

TRAVEL TRENDS – FUTURE GUEST  
VOM KERNGESCHÄFT ZUR NEUEN  
WERTGRUNDLAGE DES REISENS

FORMATREIHE TRAVEL TRENDS  
WIEN TOURISMUS

17. SEPTEMBER 2021

CHRISTIANE VARGA, TREND- UND ZUKUNFTSFORSCHUNG

# I. WANDEL

Was ist Wandel?

Warum verändert sich das Reiseverhalten der Menschen?

# II. MEGATRENDS

Was verändert sich?

Was sind die großen Trends unserer Zeit?

# III. ZUKUNFT

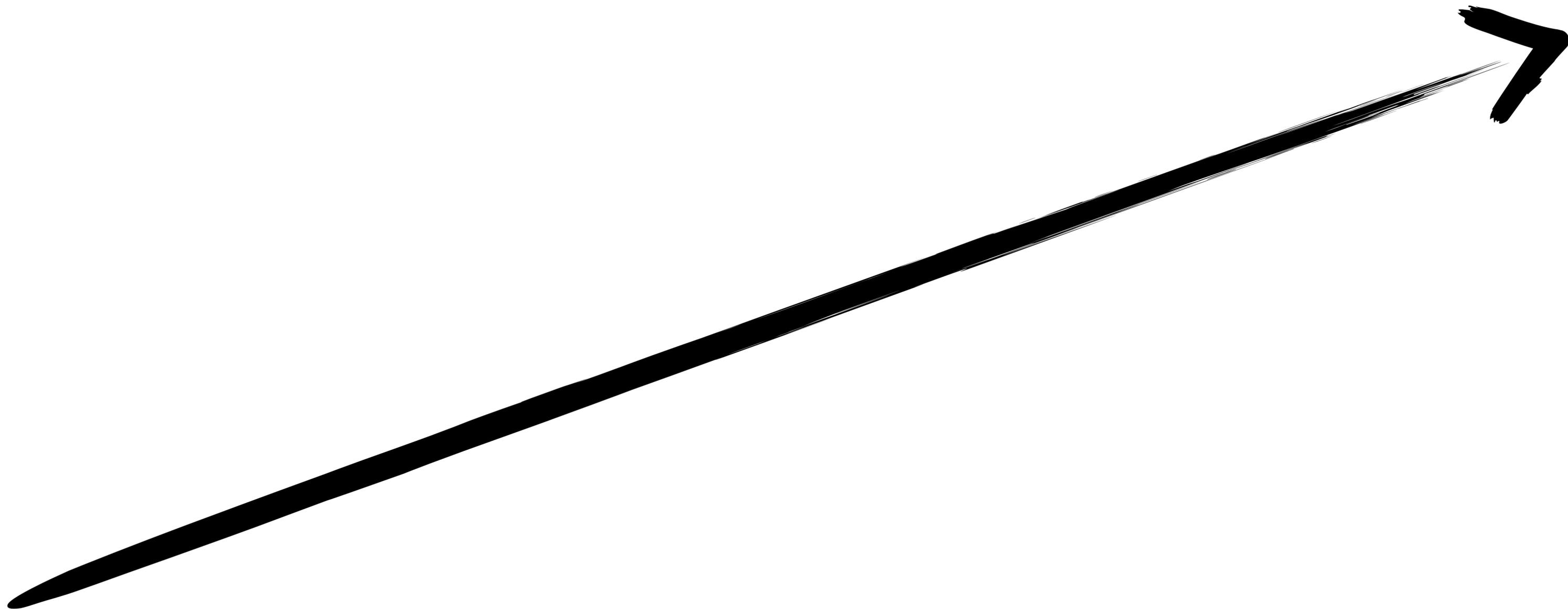
Was bedeutet das für die Zukunft von Destinationen?

Ein systemischer Ausblick

# WANDEL

WIR ERLEBEN GERADE  
EINE FUNDAMENTALE  
PHASE DES UMBRUCHS IN  
NAHEZU ALLEN  
BEREICHEN UNSERES  
LEBENS.

EINE NEUE ÄRA BEGINNT.  
SIE LÄUTET DAS ENDE DES  
TOURISMUS EIN, WIE WIR  
IHN KENNEN.



