

Tourismusjahr 2013: Positive Stimmung der Touristiker hat sich bestätigt:

Der Herbst brachte die Trendwende!

Der Tourismus in Westfalen-Lippe zeigte sich nach dem schwächeren 1. Halbjahr erholt und lag mit dem Jahresergebnis 2013 – nach den starken Monaten Juli, Oktober und November – leicht über dem Niveau des erfolgreichen Vorjahres (+0,9 Prozent). Die Bilanz fiel etwas schwächer aus als in Nordrhein-Westfalen insgesamt (+1,6 Prozent). Im Bundesländervergleich führte Nordrhein-Westfalen das Feld hinter dem Saarland (Sondereffekt durch die Eröffnung eines Center Parcs) und den drei Stadtstaaten an. Auch Westfalen-Lippe behauptete sich im Wettbewerb noch vor Mecklenburg-Vorpommern oder Bayern. Außer Thüringen und Sachsen-Anhalt, deren Ergebnisse maßgeblich von den Auswirkungen der Flutkatastrophe beeinflusst wurden, lagen die übrigen Bundesländer bei der Übernachtungsentwicklung 2013 zwischen -0,5 bis +1,3 Prozent verhältnismäßig eng beieinander.

Siegerland-Wittgenstein schließt am besten ab

In Westfalen-Lippe verbuchten vier der fünf Reisegebiete 2013 positive Entwicklungsraten. Dabei gewann Siegerland-Wittgenstein besonders stark. Neue Angebote entlang des Rothaarsteigs und eine Konsolidierung bei den Vorsorge- und Rehakliniken spielen hier hinein. Das Ruhrgebiet legte in den Monaten September bis Dezember deutlich zu (u. a. durch Events und Shoppingtourismus) und trug maßgeblich zum positiven Gesamtergebnis Westfalens bei. Der Teutoburger Wald und das Münsterland lagen knapp über, das Sauerland knapp unterhalb des Vorjahresniveaus. Antizyklische Witterungsbedingungen wie z. B. winterliche Verhältnisse im Frühjahr und umgekehrt machten sich je nach Themen-schwerpunkt negativ bemerkbar. Eine Modernisierung des Angebo-

Der Tourismus in Westfalen-Lippe 2013:

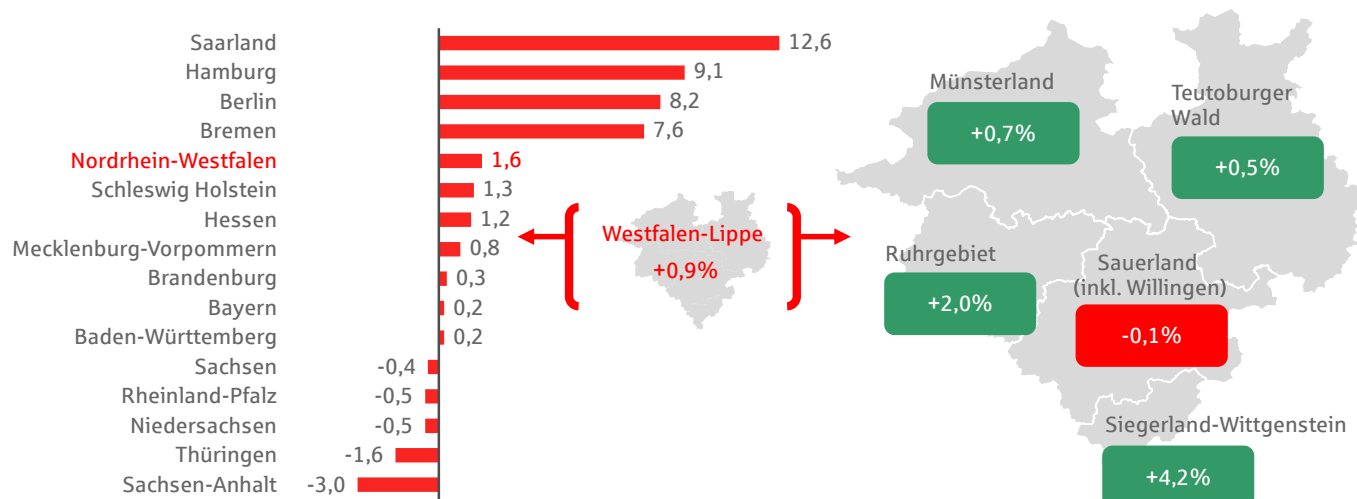
- ⇒ Übernachtungsgewinne, aber leicht unterdurchschnittlich
- ⇒ Incoming-Tourismus in Westfalen-Lippe mit Luft nach oben
- ⇒ Städte weiterhin der Wachstumsmotor
- ⇒ Wettbewerb der Mittelgebirge: Westfalen-Lippe mit guter Position

