

„Manchmal erkennt man den Wert eines Augenblicks
erst dann, wenn er zur Erinnerung wird.“

Theodor Seuss Geisel





POSITIVE ERLEBNISSE

STÄDTE- UND KULTURTOURISMUS

Digitale Technologien im Tourismus, Prof. Dr. Burmester, Anika Piccolo
Hochschule der Medien, Wintersemester 2023/24

INHALT

01 Vorstellung Tourismusart

Definitionen

Fakten & Zahlen

Verhalten von Städtetouristen

Was muss eine Stadt bieten?

03 Erlebniskategorien

Vorstellung der Erlebniskategorien

02 Eckdaten Studie

Fokus & Ausgangsszenario

Erhobene Daten

Überblick Erlebniskategorien

04 Ausblick: Gestaltung für positives Erleben

Prototypen



01 VORSTELLUNG TOURISMUSART



DEFINITIONEN

Kulturtourismus



Cultural Tourism (or culture tourism) is concerned with the traveller's engagement with a country or region's culture. Tourists travel to learn about the lifestyle of other people.

(Camilleri, 2018, S. 27)

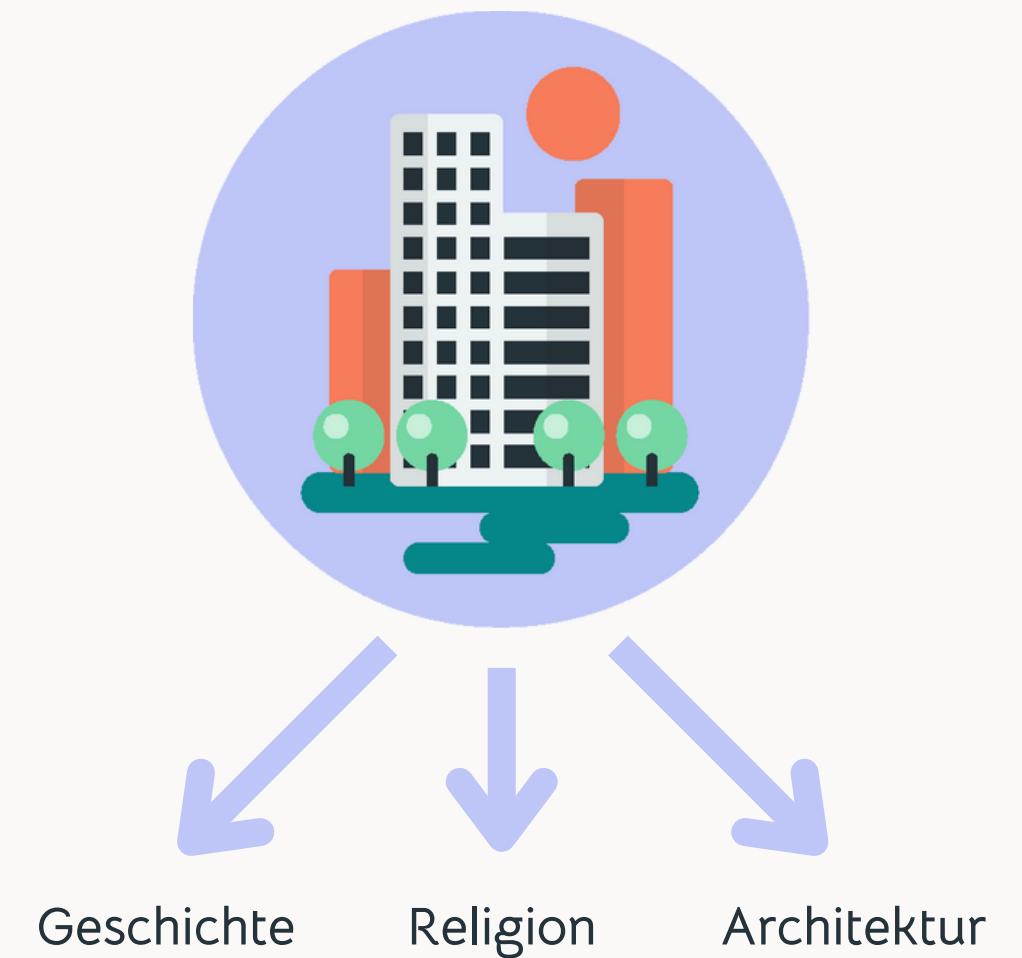
Städtetourismus



Urban Tourism includes visits to cities, towns, capitals and the like.

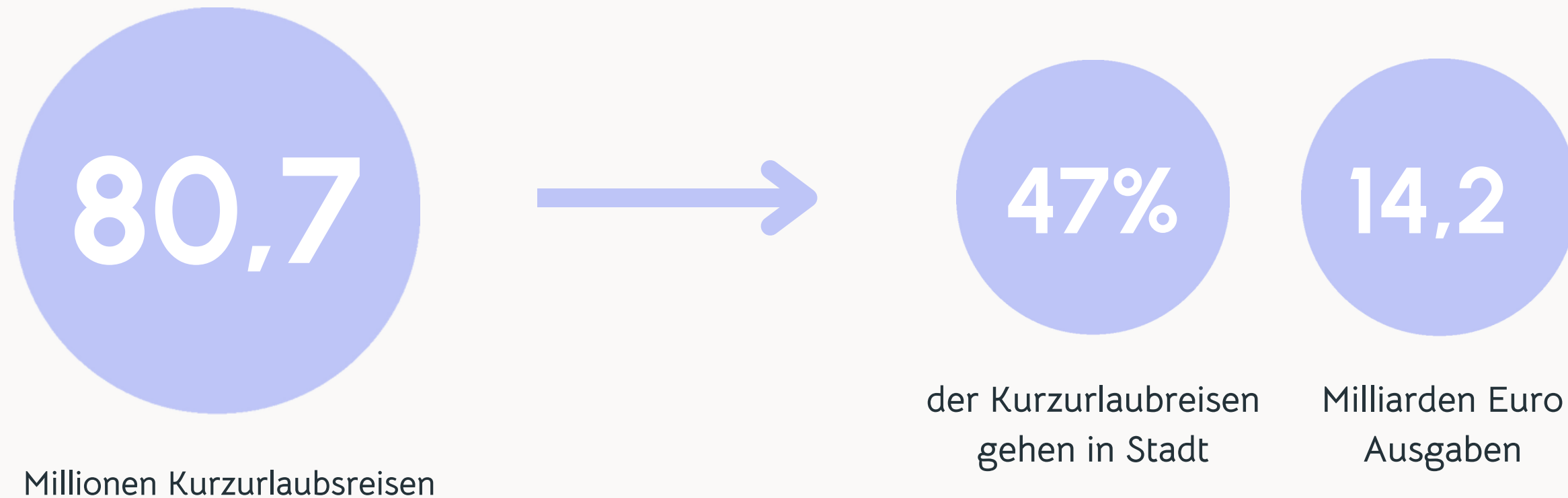
(Camilleri, 2018, S. 27)

oft auch eine Reiseart, bei der das Erleben einer Stadt im Vordergrund steht



FAKTEN & ZAHLEN

Wirtschaftliche Bedeutung (2022)



