



IMPULS

— netzvitamine —

REISEN IM JAHR 2029.
DIGITAL- UND NACHFRAGETRENDS IM FOKUS.

2026-02-18 | netzvitamine GmbH | im Auftrag von Graubünden Ferien



netzvitamine

netzvitamineBLUE

Seit Juli 2025 sind wir gemeinwohlabilanziertes Unternehmen, zertifiziert durch die EConGOOD-Community.
Seit November 2025 zusätzlich mit freiwilligem Nachhaltigkeitsbericht nach europäischem VSME-Standard.

Damit bekennen wir uns stolz und ausdrücklich zum modernen Wirtschaftsmodell der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ) und dem Ziel einer ethischen Wirtschaftskultur. Als zukunftsfähige Alternative zum gegenwärtigen Wirtschaftsverständnis baut die GWÖ auf den Werten **Menschenwürde, Solidarität sowie soziale Gerechtigkeit, ökologische und ökonomische Nachhaltigkeit, demokratische Mitentscheidung** und **Transparenz** auf.



DURCHSCHNITTliche
BETRIEBSZUGEHÖRIGKEIT
DER MITARBEITENDEN:

8
JAHRE

90 %

AUS
ÖKOLOGISCHER
HERKUNFT.

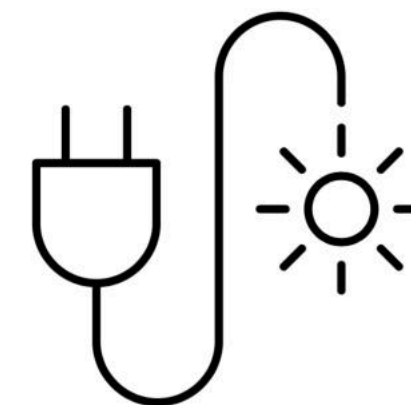


DER VERPFLEGUNG
STAMMTE 2024

100%

NATURSTROM

DAVON 3/4
AUS EIGENER
PRODUKTION



35 % DER MITARBEITENDEN
NUTZTEN 2024 EIN E-AUTO,

15 % ÖFFENTLICHE
VERKEHRSMITTEL,
20 % DAS RAD UND

20 %
GINGEN
ZU FUSS



[NETZVITAMINE.DE/GEMEINWOHL](https://netzvitamine.de/gemeinwohl)

