

War da was? Wie wir Krisen als Innovationstreiber nutzen können...

Vortrag von Dr. Klaus Batz, Geschäftsführer der European Waterpark Association e.V., bei den n-tree Innovation Days 2023



Was wir aus den Krisen der letzten Jahre lernen können (und müssen)...



Schockstarre ...



... sollte kein dauerhafter Zustand sein



Was wir aus den Krisen der letzten Jahre lernen können (und müssen)...

- Vorbereitet sein → Planspiele, To-Do-Listen
- „Don't panic“ – überlegt handeln
- Sich nicht von Stakeholdern unter Druck setzen lassen
- Agieren statt reagieren
- Langfristige Konsequenzen bedenken
- Offensive und offene Kommunikation
- Die Beschäftigten „mitnehmen“
- Freie Ressourcen nutzen



Welche Herausforderungen erwarten uns?

- Soziodemographischer Wandel
- Klimawandel
- Digitalisierung



Welche Herausforderungen erwarten uns?

- **Soziodemographischer Wandel**
- Klimawandel
- **Digitalisierung: Die Customer Journey als Herausforderung und Chance**



Soziodemographischer Wandel



Wandel des Arbeitsmarktes



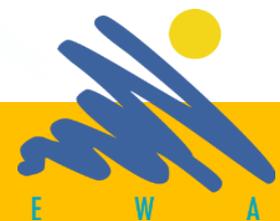
Wandel des Arbeitsmarktes

Bis 2035 8 Millionen Arbeitnehmer weniger auf dem deutschen Arbeitsmarkt

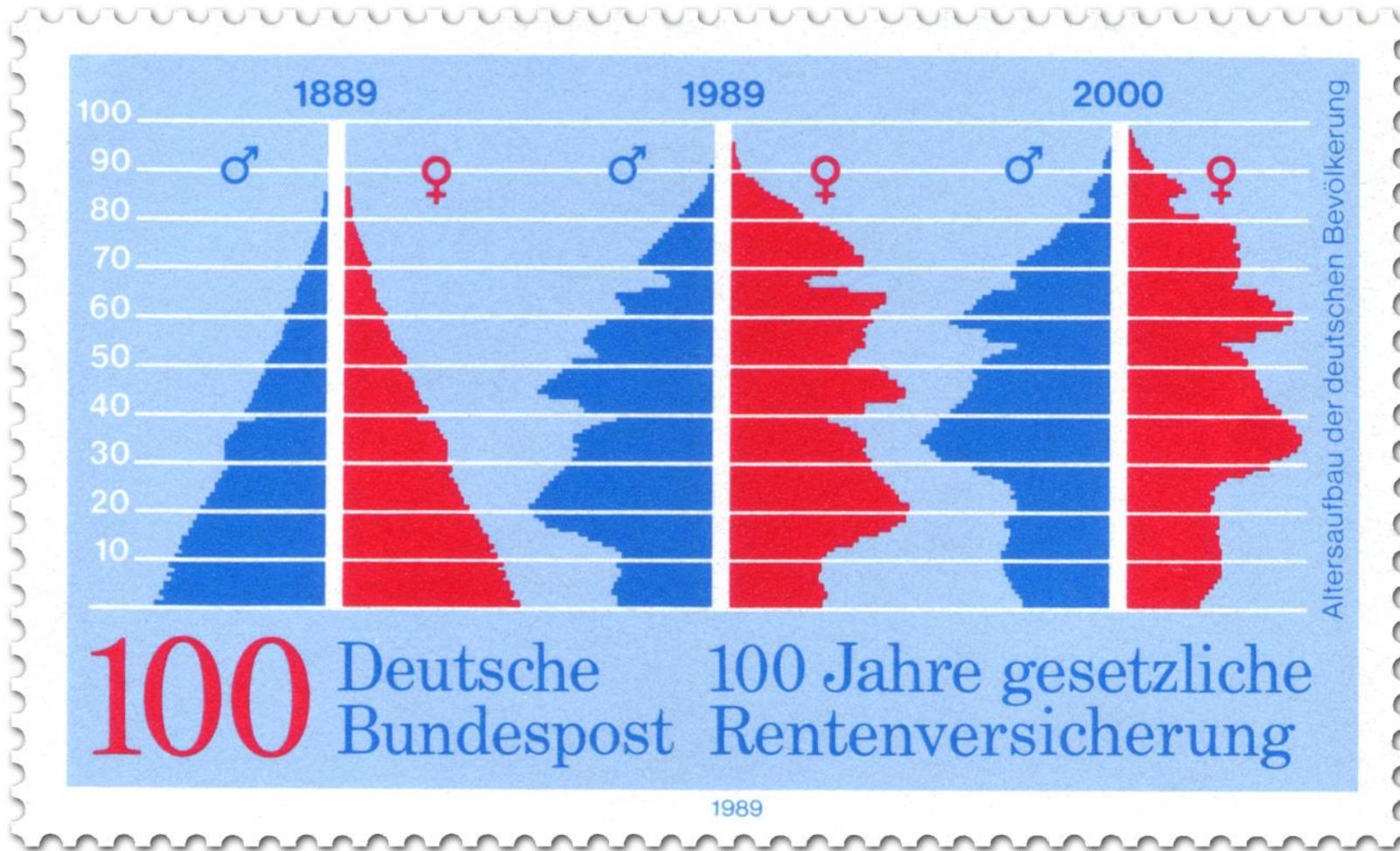
- Employer Branding: Das eigene Unternehmen zur Arbeitgebermarke machen
- Testimonial: Mitarbeitende werden Botschafter
- Onboarding: Willkommenskultur schaffen
- Mitarbeiterbindung: Motivieren + qualifizieren