# WIE FUNKTIONIERT ZUKUNFT?

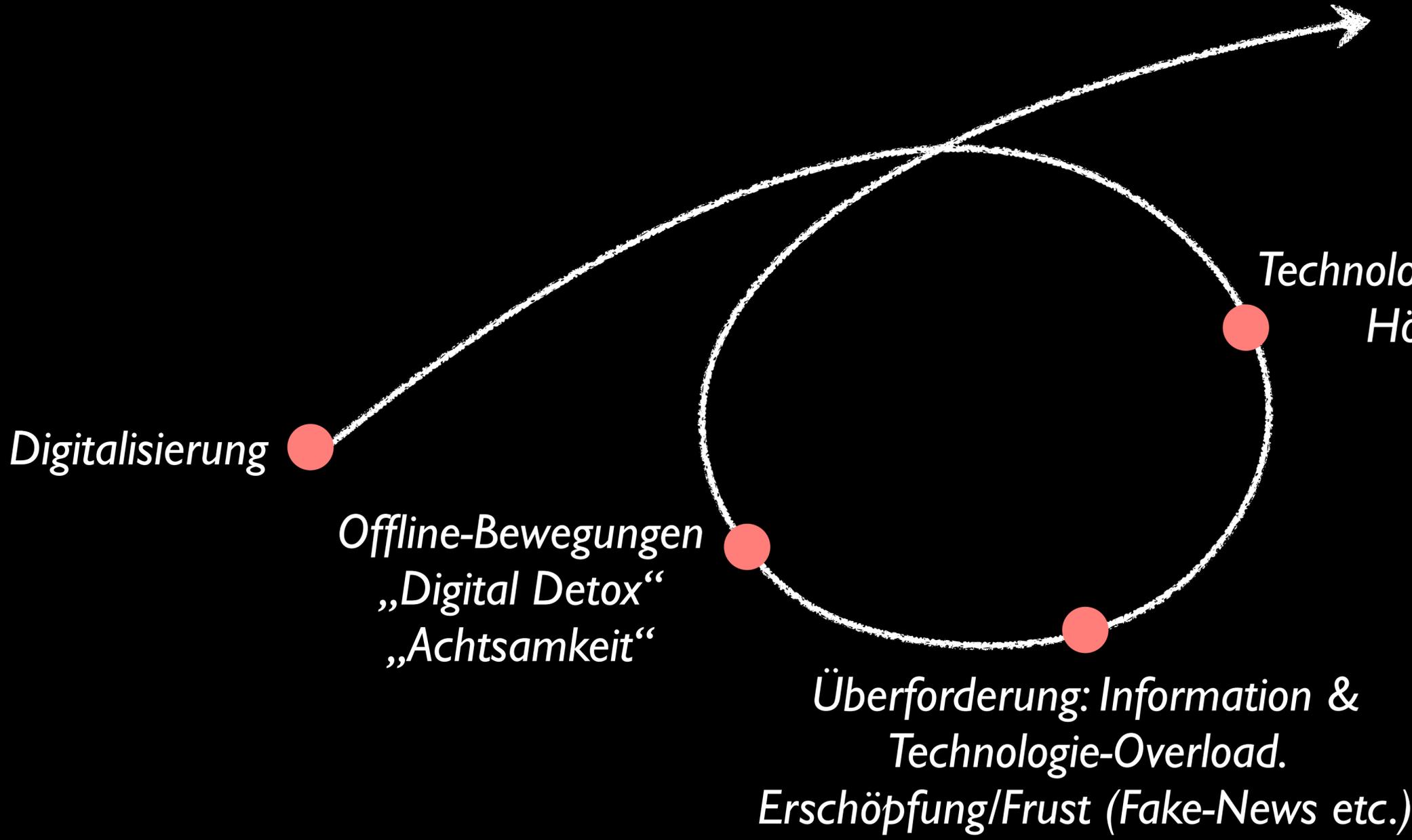


Entwicklung =  
Fortschritt, Schleifen, Rückschritt, Stagnation, Regeneration.

# Digitalisierung in der Rekursion

*Konnektivität als Kulturtechnik*

**Virtuoser Umgang**  
Spüren, Riechen, Begegnen  
Das Digitale als Ermöglicher



Digitalisierung

Offline-Bewegungen  
„Digital Detox“  
„Achtsamkeit“

Überforderung: Information &  
Technologie-Overload.  
Erschöpfung/Frust (Fake-News etc.)

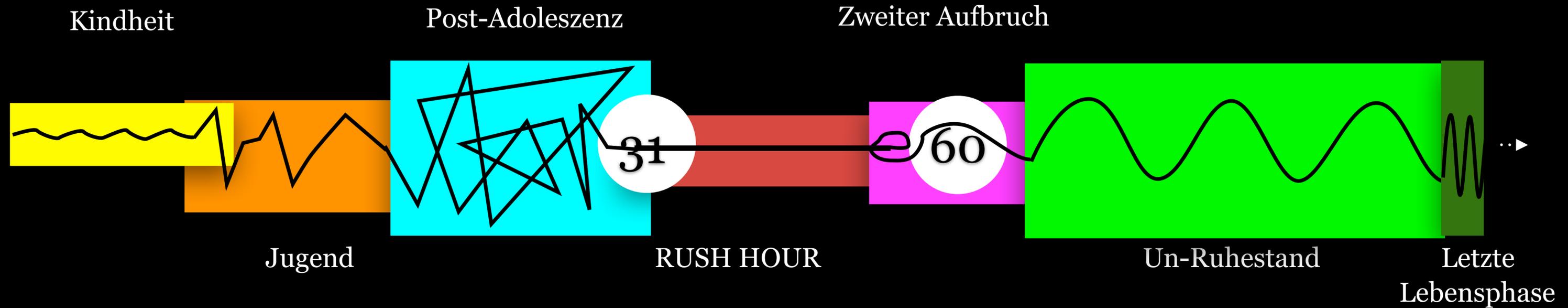
Technologiefixierung & Netznaivität  
Höher. Schneller. Weiter.

# *Biographien im Wandel*



**Industrielle Biographie**

# *Biographien im Wandel*



**Multigrafie des Wissenszeitalter**

Mindshift



LEBENSSTILE

DIE  
ZIELGRUPPE  
IST  
TOT

*Es lebe  
der  
Lebens-  
stil*

Megatrends sind jene Trends, die einen großen und epochalen Charakter haben. Ihre Halbwertszeit (die Zeit bis zum Zenit ihrer Wirksamkeit) nehmen wir mit 30 Jahren oder mehr an.

Das entscheidende Merkmal von Megatrends ist aber weniger ihre Dauer, sondern ihr „Impact“. Sie verändern nicht nur einzelne Segmente oder Bereiche des sozialen Lebens oder der Wirtschaft. Sie formen ganze Gesellschaften um.

