

Sparkassen-Tourismusbarometer
Ostdeutschland

**Tourismus in Brandenburg:
Was Gäste begeistert, was die Krise lehrt
und wie Agilität und New Work
die Arbeitswelt verändern**

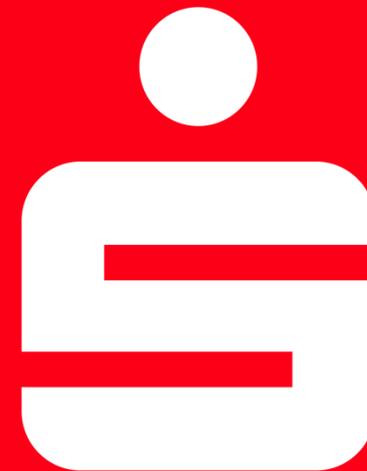
Länderveranstaltung Brandenburg
Potsdam, 9. September 2020

Träger **Ostdeutscher
Sparkassenverband (OSV)**
mit Unterstützung durch:
**Sparkassen- und Giroverband
Hessen-Thüringen**

Durchführung **dwif-Consulting GmbH**
Referenten **Lars Bengsch
Karsten Heinsohn**

 Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband

dwif



Umsatzausfall:
Ca. 3,8 Mrd. € im
Ost-D-Tourismus

Destinationen in Ost-D
im Zeitraum März bis Mai
2020

Übernachtungstourismus



2,2 Mrd. Euro



1,6 Mrd. Euro

Tagestourismus

Tourismus in
Brandenburg:

Tagesreisen und
Freizeitwirtschaft



Freizeitwirtschaft in Brandenburg 2019

+3,5%
Besucher
Brandenburg
2019 ggü. Vorjahr


Preise
Freizeitwirtschaft
Verbraucherpreise


Freizeitwirtschaft 2020 unter Druck: Flächendeckende temporäre Schließungen

Freizeitwirtschaft: Nur langsam Erholung in Sicht

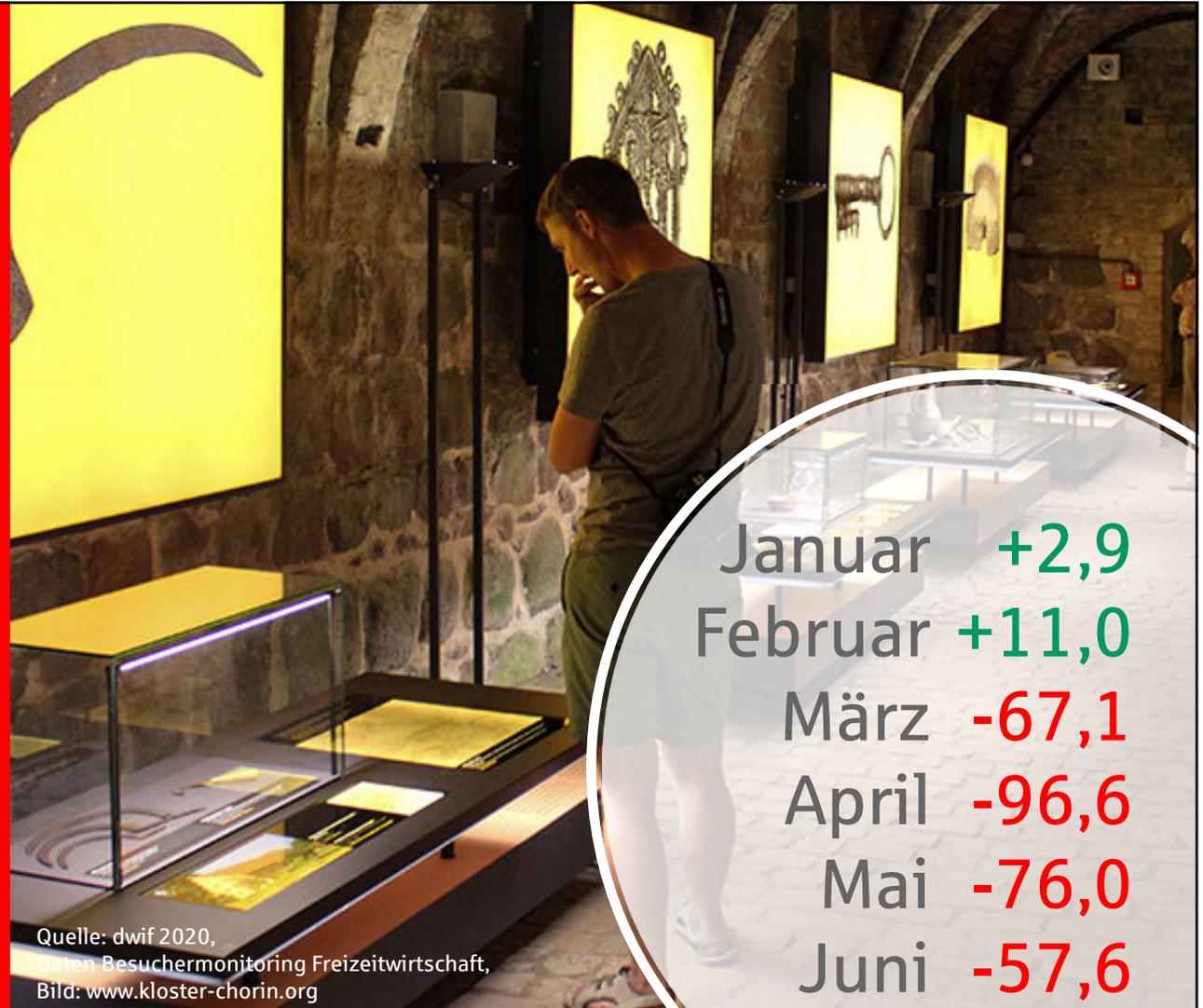
Besucherzahlen
Freizeitwirtschaft
Brandenburg 2020 ggü.
Vorjahreszeitraum in %

