Sparkassenverband
Westfalen-Lippe

Sparkassen-Tourismusbarometer Westfalen-Lippe 2016

Kamen, 13.06.2016

Träger:
Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Durchführung:
dwif-Consulting GmbH

Referenten:
Dr. Mathias Feige
Karsten Heinsohn

Glücksatlas: Westfalen-Lipper werden immer zufriedener

Quelle: dwif 2016, Daten Deutsche Post Glücksatlas 2015

Bild: © olly / Fotolia.com

Lebenszufriedenheit in 83 europäischen Städten

Essen und Dortmund
im Mittelfeld des Rankings

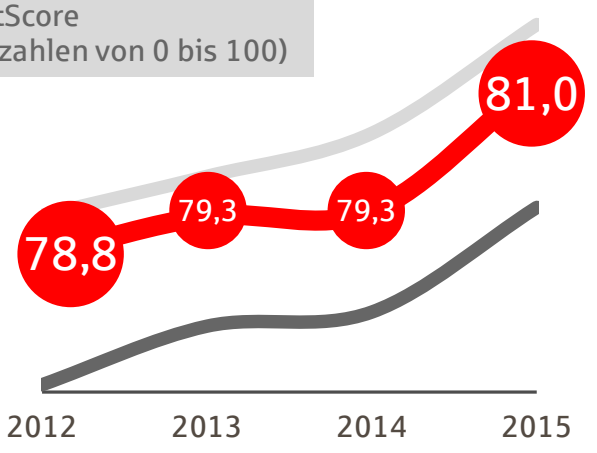
Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Quelle: dwif 2016, Daten EU

dwif consulting

Auch WL-Gäste werden immer glücklicher

Ø TrustScore
Punktzahlen von 0 bis 100)



Deutschland

Westfalen-Lippe

Nordrhein-Westfalen

TRUSTSCORE
Very Good
by TrustYou™

Sparkassenverband Westfalen-Lippe

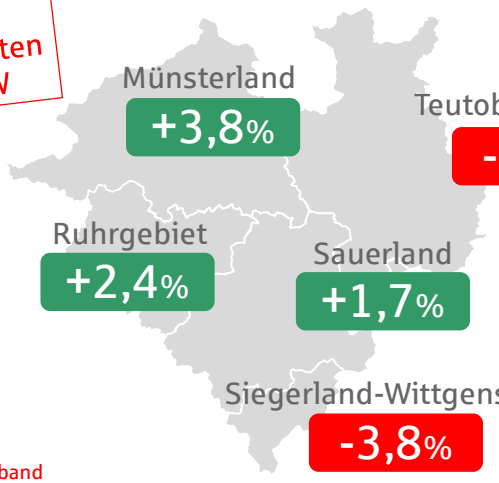
Quelle: dwif 2016, Daten TrustYou GmbH

dwif consulting

2016 aktuell: Westfalen-Lippe startet überdurchschnittlich ins neue Tourismusjahr

Exklusive vorläufige Daten des IT.NRW

Übernachtungen Januar bis April 2016 ggü. Vorjahr



Westfalen-Lippe
+1,3%
NRW: -0,3%

Sparkassenverband Westfalen-Lippe

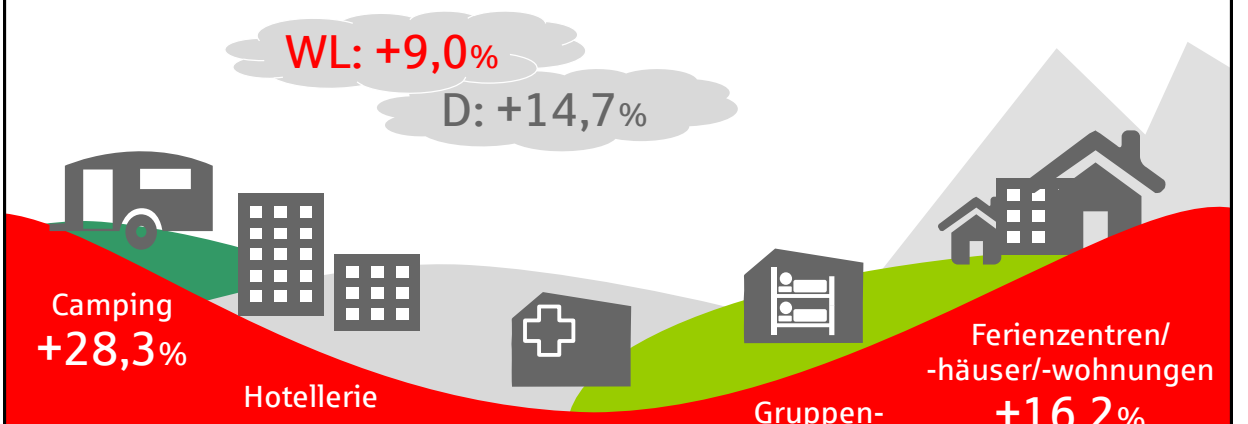
Quelle: dwif 2016, Daten IT.NRW

dwif consulting

Betriebstypen: Wachstumstreiber und -bremsen

Übernachtungen WL 2015 ggü. 2010 in %

WL: +9,0%
D: +14,7%



Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Quelle: dwif 2016, Daten IT.NRW

dwif consulting

Hohe Abhängigkeit vom Vorsorge-/Rehasegment

Marktanteil Übernachtungen Vorsorge/Reha an Übernachtungen gesamt 2015

	2015	2010
WL:	19,9%	20,3%
D:	10,9%	12,0%

Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Quelle: dwif 2016, Daten Statistisches Bundesamt und IT.NRW

dwif consulting

Mittelgebirge Westfalen-Lippe: Neue Impulse sind gefragt

Destinationstypen:
Mittelgebirge mit geringster Nachfrage- und Angebotsdynamik

Höchstes ÜN-Wachstum im Winter und Frühling

Mittelfristig: WL-Vertreter unter dem Durchschnit aller deutschen Mittelgebirge

Quelle: dwif 2016

Freizeitwirtschaft in WL: Uneinheitlicher Trend

Besucher Freizeiteinrichtungen
Westfalen-Lippe 2015 ggü. Vorjahr

WL: -1,3%
D: -0,8%

Betriebe:
47% mit Zuwächsen
53% mit Rückgängen

Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Quelle: dwif 2016. Daten Wetterstationen

