

Entrepreneurial Management  
und Standortentwicklung

RESEARCH

Harald Pechlaner · Greta Erschbamer ·  
Natalie Olbrich *Hrsg.*

# Destination Design

Neue Ansätze und Perspektiven  
aus der Designforschung für die  
Entwicklung von Regionen und  
Destinationen



Springer Gabler

---

# Entrepreneurial Management und Standortentwicklung

## Perspektiven für Unternehmen und Destinationen

### **Reihe herausgegeben von**

Christian Laesser, Universität St. Gallen, St. Gallen, Schweiz

Harald Pechlaner, Zentrum für Entrepreneurship, Lehrstuhl Tourismus/Zentrum für Entrepreneurship, Eichstätt, Bayern, Deutschland

Mike Peters, Institut für strategisches Management, Universität Innsbruck, Innsbruck, Österreich

Karl Wöber, Department of Tourism and Hospitality Management, MODUL University Vienna GmbH, Wien, Österreich

Die Publikationen der Reihe behandeln die unternehmerische Orientierung des Managements von Unternehmen und Standorten. Regionen, Destinationen und Standorte stellen hierbei sowohl Wettbewerbseinheiten als auch den räumlichen Kontext für die Gestaltung der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmungen dar.

The publications in this series are committed to the entrepreneurial management orientation of business ventures and sites. In this context, regions, destinations, and places are on the one hand considered as competitive units, on the other hand they constitute the spatial context to allow for modelling the business ventures' competitive capacities.

**Reihe herausgegeben von**

Prof. Dr. Edgar Kreilkamp  
Leuphana Universität Lüneburg

Prof. Dr. Christian Laesser  
Universität St. Gallen

Prof. Dr. Harald Pechlaner  
Katholische Universität  
Eichstätt-Ingolstadt

Prof. Dr. Mike Peters  
Universität Innsbruck

Prof. Dr. Karl Wöber  
MODUL University Vienna

---

Harald Pechlaner · Greta Erschbamer ·  
Natalie Olbrich  
(Hrsg.)

# Destination Design

Neue Ansätze und Perspektiven  
aus der Designforschung für die  
Entwicklung von Regionen und  
Destinationen

 Springer Gabler

*Hrsg.*

Harald Pechlaner   
Center for Advanced Studies  
Eurac Research  
Bozen, Italien

Greta Erschbamer   
Center for Advanced Studies  
Eurac Research  
Bozen, Italien

Natalie Olbrich   
Lehrstuhl Tourismus/Zentrum für  
Entrepreneurship, Katholische  
Universität Eichstätt-Ingolstadt  
Eichstätt, Deutschland

ISSN 2626-2266                      ISSN 2626-2274 (electronic)  
Entrepreneurial Management und Standortentwicklung  
ISBN 978-3-658-39878-1              ISBN 978-3-658-39879-8 (eBook)  
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-39879-8>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© Eurac Research 2023

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jedermann benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des jeweiligen Zeicheninhabers sind zu beachten. Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag, noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Planung/Lektorat: Marija Kojic  
Springer Gabler ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature.  
Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

---

# Inhaltsverzeichnis

## **Theoretische Ansätze zur Annäherung von Design und Destination**

<b>Destination Design – Evolution und Revolution des Wandels</b> . . . . .	3
Greta Erschbamer, Harald Pechlaner und Natalie Olbrich	
<b>Designtheoretische Zugänge für die nachhaltige Gestaltung von Destinationen</b> . . . . .	17
Dagmar Steffen	
<b>Design Thinking als transdisziplinärer Ansatz?</b> . . . . .	49
Sebastian Lerch	
<b>Einige philosophische Bemerkungen zu Destination Design</b> . . . . .	61
Michael de Rachewiltz	

## **Perspektiven und Herausforderungen**

<b>Transition Design im Rahmen eines Reallabor-Projektes. Erfahrungen aus dem Reallabor „Wissensdialog Nordschwarzwald“</b> . . . . .	73
Monika Bachinger und Regina Rhodius	
<b>Designed Experiences in Destination Design: Atmosphere, Narration, and Images</b> . . . . .	93
Gerhard Glüher	
<b>Zur Modellierung des Brückenschlags vom Habitus von Destinationen und ihren Gästen zum nachhaltigen Atmospheric-, Mood- und Service-Design</b> . . . . .	109
Dieter Pfister	

