

Stakeholder-Veranstaltung
09. Juli 2025
Wünschenswerte Zukunftsbilder

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)?

Was bisher geschah

- Einsatz einer Foresight Plattform
- Etablierung eines Think Tanks
- Durchführung der ersten Stakeholder-Veranstaltung
- Erstellung eines Trendreports
- Identifikation von Schlüsselfaktoren, die auf die Visitor Economy einwirken
- Kombination der Schlüsselfaktoren zur Erkundung von Szenariofeldern

Wie es in der dritten Stakeholder-Veranstaltung weiterging

- Entwicklung von Visionen wünschenswerter Zukünfte der Berliner Visitor Economy



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**

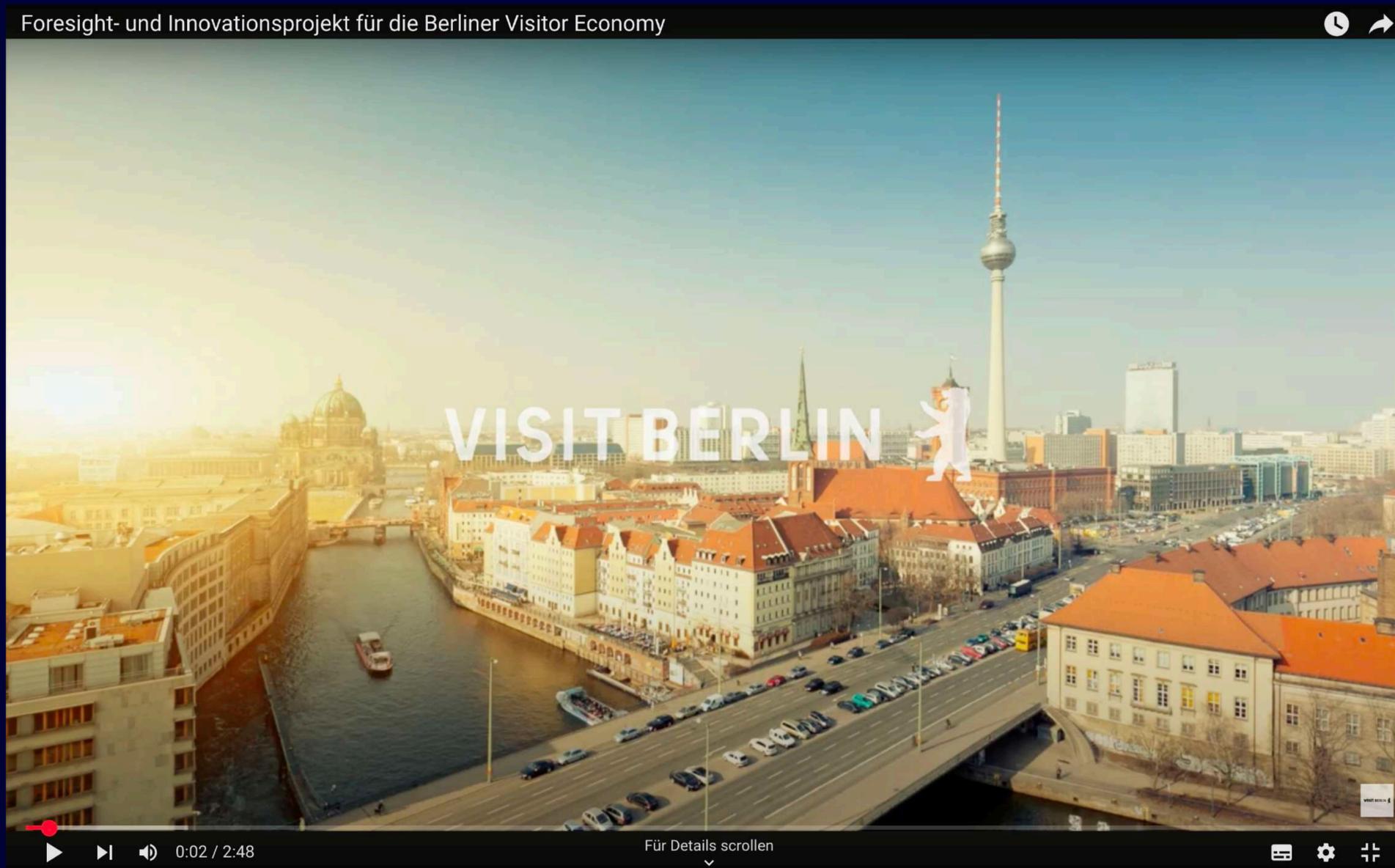
spezialisiert und berät
Akteure der deutschen
Tourismuslandschaft