tes und ein gebündeltes Marketing bieten ebenfalls Potenziale. Gerade in den Büchern der Tourismusbetriebe im Sauerland wird sich der ausgebliebene Winter auch in den ersten Monaten 2014 niederschlagen.

Westfalen-Lippe mit Nachholbedarf bei den Auslandsgästen

Der Incoming-Tourismus in Westfalen-Lippe entwickelte sich mit einem Zuwachs von 1,6 Prozent besser als der Inlandstourismus (+0,7 Prozent), blieb aber hinter dem Bundeswert zurück. In Nordrhein-Westfalen lag der Incoming-Tourismus mit einem Plus von 3,3 Prozent deutlich darüber. Am stärksten entwickelte sich die Zahl der Übernachtungen ausländischer Gäste in Siegerland-Wittgenstein (+40,9 Prozent, quellmarktspezifische Angebotserweiterung). Aber auch der Teutoburger Wald (+7,9 Prozent) und das Ruhrgebiet (+6,4 Prozent) legten deutlich zu. Allein das Ruhrgebiet macht einen Anteil von knapp einem Drittel des Incoming-Geschäfts in ganz Westfalen-Lippe aus und unterstreicht die Rolle der Städte in diesem Segment. Im Münsterland blieb die Nachfrage aus dem Ausland stabil. Einzig das Sauerland wies mit -5,4 Prozent eine negative Entwicklung auf, was insbesondere am schwachen Hauptquellmarkt Niederlande lag (-9,2 Prozent), der 2013 etwa drei Viertel der dortigen Übernachtungen ausländischer Gäste aus-

Gewerbliche Übernachtungen 2013 ggü. Vorjahr in % (Betriebe ≥ 10 Schlafgelegenheiten)



Quelle: dwif 2014, Daten Statistisches Bundesamt und IT.NRW

machte. Der konjunkturbedingte Trend zu weniger Auslandsreisen aus dem Nachbarland war in ganz Deutschland spürbar. Insgesamt stieg der Anteil des Incoming-Tourismus in Westfalen-Lippe leicht auf 14,5 Prozent an.

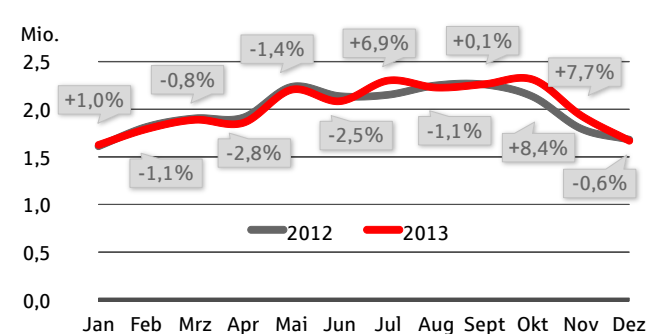
Julihoch und Saisonverlängerung bis in den November

Die touristische Bilanz der ersten sechs Monate war für Westfalen-Lippe ernüchternd. Nach dem Januar (+1,0 Prozent) folgten fünf Monate mit negativer Übernachtungsentwicklung gegenüber dem Vorjahr. Der Juli brachte dann ein sattes Plus, auch witterungsbedingt. Im August und September setzte sich der Trend der ersten Monate leider fort. Erst im Oktober und November verzeichneten die Regionen wieder hohe Zuwachsraten. Die Monate Juli, Oktober und November wiesen 2012 allesamt Verluste auf, 2013 überflügelten sie jedoch sogar das Ergebnis aus 2011.

