

Digitale Inszenierungen im Outdoor-Tourismus

Anwendungsbeispiele, Möglichkeiten
& Grenzen

www.bte-tourismus.de
www.zaubar.com



Schön, dass Sie da sind!



Christina Weiß
BTE



Tim Detering
BTE

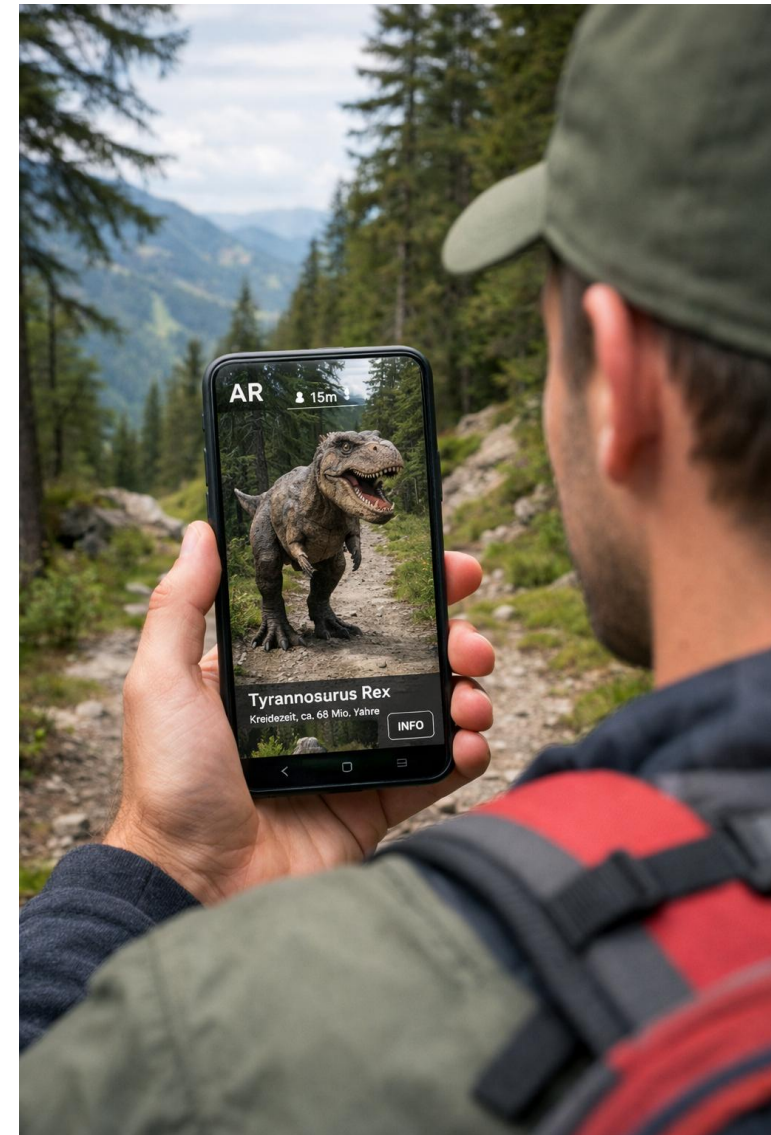


Stefan Marx
ZAUBAR

Was haben wir heute vor?

Agenda 10.00 Uhr bis 11.30 Uhr

- **Warum machen wir das?** | ca. 10 Min.
Anlass und Hintergrund
- **Was geht?** | ca. 45 Min.
Anwendungsbeispiele, Möglichkeiten & Grenzen
- **Was halten Sie davon?** | ca. 30 Min.
Fragen & Diskussion



KI-generiert

Warum machen wir das?

