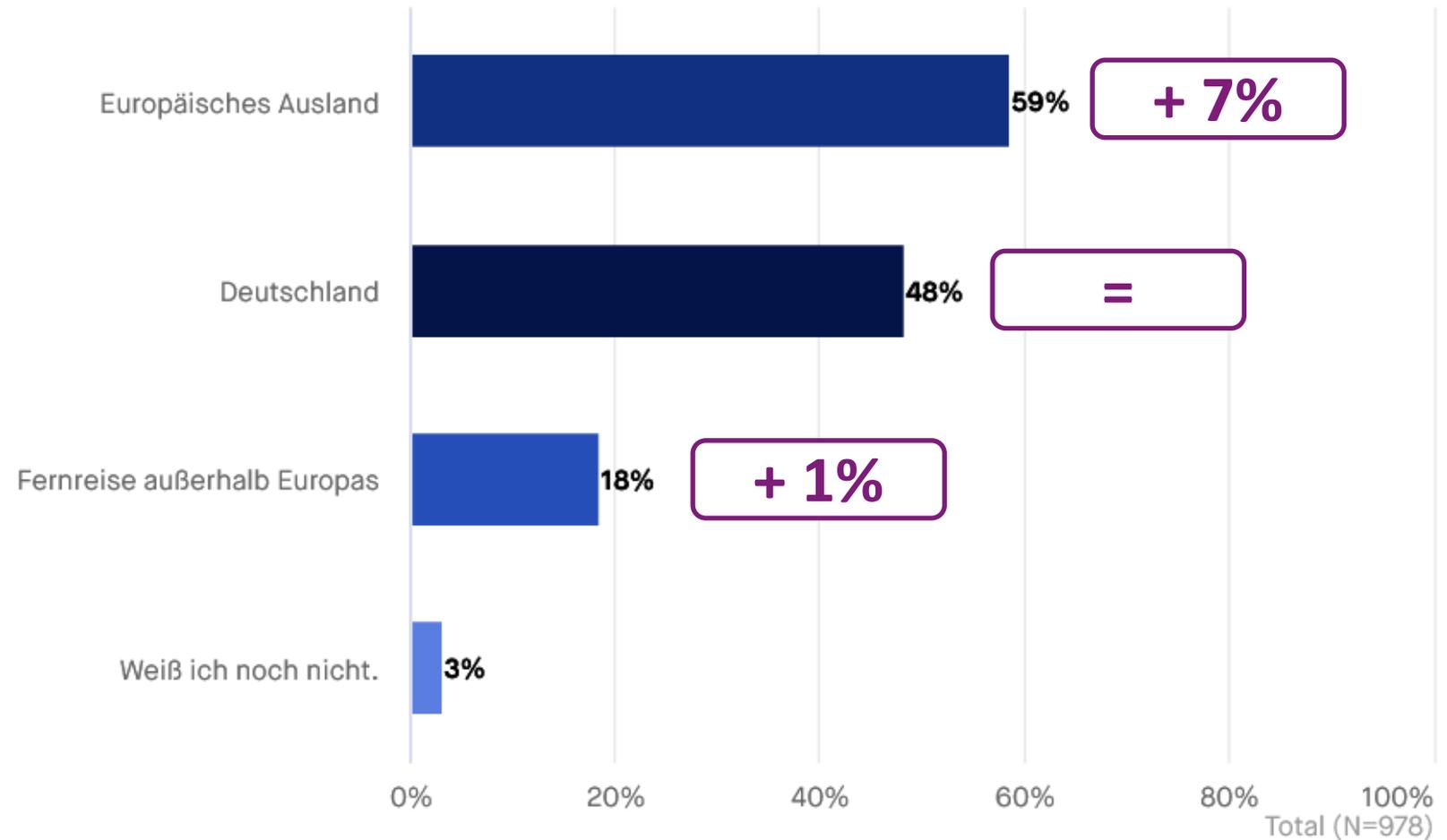
Q16 - Wann wieder reisen: Wann werden Sie 2023 voraussichtlich eine Reise unternehmen?

Europa bleibt im Trend. Deutschland unverändert.

48%

Können sich eine Reise nach Deutschland vorstellen.

## Reiseziele 2023



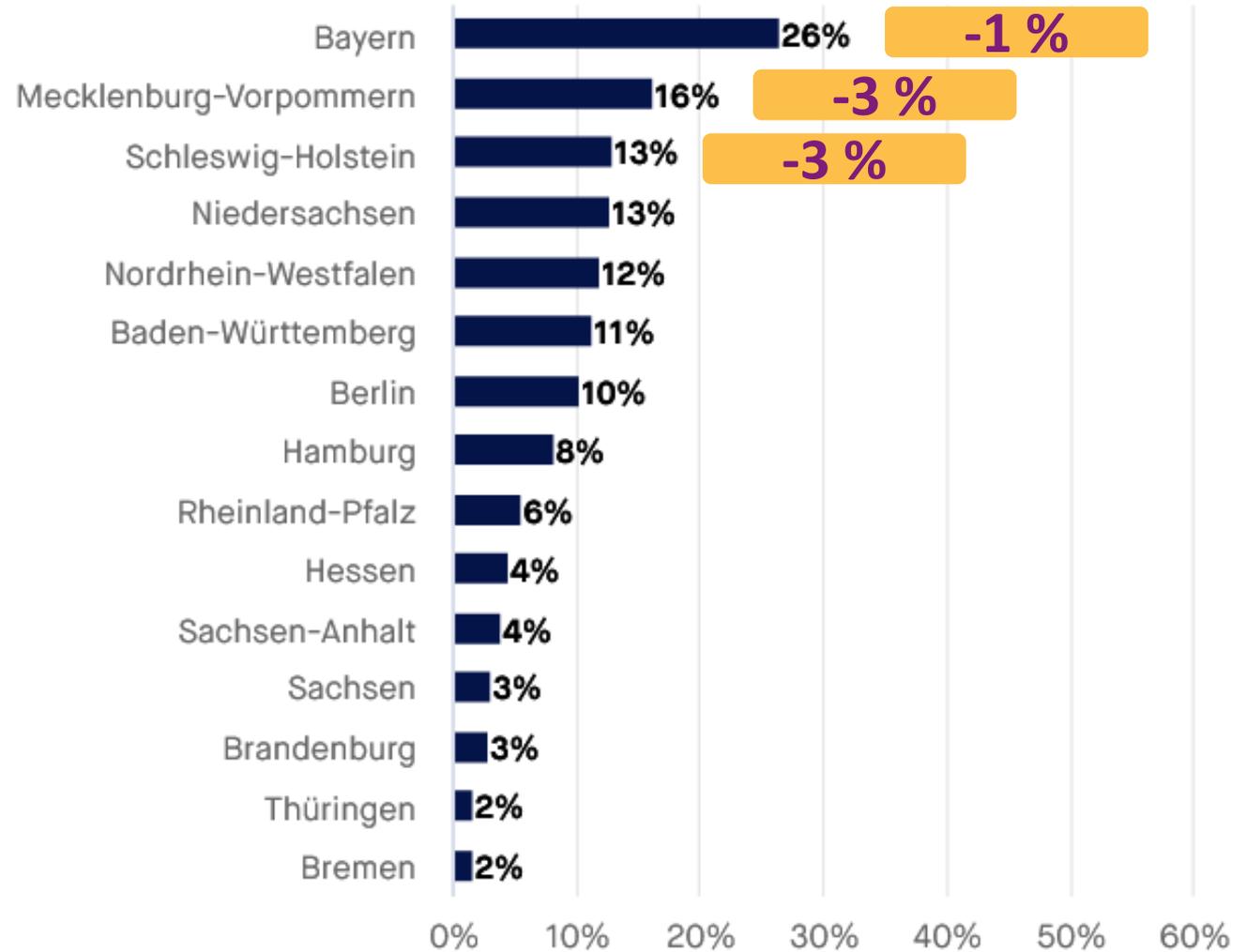
Q23 - Wohin nächste Reise: Wohin werden Ihre Reisen in 2023 (mit Übernachtungen) voraussichtlich gehen?

Stabile Nachfrage nach Bayern.

26 %

Können sich eine Reise nach Bayern vorstellen.

