

KEYNOTE ZUKÜNFTIGKEITEN: NEUE HALTUNGEN & FÄHIGKEITEN FÜR DIE TRANSFORMATION IM TOURISMUS

DIALOG

EXPERIMENTIERE

ZUKUNFT

BIRTHE MENKE

ICH GLAUBE NICHT AN NACHHALTIGKEIT

was wäre, wenn:
FRISCHE LUFT

erfordert

FUTURE STUDIES

AKTEUR:INNEN

GESTALTEN

ZUKÜNFTIGKEITEN

der GESELLSCHAFT

VERHÄLTNIS ÄNDERN

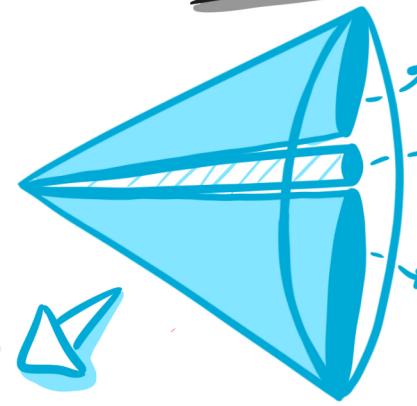
A 文 SPRACHE

ZUKUNFT

Zukünfte

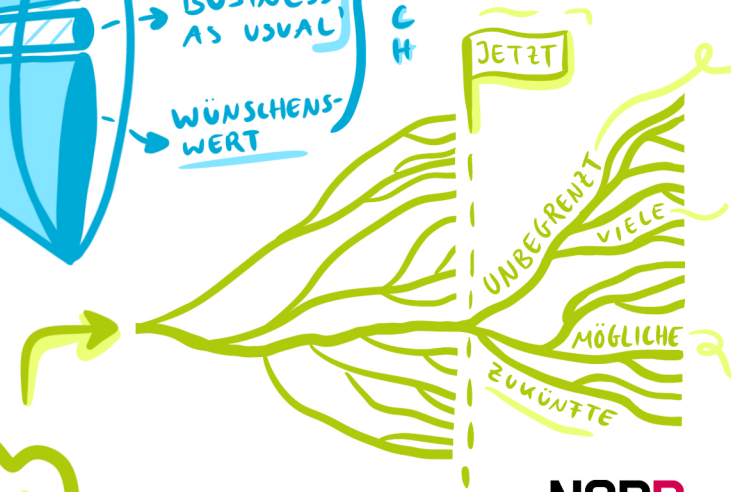
VORSTELLUNGSKRAFT

NUTZEN, UM RELEVANT ZU BLEIBEN



VISIONÄRTUM

für ALLE



#TTNRW22

NORD RHEIN WEST FALEN

Tourismus NRW e.V.

GUTACHTEN

TOURISMUS & KLIMAWANDEL · OPTIONEN UND IN NORDRHEIN-WESTFALEN · PERSPEKTIVEN

Ministerium für Wirtschaft, Industrie, Klimaschutz und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen



NACHHALTIG
REISEN ist
WERTVOLL

✓ PRAXISORIENTIERUNG
✓ WERTSCHÖPFUNGSPOTENZIALE



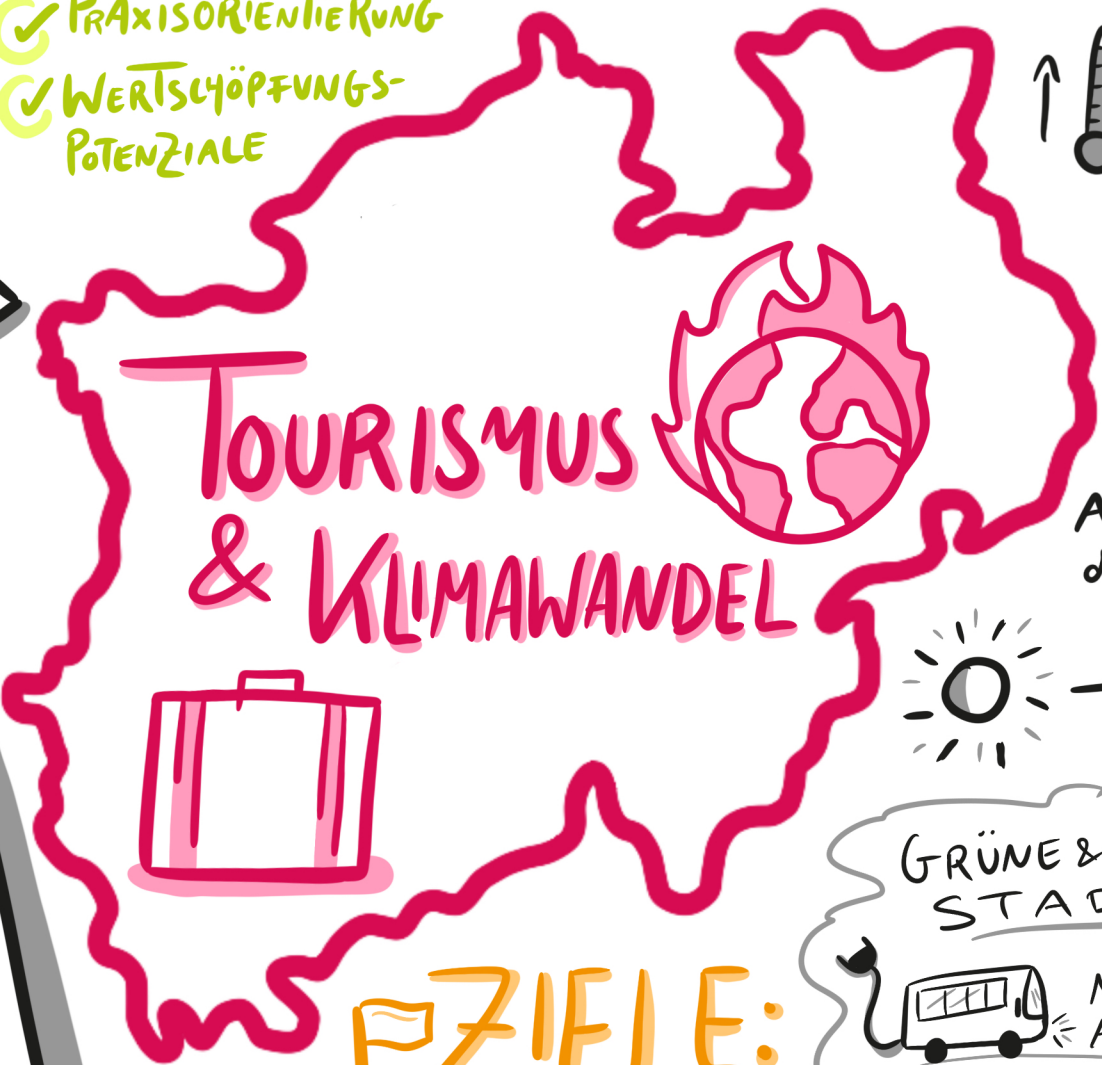
JAHRESZEITEN

DIREKTE & INDIRECTE AUSWIRKUNGEN auf den TOURISMUS

z.B. SAISONVERSCHIEBUNG

HANDLUNGSFELDER

- INFRASTRUKTUR
- BETRIEBE
- ANGEBOTE, PRODUKTE
- KOMMUNIKATION
- ORGANISATION



TOURISMUS & KLIMAWANDEL



ZIELE:

RESILIENZ

ZUKUNFTSFÄHIGKEIT

GRÜNE & BLAUE STADT

MOBILITÄTS-ANGEBOTE

KLIMAGERECHE WEGE

NORD RHEIN WEST FALEN

Tourismus NRW e.V.