FAKTEN & ZAHLEN

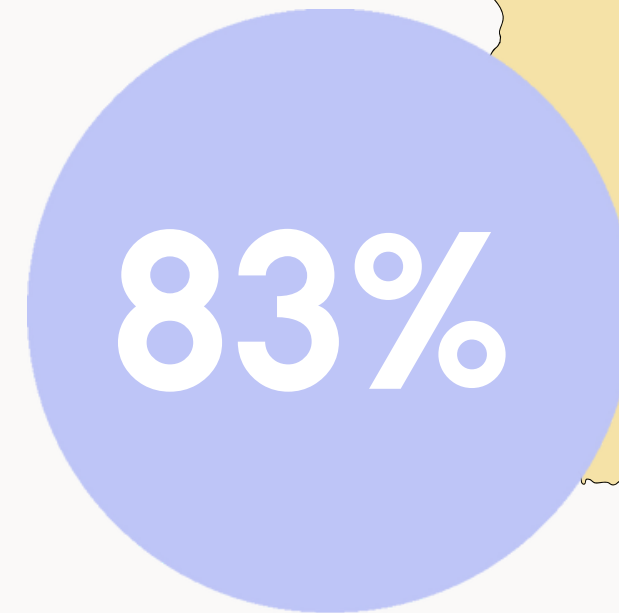
Wirtschaftliche Bedeutung (2022)



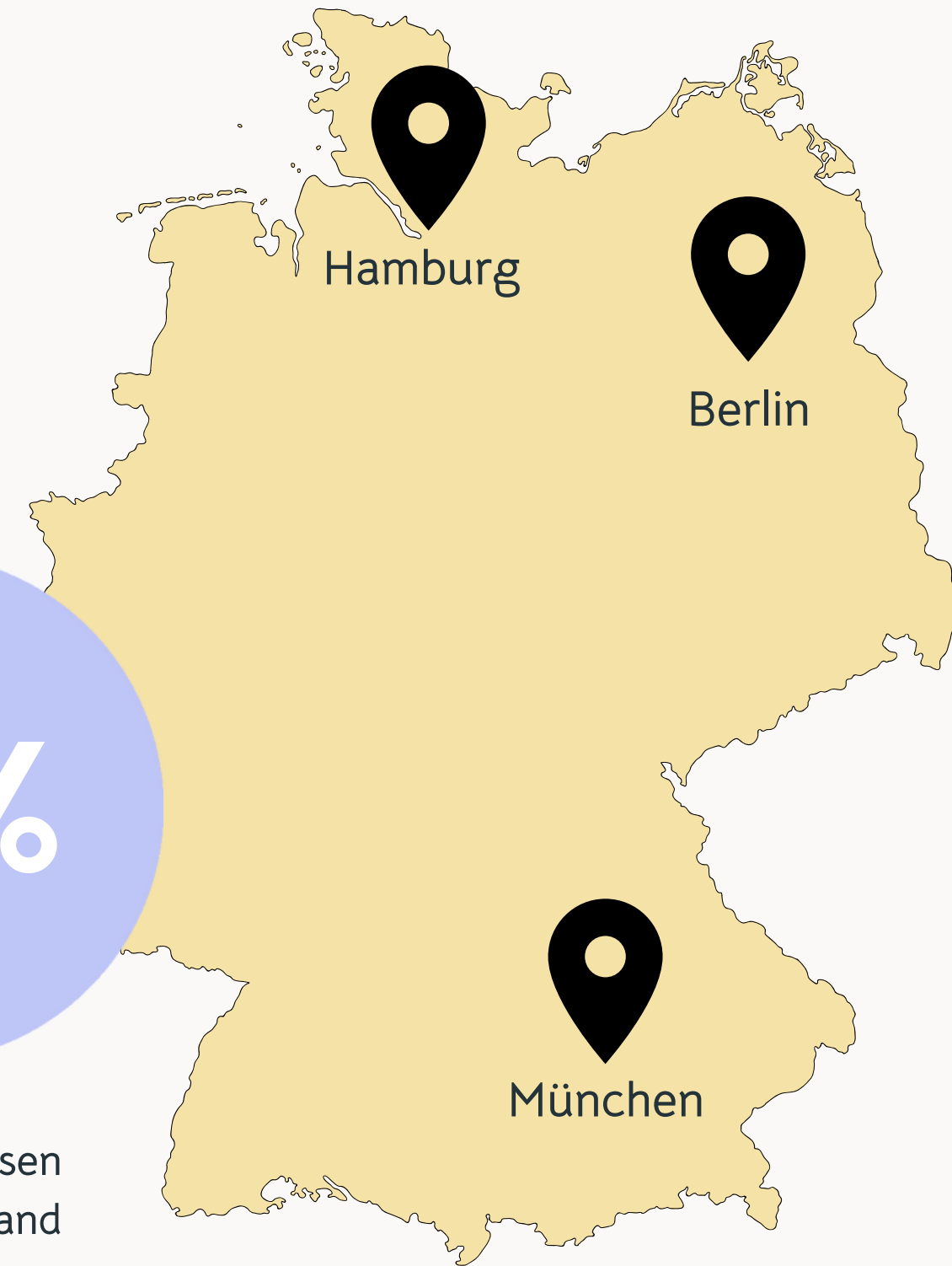
Erleben der Stadt
zum Ziel



Anreise mit
privatem PKW

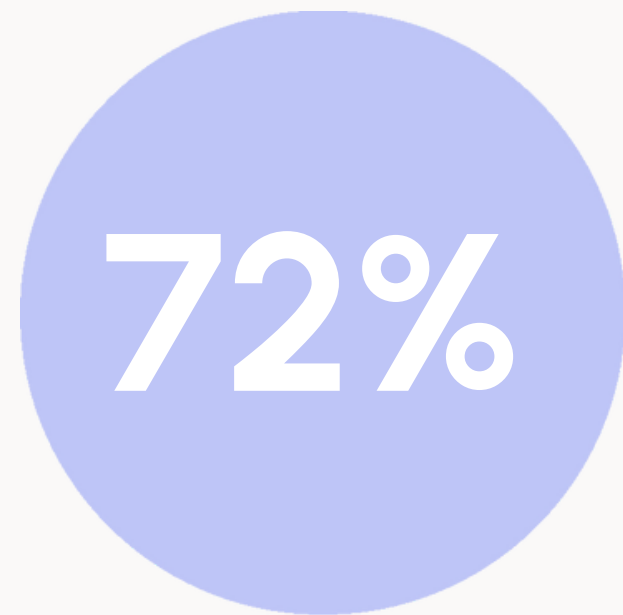


der Städtereisen
gehen ins Inland

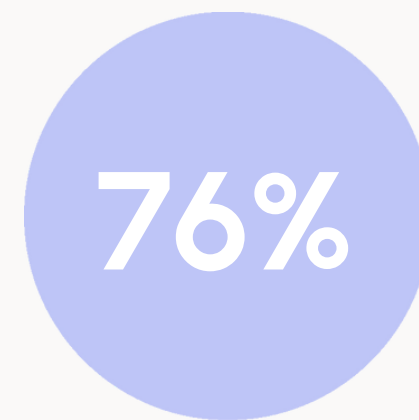


FAKTEN & ZAHLEN

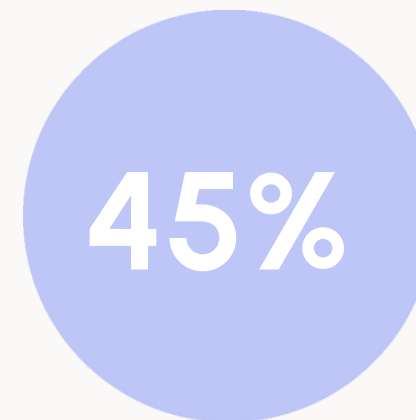
Reisegründe Städtetouristen (2021)



