

The background of the slide is a complex, abstract pattern of numerous thin, white, wavy lines that resemble a network or a topographical map. The lines are set against a dark, almost black background, creating a high-contrast, textured effect.

# Die Megatrends im Licht der Corona-Krise

*Und deren Bedeutung für den Tourismus*

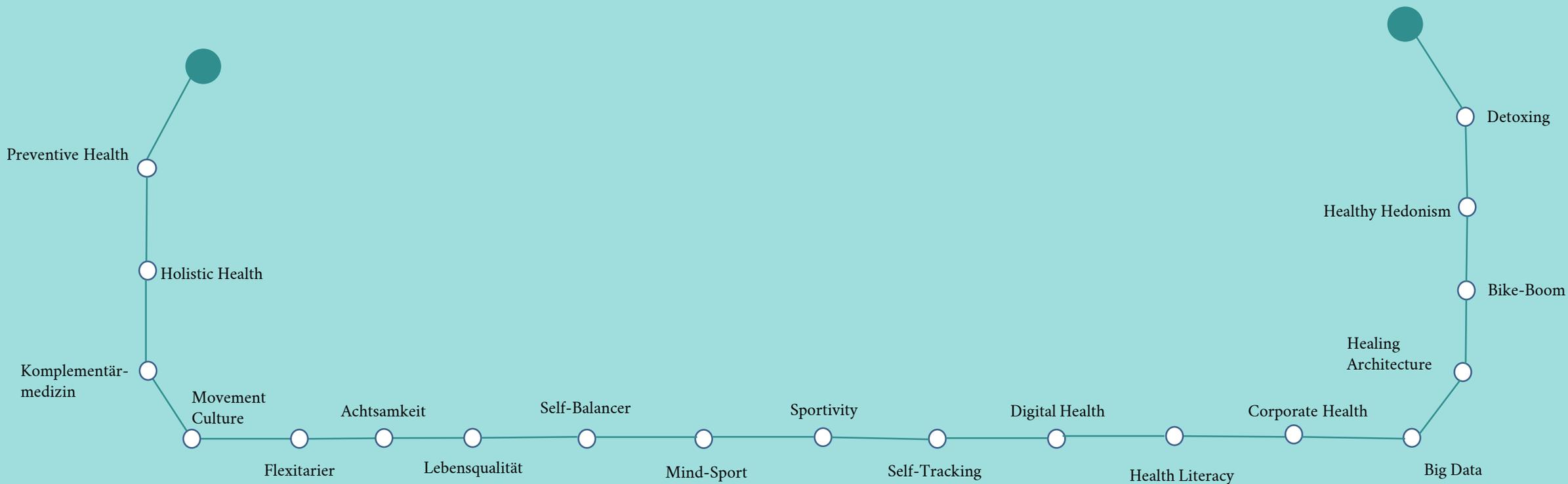
# Die 12 Megatrends

---

---

1. Gesundheit
2. Neo-Ökologie
3. Mobilität
4. Urbanisierung
5. Globalisierung
6. Silver Society
7. Individualisierung
8. Konnektivität
9. Wissenskultur
10. New Work
11. Gender Shift
12. Sicherheit





# Megatrend Gesundheit

Alle Begriffe sind hier erklärt.  
Quelle: Zukunftsinstitut GmbH, 2018



# Fazit

## Megatrend Gesundheit

---

- Gesundheit = Wohlgefühl & Lebensziel, in das es sich zu investieren lohnt
- Ganzheitliches Wohlbefinden von Körper und Geist statt verkraampftes, leistungsorientiertes Gesundheitsverhalten
- Menschen übernehmen mehr Verantwortung für ihre Gesundheit: Prävention statt Behandlung, Integration in den Alltag, Selftracking
- Ernährung, Schlaf & Sport sind mit Spaß, Achtsamkeit & Erholung verbunden

**Tourismus:** Aktiv- & Erholungsurlaub boomt, „etwas für die Gesundheit tun“ ist für viele Gäste Urlaubsmotiv, Mind Sports (z.B. Yoga im Freien) & Gesunde Ernährung im Urlaub, Wellness 2.0; *Gesundheitswandern+ im TVB Wipptal, Sound of Seefeld als Beispiel für meditatives Destinationsmarketing, TVB Kufsteinerland: Yoga-Tage, Waldbaden,...*

# Corona & Megatrend Gesundheit

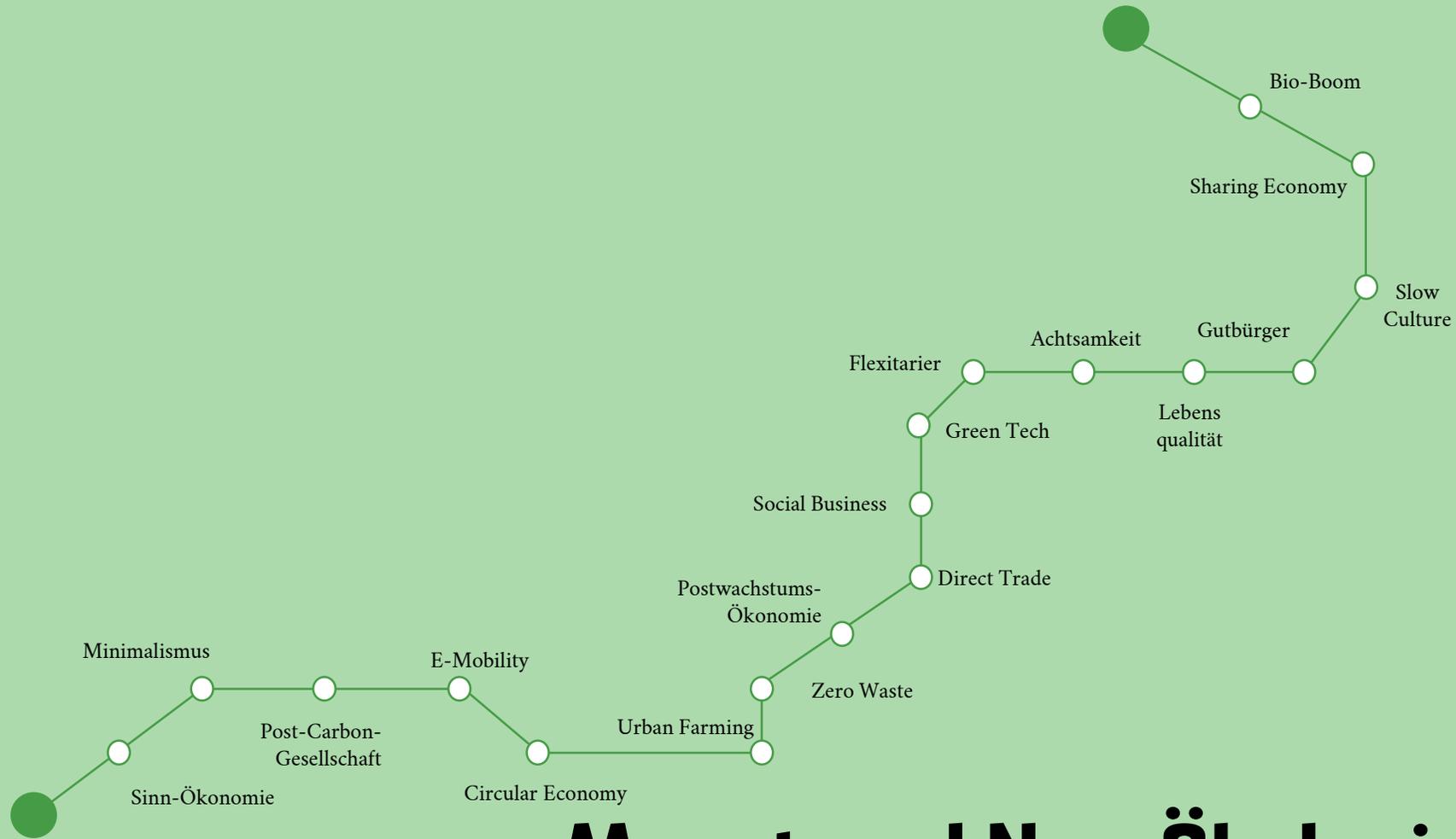
---

Die Fitness & Gesundheitsbranche ist großer Gewinner der Krise: einerseits zur Prävention/Stärkung des Immunsystems aber generell erleben wir eine **enorme Bewusstseinssteigerung** zum Wert der eigenen Gesundheit. Immer mehr Menschen nutzen die Zeit in der Quarantäne für **Fitness** (Fitnessvideostreams boomen, Preisanstieg bei Fitnessgeräten) und **gesunde Ernährung** (Menschen haben wieder Zeit & Lust zu kochen) zur **Optimierung des Körpers aber auch des Geistes** (Achtsamkeitstrainings, Meditation, Entspannungssport, ausgedehnte Spaziergänge)