dwif consulting

Klassifizierungen, Label & Co. in WL: Gastgeber mit guter Marktposition

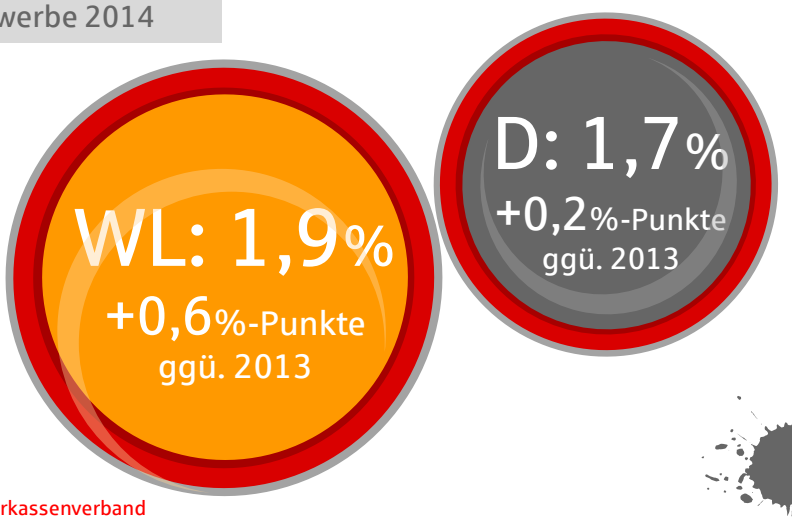
Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Quelle: dwif 2016, Daten der jeweiligen Kooperationspartner

dwif consulting

Gastgewerbe WL: Investitionsquote steigt

Investitionsquote im Gastgewerbe 2014



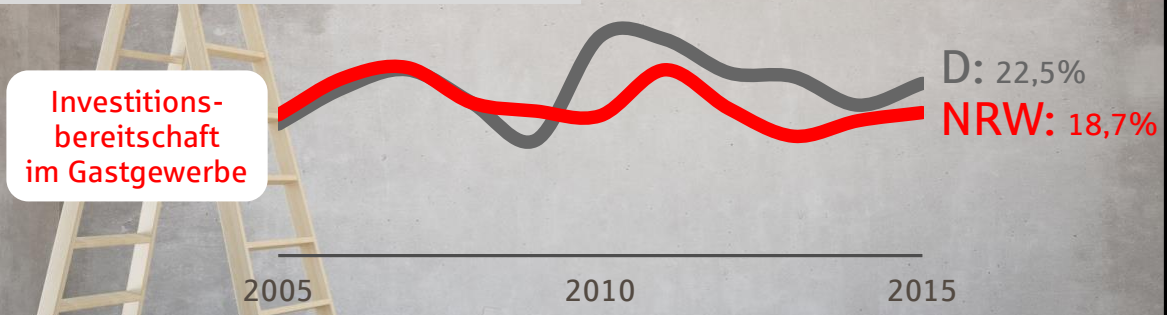
Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Quelle: dwif 2016, Daten DSV 2016

dwif consulting

Dennoch: Investitionstätigkeit in NRW braucht neue Impulse

„Unsere Investitionen werden in der kommenden Saison voraussichtlich steigen“



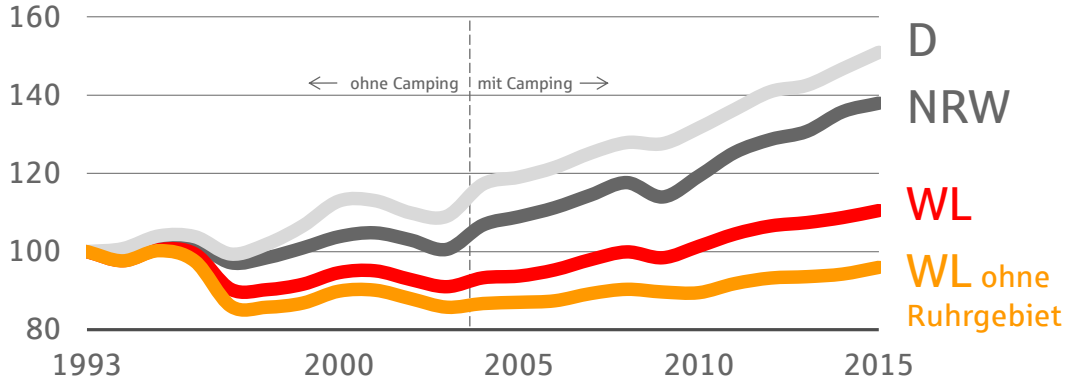
Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Quelle: dwif 2016, Daten DIHK|Saisonumfrage 2005-2015, Bild: © R. Kneschke / Fotolia.com

dwif consulting

Langfristige Übernachtungsentwicklung: Westfalen-Lippe hinkt hinterher

Übernachtungen (Index 1993=100)



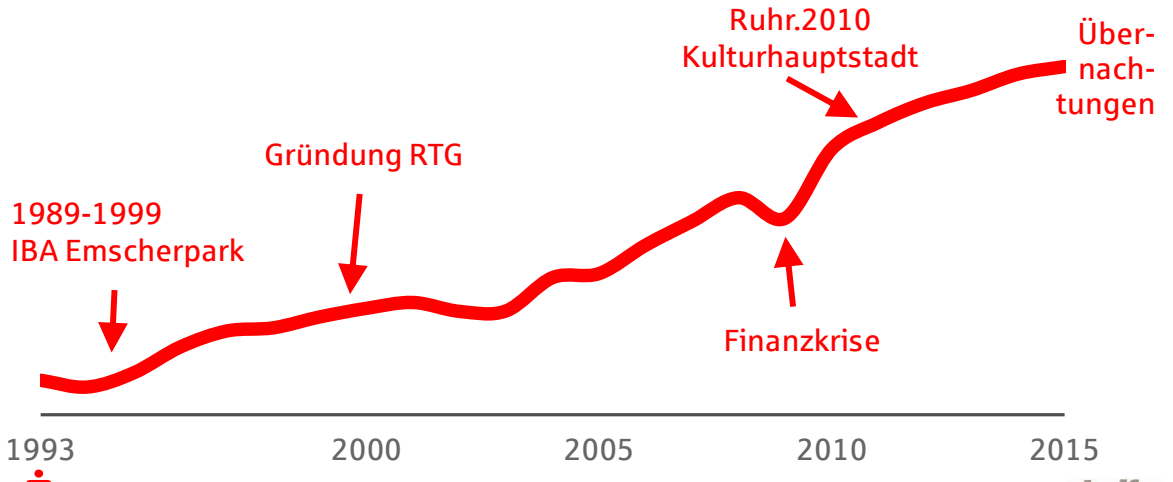
Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Quelle: dwif 2016, Daten Statistisches Bundesamt, IT.NRW