IMPULS

DIE MICE-BRANCHE IN BERLIN

WIRD NACHHALTIG: ANFORDERUNGEN & BEDEUTUNG FÜR AUTEUR:INNEN & DIE DM(M)O

CORPORATE
SUSTAINABILITY
REPORTING
DIRECTIVE

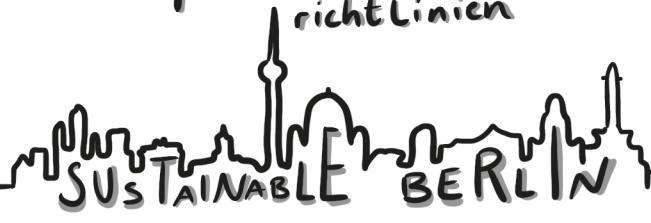
≈ 50.000
UNTERNEHMEN
in der EU



3/4 planen nachhaltige
Praktiken in Reise-
richtlinien

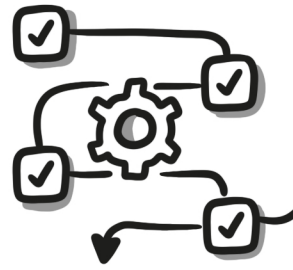


NACHHALTIGKEIT
bedarf
BILDUNG



- UMWELT ZIELE
- GESELLSCHAFT
- GOVERNANCE

TRZEGAZAM



SYSTEM

KODEX



INFORMATION



KOMMUNIKATION

NETWORKING

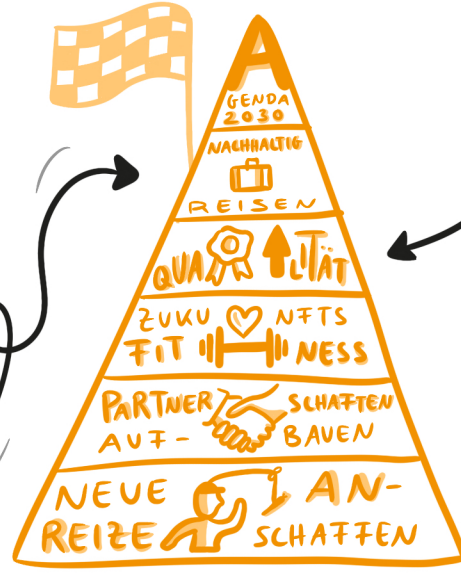
OFFENE LERN-
PLATTFORMEN



PARTNERSCHAFTEN &
NETZWERKE
STÄRKEN

UNTERNEHMENSEBENE:

- ✓ Nachhaltige Entwicklung als Prozess im Tagesgeschäft
- ✓ Reporting
- ✓ Stakeholder-Dialog



