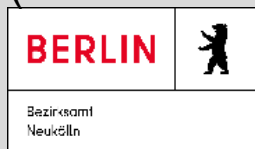


# PROJEKT

Unterstützung der lokalen touristischen Unternehmen in und nach der Coronakrise I  
– Erarbeitung eines Handlungskonzeptes auf Basis einer Datenanalyse

Ergebnisse der Unternehmensbefragung, Handlungsempfehlungen und Maßnahmenvorschläge für die Wirtschaftsförderungen der **acht Bezirke**

Auftraggeber  
(Federführung)



Bezirksamt  
Neukölln

Finanziert durch



Senatsverwaltung  
für Wirtschaft, Energie  
und Betriebe

BERLIN



Auftragnehmer



LEO-IMPACT CONSULTING

Februar 2022

BERLIN



BERLIN  
reloaded

Bezirksamt  
Friedrichshain-Kreuzberg

BERLIN



BERLIN



BERLIN



BERLIN



Bezirksamt  
Marzahn-Hellersdorf

Bezirksamt  
Lichtenberg

Bezirksamt  
Tempelhof-Schöneberg

Bezirksamt  
Pankow

BERLIN



BERLIN



BERLIN



BERLIN



Bezirksamt  
Neukölln

Bezirksamt  
Charlottenburg-Wilmersdorf

Bezirksamt  
Reinickendorf

Bild: Yoko Design\_markburg

# Inhaltsverzeichnis

- Hintergrund der Aufgabenstellung
- Zielsetzung der Aufgabenstellung
- Methodische Vorgehensweise
- Voranalyse – Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse - Coronakrise
- Allgemeine Daten und Fakten zur Online-Unternehmensbefragung
- Allgemeine Hinweise, Bezirke und Branchen
- Unternehmensbezogene Daten
- Neustart der Unternehmen
- Unternehmenssituation
- Immobilie
- Themenmarketing / Tourismusstrategie
- Nachhaltigkeit / Stadtverträglichkeit
- Übergeordnete Handlungsempfehlungen
- Maßnahmenvorschläge für die Wirtschaftsförderungen für die Unterstützung touristischer Unternehmen in und nach COVID-19 (Beispiele)
- Impressum

# Hintergrund der Aufgabenstellung

Das Projekt „Unterstützung der touristischen Unternehmen in und nach der Coronakrise I“ – Kurztitel: „Berlin reloaded“ wurde initiiert von den Wirtschaftsförderungen der Bezirke Charlottenburg-Wilmersdorf, Friedrichshain-Kreuzberg, Lichtenberg, Marzahn-Hellersdorf, Neukölln, Pankow, Reinickendorf und Tempelhof-Schöneberg.

Mit der Durchführung waren die mascontour GmbH und die Leo-Impact Consulting GmbH beauftragt.

Das Projekt wurde finanziert von der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe aus Mitteln für besondere touristische Projekte.

Projektzeitraum: Dez. 2020 – Dez. 2021

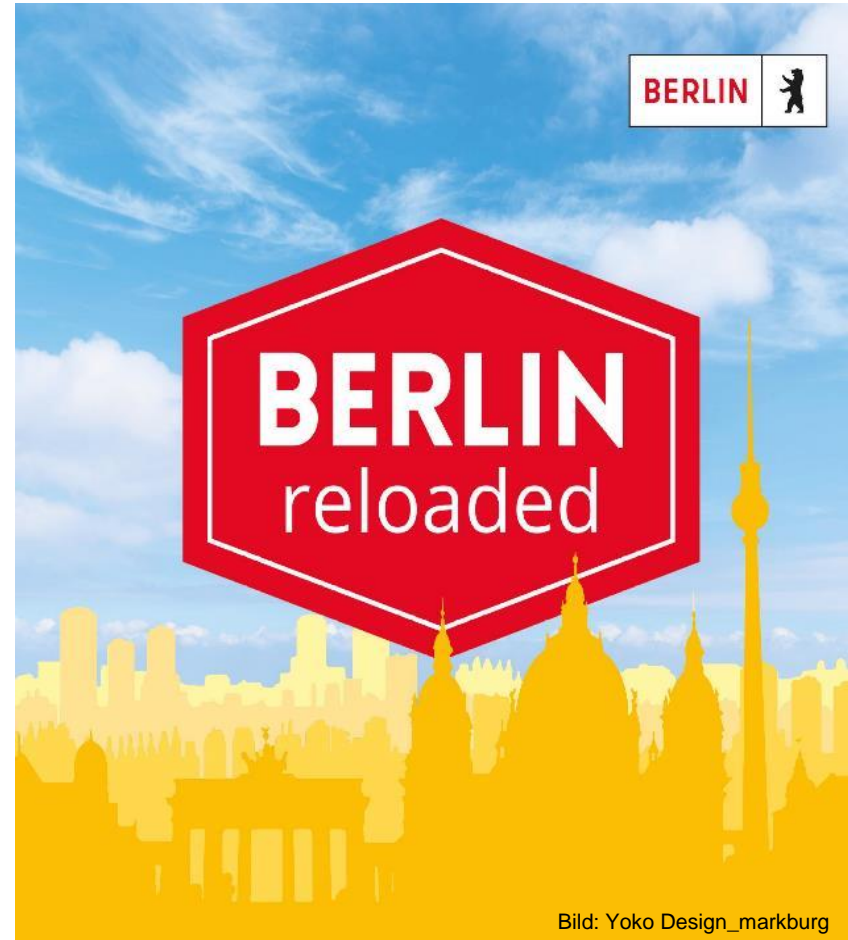


Bild: Yoko Design\_markburg

*Genderhinweis:  
Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wurden bei Personenbezeichnungen und personenbezogenen Hauptwörtern die männliche Form verwendet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für alle Geschlechter. Die verkürzte Sprachform beinhaltet keine Wertung.*

# Zielsetzung der Aufgabenstellung

**Oberstes Ziel des Projektes** war es, sich die Folgen der Pandemie für die lokale Wirtschaft auch unter den Prämissen der Stadtverträglichkeit, Nachhaltigkeit und Aspekten der zunehmenden Digitalisierung genauer zu betrachten.

Eine Voranalyse, qualitative Befragungen in Form von Experteninterviews und zwei Fokusgruppeninterviews sowie eine quantitative Online-Befragung und deren Auswertung dienten dazu, bezirksübergreifend und bezirksspezifisch Perspektiven aufzuzeigen und Handlungsempfehlungen für die Wirtschaftsförderungen zu geben, um die Destination Berlin in ihrer Vielfalt in und nach der Corona-Krise zu stärken.

Im Ergebnis wurden ein **Gesamt-Handlungskonzept** sowie **Einzelempfehlungen** für die Wirtschaftsförderungen der beteiligten Bezirke für die Zeit nach der „akuten“ Coronaphase entwickelt.



**Der Abschlussbericht beinhaltet die Ergebnisse der Voranalyse, der Online-Unternehmensbefragung sowie Handlungsempfehlungen und Maßnahmenvorschläge für die Wirtschaftsförderungen der beteiligten Bezirke.**