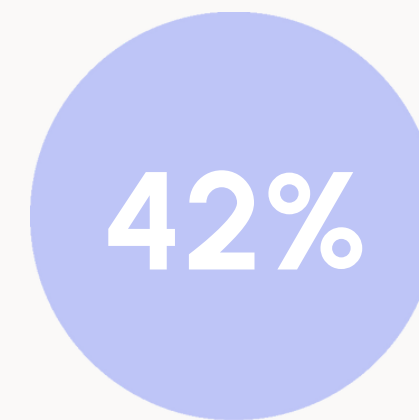
Aller Deutschen sind
städtereiseaffin



Besuch von
Sehenswürdigkeiten



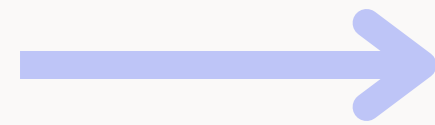
Stadtkultur &
urbanes Flair



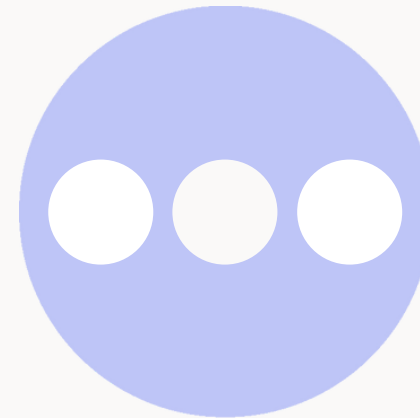
Kulinarisches
Angebot



VERHALTEN VON STÄDTETOURISTEN



Launenhaftigkeit



Selektivität



Schnelligkeit



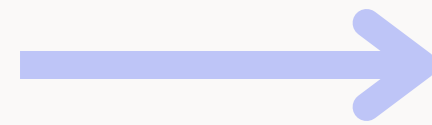
Wiederholung



WAS MUSS EINE STADT BIETEN?



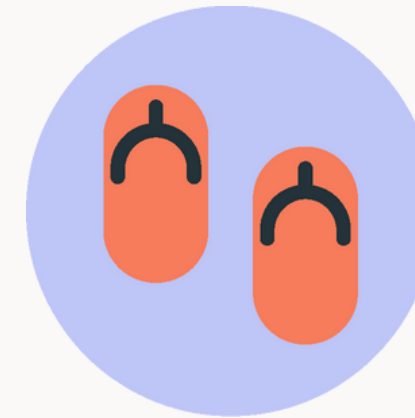
Tracking von Touristen und anschließend Interviews, um Wege nachzuvollziehen



Orte zum Interagieren



Interessante Orte (z.B. Denkmale)



Orte zum Rückzug



Orte zum Beobachten



02 ECKDATEN STUDIE



FOKUS DER STUDIE

private Reisen
100% Städtereise
Sehenswürdigkeiten
Moment des Erkundens
Kultur

Fokus

Online-Studie
zum Thema positive
Emotionen im Städte-
und Kulturtourismus

Shopping
Konzerte
Sportveranstaltung
Weihnachtsmarkt
Messen

Ausschließen



AUSGANGSSZENARIO

Denke an eine erlebnisreiche Städtereise, die dir besonders positiv in Erinnerung geblieben ist. Suche dir ein konkretes positives Erlebnis aus, das Du gemacht hast, während Du die Stadt erkundet hast.

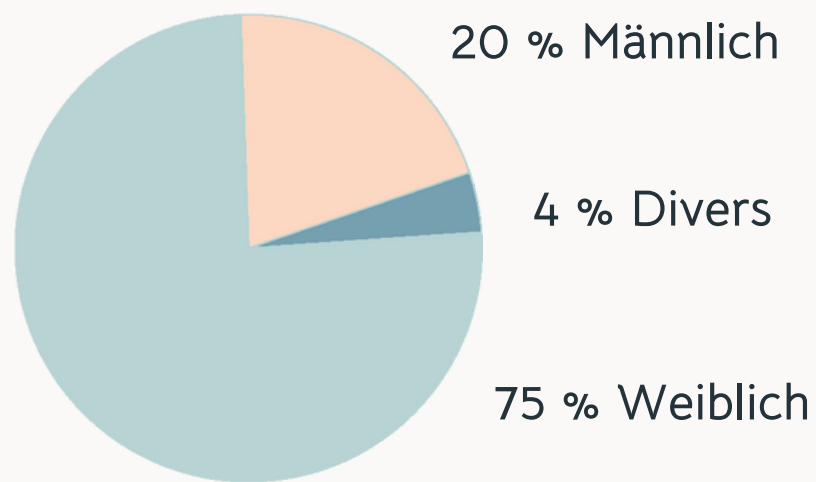
Es könnte beispielsweise ein Erlebnis sein, das während diesen Aktivitäten stattgefunden hat:

- Tour durch eine Altstadt
- Besuch eines Museums
- Spaziergang durch einen Park
- Besuch einer Sehenswürdigkeit oder eines Denkmals
- Stadtführung
- Begegnung mit einem Einheimischen



ERHOBENE DATEN

Durchführung: 10.12-26.12.2023



Geschlecht



Alter



Durchschnittsalter



Anzahl Erlebnisse
Gesamt



Davon verwendet



CLUSTER & ERLEBNIS- KATEGORIEN



Cluster



Kategorien

CLUSTER	KATEGORIE	PROZENT	ANZAHL	GESAMT
Management	Sich zurechtfinden	2,9	3	8
	Verantwortung abgeben	4,8	5	
Kontakt und Gemeinschaft	Gruppendynamik anschließen	3,8	4	18
	Menschen kennen lernen	8,6	9	
	Hilfsbereitschaft erleben	4,8	5	
Kreativität und Vorstellungskraft	Inspiration sammeln	3,8	4	10
	Sich in eine andere Zeit versetzen	5,8	6	
Entdeckung und Rückzug	Unbekanntes entdecken	8,6	9	12
	Dem Trubel entfliehen	2,9	3	
Wissen und Lernen	Kulturelles Treiben beobachten	2,9	3	15
	Neues kennenlernen	11,5	12	
Hingabe und Genuss	Faszination durch visuellen Eindruck	20,2	21	41
	Atmosphäre geniessen	13,5	14	
	Kulinarik	5,8	6	
Gesamt		100	104	104