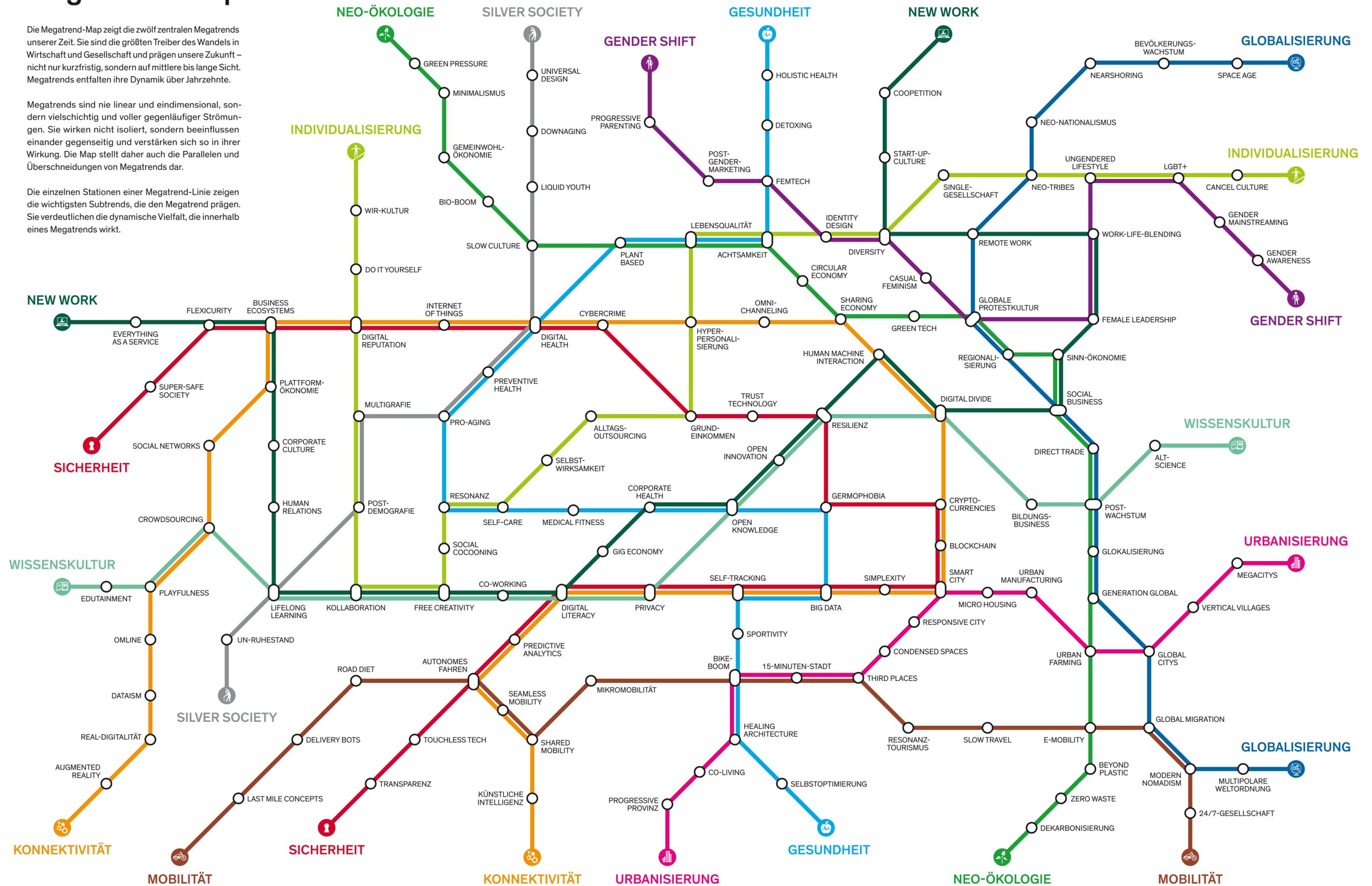


# Megatrend-Map

Die Megatrend-Map zeigt die zwölf zentralen Megatrends unserer Zeit. Sie sind die größten Treiber des Wandels in Wirtschaft und Gesellschaft und prägen unsere Zukunft – nicht nur kurzfristig, sondern auf mittlere bis lange Sicht. Megatrends entfalten ihre Dynamik über Jahrzehnte.

Megatrends sind nie linear und eindimensional, sondern vielschichtig und voller gegenläufiger Strömungen. Sie wirken nicht isoliert, sondern beeinflussen einander gegenseitig und verstärken sich so in ihrer Wirkung. Die Map stellt daher auch die Parallelen und Überschneidungen von Megatrends dar.

Die einzelnen Stationen einer Megatrend-Linie zeigen die wichtigsten Subtrends, die den Megatrend prägen. Sie verdeutlichen die dynamische Vielfalt, die innerhalb eines Megatrends wirkt.



# DIE KUNST DES GASTGEBENS BEDEUTET

VERANKERUNG IN EINER GLOBALEN, VERNETZTEN,  
HOCHINDIVIDUALISIERTEN GESELLSCHAFT  
ERMÖGLICHEN.

# NACHHALTIGKEIT NEU DENKEN

## THESE 1

NACHHALTIGKEIT WIRD IN ZUKUNFT MEHRDIMENSIONAL GEDACHT UND ENDLICH SEINEM GRUNDPRINZIP GERECHT: MEHR-WERT SCHAFFEN FÜR DEN MENSCHEN UND DIE WIRTSCHAFT.

# NACHHALTIGKEIT UND SINNZUSAMMENHÄNGE

## 1. „Grüne“ Events werden zur Selbstverständlichkeit

- Trainings & Tools
- CO2-Rechner
- Herausforderung: Echte Zertifizierung - Achtung Greenwashing



## 3. Seamless Journey definiert sich über die Qualität der Reiseerfahrung als Ganzes

- Die Reise fängt mit der ANreise an
- Optionen kommunizieren
- Seamless travel und die letzte Meile

## 2. Chef/in als Gastgeber/in: Hospitality als Kernkompetenz

- Die Kunst des Gastgebens lehren
- Respekt & Wertschätzung
- Sinn vermitteln

# Go green: „Grüne“ Events werden zur Selbstverständlichkeit



[FREE ONLINE TRAINING](#)

[TRAINING AND TOOLS](#) ▾

[SUSTAINABLE EVENTS](#) ▾

[CERTIFICATIONS](#)

[PARTNERS](#)

[CONSULTANCY](#)