Suche nach leistungsfähigen Lösungen im Outdoor-Tourismus

- **Beobachtung**
 - Differenzierung im Markt zunehmend über Themen und Erlebnisse
 - Interesse an Inszenierungen und an digitalen Lösungen auf der Anbieter- und auf der Nachfrageseite
- **was wir bereits wissen**
 - Nutzung digitaler Dienste | **Mafo 2018 und 2023**
 - Modelle für den Einsatz digitaler Dienste | **Anwendungen am Beispiel der Römer-Lippe-Route**
 - Interesse der Radfahrenden und Wandernden an Themenrouten und Inszenierungen, Präferenzen | **Mafo 2025**
- **heute schauen wir auf Anwendungsbeispiele aus der Werkstatt der Kollegen von Zaubar**



BTE TOURISMUS- UND REGIONALBERATUNG
Berlin • Eisenach • Hannover • Kempten • Mainz

Malin Baruschke, Mathias Behrens-Egge, Christina Weiß | 9.10.2025



Warum machen wir das?

Wandernde und Radfahrende nutzen digitale Dienste – vorher, nachher & unterwegs

BTE/DWV-Studie zur Mediennutzung von Wandernden 2023



53 %

der Wandernden nutzen digitale Informationen während einer Wanderung.

ADFC-Radreiseanalyse 2025



78 %

der Radfahrenden nutzen Apps während der Radreise.

65 %

der Radfahrenden nutzt Internetrecherche mit mobilem Internet unterwegs.

Warum machen wir das?

BTE/DWV-Studie zur Mediennutzung von Wandernden
(2023, bevölkerungsrepräsentativ, n = 1.008)

8 %

der Wandernden geben an, schon einmal auf einem Wanderweg mit Inszenierungen unterwegs gewesen zu sein.

58 %

der Wandernden waren dies noch nicht, haben aber Interesse.

Warum machen wir das?

BTE-Studie zum Interesse von Wandernden und Radfahrenden an Themenwegen und Inszenierungen

2025, bevölkerungsrepräsentativ, Wandernde n = 1.026; Radfahrende: n = 1.008



50 %

der Wandernden zeigen Interesse an einem Themenweg.

29 %

der Wandernden waren bereits auf einem Themenweg unterwegs.



64 %

der Radfahrenden zeigen Interesse an einer Themenroute.

10 %

der Radfahrenden sind bereits auf einer Themenroute geradelt.

Warum machen wir das?

Welche der folgenden Aspekte sind Ihnen während Ihrer Wanderungen wichtig?

Auf einer Wanderung möchte ich vor allem die Bewegung in Natur und Landschaft genießen.