Städte und Mittelgebirge in Westfalen-Lippe in der Spur

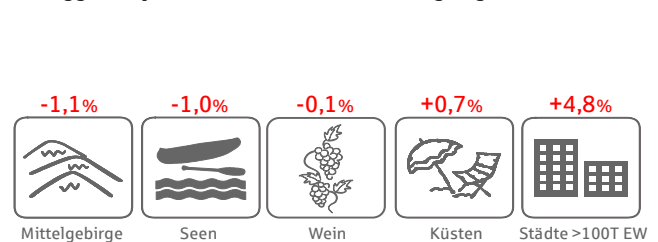
Ein Blick auf die Destinationstypen zeigt, dass sich die Städtedestinationen wie bereits im Vorjahr am stärksten präsentierten. Auf dem zweiten Rang folgen die Küstenregionen, die nach einer Stagnation 2012 wieder leichte Gewinne vorweisen konnten. Mittelgebirgs- und Seenregionen zeigen keinen kontinuierlichen Entwicklungstrend, nachdem beide Destinationstypen 2012 noch zu den Gewinnern zählten. Im Ranking der Mittelgebirgsregionen platzierten sich die Vertreter aus Westfalen-Lippe allesamt über dem Durchschnitt auf den Rängen 1, 4 und 6.

Westfalen-Lippe: Monatliche gewerbliche Übernachtungen 2013 ggü. Vorjahr in % (Betriebe ≥ 10 Schlafgelegenheiten)



Quelle: dwif 2014, Daten Statistisches Bundesamt und IT.NRW

Destinationstypen in Deutschland: Gewerbliche Übernachtungen 2013 ggü. Vorjahr in % (Betriebe ≥ 10 Schlafgelegenheiten)



Quelle: dwif 2014, Daten Statistisches Bundesamt

Stimmungsumfrage bei westfälisch-lippischen Touristikern

Im Februar 2014 fand die erste von drei jährlichen Online-Stimmungsumfragen der örtlichen und regionalen Touristiker in Westfalen-Lippe statt. Die Beteiligung lag bei rund 58 Prozent (47 von 81 Befragten).

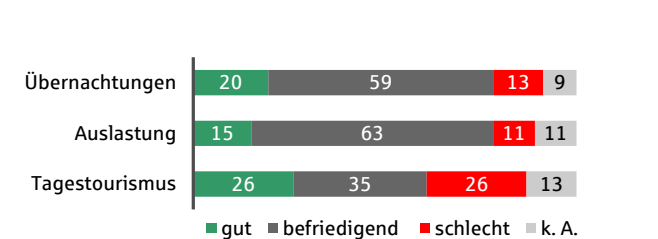
Rückblick November 2013 bis Februar 2014

Die westfälisch-lippischen Touristiker waren mit der Übernachtungs- und Auslastungsentwicklung in den Wintermonaten überwiegend zufrieden. Deutlich differenzierter wurde der Tagestourismus eingestuft. Vielerorts belebten die Weihnachtsmärkte im Dezember den Ausflugsverkehr. Besonders die Wintersportorte litten jedoch unter dem ausgebliebenen Schnee. Demgegenüber wirkte sich die milde Witterung positiv in den Städten aus. Vor allem interessante Sonderausstellungen in einigen Museen unterstützten die gute Entwicklung. Positive Impulse setzten in manchen Regionen auch der Geschäftsreiseverkehr und der Shoppingtourismus.