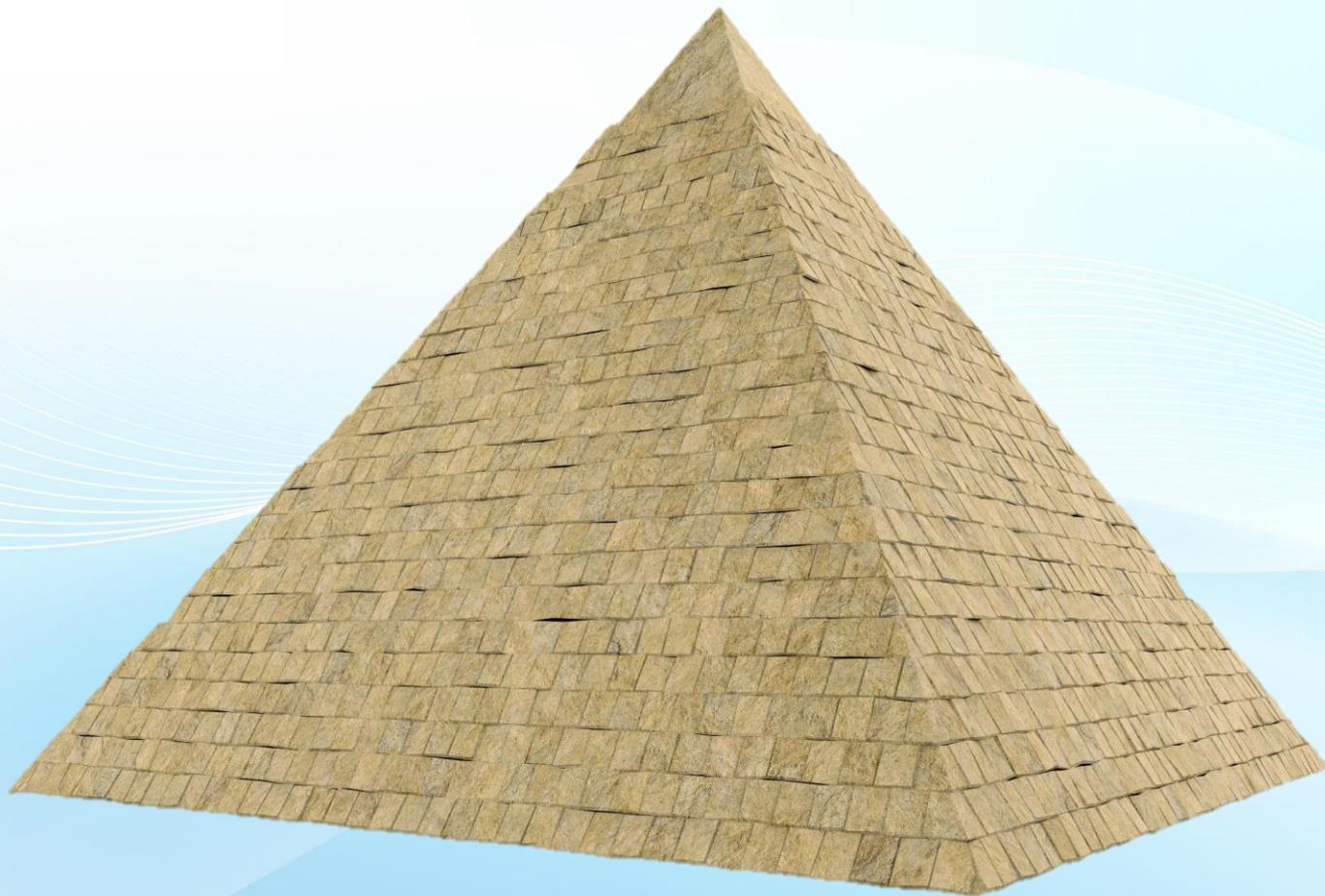
„Welcome Box“ der Therme Wien



Wandel der Altersstruktur



Wandel der Altersstruktur



Verändertes Freizeitverhalten

	1957	1963	1975	1986	1994	2002	2011	2021
Zeitungen/ Zeitschr.	Theater/ Konzerte	Zeitungen/ Zeitschr.	Fernsehen	Fernsehen	Fernsehen	Fernsehen	Fernsehen	Internet
Garten- arbeit	Ausruhen/ Ausschl.	Radio hören	Zeitungen/ Zeitschr.	Zeitungen/ Zeitschr.	Radio hören	Telefon. (von zu Hause)	Fernsehen	
Einkaufen	Besuche machen	Fernsehen	Radio hören	Radio hören	Zeitungen/ Zeitschr.	Radio hören	PC / Laptop nutzen	
Heim- werken, Reparat. am Haus	Fernsehen	Ausruhen, Nichtstun	Tele- fonieren	Tele- fonieren	Tele- fonieren	Zeitungen/ Zeitschr.	Musik hören	
Mit Kindern spielen	Mit der Familie beschäft- igten	Mit Nachbarn unterhalten	Kaffee- trinken	Mit der Familie beschäft- igten	Mit der Familie beschäft- igten	Mit der Familie beschäft- igten	E-Mails lesen oder schreiben	
Aus dem Fenster sehen	Einkaufs- bummel	Hausarbeit	Mit Freunden etwas machen	Ausschlafen	Ausschlafen	Gedanken nachgehen	Smartphone nutzen (nicht tel.)	
Ausschlafen	Mit Nachbarn unterhalten	Mittags- schlaf	Ausschlafen	Faulenzen, Nichtstun	Garten- arbeit	Über wichtige Dinge reden	Radio hören	
Bücher lesen	Sich in Verein engagieren	Mit Kindern spielen	Garten- arbeit	Garten- arbeit	Faulenzen, Nichtstun	Zeit mit dem Partner verbringen	Gedanken nachgehen	
Kino	Kirche/ Gemeinde	Buch lesen	LP/MC hören	Mit Freunden etwas machen	Mit Freunden etwas machen	Ausschlafen	Über wichtige Dinge reden	
Verwandte/ Bekannt besuchen	Allgemein- bildung verbessern	Gründlich durch- schlafen	Buch lesen	CD/LP/MC hören	CD/LP/MC hören	Telefon. (von unterwegs)	Telefon. (von zu Hause aus)	

- medial
- regenerativ
- aktiv
- sozial

Stiftung für Zukunftsfragen Freizeitmonitor 2021



Verändertes Freizeitverhalten

	1957	1963	1975	1986	1994	2002	2011	2021
Zeitungen/ Zeitschr.		Theater/ Konzerte	Zeitungen/ Zeitschr.	Fernsehen	Fernsehen	Fernsehen	Fernsehen	Internet
Garten- arbeit		Ausruhen/ Ausschl.	Radio hören	Zeitungen/ Zeitschr.	Zeitungen/ Zeitschr.	Radio hören	Telefon. (von zu Hause)	Fernsehen
Einkaufen		Besuche machen	Fernsehen	Radio hören	Radio hören	Zeitungen/ Zeitschr.	Radio hören	PC / Laptop nutzen
Heim- werken, Reparat. am Haus		Fernsehen	Ausruhen, Nichtstun	Tele- fonieren	Tele- fonieren	Tele- fonieren	Zeitungen/ Zeitschr.	Musik hören
Mit Kindern spielen		Mit der Familie beschäftigen	Mit Nachbarn unterhalten	Kaffee- trinken	Mit der Familie beschäftigen	Mit der Familie beschäftigen	Mit der Familie beschäftigen	E-Mails lesen oder schreiben
Aus dem Fenster sehen		Einkaufs- bummel	Hausarbeit	Mit Freunden etwas machen	Ausschlafen	Ausschlafen	Gedanken nachgehen	Smartphone nutzen (nicht tel.)
Ausschlafen		Mit Nachbarn unterhalten	Mittags- schlaf	Ausschlafen	Faulenzen, Nichtstun	Garten- arbeit	Über wichtige Dinge reden	Radio hören
Bücher lesen		Sich in Verein engagieren	Mit Kindern spielen	Garten- arbeit	Garten- arbeit	Faulenzen, Nichtstun	Zeit mit dem Partner verbringen	Gedanken nachgehen
Kino		Kirche/ Gemeinde	Buch lesen	LP/MC hören	Mit Freunden etwas machen	Mit Freunden etwas machen	Ausschlafen	Über wichtige Dinge reden
Verwandte/ Bekannte besuchen		Allgemein- bildung verbessern	Gründlich durch- schlafen	Buch lesen	CD/LP/MC hören	CD/LP/MC hören	Telefon. (von unterwegs)	Telefon. (von zu Hause aus)

- medial
- regenerativ
- aktiv
- sozial

Stiftung für Zukunftsfragen Freizeitmonitor 2021



Old school



Old, but new school



Zielgruppe

A close-up photograph of a hand holding a set of keys. The keys are brass and attached to a silver ring. The background is a bright blue gradient with light rays emanating from the right side. The text is overlaid on the right side of the image.