„Flatten the curve“ bezieht sich sinnbildlich auch auf die Überhitzung der Weltwirtschaft, Produktivität und unseres 24/7 Lifestyles sowie auch des allgemeinen Reisefiebers – die Menschen sind gezwungen zuhause zu bleiben und herunterzufahren. Gleichzeitig ist die Zeit der Ungewissheit und der Ausgangsbeschränkungen aufreibend und es wird nach der Krise nach Möglichkeiten gesucht, sich etwas Gutes zu tun.

## Bedeutung für Tourismus

- Fokus auf **Gesundheitsthemen im Tourismus**, aber ganzheitlich betrachtet für **Körper, Geist & Seele**
- **Erholungsurlaub**, Wellness vor allem für den Geist wird im Urlaub noch stärker boomen, evtl. auch Digital Detox nach langer Zeit vor Screens



# Megatrend Neo-Ökologie

Alle Begriffe sind hier erklärt.  
Quelle: Zukunftsinstitut GmbH, 2018



# Fazit

## Megatrend Neo-Ökologie

---

- Neue Nachhaltigkeit ist ästhetisch und genussorientiert & hat nicht mehr mit Verzicht zu tun
- Neue Konsumkultur: Man will nicht mehr nur kaufen, sondern Konsum stärker steuern
- Industrielle Systeme müssen sich umstellen – abfallfrei wirtschaften oder die Rohstoffe im Kreislauf halten
- Neue Technologien schaffen neue Alternativen zur alten Wegwerfgesellschaft – **Nutzen statt Besitzen!**
- Ernährung wird flexibel bis fleischlos, Bio wird auf Qualität geprüft,

**Tourismus:** Ökotourismus, Bio Hotels, „Null-Energie-Bilanz“ bzw. Zero Waste Hotels & Restaurants, Flight Shaming, Zugboom  
*TVB Kufsteinerland: Naturresonanz, Kräuterwanderungen,*

# Corona & Megatrend Neo-Ökologie

---

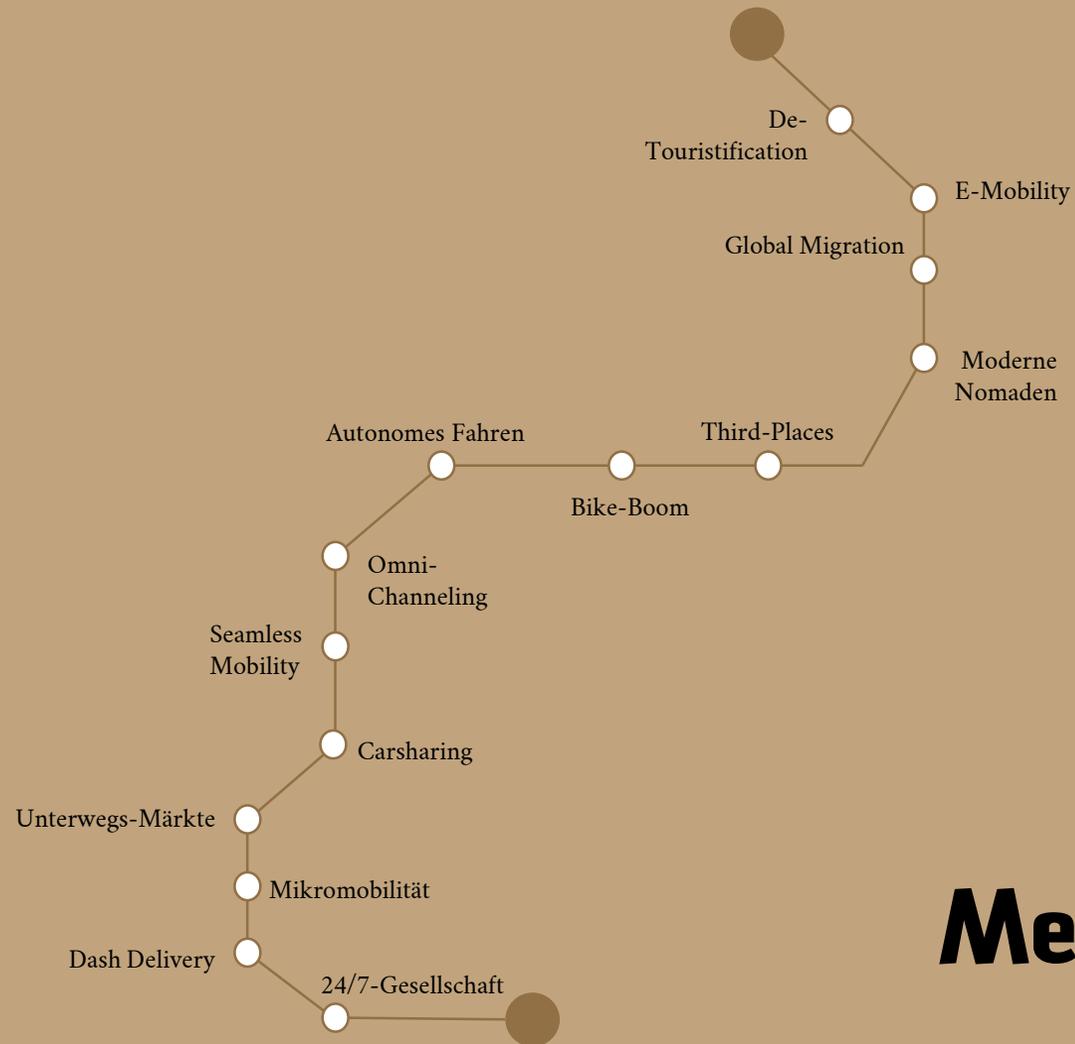
---

Nachdem Nachhaltigkeitsbewusstsein dank Greta Thunberg und Fridays for Future endgültig in den Mainstream gelangt ist, hat die **Corona-Krise die gesamte Bevölkerung schlagartig zu einem nachhaltigeren Lebensstil „gezwungen“**. Die breite Bevölkerung hat nachhaltigeren Lebensstil und Verzicht „erlernt“ und wird vermutlich bzw. hoffentlich einiges davon auch nach Corona beibehalten.

