

## Aktivität 2.1

Entwicklung und Pilotdurchführung spezieller Schulungen für das Personal  
in Einrichtungen des Kulturtourismus

# Ausbildungsleitfaden



## Inhalt

Inhalt .....	1
1. Beschreibung der Tätigkeit: .....	1
1.1. Ausgabe: .....	2
1.2. Beschreibung der Hauptleistung: .....	2
2. Hauptaspekte der Durchführung der Ausbildung .....	3
3. Teilweise Übersicht über die Module: .....	4
3.1. Modul 1: Innovative Technologien im Kulturtourismus .....	4
3.1.1. Lektionsplan.....	4
3.1.2. Elemente des Lehrplans .....	5
3.1.3. Bewertungsmethoden.....	5
3.2. Modul 2: Digitale Besucherverwaltungssysteme.....	6
3.2.1. Lektionsplan.....	6
3.2.2. Elemente des Lehrplans .....	7
3.2.3. Bewertungsmethoden.....	8
3.3. Modul 3: Kreatives Storytelling und Erstellung von Inhalten für soziale Medien ....	8
3.3.1. Lektionsplan.....	8
3.3.2. Elemente des Lehrplans .....	10
3.3.3. Bewertungsmethoden.....	11
3.4. Modul 4: Soziale Eingliederung durch Innovation .....	11
3.4.1. Lektionsplan.....	11
3.4.2. Elemente des Lehrplans .....	13
3.4.3. Bewertungsmethoden.....	13
3.5. Modul 5: Organisation des Arbeitsalltags mit Unterstützung digitaler Tools .....	14
3.5.1. Lektionsplan.....	14
3.5.2. Elemente des Lehrplans .....	16
3.5.3. Bewertungsmethoden.....	16
3.6. Modul 6: Digitales Marketing und Cross-Selling-Möglichkeiten .....	17
3.6.1. Lektionsplan.....	17
3.6.2. Elemente des Lehrplans .....	18
3.6.3. Bewertungsmethoden.....	19

## 1. Beschreibung der Tätigkeit:

A.1.1. Basierend auf den Ergebnissen der Bedarfs- und Kompetenzanalysen in Punkt 2 entwickelt das PP FB+UP mit Hilfe der Museumspartner\*innen ein Curriculum für die Durchführung eines praxisorientierten Trainings, dessen Ziel es ist, die Kompetenzen zu erhöhen, die für einen innovativen Wissenstransfer der in den Einrichtungen des Kulturtourismus tätigen Personen erforderlich sind. Teile der Ausbildung sind:

- mindestens 5, jeweils ca. 4-stündige Module, unterteilt in kleinere Einheiten, inklusive Lern- und Präsentationsmaterial
- mindestens 3 der Module werden auf eine bestehende Plattform in Form von kombiniertem oder reinem E-Learning hochgeladen
- 2 Praxistage, von denen einer eine Studienreise für die Schulungsteilnehmer\*innen, Projektpartner\*innen und strategischen Partner\*innen ist, um die besten Praktiken in der Programmregion vorzustellen, und der andere Tag eine praktische Vervollständigung des zu Hause begonnenen Lernens (z. B. Storytelling-Produkt, Marketingstrategie, technisches Umsetzungskonzept usw.) zusammen mit Experten sowie eine Abschlussprüfung.

Beispiele für Module:

- technische Innovationen wie XR-Technologien, Eye-Tracking , usw. für Outreach-Aktivitäten und Angebotsbewertung.
- digitale Besucherverwaltungssysteme, Vorteile, Einsatzmöglichkeiten usw.
- kreative Produktentwicklung und Ansprache von Zielgruppen, z. B. durch Storytelling
- soziale Eingliederung durch Innovation, mit besonderem Augenmerk auf Menschen mit Behinderungen
- digitales Marketing und Cross-Selling-Möglichkeiten

Das Curriculum wird in zweisprachiger (DE-HU) Form erstellt, auf dessen Basis Bildungsexperten\*innen der UP+FB und externe Experten\*innen ein grenzüberschreitendes experimentelles Training durchführen werden, mind. 16 Teilnehmer davon mind. mit 8 österreichischen und 8 ungarischen Teilnehmern\*innen. Die Module werden in Anwesenheit abwechselnd und nach Sprachgruppen getrennt in den Freilichtmuseen von FB und UP sowie ZMI und ÖFM abgehalten. Die gemeinsamen Praxistage in Österreich werden mit Konsektivdolmetschung organisiert. Potenzielle Teilnehmer\*innen sind Mitarbeiter\*innen von PPs und anderen kulturtouristischen Einrichtungen sowie Interessierte aus dem Programmgebiet. Die Einladungen werden über die Netzwerke von PPs, STRAT Pk und EUREVITA Academia (eine Plattform für die Wiederbelebung des kulturellen Erbes auf der