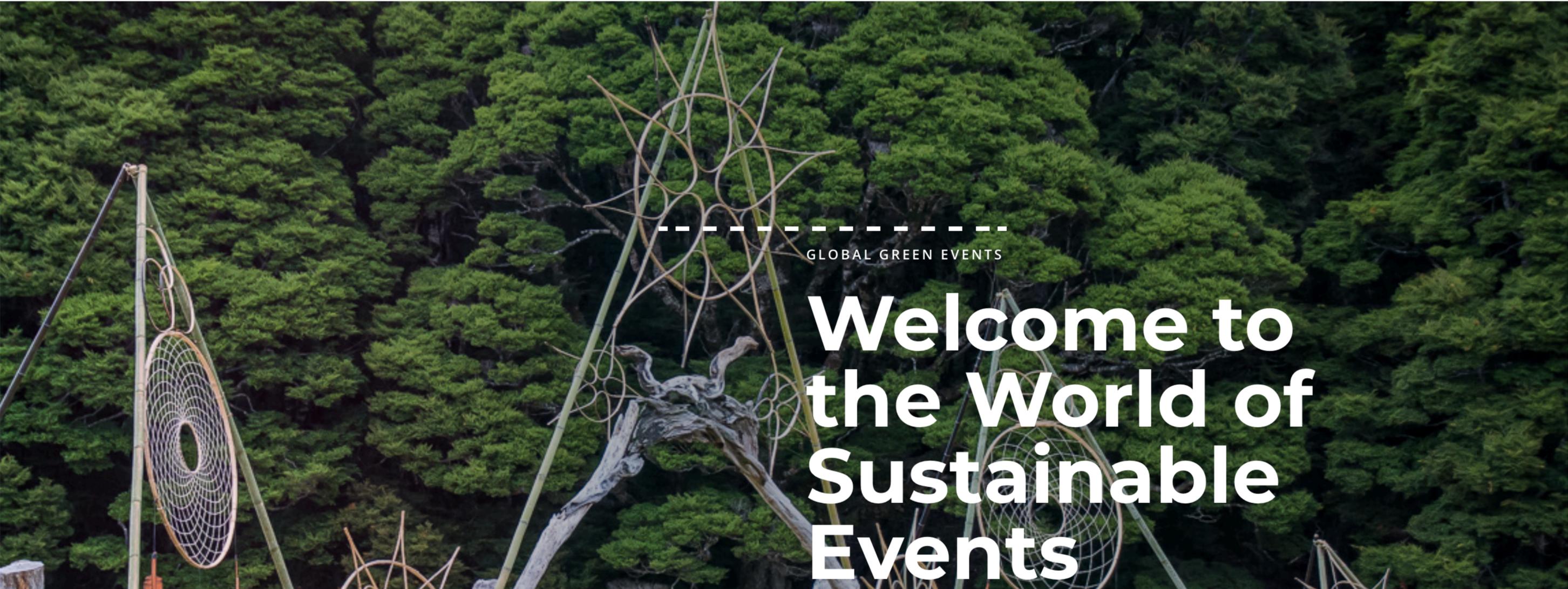
[ABOUT](#)

[CONTACT](#)

[LOGIN](#)

€0.00 

0



GLOBAL GREEN EVENTS

# Welcome to the World of Sustainable Events

# What are you here for today?



## Get Started

---

Check out the event manager training tools and online courses

[Learn More](#) →

## Calculate your event impact savings

---

Use our carbon emissions calculator

[Learn More](#) →

## Certification

---

Get your destination or event certified or get accreditation as an event professional

[Learn More](#) →

## Showcase your event

---

Add your event to our International Event Database

[Learn More](#) →

## Consultancy and on site management

---

See what we offer

[Learn More](#) →

## Meet the industry leaders

---

Learn more about who is doing what

[Learn More](#) →

(An)Reisen: **Seamless Journey definiert sich über die Qualität der Reiseerfahrung als Ganzes**

# Swiss Travel Guide App

Erlebnis



Medien Galerie

# Aus-Bildung ist Herzensbildung: **Hospitality als Kernkompetenz**

**hotelfachschule thun**  
soul passion system

Laborhotel

---



Die Hotelfachschule Thun macht sich fit für die Zukunft

In den nächsten zwei Jahren entstehen in den bestehenden Gebäuden der Hotelfachschule Thun ein Hotel und Serviced Apartments. Das «Laborhotel» wird über 50 Hotelzimmer und knapp 20 Serviced Apartments verfügen, welche vor allem auf längere Aufenthalte ausgerichtet sind. Eine moderne Restauration, eine Kaffeebar sowie Co-Working Spaces, die zum Arbeiten und Ausbilden ausgerichtet sind ergänzen das Gesamtangebot.

Im Laborhotel und in der Laborgastronomie werden neuste Techniken, Materialien und Konzepte systematisch getestet. Das Hotel wird unter Mithilfe der Studierenden betrieben. Die Studenten setzen nicht nur gelernte Theorie in die Praxis um, sondern erfahren auch die neusten Erkenntnisse der Hotelentwicklung und betreiben gleichzeitig mit ihren Fachlehrern Innovationsentwicklung.

Gemeinsam mit Branchenpartnern aus Hotellerie und Gastronomie werden im Laborhotel Ideen zu Nachhaltigkeit, Schlafen, Digitalisierung, Community und neue Servicequalität getestet.

”

Seien Sie bitte nett zu unseren  
Mitarbeitern, denn die Mitarbeiter  
finde ich nicht so leicht wie neue Gäste.

*Marc Traubel, GF des Familienhotels  
HUBERTUS LODGE & SPA in  
Balderschwang*

# NACHHALTIG REISEN

## GANZHEITLICHE BETRACHTUNG GANZHEITLICHE ANGEBOTE

→ Nachhaltigkeit wird zum „Must-Have“ und kommt aus der „alternativen Ecke“ heraus

→ „next level sustainability“

Ein integriertes Unternehmen versteht Nachhaltigkeit als Haltung und entwickelt ein Gesamtkonzept

