



Sieh mal einen an!

**Unsere Leuchttürme der
Tourismuswirtschaft 2020**

<http://youtube.com/osvvideo>

Wir gratulieren
den Landessiegern des MarketingAward
„Leuchttürme der Tourismuswirtschaft“

Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland 2020 Erste Ergebnisse

KONJUNKTURBERICHT ZUM OSTDEUTSCHLAND-TOURISMUS

Nichts ging mehr. Von einem Tag auf den anderen der absolute, globale Shutdown. Den Tourismus traf die Corona-Krise als erstes, überall auf der Welt, mit voller Wucht und in all seinen Facetten, und er wird die Folgen noch lange spüren, bis wieder so etwas wie Normalität eintreten wird. Aber welche Normalität wird das sein? Zurück zum business as usual, oder wird es eine neue, andere Normalität sein? Werden sich Reiseströme und das Reiseverhalten dauerhaft ändern oder rasch wieder in den bekannten Bahnen bewegen? Für belastbare Antworten darauf ist es noch zu früh.

Die Zahlen des Jahres 2020, soweit sie zum Zeitpunkt des Redaktionsschlusses für diesen Bericht vorlagen, sprechen eine eindeutige, katastrophale Sprache. Aber sie sind nur unvollständig und vorläufig. So manche Effekte werden erst als Spätfolgen auftreten beziehungsweise sich erst im Laufe der Zeit zuverlässig messen lassen. Umso wichtiger ist ein fundierter Blick in die Ausgangssituation 2019, also auf die Zeit unmittelbar vor Krisenbeginn. Dieser Aufgabe wird der diesjährige Bericht daher wie immer gerecht. Da, wo schon möglich, werden Bezüge zu den Auswirkungen der Krise hergestellt. Aber erst der Jahresbericht für 2020 wird im Jahr 2021 das (ganze) Ausmaß dokumentieren können.

Das Tourismusbarometer kann Orientierung geben und das beschreiben und quantifizieren, was möglich ist: die dramatischen Nachfrageeinbrüche im Übernachtungs- und Tagestourismus, die Umsatzausfälle der ersten Monate, die Auswirkungen auf die Betriebe des Gastgewerbes, der Freizeitwirtschaft, aber auch auf die Destinationen. Dieser Grundstein für ein fundiertes Corona-Recovery-Monitoring schafft im Sinne des Lesers die Basis für Vergleiche zum Ausmaß der eigenen Betroffenheit mit derjenigen der Wettbewerber und anderer Branchenteile, Destinationen, Betriebstypen.

CORONA-KRISE VERÄNDERT NACHFRAGE UND ANGEBOT IM OST-DEUTSCHLAND-TOURISMUS STRUKTURELL

Für den Tourismus in Ostdeutschland lassen sich die Umsatzausfälle durch die Corona-Krise allein in den Monaten März, April und Mai auf rund 3,8 Milliarden Euro beziffern, 2,2 Milliarden Euro im Übernachtungs- und 1,6 Milliarden Euro im Tagestourismus. Eine Normalisierung zum Sommer und Herbst hin ist für viele

Ostdeutscher
Sparkassenverband
Team Kommunikation
Leipziger Str. 51
10117 Berlin

Telefon 030 2069-1818/-1843
Telefax 030 2069-2818
E-Mail presse@osv-online.de
www.osv-online.de
Twitter @osv_online

Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland 2020

www.tourismusbarometer.de

Betriebe betriebswirtschaftlich entscheidend. Fakt ist: Aufgrund der anhaltenden Restriktionen (Abstandsregeln, Kontingentierungen) werden die Betriebe ihre Kapazitäten noch über einen längeren Zeitraum hinweg nicht auf 100 Prozent hochfahren können, was in der Hochsaison zu weiteren Einbußen führen wird. Die stark städtisch geprägten Regionen sahen sich mit Stand Mai höheren Verlusten gegenüber. Aufgrund der Bedeutung von Veranstaltungen, Geschäftsreisen und des Incoming-Segmentes müssen sie wohl noch mit einer Verschärfung rechnen. Ob sich die Corona-Krise langfristig stärker auf den Deutschlandtourismus oder den Outgoing-Tourismus der Deutschen auswirken wird und womöglich mittelfristig sogar positive Impulse für den Inlandstourismus mit sich bringt, lässt sich noch nicht abschätzen.

