



Experience Economy Circle Austria

DECLARATION

Die Experience Economy ist jene Wirtschaftsform, in der nachhaltiger wirtschaftlicher Erfolg durch bewusst gestaltete Erfahrungen für Menschen entsteht – über alle Branchen, Produkte, Dienstleistungen und öffentlichen Institutionen hinweg.

Experience schafft Zukunft.

Ein Grundsatzpapier für Wohlstand, Wettbewerbsfähigkeit und Lebensqualität.

26.06.2026

www.experience-economy.org

Vorwort

Warum Österreich jetzt eine Experience Economy Strategie braucht

Jede Epoche der Wirtschaftsgeschichte wurde durch einen grundlegenden Wandel ihrer Wertschöpfungslogik geprägt.

Die erste industrielle Revolution steigerte die Leistungsfähigkeit menschlicher Arbeit durch Mechanisierung. Die zweite ermöglichte Massenproduktion. Die dritte machte Information zu einem Produktionsfaktor. Die vierte verbindet heute digitale Technologien, künstliche Intelligenz und globale Netzwerke zu einer neuen Form wirtschaftlicher Leistungsfähigkeit.

Doch parallel zu diesen technologischen Entwicklungen vollzieht sich ein weiterer, häufig unterschätzter Wandel.

Nicht mehr allein Produkte, Dienstleistungen oder Technologien entscheiden über wirtschaftlichen Erfolg. Immer stärker bestimmt die Qualität der Erfahrungen, die Menschen mit Unternehmen, Institutionen, Produkten und Regionen machen, wie Kaufentscheidungen getroffen, Vertrauen aufgebaut, Innovation angenommen und langfristige Beziehungen gestaltet werden.

Internationale Forschung aus den Bereichen Wirtschaft, Management, Psychologie, Verhaltenswissenschaften, Human-Centered Design und User Experience beschreibt diesen Wandel seit Jahren mit bemerkenswerter Konsistenz.

Unternehmen, die ihre Kunden, Mitarbeitenden und Partner konsequent in den Mittelpunkt ihrer Entscheidungen stellen, wachsen überdurchschnittlich, erzielen höhere Loyalität, verfügen über resilientere Geschäftsmodelle und entwickeln Innovationen erfolgreicher. Gleichzeitig zeigen Studien, dass gut gestaltete Nutzererfahrungen Entwicklungskosten senken, digitale Transformation beschleunigen und die Akzeptanz neuer Technologien – insbesondere künstlicher Intelligenz – maßgeblich beeinflussen.

Experience ist damit keine weiche Disziplin des Marketings.

Experience ist zu einem strategischen

Produktionsfaktor geworden.

Während Kapital, Arbeit, Energie und Technologie die industrielle Wirtschaft geprägt haben, entwickelt sich die bewusste Gestaltung menschlicher Erfahrungen zunehmend zu einem eigenständigen **Wettbewerbsfaktor moderner Volkswirtschaften.**

Diese Entwicklung betrifft längst nicht mehr nur den Konsum.

Sie verändert Industrieunternehmen ebenso wie Krankenhäuser,

Schulen, Banken, Verwaltungen, Mobilitätssysteme, Tourismusregionen, Produktionsbetriebe und digitale Plattformen. Überall dort, wo Menschen mit Organisationen, Produkten oder Technologien interagieren, entstehen Erfahrungen – und mit ihnen wirtschaftlicher oder gesellschaftlicher Wert.

Österreich besitzt für diese Entwicklung außergewöhnliche Voraussetzungen.

Kaum ein anderes Land vereint industrielle Weltmarktführer, international anerkannte Forschung, eine starke Kreativwirtschaft, exzellentes Handwerk, kulturelles Erbe, Tourismuskompetenz, hohe Lebensqualität und eine ausgeprägte mittelständische Unternehmensstruktur auf vergleichsweise engem Raum. Diese Stärken wurden bislang jedoch überwiegend getrennt betrachtet.

- Industriepolitik konzentriert sich auf Produktion und Export.
- Digitalisierungspolitik auf Technologien.
- Tourismuspolitik auf Gästezahlen.
- Kulturpolitik auf kulturelle Teilhabe.
- Innovationspolitik auf Forschung und Entwicklung.

Was bislang fehlt, ist ein **gemeinsamer strategischer Rahmen**, der diese Stärken aus der Perspektive des Menschen verbindet.

Die **Experience Economy** bietet einen solchen Rahmen.

Sie versteht wirtschaftlichen Erfolg nicht ausschließlich als Ergebnis besserer Produkte oder effizienterer Prozesse, sondern als Folge bewusst gestalteter Erfahrungen entlang sämtlicher Berührungspunkte zwischen Menschen, Organisationen und Technologien.

Sie ist keine zusätzliche Branche.

Sie ist eine neue wirtschaftliche Perspektive.



Diese Deklaration verfolgt daher ein klares Ziel:

Sie möchte die Experience Economy als strategischen Bestandteil der österreichischen Wirtschafts-, Innovations- und Standortpolitik etablieren.

Sie basiert auf internationalen wissenschaftlichen Erkenntnissen, den Entwicklungen der Human-Centered-Design-Forschung, den Erkenntnissen des UX Trend Reports des World Usability Congress sowie den Ergebnissen des Austrian WOW Reports. Gemeinsam zeigen sie, dass außergewöhnliche Erfahrungen weder Zufall noch Luxus sind.

Sie sind gestaltbar, messbar und wirtschaftlich relevant.

Die folgenden Kapitel verbinden diese internationale Evidenz mit den besonderen Stärken Österreichs. Sie zeigen auf, warum Experience Economy weit mehr ist als Customer Experience oder Service Design. Sie beschreiben einen wirtschaftspolitischen Ansatz, der Unternehmen wettbewerbsfähiger, Regionen lebenswerter, öffentliche Institutionen wirksamer und Österreich insgesamt attraktiver machen kann.

Wir definieren **Experience Economy daher als jene Wirtschaftsform**, in der nachhaltiger wirtschaftlicher Erfolg durch bewusst gestaltete Erfahrungen für Menschen entsteht – über alle Branchen, Produkte, Dienstleistungen und öffentlichen Institutionen hinweg.

Diese Definition versteht Experience nicht als Ergänzung wirtschaftlichen Handelns.

Sie versteht Experience als dessen zentrale Qualität.

Wenn das 20. Jahrhundert von der Optimierung von Kapital, Arbeit und Technologie geprägt war, dann wird das 21. Jahrhundert zunehmend durch die Qualität menschlicher Erfahrungen entschieden.

Österreich hat die Chance, diese Entwicklung nicht nur zu begleiten, sondern aktiv mitzugestalten.

Diese Deklaration ist eine Einladung, diesen Weg gemeinsam zu gehen.

Teil I - Der globale Paradigmenwechsel

Kapitel 1: Die neue Logik wirtschaftlicher Wertschöpfung

Die Weltwirtschaft tritt in eine neue Phase ein.

Über Jahrzehnte wurde wirtschaftlicher Fortschritt vor allem über drei Größen beschrieben: **Produktivität, Effizienz und technologische Leistungsfähigkeit.** Unternehmen wurden erfolgreicher, wenn sie schneller, günstiger, präziser oder skalierbarer produzierten. Volkswirtschaften wurden wettbewerbsfähiger, wenn sie Kapital, Arbeit, Energie und Technologie besser kombinierten als andere.

Diese Logik bleibt wichtig.

Aber sie reicht nicht mehr aus. In einer Welt, in der Produkte immer schneller vergleichbar werden, Dienstleistungen digitalisiert werden, Technologien global verfügbar sind und künstliche Intelligenz operative Exzellenz zunehmend automatisiert, verschiebt sich der entscheidende Wettbewerbsvorteil.

Nicht mehr allein das Produkt, Preis und Technologie entscheiden.

Entscheidend wird die **Qualität der Erfahrung**, die Menschen mit einem Unternehmen, einer Marke, einer Region, einer Technologie oder einer öffentlichen Institution machen. Damit verändert sich die Logik der Wertschöpfung.

Wert entsteht nicht nur durch Herstellung.

Wert entsteht durch Bedeutung.

Wert entsteht durch Vertrauen.

Wert entsteht durch Einfachheit.

Wert entsteht durch Orientierung.

Wert entsteht durch Beziehung.

Wert entsteht durch positive Erinnerung.

Erinnern Sie sich an ihre eignen Erfahrungen. Wann wird WERT geschaffen?

Die Experience Economy beschreibt genau diesen Wandel.

Sie ist jene Wirtschaftsform, in der nachhaltiger wirtschaftlicher Erfolg durch bewusst gestaltete Erfahrungen für Menschen entsteht, über alle Branchen, Produkte, Dienstleistungen und öffentlichen Institutionen hinweg.

Experience ist dabei nicht mit Unterhaltung zu verwechseln. Sie ist kein dekoratives Element, keine Inszenierung und kein Marketingversprechen. **Experience beschreibt die Summe aller bewussten und unbewussten Eindrücke, die Menschen in der Interaktion mit einem System, einer Organisation oder einem Ort machen.**

- Eine Rechnung kann eine Experience sein.
- Ein Krankenhausaufenthalt kann eine Experience sein.
- Ein industrieller Bestellprozess kann eine Experience sein.
- Ein Bewerbungsgespräch kann eine Experience sein.
- Ein Behördenweg kann eine Experience sein.
- Ein digitaler Service kann eine Experience sein.

Experiences können positiv aber auch NEGATIV sein.