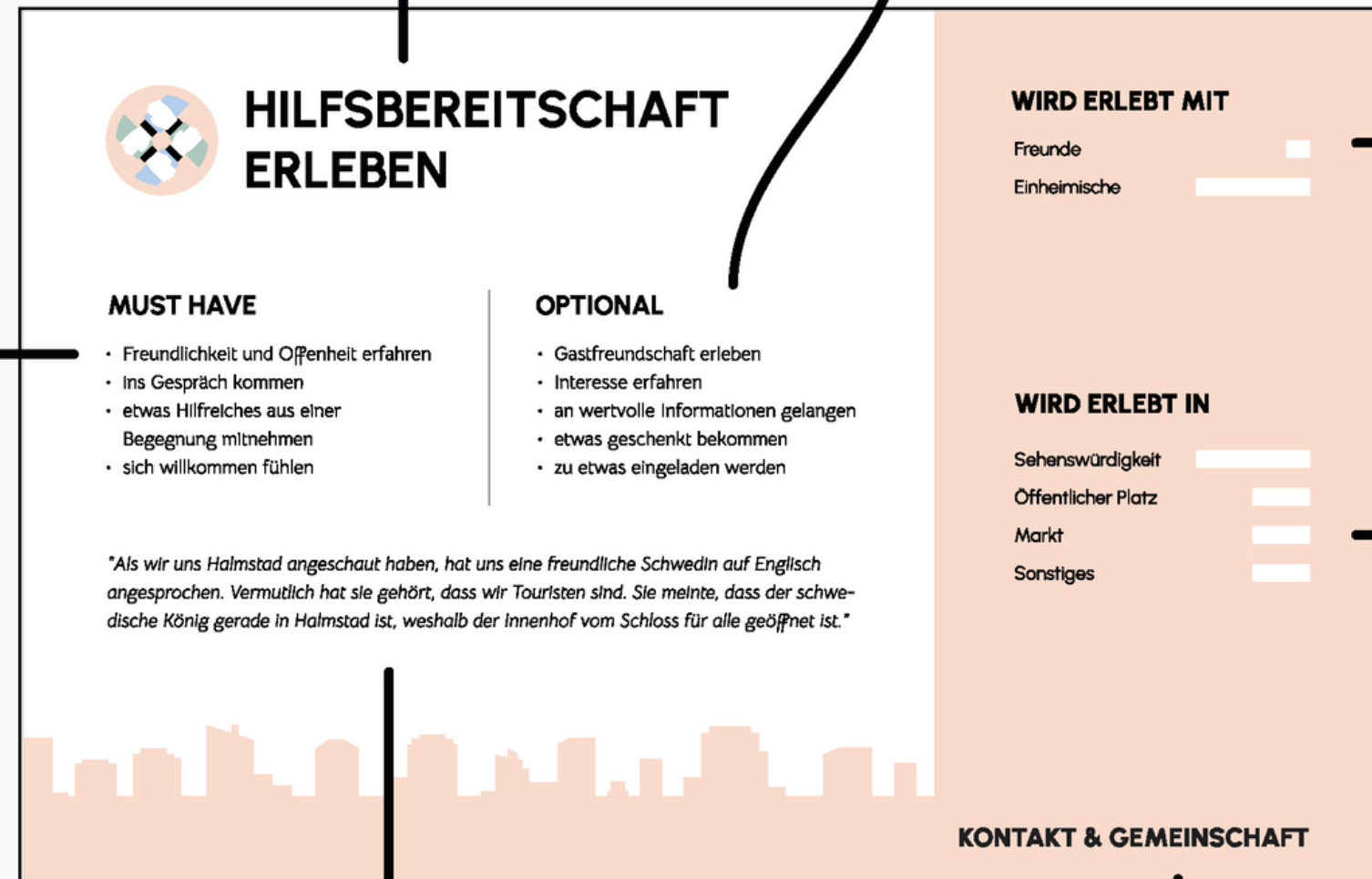


AUFBAU KARTEN

Anforderungen, die jedes der Kategorie zugeordnete Erlebnis erfüllt

Bezeichnung der Erlebniskategorie

Charakteristische Merkmale, die einige, aber nicht alle der Kategorie zugeordneten Erlebnisse erfüllen



Gibt an, ob und mit welchen Personen die Erlebnisse der Kategorie geteilt wurden, wobei die Skala die Häufigkeit repräsentiert.

Gibt an, an welchen Orten die der Kategorie zugeordneten Erlebnisse stattgefunden haben, wobei die Skala die Häufigkeit repräsentiert

Exemplarisches Zitat eines der Kategorie zugeordneten Erlebnisses, das sie besonders gut auf den Punkt bringt

Übergeordnetes Themencluster, dem die Erlebniskategorie zugeordnet ist



03 ERLEBNISKATEGORIEN



CLUSTER

HINGABE & GENUSS

Sinne stehen im Mittelpunkt

KREATIVITÄT & VORSTELLUNGSKRAFT

Imaginäre im Mittelpunkt

ENTDECKUNG & RÜCKZUG

Ort im Mittelpunkt

MANAGEMENT

Organisation im Mittelpunkt

WISSEN & LERNEN

Information im Mittelpunkt

KONTAKT & GEMEINSCHAFT

Menschen im Mittelpunkt



CLUSTER

HINGABE & GENUSS

Sinne im Mittelpunkt



**FASZINATION DURCH
VISUELLEN EINDRUCK**



**ATMOSPHERE
GENIESSEN**



KULINARIK





FASZINATION DURCH VISUELLEN EINDRUCK

MUST HAVE

- Begeisterung durch visuelle Betrachtung
- Einzelobjekte oder Kombination aus mehreren Objekten erzeugen Ästhetik

OPTIONAL

- Betrachtung aus einer besonderen Perspektive (z.B. Aussicht)
- visuellen Eindruck fotografieren
- sich klein fühlen bzw. von der Größe überwältigt sein
- Erfurchtserlebnis

“Die Aussicht war atemberaubend: Das Funkeln der tausenden Lichter der Wolkenkratzer und der pink gefärbte Himmel haben alle Besucher zum Staunen gebracht. Wir sind anderthalb Stunden oben geblieben und haben gewartet, bis die Sonne untergegangen und es komplett dunkel war.”

WIRD ERLEBT MIT

Freunde	██████████
Partner	██████
Familie	██████████
Einheimische	██
Touristen	██

WIRD ERLEBT IN

Parks	██
Museen	██
Sehenswürdigkeit	██████████
Öffentlicher Platz	██████████



ATMOSPHERE GENIESSEN

MUST HAVE

- Aufsaugen der Stimmung und Energie, die einen Ort umgibt
- Bewusste und sinnliche Wahrnehmung der Details, welche die Atmosphäre einzigartig machen

OPTIONAL

- Schlendern: kein klares Ziel verfolgen und sich von äußeren Einflüssen leiten lassen
- Dankbarkeit empfinden

“Die Sonne tauchte die Altstadt in goldenes Licht, als ich mich in den verwinkelten Gassen verlor. Anfangs war die Orientierung schwierig, die Straßenschilder fremd. Doch statt in Panik zu verfallen, ließ ich mich treiben. Der Klang der Straßenmusik und der Duft von Gebäck führten mich zu versteckten Höfen und charmanten Cafés.”

WIRD ERLEBT MIT

Alleine	<input type="checkbox"/>
Freunde	<input type="checkbox"/>
Partner	<input type="checkbox"/>
Familie	<input type="checkbox"/>
Einheimische	<input type="checkbox"/>

WIRD ERLEBT IN

Parks	<input type="checkbox"/>
Sehenswürdigkeit	<input type="checkbox"/>
Bar / Restaurant	<input type="checkbox"/>
Öffentlicher Platz	<input type="checkbox"/>
Markt	<input type="checkbox"/>



KULINARIK

MUST HAVE

- Genießen von leckeren Speisen oder Getränken

OPTIONAL

- lokale Spezialitäten
- schönes Ambiente
- etwas zum ersten mal probieren

“Nach einiger Zeit entdeckten wir in einer Seitengasse ein kleines Restaurant, das traditionelle Gerichte anbot. Dort nahm jeder ein anderes Gericht, so dass man sich einmal durchprobieren konnte. Letztendlich war es ein tolles Erlebnis mit super leckerem Essen, das wir in den typischen Touristenrestaurants nicht bekommen hätten.”

WIRD ERLEBT MIT

Freunde	<input type="checkbox"/>
Partner	<input type="checkbox"/>
Familie	<input type="checkbox"/>

WIRD ERLEBT IN

Bar / Restaurant	<input type="checkbox"/>
Öffentlicher Platz	<input type="checkbox"/>
Markt	<input type="checkbox"/>

CLUSTER

**ENTDECKUNG &
RÜCKZUG**

Ort im Mittelpunkt

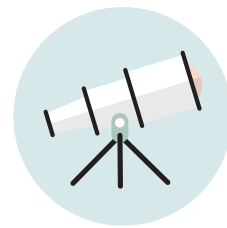


**UNBEKANNTES
ENTDECKEN**



**DEM TRUBEL
ENTFLIEHEN**





UNBEKANNTES ENTDECKEN

MUST HAVE

- Erkunden von neuen Orten und Objekten
- Neugier wird befriedigt

OPTIONAL

- zufällige Entdeckung
- Entdeckung widerspricht Erwartungen
- Neuheit: Entdeckung stellt etwas dar, das noch nie zuvor gesehen wurde
- Experimentierfreude zahlt sich aus

"Irgendwann waren wir an einen großen Platz mit einer hohen alten Kathedrale. Wir wollten unbedingt herausfinden, was sich innerhalb dieses schönes alten Gebäudes mit viel Geschichte befindet. Und wir wurden nicht enttäuscht."

