

Mehr als Beschilderung Besucher*innenlenkung als zentrales Handlungsfeld einer nachhaltigen Destination

Sustainable Tourism in Austria Summit 2025

#Strategie #Nachhaltigkeit #Besucherlenkung





Wie bist du heute hier her
gekommen?



Wer ist aktiv im Feld
„Besucher*innen-Lenkung“?

Moin

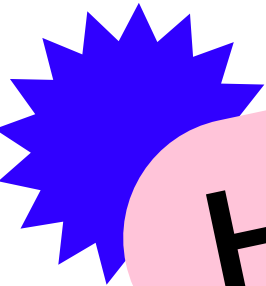


Moin

Serv

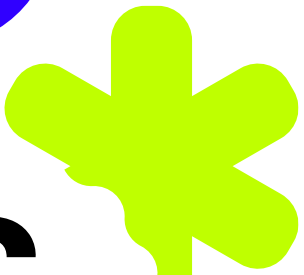


Hallo zusammen!



Hi!

ervus



Hi!

ok



no

neu



ok

ciac

Ich bin Anna.

 **Gude**



Ich begleite touristische Regionen und Organisationen.

#Strategie

#ExperienceDesign

#Nachhaltigkeit

**Was meinen wir eigentlich mit
Besucher*innen-Lenkung?**

Verkehrslenkung Partizipation Temporäre Steuerung

Wegeführung

Interpretation Monitoring Nachhaltiger Tourismus

Gebotszonen Beschilderung Overtourism-Vermeidung

Naturschutz Attraktivitätssteuerung

Stakeholder-Kommunikation Zonierung Verhaltenspsychologie Crowd Management

Leitsysteme

Besuchermanagement Zugangsbeschränkungen

Erlebnisqualität

Informationssysteme

Visitor Experience Digitale Steuerung Carrying Capacity



Lassen sich Menschen
überhaupt lenken?

So auf jeden Fall nicht





Letztendlich geht es um zwei entscheidende Fragen



Was wollen unsere Gäste?



...und was wollen wir?

Zielstellungen formulieren und zusammenbringen

Was wollen unsere Gäste?

- Seele baumeln lassen
- Ein Abenteuer erleben
- Gut essen
- Die knappe Freizeit gut nutzen
- Kein Stress mit anderen Besuchenden und Einheimischen
- Party und Ausbruch aus dem Alltag
- ...

Was wollen wir?

- Wirtschaftliches Potenzial nutzen
- Verkehrschaos vermeiden
- Gute Stimmung im Ort
- Natur bewahren
- Glückliche Mitarbeitende in touristischen Betrieben
- Sicherheit
- ...

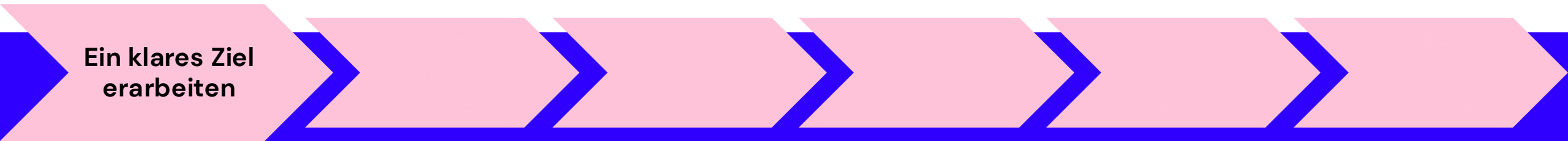


Die Definition einer „guten“
Zielstellung ändert sich...



Es braucht einen strategischen
Überbau!

Let's go: Ein strategischer Überbau für Besucher*innenlenkung!

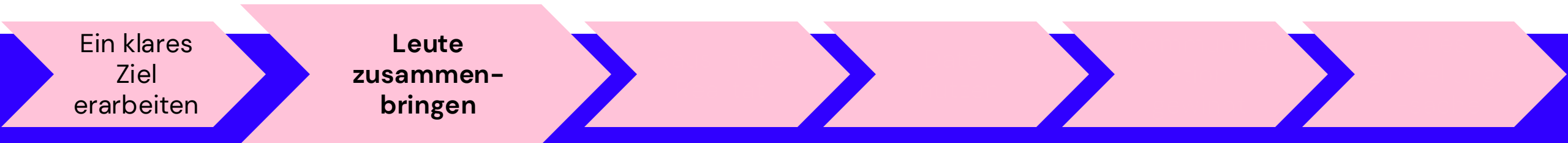


Ein klares Ziel
erarbeiten

Ein klares Ziel erarbeiten

- Welches Ziel haben unsere Maßnahmen?
- Wie verändert sich die Zukunft positiv, wenn wir heute handeln?
- Konfliktpotenzial: Die Interessen im Detail sind unterschiedlich!