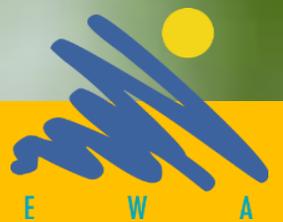
**Wir müssen uns auf die veränderten
Bedürfnisse unserer Gäste einstellen**

Der Schlüssel zum Erfolg...

...ist die Kunst, die Wünsche unserer Gäste zu erfüllen

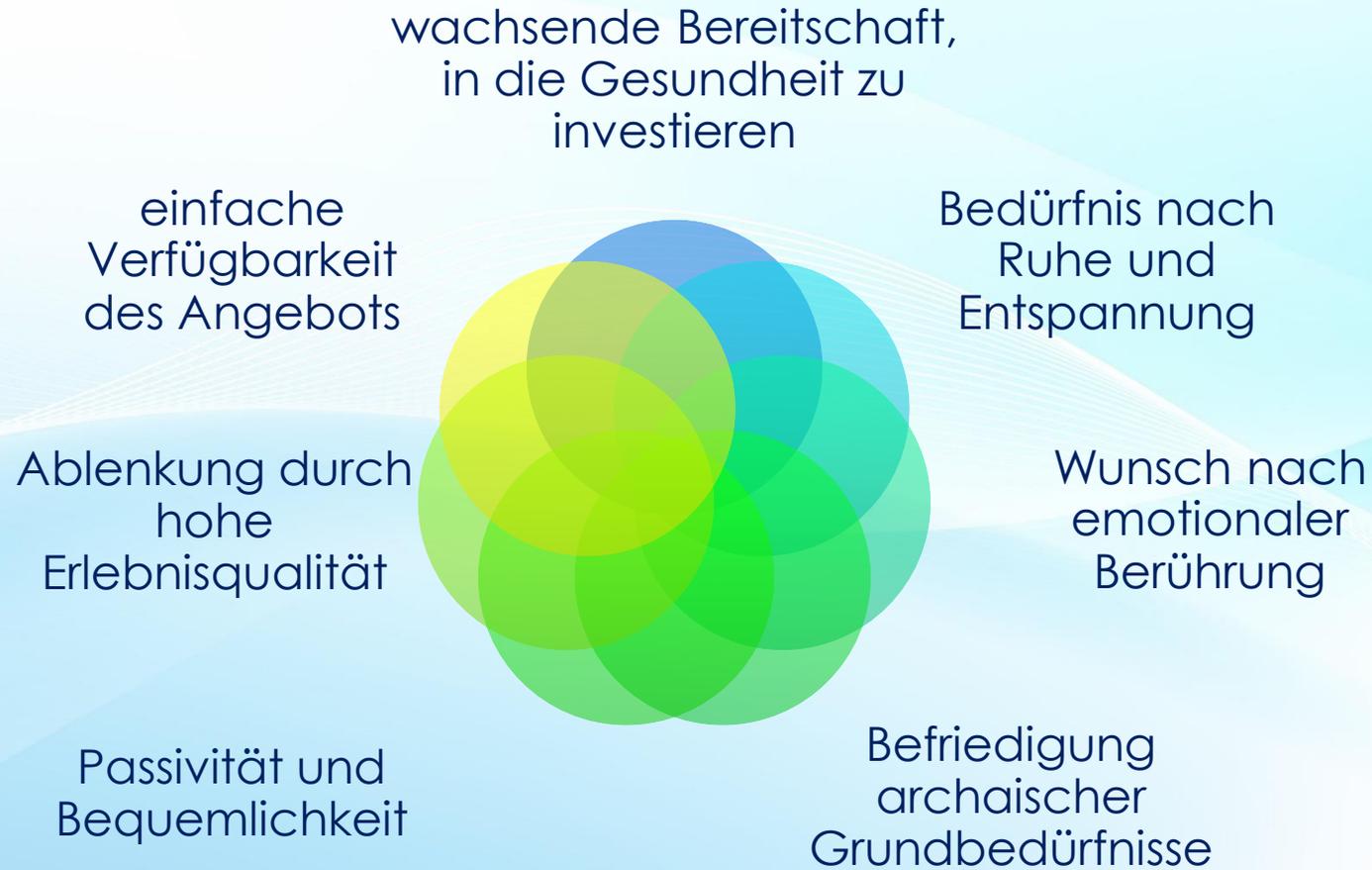


...oder sie besser noch zu
übertreffen!



...dazu muss man sie
aber auch kennen

Besuchsmotivationen von Gästen in Freizeitbädern und Thermen



Erwartungen von Gästen in Freizeitbädern und Thermen

- “Sieh mich” → Hohe Servicequalität/Animation
- “Überrasche mich” → Standardangebote reichen nicht mehr aus
- “Berühre mich” → emotionale Erlebnisse und holistische Erfahrungen
- “Heile mich” → hohe Erwartungen vor allem an Thermen und Spas
- “Begeistere mich” → Suche nach dem “Kick”
- “Führe mich” → klare Strukturen und Zonierungen



EXPECTATIONS

Digitalisierung: Die Customer Journey als Herausforderung und Chance



Digitalisierung: Die Customer Journey als Herausforderung und Chance



Künstliche
Intelligenz

Digitalisierung

Automatisierung



Automatisierung



Rauchmelder 1523



Rauchmelder 2023

Automatisierung

Voraussetzungen: Mechanisierung, Elektrifizierung, Standardisierung von Prozessen

Effekte: Steigerung der Effizienz (Produktionszahlen)
Entlastung der Mitarbeitenden

Risiken: Verlagerung der Verantwortung auf Maschinen

Digitalisierung



Digitalisierung

Voraussetzungen: schnelle Datenübertragung, großer Datenspeicher = extrem leistungsfähige Kommunikationstechnik

