



Wie wir es schaffen, touristische Produkte und Angebote nicht nur zukunftsfähiger, sondern auch resilienter zu gestalten.

MEIN  
ERLEBNIS  
PLANER

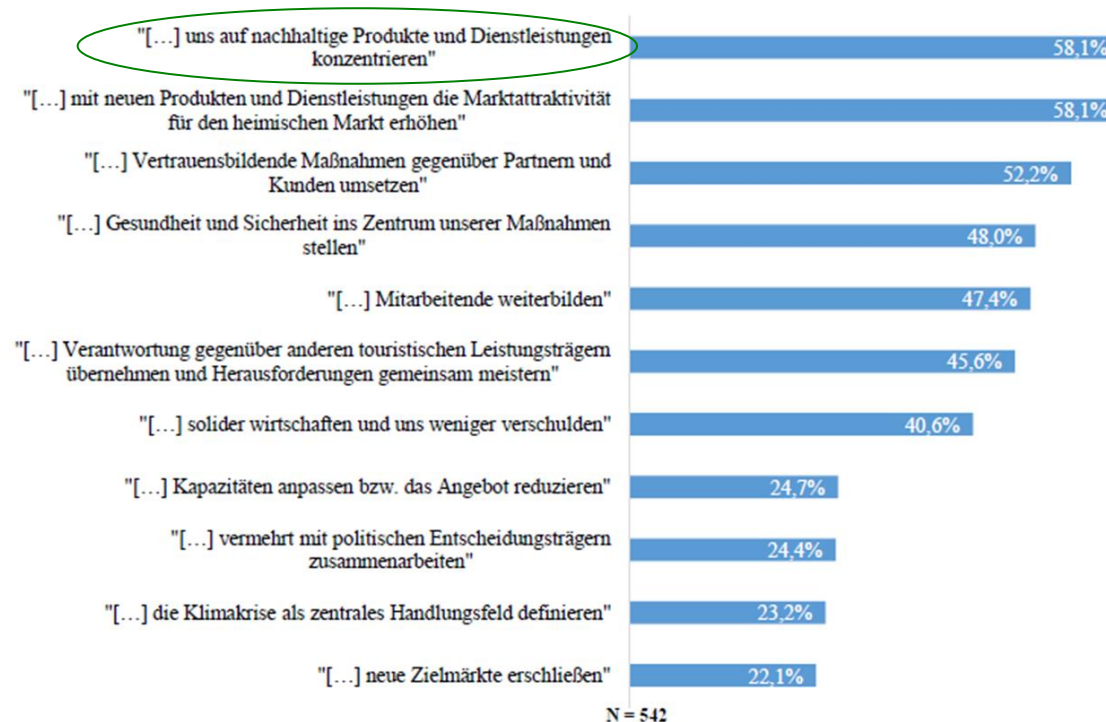
# DIE OUTDOOR & GENUSSREGION

# Was beschäftigt uns derzeit?



# Was beschäftigt uns derzeit an?

*Um nach der Corona-Pandemie erfolgreich zu sein, müssen wir in unserem Unternehmen bzw. in unserer Destination vor allem*



Es gibt Menschen, die auch unter schlimmen Lebensumständen ein erfolgreiches und glückliches Leben führen und die unbeschadet aus Krisen hervorgehen. Warum?

- Wir haben die Fähigkeit, die uns von innen heraus stärkt. Die Resilienz!
- Resiliente Menschen können flexibel mit Stress umgehen und bewältigen Druck und Frust besser. Es ist also unsere innere Widerstandskraft. Doch was macht uns resilient und wie kann diese Kraft gefördert werden

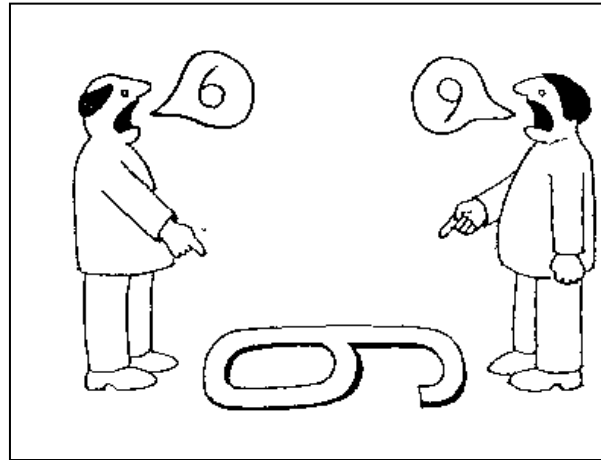
Kinder brauchen:

- eine feste Bezugsperson mit enger emotionaler Bindung und soziale Unterstützung

Es gibt mehrere Faktoren, die unsere Resilienz, sprich unsere innere Widerstandskraft gegenüber Stress, stärken können. Die sogenannten **Resilienzfaktoren**.