- CO<sub>2</sub>-Austausch & Verschmutzung durch Verkehr, Industrie etc. aufgrund der Ausgangsbeschränkung drastisch gesunken, sichtbare Erholung der Natur emotionalisiert (z.B. Rückkehr der Delfine, klares Wasser in Venedig) und macht voriges Fehlverhalten sichtbar
- Regionaler Konsum zur Stärkung der heimischen Wirtschaft (#supportyourlocal)

## **Bedeutung für Tourismus**

Tourismus MUSS grüner werden und lokale, kleinstrukturierte Leistungsträger stärker einbinden



# Megatrend Mobilität

Alle Begriffe sind hier erklärt.  
 Quelle: Zukunftsinstitut GmbH, 2018



# Fazit

## Megatrend Mobilität

---

- Gesellschaftliche Veränderung + neue technologische Möglichkeiten
- Globale Mobilität nach dem Roaming Prinzip
- Mobilitätsmix: Auto verliert dominante Stellung
- Zeit, Komfort, Qualität & Nachhaltigkeitsbewusstsein entscheiden über das Fortbewegungsmittel

**Tourismus:** Entschleunigtes vs. Beschleunigtes Reisen, Hyperloop & Überschallflugzeug, Erreichbarkeit durch öffentliche Verkehrsmittel als Reiseentscheidungskriterium, Gratis Öffis für Gäste, Nachtzug-Boom, Flight Shaming

*Mobilität im Tiroler Tourismus: Tirol auf Schiene, Bahnhofshuttle, Gästekarte=Fahrkarte, etc.*

# Corona & Megatrend Mobilität

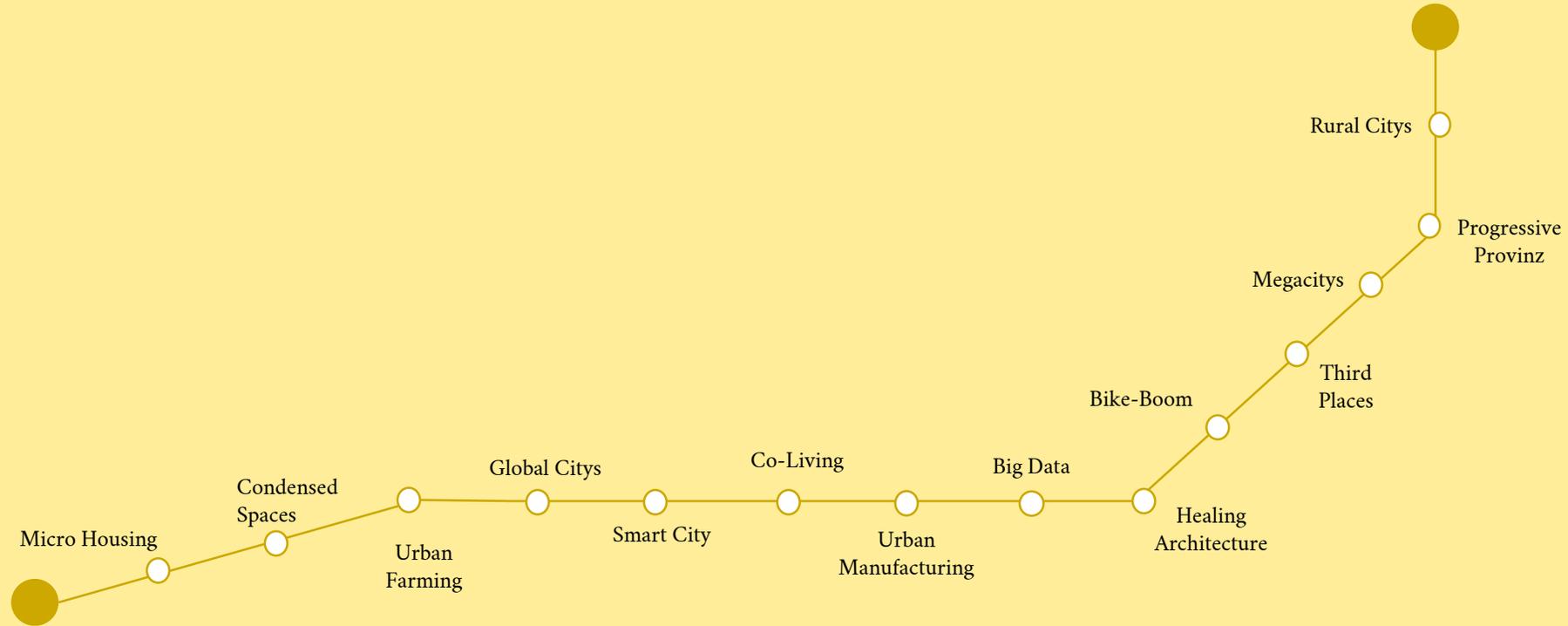
---

---

**Abrupte Einschränkung** der Mobilität führte einerseits zu **Frust** (eingeschränkte Bewegungsfreiheit, Vermeidung von Öffis & Sharing Diensten aus Angst vor Keimen; Reisen fallen aus), andererseits erleben wir **Entschleunigung** und Überdenken das eigene **Mobilitätsverhalten** (ist Weg X oder Reise X tatsächlich nötig?). **Ökologisch** hat dies positive Effekte, wie etwa auch den erneuten Rad-Boom (keine Ansteckung & gut für die Gesundheit), allerdings wird auch der **Individualverkehr** steigen.

## Bedeutung für Tourismus

- Orte mit **Menschenansammlungen** wie Bahnhöfe, Airports, Bergbahnen werden zu Beginn eher **gemieden**. Reisen zum Urlaubsort werden wieder verstärkt mit dem **eigenen Auto** unternommen → **Entzerrung von Touristenströmen** & Trend zu individueller Anreise für Tourismus relevant; Öffentliche Anreise & Sharing-Dienste müssen sensibel wieder angekurbelt werden
- **Bike Boom** kann und soll im Urlaubsangebot genutzt und Angebote geschaffen werden, z.B. Fahrradfernenreisen
- **Fluggesellschaften** haben wirtschaftlich zu kämpfen (Rückverstaatlichung von Airlines nicht auszuschließen), Lockerung der Flugverpflichtung macht Airlines flexibler und würde künftig Verkehr im Luftraum und Preispolitik der Airlines verschieben



# Megatrend Urbanisierung

Alle Begriffe sind hier erklärt.  
Quelle: Zukunftsinstitut GmbH, 2018



# Fazit

## Megatrend Urbanisierung

---

- Urbanisierung schreitet weiter fort
- Neue urbane Räume vs. alte, gewachsene Städte = Mix aus Tradition & Innovation
- Auflösung des Gegensatzes „graue Stadt, grünes Land“
- Gegenteil der „Progressiven Provinzen“: der ländliche Raum gewinnt dank Glasfaseranschluss, moderner Architektur, Nachbarschaftshilfe & Nähe zur Natur an Attraktivität v.a. für junge Familien

**Tourismus:** Städtetrips boomen weiterhin, aber man sucht nach dem authentischen Erlebnis und erkundet gerne auch abgelegene Viertel („Live like a local“, Thementouren); vor Corona war Overtourism und Entzerrung von Besucherströmen v.a. in Städten relevant



# Corona & Megatrend Urbanisierung

---

Trend zum Leben in der Stadt wurde erschüttert: Städter wichen während Quarantäne in Landsitze aus bzw. beneiden jene, die am Land wohnen um ihre Bewegungsfreiheit in der Natur.

## Bedeutung für Tourismus

- Sicherheitsabstand muss im urbanen, aber auch ländlichen Raum durch **Kontingentierung bei touristischen Produkten** gewährleistet werden (Vorher nur Thema in Bezug auf Overtourism)
- Dadurch vermehrt **Konkurrenz zwischen Einheimischen & Touristen** (Tourismusgesinnung!)
- Dies muss von **DMOs moderiert** werden bspw. mithilfe von Digitalen Hilfsmitteln



# Megatrend Globalisierung

Alle Begriffe sind hier erklärt.  
Quelle: Zukunftsinstitut GmbH, 2018



# Fazit

## Megatrend Globalisierung

---

- Weltweite Vernetzung (Internet, Verkehrsmittel, Handel etc.) fördert globale Kultur
- Global agierende Plattform-Konzerne oder wirtschaftliche Großmächte schaffen Abhängigkeiten
- „Virale“ Verbreitung von Wissen, Meinungen, Krisen
- Gegentrend: Das Lokale gewinnt als Teil der Globalisierung stark an Bedeutung  
„Glokalisierung“ = Rückbesinnung auf authentische und regionale Werte