Eine Stadt, ein Bahnhof, ein Hotel, eine Schule, ein Museum, ein Geschäft, eine App, ein Produkt oder eine Beratung: All das erzeugt Erfahrung.

Diese Erfahrungen sind nicht neutral.

Sie beeinflussen, ob Menschen vertrauen oder zweifeln.

- Ob sie kaufen oder abbrechen.
- Ob sie wiederkommen oder wechseln.
- Ob sie empfehlen oder warnen.
- Ob sie eine Technologie annehmen oder ablehnen.
- Ob sie sich mit einem Ort, einer Organisation oder einer Marke verbunden fühlen.

Internationale Studien zeigen seit Jahren, dass Unternehmen mit starkem Fokus auf Design, Customer Experience und Human-Centered Innovation wirtschaftlich besser abschneiden. McKinsey zeigte etwa, dass Unternehmen im obersten Quartil des McKinsey Design Index über fünf Jahre hinweg deutlich höhere Umsatz- und Aktionärsrenditen erzielten als ihre Branchenkollegen. Forrester verbindet Customer-Experience-Qualität systematisch mit Loyalität, Wachstum und konkreten Umsatztreibern. PwC zeigte in einer internationalen Konsumentenstudie, dass Kundinnen und Kunden für bessere Erfahrungen mehr bezahlen, loyaler sind und Erfahrungen aktiv weitergeben. [Q1] [Q2] [Q3]

Die neue Logik wirtschaftlicher Wertschöpfung lautet daher:

Unternehmen schaffen Wert, wenn sie nicht nur Produkte liefern, sondern menschliche Erwartungen verstehen, Interaktionen bewusst gestalten und Vertrauen über Zeit aufbauen.

Dieser Wandel betrifft nicht nur Konsummärkte.

Er betrifft B2B-Industrie, öffentliche Verwaltung, Gesundheit, Bildung, Mobilität, Energie, Handel, Tourismus, Kultur, Finanzdienstleistungen und Technologie.

Denn überall dort, wo Menschen mit Leistungen interagieren, entscheidet Experience über Wirkung. Im **industriellen Kontext** bedeutet das: Maschinen, Anlagen und technische Systeme werden nicht nur nach Leistung, sondern nach Bedienbarkeit, Servicefähigkeit, digitaler Integration, Schulungsaufwand, Verlässlichkeit und Vertrauen bewertet.

Im **Gesundheitswesen** bedeutet es: Medizinische Qualität bleibt zentral, aber Patient Experience beeinflusst Verständnis, Compliance, Sicherheit, Vertrauen und wahrgenommene Versorgungsqualität.

In der **Verwaltung** bedeutet es: Die Qualität öffentlicher Dienstleistungen entscheidet über Vertrauen in Institutionen.

In der **Bildung** bedeutet es: Learning Experience beeinflusst Motivation, Lernerfolg und Chancengerechtigkeit.

In der **Arbeitswelt** bedeutet es: Employee Experience wird zu einem entscheidenden Faktor für Produktivität, Bindung und Arbeitgeberattraktivität.

In der **Technologie** bedeutet es: Die Akzeptanz von künstlicher Intelligenz hängt nicht nur von ihrer Leistungsfähigkeit ab, sondern davon, ob Menschen sie verstehen, kontrollieren und ihr vertrauen.

Der UX Trend Report des World Usability Congress beschreibt diesen Wandel als Bewegung von User Experience hin zu strategischer Experience-Kompetenz. UX ist nicht mehr nur Interface-Design. UX wird zu einer Managementdisziplin, die Human-Centered Design, künstliche Intelligenz, Ethik, Nachhaltigkeit, Organisationsentwicklung, Risikomanagement und strategische Führung miteinander verbindet. [Q4]

Der Austrian WOW Report ergänzt diese Perspektive um eine emotionale und kulturelle Dimension. Er untersucht, was Menschen in Österreich als „WOW“ erleben, wo solche Momente entstehen und welche Organisationen sie hervorrufen. Damit macht er sichtbar, dass außergewöhnliche Erfahrungen nicht zufällig entstehen. Sie können verstanden, gestaltet und systematisch weiterentwickelt werden. [Q5]



Die zentrale Konsequenz lautet:

Experience ist kein weicher Faktor.

Experience ist eine harte wirtschaftliche Variable.

Sie wirkt auf Umsatz, Loyalität, Effizienz, Innovationsfähigkeit, Vertrauen, Arbeitgeberattraktivität und Standortqualität.

Damit entsteht ein neuer Produktionsfaktor des 21. Jahrhunderts: die Fähigkeit, menschliche Erfahrungen bewusst zu gestalten.

Kapitel 2: Von der Industriegesellschaft zur Experience Economy

Die industrielle Gesellschaft war auf Produktion ausgerichtet. Ihr zentrales Versprechen lautete: mehr, schneller, günstiger, zuverlässiger. Dieses Versprechen hat Wohlstand geschaffen. Es hat Massenmärkte ermöglicht, Lebensstandards erhöht und technologische Entwicklung beschleunigt. Auch Österreichs wirtschaftlicher Erfolg beruht zu einem wesentlichen Teil auf industrieller Qualität, technischer Präzision, Exportfähigkeit und hochspezialisierten Unternehmen.

Doch mit zunehmender Reife industrieller Märkte verändert sich die **Differenzierungslogik**.

Am Anfang steht die Rohstoffwirtschaft. Dann folgt die Güterwirtschaft. Danach die Dienstleistungswirtschaft.

Schließlich entsteht die Experience Economy.

Pine und Gilmore beschrieben diesen Wandel bereits Ende der 1990er-Jahre mit der These, dass Güter und Dienstleistungen zunehmend austauschbar werden und Unternehmen deshalb Erlebnisse gestalten müssen, um differenzierbar zu bleiben. [Q6]

Diese These war damals vor allem auf Konsummärkte, Marken, Tourismus, Retail und Dienstleistungen ausgerichtet. Heute muss sie erweitert werden. Denn die Experience Economy des 21. Jahrhunderts ist nicht nur eine Ökonomie der Erlebnisse. Sie ist eine Ökonomie der **bewusst gestalteten Beziehungen zwischen Menschen, Organisationen und Technologien**.

Drei Entwicklungen haben diesen Wandel beschleunigt.

Erstens: Digitalisierung.

Digitale Produkte und Services haben die Zahl der Berührungspunkte zwischen Menschen und Organisationen vervielfacht. Jede Website, jede App, jedes Kundenportal, jedes Self-Service-System, jeder digitale Antrag und jedes KI-Interface erzeugt Erfahrung. Was früher gelegentliche Interaktion war, ist heute permanenter Kontakt.

Zweitens: Vergleichbarkeit.

Globale Märkte und digitale Plattformen machen Angebote transparenter. Preise, Bewertungen, Alternativen und Erfahrungen anderer Menschen sind sichtbar. Unternehmen können sich weniger über Behauptungen differenzieren. Sie müssen Differenz erlebbar machen.

Drittens: Vertrauensverlust.

In einer Welt zunehmender Komplexität suchen Menschen nach Orientierung. Sie bewerten Organisationen nicht nur nach Leistung, sondern nach Verhalten. Verlässlichkeit, Transparenz, Fairness, Einfachheit und Respekt werden zu wirtschaftlichen Kriterien.

Dadurch verschiebt sich der Wettbewerb.

In der Industriegesellschaft war die zentrale Frage: Was können wir produzieren?

In der Dienstleistungsgesellschaft lautete sie: Welche Leistungen können wir anbieten?

In der Experience Economy lautet sie:

Welche Erfahrungen ermöglichen wir Menschen?

Diese Frage verändert Unternehmensführung.

- Sie verändert Innovation.
- Sie verändert Standortpolitik.
- Sie verändert öffentliche Dienstleistungen.
- Sie verändert die Rolle von Design.

Design ist nicht länger nur Formgebung. Design wird zur Methode, um komplexe Systeme aus Sicht des Menschen zu gestalten.

User Experience ist nicht länger nur Benutzerfreundlichkeit. UX wird zur Fähigkeit, digitale und physische Interaktionen vertrauenswürdig, verständlich und wirksam zu machen.

Customer Experience ist nicht länger nur Kundenservice. CX wird zur strategischen Gestaltung der gesamten Beziehung zwischen Organisation und Mensch.

Employee Experience ist nicht länger nur Personalmarketing. EX wird zur Voraussetzung für Produktivität, Motivation und Anpassungsfähigkeit.

Citizen Experience ist nicht länger nur Verwaltungsmodernisierung. Sie wird zur Grundlage von Vertrauen in staatliche Handlungsfähigkeit.

Genau hier liegt der Übergang von der klassischen Experience Economy zur nächsten Stufe: der **menschenzentrierten Experience Economy**.

Diese neue Stufe verbindet vier Denkrichtungen:

1. Die Experience Economy nach Pine und Gilmore: **Differenzierung durch Erlebnisse.**
2. Human-Centered Design: **Gestaltung aus Sicht menschlicher Bedürfnisse.**
3. Behavioral Science: **Verständnis von Entscheidung, Wahrnehmung und Verhalten.**
4. Künstliche Intelligenz: **Personalisierung, Automatisierung und neue Mensch-Maschine-Interaktion.**

Die Europäische Kommission beschreibt mit **Industry 5.0** bereits eine ähnliche Verschiebung: Industrie soll nicht nur effizient und digital sein, sondern **nachhaltig, resilient und human-centric**. Damit rückt der Mensch wieder ins Zentrum industrieller Zukunftspolitik. [Q7]

Die Experience Economy liefert dafür den wirtschaftlichen und gestalterischen Bezugsrahmen.