- Positive Emotionen. Der Fokus auf das Gute!
- Optimismus. Positiver Blick in die Zukunft!
- Positive Selbstwahrnehmung. Selbst-Annahme & -Akzeptanz
- Selbstwirksamkeitserwartung => Herausforderungen aus eigener Kraft bewältigen
- Kontrollüberzeugungen => Situationen selbst beeinflussen
- Akzeptanz: Veränderungen als Teil des Lebens
- Kohärenzgefühl: Anforderungen uneingeschränkt „Ja“ sagen
- Soziale Unterstützung

**Nicht auf dem eigenen Standpunkt beharren!**



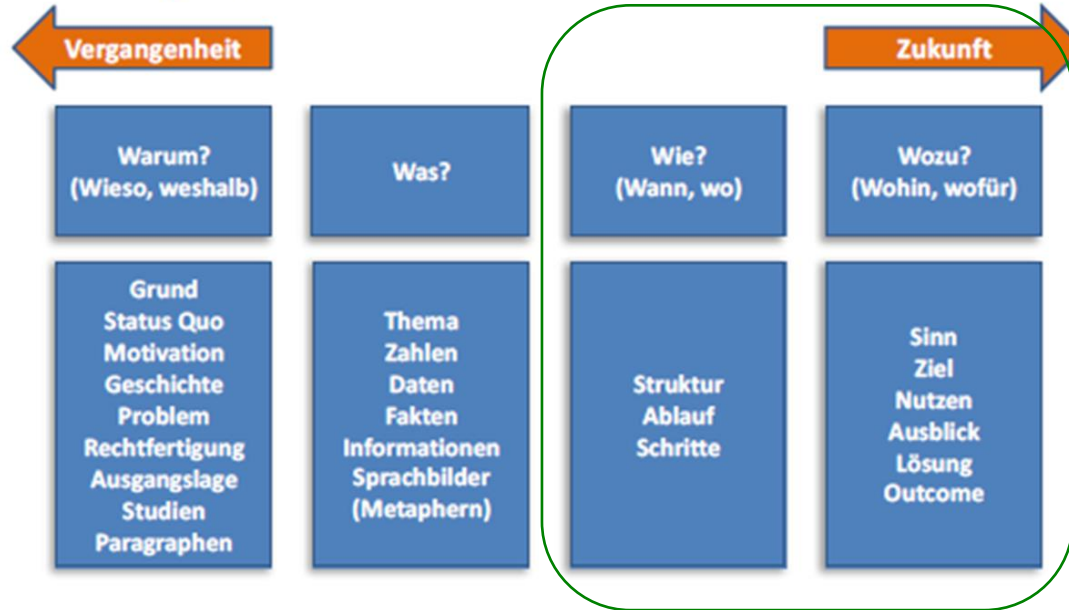
**Bedenke immer:  
„Entscheidend ist nicht, was Du sagst, sondern  
was Dein Gesprächspartner versteht!“**

*„Die Wirkung und Bedeutung  
einer Botschaft  
bestimmt NIEMALS  
der Sender,  
sondern IMMER  
der Empfänger!“*



**Gott gab uns nur einen Mund aber zwei Ohren, damit wir doppelt so viel hören können, wie wir reden sollten.**

## 4 Fragen, um Kommunikation zu strukturieren



**„Ja, aber“-Kompetenzen  
wertschätzen...**

**... und ihnen mit  
„Ja (PAUSE) und...“  
begegnen.**

## 4 Grundhaltungen:

- Optimismus
- Lösungsorientierung
- Akzeptanz
- Bindung

## Resiliente Menschen

- können mit Fehlern & Scheitern umgehen
- sind in der Lage transparent & offen zu kommunizieren
- lernen pro-aktiv
- können gut mit Veränderungen umgehen
- Wertschätzen die Anderen
- Sind fähig, zu kooperieren ...

- In der **Produktgestaltung** ist ein – von der Reisebranche durchaus gewünschter – **Trend zu qualitativ hochwertigeren Angeboten** festzustellen.
- Für touristische Destinationsmanagement-Organisationen (DMO) liegt eine entscheidende Herausforderung darin, **Tourismus ganzheitlicher** zu sehen, die Einheimischen mehr einzubeziehen und auf **allen Ebenen nachhaltig** zu agieren.
- Um ein bleibendes **Resonanz-Erlebnis** für Gäste zu erzeugen, gilt es, unter Einbindung aller Beteiligten sinnstiftende und authentische Urlaube zu gestalten.



# 6 Schritte zur Produktgestaltung



Menschen kaufen keine  
Produkte.

Menschen kaufen  
Sehnsüchte.