## Deutsche Reiseziele 2023

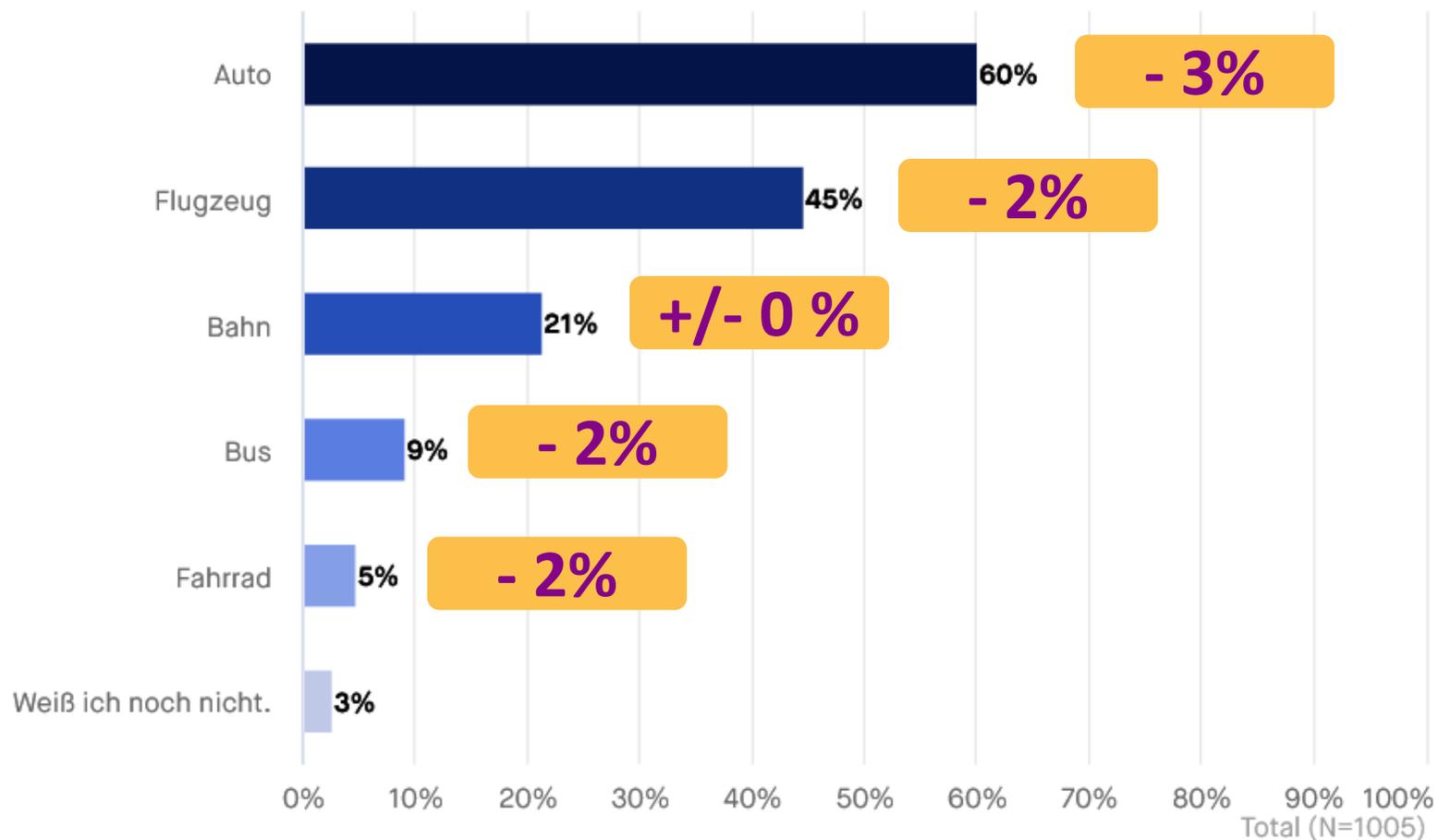


Von einer echten  
Mobilitätswende  
noch keine Spur.

—  
**45 %**

... wollen immer noch  
fliegen.

## Mobilität 2023



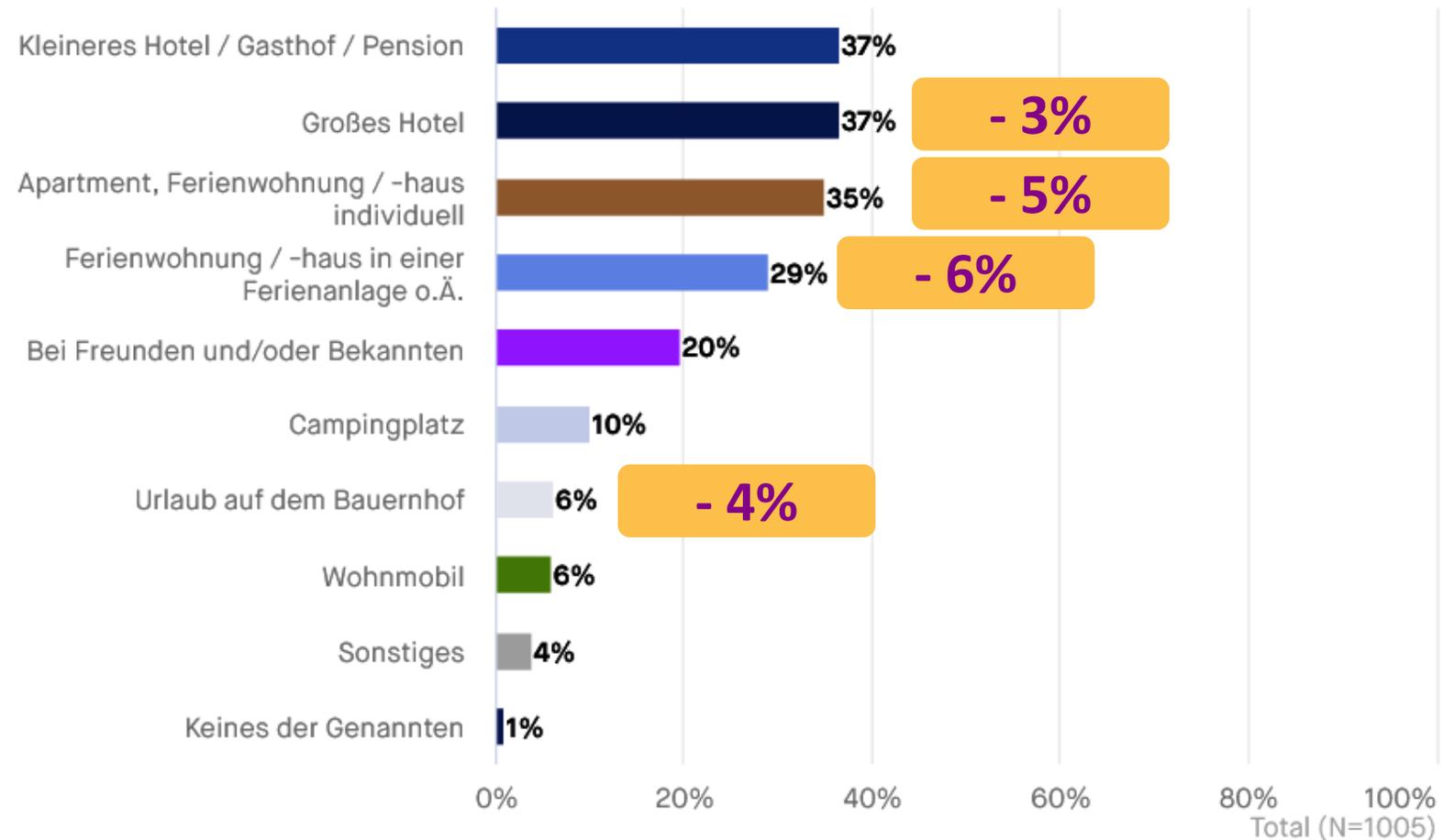
Q17 - Verkehrsmittel: Welches der folgenden Verkehrsmittel werden Sie für Ihre nächsten Reisen hauptsächlich nutzen? | Quelle: Reisepuls Deutschland 2023

Fewos verlieren.  
Auffällig: Urlaub auf  
dem Bauernhof  
verliert deutlich.

# Hotels

... wieder bevorzugt.

## Beherbergung 2023



Q18 - Art der Unterkunft: Welche der folgenden Unterkünfte bevorzugen Sie?

# Kommunikation 2023



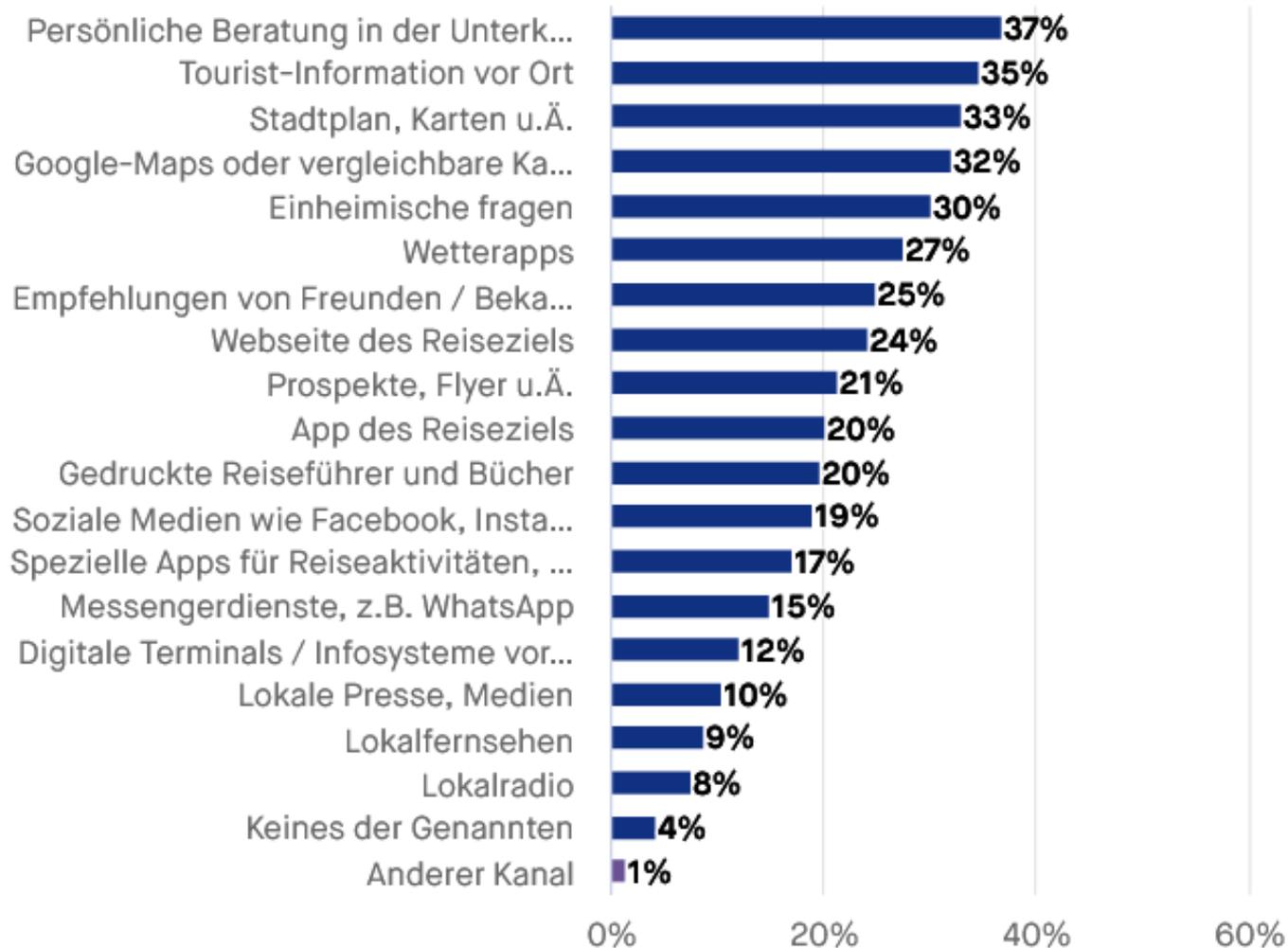
Q26 - Welche der folgenden Informations-, Kommunikations- oder Buchungskanäle nutzen Sie vor einer Reise? | Reisepuls Deutschland 2023