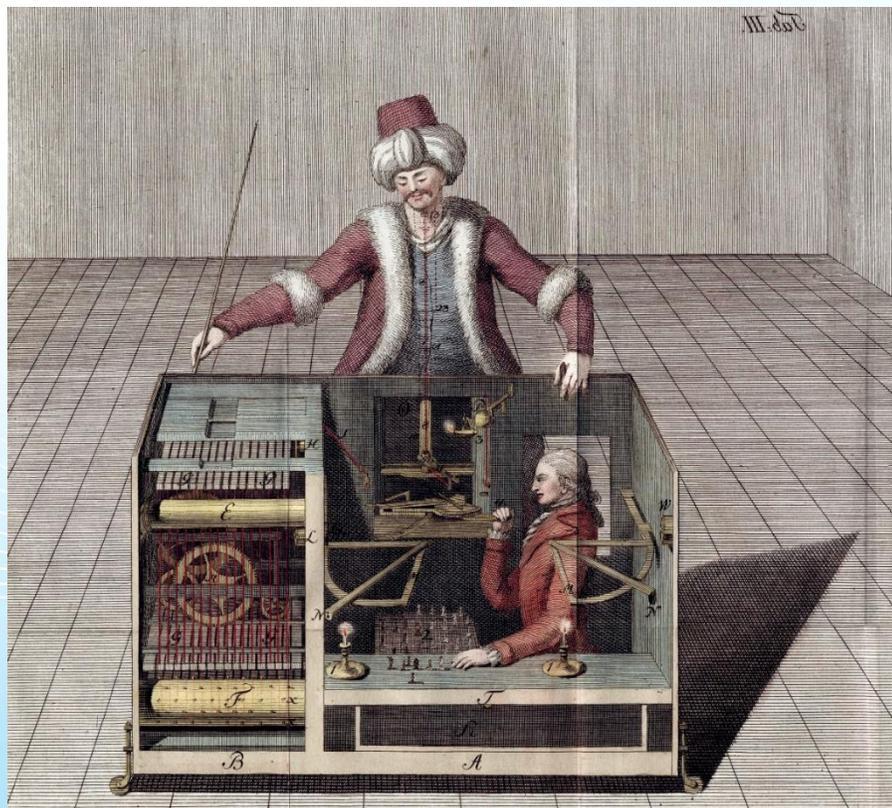
Effekte: schnelle und umfassende Verfügbarkeit von Informationen
Medialisierung des Alltags und der Selbst- und Fremdwahrnehmung
Entlastung für Personal/Effizienz durch Personaleinsparung

Risiken: Entzeitlichung und Enträumlichung von Kommunikation
(je-)der gegenwärtige Moment wird gleichzeitig zum historischen Moment → wir können Wichtiges nicht mehr von Unwichtigem unterscheiden
real/wahr vs. unreal/unwahr

Digitalisierung



Künstliche Intelligenz



„Schachtürke“, 1769



Foto: George Widmann/Associated Press

Gari Kasparow vs. Deep Blue 1996/97

Künstliche Intelligenz

Voraussetzungen: Vernetzung vieler großer Datenspeicher = extrem leistungsfähiger und schneller Datenabgleich

Effekte: Datenähnlichkeit wird zum entscheidenden Auswahlkriterium gezeigter Inhalte
Entlastung für Personal/ noch größere Effizienz durch Reduzierung Personalaufwand

Risiken: Entmenschlichung der Kommunikation
Kommunikation wird nur vorgetäuscht
real/wahr vs. unreal/unwahr wird noch weniger unterscheidbar

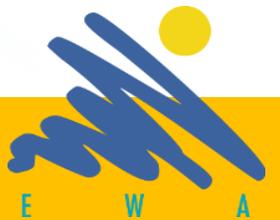
Künstliche Intelligenz

K.I. ist keine Form von Intelligenz, sondern Ergebnis eines automatisierten Vergleichs-Prozesses, der nach Wahrscheinlichkeiten priorisiert.



„ChatGPT hat einerseits Zugang zu einem unfassbar großen Textdatenbestand. Es wurde trainiert auf 45 Terabyte Textdaten! Das ist eine unvorstellbar große Datenmenge. Andererseits formt das Modell Silben, Wörter und Sätze nach der Wahrscheinlichkeit, dass ein bestimmtes Wort auf ein anderes folgt. Wenn ChatGPT in einem Bereich kein Wissen hat, sagt es trotzdem das nächste Wort voraus und generiert eine Antwort, die wahr klingt und selbstbewusst und logisch wirkt. Nur dass die Antwort frei erfunden ist. **Der Chatbot hat kein Verständnis für das, was er schreibt**, das darf man nicht vergessen.“

www.astridbruggemann.com



Künstliche „Intelligenz“

21:37

Willkommenskaffee

Mittagsbuffet

- Kaffeepause
- Leichte Tarife am Networking-Empfang

Zu den besichtigten Einrichtungen gehören:

- Aqualand Mähren

Transport: Bustransport

Preise: Mitglied 145 €; Nichtmitglied 240 € (inkl. MwSt.)

Hinweis: Zur Teilnahme müssen Sie mindestens 18 Jahre alt sein. Für die Teilnahme sind ein separates Ticket und ein Expo-Ausweis erforderlich.

Lautsprecher



James Anderson
FORREC
Seniordirektor

01:28

Aqualand Moravia - ...
aqualand-moravia.cz

AQUALANDMORAVIA

- Schwimmbecken
- Wellness
- Tageswellness
- Salztherapie
- Kinderruheraum
- Restaurant
- Aqua-Shop
- Hotel Aqualand
- Herr. Schieberegler**
- Animation
- Veranstaltungskalender
- Glückliche Tage
- Videos
- Tipps für Ausflüge in die Umgebung
- Über die Geschichte von Aqualand
- Schulausflüge und Touren

Tschechisch **Deutsch**

01:29

Aqualand Moravia - ...
aqualand-moravia.cz

AQUALANDMORAVIA

MR. SLIDER
SPASS IM AQUALAND
HERR. SCHIEBEREGLER

Herr. Slider: Aqualands Superheld

Wir Superhelden Mr. Slider sucht sich immer jeden Fahrer zu reiten, der keinen Rodelpartner hat. Darüber hinaus zieht er ein Prioritätsfloß nach dem anderen, sodass Sie nicht einmal in der Schlange stehen müssen, um ihn zu begleiten.

Du irrst traurig zwischen den Wasserrutschen umher und suchst vergeblich nach einem Partner, der mit Dir durch unsere berühmten Attraktionen saust? Verzweifeln Sie nicht, unser Superheld Mr. Slider steht zu Ihrer Verfügung. Alles, was Sie tun müssen, ist vorbeizuschauen und eine unvergessliche Fahrt zu vereinbaren.

Herr. Slider oder Ms. Slider erwarten Sie an **Wochenenden und Feiertagen immer von 11 bis**

Tschechisch **Deutsch**

05:31

AQUALANDMORAVIA



Körperwärmung für die kleinsten Besucher. Kinder können auf den Säcken sitzen und Mütter mit Babys finden in einer speziellen Ecke Privatsphäre. Der Wärmeraum ist mit 3D-Dekorationen dekoriert, die Kinder in Märchen mitnehmen.

Der Eintritt in die Kindertoilette ist für Kinder im Vorschulalter in Begleitung ihrer Eltern kostenfrei.