Ausblick März bis Juni 2014

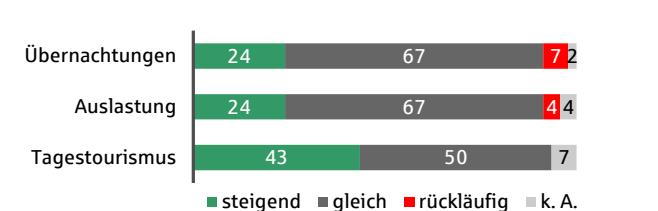
Für das bevorstehende Frühjahr zeigt sich bei den westfälisch-lippischen Touristikern wieder etwas mehr Optimismus. Frisch sanierte Beherbergungsbetriebe, die Bereitstellung neuer Radwegeinfrastruktur, Jubiläen und Events, angepasste Marketingstrategien sowie Messeauftritte tragen hierzu bei. Ambivalent zeigt sich der Geschäftsreiseverkehr. Während stellenweise schwache Vorausbuchungszahlen Sorgen bereiten, werden andernorts wiederum aufgrund bevorstehender Tagungen positive Impulse erwartet. In der Hoffnung auf günstigere Witterungsbedingungen als im Vorjahr erwarten viele Befragte eine Zunahme im Tagestourismus.

Zufriedenheit der westfälisch-lippischen Touristiker mit den abgelaufenen Monaten November 2013 bis Februar 2014 (in %)



Quelle: dwif 2014, Stimmungsumfrage

Erwartungen der westfälisch-lippischen Touristiker an die Monate März bis Juni 2014 (in %)



Quelle: dwif 2014 Stimmungsumfrage

Freizeitwirtschaft Westfalen-Lippe: Die touristischen Wetterstationen

Ein wichtiger Indikator für die Nachfrageentwicklung im Tourismus sind die Besucherzahlen tourismusrelevanter Einrichtungen und Angebote der Freizeitwirtschaft, der sogenannten „Wetterstationen“. Dies sind zum Beispiel Erlebnisbäder, Museen/Ausstellungen, Naturinfozentren, Zoos, Ausflugsschiffe/Fähren, Schlösser/Burgen, Theater, Freizeit-/Erlebniseinrichtungen, Stadtführungen etc.

Aktueller Wetterbericht Januar bis Dezember 2013: +0,2 Prozent

Stabile Zahlen!

Das letzte Jahresdrittel setzte für die westfälisch-lippische Freizeitwirtschaft zwar keine deutlichen Impulse mehr, immerhin lagen die Besucherzahlen in diesem Zeitraum aber um 1,9 Prozent über dem Vorjahreswert. Insgesamt dämpfte nur der September (-9,4 Prozent) das Ergebnis im zweiten Halbjahr. In den übrigen Monaten viel die Bilanz positiv aus. Besonders erfreulich lief es im Dezember (+10,9 Prozent), der wahrscheinlich durch das Weihnachtsgeschäft belebt wurde.

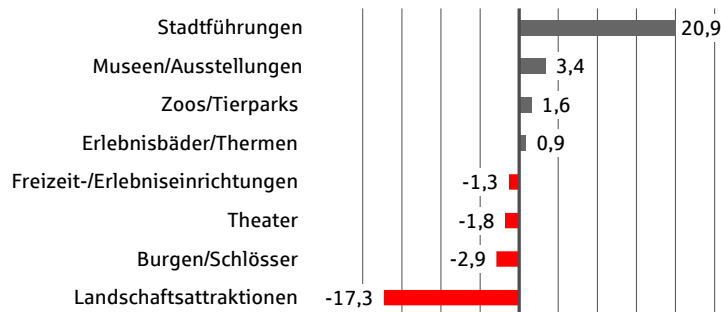
Unter dem Strich bewegten sich die Besucherzahlen im Gesamtjahr 2013 leicht über dem Vorjahresniveau. Damit blieb die Nachfrage das zweite Jahr in Folge stabil. Ein besseres Ergebnis verhinderten die hohen Einbußen zum Jahresstart, die in erster Linie auf die ungünstigen Witterungsbedingungen zurückzuführen waren. Vor allem Outdoor-Angebote verzeichneten in dieser Zeit hohe Einbußen. Die stabile Situation in der westfälisch-lippischen Freizeitwirtschaft ist als Erfolg zu verbuchen. Nach derzeitigem Stand fiel die Besucherentwicklung in allen anderen Barometer-Bundesländern negativ aus. Vor allem Sonderausstellungen, Marketinganpassungen und Investitionen in das Angebot begünstigten die Entwicklung in Westfalen-Lippe. Die Aktivitäten zeigten Wirkung und führten 2013 in den betreffenden Angebotskategorien zu Besucherzuwächsen. Auch die Einrichtungstypen zeigten mit den Stadtführungen und den Landschaftsattraktionen nur jeweils einen Ausreißer in positiver wie negativer Richtung. Die weiteren sechs Segmente zeigten keine großen Abweichungen.