## Kommunikationskanäle im Vergleich

### Vor der Reise

... ist das Informationsverhalten digitaler.

# Kommunikation 2023



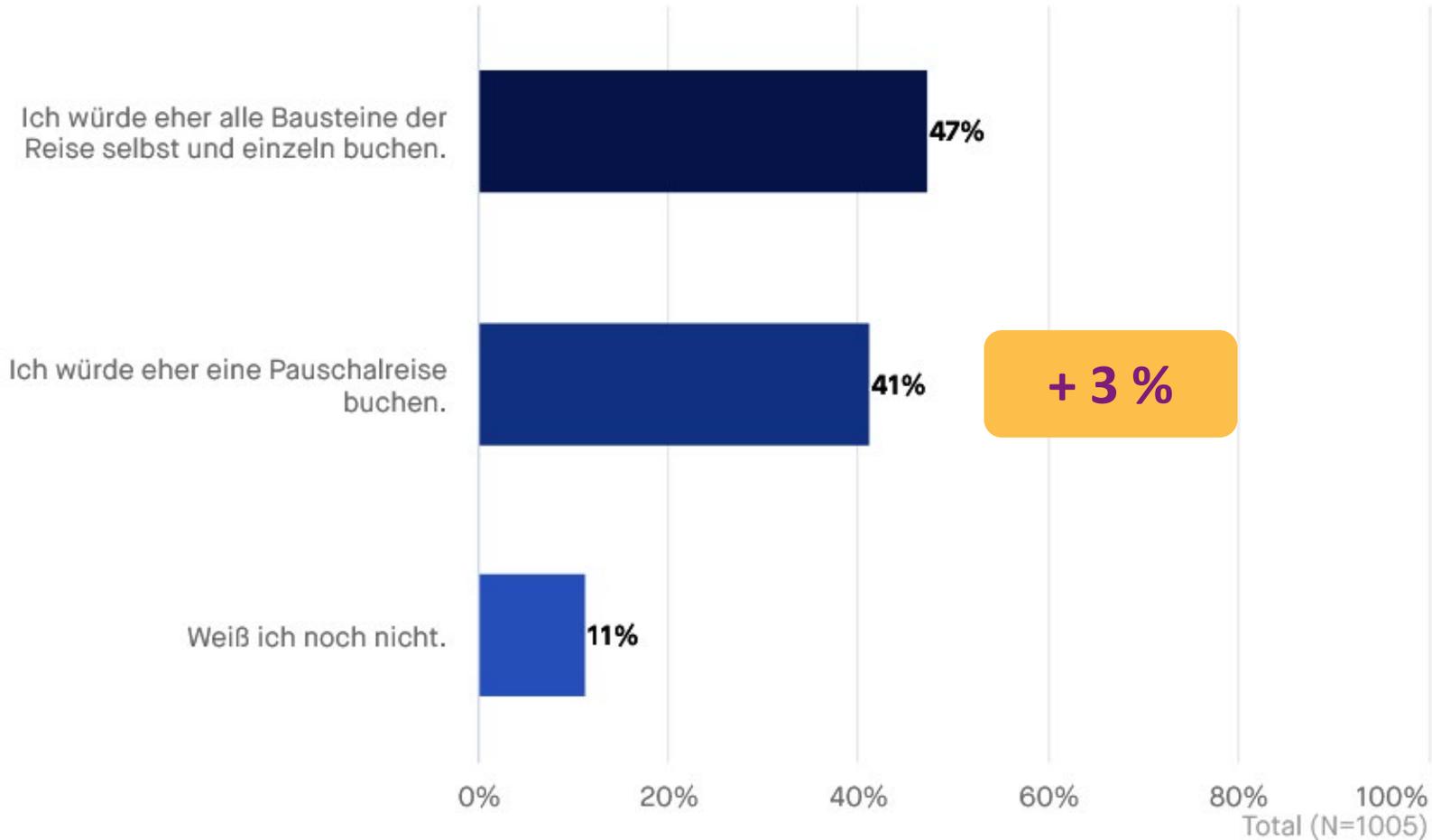
Q26 - Welche der folgenden Informations-, Kommunikations- oder Buchungskanäle nutzen Sie während einer Reise? | Reisepuls Deutschland 2023

## Kommunikationskanäle im Vergleich

Während der Reise

... ist das Informationsverhalten direkter und analoger.

# Buchung 2023



## Tendenz zur Pauschalreise?

41 %

... wollen eher pauschal buchen:  
Mehr Kostenkontrolle?

Q30 - Pauschalreise oder Selbst EK: Wenn Sie jetzt an Ihre nächste Reise denken: Würden Sie eher eine Pauschalreise buchen oder alle Bausteine der Reise einzeln buchen?



(Welche) Reiseerlebnisse  
gesucht!?

Natur-  
sehnsucht

...

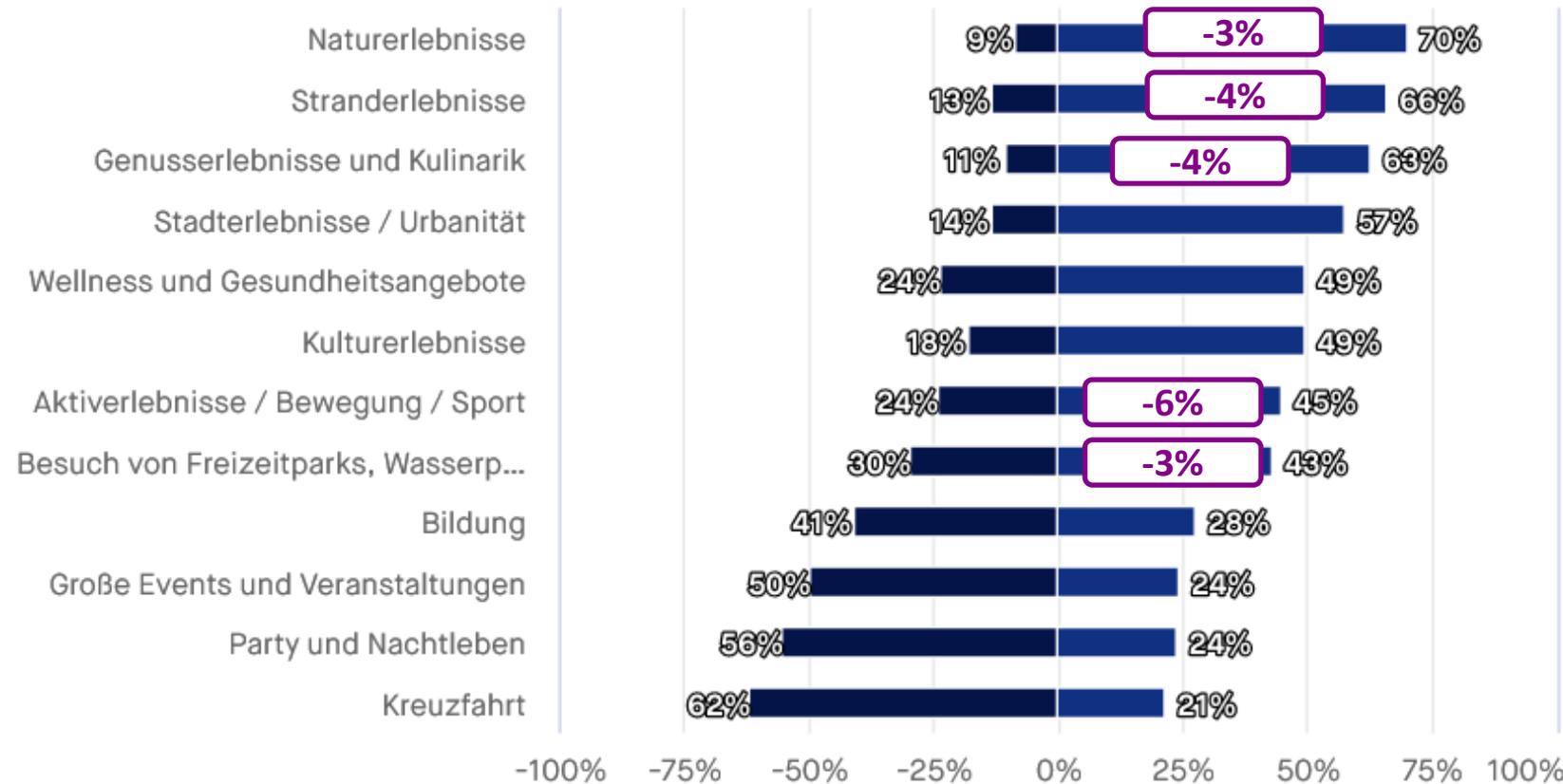
... oder doch  
wieder  
„Action“?