Grundlage des österreichisch-ungarischen EUREVITA Pannonia-Projekts) verschickt. Das Pilottraining ist als Mikrokredit-Punktetraining auf höherem Niveau für Erwachsene konzipiert, das ca. 2 ECTS-Credits (50 Lernstunden) entspricht; bei positiver Leistung (mindestens 80 % Anwesenheit/Teilnahme, praktische Arbeit, Abschlussprüfung) erhalten die Teilnehmer\*innen das entsprechende Zertifikat von UP oder FB. Das Pilottraining wird von den PP, den strategischen Partnern\*innen und den Teilnehmern\*innen während und nach der Durchführung evaluiert. Wenn das Zielpublikum es akzeptiert, wird das Curriculum und einige seiner Teile langfristig in die Tourismus- und Kulturkurse der UP und der Universität Burgenland integriert. Geplante Kosten: Personal (FB+UP), Studienreise (ZMI+UMJ) mit Transportkosten, Verpflegung, etc., externe Dozenten\*innen für bestimmte Module (FB+UP), Übersetzung und Dolmetschen.

## 2. Ausgabe:

- Leitfaden für die Ausbildung: Zweisprachiges Dokument (DE-HU) mit Einzelheiten zu Organisation und Inhalt der Pilotenausbildung. Min. 30 Seiten. FB+UP
- Experimentelle Ausbildung: Durchführung einer experimentellen Ausbildung im Umfang von 2 ECTS-Punkten für mindestens 16 Teilnehmer\*innen (mindestens 8 ungarische und 8 österreichische). FB, UP+alle PP

### 2.1. Beschreibung der Hauptleistung:

Entwicklung von Schulungen, die sich auf Kompetenzen in Bezug auf Produktentwicklung und soziale Eingliederung konzentrieren: Um den Mangel an Know-how in den Einrichtungen des Kulturtourismus in Bezug auf moderne Produktentwicklung unter Berücksichtigung der Aspekte der sozialen Eingliederung auszugleichen, werden die PPs gemeinsam einen speziellen Schulungsleitfaden für eine 2 ECTS-Kreditpunkte-Mikroschulung entwickeln, der im Rahmen des Projekts getestet und evaluiert und außerhalb des Projekts als neuer Schulungsinhalt zur Verfügung gestellt werden soll.

Experimentelle Ausbildung für Mitarbeiter\*innen von Einrichtungen des Kulturtourismus: Während der Pilotimplementierung des grenzüberschreitenden thematischen Trainings werden die Projektpartner, die strategischen Partner und andere interessierte Organisationen insgesamt mindestens 16 Mitarbeiter\*innen, die im Bereich des Kulturtourismus im Programmgebiet arbeiten, schulen und ihnen neue persönliche ("weiche") Fähigkeiten vermitteln.

### 3. Hauptaspekte der Durchführung der Ausbildung

- 1) Bei der Gestaltung des Lehrplans sollte der Schwerpunkt darauf liegen, den Schulungsteilnehmern\*innen den Erwerb von Wissen durch Online-Methoden zu ermöglichen.
- 2) Der Lehrplan muss bis Ende April mindestens zu 90 % abgeschlossen sein.
- 3) Die Schulungsmodule müssen auf der Online-Plattform zur Verfügung gestellt werden, wobei der Zugang und die Abschlussfunktion ab Anfang Mai einsatzbereit sein müssen.
- 4) Gemäß dem Vorbereitungsplan sollte Modul 3 vorrangig abgeschlossen werden.
- 5) Die Teilnehmer\*innen sollten die Flexibilität haben, die Ausbildung jederzeit zwischen Anfang Mai und Ende September zu beginnen.
- 6) Die Online-Plattform sollte den Teilnehmern\*innen die Möglichkeit bieten, die Module in beliebiger Reihenfolge zu absolvieren. Von den fünf Modulen müssen mindestens zwei in einem "ausführlichen" Format absolviert werden, das die Teilnehmer\*innen je nach Präferenz auswählen können. Die "ausführlichen" Module zeichnen sich durch obligatorische praktische Aufgaben aus, die eingereicht werden müssen, während bei den übrigen Modulen die erfolgreiche Teilnahme an einem Test ausreicht.
- 7) Es muss ein Mechanismus vorhanden sein, der sicherstellt, dass die von den Teilnehmern\*innen eingereichten Aufgaben an ihre jeweiligen Organisationsleiter weitergeleitet werden.
- 8) Modul 6 ist obligatorisch, um die Anwendungsanforderungen des Projekts zu erfüllen, ist aber keine Voraussetzung für den Abschluss des Schulungsprogramms.
- 9) Modul Zuweisung:
  - a. FB: Modul 1, Modul 3
  - b. UP: Modul 2, Modul 5, Modul 6
  - c. Modul 4: Die erste Hälfte (Abschnitte 1.1 und 1.2) ist für FB bestimmt, während die zweite Hälfte (Abschnitte 1.3 und 1.4) für UP bestimmt ist.