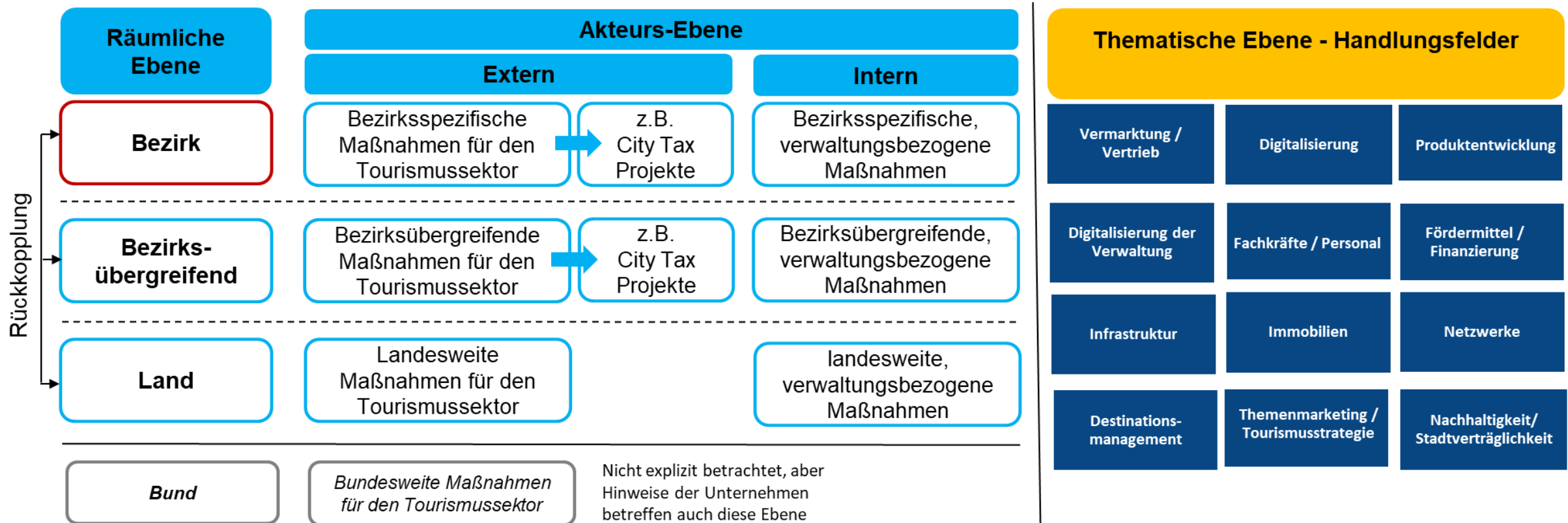
# Methodische Vorgehensweise

Methodische Vorgehensweise zur Ableitung der Handlungsempfehlungen und Maßnahmen

## Analysephase

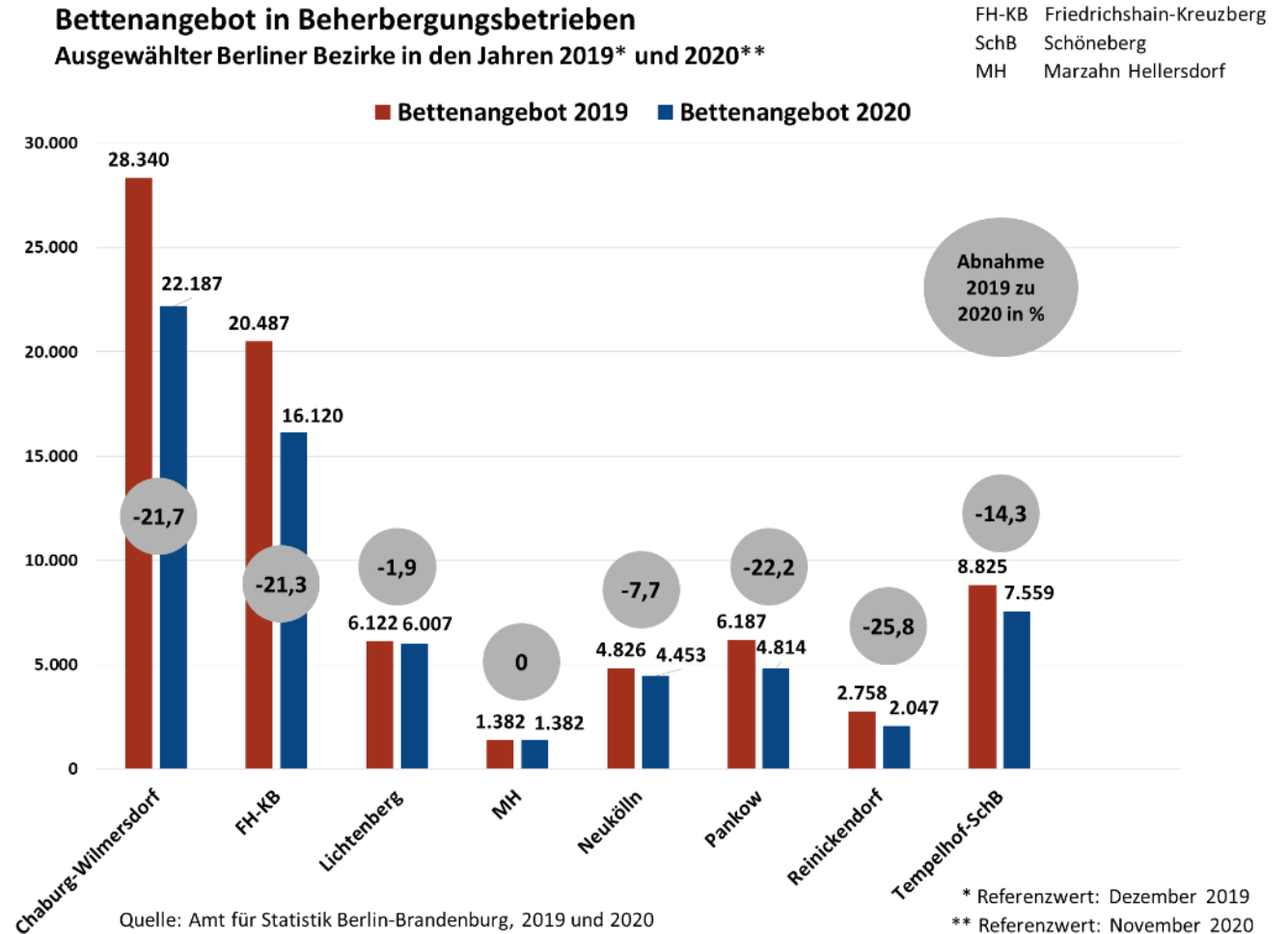
Voranalyse – Einzelinterviews – Fokusgruppen – Online-Unternehmensbefragung – Bezirks-Workshops

### Ableitung der Handlungsempfehlungen und Maßnahmen



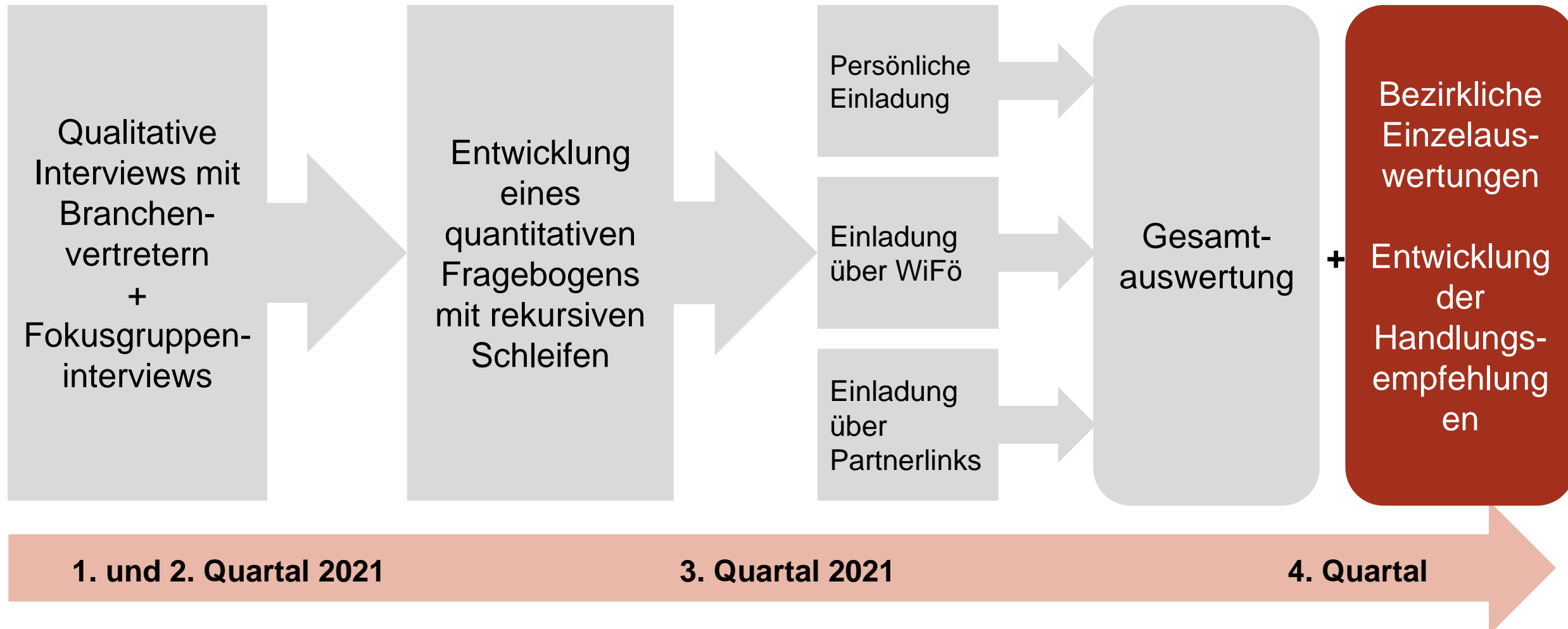
# Voranalyse – Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse - Coronakrise

Die Rückgänge der Anzahl geöffneter Betriebe spiegelt sich unmittelbar bei den Rückgängen des Bettenangebotes zwischen 2019 und 2020 wider. Partiiell ist der Rückgang bei den Betten höher als bei den Betrieben, was auf Schließungen großer Betriebe hinweist. (Ausnahme Neukölln, hier sind prozentual mehr Betriebe als Betten aus dem Markt ausgeschieden).



# Allgemeine Daten und Fakten zur Online-Unternehmensbefragung

Erstellung eines quantitativen Fragebogens auf Basis qualitativer Interviews und Recherchen



# Allgemeine Daten und Fakten zur Online-Unternehmensbefragung I

## Quantitative Online-Befragung – Roter Faden Fragebogen





# Allgemeine Daten und Fakten zur Online-Unternehmensbefragung II

2.840 Kontakte resultieren in 305 vollständigen Interviews à durchschnittlich 18:32 Minuten

## Online repräsentative Befragung



### Berlinstudie

Einladungen von Partnern und Persönlich



### Mehrere Einladungswellen



### 2840 Kontakte

haben Link angeklickt



### 131 Screen-Outs

wurden ausgescreend



### 2404 Abbrecher

haben freiwillig abgebrochen



### 305 vollständige Interviews

stehen zur Verfügung für Auswertung



### 11,26% completion rate

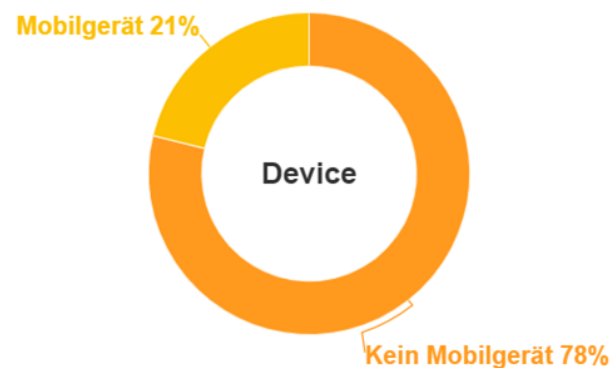
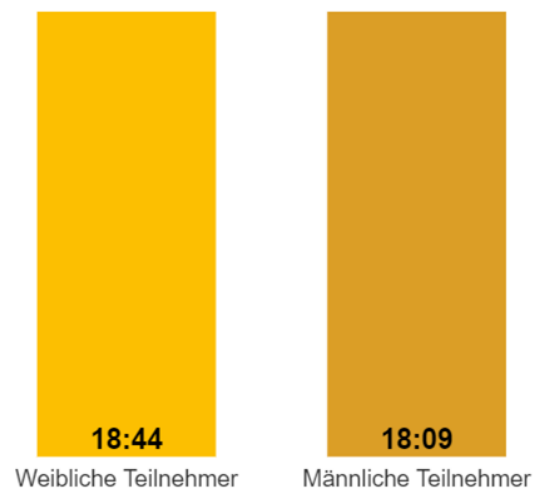
Anteil vollständiger Interviews



### 18:32 Minuten Dauer

durchschnittliche Dauer der Befragung

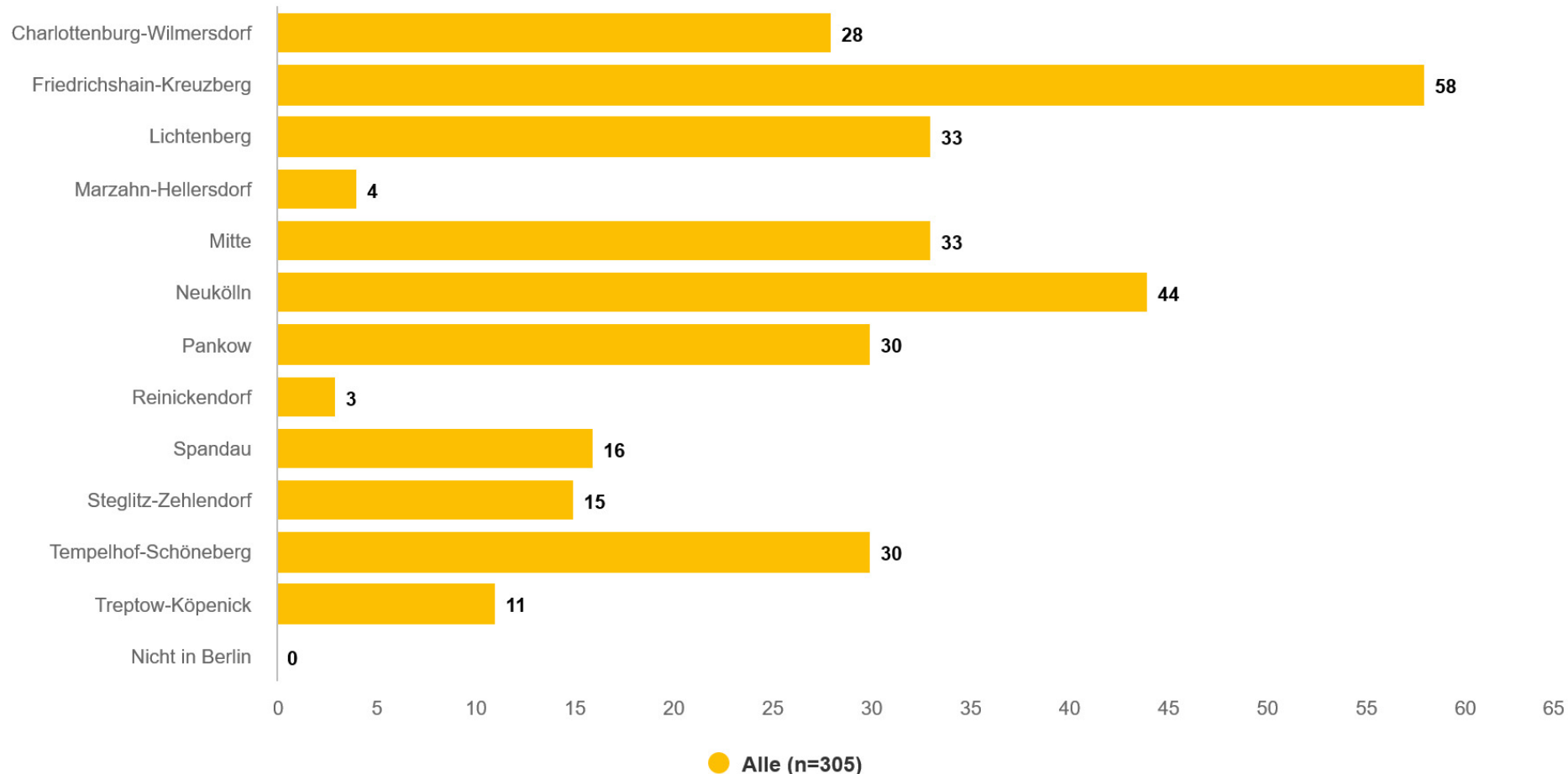
## Interviewdauer in Minuten



# Allgemeine Daten und Fakten zur Online-Unternehmensbefragung III

An der Umfrage beteiligten sich Unternehmen aus allen zwölf Bezirken.  
Verteilung der teilnehmenden Unternehmen nach Bezirken