- Sie fragt nicht nur, welche Technologie möglich ist. Sie fragt, welche Erfahrung sinnvoll ist.
- Sie fragt nicht nur, wie Prozesse effizienter werden. Sie fragt, wie Menschen sie verstehen und nutzen können.
- Sie fragt nicht nur, wie Märkte wachsen. Sie fragt, wie Vertrauen, Loyalität und gesellschaftlicher Nutzen entstehen.

Damit wird Experience zu **einer Brücke zwischen technologischer Innovation und menschlicher Akzeptanz**.

Diese Brücke wird in den kommenden Jahren entscheidend.

Denn künstliche Intelligenz, Automatisierung, immersive Technologien und datenbasierte Systeme werden nur dann wirtschaftlich und gesellschaftlich erfolgreich sein, wenn Menschen sie als hilfreich, verständlich, sicher und vertrauenswürdig erleben.

Die Experience Economy ist daher kein Rückzug ins Emotionale.

Sie ist die notwendige Humanisierung technologischer und wirtschaftlicher Transformation. (siehe auch digitaler Humanismus ausgehend von Wien)

Kapitel 3: Was internationale Forschung heute eindeutig belegt

Die Experience Economy hat eine belastbare wissenschaftliche Grundlage. Sie darf nicht als intuitive Behauptung verstanden werden. Sie muss zeigen, dass bewusst gestaltete Erfahrungen messbaren wirtschaftlichen, organisatorischen und gesellschaftlichen Mehrwert erzeugen.

Internationale Forschung liefert dafür inzwischen eine breite Evidenzbasis.

Sie stammt aus Managementforschung, Marketing, Service Research, Human-Computer Interaction, Design Research, Psychologie, Verhaltensökonomie, Organisationsentwicklung, Public Management und Innovationsforschung.

Die folgenden 20 Kernthesen fassen zusammen, was heute mit hoher Plausibilität belegt ist.

20 wissenschaftlich fundierte Kernthesen

These 1 Experience ist ein eigenständiger wirtschaftlicher Werttreiber.

Unternehmen, die Erfahrungen bewusst gestalten, schaffen nicht nur subjektiv bessere Erlebnisse, sondern messbare ökonomische Vorteile. Internationale Studien zeigen Zusammenhänge zwischen Design-Reife, Customer Experience, Umsatzwachstum, Loyalität und Unternehmenswert. [Q1] [Q2]

These 2 Designorientierte Unternehmen wachsen schneller.

Design ist nicht nur Ästhetik, sondern eine Methode der Wertschöpfung. McKinsey zeigte, dass Unternehmen mit hoher Design-Reife über mehrere Jahre hinweg deutlich bessere Umsatzentwicklung und höhere Total Shareholder Returns erzielten als Vergleichsunternehmen. [Q1]

These 3 Gute Customer Experience erhöht Zahlungsbereitschaft.

Menschen sind bereit, für einfache, vertrauenswürdige, schnelle und positive Erfahrungen mehr zu bezahlen. PwC zeigte in einer internationalen Studie, dass Kundinnen und Kunden für bessere Customer Experience Preisaufschläge akzeptieren und positive Erfahrungen stärker weitergeben. [Q3]

These 4 Experience beeinflusst Loyalität stärker als viele klassische Marketinginstrumente.

Loyalität entsteht nicht primär durch Kommunikation, sondern durch wiederholte positive Erfahrung. Jede Interaktion bestätigt oder beschädigt das Markenversprechen.

These 5 Schlechte Experience erzeugt direkte Kosten.

Unverständliche Prozesse, komplizierte Interfaces, fehleranfällige Services und schlechte Kommunikation verursachen Supportkosten, Abbrüche, Reklamationen, Fehlbedienung, Frustration und Vertrauensverlust.

These 6 Usability verbessert Effizienz.

Nielsen Norman Group zeigte bereits früh, dass Usability-Maßnahmen deutliche Verbesserungen in Nutzungseffizienz und Erfolgsraten bewirken können. Moderne UX-

Metriken verbinden diese Verbesserungen zunehmend mit Geschäftszielen und ROI-Betrachtungen. [Q8]

These 7 Experience ist messbar.

Experience kann über Zufriedenheit, Weiterempfehlung, Task Success, Conversion, Retention, Wiederkaufsrate, Time-on-Task, Fehlerraten, Supportaufkommen, Mitarbeiterbindung, Vertrauen und qualitative Tiefenanalysen gemessen werden.

These 8 Experience ist gestaltbar.

WOW-Momente, Vertrauen, Einfachheit und emotionale Bindung entstehen nicht zufällig. Sie können durch Forschung, Design, Prototyping, Testing, Training, Service Design und systematische Organisationsentwicklung entwickelt werden. [Q5]

These 9 Human-Centered Design reduziert Innovationsrisiko.

Innovationen scheitern häufig nicht an technischer Machbarkeit, sondern an mangelnder Akzeptanz. Human-Centered Design hilft, Bedürfnisse früher zu verstehen, Fehlentwicklungen zu vermeiden und Lösungen näher an realen Nutzungskontexten zu entwickeln.

These 10 Experience entscheidet über Technologieakzeptanz.

Künstliche Intelligenz, Automatisierung und digitale Services werden nur dann angenommen, wenn Menschen sie als verständlich, hilfreich, sicher und kontrollierbar erleben. Human-Centered AI wird damit zu einem Kernfeld zukünftiger Wettbewerbsfähigkeit. [Q4]

These 11 Experience ist eine Führungsaufgabe.

Experience kann nicht allein an Design-, Marketing- oder Serviceabteilungen delegiert werden. Sie entsteht durch Strategie, Kultur, Prozesse, Daten, Technologie, Personalführung und Governance. Der UX Trend Report beschreibt UX daher zunehmend als Management- und Leadership-Thema. [Q4]

These 12 Employee Experience und Customer Experience hängen zusammen.

Organisationen, die bessere Arbeitserfahrungen gestalten, schaffen oft auch bessere Kundenerfahrungen. Deloitte beschreibt Workforce Experience als Summe gelebter Erfahrungen am Arbeitsplatz und zeigt Zusammenhänge zwischen guter Employee Experience und stärkerer Kundenorientierung. [Q9]

These 13 Experience stärkt Resilienz.

Unternehmen mit starken Beziehungen zu Kunden, Mitarbeitenden und Partnern sind in Krisen widerstandsfähiger. Vertrauen, Loyalität und klare Kommunikation wirken als Stabilitätsfaktoren.

These 14 Experience ist ein Differenzierungsfaktor in gesättigten Märkten.

Wo Produkte und Services austauschbar werden, entscheidet die Erfahrung über Präferenz. Das gilt für Handel, Banken, Versicherungen, Mobilität, Tourismus, Telekommunikation, Energie und zunehmend auch für B2B-Industrie.

These 15 Experience erhöht die Wirksamkeit öffentlicher Dienstleistungen.

Bürgerinnen und Bürger erleben den Staat über konkrete Interaktionen: Anträge, Bescheide, Informationen, Verfahren, Gesundheitssysteme, Bildungseinrichtungen, Mobilitätsangebote. Gute Citizen Experience stärkt Vertrauen, Compliance und Effizienz.

These 16 Experience ist ein Standortfaktor.

Menschen wählen Arbeitsorte, Lebensräume, Studienorte, Reiseziele und Investitionsstandorte nicht nur anhand harter Kennzahlen. Lebensqualität, Aufenthaltsqualität, Servicequalität, Kultur, Mobilität und institutionelle Verlässlichkeit beeinflussen Standortentscheidungen.

These 17 Experience verbindet Wirtschaft und Wohlbefinden.

Die OECD misst Fortschritt längst nicht mehr nur über BIP, sondern über Lebensbedingungen, Lebensqualität, Ressourcen für künftiges Wohlbefinden und gesellschaftliche Unterschiede. Experience Economy kann wirtschaftliche Leistung mit Lebensqualität verbinden. [Q10]

These 18 Experience ist zentral für nachhaltige Transformation.

Nachhaltige Technologien, Kreislaufwirtschaft, Energieeffizienz und klimafreundliche Mobilität setzen Verhaltensänderung voraus. Diese gelingt leichter, wenn neue Lösungen verständlich, attraktiv, einfach und vertrauenswürdig gestaltet sind.

These 19 Experience wird durch KI wichtiger, nicht weniger wichtig.

Je mehr Prozesse automatisiert werden, desto stärker entscheidet die Qualität der Mensch-Maschine-Interaktion. KI kann Erfahrungen personalisieren, vereinfachen und skalieren. Gleichzeitig steigen Anforderungen an Transparenz, Ethik, Kontrolle und Vertrauen.

These 20 Volkswirtschaften brauchen Experience-Kompetenz.

Wenn Experience über Wettbewerbsfähigkeit, Innovation, Vertrauen, Technologieakzeptanz, Lebensqualität und Standortattraktivität entscheidet, dann ist Experience nicht nur eine Unternehmenskompetenz. Sie wird zu einer nationalen Fähigkeit.

Zwischenfazit

Der globale Paradigmenwechsel besteht nicht darin, dass Produkte, Dienstleistungen oder Technologien unwichtig werden. Er besteht darin, dass ihre wirtschaftliche Wirkung zunehmend von der Qualität der menschlichen Erfahrung abhängt.