Tschechisch **Deutsch**

05:31

Aqualand Moravia - ...
aqualand-moravia.cz

AQUALANDMORAVIA



SPASS IM AQUALAND
GLÜCKLICHE TAGE

LIEBLINGSGLÜCKSTAGE

SENIOR VORBEHALTEN AM DIENSTAGS

Jeden Montag und Dienstag ist das Aqualand Moravia den Senioren vorbehalten. Wenn Sie **über 60 Jahre** alt sind, Sie einfach ein Dokument vor, das Ihr Alter belegt, und Sie tagsüber zu jeder Zeit und Sie erhalten:

- ☉ Gantztägiger Eintritt ins Aqualand Moravia für **379 CZK**
- ☉ oder gantztägiger Eintritt inklusive 120-minütiger Pädagogischer Wellness für **449 CZK**.

Bitte beachten Sie: Happy Days gelten jeden Montag und Dienstag im Monat, auch wenn diese Tage auf Feiertage fallen. Sie gilt nicht für Einkäufe im E-Shop, sondern nur für den Kasseneintrag.

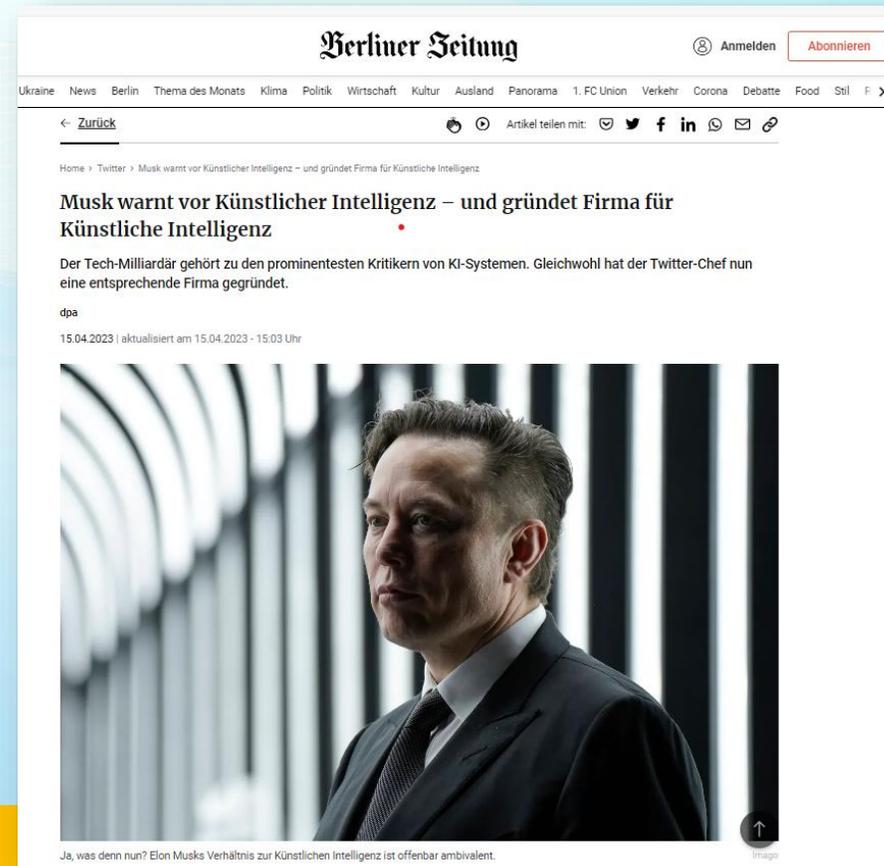
Tschechisch **Deutsch**

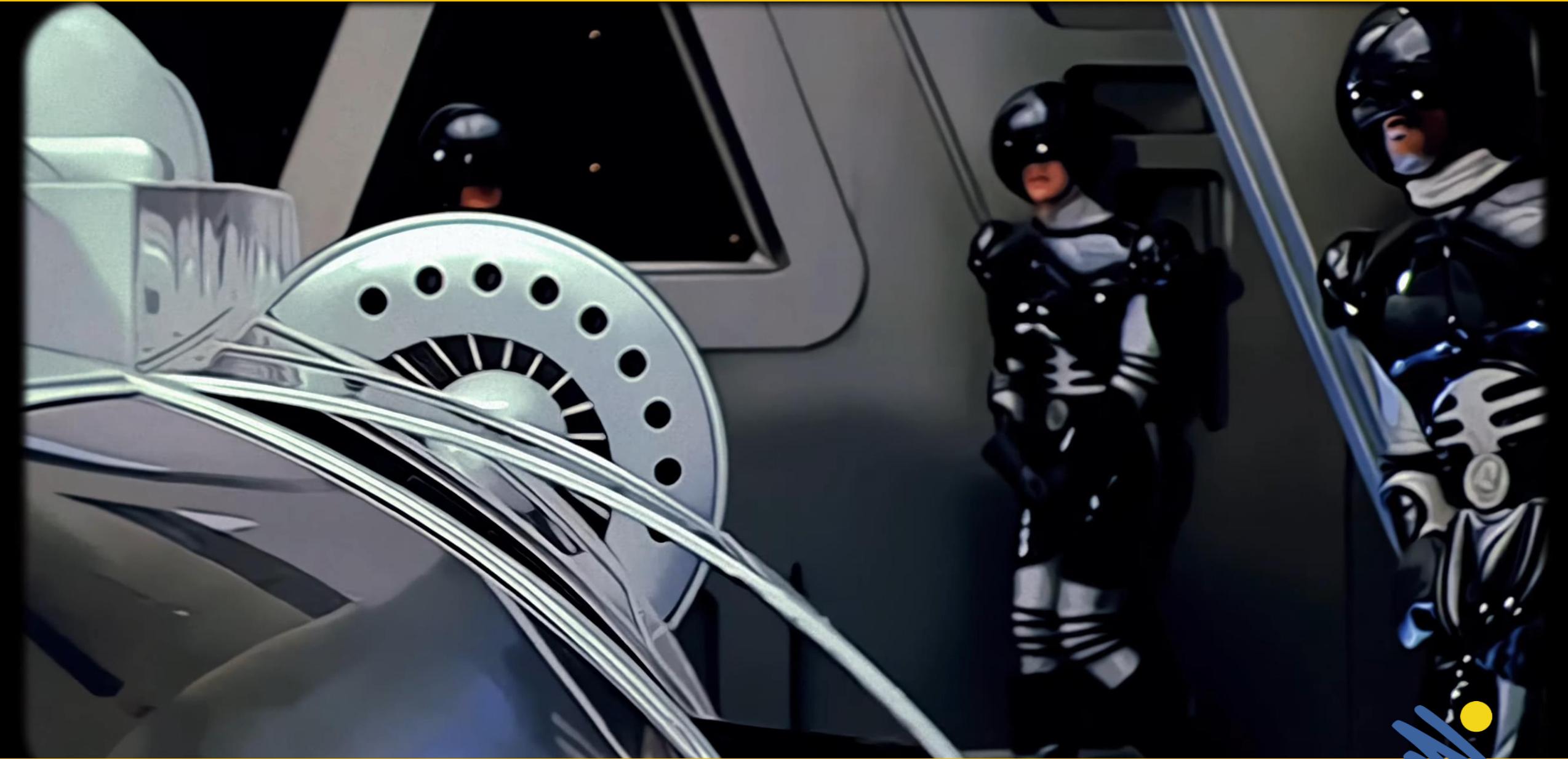


Geschwindigkeit

Die neuen Technologien besitzen ein unglaubliches Potential, unser Leben positiv zu verändern.

