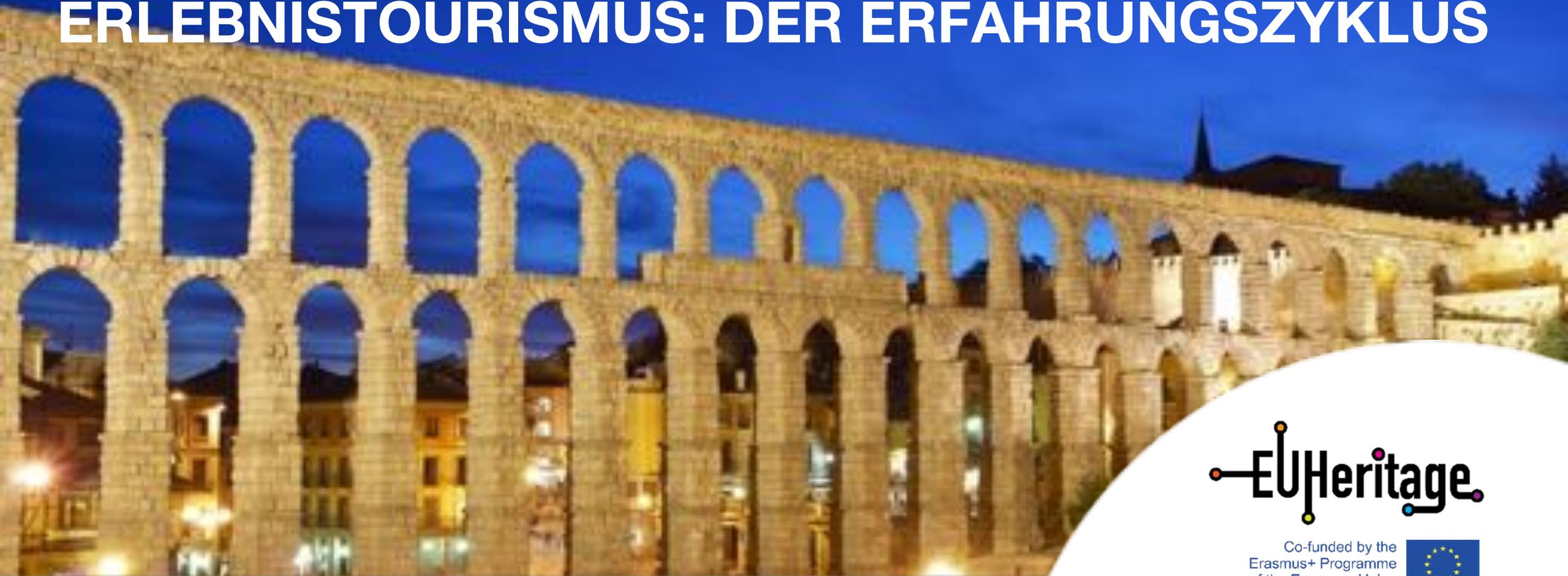


# EIN NEUES PARADIGMA FÜR DEN ERLEBNISTOURISMUS: DER ERFAHRUNGSZYKLUS



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



**Maurizio Götz**

Tourist Experience Design-Strategie

Code n. M1 Einheit2  
SU2.2



# Zusammenfassung & Ziele

In dieser Präsentation wird die Tourist Experience Design® Methodik vorgestellt.

Tourist Experience Design ist eine Methodik zur Innovation des Konzepts des touristischen Erlebnisses durch die Kombination von strukturierten Analyse- und Designmethoden und Werkzeugen für die kreative Innovation mit dem Ziel, das touristische Angebot für die verschiedenen Arten von Touristen zu differenzieren.



## Was Sie lernen werden (Lernergebnisse)

Am Ende dieser Präsentation werden Sie in der Lage sein:

- Das Konzept eines touristischen Erlebnisses zu verstehen
- Die Tourist Experience Design® Methodik zu verstehen
- Die Bedeutung der Long-Tail-Segmentierung zu verstehen
- Ein erlebnisorientiertes Konzept zu erstellen

## Hintergrund



### **Der touristische Massenmarkt stößt an seine Grenzen**

Touristen wollen einen **maßgeschneiderten Urlaub**, der auf ihren eigenen spezifischen Bedürfnissen, ihren Leidenschaften und ihren Träumen basiert

## Neuer Bedarf

Touristen suchen nicht danach, wie sie ankommen, wo sie schlafen oder wo sie essen können.



Sondern nach

**AKTIVITÄTEN**

oder noch besser

**ERFAHRUNGEN**



# Internet

- Im Internetzeitalter haben Reisende eine **noch nie dagewesene Anzahl von Optionen** zur Auswahl.
- Die im Internet verfügbaren Informationen **übersteigen bei weitem ihre Möglichkeiten, sich darauf zu konzentrieren**, so dass sie selektiver und spezifischer sind und keine allgemeinen Vorschläge machen.