---

<b>Design as Inquiry. Critical Design in Tourism</b> . . . . .	133
Mads Bødker	
<b>Ausblick hin zu einer ganzheitlichen Betrachtungsweise</b>	
<b>Next Level Service Design im Tourismus</b> . . . . .	155
Janosch Untersteiner und Birgit Bosio	
<b>Destination Design der Zukunft: Digitale, intelligente und nachhaltige Erlebnisse</b> . . . . .	179
Barbara Neuhofer und Lukas Grundner	
<b>Ein Plädoyer für eine atmosphärische Wende in der Tourismusentwicklung</b> . . . . .	193
Michael Volgger	

---

# Herausgeber- und Autorenverzeichnis

---

## Über die Herausgeber

**Prof. Dr. Harald Pechlaner** ist Inhaber des Lehrstuhl Tourismus und Leiter des Zentrum für Entrepreneurship der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt (Deutschland). Zudem ist er Leiter des Center for Advanced Studies von Eurac Research in Bozen (Italien), sowie Adjunct Research Professor an der Curtin Business School in Perth (Australien). Prof. Pechlaner forscht, lehrt und publiziert u. a. zu den Themen Destination Governance/Leadership und Entrepreneurship. Prof. Pechlaner ist Präsident der AIEST („International Association of Scientific Tourism Experts“), Mitglied der „Europäischen Akademie der Wissenschaften und Künste“ und wissenschaftlicher Leiter des Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes beim Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz in Berlin.

**Greta Erschbamer (M.Sc.)** ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Center for Advanced Studies von Eurac Research (Italien) und Doktorandin an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt (Deutschland). In ihrer Dissertation beschäftigt sie sich mit Fragen rund um die Entwicklung von touristischen Destinationen und welche Instrumente und Prozesse es für eine Transformation hin zu einer nachhaltigen Destination benötigt werden. Ihre Forschungsinteressen beziehen sich auf die Governance von Destinationen, Partizipation und Design Thinking.

**Natalie Olbrich (M.Sc.)** ist wissenschaftliche Mitarbeiterin und Doktorandin an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt, Lehrstuhl für Tourismus/Zentrum für Entrepreneurship. Ihr Masterstudium in Tourismus und Regionalentwicklung an der Ernst-Moritz-Arndt-Universität Greifswald hat sie im Januar

2017 abgeschlossen. Bevor Frau Olbrich Mitglied des Lehrstuhlteams wurde, sammelte sie Erfahrungen bei einem Hotelportal als Account Support Managerin. Ihre Forschungsschwerpunkte liegen in den Bereichen Destinationsmanagement, Erlebnisse im Tourismus und kulinarischer Tourismus.

---

## Autorenverzeichnis

**Monika Bachinger** Hochschule für Forstwirtschaft, Rottenburg, Deutschland

**Birgit Bosio** MCI Management Center Innsbruck, Innsbruck, Österreich

**Mads Bødker** Department of Digitalization, Copenhagen Business School, Frederiksberg, Denmark

**Greta Erschbamer** Eurac Research/Center for Advanced Studies, Bozen, Italien

**Gerhard Glüher** Fakultät für Design und Künste, Freie Universität Bozen-Bolzano, Bozen, Italien

**Lukas Grundner** Fachhochschule Salzburg, Salzburg, Österreich

**Sebastian Lerch** Institut für Erziehungswissenschaft, AG Weiterbildung und Medien, Johannes Gutenberg-Universität Mainz, Mainz, Deutschland

**Barbara Neuhofer** Fachhochschule Salzburg, Salzburg, Österreich

**Natalie Olbrich** Lehrstuhl Tourismus/Zentrum für Entrepreneurship, Katholische Universität Eichstätt/Ingolstadt, Eichstätt, Deutschland

**Harald Pechlaner** Lehrstuhl Tourismus/Zentrum für Entrepreneurship, Eurac Research/Center for Advanced Studies & Katholische Universität Eichstätt/Ingolstadt, Bozen, Italien

**Dieter Pfister** Institute for Systemic Management and Public Governance (IMP-HSG), Universität St. Gallen, St. Gallen, Schweiz