In welchem Berliner Bezirk befindet sich Ihr Unternehmen? : Berliner Bezirk Politisch

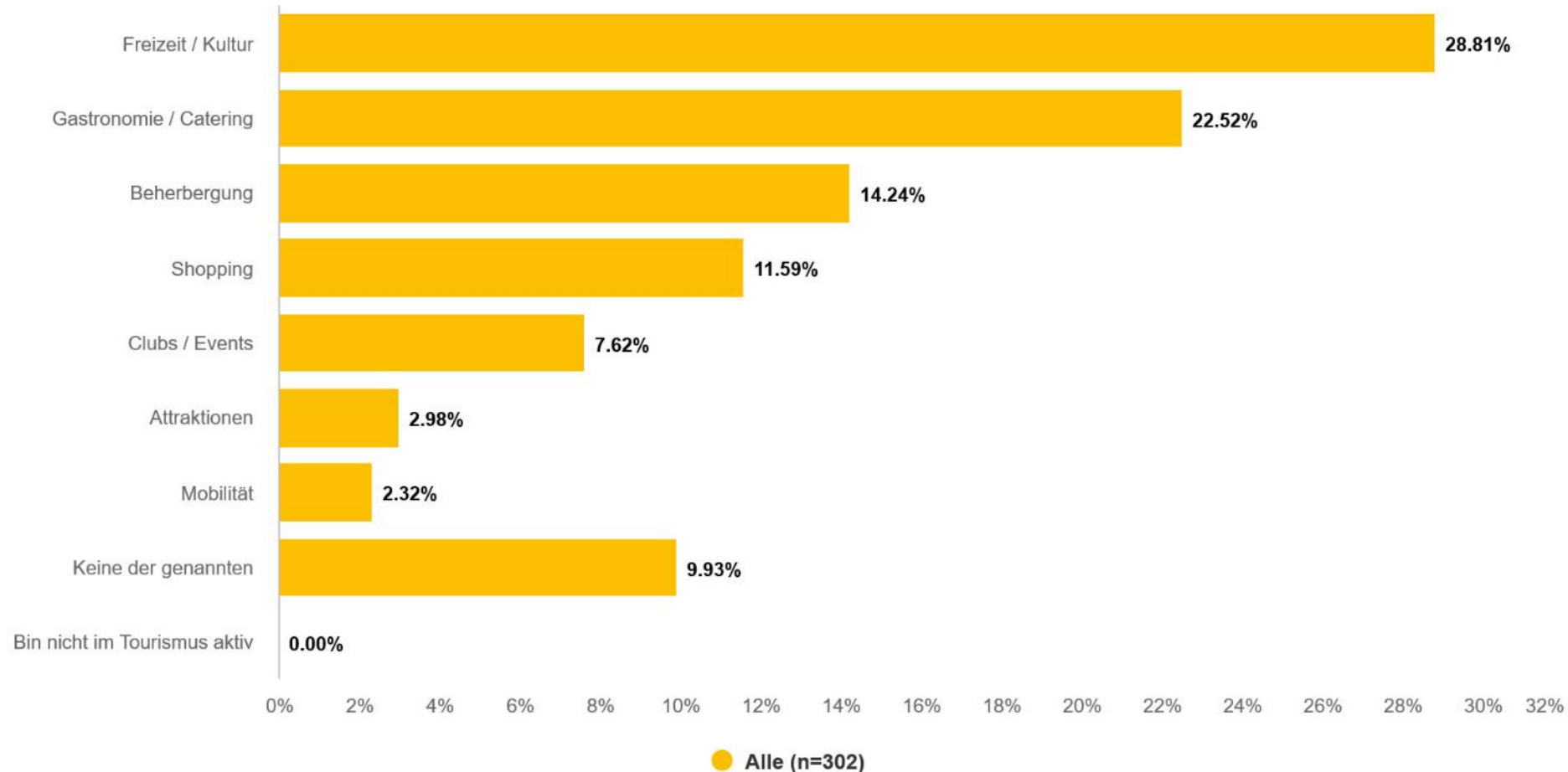


questfox.com

# Allgemeine Hinweise, Bezirke und Branchen

Am stärksten beteiligten sich Unternehmen aus Freizeit / Kultur, gefolgt von Gastronomie / Catering. Viele können sich nicht einer festen Branche zuordnen.

In welcher Sparte des Tourismus sind Sie aktiv? : Branchenzugehörigkeit

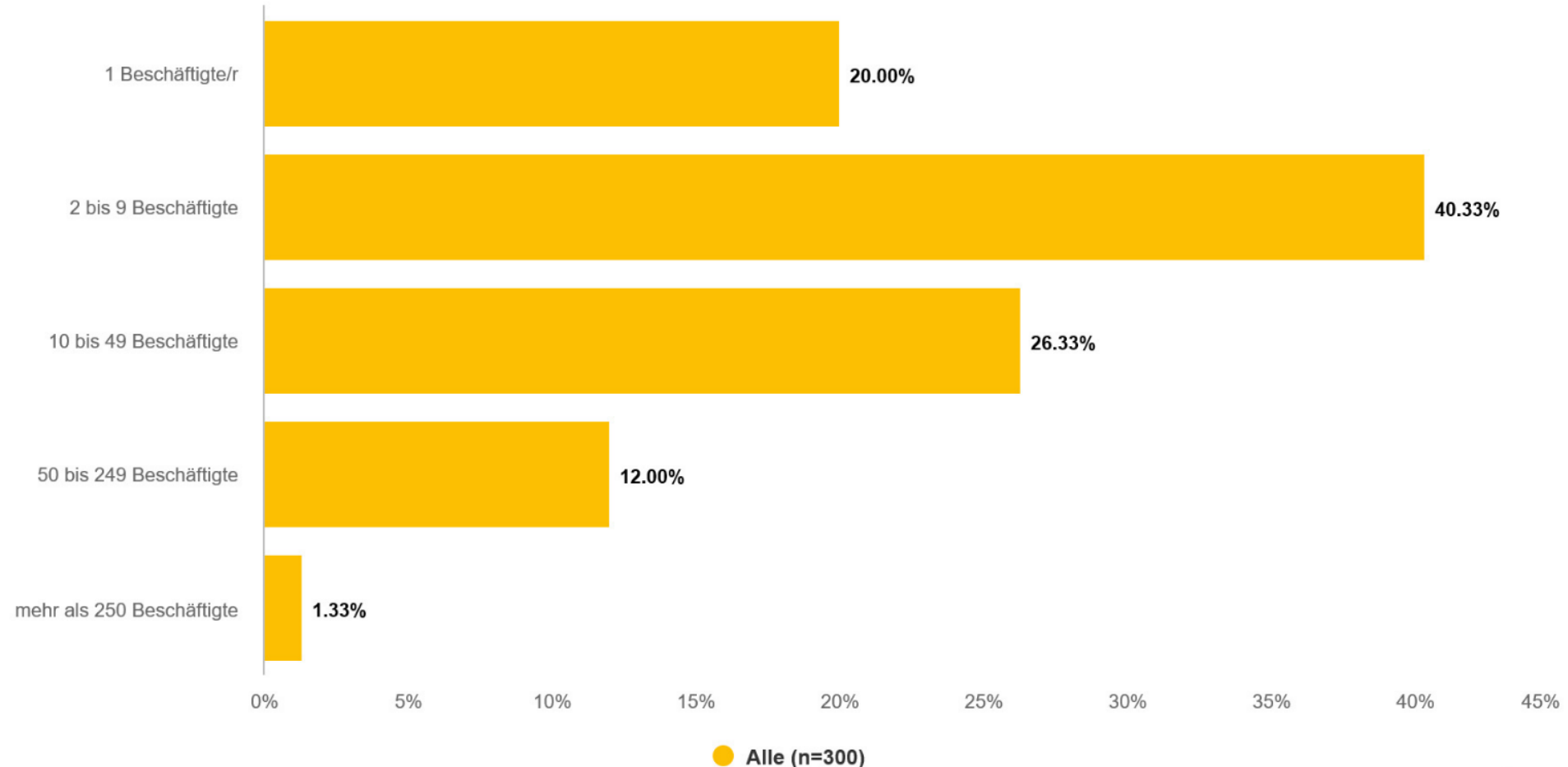


questfox.com

# Unternehmensbezogene Daten I

Die Befragung repräsentiert die KMU-Struktur der Berliner Tourismusbranche.