dwif consulting

Ruhrgebiet zeigt Bedeutung des langen Atems

RUHR.TOURISMUS

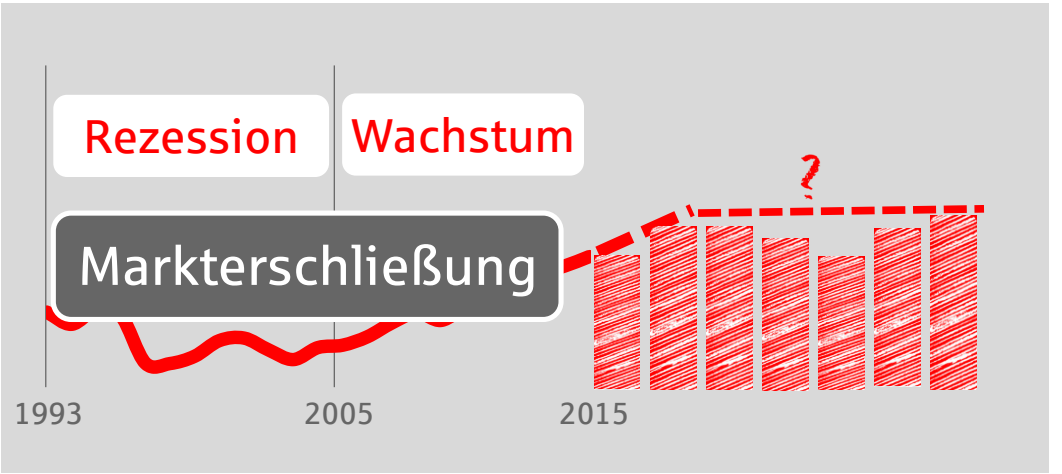


Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Quelle: dwif 2016, Daten IT.NRW

dwif consulting

Konjunkturzyklen im WL-Tourismus

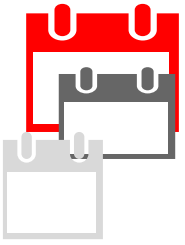


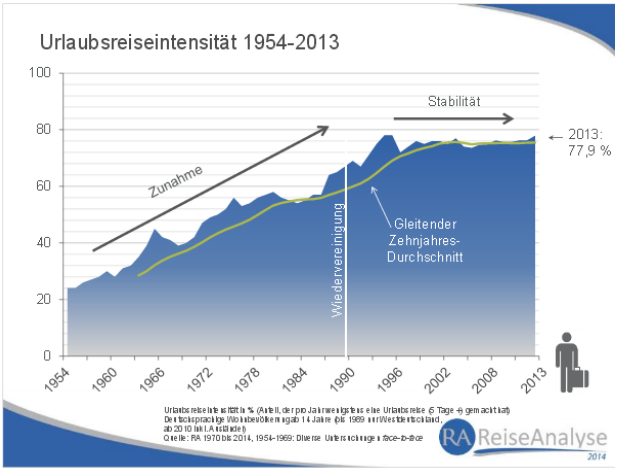
Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Quelle: dwif 2016

dwif consulting

(Kurz-) Urlaubsreiseintensität und -häufigkeit der Deutschen bleiben „nur“ noch stabil





Urlaubsreisen 2025:

70 Mio.

- stabil bis etwas weniger
- Reiseintensität steigt nicht
- Reisehäufigkeit leicht rückläufig

Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Quelle : FUR Reiseanalyse

dwif consulting

Marktentwicklung Tagestourismus WL: eher Stagnation

Zukünftige Bevölkerungsentwicklung: Einzugsbereich Westfalen-Lippes mit z.T. hohem Rückgang

Tagesreisen
Westfalen-Lippe

2004: 309,1 Mio.

2012: 276,8 Mio.

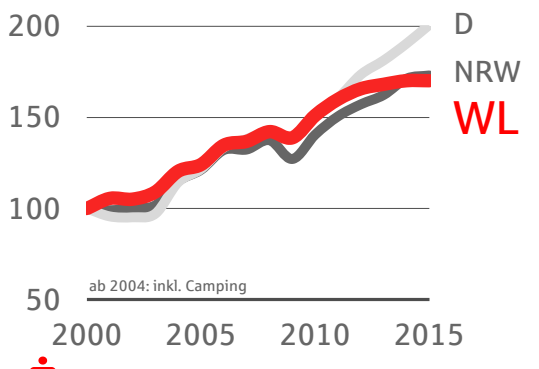
Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Quelle: dwif 2016, Daten dwif, Berlin-Institut und BBSR

dwif consulting

Incoming: theoretisch unbegrenztes Potenzial

Übernachtungen ausländischer Gäste
Index (2000=100)



Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Quelle: dwif 2016,
Daten Statistisches Bundesamt und IT.NRW

Aktuelle Dynamik
WL
-vorläufig-
+4,8%
ÜN Ausland
Jan-Apr 2015
ggü. Vorjahr

hohe
Abhängigkeit
vom Quellmarkt
Niederlande

Mittelfristiges ÜN-Wachstum:

Stark:
Siegerl.-Wittgenstein

Leicht:
übriges WL

Welche Strategien gibt es für touristische Destinationen in Zeiten begrenzter Wachstums-potenziale?

Sparkassenverband Westfalen-Lippe

dwif consulting

Die Frage des 21. Jahrhunderts:

„Wie können wir uns vom Bruttosozial-Fetischismus befreien?“

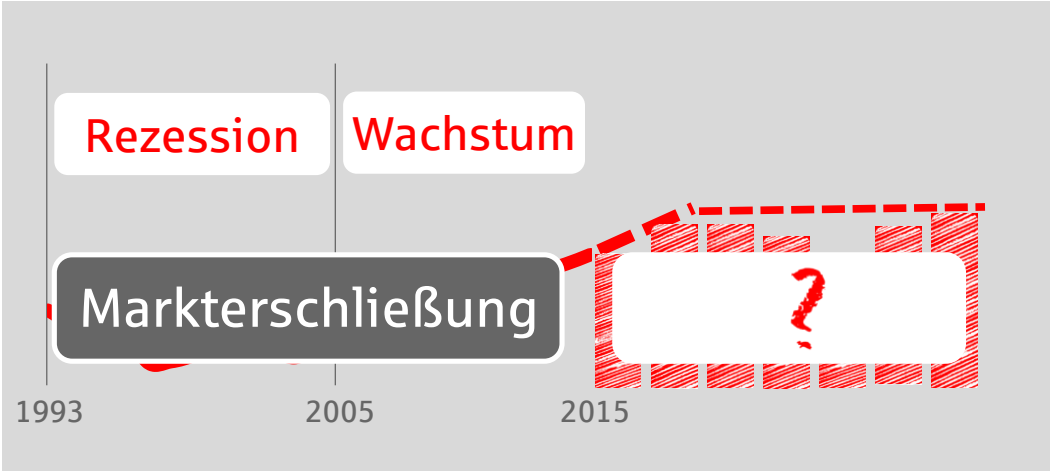
„Wir sind in einem Übergang von einer industriellen Wachstums-gesellschaft zu einer Wissensökonomie, in der das alte Wachstums-modell ausgedient hat.“