- Ein Produkt ohne verständliche Nutzung verliert Wert.
- Eine Technologie ohne Vertrauen bleibt ungenutzt.
- Eine Dienstleistung ohne gute Interaktion erzeugt Frustration.
- Eine Verwaltung ohne Citizen Experience verliert Legitimität.
- Ein Standort ohne Aufenthaltsqualität verliert Anziehungskraft.

Die Experience Economy ist daher kein Zusatz zur bestehenden Wirtschaft.

Sie ist die nächste Entwicklungsstufe wirtschaftlicher Wertschöpfung. Für Österreich ergibt sich daraus eine strategische Aufgabe:

Wenn Experience ein globaler Wettbewerbsfaktor wird, muss Österreich Experience-Kompetenz als Teil seiner Standort-, Innovations- und Wirtschaftspolitik entwickeln.

Teil II - Warum Experience Wirtschaftspolitik ist

Kapitel 4: Experience als neuer Produktionsfaktor

Jede wirtschaftliche Epoche wird durch jene Faktoren geprägt, die Wertschöpfung ermöglichen. Während die Industrialisierung Kapital, Energie und Maschinen in den Mittelpunkt rückte und die Wissensgesellschaft Bildung, Forschung und Technologie zu entscheidenden Ressourcen machte, steht die Wirtschaft des 21. Jahrhunderts vor einer neuen Realität. Produkte sind weltweit verfügbar, Technologien verbreiten sich in immer kürzeren Innovationszyklen und künstliche Intelligenz demokratisiert den Zugang zu Wissen. Der eigentliche Wettbewerbsvorteil entsteht daher immer seltener durch den Besitz einer Technologie, sondern durch die Fähigkeit, diese für Menschen verständlich, nutzbar und vertrauenswürdig zu gestalten. Wirtschaftlicher Erfolg entscheidet sich zunehmend dort, wo **technologische Leistungsfähigkeit auf menschliche Bedürfnisse trifft**.

Internationale Forschung bestätigt diese Entwicklung seit Jahren. Unternehmen investieren Milliarden in Digitalisierung und Innovation, doch **der wirtschaftliche Nutzen entsteht erst dann, wenn Menschen neue Lösungen annehmen, verstehen und dauerhaft nutzen**. Zwischen technischer Möglichkeit und gesellschaftlicher Wirkung liegt die Erfahrung des Menschen. Sie entscheidet darüber, ob Vertrauen entsteht, ob Innovation akzeptiert wird und ob aus einer Investition tatsächliche Wertschöpfung wird. Experience ist deshalb nicht lediglich das Ergebnis wirtschaftlicher Aktivität, sondern jene Kraft, welche die klassischen Produktionsfaktoren miteinander verbindet und ihre Wirkung überhaupt erst entfaltet. In diesem Verständnis wird Experience zu einem neuen Produktionsfaktor moderner Volkswirtschaften.

Kapitel 5: Experience und Produktivität

Produktivität wurde lange Zeit als Verhältnis zwischen eingesetzten Ressourcen und erzeugter Leistung verstanden. In der industriellen Wirtschaft war diese Logik ausreichend, weil physische Produktion den größten Teil der Wertschöpfung ausmachte. Heute entstehen jedoch erhebliche wirtschaftliche Verluste nicht mehr an der Maschine, sondern in der Interaktion zwischen Menschen und Organisation. Komplexe Software, unverständliche Prozesse, fragmentierte Informationen oder schlecht gestaltete Dienstleistungen verursachen Reibungsverluste, die Milliarden an Produktivität kosten. **Die moderne Wissensökonomie ist deshalb weniger durch Materialverschwendung als durch Aufmerksamkeits- und Komplexitätsverluste geprägt**.

Experience wirkt diesen Verlusten entgegen. Sie reduziert kognitive Belastung, vereinfacht Entscheidungen und schafft Orientierung in einer zunehmend komplexen Welt. Gut gestaltete Prozesse verkürzen Bearbeitungszeiten, verbessern die Zusammenarbeit und erhöhen die Qualität von Entscheidungen. Dadurch steigt nicht nur die Zufriedenheit von Kunden oder Mitarbeitenden, sondern die Leistungsfähigkeit ganzer

Organisationen. Produktivität entsteht im 21. Jahrhundert nicht mehr allein durch schnellere Technologien, sondern durch Systeme, die Menschen befähigen, ihre Fähigkeiten besser einzusetzen. Experience wird damit zu einem wirtschaftspolitischen Hebel für **nachhaltiges Produktivitätswachstum**.

Kapitel 6: Experience und Innovation

Innovation beginnt selten mit einer Technologie. Sie beginnt **mit einem Problem**, das Menschen lösen möchten, oder mit einem Bedürfnis, das bislang unzureichend erfüllt wurde. Erfolgreiche Innovation entsteht dort, wo technologische Möglichkeiten mit einem tiefen Verständnis menschlichen Verhaltens verbunden werden. Aus diesem Grund hat sich **Human-Centered Design** in den vergangenen Jahrzehnten von einer Designmethode zu einem **strategischen Innovationsansatz** entwickelt. Unternehmen, die Nutzerinnen und Nutzer frühzeitig in Entwicklungsprozesse einbeziehen, reduzieren Fehlinvestitionen, verkürzen Entwicklungszyklen und erhöhen die Akzeptanz neuer Lösungen.

Diese Erkenntnis gewinnt angesichts der Geschwindigkeit technologischer Veränderungen weiter an Bedeutung. Künstliche Intelligenz, Robotik oder digitale Plattformen entfalten ihren wirtschaftlichen Nutzen nicht automatisch. Sie müssen in Arbeitsabläufe, Geschäftsmodelle und Lebenswelten integriert werden. Experience bildet dabei die Brücke zwischen technischer Machbarkeit und gesellschaftlicher Anwendung. Innovation wird dadurch nicht nur schneller, sondern wirksamer.

Wirtschaftspolitik, die Innovation ausschließlich über Forschungsausgaben oder Patente definiert, greift deshalb zu kurz.

Sie muss ebenso die Fähigkeit fördern, Innovationen für Menschen erlebbar und nutzbar zu machen. Innovation nach Definition ist etwas

- Neues
- Reproduzierbares (Kosteneffizient)
- Erfolgreich am Markt

Diese Elemente werden meistens in der Wirtschaftspolitik vergessen. Diese Gedankenänderung kann Sozial- und Wirtschaftspolitisch den **entscheidenden Unterschied** machen.

Kapitel 7: Experience und Wettbewerbsfähigkeit

Über Jahrzehnte wurde die Wettbewerbsfähigkeit von Volkswirtschaften vor allem anhand ihrer Produktivität, ihrer Exportleistung und ihrer technologischen Innovationskraft beurteilt. **Diese Faktoren bleiben auch in Zukunft von zentraler Bedeutung.** Gleichzeitig verändert sich jedoch die Art und Weise, wie Unternehmen, Regionen und Staaten im internationalen Wettbewerb wahrgenommen werden. Investoren entscheiden

nicht mehr ausschließlich nach Steuerquoten oder Lohnkosten, Fachkräfte wählen ihren Arbeitsort nicht allein nach dem Einkommen, und Kundinnen und Kunden vergleichen Produkte längst nicht mehr nur nach Preis und Qualität. **Vertrauen, Benutzerfreundlichkeit, Servicequalität, Aufenthaltsqualität und die Qualität der Interaktion werden zunehmend zu entscheidenden Wettbewerbsfaktoren.**

In einer global vernetzten Wirtschaft konkurrieren Länder nicht mehr ausschließlich über Produktionskosten, sondern über die Qualität der Erfahrungen, die sie Menschen bieten. Diese beginnen lange vor einem Kauf oder einer Reise und reichen von digitalen Behördenservices über Bildung, Mobilität und Gesundheitsversorgung bis hin zur Unternehmenskultur und den Begegnungen mit Marken und Institutionen. Jede dieser Erfahrungen prägt das Bild eines Standortes und beeinflusst seine Attraktivität für Talente, Investitionen und Innovation. Wettbewerbsfähigkeit entsteht daher nicht mehr nur in Fabriken, Forschungslaboren oder Unternehmenszentralen. Sie entsteht überall dort, wo Menschen mit einer Volkswirtschaft in Berührung kommen.

Für Österreich eröffnet sich daraus eine neue Perspektive der Standortpolitik.

Das Land verfügt über eine außergewöhnliche Kombination aus industrieller Stärke, hoher Lebensqualität, kultureller Vielfalt, international anerkannten Familienunternehmen und einer leistungsfähigen Tourismuswirtschaft. Diese Stärken entfalten jedoch erst dann ihre volle Wirkung, wenn sie durch eine konsequent menschenzentrierte Gestaltung miteinander verbunden werden. Experience wird damit zu einem strategischen Bindeglied zwischen Wirtschaft, Gesellschaft und öffentlicher Verwaltung. Wer Experience gestaltet, gestaltet die internationale Wettbewerbsfähigkeit eines Landes. Die Steiermark förderte dieses mit der Erlebniswelt Wirtschaft Initiative, die leider wieder eingestellt wurde. Aus unserer Sicht eine falsche Entscheidung, denn diese Initiativen machen den Unterschied für die Zukunft des Landes.

