

Stakeholder-Veranstaltung

09. Dezember 2024

Trendgespräche

Zukunfts- und Innovationsprojekt für die Berliner Visitor Economy

Ein partizipativer Foresight-Prozess



Inhalt

Projektvorstellung

- Projektteam
- Projektinhalt

Einführung Strategic Foresight

- Was ist Strategic Foresight?
- Welche Ziele verfolgt Strategic Foresight?
- Was ist Strategic Foresight nicht?
- Warum betreiben wir Strategic Foresight?
- Wie betreiben wir Strategic Foresight (in diesem Projekt)?

Trendebenen

- Megatrends
- Trends
- Beispieltrend



ZUKUNFTS- UND INNOVATIONSPROJEKT

Projektvorstellung

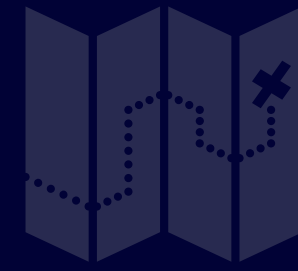
PROJEKTTEAM



4strat ist auf **Foresight**

Tools und Prozesse

spezialisiert und unterstützt
öffentliche und private Akteure
in der Durchführung
strategischer Vorausschau



dwif ist auf strategische

Tourismusentwicklung und

Stakeholder-Prozesse

spezialisiert und berät
Akteure der deutschen
Tourismuslandschaft



Prof. Dr. Eric Horster ist auf

touristisches Innovations-

management spezialisiert

und arbeitet mit
wissenschaftlichen und
praktischen Ansätzen

PROJEKTTEAM

4strat



Birthe Menke, PhD

Senior Foresight Consultant

Head of Strategic Partnerships

→ PROJEKTLEITUNG



Nike Sudikatis

Foresight Consultant

PROJEKTTEAM

dwif



Maike Berndt

Geschäftsführerin

Leitung Destinationsmanagement



Elena Schmidt

Senior Consultant



Prof. Dr. Eric Horster

Professor (FH Westküste)

Vorstandsmitglied DIT

PROJEKTTEAM

Think Tank Zukunft



Allgemeine Fragestellungen

1. Welche sind die für die Berliner Visitor Economy wichtigsten Trends?

→ 2024

2. Welchen Gestaltungsraum in Bezug auf zukünftige Entwicklungen haben Akteur:innen?

→ 2025

Allgemeine Fragestellungen

1. Welche sind die für die Berliner Visitor Economy wichtigsten Trends?

- Wie sind diese zu bewerten?
- Welche Unsicherheiten sind mit diesen Entwicklungen verbunden?
- Wie wirken sie sich auf den Berlin-Tourismus und die Veranstaltungsbranche der Stadt aus?
- Was folgt daraus?

ZUKUNFTS- UND INNOVATIONSPROJEKT

Strategic Foresight

Was ist Strategic Foresight?

- “Strategische Vorausschau”
- Systematische Auseinandersetzung mit alternativen Zukünften
 - Beobachtungen von Entwicklungen in der Gegenwart
 - Antizipation möglicher zukünftiger Entwicklungspfade
 - Erwägung von unterschiedlichen Zukunftsbildern und Szenarien
 - Ableitung von Handlungsoptionen

Welche Ziele verfolgt Strategic Foresight?

- Frühzeitige Kenntnis von aufkommenden Entwicklungen
- Einschätzung verbundener Chancen und Risiken
- Unterstützung fundierter, nachhaltiger Entscheidungen
- Aktive Gestaltung einer wünschenswerten Zukunft

Was ist Strategic Foresight nicht?

Die konkrete Vorhersage einer einzigen, vermeintlich sicheren Zukunft

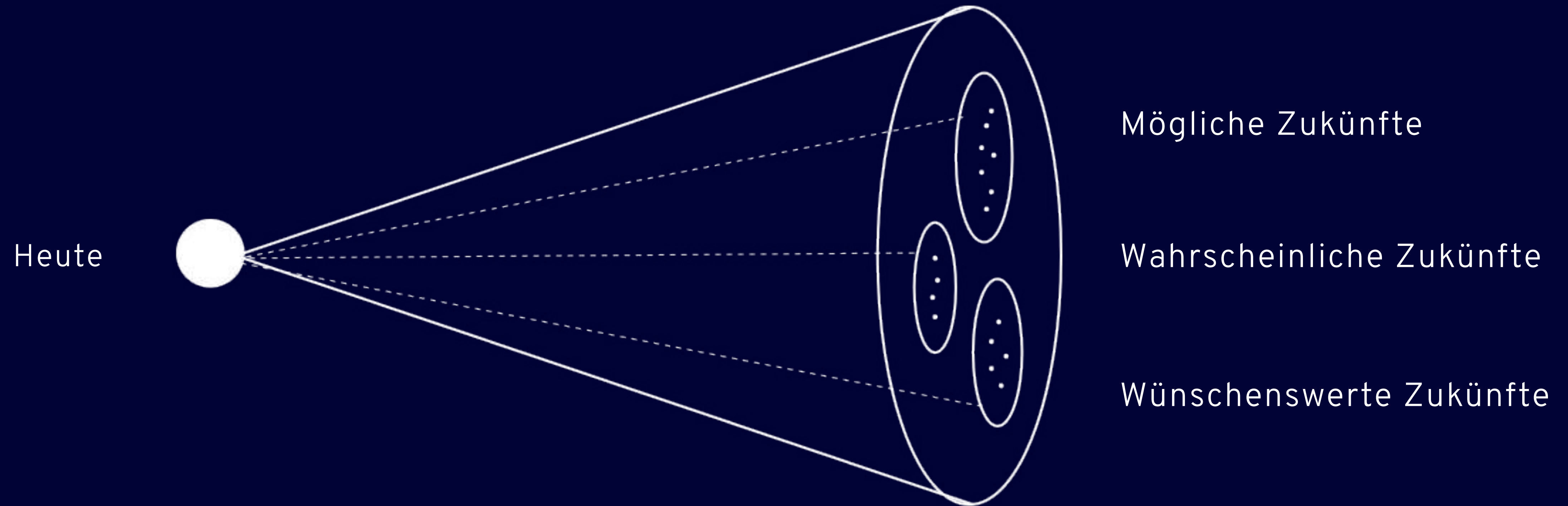
Warum betreiben wir Strategic Foresight?