## 4. Teilweise Übersicht über die Module:

### 4.1. Modul 1: Innovative Technologien im Kulturtourismus

#### 4.1.1. Lektionsplan

**Dauer:** 4 Stunden

**Zweck:**

- Die Teilnehmer\*innen verstehen, wie innovative Technologien im Kulturtourismus eingesetzt werden können.
- Die Teilnehmer\*innen Sammeln praktische Erfahrungen in der Anwendung von XR und Eye-Tracking.

#### 1.1. Einführung in innovative Technologien (60 Minuten)

- **Vortrag:** Innovation im Kulturtourismus: Vorstellung von NFC, AR, VR, AI, Eye-Tracking. (grundlegende Beschreibung anderer Technologien)
- **Interaktive Übung:** Kurzes Quiz zu den beschriebenen Technologien (unter Verwendung einer Online-Plattform, z. B. Mentimeter).

#### 1.2. Einsatz von XR-Technologien (60 Minuten)

- **Theorie:**
  - Das Funktionsprinzip der XR-Technologien.
  - Konkrete Beispiele für Anwendungen im Bereich des Kulturtourismus.
  - KI-Herausforderungen im Museumsumfeld
- **Übung:**
  - Laden Sie eine AR-App herunter und testen Sie sie.
  - Aufgabe: AR-basierte Präsentation eines historischen Ortes.

#### 1.3. Eye-tracking zur Steigerung der Interaktivität (60 Minuten)

- **Theorie:**
  - Grundlagen und Vorteile der Blickbewegungsmessung.
  - Beispiele für die Nutzung: Websites, interaktive Ausstellungen.

- **Übung:**
  - Eye-Tracking-Simulation: Analyse einer Museums-Website (z. B. mit Google Analytics-Daten).

#### 1.4. Zusammenfassung und Feedback (60 Minuten)

- **Gruppendiskussion:** Wie können diese Technologien in den eigenen Arbeitsbereich der TeilnehmerInnen integriert werden?
- **Aufgabe:** Erstellung einer kurzen Präsentation über eine AR- oder Eye-Tracking-basierte Projektidee.

#### 4.1.2. Elemente des Lehrplans

##### Theoretische Materialien:

- Präsentationen im PDF-Format:
  - "XR-Technologien im Kulturtourismus"
  - "Grundlagen und Anwendung der Blickbewegungsmessung"
  - "KI-Herausforderungen im Museumsumfeld"
- Briefs: Technologietrends und Fallstudien.

##### Praktische Materialien:

- Anleitung zum Herunterladen und Testen Ihrer AR-App. (Basierend auf Marker und basierend auf Objekt)
- Eye-Tracking-Simulationsdaten und Analysetools.

##### Interaktiver Inhalt:

- Quiz (z. B. auf Online-Plattformen).
- Video-Tutorials zur Verwendung der Anwendungen.

#### 4.1.3. Bewertungsmethoden

- **Formative Bewertung:**
  - Gruppenfeedback bei praktischen Aufgaben.
  - Kurzer Test am Ende eines Modules (z. B. Quiz).

- **Zusammenfassende Bewertung:**
  - Kurze Präsentation der Projektideen der Teilnehmer\*innen.
  - Bewertung der Aufgabe: Wie anwendbar ist die Idee in der Praxis und wie kreativ ist sie.