Kapitel 8: Experience und Künstliche Intelligenz

Künstliche Intelligenz wird die wirtschaftliche Entwicklung der kommenden Jahrzehnte prägen wie kaum eine andere Technologie zuvor. Sie verändert Produktionsprozesse, automatisiert Routinetätigkeiten, unterstützt Entscheidungen und eröffnet völlig neue Geschäftsmodelle. In der öffentlichen Diskussion steht dabei häufig die Leistungsfähigkeit der Algorithmen im Mittelpunkt. Die entscheidende wirtschaftliche Frage lautet jedoch nicht, wie intelligent eine Maschine ist, sondern wie sinnvoll Menschen mit ihr zusammenarbeiten können. Der wirtschaftliche Erfolg künstlicher Intelligenz entscheidet sich deshalb nicht allein im Rechenzentrum, sondern an der **Schnittstelle zwischen Menschen und Technologie.**

Je leistungsfähiger künstliche Intelligenz wird, desto wichtiger werden Vertrauen, Transparenz und Verständlichkeit. Menschen müssen nachvollziehen können, warum Systeme Entscheidungen treffen, wann sie unterstützt werden und wo weiterhin menschliche Verantwortung notwendig bleibt. Der UX Trend Report beschreibt diese

Entwicklung als Übergang von einer technologiezentrierten zu einer Human-Centered AI, bei der nicht der Algorithmus, sondern die **Qualität der menschlichen Erfahrung zum Maßstab erfolgreicher Innovation wird**. Experience wird dadurch zum entscheidenden Erfolgsfaktor für die Einführung künstlicher Intelligenz in Unternehmen, Verwaltungen und der Gesellschaft.

Für Österreich bedeutet dies eine strategische Chance.

Das Land verfügt über starke Kompetenzen in Human-Centered Design, User Experience und industrieller Digitalisierung. Werden diese Stärken mit Forschung im Bereich der künstlichen Intelligenz verbunden, kann Österreich nicht nur intelligente Systeme entwickeln, sondern vor allem vertrauenswürdige und menschenzentrierte Anwendungen schaffen. In einer Zeit, in der technologische Fähigkeiten weltweit verfügbar werden, entsteht genau darin ein nachhaltiger Wettbewerbsvorteil. Die Zukunft gehört nicht den intelligentesten Systemen allein, sondern jenen, die Menschen befähigen, Technologie mit Vertrauen und Selbstverständlichkeit zu nutzen.

Kapitel 9: Experience und gesellschaftlicher Wohlstand

Wirtschaftlicher Erfolg wurde über viele Jahrzehnte vor allem anhand des Bruttoinlandsprodukts gemessen. Diese Kennzahl beschreibt die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit eines Landes, sagt jedoch nur begrenzt aus, wie Menschen ihren Alltag erleben. Internationale Organisationen wie die OECD weisen seit Jahren darauf hin, dass **Wohlstand weit mehr umfasst als Einkommen oder Produktionsleistung**. Gesundheit, Bildung, Sicherheit, soziale Beziehungen, Vertrauen in Institutionen und Lebensqualität bestimmen wesentlich darüber, wie Menschen wirtschaftlichen Fortschritt wahrnehmen. Eine erfolgreiche Volkswirtschaft ist daher nicht nur **produktiv**, sondern auch **lebenswert**.

Die Experience Economy verbindet diese beiden Perspektiven. Sie betrachtet wirtschaftliche Entwicklung und gesellschaftliches Wohlbefinden nicht als Gegensätze, sondern als wechselseitige Voraussetzungen. Eine verständliche Verwaltung stärkt das Vertrauen in den Staat. Gute Patientenerfahrungen verbessern nicht nur die Zufriedenheit, sondern auch die Qualität der Versorgung. Attraktive Bildungsangebote fördern nicht nur individuelles Lernen, sondern langfristig auch Innovationsfähigkeit und Wettbewerbsfähigkeit. Überall dort, wo Erfahrungen bewusst gestaltet werden, entstehen wirtschaftliche und gesellschaftliche Werte gleichzeitig. **Experience wird damit zu einer Brücke zwischen ökonomischem Erfolg und öffentlichem Nutzen.**

Die Stärke des Landes liegt nicht allein in seinen Unternehmen oder seiner Innovationskraft, sondern ebenso in seiner hohen Lebensqualität, seiner kulturellen Vielfalt, seinem sozialen Zusammenhalt und seiner Fähigkeit, Menschen willkommen zu heißen. Werden diese Qualitäten als Teil einer gemeinsamen Experience-Strategie verstanden, entsteht ein neuer Blick auf wirtschaftliche Entwicklung. Wohlstand

bedeutet dann nicht nur, mehr zu produzieren, sondern bessere Erfahrungen für Menschen zu schaffen. **Die Experience Economy wird damit zu einer wirtschaftspolitischen Vision, in der Wettbewerbsfähigkeit und Lebensqualität keine Gegensätze mehr sind, sondern zwei Seiten derselben Entwicklung.**

Bis hierher hat diese Deklaration den globalen Wandel beschrieben. Sie hat gezeigt, wie sich wirtschaftliche Wertschöpfung verändert, warum Experience zu einem strategischen Produktionsfaktor wird und weshalb internationale Forschung den Zusammenhang zwischen menschlicher Erfahrung, Innovation, Produktivität und Wettbewerbsfähigkeit zunehmend bestätigt.

Diese Erkenntnisse besitzen universelle Gültigkeit. Sie betreffen jede Volkswirtschaft, unabhängig von ihrer Größe oder ihrem Entwicklungsstand. Doch sie führen zwangsläufig zu einer weiteren Frage.

Welche Länder verfügen über die besten Voraussetzungen, um diesen Wandel erfolgreich zu gestalten?

Die Antwort darauf entscheidet über die wirtschaftliche Entwicklung der kommenden Jahrzehnte. Denn jede große Transformation eröffnet neue Chancen für jene Volkswirtschaften, die ihre bestehenden Stärken frühzeitig mit neuen Denkweisen verbinden. So wie die Industrialisierung jene Länder begünstigte, die Maschinenbau, Infrastruktur und Kapital entwickelten, oder die Digitalisierung jene Regionen stärkte, die frühzeitig in Wissen, Technologie und Innovation investierten, eröffnet auch die Experience Economy neue Möglichkeiten.

Nicht alle Länder beginnen dabei am selben Ausgangspunkt.

Einige verfügen über technologische Exzellenz, andere über industrielle Stärke oder internationale Finanzmärkte. Wieder andere zeichnen sich durch kulturelle Vielfalt, hohe Lebensqualität oder besondere Innovationskraft aus.

Österreich besitzt eine außergewöhnliche Kombination all dieser Eigenschaften.

Gerade diese Kombination macht das Land zu einem der vielversprechendsten Ausgangspunkte für eine **nationale Experience-Strategie**.

Die folgenden Kapitel zeigen, warum.

Teil III - Österreich

Kapitel 10: Die österreichischen Stärken

Österreich zählt seit Jahrzehnten zu den erfolgreichsten Volkswirtschaften Europas. Internationale Vergleiche bescheinigen dem Land regelmäßig eine hohe Lebensqualität, politische Stabilität, leistungsfähige Institutionen, eine exportorientierte Industrie und eine starke mittelständische Unternehmensstruktur. Diese Faktoren bilden das Fundament des wirtschaftlichen Erfolgs. **Sie erklären jedoch nur einen Teil jener Attraktivität, die Österreich im internationalen Wettbewerb auszeichnet.**

Der eigentliche Reichtum des Landes liegt in seiner außergewöhnlichen Vielfalt. Auf engem geografischem Raum treffen weltweit erfolgreiche Industriebetriebe auf traditionsreiches Handwerk, international renommierte Kulturinstitutionen auf innovative Technologieunternehmen, alpine Landschaften auf urbane Zentren, wissenschaftliche Exzellenz auf gelebte Gastfreundschaft. Kaum eine andere Volkswirtschaft verbindet industrielle Präzision, kulturelle Identität und hohe Lebensqualität in vergleichbarer Weise. *Diese Vielfalt wurde bisher überwiegend sektoral betrachtet. Die Industrie entwickelte ihre Strategien* unabhängig vom Tourismus, Kultur wurde getrennt von Innovation gedacht und Stadtentwicklung selten gemeinsam mit Wirtschaftspolitik.

Die Experience Economy eröffnet erstmals einen gemeinsamen Bezugsrahmen für diese unterschiedlichen Stärken. Sie betrachtet Industrie, Dienstleistungen, öffentliche Verwaltung, Bildung, Kultur und Tourismus nicht als voneinander getrennte Bereiche, sondern als unterschiedliche Ausdrucksformen derselben wirtschaftlichen Aufgabe:

Menschen hochwertige Erfahrungen zu ermöglichen.

Österreich verfügt damit über ein Potenzial, das weit über einzelne Branchen hinausgeht. Es besitzt die Voraussetzungen, Experience zu einem verbindenden Element seiner gesamten Wirtschafts- und Standortpolitik zu machen.

Kapitel 11: Warum Österreich ideale Voraussetzungen besitzt

Große wirtschaftliche Veränderungen werden selten von den größten Ländern angeführt. Häufig entstehen **neue Modelle dort, wo wirtschaftliche Vielfalt, gesellschaftliche Stabilität und die Bereitschaft zur Zusammenarbeit aufeinandertreffen.** Österreich erfüllt diese Voraussetzungen in besonderem Maße. Die enge Vernetzung zwischen Wirtschaft, Wissenschaft, öffentlichen Institutionen und Sozialpartnerschaft ermöglicht es, neue Ideen vergleichsweise rasch in konkrete Maßnahmen zu übersetzen. Soweit eine Wille vorhanden ist.