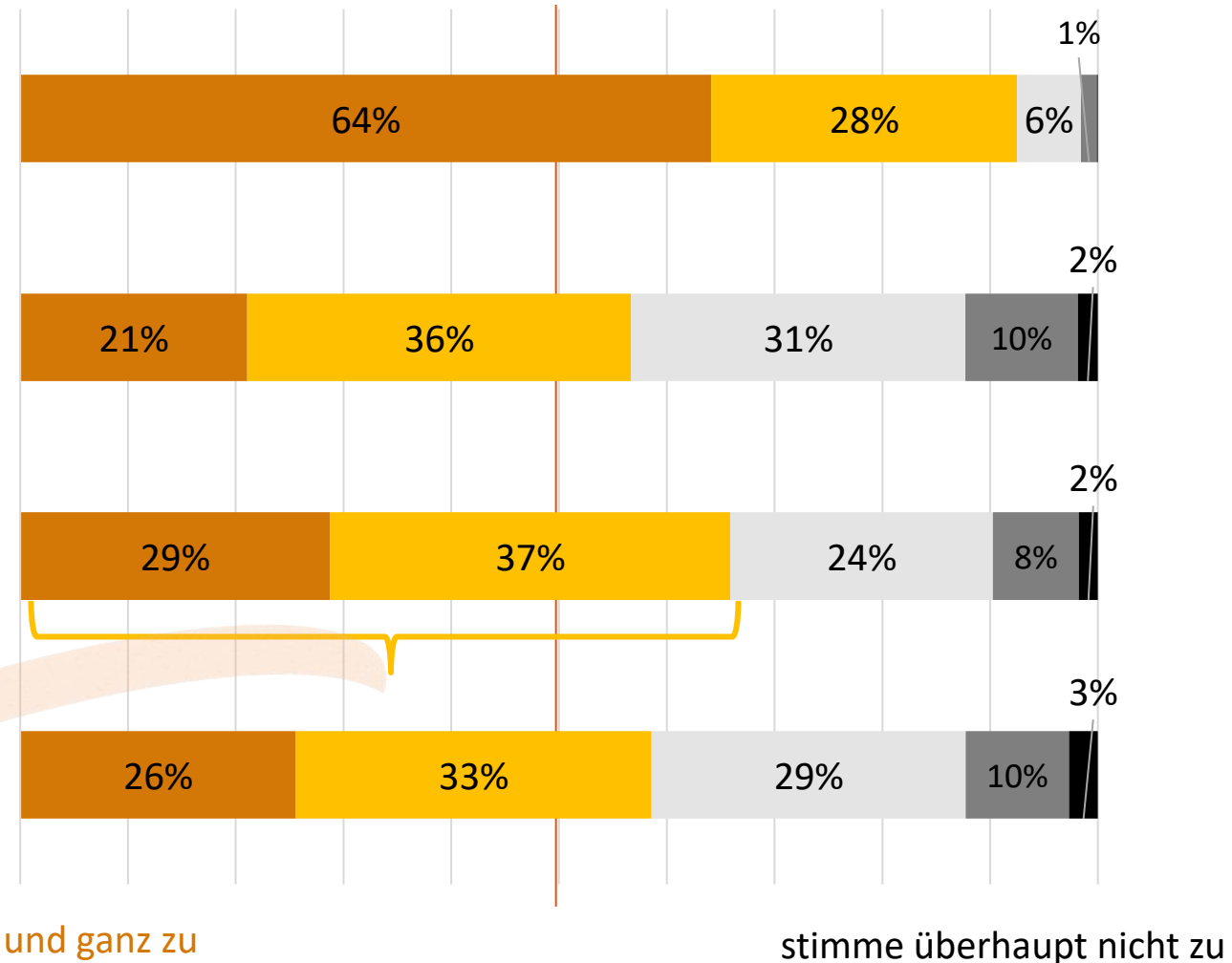
Auf einer Wanderung erfahre ich neben/bei dem Wandern gern etwas darüber, was Land und Leute in der Region prägt bzw. geprägt hat.



Ich halte gern an Stationen an, an denen etwas zu entdecken gibt, oder an denen ich mich über die Region oder bestimmte Themen informieren kann.

