



dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

RESILIENZBEFRAGUNG TOURISTISCHER LEISTUNGSTRÄGER IN SCHLESWIG-HOLSTEIN

Anja Schröder, Consultant

Berlin, 02.12.2021

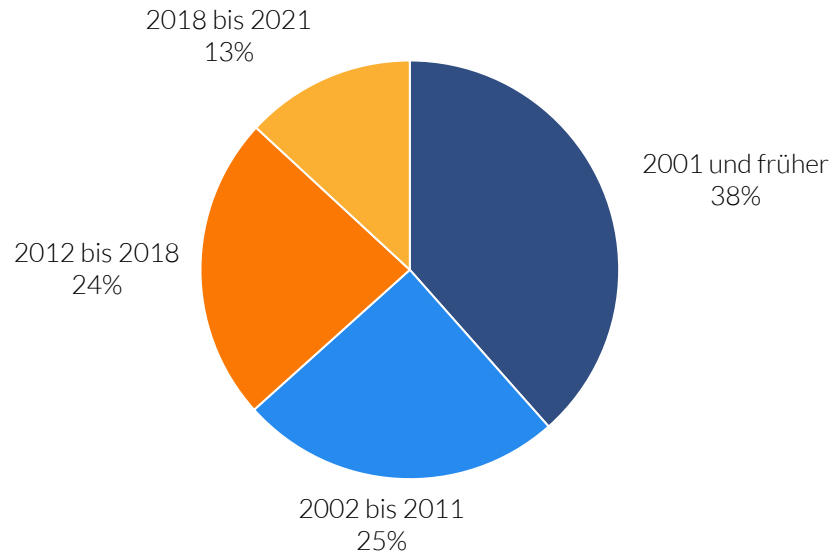
- Online-Befragung von gastgewerblichen Betrieben in Schleswig-Holstein
- Befragungszeitraum: 15.11. bis 30.11.2021
- Teilnehmende: n=225 (164 Beherbergungsbetriebe, 55 Gastronomiebetriebe, 3 sonstige Betriebe)
- Inhalte:
 - Struktur der Betriebe
 - Betriebswirtschaftliche Situation
 - Verhalten in Krisenzeiten
 - Erkenntnisse aus der Corona-Pandemie
 - Investitionsverhalten
 - Blick in die Zukunft

Betriebstyp der teilnehmenden Betriebe

Hotel Garni	22%
Vollhotel (ohne Tagungsfokus)	22%
Restaurant	18%
Ferienwohnung/Ferienhaus	13%
Vollhotel mit Fokus auf Tagung/Events	8%
Gasthof/Pension	7%
Sonstiges	4%
Café/Eisdiele	3%
Imbiss/Bistro	2%
Campingplatz	1%
Nachtclub/Diskotheek	1%
Catering	1%

Betriebszugehörigkeit

Wie lange ist Ihr Betrieb unter Ihrer Führung bereits am Markt?



Beschäftigtenentwicklung (Vollzeitäquivalente)

	2019	2021	2021 ggü. 2019
Beherbergung	17,7	16,3	-1,4
Hotel garni	8,5	8,1	-0,4
Vollhotel (ohne Tagungsfokus)	35,2	32,4	-2,8
Vollhotel (mit Fokus auf Tagungen/Events)	33,6	29,5	-4,1
Ferienwohnung/-haus	2,7	3,0	+0,3
Gastronomie	10,7	8,9	-1,8
Restaurant	10,3	9,1	-1,2

Coronabedingte Schließtage 2021

Wie viele Tage hatten Sie coronabedingt im Jahr 2021 geschlossen bzw. konnten Sie nur eingeschränkt öffnen? (Mittelwert)

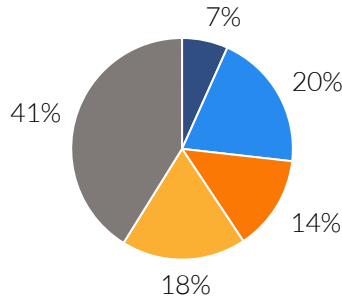
	geschlossen	eingeschränkt geöffnet
Beherbergung	95 Tage	80 Tage
Gastronomie	97 Tage	89 Tage

2021größtenteils höhere Umsätze als 2020

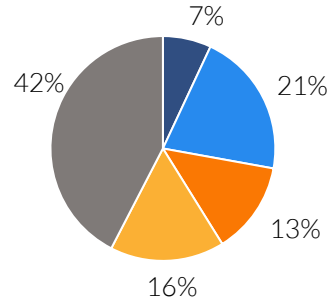
Wie hat sich der Umsatz in Ihrem Betrieb im Vergleich zum Vorjahr entwickelt?

2020

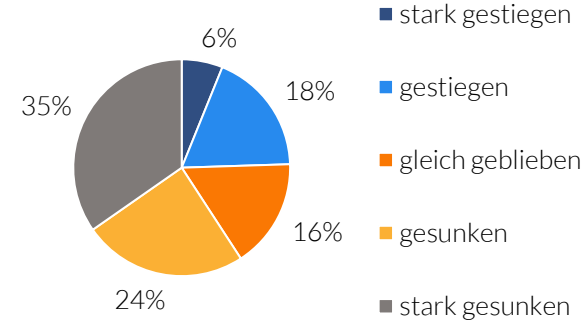
GASTGEWERBE
GESAMT



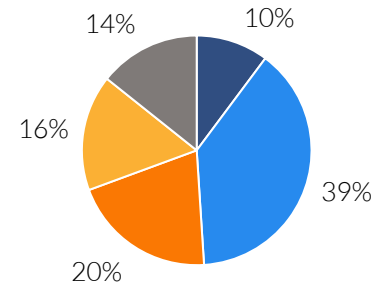
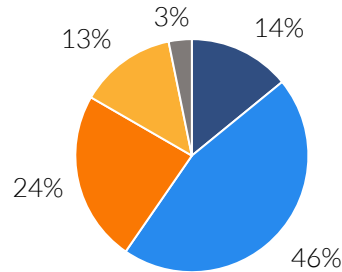
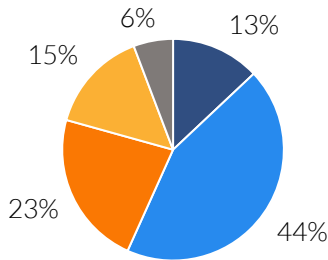
BEHERBERGUNG



GASTRONOMIE



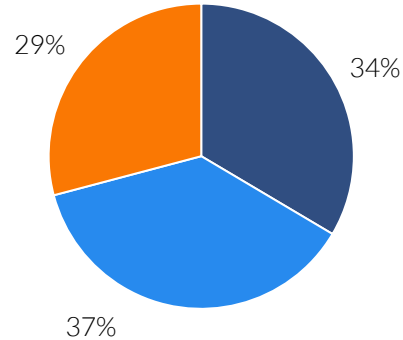
2021



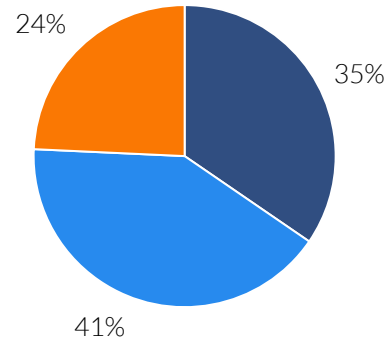
Differenzierte Erwartungen an die Wintersaison

Welche Erwartungen haben Sie an die Entwicklung des Umsatzes in der Wintersaison 2021/2022 im Vergleich zur Wintersaison 2019/2020?