Wie viele Mitarbeiter/-innen hat ihr Unternehmen? : Mitarbeiter:innen

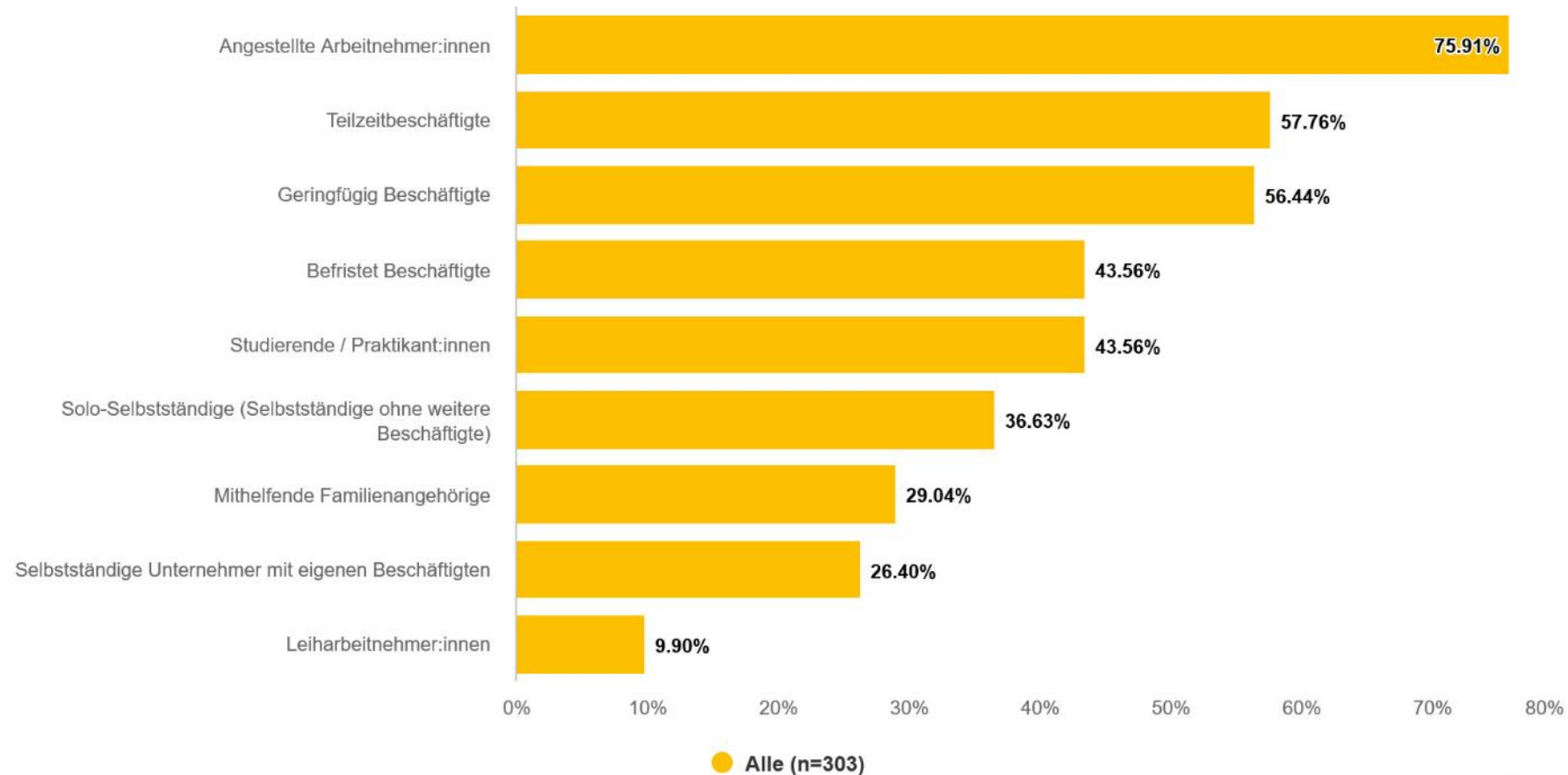


questfox.com

# Unternehmensbezogene Daten II

Die Leistungserstellung basiert auf einem großen Bündel an Arbeitsverhältnissen mit hauptsächlich Angestellten. Wichtig sind zudem Teilzeitbeschäftigte, geringfügig Beschäftigte und auch Aushilfen.

Wie organisieren Sie Ihre Leistungserstellung? Auf welche Art von Arbeitskräften greifen Sie zurück?

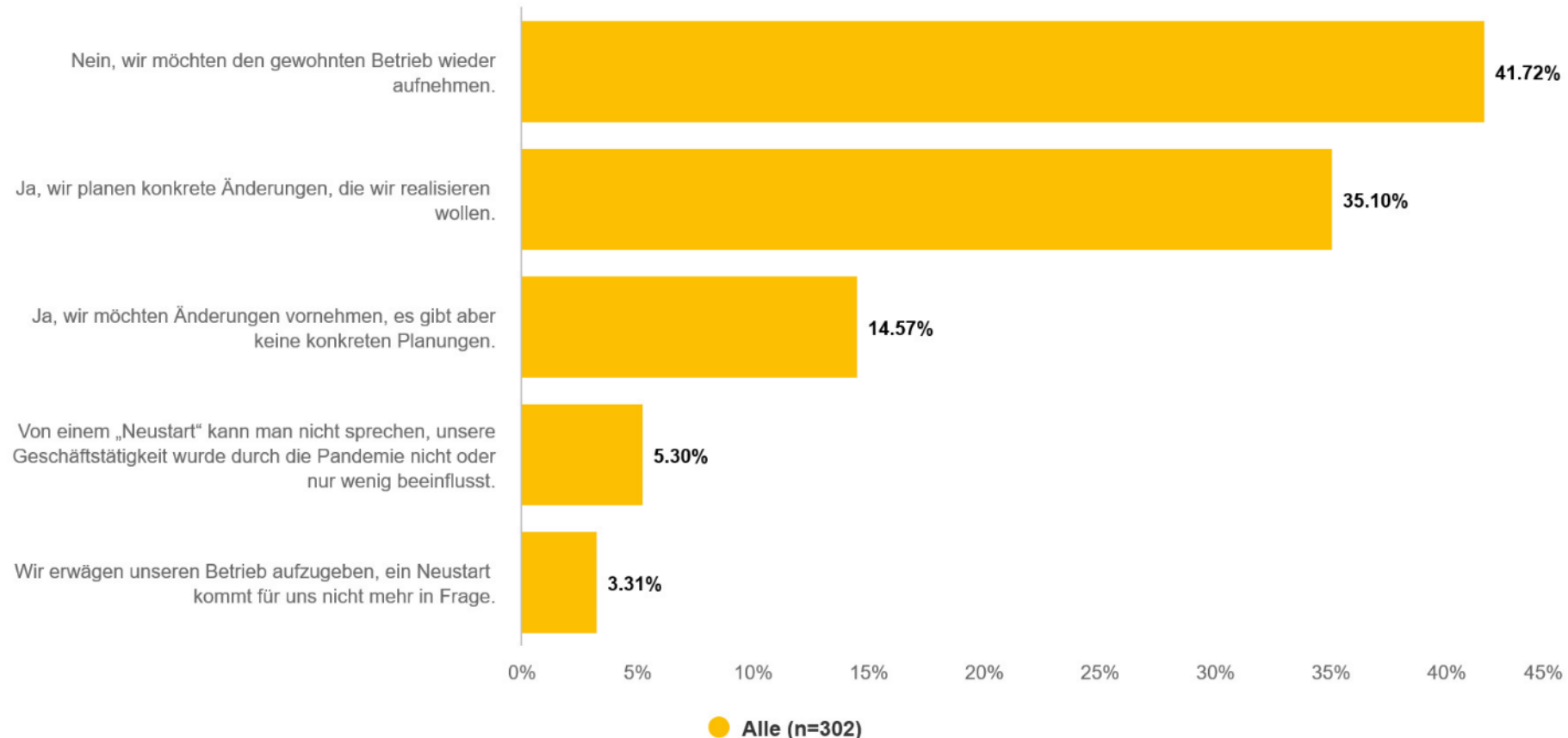


questfox.com

# Neustart der Unternehmen I

Etwa die Hälfte der Unternehmen plant Veränderungen und Anpassungen des Geschäftsbetriebs, aber rund 40% wollen den Betrieb weiterführen wie vor der Corona-Krise.

Planen Sie nach der Pandemie Veränderungen in Ihrem Geschäftsbetrieb und/oder Geschäftsprozessen? : unternehmerische Veränderungen

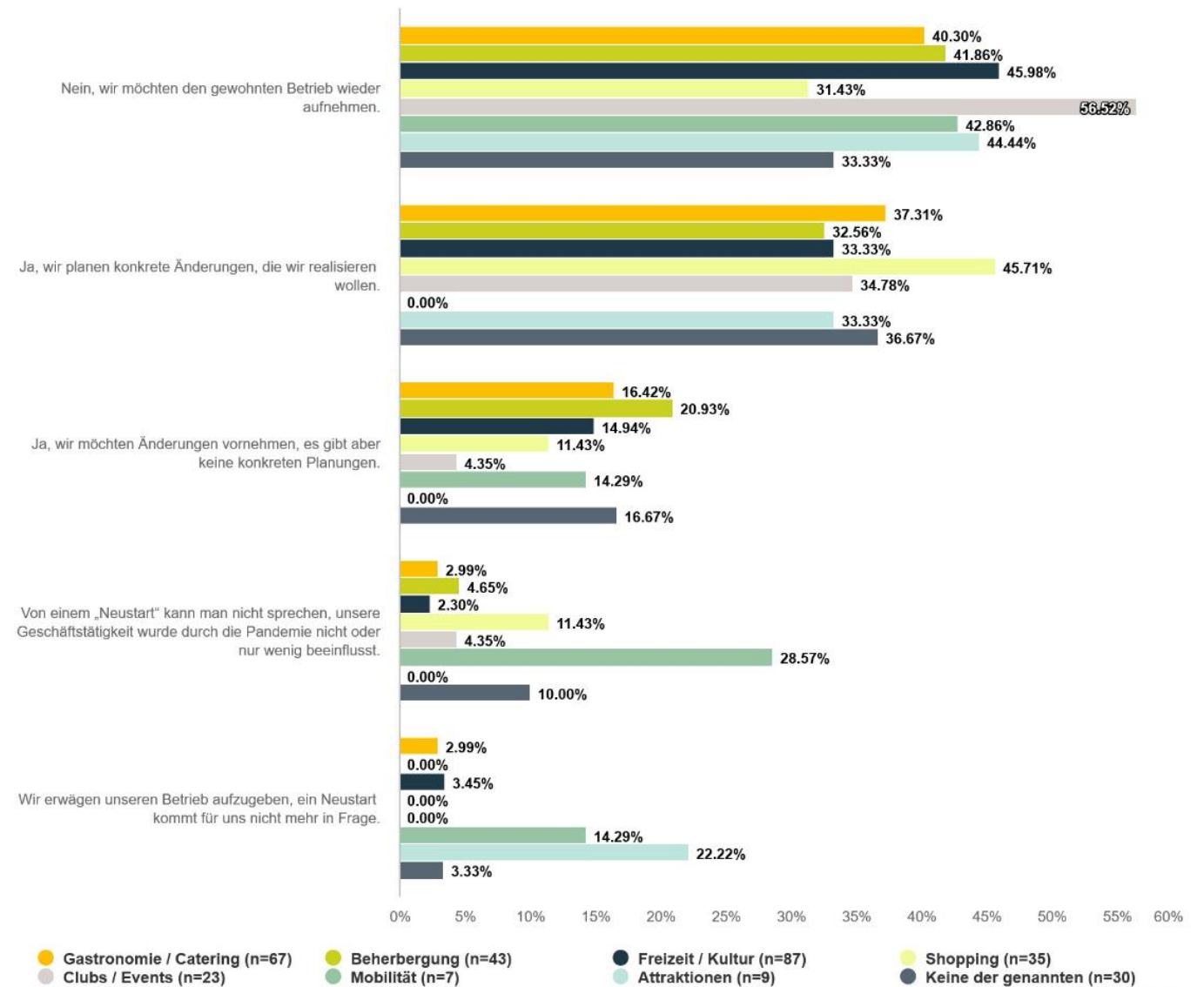


questfox.com

# Neustart der Unternehmen II

Clubs/Events planen kaum Veränderungen der Geschäftstätigkeit; demgegenüber sind Shopping-, Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe vergleichsweise veränderungswillig. Dies hängt eng mit der Möglichkeit zusammen, Veränderungen überhaupt umsetzen zu können. Attraktionen erwägen teilweise ihr Geschäft aufzugeben.

