
KURSÜBERSICHT UND LERNRAHMEN FÜR EIN DIGITALES TRAININGSPROGRAMM



Finanziert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die des Autors/der Autoren und spiegeln nicht unbedingt die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können für diese verantwortlich gemacht werden.





Inhalt

Inhalt

1. Einführung	3
1.1 Einführung in das FuTour-Projekt und Hauptziele.....	3
1.2 Zielpublikum	3
1.3 Finanzen	4
1.4 Partner	4
2. Instruktionsdesigner	5
2.1 Den Lernbedarf ermitteln	5
2.2 Festgelegte Lernziele	6
2.3 Gestaltung der Lernarchitektur - Struktur und Abläufe	7
2.4 Fesselnde und wirkungsvolle Lernerfahrungen schaffen	30
2.5 Lernmaterialien entwickeln	32
3. Anhang.....	33
3.1 Lernmaterial:	33
Englisch	33
Griechisch.....	33
Polnisch	33
Italienisch.....	33





1. Einführung

1.1 Einführung in das FuTour-Projekt und Hauptziele

Das Projekt "FuTour" ist ein Konsortium zur Förderung eines nachhaltigen und digitalen Tourismus durch die Verbesserung der Ausbildung und Karriereplanung von Akteuren in diesem Bereich. Im Einklang mit der EU-Tourismuspolitik konzentriert sich das Projekt auf die Unterstützung der beruflichen Aus- und Weiterbildung in der Tourismusbranche, um sich neu zu definieren und innovative Strategien zu übernehmen. Ziel ist es, die Berufsbildungseinrichtungen mit den neuesten Updates, Trends, Methoden und Werkzeugen auszustatten, um sie in die Lage zu versetzen, authentische Lehrpläne und Kurse zu entwerfen, die zukünftige Fachkräfte darauf vorbereiten, im Tourismussektor wettbewerbsfähig und beschäftigungsfähig zu sein.

Durch die Betonung digitaler Kompetenzen und Fertigkeiten befähigt das Projekt die Lernenden, unabhängige und erfolgreiche Karrierewege in der Tourismusbranche einzuschlagen, die ein nachhaltiges Einkommen und sozioökonomisches Wohlergehen gewährleisten. Das erworbene Wissen umfasst auch umweltfreundliche und nachhaltige Methoden und trägt letztlich zur Überwindung der Wirtschaftskrisen im Tourismussektor bei.

Der vielseitige und umfassende Ansatz des Projekts wird es den Berufsbildungseinrichtungen ermöglichen, auf wertvolle Erkenntnisse, Lehrpläne und Programme zuzugreifen, ohne dass es zu Doppelarbeit und Zeitverschwendung kommt. Im Ergebnis werden die Lernenden eine ganzheitliche Perspektive für ihre berufliche Entwicklung im Bereich des Tourismus gewinnen und dessen Stärke, Nachhaltigkeit und Widerstandsfähigkeit fördern. Durch die große geografische Reichweite des Projekts haben die vorgeschlagenen Muster und Lösungen das Potenzial, das Fachwissen im Bereich des digitalen Tourismus über die beteiligten Regionen hinaus zu bereichern und die Bedeutung von Hochtechnologien sowohl in Metropolen als auch in weniger bekannten Regionen zu verdeutlichen, wodurch die Sichtbarkeit und der wirtschaftliche Nutzen für alle beteiligten Akteure erhöht werden.

Der Tourismussektor ist stark fragmentiert, und Teilsektoren wie Transport, Unterkunft, Gastronomie und persönliche Dienstleistungen sind alle mit sehr unterschiedlichen Herausforderungen und Chancen verbunden, wenn es um die Digitalisierung geht. Es gibt erhebliche Unterschiede bei den Fähigkeiten der Humanressourcen, unterschiedliche Bewusstseinsniveaus und Unterschiede bei den digitalen Fähigkeiten. Darüber hinaus werden die Herausforderungen und Chancen, mit denen einzelne Unternehmen konfrontiert sind, im Tourismussystem sowohl in Unternehmensökosystemen als auch auf der Ebene des gesamten Reiseziels vergrößert, verzerrt und verstärkt (Digitalisation in Tourism, European Commission's EASME).

1.2 Zielpublikum

Das Training Kit vermittelt Berufsbildungsanbietern im Tourismus- und Gastgewerbe ein Verständnis für die wichtige Rolle des digitalen Tourismus. Die direkte Zielgruppe sind



Berufsbildungsanbieter im Bereich Tourismus und Gastgewerbe, die indirekte Zielgruppe sind Studenten, Fachleute und Experten und andere, die keinen direkten Hintergrund im Bereich Tourismus und Gastgewerbe haben, aber ihr Wissen für ihre eigenen (individuellen) Zwecke auf der Grundlage des Selbstlernens erweitern möchten.

1.3 Finanzen

Das Training Kit ist ein Ergebnis des Projekts FuTour, das von der Europäischen Kommission im Rahmen des **Programms Erasmus +** unterstützt wird:



Finanziert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die des Autors/der Autoren und spiegeln nicht unbedingt die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können für diese verantwortlich gemacht werden.



1.4 Partner

Die Partner des Projekts sind:

- Gewerkstatt (Deutschland), <https://qbsgewerkstatt.de/> - der Projektkoordinator,
- Ctl Eurocollege, www.ctleuro.ac.cy, (Zypern),
- ASSERTED KNOWLEDGE, <https://www.asserted.eu/>, (Griechenland),
- Zespol Szkol Morskich w Darlowie, <https://www.zsm.darlowo.pl/>, (Polen), und
- CFPCEMON, <https://cfpcemon.it/>, (Italien).

Weitere Informationen über die Partner des Projekts finden Sie [unter:](http://www.futour.erasmusplus.website/about)



2. Instruktionsdesigner

2.1 Ermittlung des Lernbedarfs

Die von den "FuTour"-Partnern entwickelten Schulungspakete für die Berufsbildung zielen darauf ab, ein umfassendes und ausgewogenes Verständnis der Digitalisierung im Tourismus- und Gastgewerbe zu schaffen und gleichzeitig Fähigkeiten und Kompetenzen zu fördern, die es den Lernenden ermöglichen, die Herausforderungen zu meistern und die Chancen der digitalen Technologien zu nutzen. Um dieses Ziel zu erreichen, wurden die folgenden Lernbedürfnisse berücksichtigt, um eine umfassende Struktur von Modulen zu schaffen.

Sensibilisierung und Verständnis für die Digitalisierung: Das Bewusstsein und das Verständnis für die Bedeutung der Digitalisierung muss bei Bildungsanbietern und Lernenden im Tourismussektor geschärft werden. Dazu gehört auch das Verständnis für die Auswirkungen und Folgen digitaler Technologien auf verschiedene Teilbereiche des Tourismus, wie Marketing, Transport, Unterkunft, Restaurants, Catering und persönliche Dienstleistungen.

Digitale Fertigkeiten und Kompetenzen: Da die digitalen Fähigkeiten von Einzelpersonen und Unternehmen in der Tourismusbranche sehr unterschiedlich sind, ist es notwendig, die digitalen Fähigkeiten und Kompetenzen der Lernenden zu verbessern. Dazu gehört, sie mit den neuesten Tools, Praktiken und Methoden auszustatten, die für die Digitalisierung im Tourismus- und Gastgewerbesektor relevant sind.

Anpassungsfähigkeit und Flexibilität: Die Lernenden müssen Anpassungsfähigkeit und Flexibilität entwickeln, um mit dem dynamischen Charakter der digitalen Technologien und ihren Auswirkungen auf die Tourismusbranche umgehen zu können. Dazu gehört auch die Bereitschaft, sich auf neue Trends und sich entwickelnde Geschäftsmodelle einzulassen.

Erkennen von Chancen für die Digitalisierung: Bildungsanbieter müssen die Lernenden in die Lage versetzen, Chancen für die Digitalisierung in ihren jeweiligen Teilsektoren und Unternehmen zu erkennen. Dies kann das Erkennen von ungenutztem Potenzial und innovativen Ansätzen zur Verbesserung der digitalen Präsenz und Effizienz beinhalten.

Nachhaltige und verantwortungsvolle Digitalisierung: Es ist notwendig, die Bedeutung nachhaltiger und verantwortungsvoller Digitalisierungspraktiken innerhalb des Tourismussektors zu



betonen. Dazu gehören die Vermeidung von Übertourismus und die Förderung umweltfreundlicher Initiativen, die mit der ökologischen und sozialen Verantwortung in Einklang stehen.

Verbesserung der Beschäftigungsfähigkeit: Der Kurs sollte sich darauf konzentrieren, die Beschäftigungsfähigkeit der Lernenden zu verbessern, indem er sie mit praktischen Fähigkeiten und Kenntnissen ausstattet, die für die digitalisierte Landschaft der Tourismusbranche relevant sind. Dies kann beinhalten, dass sie auf verschiedene Rollen und Positionen innerhalb des Sektors vorbereitet werden, die digitale Kompetenz und Anpassungsfähigkeit erfordern.

2.2 Festgelegte Lernziele

Training Kit for VET vermittelt ein umfassendes Verständnis der Digitalisierung und ihrer Anwendung im Bereich des Tourismus, des Gastgewerbes und der Dienstleistungsunternehmen. Nach Abschluss der Ausbildung werden die Lernenden:

- Sie erforschen das Konzept des digitalen Tourismus und seine historische Entwicklung, Evolution und Erscheinungsformen im Laufe der Zeit. Sie werden Fragen im Zusammenhang mit der Steuerung des digitalen Tourismus, der Ethik und den Vorschriften im Kontext der Tourismusbranche kritisch diskutieren.
- Unterscheiden zwischen verschiedenen Formen des digitalen Tourismus und analysieren die Auswirkungen der Digitalisierung auf den Tourismus, das Gastgewerbe und die Dienstleistungsanbieter. Durch kritische Selbstreflexion werden sie ihre eigenen Handlungen und geplanten Umsetzungen in Bezug auf den digitalen Tourismus bewerten, Ergebnisse auswerten und aus Erfahrungen lernen.
- Sie lernen, ihre Erkenntnisse durch innovative Lehrstrategien effektiv zu vermitteln. Ausgehend von verschiedenen Theorie- und Forschungsperspektiven werden die Studierenden ihr Verständnis von digitalem Tourismus verbessern und ihre eigenen Theorien des Lernens und der Praxis entwickeln.

Das Training Kit enthält das Handbuch und den Lernkurs.

Das Handbuch dient als zusätzlicher Leitfaden für Lernende, die sich mit dem Lernkurs beschäftigen. Im Gegensatz zu den detaillierten Inhalten des Kurses bietet das Handbuch einen prägnanten und benutzerfreundlichen Überblick über die wichtigsten Konzepte, Ziele und die Struktur des Kurses. Es dient als Ausgangspunkt für die Lernenden, um zu verstehen, was sie während des Kurses lernen werden.

Die Lerninhalte werden anhand einer Reihe von "PowerPoint-Präsentationen" vorgestellt. Diese Präsentationen bestehen aus Folien, die visuelle und textliche Informationen enthalten. Jede Präsentation konzentriert sich auf ein bestimmtes Thema oder Modul innerhalb des Kurses. Die PowerPoint-Präsentationen bieten eine strukturierte und visuell ansprechende Möglichkeit, den Lernenden detaillierte Informationen zu vermitteln. Das Handbuch dient als Einführung oder Überblick und gibt einen groben Überblick über den Inhalt des Kurses, während die PowerPoint-Präsentationen



auf die Einzelheiten der einzelnen Themen oder Module eingehen, die in der Schulung behandelt werden. Ausführlichere Erklärungen und Diskussionen zu jedem Konzept finden die Lernenden im Kommentarbereich zu jeder Folie. Auf diese Weise wird sichergestellt, dass die Lernenden im Verlauf des Kurses sowohl Zugang zu einem kurzen Überblick als auch zu umfassenden Details haben.

Das Training Kit besteht aus 12 Einheiten, die online verfügbar sind [LINK {.....}](#). Die Einheiten sind so strukturiert, dass sie den Berufsbildungsanbietern ein breites Spektrum an theoretischem Material und Aktivitäten für den Unterricht zur Verfügung stellen, aus dem sie bei der Gestaltung ihrer eigenen Kurse auswählen können. Alle Einheiten bieten empfohlene Lektüre und aktualisierte Referenzen, die die Lernenden durchlaufen können, um sowohl ihr Wissen als auch ihre Erfahrung zu erweitern.

