

Gamification & Storytelling

– Digitale Erlebnisse mit Sinn

Gamification im Tourismus

„Gamification ist die Anwendung von Spielelementen in einem nicht –spielerischen Kontext, mit dem Ziel, Menschen zu motivieren und zu einem bestimmten Verhalten zu animieren.“

Hipp-Gruner, M. (2017): Gamification in der Marketingkommunikation

- Destination besser kennenlernen
- Neugier, etwas zum ersten Mal auszuprobieren
- Ohne großen Aufwand etwas neues Lernen / Edutainment
- Die Grenzen zwischen virtueller und realer Welt austesten

-> **Gamification im Tourismus ist ortsgebunden**

-> **Es geht immer um Storytelling (lokale Informationen)**

Begrifflichkeiten



EXTENDED REALITY (XR)

... auch erweiterte Realität genannt, ist der Oberbegriff für alle Kombinationen aus realen und virtuellen Umgebungen. Die Linie zwischen Realität und simulierter Welt verschwimmt, da die Nutzenden visuell, akustisch und auch in andere Welten eintauchen.

VIRTUAL REALITY (VR)

... bezeichnet eine komplett virtuelle Welt, die nichts mehr mit der realen Welt zu tun hat. Ein VR - Headset oder ein am Kopf befestigtes Display sorgt für eine 360-Grad-Ansicht einer künstlichen Welt, in die der Mensch immersiv eintaucht komplett von der Wirklichkeit abgeschirmt ist.

AUGMENTED REALITY (AR)

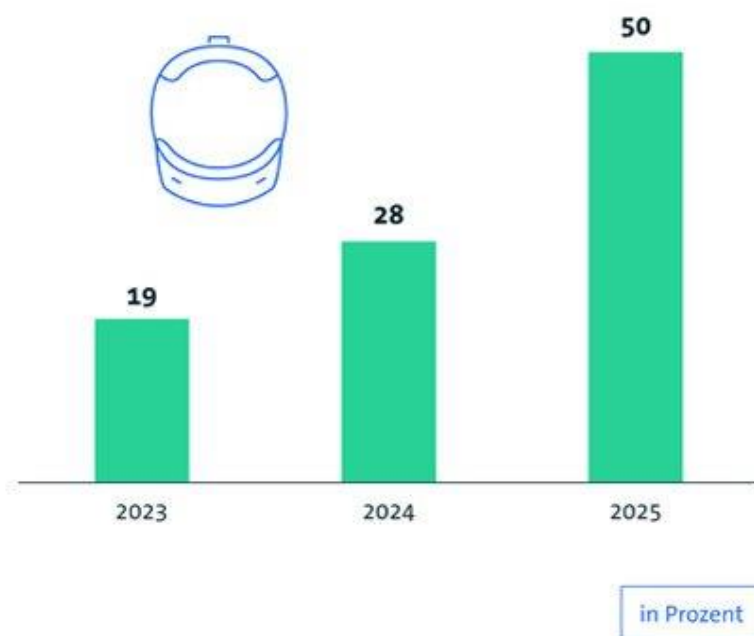
... ist die Anreicherung der realen Welt durch virtuelle Informationen und digitale Objekte wie Bilder, Text, Animationen, auf die via Smartphone, Tablet oder AR-Brille zugegriffen werden kann. Die Nutzenden sind nicht von der realen Welt isoliert, können interagieren und sehen, was sich vor ihnen abspielt.

Nutzung von AR

50%

haben schon einmal AR genutzt.

Die Nutzung von AR steigt



Basis: Bevölkerung ab 16 Jahren | Quelle: Bitkom Research

(Quelle: <https://www.bitkom.org/sites/main/files/2025-09/bitkom-studie-die-zukunft-der-consumer-technology-2025.pdf>)

Aktueller und künftiger Einsatz von AR



Basis: Bevölkerung ab 16 Jahren | Quelle: Bitkom Research

Warum AR und Tourismus zusammenpassen

Neue Erlebnisse: AR kann die Immersion in die Reiseerfahrung verbessern, indem es digitale Objekte nahtlos in die reale Welt integriert.

Verbesserte Benutzererfahrung: AR kann die Reiseerfahrung erheblich verbessern, indem sie den Touristen interaktive und informative Inhalte in Echtzeit bietet.

Neue Zielgruppen: jüngere Generationen, Familien, Bildungstouristen, Einheimische

Barrierefreiheit: AR kann dazu beitragen, Reisen für Menschen mit Behinderungen zugänglicher zu machen, indem sie beispielsweise Hörbeschreibungen für Sehbehinderte bieten oder Gebärdensprachübersetzungen für Gehörlose bereitstellen.