Prof. Dr. Eric Horster ist auf
**touristisches Innovations-
management** spezialisiert
und arbeitet mit
wissenschaftlichen und
praktischen Ansätzen

ZUKUNFTS- UND INNOVATIONSPROJEKT

Projektvideo



Allgemeine Fragestellungen

Welche sind die für die Berliner Visitor Economy wichtigsten Trends?

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

Zielsetzungen

1. Identifikation von **EINFLUSSFAKTOREN** auf die Berliner Visitor Economy
2. Erstellung von realistisch-optimistischen **ZUKUNFTSBILDERN** der Berliner Visitor Economy
3. Ableitung von gemeinsamen **INNOVATIONSZIELEN** und strategischen Handlungsfeldern

ZUKUNFTS- UND INNOVATIONSPROJEKT

Strategic Foresight

Was ist Strategic Foresight?

“Strategische Vorausschau” = Systematische Auseinandersetzung mit der Zukunft

- 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

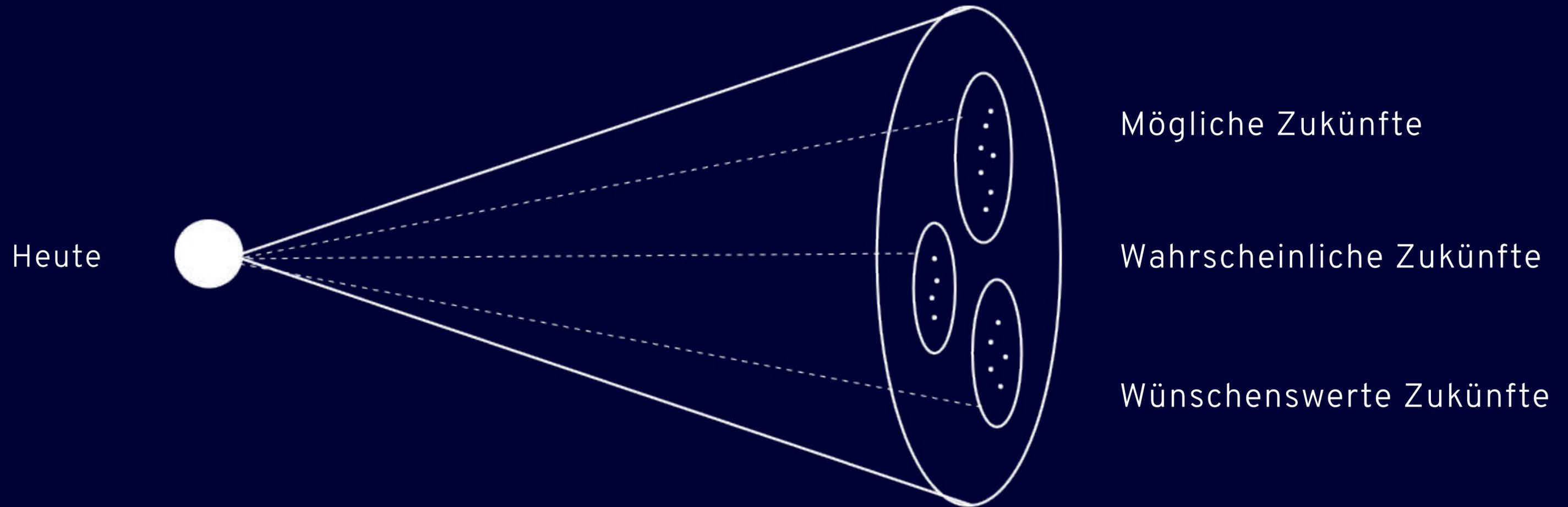
Warum betreiben wir Strategic Foresight?

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

Warum betreiben wir Strategic Foresight?



Wie betreiben wir Strategic Foresight?