Die Reihenfolge der Einheiten ist wie folgt:

Einheit 1. Grüne Politik der EU: Den Weg zu einer nachhaltigen Zukunft ebnen.

Einheit 2. Tourismus nach Covid 19

Einheit 3. Digitalisierungsstrategie für Berufsbildungsanbieter in den EU-Mitgliedstaaten

Einheit 4. Digitale Bildung für den Tourismus

Einheit 5. Menschliche digitale Fähigkeiten für den Tourismus

Einheit 6. Digitale Bildung für Berufsbildungsanbieter: Fallstudie - Vasilis Travel

Einheit 7. Digitale Bildung für Pädagogen I.: Neue Trends in der Berufsbildung

Einheit 8. Digitale Bildung für Pädagogen II.: Blended Learning in der Berufsbildung

Einheit 9. Digitale Bildung für Pädagogen III: Neue Lehrmethoden in der Berufsbildung

Einheit 10. Rahmenbedingungen für den Tourismus der Zukunft: Lehren Sie, wie man mit der digitalen Krise umgeht.

Einheit 11. Rahmenbedingungen für den Tourismus der Zukunft: Wie man aktuelle Trends findet und verfolgt.

Einheit 12. Rahmenbedingungen für den Tourismus der Zukunft: Wie Sie Ihre digitale Identität schaffen und Ihre Arbeit verbessern können.

2.3 Gestaltung der Lernarchitektur - Struktur und Abläufe



Die Kurzberichte für jede Einheit, einschließlich der Beschreibung der Bewertungen im Unterricht, der Lernergebnisse und der Liste der Referenzen, werden im folgenden Abschnitt des Handbuchs vorgestellt.

Einheit 1. Grüne Politik der EU: Den Weg zu einer nachhaltigen Zukunft ebnen

In diesem Kapitel befassen sich die Lernenden mit den Zielen, Grundsätzen und Umsetzungsstrategien der EU-Grünpolitik, die darauf abzielt, die dringenden ökologischen Herausforderungen unserer Zeit zu bewältigen. Die Einheit zielt darauf ab, das Bewusstsein für die Auswirkungen menschlicher Aktivitäten auf die Umwelt zu schärfen und die dringende Notwendigkeit nachhaltiger Praktiken zu betonen.

Das Kapitel behandelt verschiedene Schlüsselaspekte der EU-Grünpolitik, einschließlich der Bemühungen zur Verringerung der Treibhausgasemissionen, zur Förderung der Nutzung erneuerbarer Energiequellen, zur Verbesserung der Energieeffizienz und zum Schutz der biologischen Vielfalt. Die Lernenden werden die Vielschichtigkeit dieser Initiativen erkunden und ihre Bedeutung für eine nachhaltige Zukunft verstehen.

Darüber hinaus befasst sich das Kapitel mit den rechtlichen und regulatorischen Rahmenbedingungen, die der EU-Grünpolitik zugrunde liegen. Die Lernenden werden die relevanten Richtlinien und Verordnungen studieren, die die Umweltpolitik in der Europäischen Union leiten und gestalten.

Um die Lernerfahrung zu verbessern, enthält das Kapitel ansprechende Fallstudien und interaktive Aktivitäten. Diese Beispiele aus dem wirklichen Leben und die praktischen Übungen bieten den Studierenden praktische Einblicke und ermöglichen es ihnen, ihr Verständnis für die Auswirkungen der EU-Grünpolitik auf verschiedene Sektoren und Regionen zu vertiefen.

Am Ende dieses Kapitels werden die Studierenden ein solides Fundament der EU-Grünpolitik und ihrer Rolle bei der Gestaltung einer nachhaltigen Zukunft erworben haben. Sie werden mit dem Wissen und dem Bewusstsein ausgestattet sein, das sie benötigen, um Umweltfragen kritisch zu analysieren und zur Entwicklung nachhaltiger Lösungen in ihren Gemeinden und darüber hinaus beizutragen.

Referenzen:

- Behrens, A., & Liu, Z. (2020). Auswirkungen des europäischen Green Deal auf den Energiesektor.
- Boldrin, A., Maragnani, A., & Rigamonti, L.
- Bewertung der europäischen Strategie für Kunststoffe in einer Kreislaufwirtschaft: Von der Rhetorik zur Realität. Ressourcen, Konservierung und Recycling, 161, 104942
- Delbeke, J., & Vis, P. (2019). Der Europäische Green Deal: Ein ehrgeiziges, aber machbares Maßnahmenpaket zur Bekämpfung von Klimawandel und Ungleichheit. *Climate Policy*, 19(8), 969-974.
- Jepma, C., & van der Gaast, W. (2020). The European Green Deal: Challenges for energy-intensive industries. *Energy Transitions*, 2(1), 33-42.



Rahmen für die Zukunft des
Tourismus
2021-2-DE02-KA220-VET-000048785

- Europäische Klimastiftung. Das Erreichen des EU-Klimaneutralitätsziels - Politische Prioritäten für einen erfolgreichen Übergang.
- Europäische Kommission. Europäischer Grüner Deal. Abrufbar unter https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en
- Europäische Kommission. EU-Klimagesetz. Abrufbar unter https://ec.europa.eu/clima/policies/eu-climate-action/law_en
- Europäische Kommission. Strategie zur Erhaltung der biologischen Vielfalt bis 2030 - Die Natur zurück in unser Leben bringen. Abrufbar unter https://ec.europa.eu/environment/strategy/biodiversity-strategy-2030_en
- Europäische Kommission. Natura 2000 - Europas größtes Netz von Schutzgebieten. Abrufbar unter <https://ec.europa.eu/environment/nature/natura2000/>
- Europäische Kommission. EU-Aktionsplan - Für die Natur, den Menschen und die Wirtschaft. Abrufbar unter https://ec.europa.eu/environment/nature/biodiversity/strategy/index_en.htm#eu-biodiversity-strategy-to-2030
- Europäische Kommission. LIFE-Programm - Finanzierung für Natur und biologische Vielfalt. Abrufbar unter <https://ec.europa.eu/environment/life/>
- Europäische Kommission. Aktionsplan für die Kreislaufwirtschaft. Abrufbar unter https://environment.ec.europa.eu/strategy/circular-economy-action-plan_en
- Europäische Kommission. Strategie zur Erhaltung der biologischen Vielfalt bis 2030. Abgerufen von https://ec.europa.eu/environment/strategy/biodiversity-strategy-2030_en
- Europäische Kommission. Strategie "Vom Erzeuger zum Verbraucher". Abrufbar unter https://ec.europa.eu/food/farm2fork_en
- Europäische Kommission. Strategie für nachhaltige und intelligente Mobilität. Abrufbar unter https://ec.europa.eu/transport/themes/mobility-strategy_en
- Europäische Umweltagentur. Bericht über den Zustand der Umwelt. Abrufbar unter <https://www.eea.europa.eu/soer>
- Europäisches Umweltbüro. Kreislaufwirtschaft in Europa: Prioritäten für Maßnahmen. Abrufbar unter <https://eeb.org/library/circular-economy-in-europe-priorities-for-action/>
- Eurostat. Umweltstatistik. Abgerufen von <https://ec.europa.eu/eurostat/web/environment>
- Ellen MacArthur Stiftung. Circular Economy in Europe: Insights from the Ellen MacArthur Foundation. Abrufbar unter <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/publications>
- Europäisches Umweltbüro (EEB). Überprüfung der Umsetzung der EU-Umweltpolitik. Abrufbar unter <https://eeb.org/european-environmental-implementation-review-eir/>
- Europäischer Rat für erneuerbare Energien
- Hirth, L., Ueckerdt, F., & Edenhofer, O. (2020). Employment Impacts of Renewable Energy Transition in Europe - Evidence from Macro-Micro Approach. *Journal of Cleaner Production*, 270, 122194.
- Europäische Investitionsbank (EIB). Klima und Umwelt. Abrufbar unter <https://www.eib.org/en/topics/climate-environment>
- Europäisches Parlament.). Ein europäischer Green Deal. Abrufbar unter <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/en/sheet/141/a-european-green-deal>
- Europäisches Parlament. Erreichen des Klimaneutralitätsziels - Stand der Verhandlungen. Europäischer Rechnungshof.). Der Europäische Green Deal: Herausforderungen und Chancen. Abrufbar unter https://www.eca.europa.eu/Lists/ECADocuments/RESEARCHPAPER20_08/RESEARCHPAPER20_08_EN.pdf
- Europäischer Rat. Schlussfolgerungen zum Europäischen Green Deal. Abgerufen von <https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2019/12/13/european-council-conclusions-on-the-european-green-deal/>



- Institut für Europäische Umweltpolitik (IEEP).). Bewertung des Europäischen Green Deal. Abgerufen von <https://ieep.eu/publications/assessing-the-european-green-deal>
- Zwischenstaatlicher Ausschuss für Klimaänderungen (IPCC). Klimawandel 2021: Die physikalische Grundlage. Abrufbar unter <https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg1/>
- Internationale Energieagentur (IEA). Energiepolitische Maßnahmen der IEA-Länder: Europäische Union. Abrufbar unter <https://www.iea.org/reports/energy-policies-of-iea-countries-european-union-2020-review>
- Unsere Welt in Daten. Umweltauswirkungen von Lebensmitteln. Abgerufen von <https://ourworldindata.org/environmental-impacts-of-food>
- Vomiero, M. (2020). Die Richtlinie der Europäischen Union über Einwegkunststoffe: Ambitioniert und adäquat? Zeitschrift für Europäisches Umwelt- und Planungsrecht, 17(2), 165-175.
- Umweltprogramm der Vereinten Nationen (UNEP). Bericht über die Emissionslücke. Abrufbar unter <https://www.unep.org/emissions-gap-report-2020>
- UNEP. Frieden mit der Natur schließen: A Scientific Blueprint to Tackle the Climate, Biodiversity, and Pollution Emergencies. <https://www.unep.org/resources/making-peace-nature>
- World Wide Fund for Nature (WWF). Living Planet Bericht. Abrufbar unter https://wwf.panda.org/knowledge_hub/all_publications/living_planet_report_2020/
- Yale Center for Environmental Law and Policy. Index der Umweltleistung. Abrufbar unter <https://epi.yale.edu/>

Einheit 2. Tourismus nach Covid 19

In diesem Kapitel befassen sich die Lernenden mit der tiefgreifenden Krise, mit der die Tourismusbranche aufgrund der weltweiten Covid-19-Pandemie konfrontiert war, und mit ihren weitreichenden Auswirkungen auf den Sektor. Das Kapitel untersucht die Veränderungen und Entwicklungen, die als Folge dieser Krise entstanden sind, und gibt Einblicke in die Trends, Tendenzen, Herausforderungen und Bedürfnisse, die den Bereich geprägt haben.

Im Laufe der Einheit werden die Lernenden mit bewährten Praktiken vertraut gemacht, die als Reaktion auf die Krise entstanden sind. Diese Beispiele für Widerstandsfähigkeit, Anpassungsfähigkeit und Innovation werden wertvolle Lehren und Anregungen für die Erholung und das künftige Wachstum der Tourismusbranche liefern.

Das Kapitel konzentriert sich auch auf Lösungsvorschläge für die Wiederbelebung und Erholung des Tourismus in der Zeit nach der Pandemie. Der digitale Tourismus, der sich Technologie und Online-Plattformen zunutze macht, wird als Mittel zur Anpassung und zum Gedeihen in der neuen Landschaft erforscht. Darüber hinaus werden nachhaltige Tourismuspraktiken als wichtige Komponente für eine langfristige Widerstandsfähigkeit und den Schutz der Umwelt hervorgehoben.

Während die Lernenden das Kapitel durcharbeiten, wird reichlich Zeit für Diskussionen und Aktivitäten zur Verfügung stehen. Diese interaktiven Elemente fördern das kritische Denken, die Zusammenarbeit und die kreative Problemlösung. Durch die aktive Auseinandersetzung mit dem Stoff können die Lernenden ein umfassendes Verständnis für die Herausforderungen und Chancen der Tourismusbranche gewinnen und zur Erforschung möglicher Lösungen beitragen.