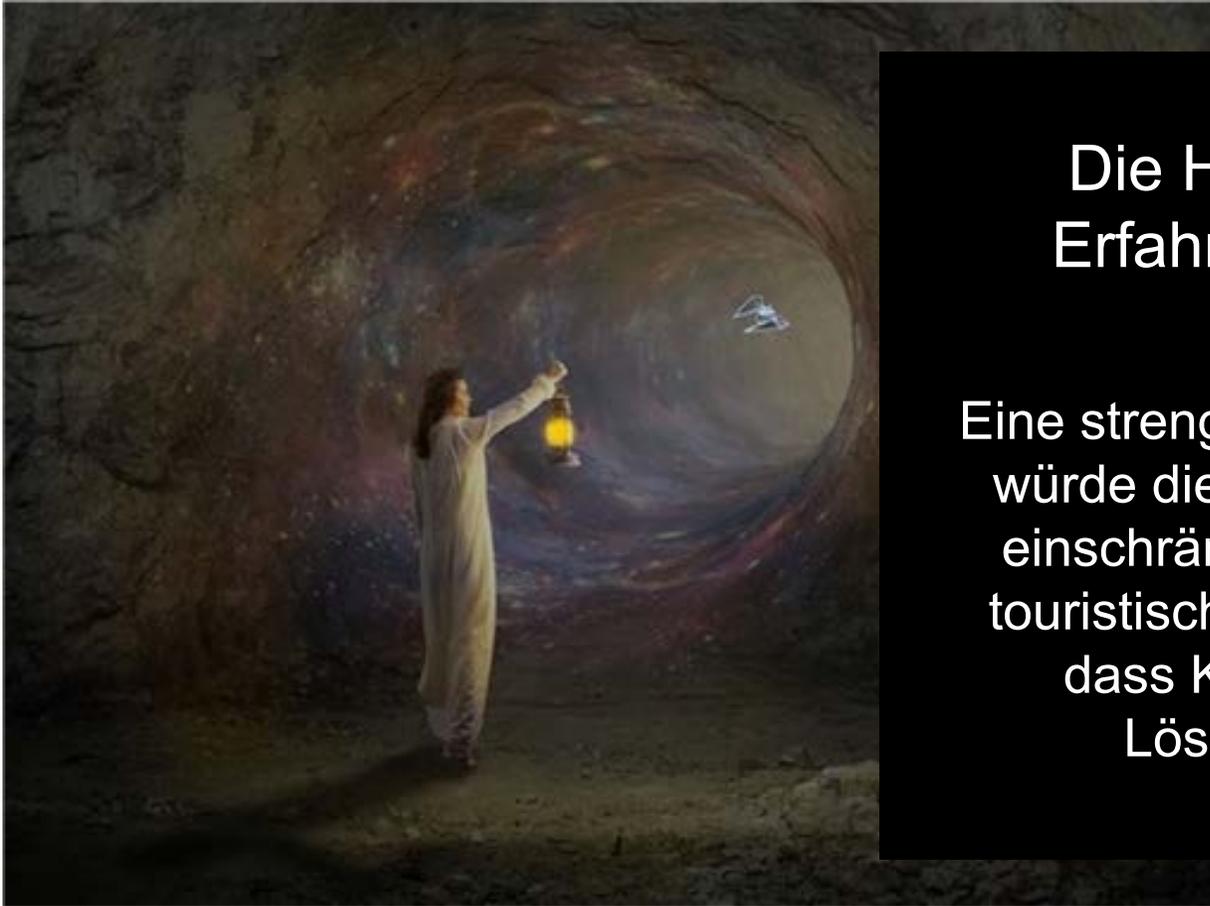
# Erfahrung ist eine Wahrnehmung



Erfahrungen sind komplexe Konstruktionen, die Gefahr laufen, trivialisiert zu werden

Es ist nutzlos, ein allgemeines "einzigartiges" Erlebnis zu definieren, sondern wichtiger, individuelle touristische Erlebnisse für verschiedene Reisende, die Sie ansprechen, zu gestalten.

# Reisen ist Erfahrung



Die Herausforderung beim "Schaffen" von Erfahrungen liegt darin, über das Bekannte hinauszugehen

Eine strenge Definition des Begriffs "Touristisches Erlebnis" würde die kreativen und ausdrucksstarken Möglichkeiten einschränken, die mit der Innovation des gegenwärtigen touristischen Angebots verbunden sind, und dazu führen, dass Konzeption und Umsetzung auf axiomatische Lösungen für solche Erlebnisse hinauslaufen.

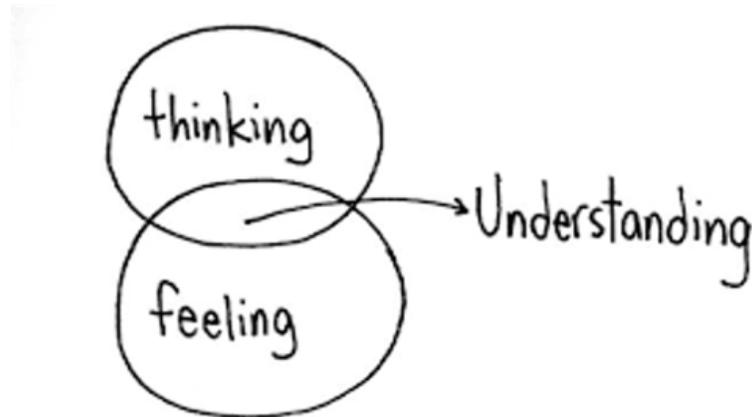
## Neue Marktchancen



Es gibt eine große Chance, spezifische touristische Erfahrungen für individuelle Reisende zu untersuchen und zu entwerfen, was Innovation, Differenzierung und Wettbewerbsvorteile für unser touristisches Angebot bringen würde.

# Den neuen Touristen verstehen

Die Definitionen des "konventionellen" Tourismus sind nicht zufriedenstellend.



Wir müssen uns eingehender fragen: "Wer sind unsere Touristen?" und "Was sind die Gründe für ihre Reise?"

Wir müssen uns auf das "gewollte Reisen" (Motivationstourismus) konzentrieren

# Touristisches Erlebnisdesign® - das Buch

Tourist Experience Design ist die Methodik für die Innovation im Konzept des touristischen Erlebnisses durch die Kombination von strukturierten Analyse- und Designmethoden und Werkzeugen für die kreative Innovation mit dem Ziel, das touristische Angebot für die verschiedenen Arten von Touristen zu differenzieren.