Was machen wir in Brandenburg

seit **2021** intensiver mit dem Trendthema AR beschäftigt und Veranstaltungen und Austauschformate angeboten

2023 mit XR Kunstwanderweg und DinoCity sind zwei touristische Angebote in Brandenburg an den Start gegangen, die bereits auf Augmented Reality setzen

Seit 2024 AR-Initiative zur Konzeption und Entwicklung von AR-Demonstratoren im Tourismus in Brandenburg:

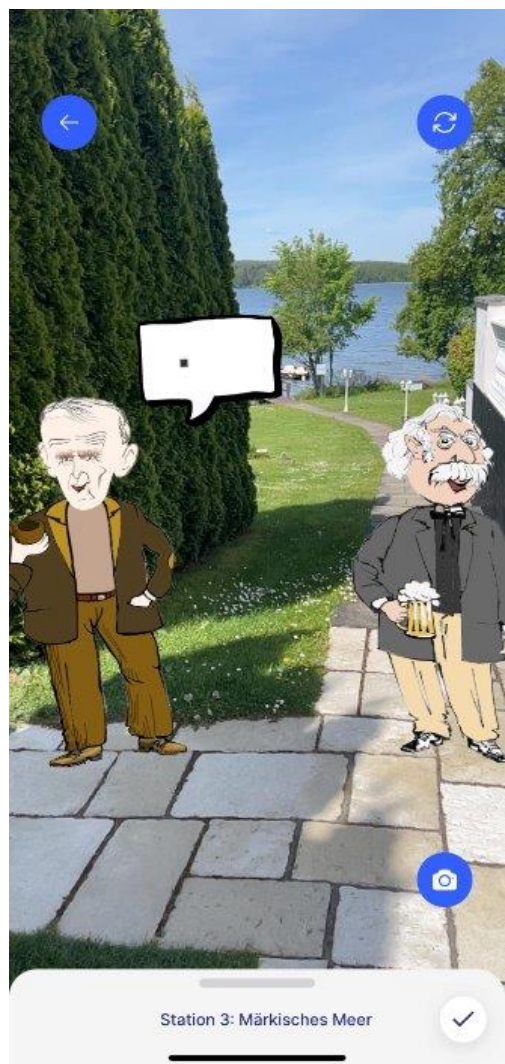
- **Aufruf Ideenwettbewerb**
- **Entwicklung von 6+1 AR-Demonstratoren**
- **Online-Konzeptionsworkshops für weitere Interessierte**
- **Dokumentation/Learnings im Tourismusnetzwerk**

-> **Lokale Expertise /lokaler Content!**

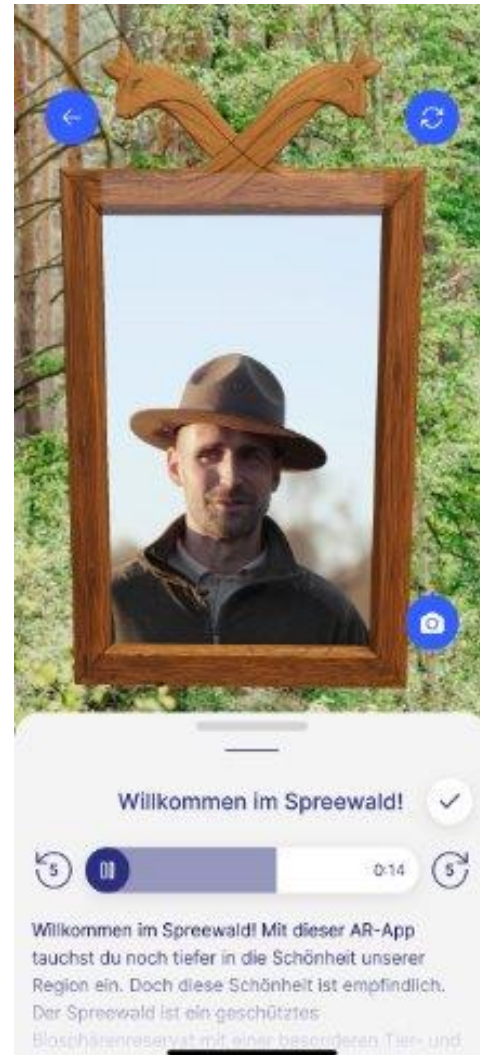


AR-Demonstratoren

brandenburg



AR-Demonstratoren



Wenn wir digitale Technologien mit lokaler Expertise verbinden, schaffen wir nicht nur Wow-Effekte, sondern auch Zugehörigkeit, Wissen und Lebensqualität!





brandenburg

Benedict Kelly
Projektmanager
Digitale Innovationen

benedict.kelly@reiseland-brandenburg.de