Hinzu kommt eine Wirtschaftsstruktur, die besonders gut zur Experience Economy passt. Der österreichische Mittelstand lebt von langfristigen Kundenbeziehungen, hoher Qualität und Spezialisierung. Viele Unternehmen konkurrieren nicht über Masse oder niedrige Preise, sondern über Vertrauen, Zuverlässigkeit und individuelle Lösungen.

Genau diese Eigenschaften bilden den Kern einer menschenzentrierten Wirtschaft. Experience entsteht hier nicht als nachträgliche Marketingmaßnahme, sondern häufig als gelebter Teil der Unternehmenskultur.

Auch gesellschaftlich besitzt Österreich besondere Voraussetzungen. Hohe Lebensqualität, kulturelle Vielfalt, regionale Identität, gut ausgebauten öffentlichen Dienstleistungen und eine starke Tradition des persönlichen Kontakts schaffen ein Umfeld, in dem Experience weit mehr bedeutet als Kundenerlebnis. Sie prägt den Alltag der Menschen.

Dadurch kann Österreich ein Wirtschaftsmodell entwickeln, das technologische Innovation mit menschlicher Nähe verbindet.

Gerade in einer Zeit zunehmender Digitalisierung wird diese Fähigkeit zu einem entscheidenden Standortvorteil.

Kapitel 12: Experience Economy als österreichische Standortstrategie

Jede erfolgreiche Standortstrategie beantwortet dieselbe Frage: **Wofür steht ein Land im internationalen Wettbewerb?** Über viele Jahrzehnte definierte sich Österreich durch industrielle Qualität, Tourismus, Kultur und politische Stabilität. Diese Stärken bleiben bestehen. Gleichzeitig entsteht die Chance, sie unter einem gemeinsamen strategischen Leitbild neu zu verbinden.

Die Experience Economy bietet einen solchen Rahmen. Sie ergänzt bestehende Wirtschaftsstrategien nicht, sondern **verbindet sie miteinander**.

- Digitalisierung wird aus Sicht der Nutzerinnen und Nutzer gedacht.
- Innovationspolitik orientiert sich stärker an gesellschaftlicher Wirkung.
- Industriepolitik erweitert ihren Fokus um Service, Benutzerfreundlichkeit und Kundenbeziehungen.
- Tourismus wird Teil einer umfassenden Strategie für Aufenthaltsqualität und internationale Wahrnehmung.
- Öffentliche Verwaltung entwickelt sich von der reinen Leistungserbringung zur Gestaltung positiver Bürgererfahrungen.

Dadurch entsteht eine gemeinsame Sprache zwischen Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft.

Experience wird damit zu einer **Querschnittsaufgabe staatlichen Handelns**. Sie verbindet jene Politikfelder, die bislang häufig nebeneinander agierten. Genau darin liegt ihre wirtschaftspolitische Bedeutung. Experience ist kein zusätzliches Förderprogramm und keine neue Branche. Sie ist eine neue Perspektive auf Standortentwicklung, bei der wirtschaftlicher Erfolg konsequent aus der Sicht der Menschen gedacht wird.

Kapitel 13: Experience Nation Austria 2035

Jede Generation entwickelt ihr eigenes Bild von wirtschaftlichem Fortschritt. Für die industrielle Gesellschaft war es die Fabrik. Für das digitale Zeitalter waren es Daten und Vernetzung. Die kommenden Jahrzehnte könnten durch eine andere Vorstellung geprägt werden: Eine Volkswirtschaft ist dann erfolgreich, wenn sie wirtschaftliche Leistungsfähigkeit mit außergewöhnlichen Erfahrungen für Menschen verbindet.

Österreich besitzt die Chance, diese Entwicklung aktiv zu gestalten.

Nicht aufgrund seiner Größe, sondern aufgrund seiner Fähigkeit, unterschiedliche Stärken miteinander zu verbinden. Industrie, Kreativwirtschaft, Forschung, Bildung, Tourismus, Kultur, öffentliche Verwaltung und Technologie verfügen gemeinsam über ein Potenzial, das international nur wenige Länder in vergleichbarer Form aufweisen. Werden diese Bereiche unter einer gemeinsamen **Experience-Strategie** zusammengeführt, entsteht mehr als die Summe ihrer Einzelteile. Es entsteht ein neues Verständnis wirtschaftlicher Entwicklung.

Die Vision einer **Experience Nation Austria 2035** bedeutet daher nicht, Österreich zu einem Land spektakulärer Erlebnisse zu machen. Sie beschreibt das Ziel, jede Interaktion mit Unternehmen, Produkten, Dienstleistungen und öffentlichen Institutionen so zu gestalten, dass daraus Vertrauen, Qualität und nachhaltige Wertschöpfung entstehen. Experience wird damit zu einem Markenzeichen des Wirtschaftsstandortes Österreich.

Nicht als Werbebotschaft, sondern als gelebte Realität. Genau darin liegt die Chance dieser Deklaration: Österreich nicht nur als Land hoher Qualität zu positionieren, sondern als jene Volkswirtschaft Europas, die verstanden hat, dass wirtschaftlicher Erfolg im 21. Jahrhundert dort entsteht, **wo Technologie, Innovation und Menschlichkeit zu einer gemeinsamen Erfahrung werden.**

Teil IV - Experience Economy in den Schlüsselbranchen Österreichs

Die Experience Economy entfaltet ihre Wirkung nicht in einer einzelnen Branche. Sie verändert die Art und Weise, wie Wert geschaffen wird – unabhängig davon, ob ein Unternehmen Maschinen produziert, Finanzdienstleistungen anbietet, Menschen behandelt oder öffentliche Leistungen erbringt. Jede Branche besitzt eigene Herausforderungen, doch alle stehen vor derselben Aufgabe: wirtschaftlichen Erfolg durch bessere Erfahrungen für Menschen zu ermöglichen. Die folgenden Beispiele zeigen, wie Experience bestehende Wertschöpfung erweitert und neue Wettbewerbsvorteile schafft.

Industrie

Die österreichische Industrie zählt zu den leistungsfähigsten Europas. Ihre Wettbewerbsfähigkeit beruhte lange auf Qualität, Präzision und technischer Innovation. Künftig wird jedoch nicht mehr allein das Produkt über den Markterfolg entscheiden, sondern die gesamte Erfahrung rund um Planung, Beschaffung, Inbetriebnahme, Service und digitale Zusammenarbeit. **Industrial Experience** verbindet Engineering mit Benutzerfreundlichkeit, Service Design und langfristigen Kundenbeziehungen. So entstehen aus Produkten umfassende Lösungen, die Vertrauen schaffen und internationale Wettbewerbsfähigkeit stärken.

KMU

Kleine und mittlere Unternehmen bilden das Rückgrat der österreichischen Wirtschaft. Ihre Stärke liegt in persönlicher Nähe, Flexibilität und langfristigen Beziehungen. Die Experience Economy macht genau diese Eigenschaften zu einem strategischen Wettbewerbsvorteil. Wer Kundenerlebnisse bewusst gestaltet, schafft Loyalität, Weiterempfehlung und Differenzierung unabhängig von Unternehmensgröße. Gerade für KMU wird Experience damit zu einem Instrument nachhaltigen Wachstums.

Handwerk

Handwerk war immer mehr als Produktion. Es verbindet Können, Identität und persönliche Beziehung. In einer zunehmend digitalen Welt wächst der Wert authentischer Erfahrungen. Kundinnen und Kunden kaufen nicht nur ein Produkt, sondern Vertrauen in Qualität, Herkunft und Menschen. Experience stärkt damit die Sichtbarkeit des österreichischen Handwerks und macht traditionelle Kompetenzen zu einem modernen Wettbewerbsvorteil.

Tourismus

Der Tourismus gehört seit jeher zu den sichtbarsten Bereichen der Experience Economy. Seine Zukunft liegt jedoch nicht in einer höheren Zahl an Gästen, sondern in höherer Qualität, regionaler Wertschöpfung und nachhaltigen Erinnerungen. Experience bedeutet, Begegnungen bewusst zu gestalten und die Identität einer Region authentisch erlebbar zu machen. Damit wird Tourismus Teil einer umfassenden Strategie für Lebensqualität, Regionalentwicklung und internationale Positionierung.

Handel

Der Handel befindet sich in einem tiefgreifenden Wandel. Produkte sind online jederzeit verfügbar und Preise transparent vergleichbar. Der stationäre Handel kann deshalb nicht mehr ausschließlich über Sortiment oder Preis konkurrieren. Seine Zukunft liegt in Beratung, Vertrauen, persönlicher Begegnung und inspirierenden Einkaufserlebnissen. Experience macht den Handel wieder zu einem Ort der Beziehung statt ausschließlich der Transaktion.

Banken

Finanzdienstleistungen basieren auf Vertrauen. Digitalisierung verändert zwar Prozesse, ersetzt jedoch nicht das Bedürfnis nach Sicherheit, Orientierung und persönlicher Beratung. Experience hilft Banken, komplexe Finanzentscheidungen verständlich zu machen und langfristige Kundenbeziehungen aufzubauen. Die Qualität der Interaktion wird damit zu einem wesentlichen Bestandteil wirtschaftlicher Stabilität.

Versicherungen

Versicherungen begleiten Menschen häufig in schwierigen Lebenssituationen. Gerade deshalb entscheidet nicht allein die Vertragsleistung über die Wahrnehmung eines Unternehmens, sondern die Erfahrung im Moment des Bedarfs. Schnelle Kommunikation, transparente Prozesse und empathische Betreuung schaffen Vertrauen und langfristige Bindung. Experience wird damit zu einem zentralen Qualitätsmerkmal moderner Versicherungswirtschaft.