WIRD ERLEBT MIT

Freunde	<input type="checkbox"/>
Partner	<input type="checkbox"/>
Familie	<input type="checkbox"/>
Einheimische	<input type="checkbox"/>

WIRD ERLEBT IN

Sehenswürdigkeit	<input type="checkbox"/>
Bar / Restaurant	<input type="checkbox"/>
Öffentlicher Platz	<input type="checkbox"/>
Sonstiges	<input type="checkbox"/>



DEM TRUBEL ENTFLIEHEN

MUST HAVE

- Ort abseits von Touristenmassen finden
- zur Ruhe kommen und erholen bzw. Energie tanken

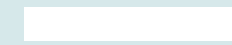
OPTIONAL

- Zeitgefühl verlieren
- Natur genießen
- einer entspannenden Tätigkeit nachgehen

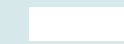
“Fern ab von dem Treiben der Stadt ließ ich mich auf eine Parkbank nieder und fing an, mein Buch zu lesen. Ich genoss die Sonnenstrahlen und nahm hin und wieder die Besucher und Rosen des Parks in den Augenschein. Das war beruhigend. Erst nach knapp 2 Stunden merkte ich, dass ich mich wieder auf den Weg in die Stadt begeben sollte.”

WIRD ERLEBT MIT

Alleine

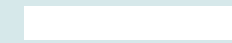


Freunde



WIRD ERLEBT IN

Parks



CLUSTER

**KREATIVITÄT &
VORSTELLUNGSKRAFT**

Imaginäre im Mittelpunkt



**IN EINE ANDERE
ZEIT VERSETZEN**



**INSPIRATION
ENTDECKEN**





IN EINE ANDERE ZEIT VERSETZEN

MUST HAVE

- Sich mental oder emotional in eine vergangene oder zukünftige Zeit versetzen
- Zeit, in die man sich versetzt, bewerten

OPTIONAL

- Vision: Hoffnungen, Wünsche oder Träume für die Zukunft ausmalen
- Nostalgie: An vergangene Zeiten erinnert werden (z.B Kindheit)

“Die Führung war begleitet von einem Nachtwächter. Mit coolem Outfit und nicht nur lehrreichen, sondern auch humorvollen Geschichten, erzählte er uns die Vergangenheit der Stadt und der Entstehung der Nachtwache. Durch das Setting konnte ich mich richtig gut in die damalige Zeit hineinversetzen und mir vorstellen, wie so ein Nachtwächter gelebt haben muss. Es war weniger ein Beruf, als eine Bestrafung.”

WIRD ERLEBT MIT

Alleine	<input type="checkbox"/>
Freunde	<input type="checkbox"/>
Partner	<input type="checkbox"/>
Familie	<input type="checkbox"/>

WIRD ERLEBT IN

Museen	<input type="checkbox"/>
Sehenswürdigkeit	<input type="checkbox"/>
Öffentlicher Platz	<input type="checkbox"/>
Sonstiges	<input type="checkbox"/>



INSPIRATION ENTDECKEN

MUST HAVE

- Interesse und Neugierde an einem bestimmten künstlerischen Thema besitzen
- etwas entdecken, das einen anspricht und einen ästhetischen Wert besitzt
- Kreative Impulse aufnehmen

OPTIONAL

- Lust auf eigenes Schaffen bekommen
- Inspirationsquelle fotografieren
- sich von den Tätigkeiten anderer Menschen inspirieren lassen

"Wir sind in das Louvre Museum gegangen und da ich mich sehr für Kunst interessiere, war es für mich das Highlight der Reise. Überall saßen Pariser Kunststudenten, die sich von der Umgebung inspirieren ließen und Skizzen anfertigten. Am Liebsten hätte ich mich dazu gesetzt und auch angefangen zu zeichnen. Es war einfach total inspirierend, diesen Ort zu besuchen."

WIRD ERLEBT MIT

Alleine	<input type="checkbox"/>
Freunde	<input type="checkbox"/>
Familie	<input type="checkbox"/>

WIRD ERLEBT IN

Parks	<input type="checkbox"/>
Museen	<input type="checkbox"/>
Sehenswürdigkeit	<input type="checkbox"/>

CLUSTER

**WISSEN &
LERNEN**

Information im Mittelpunkt



**KULTURELLES TREIBEN
BEOBACHTEN**



**NEUES
LERNEN**





KULTURELLES TREIBEN BEOBACHTEN

MUST HAVE

- passive Beobachterrolle einnehmen
- Kenntnisse über das alltägliche Verhalten von Menschen in ihrer Heimatregion sammeln (z.B. Traditionen, Routinen, etc. ...)

OPTIONAL

- Faszination und Wertschätzung für Kultur empfinden
- sich Fähigkeiten und Methoden anschauen

“Doch die wahre Magie dieser Reise offenbarte sich mir in den Morgenstunden. Die Straßen gehörten mir, und ich konnte beobachten, wie das Leben in den Städten erwachte. Die Cafés öffneten ihre Türen, Arbeiter machten sich auf den Weg zur Frühschicht und Schüler eilten zur Schule. Es war, als ob ich mit den Menschen der Stadt gemeinsam aufwachen und einen intimen Einblick in ihr alltägliches Leben erhalten würde.”

WIRD ERLEBT MIT

Alleine	<input type="checkbox"/>
Freunde	<input type="checkbox"/>
Einheimische	<input type="checkbox"/>

WIRD ERLEBT IN

Öffentlicher Platz	<input type="checkbox"/>
--------------------	--------------------------



NEUES LERNEN

MUST HAVE

- Erlernen von Informationen
- Erweiterung des Horizonts

OPTIONAL

- Wissen visuell oder interaktiv vermittelt bekommen
- Begeisterung oder Interesse für ein bestimmtes Thema entwickeln
- neue Perspektive oder Verständnis für ein bestimmtes Thema entwickeln

“Besonders spannend waren die Background-Infos, die man überall bekommen hat. Es gab einen Brunnen, an welchem man Wasser runterkippen konnte, um ein Gefühl dafür zu entwickeln, wie tief er ist. Ich hatte keine Vorstellung davon, wie tief so ein Brunnen sein kann.”