Die richtigen Leute zusammenbringen

- Zentrale Akteure einbeziehen!
- Nicht nur die „Üblichen“
- Entlang der gesamten Gäste-Reise denken
- Klarheit für Ziele, Aufgabenhoheit und Zusammenarbeit schaffen

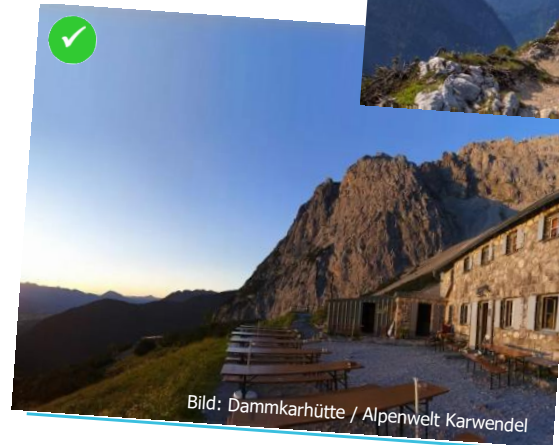


Bildsprache: Nacht- und Dämmerung meiden

- Nacht- und Dämmerungsstunden meiden
- à Keine Bilder von Sonnenauf- und Sonnenuntergang in den Bergen
 - à Wenn Dämmerungsfoto, dann muss eine Hütte im Hintergrund zu sehen sein, wo man tatsächlich auch übernachten kann