#TTNRW22



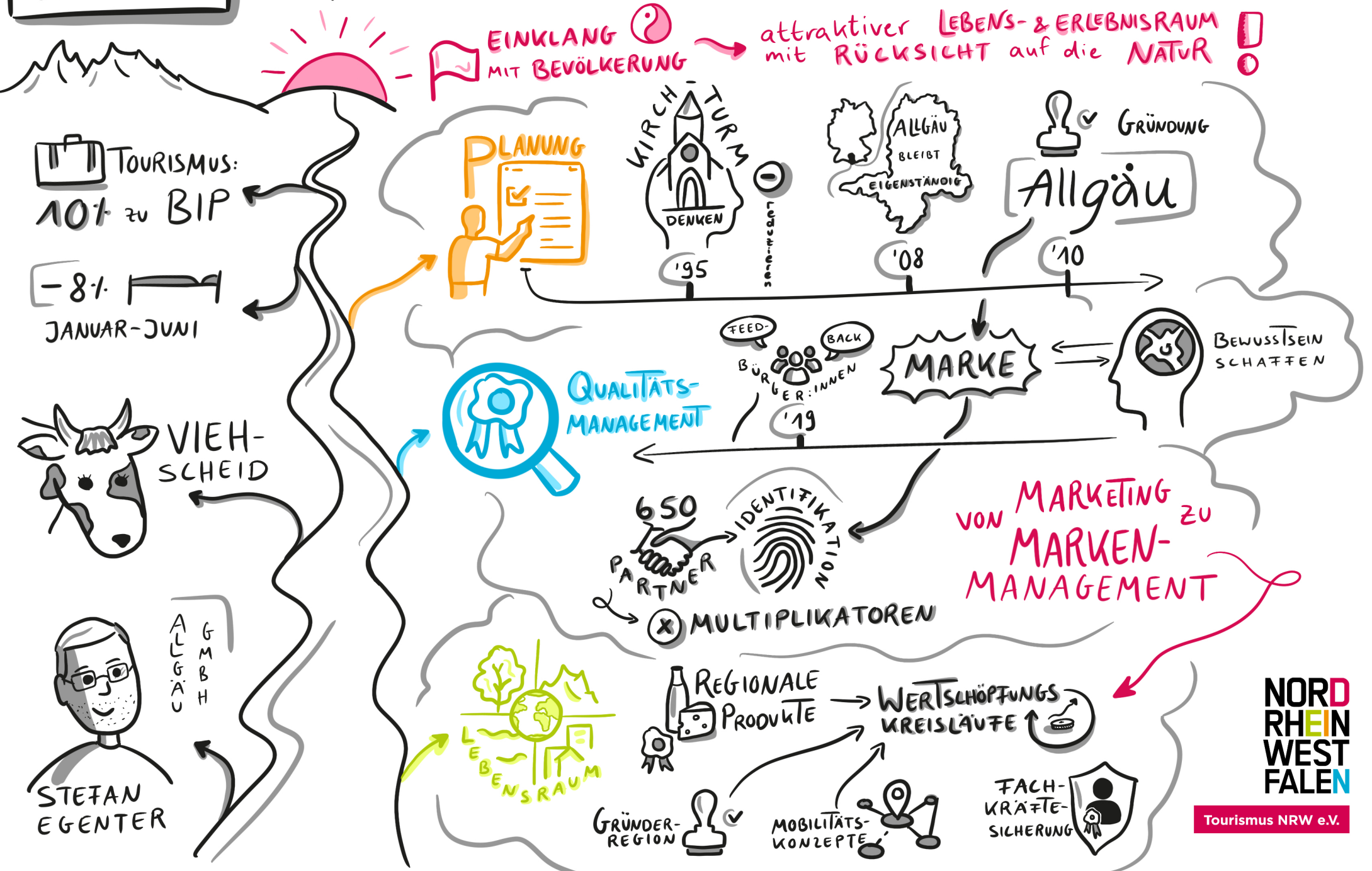
triggers

NORD
RHEIN
WEST
FALEN

Tourismus NRW e.V.

IMPULS

DER ALLGÄUER WEG: VOM DESTINATIONS-MARKETING ZUM LEBENSRAUMMANAGEMENT



ZAHLEN



TOURISMUS-BAROMETER NORDRHEIN-WESTFALEN



PARADIGMENWECHSEL durch



WEGE

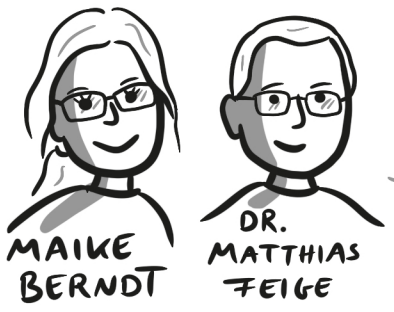
PROZESSOPTIMIERUNG



EMPLOYER BRANDING



- BETRIEBE → ARBEITGEBER
- POLITIK → FÖRDERER
- BRANCHENVERBÄNDE → INNOVATOR IMPULSGEBER
- DMOs → LEBENSRAUMGESTALTER
- GÄSTE → WERTSCHÄTZENDE



IMAGE

TEILHABER

SINNSTIFTUNG

PROZESSE

ANGENHÖHE

WERTSCHÄTZUNG

SOZIAL

EMPLOYER BRANDING

NÜTZENVERSPRECHEN

UNTERNEHMENS-KULTUR

MITARBEITENDEN-BINDUNG

AKQUISE



IMPULS

EMPLOYER BRANDING · ERFOLGSFAKTOREN & KONZEPTE FÜR DESTINATIONEN & TOURISTISCHE BETRIEBE

BITTE seien Sie **NETT** zu unserer **BEDIENUNG** - Sie ist schwieriger zu bekommen als ein Gast!

MITARBEITENDE WICHTIGER als GAST

1/2 weniger als

GENEZE

BOOBER

LOYALTÄT deshalb



SOCIAL MEDIA

IMMER SUCHEN

ONBOARDING

PRÄSENZ IN SCHULEN ZEIGEN



Das sollten Arbeitgebende bieten:

- GLAUBWÜRDIGKEIT
- Leistungorientiert fair, gerecht
- GEHALT: bezahlbarer
- WOHNRAUM
- PRÄMIEN VERGÜNSTIGUNGEN
- SICHERHEIT STABILITÄT
- ATMOSPHÄRE
- FLEXIBILITÄT

ELISABETH HILTERMANN

5593-2011-5
093-4453100



FREUNDLICHKEIT

GEDULD

KOMMUNIKATION



'FEEL GOOD' MANAGER



NORD RHEIN WEST FALEN

Tourismus NRW e.V.