WIRD ERLEBT MIT

Alleine	<input type="checkbox"/>
Freunde	<input type="checkbox"/>
Familie	<input type="checkbox"/>
Einheimische	<input type="checkbox"/>
Touristen	<input type="checkbox"/>

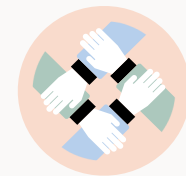
WIRD ERLEBT IN

Museen	<input type="checkbox"/>
Sehenswürdigkeit	<input type="checkbox"/>
Öffentlicher Platz	<input type="checkbox"/>

CLUSTER

KONTAKT & GEMEINSCHAFT

Menschen im Mittelpunkt



**HILFSBEREITSCHAFT
ERLEBEN**

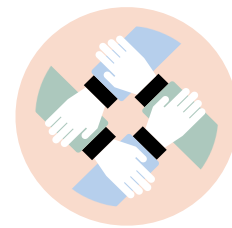


**GRUPPENDYNAMIK
ANSCHLIESSEN**



**MENSCHEN
KENNENLERNEN**





HILFSBEREITSCHAFT ERLEBEN

MUST HAVE

- Freundlichkeit und Offenheit erfahren
- ins Gespräch kommen
- etwas Hilfreiches aus einer Begegnung mitnehmen
- sich willkommen fühlen

OPTIONAL

- Gastfreundschaft erleben
- Interesse erfahren
- an wertvolle Informationen gelangen
- etwas geschenkt bekommen
- zu etwas eingeladen werden

“Als wir uns Halmstad angeschaut haben, hat uns eine freundliche Schwedin auf Englisch angesprochen. Vermutlich hat sie gehört, dass wir Touristen sind. Sie meinte, dass der schwedische König gerade in Halmstad ist, weshalb der Innenhof vom Schloss für alle geöffnet ist.”

WIRD ERLEBT MIT

Freunde

Einheimische

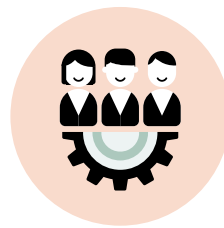
WIRD ERLEBT IN

Sehenswürdigkeit

Öffentlicher Platz

Markt

Sonstiges



GRUPPENDYNAMIK ANSCHLIESSEN

MUST HAVE

- sich der Stimmung bzw. Energie und Gruppenaktivität anschließen
- Gemeinschaftsgefühl erleben

OPTIONAL

- sich mit der Gruppe identifizieren
- die Gruppe durch gemeinsame Aktivitäten kennen
- Gefühl von Freiheit und Unbeschwertheit erleben

"Meine beste Freundin und ich entdeckten einen Straßenkünstler, der Popmusik mitreißend auf seiner Gitarre spielte. Wir gesellten uns zu den Zuhörern, ließen uns von der eingängigen Melodie mitreißen und stimmten voller Begeisterung in den Gesang ein. Die Gasse verwandelte sich in einen spontanen Konzertsaal und für einen Moment tanzten wir unter den Sternen."

WIRD ERLEBT MIT

Freunde	<input type="checkbox"/>
Einheimische	<input type="checkbox"/>
Touristen	<input type="checkbox"/>

WIRD ERLEBT IN

Bar / Restaurant	<input type="checkbox"/>
Öffentlicher Platz	<input type="checkbox"/>



MENSCHEN KENNENLERNEN

MUST HAVE

- ins Gespräch kommen
- Interesse und Sympathie empfinden
- etwas über den anderen erfahren (z.B. Hobby, Beruf, Ansichten, etc. ...)
- etwas aus dem Gespräch mitnehmen (z.B. Reisetipp, Erkenntnis etc. ...)

OPTIONAL

- etwas, das verbindet (z.B. gemeinsame Interessen)
- internationaler Austausch
- etwas gemeinsam unternehmen
- in Kontakt bleiben
- nicht länger alleine und isoliert fühlen

“Die Verkäuferin war super nett. Wir sind auf spanisch ins Gespräch gekommen und haben uns näher kennengelernt. Sie hat viel von ihrem Alltag und ihren Sorgen im Bezug auf den Kreuzfahrttourismus erzählt. Das war sehr bewegend und hat mich mein eigenes Reiseverhalten reflektieren lassen.”

WIRD ERLEBT MIT

Freunde	<input type="checkbox"/>
Familie	<input type="checkbox"/>
Einheimische	<input type="checkbox"/>
Touristen	<input type="checkbox"/>

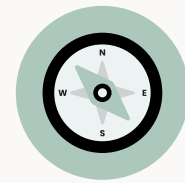
WIRD ERLEBT IN

Parks	<input type="checkbox"/>
Museen	<input type="checkbox"/>
Sehenswürdigkeit	<input type="checkbox"/>
Öffentlicher Platz	<input type="checkbox"/>
Sonstiges	<input type="checkbox"/>

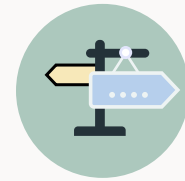
CLUSTER

MANAGEMENT

Organisation im Mittelpunkt

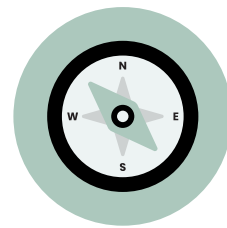


**SICH
ZURECHTFINDEN**



**VERANTWORTUNG
ABGEBEN**





SICH ZURECHTFINDEN

MUST HAVE

- erfolgreiche Orientierung oder Verständigung auf fremden Terroir
- Kompetenzerleben

OPTIONAL

- Gemeinsam an einem Ziel arbeiten, indem Stärken kombiniert werden
- Sprachfähigkeiten verbessern
- Wettkämpfe bestreiten

"Ich habe mich während der Stadtrally sehr herausgefordert gefühlt. Durch das Lösen der Aufgaben wurde ich glücklich. Ich hatte auch ein Gefühl von Kompetenz und Wettbewerb, da wir gegen die Zeit gespielt und es schließlich geschafft haben."

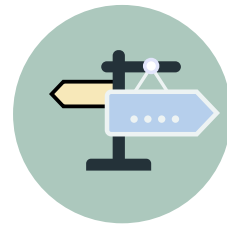
WIRD ERLEBT MIT

Freunde

Einheimische

WIRD ERLEBT IN

Öffentlicher Platz



VERANTWORTUNG ABGEBEN

MUST HAVE

- sich von anderen Menschen oder Technologien leiten lassen
- der Leitung vertrauen
- mehr Kapazität, um sich auf anderes zu konzentrieren

OPTIONAL

- lästige Aufgaben loswerden
- Expertise: Aufgaben werden an jemanden abgegeben, der mehr Erfahrung auf dem betreffenden Gebiet hat

“Die Einheimischen fungierten als meine persönlichen Stadtführer und vermittelten mir die Stadt aus einer ganz anderen Perspektive. Jedes Treffen war wie eine private Erkundungstour, begleitet von Empfehlungen für traditionelles Essen, Hintergrundinformationen zu den bedeutenden Orten und Gebäuden, Geschichten über die Stadt.”

WIRD ERLEBT MIT

Freunde



Familie



WIRD ERLEBT IN

Öffentlicher Platz



04 PROTOTYPEN



PROTOTYP 1:

Problemstellung

"Sie finde dieses Bauwerk architektonisch und geschichtlich interessant. Leider ist nur noch ein Teil davon erhalten. Ihnen fehlt die Kreativität, um sich vorzustellen, wie das Gebäude damals ausgesehen haben muss. Sie wünschen sich, Sie könnte sich in die damalige **Zeit zurückversetzen**, um das Bauwerk in seiner vollen Pracht zu erleben".



PROTOTYP 1: DROHNENSHOW

IN EINE ANDERE ZEIT VERSETZEN

MUST HAVE

Sich mental oder emotional in eine vergangene oder zukünftige Zeit versetzen

- Nächtliche Drohnenshow als spektakuläres Stadtereignis
- Drohnen rekonstruieren Konturen und Details zerstörter Architektur
- Bilden eine lebendige, beleuchtete Rekonstruktion
- Für Touristen und Einheimischen
- Bieten die Möglichkeit, die Stadt und ihre Sehenswürdigkeiten in ihrer historischen Pracht zu erleben
- Kulturgeschichte der Stadt zum Leben erwecken
- Einjährige Veranstaltung, die einen Blick in die Vergangenheit wirft



PROTOTYP 1: DROHNENSHOW

**IN EINE ANDERE
ZEIT VERSETZEN**

MUST HAVE

Sich mental oder emotional in eine vergangene oder zukünftige Zeit versetzen

Architektur wie

- Schlösser
- Kirchen
- Brücken
- Ruinen - Römisches Kolosseum



PROTOTYP 2:

Problemstellung

"Ihr Navigationsgerät führt Sie immer über die gleichen Strecken und Wege. Den Weg vom Hotel in die Innenstadt kenne Sie mittlerweile auswendig. Es wäre toll, wenn Sie unterwegs etwas **Neues entdecken** könnte und trotzdem ans Ziel käme. Dafür nehme Sie auch gerne einen kleinen Umweg in Kauf.