Januar-Juni

BB -54,8

Ost-D -46,5

 Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband



Januar	+2,9
Februar	+11,0
März	-67,1
April	-96,6
Mai	-76,0
Juni	-57,6

Quelle: dwif 2020,
Daten: Besuchermonitoring Freizeitwirtschaft,
Bild: www.kloster-chorin.org

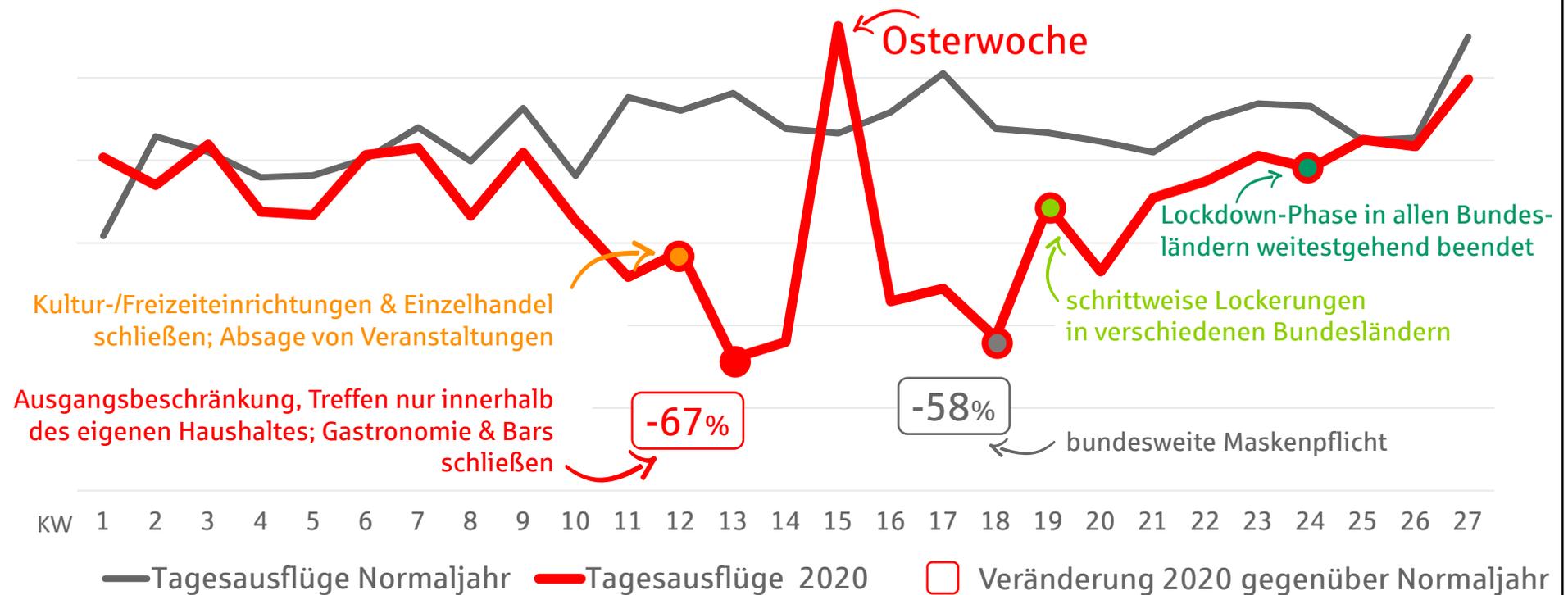
A photograph of various travel items including a camera, a lens, a pair of green sneakers, a silver water bottle, and binoculars, all resting on a dark wooden surface. A semi-transparent circular graphic is overlaid on the left side of the image, containing text.

rund **97** Mio.

Tagesreisen
Brandenburg
2019

Corona-Lockdown: Tagesausflüge rauschen in den Keller

Niveau der privaten Tagesausflüge pro Kopf nach Kalenderwochen in Deutschland



Viele der Top-Aktivitäten der Ausflügler betroffen

Starke Rückgänge der Tagesausgaben



Top-Aktivitäten Tagesausflügler

1. Besuch von Verwandten/ Bekannten
2. Shopping
3. Erholungs-/Spazierfahrt
4. Ausübung spezieller Aktivität
5. Besuch von Sehenswürdigkeiten & Besuch von Restaurants



Top-Hauptanlässe Tagesgeschäftsreisende

1. Klassischer Termin
2. Schulung/Seminar
3. Kongress/Tagung
4. Ausstellung/Messe

Herausforderungen und Einschätzungen der Freizeitwirtschaft

Befragung von Kultur- & Freizeiteinrichtungen in Ostdeutschland

29. Juli bis
10. August 2020,
monatliche
Aktualisierung

23%

meldeten
gestiegene
Besucherzahlen
im Juni/Juli zum
Normaljahr

65%

meldeten
gesunkene
Besucherzahlen
im Juni/Juli zum
Normaljahr

19%

sehen sich in ihrer
Existenz bedroht
(v.a. privat-
wirtschaftl.
Akteure)

19%

hatten Anfang
August noch für
Festangestellte
Kurzarbeit
beantragt

64%

müssen geplante
Investitionen
verschieben

Nachhaltigkeit in Krisenzeiten



Bild: freepik

Entwickelt sich die Nachfrage weg vom Erlebnishype hin zu einer neuen Bescheidenheit/Naturverbundenheit?