S. 21



Zum Beispiel Social Media und Naturschutz



Ein klares
Ziel
erarbeiten

Leute
zusammen-
bringen

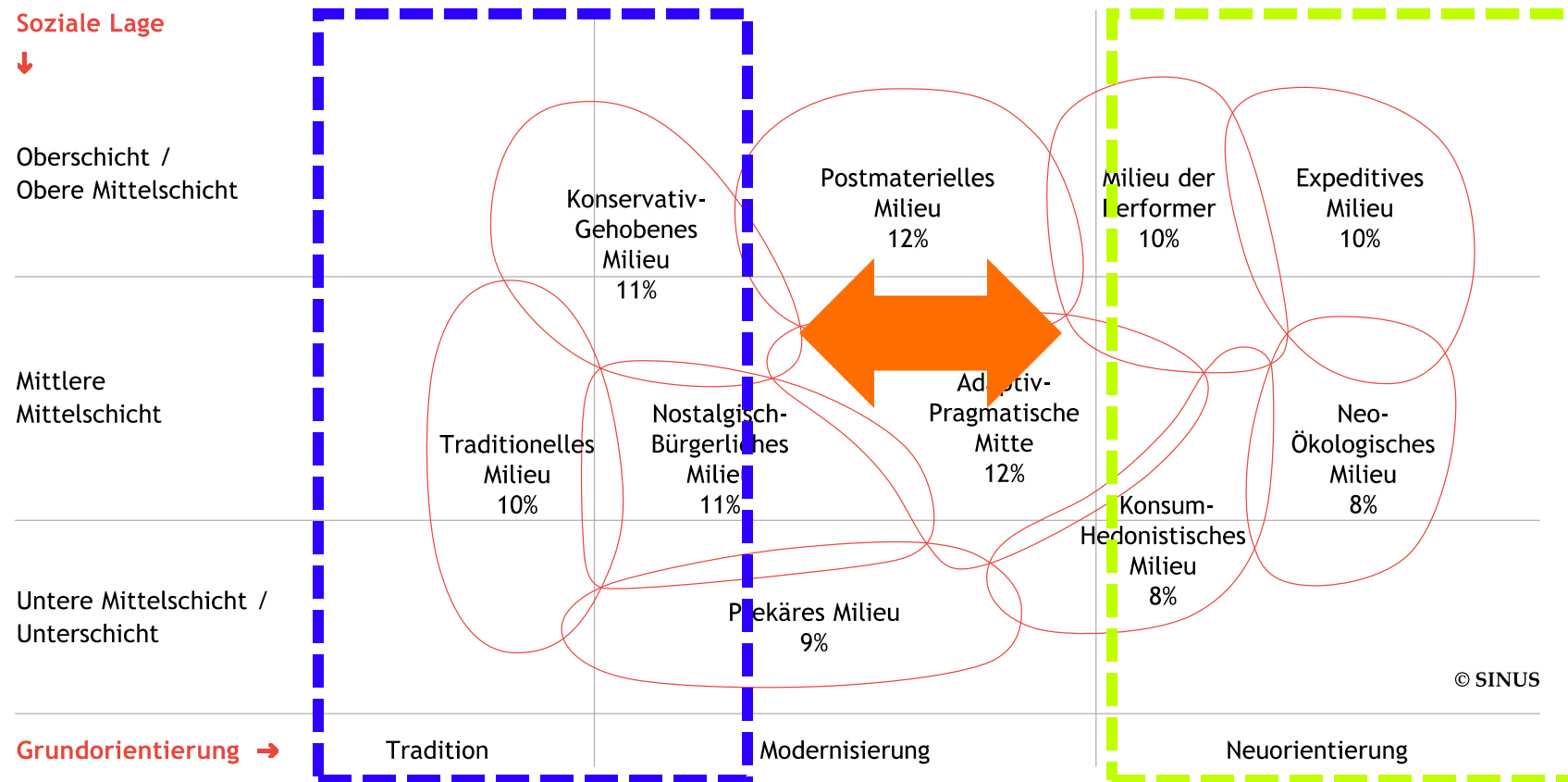
**Raus in die
Realität**

Raus in die Realität – Gästebrille einnehmen

- Wen wollen wir – und wer ist tatsächlich da?
- Aus der Brille des Gastes ist das eigene Verhalten immer logisch
- Rausgehen, beobachten, nachfragen



Wer sind unsere Gäste? Und wer sind unsere Einheimischen?