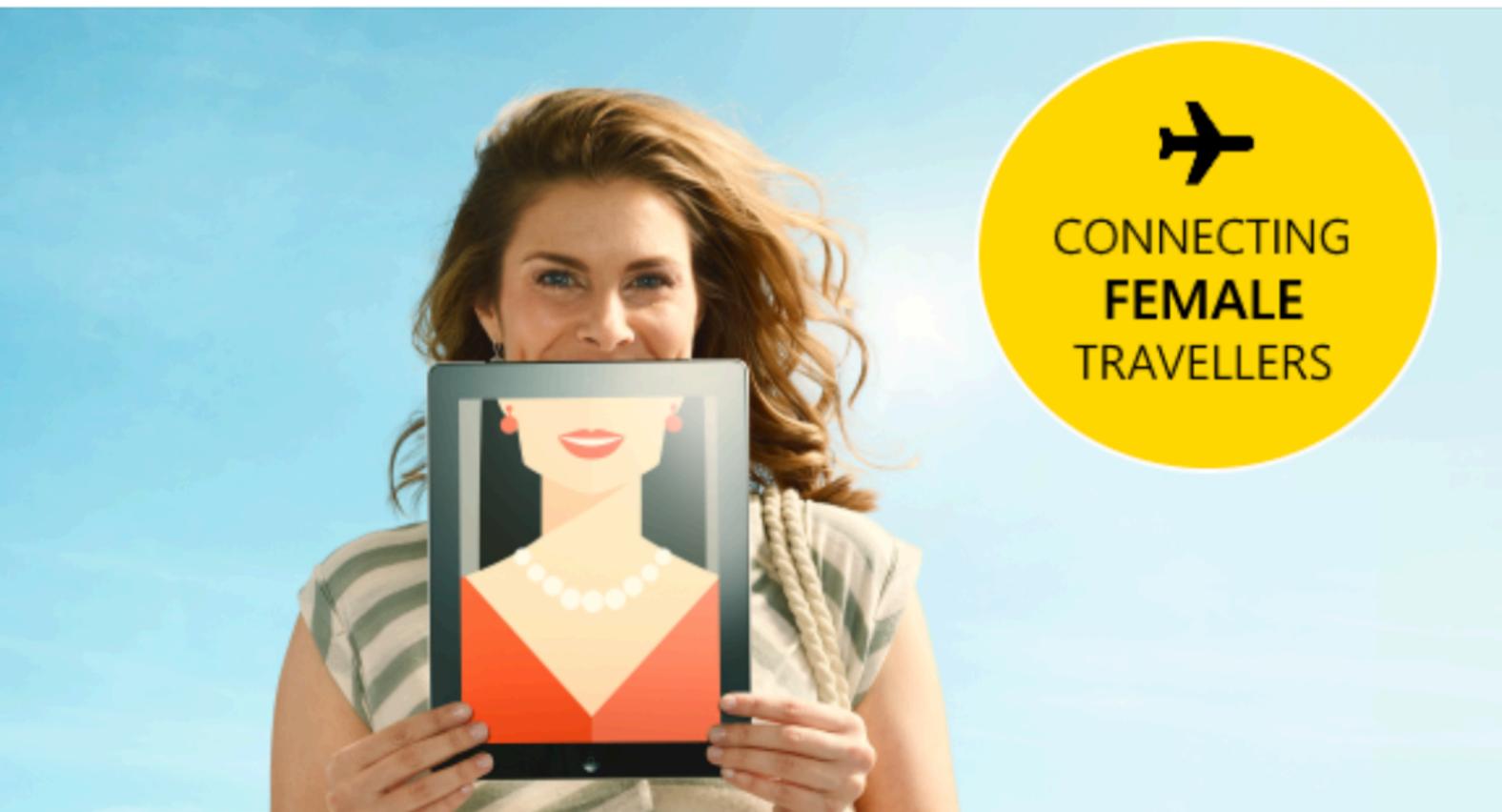
→ Hands-On: Haben Sie ein nachhaltiges Gesamtkonzept als Unternehmen? Wo gibt es Nachholbedarf?

# SOLO (FEMALE) TRAVELLER VERNETZEN

## THESE 2

IN EINER HOCHMOBILEN, INDIVIDUALISIERTEN WELT SIND IMMER MEHR MENSCHEN ALLEINE UNTERWEGS. DER MARKT FÜR FRAUEN, DIE ALLEINE REISEN, WIRD GERADE ERST ERSCHLOSSEN.

## SoFe - Solo female traveller: **Mind the gender (travel) gap**



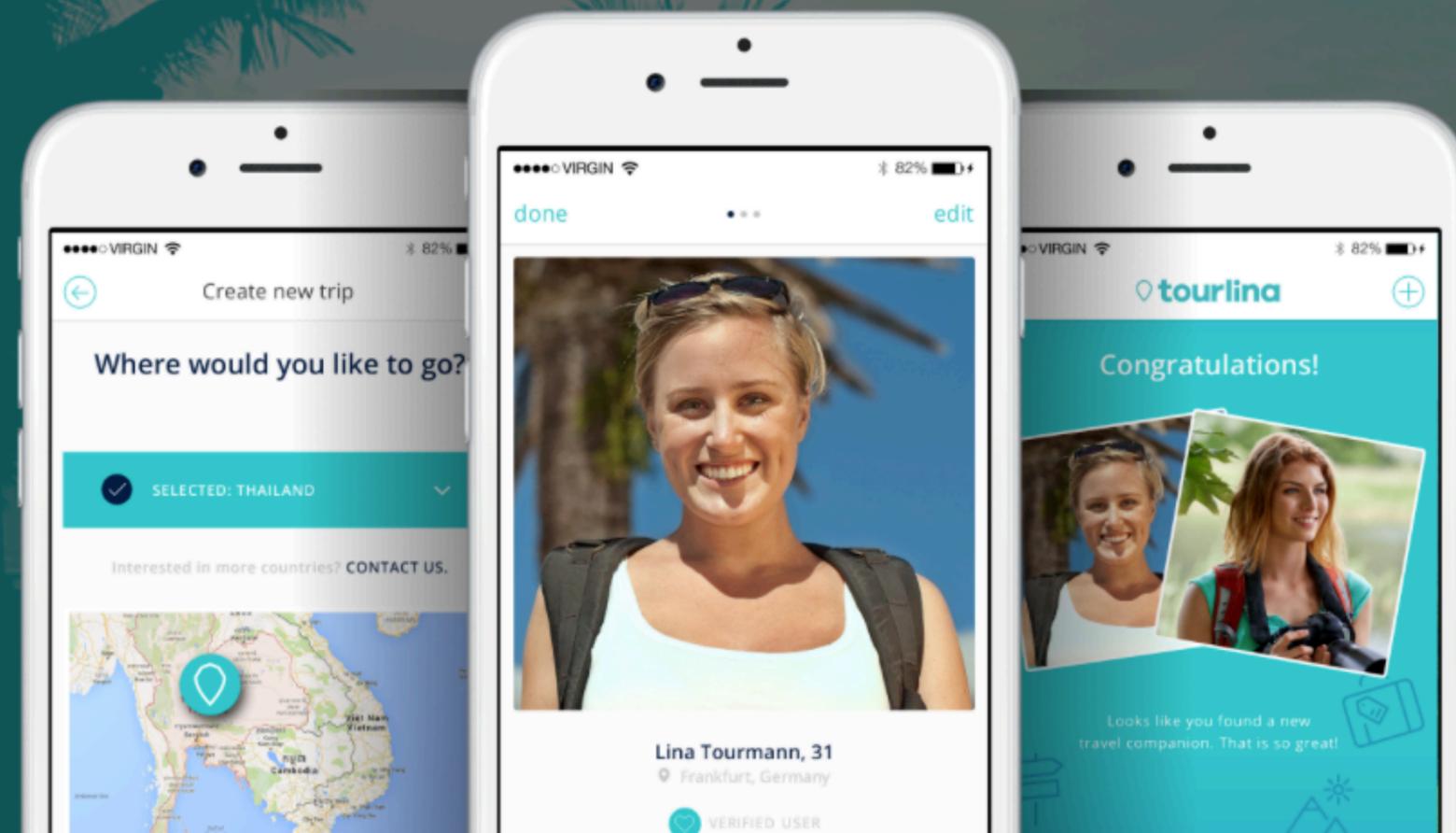
Der Reiseanbieter G Adventures berichtet von einem 134%-Anstieg an Solo-Reisenden seit 2008, mit einem Anteil von 40% des gesamten Kundenportfolios.