Bild: pixabay

Steigt langfristig die Ablehnung von öffentlichen Verkehrsmitteln und Massentourismus?

Tourismus in
Brandenburg:

Übernachtungs-
tourismus

 Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband



Bild: freepik

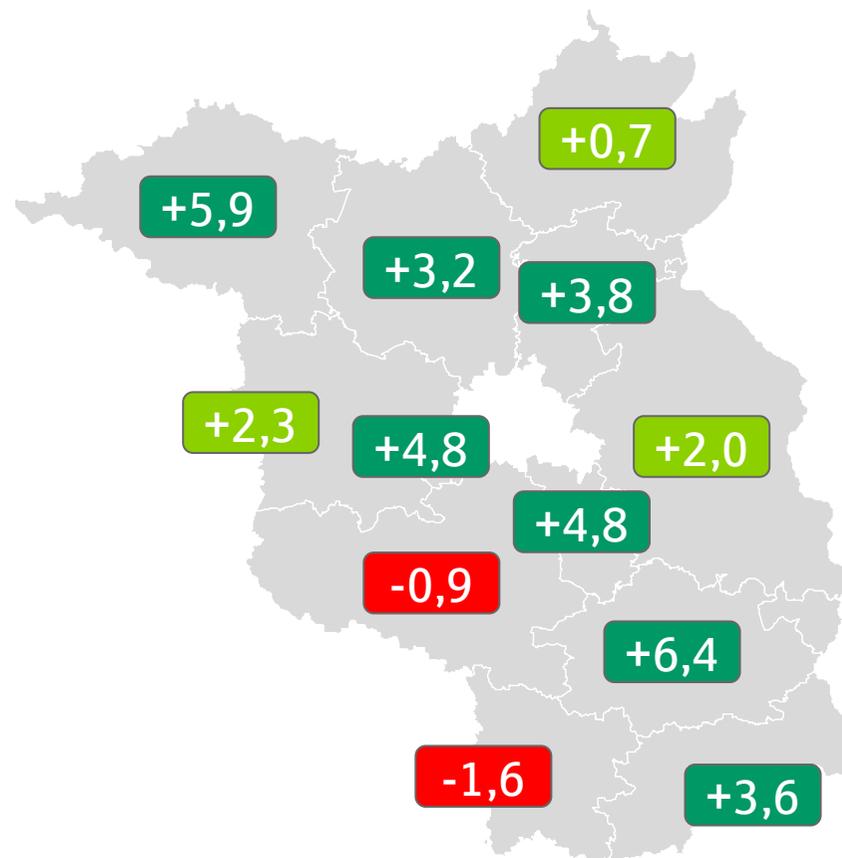
Starke Ausgangssituation vor Corona

Regionen: Überwiegend Nachfragewachstum

Übernachtungen
2019 ggü. Vorjahr in %

BB	+3,2
Ost-D	+2,6*
D	+2,9*

 Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband



Quelle: dwif 2020, Daten: Statistisches Bundesamt, Statistische Landesämter,
* inkl. Modellrechnung im Rahmen der Berichtskreisprüfung in MV und SH