---

## 4.2. Modul 2: Digitale Besucher\*innenverwaltungssysteme

### 4.2.1. Lektionsplan

**Dauer:** 4 Stunden

**Zweck:**

- Die Teilnehmer\*innen sollen die Funktionsweise, die Vorteile und die praktischen Einsatzmöglichkeiten von digitalen Besuchermanagementsystemen kennen lernen.
- Sammeln von praktischen Erfahrungen mit verschiedenen Arten von Besuchermanagementsystemen (z. B. die beim Partnertreffen vorgestellte 3D-Tour-Webanwendung, bewährte Verfahren bei Disney, Louvre, State-of-the-Art, Audioguide des König-Mátyás-Museums von Visegrád, City-Apps, Website/App von Babelhal - Hello Keszthely).

#### 1.1. Grundlagen der digitalen Besucher\*innenverwaltung (60 Minuten)

- **Vortrag:**
  - Warum ist digitales Besucher\*innenmanagement wichtig (informierende Daten, relevante Abschlussplattformen)?
  - Beispiele für Kulturerbestätten (z. B. Museen, Gedenkstätten).
- **Interaktive Übung:**
  - Fragen und Antworten: Was erwarten die Besucher\*innen/Dienstleister\*innen von einem solchen System?

#### 1.2. Präsentation und Installation der Systeme (60 Minuten)

- **Theorie:**
  - Arten von Besuchermanagementsystemen (mobile Anwendungen, Touchscreen-Kioske, Audioguides, etc.).
  - Beispiel: Verwendung einer bestimmten Anwendung (z. B. Guidemate).

- Integration eines bestehenden Besuchermanagementsystems (wenn möglich)
- **Übung:**
  - Laden Sie ein Beispielsystem herunter und installieren Sie es.
  - Kennenlernen der Navigation und der Grundfunktionen.

### 1.3. Vorteile und Herausforderungen von Systemen (60 Minuten)

- **Theorie:**
  - Die Bedeutung der Datenerfassung und -analyse für die Verbesserung des Besuchererlebnisses.
  - Technische Anforderungen und Integration in bestehende Systeme. (Möglichkeiten unabhängig von UP)
- **Gruppenarbeit:**
  - Zusammenstellung der Vor- und Nachteile in Kleingruppen, Diskussion der Erfahrungen.
  - Identifizierung von Daten und Bestimmung der Daten, die für das ordnungsgemäße Funktionieren des Systems integriert werden müssen. Erfassen Sie anhand eines konkreten Beispiels, welche Daten für ihren eigenen Standort eingeführt/ hochgeladen werden könnten.

### 1.4. Zusammenfassung und praktische Anwendung (60 Minuten)

- **Aufgabe:**
  - die Herausforderungen des Besuchermanagements der eigenen Einrichtung zu erkennen.
  - Entwicklung eines kurzen Strategieplans zur Einführung eines digitalen Systems.
- **Präsentation:** Präsentation der Ideen der Gruppen.

## 4.2.2. Elemente des Lehrplans

### Theoretische Materialien:

- Präsentationen im PDF-Format:
  - "Grundlagen der digitalen Besucherverwaltung"

- "Systemvorteile und Integration"
- Kurze Fallstudien über erfolgreiche Systeme.

#### **Praktische Materialien:**

- Anweisungen zur Installation und Verwendung des Systems.
- Beispiele für Datenerhebungs- und Analyseberichte.

#### **Interaktiver Inhalt:**

- Praktische Simulation mit einem bestehenden System (z.B. Demoverionen).
- Erstellung von Fragebögen und Umfragen, um die Bedürfnisse der Besucher zu ermitteln.

### **4.2.3. Bewertungsmethoden**

- **Formative Bewertung:**
  - Feedback während der Gruppenarbeit.
  - Quiz auf der Grundlage der in der Vorlesung vermittelten Inhalte.
- **Zusammenfassende Bewertung:**
  - Bewertung des Strategieplans der Gruppe: Relevanz, Durchführbarkeit, Kreativität.

---

## **4.3. Modul 3: Kreatives Storytelling und Erstellung von Inhalten für soziale Medien**

### **4.3.1. Lektionsplan**

**Dauer:** 4 Stunden

**Zweck:**

- Die Teilnehmer\*innen erhalten unter anderem die Möglichkeit, fesselnde Geschichten zu verfassen und sie in ansprechende Inhalte für soziale Medien zu verwandeln.



- Lernen Sie, wie Sie Storytelling-Techniken und digitale Tools für die Erstellung kreativer Inhalte nutzen können.
- Verstehen Sie, wie man Inhalte für Social-Media-Plattformen optimiert, um die Zielgruppen zu erreichen und einzubinden.