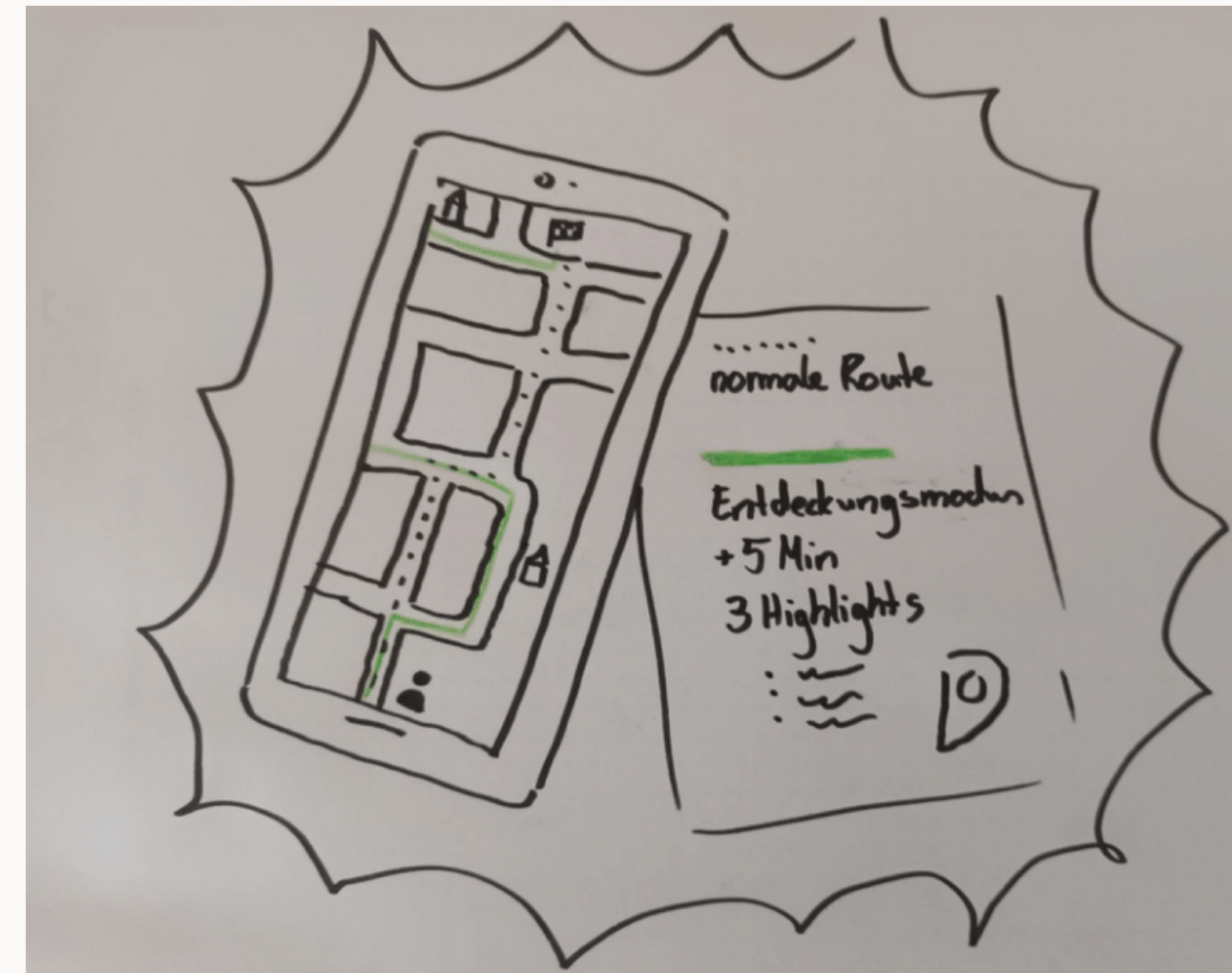
PROTOTYP 2: REGION ENTDECKEN

UNBEKANNTES ENTDECKEN

MUST HAVE

Erkunden von neuen
Orten und Objekten
Neugierde wird befriedigt

- Erweiterung der bestehenden Navigationsanwendung um die Funktion "Entdeckungsmodus"
- Neuen Erlebnissen planen mit längere Wege
- Kleinen Highlights und schönen Plätzen oder neue Routen
- Benutzer können ihre Präferenzen für den Entdeckungsmodus anpassen:
 - Angabe der zusätzlichen Zeit für Entdeckungen
 - Auswahl von Attraktionen oder Sehenswürdigkeiten (z.B., Parks, Denkmäler, Kunstinstallationen)
 - Anpassung der Art (z.B., Kunstinstallationen, historische Orte)