Bei den Tagesreisen entfällt in einem Normaljahr mehr als jeder vierte Ausflug in Ostdeutschland auf den Zeitraum März/April/Mai. Zudem gehören die Einrichtungen, die in dieser Zeit flächendeckend von Schließungen betroffen waren (schrittweise, länderindividuelle Teilöffnung nach Angebotstypen ab Mai), zu den Top-Aktivitäten der Ausflügler. Bei den in Ostdeutschland geschlossenen Kultur- und Freizeiteinrichtungen ist ein Besucherausfall zwischen 19 und 29 Prozent (je nach Angebotstyp) allein für den Zeitraum März/April/Mai 2020 gegenüber einem Normaljahr zu erwarten. Und auch in den ersten Monaten nach der schrittweisen Wiedereröffnung für den Publikumsverkehr wurde und wird die Kapazität der Einrichtungen aufgrund der Restriktionen (Abstände, Kontingentierungen etc.) begrenzt.

EXISTENZBEDROHUNG TROTZ SOFORTHILFEN: HOHE FIXKOSTEN UND GERINGE LIQUIDITÄT

Für das ostdeutsche Gastgewerbe ist die Corona-Krise ein extremer Stresstest. Wegen der vergleichsweise niedrigen Eigenkapitalquoten verfügen die meisten Betriebe kaum über die Reserven, um eine derartige Krise monatelang durchzustehen. Zwar sind zum Beispiel die ostdeutschen Gastronomiebetriebe in puncto Eigenkapital besser aufgestellt als vergleichbare bundesdeutsche Betriebe, doch die dramatischen Umsatzeinbußen treffen die Branche auch deshalb so hart, weil die Fixkostenbelastungen besonders hoch sind (Personal- und Mietaufwandsquoten). Das drückt auf die Liquidität.

Und auch die verhältnismäßig niedrige Innenfinanzierungskraft macht deutlich, dass den Betrieben im Allgemeinen kaum Mittel zur Verfügung stehen, um die notwendigen Modernisierungs- und Instandhaltungsmaßnahmen durchzuführen.



Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland 2020

www.tourismusbarometer.de

Außer in Mecklenburg-Vorpommern (79.000 Euro) kommen die gastgewerblichen Betriebe nur auf einen Cash-Flow von rund 30.000 Euro. Besonders die Gastronomiebetriebe in Brandenburg und die Beherbergungsbetriebe in Sachsen-Anhalt haben wenig Möglichkeiten, auf die Krise zu reagieren: Ihre Innenfinanzierungskraft erreicht nicht einmal 10 Prozent. Aktuelle Entwicklungen lassen befürchten, dass viele Betriebe ihre Investitionen bis auf Weiteres zurückstellen werden. Aus betriebswirtschaftlicher Sicht sind die unterschiedlichen Instrumente der Soforthilfen daher notwendig, insbesondere die staatliche Übernahme von Personalkosten und Pachten.

2019: TROTZ REKORDJAHR UND BAUHAUS-HYPE – DER MARKANTEIL OSTDEUTSCHLANDS SINKT WEITER

Der Tourismus in Ostdeutschland befand sich bis zur Corona-Krise in einer soliden Ausgangssituation. Fest steht: 2019 war für Ostdeutschland ein weiteres Rekordjahr. Mit einem Übernachtungsplus von 2,6 Prozent wuchs die Nachfrage das sechste Jahr in Folge. Allerdings blieb die Entwicklung erneut – und damit zum neunten Mal – hinter dem deutschlandweiten Durchschnitt (2,9 Prozent) zurück. Die Folge: Der Marktanteil Ostdeutschlands am Deutschlandtourismus insgesamt nimmt schleichend, aber stetig ab – im Zehn-Jahresvergleich um mehr als zwei Prozentpunkte. Dennoch gab es fast flächendeckend Grund zur Freude, denn alle fünf Bundesländer und rund 80 Prozent der ostdeutschen Regionen schlossen das Jahr 2019 mit einem Nachfrageplus ab.