## 1.1. Grundlagen des Storytellings für digitale Plattformen (45 Minuten)

### Theorie:

- Die Grundlagen des Geschichtenerzählens: Warum Geschichten das Publikum fesseln und welche Bedeutung sie für den Kulturtourismus haben.
- Elemente des Geschichtenerzählens: Charaktere, Handlung, Konflikt und Auflösung.
- Anpassung von Geschichten für digitale Formate und soziale Medien.
- Beispiele für erfolgreiche Storytelling-Kampagnen im Kulturtourismus.

### Interaktive Übung:

- Hausaufgabe: Schreiben einer eigenen Kurzgeschichte/eines eigenen Romans
- Kleine Gruppen: Analysieren Sie Kurzgeschichten (z. B. aus Kampagnen), um herauszufinden, was sie effektiv macht.

## 1.2. Kreatives Geschichtenerzählen und visuelle Präsentation (60 Minuten)

### Theorie:

- Entwicklung von Geschichten, die auf bestimmte Zielgruppen zugeschnitten sind.
- Verbesserung des Erzählens mit visuellen Mitteln: Fotos, Videos und Grafikdesigns.
- Überblick über die Tools: Canva, PowerPoint und Online-Storyboard-Ersteller.
- Die Bedeutung von Bildmaterial für die Erstellung ansprechender Inhalte für digitale Plattformen.

### Praktische Übung:

- Gruppenarbeit: Erstellen Sie eine Kurzgeschichte zu einem bestimmten Ort.
- Visuelle Komponente: Entwerfen Sie eine digitale visuelle Darstellung der Geschichte mit Tools wie Canva oder PowerPoint.
- Konzentrieren Sie sich auf die Integration visueller Elemente (Bilder, Infografiken oder Videoschnipsel), zur Verstärkung der Kernaussage der Geschichte.

### 1.3. Erstellung und Optimierung von Social-Media-Inhalten (60 Minuten)

#### Theorie:

- Gestaltung ansprechender Beiträge: Best Practices für Inhalte auf Plattformen wie Instagram, Facebook und Twitter.
- Optimierung von Beiträgen: Hashtags, Timing und Strategien zur Einbindung des Publikums.
- Tools für die Erstellung und Planung von Inhalten: Canva, Adobe Spark, Buffer.

#### Praktische Übung:

- Praktische Übung: Entwerfen Sie Social-Media-Beiträge unter Verwendung der in den vorherigen Übungen erstellten Geschichten und Bilder.
- Schwerpunkt: Optimieren Sie Beiträge für eine bestimmte Zielgruppe und Kampagnenziele.

### 1.4. Integration von Storytelling in Social-Media-Kampagnen (75 Minuten)

#### Theorie:

- Wie Storytelling das Engagement in den sozialen Medien fördert.
- Einbindung von Geschichten in Kampagnen für Museen, Führungen oder Veranstaltungen.
- Beispiele für interaktive Kampagnen (z. B. gamifizierte Inhalte, VR-Erlebnisse).

#### Workshop:

- Gruppenaktivität: Entwickeln Sie eine Social-Media-Kampagne für eine fiktive touristische Sehenswürdigkeit, die auf Storytelling basiert.
- Enthalten Sie Kampagnenziele, Beiträge, Bildmaterial, Hashtags und einen Zeitplan für die Veröffentlichung

#### Präsentation:

- Die Gruppen stellen ihre Kampagnen vor. Feedback zu Originalität, Engagement-Potenzial und Ausführung.

## 4.3.2. Elemente des Lehrplans

#### Theoretische Materialien:

- PDFs:
  - "Grundlagen des Geschichtenerzählens für digitale Plattformen"
  - "Tools und bewährte Praktiken für die Erstellung von Inhalten"

- Fallstudien über erfolgreiche Kampagnen im Bereich des Kulturtourismus.

#### **Praktische Materialien:**

- Leitfäden für Storytelling-Elemente und die Optimierung sozialer Medien.
- Vorlagen für die Kampagnenplanung, das Storyboarding und die Erstellung von Posts.

#### **Interaktive Inhalte:**

- Erstellung von Geschichten und Optimierungsübungen.
- Digitale Plattformen zum Erstellen und Testen von Kampagnenideen.

### **4.3.3. Bewertungsmethoden**

#### **Formative Bewertung:**

- Feedback in der Praxis während der Gruppenübungen.
- Kurze Quizfragen zu Techniken des Geschichtenerzählens und der Inhaltserstellung.