Naturerlebnisse  
verlieren erstmals seit  
2020.

Keine

...grundsätzliche Trendwende in  
Sicht

## Erlebnisse 2023

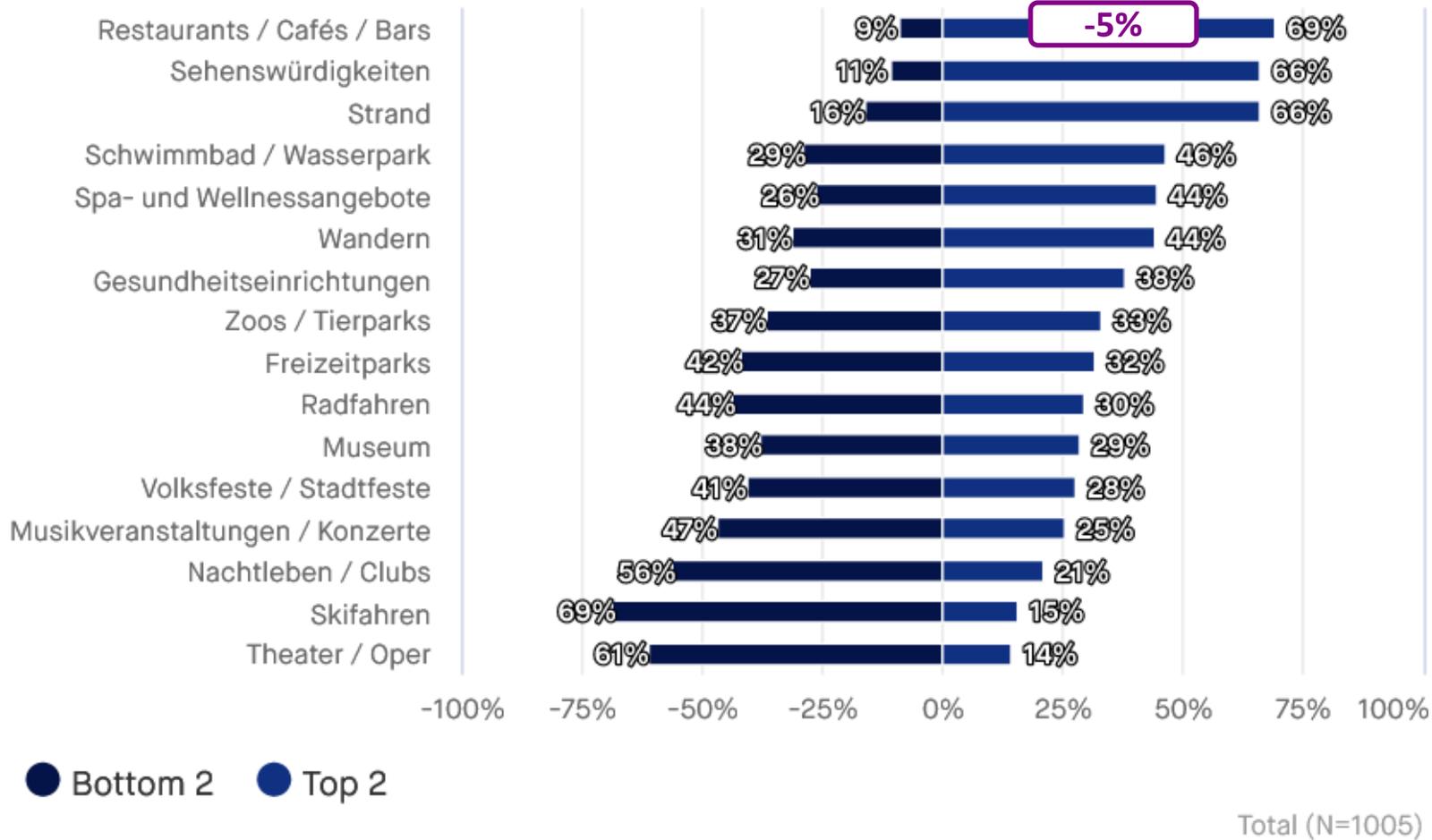


● Bottom 2 ● Top 2

Total (N=1005)

Q22 - Bitte stellen Sie sich vor, Sie wollen eine längere Urlaubsreise (mehr als 5 Übernachtungen) unternehmen. Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Erlebnisse auf Ihrer nächsten längeren Urlaubsreise? | 1: "überhaupt nicht wichtig (1)" - 5: "sehr wichtig (5)" | Reisepuls Deutschland 2023

# Angebotsbausteine 2023



Gastronomie bleibt maßgeblicher Treiber.

Stabiles

Interesse an Angebotsbausteinen.

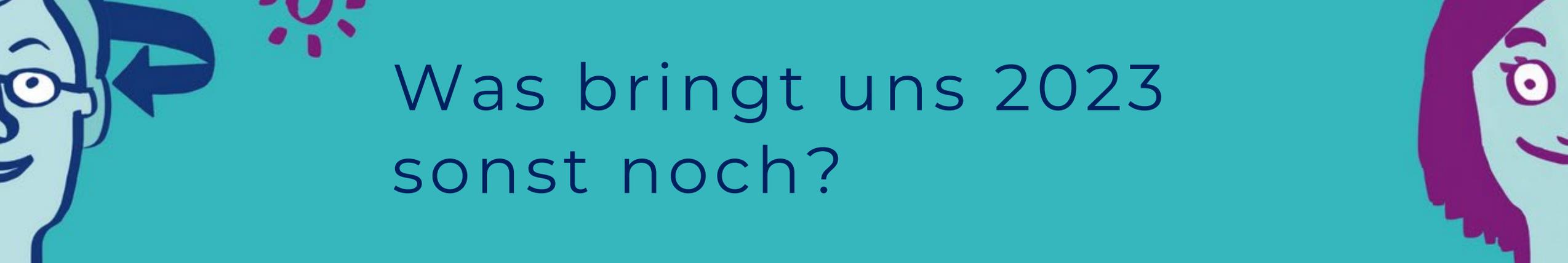
Q23 - Welche der folgenden Angebote möchten Sie an Ihrem Urlaubsort nicht missen? | 1: "könnte ich drauf verzichten (1)" - 5: "möchte ich nicht missen (5)" | Reisepuls Deutschland 2023



Das Interesse an Erlebnissen wird wieder etwas **ausgewogener**.

Starke Destinationen wie Bayern punkten nach wie vor mit ihrer **Kombinationsfähigkeit**.

Die perfekte **Adressierung der Zielgruppen** mit den richtigen Angeboten bleibt zentrale Herausforderung.