ANGEBOTE IN DER FLÄCHE SICHERN: ANGEBOTSGETRIEBENES WACHSTUM IN DEN STÄDTEN TRIFFT AUF MARKT-BEREINIGUNG IM LÄNDLICHEN RAUM.

Legt man die Angebots- und Nachfrageentwicklung in den ostdeutschen Regionen übereinander, so zeigt sich vor allem in den Städten ein angebotsgetriebenes Wachstum. Der zunehmende Wettbewerb bei gleichzeitig steigenden Nachfragezahlen kommt auch der allgemeinen betrieblichen Situation in den Städten zugute. Sowohl die durchschnittliche Bettenanzahl der Betriebe als auch die Belegungsraten haben sich weiter positiv entwickelt. Währenddessen findet im ländlichen Raum bei leichtem Nachfrageplus und tendenziell eher rückläufigen Kapazitäten nach wie vor eine Marktbereinigung statt, besonders auffällig in der Mecklenburgischen Schweiz und Seenplatte, im Ruppiner Seenland, im Fläming, in der Region Übriges Thüringen, dem Saaleland sowie in vielen Mittelgebirgsdestinationen Sachsens und Thüringens. Hier kommt es vor allem darauf an, auch



Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland 2020

www.tourismusbarometer.de

periphere Angebote künftig zu erhalten, um die Versorgung in der Fläche zu sichern, gerade für die dort so beliebten outdooraffinen Tourismussegmente wie Rad-, Wander- und Wassertourismus.

FREIZEITWIRTSCHAFT: SONDEREFFEKTE NACHHALTIGER NUTZEN

Die Kultur- und Freizeiteinrichtungen in Ostdeutschland steigerten ihre Besucherzahlen 2019 um 4,0 Prozent. 11 der 15 Kategorien und rund 61 Prozent der Einrichtungen zählten zu den Gewinnern. Die Verluste aus dem Jahr 2018 wurden damit mehr als ausgeglichen. Zu den Gewinnern zählten Museen und Ausstellungen sowie Stadtführungen. Für die Kirchen und abermals für die Besucherführungen (Industrie-/Sonstige Anlagen) war 2019 ein schwieriges Jahr. Für die Freizeiteinrichtungen insgesamt lief es ab Juni gut; bis zum Jahresende gab es jeden Monat steigende Besucherzahlen. Hierzu trugen auch Sondereffekte von Jubiläen und Themenjahren sowie Sonderausstellungen bei. Zudem spielte wie immer das Wetter eine Rolle: Von den moderaten Temperaturen bis in den November und Dezember hinein profitierten viele Outdoor-Einrichtungen. Die Preissteigerungen in der ostdeutschen Freizeitwirtschaft liegen deutlich über der Entwicklung des Verbraucherpreisindex in Deutschland. Entscheidend für die Akzeptanz von Preissteigerungen bei den Besuchern ist stets eine spürbare Qualitätssteigerung.