#### **Zusammenfassende Bewertung:**

- Gruppenbewertung von Kampagnenpräsentationen auf der Grundlage von:
- Kreativität: Originalität der Geschichte und der Kampagnenidee.
- Effektivität: Relevanz und Engagementpotenzial.
- Durchführbarkeit: Praktische Umsetzung des Kampagnenplans.

---

## **4.4. Modul 4: Soziale Eingliederung durch Innovation**

### **4.4.1. Lektionsplan**

**Dauer:** 4 Stunden

#### **Zweck:**

- Die Teilnehmer sollen Kenntnisse über die Bedeutung der sozialen Eingliederung im Kulturtourismus erwerben.
- Sie müssen in der Lage sein, innovative Instrumente und Technologien zu nutzen, um die Integration verschiedener Zielgruppen, insbesondere von Menschen mit Behinderungen, zu fördern.

### 1.1. Die Theorie und praktische Bedeutung der sozialen Eingliederung (45 Minuten)

- **Vortrag:**
  - Was ist soziale Eingliederung und warum ist sie im Kulturtourismus wichtig?
  - Beispiele: barrierefreie Museumsführungen, spezielle Programme für Besucher\*innen mit Behinderungen.
- **Interaktive Übung:**
  - Zum Nachdenken anregen: "Wie können wir ein bestehendes Tourismusprodukt für Besucher\*innen mit Behinderungen inklusiver gestalten?"

### 1.2. Technologien zur Unterstützung der Eingliederung (60 Minuten)

- **Theorie:**
  - Digitale Lösungen: VR/AR-basierte barrierefreie Inhalte für nutzerfreundliches Design.
  - Technische Hilfsmittel (Untertitel, Audioguides, spezielle Anzeigen).
- **Übung:**
  - Testen und Evaluieren einer integrativen Anwendung.
  - Sammeln Sie Ideen, wie Sie diese Werkzeuge in einem konkreten Projekt einsetzen können.

### 1.3. Verständnis und Einbeziehung der Bedürfnisse der Zielgruppen (60 Minuten)

- **Theorie:**
  - Wie lassen sich die Bedürfnisse der verschiedenen Zielgruppen ermitteln?
  - Direkte Beteiligung: Rolle von Fokusgruppen und Fragebögen.
- **Übung:**
  - Gruppenaufgabe: Entwicklung eines touristischen Angebots für eine fiktive Zielgruppe (z.B. Personen mit Seh- oder Hörbehinderungen).

## 1.4. Strategische Planung für integrative Tourismusprodukte (75 Minuten)

- **Gruppenarbeit:**
  - Planung einer umfassenden Marketingstrategie in Bezug auf einen bestimmten Standort.
  - Bewertung der Machbarkeit von Ideen.
  - Spezielle Workshop-Teams, Verteilung der Zielgruppen auf die Museen
- **Präsentation:** Präsentation und gemeinsame Diskussion der Gruppenarbeit.

### 4.4.2. Elemente des Lehrplans

#### Theoretische Materialien:

- Präsentationen im PDF-Format:
  - "Grundlagen der sozialen Eingliederung"
  - "Innovative Technologien und Inklusion"
- Präsentation von Werkzeugen: Beispiele für VR/AR-Inhalte, interaktive Tools.

#### Praktische Materialien:

- Bedienungsanleitungen für Geräte (z. B. spezielle Anwendungen, interaktive Displays, Modellierung von Handbewegungen).
- Beispiele und Vorlagen für die Entwicklung einer integrativen Strategie.

#### Interaktiver Inhalt:

- Geräte und Plattformen, die getestet werden können (z. B. barrierefreie Anwendungen).
- Fragebogenvorlagen zur Ermittlung der Bedürfnisse der Zielgruppen.

### 4.4.3. Bewertungsmethoden

- **Formative Bewertung:**
  - Rückmeldungen während der Entwicklung von integrativen Lösungen.
  - Kurzes Quiz über soziale Eingliederung und innovative Technologien.

- **Zusammenfassende Bewertung:**
  - Bewertung von integrativen Produktstrategien: Relevanz, Wirksamkeit, Zielgruppenorientierung.