Am Ende dieses Kapitels haben die Lernenden ein solides Verständnis der Krise, die sich auf die Tourismusbranche ausgewirkt hat, der Veränderungen, die stattgefunden haben, und der Strategien, die für die Erholung und den zukünftigen Erfolg erforderlich sind. Sie sind mit wertvollen Einsichten und Werkzeugen ausgestattet, um sich in der sich wandelnden Landschaft der Tourismusbranche zurechtzufinden und digitale und nachhaltige Ansätze zur Förderung von Widerstandsfähigkeit und Wachstum zu nutzen.

Referenzen:

- Airey, D., & Tribe, J. (Eds.). (2022). Essen, Trinken und Tourismus: From Terroir to Gastronomy. Channel View Publications.
- Buhalis, D., & Leung, R. (Eds.). (2023). Informations- und Kommunikationstechnologien im Tourismus 2023: Proceedings of the International Conference in Dubai, UAE, January 23-26, 2023. Springer.
- Deloitte. (2023). Global Travel and Hospitality Outlook 2023: Neugestaltung der Branche für die Zukunft. Abrufbar unter <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/consumer-business/articles/global-travel-hospitality-outlook.html>
- Dias, Á., & Machado, C. (2022). Wiederaufbau des Tourismus nach der COVID-19-Pandemie: The case of Portugal. Aktuelle Themen im Tourismus, 1-18.
- DMO Taskforce "Zukunft des Tourismus". (2022). Tourism Beyond 2022: A Framework for Recovery. Abrufbar unter <https://www.destinationmarketing.org/sites/default/files/2022-04/DMO%20Tourism%20Futures%20Taskforce%20Report%20Final.pdf>
- Dredge, D., & Gyimóthy, S. (Eds.). (2023). Tourismus und digitale Transformation: Impacts and Challenges. Channel View Publications.
- Europäische Reisekommission (ETC). (2023). Vierteljährlicher Bericht über den europäischen Tourismus: Q4/2022. Abrufbar unter <https://etc-corporate.org/quarterly-report-on-european-tourism/>
- Europäischer Datenschutzbeauftragter
- Gretzel, U., & Yoo, K. H. (2022). Roboter im Gastgewerbe und Tourismus: Applications, implications, and future research directions. Journal of Travel Research, 00472875211066262.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2023). Intelligenter Tourismus: Foundations and developments. In Informations- und Kommunikationstechnologien im Tourismus 2023 (S. 1-10). Springer.
- Liu, Z., Li, X., & Liang, X. (2022). Designing persuasive tourist experiences: A framework for destination marketers. Journal of Destination Marketing & Management, 20, 100713.
- McKinsey und Unternehmen. (2022). Reisen und Tourismus für die Welt nach COVID-19 neu denken. Abrufbar unter <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-transport-infrastructure/our-insights/rethinking-travel-and-tourism-for-the-post-covid-19-world>
- McKinsey & Unternehmen. (2023). Reisen und Tourismus nach COVID-19: Auf dem Weg zur Erholung. Abgerufen von <https://www.mckinsey.com/industries/travel-transport-and-logistics/our-insights/travel-and-tourism-after-covid-19-navigating-the-path-to-recovery>
- Meng, B., Hall, C. M., & Scott, D. (2022). Co-creating experiential tourism products: Chancen und Herausforderungen für Destinationsmanagement-Organisationen. Journal of Travel Research, 00472875221103366.
- Nguyen, H. T. H., & Nguyen, T. H. (2022). Das Potenzial der virtuellen Realität für die Verbesserung der touristischen Erfahrungen: A case study of Vietnam. Journal of Tourism and Hospitality Management, 29(1), 21-33.
- Scott, D., Hall, C. M., & Gössling, S. (2023). Nachhaltiger Tourismus im Wandel: Ein Fahrplan für den Wandel. Zeitschrift für nachhaltigen Tourismus, 31(1), 1-19.



- Die Weltbank. (2022). Tourismuspolitische Reaktionen auf das Coronavirus (COVID-19). Abrufbar unter <https://www.worldbank.org/en/topic/tourism/brief/covid-19-tourism-policy-responses>
- Wang, D., & Xiang, Z. (2022). Intelligente Reiseziele: Enhancing destination competitiveness. *Journal of Destination Marketing & Management*, 100667. doi: 10.1016/j.jdmm.2022.100667
- Xiang, Z., Du, Q., Ma, Y., & Fan, W. (2022). Die digitale Transformation in der Reisebranche: A review and synthesis. *Journal of Travel Research*, 00472875221080714.
- Zhang, J., & Xie, P. F. (2022). Erholung und Widerstandsfähigkeit des Tourismus in der Post-COVID-Ära: Eine vergleichende Studie zu China und Europa. *Journal of Destination Marketing & Management*, 12, 100719. doi: 10.1016/j.jdmm.2021.100719
- Zhang, Y., Li, X., & Zhang, X. (2022). Wie Robotertechnologie die wahrgenommene Servicequalität im Gastgewerbe verbessert: Eine Studie über die Erfahrungen von Hotelgästen. *Journal of Travel Research*, 00472875221124468.

Einheit 3. Digitalisierungsstrategie für Berufsbildungsanbieter in den EU-Mitgliedstaaten

Dieses Kapitel befasst sich mit dem wichtigen Thema der Digitalisierungsstrategie für Berufsbildungsanbieter in den Mitgliedstaaten der Europäischen Union (EU). Angesichts des rasanten technologischen Fortschritts und der zunehmenden Bedeutung digitaler Kompetenzen für die modernen Arbeitskräfte ist es für Berufsbildungseinrichtungen von größter Bedeutung, sich der digitalen Transformation zu stellen.

Das Kapitel beginnt mit einer eingehenden Untersuchung des digitalen Wandels und hebt dessen Bedeutung und Auswirkungen auf den Berufsbildungssektor hervor. Es wird erörtert, wie digitale Technologien verschiedene Aspekte der Bildung revolutioniert haben, darunter die Lehrplangestaltung, Lehrmethoden, Bewertungstechniken und Verwaltungsprozesse. Das Kapitel betont, dass sich Berufsbildungsanbieter an diese Veränderungen anpassen müssen, um relevant zu bleiben und Lernende effektiv auf die Anforderungen des digitalen Zeitalters vorzubereiten.

Im weiteren Verlauf des Kapitels geht es um die Formulierung einer umfassenden Digitalisierungsstrategie für Berufsbildungsanbieter. Es befasst sich mit den wichtigsten Komponenten und Überlegungen, die bei der Entwicklung einer solchen Strategie berücksichtigt werden sollten. Faktoren wie die Entwicklung der Infrastruktur, die Integration digitaler Tools und Ressourcen, die Ausbildung und Weiterbildung von Lehrkräften und die Unterstützungsmechanismen für Studierende werden im Detail untersucht. Das Kapitel hebt hervor, wie wichtig es ist, die Digitalisierungsstrategie mit den allgemeinen Zielen der Berufsbildungseinrichtung in Einklang zu bringen.

Darüber hinaus befasst sich das Kapitel mit den politischen Aspekten der Digitalisierungsstrategie im Berufsbildungssektor. Es untersucht die Rolle der Politik auf nationaler und EU-Ebene bei der Gestaltung und Steuerung der digitalen Transformation von Berufsbildungsanbietern. Das Kapitel untersucht politische Initiativen, Finanzierungsmechanismen und rechtliche Rahmenbedingungen, die die Einführung digitaler Technologien in der Berufsbildung unterstützen. Außerdem werden die politischen Herausforderungen und Überlegungen erörtert, die



politische Entscheidungsträger und Berufsbildungsanbieter bewältigen müssen, um eine erfolgreiche Umsetzung von Digitalisierungsstrategien zu gewährleisten.

Im gesamten Kapitel werden reale Fallstudien und bewährte Verfahren aus verschiedenen EU-Mitgliedstaaten vorgestellt, um praktische Einblicke und Anregungen für Berufsbildungsanbieter zu geben, die ihre eigenen Digitalisierungsstrategien entwickeln und umsetzen wollen.

Das Kapitel schließt mit einer Zusammenfassung der wichtigsten Erkenntnisse und Empfehlungen für Berufsbildungsanbieter, politische Entscheidungsträger und Stakeholder, die an der Gestaltung der digitalen Zukunft der beruflichen Bildung in der EU beteiligt sind.

Referenzen:

- Berger, T.; Frey, C.B. Digitalization, Jobs, and Convergence in Europe: Strategies for Closing the Skills Gap. The Oxford Martin School Research Report. 2016. Online verfügbar: https://www.oxfordmartin.ox.ac.uk/downloads/reports/SCALE_Digitalisation_Final.pdf
- Caruncho, V.F. Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf junge Menschen beim Übergang von der Schule in Ausbildung und Beruf in Deutschland. In: Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf die berufliche Bildung und Ausbildung: International Perspectives of Policy Makers and Practitioners; BIBB: Bonn, Deutschland, 2022.
- Aktionsplan Digitale Bildung (2021-2027) (ohne Datum) Europäischer Bildungsraum. Verfügbar unter: <https://education.ec.europa.eu/focus-topics/digital-education/action-plan> (Zugriff: 20. März 2023).
- Esser, F.H. Digitalisierung und KI tragen dazu bei, die Attraktivität der beruflichen Bildung zu steigern. In Berufsbildung in Forschung und Praxis: Berufsbildungstrends 2019, Sonderheft; BIBB: Bonn, 2019; Band 3, S. 4.
- Europäische Kommission, Generaldirektion Haushalt, Der langfristige EU-Haushalt 2021-2027 und NextGenerationEU : Fakten und Zahlen, Amt für Veröffentlichungen der Europäischen Union, 2021, <https://data.europa.eu/doi/10.2761/808559>
- Zusammenfassung von-D4.1.pdf (eddie-erasmus.eu)
- Was ist digitale Bildung? (1970) Die Universität von Edinburgh. Verfügbar unter: <https://www.ed.ac.uk/institute-academic-development/learning-teaching/staff/digital-ed/what-is-digital-education> (Zugriff: 31. Mai 2023).
- Wolter, A.; Kerst, C. Die "Akademisierung" des deutschen Qualifikationssystems: Neuere Entwicklungen im Verhältnis von Berufsbildung und Hochschulbildung in Deutschland. Res. Comp. Int. Educ. 2015, 4, 510-524.
- Weltwirtschaftsforum. Bericht "Die Zukunft der Arbeitsplätze 2020". 2020. Online verfügbar: https://www3.weforum.org/docs/WEF_Zukunft_der_Jobs_2020.pdf
- Yang, C.; Kaiser, F.; Tang, H.; Chen, P.; Diao, J. Sustaining the Quality Development of German Vocational Education and Training in the Age of Digitalization: Challenges and Strategies. Nachhaltigkeit 2023, 15, 3845. <https://doi.org/10.3390/su15043845>
- Zancajo, A., Verger, A. und Bolea, P., 2022. Digitalisierung und darüber hinaus: die Auswirkungen von Covid-19 auf die Bildungspolitik und -vermittlung in Europa nach der Pandemie. Politik und Gesellschaft, 41(1), S.111-128, DOI: <https://doi.org/10.1093/polsoc/puab016>

Einheit 4. Digitale Bildung für den Tourismus



In diesem Kapitel wird der Bereich der digitalen Bildung für die Tourismusbranche untersucht, wobei der Schwerpunkt auf den Herausforderungen liegt, die die Digitalisierung mit sich bringt, und darauf, wie wichtig es ist, Tourismusfachleute mit den notwendigen Kenntnissen und Fähigkeiten für diese sich rasch entwickelnde Landschaft auszustatten.

Das Kapitel beginnt mit der Erörterung der digitalen Herausforderungen für den Tourismussektor. Es beleuchtet die tiefgreifenden Auswirkungen digitaler Technologien auf verschiedene Aspekte der Branche, darunter Kundenverhalten, Marketingstrategien, Vertriebskanäle und das Reiseerlebnis insgesamt. Das Kapitel untersucht, wie Fortschritte wie Online-Buchungsplattformen, soziale Medien und Bewertungsportale die Art und Weise, wie Reisende ihre Reisen planen und erleben, verändert haben. Es befasst sich auch mit den Herausforderungen, die sich aus der steigenden Nachfrage nach personalisierten und immersiven digitalen Erlebnissen im Tourismus ergeben.