# Die Methodik der Touristisches Erlebnisdesign ®

- 1 Wettbewerbsanalyse der einzigartigen und unverwechselbaren Elemente des Wertangebots
- 2 Long Tail Segmentierung
- 3 Definition der Erlebnisstrategie für Segmente und WOW-Elemente
- 4 Definition des erweiterten Erfahrungszyklus und der Erfahrungspunkte
- 5 Detaillierte Gestaltung der Erlebnispunkte

# 1. Wettbewerbsanalyse der einzigartigen und unverwechselbaren Elemente des Wertangebots

- Identifizierung der **Merkmale des Reiseziels** und des Umweltkontextes, in den sie eingebettet sind
- Die wichtigsten **Angebots Elemente** (z. B. Attraktivität, Infrastrukturen, Dienstleistungen usw.)
- Stark **ausgeprägte** oder **einzigartige Elemente**, die ein Reiseziel charakterisieren
- Die **Motivation** der Touristen, diese Elemente zu besuchen
- Elemente, die die **Identität des Gebiets** und seiner Bewohner prägen (Kultur, Traditionen, Geschichte)
- **Grad der Anerkennung**
- **Rezeptionskultur** und Verbreitung dieser Kultur auf lokaler Ebene
- **Zufriedenheit der Touristen**
- Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken
- **Assoziationen** und **Attribute** des Reiseziels aus der Sicht der Stakeholder und Märkte

# 1. Wettbewerbsanalyse der einzigartigen und unverwechselbaren Elemente des Wertangebots

Die erste Phase der Methodik umfasst folgende Schritte:

- die **Analyse der touristischen Angebote** und der "**Berufung**"
- die **Benchmark der Wettbewerber**,

um die **einzigartigen und unverwechselbaren Elemente** hervorzuheben und zu vervollständigen, um mögliche Interpretationen der verschiedenen touristischen Angebote zu liefern, die Themen und Modi der Kontextualisierung vorschlagen.

Für komplexe Angebote, wie die von Reisezielen, wird die Wettbewerbsanalyse auf der Grundlage verschiedener identifizierter Angebotselemente entwickelt

Irland:

Visuelle Darstellung  
von ikonischen  
Elementen





## 2. Long Tail Segmentierung

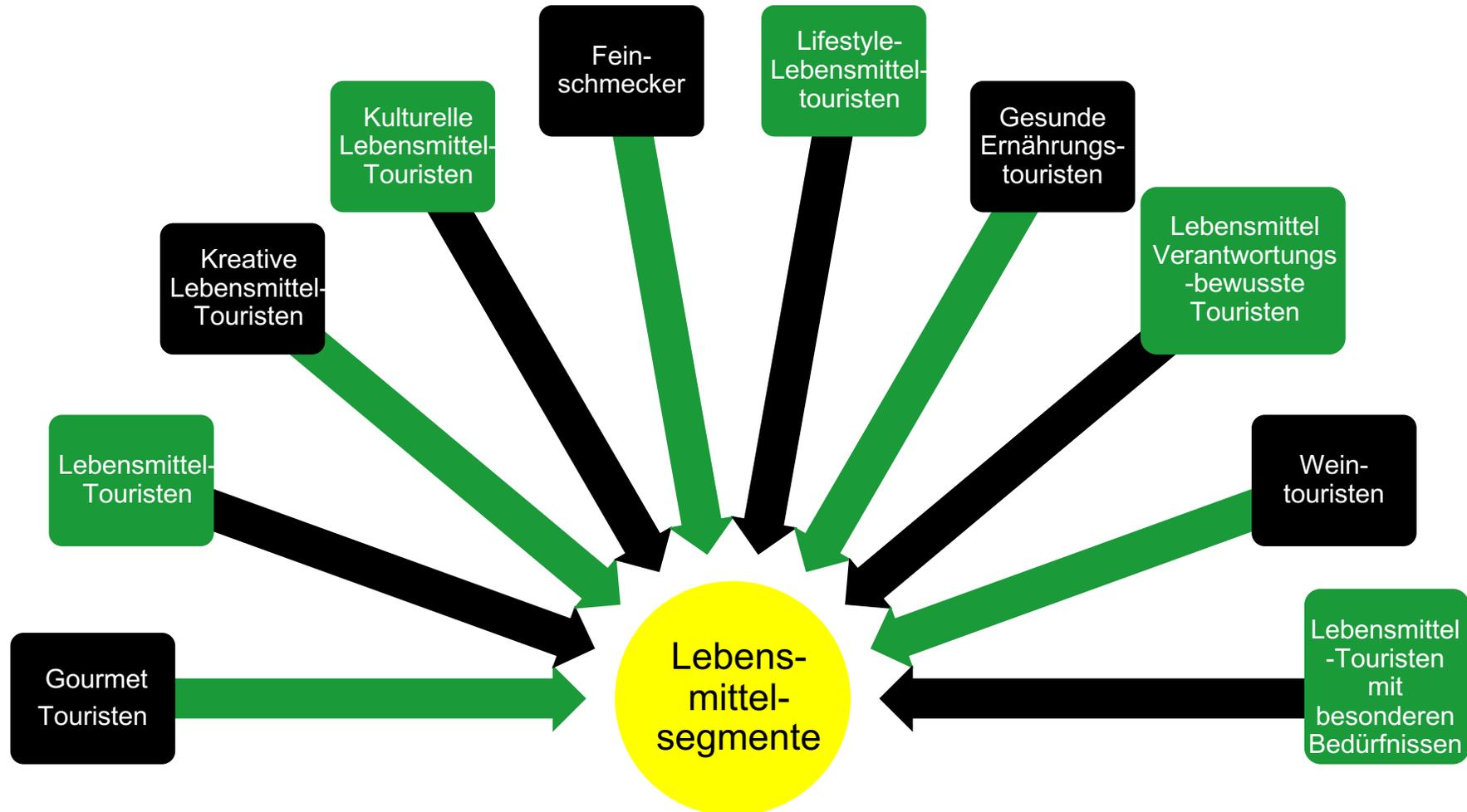
Die **richtige Segmentierung** ist entscheidend, um den Markt erfolgreich anzusprechen und das touristische Angebot und die Webkommunikation gezielt zu diversifizieren.