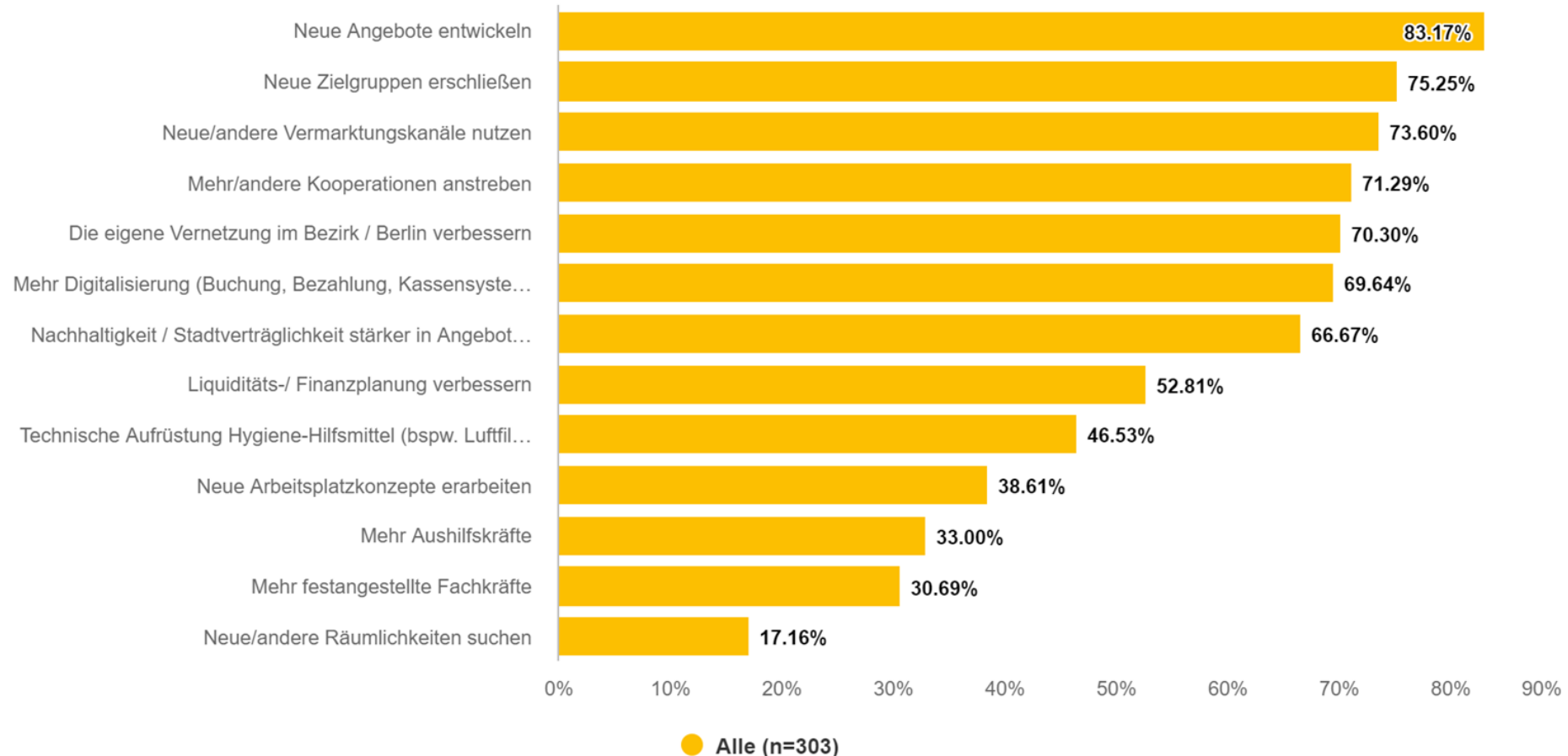
unternehmerische Veränderungen nach Branchenzweig



# Neustart der Unternehmen III

Die Unternehmen sind durch die Krise motiviert worden, vielfältige Veränderungen im Unternehmen nach der Krise umzusetzen.

Was möchten Sie nach der Corona-Krise in Ihrem Unternehmen / Ihrer Organisation anders machen als vor der Krise?



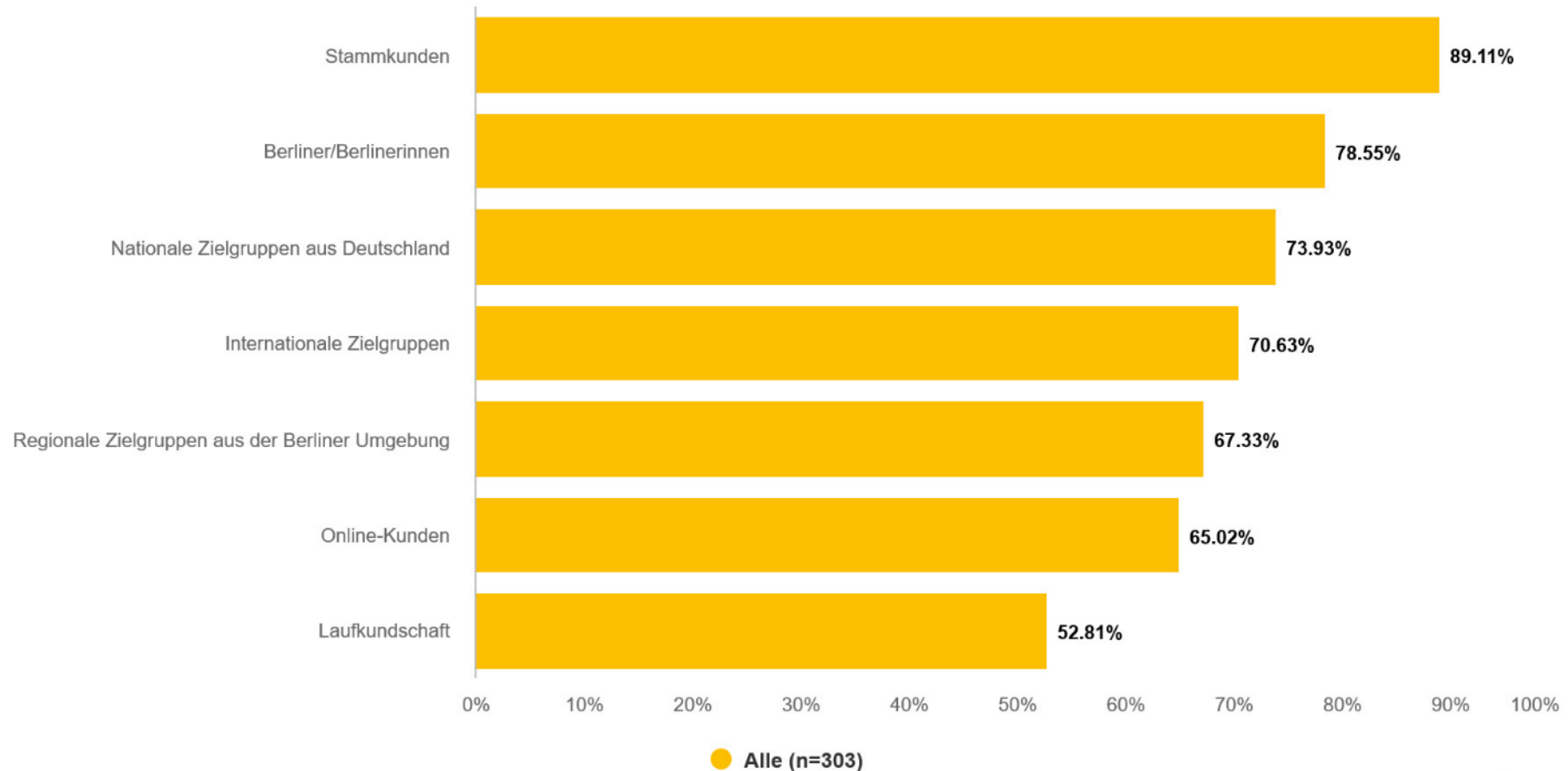
questfox.com



# Neustart der Unternehmen IV

Kunden / Gäste / Zielgruppen: Stammkunden, Einheimische und nationale Gäste sind besonders wichtig für den Neustart.

Welche Kundengruppen sind für Ihr Geschäftsmodell nach dem Neustart am wichtigsten?

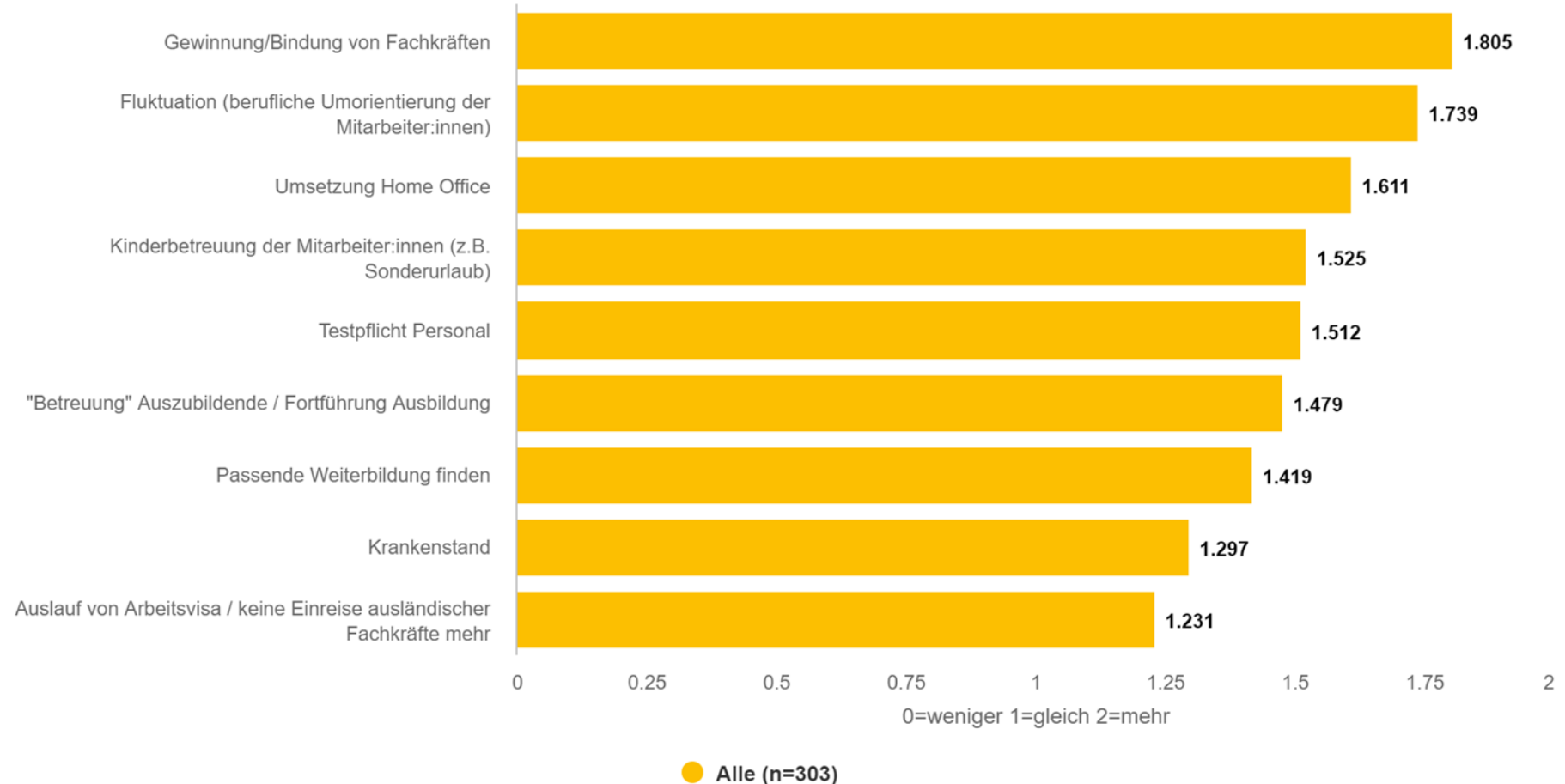


questfox.com

# Unternehmenssituation I

Neustart: Die Unternehmen mussten sich vielen Herausforderungen im Personalbereich stellen, insbesondere bei der Gewinnung von Fachkräften und der Fluktuation.

Welche Art von Herausforderungen im Personalbereich haben Sie im Verlauf der Pandemie erlebt?