**Michael de Rachewiltz** Center for Advanced Studies, Eurac Research, Bozen, Italien

**Regina Rhodius** Universität Freiburg/Institut für Forstwissenschaften, Freiburg, Deutschland

**Dagmar Steffen** Hochschule Luzern – Design & Kunst, Competence Centre Design & Management, Luzern, Schweiz

**Janosch Untersteiner** MCI Management Center Innsbruck, Innsbruck, Österreich

**Michael Volgger** School of Management and Marketing, Curtin University, Bentley, Australien

---

# **Theoretische Ansätze zur Annäherung von Design und Destination**



# Destination Design – Evolution und Revolution des Wandels

Greta Erschbamer, Harald Pechlaner und Natalie Olbrich

## Zusammenfassung

Politische, gesellschaftliche, technologische und wirtschaftliche Entwicklungen haben zu einer Vielzahl an Veränderungen und Krisen geführt. Insbesondere in der Tourismusentwicklung hat sich die Komplexität der Prozesse erhöht und das Management, sowie die Governance von Destinationen verlangen nach kreativen Herangehensweisen. Ansätze aus dem Design können helfen, die Vielzahl und Verflechtung von Entwicklungen zu visualisieren. Der Beitrag zeigt auf, wie Design in der Destinationsforschung als eine Metadisziplin verstanden werden kann, die in der Lage ist, eine ganzheitliche Sicht zu ermöglichen. Dieser Beitrag soll Überlegungen zu einem integrativen Ansatz von Destination Design diskutieren und durch Überlegungen an der Schnittstelle von Tourismus-, Destinations- und Designforschung, neue und innovative Zugänge und Perspektiven aufzeigen.

---

G. Erschbamer (✉)

Eurac Research/Center for Advanced Studies, Bozen, Italien

E-Mail: [greta.erschbamer@eurac.edu](mailto:greta.erschbamer@eurac.edu)

H. Pechlaner

Lehrstuhl Tourismus/Zentrum für Entrepreneurship, Eurac Research/Center for Advanced Studies & Katholische Universität Eichstätt/Ingolstadt, Bozen, Italien

E-Mail: [harald.pechlaner@eurac.edu](mailto:harald.pechlaner@eurac.edu)

N. Olbrich

Lehrstuhl Tourismus/Zentrum für Entrepreneurship, Katholische Universität Eichstätt/Ingolstadt, Eichstätt, Deutschland

E-Mail: [Natalie.Olbrich@ku.de](mailto:Natalie.Olbrich@ku.de)

© Der/die Autor(en), exklusiv lizenziert an Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2023

H. Pechlaner et al. (Hrsg.), *Destination Design*, Entrepreneurial Management und Standortentwicklung, [https://doi.org/10.1007/978-3-658-39879-8\\_1](https://doi.org/10.1007/978-3-658-39879-8_1)

---

**Schlüsselwörter**Destination Design · Transdisziplinarität · Design · Partizipation

---

**1 Einleitung**

Die Transformation in Richtung Nachhaltigkeit in Verbindung mit Herausforderungen für Umwelt und Gesellschaft sind zentrale Themen aktueller Diskussionen in der Tourismusforschung und -praxis. Bisher wurden in der wirtschaftswissenschaftlich geprägten Diskussion vor allem Ansätze aus der Management-, Leadership- und Governanceforschung angewandt, um zentrale Fragestellungen der Tourismusentwicklung zu erörtern. In der Vergangenheit konnten bereits viele dieser Überlegungen Einzug in die Tourismusforschung und -industrie halten und dabei politische Maßnahmen und Entscheidungen beeinflussen. Sich verändernde politische, gesellschaftliche, technologische und wirtschaftliche Entwicklungen erhöhen die Komplexität von Prozessen in Destinationen und verlangen nach Herangehensweisen, welche dazu beitragen, dass die Destinationslogiken in Bezug auf ihre zukünftige Entwicklung, die Steuerung und das Management, insbesondere im Verhältnis zu Fragen der Lebens- und Erlebnisqualität, besser verstanden werden können. Touristische Destinationen sind ebenso mit komplexen Herausforderungen konfrontiert, die weit über die traditionellen Perspektiven und Herangehensweisen im Management und in der Steuerung von Destinationen hinausgehen. Unterschiedliche Blickwinkel auf das Machen und Tun einerseits, und auf das Wahrnehmen, Erleben und Interpretieren andererseits kennzeichnen das Phänomen Tourismus. Ein besonderes Augenmerk gilt dabei dem allgegenwärtigen Diskurs zum Klimawandel, aber auch Themen wie Overtourism oder der Fachkräftemangel spielen eine zentrale Rolle, wenn Tourismusdestinationen der Zukunft weitergedacht werden sollen. Dabei geht es um Fragen wie: Wie sollte ein Lebensraum aussehen, der als besonders begehrender Ort für Gäste gilt, aber auch von der dort arbeitenden und lebenden Bevölkerung als solcher Identifikation ermöglichen soll? Wie sollte ein Arbeitsplatz für Fachkräfte im Tourismus aussehen, damit er auch morgen als erstrebenswert und attraktiv gilt? Unter welchen Bedingungen kann ein partizipativer Prozess stattfinden, in welchem die Bevölkerung proaktiv Entscheidungsfindungsprozesse mitgestalten kann? Wie können Verhaltensweisen und Herausforderungen in Bezug auf den Klimawandel vorzeitig erkannt und dahingehend Einfluss auf zukünftige Entscheidungen in Destinationen genommen werden?