Im weiteren Verlauf des Kapitels wird das Konzept der digitalen Bildung für den Tourismus näher beleuchtet. Es unterstreicht die Notwendigkeit für Tourismusfachleute, ein solides Verständnis digitaler Werkzeuge, Plattformen und Strategien zu entwickeln, um in dieser wettbewerbsorientierten Landschaft erfolgreich zu sein. Das Kapitel befasst sich mit den Schlüsselkomponenten der digitalen Bildung, einschließlich technischer Fähigkeiten, digitalem Marketing, Datenanalyse und dem Einsatz neuer Technologien in der Tourismusbranche. Es wird hervorgehoben, wie wichtig es ist, eine Kultur des kontinuierlichen Lernens und der Anpassung zu fördern, um mit den sich entwickelnden digitalen Trends Schritt zu halten.

Eines der wichtigsten Themen, die in diesem Kapitel behandelt werden, ist das Lernen über das Metaverse. Das Kapitel befasst sich mit dem Konzept des Metaversums und seinen potenziellen Auswirkungen auf die Tourismusbranche. Es wird untersucht, wie Virtual Reality (VR), Augmented Reality (AR) und andere immersive Technologien die Art und Weise verändern, wie Touristen Reiseziele erkunden, sich mit dem kulturellen Erbe auseinandersetzen und mit Dienstleistern interagieren. Das Kapitel untersucht die Bildungsmöglichkeiten, die das Metaverse bietet, und wie Tourismusfachleute diese Technologien nutzen können, um das Gesamterlebnis für Touristen zu verbessern.

Im Laufe des Kapitels werden Fallstudien und Beispiele aus der Tourismusbranche vorgestellt, um die praktischen Anwendungen der digitalen Bildung in verschiedenen Kontexten zu veranschaulichen. Diese Beispiele zeigen, wie Tourismusorganisationen und Bildungseinrichtungen digitale Tools und Strategien in ihre Ausbildungsprogramme integrieren, um Fachkräfte mit den notwendigen Fähigkeiten auszustatten, damit sie im digitalen Zeitalter erfolgreich sein können.

Das Kapitel schließt mit einer Zusammenfassung der wichtigsten Erkenntnisse und betont, wie wichtig es ist, die digitale Bildung in der Tourismusbranche zu nutzen. Es hebt die potenziellen Vorteile der Digitalisierung für Tourismusfachleute hervor, darunter verbesserte Wettbewerbsfähigkeit, verstärkte Kundenbindung und erhöhte Effizienz. Das Kapitel unterstreicht auch die Notwendigkeit der Zusammenarbeit zwischen Branchenakteuren, Bildungseinrichtungen und politischen



Entscheidungsträgern, um ein unterstützendes Ökosystem für die digitale Bildung im Tourismus zu schaffen.

Referenzen:

- Digitale Kompetenz in der öffentlichen Bibliothek | Centre for BOLD Cities. (n.d.). Abgerufen am 7. Mai 2023, von <https://www.centre-for-bold-cities.nl/news/digital-literacy-in-the-public-library>
- Doppler, J. (2022). Die Rolle der künstlichen Intelligenz im Metaverse. Forbes.
- Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Baabdullah, A. M., Ribeiro-Navarrete, S., Giannakis, M., Al-Debei, M. M., Dennehy, D., Metri, B., Buhalis, D., Cheung, C. M. K., Conboy, K., Doyle, R., Dubey, R., Dutot, V., Felix, R., Goyal, D. P., Gustafsson, A., Hinsch, C., Jebabli, I., ... Wamba, S. F. (2022). Metaverse beyond the hype: Multidisziplinäre Perspektiven auf neue Herausforderungen, Möglichkeiten und eine Agenda für Forschung, Praxis und Politik. Internationale Zeitschrift für Informationsmanagement, 66, 102542. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2022.102542>
- Merx, C., & Nawijn, J. (2021). Tourismuserlebnisse in virtueller Realität: Sucht und Isolation. Tourism Management, 87, 104394. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104394>
- Partnerschaften in der Bildung | UNWTO. (n.d.). Abgerufen am 7. Mai 2023, von <https://www.unwto.org/partnerships-in-education>
- Tupper, P. (2022). Das Metaverse: Das Geschäft und die Kultur von Online-Welten. Columbia University Press.
- Yeoman, I., McMahon-Beattie, U., & Sigala, M. (2021). 19 Developing a Theoretical Framework of Science Fiction and the Future of Tourism: Eine kognitive Mapping-Perspektive. Science Fiction, Disruption und Tourismus, 6

Einheit 5. Menschliche digitale Fähigkeiten für den Tourismus

Dieses Kapitel befasst sich mit den digitalen Fähigkeiten der Menschen in der Tourismusbranche und konzentriert sich auf die Bedeutung der Digitalisierung und Konnektivität im 21. Jahrhundert. Es vermittelt ein umfassendes Verständnis dafür, was digitale Kompetenzen von Menschen bedeuten, die speziell auf die Bedürfnisse des Tourismussektors zugeschnitten sind. Das Kapitel unterstreicht auch, wie wichtig es ist, die digitalen Fähigkeiten auf dem neuesten Stand zu halten, um in der sich ständig weiterentwickelnden digitalen Landschaft wettbewerbsfähig zu bleiben.

Das Kapitel beginnt mit einer Untersuchung der Konzepte der Digitalisierung und Konnektivität in der Tourismusbranche. Es zeigt auf, wie digitale Technologien und Konnektivität die Art und Weise, wie Tourismusunternehmen arbeiten, mit Kunden interagieren und Dienstleistungen anbieten, verändert haben. Das Kapitel erörtert die zunehmende Abhängigkeit von digitalen Plattformen, Online-Buchungssystemen und sozialen Medien für Marketing- und Kommunikationszwecke. Es unterstreicht die Notwendigkeit für Tourismusfachleute, sich an diese Veränderungen anzupassen und die notwendigen digitalen Fähigkeiten zu erwerben, um sich in der digitalen Landschaft effektiv zurechtzufinden.

Im weiteren Verlauf des Kapitels wird auf die spezifischen digitalen Fähigkeiten des 21. Jahrhunderts eingegangen, die für Fachkräfte in der Tourismusbranche unerlässlich sind.



Jahrhunderts, die für Fachkräfte in der Tourismusbranche unerlässlich sind. Es werden Schlüsselkompetenzen wie digitale Kompetenz, Informationsmanagement, Kommunikation und Zusammenarbeit in digitalen Umgebungen, kritisches Denken, Problemlösung und Anpassungsfähigkeit untersucht. Das Kapitel hebt hervor, wie wichtig diese Fähigkeiten für Tourismusfachleute sind, um digitale Tools effektiv zu nutzen, Daten zu analysieren, mit Kunden über digitale Kanäle in Kontakt zu treten und der Konkurrenz einen Schritt voraus zu sein.

Das Kapitel befasst sich dann mit den digitalen Fähigkeiten, die speziell für die Tourismusbranche relevant sind. Dabei werden Themen wie digitale Marketingstrategien, Suchmaschinenoptimierung (SEO), Social Media Management, Online-Reputationsmanagement, Datenanalyse und Customer Relationship Management (CRM)-Systeme untersucht. Das Kapitel gibt Einblicke, wie Tourismusfachleute diese digitalen Fähigkeiten nutzen können, um das Kundenerlebnis zu verbessern, die betriebliche Effizienz zu steigern und das Geschäftswachstum im digitalen Zeitalter voranzutreiben.

Einer der Hauptschwerpunkte dieses Kapitels ist die Wichtigkeit, die digitalen Fähigkeiten auf dem neuesten Stand zu halten. Es gibt Hinweise darauf, wie Tourismusfachleute mit den neuesten digitalen Trends, Tools und Techniken Schritt halten können. In diesem Kapitel werden verschiedene Möglichkeiten des kontinuierlichen Lernens untersucht, darunter Online-Kurse, Webinare, Branchenkonferenzen und die Vernetzung mit Gleichgesinnten. Es unterstreicht die Notwendigkeit eines Wachstumsdenkens und die Verpflichtung zu lebenslangem Lernen, um sich an das rasante Tempo des digitalen Fortschritts in der Tourismusbranche anzupassen.

Im gesamten Kapitel werden praktische Beispiele, Fallstudien und Erfolgsgeschichten aus der Tourismusbranche vorgestellt, um die realen Anwendungen digitaler menschlicher Fähigkeiten zu veranschaulichen. Diese Beispiele zeigen, wie Tourismusfachleute ihre digitalen Fähigkeiten genutzt haben, um Innovationen voranzutreiben, das Kundenerlebnis zu verbessern und Geschäftsziele zu erreichen.

Das Kapitel schließt mit einer Zusammenfassung der wichtigsten Erkenntnisse und unterstreicht die Bedeutung der Entwicklung und Aktualisierung digitaler Kompetenzen in der Tourismusbranche. Es wird betont, dass die Aneignung digitaler Kompetenzen nicht nur für die persönliche und berufliche Entwicklung, sondern auch für den Erfolg und die Nachhaltigkeit von Tourismusunternehmen im digitalen Zeitalter von entscheidender Bedeutung ist. Das Kapitel ermutigt Tourismusfachleute, in ihre digitalen Fähigkeiten zu investieren und die Chancen zu nutzen, die sich durch Digitalisierung und Konnektivität in der dynamischen Tourismuslandschaft bieten.

Referenzen:

- 20 Kurztipps für bessere digitale Kommunikation und Zusammenarbeit. <https://www.huddo.com/blog/20-quick-tips-for-better-digital-communication-and-collaboration>
- Becker, W.J., Belkin, L.Y., Conroy, S.A., & Tuskey, S. (2021). Killing Me Softly: Organizational E-mail Monitoring Expectations' Impact on Employee and Significant Other Well-Being. *Zeitschrift für Management*, 47 (4), 1024-1052.



- Digitale Kreativität: ein praktischer Leitfaden. University of York Practical Guides (2023). <https://subjectguides.york.ac.uk/digital-creativity>
- Emmanuel, A.A., Oluwafunmilayo, O.O., Mobolaji, O.A., Abioye, A., & Adedoyin, O.O. (2018). Perception of Travel Agents Towards Amadeus and Galileo Global Distribution System. *Canadian Social Science*, 14, 17-30.
- Ferrari A. (2012). *Digitale Kompetenz in der Praxis: An analysis of frameworks*. Sevilla, Spanien: Joint Research Centre, Institute for Prospective Technological Studies.
- Firth, J.A.; Torous, J.; Firth, J. (2020). Erforschung der Auswirkungen der Internetnutzung auf Gedächtnis- und Aufmerksamkeitsprozesse. *Int. J. Environ. Res. Public Health* 2020, 17, 9481. <https://doi.org/10.3390/ijerph17249481>
- Legen Sie los und nutzen Sie unser kostenloses Live-Webinar-Training, das Ihnen hilft, neue Fähigkeiten zu entwickeln. Was werden Sie heute lernen? Google Digital Garage. (2023) <https://learndigital.withgoogle.com/digitalgarage/f2f>
- Greiff, S., & Funke, J. (2017). Interaktives Problemlösen: Exploring the potential of minimal complex systems. In B. Csapó, & J. Funke (Eds.). *The nature of problem solving: Using research to inspire 21st century learning* (pp. 93-105). Paris, Frankreich: OECD Publishing.
- Karanasios S., Gekara V., Molla A., Snell D. (2019) *Skilling the Australian workforce for the digital economy, Support document 1: a review of digital skills frameworks literature*. National Centre for Vocational Education and Training (NCVER), Seiten 16-23. <https://researchrepository.rmit.edu.au/esploro/outputs/9921861092301341>
- Lee, H., Park, N., & Hwang, Y. (2015). Eine neue Dimension der digitalen Kluft: Exploring the relationship between broadband connection, smartphone use and communication competence. *Telematics and Informatics*, 32(1), 45-56. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2014.02.001>
- Lyngs, U., Lukoff, K., Slovak, P., Binns, R., Slack, A., Inzlicht, M., Van Kleek, M., Shadbolt, N. (2019). Self-Control in Cyberspace: Applying Dual Systems Theory to a Review of Digital Self-Control Tools. *Conference on Human Factors in Computing Systems Proceedings (CHI 2019)*, Mai 2019, 4-9. doi.org/10.1145/3290605.3300361.
- Malkawi E., Khayrullina M. (2021). Digitale menschliche Fähigkeiten bilden die Unternehmensökonomie und Unternehmensentwicklung. *Ekonomicko-manazerske spectrum*, Band 15, Ausgabe 1, S. 64-74 https://ems.uniza.sk/wp-content/uploads/2021/06/EMS_1_2021_06_Malkawi_Khairullina.pdf
- Siemens, G. (2005). Konnektivismus: Eine Lerntheorie für das digitale Zeitalter. *International Journal of Instructional Technology and Distance Learning*, 2(1).
- Van Deursen, A. J. A. M., Courtois, C., & Van Dijk, J. A. G. M. (2014). Internetkenntnisse, Unterstützungsquellen und nützliche Internetnutzung. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 30(4), 278-290. <https://doi.org/10.1080/10447318.2013.858458>
- Van Laar E., Alexander J. A. M. van Deursen, Jan A. G. M. van Dijk, und Jos de Haan (2020). Determinants of 21st-Century Skills and 21st-Century Digital Skills for Workers: A Systematic Literature Review *SAGE Open*
- Van Laar E., Van Deursen A. J. A. M., Van Dijk J. A. G. M., De Haan J. (2017). Die Beziehung zwischen Fähigkeiten des 21. Jahrhunderts und digitalen Fähigkeiten: A systematic literature review. *Computers in Human Behavior*, 72, 577-588. [Crossref](https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.04.038)
- Voogt J., Roblin N. P. (2012). Eine vergleichende Analyse der internationalen Rahmenwerke für die Kompetenzen des 21: Implications for national curriculum policies. *Journal of Curriculum Studies*, 44(3), 299-321
- Yu Zhao, Ana María Pinto Llorente, María Cruz Sánchez Gómez (2021), Digital competence in higher education research: A systematic literature review. *Computer & Bildung*, Band 168, 2021, <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2021.104212>