# Was bringt uns 2023 sonst noch?

Durchbruch in  
der KI

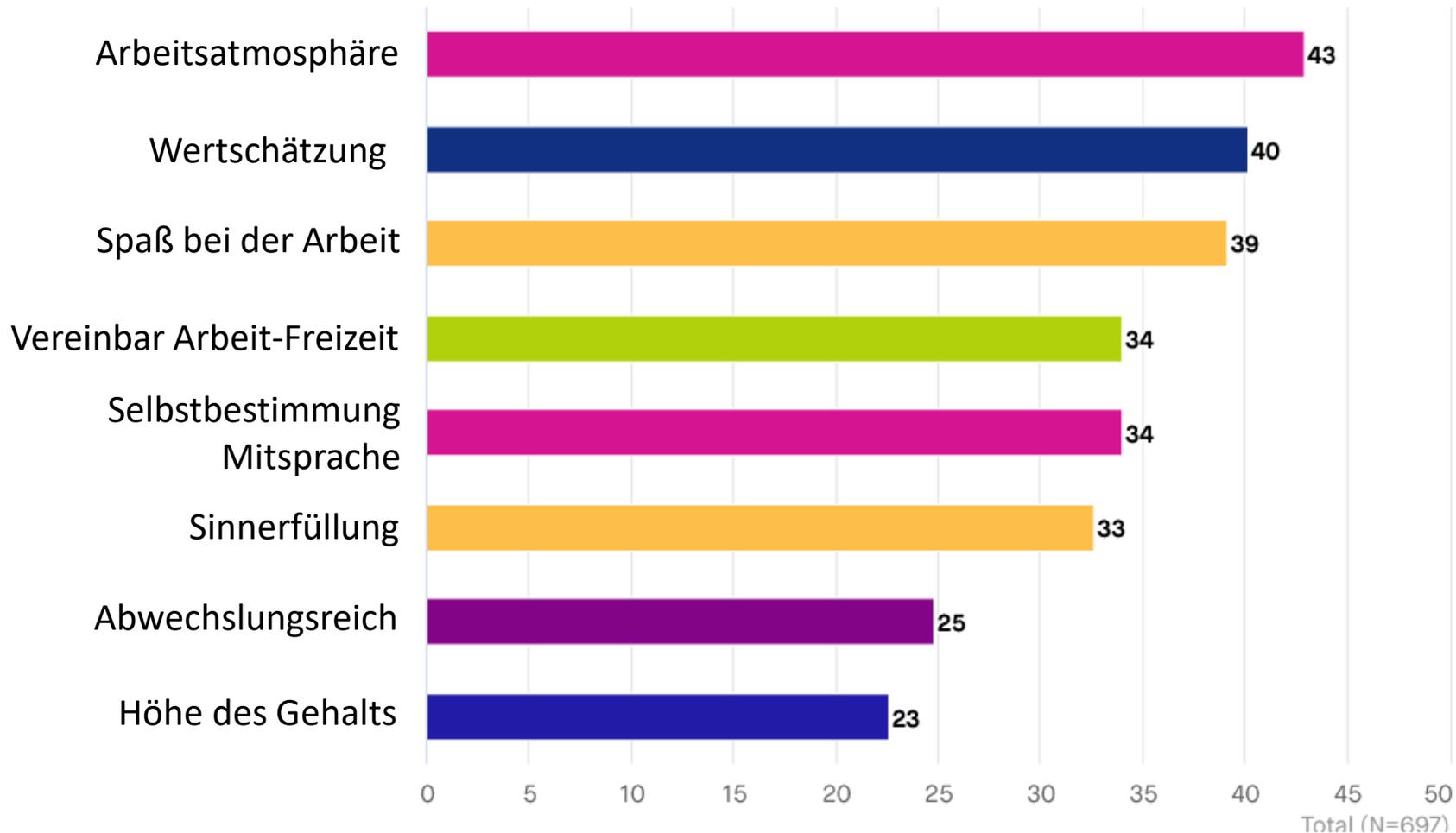
Fachkräfteflucht  
aus der Branche



# Wie zufrieden sind Sie / sind Ihre Mitarbeitenden?

- Nationale Online-Befragung
- Verteiler destinet.de und DTV
- Stichprobe:  $n = 697$
- Feldzeit Oktober/November 2022
- Geplant: alle 2 Jahre

# Die 8 wichtigsten Faktoren für Zufriedenheit

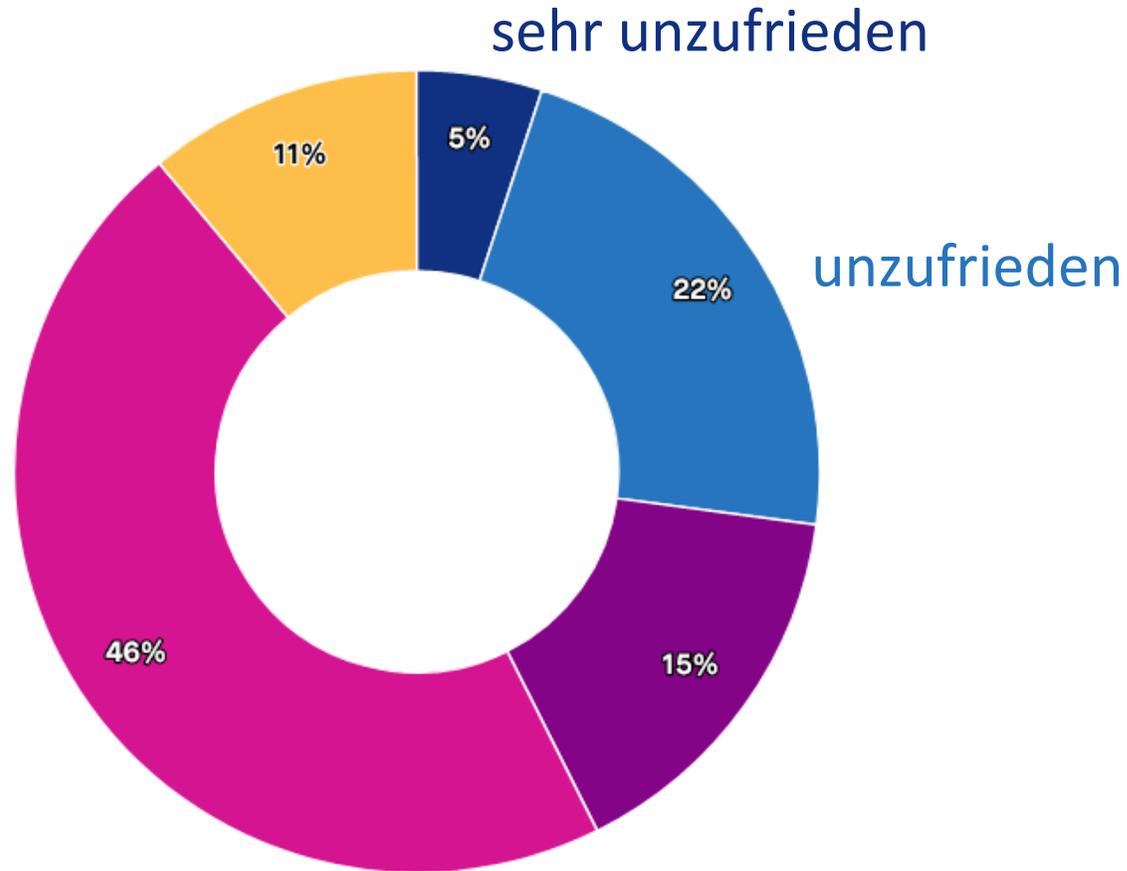


Sieben “weiche”  
Faktoren vorne

Die Qualität der  
Arbeit ist – auf den  
ersten Blick –  
wichtiger als  
Quantitäten.

MaxDiff Score is the percentage of how often an item is chosen as best minus the percentage of how often an item is chosen as worst.  
Positive score: an item is chosen more often as best than as worst. Negative score: an item is chosen more often as worst than as best.  
The higher the score the more important/preferred the item.

# Wie viele sind unzufrieden?



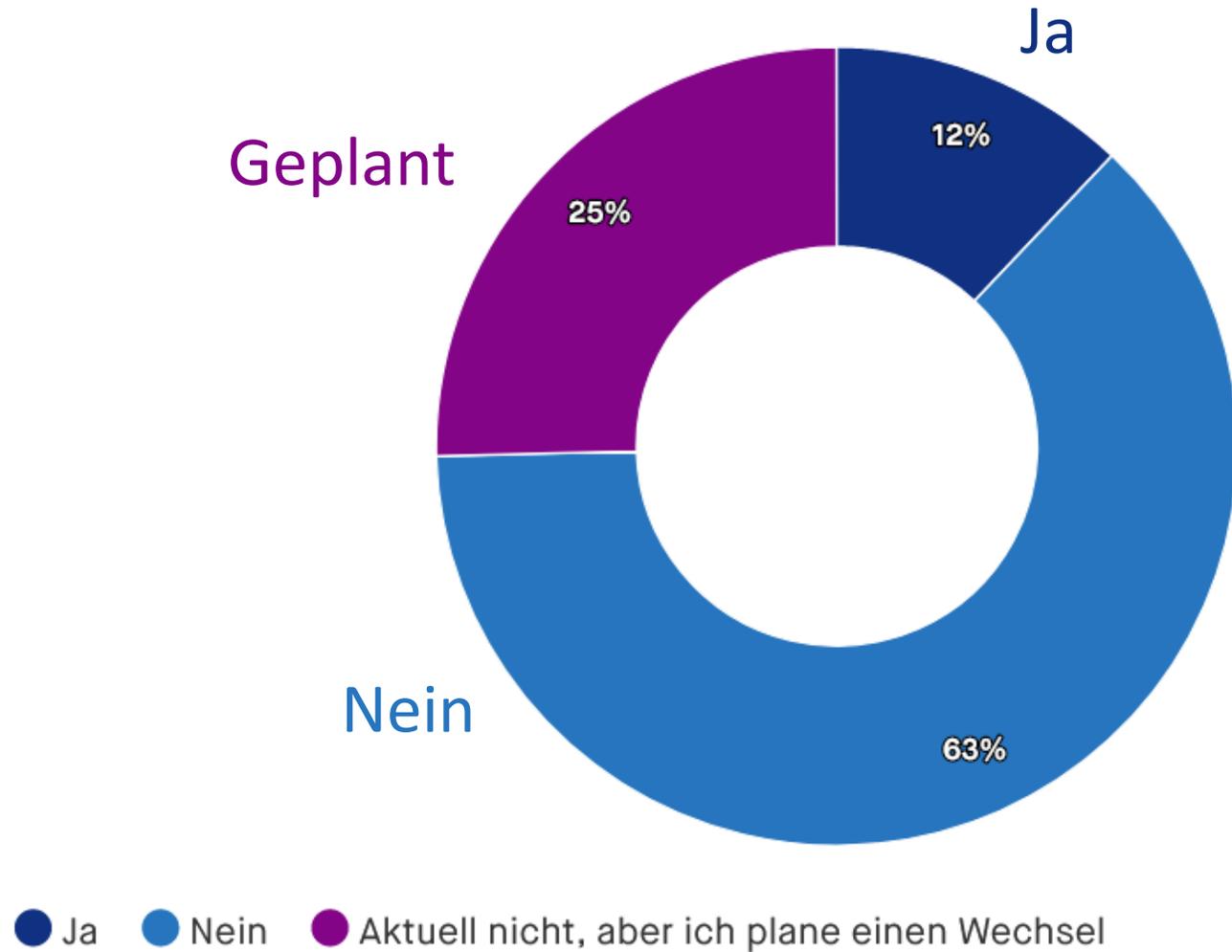
● sehr unzufrieden ● eher unzufrieden ● weder noch ● zufrieden ● sehr zufrieden

Total (N=697)

Die Mehrheit ist zufrieden, aber...