Ein verbindendes Element dieser Fragestellungen ist sicherlich die Komplexität, mit welcher involvierte Stakeholder immer wieder konfrontiert werden. Diese Fragen werden von Destinations- und Tourismusforschern, aber auch AkteurInnen, welche in Entscheidungen in Bezug auf die Orte und Räume von touristischen Destinationen involviert sind, intensiv diskutiert. Um diesen komplexen Anforderungen auch in Zukunft gerecht zu werden, sind inter- und transdisziplinäre Ansätze erforderlich (Erschbamer, 2019).

Damit einhergehend stellt sich die Frage, wie sich ein Destinationsgefüge verändern muss, um zukünftigen Herausforderungen, wie sie obenstehend formuliert wurden, entgegentreten zu können? Inwiefern kann ein zielorientierter Wandel im Rahmen von nachhaltiger Entwicklung gestaltet werden?

Für obengenannte Herangehensweise können Konzepte aus dem Design geeignete Ansätze aufweisen. Design stellt eine Möglichkeit dar, verschiedene Branchen und Disziplinen zu kombinieren und zu verstehen, um dadurch zu einem neuen Problemverständnis und zu innovativen Blickwinkeln beizutragen. Dabei bietet Design die Möglichkeit, gesellschaftliche Debatten anzuregen und Interaktionen, Prozesse und Zusammenhänge mit anderen Disziplinen, Institutionen und der Zivilgesellschaft zu aktivieren, um die Gestaltung in Richtung nachhaltige Transformation zu ermöglichen.

Ziel dieses Herausgeberbandes ist es, erste Überlegungen zu einem integrativen Ansatz von Destination Design zu diskutieren und durch Beiträge, an der Schnittstelle aus Tourismus-, Destinations- und Designforschung, neue und innovative Zugänge und Perspektiven zu beleuchten, sowie durch empirische Untersuchungen und konkrete Fallbeispiele in touristischen Zielgebieten mögliche Schnittstellen aufzuzeigen.

Letzendlich kann Destination Design zu neuen Sichtweisen auf vornehmlich tourismusspezifische Entwicklungen beitragen, und gleichzeitig die Wahrnehmung und den Gestaltungsspielraum von Destinationen erweitern und somit zu einer umfassenderen Perspektive beitragen. Dabei können Ansätze aus dem Design miteinbezogen werden, um erstmals isolierte Ansätze wie etwa Service Design, Produktdesign, Atmospheric Design, Experience Design und andere damit zusammenhängende Bereiche, wo möglich und sinnvoll, zu integrieren. Im Herausgeberband sollen durch die Beiträge mit Autoren einzelne Ansätze erörtert werden, um einen Beitrag zur Definition von Destination Design zu leisten und damit dessen Relevanz in der Tourismus- und Destinationsforschung zu untermauern.