ZUKUNFTS- UND INNOVATIONSPROJEKT

Was bisher geschah

WAS BISHER GESCHAH

Rückblick auf die Framing & Scanning Phasen



WAS BISHER GESCHAH

Einsatz einer Plattform: 4strat's Foresight Strategy Cockpit

The screenshot displays the 'FSC' (Foresight Strategy Cockpit) interface for a project titled 'W | Zukunfts- & Innovationsprojekt'. The main content area shows '10 Ergebnisse' (10 Results) in a grid format. Each result is a 'Trend' card with a representative image, a title, a date, and a brief description. The trends include:

- Deutsche Clubkultur steht vor wirtschaftlichen Herausforderungen** (06.02.2025, 15:36): Berlin is known for its club culture, but clubs face economic challenges.
- Coolness wirkt als Anziehungsfaktor im Städtetourismus** (28.01.2025, 09:37): Cool cities are attractive to tourists due to their authenticity and unique character.
- Nachhaltigkeit wird als wichtiger Aspekt im Städtetourismus wahrgenommen** (28.01.2025, 09:44): Tourists increasingly value ecological and social sustainability in urban tourism.
- Eintauchen in die städtische Subkultur wird zum eigenen Reisemotiv** (28.01.2025, 09:46): Travelers are moving away from classic zones to explore local subcultures.
- Preis-Leistungs-Verhältnis ist Entscheidungskriterium im Städtetourismus** (28.01.2025, 09:33): Travelers increasingly value a good price-performance ratio and are more price-sensitive.

The interface also features a sidebar with navigation options like 'Home', 'Erstellen', and 'Suchen', and a bottom section with 'Workspace erstellen' and 'Sortierung' options.

Zur Durchführung von:

- Trend Scouting
- Trendbewertung
- Environment Scanning
- Horizon Scanning

WAS BISHER GESCHAH

Etablierung eines Expert:innen Think Tank



Mit Vertreter:innen von:

Berlin Event Network

Clubcommission

DEHOGA Berlin

INTOURA

SenWEB

visitBerlin Partnerhotels

visitBerlin

WAS BISHER GESCHAH

Trendgespräche in der ersten Stakeholder-Veranstaltung



Mit Fokus auf:

Trendbewertung

Top Trend Priorisierung

WAS BISHER GESCHAH

Erstellung der ersten Veröffentlichung



Bestandsaufnahme von:

Megatrends

Touristische Megatrends

10 Top Trends

WAS BISHER GESCHAH

Rückblick auf die Visioning & Exploring Phasen



WAS BISHER GESCHAH

Identifikation von Einflussfaktoren



Bestandsaufnahme von Einflussfaktoren, die die Rahmenbedingungen und das Umfeld für die Entwicklung der Berliner Visitor Economy definieren und Priorisierung von zentralen Schlüsselfaktoren

Priorisierung von Schlüsselfaktoren

1. Vereinbarkeit von Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit (Umfeld: Wirtschaft)
2. Gestaltung des Arbeitsmarktes (Umfeld: Wirtschaft)
3. Verschiebung der Weltordnung (Umfeld: Politik)
4. Sicherheitsbedürfnis in der Polykrise (Umfeld: Politik)
5. Gesellschaftliche Entwicklung durch künstliche Intelligenz (Umfeld: Technologie)
6. Verständnis von Daten als Ressource (Umfeld: Technologie)
7. Bedeutung zwischenmenschlicher Beziehungen (Umfeld: Gesellschaft)
8. Gesellschaftliche Teilhabe durch mobile Endgeräte (Umfeld: Gesellschaft)