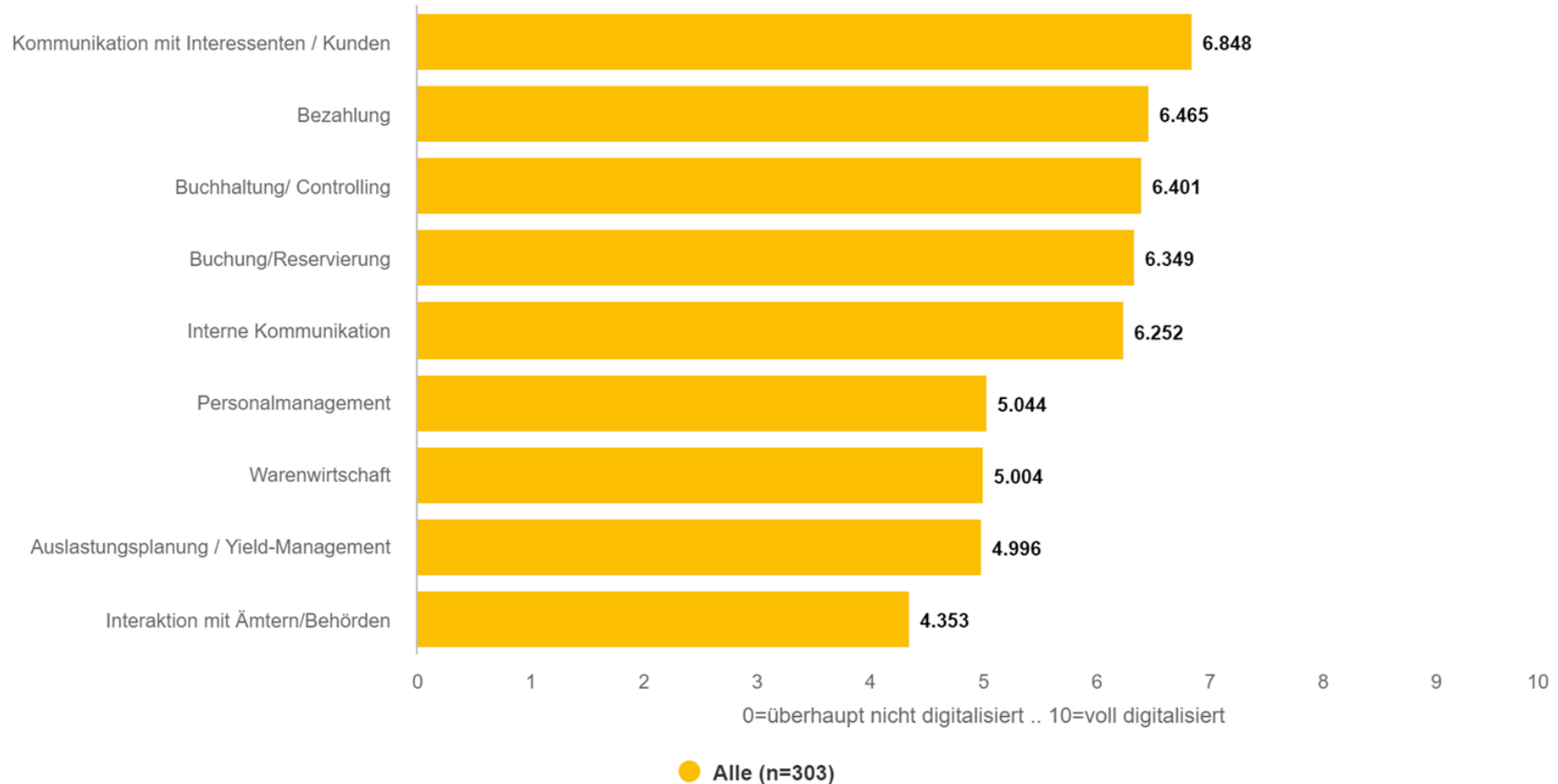


questfox.com

# Unternehmenssituation II

Die Digitalisierung der Unternehmensprozesse ist durch die Pandemie verstärkt worden und betrifft alle Bereiche, die aber sehr unterschiedlich digitalisiert sind. Die Interaktion mit Ämtern ist vergleichsweise wenig digitalisiert.

Welche Teile Ihres Unternehmens sind bereits wie stark digitalisiert?



questfox.com

# Immobilie

Wie könnte eine Unterstützung durch öffentliche Institutionen bei Immobilien für Gewerbetreibende aussehen? Was würde Ihnen helfen?

O-Töne, Auswahl aus (n=146)

Unterstützung bei Verhandlungen

besseres Management von Gewerbeimmobilien

schnellere Auszahlungshilfe

**Mietendeckel/günstigere Mieten/keine Erhöhung**

bessere Kontakt- und Austauschmöglichkeiten mit öffentlichen Institutionen

Gewerbemietrecht zum Schutz der Mieter ausbauen

Mieter mehr einbeziehen

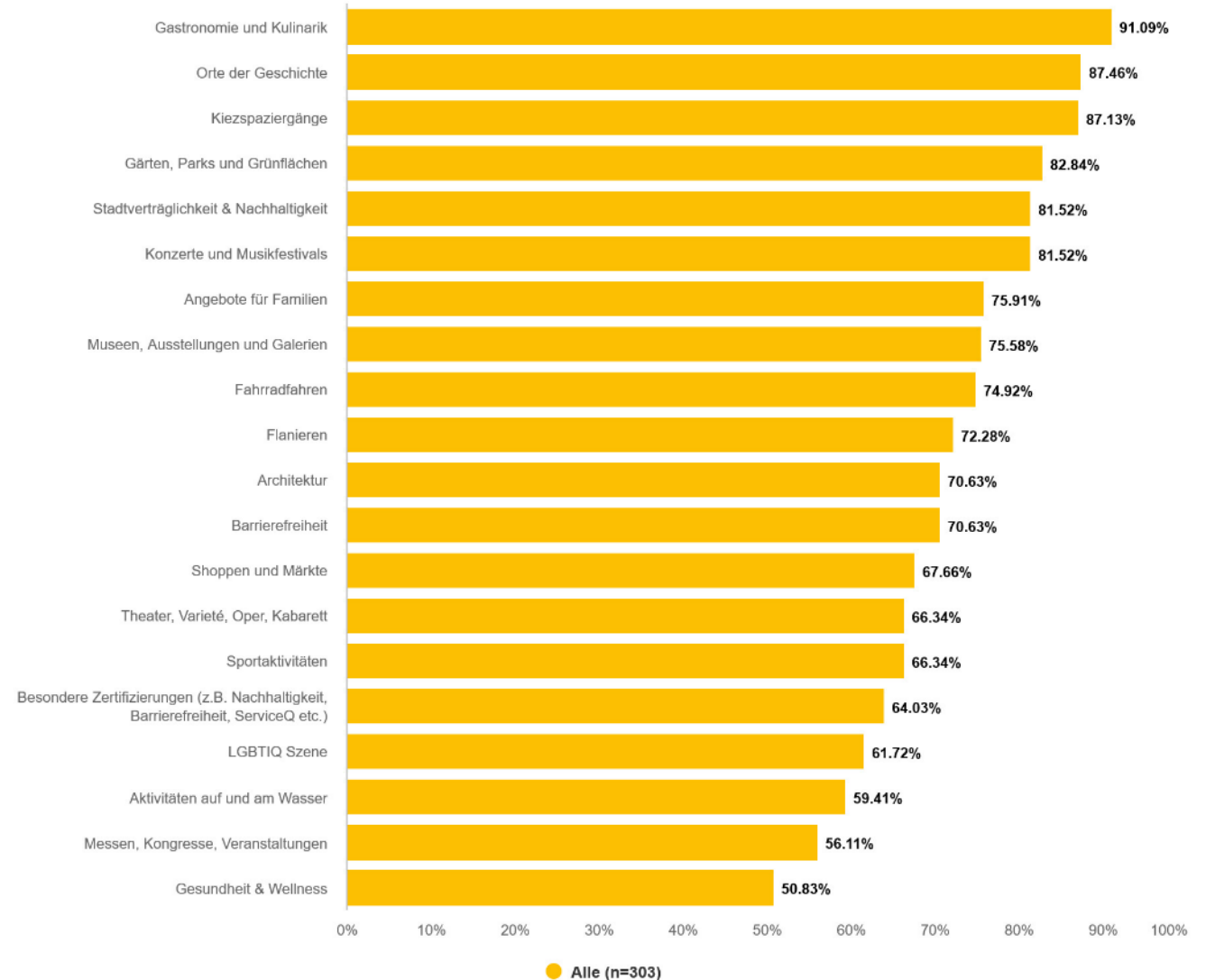
schnellere Bearbeitung der Anträge

Größe der Buchstaben repräsentiert proportional die Anzahl der Nennungen

# Themenmarketing / Tourismusstrategie

Themenmarketing /  
Tourismusstrategie: Aus Sicht der  
Unternehmen eignen sich sehr viele  
Themen für die touristische  
Vermarktung. Am wichtigsten sind die  
Themen Kulinarik, Orte der Geschichte,  
Kiezspaziergänge und Parks/ Gärten.

Eignet sich folgendes Thema für die touristische Vermarktung Ihres Bezirks?

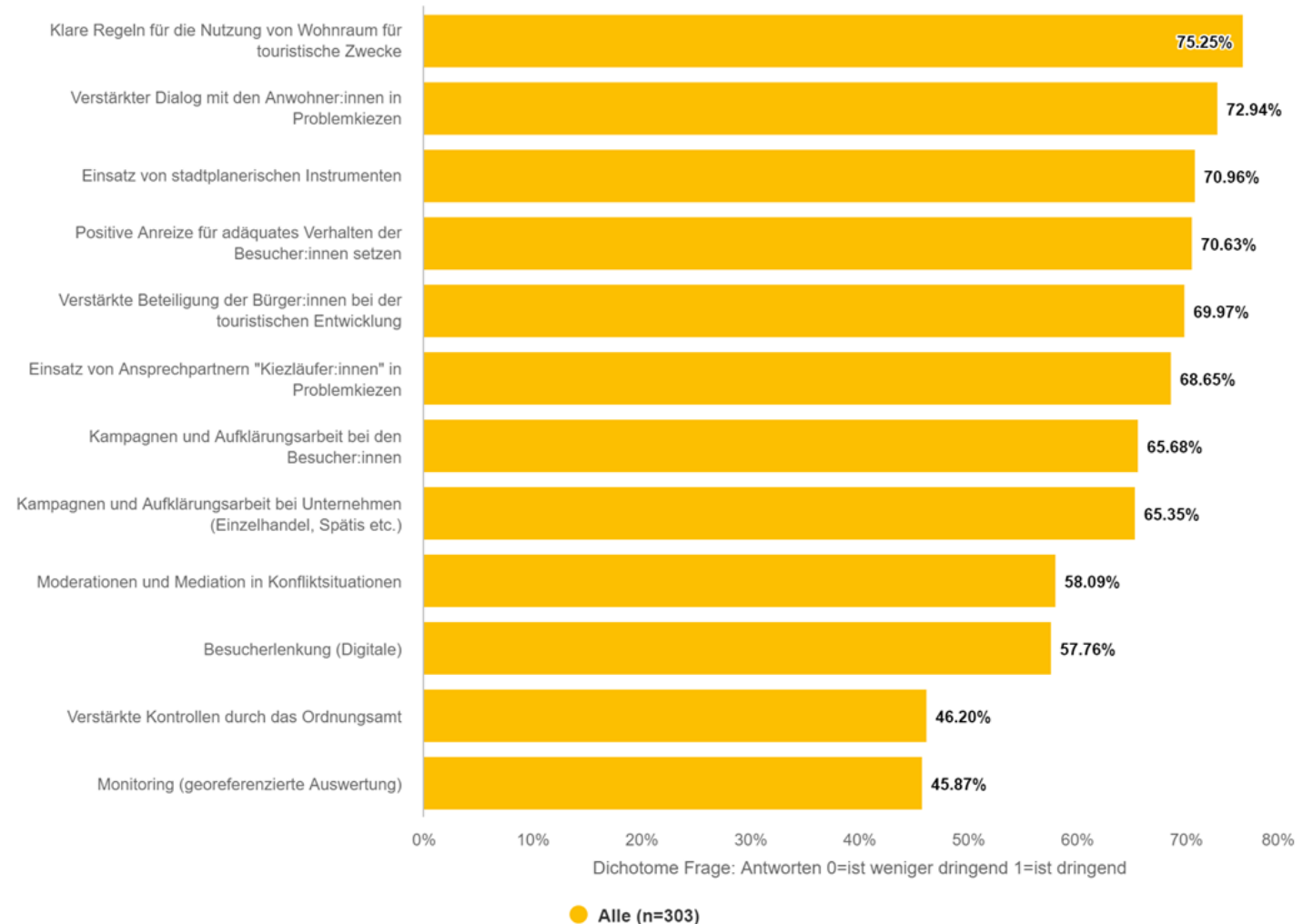


questfox.com

# Nachhaltigkeit / Stadtverträglichkeit

Nachhaltigkeit und Stadtverträglichkeit sind wichtige Themen für die Unternehmen: Als besonders wirksame Instrumente werden kommunikative, aber auch ordnungspolitische eingeschätzt.