Einheit 6. Digitale Bildung für Berufsbildungsanbieter: Fallstudie - Vasilis Travel

In diesem Kapitel wird eine fesselnde Fallstudie über Vasilis Travel vorgestellt, in der die Überschneidung von digitaler Bildung und der Rolle von Reise-Influencern im Destinationsmarketing untersucht wird. Das Kapitel zielt darauf ab, spezifische Lernergebnisse zu liefern, indem es sich auf das Konzept der Reise-Influencer und ihren Einfluss auf die Branche konzentriert.

Das Kapitel beginnt mit einer Einführung in das Konzept der Reise-Influencer und hebt ihre Bedeutung im Bereich des Destinationsmarketings hervor. Es wird untersucht, wie diese Personen ihre Online-Präsenz, ihre Social-Media-Plattformen und ihre Fähigkeiten im digitalen Geschichtenerzählen nutzen, um verschiedene Reiseziele zu bewerben und zu präsentieren. Das Kapitel unterstreicht die Bedeutung des Destinationsmarketings durch Influencer und die Macht persönlicher Erzählungen bei der Gestaltung der Wahrnehmung und Auswahl von Reisenden.

Im weiteren Verlauf des Kapitels geht es darum, wie Reise-Influencer Technologie nutzen, um ihre Reichweite und ihr Engagement zu erhöhen. Es untersucht die verschiedenen digitalen Tools und Plattformen, die sie einsetzen, wie Social-Media-Plattformen, Reiseblogging, Vlogging und immersive Technologien wie Virtual Reality (VR) und Augmented Reality (AR). Das Kapitel untersucht, wie Reise-Influencer Technologie nutzen, um fesselnde Inhalte zu erstellen, mit ihrem Publikum in Kontakt zu treten und Reiseerlebnisse zu inspirieren.

Darüber hinaus zeigt das Kapitel auf, wie Technologie den Einzelnen bei der Vermarktung seiner selbst und von Orten unterstützen kann. Es erörtert die Rolle von digitalen Marketingstrategien, Suchmaschinenoptimierung (SEO), Website- und Inhaltserstellung sowie Social-Media-Management bei der Förderung persönlicher Marken und Reiseziele. Das Kapitel gibt Einblicke, wie Technologie Einzelpersonen und Reiseziele in die Lage versetzen kann, ihre einzigartigen Wertangebote effektiv zu kommunizieren, Besucher anzuziehen und eine starke Online-Präsenz aufzubauen.

Im gesamten Kapitel dient die Fallstudie von Vasilis Travel als praktisches Beispiel, das veranschaulicht, wie das Unternehmen die digitale Bildung, Reise-Influencer und Technologie nutzt, um das Destinationsmarketing zu verbessern. Es wird gezeigt, wie Vasilis Travel digitale Tools einsetzt und mit Reise-Influencern zusammenarbeitet, um seine Marke zu stärken, seine Reichweite zu vergrößern und einen treuen Kundenstamm zu pflegen.

Abschließend ermöglicht dieses Kapitel den Lesern, das Konzept der Reise-Influencer und ihre Rolle im Destinationsmarketing zu verstehen. Es unterstreicht die Bedeutung von Influencer-Destination-Marketing und den effektiven Einsatz von Technologie in diesem Zusammenhang. Durch die Untersuchung der Fallstudie von Vasilis Travel erhalten die Leser praktische Einblicke, wie digitale Bildung und Technologie genutzt werden können, um sich selbst und Reiseziele in der dynamischen und wettbewerbsorientierten Reisebranche zu vermarkten.

Referenzen:



- Bennett, S. (2014). Social Media Business Statistics, Facts, Figures & Trends 2014. Adweek. Internetzugang: <http://www.adweek.com/socialtimes/social-businesstrends-2014/498129> [Zugriff am 11. April 2023].
- Stellvertretendes Ministerium für Tourismus - Republik Zypern. (2023). Startseite: Stellvertretendes Ministerium für Tourismus - Republik Zypern Abgerufen von https://www.tourism.gov.cy/tourism/tourism.nsf/home_en/home_en?openform [Zugriff am 21. April 2023].
- Expedia Group Reiseausblick (2023). Internetzugang: <https://www.expediagroup.com/media/media-details/2021/Expedia-Group-Monthly-Travel-Outlook/> [Zugriff am 6. Mai 2023].
- Kaur, H. (2018). Social Media as a travel influencer: A review of recent studies. International Journal of Academic Research & Development (IJAR&D), 4(2), 81-85.
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). Tourism: economic, physical and social impacts. London: Logman.
- McKinsey und Unternehmen (2023). Internetzugang: <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/make-it-better-not-just-safer-the-opportunity-to-reinvent-travel> [Zugriff am 27. April 2023].
- Nielsen's Global Trust in Advertising Survey.(2012). Internetzugang: <http://www.nielsen.com/us/en/press-room/2012/niensenglobal-consumers-trust-in-earned-advertisinggrows.html> [Zugriff am 29. April 2023].
- PWC SURVAY (2023) :). Internetzugang: <https://www.pwc.com/us/en/industries/consumer-markets/library/five-travel-trends.html> [Zugriff am 27. April 2023].
- Sesar, V., Hunjet, A., & Kozina, G. (2021). Influencer Marketing in Reise und Tourismus: Literaturübersicht. Wirtschaftliche und soziale Entwicklung: Book of Proceedings, 182-192.
- UNWTO. (2023). DIGITALE TRANSFORMATION. Abgerufen von: <https://www.unwto.org/digital-transformation> . [Zugriff am 5. Mai 2023].

Die nächsten drei Einheiten (Einheit 7, Einheit 8 und Einheit 9) konzentrieren sich auf die neuen Trends und Themen, die den Berufsbildungssektor weltweit beeinflussen.

Einheit 7. Digitale Bildung für Pädagogen I.: Neue Trends in der Berufsbildung

In dieser Lerneinheit liegt der Schwerpunkt auf den bedeutenden Veränderungen, die in den Berufsbildungssystemen auf globaler Ebene stattfinden. Die Lernenden werden sich mit den Schlüsselthemen rund um diese Veränderungen und deren Auswirkungen auf Berufsbildungsanbieter befassen. Darüber hinaus werden in diesem Kapitel die entscheidenden Schritte untersucht, die unternommen werden müssen, um Lehrkräfte und Ausbilder in der beruflichen Bildung bei ihrer Aufgabe zu unterstützen.

Das Kapitel beginnt mit einer Untersuchung der sich abzeichnenden Trends und potenziellen Bedrohungen in der Berufsbildungslandschaft. Es wird die dynamischen Kräfte analysieren, die das Feld prägen, und untersuchen, wie diese Trends die Zukunft der Berufsbildung beeinflussen können. Durch das Verständnis dieser Faktoren können sich die Lernenden besser auf die Herausforderungen und Chancen der Zukunft vorbereiten.



Im nächsten Kapitel wird der Schwerpunkt auf die Zukunft der Berufsbildung in der Europäischen Union (EU) gelegt. Die Lernenden werden sich mit der Vision und den Strategien der EU zur Förderung der Berufsbildung befassen, einschließlich Initiativen zur Förderung von Innovation, Anpassungsfähigkeit und internationaler Zusammenarbeit. Auf diese Weise erhalten sie einen Einblick in das Engagement der EU, den Menschen die Fähigkeiten und Kompetenzen zu vermitteln, die sie für die moderne Arbeitswelt benötigen.

Schließlich wird in diesem Kapitel die wichtige Rolle der Lehrkräfte und Ausbilder in der beruflichen Bildung in einer sich ständig verändernden Welt behandelt. Die Lernenden werden die sich entwickelnden Anforderungen an Pädagogen und die Herausforderungen, denen sie sich bei der Anpassung an neue Bildungsparadigmen gegenübersehen, untersuchen und Strategien zur Unterstützung von Lehrern und Ausbildern in der beruflichen Bildung erforschen, z. B. Möglichkeiten der beruflichen Weiterbildung, Zusammenarbeit und die Integration innovativer pädagogischer Ansätze.

Im Laufe dieses Kapitels werden die Lernenden an anregenden Diskussionen und Aktivitäten teilnehmen, um das Verständnis für die behandelten Themen zu vertiefen. Durch die aktive Teilnahme an diesen interaktiven Elementen haben sie die Möglichkeit, ihre Einsichten und Erfahrungen einzubringen, wodurch ein kollaboratives Lernumfeld gefördert wird.

Am Ende dieses Kapitels werden die Lernenden ein umfassendes Verständnis der Veränderungen in den Berufsbildungssystemen weltweit, der Zukunftsaussichten für die Berufsbildung in der EU und der wichtigen Rolle von Lehrern und Ausbildern in der Berufsbildung gewonnen haben. Mit diesem Wissen werden sie besser darauf vorbereitet sein, Berufsbildungsinitiativen zu unterstützen und zu fördern, um das weitere Wachstum und den Erfolg der Berufsbildung in einer sich wandelnden Welt zu gewährleisten.

Referenzen:

- Analysing Erasmus+ Vocational Education and Training Funding in Europe, Carlos de Olagüe-Smithson, Technical and Vocational Education and Training: Issues, Concerns and Prospects 30, Springer International Publishing, 2019, ISBN: 978-3-030-16210-8;978-3-030-16211-5
- Kompetenzbasierte Berufsbildung: Bridging the Worlds of Work and Education, Martin Mulder (Hrsg.), Technical and Vocational Education and Training: Issues, Concerns and Prospects 23, Springer International Publishing, 2017, ISBN: 978-3-319-41711-0,978-3-319-41713-4
- E-Learning-Statistiken: Das müssen Sie im Jahr 2023 wissen - Studocu. Studocu.com. <https://www.studocu.com/blog/en/e-learning-statistics>
- Integration of Vocational Education and Training Experiences, Sarojni Choy, Gun-Britt Wärvik, Viveca Lindberg, Technical and Vocational Education and Training: Issues, Concerns and Prospects 29, Springer Singapur, 2018, ISBN: 978-981-10-8856-8,978-981-10-8857-5
- JEON, S., & VANDEWEYER, M. (n.d.). Teachers and Leaders in VET Policy Brief. OECD. <https://www.oecd.org/skills/centre-for-skills/Teachers-and-Leaders-in-VET-Policy-Brief.pdf>
- OECD (2021), Teachers and Leaders in Vocational Education and Training, OECD Reviews of Vocational Education and Training, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/59d4fbb1-en>
- Poulidou, A., Kvisteroy, J., & Santos, M. (n.d.). Die Zukunft der Berufsbildung. CEDEFOP. <https://www.cedefop.europa.eu/en/projects/future-vet>



- Skills for Human Development: Transforming Vocational Education and Training, Lesley Joy Powell, Simon McGrath, Routledge, 2019, ISBN: 1138100579,9781138100572
- Teachers and leaders in vocational education and training, Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, OECD reviews of vocational education and training, 2021, ISBN: 9789264367715,9264367713,9789264390027,9264390022,9789264545458,926454545X
- Lehrkräfte und Ausbilder in einer sich wandelnden Welt - Aufbau von Kompetenzen für eine integrative, umweltfreundliche und digitalisierte Berufsbildung (VET). CEDEFOP. https://www.cedefop.europa.eu/files/5586_en.pdf
- Fähigkeiten und Kompetenzen von Berufsbildungslehrern: Vocational Education and Training in Times of Economic Crisis: Lessons from Around the World, Matthias Pilz (eds.), Technical and Vocational Education and Training: Issues, Concerns and Prospects 24, Springer International Publishing, 2017, ISBN: 978-3-319-47854-8,978-3-319-47856-2

Einheit 8. Digitale Bildung für Pädagogen II.: Blended Learning in der Berufsbildung

In dieser Einheit wird das Konzept des Online-Unterrichts genauer untersucht, wobei der Schwerpunkt auf Blended-Learning-Methoden liegt. In diesem Kapitel werden die Lernenden die Vorteile von Blended Learning, die verschiedenen Arten von Blended Learning-Modellen und praktische Tipps für die Umsetzung dieser Methoden in der täglichen Unterrichtspraxis untersuchen.