# Trend: Nachhaltigkeit => Bsp. Klima Hotels



Die Idee dahinter



Unsere Ziele



Umweltpartner



Ihr Beitrag



Unsere E-Tankstelle



Unsere Nachhaltigkeitsprojekte





Gebiete

Reiseangebote

Aktuelles

Über uns

🏠 > Gebiete > Frankenwald

## Gebiete

[Ammergauer Alpen](#)

[Allgäu](#)

[Bayerischer Wald](#)

[Berchtesgaden](#)

[Bliesgau](#)

[Eifel](#)

[Flusslandschaft Elbe](#)

**Frankenwald**

[Anreise](#)

[Das Gebiet](#)

[Mobil vor Ort](#)

[Reiseangebote](#)

[Hainich](#)

[Harz](#)



## Natürlich Urlaub - Mit Bahn & Bus durch den Frankenwald



### Bahnreise

Reisen Sie bequem mit dem Fernverkehr in den Frankenwald.



### Mobil vor Ort

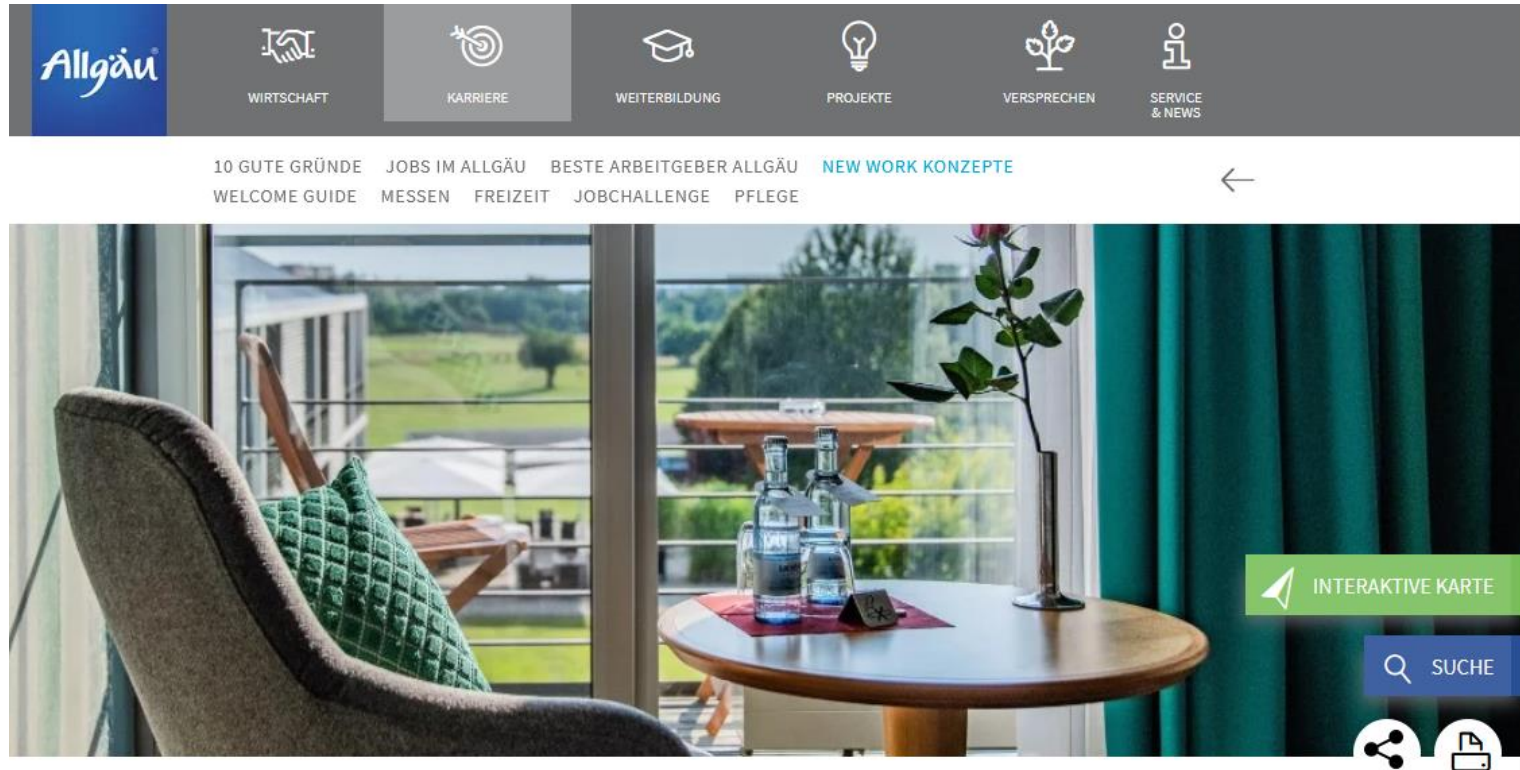
Vor Ort sind Sie bequem und umweltfreundlich unterwegs.