---

## 4.5. Modul 5: Organisation des Arbeitsalltags mit Unterstützung digitaler Tools

### 4.5.1. Lektionsplan

**Dauer:** 4 Stunden

**Zweck:**

- Die Teilnehmer lernen, wie sie ihre täglichen Arbeitsabläufe mithilfe verschiedener digitaler Tools optimieren können.
- Sie wissen, wie Sie die richtigen digitalen Tools für Kommunikation, Aufgabenmanagement und Zusammenarbeit auswählen und einsetzen können.
- Strategien zu entwickeln, um digitale Werkzeuge effektiv in ihre berufliche Routine zu integrieren.

#### 1.1. Digitale Tools für Aufgaben- und Zeitmanagement (60 Minuten)

**Theorie:**

- Einführung in Konzepte des Aufgabenmanagements (z. B. Prioritätensetzung, Fristen, Nachverfolgung).
- Überblick über Tools: Trello, Asana, Microsoft To-Do, etc.
- Techniken des Zeitmanagements: Zeitblockierung, Pomodoro-Technik usw.

**Übung:**

- Individuelle Übung: Erstellen Sie eine Aufgabentafel für ein Beispielprojekt unter Verwendung eines ausgewählten Werkzeugs.
- Gruppendiskussion: Austausch und Vergleich von Aufgabentafeln, Diskussion der Vor- und Nachteile der Tools.

#### 1.2. Digitale Kommunikations- und Kollaborationswerkzeuge (60 Minuten)

**Theorie:**

- Überblick über Kommunikationstools (z. B. Slack, Microsoft Teams, Zoom).
- Plattformen für die Zusammenarbeit: Google Workspace, Microsoft 365, Notion.

- Bewährte Praktiken für eine effektive digitale Kommunikation zur Verringerung der “digitalen Müdigkeit”.

### Übung:

- Rollenspiel: Simulieren Sie ein virtuelles Meeting mit einem der Tools und konzentrieren Sie sich dabei auf die Festlegung der Tagesordnung und effektive Kommunikation.
- Teamarbeit: Bearbeiten Sie ein gemeinsames Dokument, um eine Zusammenfassung der Sitzung oder einen Projektplan zu erstellen.

### 1.3. Automatisierung und Integration von Arbeitsabläufen (60 Minuten)

#### Theorie:

- Was ist Workflow-Automatisierung, und warum ist sie nützlich?
- Einführung in Tools wie Zapier, IFTTT und Microsoft Power Automate.
- Beispiele für die Automatisierung von sich wiederholenden Aufgaben im Arbeitsalltag.

#### Übung:

- Praktische Übung: Automatisieren Sie einen einfachen Arbeitsablauf (z. B. das automatische Hinzufügen von Besprechungsnotizen zu einer Aufgabenliste).
- Gruppenprojekt: Vorschlag für eine Automatisierungslösung für ein gängiges Arbeitsplatzszenario.

### 1.4. Evaluierung und Anpassung digitaler Tools (60 Minuten)

#### Theorie:

- Kriterien für die Auswahl des richtigen Tools: Kosten, Skalierbarkeit, Benutzerfreundlichkeit, Integrationen.
- Anpassung der Instrumente an unterschiedliche berufliche Kontexte.
- Die Bedeutung von Feedbackschleifen für die kontinuierliche Verbesserung.

#### Übung:

- Teamarbeit: Evaluieren Sie ein digitales Tool (vom Lektor zugewiesen) anhand vorgegebener Kriterien und präsentieren Sie Ihre Ergebnisse.
- Gruppendiskussion: Überlegen Sie, wie die Teilnehmer das bewertete Instrument in ihrem Arbeitsalltag einsetzen könnten.

## 4.5.2. Elemente des Lehrplans

### Theoretische Materialien:

- Präsentationen im PDF-Format:
  - "Zeit- und Aufgabenmanagement-Tools: Überblick und bewährte Praktiken"
  - "Automatisierung am Arbeitsplatz: Vorteile und Herausforderungen"
- Fallstudien zur erfolgreichen Einführung digitaler Werkzeuge.

### Praktische Materialien:

- Vorlagen für Aufgabentafeln, Besprechungsagenden, Automatisierungsworkflows.
- Leitfäden für die Bewertung und Integration von Instrumenten.

### Interaktive Inhalte:

- Simulierte Szenarien auf Plattformen für digitale Zusammenarbeit.
- Beispiele für automatisierte Arbeitsabläufe.

## 4.5.3. Bewertungsmethoden

### Formale Bewertung:

- Gemeinsame Bewertung von Gruppenübungen (z. B. Aufgabentafeln, Automatisierung von Arbeitsabläufen).
- Kurzes Quiz über die Funktionalitäten und Anwendungsfälle digitaler Werkzeuge.