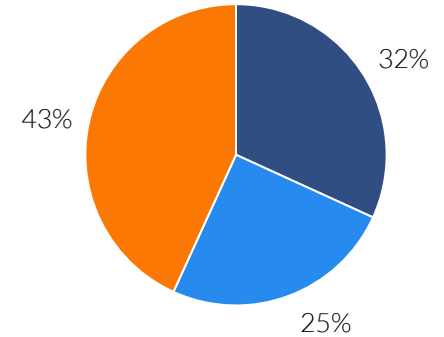
GASTGEWERBE GESAMT



BEHERBERGUNG



GASTRONOMIE

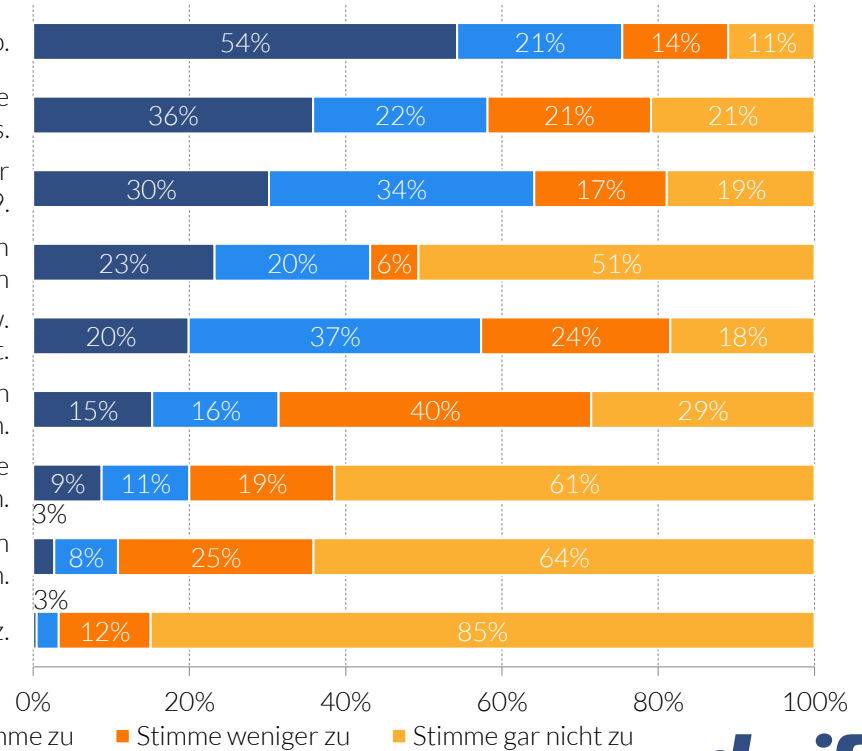


■ höher sein ■ auf einem ähnlichen Niveau liegen ■ niedriger sein

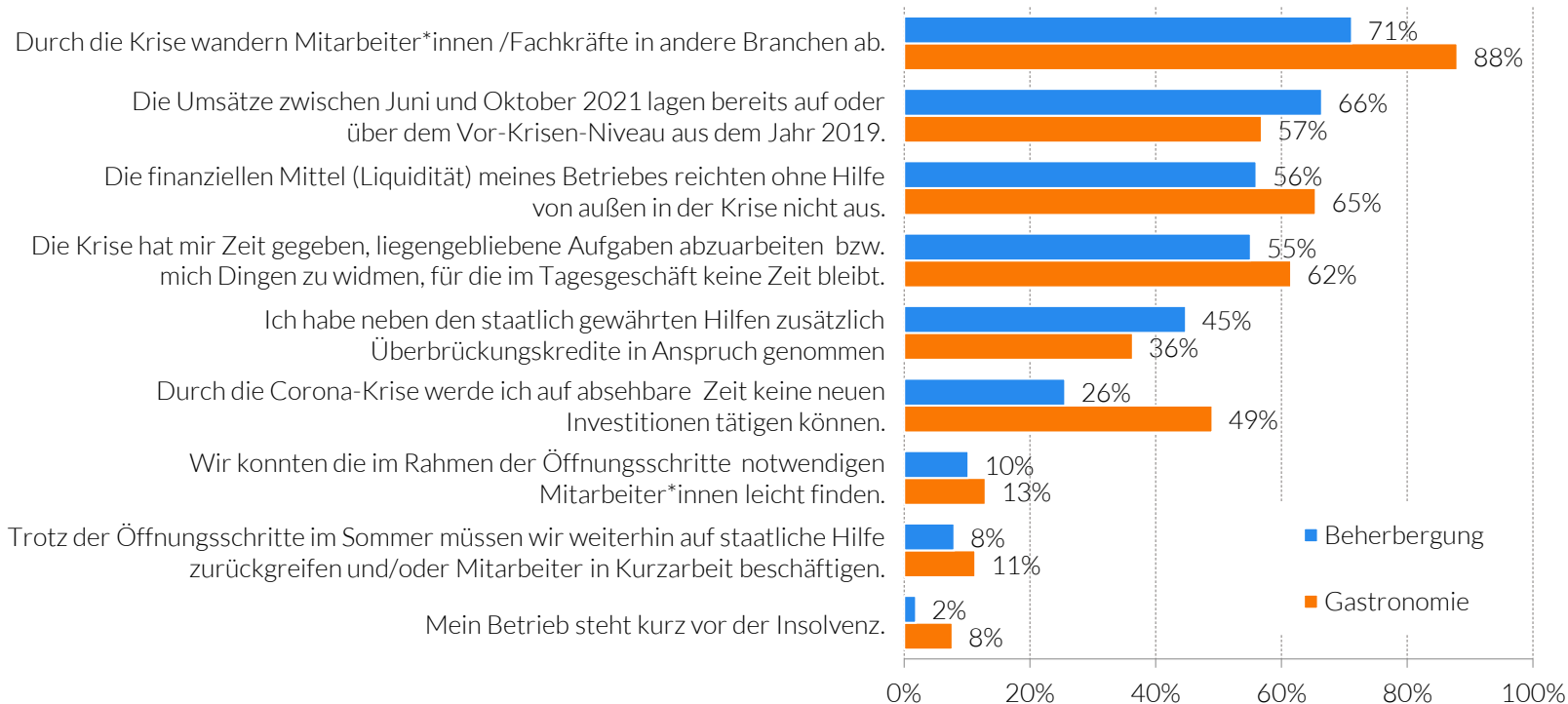
GASTGEWERBE GESAMT

In welchem Umfang stimmen Sie nachfolgenden Aussagen zu?

- Durch die Krise wandern Mitarbeiter*innen /Fachkräfte in andere Branchen ab.
- Die finanziellen Mittel (Liquidität) meines Betriebes reichten ohne Hilfe von außen in der Krise nicht aus.
- Die Umsätze zwischen Juni und Oktober 2021 lagen bereits auf oder über dem Vor-Krisen-Niveau aus dem Jahr 2019.
- Ich habe neben den staatlich gewährten Hilfen zusätzlich Überbrückungskredite in Anspruch genommen
- Die Krise hat mir Zeit gegeben, liegengebliebene Aufgaben abzuarbeiten bzw. mich Dingen zu widmen, für die im Tagesgeschäft keine Zeit bleibt.
- Durch die Corona-Krise werde ich auf absehbare Zeit keine neuen Investitionen tätigen können.
- Trotz der Öffnungsschritte im Sommer müssen wir weiterhin auf staatliche Hilfe zurückgreifen und/oder Mitarbeiter in Kurzarbeit beschäftigen.
- Wir konnten die im Rahmen der Öffnungsschritte notwendigen Mitarbeiter*innen leicht finden.
- Mein Betrieb steht kurz vor der Insolvenz.



In welchem Umfang stimmen Sie nachfolgenden Aussagen zu? (Stimme voll zu/stimme zu)



Haben Sie in der Corona-Krise Hilfen vom Bund und/oder Länder in Anspruch genommen?

GASTGEWERBE
GESAMT

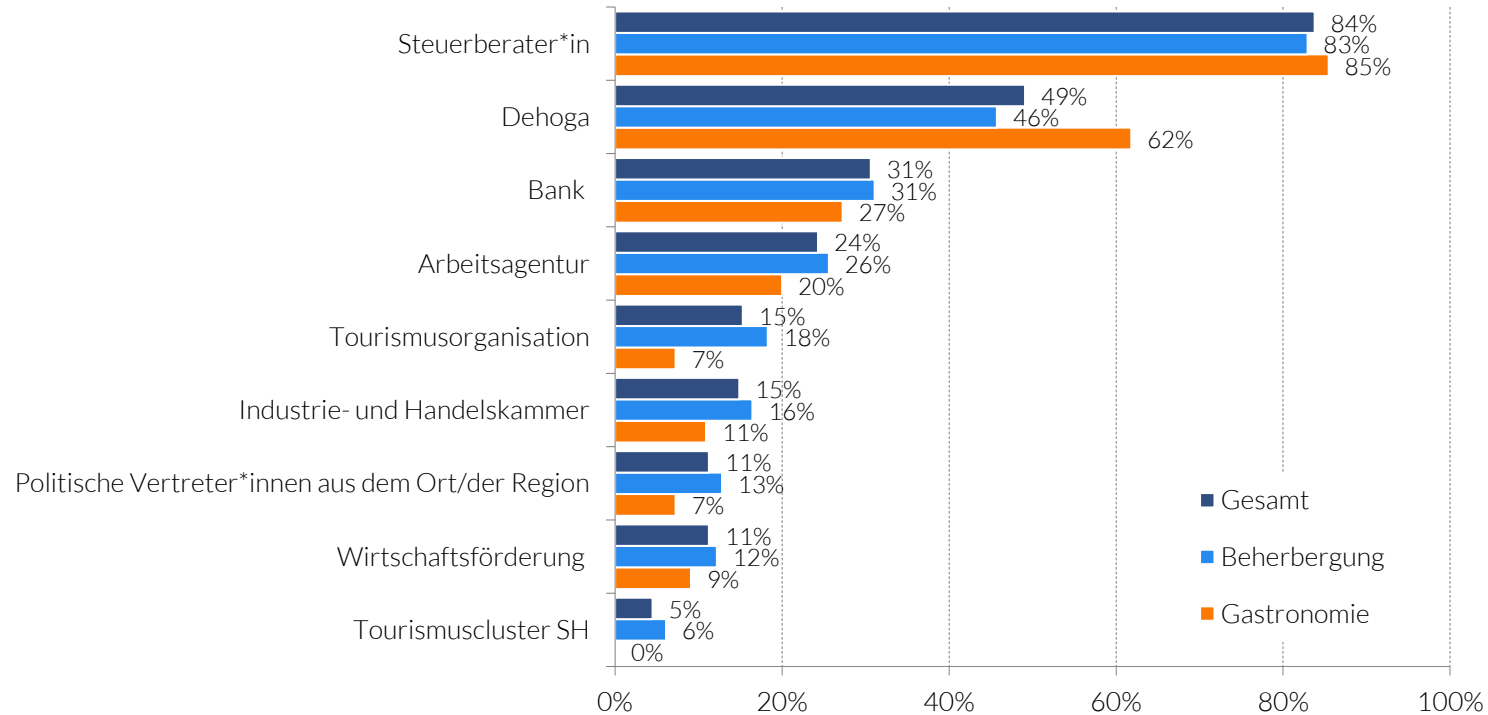
JA
85%



NEIN
15%

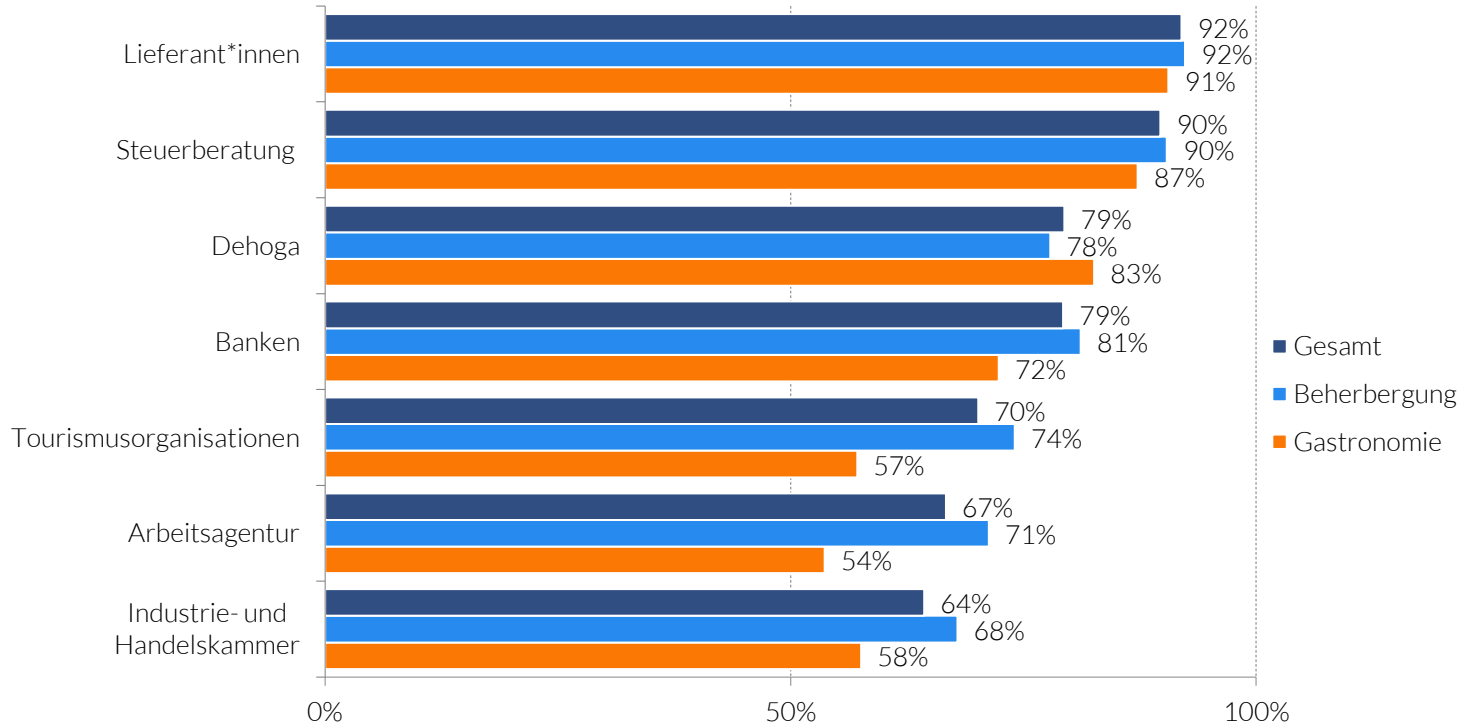
Es sind keine Unterschiede zwischen Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben vorhanden.