65% davon sind Frauen - das entspricht einem Anstieg von knapp 150% innerhalb von fünf Jahren.

Female users of Turlina can connect **before or while** they travel.

Turlina connects women based on their future travel plans.

Women find more meaningful and long lasting connections with other women and make lifelong friendships as Turlina connections are based on shared interest in travel and socialising.



# SOFE - SOLO REISEN

## INDIVIDUELLE BEDÜRFNISSE INDIVIDUELLE VERNETZUNG

→ Menschen, die alleine unterwegs sind, haben oft Mikrobedürfnisse

→ „Traveller Match“

Real-digitale Konnektivität kann auf hochindividuelle, situative Bedürfnisse eingehen

→ Hands-On: Wo sehen Sie noch Potenzial in Ihrem Angebot für Alleinreisende im Allgemeinen und für alleinreisende Frauen im Speziellen?

# FLUID SPACES: VOM ANKOMMEN UND DA-SEIN

## THESE 3

DER LEBENSSTIL DER MODERNEN NOMADEN ÄNDERT NICHT NUR DIE DEFINITION VON ZUHAUSE, SONDERN AUCH JENE DES REISENS UND VERWEILENS.

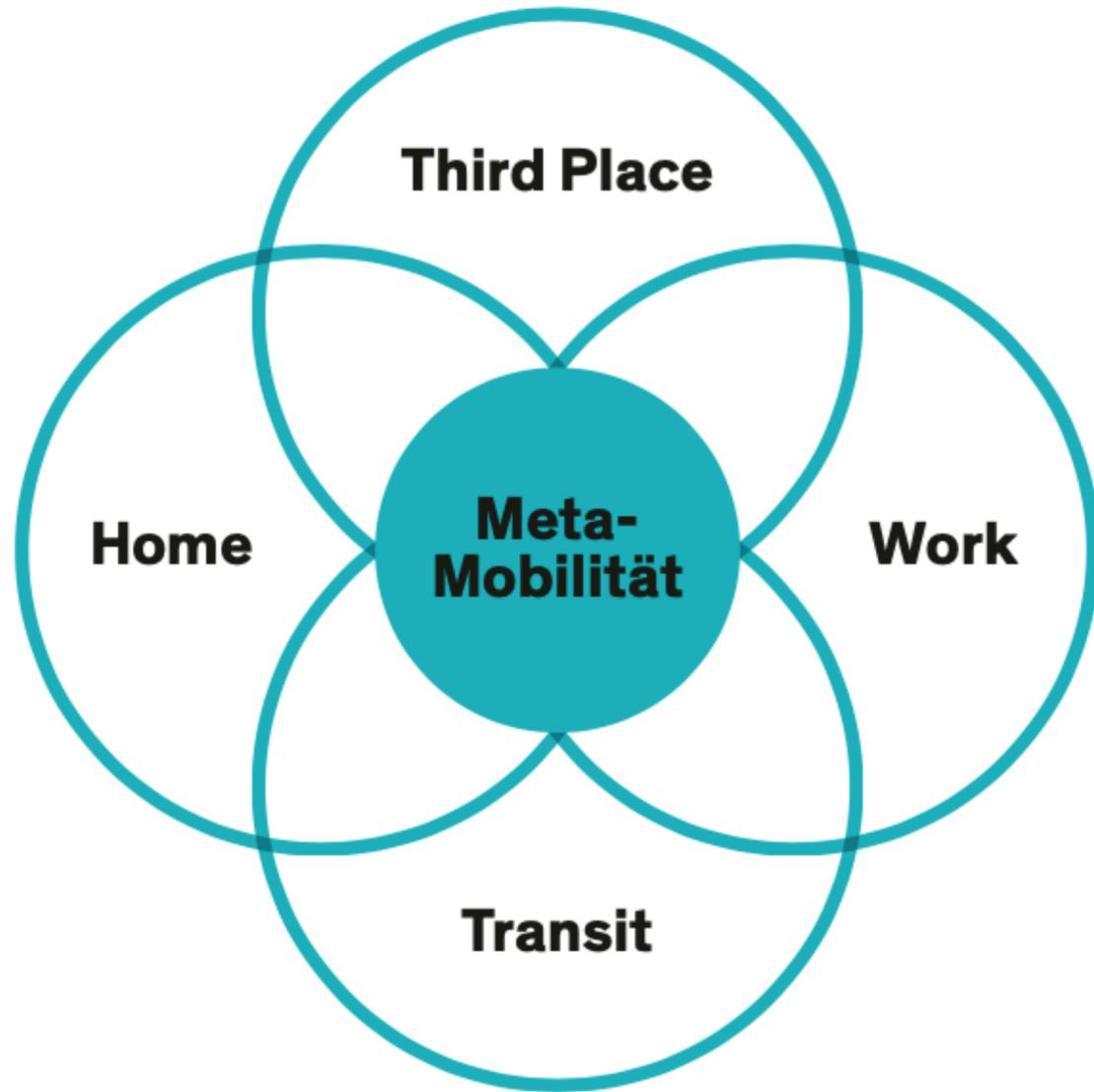
DAS STELLT NEUE ANFORDERUNGEN AN ARCHITEKTUR UND DIE NUTZUNG VON RAUM.