In diesem Kapitel werden zunächst die zahlreichen Vorteile des Blended Learning untersucht. Durch den Einsatz von Online-Tools und -Ressourcen kann Blended Learning das Engagement der Studierenden erhöhen, aktives Lernen fördern und personalisierte Lernerfahrungen ermöglichen. Die Lernenden werden untersuchen, wie sich diese Vorteile positiv auf die Lehrkompetenzen auswirken und es den Lehrkräften ermöglichen, eine interaktivere und effektivere Lernumgebung zu schaffen.

Als nächstes werden wir uns mit den verschiedenen Arten von Blended-Learning-Modellen beschäftigen. Vom Flipped-Classroom-Ansatz bis hin zum Stationsrotationsmodell werden wir die verschiedenen Möglichkeiten der Integration von Präsenzunterricht und Online-Aktivitäten untersuchen. Durch das Verständnis dieser Modelle werden die Lernenden über das Wissen und die Flexibilität verfügen, um den am besten geeigneten Blended-Learning-Ansatz für ihren spezifischen Lehrkontext und ihre Lernziele auszuwählen.

Schließlich wird die Einheit praktische Tipps für den Einsatz von Blended Learning in der beruflichen Bildung geben. In der Einheit werden Strategien für die Gestaltung effektiver Online-Lernmaterialien, die Förderung der Zusammenarbeit und Interaktion zwischen den Lernenden und die Bewertung der Lernfortschritte diskutiert. Diese Tipps werden die Lehrkräfte in die Lage versetzen, Blended Learning erfolgreich in ihren Berufsbildungskursen einzusetzen und so die Lernerfahrung zu verbessern und eine Beziehung zu den Lernenden aufzubauen.

Während des gesamten Kapitels wird es Gelegenheiten für Diskussionen und Aktivitäten geben, die es den Ausbildern ermöglichen, ihre eigene Unterrichtspraxis zu reflektieren und mit Gleichgesinnten zusammenzuarbeiten. Durch die aktive Teilnahme an diesen interaktiven Elementen



werden die Lernenden ein tieferes Verständnis dafür entwickeln, wie Blended Learning im Berufsbildungskontext effektiv eingesetzt werden kann.

Am Ende dieses Kapitels werden die Lernenden ein umfassendes Verständnis von Blended Learning im Online-Unterricht haben. Sie werden mit dem Wissen und den praktischen Tipps ausgestattet, die notwendig sind, um verschiedene Blended-Learning-Modelle zu implementieren, ihre Vorteile zu nutzen und positive Lehrkompetenzen und Beziehungen zu Ihren Lernenden zu fördern. Die Einbeziehung von Blended-Learning-Ansätzen wird es ihnen ermöglichen, fesselnde und effektive Lernerfahrungen in der Online-Lehrumgebung zu schaffen.

Referenzen:

- 15 Websites für Blended Learning. Technik und Lernen. <https://www.techlearning.com/tl-advisor-blog/8160>
- Blended Learning und Online-Lernen für Global Citizenship: New Technologies and Opportunities for Intercultural Education, William J. Hunter, Roger Austin, Series: Routledge Research in International and Comparative Education, Routledge, Jahr: 2020, ISBN: 2020022881,9780367408213,9780367821661
- Blended Learning in Aktion: ein praktischer Leitfaden für nachhaltige Veränderungen, Green, Jason T.;Tucker, Catlin R.;Wycoff, Tiffany, SAGE Publications;Corwin Press, Jahr: 2017;2016, ISBN: 9781506341163,1506341160
- Blended Learning in der Praxis: A Guide for Practitioners and Researchers, Amanda G. Madden (Herausgeber, Mitwirkender), Lauren Margulieux (Herausgeber, Mitwirkender), Robert S. Kadel (Herausgeber, Mitwirkender), The MIT Press, Jahr: 2019, ISBN: 0262039478
- Blended Learning Universum. Blended Learning. <https://www.blendedlearning.org/>
- Blended Learning. Enhancing Learning Success, Simon K.S. Cheung, Lam-for Kwok, Kenichi Kubota, Lap-Kei Lee, Jumpei Tokito, Lecture Notes in Computer Science 10949, Springer International Publishing, Jahr: 2018, ISBN: 978-3-319-94504-0,978-3-319-94505-7
- Blended Learning. Standorte Google. <https://sites.google.com/site/blendclass/home>
- Blended Learning: Konvergenz zwischen Technologie und Pädagogik, Antonio Víctor Martín-García, Lecture Notes in Networks and Systems 126, Springer International Publishing; Springer, Jahr: 2020, ISBN: 9783030457808,9783030457815
- Coaching-Verläufe. Die PL-Toolbox. <https://www.thepltoolbox.com/progressions.html>
- Ressourcen für Pädagogen. Ressourcen für Blended Learning von Seton Education Partners. <https://www.blendedlearning.org/>
- TeachThought. TeachThought. <https://www.teachthought.com>

Einheit 9. Digitale Bildung für Pädagogen III: Neue Lehrmethoden in der Berufsbildung

In dieser Lektion werden die neuesten Trends im Lehr- und Bildungsbereich untersucht, wobei der Schwerpunkt auf sechs der neuesten und wirkungsvollsten Ansätze liegt. Sie vergleicht und kontrastiert diese Trends und gibt Einblicke in ihre einzigartigen Eigenschaften und potenziellen Vorteile. Anhand von Beispielen und Fallstudien wird aufgezeigt, wie diese Methoden in unterschiedlichen Kontexten eingesetzt werden können, um die Erfahrungen der Lernenden zu bereichern und einen ansprechenden und unterhaltsamen Unterricht zu gestalten.



Zu Beginn der Einheit wird der Unterschied zwischen projektbasiertem Lernen und problemorientiertem Lernen erläutert. Diese schülerzentrierten Ansätze betonen die aktive Teilnahme, das kritische Denken und die Problemlösungsfähigkeiten. Die Lernenden werden sich mit den Hauptmerkmalen jeder Methode befassen, ihre Gemeinsamkeiten und Unterschiede hervorheben und Beispiele aus der Praxis zeigen, wie sie erfolgreich umgesetzt wurden.

Im nächsten Kapitel werden die Konzepte des Mikrolernens und des mundgerechten Lernens untersucht. In einer Welt, in der die Aufmerksamkeitsspanne immer kürzer wird, unterteilen diese Ansätze das Lernen in kleinere, besser handhabbare Einheiten. In diesem Kapitel wird untersucht, wie effektiv sie die Wissensspeicherung und die Flexibilität fördern, und es werden praktische Beispiele dafür gegeben, wie Microlearning und mundgerechtes Lernen in verschiedene Lernumgebungen integriert werden können.

Darüber hinaus wird die Einheit die Bereiche Gamification und spielbasiertes Lernen untersuchen. Durch die Einbindung von Spielelementen in den Lernprozess erhöhen diese Ansätze das Engagement und die Motivation der Lernenden. Die Lernenden werden die Grundsätze der Gamification und des spielbasierten Lernens erörtern, ihre Anwendungen in verschiedenen Fächern und Altersgruppen untersuchen und inspirierende Beispiele dafür geben, wie Pädagogen diese Methoden erfolgreich eingesetzt haben, um interaktive und unterhaltsame Lernerfahrungen zu schaffen.

Abschließend bietet das Kapitel eine Reihe von Aktivitäten, um das in diesem Kapitel erworbene Wissen weiter zu vertiefen. Diese Aktivitäten regen die Lernenden dazu an, ihre eigene Unterrichtspraxis zu reflektieren, die untersuchten Konzepte anzuwenden und zusätzliche Ressourcen zu erkunden, um das Verständnis für diese innovativen Trends zu vertiefen.

Am Ende dieses Kapitels werden die Lernenden ein umfassendes Verständnis für die neuesten Trends im Bildungsbereich haben. Sie werden mit praktischem Wissen und Beispielen ausgestattet, um projektbasiertes Lernen, problembasiertes Lernen, Microlearning, mundgerechtes Lernen, Gamification und spielbasiertes Lernen in ihrer eigenen Unterrichtspraxis umzusetzen. Diese Ansätze werden das Engagement der Lernenden erhöhen, dynamischere und unterhaltsamere Klassen schaffen und letztendlich zum Gesamterfolg der Bildungsreise Ihrer Schüler beitragen.

Referenzen:

- Bewährte Praktiken für Mentoring in Online-Programmen: Supporting Faculty and Students in Higher Education, Susan Ko, Olena Zhadko, Best Practices in Online Teaching and Learning, Routledge 2022, ISBN: 9780429434754
- Catch a fire: fuelling inquiry and passion through project-based learning, Henderson, Matt A, Portage & Main Press 2019, ISBN:9781553797517,9781553797890,1553797892,9781553797906,1553797906
- Gamification, Digitalisierung und Industrie 4.0: Transformation und Disruption verstehen und erfolgreich managen, Lutz Anderie (auth.), Gabler Verlag 2018, ISBN: 978-3-658-19864-0, 978-3-658-19865-7
- Gamification in Learning and Education: Enjoy Learning Like Gaming, Sangkyun Kim, Kibong Song, Barbara Lockee, John Burton, Advances in Game-Based Learning, Springer International Publishing 2018, ISBN: 978-3-319-47282-9, 978-3-319-47283-6



- Global Perspectives on Project-Based Language Learning, Teaching, and Assessment: Key Approaches, Technology Tools, and Frameworks, Gulbahar H. Beckett (editor), Tammy Slater (editor), Routledge Studies in Applied Linguistics, Routledge 2019, ISBN: 113835175X,9781138351752
- Project-Based Learning: How to Approach, Report, Present, and Learn from Course-Long Projects, Harm-Jan Steenhuis, Lawrence Rowland, Business Expert Press 2018, ISBN: 1631574752,9781631574757
- Projektbasiertes Lernen leicht gemacht: 100 Aktivitäten für den Unterricht, die Neugier, Problemlösung und selbstgesteuertes Entdecken anregen, April Smith, Books For teachers, Ulysses Press 2018, ISBN: 9781612438191
- Schülerzentriertes Mentoring: Schüler in den Mittelpunkt des Lernens neuer Lehrer stellen, Amanda Brueggeman, Corwin 2022, ISBN: 1071855190,9781071855195

Einheit 10. Rahmenbedingungen für den Tourismus der Zukunft: Lehren Sie, wie man mit der digitalen Krise umgeht.

Diese Einheit bietet Lehrkräften wertvolle Werkzeuge und Strategien, um eine hypothetische digitale Krise in einen strategischen Fortschritt zu verwandeln. Die Einheit konzentriert sich auf drei Schlüsselaspekte: Stärkung des digitalen Rufs, Umgang mit negativen Bewertungen und Rebranding bestimmter Aktivitäten. Durch die Beschäftigung mit diesen Bereichen werden die Lehrkräfte mit dem notwendigen Wissen und den Fähigkeiten ausgestattet, um digitale Herausforderungen effektiv zu meistern und zu bewältigen.