GASTGEWERBE: POSITIVE SIGNALE AUS DER VOR-CORONA-ZEIT: PREISE UND UMSÄTZE STEIGEN

Die Umsätze im ostdeutschen Gastgewerbe haben sich im vergangenen Jahr erfreulich positiv entwickelt. Es bleibt zu hoffen, dass die Betriebe mittelfristig wieder an die Zeiten vor der Krise anknüpfen können. Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen und Sachsen-Anhalt verbesserten sich um bis zu 5,4 Prozent und lagen damit oberhalb der Deutschlandwerte. Lediglich in Thüringen betrug die nominale Umsatzentwicklung nur +0,4 Prozent und das trotz Nachfragerekords bei den Beherbergungsbetrieben. Gegenüber 2018 stabilisierten sich die Zahlen in Thüringen aber immerhin. Zudem gehen die Zimmerpreise in Ostdeutschland insgesamt weiter nach oben; im Vergleich zum Vorjahr haben sie sich nahezu doppelt so stark erhöht wie in Deutschland insgesamt. Wie sich die Preise nach der Corona-Krise entwickeln werden, bleibt abzuwarten. Sowohl niedrige Preise, bedingt durch einen Preiskampf und steigende Preissensibilität bei den Gästen, als auch höhere Preise durch Angebotsverknappung und steigende Nachfrage sind denkbar.



Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland 2020

www.tourismusbarometer.de

QUALITÄT IN ZEITEN VOR & NACH CORONA: SO WICHTIG WIE EH UND JE

Investitionen in die Qualität der Hardware und Verbesserungen der Serviceleistung sind die Basis für zufriedene Gäste – und damit für eine bessere Auslastung, größere Preisspielräume und eine höhere Wertschöpfung für den eigenen Betrieb. Die Gästezufriedenheit in Ostdeutschland nimmt weiter zu. 2019 hat sich der TrustScore in den fünf Bundesländern insgesamt um 0,8 Punkte verbessert. Damit stiegen die Zufriedenheitswerte zwar etwas schneller als im Rest der Bundesrepublik, dennoch blieb der Ostdeutschlandwert auch Anfang 2020 noch mehr als einen TrustScore-Punkt hinter dem deutschlandweiten Durchschnitt zurück. Aus dem Qualitätsmonitor Deutschlandtourismus geht hervor, dass die Gäste in Ostdeutschland mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis insgesamt und bei den Kernangeboten Unterkunft und Gastronomie Angebote überaus zufrieden sind. Deutlich schlechter werden hingegen die kulturellen Angebote und der öffentliche Personennahverkehr bewertet. Hier hat Ostdeutschland offenbar hohen Handlungsbedarf, nicht zuletzt im Sinne marktgerechter Produkte.

AGILITÄT UND NEW WORK

Das Branchenthema des Sparkassen-Tourismusbarometers stellt in diesem Jahr die Frage, wie die Branche agiler werden kann, um den dynamischen Herausforderungen der Zeit besser begegnen zu können. Die Beiräte waren sich im Sommer 2019 einig: Das ist ein Thema, um das wir uns kümmern müssen, hier liegt noch viel „Dynamisierung“ vor vielen Akteuren in allen Teilen der Branche. Die Einschätzung war: Wir sind bisweilen noch zu langsam für die rasante Geschwindigkeit der (Tourismus-) Welt um uns herum und sollten der Branche mit dem Tourismusbarometer in bewährter Form Unterstützung geben.

Die rasante Veränderung der Wirklichkeit seit Mitte März 2020 ist nun der stärkste Treiber für die Analysen, Ideen und Vorschläge, wie die Branche agiler werden kann, den wir uns vorstellen können. Und zwar in einer Dimension, die noch im Februar, in der Vorbereitungszeit für die jährliche Präsentation auf der ITB, im wahrsten Sinne des Wortes „undenkbar“ war. Ist das Thema damit obsolet geworden? Sind jetzt alle plötzlich durch Corona so agil geworden, dass es sich erledigt hat, noch darüber zu sprechen? Wir sind überzeugt: Das Gegenteil ist der Fall!

Agiles Arbeiten im Tourismus wird immer wichtiger, um sich zum Beispiel flexibler auf geändertes Gästeverhalten oder Krisensituationen einzustellen, die Stakeholder in der Region intensiver einzubeziehen, generell das Netzwerk auszubauen



Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland 2020

www.tourismusbarometer.de

und um die Digitalisierung – auch die Kommunikation nach innen und außen – voranzutreiben.