dwif

**Gesundes
Wachstum**
im Brandenburg-
Tourismus

Städte

Angebot 

Nachfrage 

**Ländlicher
Raum**

Angebot 

Nachfrage 



Quelle: dwif 2020, Daten: Statistische Landesämter, Bild: freepik

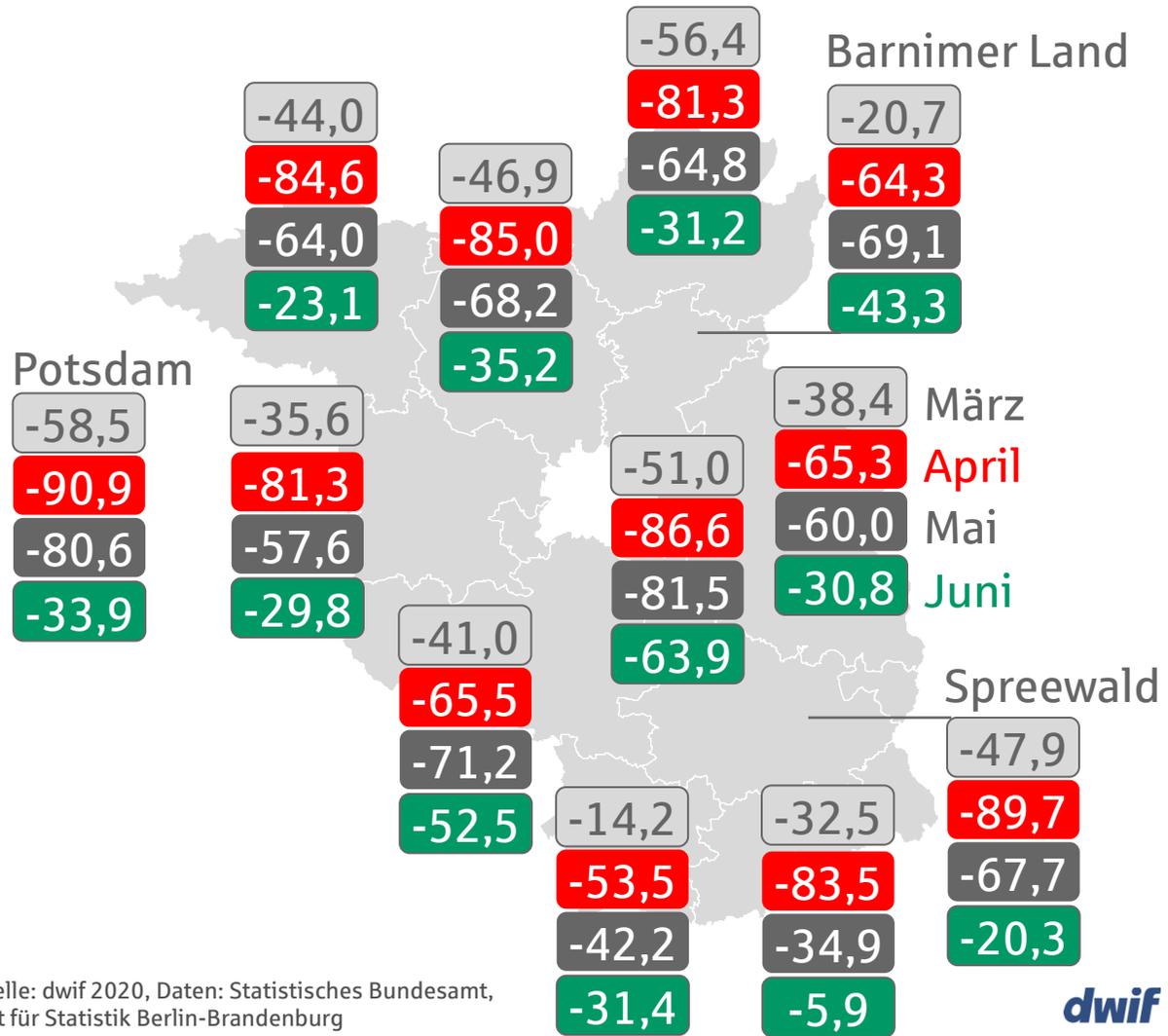
Corona-Krise verändert Nachfrage und Angebot im Brandenburg-Tourismus strukturell

Auch aktuell noch deutliche Nachfrageverluste

Übernachtungen März bis Juni 2020 ggü. Vorjahr in %

	BB	D
März	-43,8	-52,6
April	-79,0	-89,3
Mai	-66,1	-74,9
Juni	-33,4	-42,1

Finanzgruppe Ostdeutscher Sparkassenverband



Quelle: dwif 2020, Daten: Statistisches Bundesamt, Amt für Statistik Berlin-Brandenburg

dwif

Momentaufnahme Incoming: Gastarbeiter vor Leisure

Brandenburg:
Gewerbl. Übernachtungen
ausländischer Gäste
1. Halbjahr 2020 ggü.
Vorjahr

-48,8%

 Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband

Top-Quellmärkte in Brandenburg 1. Halbjahr 2020



Quelle: dwif 2020, Daten: dwif, Amt für Statistik Berlin Brandenburg

dwif

Lagebericht
Corona-Recovery/
Corona-Normalität:
Betriebstypen mit
unterschiedlicher
Performance



Hotellerie

langsameres Hochfahren |
Bedeutung Incoming/MICE,
Stadt vs. Land



Campingplätze:

hohe Auslastung während
der Sommersaison



Ferienwohnungsmarkt

hohe Auslastung während
der Sommersaison



Gruppenunterkünfte

langsame Regeneration |
Klassenfahrten nur z.T. ab
neuem Schuljahr möglich

Tourismus in
Brandenburg:

Gastgewerbe –
Positive Signale aus der
Vor-Corona-Zeit



Pandemie trifft Hotellerie

Erlös je Zimmer
Kettenhotellerie
Brandenburg

 Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband

2018
ggü.
2013

Betrieben ging es ökonomisch besser:
Preise +15,6% (Kettenhotellerie BB)
Eigenkapital +0,4%-Punkte (GG BB)