**Tourismus:** reisefreudige Generation Global, „Live like a local“,

# Corona & Megatrend Globalisierung

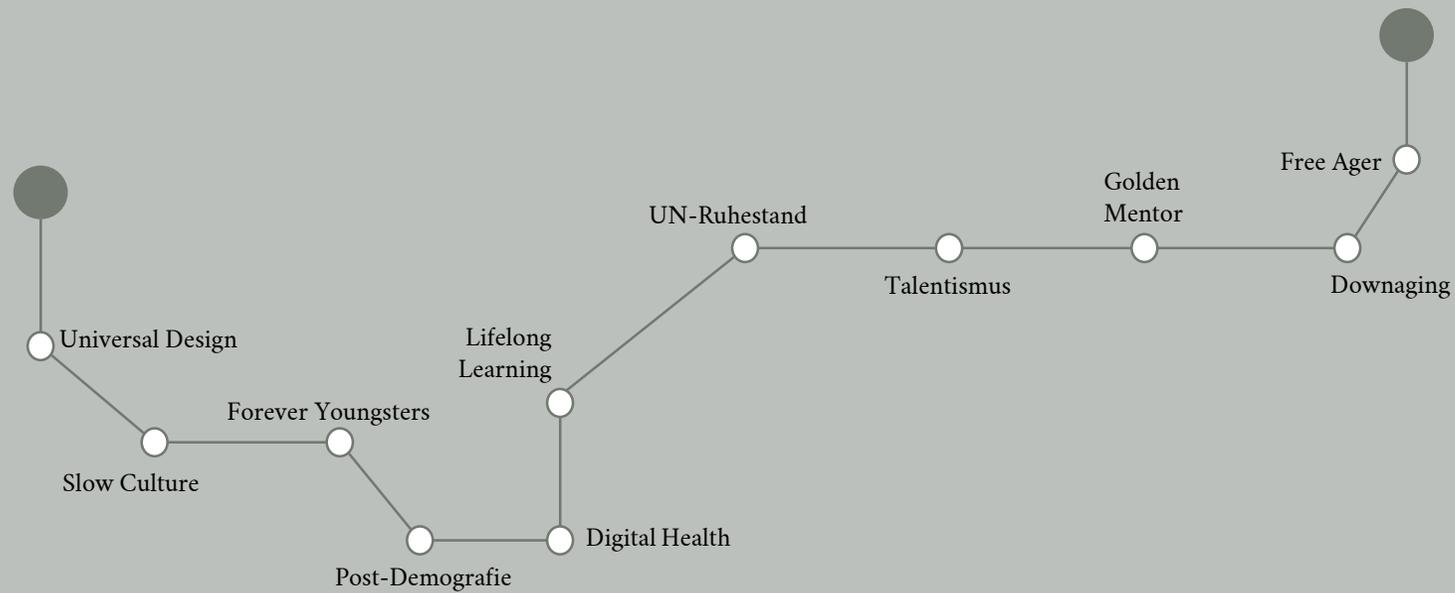
---

---

Corona hat uns erneut demonstriert, wie stark unsere Welt heute vernetzt ist bzw. welche **Auswirkungen** die **Globalisierung** hat. Was in China begann, betraf in kürzester Zeit die gesamte Welt. Zusammenarbeit zwischen Staaten zur Bekämpfung des Virus ist so wichtig wie noch nie. Es herrscht ein extremes **Spannungsfeld** zwischen **Nationalismus** (Grenzschließungen, Schutz der eigenen Bevölkerung) und gemeinschaftlichem Denken über Landesgrenzen hinweg.

## Bedeutung für Tourismus

- Man kann davon ausgehen, dass auch die **Anzahl der Reisen** (v.a. Business) vorerst **abnehmen** wird, dafür reisen die Menschen in Zukunft **bedachtsamer**, eventuell länger und nur im richtigen Moment.
- Das bewusste **in Kontakt treten** mit dem **Urlaubsort** und den Menschen vor Ort ist wichtiger denn je.
- Reisen ist und **bleibt Grundbedürfnis** in der globalisierten Gesellschaft.



# Megatrend Silver Society

Alle Begriffe sind hier erklärt.  
Quelle: Zukunftsinstitut GmbH, 2018



# Fazit

## Megatrend Silver Society

---

- Die Menschheit wird älter – und bleibt länger jung.
- Vom Problemfall zum Zukunftsprojekt: Das Leben im Alter wird bunt.
- „Unruhestand“
- Ein Großteil der älteren Menschen wünscht sich, die Welt zu sehen und viel zu verreisen

**Tourismus:** Reiseerfahrene Zielgruppe, Serviceorientierter Nah- und Ferntourismus mit End-to-End-Mobilität, sanfte Sportarten



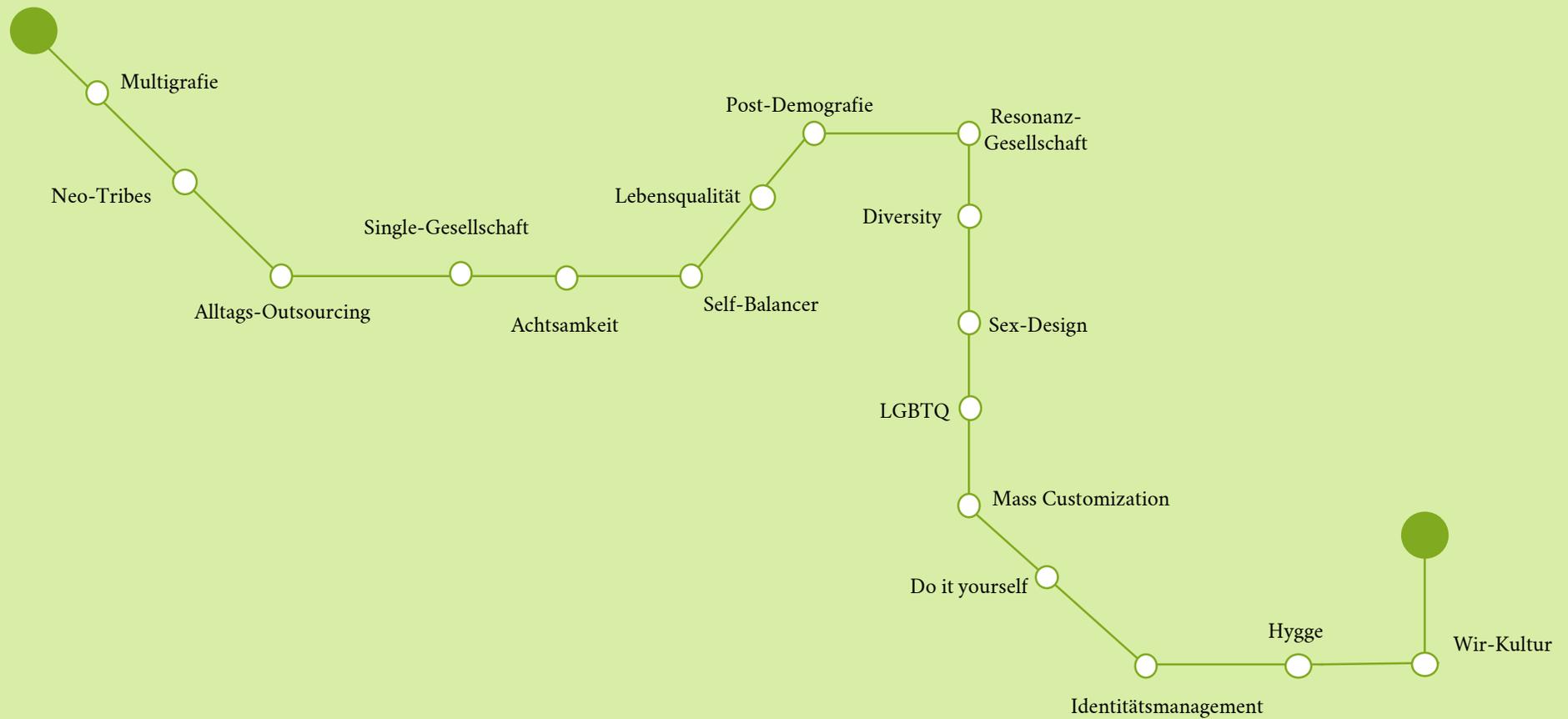
# Corona & Megatrend Silver Society

---

Der Generationenkonflikt, der kurz vor Corona in eine neue Runde ging („OK, Boomer.“), setzte abrupt aus und wandelte sich in eine noch nie dagewesenen **Solidarität zwischen Alt & Jung**: Bsp. Junge/Gesunde bieten Nachbarschaftshilfe an, „Digital Natives“ helfen teils über neu entstandene Apps bei technischen Fragen, etc. Damit wird die ältere Generation auch in Digitalen Bereichen fitter.