Menschliches Verhalten
verstehen (wollen) ist der erste
Schritt



Ein klares
Ziel
erarbeiten

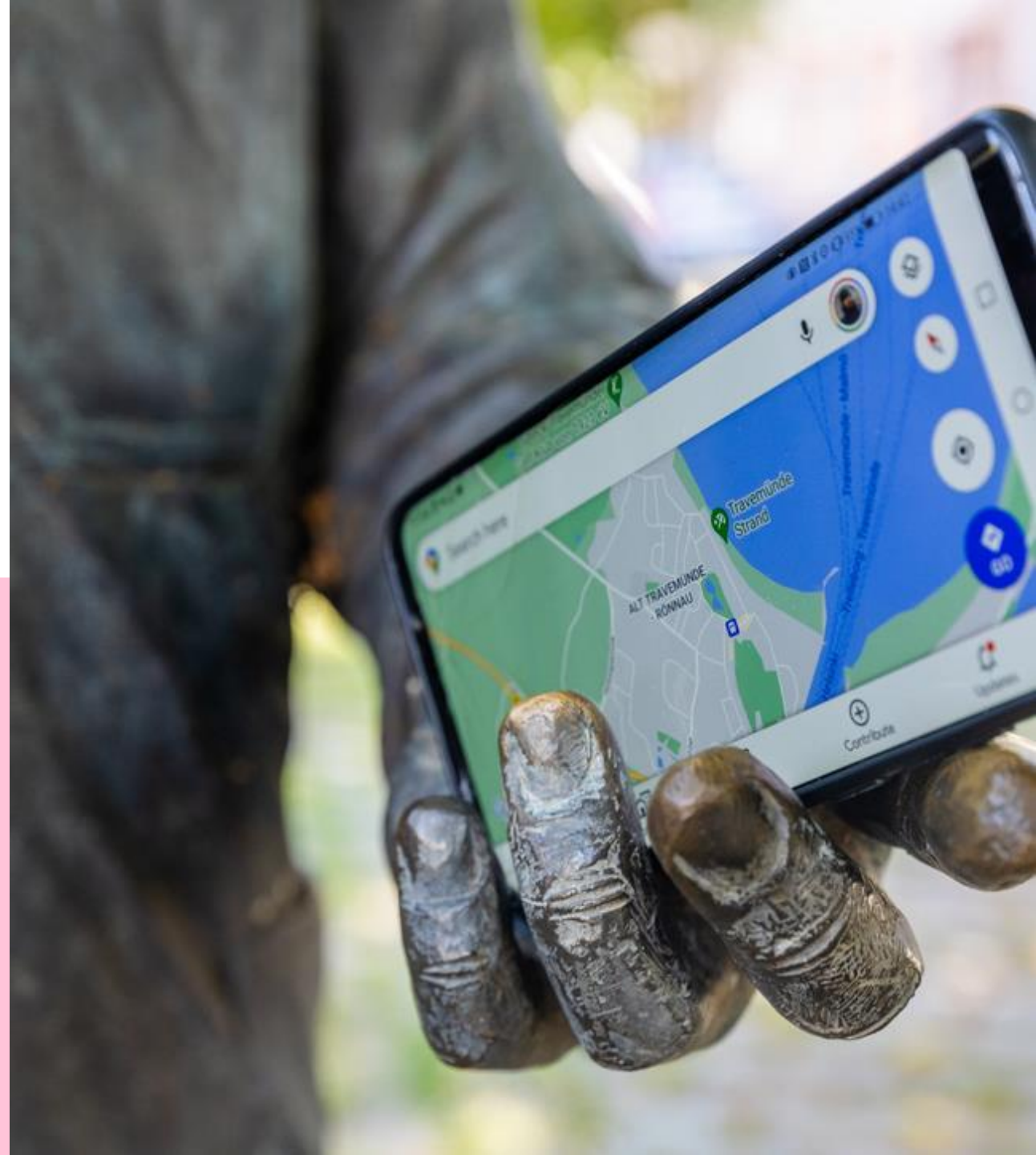
Leute
zusammen-
bringen

Raus in die
Realität

Daten nutzen

Daten nutzen

- Gefühlte Wahrheiten besiegen
- Punktuelle Datenerhebungen und konstante Datenerfassungen nutzen