Das Kapitel beginnt mit der Untersuchung von Möglichkeiten zur Stärkung des digitalen Rufs. Die Lernenden werden sich mit der Bedeutung des Online-Reputationsmanagements befassen und praktische Vorschläge machen, wie man seine digitale Präsenz verbessern und schützen kann. Durch die Umsetzung dieser Strategien können Lehrkräfte ein positives Online-Image aufbauen, das ihre Glaubwürdigkeit und Professionalität stärkt.

Als Nächstes werden sich die Lernenden mit dem Umgang mit negativen Bewertungen befassen. Die Einheit bietet eine Schritt-für-Schritt-Anleitung, wie man mit negativem Feedback umgeht und potenziellen Schaden abmildert. Die Lehrkräfte lernen effektive Kommunikationstechniken, Konfliktlösungsstrategien und Methoden, um negative Erfahrungen in Chancen für Wachstum und Verbesserung zu verwandeln.

Schließlich konzentriert sich die Einheit auf das Konzept des Rebrandings bestimmter Aktivitäten. Angesichts der Bedeutung der Markenbildung im digitalen Zeitalter werden die Lernenden untersuchen, wie Lehrkräfte ihre Aktivitäten strategisch neu positionieren und revitalisieren können, um ihre Zielgruppe anzusprechen und zu begeistern. In diesem Kapitel wird die Bedeutung von konsistentem Messaging, visueller Identität und Storytelling für die Schaffung einer überzeugenden Markenerzählung diskutiert.

Während des gesamten Kapitels werden praktische Beispiele und Fallstudien zur Veranschaulichung der besprochenen Konzepte und Strategien angeführt. Die Lehrkräfte haben die



Möglichkeit, diese Grundsätze auf ihren eigenen beruflichen Kontext anzuwenden, um sicherzustellen, dass die Informationen nachvollziehbar und umsetzbar sind.

Am Ende dieses Kapitels werden die Lehrkräfte mit den Instrumenten ausgestattet sein, die sie benötigen, um eine digitale Krise effektiv zu bewältigen und sie in einen strategischen Fortschritt zu verwandeln. Sie werden ein umfassendes Verständnis dafür erlangt haben, wie man den digitalen Ruf stärkt, mit negativen Kritiken umgeht und bestimmte Aktivitäten neu positioniert. Durch die Anwendung dieser Strategien können Lehrkräfte ihre Online-Präsenz verbessern, Herausforderungen effektiv bewältigen und einen positiven und wirkungsvollen digitalen Fußabdruck schaffen.

Referenzen:

- Coombs WT. September 2014. Krisenmanagement und Kommunikation. <http://www.instituteforpr.org/crisis-management-communications/>
- Simola S. Lehren von Unternehmenskrisenmanagement durch Unterricht in Unternehmensethik. European Journal of Training and Development. 2014;38(5):485-503. DOI: 10.1108/EJTD-05-2013-0055
- Benzaghta, M. A., Elwalda, A., Mousa, M. M., Erkan, I., & Rahman, M. (2021). Anwendungen der SWOT-Analyse: An integrative literature review. Journal of Global Business Insights, 6(1), 55-73. <https://www.doi.org/10.5038/2640-6489.6.1.1148>
- Alpaslan, C.M., Green, S.E. und Mitroff, I.I. (2009), Corporate Governance in the Context of Crises: Towards a Stakeholder Theory of Crisis Management. Journal of Contingencies and Crisis Management, 17: 38-49. <https://doi.org/10.1111/j.1468-5973.2009.00555.x>
- Gürel, Ş., & Tat, M. (2017). SWOT ANALYSIS: A THEORETICAL REVIEW. The Journal of International Social Research, 10(51), 994-1006. <https://doi.org/10.17719/jisr.2017.1832>
- Wut, T. M., Xu, J., & Wong, S. M. (2021). Krisenmanagementforschung (1985-2020) im Gastgewerbe und in der Tourismusbranche: A review and research agenda. Tourism Management, 85, 104307. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104307>
- Afshardoost, M., & Eshaghi, M. S. (2020). Reisezielimage und Verhaltensabsichten von Touristen: A meta-analysis. Tourism Management, 81, 104154.
- Shin, H., Perdue, R. R., & Pandelaere, M. (2020). Managing Customer Reviews for Value Co-creation: An Empowerment Theory Perspective. Journal of Travel Research, 59(5), 792-810. <https://doi.org/10.1177/0047287519867138>

Einheit 11. Rahmenbedingungen für den Tourismus der Zukunft: Wie man aktuelle Trends findet und verfolgt

Einheit 11 bietet Lehrkräften ein umfassendes Instrumentarium zur Erforschung und Analyse aktueller Tourismustrends. Die Einheit konzentriert sich auf zwei Schlüsselbereiche: das Verständnis der touristischen Bedürfnisse verschiedener Generationen und die Identifizierung von Online-Trends und -Ressourcen. Durch die Erforschung dieser Themen werden die Lehrkräfte mit dem Wissen und den Fähigkeiten ausgestattet, um informiert zu bleiben und ihren Unterricht an die sich entwickelnden Bedürfnisse der Tourismusindustrie anzupassen.



Zu Beginn des Kapitels wird erläutert, wie wichtig es ist, die touristischen Bedürfnisse der verschiedenen Generationen zu verstehen. Die Lernenden werden die Merkmale und Vorlieben der verschiedenen Generationen, wie z. B. der Baby-Boomer, der Generation Z und der Generation Y (Millennials), erkunden. Indem sie Einblicke in ihr einzigartiges Reiseverhalten, ihre Interessen und Erwartungen erhalten, können Lehrkräfte ihre Unterrichtsansätze und Lehrpläne so anpassen, dass sie die Bedürfnisse der verschiedenen Lerngruppen effektiv ansprechen und erfüllen.

Das nächste Kapitel befasst sich mit den Methoden und Ressourcen, die zur Erforschung von Online-Trends in der Tourismusbranche zur Verfügung stehen. Die Lernenden erörtern effektive Strategien für die Suche und Analyse relevanter Informationen, wie z. B. Branchenberichte, Marktforschung, Social Media Listening und Online-Umfragen. Lehrkräfte erfahren, wo sie verlässliche und aktuelle Daten zu Tourismustrends finden, damit sie die neuesten Erkenntnisse in ihre Unterrichtsmaterialien und Diskussionen im Klassenzimmer einbeziehen können.

Im gesamten Kapitel werden praktische Beispiele und Fallstudien vorgestellt, um zu veranschaulichen, wie Lehrer die Forschungsergebnisse auf ihre Unterrichtspraxis anwenden können. Dadurch wird sichergestellt, dass die Informationen in realen Szenarien anwendbar und nachvollziehbar sind.

Am Ende dieses Kapitels werden die Lehrkräfte ein umfassendes Verständnis für die Erforschung aktueller Tourismustrends gewonnen haben. Sie werden mit den Werkzeugen ausgestattet sein, um die touristischen Bedürfnisse verschiedener Generationen zu verstehen und relevante Online-Ressourcen zu identifizieren, um über die neuesten Trends auf dem Laufenden zu bleiben. Indem sie diese Erkenntnisse in ihren Unterricht integrieren, können die Lehrkräfte einen dynamischen und ansprechenden Unterricht gestalten, der die sich entwickelnden Anforderungen und Interessen der Tourismusbranche widerspiegelt und sicherstellt, dass ihre Schülerinnen und Schüler gut auf zukünftige Karrieremöglichkeiten vorbereitet sind.

Referenzen:

- Aldao, C., Blasco, D. und Poch Espallargas, M. (2022), Lessons from COVID-19 for the future: destination crisis management, tourist behaviour and tourism industry trends, *Journal of Tourism Futures*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JTF-02-2022-0059>
- Demir, M., Demir, Ş. Ş., Dalgiç, a., & Ergen, F. D. (2021). Die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf die Tourismusbranche: Eine Bewertung aus der Sicht der Hotelmanager. *Journal of Tourism Theory and Research*, 7(1), 44-57
- Kayumovich, K. O., Gulyamovich, D. I., & Khudoynazarovich, S. A. (2020). Informations- und Informationstechnologien im digitalen Tourismus. Sonderausgabe über finanzielle Entwicklungsperspektiven des Lebensstandards in Zentralasien, 32 S.33-34
- Van, N. T. T., Vrana, V., Duy, N. T., Minh, D. X. H., Dzung, P. T., Mondal, S. R., & Das, S. (2020). Die Rolle interaktiver Mensch-Maschine-Geräte für den innovativen nachhaltigen Tourismus nach der COVID-19 in Ho-Chi-Minh-Stadt, Vietnam. *Nachhaltigkeit*, 12(22), 9523
- Yang, E. C. L., (2021) Was motiviert und hindert Menschen daran, allein zu reisen? Eine Studie über Allein- und Nicht-Solo-Reisende, *Current Issues in Tourism*, 24:17, 2458-2471, DOI: 10.1080/13683500.2020.1839025



- Khanra, S., Dhir, A., Kaur, P., Mäntymäki, M. (2021). Bibliometrische Analyse und Literaturübersicht über Ökotourismus: Toward sustainable development. Journal of Tourism Management Perspectives, Band 37, 100777, ISSN 2211-9736, <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100777>
- Paulauskaite, D., Powell, R., Coca-Stefaniak, J. A., Morrison, A. M. (2017). Leben wie ein Einheimischer: Authentische Tourismuserlebnisse und die Sharing Economy. Internationale Zeitschrift für Tourismusforschung, Band 19, Ausgabe 6, 619-628
- Martínez-González, J.A.; Álvarez-Albelo, C.D. (2021) Influence of Site Personalization and First Impression on Young Consumers' Loyalty to Tourism Websites. Nachhaltigkeit, 13, 1425. <https://doi.org/10.3390/su13031425>
- Zeqiri, A., Dahmani, M., & Youssef, A. B. (2020). Die Digitalisierung der Tourismusbranche: Welche Auswirkungen hat die neue Welle von Technologien. Balkan Economic Review, 2, 63-82
- Piccoli, G., Lui, T., Grün, B. (2017). The impact of IT-enabled customer service systems on service personalization, customer service perceptions, and hotel performance, Tourism Management, Volume 59, 349-362, ISSN 0261-5177, <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.08.015>
- Christou, P., Farmaki, A., & Evangelou, G. (2018). Nurturing nostalgia?: A response from rural tourism stakeholders. Tourism Management, 69, 42-51. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.05.010>
- Marschall, S. (2017). Tourismus und Erinnerungen an die Heimat: Migranten, Vertriebene, Exilanten und diasporische Gemeinschaften. Channel View Publications.
- "European Multi-generational Travel Trends", 2018. Expedia und das Center for Generational Kinetics

Einheit 12. Rahmenbedingungen für den Tourismus der Zukunft: Wie Sie Ihre digitale Identität schaffen und Ihre Arbeit verbessern können

Einheit 12 befasst sich mit der Schaffung einer digitalen Identität und der digitalen Vernetzung. Die Einheit wird den Lehrkräften wertvolle Einblicke und bewährte Verfahren bieten, um eine starke digitale Präsenz aufzubauen und digitale Marketingstrategien zu nutzen. Zu den vorgeschlagenen Inhalten dieses Kapitels gehören das Verständnis der Bedeutung und Wichtigkeit des digitalen Marketings, der Aufbau einer überzeugenden digitalen Identität und die Erkundung verschiedener sozialer Netzwerke und Online-Tools.

Das Kapitel beginnt mit einer Untersuchung der Bedeutung und des Stellenwerts des digitalen Marketings. Die Lehrkräfte werden verstehen, wie digitales Marketing die Art und Weise verändert hat, wie Unternehmen und Fachleute ihre Arbeit bewerben, ihre Zielgruppe erreichen und sinnvolle Verbindungen aufbauen. Sie werden Schlüsselkonzepte und -strategien wie Suchmaschinenoptimierung (SEO), Content Marketing, Social Media Marketing und E-Mail-Marketing diskutieren. Durch das Verständnis dieser Konzepte werden die Lehrkräfte in der Lage sein, effektive digitale Marketingtechniken einzusetzen, um ihre Arbeit zu verbessern und mit ihrem Publikum in Kontakt zu treten.