Erkundung multipler Szenariofelder



WAS BISHER GESCHAH

Erarbeitung von Szenarioskizzen



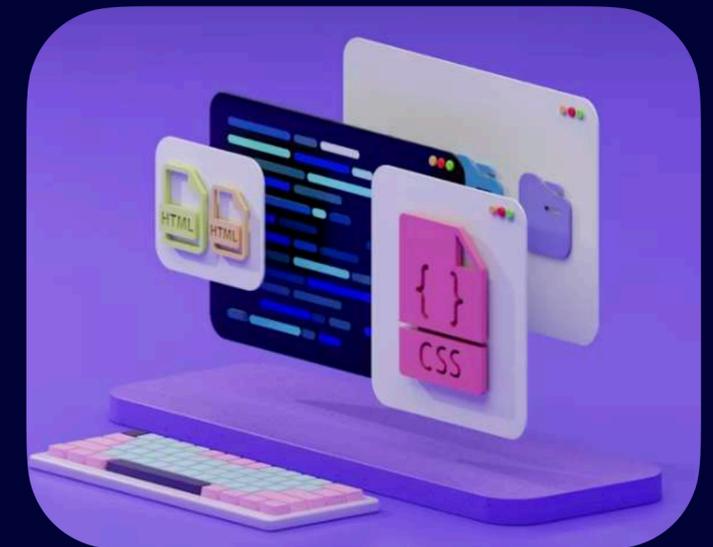
Künstliche Intelligenz ermöglicht hyper-personalisierte lokale Freizeitgestaltung in Berlin



Mobile Endgeräte sind Wegbereiter für neue analoge Erlebnisse und persönliche Begegnungen



Automatisierung stärkt den Fokus auf zwischenmenschliche Kompetenzen und Gästekontakt



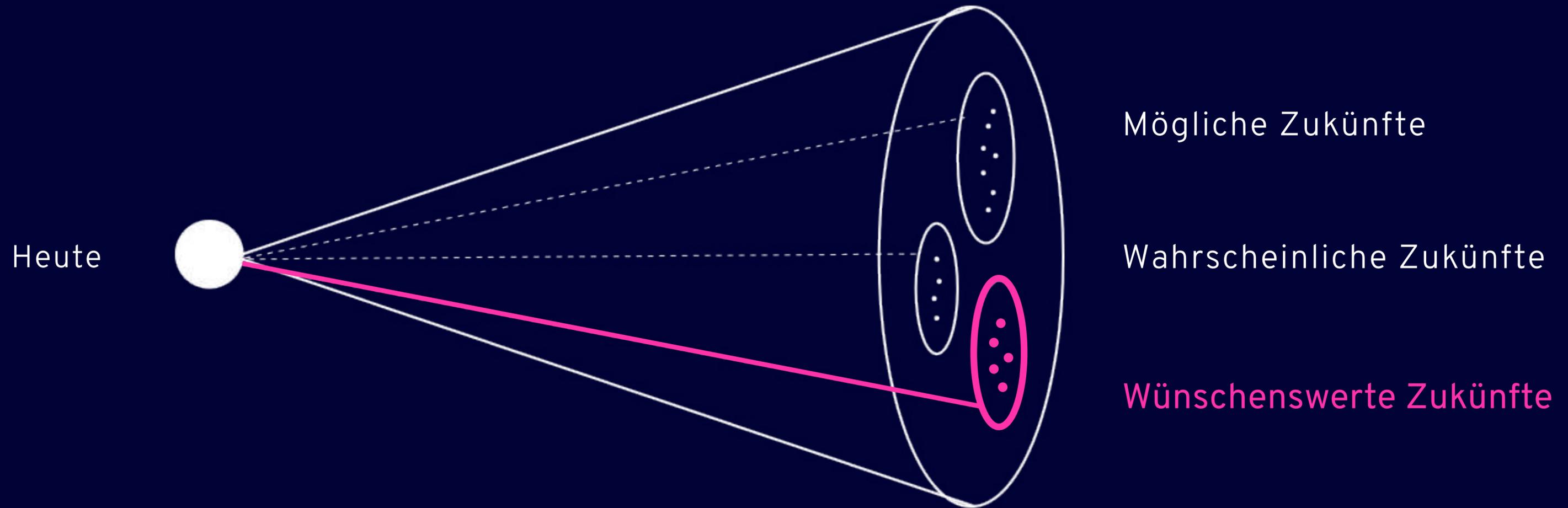
Datengestützte Maßnahmen und Entscheidungen fördern die Wahrnehmung Berlins als sicheres Reiseziel