## 2 Zum Begriff Design und wieso er in der Destinationsforschung benötigt wird

Design gilt als ein Sammelbegriff und wird im allgemeinen Sprachgebrauch, sowie auch in diversen Disziplinen auf vielfältige Art und Weise verwendet. So kann beispielsweise nicht klar von einem Zeitpunkt gesprochen werden, ab dem die Verwendung des Begriffes Design relevant wurde (Brandes et al., 2009). Bürdek (1991) erwähnt Leonardo Da Vinci als einen der ersten Designer, der neben gestalterisch orientierten Elementen, auch als Wissenschaftler zu Anatomie, Optik und Mechanik Elemente technischer Errungenschaften studiert und damit zu einem erweiterten Verständnis von Gestaltung beigetragen hat. Währenddessen wird im Oxford Dictionary der Begriff Design im Jahre 1588 erstmals angeführt, und beschrieben als 1) „ein von einem Menschen erdachter Plan oder ein Schema von etwas, das realisiert werden soll“ und 2) „ein erster zeichnerischer Entwurf für ein Kunstwerk oder ein Objekt der angewandten Kunst, der für die Ausführung eines Werkes verbindlich sein soll“ (in Bürdek, 1991, S. 15). Des Weiteren nennt Bürdek (2005) das Verb „designare“ und übersetzt es als „determine“ (dt. ermitteln, bestimmen), wobei der Begriff im Sinne „von oben herab zeigen“ übersetzt werden kann. Manzini's Aussage (2015, S. 1) „in a world in rapid and profound transformation, we are all designers“ deckt sich mit Cross's Ausführung (2011, S. 6) „everybody can – and does – design“. Dabei inkludieren die Autoren individuelle Personen, aber auch Organisationen, Unternehmen, Behörden, Städte, Regionen und Staaten als mögliche Designer, die in die *Gestaltung von verschiedensten Objekten, Visionen und Prozessen* eingebunden sind. Des Weiteren beschreibt Bürdek (2005) die Rolle des Designs als Ermöglicher, um durch kontinuierliche Differenzierung Unbestimmtheit in Bestimmtheit umzuwandeln: „Design transforms vagueness into definiteness by continual differentiation. Thus design (designatio), in its general and abstract conception, is above all determination through representation, the science of design as it corresponds to the science of determination“ (Bürdek, 2005, S. 13).

Schneider (2005) spricht von Design als Modewort und schreibt dem Begriff eine positive und eine negative Seite zu. Die negative Seite besteht vor allem darin, dass der Design-Begriff mit Assoziationen wie Schick, schönen Formen, ästhetischen Lebenshaltungen und wohlhabendem Status verwendet wird. Dabei wird Design oft als massenkulturelles Phänomen eingestuft, die lebendigste und auch populärste Kunst der Gegenwart. Laut Schneider steckt hinter Design mehr als eine attraktive Objektwelt. Er sieht den Begriff Design vor allem als *Gestalter von Kommunikation und Schaffung von Identität*. Dieser Auffassung obliegt ein

bewusstes Handeln zur Herstellung sinnvoller Ordnung und ist somit Teil der Kultur. Der Forscher sieht die Notwendigkeit, Design in den Kontext seiner sozialen Qualitäten zu stellen und die ihm zugeschriebenen Fähigkeiten für übergeordnete Zusammenhänge weiterzuentwickeln (Schneider, 2005).

In Bezug auf die Destinationsforschung kann Design als Ansatz für Diskussionen rund um eine *nachhaltige Transformation* zur Bewältigung von Krisen im Spannungsfeld der Themen Resilienz und Nachhaltigkeit genutzt werden. Tatsächlich sieht Ezio Manzini Design als Anstoß für einen Transformationsprozess, wo auch die planetaren Grenzen einbezogen werden und resiliente und widerstandsfähige Infrastrukturen aufgebaut werden, die in der Lage sind, die Arbeit neu zu qualifizieren und die Produktion näher an den Verbrauch zu bringen (Manzini, 2015). Insbesondere sucht Design nach neuen Wegen, um das Verhalten in der Gesellschaft durch neue Formen der Innovation zu verändern. Dabei sollte der bestehende nutzerorientierte Designansatz daher um einen gesellschaftsorientierten Ansatz erweitert werden (Jonas et al., 2015).