## Bedeutung für Tourismus

- neue Form des **Miteinanders & Rücksicht** auch im Tourismus (nicht mehr „Alt gegen Jung“)
- evtl. „trauen“ sich Risikogruppen **vorerst weniger** zu **Reisen** als junge Zielgruppen
- **Digitale Services** vermehrt auch von Älteren genutzt



# Megatrend Individualisierung

Alle Begriffe sind hier erklärt.  
Quelle: Zukunftsinstitut GmbH, 2018



# Fazit Megatrend Individualisierung

---

- Wunsch nach dem Besonderen & Einzigartigem
- Lebensstile folgen keinerlei Konventionen mehr
- Erlebniskultur: „Collect moments – not things.“
- Selbstoptimierung, Selbstdarstellung, Selbstfindung, Selbstbestimmung
- Individualisten suchen Gemeinschaften bzw. Gleichgesinnte

**Tourismus:** Erlebnis- & Abenteuerreisen, Nischenkonzepte (Special Interest), Live like a lokal, flexible Pauschalreise, Boutique Hotels statt Bettenburgen, Instagrammability

# Corona & Megatrend Individualisierung

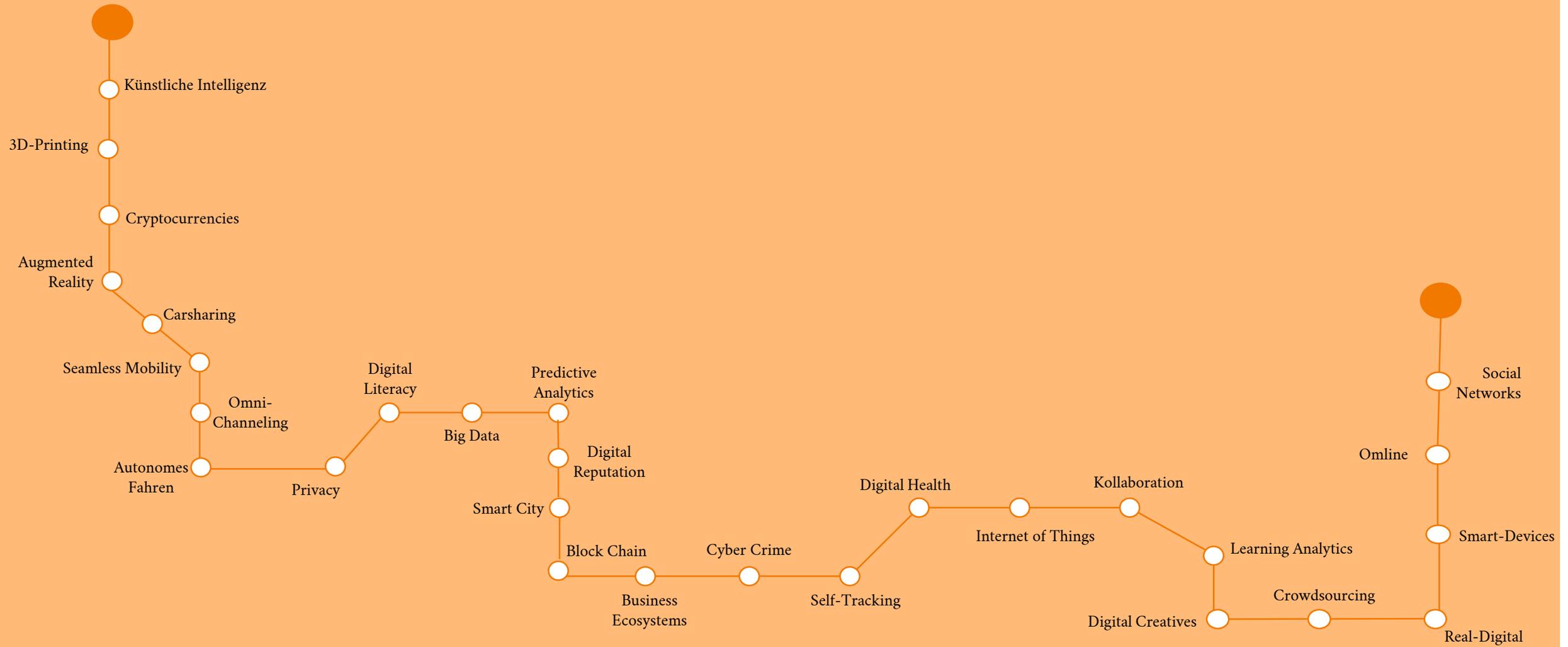
---

Es hat sich gezeigt, dass der Trend hin zu einem extrem individuellen Lebensstil nicht im Gegensatz zu gemeinschaftlichem Denken steht – im Gegenteil: Individualisten suchen Gemeinschaften, in denen sie ein „Wir-Gefühl“ spüren. Dieses Gefühl der Verbundenheit ist durch die Krise besonders stark zu spüren.

„**Cocooning**“ bereits vor Corona im Trend: Sozialer Rückzug, es sich gemütlich machen und wohltuende Atmosphäre sowie **Erlebnisse im Eigenheim** zu schaffen wird durch Corona an die Spitze getrieben und ein riesen Thema bleiben.

## Bedeutung für Tourismus

- **Urlaub auf „Balkonien“** oder vermehrt im Inland (auch aus Sicherheitsgründen bzw. Risiko erneuter Reiseeinschränkungen) oder **Gegentrend**: verstärktes Bedürfnis nach Urlaub abseits des gewohnten Umfelds (Natur, Actionreiche Erlebnisse)
- Es gilt **einzigartige, kreative Angebote** zu schaffen, um Gäste mit Destination in Verbindung zu bringen und **Lust auf das echte Erleben** zu machen
- „**Resonanz Tourismus**“ - **das bewusste in Verbindung treten mit der Destination, wird zum wichtigsten Trend im Tourismus**: Von der bewussten Anreise bis hin zum Wahrnehmen der Natur, in Kontakt treten mit den Menschen vor Ort bis hin zum Erleben von authentischen Erlebnissen.



# Megatrend Konnektivität

Alle Begriffe sind hier erklärt.  
 Quelle: Zukunftsinstitut GmbH, 2018



# Fazit

## Megatrend Konnektivität

---

- Vernetzung der realen Welt mit der digitalen
- Neue Formen der Gemeinschaft, Zusammenarbeit, Wirtschaften & Arbeiten
- Digital = Convenience
- „Online“: Wachsende Achtsamkeit im Umgang mit Konnektivität
- Gegentrend: Das Analoge gewinnt an Wert

**Tourismus:** Urlaubsbuchung & -planung online, mobil, virtuell, Bots & Digitalen Assistenten (Skill „Erlebe Tirol“); Instagram-Fähigkeit von Destinationen, Digital Detox im Urlaub („Offline is the new luxury“)