Wir haben uns vom Massentourismus, der undifferenziert und allgemein ist, zum "**persönlichen Tourismus**" entwickelt, der stark auf die spezifischen Bedürfnisse und Wünsche von Nischen- und Sondersegmenten von Touristen ausgerichtet ist.

## Auf dem Weg zum "persönlichen Tourismus"

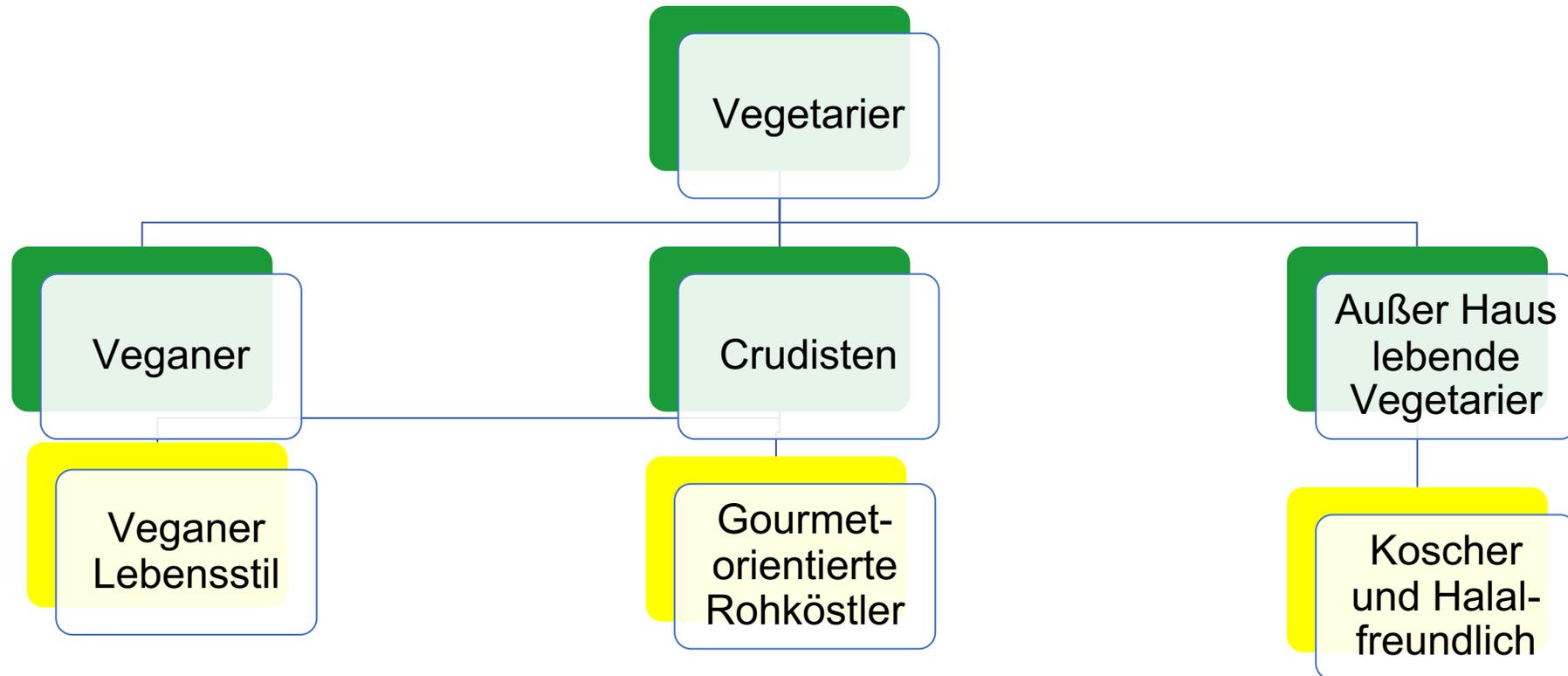
- Es ist notwendig, die derzeitige Marktsegmentierung einer kritischen Neubewertung zu unterziehen und die erforderlichen Maßnahmen zu ergreifen:
  - das Segment zu erweitern (**Segmenterweiterung**), d.h. potenzielle neue Segmente zu identifizieren, an die sich das Angebot richtet,
  - und zur Anreicherung der Segmente (**Segment Enrichment**), um die Merkmale der Segmente genauer zu bestimmen und das touristische Angebot und seine Webkommunikation anzupassen.

# Segmentenerweiterung: z. B. - neue Lebensmittel-Segmente



# Segmentanreicherung

ex: Vegetarier, neue Teilsegmente



### 3. Definition der Erlebnisstrategie für Segmente und WOW-Elemente

- Für die Segmente, die bei der Neubewertung der Segmentierung identifiziert wurden, definieren wir dank der neu gewonnenen Informationen die **grundlegenden Strategien für unvergessliche Erlebnisse (das Erlebniskonzept)** und wir definieren die **"WOW-Elemente"**, die spezifischen Elemente der Angebotsdifferenzierung, die bei den Touristen Überraschung, Zufriedenheit und Begeisterung auslösen (was sie "WOW" sagen lässt)

# Das erlebnisorientierte Konzept

Das Erlebniskonzept etabliert sich:

- Aus dem, was das unverwechselbare Erlebnis unseres Angebots für die von uns definierten Segmente und Untersegmente im Vergleich zu unseren Wettbewerbern ausmacht
- Aus der Art und Weise, in der diese Erfahrung gemacht wird



## Das erlebnisorientierte Konzept

Durch Erlebniskonzept(e) definiert die Tourismusorganisation jedes Erlebnissegment:

- **Anbietende Systeme**
- **Umgebungen**
- **Interaktionsprozesse**
- **Verhaltensweisen**
- **Ergebnisse**

# Romantische Flucht für ein junges, veganes Radlerpaar



Das Erlebniskonzept stellt das "ideale Reiseerlebnis" für ein bestimmtes Touristensegment dar

## 4. Definition des erweiterten Erfahrungszyklus und Erfahrungspunkte

Das touristische Erlebnis ist ein Prozess, der sich lange vor dem eigentlichen Genuss des touristischen Angebots vor Ort entwickelt und danach weitergeht. Der **erweiterte Erlebniszyklus** beginnt, wenn der Reisende den Wunsch hat zu reisen und er beginnt, sich zu informieren, und setzt sich bis nach dem Ende der Reise durch Erinnerungen und den Austausch von Eindrücken über seine sozialen Netzwerke fort.

Unter diesem Gesichtspunkt ist der **erweiterte Erfahrungszyklus** in drei Phasen unterteilt:

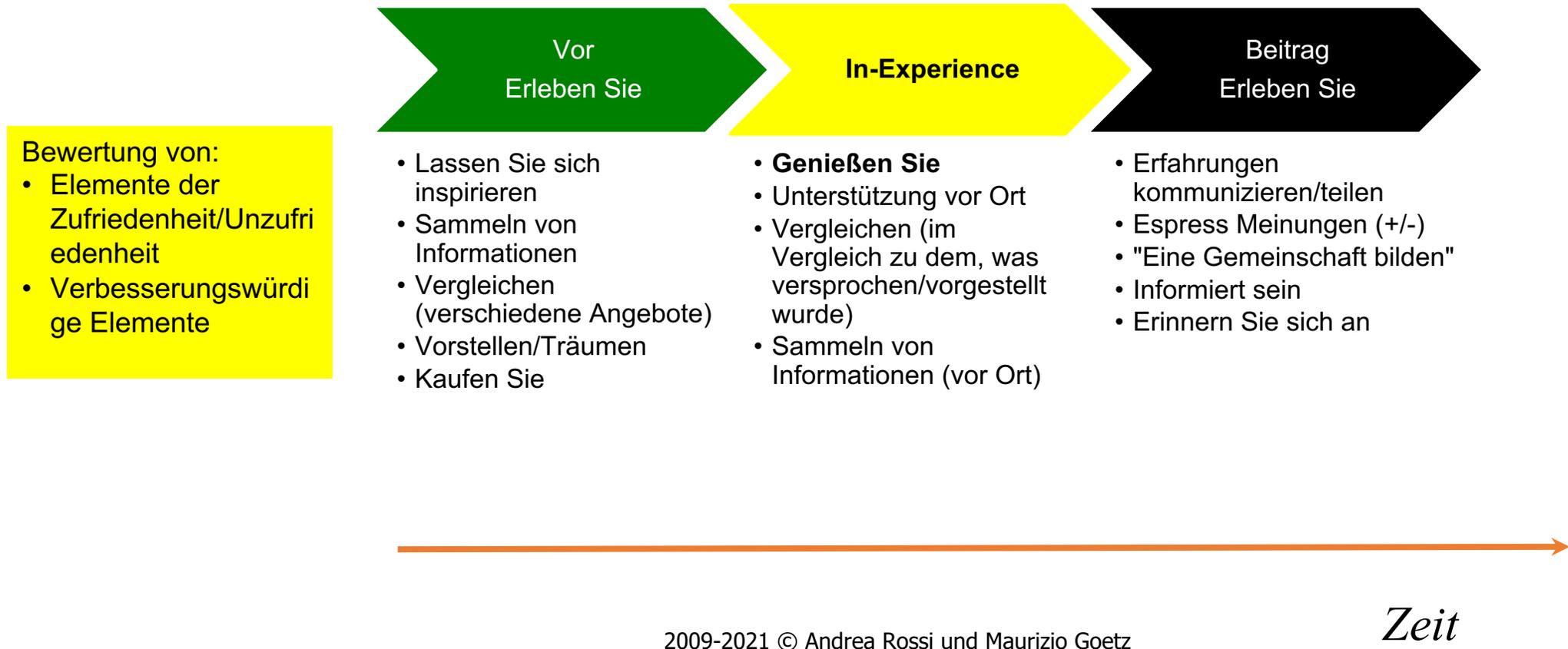
- **Vorerfahrungen**
- **Erleben**
- **Post-Experience**

## 4. Definition von Extended Experience Cycle und Erlebnispunkte

Es ist daher wichtig, die drei Phasen des **erweiterten Erlebniszyklus** zu analysieren, um den Touristen kontinuierlich ein unvergessliches Erlebnis zu bieten.

Die vierte Phase der Methodik umfasst daher die Analyse und Kartierung des **erweiterten Erlebniszyklus**, wobei insbesondere die "**Erlebnispunkte**" ermittelt werden, d. h. die Elemente, mit denen der Tourist in Kontakt kommt, um das Erlebnis zu genießen, sowohl während der Reise und vor Ort als auch im Internet