Quelle: Zukunftsinstitut 2016

Sparkassenverband Westfalen-Lippe

dwif consulting

WL-Tourismus in Zeiten begrenzten Wachstums



Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Quelle: dwif 2016

dwif consulting

Wertsteigerung vor Mengensteigerung

Stärker differenzieren zwischen Destinationen an (saisonalen/räumlichen) Wachstumsgrenzen und Destinationen mit Wachstumsbedarf

Zuwächse anstreben als Resultat einer (regionalökonomischen) Wertsteigerung statt als Selbstzweck einer (v. a. nachfrageseitigen) Mengensteigerung

Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Quelle: dwif 2016, Bild: © A. Maslennikov / Fotolia.com

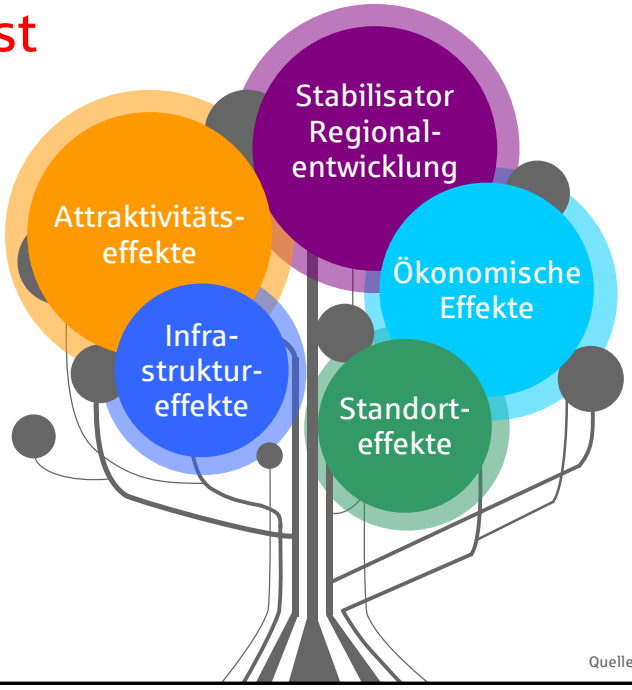
dwif consulting

Strategie für die Marktsicherung: Evolution statt Revolution

Qualität	Qualitatives Wachstum
Regionalität	Regionale Wirtschaftskreisläufe
Gästezufriedenheit	Lebens-, Mitarbeiterzufriedenheit
Kooperation	Integrierte Wertschöpfungsketten

Quelle: dwif 2016

Tourismus ist aber weit mehr

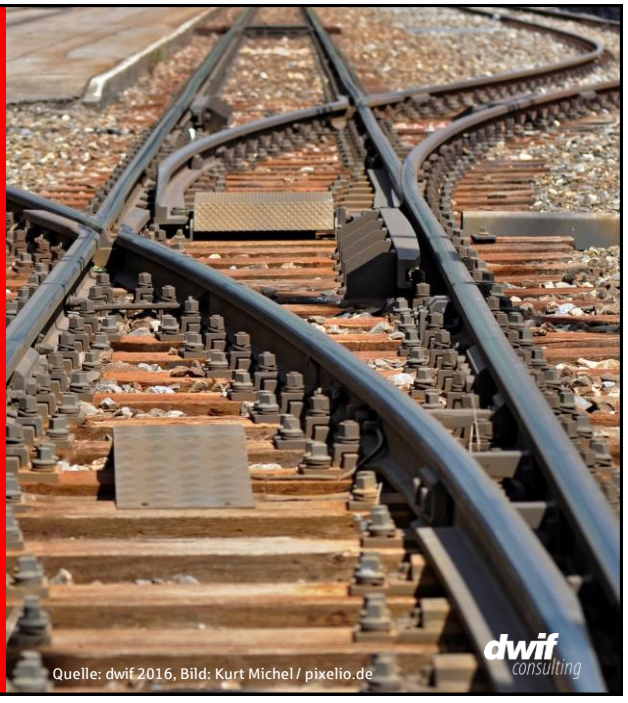


Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Quelle: dwif 2016

dwif consulting

Tourismus als Standortfaktor, Stabilisator und Impulsgeber für die Regional-entwicklung



Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Quelle: dwif 2016, Bild: Kurt Michel / pixelio.de

dwif consulting

Von digitaler DNA und neuen Spielregeln

Der digitale Wandel in den Destinationen und Tourismusbetrieben in Westfalen-Lippe

Sparkassenverband Westfalen-Lippe

dwif consulting

I
Digitalisierung geht
nicht mehr weg

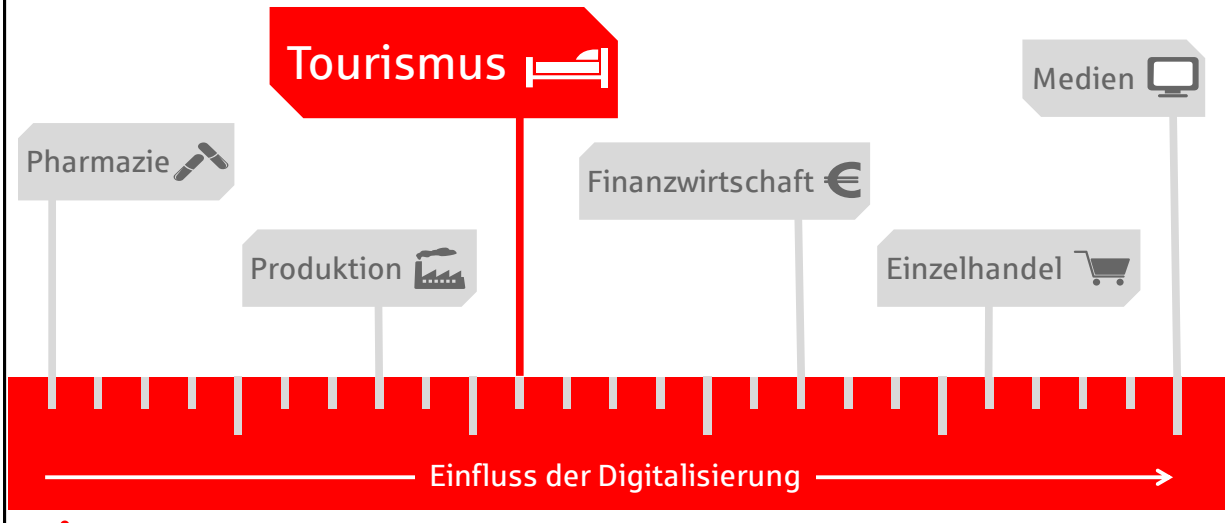
Digitalisierung ist ein Megatrend!

Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Quelle: Zukunftsinstitut

dwif consulting

Digitalisierung erfasst alle Branchen

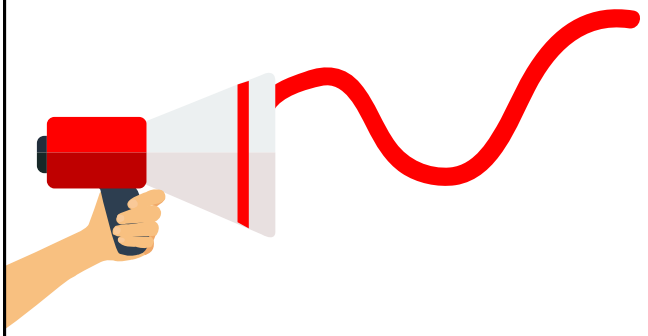


Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Quelle: dwif 2016, in Anlehnung an Global Center for Digital Business Transformation 2015

dwif consulting

Digital Learnings – Was lernen wir daraus?



Stetige Innovation und Anpassung sind das A & O

Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Quelle: dwif 2016

dwif consulting

II Digitalisierung ist weit mehr als Marketing

Digitalisierung ist häufig nur ein Thema für die Marketingabteilung.

Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Quelle: dwif 2016,
Online-Befragung der Tourismusakteure in Westfalen-Lippe

dwif consulting

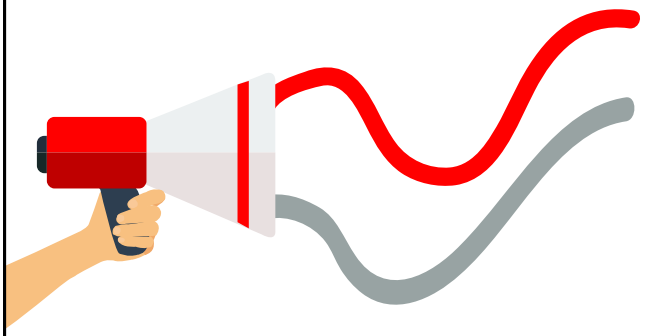
Integrierte Digitalstrategie ist ein Muss!

Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Quelle: dwif 2016

dwif consulting

Digital Learnings – Was lernen wir daraus?



Stetige Innovation und Anpassung sind das A & O

Alle Unternehmensbereiche im Blick haben

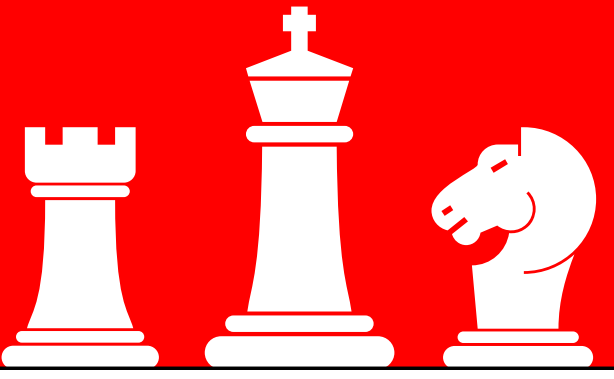
Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Quelle: dwif 2016

dwif consulting

III

Die Spielregeln ändern sich



We have created a

Star Wars civilization

with

Stone Age emotions

and

medieval institutions

Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Quelle: in Anlehnung an
Edward O. Wilson, in: The Social Conquest of Earth (2012)

dwif consulting

Neue (digitale) Spielmacher erscheinen auf der Bildfläche…

DIGITALE DNA

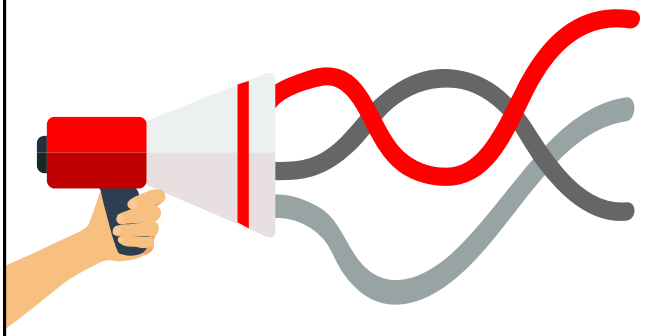
- Raum für Kreativität
- Flache Hierarchien
- massive Markenpräsenz
- Daten- und Analysefokus
- Fehlerkultur

Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Quelle: dwif 2016

dwif consulting

Digital Learnings – Was lernen wir daraus?



Stetige Innovation und Anpassung sind das A & O

Alle Unternehmensbereiche im Blick haben

Stärken der digitalen Konkurrenz für sich nutzen

Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Quelle: dwif 2016

dwif consulting

IV

Ihre Gäste werden digital(er)

… und auch die Grundbedürfnisse ändern sich

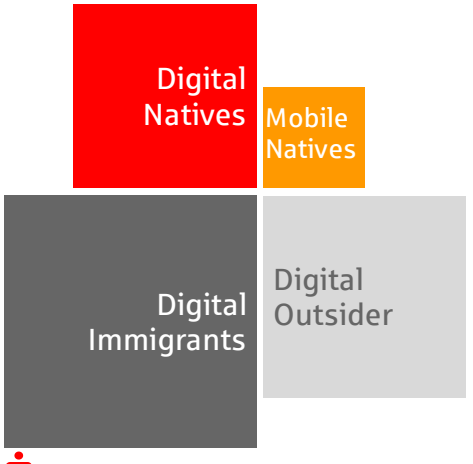
Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Quelle: dwif 2016, in Anlehnung an Farin Parrot (google.com/+FarinParrot)

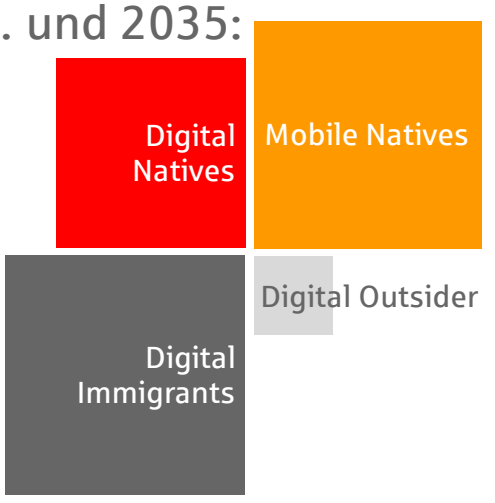
dwif consulting

Aber nicht alle Gäste sind gleich digital

heute:



… und 2035:

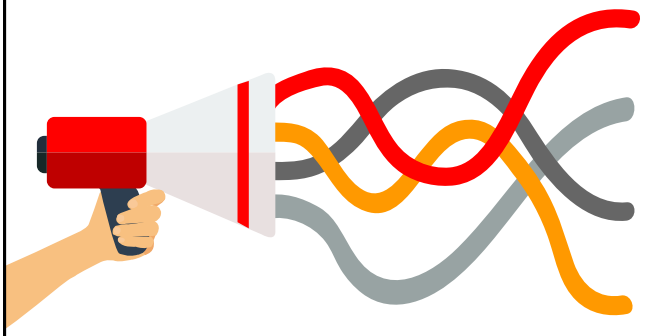


Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Quelle: dwif 2016 nach www.destatis.de, DIVSI Milieu Studie 2012, Digitalindex 2015

dwif consulting

Digital Learnings – Was lernen wir daraus?



Stetige Innovation und Anpassung sind das A & O

Alle Unternehmensbereiche im Blick haben

Stärken der digitalen Konkurrenz für sich nutzen

Den Gast und seine Bedürfnisse verstehen

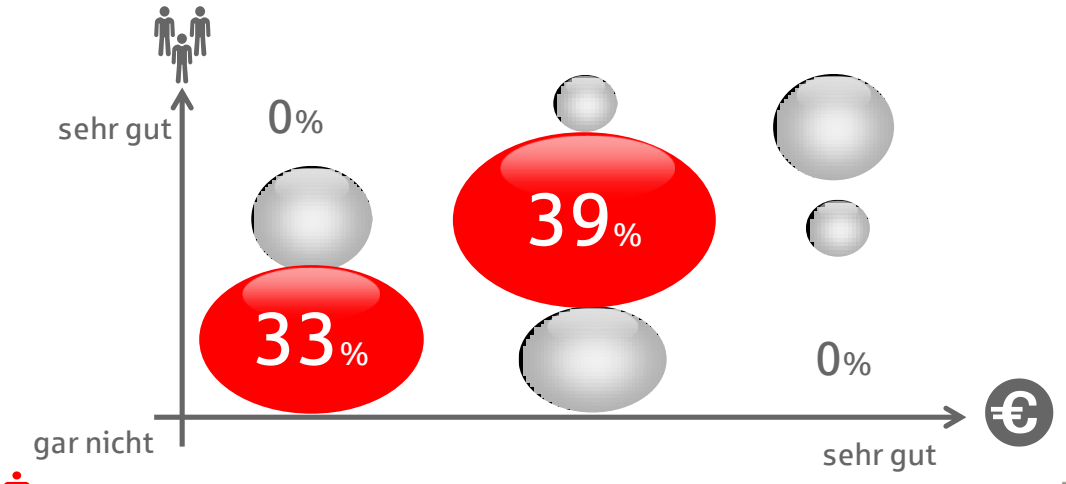
Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Quelle: dwif 2016

dwif consulting

Was heißt das für Tourismus-destinationen?

Wie gut fühlen Sie sich personell und finanziell auf den digitalen Wandel vorbereitet?

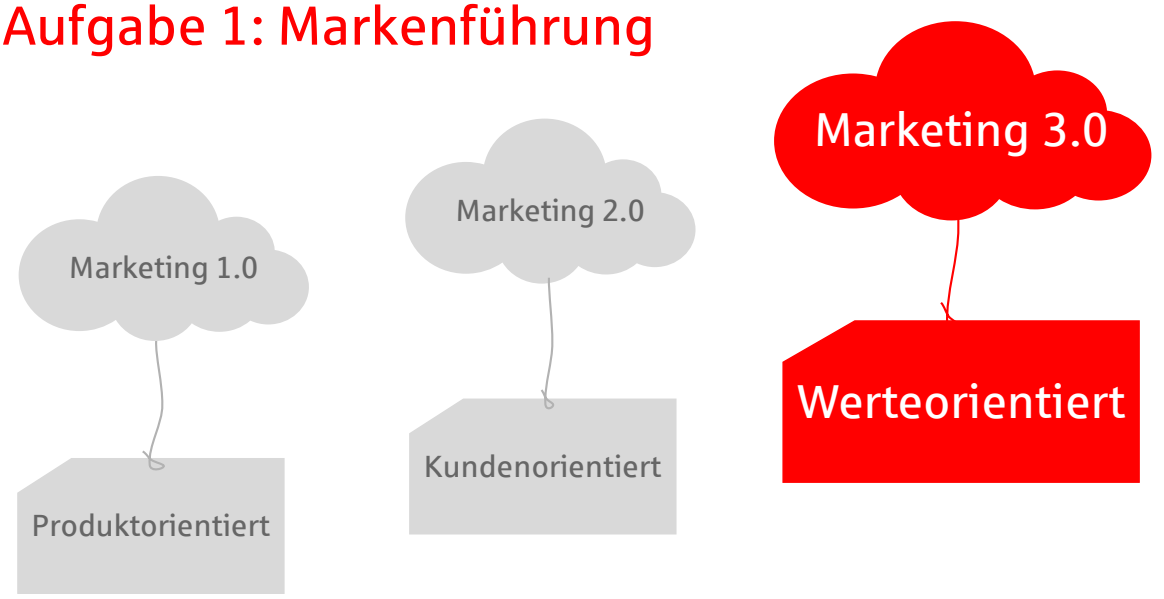


Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Quelle: dwif 2016,
Online-Befragung der Tourismusakteure in Westfalen-Lippe

dwif consulting

Aufgabe 1: Markenführung



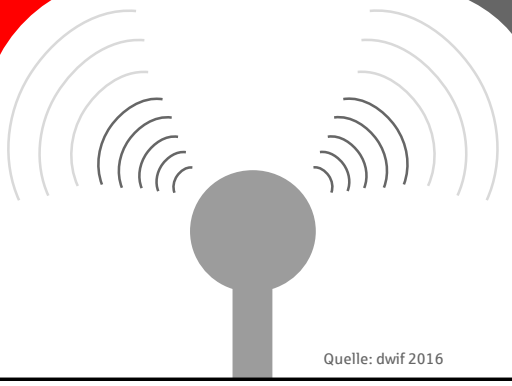
Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Quelle: dwif 2016, in Anlehnung an Kothler:
Marketing 3.0, - From Products to Customers to the Human Spirit