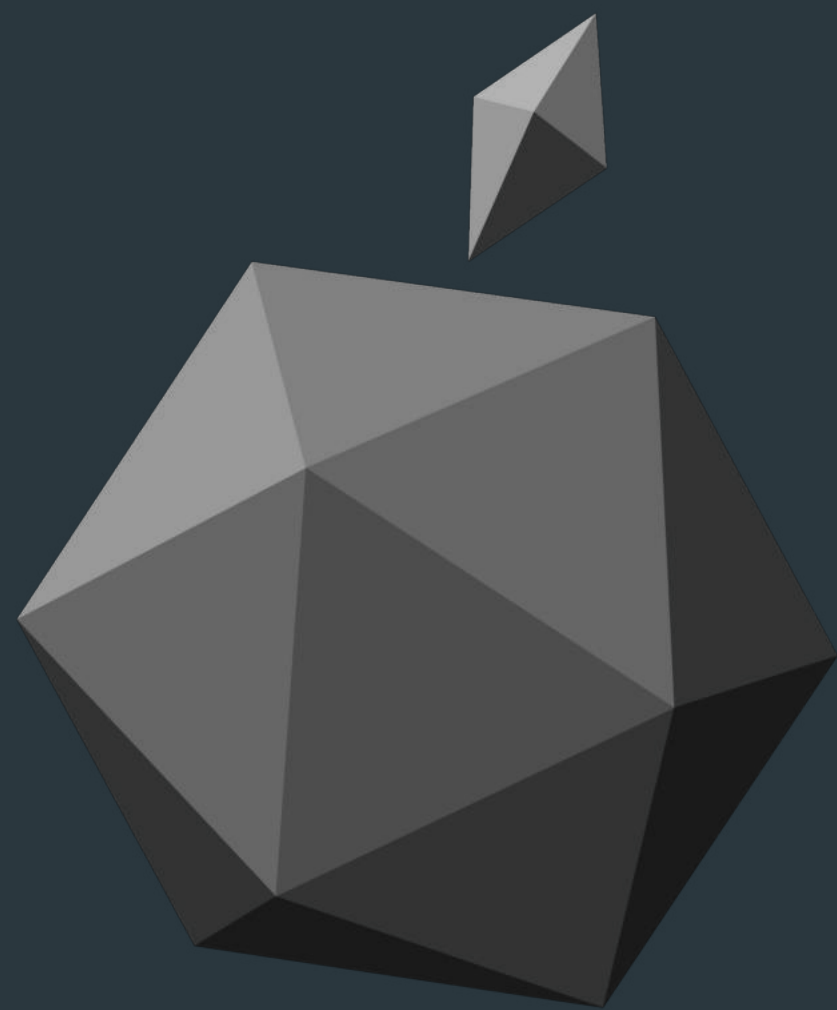


DISCLAIMER

Das vorliegende Dokument fällt unter § 2 des Gesetzes über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte. Sämtliche Nutzungsrechte erbrachter Leistungen verbleiben ausschließlich bei der netzvitamine GmbH.

Weitergabe und Vervielfältigung (auch auszugsweise) sind lediglich nach vorheriger schriftlicher Einwilligung der netzvitamine GmbH zulässig. Dies gilt insbesondere für Fotos, Grafiken u. a. Abbildungen, die zu Layoutzwecken oder als Platzhalter verwendet worden sind.

Deren Wiedergabe, Vervielfältigung oder Veröffentlichung ohne die dafür notwendigen Nutzungsrechte kann Ansprüche des Rechtsinhabers auslösen.



INHALTSÜBERSICHT

01 | EINFÜHRUNG

Seite 5

02 | RÜCKBLICK ANALYSE 2019

Seite 8

- Künstliche Intelligenz
- Daten als Treibstoff
- Smarte Mobilität
- Neue Erlebniswelten
- Vernetzung
- Digitales Bezahlen

03 | TRENDS FÜR 2029

Seite 16

- Trendauswahl – Trendradar 2026
- Übergreifende Trends
 - └ Planet Centricity
 - └ Visitor Economy
- Spezifische Digitalisierungstrends
 - └ The (real) Social Web
 - └ KI Masterplan
 - └ Robotik

04 | EINORDNUNG DER TRENDS

Seite 68

05 | FAZIT

Seite 72



01

EINFÜHRUNG.



“PERMA-TRANSFORMATION” STATT DIGITALE TRANSFORMATION

01



“PERMA-TRANSFORMATION” – ERLÄUTERUNG

01

- In Zeiten ständiger Veränderung (BANI-Welt) wird Transformation zum Dauerzustand. Wir müssen lernen, Wandel nicht nur punktuell umzusetzen, sondern als permanente Aufgabe zu begreifen.
- Transformation ist ein gemeinsamer Lernprozess, bei dem Ziele unterwegs angepasst und experimentell erarbeitet werden.
- Starre Regeln, feste Rollen und lineare Abläufe sind oft hinderlich, agile Methoden und kollektive Intelligenz gewinnen an Bedeutung.
- Insbesondere beim Innovationsmanagement hilft kontinuierliche Analyse, Optimierung und Einbeziehung der beteiligten Akteure: Voraussetzung ist eine Kultur, in der offene Kommunikation und rasche Reaktion auf Veränderungen selbstverständlich sind.



02

RÜCKBLICK ANALYSE 2019.



Digitalisierung in der Tourismusbranche.

Im Jahr 2019 veröffentlichte die Kompetenzstelle Segmente von Graubünden Ferien die **Digitalisierungsanalyse 1.0**. Ziel dieser Analyse war es, Trends und Entwicklungen zu analysieren, zu bewerten und zu antizipieren, welche Themen im Jahr 2022 für den Tourismus besonders wichtig sein werden.