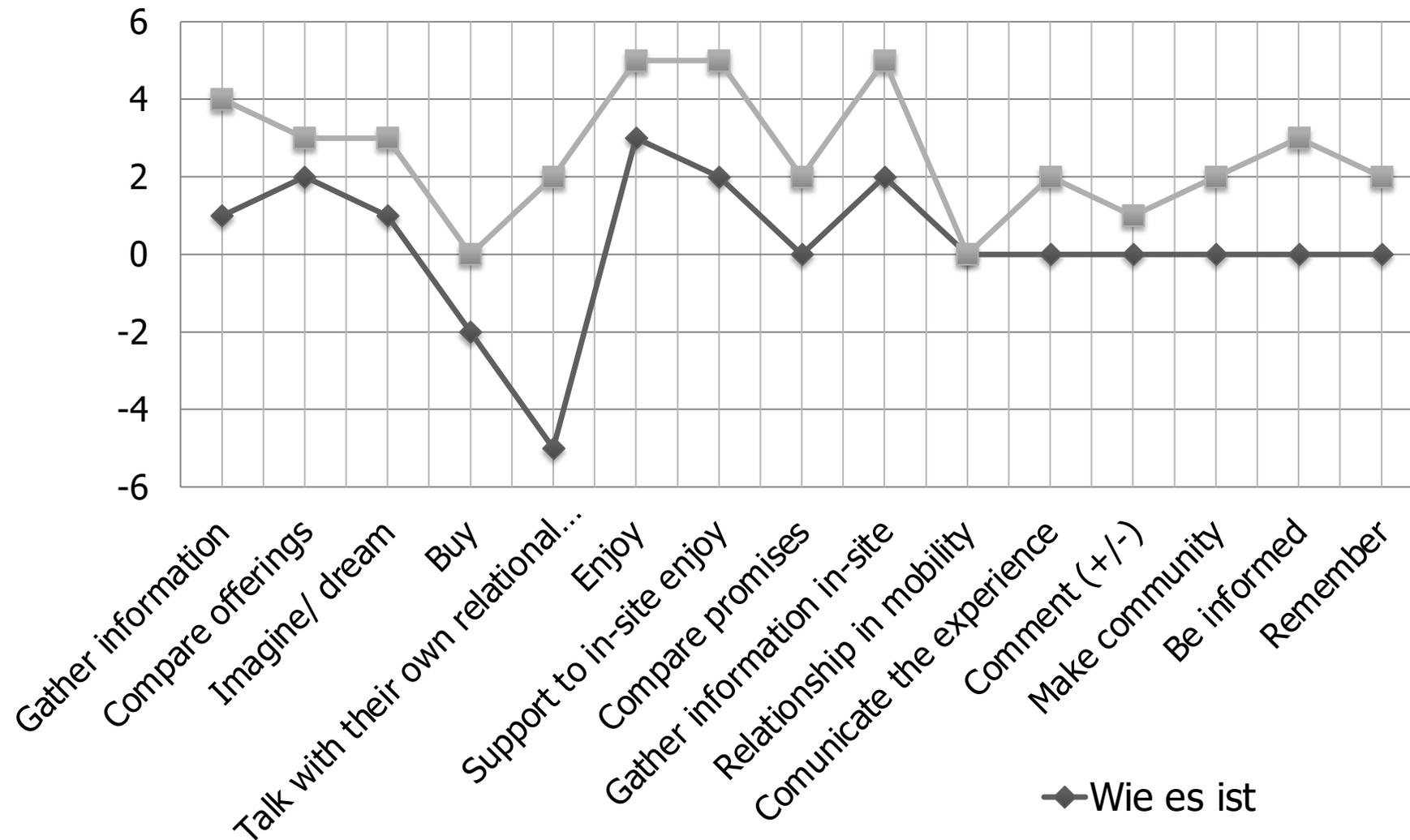
# Der erweiterte Erfahrungszyklus



## 5. Detaillierte Gestaltung der Erlebnispunkte

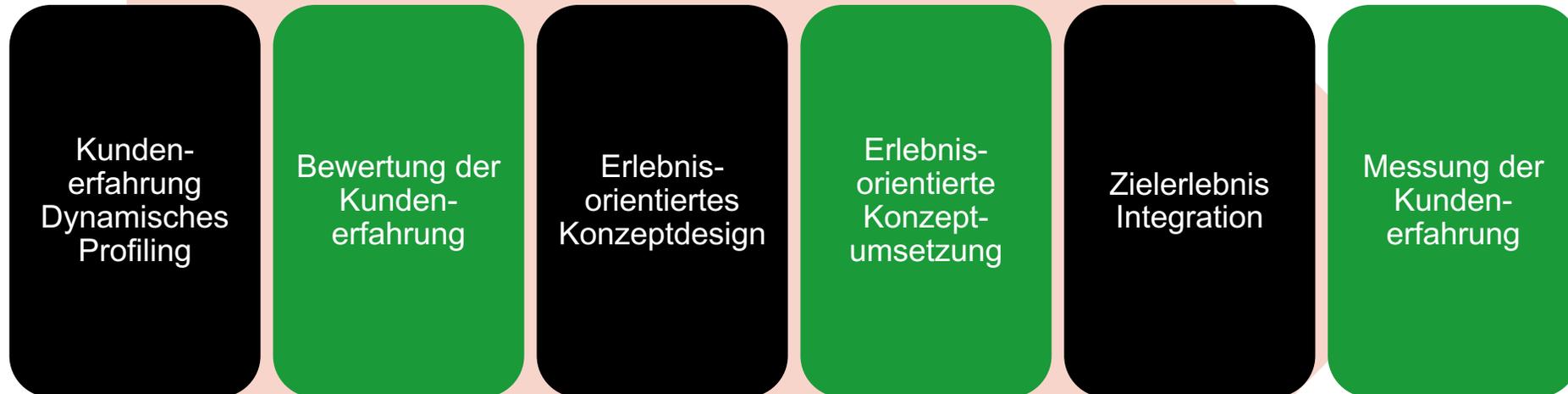
- Die letzte Phase der Methodik besteht aus der detaillierten Gestaltung der "**Erlebnispunkte**" des **erweiterten Erlebniszyklus** für die ausgewählten Segmente, indem die definierten Strategien, **Erlebniskonzepte** und **WOW-Elemente** im Detail auf jeden (relevanten) "Erlebnispunkt" angewendet werden

# Analyse der Erfahrungspunkte



# Ein touristisches Erlebnis schaffen

Ein touristisches Erlebnis ist ein Prozess, der um den Touristen herum gestaltet werden kann, um ein "Erlebniskonzept" zu schaffen, das für jedes Touristensegment als relevant und einprägsam angesehen wird.