-18,9%

Juli 2020
ggü. Vorjahr

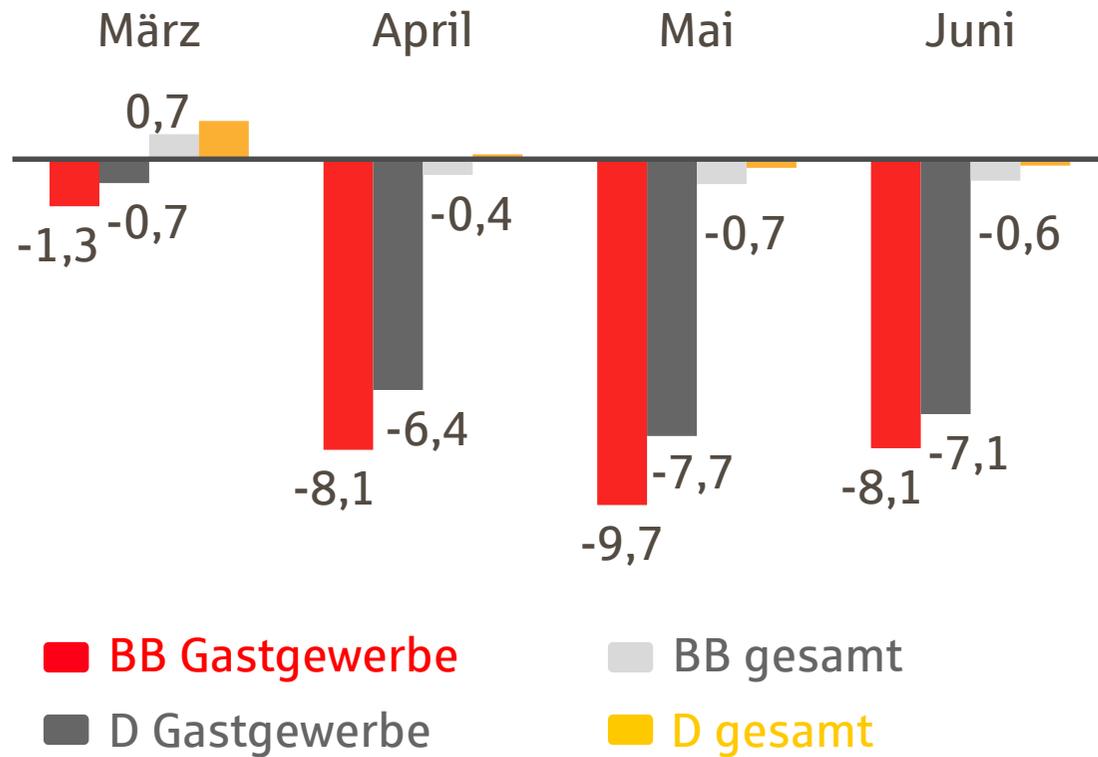
-47,1 %

Januar-Juli 2020
ggü. Vorjahr

Quelle: dwif 2020, Daten: DSV – EBIL-Bilanzdaten, STR-Global, Bild: freepik

Kurzarbeit als Anker, dennoch jede 12. Stelle weggefallen

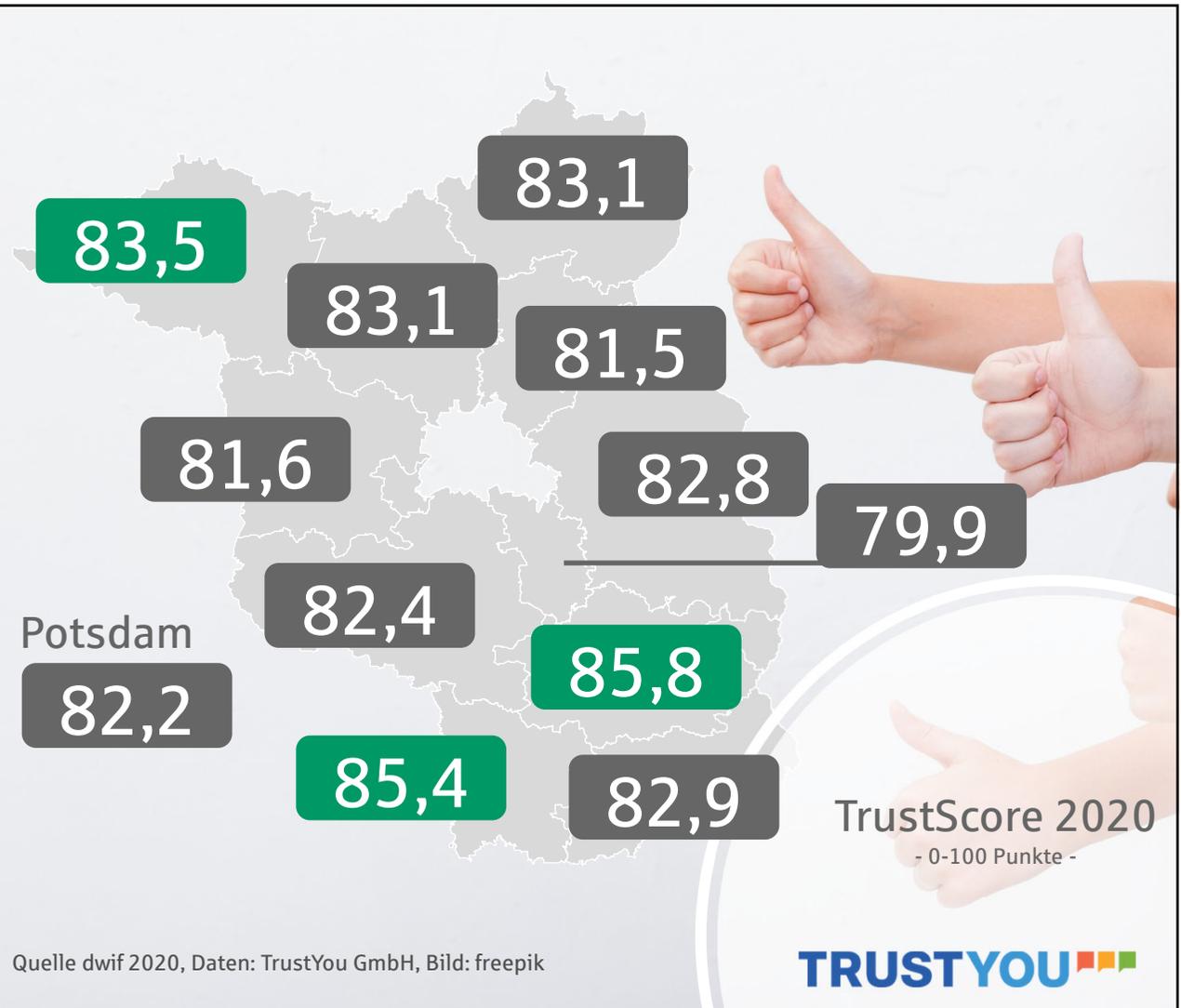
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte:
Monatliche Entwicklung 2020 ggü. Vorjahr (in %)



