

Marktforschungsnewsletter 3/2019

Freizeitwirtschaft in Thüringen 2018

Sommerhitze und fehlende herausragende Sonderausstellungen bestimmen das Ergebnis

Erfurt, 13.05.2019

Ein Tag mit der Familie im Tierpark oder der Besuch einer neuen Ausstellung ... Gäste in Thüringen haben unzählige Möglichkeiten, wenn es um die Gestaltung der Tagesreise oder des Übernachtungsaufenthaltes geht. Doch wie sieht die Nachfragesituation in der Freizeitwirtschaft aus? Wie entwickeln sich die Besucherzahlen in unterschiedlichen Segmenten? Zu Wettbewerbssituation und Markterfolg der Freizeitwirtschaft liefert die amtliche Statistik keinerlei Daten. Diese Lücke wird mit dem dwif-Freizeitmonitoring geschlossen.

Deutliche Verluste in Thüringen

Die 43 in Thüringen betrachteten Freizeiteinrichtungen hatten es im Jahr 2018 nicht leicht. Nach guten Vorjahren gab es 2018 deutliche Rückgänge, so dass die Besucherzahlen um 2,7 Prozent unter denen des Jahres 2013 lagen. Hier spielten sowohl der heiße Sommer als auch die wegfallenden Sondereffekte durch das Lutherjahr im Vorjahr, von dem einige Anbieter stark profitierten, eine Rolle. Auch die Freizeitwirtschaft in Deutschland musste 2018 Verluste im Vergleich zum Vorjahr hinnehmen, jedoch weniger als in den Thüringer Einrichtungen. Deutschlandweit konnte das Ergebnis aus dem Jahr 2013 somit noch um +3,4 Prozent übertroffen werden (vorläufige Ergebnisse).

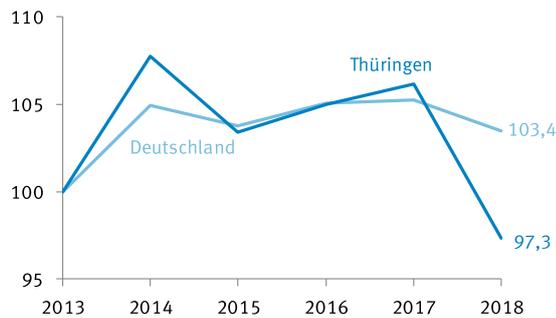
Dem Wetter Paroli bieten

Das Jahresergebnis der Freizeiteinrichtungen 2018 wurde einmal mehr vom Wetter bestimmt. Kaum zu glauben, aber wahr: Der Top-Sommer 2018 hat den Freizeiteinrichtungen keinen Schub gebracht. Während Eisverkäufer und Freibäder jubelten und die Strände am Meer und an den Seen so voll waren wie seit Jahren nicht mehr, kamen in die Freizeiteinrichtungen weniger Besucher als im Vorjahr. Nichtsdestotrotz müssen die Einrichtungen auch bei länger anhaltenden extremen Wetterlagen versuchen, den Besucherverlust gering zu halten. Von Gratis-Eis und gekühlten Getränken bei Hitze bis zu Glühwein bei Kälte gibt es gerade im direkten Service viele Möglichkeiten. So hat beispielsweise die Bayerische Landesausstellung im letzten Sommer mit "Kulturgenuss bei frischen 20 Grad" für einen Besuch im Kloster Ettal geworben.

Investitionen zahlen sich aus

Zu den dynamischsten Einrichtungstypen der letzten fünf Jahre zählen private Eisenbahnen, Freizeit- und Erlebniseinrichtungen, Kirchen sowie Zoos/Tierparks. Das Beispiel der Zoos verdeutlicht eindrucksvoll, dass Investitionen in neue Infrastruktur oder Veranstaltungskonzepte Früchte tragen und für ein deutliches Besucherplus sorgen. Neue Themenwelten wie im Leipziger Zoo (Südamerika) oder Rostocker Zoo (Darwineum und – derzeit noch im Bau – Polarium) oder Veranstaltungen in den eher besucherschwachen Monaten wie im Zoo Halle (Magische Lichterwelten) oder Zoo Osnabrück (Winterzauber mit Eisbahn, Tubingbahn, Winterkletterwald) kommen bei den Besuchern gut an.

Besucherzahlen von Freizeiteinrichtungen 2018 ggü. 2013
Index (2013=100)



Quelle: Besuchermonitoring der Freizeitwirtschaft, dwif 2019

Erfolgsfaktoren in der Freizeitwirtschaft



Quelle: dwif 2019

Neue Erlebnisse schaffen: Digitalisierung in der Freizeitwirtschaft

In Freizeiteinrichtungen kommt es auf das emotionale Besucherlebnis an. Vielen Gästen reicht es nicht mehr aus, Bilder oder andere Ausstellungsobjekte „nur“ anzusehen, sie wollen die Geschichten dahinter verstehen und auf eine emotionale Reise mitgenommen werden. Die Digitalisierung erleichtert diesen Schritt erheblich. Traditionelle Darstellungsformen können mit innovativen digitalen Technologien so verknüpft werden, dass ein völlig neuer Erlebnischarakter entsteht. Die Digitalisierung stellt die Freizeitwirtschaft aber auch vor Herausforderungen, denn hier gibt es unzählige Möglichkeiten und nicht alle sind für jede Einrichtung gleichermaßen geeignet und auch finanzierbar.