Das irrwitzige Tempo, mit dem sie weiterentwickelt werden, trägt aber das Risiko in sich, dass deren Anwendung sich immer mehr löst von jeglichen ethischen Handlungsprinzipien.







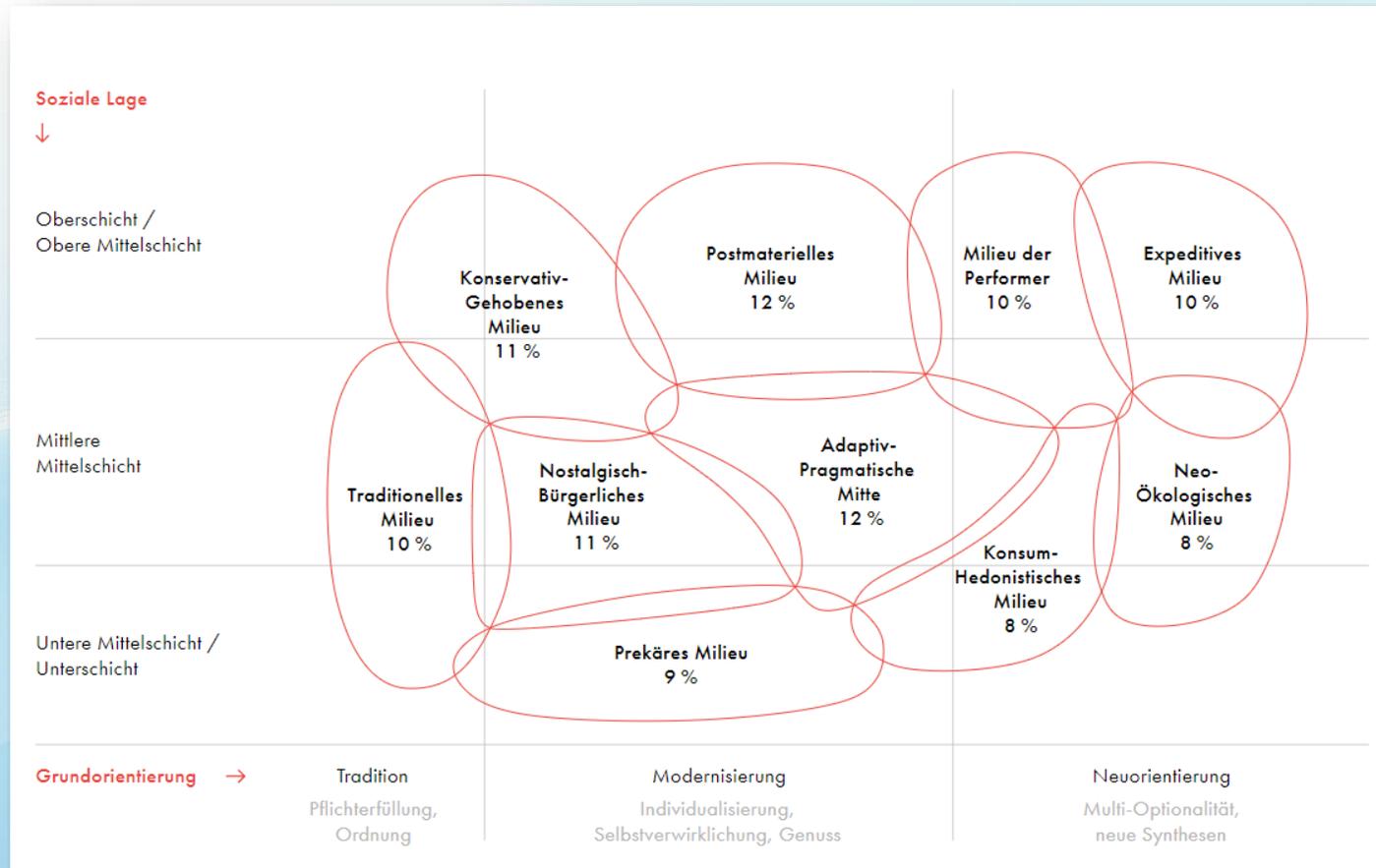
Geschwindigkeit

Nicht alle Menschen vertragen hohe Reisegeschwindigkeiten (auch nicht bei der Digital Guest Journey)

Same same but different...

Late Adopters

Early Adopters



... und was hat diese Entwicklung mit unseren Bädern und Zutrittssystemen zu tun?



Wir sind schon mit Riesenschritten auf dem Weg und stehen doch am Anfang



Unsere Gäste machen sich auf den Weg...



Unsere Gäste machen sich auf den Weg...



Funktionierende Schnittstellen sind bei der wachsenden Komplexität unseres Betriebs wichtige Beschleuniger für den Informationsaustausch ...

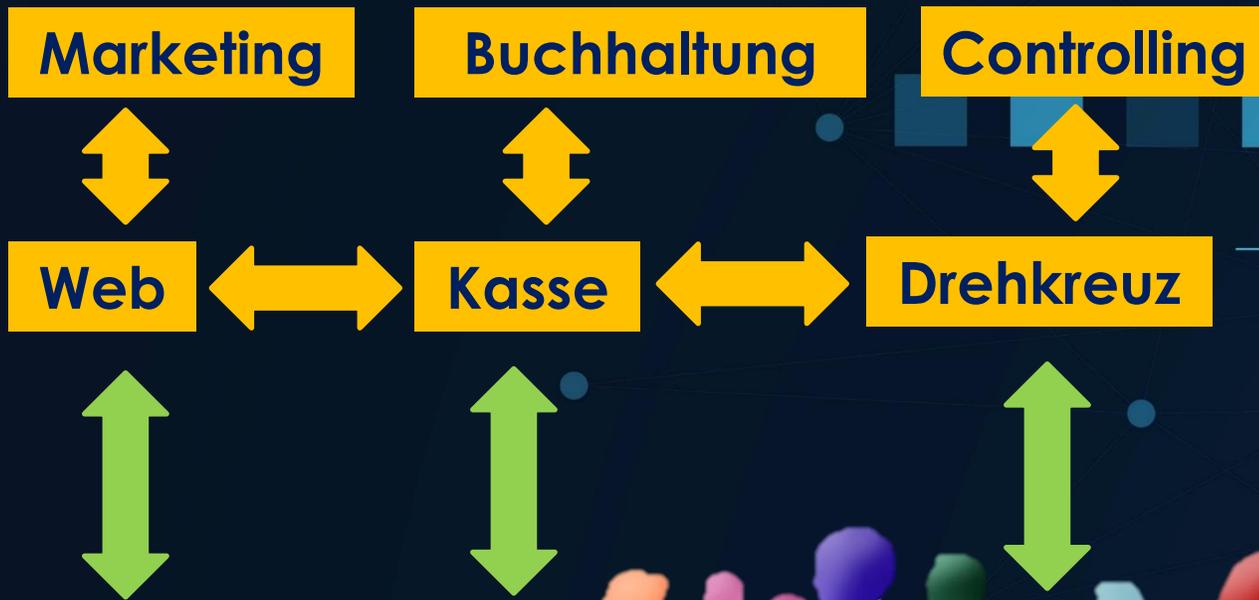
... aber auch potentielle Schwachstellen

Unsere Gäste machen sich auf den Weg...