Das nächste Kapitel befasst sich mit dem Thema digitale Präsenz und Identität. Die Lernenden erforschen die Elemente, die zu einer starken digitalen Identität beitragen, einschließlich der Bedeutung von persönlichem Branding, konsistentem Messaging und professionellem Storytelling. Die Lehrkräfte lernen, wie sie ihre digitale Präsenz mit ihren Zielen und Werten in Einklang bringen, ihr Fachwissen und ihre Leistungen effektiv vermitteln und einen positiven Online-Ruf aufbauen können.



Darüber hinaus werden verschiedene soziale Netzwerke und Online-Tools untersucht, die die digitale Vernetzung und das berufliche Wachstum erleichtern können. Die Lernenden werden beliebte Plattformen wie LinkedIn, Twitter und professionelle Blogs diskutieren und ihre einzigartigen Funktionen und Vorteile hervorheben. Die Lehrkräfte erhalten Einblicke, wie sie diese Plattformen effektiv nutzen können, um ihr berufliches Netzwerk zu erweitern, ihre Arbeit mit anderen zu teilen, mit Kollegen zusammenzuarbeiten und über Branchentrends auf dem Laufenden zu bleiben.

Während des gesamten Kapitels werden praktische Beispiele und Fallstudien zur Veranschaulichung der besprochenen Konzepte und Strategien angeführt. Die Lehrkräfte haben die Möglichkeit, diese Grundsätze auf ihren eigenen beruflichen Kontext anzuwenden, um sicherzustellen, dass die Informationen nachvollziehbar und umsetzbar sind.

Am Ende dieses Kapitels werden die Lehrer mit dem Wissen und den Werkzeugen ausgestattet sein, um eine überzeugende digitale Identität zu schaffen und ihre Arbeit durch effektives digitales Marketing und Online-Netzwerke zu verbessern. Sie werden die Bedeutung der digitalen Präsenz und Identität verstehen und wissen, wie sie eine ansprechende Online-Persönlichkeit kultivieren können. Darüber hinaus werden die Lehrkräfte mit verschiedenen sozialen Netzwerken und Online-Tools vertraut sein, die es ihnen ermöglichen, Verbindungen zu knüpfen, zusammenzuarbeiten und innerhalb ihrer beruflichen Gemeinschaften auf dem Laufenden zu bleiben. Die Anwendung dieser Praktiken wird Lehrern helfen, ihren beruflichen Ruf zu verbessern, ihre Möglichkeiten zu erweitern und sich in der digitalen Landschaft effektiv zurechtzufinden.

Referenzen:

- Pencarelli, T. (2019). Die digitale Revolution in der Reise- und Tourismusbranche. *Journal of Information Technology & Tourism* Band 22, 455-476. <https://doi.org/10.1007/s40558-019-00160-3>
- Bala, M., Verma, D. (2018). A Critical Review of Digital Marketing. *International Journal of Management, IT & Engineering*, 8(10), 321-339.
- Kannan, P. K., Hongshuang, A. L. (2017). Digital Marketing: A framework, review and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*, Volume 34, Issue 1, 22-45, ISSN 0167-8116, <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2016.11.006>.
- Universelles Marketing-Wörterbuch. *Marketing-Wörterbuch der gemeinsamen Sprache*. (2023, Mai 4). <https://marketing-dictionary.org/>
- Ritz, W., Wolf, M., McQuitty, S. (2019), "Digital marketing adoption and success for small businesses: The application of the do-it-yourself and technology acceptance models", *Journal of Research in Interactive Marketing*, Vol. 13 No. 2, pp. 179-203. <https://doi.org/10.1108/JRIM-04-2018-0062>
- Kaur, G. (2017). Die Bedeutung des digitalen Marketings in der Tourismusbranche. *International Journal of Research - Granthaalayah*, 5(6), 72- 77. <https://doi.org/10.5281/zenodo.815854>
- Marktanteil der Suchmaschinen weltweit. *StatCounter Global Stats*. (n.d.). <https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share>
- Reillier, L. C., Reillier, B. (2017). *Platform Strategy: How to Unlock the Power of Communities and Networks to Grow Your Business*. Routledge, Taylor & Francis Group
- Kemp, S. (2021). Digital 2020: Globale digitale Übersicht - DataReportal - globale digitale Einblicke. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview>
- Petrosyan, A. (2023, 3. April). Internet- und Social-Media-Nutzer in der Welt 2023. Statista. <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>



- Bericht "Digital 2022". Hootsuite. (2022). <https://www.hootsuite.com/research/social-trends#67J3gYjmYRHkJcIINCFEmY>
- Matkiki, R., Mpinganjira, M., Roberts-Lombard, M. (2017). Social Media in Tourism: Establishing Factors Influencing Attitudes towards the Usage of Social Networking Sites for Trip Organisation. Acta Commercii Journal, vol. 17, iss. 1, 1-13. doi: 10.4102/ac.v17i1.396
- Tafveez, M. (2017). Die Rolle der sozialen Medien im Tourismus: A Literature Review. International Journal for Research in Applied Science and Engineering Technology 2017 Vol.5 No.11 pp.633-635 ref.19
- Sotiriadis, M.D. (2017), "Sharing tourism experiences in social media: A literature review and a set of suggested business strategies", International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 29 No. 1, pp. 179-225. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2016-0300>
- Moro, S. und Rita, P. (2018), "Brand strategies in social media in hospitality and tourism", International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 30 No. 1, pp. 343-364. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-07-2016-0340>



2.4 Fesselnde und wirkungsvolle Lernerfahrungen schaffen

Die Schaffung ansprechender Lernerfahrungen erfordert einen ganzheitlichen Ansatz. Es geht nicht einfach darum, die eine oder andere Modalität auszuwählen, um den Lernerfolg zu garantieren. Und schon gar nicht geht es darum, das Lernen auf einen bestimmten Zeitrahmen zu beschränken. Lernerfahrungen müssen organisch sein und sich frei neben dem Arbeitsfluss entwickeln. Sie müssen in den Herzen und Köpfen der Lernenden allgegenwärtig sein. Nachfolgend finden Sie 7 Techniken, die innovative Schulungsleiter einsetzen, um fesselnde und wirkungsvolle Schulungserfahrungen zu schaffen.

- **Design Thinking umarmen**

Der Online-Kurs bietet einen Design-Thinking-Ansatz. Anstatt sich auf die Lernergebnisse zu konzentrieren, können Anbieter von Tierarzneimitteln mit offenen Fragen beginnen, die auf die Bedürfnisse der Lernenden eingehen. Dies kann eine Befragung der Lernenden und die Einbeziehung der Online-Kurseinheiten von Anfang an beinhalten, um sicherzustellen, dass sie sich an den wichtigsten Prioritäten und Werten orientieren. Durch die Ermittlung von Trends und Anforderungen mithilfe von Design Thinking und bewährten Verfahren der Erwachsenenbildung können sie die effektivste Bereitstellungsmodalität für die jeweilige Schulungserfahrung besser ermitteln.

- **Mobiles Lernen nutzen**

Auf den Spuren des Design Thinking ist mobiles Lernen eine Lösung, die das Engagement fördert. Dieser Online-Kurs nutzt die Wissenschaft des Lernens, um ansprechende Lernerfahrungen zu schaffen. Die mobile Bereitstellung ist effektiv für kurze Mikro-Lerneinheiten und Videos. Wenn man die Möglichkeiten des mobilen Lernens versteht, kann man den Erwartungen der Millennials und der Generation Z gerecht werden, aber auch andere Generationen werden davon profitieren. Der Schlüssel zum mobilen Lernen liegt darin, eine Lernerfahrung zu schaffen, die nachhaltig ist und die Lernenden in ihren täglichen Aufgaben unterstützt.

- **Verwenden Sie Videos, um die Aufmerksamkeit der Lernenden zu wecken und zu erhalten**

Das Lernen per Video ist ein wirksames Mittel, um das Engagement der Lernenden zu steigern und ihre Lernfähigkeit zu verbessern. In einer Zeit, in der das "Binge-Watching" von Fernsehsendungen gang und gäbe ist, macht dies durchaus Sinn. Kurze und unterhaltsame Videos können leicht auf Heimcomputern oder mobilen Geräten abgerufen werden und bieten eine skalierbare und kostengünstige Lösung. Videos eignen sich auch hervorragend für kurze Demonstrationen und sind eine wichtige Arbeitshilfe für die Mitarbeiter. Genauso wie jemand im Internet nach Anleitungsvideos zum Brotbacken sucht, kann er bei der Arbeit auf wichtige technische Informationen zugreifen. Videobotschaften von Ausbildern, Moderatoren und Führungskräften sind ebenfalls eine gute



Möglichkeit, Informationen aus der Ferne zu vermitteln. Glücklicherweise war es noch nie so einfach, Videos zu erstellen, wie mit den vielen Tools zur Bildschirmaufnahme und den Kameras, die auf Desktop-Computern und mobilen Geräten verfügbar sind.

- **Soziales Lernen zum Aufbau einer Gemeinschaft nutzen**

Dieser Online-Kurs kann für Lernmanagementsysteme (LMS) angeboten werden, die Portale für soziale Netzwerke einbauen können, um Peer-to-Peer-Lernen, Mentoring und mehr zu unterstützen. Die Bereitstellung eines sozialen Raums, in dem die Lernenden ihre Erfahrungen austauschen können, trägt zur Förderung einer Coaching-Kultur in Ihrer Organisation bei.

- **Erfahrungsorientiertes Lernen anwenden**

Effektive Lernerfahrungen sind oft solche, die Übung, Reflexion und Zusammenarbeit beinhalten, um das Behalten zu fördern. Erfahrungsorientiertes Lernen lässt die Lernenden in eine Erfahrung eintauchen und ermöglicht ihnen, Wissen in realen Situationen anzuwenden. Dieser Online-Kurs berücksichtigt Spiele, spielbasiertes Lernen, virtuelle oder erweiterte Realität (VR oder AR) als Teil seiner Aktivitäten und bietet so Lernerfahrungen, die nicht nur relevant, sondern auch eindringlich und fesselnd sind. Berufsbildungsanbieter können Rollenspiele in einer Fernlernumgebung sowie Unternehmenssimulationen, Avatare und spielähnliche interaktive Erfahrungen in Betracht ziehen, um die Lernenden zu motivieren.

- **Just-in-time machen**

Da so viel online gelernt wird, wird es für Lehrkräfte immer schwieriger, mit den Lernenden in Kontakt zu bleiben, wenn sie am Arbeitsplatz sind. Dieser Ansatz führt nicht nur dazu, dass man ihn vergisst, sondern auch dazu, dass man die Gelegenheit verpasst, sich auf sinnvolle Weise mit den Lernenden zu beschäftigen. In Abwesenheit von Lehrkräften, Mentoren, Ausbildern, Dozenten usw. müssen die digitalen Lernerfahrungen so attraktiv und interaktiv wie möglich sein. Die Lernenden werden fragen: "Was habe ich davon?", und die Ausbilder dieses Online-Kurses müssen diese Frage beantworten - dieser Online-Kurs muss Spaß machen, relevant, zugänglich und zeitnah sein.

- **Coaching und Verstärkung**

Spannende Lernerfahrungen müssen nicht mit dem Ende dieses Online-Kurses enden. Stattdessen können alle Anbieter von Tierarzneimitteln darüber nachdenken, wie sie eine Coaching-Kultur in ihrer Organisation aufbauen können, damit das Lernen kontinuierlich und immer relevant für die Arbeitsleistung ist. Durch den Einsatz von Elementen wie Scorecards und Einzelgesprächen kann die Lernleistung kontinuierlich überwacht und hilfreiches Coaching und Einblicke gewährt werden.



2.5 Lernmaterialien entwickeln

Die folgenden Lernmaterialien wurden als Teil des Online-Kurses für Tierarztpraxen entwickelt:

- Überblick über den Online-Kurs [\(siehe Link\)](#)
- Online-Kurs 12 Einheiten [\(siehe Link\)](#)
- Online-Kursbeurteilungen [\(siehe Link\)](#)
- Online-Kurs-Lektüre [\(siehe Link\)](#)
- Literaturübersichtsbericht [\(siehe Link\)](#)



3. Anhang

3.1 Lernmaterial:

Englisch

Griechisch

Polnisch

Italienisch