Destination Design kann *Prozesse mittels Design Thinking erörtern*. Der Ideator Tim Brown versteht unter Design Thinking einen gemeinschaftlichen Prozess, mit dem anhand der Sensibilität und Methoden des Designers die Bedürfnisse an die Menschen angepasst werden, und zwar mit Fokus auf Elemente, welche technisch machbar sind und eine tragfähige Geschäftsstrategie stützen (Brown, 2009). Dabei geht es um die Gestaltung von Produkten, Objekten und Dingen, dessen Anwendung somit auch in einer Destination möglich zu sein scheint, da die touristische Destination in den Wirtschaftswissenschaften als Organisation bzw. wettbewerbsfähige Einheit gesehen werden kann. Design Thinking versteht sich als Ansatz zur Problemlösung, der Menschen und Organisationen hilft, innovativer und kreativer zu werden. Die Autoren Bjögvinnsson, Ehn und Hillgren erweitern diesen Ansatz und insistieren auf die Einbettung der Interventionen in Zusammenhang mit dem Gesamtbild von sozial innovativem Design, das über das wirtschaftliche Ergebnis hinausgeht. Es handelt sich um ein gemeinschaftliches Unterfangen, bei dem der Designprozess auf verschiedene beteiligte Interessengruppen und Kompetenzen verteilt ist; und dass Ideen auf praktische Art und Weise erdacht, „prototypisiert“ und erforscht werden müssen, wobei sie schon früh im Designprozess auf eine Art und Weise ausprobiert werden müssen, die von menschlicher Zuwendung, Empathie und Optimismus geprägt ist. Es geht im Prozess des Design Thinking auch um die Auswirkung der involvierten Person als Designer auf die im Prozess involvierten AkteurInnen (Bjögvinnsson et al., 2012).

Destination Design kann für die *Gestaltung von Orten und Räumen* bedeuten, dass die Ästhetik für die Raumplanung und Produktentwicklung anerkannt wird. Nicht nur der ganzheitliche Ansatz, sondern auch die Planungsverfahren sollten mithilfe von Ansätzen aus dem Design (u. a. Design Thinking) entwickelt werden, da einzelne Aspekte in einer kreativen und disruptiven Denkweise kombiniert werden und zu einer Offenheit für unterschiedliche Ideen und ungewöhnliche Praktiken führen können (Cross, 2011). Das daraus resultierende Umdenken kann entscheidend sein, um den Übergang hin zu nachhaltigeren Praktiken zu bewältigen (Fry, 2009).

Destination Design kann für die *Förderung von Kreativität und der Reduktion von Komplexität* dienlich sein. So können mit Ansätzen des „Disruptive Design“ und des „Dissonant Design“ touristische Destinationen im Sinne von Erlebnis- und Dienstleistungsketten neu gedacht werden, da diese Ansätze bewusst Störungen schaffen, die das System „schütteln“ („schöpferische Zerstörung“) und somit festgefahrene, traditionelle Prozesse infrage stellen und kritisch beleuchten (Fuad-Luke, 2017). Bei „Dissonant Design“ geht es um die Schaffung absichtlich störender kreativer Interventionen, die funktional mit dem Ziel durchdrungen sind, den Status quo infrage zu stellen und positive Veränderungen herbeizuführen (Acaroglu, 2017). Die „Disruptive Design“-Methodik ist ein dreiteiliger Prozess (mining, landscaping, and building), der einen Problemlösungsansatz umfasst und den Menschen hilft, eine dreidimensionale Perspektive auf die Funktionsweise der Welt zu entwickeln. Zudem bietet er die Möglichkeit, taktische Interventionen zu erforschen, zu identifizieren und zu schaffen, die einen Systemwandel für positive soziale und ökologische Ergebnisse bewirken. „Disruptive Design“ ist ein Werkzeug für Kreative und Nicht-Kreative gleichermaßen, um einen positiven Wandel zu aktivieren, indem sie Herausforderungen ergründen, und eine divergierende Reihe von Forschungsansätzen anwenden und dann Möglichkeiten für Systeminterventionen erdenken, die eine positive Wirkung in einer bestimmten Mikro- oder Makro-Herausforderungen haben (Acaroglu, 2017).

Daran angelehnt kann das Forschungsfeld der „Wicked problems“ einen Weg aufzeigen, um in der Destinationsforschung *komplexe und fast unlösbare Problemstellungen neu zu betrachten* und somit „andersartige“ Lösungsvorschläge zu entwickeln. Wurde der Begriff der „Wicked problems“ erstmals im Rahmen von Planungsmechanismen von Horst Rittel, Designtheoretiker und Professor für Designmethodik an der Hochschule für Gestaltung in Ulm, in Deutschland erforscht und geprägt, so werden diese Ansätze auch heute bei komplexen Herausforderungen wie etwa dem Gesundheits- und dem Bildungswesen angewandt. Rittel und Webber (1973) beschreiben in ihrem Aufsatz