Mobilität

Mobilität bedeutet weit mehr als Transport. Sie beschreibt die Erfahrung, sich sicher, einfach und zuverlässig bewegen zu können. Ob öffentlicher Verkehr, Individualmobilität oder neue Mobilitätsdienste – entscheidend ist nicht allein die technische Infrastruktur, sondern die Qualität ihrer Nutzung. Experience verbindet Mobilität mit Lebensqualität und macht nachhaltige Verkehrssysteme für Menschen attraktiver.

Gesundheit

Im Gesundheitswesen entscheidet medizinische Qualität über Behandlungserfolge. Gleichzeitig beeinflusst die Erfahrung von Patientinnen und Patienten Vertrauen, Therapietreue und wahrgenommene Versorgungsqualität. Verständliche Kommunikation, Orientierung und menschliche Betreuung ergänzen medizinische Exzellenz. Experience stärkt damit sowohl die Qualität der Versorgung als auch die Effizienz des Gesundheitssystems.

Bildung

Bildung entsteht nicht allein durch Wissen, sondern durch Lernen. Experience richtet den Blick auf jene Bedingungen, unter denen Menschen motiviert, selbstbestimmt und erfolgreich lernen können. Moderne Bildungsangebote verbinden Didaktik, digitale Technologien und persönliche Betreuung zu einer ganzheitlichen Learning Experience. Bildung wird dadurch zu einer Investition in Innovationsfähigkeit und gesellschaftlichen Fortschritt.

Verwaltung

Der Staat begegnet Bürgerinnen und Bürgern in zahlreichen Alltagssituationen. Jede Genehmigung, jeder Antrag und jede digitale Dienstleistung prägt das Vertrauen in öffentliche Institutionen. Experience bedeutet, Verwaltung verständlich, zugänglich und serviceorientiert zu gestalten. Eine positive Citizen Experience stärkt nicht nur die Zufriedenheit, sondern auch die Legitimation staatlichen Handelns.

Kultur

Kultur schafft Identität, Orientierung und gesellschaftlichen Zusammenhalt. Gleichzeitig ist sie ein bedeutender Wirtschafts- und Innovationsfaktor. Experience verbindet kulturelle Inhalte mit neuen Formen der Vermittlung und Teilhabe. Dadurch entstehen Begegnungen, die weit über den Kulturbereich hinaus wirken und den Standort Österreich international prägen.

Landwirtschaft

Die Landwirtschaft produziert nicht nur Lebensmittel, sondern auch Landschaft, Regionalität und kulturelle Identität. Immer mehr Konsumentinnen und Konsumenten interessieren sich für Herkunft, Nachhaltigkeit und Produktionsweisen. Experience schafft Transparenz und stärkt die Beziehung zwischen Produzenten und Gesellschaft. Regionalität wird dadurch nicht nur sichtbar, sondern erlebbar.

Energie

Die Energiewende ist nicht allein eine technologische Herausforderung. Sie erfordert Akzeptanz, Beteiligung und Vertrauen. Menschen müssen verstehen, wie neue Energiesysteme funktionieren und welchen Beitrag sie selbst leisten können. Experience macht komplexe Technologien nachvollziehbar und unterstützt die gesellschaftliche Transformation hin zu einer nachhaltigen Energieversorgung.

Technologie

Technologie entfaltet ihren Wert erst dann, wenn sie den Menschen nützt. Moderne Software, Plattformen und digitale Dienstleistungen müssen deshalb intuitiv, sicher und verständlich sein. Experience verbindet technologische Innovation mit menschlicher Nutzung und schafft damit die Grundlage erfolgreicher Digitalisierung. Sie wird zum Qualitätsmaßstab technologischer Entwicklung.

Künstliche Intelligenz

Künstliche Intelligenz wird künftig nahezu jede Branche verändern. Ihr wirtschaftlicher Erfolg hängt jedoch nicht allein von der Leistungsfähigkeit der Modelle ab, sondern von der Qualität der Interaktion zwischen Mensch und Maschine. Vertrauen, Transparenz und Nachvollziehbarkeit werden zu entscheidenden Erfolgsfaktoren. Experience sorgt dafür, dass künstliche Intelligenz nicht nur intelligent, sondern auch verantwortungsvoll, verständlich und gesellschaftlich akzeptiert wird.

Schlussfolgerung

Die Experience Economy ist keine zusätzliche Branche der österreichischen Wirtschaft. Sie ist ein verbindendes Prinzip, das alle Branchen betrifft. Überall dort, wo Menschen mit Produkten, Dienstleistungen, Technologien oder Institutionen interagieren, entsteht Experience. Und überall dort entscheidet die Qualität dieser Erfahrung zunehmend über wirtschaftlichen Erfolg. **Genau deshalb ist Experience keine Spezialisierung einzelner Unternehmen – sie wird zur gemeinsamen Zukunftskompetenz des Wirtschaftsstandortes Österreich.**

Teil V - Politische Agenda

Von der Vision zur Umsetzung

Jede wirtschaftliche Transformation benötigt mehr als gute Ideen. Sie braucht Institutionen, gemeinsame Ziele und einen politischen Rahmen, der Innovation ermöglicht und langfristige Orientierung schafft. Die Industrialisierung wurde durch Infrastruktur, Bildung und neue Finanzierungsmodelle begleitet. Die digitale Transformation entstand durch Breitbandnetze, Forschungsprogramme und Innovationsförderung. Ebenso benötigt auch die Experience Economy eine politische Architektur, die ihre Entwicklung unterstützt und koordiniert.

Österreich verfügt bereits über zahlreiche Initiativen in den Bereichen Innovation, Digitalisierung, Forschung und Standortentwicklung. Was bislang fehlt, ist **ein gemeinsamer strategischer Rahmen**, der diese Aktivitäten **aus der Perspektive der menschlichen Erfahrung verbindet**. Die folgenden Maßnahmen bilden daher keine neue Förderlandschaft, sondern eine gemeinsame Agenda, um Experience als Querschnittsthema der österreichischen Wirtschafts-, Innovations- und Standortpolitik zu etablieren.

1. Etablierung eines „Experience Council Austria“

Jede erfolgreiche Wirtschaftsstrategie benötigt eine Institution, die unterschiedliche Interessen zusammenführt und langfristige Entwicklungen begleitet. Der Experience Council Austria soll als unabhängiges Beratungsgremium Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Gesellschaft miteinander verbinden. Er entwickelt nationale Strategien, begleitet deren Umsetzung und berät Bundesregierung, Länder und Sozialpartner bei allen Fragen der Experience Economy. Gleichzeitig wird er zur internationalen Stimme Österreichs für Human-Centered Innovation und Experience Leadership.

2. Austrian Experience Economy Report

Was nicht gemessen wird, wird selten strategisch gesteuert. Deshalb soll jährlich ein Austrian Experience Economy Report veröffentlicht werden, der die Entwicklung Österreichs dokumentiert und internationale Trends analysiert. Der Bericht verbindet wissenschaftliche Forschung mit wirtschaftlicher Praxis und macht sichtbar, wie sich Experience auf Wettbewerbsfähigkeit, Innovation, Produktivität und Lebensqualität auswirkt. Er wird zur zentralen Wissensbasis für Politik, Unternehmen und Forschung und positioniert **Österreich als internationales Kompetenzzentrum für Experience Economy**.

3. Austrian Experience Index

Die Wettbewerbsfähigkeit einer Volkswirtschaft wird bislang nur teilweise durch bestehende Wirtschaftsindikatoren erfasst. Der **Austrian Experience Index** ergänzt diese Kennzahlen um die Qualität menschlicher Erfahrungen in Wirtschaft und

Gesellschaft. Er misst unter anderem Customer Experience, Employee Experience, Citizen Experience, Digital Experience sowie Standort- und Lebensqualität. Dadurch entsteht erstmals ein Instrument, das sichtbar macht, wie sich Experience auf wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Erfolg auswirkt und wo gezielte Verbesserungen notwendig sind.

4. Experience Innovation Fund

Innovationen entstehen dort, wo neue Ideen auf den Mut treffen, sie umzusetzen. Der Experience Innovation Fund soll Projekte fördern, die technologische Innovation mit menschenzentriertem Design verbinden. Unterstützt werden Unternehmen, Start-ups, öffentliche Einrichtungen und Forschungseinrichtungen, die neue Lösungen entwickeln und deren Wirkung auf Menschen nachweislich verbessern. Damit wird Experience zu einem **eigenständigen Innovationskriterium** innerhalb der österreichischen Forschungs- und Förderlandschaft.

5. Experience Living Labs Austria

Die Zukunft entsteht dort, wo neue Lösungen gemeinsam entwickelt und erprobt werden. Experience Living Labs schaffen Räume, in denen Unternehmen, Universitäten, Verwaltung und Bürgerinnen und Bürger Innovationen gemeinsam gestalten. Hier werden neue Produkte, digitale Dienstleistungen, Verwaltungsprozesse oder KI-Anwendungen unter realen Bedingungen getestet und kontinuierlich verbessert. Österreich entwickelt damit eine offene Innovationskultur, in der Menschen frühzeitig Teil des Entwicklungsprozesses werden. Dies könnte auch als internationaler Knotenpunkt für viele Konzerne sein.