27% sind mindestens eher unzufrieden. Etwas weniger als die Hälfte ist nicht zufrieden.

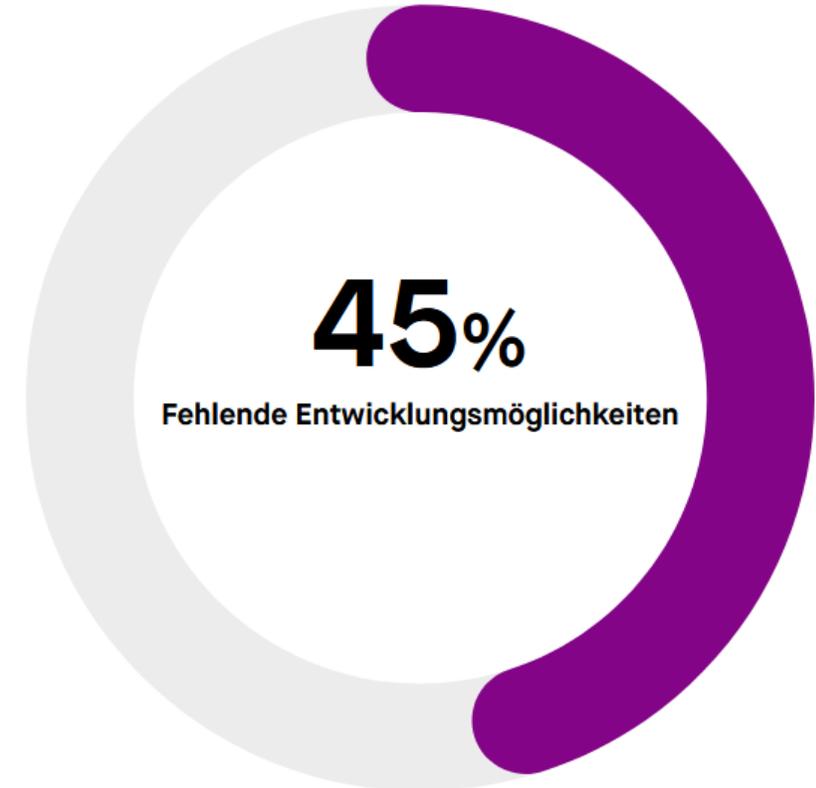
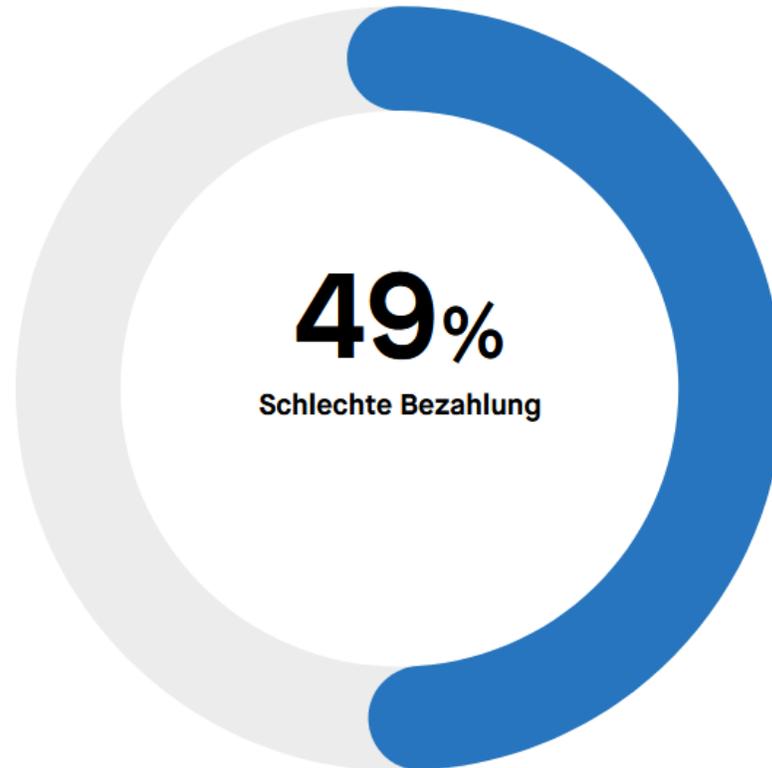
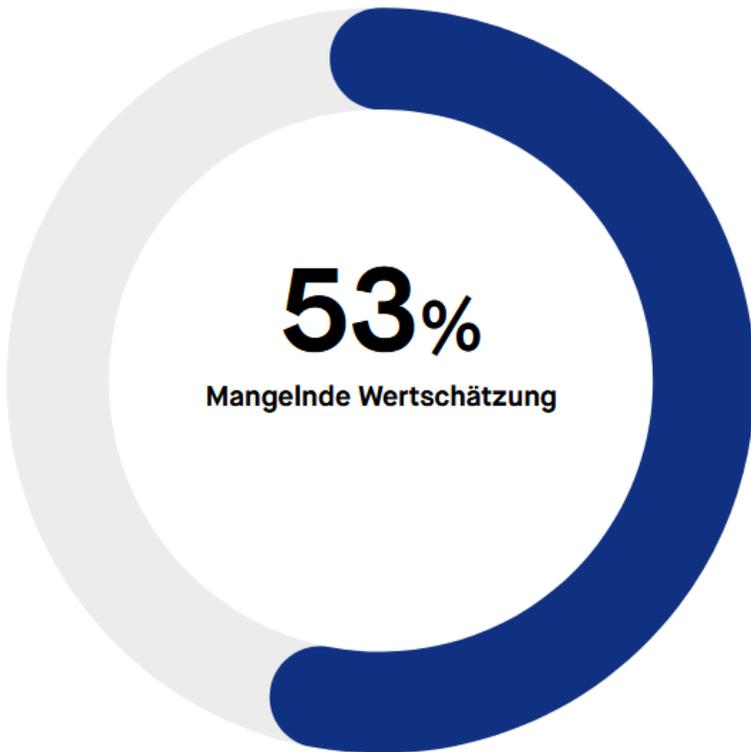
# Wie viele suchen einen neuen Job?



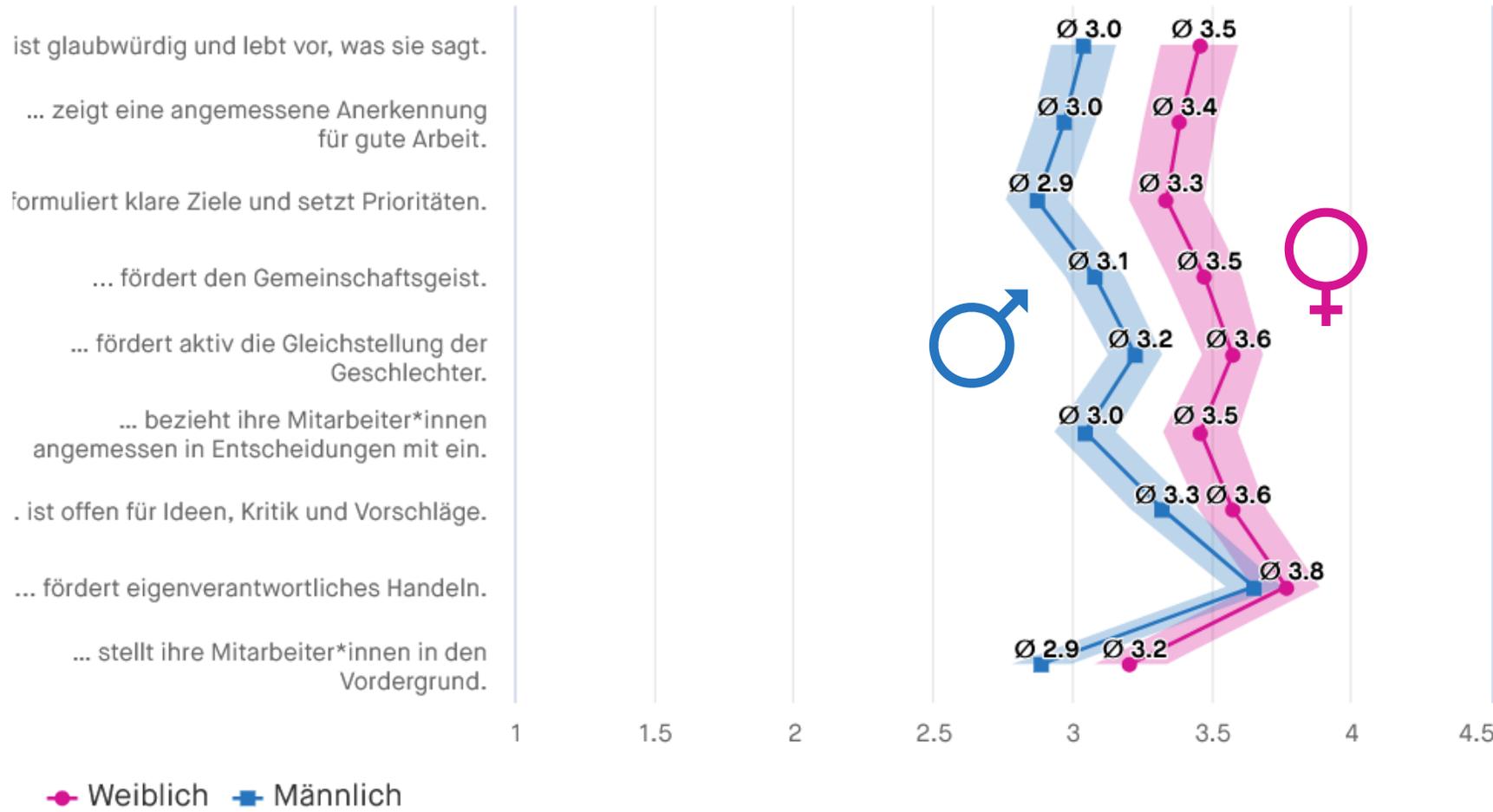
37% suchen akut oder mittelfristig

Nur ein Drittel davon will in der Tourismusbranche bleiben.