An wen haben Sie sich in der Krisenzeit gewandt, um Informationen/Hilfestellungen zu erhalten? (Mehrfachnennung)



Zufriedenheit mit den Netzwerkpartner*innen

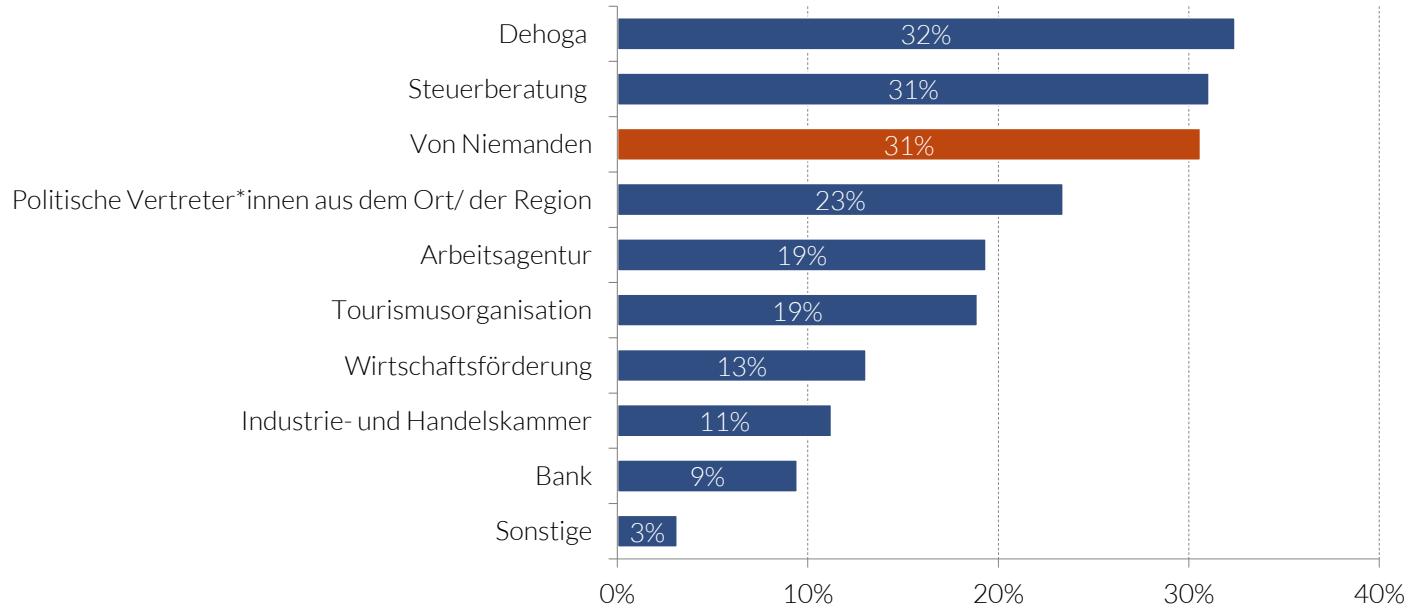
Wie zufrieden sind Sie generell in der Zusammenarbeit mit Ihren Netzwerkpartner*innen?
(Werte für sehr zufrieden/zufrieden)



Quelle: dwif 2021, Onlinebefragung Gastgewerbe (n=225)

Dehoga und Steuerberater*innen auch künftig wichtige Partner*innen

Von wem erwarten Sie sich in den nächsten Monaten weitere Unterstützung/Hilfen/Serviceleistungen ?
(Mehrfachnennung)



Erwartete Unterstützung I

Welche Unterstützung erwarten Sie?

Steuerberater

- Hilfen bei Antragstellungen
- Beratung zu Fördermöglichkeiten/Hilfsprogrammen
- Stundungsanträge

Banken

- Weitergabe von günstigen Zinsen, Verzicht auf Strafzinsen
- Abwicklung Darlehen/Kredite

Wirtschaftsförderung

- Zuschüsse und Investitionsprogramme

Tourismusorganisationen

- Marketingoffensive
- Werbung für Berufe im Tourismus

Welche Unterstützung erwarten Sie?

Dehoga

- dauerhafte MwSt.-Senkung auf 7%
- Verlässliche und weiterhin gute Informationen
- Werbung für Berufe im Gastgewerbe
- Imagekampagne für die Branche

IHK

- Werbung für Berufe im Gastgewerbe

Politische Vertreter*innen aus dem Ort/der Region

- Bezahlbarer Wohnraum für Angestellte
- Garantie des ermäßigten MwSt.-Satzes
- Kein weiterer Lockdown
- Steuerliche Erleichterungen
- Werbung für Berufe im Gastgewerbe

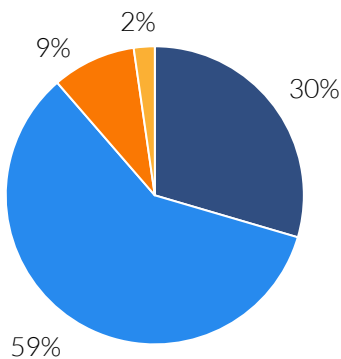
Arbeitsagentur

- Unterstützung bei der Suche nach Mitarbeitenden
- Werbung für Berufe im Gastgewerbe
- Kurzarbeitergeld

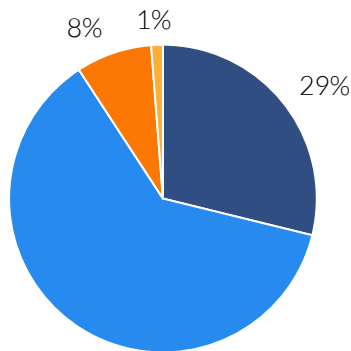
Die Möglichkeiten zur Krisenbewältigung wurden ausgeschöpft

Finden Sie, dass Sie in Ihrem Betrieb alle Möglichkeiten zur Bewältigung der Krise ausgeschöpft haben?

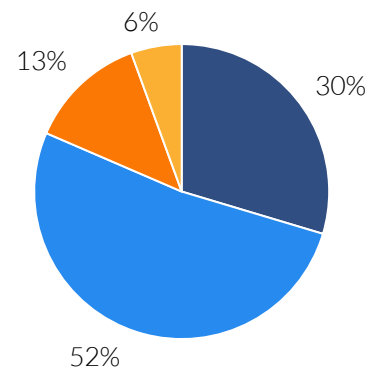
GASTGEWERBE GESAMT



BEHERBERGUNG



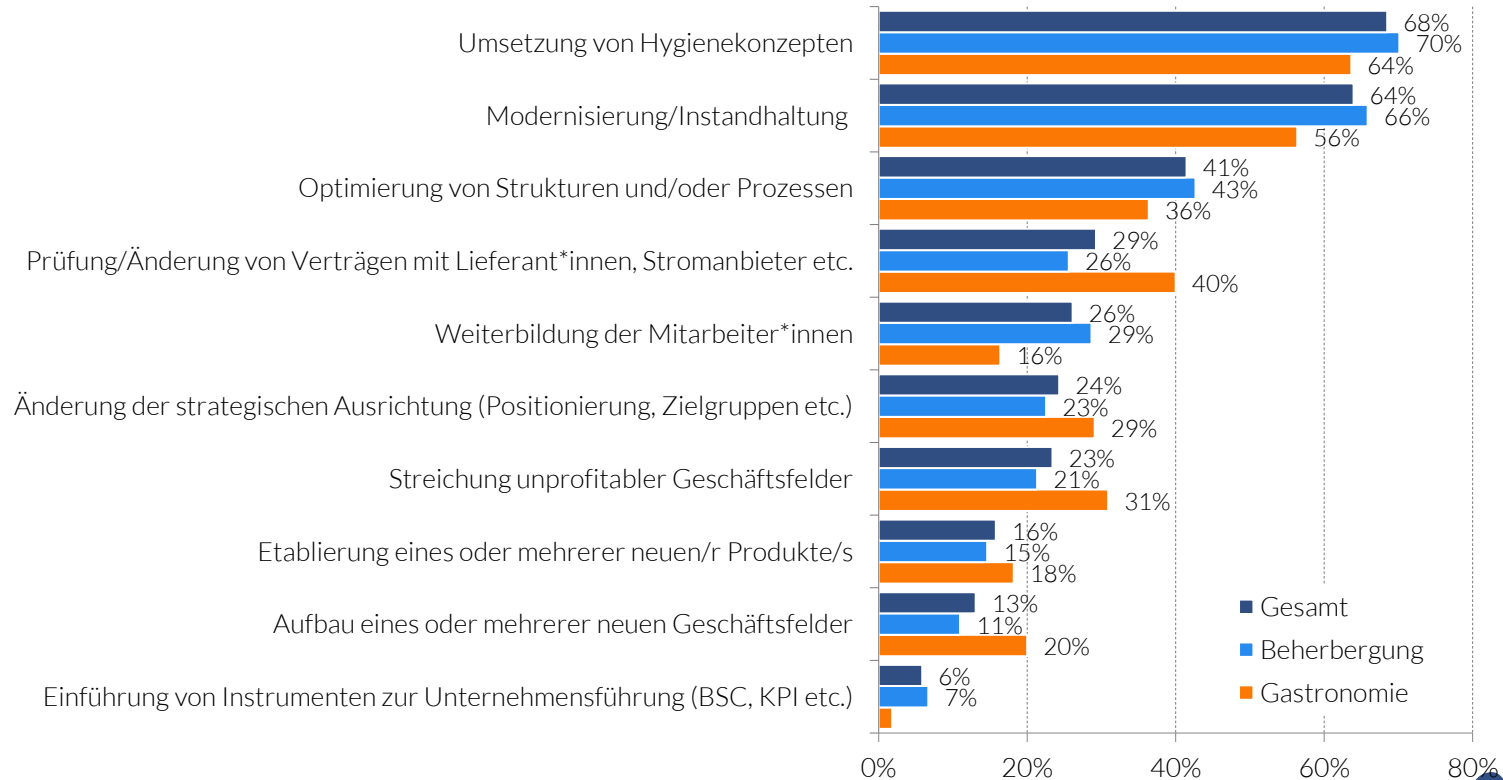
GASTRONOMIE



■ Ja, vollumfänglich ■ Ja, weitestgehend ■ Nein, eher weniger ■ Nein, überhaupt nicht