Beschreibung



Zeitraum

Jahr



2025



Eckdaten zur Nutzung

Insgesamt

2025

9.667.479

Zählvorgänge an 281 Zählstellen

Tagesdurchschnitt

2025

244

Zählvorgänge pro Zählstelle

390

23.429

054

23.396

884

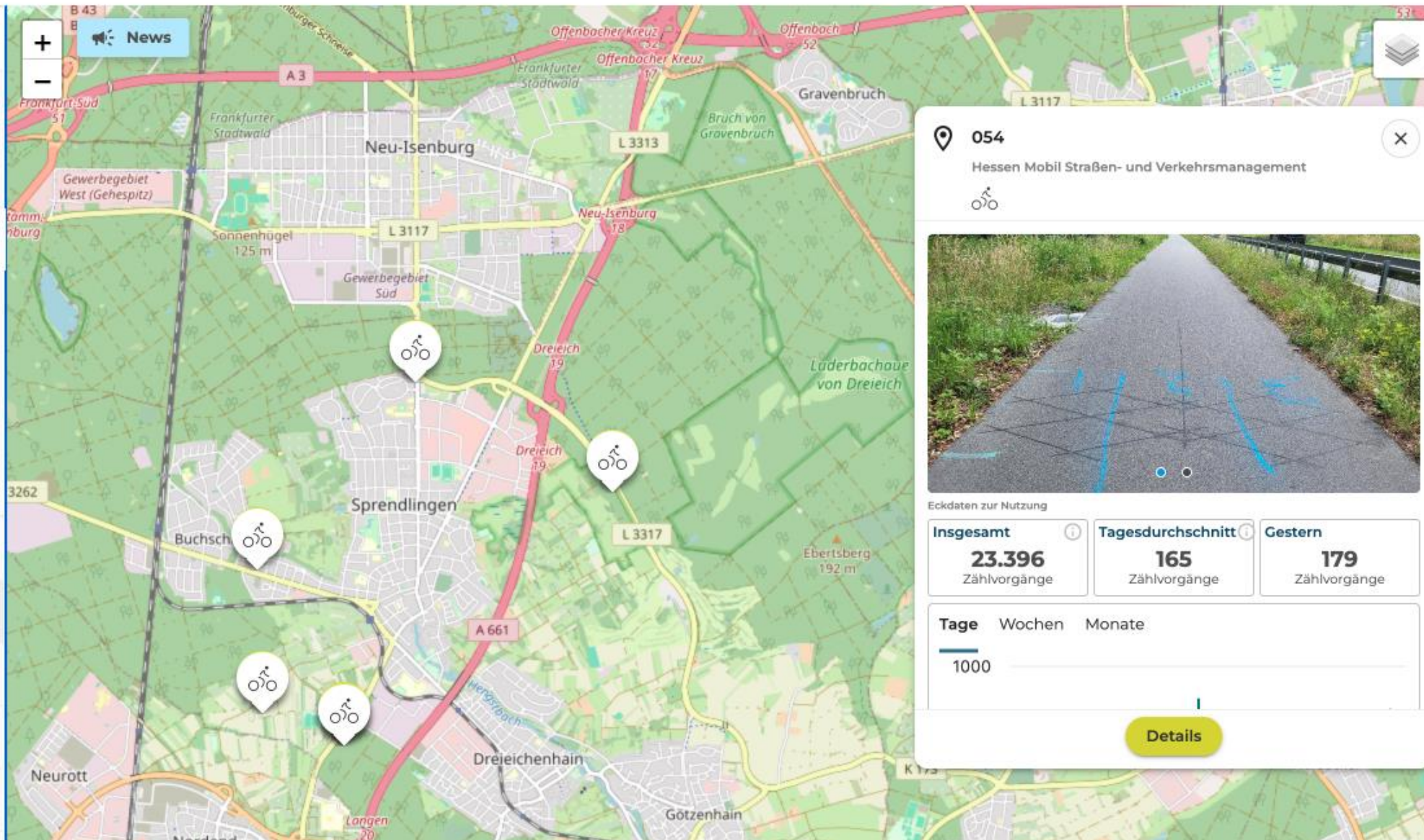
23.320

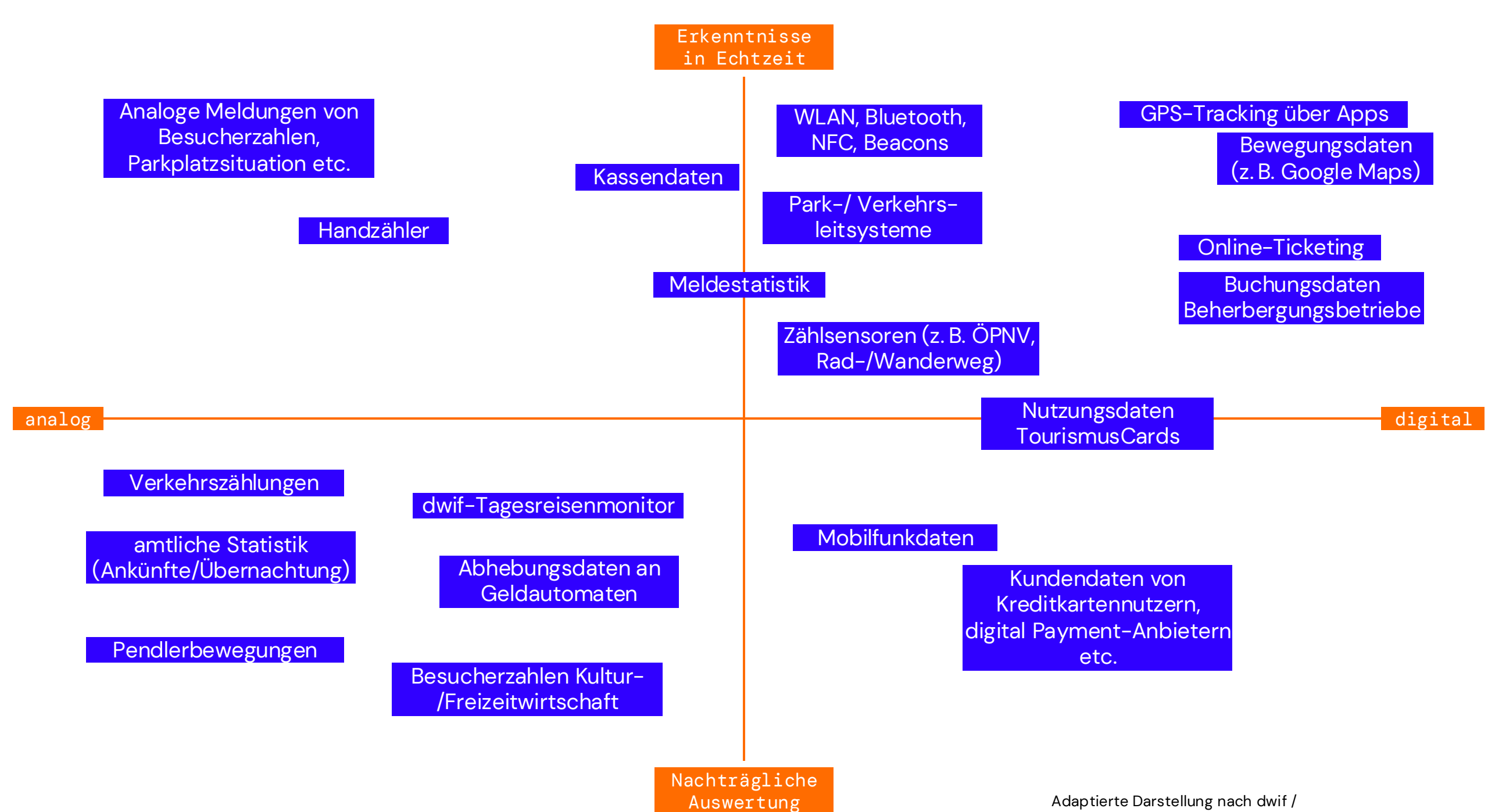
026

22.823

081

22.666







Ein klares
Ziel
erarbeiten

Leute
zusammen-
bringen

Raus in die
Realität

Daten
nutzen

**Kommunika-
tion gewinnt**

Kommunikation gewinnt!

- Nach „innen“, z.B. Mitarbeitende, touristische Betriebe, Einwohner*innen
- Und nach „außen“ an die Gäste



Willkommen im Bamberger Tourismus-Blog



**Nachhaltige
Destinations-
entwicklung**



**Service für
Tourismus-
partner**



**Neues aus dem
Bamberg
Tourismus**

Aktuelle Beiträge

Zum Beispiel mit regelmäßigen
Einblicken in die Arbeit

L.24



Friederike Stark
Freitag, 20. September 2024 (10:38)