„Dilemmas in a General Theory of Planning“ diverse Merkmale von „Wicked problems“, wie etwa die Schwierigkeit von Herausforderungen, welche eine Reihe von voneinander abhängigen Faktoren mitbringen, welche eine Lösung unmöglich erscheinen lassen. Da die Faktoren oft unvollständig, im Fluss und schwer zu definieren sind, erfordert die Annäherung an die Lösung ein tiefes Verständnis der beteiligten AkteurInnen und einen innovativen Ansatz, der durch Design Thinking ermöglicht wird (Interaction Design Foundation, 2022). Merkmale sind beispielsweise keine endgültige Formel für ein Problem, oder dass Lösungen nicht wahr oder falsch sind, sondern nur gut oder schlecht. Es gibt immer mehr als eine Erklärung für ein „Wicked problem“, weil die Erklärungen je nach individueller Perspektive sehr unterschiedlich sind. Zudem haben Planer und Gestalter kein Recht, sich zu irren und müssen die volle Verantwortung für ihr Handeln übernehmen. Diese obengenannten Merkmale treffen oft auch auf Herausforderungen in touristischen Destinationen zu und bieten in diesem Zusammenhang eine mögliche Herangehensweise an.

Destination Design kann für das *Bewähren von partizipativen Ansätzen* stehen. Durch Ansätze aus dem Participatory Design (Simonsen & Robertson, 2013) und Co-Design soll gemeinsam mit den AkteurInnen in touristischen Destinationen nach neuen Lösungsansätzen, Gestaltungsmöglichkeiten und Perspektiven gesucht werden, bei dessen Erarbeitung die involvierten AkteurInnen einen Konsens anstreben. In diesem Zusammenhang gilt es, auch die breite Bevölkerung mittels Methoden aus dem Participatory Design miteinzubeziehen.

Destination Design versucht sich als *Motor für transdisziplinäre Forschung*. Destination Design versteht sich als transdisziplinärer Ansatz, der Praxis und Theorie der Destinationsentwicklung mittels der Kombination von Ideen aus der Destinationsforschung mit Konzepten aus der Disziplin des Designs bereichern kann (Volgger et al., 2021). Design bietet sich für eine transdisziplinäre Anwendung an, da seine Theoretiker die Auffassung teilen, dass Herausforderungen in verschiedenen Branchen und unterschiedlichen Bereichen der Gesellschaft nur durch die Einbindung derselben zu bewältigen sind (Brown, 2009). Darüber hinaus setzt sich Design für die Kombination und Integration verschiedener Disziplinen ein, um ein besseres Verständnis von Problemen zu erreichen und letztlich innovative Lösungen zu entwickeln (Brandes et al., 2009).

Die Weiterentwicklung des Konzepts des Destination Design ermöglicht eine ganzheitliche Betrachtung einer Destination, um bisher getrennte Komponenten und Prozesse als einheitliches Element zu analysieren. Es eröffnen sich Horizonte jenseits des Destinationsgefüges, um schlussendlich die Definition kontextualisieren zu können. Um diese ganzheitliche Sicht auf Destinationen zu entwickeln, muss Design als Instrument zur Visualisierung von Prozessen, als

disruptives Element zur Schaffung neuer Perspektiven, als Vehikel zur Trans- und Interdisziplinarität und als Werkzeug, das Partizipation ermöglicht, einbezogen werden. Destination Design zeichnet sich durch seine unscharfen Grenzen aus, da Herausforderungen aus einer nicht-disziplinären Perspektive angegangen und Lösungen an der Schnittstelle bestehender Disziplinen skizziert und prototypisiert werden. Daher sollte es den Übergang von der Multidisziplinarität zur Transdisziplinarität in der Tourismusforschung unterstützen (Scuttari et al., 2020). Zweifelsohne befindet sich die Diskussion rund um Destination Design noch am Anfang, erscheint teilweise unstrukturiert, wobei theoretische Konzepte und Grundlagen in ihren Anfängen verfeinert werden müssen. Vor allem sollte eine expansive Kombination mit anderen Themen und Perspektiven aus verschiedenen Disziplinen gepflegt werden, und das trotz einiger Ungenauigkeiten, die die Designforschung mit sich bringt (Volgger et al., 2021).

---

### **3 Zielsetzung und Einblick in das Buch**

Destination Design soll als Erweiterung der bisherigen Betrachtungsweise von touristischen Destinationen gelten. Ziel des Buches ist es, erste Versuche eines integrativen Ansatzes von Destination Design zu diskutieren, durch Beiträge an der Schnittstelle von Tourismus-, Destinations- und Designforschung auf neue Ideen und Sichtweisen aufmerksam zu machen und durch empirische Forschung und reale Beispiele touristischer Destinationen mögliche Schnittstellen zu veranschaulichen.