Überblick Monatsverlauf 2013 ggü. Vorjahr in %

Monat	Veränderung 2013 ggü. 2012
Januar	-11,4%
Februar	-6,0%
März	-0,1%
April	-11,0%
Mai	2,8%
Juni	-1,7%
Juli	3,6%
August	4,8%
September	-9,4%
Oktober	3,0%
November	10,5%
Dezember	10,9%
gesamt	0,2%

Quelle: dwif 2014, Daten Wetterstationen

Besucherzahlen Januar bis Dezember 2013 ggü. Vorjahr in %



Quelle: dwif 2014, Daten Wetterstationen

Stadtführungen: +20,9 Prozent



Spitzenreiter

Einen deutlichen Anstieg der Nachfrage registrierten die Stadtführungen. Die Zahl der verkauften Tickets fiel um rund ein Fünftel höher aus als noch im Vorjahr. Erfreulicherweise leistete die Mehrheit der Anbieter, häufig durch Marketinganpassungen, ihren Beitrag. Mit Ausnahme der Monate Januar und Februar, in denen die Teilnehmerzahlen leicht rückläufig waren, fiel die Bilanz in allen folgenden Monaten positiv aus.

Museen/Ausstellungen: +3,4 Prozent



Trendwende noch gelungen

Bis einschließlich Juni zeigte sich die Entwicklung der Museen/Ausstellungen vergleichsweise holprig. Ab Juli verbesserte sich die Situation dann aber zusehends, so dass nicht zuletzt dank eines regelrechten Endsprints im letzten Terial 2013 die Trendwende gelang. Vor allem im Zeitraum Oktober bis Dezember (+31,7 Prozent) bewegten sich die Besucherzahlen deutlich über dem Vorjahrswert. Allerdings lag die Messlatte in diesem Zeitraum vergleichsweise niedrig, denn 2012 führten vorübergehende Schließzeiten im Zuge von Umbaumaßnahmen zu Einschränkungen. So ist das Ergebnis nicht uneingeschränkt positiv zu bewerten. Fast zwei Drittel der Häuser vermeldeten rückläufige Besucherzahlen. Das Ergebnis rutschte trotzdem deutlich in die Pluszone, weil einige besucherstarke Anbieter unter den Gewinnern waren.

Jahr 2013 im Überblick:

Gesamtergebnis für Westfalen-Lippe: +0,2 Prozent

Verhältnis Gewinner/Verlierer: 42,6 Prozent / 57,4 Prozent

Wichtige allgemeine Einflussfaktoren: kalter und lang anhaltender Winter, vergleichsweise früher Osterferientermin, Hochwasser in einigen Quellenmärkten, Hitzewellen im Juli, milder Jahresausklang, schwache Konjunktur in den Niederlanden