# Corona & Megatrend Konnektivität

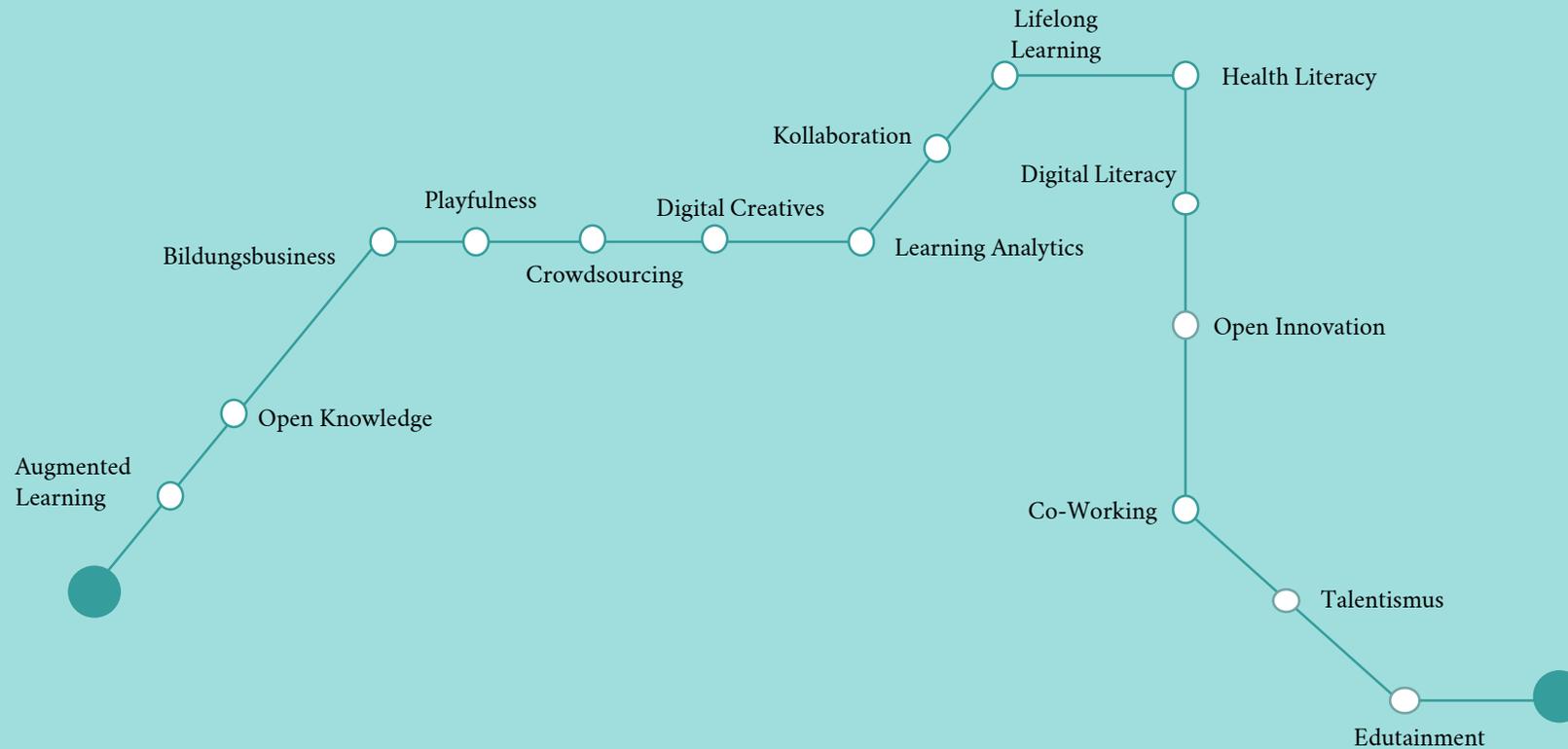
---

---

Die Corona-Krise hat zu einer noch stärkeren Vernetzung geführt, v.a. über digitale Wege. Sie ist ein wahrer **Digitalisierungsbooster für alle Bereiche unseres Lebens**. Man lernt, wie viel über virtuelle Wege möglich ist und nutzt eine Vielzahl an Tools, Devices und Apps sowohl für **Berufliches** als auch **Privates**. **Online-Shopping** und digitales **Payment** hat sich fix in der breiten Masse etabliert – über alle Generationen hinweg.

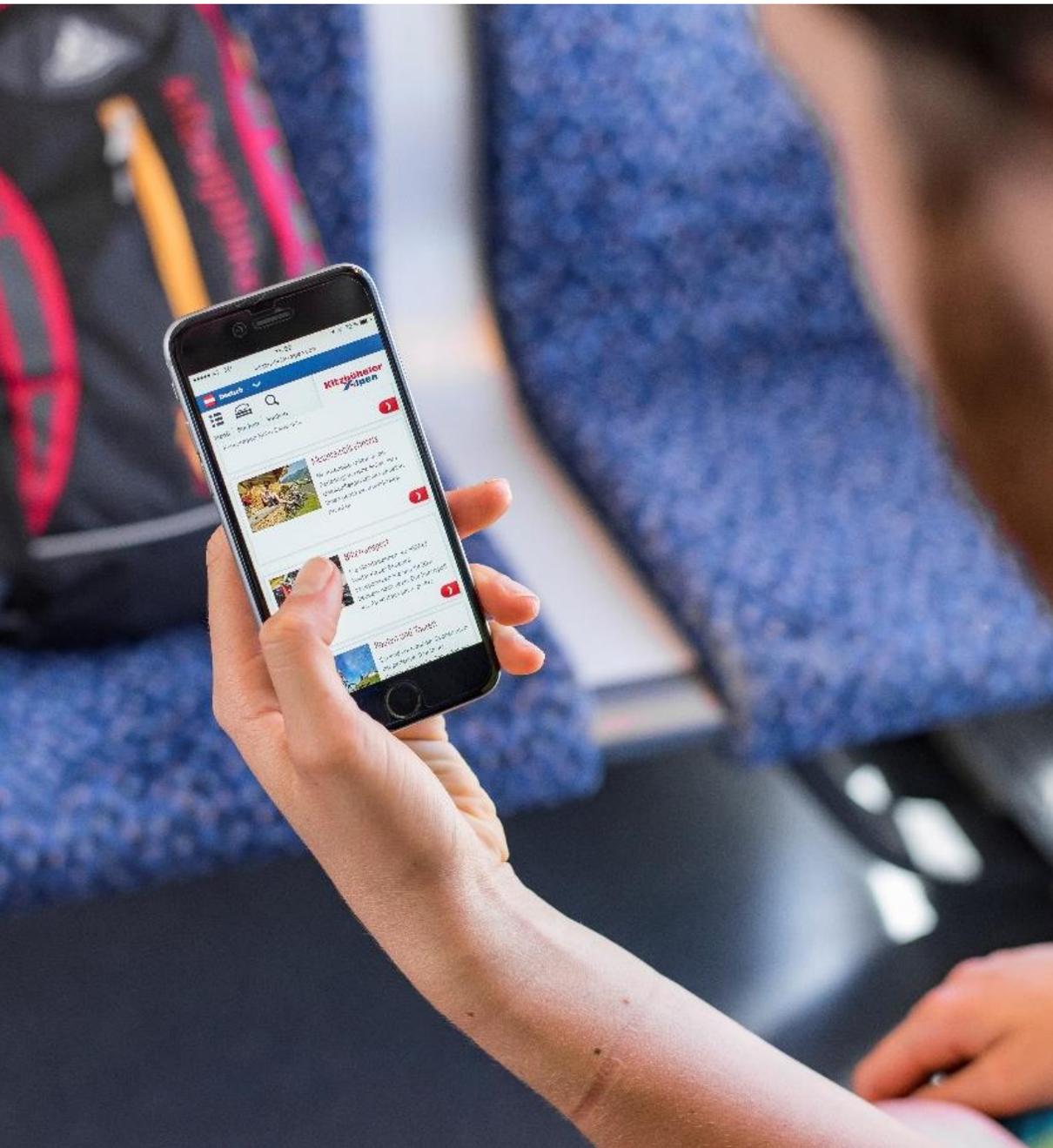
## Bedeutung für Tourismus

- Die **Freizeitwirtschaft** hat gelernt, **Angebote in die Wohnzimmer der Menschen** zu bringen (z.B. virtuelle Museumsführung, Tanzkurs, Opernabend, Konzerte etc.) → Tourismus kann kreative Angebote schaffen, um Gäste mit **Destination in Verbindung** zu bringen und Lust auf das echte Erleben zu machen
- **touristische Leistungskette** (Anreise, Unterkunft, Erlebnisse) muss durchwegs **online auffindbar und buchbar** sein
- **Payment Systeme** online und vor Ort müssen **zeitgemäß** sein