Des Weiteren werden Konzepte aus dem Design herausgearbeitet, welche geeignete Ansätze aufweisen, um zu einem andersartigen Problemverständnis und innovativen Lösungen in touristischen Destinationen beizutragen. Der zu entwickelnde Ansatz von Destination Design soll neue Sichtweisen ermöglichen, und gleichzeitig die Wahrnehmung und Gestaltung von Destinationen erweitern und somit zu einer umfassenderen Perspektive beitragen.

Bei der Konzeption und Strukturierung des Sammelbandes werden folgende Fragen beantwortet:

- Welche können theoretische Ansätze sein, um Design- und Destinationsforschung zu verbinden?
- Wie muss sich eine Destination verändern, um zukünftigen Herausforderungen entgegenzutreten zu können? Inwiefern kann durch Design der zielorientierte Wandel nachhaltig gestaltet werden?
- Welche bereits bestehenden Schnittstellen können in das Konzept „Destination Design“ integriert werden?

Vor diesem Hintergrund ist das Buch in drei Teile gegliedert. Im ersten Teil zu den theoretischen Ansätzen zur Annäherung von Design und Destination wird in den Beiträgen aufgezeigt, welche bereits bestehenden Schnittstellen zur Erweiterung des Begriffes Destination Design beitragen können. Dabei beleuchtet Dagmar Steffen designtheoretische Zugänge für die nachhaltige Gestaltung von Destinationen. Sie stellt das Modell der „Four Orders of Design“ von Richard Buchanan und das Modell des sog. „Double Diamond“ des britischen Design Council vor, um einen Überblick über die verschiedenen Ansatzpunkte für Designinterventionen sowie Prozesse und Methoden zu geben. Die Anwendung und Relevanz dieser Modelle, Theorien und Methoden für das Destination Design wird anhand der schweizerischen Stadt Luzern exemplarisch herausgearbeitet. Der Folgebeitrag von Sebastian Lerch diskutiert Design Thinking als transdisziplinären Ansatz und stellt dabei Design Thinking als Methode inter- und transdisziplinären Arbeitens vor. Gerade für den Tourismus als Feld mit viel Potential für Interdisziplinarität kann Design Thinking angewandt werden, um konstruktiv mit neuen Denk- und Handlungsformen umzugehen und im Wechsel mit anderen Disziplinen und AkteurInnen auf den unterschiedlichen Ebenen des Tourismus (Politik, Umwelt, Kultur) neue Perspektiven und Möglichkeiten zu erschließen.

Michael De Rachewilt beschäftigt sich in seinem Beitrag mit philosophischen Überlegungen zum Begriff des Destination Design. Dabei beleuchtet er vor allem die Begriffe „Design“ und „Destination“ und was unter der Idee des „Designens einer Destination“ verstanden werden kann. Der Beitrag soll dabei diese grundlegenden Konzepte untersuchen, um in einem ontologischen Ausblick die zentralen Elemente für die Entwicklung des Begriffes aufzuzeigen.

Im zweiten Teil des Buches zu den Perspektiven und Herausforderungen zählen diverse Beiträge, welche anhand von empirischen Überlegungen Ansätze des Destination Design aufzeigen. Dabei teilen Monika Bachinger und Regina Rhodius Erfahrungen aus dem „Transition Design“ im Rahmen des Reallabor-Projektes mit dem Titel „Wissensdialog Nordschwarzwald“. Dabei untersuchen sie anhand eines Beispiels im Reallabor, wie Veränderungsprozesse in Hinblick auf die Nachhaltigkeitstransformation gestaltet werden können. Die unterschiedlichen Arten von verwendeten Designelementen werden inhaltlich und methodisch vorgestellt und hinsichtlich deren Beiträge zu Transition Design gewürdigt. Weiters wird aufgezeigt, welche Stärken und welche Limitationen ein Reallabor als Instrument für das Design einer Nachhaltigkeitstransformation hat.

Gerhard Glüher untersucht in seinem Beitrag die Nutzung von Design als Mittel zur Wertsteigerung im Destinationsmanagement kritisch, denn jede gestalterische Aktivität ist ein Eingriff im aktuellen Zustand von Natur