# Top-3-Gründe für den Jobwechsel



# Einflussfaktor Führung...



Weibliche  
Geschäfts-  
führungen...

...werden  
durchgehend  
besser bewertet.

Q30 - Zustimmung Geschäftsführung: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen. Unsere Geschäftsführung... | 1: "stimme überhaupt nicht zu" - 5: "stimme voll und ganz zu" | Q34 - Geschlecht Geschäftsführung: Welches Geschlecht hat Ihre Geschäftsführung / Leitung?

Total (N=698)

Wir brauchen ein  
neues Verständnis  
von Wertschätzung





KI ist da: Der Hype um chatGPT und generative KIs.



Wir haben  
chatGPT  
selbst  
gefragt...

## Beispiel: Einsatz in der TI

Als Sprachmodell kann ich in einer Tourist-Information in verschiedenen Bereichen eingesetzt werden, um die **Kommunikation mit Gästen** zu unterstützen. Einige Beispiele sind:

- **Automatisierter Chatbot:** Ich kann verwendet werden, um einen Chatbot zu erstellen, der Gäste begrüßt und ihre Fragen beantwortet. Der Chatbot kann beispielsweise Fragen zu Sehenswürdigkeiten, Veranstaltungen, Unterkünften und Verkehrsverbindungen beantworten.
- **Inspiration und Empfehlungen:** Ich kann verwendet werden, um automatisch Texte zu generieren, die Gäste inspirieren und ihnen Empfehlungen für Aktivitäten, Restaurants und Unterkünfte geben.
- **Personalisierte Beratung:** Ich kann verwendet werden, um automatisch personalisierte Beratung anzubieten, indem ich Fragen stelle und auf die Antworten reagiere, um individuelle Empfehlungen zu geben.
- **Text-zu-Sprache-Synthese:** Ich kann verwendet werden, um geschriebenen Text in gesprochene Sprache umzuwandeln, z.B. für Navigationsanweisungen, Sprachsteuerung oder Audiobooks.
- **Spracheingabe:** Ich kann verwendet werden, um gesprochene Sprache in Text umzuwandeln, z.B. für Diktiersoftware oder Sprachsteuerung.
- **Übersetzung:** Ich kann auch verwendet werden, um Texte automatisch in eine andere Sprache zu übersetzen, um Gäste in ihrer Muttersprache besser zu verstehen und zu beraten.

Diese Beispiele zeigen, wie ich als Sprachmodell verwendet werden kann, um die Kommunikation mit Gästen in einer Tourist-Information zu unterstützen und zu verbessern.



## Beispiel: Gästeberatung

Als Sprachmodell kann ich **Fragen stellen, um mehr Informationen über die Interessen und Präferenzen** eines Touristen zu erhalten und ihm personalisierte Empfehlungen geben zu können. Hier sind einige Beispiele für Fragen, die ich einem Touristen in einer Tourist-Information stellen könnte:

- Was für eine Art von **Aktivitäten** suchen Sie? (z.B. Kultur, Natur, Sport)
- Wie viele **Tage** bleiben Sie?
- Was ist Ihr **Budget**?
- Haben Sie **spezielle Interessen oder Anforderungen**? (z.B. Familienfreundlich, behindertengerecht, vegetarisch)
- Was für eine **Art von Unterkunft** suchen Sie? (z.B. Hotel, Ferienwohnung, Campingplatz)
- Was sind Ihre **Lieblingsaktivitäten** oder Sehenswürdigkeiten?
- **Wohin** möchten Sie gerne reisen? (z.B. Stadt, Land, Region)

Diese Fragen helfen mir, ein besseres Verständnis dafür zu erhalten, welche Art von Erfahrung der Tourist sucht, und ich kann ihm **personalisierte Empfehlungen** geben, die auf seinen Interessen und Präferenzen basieren. Es hilft auch, seine Erwartungen und Anforderungen zu verstehen und ihm ein passende Angebot zu machen.



# Wer ist betroffen?

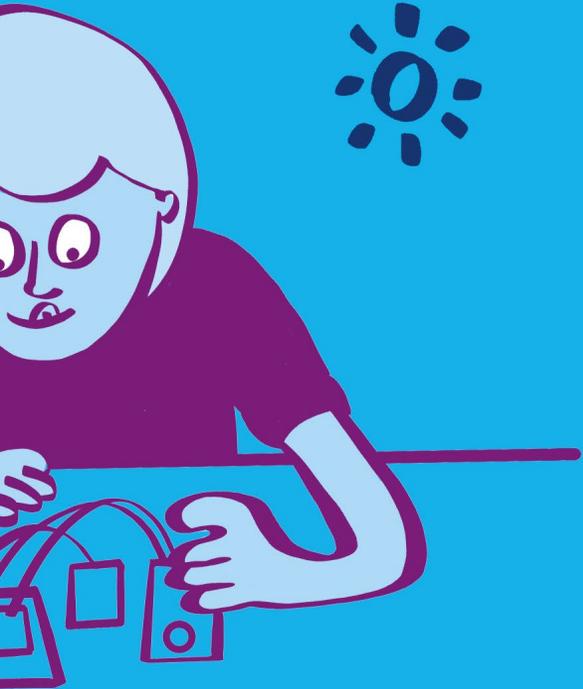
- Journalisten\*innen, Textarbeiter\*innen
- Übersetzer\*innen
- Redakteure\*innen, Lektoren\*innen, Korrektoren\*innen
- Wissensarbeiter\*innen
- Marketing- und Kommunikationsprofis
- Daten-Analysten\*innen
- Servicemitarbeiter\*innen
- etc. etc.

Eine Lösung für  
den Fachkräfte-  
mangel



# Was braucht es um innovativ und zukunftsstark zu sein?

- Klimaschutz und Nachhaltigkeit
- Eine neue Arbeitswelt für unsere Fachkräfte
- Ein neues Denken
- Innovationen
- Storytelling
- Digitalisierung mit KI
- ... und Eure Köpfe!



# Change-Management für alle!

Mit den folgenden **Highlights aus unserem Programm** machen wir Euch und Euer Team fit für 2023 ff.



**On-Demand: Vortrag • Basis-Workshop • Vertiefende Workshops • Barcamp**  
**Kultur • Tourismus**

## **destinetCHANGEday: Der Change-Management-Tag nur für Euch**

Ihr braucht ein starkes Change-Signal nach innen? In Eurer Destination, Eurer DMO, Eurem Unternehmen oder in Eurem Museum? Wir übernehmen das gerne und stellen Euch ein individuelles Programm zusammen. Ein ganzer Tag voller Change-Management - mit der nötigen Grundierung und viel Praxisbezug.

Ihr müsst Euch nur um den Raum und das Catering kümmern. Oder kurz: Ihr Orga - wir Inhalte.

Denn wir finden: ChangeManagement für alle!



Mögliche Methoden:

- komplette Programmentwicklung
- eigenland®
- Design Thinking
- Storytelling und Storydoing
- Verschiedene Interaktions- und Moderationsmethoden
- Teamcoaching

Art: Vor Ort oder virtuell (Zoom)

Dauer: 1-2 Tage

Teilnehmerzahl: individuell (empfohlen mindestens 20)



**Change starten**  
Fokus Mindset

Melde Dich unter  
[change@destinet.de](mailto:change@destinet.de)

**On-Demand: Vortrag • Basis-Workshop • Vertiefender Workshop • Nach Bedarf begleitendes Coaching**  
**Tourismus**

## **Mitarbeiterzufriedenheit ganzheitlich steigern: Employer Branding und Mitarbeiterbindung im Einklang**

Mitarbeiterzufriedenheit, eine starke Arbeitgebermarke und Mitarbeiterbindung sind kein Zufall.

In unserer ersten umfassenden Studie zur Mitarbeiterzufriedenheit im Deutschlandtourismus "Job & Sinn 2022", die wir in Kooperation mit dem Deutschen Tourismusverband durchgeführt haben, konnten wir einen tiefen Einblick in die Bedürfnisse der Mitarbeitenden in den DMOs und TIs hierzulande gewinnen.

Hier lernt ihr, wie dieses Wissen in konkrete Maßnahmen umgesetzt wird und Eure DMO oder ganze Destination zu einem begehrten Lebensmittelpunkt für Mitarbeitende macht. Der Schlüssel: Gelebte Wertschätzung.

Fangt an, bevor die Mitarbeiterflucht einsetzt. Gerne begleiten wir Euch auf dem Weg - mit unserem 360°-Coaching.

Mögliche Methoden:

- Zufriedenheits-Monitor
- eigenland®
- Systemisches Coaching
- Design Thinking
- Systemische und narrative Organisationsentwicklung
- Storytelling und Storydoing
- Team-Coaching
- Wir als Teil Eures Teams: Begleitendes Coaching

Art: Inhouse und/oder virtuell (Zoom, Teams, andere)

Dauer: individuell

Teilnehmerzahl: individuell



**Arbeit neu denken**  
New Work

Melde Dich unter  
[change@destinet.de](mailto:change@destinet.de)

**On-Demand: • Vortrag • Vertiefender Workshop**  
**Kultur • Tourismus**

## **Female Empowerment**

Auch in Kultur und Tourismus herrscht keine reale Gleichberechtigung. Dies wirkt sich auf zahlreiche Aspekte unseres Arbeitsalltags aus. Wir zeigen auf, wie Female Empowerment vor allem auf struktureller Ebene funktioniert und welche Potenziale es für uns alle birgt.