# ABSCHNITT 3

Offene Fragen  
& Hinweise





# Übungen

Nachfolgend zwei verschiedene Übungen zum Üben und Testen des Gelernten und des Verständnisses über:

- Das erlebnisorientierte Konzept: Übung 1
- Die Erfahrungspunkte: Übung 2

**Sie können die folgenden Folien ausdrucken und allein oder mit Ihrem Team üben.**

## Übung 1: das erlebnisorientierte Konzept

Verstehen Sie die unterschiedlichen Motivationen der verschiedenen Teilesegmente von Radtouristen, indem Sie die Bilder betrachten und in einem kurzen Absatz das Erlebniskonzept für jedes Teilesegment beschreiben.



# Übung 1 - Teilbereich 1

Erlebnisorientiertes Konzept

---

---

---

---

---

---

---

---



# Übung 1 - Teilbereich 2

Erlebnisorientiertes Konzept

---

---

---

---

---

---

---

---



# Übung 1 - Teilbereich 3

## Erlebnisorientiertes Konzept

---

---

---

---

---

---

---

---



# Übung 1 - Teilbereich 4

Erlebnisorientiertes Konzept

---

---

---

---

---

---

---

---



# Übung 1 - Teilbereich 4

Erlebnisorientiertes Konzept

---

---

---

---

---

---

---

---



## Übung 2: Definition der WOW-Elemente

Betrachten Sie die verschiedenen Bilder und beschreiben Sie die verschiedenen WOW-Elemente, die mit jedem spezifischen Essenserlebnis verbunden sind (Ort, Menschen, Service, Anlass)

Was könnte diese Mahlzeit zu einem unvergesslichen Erlebnis machen?



# Übung 2 - Erfahrung A

Wow-Elemente

---

---

---

---

---

---

---

---





# Übung 2 - Erfahrung B

Wow-Elemente

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----



# Übung 2 - Erfahrung C

Wow-Elemente

---

---

---

---

---

---

---

---



# Übung 2 - Erfahrung D

## Wow-Elemente

---

---

---

---

---

---

---

---

### MENU & NUTRITION

From Breakfast Scramblers and our signature Grilled Panini to hand-tossed salads and pastas, we're bringing you fresh ingredients every day in ways you can't resist.

[Print Menu](#)

[Print Nutrition Information](#)

BROWSE BY: 100 COMBOS UNDER 600 CALORIES FILTERS 0 selected

#### 100 COMBOS UNDER 600 CALORIES

With more than 100 delicious Corner Combos under 600 calories, eating healthy just got a lot easier ... and more flavorful. Explore all the tasty possibilities.



**SO MANY CHOICES, SO FEW CALORIES!**

Uptown Turkey Sandwich & Roasted Tomato Basil Soup



# Übung 2 - Erfahrung E

Wow-Elemente

---

---

---

---

---

---

---

---



# Übung 2 - Erfahrung F

Wow-Elemente

-----

-----

-----

-----

-----

-----



# Übung 2 - Erfahrung G

## Wow-Elemente

---

---

---

---

---

---

---

---





# Übung 2 - Erfahrung H

Wow-Elemente

---

---

---

---

---

---

---

---



# Übung 2 - Erfahrung I

Wow-Elemente

---

---

---

---

---

---

---

---



# Offene Fragen und Überlegungen

Was ist eine touristische Erfahrung?

Was ist ein erlebnisorientiertes Konzept?

Wie können Sie verschiedene Wow-Elemente in einem touristischen Erlebnis gestalten?





## Die wichtigsten Erkenntnisse

Bei dieser Präsentation ging es um die Gestaltung eines touristischen Erlebnisses

Jetzt, wo Sie den Film gesehen haben, sollten Sie dazu in der Lage sein:

- Untersegmentierung des Marktes
- Definieren Sie ein erlebnisorientiertes Konzept
- Definieren Sie die "Wow"-Elemente eines touristischen Erlebnisses
- Gestalten Sie ein unvergessliches touristisches Erlebnis