Sprechen wir mal über die Schnittstellen zu unseren Gästen

Unsere Gäste machen sich auf den Weg...



Unsere Gäste machen sich auf den Weg...

Für „funktionierende“
Schnittstellen sind nicht nur
unsere Techniker zuständig

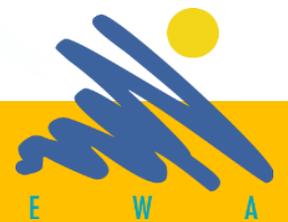


Unsere Gäste machen sich auf den Weg...

Schauen wir uns die zwei PoS näher an



WEB



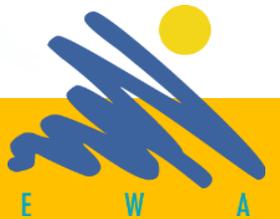
WEB

Leistungen/Tools:

Information

Onlineshop: Tickets, Gutscheine, Merchandising

Reservierung von Time slots und Service-Leistungen



WEB

Leistungen/Tools:	Information Onlineshop: Tickets, Gutscheine, Merchandising Reservierung von Time slots und Service-Leistungen
Benefits Gast:	Information 24/7 Planungssicherheit
Risiken Gast:	Zahlung für nicht erbrachte Leistung „gläserner Konsument“

WEB

Leistungen/Tools:

Information

Onlineshop: Tickets, Gutscheine, Merchandising
Reservierung von Time slots und Service-Leistungen

Benefits Bad:

Höhere Gästezufriedenheit

Entlastung Mitarbeitende/Einsparung Personalkosten

(höhere) Einnahmen vor Leistungserbringung

Planungssicherheit und Steuerung der Gästefrequenz

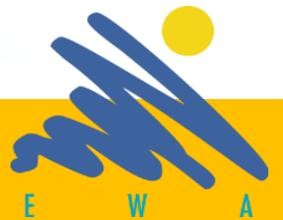
schnelle Reaktion auf Kritik möglich

Kundendaten

Risiken Bad:

Kommunikationsfehler → Gästeunzufriedenheit/Shitstorm

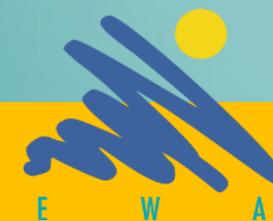
Verstoß gegen DSGVO



Kasse



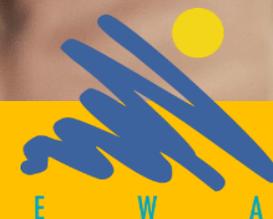
Kasse



Kasse



Kasse



Kasse



Kasse

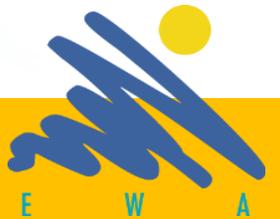
Leistungen/Tools:

Verkauf von Eintrittstickets

Verkauf von Dienstleistungen und Shop-Produkten

Gäste-Information

Entgegennahme von Beschwerden



Kasse

Leistungen/Tools:	Verkauf von Eintrittstickets Verkauf von Dienstleistungen und Shop-Produkten Gäste-Information Entgegennahme von Beschwerden
Benefits Gast:	Wahl zwischen persönlicher Betreuung mit hohem Individualisierungsgrad (personenbesetzte Kasse) oder automatisiertem Zugang mit Zeitersparnis
Risiken Gast:	lange Wartezeiten / kein Zugang („ausgebucht“)

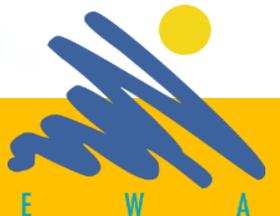
Kasse

Leistungen/Tools:

- Verkauf von Eintrittstickets
- Verkauf von Dienstleistungen und Shop-Produkten
- Gäste-Information
- Entgegennahme von Beschwerden

Benefits Bad:

- Reduzierung Personalkosten
- Entlastung für Rezeptionistinnen
- Upselling durch mehr Beratungszeit
- höhere Zufriedenheit bei den Mitarbeitenden durch Entlastung
- höhere Zufriedenheit bei den Gästen durch Wahlmöglichkeiten (Schnelligkeit vs. Service)
- Kundendaten



Kasse

Leistungen/Tools:

Verkauf von Eintrittstickets
Verkauf von Dienstleistungen und Shop-Produkten
Gäste-Information
Entgegennahme von Beschwerden

Risiken Bad:

nicht alle Rezeptionistinnen sind bereit und fähig zur
Veränderung des Tätigkeitsprofils
Frustration, wenn nur noch „Beschwerdestelle“
Verstoß gegen DSGVO (Datenerhebung und -weitergabe)
ggf. nicht ausreichende Zugangskontrolle bzw.
Leistungserschleichung
hohe Abhängigkeit von nicht direkt steuerbaren
Prozessen und externen Dienstleistern

Welche Anforderungen stellt die Digital Guest Journey an die Badbetreiber?

Prozesse:

- Ziele definieren
- Instrumente festlegen
- Prozessabläufe bestimmen
- geeignete Partner suchen und vernetzen
- Controllinginstrumente vorsehen

Mitarbeitende:

- informieren, motivieren und qualifizieren
- Verantwortliche und Verantwortlichkeiten festlegen
- Feedbackinstrumente einplanen (und Maßnahmen ergreifen)

Kommunikation:

- Marketing- und Kommunikationsstrategie regelmäßig anpassen
- zuverlässig und schnell informieren und reagieren
- „keep the human (in) touch“



Welche Anforderungen stellt die Digital Guest Journey an die Badbetreiber?

...letztlich geht es um eine Abwägung zwischen betrieblichen Optimierungspotentialen und deren Auswirkungen auf den Eindruck, den die Gäste von uns bekommen.