Wie in jeder Prognose wurden auch in der Digitalisierungsanalyse 1.0 Annahmen getroffen, Erfahrungen und Tendenzen ausgewertet und verschiedene Studien bewertet. Mit der vorliegenden Analyse schauen wir im Jahr 2026 nun auf die Prognosen zurück und **bewerten, welche Trends sich tatsächlich durchgesetzt haben**, welche Themen an Wichtigkeit gewonnen haben und welche Entwicklungen wieder an Geschwindigkeit verloren haben.

Das **nachfolgende Kapitel greift die 6 übergreifenden Trends aus der Digitalisierungsanalyse 1.0 erneut auf**, beleuchtet sie aus heutiger Sichtweise und mit dem heutigen Wissensstand.

Die Analyse aus dem Jahr 2019 findet sich online zum Download unter: <https://www.graubuenden.ch/de/insights/kompetenzstelle-segmente/download-digitalisierung-im-tourismus-analyse>



KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

02

Fester Bestandteil digitaler Prozesse.

Prognose (2019): Künstliche Intelligenz wird Teil des touristischen Alltags und unterstützt insbesondere bei Planung, Empfehlung und Kommunikation (vor allem Chatbots und dynamische Buchungssysteme). Systeme lernen Nutzerverhalten und passen Inhalte in Echtzeit an.

Stand heute (2026):

- ✓ Künstliche Intelligenz ist im Jahr 2026 bereits **essentieller Teil** vieler Anwendungen, Assistenz-Systeme und digitaler Agenten. Generative KI übernehmen heute zunehmend Aufgaben in Content-Erstellung, Übersetzung, Datenanalyse.
- ✓ Auch **im Alltag der Gäste** ist die KI-Unterstützung in der Unterkunftssuche, Reiseplanung und Freizeitgestaltung nicht mehr wegzudenken.
- ✓ Die **Anwendungsbereiche werden stetig und in hoher Geschwindigkeit weiter ausgedehnt**, es wird zunehmend besonderer, Inhalte zu konsumieren, die *nicht* mit Hilfe von KI erstellt wurden.

Wie geht es weiter? KI-Systeme werden in Zukunft eigenständig agieren und planen Reisen proaktiv basierend auf Kalenderdaten, Interessen und Gewohnheiten (siehe "[KI-Masterplan](#)").

DATEN ALS TREIBSTOFF

02

(Buchbare) Daten als Existenzgrundlage.

Prognose (2019): Daten werden die zentrale Ressource für den Tourismus – etwa für personalisierte Angebote, strategische Entscheidungen und digitale Sichtbarkeit. Voraussetzung dafür ist eine strukturierte Datenhaltung, gemeinsame Standards und Schnittstellen, der Aufbau von offenen Plattformen sowie eine koordinierte Zusammenarbeit innerhalb der Destination.

Stand heute (2026):

- ✓ **Der Aufbau strukturierter Dateninfrastrukturen hat sich branchenweit etabliert.** Die **Landesdatenbanken** aus CH, DE & AT bilden die Grundlage der **Datenstruktur** (DZT Knowledge Graph, Discover Swiss und der Austria Experience Data Hub (bzw. zukünftig Tourism Data Space)).
- ✓ Neben einfachen strukturierten Daten stehen mittlerweile vor allem **buchbare Inhalte und automatisierte Datenweitergabe in Plattformen und KI-Systeme im Fokus.** Nur wer seine Daten gewinnbringend in Wert setzen kann, wird langfristig erfolgreich sein.
- ⊖ Herausforderungen bestehen weiterhin in der **dezentralen Pflege, unklarer Datenverantwortung und der geringen Sichtbarkeit** mancher Inhalte.

Wie geht es weiter? Bis 2029 werden Destinationen über Dateninfrastrukturen mit Echtzeit-Zugriff auf relevante Nutzungs-, Nachfrage- und Umweltdaten zur situativen Angebots- und Kapazitätsanpassung verfügen (siehe "Steuerung durch Systeme" und "Digitale Unabhängigkeit").



Technologischer Fortschritt in gesetzlichen Grenzen.