ZUKUNFTS- UND INNOVATIONSPROJEKT

Wie es auf der Stakeholder-Veranstaltung weiterging

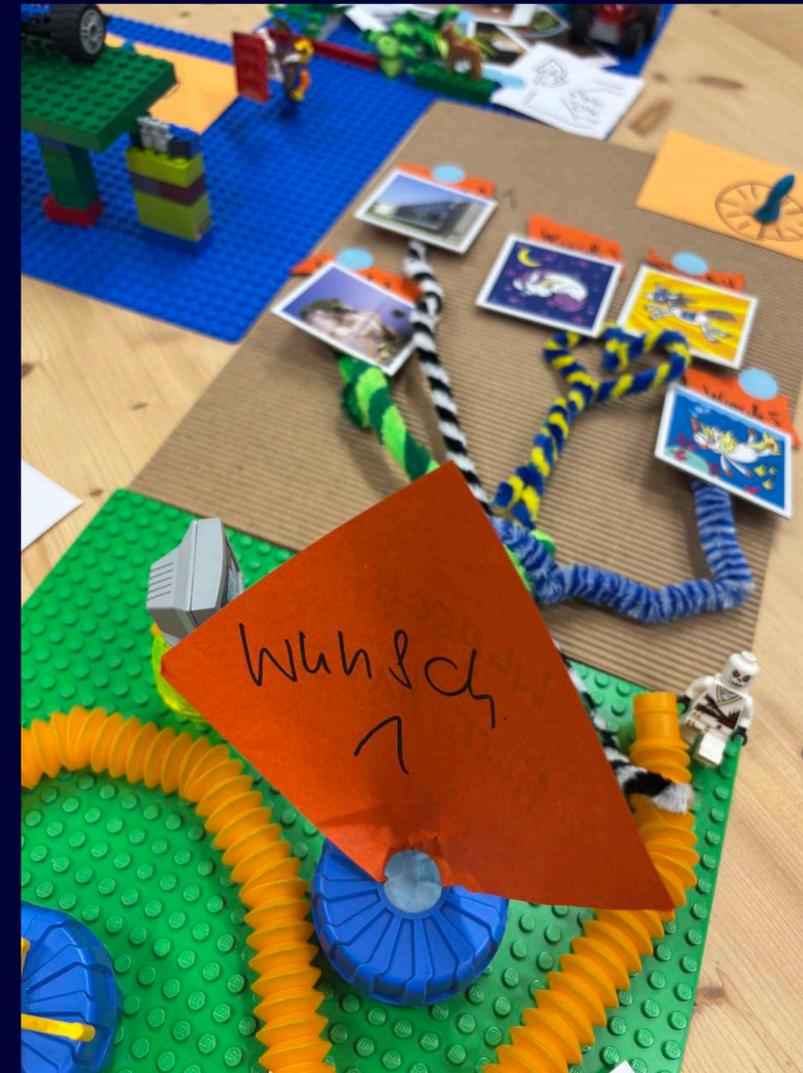
WIE ES WEITERGING

Fokussierung auf normative Zukunftsbilder



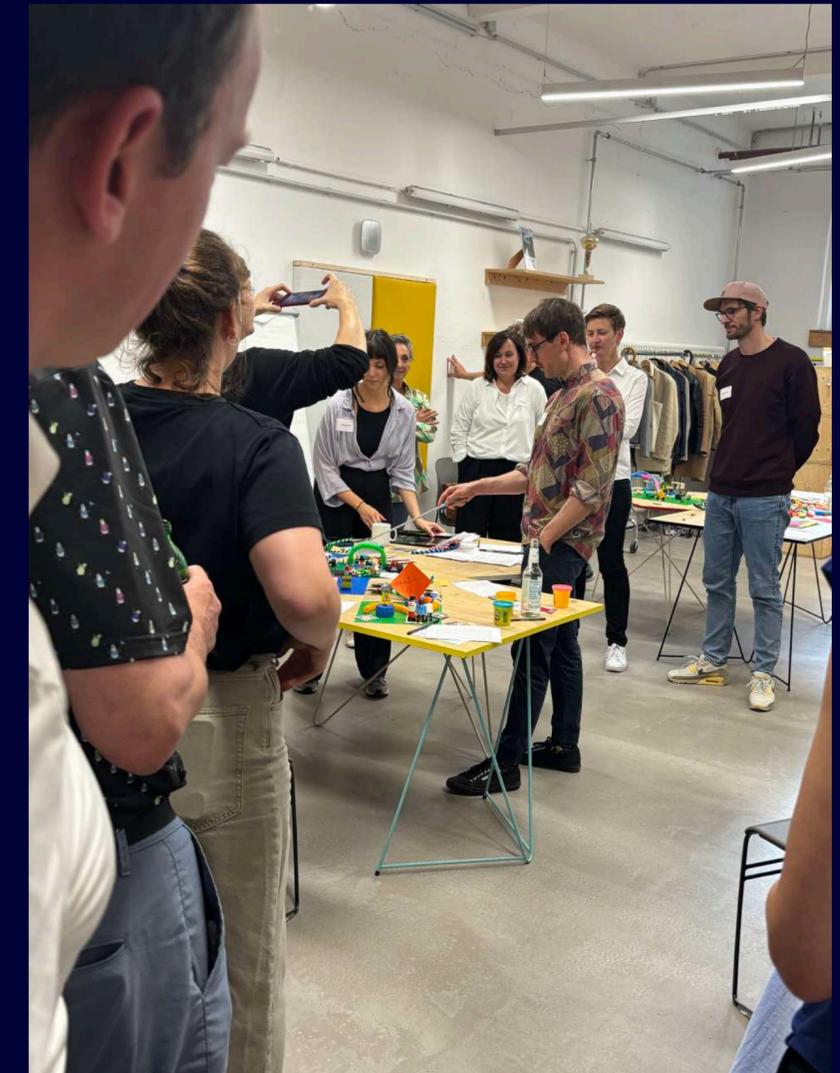
WIE ES WEITERGING

Auswahl einzelner Visionen für die Berliner Visitor Economy



WIE ES WEITERGING

Präsentation der modellierten Zukunftsbilder



ZUKUNFTS- UND INNOVATIONSPROJEKT

Nächste Schritte

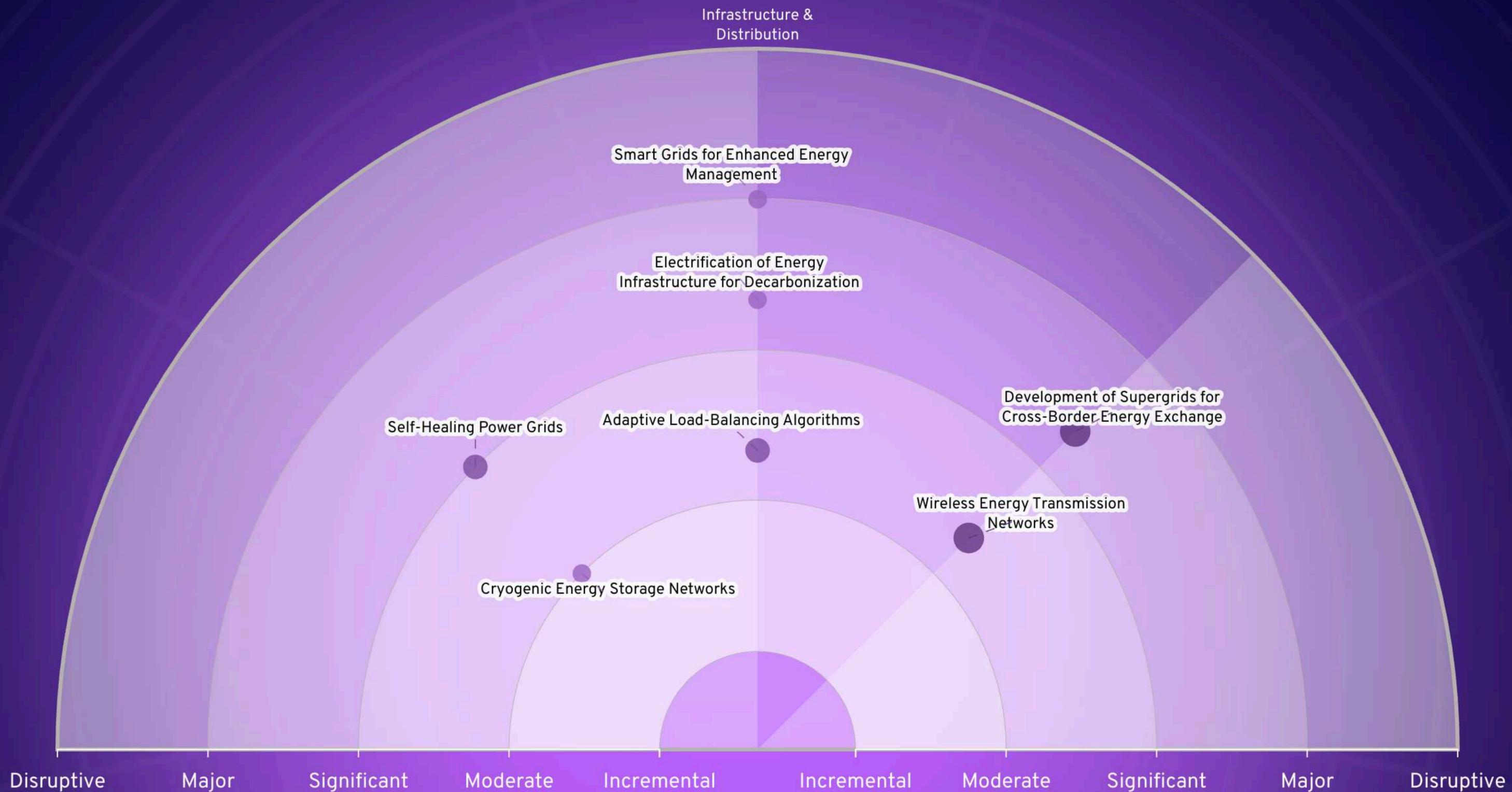
NÄCHSTE SCHRITTE

Ausblick auf die finale Phase: Ableitung von Implikationen



EINLADUNG

Branchenspezifische Trendradare



Was ist ein Trendradar?

Der Trendradar ist ein Instrument, das die Einschätzungen von Fachleuten zu aktuellen und aufkommenden Trends systematisch sammelt und darstellt. Trendradare dienen der kontinuierlichen Beobachtung und frühzeitigen Erkennung von Trendentwicklungen und werden zu strategischen Entscheidungsfindung herangezogen.