Umsetzung von Hygienekonzepten & Modernisierungen in der Krise

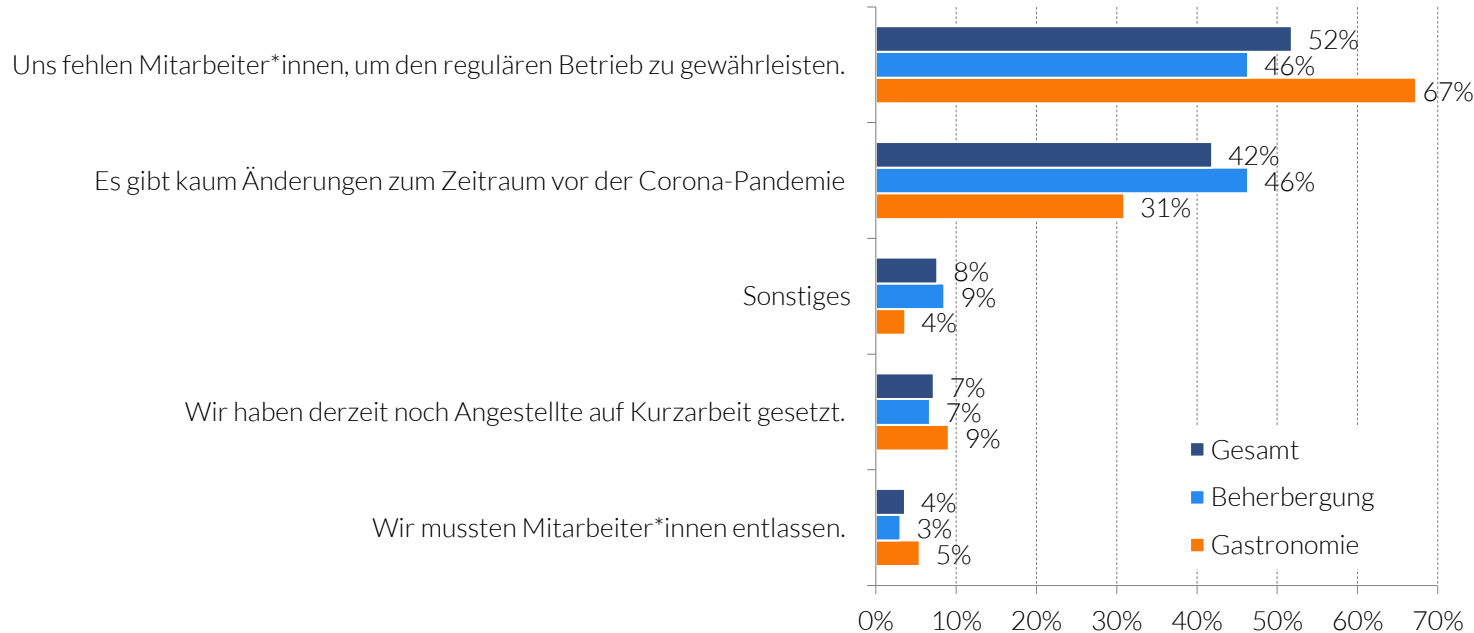
Ich habe die Krise genutzt für...



Quelle: dwif 2021, Onlinebefragung Gastgewerbe (n=225)

Personalsituation angespannt

Wie stellt sich die aktuelle Personalsituation in Ihrem Betrieb dar?



Rückläufige Ausbildungsstellen zu erwarten

Haben Sie bisher ausgebildet?

GASTGEWERBE
GESAMT
41%



BEHERBERGUNG

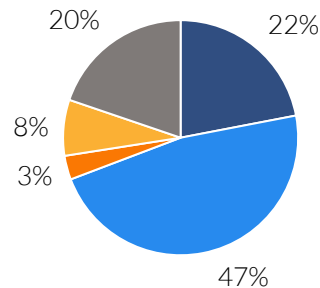
45%

GASTRONOMIE

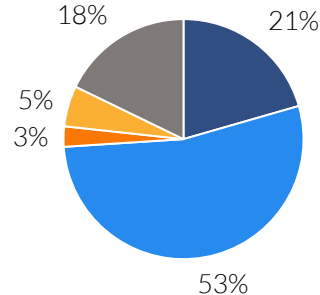
30%

Werden Sie in den nächsten Jahren weiterhin ausbilden?

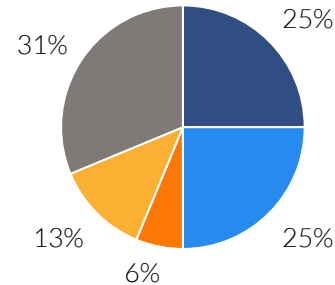
GASTGEWERBE
GESAMT



BEHERBERGUNG



GASTRONOMIE

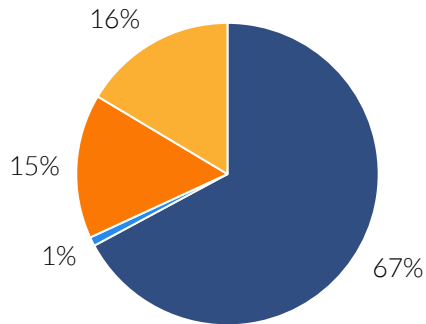


- Ja, noch stärker
- Ja, wie bisher
- Ja, aber weniger
- Nein, wir werden künftig nicht mehr ausbilden
- Das ist noch nicht klar.

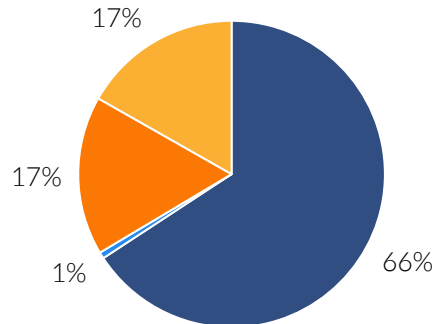
Positive Anpassungen im Gehaltsniveau

Haben Sie im Zuge der Corona-Pandemie das Gehaltsniveau Ihrer Mitarbeiter*innen angepasst?

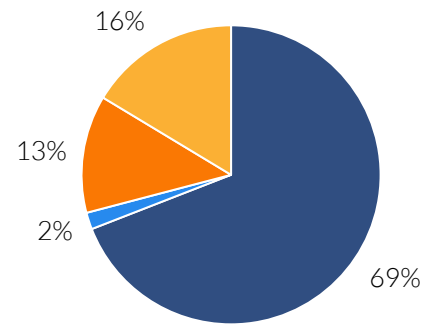
GASTGEWERBE GESAMT



BEHERBERGUNG



GASTRONOMIE



■ Ja, nach oben ■ Ja, nach unten ■ Nein, aber in Planung ■ Nein

Hohe Investitionsvolumina im Beherbergungssegment

Haben Sie in den letzten fünf Jahren vor 2020 in Ihren Betrieb investiert?

GASTGEWERBE
GESAMT

93%

JA 

BEHERBERGUNG

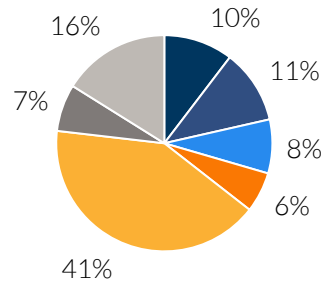
95%

GASTRONOMIE

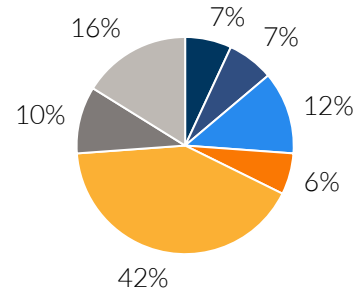
87%

Wie viel haben Sie insgesamt netto für betriebliche Investitionen (Instandhaltung, Modernisierung, Erweiterungsmaßnahmen) in den letzten 5 Jahren vor 2020 aufgewendet? (Schätzung)

GASTGEWERBE
GESAMT

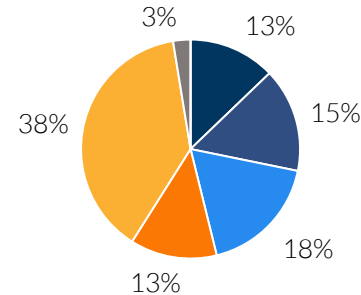


BEHERBERGUNG



Ø 730.000 Euro

GASTRONOMIE



Ø 110.000 Euro

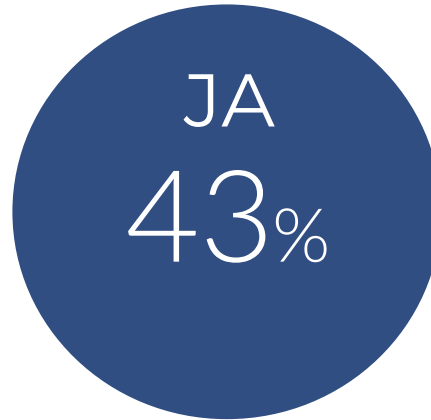
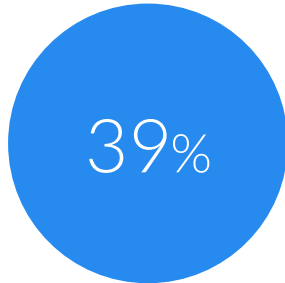
- bis 10.000 Euro
- 10.001 bis 20.000 Euro
- 20.001 bis 50.000 Euro
- 50.001 bis 100.000 Euro
- 100.001 bis 500.000 Euro
- 500.001 bis 1.000.000 Euro
- über 1.000.000 Euro

Viele Projekte konnten nicht verwirklicht werden

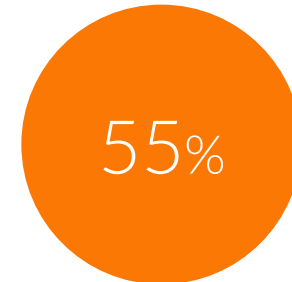
Gab bzw. gibt es wichtige Projekte/Investitionen in Ihrem Betrieb, die Sie in den letzten 5 Jahren vor 2020 nicht verwirklichen konnten?