Die Ursache: Sowohl die innere Haltung als auch die Bedürfnisse gegenüber der Arbeitswelt haben sich in den letzten Jahren in der Gesellschaft grundsätzlich gewandelt. Das gilt auch für den Tourismus. Deshalb wählte der Beirat des Tourismusbarometers Ostdeutschland „Agilität und New Work“ als Branchenthema aus.

Agilität bedeutet dabei die Anpassung an Nutzerbedürfnisse in einer ebenso komplexen wie unsicheren Umwelt. Dazu gehört das Erneuern von Prozessen, oft aber auch der Unternehmenskultur. Vor allem verändern sich die Rollen und das Selbstverständnis der Mitarbeiter. Agile Unternehmen zeichnen sich zum Beispiel durch Aspekte wie flexibles Reagieren auf aktuelle Ereignisse und die Beteiligung der Mitarbeiter an Entscheidungen aus. An die Stelle langfristiger, eher statischer Innovationsprojekte tritt die Entwicklung von schnellen „Testprodukten“, die man bei Misserfolg rasch und ohne große Verluste wiedereinstellen kann. Der Mensch als Individuum und die persönliche Interaktion haben Vorrang vor Dokumentationen, Prozessen und Werkzeugen. Agiles Arbeiten fordert jeden Einzelnen, denn es setzt die ständige selbstkritische Reflexion bei Führungskräften und Mitarbeitern voraus.

Bei Befragungen von Mitarbeitern und Akteuren im Ostdeutschland Tourismus werden als Hemmfaktoren bei der Einführung agiler Strukturen hauptsächlich konservative Denkweisen, zum Teil fehlende Veränderungsbereitschaft bei der Führungsebene, aber auch bei Mitarbeitern, sowie Kommunikationsprobleme (alle Mitarbeiter „mitnehmen“) gesehen. Hinzu kommt eine problematische Mischung aus Personalmangel, Generationskonflikten und der Unsicherheit, sich mit dem Thema Agilität auseinanderzusetzen. Weitere Herausforderungen auf dem Weg zu mehr Agilität in der Arbeitswelt sind starre Amtsstrukturen, Verordnungen und Regularien, teils aber auch sonstige Akteure im System (Gesellschafter, Mitglieder, Kommunen und Landkreise) sowie mangelnde zeitliche Ressourcen.

Unternehmen und Organisationen in Ostdeutschland erhoffen sich von der Einführung agiler Prinzipien höhere Innovationskraft und Flexibilität, mit dem Ziel, näher an den Kundenbedürfnissen zu agieren und die Zufriedenheit der Mitarbeiter zu steigern. Das Veränderungstempo und die Veränderungsbereitschaft sehen die Befragten jedoch eher kritisch. „Der Innovationszug ist meist schon Jahre abgefahren, und wir winken noch immer hinterher und wundern uns, dass er



Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland 2020

www.tourismusbarometer.de

diesmal pünktlich war!“, fasst ein Mitarbeiter aus einer Destinationsmanagementorganisation die Situation zusammen.

Für die wachsenden Ansprüche an einen Arbeitsplatz hat die Tourismusbranche grundsätzlich gute Voraussetzungen. Wie kaum eine andere Branche bietet sie die Möglichkeit, Erfahrungen in unterschiedlichen Kulturen zu sammeln, einen flexibel-mobilen Lebensstil zu kultivieren, persönliche Kompetenzen zu trainieren oder mit Blick auf die Zukunft sogenannte wir-kulturelle Werte – Selbstentfaltung mit gesellschaftlichem Bezug – zu etablieren .