Gästezufriedenheit: Brandenburg mit Handlungsbedarf

Ost-D	BB
84,7	83,2
+0,8	+0,7

2020
ggü.
2019
- in Punkten -



Existenzbedrohung trotz Soforthilfen –
hohe Fixkosten und geringe Liquidität:

Durch die Wiedereröffnung ist noch
nicht alles wieder gut.

Tourismusorganisationen in Brandenburg: geforderter denn je



Auch Tourismus-
organisationen
müssen sich neu
erfinden oder
doch nicht?



... zwischen Rollen und Anforderungen
der Partner & eigenen Existenzfragen.

... zwischen öffentlichen Haushalten
unter Finanzierungsdruck &
freiwilliger Aufgabe Tourismus.



Welche **betriebswirtschaftlichen Konsequenzen** hat die Krise auf die Tourismusorganisationen (Reduktion von Partnerbeiträgen, Eigeneinnahmen, Liquiditätsreserven...)?

Steht die **Unterstützung der freiwilligen Aufgabe Tourismus** bei den Kommunen durch ausbleibende Einnahmen (Gewerbesteuer, Kurtaxe) zunehmend in Frage?

Führt die Krise zu einem **neuen Verständnis für effektive und schlagkräftige Organisationen** auf der regionalen Ebene oder stärkt sie das Kirchturmdenken?

Das sollten Sie
(gemeinsam) tun!

Touristiker

Nutzen des Tourismus für attraktive Städte, Kommunen und Destinationen für die Bevölkerung, die Betriebe und deren Beschäftigte von den Touristikern deutlich machen.

Kämmerer

Touristische Schnittstellen ganzheitlich erfassen, Stellenwert und kommunalwirtschaftliche/ökonomische Bedeutung des Tourismus aufzeigen.

Alle zusammen

Schulterschluss zwischen Bürgermeistern, Kämmerern, Touristikern bei Haushaltsplanungen und Entwicklungsstrategien für Orte/Destinationen.

Agilität und New Work

Das Corona-Paradoxon:
Der globale Lockdown und Stillstand hat
bei Vielen zu einer nie gekannten
Bewegung und Dynamik geführt

Negative Effekte

- ⚡ Fundamentale Erschütterungen
- ⚡ Extreme Verunsicherungen
- ⚡ Chaos, Widersprüche, Destabilisierung
- ⚡ Massive wirtschaftliche Verluste
- ⚡ Stress, Überforderung, Erschöpfung
- ⚡ (Existenz-) Angst
- ⚡ Gefühl von Perspektivlosigkeit

Positive Effekte

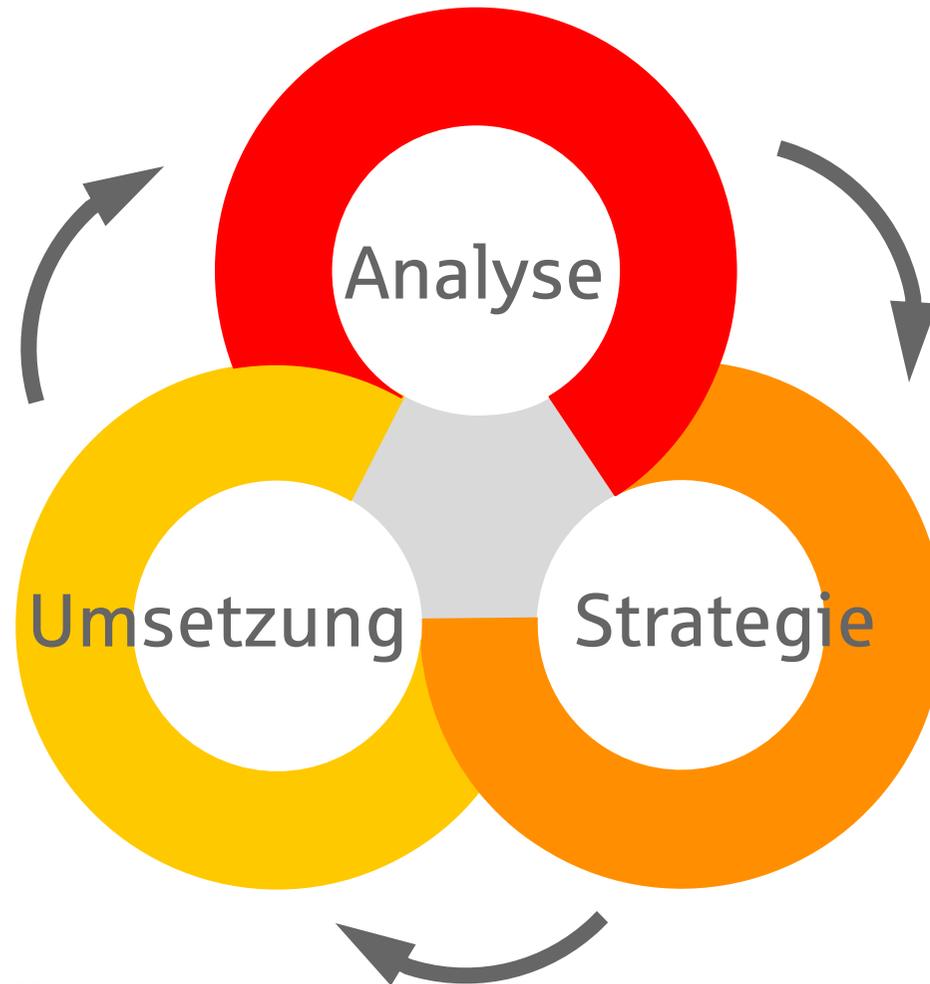
- Kreativitäts- & Innovationsschub
- Digitalisierungsschub
- Einüben neuer Kommunikationsformen
- Lernen innerhalb kürzester Zeit
- Abschneiden alter Zöpfe
- Lernen, auf Sicht zu fahren