Wie wird ein Trendradar erstellt?

Zur Erstellung der branchenspezifischen Trendradare sammeln wir gezielt

Expertenmeinungen über unsere digitale Projektplattform, das [Foresight Strategy Cockpit](#).

Insgesamt sollen 10 Top Trends hinsichtlich der folgenden Kriterien bewertet werden:

1. Bedeutung für Ihre Branche innerhalb der nächsten 5 bis 10 Jahre 🎯
2. Chancen für Innovationen innerhalb der nächsten 5 bis 10 Jahre 🚀
3. Möglichkeiten zur Mitgestaltung innerhalb der nächsten 5 bis 10 Jahre 🎨

Trendradar: Beherbergung

Wenn Sie im Branchensegment Beherbergung aktiv sind, laden wir Sie ein, über den folgenden QR-Code an der Bewertung der Top Trends teilzunehmen:



Trendradar: Clubs

Wenn Sie im Branchensegment Clubs aktiv sind, laden wir Sie ein, über den folgenden QR-Code an der Bewertung der Top Trends teilzunehmen:



Trendradar: Freizeitaktivitäten

Wenn Sie im Branchensegment Freizeitaktivitäten aktiv sind (u. A. Sightseeing, Sportangebote und Verleihe), laden wir Sie ein, über den folgenden QR-Code an der Bewertung der Top Trends teilzunehmen:



Trendradar: Gastronomie

Wenn Sie im Branchensegment Gastronomie, laden wir Sie ein, über den folgenden QR-Code an der Bewertung der Top Trends teilzunehmen:



Trendradar: Kultur & Attraktionen

Wenn Sie im Branchensegment Kultur & Attraktionen aktiv sind (u. A. Sehenswürdigkeiten, Museen, Galerien, Bühnen, Gärten), laden wir Sie ein, über den folgenden QR-Code an der Bewertung der Top Trends teilzunehmen:



Trendradar: Veranstaltungen & MICE

Wenn Sie im Branchensegment Veranstaltungen & MICE, laden wir Sie ein, über den folgenden QR-Code an der Bewertung der Top Trends teilzunehmen:



ZUKUNFTS- UND INNOVATIONSPROJEKT

Vielen Dank für
Ihre Teilnahme!