# „Wie verändert sich die Bedeutung von Zuhause“

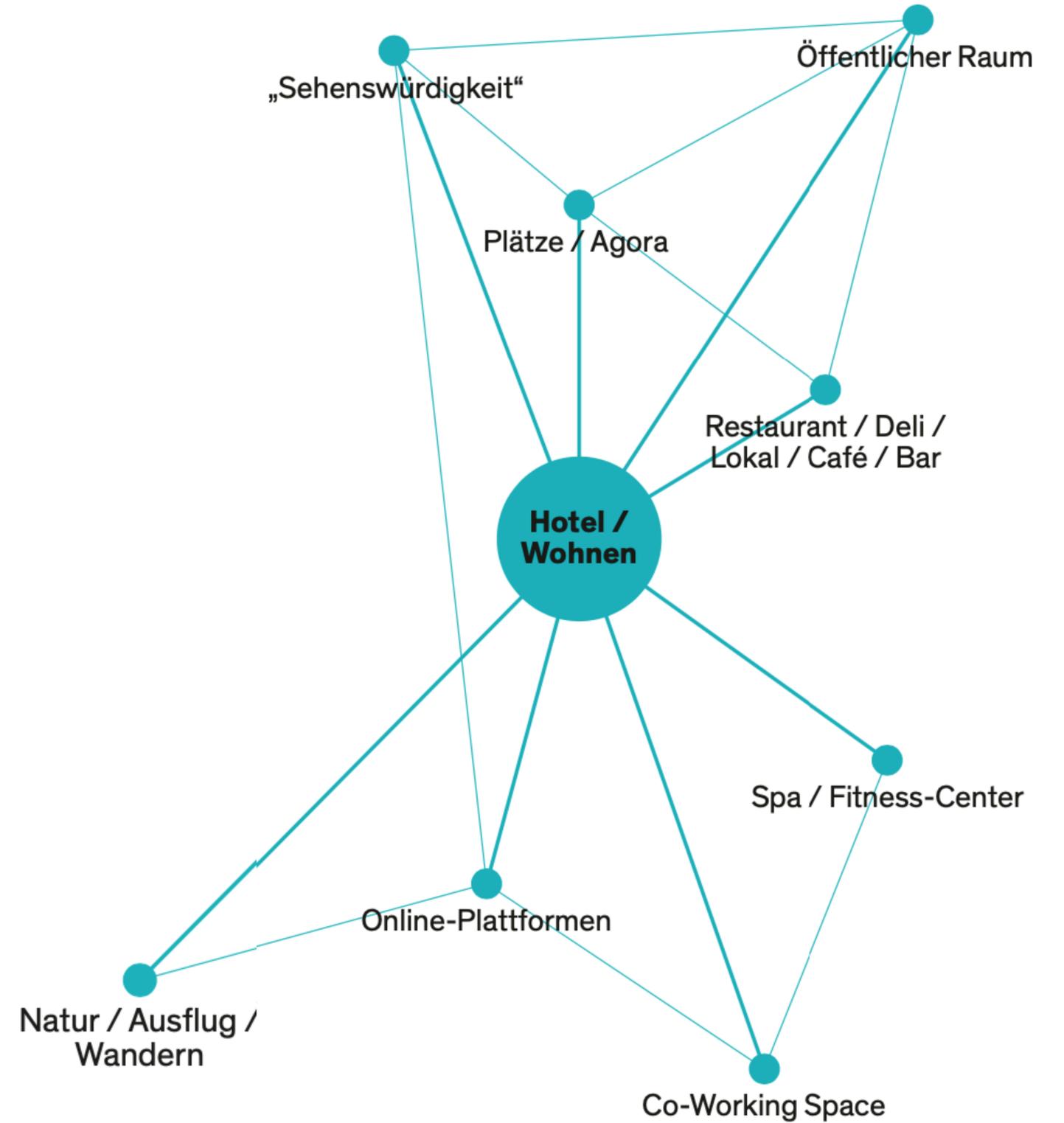
- Nur 7% verknüpfen ihr Zuhause mit einem bestimmten Ort.
- 37% hingegen glauben, dass das Konzept eines Zuhauses mehr als nur vier Wände bedeutet.
- Ganze 42% fühlen sich sogar außerhalb ihres tatsächlichen Wohnsitzes zu Hause.



# Konversion der Lebenssphären



Quelle: Zukunftsinstitut



Zoku Wien  
**Ein neuer lokaler Knotenpunkt  
entsteht**  
Nachbarschaft/ Community Building



# ***LOCALHOOD*** ***FOR EVERYONE***

Localhood is a long-term vision that supports the inclusive co-creation of our future destination. A future destination where human relations are the focal point. Where locals and visitors not only co-exist, but interact around shared experiences of localhood. Where our global competitiveness is underpinned by our very own localhood. And where tourism growth is co-created responsibly across industries and geographies, between new and existing stakeholders, with localhood as our shared identity and common starting point.