Herausforderung:
**Veränderung rund
um Leben & Arbeit**

Bild: freepik

Dynamische Zeiten
erfordern neues
Denken



Lockdown



**Urlaubsfeeling für
zu Hause...**

Recovery



**Brandenburg.
Es kann so einfach sein.**

„Corona-Normalität“



**Willkommen in
Brandenburg!**

Herausforderung: der Tourismus in der Themenschleuder bereits vor Corona

Overtourism

ICH-
Orientierung

Qualität

Arbeitskräfte

Lebensqualität
Bevölkerung

Erlebnishunger

Zukunft

regionale
Entwicklung

Datenmanagement

Digitalisierung

Marke

Open Data

Nachhaltigkeit

EU-Beihilfe- &
Vergaberecht

Internationalisierung

Mobilität

Organisation &
Finanzierung

Barrierefreiheit

... und, wie vertraut fühlen Sie sich mit
den Themen Agilität und New Work?

Ergebnisse aus der VOXR-Publikumsbefragung



**Agilität & New Work
verständlich machen!**

Bild: Karsten Heinsohn, dwif

1

offene
Kommunikation

2

Flexibilität statt
starrer Plan

3

Beteiligung der
Betroffenen

4

Flache Hierarchien

5

selbständige
Teams

6

regelmäßiges
Feedback

7

**Veränderung als
Daueraufgabe**

7

**Kennzeichen
agiler Unternehmen**

Quelle: Lang & Scherber 2019, verändert durch dwif (M. Feige), Bild: freepik

New Work

- 📌 Sinnfrage der Arbeit
- 📌 Potenzialentfaltung des einzelnen Menschen
- 📌 Verschmelzen von Leben und Arbeit

„New Work ist ein Haltungsthema!
Und das ist kostenfrei – auch für
kleinere Betriebe.“ Upstalsboom

UB



Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband

Quelle: Zukunftsinstitut, 2019; Bild: freepik

Agilität und New Work
in der Praxis:

4 Leitsätze

Leitsatz 1

Agilität ist eine Haltung,
die zu einem veränderten
Verhalten führt.





Bild: freepik

„Ein agiles Mindset ist zunächst wichtiger als agile Methoden und Strukturen“ — Sparkasse Vorpommern



agile Haltung

Test & Learn



Kundennutzen



Fehlerkultur



der Mensch im
Mittelpunkt



Offenheit



Kompetenzaufbau



schnell am Markt



MS



„Fehlerkultur: ‚Ja‘ bei Kreativ-Projekten,
‚Nein‘ bei Routineaufgaben.“ Microsoft

Quelle: dwif Experteninterviews 2020

dwif

Überdurchschnittliche Vertrauenskultur in touristischen Betrieben

1 = sehr ausgeprägt
5 = nicht vorhanden

 Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband



Quelle: futability.de 2017 , weilar-seminare.de 2016, dwif Mitarbeiter-Befragung 2020; Bild: freepik

...dann von klassischer Hierarchie zum Kreis-Organigramm!