dwif consulting

Kommunizieren ist mehr als informieren

Neue (Marketing-) Beteiligungsmodelle gefragt

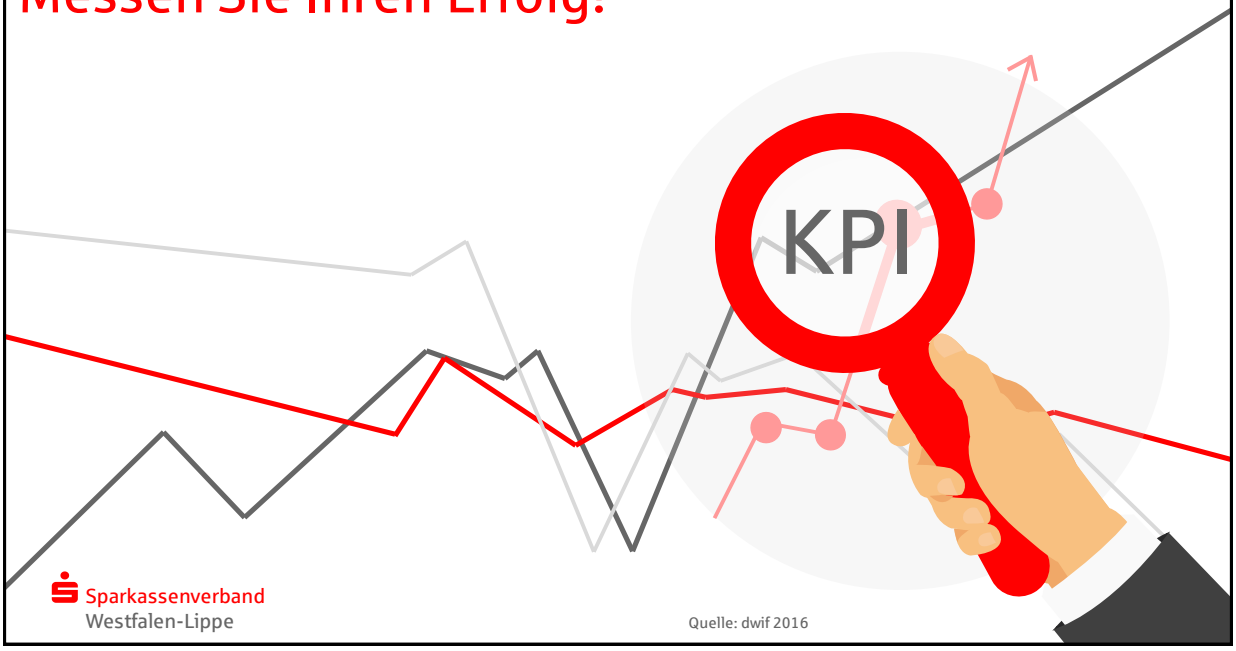


Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Quelle: dwif 2016

dwif consulting

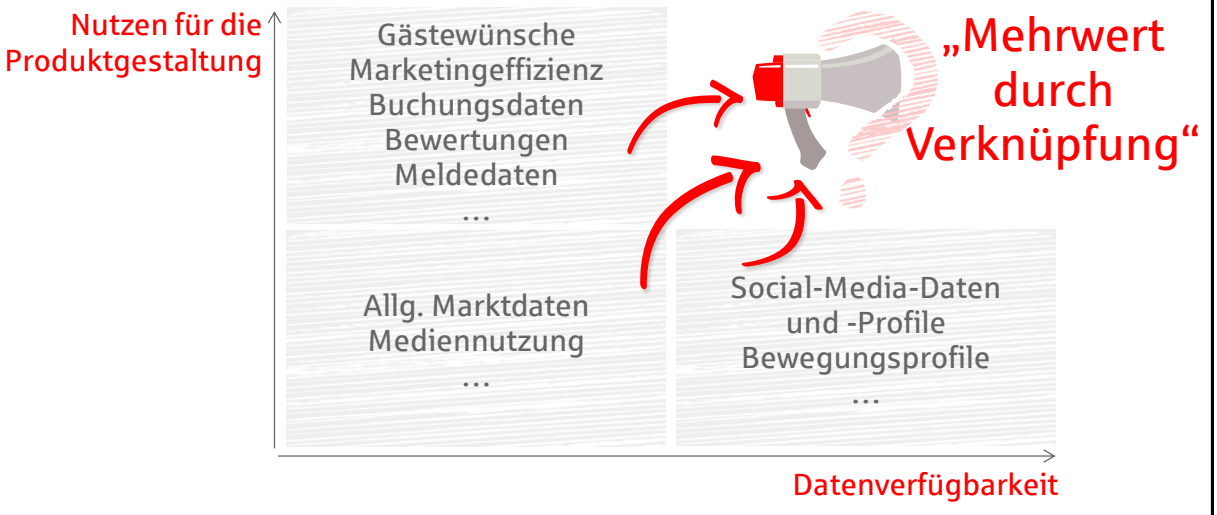
Messen Sie Ihren Erfolg!



Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Quelle: dwif 2016

Aufgabe 2: Ordnung im Datendschungel



Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Quelle: dwif 2016, in Anlehnung an Bloching/Luck/Ramge 2015

dwif consulting

Aufgabe 3:
Gästeservice
muss neu gedacht werden

Sparkassenverband Westfalen-Lippe

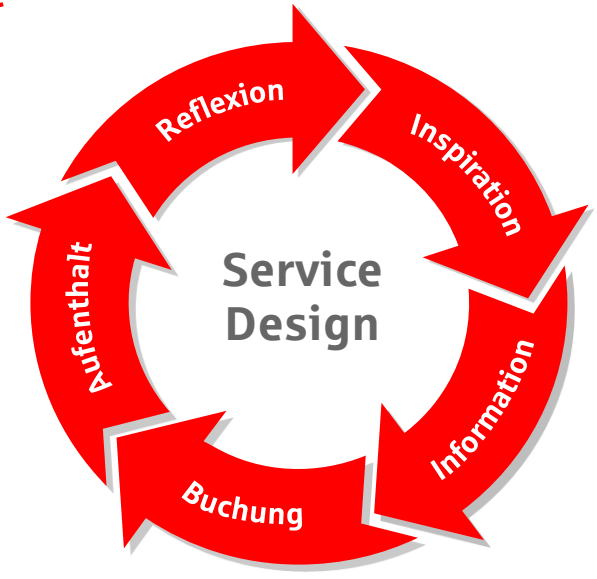
dwif consulting

dwif consulting

Gästeservice

Informationen

Spezifischer!



Erlebnis

Emotionaler!

Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Quelle: dwif 2016

dwif consulting

Was heißt das für Tourismusbetriebe?