Zoos/Tierparks: +1,6 Prozent**Saisonaufakt dämpft Jahresergebnis erheblich**

Nach einem Jahr mit außerordentlich schwierigen Witterungsbedingungen für Zoos/Tierparks gelang am Ende doch noch ein Besucherplus in Höhe von 1,6 Prozent. Stark gedämpft wurde die Entwicklung aufgrund eines schwierigen Saisonaufaktes. Sehr verlustreich fiel vor allem der März (-27,5 Prozent) aus, aber auch im April (-16,5 Prozent) verzeichneten die Einrichtungen hohe Besucherrückgänge. Erfahrungen aus anderen Barometer-Bundesländern zeigen, wie entscheidend die Lage der Osterferien und die Witterungsbedingungen in dieser Zeit für die Besucherbilanz sind. Während der Rückstand 2013 vielerorts nicht mehr aufgeholt werden konnte, reichten die Zuwächse in Westfalen-Lippe noch für eine positive Bilanz.

Erlebnisbäder/Thermen: +0,9 Prozent**Knapp über Wasser**

Die Entwicklung der Erlebnisbäder/Thermen wies 2013 nur wenig Dynamik auf. Die Besucherzahlen lagen knapp über dem Vorjahresergebnis. Im Detail zeigte sich die Situation uneinheitlich, denn Gewinner und Verlierer hielten sich in dieser Kategorie exakt die Waage. Einige Anbieter verbuchten aufgrund von Investitionen, Anpassungen in der Zielgruppenansprache sowie Verbesserungen der Angebots- und Servicequalität solide Zuwächse, wodurch sich dieser Einrichtungstyp noch knapp in die Pluszone rettete.

Freizeit-/Erlebniseinrichtungen: -1,3 Prozent**Frühsummer schwächt Bilanz**

Die Entwicklung der Freizeit-/Erlebniseinrichtungen war 2013 starken Schwankungen unterworfen. Hohe Nachfrageinbußen verzeichneten die Anbieter vor allem in den Monaten April bis Juni (zusammen -19,5 Prozent). Zwar entspannte sich die Situation in den Sommermonaten und auch zum Jahresende wieder etwas – für einen positiven Jahresabschluss reichte es aber nicht mehr. Insgesamt gab es einen deutlichen Überhang an Verlierern. Die Zuwächse einiger besucherstarker Einrichtungen verhinderten ein weiteres Abrutschen in den Minusbereich.

Theater: -1,8 Prozent**Differenziert zu betrachten**

In der Kategorie der Theater befinden sich sowohl Theater im klassischen Sinne als auch Freilichtbühnen. Für das Jahr 2013 ist eine differenzierte Betrachtung sinnvoll: Die beteiligten Freilichtbühnen legten um 6,3 Prozent zu, während die Besuchereinbußen bei den klassischen Theaterbühnen -5,0 Prozent betrug. Bei den Freilichtbühnen lag dies neben den günstigen Witterungsbedingungen in der Hauptspielzeit auch an populären Stücken mit prominenten Besetzungen.

Burgen/Schlösser: -2,9 Prozent**Durchwachsen**

Bis Ende August waren die Aussichten auf einen positiven Jahresabschluss bei den Burgen und Schlössern durchaus berechtigt – nicht zuletzt aufgrund der Hoffnungen auf positive

Impulse durch das Weihnachtsgeschäft. Doch trotz deutlicher Steigerung im Dezember (+19,7 Prozent) rutschte die Jahresbilanz weiter in die Verlustzone ab. Hierfür waren die Einbußen in den Monaten September bis November (insgesamt -16,5 Prozent) verantwortlich, die unter anderem auf Sanierungsmaßnahmen zurückzuführen waren. Schon im laufenden Jahr ist aller Voraussicht nach mit einer Entspannung der Situation zu rechnen.