Welche Möglichkeiten sehen Sie in den Bezirken, die Themen Nachhaltigkeit und Stadtverträglichkeit im Tourismus weiter zu stärken?



questfox.com

# Übergeordnete Handlungsempfehlungen I

- Aus der Voranalyse, den qualitativen Interviews sowie der Online-Unternehmensbefragung wurden **sechs strategische übergeordnete Handlungsempfehlungen** abgeleitet, die über die akute Phase der Corona-Krise hinausgehen. Sie richten sich im Grundsatz an die Wirtschaftsförderungen, tangieren aber zugleich die Landesebene mit den entsprechenden Akteuren, da die Umsetzung nicht allein durch die Wirtschaftsförderungen möglich ist.
- Sie verstehen sich als **Leitlinien** zur künftigen Initiierung, Steuerung und Begleitung der tourismusbezogenen Arbeit mit den Unternehmen, der Verwaltung und Politik, den Fachverbänden sowie mit visitBerlin.
- Auf dieser Basis wurden **Maßnahmenvorschläge** abgeleitet, die sehr deutlich die Herausforderungen der Situation widerspiegeln: Einerseits sollen die Anforderungen und Wünsche der Unternehmen adäquat berücksichtigt werden (diese sind zumeist bezirksübergreifend gleich) und andererseits haben die Wirtschaftsförderungen, als Teil der Ämterstruktur und einer komplexen (touristischen) Akteurslandschaft, einen begrenzten Spielraum für die Umsetzung der Maßnahmenvorschläge, da sie unterschiedliche Ebenen / Zuständigkeiten betreffen. Gleichwohl handelt es sich um relevante Themen und Vorschläge, die eine wichtige Rolle für die künftige Tourismusedwicklung spielen.
- Zu den **Maßnahmenvorschlägen hinzu kommen die bezirklichen touristischen Projekte**, die u.a. über die City Tax-Mittel initiiert und umgesetzt werden und u.a. aus den fortgeschriebenen Tourismuskonzepten abgeleitet werden. Kooperationspartner für die Bezirke ist u.a. visitBerlin.

# Übergeordnete Handlungsempfehlungen II

## Handlungsempfehlung 1:

### **Die Wirtschaftsförderungen sind Ankerpunkte für die Förderung der Tourismusedwicklung in den Bezirken**

Die bezirklichen Wirtschaftsförderungen sind eine Anlauf- und Koordinierungsstelle für Existenzgründer, Unternehmen und Investoren. Sie beraten in wirtschaftsrelevanten Angelegenheiten und fördern wirtschaftlich bedeutsame Vorhaben in den Bezirken (§37 vgl. Abs. 3 BezVG). Die Rolle als Impulsgeber und Initiator an der Schnittstelle zwischen Unternehmen, Politik und Verbänden im Tourismus sollte weiter entwickelt und ausgebaut werden, um als zentrale Kompetenzstelle in der Landschaft der Berliner Tourismusakteure auf Bezirksebene stärker wahrgenommen zu werden. Hierzu müssen die Aufgaben der Wirtschaftsförderungen als Teil der Berliner Ämterstruktur kontinuierlich und zukunftsorientiert fortgeschrieben sowie die dafür erforderlichen Rahmenbedingungen geschaffen werden.

## Handlungsempfehlung 2:

### **Die Wirtschaftsförderungen werden in die Lage versetzt, modernen Ansprüchen an die Digitalisierung gerecht zu werden**

Der Digitalisierung von behördeninternen und -externen Prozessen und Abläufen ist höchste Priorität einzuräumen, um die Anschlussfähigkeit an die (Tourismus-)Wirtschaft sicherzustellen. Hierzu ist ein Mindestmaß an digitaler Ausstattung bei den Berliner Wirtschaftsförderungen notwendig, um den operativen Arbeitsalltag zeitgemäß zu optimieren. Die begonnenen Projekte zur Digitalisierung auf Landesebene müssen mit Hochdruck vorangetrieben und umgesetzt werden, damit die Wirtschaftsförderungen zeitnah über ein digitales Handwerkszeug verfügen, das ihnen eine moderne und professionelle Interaktion mit der (Tourismus-)Wirtschaft erleichtert.



# Übergeordnete Handlungsempfehlungen III

## Handlungsempfehlung 3:

### **Die Wirtschaftsförderungen sind Nukleus für eine erfolgreiche Netzwerkarbeit im Tourismus**

Die branchenspezifische Netzwerkbildung und -arbeit sollten kontinuierlich vorangetrieben und bereits bestehende, erfolgreiche Strukturen weiter verstetigt werden. Im Mittelpunkt stehen hierbei einerseits die Gewinnung von touristischen Unternehmen zur aktiven Teilnahme an der Netzwerkarbeit sowie andererseits die Identifizierung der für die Tourismusbranche auf Bezirksebene relevanten Themen sowie Handlungs- und Problemfelder. Ein enger persönlicher und digitaler Kontakt zu den Unternehmen ist hierbei ebenso von zentraler Bedeutung wie der regelmäßige Austausch zwischen den Wirtschaftsförderungen, um Synergieeffekte besser auszuschöpfen und erfolgsversprechende Strategien und Formate vermehrt einsetzen zu können.

## Handlungsempfehlung 4:

### **Die Wirtschaftsförderungen nehmen eine wichtige Rolle bei der Wegbereitung und Umsetzung eines nachhaltigen und stadtverträglichen Tourismus auf Bezirksebene ein.**

Die Wirtschaftsförderungen sind ein wichtiger Impulsgeber für touristisch nachhaltige und stadtverträgliche Projekte auf Bezirksebene gegenüber den touristischen Unternehmen, um weiter für die Bedeutung von Nachhaltigkeit und Stadtverträglichkeit im Tourismus zu sensibilisieren, Kontakte zu vermitteln, an Lösungen bei möglichen Interessenskonflikten mitzuwirken sowie konkrete Initiativen und Maßnahmen zu unterstützen.

# Übergeordnete Handlungsempfehlungen IV

## Handlungsempfehlung 5:

### **Die Wirtschaftsförderungen können die bezirklichen Tourismuskonzepte zur Förderung und Steuerung des lokalen Tourismus einsetzen.**

Die vorhandenen bzw. in Arbeit befindlichen Tourismuskonzepte sind die Grundlage für die Ableitung und Umsetzung bedarfsgerechter und lösungsorientierter Maßnahmen für und mit den lokalen Akteuren. Die Tourismuskonzepte auf Bezirksebene stellen den strategischen und operativen Rahmen dar, um den Weg für eine erfolgreiche und zielgerichtete Tourismusförderung zu ebnen. Sie dienen u.a. dazu, um mittels bestehender Förderprogramme (Mittel für besondere touristische Projekte) bezirksspezifisch und bezirksübergreifend gemeinsam mit touristischen Unternehmen, visitBerlin, SenWEB sowie anderen Akteuren sowohl kurzfristig als auch langfristig angelegte Maßnahmen und Projekte kohärent und wirkungsorientiert umzusetzen.

Die Analyse der vorliegenden Tourismuskonzepte hat ergeben, dass - mit Blick auf die Corona-Krise - keine grundlegend strategische touristische Neuausrichtung in den Bezirken erforderlich ist, da die Strategien weitsichtig auf eine stadtverträgliche Entwicklung ausgerichtet sind. Wir empfehlen dennoch, dass die Tourismuskonzepte regelmäßig aktualisiert, agil weiterentwickelt und bei bezirksübergreifenden Themen bezirksübergreifend abgestimmt werden. Auf der Einzel-Maßnahmenebene zeichnen sich infolge der Pandemie jedoch Anpassungsbedarfe ab.

## Handlungsempfehlung 6:

### **Die Wirtschaftsförderungen bieten im Rahmen ihrer Netzwerkarbeit touristischen Unternehmen Beratung und Unterstützung zu branchenspezifischen Themen und Anliegen an**

Die Tourismusbranche steht – nicht zuletzt durch die Corona-Pandemie – vor großen Herausforderungen. Neben der kurzfristigen Existenzsicherung gilt es, die Resilienz von touristischen Unternehmen dauerhaft zu stärken und sie bei Innovations-, Anpassungs- und Transformationsprozessen sowie beim Risikomanagement zu unterstützen. Besonderer Handlungsbedarf besteht in den Bereichen Personalbeschaffung, Liquiditätssicherung, Schulden- und Insolvenzberatung sowie Zugang zu Fördermitteln.

Hier sollten die Hilfestellung auf Bezirksebene für Unternehmen über erprobte und neue Formate weiter entwickelt werden und wie bisher bedarfsorientierte Kontakte zu Fachinstitutionen, Behörden und Dienstleistern hergestellt werden. Ihre Rolle als zentrale Anlaufstelle für die Unternehmen/ „Kümmerer“ hat durch die Pandemie eine neue Dimension erreicht.