### Reiseangebote

Finden Sie ausgewählte Unterkünfte für einen entspannten Natururlaub.

# Trend: New Work => Bsp. Hotels im Allgäu





- Kaffeerösterei, Museum; Schulungszentrum und Gastronomie in Irschenberg und Rosenheim
- Direkter Kaffee-Einkauf bei bekannten Kaffeebauern ohne Zwischenhandel
- Mehrfach ausgezeichnet mit dem HR-Award für Mitarbeiterbindung
- Hauseigene Kinderkrippe „Die kleine Kaffeebohne“ bietet ein pädagogisches Konzept sowie längere und flexible Öffnungszeiten.
- Langfristige Dienstpläne erleichtern die Planung für Mitarbeiter mit Familie
- Gelungene Integration von Flüchtlingen

Sie basiert auf dem Konzept des Rollenspiels. Ziel ist das Betrachten eines Problems aus unterschiedlichen Perspektiven. Zuerst wird die Fragestellung, das Problem oder das Ziel möglichst konkret formuliert. Anschließend wird es aus unterschiedlichen Sichtweisen näher beleuchtet.

Kernpunkt ist das Einnahmen von drei verschiedenen Rollen:

## **Der Träumer**

- Er geht davon aus, dass alles möglich ist.
- Er sieht keine Risiken und Probleme, sondern geht von einer idealen Welt aus. In dieser Rolle soll ohne Grenzen fantasiert werden.

## **Der Realist**

- Er betrachtet das Thema von der praktischen Seite:
- Wie können wir das umsetzen?
- Was ist alles zu tun?
- Diese Rolle denkt weder überschwänglich positiv, noch übt sie Kritik

## Der Kritiker

- Als dritte Person kommt die Rolle ins Spiel, die visionär denkende Menschen zur Verzweiflung bringt.
- Der Kritiker übt Kritik. Wo lauern Probleme? Welche Stolpersteine und Widersprüche gibt es?

Sinnvoll ist am Ende des Kreativ-Prozesses eine Liste zu erstellen, in der folgende Fragen beantwortet und mit Verantwortlichkeiten hinterlegt werden:

- Welche Träumer-Ideen sollen weiterverfolgt werden?
- Welche Kritiker-Anmerkungen müssen beachtet und berücksichtigt werden?
- Welche Macher-Schritte sollten als nächstes angegangen werden?



CIRQUE DU SOLEIL.



1. Was reduzieren/weg lassen?
2. Was verbessern?
3. Was innovieren?

Nutzen Sie bitte eine der Kreativitätstechniken, um wirklich neue Ideen für touristische Produkte zu finden ...

Saisonverlängernde Maßnahmen für Familien-Camps

Wie können gute Mitarbeiter gefunden werden?

Neue Walderlebnisse schaffen: Kugelwald

Biodiversitäts-Region mit Info-Zentrum, Wanderwegen und Angeboten

Führungen, erlebbar machen interaktiv für verschiedene Zielgruppen

Naturbeobachtungsplätze für Genussurlauber

Was können wir tun, um die Saison zu verlängern und z. B. die Familiencamps auch über die 12 Sommerferienwochen hinaus zu nutzen?

- Andere Gästegruppen ansprechen, z.B. Paare ohne Kinder, Jugendliche (auch in Vereinen), Schüler, Betriebsausflüge/Incentive-Reisende,
- Mehr Tagesgäste und Einheimische ansprechen
- Camps an (verlängerten) Wochenenden anbieten
- Sunshine- & Iglo-Camps
- Das Thema „Nachhaltigkeit“ gezielter einsetzen, z.B. gemeinsames Bäume/ Weinreben pflanzen (bringt Stammgäste!), gemeinsames Ernten; einfache Arbeitsweisen und Lebensformen kennen lernen
- Mehr – interaktive – Führungen anbieten; Ranger einsetzen

Im **nachhaltigen Tourismus** liegt die Chance, zukünftige Krisensituationen besser zu bewältigen, das heißt **resilienter, sprich: widerstandsfähiger**, zu werden.

Wichtig ist der gezielte Einsatz von **Technologie** z. B. zur **Steuerung** von **Besucherströmen**, durch die **Optimierung des Ressourceneinsatzes** oder über eine **direktere Gästekommunikation**.

Im Bestreben nach **mehr Nachhaltigkeit** (sozial, ökologisch und ökonomisch) verstärkt Einfluss auf touristische Infrastrukturen und auf das touristische Angebot.





Vielen Dank für Ihre Teilnahme und  
für Ihre Aufmerksamkeit

Bleiben Sie gesund!

[elisabeth.hiltermann@gmail.com](mailto:elisabeth.hiltermann@gmail.com)

[hiltermannconsulting.de](http://hiltermannconsulting.de)

0173 67 25 665