GASTGEWERBE GESAMT

BEHERBERGUNG



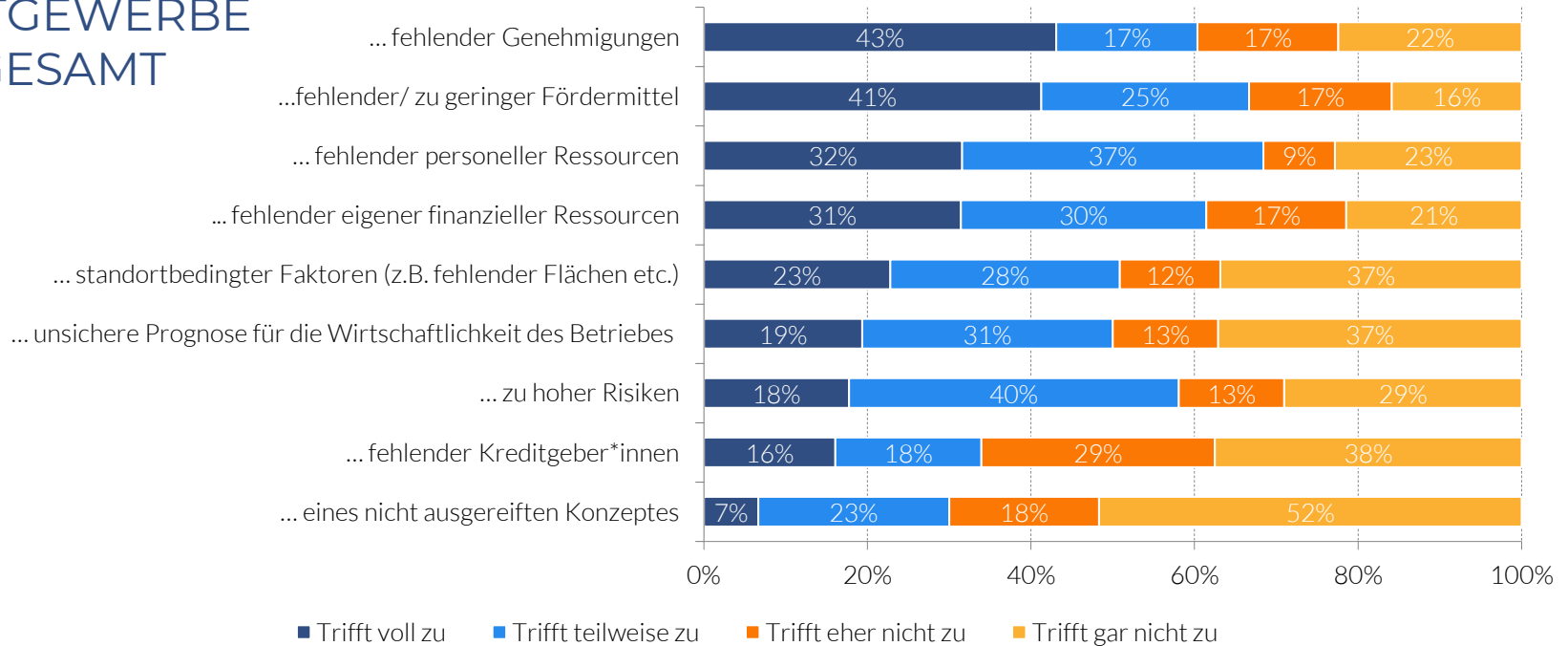
GASTRONOMIE



Fehlende Genehmigungen, finanzielle & personelle Ressourcen bremsen die Betriebe

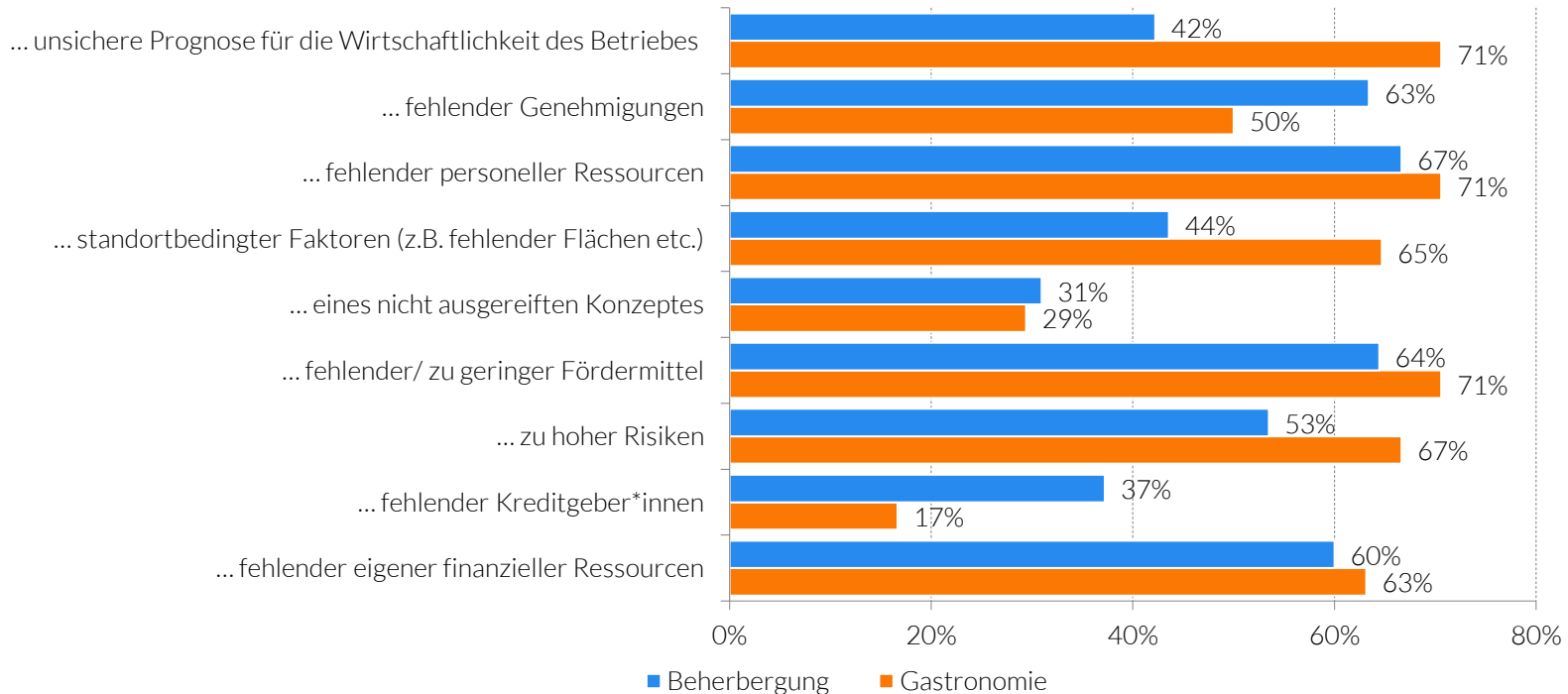
Warum konnten Sie vor 2020 Investitionen nicht verwirklichen? Es bestanden Probleme aufgrund...

GASTGEWERBE GESAMT



Unsichere wirtschaftliche Prognose hemmt insbesondere gastronomische Betriebe

Warum konnten Sie vor 2020 Investitionen nicht verwirklichen? Es bestanden Probleme aufgrund...
(Trifft voll zu/trifft teilweise zu)



Leicht optimistischer Blick in die Zukunft

Auf einer Skala von 1 (sehr pessimistisch) bis 10 (sehr optimistisch) – wie blicken Sie aus geschäftlicher Sicht auf die nächsten fünf Betriebsjahre? (Mittelwert)