# Megatrend Wissenskultur

Alle Begriffe sind hier erklärt.  
Quelle: Zukunftsinstitut GmbH, 2018



# Fazit

## Megatrend Wissenskultur

---

- Wissen entscheidet über Zukunftsfähigkeit von Individuen, Unternehmen & Volkswirtschaften
- Wissen bleibt Macht → immer mehr Menschen Zugang zu dieser „Macht“
- Wissen ist überall, Lernen braucht keinen Ort
- Digitalisierung von Wissen & Bildung ist größter Treiber

**Tourismus:** Reisen bildet, Selbsterfahrung durch Reisen, Sprachreisen; Handlungsfeld: zeitgemäße Tourismusinformation

# Corona & Megatrend Wissenskultur

---

---

Corona war auch ein extremer **Booster für Digitales Lernen**: Die gesamte Bildungswelt hat sich von heute auf morgen ins Digitale verlagert. Was holprig begann wird immer besser funktionieren und zu einem Teil auch nach Corona bestehen bleiben. Das Wissensangebot im Internet – von Webinaren über Museumsführungen etc. - scheint so unendlich wie noch nie zuvor. Viele Menschen haben die Zeit in der Quarantäne genutzt, um Sprachen und andere neue Fähigkeiten, wie Kochen & Backen, zu lernen oder digitale Kulturangebote zu konsumieren.

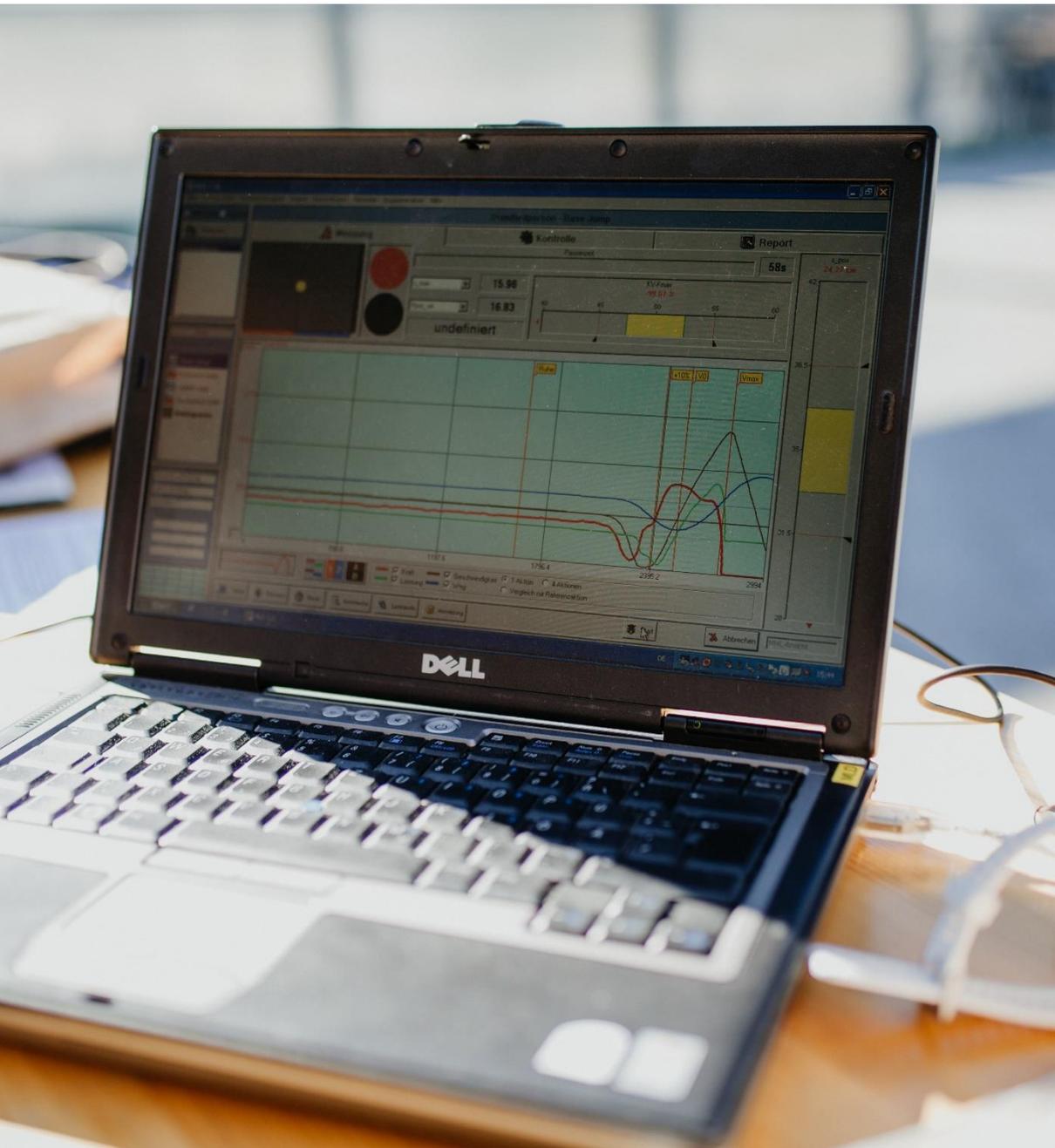
## Bedeutung für Tourismus

In der Tourismus- und Freizeitwirtschaft sind unzählige **spannende Formate** entstanden; die Wissenskultur wurde noch nie so stark im **Destinationsmarketing** aufgegriffen wie im Moment, bspw. auf Social Media in Form von Rezepten, Museumsführungen, Konzerten, Lesungen etc.



# Megatrend New Work

Alle Begriffe sind hier erklärt.  
Quelle: Zukunftsinstitut GmbH, 2018



# Fazit

## Megatrend New Work

---

- Technologie ist wichtig – Mensch & seine Talente sind aber entscheidend
- Menschen denken – Maschinen machen
- Unternehmen der Zukunft sind offene, lernende Plattformen
- Digitalisierung beschleunigt Innovationstempo
- Vernetzung ermöglicht Arbeiten ohne Ortsgebundenheit

**Tourismus:** Bleisure Travel, Digital Nomads, Co-Working Spaces

# Corona & Megatrend New Work

---

---

Was vorher an **Unternehmenskultur und Bürokratie scheiterte**, wurde durch Corona **schlagartig möglich**. Bestes Beispiel: **Homeoffice** für alle. Dass Mitarbeiterverhältnis auf Vertrauen beruht, wird sich etablieren. Auch die Scheu der Mitarbeiter vor digitalen Arbeitstools, wie Videokonferenzen gehört ab sofort der Vergangenheit an. Im Gegenteil, man hat sich daran gewöhnt und sieht plötzlich, wie entspannt und effizient Besprechungen auf diesem Weg sein können. Es ist davon auszugehen, dass Dienstreisen auch in Zukunft nicht mehr in dem Ausmaß wie vorher stattfinden.

## Bedeutung für Tourismus

- Videokonferenz-Kultur führt zu **starkem Einbruch bei Business-Reisen**: Momentan gestrichene Flugverbindungen, v.a. Kurzstreckenflüge z.B. zwischen München und Frankfurt werden aufgrund der gesunkenen Nachfrage (auch aufgrund des neuen Umweltbewusstseins) vielleicht gar nicht mehr in dieser Form aufgenommen.
- Gegenteil: **Face2Face Meetings** finden zwar **seltener** statt, gewinnen aber enorm an **Wert** (nach langer Zeit der Isolation & Frust mit etwaigen Technikstörungen, etc.)
- Die **Kongressbranche** muss sich **neu erfinden** & Angebot mit Digitalem ergänzen



# Megatrend Gender Shift

Alle Begriffe sind hier erklärt.  
Quelle: Zukunftsinstitut GmbH, 2018



# Fazit

## Megatrend Gender Shift

---

- Unterscheidung nach Geschlecht verliert immer mehr die soziale Relevanz
- Rollenbilder & Karrieremodelle lösen sich auf
- Neue Familien: Kind & Karriere, Väter statt bloß Versorger
- Natürlich gibt es nach wie vor viel zu tun in Sachen Gleichberechtigung (Bsp. Gender-Pay-Gap) und das Rollenverständnis ist stark individuell, doch die Tendenz in Richtung eines Gender Shifts zeichnet sich ab.