Mögliche Methoden:

- Interaktiver Vortrag
- Design Thinking
- Design Sprints
- eigenland®
- Team-Coaching

Art: Inhouse oder virtuell (Zoom, Teams, andere)

Dauer: Vortrag 30-60 Min., mit Workshop individuell

Teilnehmerzahl: individuell



**Arbeit neu denken**  
New Work

Melde Dich unter  
[change@destinet.de](mailto:change@destinet.de)

**On-Demand: Vortrag • Basis-Workshop • Vertiefender Workshop • Nach Bedarf begleitendes Coaching**  
**Tourismus**

## **Die nachhaltige Tourist-Information: Schrittweise die drei Säulen der Nachhaltigkeit umsetzen**

Nachhaltigkeit wird zu einer Schlüsselkompetenz aller Tourist-Informationen (TI). Dabei kann die TI in der Regel nicht separat agieren, sondern bettet sich in die Entwicklung einer städtischen oder regionalen Nachhaltigkeitsstrategie ein. Aber: Sie kann eine Vorreiterrolle übernehmen.

Stufenweise und mit erreichbaren Zwischenschritten machen wir aus Ihrer TI eine nachhaltige TI: ökonomisch, ökologisch und sozial.

Dabei greifen wir auf unsere Erkenntnisse aus unseren repräsentativen Studien zur Zukunft der Tourist-Information - Future.TI - zurück.

Mögliche Methoden:

- eigenland®
- Design Thinking
- Design-Sprint
- Systemische Organisationsentwicklung
- Storytelling und Storydoing
- Team-Coaching
- Wir als Teil Eures Teams: Coaching

Art: Inhouse und virtuell (Zoom, Teams, andere)

Dauer: individuell

Teilnehmerzahl: individuell



**Nachhaltigkeit leben**

Ökologisch, ökonomisch, sozial

Melde Dich unter  
[change@destinet.de](mailto:change@destinet.de)

## On-Demand: Vortrag • Basis-Workshop

### chatGPT & Co. - Welche generativen KI-Tools gibt es? Und wie setze ich sie ein?

#### Kultur • Tourismus

Wer glaubt chatGPT, Dall-E und andere generative KI-Tools sind nur ein neuer Hype, irrt sich gewaltig. Diese Anwendungen werden unser Leben und unsere Arbeit massiv verändern: Jetzt schon!

Wir nutzen bereits täglich chatGPT, dessen Ableger oder Text-to-image-KIs. Und ihr werdet es bald auch tun. Und ja: Sie werden einige von Euren Aufgaben vollständig ersetzen. Und: Sie haben das Zeug zur Lösung des Fachkräftemangels beizutragen.

Wir zeigen Euch, welche Tool es gibt, was ihr damit tun könnt, und werden an konkreten Beispielen zeigen, wie man die besten Ergebnisse erzielt.

Mögliche Methoden:

- interaktiver Vortrag
- Live-Nutzung der Tools
- eigenland®
- Design Thinking
- Co-Creation

Art: Inhouse oder virtuell (Zoom, Teams, andere)

Dauer: 1 Tag

Teilnehmerzahl: individuell



**Neues schaffen**  
Methoden für Innovationen

Melde Dich unter  
[change@destinet.de](mailto:change@destinet.de)

## On-Demand: Vertiefender Workshop • Nach Bedarf begleitendes Coaching

### Tourismus

## 100 und 1 neues Erlebnis: Die Innovations- und Kreativwerkstatt für Deine Destination.

Du suchst neue Ideen für Angebote, Produkte und Erlebnisse? Mit unserer Erlebniswerkstatt kein Problem, denn wir wissen, was Ihr vielleicht noch nicht wisst: Die Ideen sind längst da - in Euch, Euren Mitarbeitenden oder Akteur\*innen. Wir locken sie hervor. Von der Weiterentwicklung bestehender Erlebnisse bis hin zu komplexen neuen Erlebniswelten ist alles möglich. Ihr werdet selbst überrascht sein, was dort alles schlummert. Mindestens 100 neue Ideen kommen immer zusammen, und mindestens eine davon wird Euch nicht mehr loslassen.

Mögliche Methoden:

- Design Thinking
- ZIAKA
- Co-Creation
- Design-Sprint
- Storytelling und Storydoing
- Team-Coaching
- Wir als Teil Eures Teams - Innovationscoaching

Art: Inhouse oder virtuell (Zoom, Teams, andere)

Dauer: 1-5 Tage

Teilnehmerzahl: mindestens 10



**Neues schaffen**  
Methoden für Innovationen

Melde Dich unter  
[change@destinet.de](mailto:change@destinet.de)

## On-Demand: Vortrag • Basis-Workshop

### Das Drei-Phasen-Modell der dauerhaften Innovationsfähigkeit: Wahrnehmen, Ergreifen, Transformieren

#### Kultur • Tourismus

Von der IKEA-Tasse bis zu Airbnb: Wie entstehen eigentlich Innovationen? Neue Ideen? Revolutionäre Ideen? Disruptionen? Ist das Zufall? Eingabe? Oder hat es System?

Auf diese Fragen gibt es keine einheitliche Antwort, aber: Wir wissen, welche Voraussetzungen und Wege zu Innovationen führen können und die Wahrscheinlichkeit für Neues erhöhen.

In diesem Vortrag und/oder Workshop erklären wir, was Innovationen ausmacht - und welche drei Phasen der Innovationsfähigkeit jedes Unternehmen, jede Organisation, Kultureinrichtung oder auch Destination durchlaufen muss, um innovativ zu werden.

Mögliche Methoden:

- eigenland®
- Design Thinking
- Co-Creation
- Storytelling und Storydoing
- Team-Coaching

Art: Inhouse oder virtuell (Zoom, Teams, andere)

Dauer: 1-2 Tage

Teilnehmerzahl: individuell



**Neues schaffen**  
Methoden für Innovationen

Melde Dich unter  
[change@destinet.de](mailto:change@destinet.de)

**On-Demand: Vortrag • Basisworkshop • Vertiefender Workshop**

**Kultur • Tourismus**

## **Die vier Dimensionen des Binnenmarketings: Storytelling für Stakeholder\*innen**

Vier Dimensionen hat Eure Binnenkommunikation: Ordnung, Bindung, Entdeckung, Veränderung. Unser Modell ist die Lösung für eine agile und resiliente Kommunikation nach innen, Euer Storytelling-Kompass durch die Partizipationslandschaft. Je nach Lage, Stimmung, äußeren Einflüssen oder gar Krisen könnt ihr künftig wesentlich flexibler auf Ansprüche Eurer Stakeholder\*innen eingehen. Nicht nur reaktiv, sondern auch proaktiv.

Wir zeigen Euch die Dimensionen, Kommunikationsziele und konkreten Maßnahmen für unterschiedliche taktische und strategische Situationen. Und plötzlich ist alles viel klarer und einfacher.

Mögliche Methoden:

- Storycalls, Storylistening, Empathy Maps etc.
- eigenland®
- Design Thinking
- Storytelling und Storydoing
- Team-Coaching

Art: Inhouse und/oder virtuell (Zoom, Teams, andere)

Dauer: individuell

Teilnehmerzahl: individuell



**Geschichten  
erzählen**  
Storytelling

Melde Dich unter  
[change@destinet.de](mailto:change@destinet.de)

**On-Demand: • Vortrag • Basis-Workshop**  
**Kultur • Tourismus**

## **Abenteuer Storytelling: Leitgeschichte und Subgeschichten**

In diesem Grundkurs zum Storytelling stürzen wir uns gemeinsam mit Euch ins Abenteuer. Egal, ob wir nach außen (B2C) oder innen (B2B) kommunizieren: Ohne Geschichten keine Wahrnehmung in der Aufmerksamkeitsökonomie. Wie finden, entwickeln und vermitteln wir Geschichten? Und vor allem: Wie bauen wir sie in Eure Kommunikation ein? Und welche Ziele verfolgen wir damit?

Wir machen Euch narrativ und entwickeln format- und kanalunabhängig Eure Leitgeschichte und zugehörige Subgeschichten.

Mögliche Methoden:

- Storycalls, Storylistening, Empathy Maps etc.
- Design Thinking
- Storytelling und Storydoing
- Team-Coaching
- Narrative Organisationsentwicklung

Art: Inhouse oder virtuell (Zoom, Teams, andere)

Dauer: 1-2 Tage

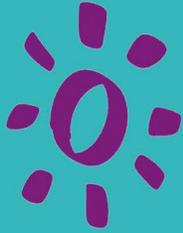
Teilnehmerzahl: individuell

Zum Einstieg könnt Ihr hier den [Leitfaden herunterladen](#), den wir für den Teutoburger Wald entwickelt haben.



**Geschichten  
erzählen**  
Storytelling

Melde Dich unter  
[change@destinet.de](mailto:change@destinet.de)



## Ansprechpartner: Matthias Burzinski

destinetCHANGE  
Berlingstraße 33  
53115 Bonn  
fon +49.228.85 099 164  
[change.destinet.de](http://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/>



Die vorliegende Studie ist in all ihren Teilen urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte vorbehalten, insbesondere der digitalen Bearbeitung, Reproduktion, Vervielfältigung und Verbreitung.

destinet ■