Doch wenn touristische Unternehmen zukunftsfähig sein wollen, kommen sie nicht umhin, sich mit ihren Mitarbeitern und deren individuellen Sichtweisen und Bedürfnissen auseinanderzusetzen und die verschiedenen Fähigkeiten der Mitarbeiter aktiv zu fördern. Die im Rahmen dieses Branchenthemas konzipierte Mitarbeiter-Journey bietet Touristikern eine Orientierung, wie sich dieses Potenzial im eigenen Unternehmen erschließen lässt.

Arbeitgeber im Tourismus müssen heute mehr denn je über ihre Bewerber und Mitarbeiter wissen; denn im aktuellen Arbeitsmarkt hat zunehmend der Bewerber die Wahl, für welches Unternehmen er sich entscheidet. Ein erfülltes Familienleben, Balance zwischen Privat- und Berufsleben, aber auch Teamarbeit, Respekt, Kreativität und empathische Führung sind zentrale Werte für Jugendliche und junge Erwachsene. Welche Wünsche und Bedürfnisse insbesondere zukünftigen Arbeitnehmergenerationen wichtig sein werden, stellt das diesjährige Tourismusbarometer auf der Basis von Befragungen und den Ergebnissen aus Fokusgruppen dar.

Führungskräften kommt eine entscheidende Bedeutung in Bezug auf agile Veränderungsprozesse zu. Die bisherige Führungsrolle, die sich in klassischen Organisationen hauptsächlich über fachliche Expertise definierte, wird im agilen Kontext neu definiert als „Dienstleister“ für die Mitarbeiter, der für optimale Arbeitsbedingungen und Voraussetzungen sorgt, damit jeder Einzelne in die Lage versetzt wird, bestmögliche Leistung und größtmöglichen Erfolg für das Unternehmen/die Organisation zu erbringen.

Doch wie sieht es derzeit in der Praxis aus? Wie gut können Destinationsmanagementorganisationen (DMO) und Betriebe generell auf kurzfristige Veränderungen wie Krisen, Umsatzeinbrüche oder Fachkräftemangel reagieren? Die vier oben



Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland 2020

www.tourismusbarometer.de

genannten Leitsätze und unser agiler Fahrplan erleichtern die Umsetzung agiler Strukturen im eigenen Unternehmen und zeigen auf, wie sich die Balance zwischen Bewährtem einerseits und notwendigen Veränderungen bis hin zu einer neuen Kultur andererseits finden lässt.

Der Zusammenhang mit der aktuellen Situation liegt auf der Hand: Die Corona-Krise trifft sehr viele Betriebe und die Tourismusbranche insgesamt extrem hart – und natürlich geht es bei den meisten jetzt zuallererst um die Existenzsicherung. Die hier beschriebenen Voraussetzungen, Mechanismen und Chancen, die in agilen Arbeitsweisen und Strukturen stecken, spielen aber eine wichtige Rolle für die erfolgreiche Krisenbewältigung und werden außerdem sowohl in der Phase des Wiederanlaufens als auch in der Folgezeit noch an Bedeutung gewinnen.

Kontakte:

Ostdeutscher Sparkassenverband (OSV)

Thomas Wolber

Tel: 030 – 2069 1817

www.osv-online.de

dwif-Consulting GmbH

Dr. Mathias Feige

Karsten Heinsohn

Tel.: 030 – 7579 490

www.dwif.de

Das Tourismusbarometer

im Internet:

<http://www.tourismusbarometer.de>

bei Twitter

http://twitter.com/osv_online

auf Youtube

<http://youtube.com/osvvide>



23. OSV-Tourismusforum

Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland

Agilitätsschub für den Tourismus in Ost-D durch die Corona-Krise:

Umdenken für die Sicherung der Zukunft des Tourismus in Ost-D

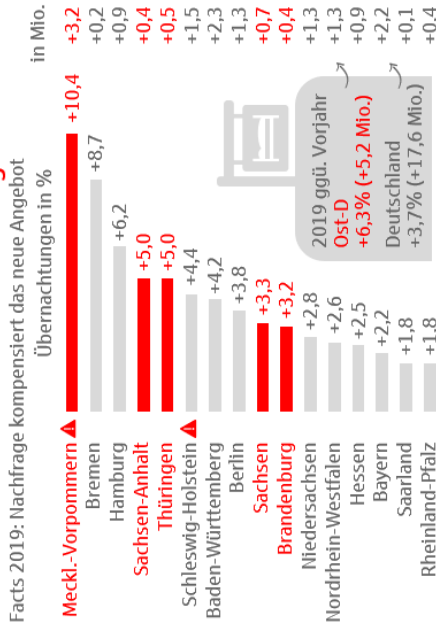
Mitarbeiter und Gäste in den Mittelpunkt rücken
Kennzahlensets zur Folgenabschätzung erweitern
 2019: „Nullmessung“ für das vor-Corona-Niveau
 Ausbau der „Managementaktivitäten“ in den Tourismusorganisationen

Betriebe im **Gastgewerbe**
 Mit solider Performance steigt der Spielraum für Investitionen, aber kaum Reserven für einen längeren Corona-bedingten Stillstand
Eigenkapitalquote
 Gastgewerbe Ost-D 2018 ggü. 2013: **+5,7 %-Punkte**

Branche mit weiterem Unterstützungsbedarf

gute Zukunftsaussichten, Sicherheit, guten Verdienst, Aufstiegschancen, geregelte Arbeitszeiten, guten Ruf

Ost-D: mehrheitlich mit Nachfragezuwachs

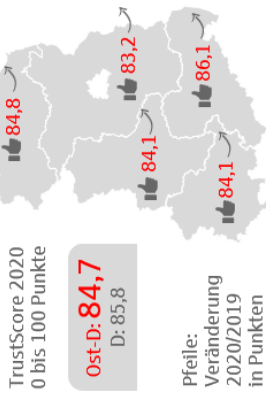


▲ Statistikeffekt/Berichtskreisprüfung: nach exklusiver Modellrechnung nur ein leichtes Plus in MV, so dass Ost-D real unter dem Bundesdurchschnitt liegt

junge Menschen in D im Alter von 15 bis unter 25 Jahre sagen, eine attraktive Branche soll ... bieten

Tagesreisen Ost-D 2019 rd. **490 Mio.**

Gästefriedenheit: Ost-D holt auf



PLV in Ost-D **Note 1,9** D 2,0

Qualität der Kernangebote stimmt
 Zusatzleistungen verbessern

Unterkunft Gastronomie

kulturelle Angebote öffentlicher Verkehr

Agilität, New Work und der Tourismus in Ost-D

Zukunftsfähige Ideen und Ansätze von Haltingsänderung über Unternehmensumbau bis hin zu Mitarbeitergewinnung und -bindung

Agilität & New Work sind untrennbar miteinander und mit der Zukunftsfähigkeit von Unternehmen verbunden.

Die Mitarbeiter Journey

Mitarbeiter wie Gäste bewerben



Gemeinsam tragfähige Lösungen entwickeln.



Was... **...verändert werden?**

Freizeitwirtschaft 2019: Aufwind vor Corona

Gute Saison in Ost-D: Starke Besuchernachfrage Juni bis Aug sowie Okt bis Dez, Preissteigerungen nach Investitionen in Angebot & Qualität

306 Freizeiteinrichtungen mit **30 Mio.** Besucher



4 Leitsätze

- 1 Agilität ist eine Haltung, die zu einem veränderten Verhalten führt.
- 2 Agilität und New Work brauchen die richtige Balance.
- 3 Neues Arbeiten braucht neue „Räume“.
- 4 Unternehmenserfolg heißt persönliche Potenziale erschließen.

Daten: dwif-Tagesreisemonitor 2020, Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus, Destatis/Statistische Landesämter, TrustYou, dwif-Besuchermonitoring Freizeitwirtschaft, Stimmungsfrage Ost-D, Mörstedt 2018