### Zusammenfassende Bewertung:

- Präsentation und Bewertung der Pläne zur Einführung von Automatisierungssystemen oder Werkzeugen in der Gruppe.
- Kriterien: Relevanz, Benutzerfreundlichkeit und Anpassungsfähigkeit an das Arbeitsumfeld der Teilnehmer.

## 4.6. Modul 6: Digitales Marketing und Cross-Selling-Möglichkeiten

### 4.6.1. Lektionsplan

**Dauer:** 4 Stunden

**Zweck:**

- Die Teilnehmer\*innen lernen die Grundlagen und Instrumente des digitalen Marketings kennen, die im Kulturtourismus eingesetzt werden können.
- Die Teilnehmer\*innen sind in der Lage, Cross-Selling-Strategien zu entwickeln und anzuwenden, um das touristische Angebot zu erweitern.

#### 1.1. Grundlagen des digitalen Marketings (60 Minuten)

- **Theorie:**
  - Die Rolle des digitalen Marketings im Kulturerbe-Tourismus.
  - Grundlegende Konzepte: SEO, Social Media Marketing, Content Marketing.
  - Beispiele: erfolgreiche digitale Kampagnen im Kulturtourismus.
- **Übung:**
  - In kleinen Gruppen: Entwurf einer Online-Werbekampagne für eine fiktive touristische Sehenswürdigkeit.

#### 1.2. Content Marketing und Storytelling (45 Minuten)

- **Theorie:**
  - Die Macht des Geschichtenerzählens: authentische, interessante Geschichten, die Zielgruppen begeistern.
  - Entwicklung einer Inhaltsstrategie für den digitalen Raum.
- **Übung:**
  - Schreiben einer Kurzgeschichte, die sich auf einen Ort bezieht, der die Zielgruppe anspricht.
  - Anpassung der fertigen Geschichte an eine Social-Media-Plattform.

### 1.3. Cross-Selling im Kulturtourismus (60 Minuten)

- **Theorie:**
  - Was ist Cross-Selling und wie funktioniert es?
  - Aufbau von Partnerschaften und Entwicklung gemeinsamer Angebote.
  - Beispiele: gemeinsame Eintrittskarten, Pauschalangebote.
- **Übung:**
  - Teamarbeit: Entwicklung einer Cross-Selling-Möglichkeit für eine historische Tourismusstätte in Zusammenarbeit mit einem lokalen Dienstleistungsanbieter.

### 1.4. Planung digitaler Marketingkampagnen (60 Minuten)

- **Theorie:**
  - Schritte der Kampagnenplanung: Zieldefinition, Zielgruppenanalyse, Auswahl der Instrumente.
  - Effiziente Nutzung der digitalen Werbung.
- **Übung:**
  - Erarbeitung eines grundlegenden Kampagnenplans: Ziele, Botschaft, Instrumente, Budget.
  - KPI Klickrate, d. h. wie hoch ist der Prozentsatz derjenigen, die sie ansprechen wollen.
  - Präsentation und gemeinsame Bewertung.

## 4.6.2. Elemente des Lehrplans

### Theoretische Materialien:

- Präsentationen im PDF-Format:
  - "Die Grundlagen des digitalen Marketings im Kulturtourismus"
  - "Cross-Selling-Strategien: Theorie und Beispiele"
- Beispiele für erfolgreiche digitale Kampagnen.

### Praktische Materialien:

- Vorlagen für die Kampagnenplanung (Zieldefinition, Budget, etc.).
- Hilfsmittel für die Erstellung von Inhalten (z. B. Schritte zum Geschichtenerzählen, Techniken für die Veröffentlichung in sozialen Medien).

### Interaktiver Inhalt:

- Online-Plattformen, auf denen Cross-Selling-Lösungen getestet werden können.
- Ein Beispiel für einen A/B-Test einer Kampagne.

### 4.6.3. Bewertungsmethoden

- **Formative Bewertung:**
  - Gemeinsame Bewertung von Gruppenübungen (z. B. Kampagnenpläne, Storytelling-Lösungen).
  - Kurzes Quiz über die Grundlagen und Instrumente des digitalen Marketings.
- **Zusammenfassende Bewertung:**
  - Präsentation und Bewertung der vorbereiteten Kampagnenpläne: Relevanz, Durchführbarkeit, Innovationsgehalt.