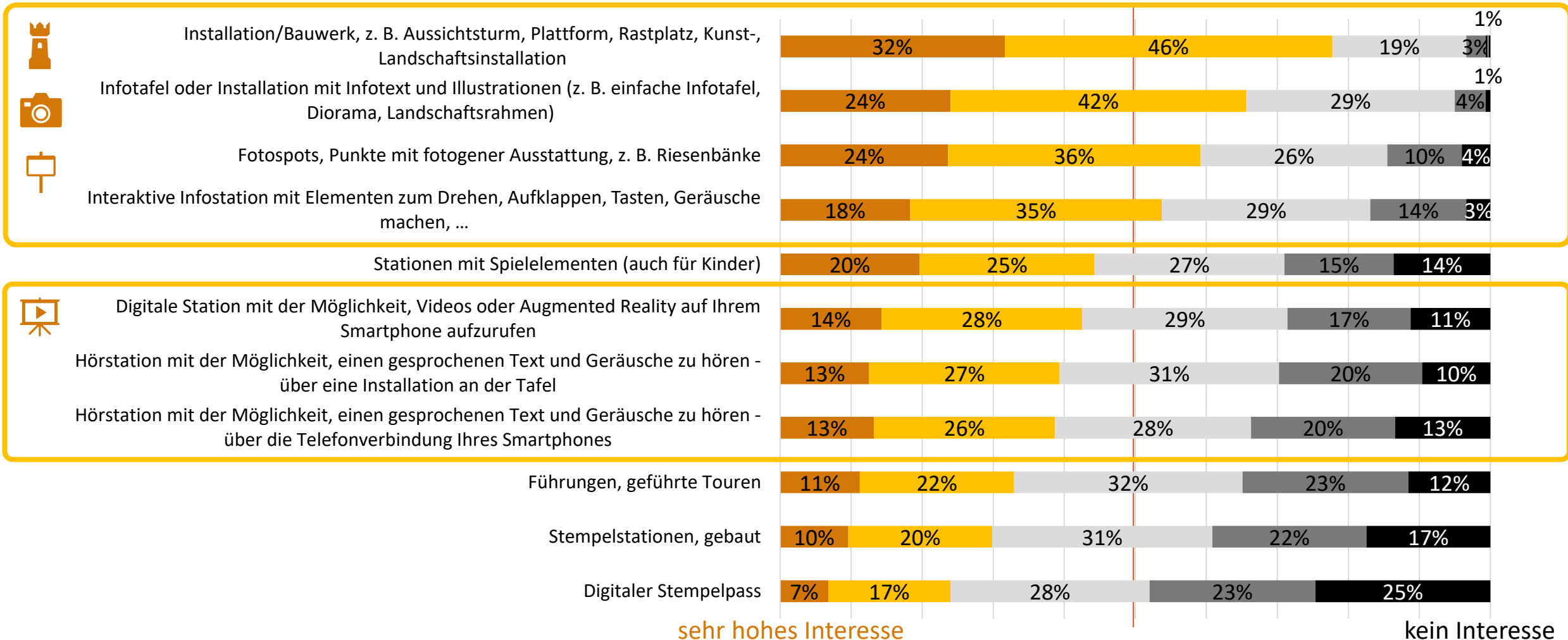


Ich besuche im Rahmen einer Wanderung Sehenswürdigkeiten wie Museen, Bauwerke von innen und nehme mir für den Besuch mind. 30 Min. Zeit (n=676)



Warum machen wir das?

Interesse an Inszenierungsformen an einem Wanderweg



sehr hohes Interesse

kein Interesse

Was geht?

Digitale Inszenierungen mittels Augmented Reality

- Welche AR-Inszenierungen sind aktuell (technisch) möglich und sinnvoll?
- PWA oder native App?
- Einbindung von Künstlicher Intelligenz?
- Welche weiteren Aspekte sollten bei der Umsetzung beachtet werden?

Vielen Dank!

www.bte-tourismus.de
www.zaubar.com



Kontaktdaten



Christina Weiß

weiss@bte-tourismus.de



Tim Detering

detering@bte-tourismus.de



Stefan Marx

stefan@zaubar.com



BTE Tourismus- und Regionalberatung PartG

Unsere BTE Geschäftsfelder



Destinationsentwicklung

Tourismuskonzepte · Leitbilder · Organisationsberatung · Nachhaltiger Tourismus und Klimakonzepte · Digitalisierung in Destinationen · Marketingstrategien · Markenentwicklung, Marketing, Kommunikation, Storytelling · Kulturtourismus · Medienentwicklung · Leitfäden · Moderation, Vorträge und Coaching



Aktiv- & Naturtourismus

Wandern · (Touren-)Radfahren · MTB-Fahren und Graveln · Wassertourismus · Reittourismus · Besucherinformation und -lenkung · Leitsysteme, Beschilderungskataster · Routen- und Netzplanung · Produktentwicklung · Marketing, Storytelling, Medienentwicklung, Inszenierungen · Leitfäden · Finanzierung und Förderung · Marktforschung



Schutzgebiete & Regionalentwicklung

Naturparkpläne · Rahmenkonzepte für Schutzgebiete · Fachbeiträge Tourismus · Sozioökonomische Analysen · Regionale Entwicklungskonzepte · Besucherlenkung und -information · Umweltbildung · Bildung für nachhaltige Entwicklung · Modellprojekte



Touristische Infrastruktur

Machbarkeitsstudien · Potenzialanalysen · Wirtschaftlichkeitskonzepte · Entwicklungskonzepte · Standortanalysen · Expertisen · Besucherzentren und Ausstellungen · Umweltbildung · Gastronomie, Beherbergung und Camping · Freizeit- und Parkanlagen · Badeseen und Freibäder