Besucherentwicklung 2013 im Vergleich (Auswahl)

⇒ Westfalen-Lippe	+0,2 Prozent
⇒ Sachsen:	-2,1 Prozent
⇒ Thüringen:	-2,2 Prozent
⇒ Niedersachsen	-3,1 Prozent
⇒ Brandenburg:	-3,9 Prozent
⇒ Mecklenburg-Vorpommern:	-5,9 Prozent
⇒ Sachsen-Anhalt:	-12,2 Prozent

Nur Westfalen-Lippe gelang es, die Besucherzahlen 2013 nicht nur zu halten, sondern sogar leicht auszubauen. Die weiteren Bundesländer lagen beim Monitoring der Sparkassen-Tourismusbarometer zwischen -2,1 Prozent (Sachsen) und -12,2 Prozent (Sachsen-Anhalt). Nach zwei sehr erfolgreichen Jahren rutschte das Ergebnis in Sachsen-Anhalt besonders weit in die Minuszone. Hier wirkte sich die Flutkatastrophe im Frühsommer 2013 besonders stark aus. Sachsen setzte diesem Effekt herausragende Sonderausstellungen entgegen (z. B. „Du bist die Kunst“, Schloss Augustusburg; Jubiläum „200 Jahre Völkerschlacht und 100 Jahre Völkerschlachtdenkmal“).

Landschaftsattraktionen: -17,3 Prozent**Mehrheit mit Einbußen**

Auch die Landschaftsattraktionen blicken auf ein Jahr mit schwierigen Rahmenbedingungen zurück. Der größte Negativfaktor war die ungünstige Witterung. Partiiell wirkte sich auch die im September ausgesprochene Reisewarnung für Warstein (Auftreten von Legionellen) negativ auf die Besucherbilanz aus. Größtenteils fielen die Ergebnisse der erfassten Parks und Gärten negativ aus – oft bewegten sich diese sogar in zweistelliger Höhe. Nur wenige Monate verzeichneten einen Anstieg der Nachfrage. Am verlustreichsten fiel der April aus. In diesem Monat schrumpften die Gästezahlen um fast die Hälfte im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

Ausblick 2014

Die Kultur- und Freizeitwirtschaft in Westfalen-Lippe blickt nach ersten Auswertungen einer Befragung im Rahmen des Sparkassen-Tourismusbarometers verhalten optimistisch auf das Jahr 2014. Bei günstigen Witterungsbedingungen erwarten rund 40 Prozent steigende Zahlen, weitere gut 50 Prozent gehen zumindest von einem gleich bleibenden Besucherniveau gegenüber 2013 aus. Neben den hohen Qualitätsansprüchen der Gäste zählen in den kommenden Jahren vor allem der Umgang mit dem demografischen Wandel sowie der zunehmende Wunsch nach Erlebnisinszenierung und Individualisierung der Angebote zu den Herausforderungen. Auch Umweltaspekte stehen verstärkt im Fokus der Gäste.

Vorjahresvergleich betriebswirtschaftlicher Kennziffern: Personal- und Warenaufwand im Auge behalten

Der Fokus der betriebswirtschaftlichen Analyse liegt auf zwei wesentlichen Kostenpositionen des Gastgewerbes, dem Personalaufwand sowie dem Warenaufwand. Als Quote ausgedrückt geben diese an, wieviel Prozent der Gesamterträge zur Bezahlung von Personal eingesetzt bzw. für den Wareneinkauf aufgewendet werden müssen.

Der Vergleich mit dem Vorjahr zeigt, dass die Personalaufwandsquote der gastgewerblichen Betriebe in Westfalen-Lippe gestiegen ist, wenn auch etwas schwächer als im Bundesschnitt. Das Personal ist damit auch unter Kostengesichtspunkten für die Betriebe noch relevanter geworden. Abhängig von der bisherigen Vergütungspraxis könnte dieser Trend in Zukunft anhalten, wenn nach dem Koalitionsvertrag zwischen CDU, CSU und SPD ab dem 1. Januar 2015 bundesweit ein flächendeckender gesetzlicher Mindestlohn von 8,50 Euro brutto pro Stunde eingeführt, der Wettbewerb um gutes, qualifiziertes Personal immer härter und der Anspruch der Gäste immer höher wird.