Folgende Anwendungsmöglichkeiten eignen sich besonders gut für die Freizeitwirtschaft:

- Digital Edutainment bedeutet „unterhaltsames Lernen“ und ist bereits in vielen Freizeiteinrichtungen angekommen. Interaktive und digitale Hands-on-Elemente erleichtern die Vermittlung komplexer Inhalte. Mit Touch-Display, App oder multimedialen Infoterminals kann der Gast direkt interagieren.
- Eine Weiterentwicklung des Digital Edutainments ist der Gamification-Ansatz. Bei dieser Vermittlungsform steht der spielerische Aspekt im Vordergrund. Im digitalen Zeitalter lassen sich herkömmliche Spiele leicht mit technischen Mitteln zu innovativen Spielformen weiterentwickeln. Möglichkeiten für Freizeiteinrichtungen bieten sich durch die Einbindung von (Computer-) Spielelementen in digitale Infoterminals oder Apps. Beispiel hierfür sind die Spiele-App „Ligato“ des DDR-Museums in Berlin und die illustrierte Comic-Tour durch das Archäologische Museum Hamburg. In diese Kategorie fallen auch digitale Schnitzeljagden (Geocaching), für die mittlerweile zahlreiche Beispiele im Tourismus zu finden sind.
- Die Erweiterung der Realität (englisch: Augmented Reality) liefert zusätzliche digitale Informationen zu realen Gegenständen oder Szenerien und macht sie auf mobilen Geräten erlebbar. In der Freizeitwirtschaft kann die Technik zur besseren Visualisierung eingesetzt werden. Das lohnt sich insbesondere

für Dinge, die sich dem Gast sonst nicht erschließen würden. In der französischen Abtei Cluny werden durch Augmented Reality verlorene Teile des zerstörten Klosterkomplexes rekonstruiert. In der Anlage befinden sich an verschiedenen Stellen hochauflösende Bildschirme, auf denen ein 3D-Film wiedererstehen lässt, was verschwunden ist.

- Die Virtual-Reality-Technik geht noch einen Schritt weiter, indem sie das „völlige“ Eintauchen in virtuelle Welten ermöglicht – bequem und einfach dank einer speziellen VR-Brille. Noch sind die Kosten für den VR-Einsatz (Brille und Videos) zwar recht hoch, die Einsatzmöglichkeiten für die Freizeitwirtschaft allerdings auch sehr vielfältig. So bietet bspw. das Günter-Grass-Haus in Lübeck ab diesem Jahr die Möglichkeit, in den Roman „Die Blechtrommel“ virtuell einzutauchen. Auch in mehreren Freizeitparks (z. B. Achterbahn im Europapark Rust) oder in Erlebnisbädern (z. B. VR-Rutsche in der Therme Erding) finden sich Anwendungsmöglichkeiten. In Erfurt ist die Technik im Show Room 360Grad Thüringen Digital Entdecken erlebbar.
- Recht leicht umzusetzen und auch kostengünstig sind QR-Codes. Sie können vielfältige Zusatzinformationen zu Objekten enthalten – von kurzen Texten zum Objekt über Kontaktdaten bis hin zu Foto-, Audio- oder Videodateien ist vieles möglich.

Best Practice Beispiele in Thüringen

Mit der Erlebniswelt 360Grad Thüringen Digital Entdecken hat Thüringen seit Dezember 2017 eine Thüringen-Ausstellung, deren Besucherzahlen stetig wachsen und die mit einem Virtual-Reality-Film, einer Augmented-Reality-Tour, QR-Codes und individueller Beratung sowie weiteren digitalen Exponaten die Gäste begeistert. In den vergangenen 4 Monaten haben rund 15.000 Gäste die Erlebniswelt am Willy-Brandt-Platz besucht, darunter Bahnreisende, Schulklassen oder Einwohner, die auf Empfehlung von Freunden, Familie und Bekannten die Ausstellung besuchen. Mit diesen Besucherzahlen konnte ein Zuwachs von 50% im Vergleich zum Vorjahr erzielt werden.

Besuchen Sie die Erlebniswelt und lassen Sie sich von den Möglichkeiten inspirieren. Weitere Informationen finden Sie unter:

<https://www.thueringen-entdecken.de/urlaub-hotel-reisen/360-grad-thueringen-digital-entdecken-161464.html>