**Tourismus:** Solo-Reisen, „WomenonlyTouren“, „Dadvertising“-Trend, LGBT-Community als reisefreudige & kaufkräftige Zielgruppe

# Corona & Megatrend Gender Shift

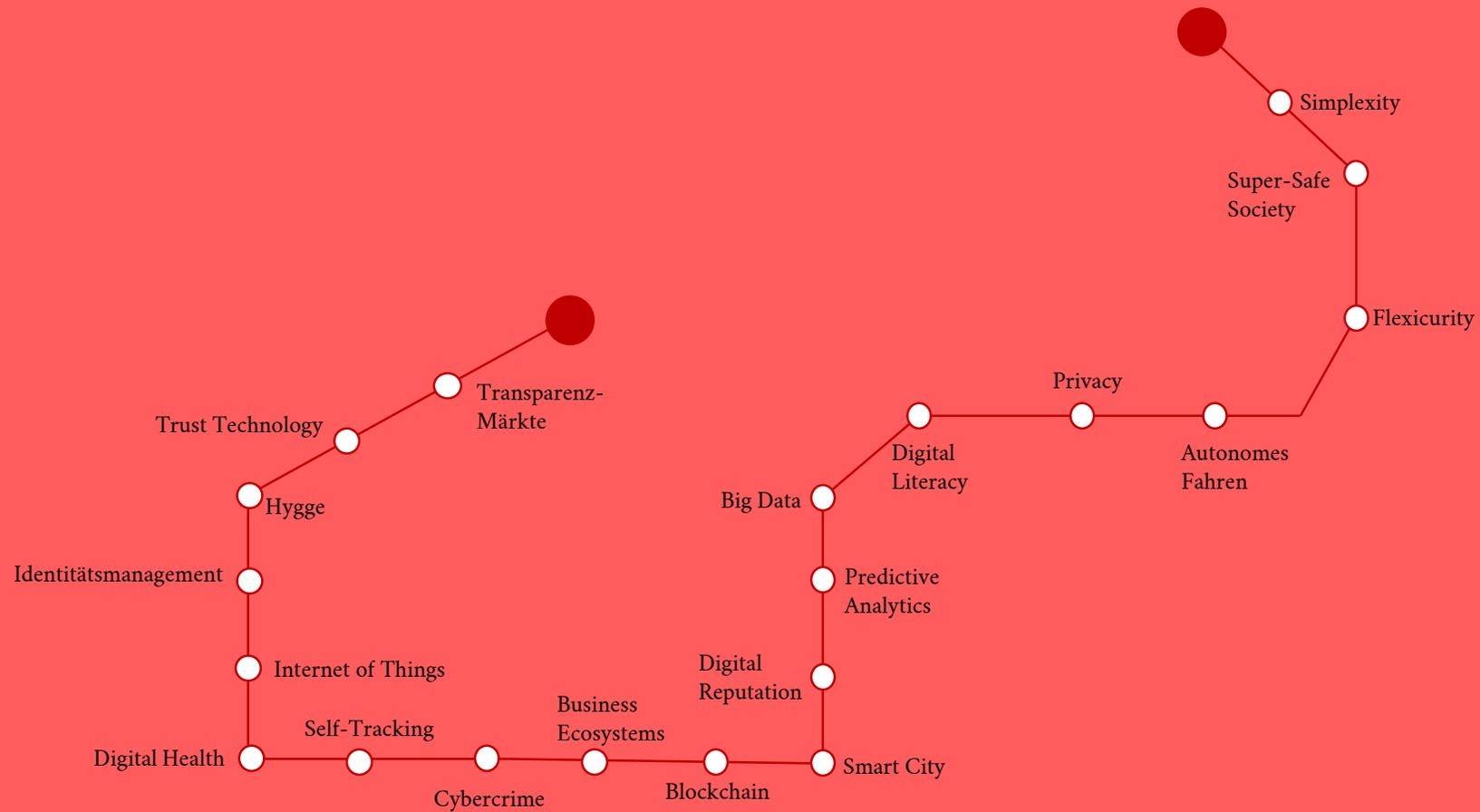


In Familien verlangt das Jonglieren von Homeoffice, Homeschooling, Kinderbetreuung rund um die Uhr etc. nach Teamwork. **Teils** hat dies zum erneuten **Angleich des Rollenbilds** geführt.

Doch leider zeichnet sich auch ein starker **Gegentrend** ab: 38 Prozent der Österreicher (43% der Frauen, 35 % der Männer) sind laut einer aktuellen Karmasin-Studie der Meinung, dass es sich in der Coronakrise wieder **stärker zurück zu traditionellen Geschlechterrollen** entwickelt hat.

## Bedeutung für Tourismus

- **Familien** sind stärker zusammengewachsen und „belohnen“ sich nach der überstandenen Krise mit einer Urlaubsreise
- Eltern suchen **Entspannung** und **Zweisamkeit** nach dieser aufreibenden Zeit



# Megatrend Sicherheit

Alle Begriffe sind hier erklärt.  
Quelle: Zukunftsinstitut GmbH, 2018



# Fazit

## Megatrend Sicherheit

---

- Sicherheit = Lebensqualität
- Sicherheit als Voraussetzung ohne Einschränkung der individuellen Freiheit
- Subjektive Sicherheit unterscheidet sich oft stark von der tatsächlichen
- Vertrauen spielt große Rolle

**Tourismus:** Sicherheit am Urlaubsort beeinflusst die Reiseentscheidung; Vermittlung von „sich umsorgt fühlen“ in der Kommunikation und vor Ort z.B. beim Bergsport (Begleitkompetenz, Beschilderung, Alpine Auskunft, Apps etc.)

# Corona & Megatrend Sicherheit

---

---

Neben Angst vor Ansteckung haben die Maßnahmen zur Bekämpfung des Corona-Virus durch den Staat zu einem **gestiegenen Sicherheitsbedürfnis und -bewusstsein** geführt. Die Maßnahmen zur Wahrung der Sicherheit werfen teils ethische Fragen auf (Bsp. Überwachungsstaat, Gesundheitsdaten, Abschottung zu anderen Staaten zur Wahrung der Nationalen Sicherheit, etc.). Durch Sicherheitsvorkehrungen gibt es zahlreiche neue **Auflagen für Betriebe**, aber auch im Privaten werden auf längere Sicht **Abstandsregelungen** gelten. Was dies auf Dauer mit unserer Kultur macht wird sich erst zeigen (Bsp. Abstandhalten, kein Händedruck oder Links-Rechts-Busserl, Misstrauen gegenüber Fremden Personen und damit auch Sharing-Modellen, Akzeptanz von Austausch persönlicher Gesundheits-Daten etc.). Für Dienstleister gilt es Vertrauen zu vermitteln!

## **Bedeutung für Tourismus**

- **Sicherheitsauflagen**, Hygienestandards für Betriebe
- Sensibilisierung des Gastes auf **Sauberkeit & Hygiene**
- Freigabe **persönlicher Daten** werden aus Sicherheitsgründen auch beim Reisen akzeptiert (evtl. Pre-Check-In, Echtzeit-Meldewesen, Tracking, Gesundheitspass etc.)
- Vermitteln von **Vertrauen** in der Kommunikation und vor Ort **für Destinationen wettbewerbsentscheidend**

# Red ma über TRENDS.

---

---



**Für Rückfragen, Feedback & Gedankenaustausch**  
in Sachen Trend- und Zukunftsforschung stehe ich  
jederzeit gerne zur Verfügung.

**Julia Vögele**

Daten & Innovation

+43.512.5320-236

[julia.voegel@tirolwerbung.at](mailto:julia.voegel@tirolwerbung.at)