Demgegenüber hat sich die relative Bedeutung des Warenaufwands verringert. Damit trotzten die Betriebe den in den letzten Jahren deutlich gestiegenen Einkaufspreisen für Lebensmittel und Getränke. Da von weiteren Preissteigerungen auszugehen ist, werden eine wirtschaftliche Einkaufspraxis und genaue Kalkulationen in Zukunft noch wichtiger.

Veränderung der Personal- und Warenaufwandsquote* im Gastgewerb gegenüber dem Vorjahr (in Prozentpunkten)

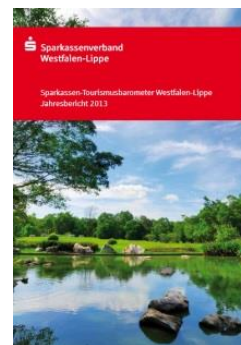
	Personal-aufwandsquote	Waren-aufwandsquote
Westfalen-Lippe	+1,2%	-1,7%
Deutschland	+1,7%	-1,0%

* Abgeleitet aus der Differenz zwischen Gesamterträgen und Rohertragsquote

Quelle: dwif 2014, Sonderauswertung EBIL-Daten

Was ist das Tourismusbarometer?

Das Tourismusbarometer beobachtet seit 2012 die Tourismusedwicklung in Westfalen-Lippe. Es stellt Branchenprobleme heraus, bietet praxisnahe Lösungen, identifiziert Benchmarks und zeigt Marktpotenziale auf. Branche und Politik schätzen das Tourismusbarometer als fundierte Informationsquelle für Entscheidungen über wichtige tourismuswirtschaftliche Weichenstellungen. Das Tourismusbarometer liefert ein Gesamtbild der Daten zur Marktentwicklung und vertieft jedes Jahr ein aktuelles Thema.



Wer macht das Tourismusbarometer?

Das Tourismusbarometer ist eine Leistung der Sparkassen in Westfalen-Lippe. Herausgeber ist der Sparkassenverband Westfalen-Lippe. Wissenschaftlich betreut und durchgeführt wird es von der dwif-Consulting GmbH. Ein Beirat aus Vertretern der Sparkassen, der Politik, der Tourismuswirtschaft, von Marketingorganisationen und Branchenverbänden diskutiert Inhalte, Ziele und Ergebnisse. Er entscheidet zudem über das aktuelle Branchenthema eines Jahres.

Wo bekommt man mehr Informationen?

Am 26. Juni 2014 stellt der Sparkassenverband Westfalen-Lippe in Paderborn die Ergebnisse des Sparkassen-Tourismusbarometers Westfalen-Lippe einem Fachpublikum vor. Es beleuchtet die Tourismusedwicklung in den Regionen und stellt die wichtigsten touristischen Kennzahlen und Trends vor. Im diesjährigen Branchenthema steht die Wettbewerbsfähigkeit touristischer Betriebe in Westfalen-Lippe im Mittelpunkt. Was sind die zentralen Einflussfaktoren? Wie kann man Wettbewerbsfähigkeit erkennen, messen und steuern?

Die Ergebnispräsentation, eine Management Summary mit den Kernergebnissen (beide ab 26. Juni 2014) sowie der Jahresbericht 2014 (ab September 2014) werden unter: www.s-tourismusbarometer-wl.eu abrufbar sein. Ebenso sind dort aktuelle Pressemitteilungen, die dreimal jährlich erscheinenden Zwischenberichte und weitere praxisrelevante Downloads zu finden. Zusammen liefern die Veröffentlichungen eine Vielzahl exklusiver Kennzahlen, aktueller Trends und unabhängiger Analysen.

Sparkassen-Tourismusbarometer Westfalen-Lippe – Ihre Ansprechpartner:

Infobrief: dwif-Consulting GmbH
 Karsten Heinsohn
 030/757 949 – 30
 k.heinsohn@dwif.de
 www.dwif.de

Auftraggeber: Sparkassenverband Westfalen-Lippe
 Nina Ostermann
 0251/2104 – 119
 n.ostermann@svwl.eu
 www.svwl.eu
 www.s-tourismusbarometer-wl.eu