GASTGEWERBE GESAMT

BEHERBERGUNG



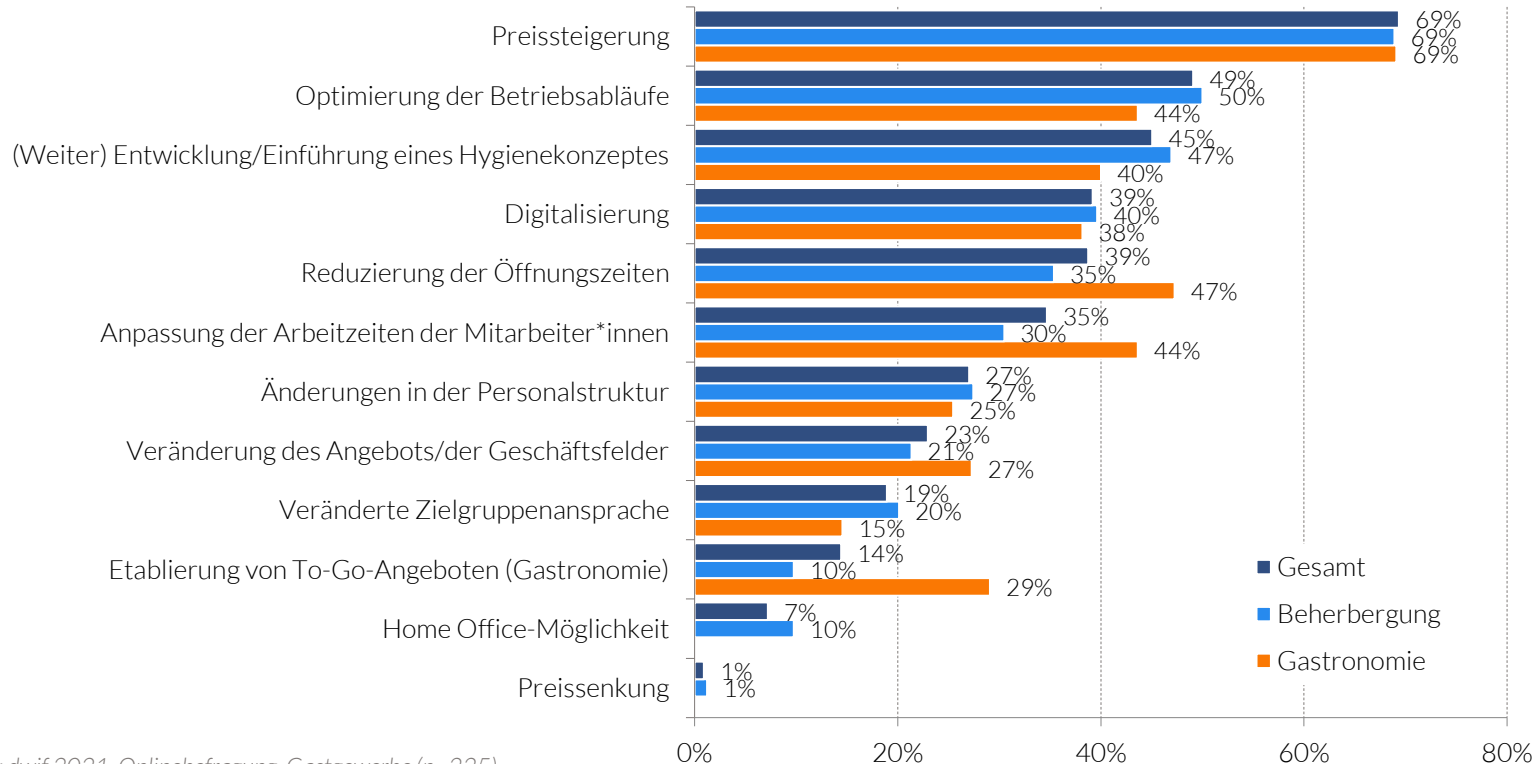
6,8

GASTRONOMIE



Preissteigerungen sind stark verbreitet

Welche dauerhaften Änderungen im Betrieb(-sablauf) haben Sie in den letzten Monaten eingeführt, die Sie auf die Nach-Corona-Zeit längerfristig vorbereiten und ggf. auch weitere Krisen gut meistern lassen?

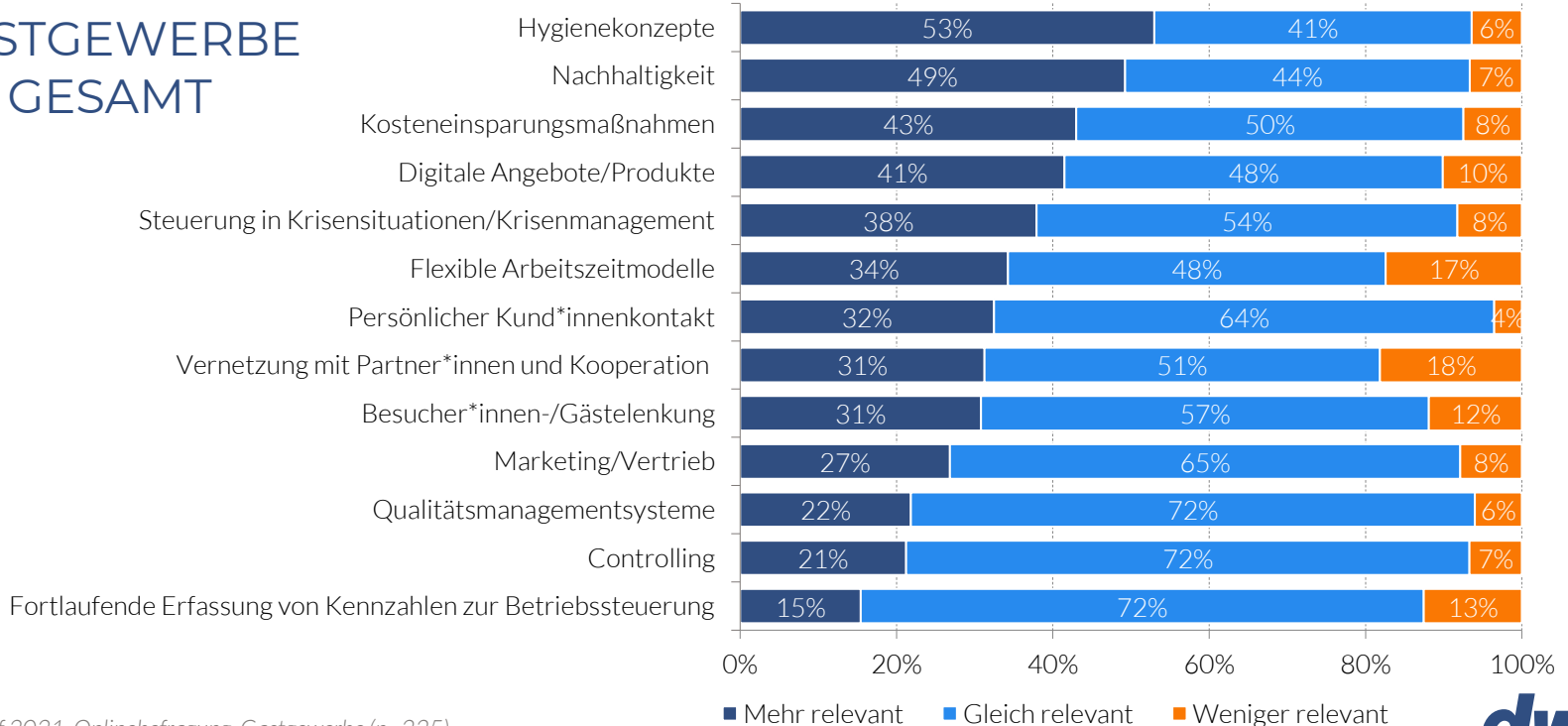


Quelle: dwif 2021, Onlinebefragung Gastgewerbe (n=225)

Hygienekonzepte und Nachhaltigkeit gewinnen stark an Bedeutung

Inwieweit gewinnen bzw. verlieren die folgenden Themen nach der Corona-Krise gegenüber der Zeit davor für Ihren Betrieb an Relevanz?

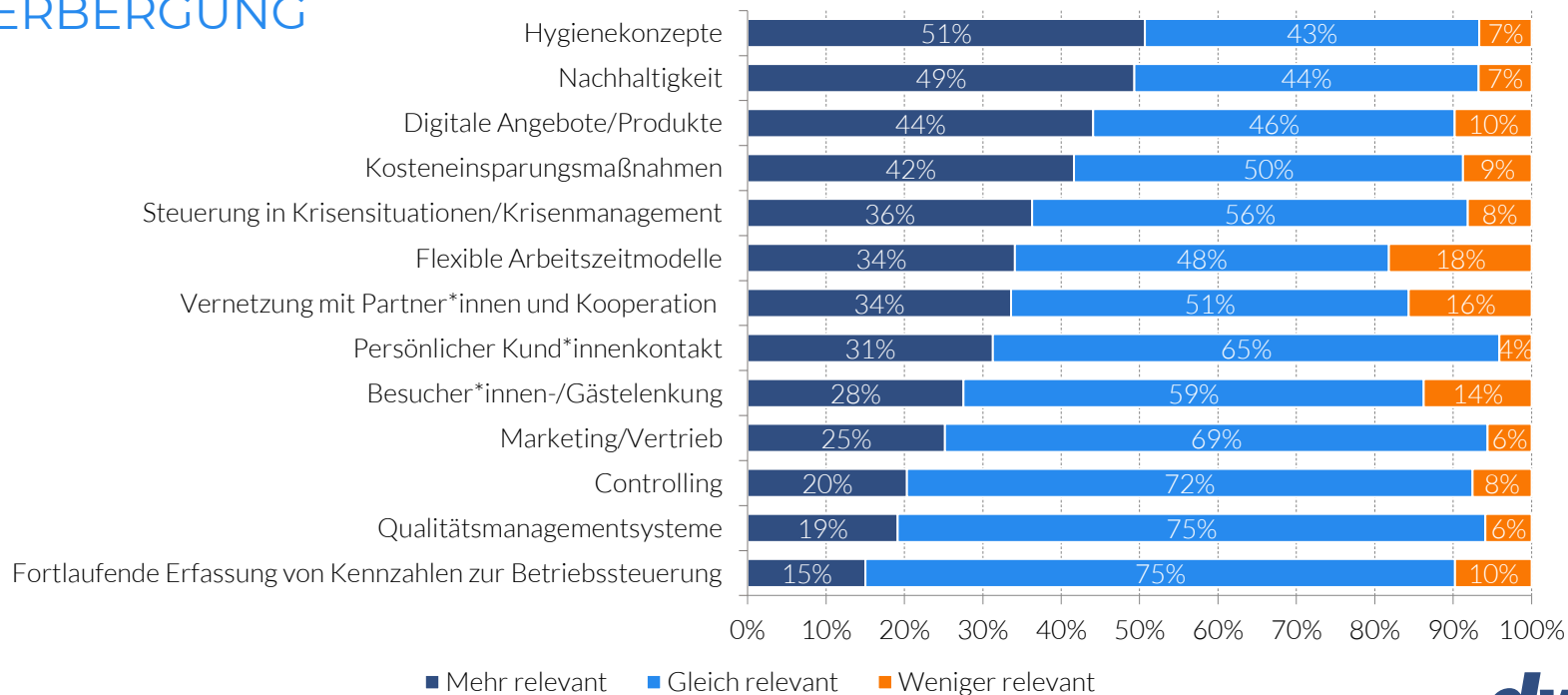
GASTGEWERBE GESAMT



Quelle: dwif 2021, Onlinebefragung Gastgewerbe (n=225)

Inwieweit gewinnen bzw. verlieren die folgenden Themen nach der Corona-Krise gegenüber der Zeit davor für Ihren Betrieb an Relevanz?