Weil die Zukunft nicht vorherbestimmt ist, sondern durch Entscheidungen und Handlungen der Gegenwart geschaffen wird.

Weil viele Faktoren und Entwicklungen den Ausgang der Zukunft bestimmen und wir auf viele dieser Faktoren und Entwicklungen Einfluss nehmen können.

Weil es nicht die eine Zukunft gibt, sondern viele alternative Zukünfte, die auf unterschiedlichen Wegen erreicht werden können.

Warum betreiben wir Strategic Foresight?



Vereinfachte Darstellung in Anlehnung an:

Voros, J. (2003). A generic foresight process framework, Foresight, 5 (3), pp. 10-21. DOI: 10.1108/14636680310698379

Wie betreiben wir Strategic Foresight?



ZUKUNFTS- UND INNOVATIONSPROJEKT

Trendebenen

Megatrends

Ein Megatrend ist eine übergeordnete, langfristige Entwicklung, die einen weitreichenden Einfluss auf Politik, Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft hat.

Megatrends beschreiben Veränderungen, die über mehrere Jahrzehnte hinweg anhalten und sehr tiefgreifend sind, wie beispielsweise:

- Globalisierung und Deglobalisierung
- Tourismusspezifisch: Die zunehmende Individualisierung von Erlebnissen

Trends

Ein Trend ist eine mittel- bis langfristige, konkrete Veränderung oder Entwicklung innerhalb einer bestimmten Branche, Gesellschaft oder Kultur.

Trends reflektieren gesellschaftliche Phänomene und häufig bestimmte Verhaltensweisen von Individuen oder Gruppen, wie beispielsweise:

- Zunahme von TV-inspirierten Reisen
- Steigende Beliebtheit von tierfreundlichen Unterkünften

Beliebtheit von tierfreundlichen Unterkünften

“Immer mehr Reisende möchten ihre Haustiere mit in den Urlaub nehmen. Hotels und Ferienwohnungen reagieren darauf, indem sie spezielle Annehmlichkeiten für Tiere anbieten, wie Hundebetten, Futterstationen und sogar Aktivitäten. Dies ermöglicht es Reisenden, ihren Urlaub mit den geliebten Vierbeinern zu genießen, und fördern ein stressfreies Reiseerlebnis für Mensch und Tier.”



ZUKUNFTS- UND INNOVATIONSPROJEKT

Nächste Schritte

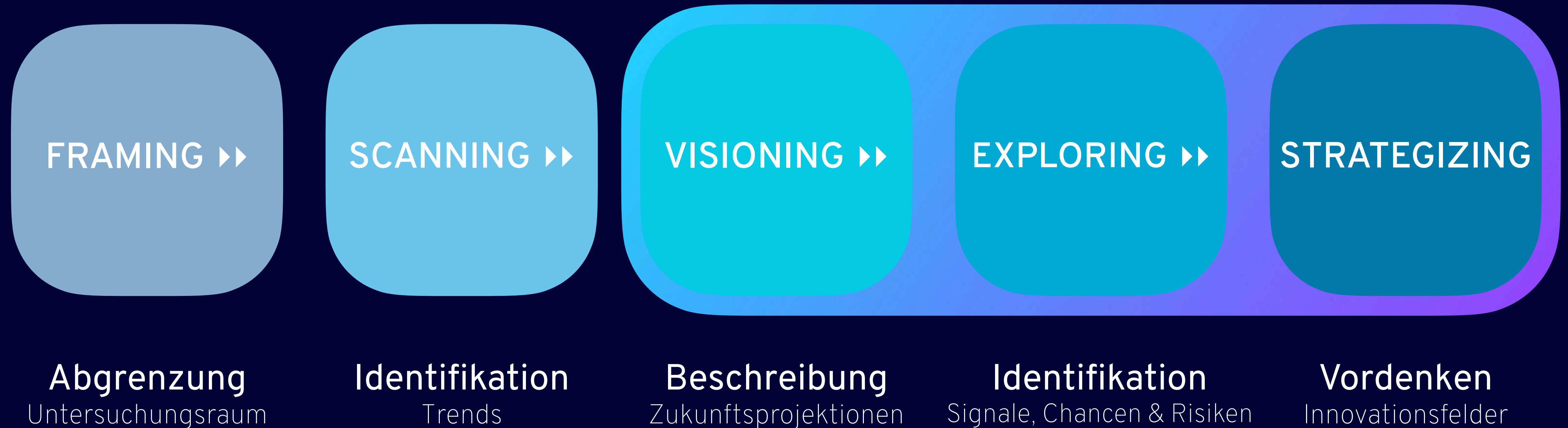
2024

Nächste Schritte

- Analyse der Ergebnisse der heutigen Gespräche
- Finalisierung und Publikation des diesjährigen Trendreports
- Fortführung der Scanning Phase

2025

Nächste Schritte



ab 2025

ZUKUNFTS- UND INNOVATIONSPROJEKT

**Bis zur nächsten
Stakeholder-Veranstaltung
im Jahr 2025!**