Fast 4 von 10 Betrieben im nordrhein-westfälischen Gastgewerbe meinen:

„Digitalisierung wird **keine Auswirkungen** auf mein Unternehmen haben."

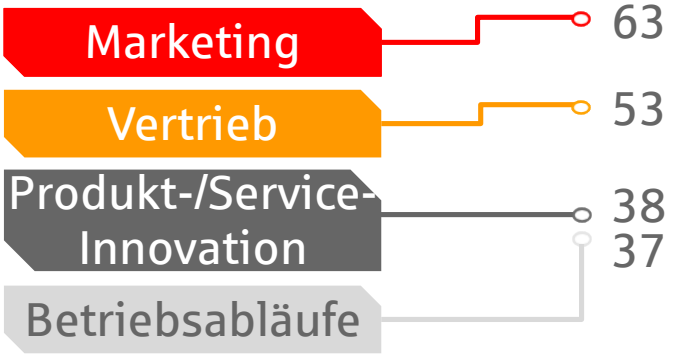
Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Quelle: DIHK Saisonumfrage Herbst 2015

dwif consulting

Schwerpunkt Marketing und Vertrieb, zu viele Potenziale bleiben ungenutzt

Bedeutung der Digitalisierung für ausgewählte Unternehmensbereiche 2020: Anteil „stark zunehmen“ in %



Sparkassenverband Westfalen-Lippe

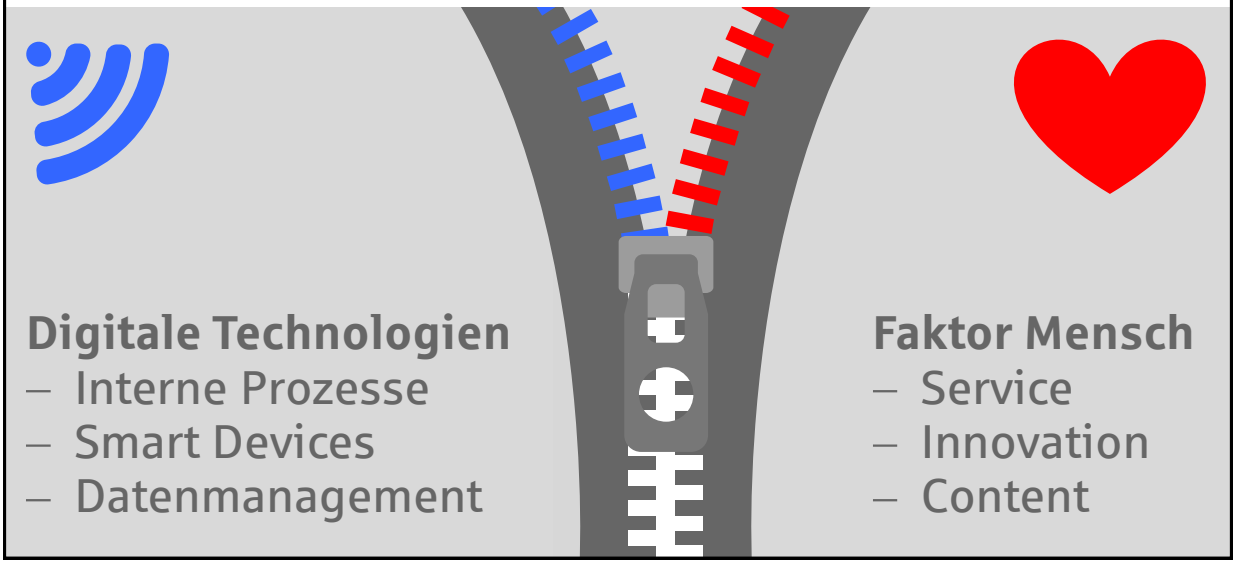
Quelle: dwif 2016, Online-Befragung der Tourismusakteure in Westfalen-Lippe

dwif consulting

Bild: © T. Reimer/Fotolia.com

Wie viel Digitalisierung muss tatsächlich sein?

Irgendwo zwischen Mensch und Technik liegt die optimale Lösung!

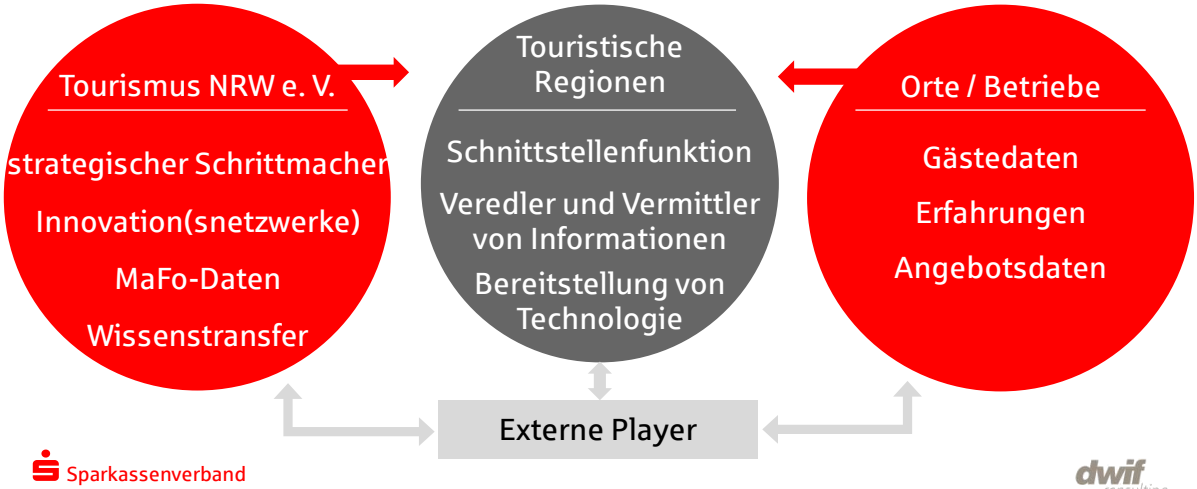


Strategien & Netzwerke: Gemeinsam mehr erreichen

Netzwerke leben: „Kirchturmdenken“ hemmt die Chancen der Digitalisierung

Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Modellhaftes Zusammenwirken im Kontext des digitalen Wandels in Westfalen-Lippe



Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Quelle: dwif 2016

dwif consulting

Schritte in die digitale Zukunft

1. Aufgaben fokussieren
2. Prozesse transformieren
3. Angebot digitalisieren
4. Marketing personalisieren
5. Service optimieren

Sparkassenverband Westfalen-Lippe

Quelle: dwif 2016, Bild: © K. Yuganov/ Fotolia.com

Mehr MUT zu kontinuierlichem Wandel

Sparkassenverband Westfalen-Lippe

dwif consulting