Hauptgeschäftsführung: Helmut Diegel/Christoph Burghaus				
International: Dr. Hans-Peter Merz		Zentrale Dienste: Einar Josten Sachgebietsleiter/In: Klaus Dinkhaus, Mirille Hogemann, Rainer Hinz, Jürgen Jost, Michael Krause		Öffentlichkeitsarbeit: Jörg A. Linden
Geschäftsbereich 1	Geschäftsbereich 2	Geschäftsbereich 3	Geschäftsbereich 4	Geschäftsbereich 5
Berufliche Bildung	Industrie, Energie, Verkehr, Umwelt	Handel, Stadtentwicklung, Gesundheitswirtschaft, Demografie	Grundsatzzfragen, Wissenschaft, Dienstleistungen, Unternehmensförderung	Recht, Justizariat
Ulrich Ernst Thomas Gdanietz	Rouven Beck N.N.	Stefan Pustert Raphael Jonas	Christoph Burghaus Dr. Karja Fox, Stefan Grave	Michael Bergmann Dr. Andreas Leuninghaus
Sachgebietsleiter: André Fester, Carsten Venghaus	Sachgebietsleiter: Kerstin Groß, Lottar Pollak	Sachgebietsleiter: Jensker Duggen, Anna Holtzoppe, Barack Vos	Sachgebietsleiter: Jörn Kiseleuten	Sachgebietsleiter: Gerd Böhlen, Sabine Wiesten
Ihr Partner für:	Ihr Partner für:	Ihr Partner für:	Ihr Partner für:	Ihr Partner für:
<ul style="list-style-type: none"> • SO Bildungspolitik, Grund- und Rechtsfragen • SO Ausbildungsberatung, Berufshilfe, Anerkennung ausländischer Bildungsqualifikationen • SO Weiterbildungs-/Bildungsberatung • IQG-GmbH 	<ul style="list-style-type: none"> • SO Industrie, Fachentwicklung und -sicherung, Technologie, Innovation/Unternehmen • SO Energiepolitik, Energieversorgung, Energieeffizienz • SO Umwelt- und Klimaschutz, Kreislaufwirtschaft, Wasserwirtschaft • SO Verkehr, Transport und Logistik 	<ul style="list-style-type: none"> • SO Handel • SO Regionalentwicklung, Infrastruktur • SO Raumordnung, Landes-, Regional- und Bauplanung • SO Stadtentwicklung und Demografie, Gesundheitswirtschaft, Sozialwesen • SO Kultur- und Kreativwirtschaft, Sport, Personalbezogene Dienstleistungen 	<ul style="list-style-type: none"> • SO Grundsatzzfragen, Standort- und Strukturentwicklung • SO Kooperation Wirtschaft/ Wissenschaft • SO Innovation/Wissenschaft, Campus-StartCenter • SO Unternehmensförderung und -nachfolge • SO Unternehmensgründung, STARTTECHNIEK • SO Dienstleistungen, Konkurrenz, Statistik • Wirtschaftsquartieren 	<ul style="list-style-type: none"> • SO Justizariat • Allg. Rechtsanwaltschaft, Arbeitsrecht, Öffentlicher Auftrag, E-Governance/Business • SO Wirtschaftsprüfung: Handels- und Gesellschaftsrecht, Wettbewerbsrecht, Versicherungsrecht, Unternehmensrecht • SO Firmenrecht, Sachverständigenwesen • SO Verwaltung: Beschaffung, Gaststätten, Auslieferung

vor
2016

2019

Bild: Olaf Ziegler

Leitsatz 2

Agilität und New Work
brauchen die richtige
Balance.



Auf der Suche nach der Balance: Was ...

darf
nicht

kann

muss

... verändert werden?

„Neue Themen organisch in
Bestehendes einflechten.“ TMB

Menschen in Veränderungsprozessen...



Stolpersteine:

- 💡 „Keine Zeit“
- 💡 Verlustängste
- 💡 Überlastung
- 💡 „Das haben wir schon immer so gemacht“



Quelle: dwif Expertengespräche 2020, Bild: freepik

Leitsatz 3

Neues Arbeiten
braucht neue „Räume“.



Handlungs- Spiel-Räume ermöglichen



Zeit- und Entscheidungs- Spielräume geben



„Mitarbeiter die Einsatzpläne einfach mal
selbst erstellen lassen!“ Fläming

FL



Leitsatz 4

Unternehmenserfolg
heißt persönliche
Potenziale erschließen.



Was macht einen attraktiven Arbeitgeber aus?

Mitarbeiter sagen...



Anerkennung
& Wertschätzung im Team

regelmäßige Kommunikation
& Rücksprache im Team

sicherer Arbeitsplatz

Chefs sagen...



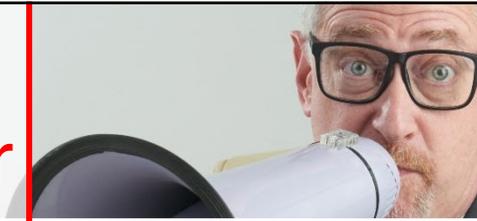
1 regelmäßige Kommunikation
& Rücksprache im Team

2 sicherer Arbeitsplatz

3 Weiterbildungsmöglichkeiten

Von den Generationen zu individuellen Bedürfnissen...

Baby-boomer



55 – 69 Jahre

leben um zu arbeiten

Gen X



40 – 54 Jahre

arbeiten um zu leben

Gen Y



25 – 39 Jahre

fließender Übergang zw. Leben & Arbeit

Gen Z



10 – 24 Jahre

Arbeit muss sich dem Leben anpassen

Gen Alpha



< 10 Jahre

?

Agilität & New Work bedeuten weiterhin...

-  Strukturen
-  Regeln
-  Führung
-  Verantwortung

„Das Bedürfnis nach Sicherheit
verschwindet auch in agilen Strukturen
nicht“ TV Mecklenburg- Vorpommern

Darum geht es jetzt:
Übergang aus den gemachten
Erfahrungen in die langfristige
Agilisierung!

Der aktuelle Jahresbericht ist unter
www.tourismusbarometer.de erhältlich.



Gute Ideen sind
gefragt!

Marketing Award
Leuchttürme der
Tourismuswirtschaft
2021