PROTOTYP 2: REGION ENTDECKEN

UNBEKANNTES ENTDECKEN

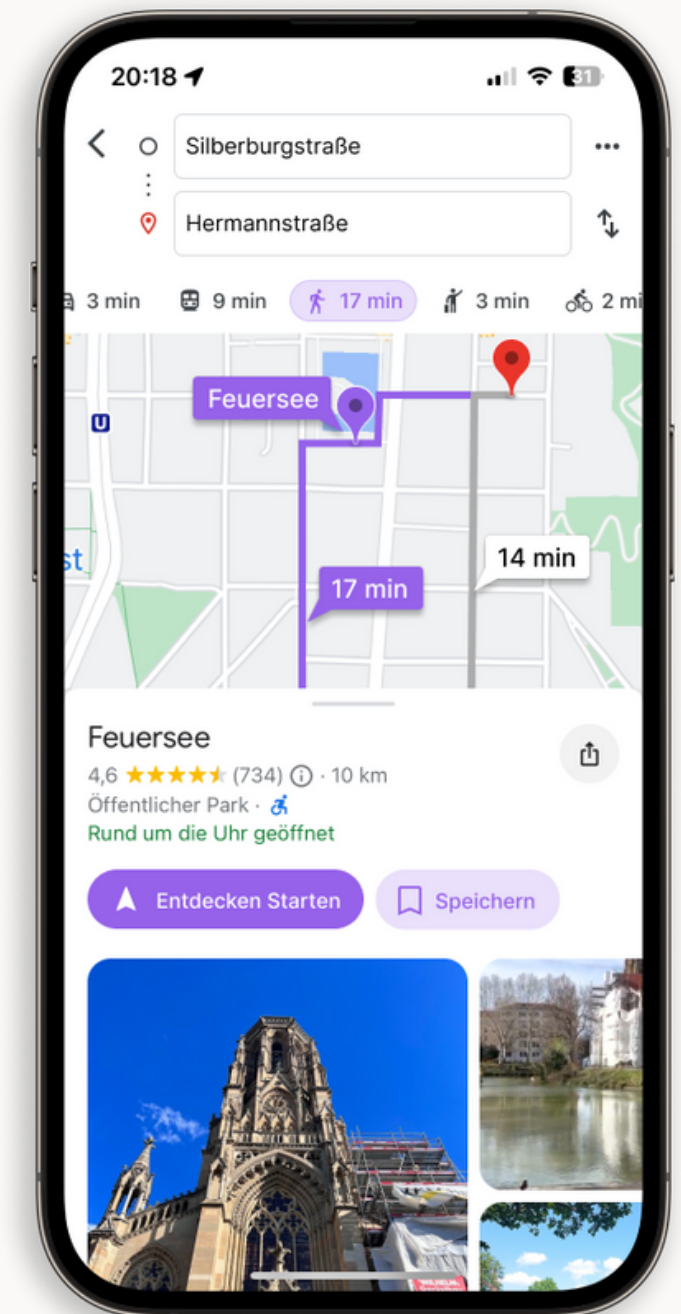
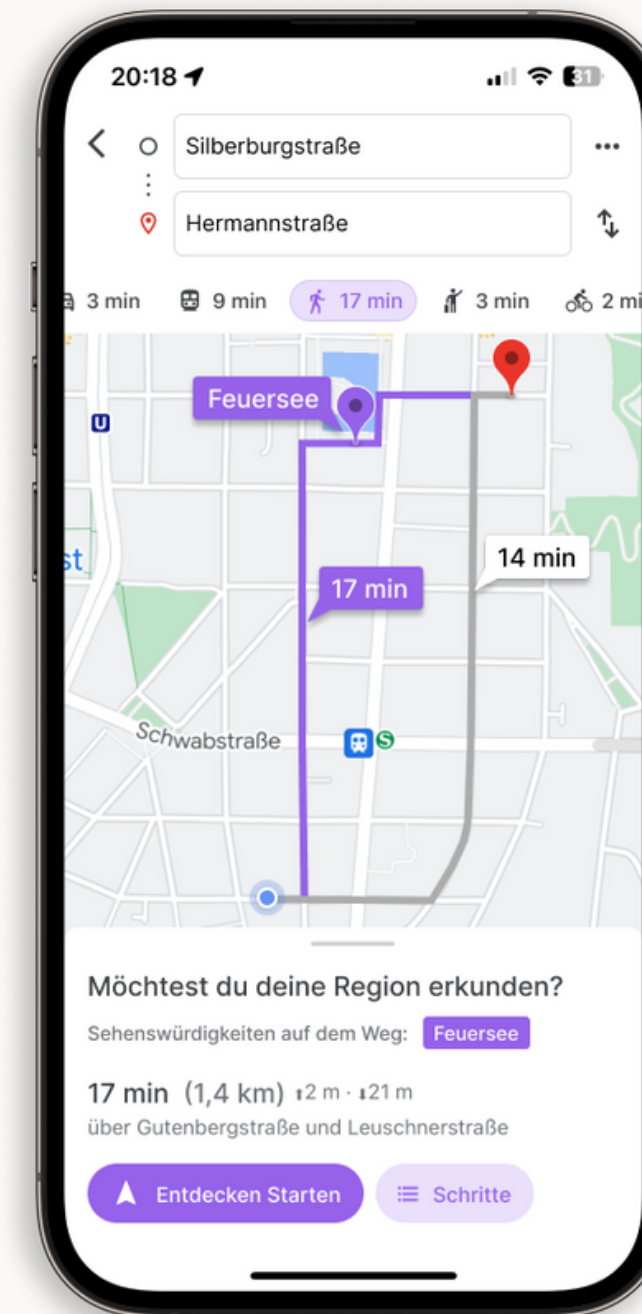
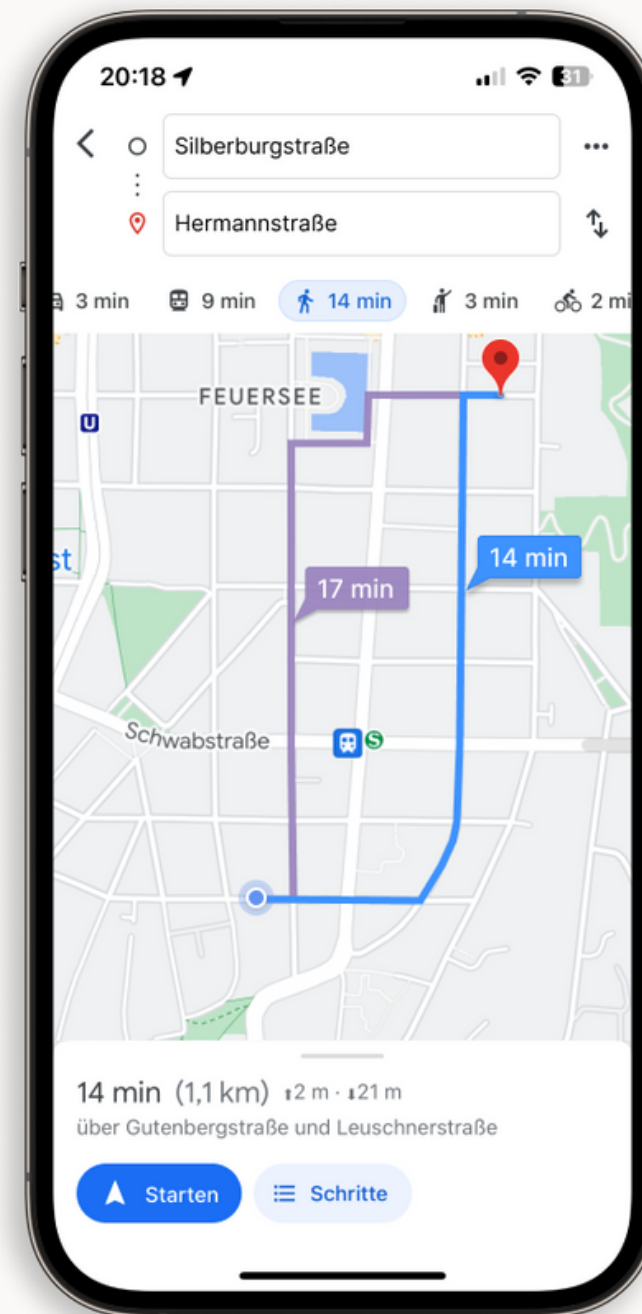
MUST HAVE

Erkunden von neuen
Orten und Objekten
Neugierde wird befriedigt

Screen 1: Normale Route mit Hinweis auf
Entdeckungsmodus

Screen 2: Entdeckungsmodus
ausgewählt mit Hinweis auf längere
Laufzeit und Highlight der Route

Screen 3: Highlight der Route
hervorgehoben



Literatur

- Camilleri, M. A. (2018). The Tourism Industry: An Overview. In Travel Marketing, Tourism Economics and the Airline Product (S. 3–27). Springer Nature. <https://ssrn.com/abstract=3289462>.
- Deutscher Tourismusverband.(2022). *Städtereisenstudie 2021*. https://www.deutschartourismusverband.de/fileadmin/user_upload/Themen/Qualität/Studienzusammenfassung_Staedtereisen.pdf
- Edwards, D., & Griffin, T. (2013). Understanding tourists' spatial behaviour: GPS tracking as an aid to sustainable destination management. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(4), 580–595. <https://doi.org/10.1080/09669582.2013.776063>
- Hausmann, A. (2019). Einführung in den Kulturtourismus. In: Einführung in den Kulturtourismus. essentials. Springer VS, Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-26854-1_1
- Lohmann, M. (2023). Die Nachfrage nach Kultur- und Städtereisen im Quellmarkt Deutschland. <https://www.bundestag.de/resource/blob/965902/07b9a3c3056d022f8aced415e266c225/Stellungnahme-Lohmann-data.pdf>