Prognose (2019): Touristische Mobilität wird durch neue Formen wie autonome Fahrzeuge, Mikromobilität und geteilte Dienste grundlegend verändert. Es gibt eine reibungslose, nachhaltige und digital begleitete Anreise sowie flexible Mobilität vor Ort.

Stand heute (2026):

- ⊖ Autonome Mobilität wird **vor allem in großen Städten immer alltäglicher** – z. B. mit Anbietern wie Waymo in den USA. In Europa verhindern meist noch die gesetzlichen Regelungen die Umsetzung solcher Services, marktbereit wären sie jedoch.
- ✓ **Effiziente Routenplanung, Ride-Pooling und Konzepte für die letzte Meile** haben sich dagegen bereits fest etabliert – Anbieter wie MOIA oder Freenow bieten über ihre Apps Zugang zu "Seamless Mobility", vorwiegend in städtischen Gebieten.
- ✗ Umfassende **Lösungen für den ländlichen Raum werden immer wieder an den Start gebracht** – flächendeckend durchsetzen konnte sich bisher jedoch hier noch kein Konzept.

Wie geht es weiter? Mobilität wird in Zukunft stärker situativ, dynamisch und vernetzt (siehe "Vernetzte autonome Mobilität").



NEUE ERLEBNISWELTEN

02

Virtuelle Welten können nicht mit Naturerlebnissen mithalten.

Prognose (2019): AR, VR, Gamification & Co. schaffen neue Erlebnisdimensionen – physische und digitale Räume verschmelzen miteinander. Gäste erwarten personalisierte, interaktive und inszenierte Erlebnisse, die über das Vor-Ort-Erlebnis hinauswirken.

Stand heute (2026):

- ✓ Die **technischen Grundlagen für virtuelle Erlebnisse** und Reisen hat sich deutlich verbessert; auch das **Zubehör** für virtuelle Erlebnisse, Spiele und Entdeckungen ist auch **für Verbraucher zum Heimgebrauch salonfähig** geworden.
- ✗ Dennoch zeichnet sich ein klarer Trend ab: die **Menschen zieht es nach draußen in die Natur** und zu echten, emotionalisierenden Erlebnissen.
- ✓ Wichtig ist die **digitale Auffindbarkeit und Buchbarkeit von** Erlebnissen, sie müssen in der Planungsphase und für die Zeit vor Ort **verfügbar und sichtbar** sein.

Wie geht es weiter? Digitale Tools werden genutzt, um authentische Erlebnisse zu finden, planen, buchen und vertiefen – nicht um sie zu ersetzen (siehe "Erlebnisverlängerung" und "Experience as a Service").



VERNETZUNG

02

Digitale Strukturen und Netze bestimmen unseren Alltag.

Prognose (2019): Plattformen werden zu zentralen Schnittstellen für Information, Inspiration, Buchung und Bewertung – und prägen zunehmend, wie Gäste Destinationen erleben. Erfolgreiche Destinationen müssen auf offene, interoperable Plattformen setzen und strategisch kooperieren.

Stand heute (2026):

- ✓ Unsere **Kommunikation** ist bereits **vollständig vernetzt und digitale Kommunikation ist der Standard**: über digitale Messenger-Dienste, das Social Web oder via E-Mail.
- ✓ Das Kaufverhalten wird durch **digitale Werbung** und die **Arbeit von Influencern** bestimmt, **Social Commerce** als eigene Art des Vertriebs ist auch in Europa auf dem Vormarsch, auch in der Reisebranche.
- ✓ Neben Social Media und digitale Assistenten entstehen auch **touristische Plattform-Ökosysteme** mit Fokus auf Buchbarkeit, Datenintegration und strategische Sichtbarkeit. Die Herausforderung liegt in der Verknüpfung eigener Systeme mit externen Plattformen, ohne die **digitale Unabhängigkeit** zu verlieren.

Wie geht es weiter? Destinationen gewinnen durch eigene Plattformlogiken, offene Standards und gemeinsame Datenräume an Unabhängigkeit (siehe "Digitale Unabhängigkeit").