6. Experience Leadership Academy

Die Experience Economy benötigt neue Kompetenzen in Politik, Wirtschaft und Verwaltung. Führungskräfte müssen lernen, Experience nicht als Marketinginstrument, sondern als strategischen Wettbewerbsfaktor zu verstehen. Die Experience Leadership Academy vermittelt dieses Wissen und qualifiziert Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger in Human-Centered Design, Experience Strategy, Service Design, Digital Leadership und Human-Centered AI. Damit entsteht eine neue Generation von Führungspersönlichkeiten, die wirtschaftliche Entscheidungen konsequent aus der Perspektive des Menschen denken. An der Seefeld University startet im Herbst 27 zum ersten Mal ein Experience Management Lehrgang. Hier kann referenziert und ausgebaut werden.

7. Austrian Experience Standards

Qualität braucht gemeinsame Maßstäbe. Österreich soll daher nationale Experience Standards entwickeln, die Unternehmen und öffentliche Institutionen als Orientierung dienen. Aufbauend auf internationalen Normen werden Leitlinien für Customer Experience, Employee Experience, Citizen Experience, digitale Services und den verantwortungsvollen Einsatz künstlicher Intelligenz geschaffen. Experience wird dadurch zu einem messbaren Qualitätsmerkmal des Wirtschaftsstandortes Österreich. Und Österreich zum First Mover und Aushängeschild für die Welt.

8. Experience Economy Act

Große wirtschaftliche Veränderungen benötigen langfristige politische Verlässlichkeit. Ein Experience Economy Act soll Experience als strategisches Ziel der österreichischen Wirtschafts-, Innovations- und Digitalisierungspolitik verankern. Das Gesetz schafft den institutionellen Rahmen für Zusammenarbeit zwischen Bund, Ländern, Wirtschaft und Wissenschaft und definiert Experience als Querschnittsaufgabe zukünftiger Standortentwicklung. Dadurch entsteht Planungssicherheit für Unternehmen und Investoren sowie eine klare politische Orientierung für kommende Generationen.

Experience Nation Austria

Die Experience Nation Austria ist keine neue Marke und keine Kommunikationskampagne. Sie beschreibt ein gemeinsames Zukunftsbild für den Wirtschaftsstandort Österreich. Ziel ist es, dass Unternehmen, öffentliche Institutionen, Bildungseinrichtungen und Regionen gemeinsam daran arbeiten, außergewöhnliche Erfahrungen für Menschen zu schaffen und dadurch Innovation, Wettbewerbsfähigkeit und Lebensqualität nachhaltig zu stärken. Österreich positioniert sich damit nicht nur als Land hoher Qualität, sondern als europäischer Vorreiter einer menschenzentrierten Wirtschaft.

Schlusswort

Die Experience Economy ist kein kurzfristiger Trend. Sie ist Ausdruck eines tiefgreifenden wirtschaftlichen Wandels, in dem menschliche Erfahrungen zu einem entscheidenden Faktor für Innovation, Produktivität und Wettbewerbsfähigkeit werden. Österreich verfügt über alle Voraussetzungen, diesen Wandel aktiv mitzugestalten. Industrielle Exzellenz, starke Regionen, kulturelle Vielfalt, wissenschaftliche Kompetenz und eine hohe Lebensqualität bilden ein einzigartiges Fundament für eine neue Form der Standortpolitik.

Diese Deklaration versteht Experience daher nicht als Ergänzung bestehender Wirtschaftsstrategien, sondern als verbindendes Prinzip einer zukunftsorientierten Volkswirtschaft. Sie lädt Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft dazu ein, gemeinsam eine Vision zu verwirklichen, in der wirtschaftlicher Erfolg und menschliches Wohlbefinden einander nicht ausschließen, sondern gegenseitig stärken.

Die Zukunft der Wirtschaft wird nicht allein daran gemessen werden, was wir produzieren. Sie wird daran gemessen werden, wie Menschen erleben, was wir schaffen.

Mit dieser Deklaration möchten wir Österreich auffordern sich zu einer Wirtschaft zu Lebensstandort zu bekennen, **die den Menschen in den Mittelpunkt stellt** – und gerade dadurch innovativer, wettbewerbsfähiger und erfolgreicher wird.



Die österreichische Deklaration der Experience Economy

Österreich steht an einem wirtschaftlichen Wendepunkt.

Die großen Fragen unserer Zeit lassen sich nicht mehr allein durch Technologie, Kapital oder Regulierung beantworten. Digitalisierung, künstliche Intelligenz, demografischer Wandel, Nachhaltigkeit und internationale Wettbewerbsfähigkeit verlangen nach einer neuen Perspektive auf wirtschaftliche Entwicklung. Diese Perspektive beginnt beim Menschen.

Wir erklären daher:

Die Experience Economy ist jene Wirtschaftsform, in der nachhaltiger wirtschaftlicher Erfolg durch bewusst gestaltete Erfahrungen für Menschen entsteht – über alle Branchen, Produkte, Dienstleistungen und öffentlichen Institutionen hinweg.

Experience ist kein Luxus, kein Marketing und kein Zusatz zur bestehenden Wirtschaft. Experience ist der Raum, in dem Produkte verstanden, Technologien angenommen, Dienstleistungen bewertet, Institutionen vertraut und Standorte erlebt werden. Sie entscheidet darüber, ob aus Innovation Wirkung, aus Qualität Vertrauen und aus wirtschaftlicher Leistung langfristiger Wohlstand entsteht.

Österreich besitzt die Voraussetzungen, diese Entwicklung aktiv zu gestalten. Unsere Stärke liegt in der Verbindung von industrieller Exzellenz, kultureller Tiefe, regionaler Vielfalt, wissenschaftlicher Kompetenz, hoher Lebensqualität und menschlicher Nähe. Wenn diese Stärken gemeinsam gedacht werden, entsteht ein neues Modell der Standortpolitik.

Wir bekennen uns zu einer Wirtschaft, die den Menschen nicht als Endpunkt, sondern als Ausgangspunkt der Wertschöpfung versteht. Wir bekennen uns zu Innovation, die verständlich ist. Zu Technologie, die Vertrauen schafft. Zu Verwaltung, die zugänglich ist. Zu Unternehmen, die Beziehungen gestalten. Zu Regionen, die Lebensqualität erzeugen. Und zu einem Österreich, das wirtschaftlichen Erfolg und menschliches Wohlbefinden nicht trennt, sondern miteinander verbindet.

Die Experience Economy ist damit kein einzelnes Programm. Sie ist eine nationale Aufgabe. Sie verlangt nach neuen Institutionen, neuen Messgrößen, neuen Kompetenzen und einer gemeinsamen politischen Agenda. Sie fordert Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Gesellschaft auf, Experience als strategischen Produktionsfaktor des 21. Jahrhunderts anzuerkennen.

Diese Deklaration ist ein Anfang.

Sie beschreibt die Vision eines Österreichs, das nicht nur für Qualität, Sicherheit und Schönheit steht, sondern für außergewöhnliche Erfahrungen in Wirtschaft, Gesellschaft



und öffentlichem Leben. Die Zukunft der Wirtschaft wird nicht allein daran gemessen werden, was wir produzieren. Sie wird daran gemessen werden, wie Menschen erleben, was wir schaffen.

Österreich kann zur Experience Nation Europas werden.

Nicht durch Größe, sondern durch Haltung.

Nicht durch Masse, Sondern durch Qualität.

Nicht durch Inszenierung, sondern durch die bewusste Gestaltung von Erfahrungen, die Vertrauen schaffen, Innovation ermöglichen und Wohlstand menschlich erlebbar machen.



Ansprechpartner

DI(FH) Johannes Robier

Geschäftsführer | youspi

President | aUXP

President | UXQCC international

Vice President | UXPA Austria

Austrian Lead | Experience Economy

Part of Austrian Standards / UX, CX & Ergonomy

Organizer GrazConnects, World Usability Congress & Experience Economy Forum

Trainer:

FH JOANNEUM

FH TECHNIKUM VIENNA

SEEFELD University

youspi Consulting GmbH

Erzherzog Johann Strasse 22, 8402 Werndorf

Mobil: +43 664 3400 841

E-Mail: hannes.robier@youspi.com

Quellenbasis:

[Q1] McKinsey: designstarke Unternehmen erzielen über fünf Jahre deutlich höhere Umsatz- und Total-Shareholder-Return-Entwicklung.

[Q2] Forrester: der CX Index verbindet Experience-Qualität mit Loyalität und Umsatztreibern; Forrester berichtet 2024 von schnellerem Wachstum kundenzentrierter Organisationen.

[Q3] PwC: bessere Erfahrungen erhöhen Kaufbereitschaft, Loyalität und Weiterempfehlung; Konsumenten akzeptieren Preisprämien für gute Experience.

[Q4] World Usability Congress: UX Trend Reports 2024–2026 zu Human-Centered AI, Experience, UX-Management und strategischer Wirkung von UX.

[Q5] Austrian WOW Report: untersucht, was Menschen in Österreich als WOW erleben und wo solche Momente entstehen.

[Q6] Pine/Gilmore: klassische Grundlage der Experience Economy.

[Q7] Europäische Kommission: Industry 5.0 als human-centric, sustainable und resilient.

[Q8] Nielsen Norman Group: Usability- und UX-Metriken können Verbesserungen und ROI sichtbar machen.

[Q9] Deloitte: Workforce Experience als Summe gelebter Arbeitserfahrungen; gute Employee Experience hängt mit Kundenorientierung zusammen.

[Q10] OECD: Well-being Framework misst Fortschritt über BIP hinaus und umfasst Lebensqualität sowie Ressourcen für künftiges Wohlbefinden.