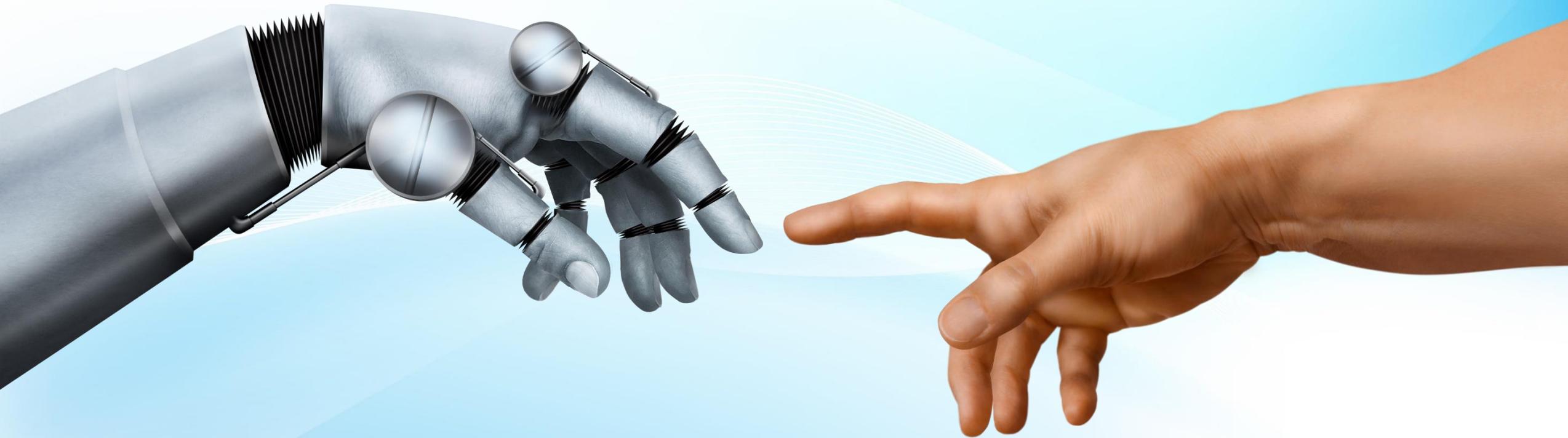


Beide Aspekte bestimmen unseren ökonomischen Erfolg!

Fazit

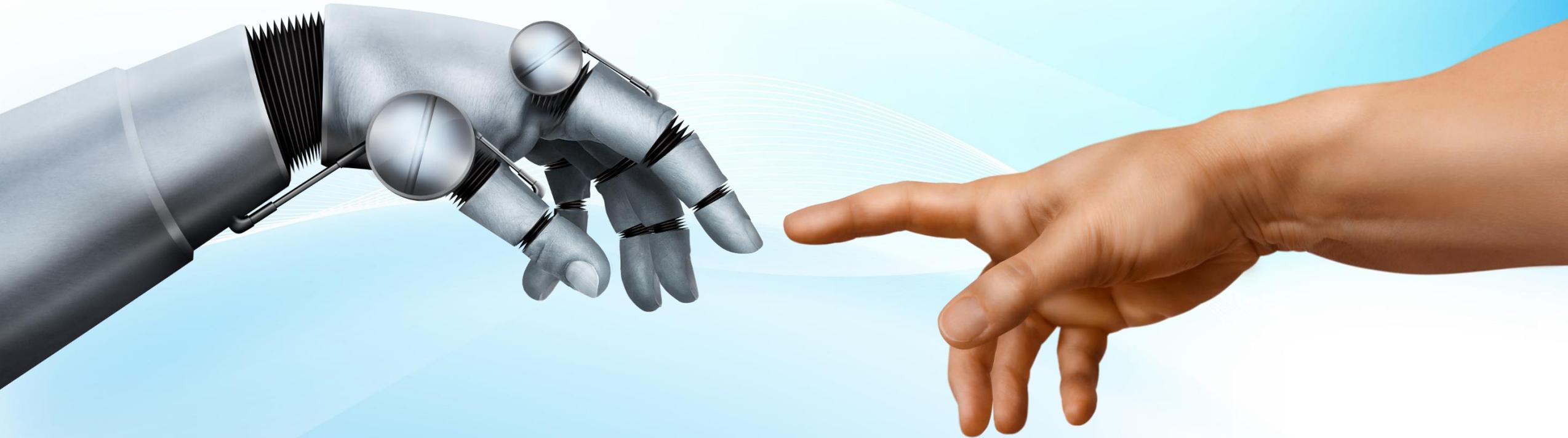
Nicht nur in Michelangelos berühmten Deckenfresko in der Sixtina berühren sich zwei Welten. Auch im Bäderbetrieb.

Fazit



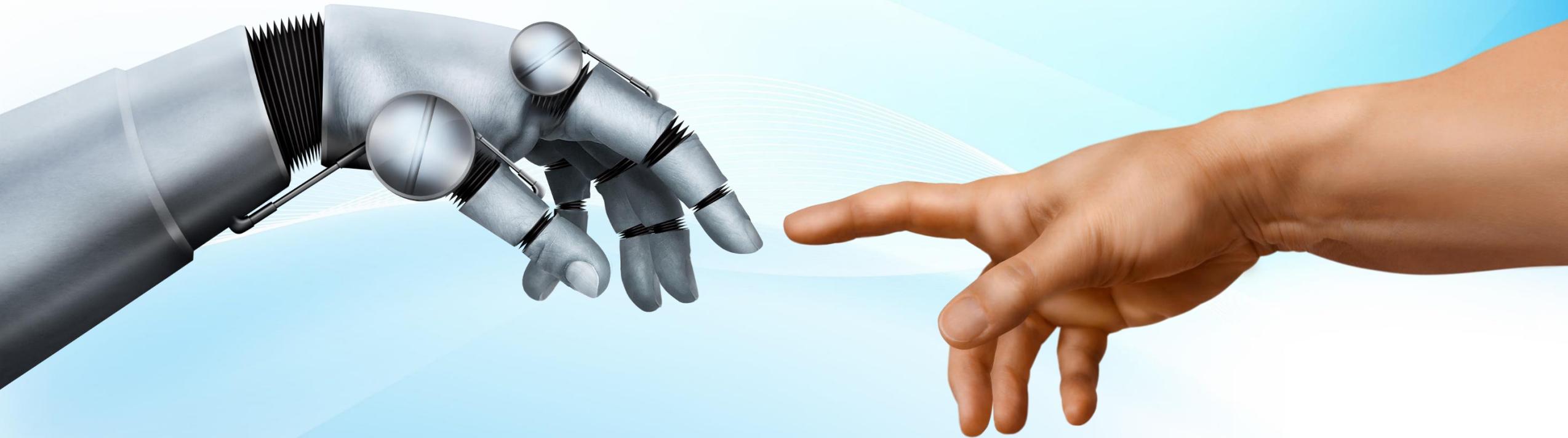
Es gibt keinen digitalen Gast. Der Gast bleibt humanoid.

Fazit



Es gibt keinen digitale Mitarbeitende. Nur digitale Instrumente, die von Mitarbeitenden gesteuert werden müssen.

Fazit



Menschliche Intelligenz muss dafür sorgen, dass künstliche „Intelligenz“ intelligent eingesetzt wird. **Wir** müssen Innovation mit Verstand **steuern!**



▲ Non-digitale Benutzeroberfläche (vor 1990)

batz@ewa.info