**Maßnahmenvorschläge für  
die Wirtschaftsförderungen  
für die Unterstützung  
touristischer Unternehmen in  
und nach  
COVID-19 (Beispiele)**



# Maßnahmenvorschläge für die Wirtschaftsförderungen für die Unterstützung touristischer Unternehmen in und nach COVID-19: DIGITALISIERUNG I

Themen-feld	Thema	Maßnahme	Partner	Zeit-horizont	Priorität
<b>Digitalisierung der Verwaltung</b>	Technik Update der Verwaltung	<p>Die Verwaltungen sind technisch im Vergleich zur Wirtschaft zumeist eher schlecht ausgestattet und haben z.B. kaum die Möglichkeit, an Videokonferenzen teilzunehmen. So ist eine digitale Beratung von Unternehmen auf professionellem Niveau kaum realisierbar. Aufgabe ist daher eine Verbesserung der technischen Ausstattung der Wirtschaftsförderungen bzw. Verwaltung insgesamt. Bezirke wie Pankow haben bspw. einen Mediaraum mit Smartboard-Ausstattung eingerichtet. Tempelhof-Schöneberg: Mitarbeiter verfügen teilweise über Tablets, Teilnahme an Video-Konferenzen am Arbeitsplatz möglich. Reinickendorf: Teilnahme an Video-Konferenzen am Arbeitsplatz möglich. Einige Bezirke konnten technisch aufrüsten und damit digitale Beratungen (z.B. Videokonferenzen) durchführen. Dieser Standard muss für alle Wifö umgesetzt werden.</p>	Bezirks-übergreifend, ITDZ	Mittel (6-12 Monate)	hoch

# Maßnahmenvorschläge für die Wirtschaftsförderungen für die Unterstützung touristischer Unternehmen in und nach COVID-19 DIGITALISIERUNG II

Themenfeld	Thema	Maßnahme	Partner	Zeit-horizont	Priorität
<b>Digitalisierung der Verwaltung</b>	One-Way Infokanäle etablieren	Empfohlen wird der Ausbau von Online-Formaten für One-Way-Informationen, die ergänzend zu den persönlichen Kontakten zu sehen sind. Für sich wiederholende Inhalte sollte über eine Standardisierung in digitalen Formaten nachgedacht werden. So könnten gewisse Informationen als Video oder Erkläranimation dargestellt und direkt mit Untertiteln in verschiedenen Sprachen ausgespielt werden. Mögliche Themen, Inhalte und Umsetzung sind innerhalb der Wifö abzuklären und könnten bezirksübergreifend abgestimmt erarbeitet werden. Vorhandene digitale Informationsformate sind zu analysieren und weiterzuentwickeln (vgl. Chatbot zu Corona) .	Bezirks-übergreifend, SenWEB	Kurz (bis 6 Monate)	mittel

# Maßnahmenvorschläge für die Wirtschaftsförderungen für die Unterstützung touristischer Unternehmen in und nach COVID-19 FACHKRÄFTE I

Themenfeld	Thema	Maßnahme	Partner	Zeit-horizont	Priorität
<b>Fachkräfte / Personal</b>	Fachkräftebedarf: Koordination verschiedener Maßnahmen	<p>Vorgeschlagen wird die Mitarbeit an bzw. Initiierung von thematischen Arbeitskreisen zur Umsetzung erforderlicher Maßnahmen. Der Bedarf und die Situation im Bereich Fachkräfte, Auszubildende und teilweise auch Aushilfskräfte hat sich infolge der Corona-Krise in der Branche weiter verschärft. Um dieser Herausforderung begegnen zu können, ist ein Bündel von Maßnahmen umzusetzen, die in verschiedenen Zuständigkeiten liegen.</p> <p>Ein wichtiges Themenfeld der bezirklichen Wirtschaftsförderungen ist die Fachkräftesicherung und -entwicklung. Die von den Unternehmen geäußerten Handlungsbedarfe sollen durch die Wirtschaftsförderungen weiter mit unterstützenden Aktivitäten und Einzelprojekten gestärkt werden.</p>	<b>Fachorganisationen</b> , andere Behörden/Verwaltungen, Unternehmen	Kurz (bis 6 Monate)	hoch

# Maßnahmenvorschläge für die Wirtschaftsförderungen für die Unterstützung touristischer Unternehmen in und nach COVID-19 FACHKRÄFTE II

Themenfeld	Thema	Maßnahme	Partner	Zeithorizont	Priorität
<b>Fachkräfte / Personal</b>	Beratung Human Resources	Vorgeschlagen wird die Beratung von Unternehmen zur Fachkräftegewinnung bei Themen wie z.B. Gewinnung von Nachwuchs und Bindung älterer Mitarbeiter, Umsetzung Employer Branding / Storytelling, Social Media für digitales Recruiting, Anpassung Arbeitsbedingungen und Talent-Recruiting. Bestehende Zusammenarbeiten in den Bezirken im Bereich Ausbildungsverbund, Azubimessen, Fachkräftequalifizierung sind verstärkt zu kommunizieren	Unternehmen	Mittel (6-12 Monate)	hoch

# Maßnahmenvorschläge für die Wirtschaftsförderungen für die Unterstützung touristischer Unternehmen in und nach COVID-19 FACHKRÄFTE III

Themenfeld	Thema	Maßnahme	Partner	Zeit-horizont	Priorität
<b>Fachkräfte / Personal</b>	Ausbildungsprojekte initiieren (Schwerpunkt hybride Formate)	Vorgeschlagen wird der Ausbau und die Stärkung weiterer Projekte auf Basis langjähriger Erfahrungen: Die Kooperation der Partner (u.a. IHK, DEHOGA, RAV) in Aus- und Weiterbildungsprojekten und die Definition von Themen für Aus- und Weiterbildung in den Unternehmen (u.a. Servicebereich / Bereich der Hilfskräfte). Folgende Fragen sind dabei u.a. zu klären: Wie können mit hybriden Lehrkonzepten teil- und vollausgebildete Fachkräfte ausgebildet bzw. gewonnen werden können (z.B. durch mehrsprachige, teils online-/Hybrid-Ausbildung)? Wie gelingt es, zusätzlich vorausgebildete Kräfte und ausgebildete statt ungelernete ausländischer Kräfte zu gewinnen?	<b>Fachorganisationen,</b> andere Behörden/Verwaltungen, Unternehmen	Mittel (6-12 Monate)	hoch



# Maßnahmenvorschläge für die Wirtschaftsförderungen für die Unterstützung touristischer Unternehmen in und nach COVID-19 INFRASTRUKTUR I

Themenfeld	Thema	Maßnahme	Partner	Zeit-horizont	Priorität
<b>Infra- struktur</b>	Touristische Informations- und Leitsysteme / Infostelen	Es ist unbedingt erforderlich, die bezirklichen Leit- und Informationsangebote für den Tourismus weiterzuentwickeln, und zwar sowohl digital als auch analog. Denn dies bedeutet eine wichtige zukunftsweisende Möglichkeit der Bereitstellung von Information einschließlich der Möglichkeiten zur Besucherlenkung. Das Thema „Infostelen“ ist seit längerer Zeit seitens SenWEB und anderer Senatsverwaltungen in Bearbeitung.	Bezirks- übergreifend, SenWEB, visitBerlin, andere Behörden/ Verwaltungen	Lang (12 bis 18 Monate oder länger)	hoch

# Maßnahmenvorschläge für die Wirtschaftsförderungen für die Unterstützung touristischer Unternehmen in und nach COVID-19 INFRASTRUKTUR II

Themenfeld	Thema	Maßnahme	Partner	Zeit-horizont	Priorität
Infrastruktur	Anbindung, ÖPNV, Sharing	Vorangetrieben werden sollte der Ausbau der Anbindung bestimmter Bezirke/Kieze (Bsp. Spandau, Verlängerung der Siemensbahn nach Hakenfelde, T-S arbeitet an der Realisierung eines Regional- und S-Bahnhofes), um die Erreichbarkeit der Außenbezirke sowie die Anbindung per ÖPNV mit Brandenburg zu verbessern. Insgesamt müssen das ÖPNV-Netz sowie die Anbindung an den Flughafen aus Berlin und Brandenburg ebenso optimiert werden wie die Schnittstellen zu E-Mobilität/ Car bzw. Bike-Sharing. Dies liegt zwar nicht in der Zuständigkeit der Wifö, aber sie können auf die Notwendigkeit und Dringlichkeit hinweisen und teilweise auch mit Mobilitäts-Schnittstellen-Anbietern zusammenarbeiten.	Bezirks-übergreifend, SenWEB, andere Behörden/Verwaltungen	Lang (12 bis 18 Monate oder länger)	hoch

# Maßnahmenvorschläge für die Wirtschaftsförderungen für die Unterstützung touristischer Unternehmen in und nach COVID-19 VERMARKTUNG I

Themenfeld	Thema	Maßnahme	Partner	Zeit-horizont	Priorität
<b>Vermarktung/ Vertrieb</b>	Kampagne „Kleinkultur im Bezirk ist wieder offen“	Die Bezirke und visitBerlin haben bereits vereinzelt Sensibilisierungs- und Restart-Kampagnen umgesetzt. Vorgeschlagen wird eine gezielte Kampagne für Kulturtouristen in den einzelnen Bezirken unter dem Motto „Kleinkultur im Bezirk ist wieder offen“. Gegenstand ist die Bewerbung von ausgewählten Highlights zzgl. etwaiger "Hidden Places", sobald diese wieder stabil angeboten werden können. Die interessierten Bezirke müssen sich im Vorfeld überlegen, welche Einrichtungen wie beworben werden sollten und wie die Zusammenarbeit mit visitBerlin konkret aussehen könnte. Alternativ sollten die Bezirke Kontakt zu den relevanten Einrichtungen aufnehmen und gemeinsam nach Umsetzungsmöglichkeiten suchen (ggf. Crowd-Funding, Cross-Marketing, Social Media-Aktionen).	visitBerlin, Unternehmen	Kurz (bis 6 Monate)	hoch

# Maßnahmenvorschläge für die Wirtschaftsförderungen für die Unterstützung touristischer Unternehmen in und nach COVID-19 VERMARKTUNG II

Themenfeld	Thema	Maßnahme	Partner	Zeit-horizont	Priorität
Vermarktung/ Vertrieb	Marketing Support	Vorgeschlagen wird die Koordination von Marketinginitiativen für die Bewerbung kleiner Gewerbetreibender und Solo-Selbständiger aus der tourismusrelevanten Kreativwirtschaft und dem Einzelhandel / Produktion sowie die Kontaktvermittlung zu Profis (vgl. Unternehmensportal Lichtenberg). Entsprechende Projekte könnten mit Fördermitteln aus den Zuschüssen für besondere touristische Projekte geplant und finanziert werden.	thematische Netzwerke	Kurz (bis 6 Monate)	mittel

## Auftraggeber

### Bezirksamt Neukölln

Abteilung Finanzen und Wirtschaft  
Wirtschaftsförderung und -beratung  
Faye Preusse  
Karl-Marx-Straße 83, 12040 Berlin  
Tel+49(0)30 90239 3065  
E-Mail:  
wirtschaftsfoerderung@bezirksamt-  
neukoelln.de

### Kernteam des Projektes – Wirtschaftsförderungen und -beratungen der Bezirke

**Friedrichshain-Kreuzberg** - Kathrin Klich

E-Mail kathrin.klich@ba-fk.berlin.de

**Lichtenberg** - Sabine Holfeld

E-Mail sabine.holfeld@lichtenberg.berlin.de

**Neukölln** - Faye Preusse

E-Mail faye.preusse@bezirksamt-neukoelln.de

**Pankow** - Daniela Franzke

E-Mail daniela.franzke@ba-pankow.berlin.de

### weitere Ansprechpartner der beteiligten Wirtschaftsförderungen

**Charlottenburg-Wilmersdorf** - Jeannette Saleh Zaki

E-Mail jeannette.saleh-zaki@charlottenburg-wilmersdorf.de

**Marzahn-Hellersdorf** - Katrin Nematik

E-Mail katrin.nematik@ba-mh.berlin.de

**Reinickendorf** - Christian George

E-Mail christian.george@reinickendorf.berlin.de

**Tempelhof-Schöneberg** - Heike Marfilius

E-Mail heike.marfilius@ba-ts.berlin.de



Finanziert durch



## Auftragnehmer (Bietergemeinschaft)



### **mascontour GmbH (Auftragsverantwortlicher)**

Matthias Beyer, Geschäftsführer

Schwiebusser Str. 9

10965 Berlin

Tel +49 (0)30 61 62 57 47

E-Mail [contact@mascontour.info](mailto:contact@mascontour.info)

[www.mascontour.info](http://www.mascontour.info)



### **Leo-Impact Consulting GmbH**

Gunter Freiherr von Leoprechting, Geschäftsführer

Martin-Buber-Straße 10

14163 Berlin

Tel +49 (0)30 80 96 16 09

E-Mail [leo@leo-impact.de](mailto:leo@leo-impact.de)

[www.leo-impact.de](http://www.leo-impact.de)

Finanziert durch

Senatsverwaltung  
für Wirtschaft, Energie  
und Betriebe

**BERLIN**