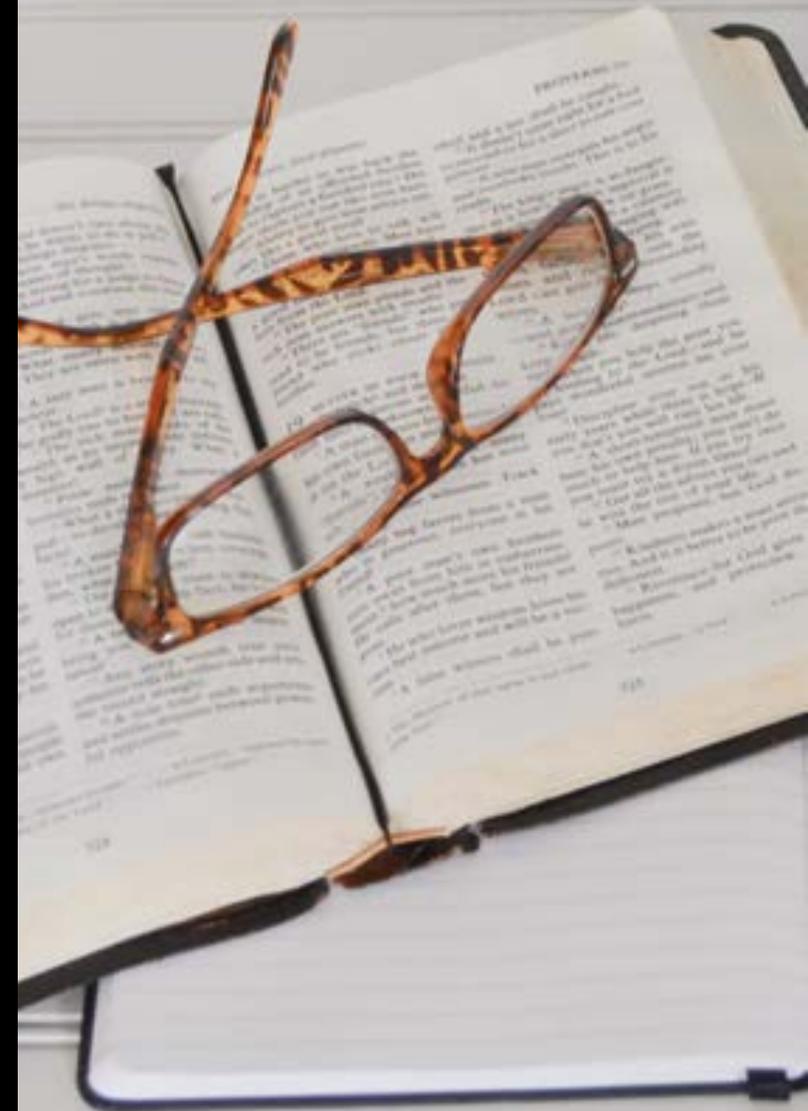
**Schließender  
Abschnitt**

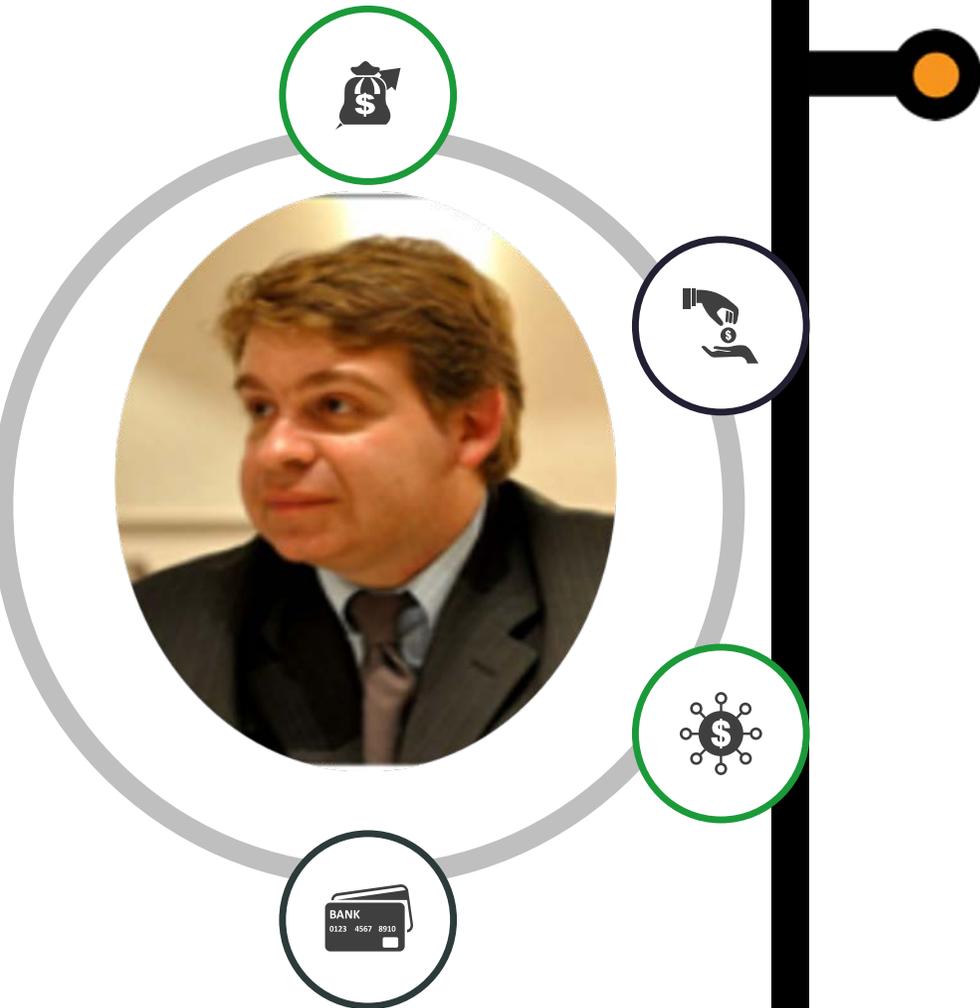
## Liste der Referenzen

[https://www.academia.edu/2060530/Tourism\\_Experience\\_Design\\_Some\\_Recent\\_Research\\_by\\_Noel\\_Scott\\_and\\_Peiyi\\_Ding](https://www.academia.edu/2060530/Tourism_Experience_Design_Some_Recent_Research_by_Noel_Scott_and_Peiyi_Ding)

[https://www.researchgate.net/publication/266732531\\_Toward\\_a\\_Theoretical\\_Foundation\\_for\\_Experience\\_Design\\_in\\_Tourism/figures?lo=1](https://www.researchgate.net/publication/266732531_Toward_a_Theoretical_Foundation_for_Experience_Design_in_Tourism/figures?lo=1)

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13032917.2019.1668727>





## Autoren & Credits

Maurizio Götz

E-Mail

[maurizio.goetz@imaginationdesigncoaching.com](mailto:maurizio.goetz@imaginationdesigncoaching.com)



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

Projektnummer  
601073-EPP-1-2018-1-IT-EPPKA2-SSA

Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung trägt allein der Verfasser; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.



Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons

Attribution-Noncommercial-ShareAlike 4.0 International License  
(CC BY-NC-SA 4.0)

[www.euheritage.eu](http://www.euheritage.eu)