***THE END  
OF  
TOURISM***  
AS WE KNOW IT

# PEOPLE-BASED GROWTH



*As we strengthen the efforts to attract more visitors, we must keep in mind both the livability of the locals and the great visitor experience. In other words, we need to facilitate the meeting between locals and visitors. If we fail to do so, we simply risk that the locals will turn against tourism – and vice versa. Looking at it like this, visitor growth in itself is not a goal. Increasing the value of visitors for all parties is.*

**CPH\_born'n'raised** The local Harvest Festival has finally begun. Stop by if you're in the neighborhood. Everyone's welcome. #Streetparty #RoomForFun #StopBy #BringYourFriends #LocalhoodForEveryone



# THE SMARTEST CITY

## Gothenburg, it's a Smart City.

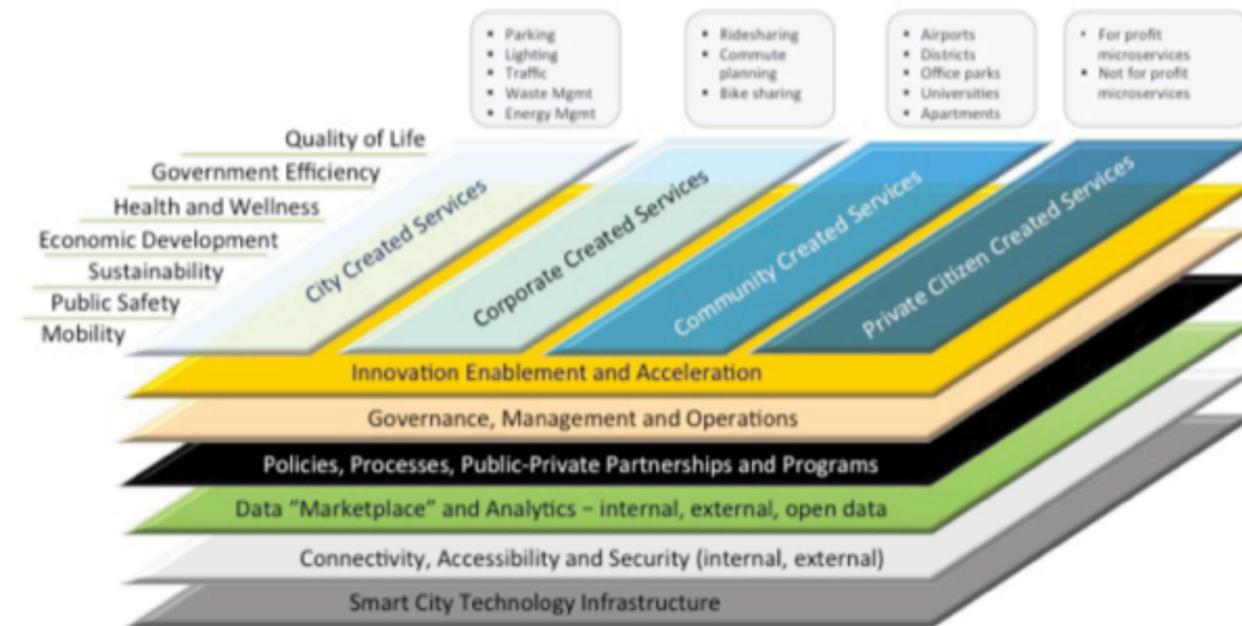
Gothenburg is recognised globally as a top-ranking Smart City. Now, the local Smart City ecosystem is coming together to enable Gothenburg to be a world-leading collaborative city for a sustainable future. You can be part of it, in fact, it'd be really great if you were.

**Plattformdenken ist die Basis**  
für neue Geschäftsmodelle, neue  
Schnittstellen zwischen  
Betrieben, Branchen und Orten,  
aus denen hybride  
Organisationsformen und  
interdisziplinäre Allianzen  
entstehen.

## What does it mean to be a leading Smart City?

### THE SMART CITY ECOSYSTEM FRAMEWORK

A model for planning Smart Cities



Source: The Smart City Ecosystem Framework / [strategyofthings.io](https://strategyofthings.io)

# MULTIGRAFISCHES REISEN

## RÄUME NEU DENKEN ORTE NEU DENKEN

→ Eine individualisierte, hochmobile, vernetzte Gesellschaft braucht neue Formen, Zugänge, Möglichkeiten in der Lebens- und Arbeitswelt, also auch im „Unterwegs-Sein“

→ „Moderne Nomaden“

Mobilität wird zum Normalzustand, Reisen wird zum Lebensstil

→ Hands-On: Welche Orte und Räume haben Sie zu welcher Nutzung im Angebot? Wo gibt es Möglichkeiten für Kooperationen?

# ZUKUNFT

## DIE VITALE STADT WIEN UND DAS PRINZIP DES NETZWERKS

IN ZEITEN DES UMBRUCHS IST SILO-DENKEN PASSÉ: UM MIT EINER KOMPLEXEN ZUKUNFT UMGEHEN ZU KÖNNEN LAUTET DAS GEBOT DER STUNDE „KOOPERATION“.

- Es etablieren sich immer mehr Netzwerke, in denen die verschiedenen Akteure eng zusammenarbeiten. Die Zukunft liegt in neuen Ökosystemen, die eine Stadt nachhaltig stärken.
- Das stellt neue Anforderungen an die Stadt, an Kommunen und an die Politik, an regionale Unternehmen und an die Bürgerinnen und Bürger selbst.

*Kollaboration*

*Avantgarde*

*Tourismus*

*Innovation*

*Fachkräfte*

*Gastronomie*

*Locals*

# *WIEN ALS REAL-DIGITALES ÖKOSYSTEM*

*Kulturelle  
Institutionen*

*Hotellerie*

*Bildungs-  
einrichtungen*

*Adaption*

*Reisende*

*Resilienz*

*Vertreter der Stadt*





KONTAKT

HELLO@CHRISTIANEVARGA.COM

CHRISTIANE VARGA, TREND- UND ZUKUNFTSFORSCHUNG