Tag des Tourismus – ein Ausflug nach Hause

WIE KOMME ICH DAHIN

Pragser Wildsee

...und transparenter
Gästekommunikation



Ein klares
Ziel
erarbeiten

Leute
zusammen-
bringen

Raus in die
Realität

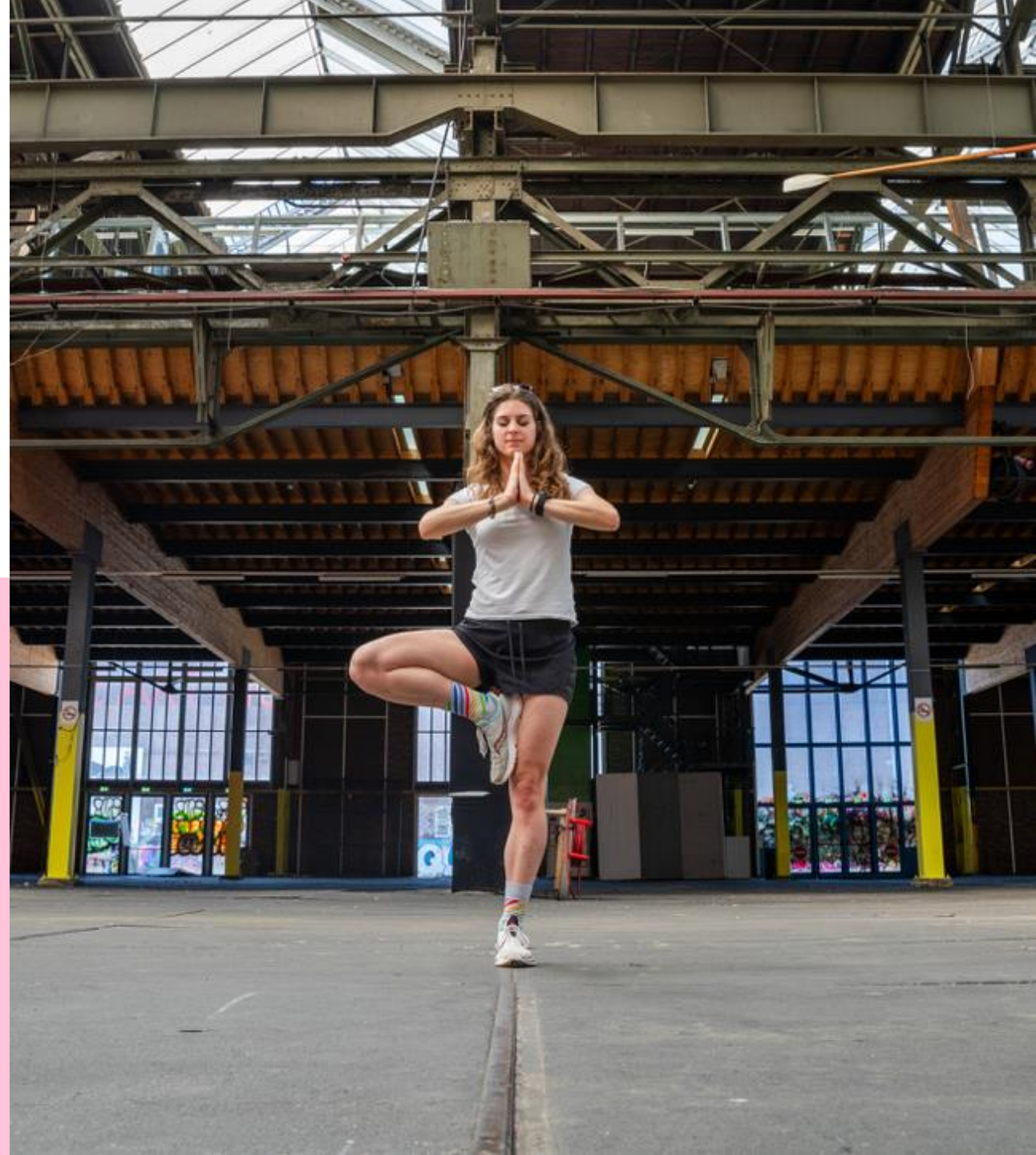
Daten
nutzen

Kommunika-
-tion
gewinnt

**Alles
Einstellungs-
sache**

Alles Einstellungssache

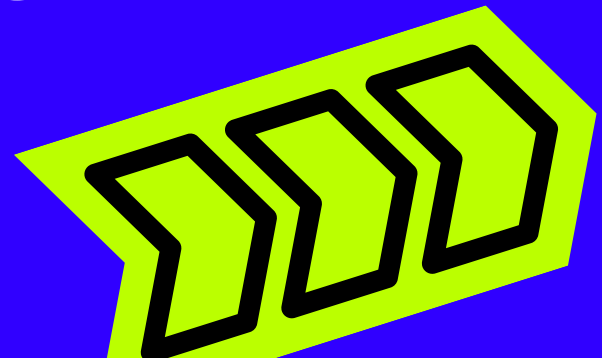
- Ohne Offenheit geht es nicht
- Davon ausgehen, dass man Fehler gemacht hat und machen wird
- Entscheiden, womit man sich wann befasst



Und?



Wie geht nun strategische und
nachhaltige Gestaltung von
Besucher*innenlenkung?



1

Komplexität akzeptieren



2

**Eine klare Zielsetzung finden
und umsetzen**



3

Empathisch sein



A collage of colorful, stylized text and symbols. The central text is "Dankeschön!". Surrounding it are various other elements: "Moin" in green on a black background, "Hi!" in black on a pink background, "Servus" in white on a blue background, "ok" in white on an orange background, "neue" in black on a green background, "ciac" in blue on a white background, "!" in black on a green background, "@" in white on an orange background, and "ne" in white on a black background. There are also green checkmarks, a blue starburst, and a green globe icon.

Noch Fragen? Offene Gedanken?

Let's talk!

Anna Scheffold

hello@annascheffold.de

+49 176 8484 7866

<https://www.linkedin.com/in/anna-scheffold/>