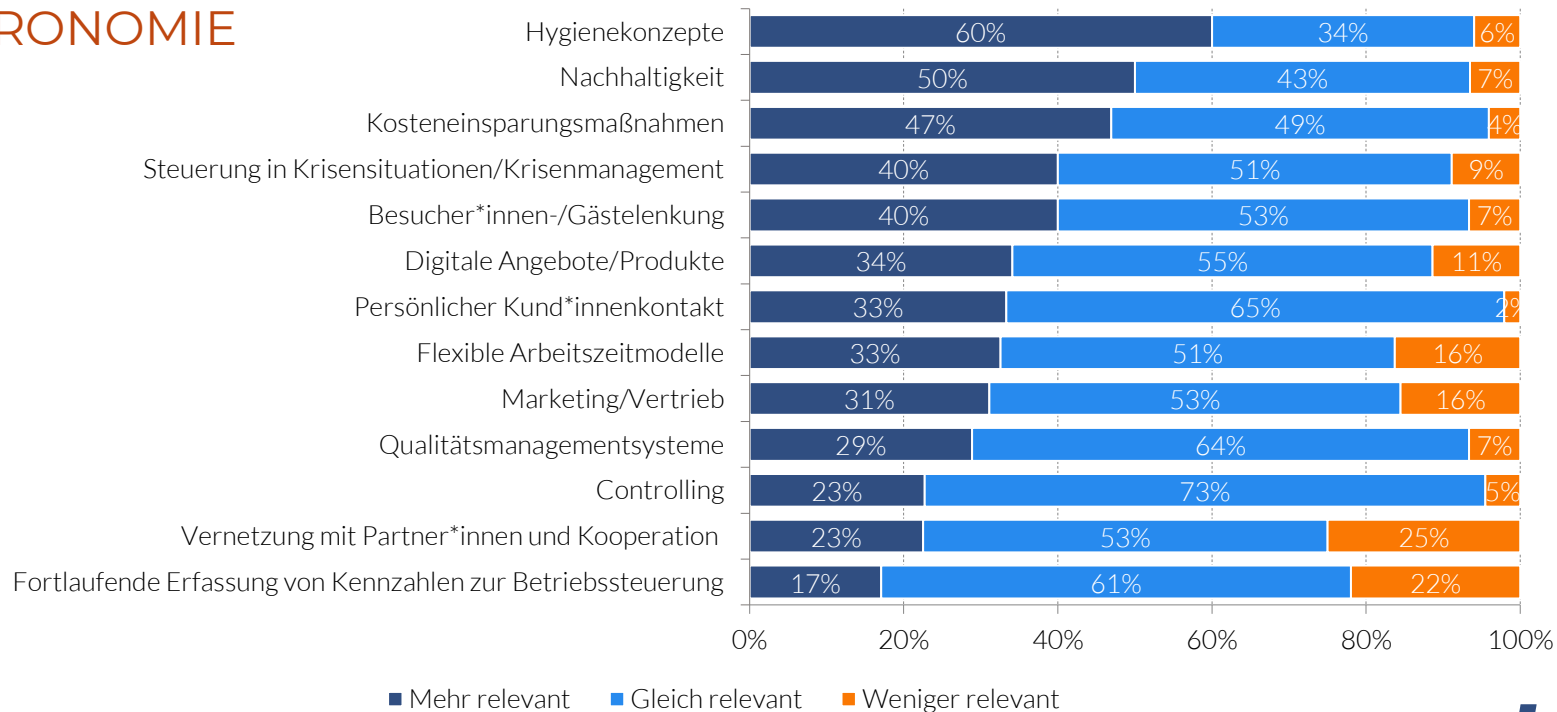
BEHERBERGUNG



Quelle: dwif 2021, Onlinebefragung Gastgewerbe (n=225)

Inwieweit gewinnen bzw. verlieren die folgenden Themen nach der Corona-Krise gegenüber der Zeit davor für Ihren Betrieb an Relevanz?

GASTRONOMIE

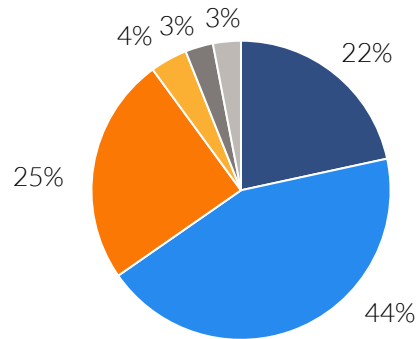


Quelle: dwif 2021, Onlinebefragung Gastgewerbe (n=225)

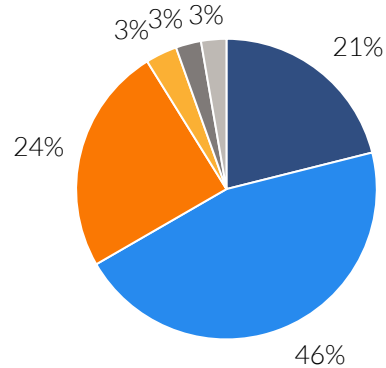
Prognose des Umsatzniveaus

Wann erwarten Sie, dass Umsatzniveau von 2019 wieder zu erreichen bzw. zu übertreffen?

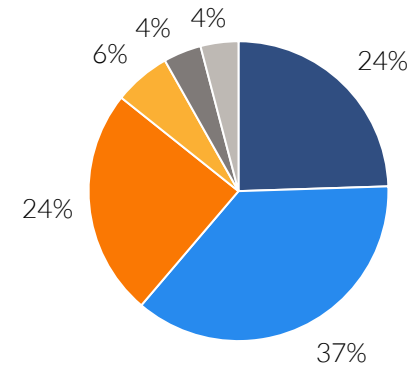
GASTGEWERBE GESAMT



BEHERBERGUNG



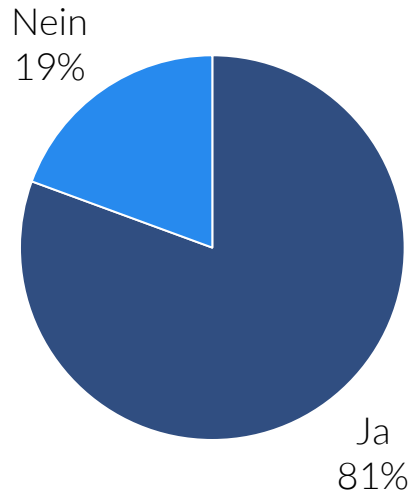
GASTRONOMIE



■ 2021 ■ 2022 ■ 2023 ■ 2024 ■ 2025 oder später ■ Gar nicht mehr

Veränderungen der Nachfrage

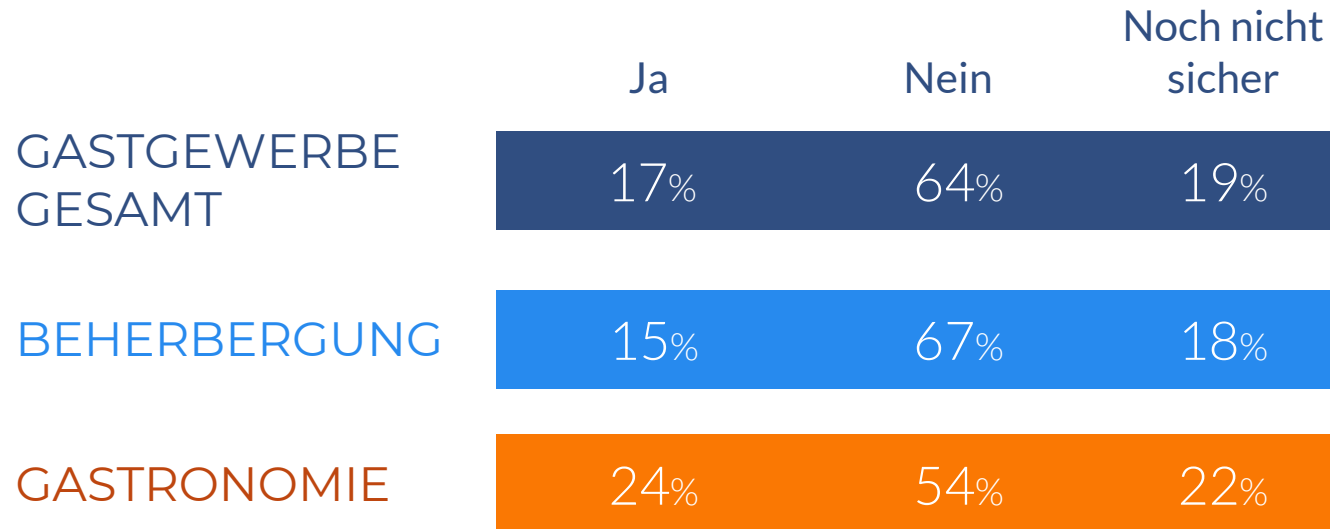
Haben Sie während der Sommermonate eine Veränderung bei der Nachfrage bzw. Nachfrageverhalten der Besucher festgestellt (z. B. höhere Ansprüche, neue Zielgruppen etc.)? Wenn ja, welche Veränderungen?



- Nachfragesteigerung (auch in der Nebensaison)
- Höhere Qualitätsansprüche der Gäste
- Aggressiveres, genervteres Verhalten der Gäste
- Einerseits viele kurzfristige Buchungen, andererseits langfristige Buchungen für nächstes Jahr
- Längere Aufenthaltsdauern
- Wunsch nach flexiblen Buchungs- und Stornobedingungen
- Vielfach höhere Preisbereitschaft der Gäste, andererseits auch Gästegruppen, die weniger bereit, die geforderten Preise zu zahlen
- neue Zielgruppen („Mittelmeerurlauber“), Stammgäste kommen verstärkt wieder, weniger ausländische Gäste
- Bedeutungsgewinn der Außengastronomie und von To-go-Angeboten

Zwei Drittel der Betriebe bleiben voraussichtlich in Hand der Besitzer

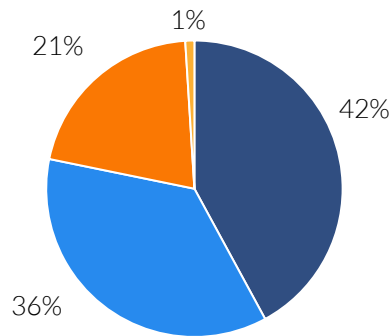
Planen Sie in den nächsten 5 Jahren eine Betriebsübergabe?



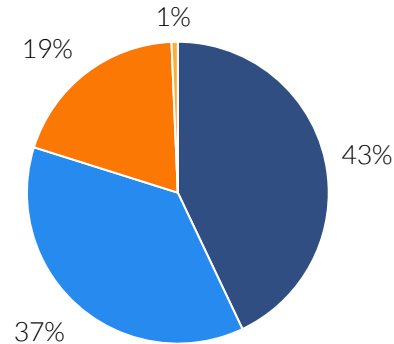
Betriebsnachfolge häufig noch nicht geregelt

Die Betriebsnachfolge ist...

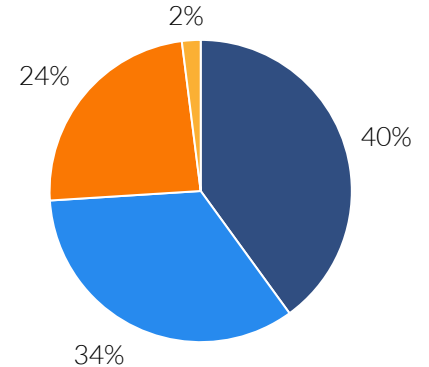
GASTGEWERBE GESAMT



BEHERBERGUNG



GASTRONOMIE



■ geregelt

■ noch nicht sicher und gestaltet sich schwierig

■ nicht geregelt

■ Wir werden schließen müssen.

Fazit I

- Die Corona-Pandemie hat zu einer **rückläufigen Beschäftigtenentwicklung** in Schleswig-Holsteins Gastgewerbe geführt. Besonders betroffen sind Vollhotels
- Die Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe im Land hatten durchschnittlich zwischen Januar und November 2021 knapp 100 Tage coronabedingt geschlossen und weitere 80 Tage (Beherbergung) bzw. 89 Tage (Gastronomie) nur eingeschränkt geöffnet
- Die **Umsätze im Gastgewerbe** entwickelten sich 2021 in sechs von zehn Betrieben im Beherbergungsgewerbe positiv im Vergleich zum Vorjahr. Ein weiteres Viertel konnte über gleichbleibende Umsätze berichten. Im Gastgewerbe verlief die Umsatzentwicklung etwas schlechter. Zwar berichteten auch hier die Hälfte der Betriebe von gestiegenen Umsätzen 2021. Allerdings meldeten auch drei von zehn Betrieben Umsatzrückgänge.
- Die **Erwartungen an die Wintersaison** 2021/2022 sind differenziert. Sieben von zehn Betrieben gehen davon aus, die Umsätze aus dem Vor-Corona-Winter zu übertreffen bzw. zu halten. In der Gastronomie sind es mit 57% noch weniger. Es kommt hier immer auf die Lage und Ausrichtung der Betriebe an. Tagungshotels in Städten sind stärker betroffen, als bspw. Betriebe in Ferienregionen.
- Besonders problematisch: Ein Viertel der gastgewerblichen Betriebe in Schleswig-Holstein stimmt der Aussage zu, dass **Fachkräfte in andere Branchen abwandern**. In der Gastronomie sind es mit 88% noch deutlich mehr. Demzufolge konnten auch nur jeder zehnte Betrieb im Gastgewerbe die im Rahmen der Öffnungsschritte notwendigen Mitarbeiter*innen leicht finden.
- Für zwei Drittel der gastronomischen Betriebe und 56% der Beherbergungsbetriebe reichten die **finanziellen Mittel des Betriebes** in der Krise ohne Hilfe von außen nicht aus. Demzufolge haben auch 85% von ihnen Hilfen von Bund und/oder Ländern in Anspruch genommen. Auch Überbrückungskredite spielten für die Betriebe eine Rolle.

Fazit II

- Ebenfalls problematisch: Jeder zweite gastronomische Betrieb kann durch die Corona-Krise auf absehbare Zeit **keine neuen Investitionen tätigen**. Im Beherbergungssegment sind es rund ein Viertel der Betriebe. Der entstehende Investitionsstau führt zwangsläufig zu Qualitätsproblemen.
- In den fünf Jahren vor 2020 wurde allerdings kräftig vom Großteil Betrieben investiert. Im Durchschnitt lagen die **Investitionssummen** in der Gastronomie bei 110.000 Euro, im Beherbergungsgewerbe mit 730.000 Euro noch deutlich höher. Allerdings konnten auch 39% der Beherbergungsbetriebe und über die Hälfte der gastronomischen Betriebe wichtige Projekte nicht verwirklichen. Dies lag insbesondere an fehlenden personellen und finanziellen Ressourcen, fehlenden Genehmigungen und allgemein zu hohen Risiken. Für gastronomische Betriebe spielte auch die unsichere Prognose für die Wirtschaftlichkeit des Betriebes eine große Rolle.
- 8% der befragten Betriebe in der Gastronomie und 2% im Beherbergungsgewerbe stehen kurz vor der **Insolvenz**.
- Die Krise hat den Betrieben allerdings auch Zeit gegeben, **liegendebliebene Aufgaben zu erledigen** bzw. sich Dingen zu widmen, für die im Tagesgeschäft keine Zeit ist.
- Die Krise wurde insbesondere für die **Umsetzung von Hygienekonzepten sowie Modernisierungen und Instandhaltungen** genutzt. In den gastronomischen Betrieben standen häufig auch die Prüfung von Verträgen mit Lieferant*innen, Stromanbieter*innen etc. an. Die Weiterbildung der Mitarbeiter*innen spielte hingegen insbesondere in der Gastronomie eine untergeordnete Rolle.
- Wichtige **Partner*innen in der Krisenzeit** waren Steuerberater*innen sowie der Dehoga (insbesondere für die Gastronomie). Die Zufriedenheit mit den meisten Netzwerkpartner*innen ist hoch. Potenzial besteht noch in der Zusammenarbeit mit den Tourismusorganisationen, der Arbeitsagentur und den IHKn.
- **Weitere Unterstützung** wird vorrangig vom Dehoga und Steuerberater*innen erwartet. Generell wichtig sind dabei umfangreiche Informationen zu Regelungen und Hilfsprogrammen, Hilfen bei Antragstellungen sowie von nahezu allen Partner*innen gefordert die Werbung für Berufe im Tourismus.

Fazit III

- Der Großteil hat in seinem Betrieb alle Möglichkeiten zur Bewältigung der Krise ausgeschöpft.
- Die **Personalsituation** in den Betrieben ist nach wie vor angespannt. Der Hälfte der Beherbergungsbetriebe und zwei Dritteln der gastronomischen Betriebe fehlen Mitarbeiter*innen, um den regulären Betrieb zu gewährleisten.
- Parallel dazu verschärft sich auch die **Situation auf dem Ausbildungsmarkt**. Jeder fünfte gastronomische und rund jeder zehnte Beherbergungsbetrieb wird künftig weniger oder nicht mehr ausbilden. Eine Vielzahl weiterer Betriebe haben diese Entscheidung noch nicht getroffen.
- Erfreulich: Der Großteil der schleswig-holsteinischen Betriebe im Gastgewerbe hat in der Pandemie das **Gehaltsniveau** der Mitarbeiter*innen nach oben angepasst bzw. plant das noch.
- Die Corona-Pandemie hat dazu geführt, dass in den Betrieben **Änderungen im Betrieb(-sablauf)** eingeführt wurden, die auch künftig weiterhin bestehen sollen. Hierzu zählen Preissteigerungen, eine Optimierung der Betriebsabläufe sowie die Einführung oder Weiterentwicklung eines Hygienekonzeptes. In der Gastronomie sind darüber hinaus eine Reduzierung der Öffnungszeiten, eine Anpassung der Arbeitszeiten der Mitarbeiter*innen sowie die Etablierung von To-Go-Angeboten als wichtige Änderungen zu nennen.
- Über die konkreten Veränderungen hinaus gewinnen allgemein Themen für die Betriebe durch die Krise an Relevanz. Zu nennen sind hier erneut Hygienekonzepte, aber auch Nachhaltigkeit, Kosteneinsparungsmaßnahmen sowie digitale Angebote. Für viele gastronomische Betriebe hat auch das Thema Gästelenkung stark an Bedeutung gewonnen. Auch Qualitätsmanagementsysteme sind hier relevanter als im Beherbergungssegment.

Fazit IV

- Der **Blick in die Zukunft** ist bei den Betrieben auf einer Skala von 1 (sehr pessimistisch) bis 10 (sehr optimistisch) mit einem Mittelwert von 6,8 leicht positiv. Etwas mehr als ein Fünftel der Betriebe geht davon aus, bereits in diesem Jahr das **Umsatzniveau** aus dem Vor-Corona-Jahr 2019 wieder zu erreichen bzw. zu übertreffen. Weitere 44% gehen davon aus, dass es im nächsten Jahr der Fall sein wird.
- Eine **Betriebsübergabe** in den nächsten fünf Jahren ist von 15% der Beherbergungsbetriebe und 24% der Gastronomiebetriebe in Schleswig-Holstein geplant. Die Betriebsnachfolge ist hierbei häufig noch nicht geregelt und gestaltet sich schwierig.
- In den Sommermonaten hat der Großteil der Betriebe **Veränderungen im Verhalten der Gäste** festgestellt. Insbesondere höhere Qualitätsansprüche, aber auch ein aggressiveres und teils genervtes Verhalten der Gäste wurden hierbei genannt. Ein Teil der Betriebe berichtete über eine höhere Preistoleranz der Gäste. Andere wiederum, dass die Gäste weniger bereit waren, die geforderten, teils höheren Preise zu zahlen, so dass sich hier kein einheitliches Bild ergibt. Generell von den Gästen im Beherbergungssegment künftig gefordert: flexible Buchungs- und Stornobedingungen.
- Die Ergebnisse der Befragung der gastgewerblichen Betriebe in Schleswig-Holstein deckt sich mit den Erkenntnissen aus den Befragungen in den Bundesländern, die am Sparkassen-Tourismusbarometer teilnehmen. Es herrscht nach wie vor eine große Unsicherheit unter den Betrieben, der Fachkräftemangel und Investitionsstau stellt die Betriebe bundesweit vor immer neue Herausforderungen. Finanzielle Hilfen von außen waren und sind für die Betriebe sehr wichtig. In vielen Bereichen haben die Betriebe ihre Abläufe auf den Prüfstand gestellt, optimiert, sich von unprofitablen Geschäftsfeldern getrennt sowie Neuerungen eingeführt, die sie für die kommenden Jahre resilienter machen, künftige Krisen zu meistern.

AUFTRAGGEBER*IN

WTSH – Wirtschaftsförderung und Technologietransfer
Schleswig-Holstein GmbH
Lorentzendam 24
24103 Kiel

PROJEKTBEARBEITUNG DWIF

Anja Schröder

Berlin/München, 2021



WEGWEISEND IM TOURISMUS

Büro Berlin	Büro München
Marienstraße 19-20	Sonnenstraße 27
10117 Berlin	80331 München

www.dwif.de

URHEBERSCHUTZ

Alle Rechte vorbehalten. © 2021 dwif
Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes und des Vertrags zwischen auftraggebender und auftragnehmender Institution/Organisation ist ohne Zustimmung des dwif unzulässig und strafbar.