

# Sparkassen-Tourismusbarometer Westfalen-Lippe

Zwischenbericht 3|2015

## Bilanz 2015: Westfalen-Lippe-Tourismus im Plus

Die fünf Regionen in Westfalen-Lippe steigerten ihre Übernachtungszahlen insgesamt um 1,6 Prozent (+384.000 auf 24.712.042) und steuerten in diesem Jahr auf die Marke von 25 Mio. Übernachtungen zu. Mit diesem Zuwachs lag Westfalen-Lippe auf dem Niveau des Landes, aber klar unterhalb des bundesweiten Wachstums (+2,9 Prozent). Die Gewinner der Jahres 2015 waren einmal mehr die Stadtstaaten sowie Brandenburg (Sondereffekt BUGA), Bayern und Baden-Württemberg.

## Regionen mit überwiegend positivem Ergebnis

Erfreulich: Vier der fünf Regionen übertrafen ihr Vorjahresergebnis. Das Münsterland war 2015 sogar die dynamischste NRW-Region (+199.000 auf 3.756.556 Übernachtungen). Besonders die Betriebsarten Camping und Vorsorge/Reha trugen mit jeweils zweistelligen Wachstumsraten bei Angebot und Nachfrage zum Erfolg bei. Das Sauerland (inkl. Willingen) beendete das Tourismusjahr nach zwei verhaltenen Jahren wieder deutlicher im Plus (+110.000 auf 7.281.264 Übernachtungen). Positiv fielen vor allem die Übernachtungssteigerung aus den Niederlanden (+3,0 Prozent) sowie das Wachstum des Auslastungsniveaus um 1,3 Prozentpunkte auf 39,9 Prozent auf. Die Region Siegerland-Wittgenstein verlor – nach einem Auf und Ab im Jahresverlauf – an Gästezuspruch (-13.000 auf 800.350 Übernachtungen). Besonders die Gemeinde Bad Berleburg büßte deutlich ein (-7,8 Prozent Übernachtungen; Marktanteil an der Gesamtregion: 38 Prozent). Vorsorge- und Rehakliniken waren ausschlaggebend für die leichten Rückgänge in der Region. Ein positives Signal kam dagegen von den Hotels in der Destination Siegerland-Wittgenstein, die ihren Wachstumstrend fortsetzten (+3,2 Prozent). Der Teutoburger Wald übertraf sein Vorjahresergebnis leicht

(+13.000 auf 6.609.906 Übernachtungen). Auch hier war die Hotellerie der Wachstumstreiber (+2,2 Prozent). Die Auslastung der gewerblichen Beherbergungsbetriebe (ohne Camping) stieg um 1,1 Prozentpunkte auf 45 Prozent. Das Ruhrgebiet legte zum Jahresende zu und schloss mit einem moderaten Übernachtungsplus ab (+74.000 auf 6.263.966 Übernachtungen). Der Entwicklungstrend war jedoch nicht einheitlich: Einige Standorte entwickelten sich positiv (z. B. Hamm, Dortmund, Gelsenkirchen), andere Großstädte verbuchten Nachfrageverluste (z. B. Oberhausen, Mülheim an der Ruhr).

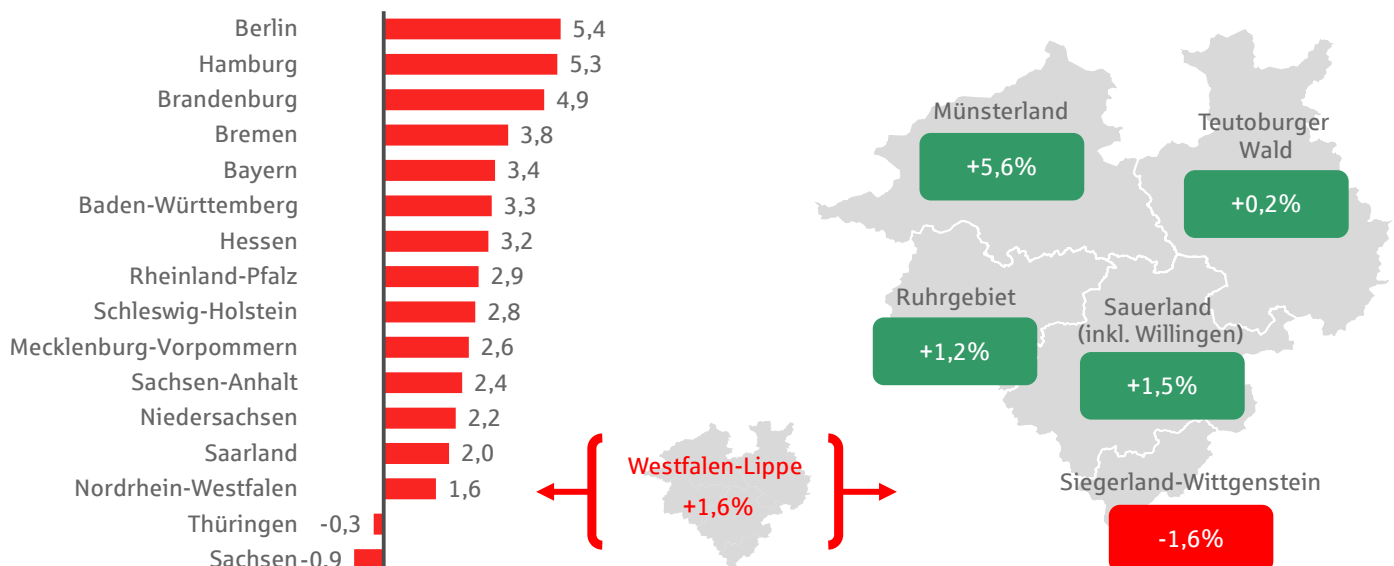
## Der Tourismus in Westfalen-Lippe 2015:

- ⇒ Wachstumsmotor Inlandstourismus
- ⇒ Städte und Mittelgebirge in WL unterdurchschnittlich
- ⇒ Investitionsspielräume in der Beherbergung steigen
- ⇒ Freizeit-/Kultureinrichtungen mit leichten Besucherrückgängen

## Inlandsmarkt in Westfalen-Lippe stark, Incoming hinkt hinterher

Der Inlandsmarkt war mit +1,9 Prozent wie im vorigen Jahr der Wachstumsmotor (+392.000 Übernachtungen auf 21.227.895 Übernachtungen). Dagegen lagen der Auslandsmärkte (-0,2 Prozent oder -7.000 auf 3.484.147 Übernachtungen) gegen den NRW- und Bundestrend leicht hinter dem Vorjahresergebnis zurück. Ausschlaggebend waren deutliche Verluste im Teutoburger Wald (-3,1 Prozent) und im Ruhrgebiet (-3,2 Prozent). Erfreulich war die steigende Nachfrage von Gästen aus den Hauptquellmärkten Niederlande (+2,8 Prozent) und Belgien (+7,7 Prozent). Auch die Alpenländer Österreich und Schweiz (zusammen +3,1 Prozent) befinden sich im Aufwind und überholten den Quellmarkt Frankreich (-1,3 Prozent) im Ranking der Top-Quellmärkte Westfalen-Lippes.

## Gewerbliche Übernachtungen 2015 ggü. Vorjahreszeitraum (Betriebe ≥ 10 Schlafgelegenheiten)

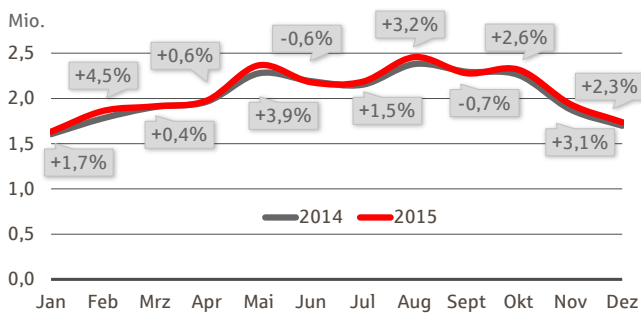


Quelle: dwif 2016, Daten Statistisches Bundesamt und IT.NRW

**Saisonal: 10 der 12 Monate im Plus**

Von der günstigen Witterung zu Jahresbeginn profitierten besonders die Mittelgebirgsregionen. Die Verluste im Juni sind unter anderem durch die verschobenen Pfingstfeiertage (2015 im Mai, 2014 im Juni) zu erklären, die erfahrungsgemäß viele Übernachtungen inländischer Kurzurlauber mit sich bringen. Nach erfolgreichen sonnigen und warmen Sommerferienmonaten Juli und August verlief auch der Jahresausklang sehr positiv. Besonders die Destinationen Ruhrgebiet (Dezember: +6,2 Prozent) und Münsterland (+5,5 Prozent) legten deutlich zu.

**Westfalen-Lippe: Monatliche gewerbliche Übernachtungen 2015 ggü. Vorjahr (Betriebe ≥ 10 Schlafgelegenheiten)**

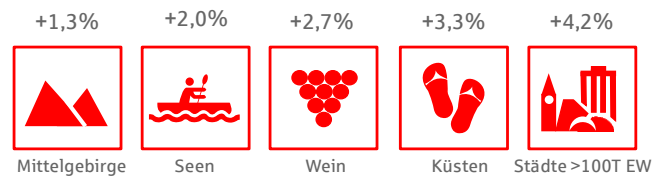


Quelle: dwif 2016, Daten Statistisches Bundesamt und IT.NRW

**Dynamische Städte, Mittelgebirge bleiben Sorgenkind**

Auch 2015 waren die Städte die Wachstumstreiber im Deutschland-tourismus. Die westfälisch-lippischen Städte über 100.000 Einwohner lagen mit einem Plus von 1,3 Prozent deutlich hinter der bundesdeutschen Dynamik zurück. Ein Blick in die Details verrät jedoch: Für die mittelgroßen und kleineren Städte in Westfalen-Lippe lief es gut. Sie schlossen das Jahr mit einem Übernachtungsgewinn von +6,6 Prozent ab. Die deutschen Mittelgebirgsdestinationen schnitten 2015 unterdurchschnittlich ab. Hier bedarf es besonders im Wintertourismus der Belebung über neue, auch schneeeunabhängige, Ansätze. Die Vertreter Westfalen-Lippes (+0,8 Prozent) lagen im Mittelfeld des Dynamikrankings aller deutschen Mittelgebirgsregionen.

**Destinationstypen in Deutschland: Gewerbliche Übernachtungen 2015 ggü. Vorjahreszeitraum (Betriebe ≥ 10 Schlafgelegenheiten)**



Quelle: dwif 2016, Daten Statistisches Bundesamt und Landesämter

**Betriebswirtschaftliche Kennzahlen im Blickpunkt: Innenfinanzierungskraft im Beherbergungsgewerbe steigt**

Die Cash-Flow Rate gilt als wichtiger Indikator für die Innenfinanzierungskraft: Bei steigendem Cash-Flow stehen den Betrieben mehr finanzielle Mittel für unternehmerische Entscheidungen zur Verfügung. Dies ist insbesondere im Gastgewerbe, aufgrund häufig geringerer Eigenkapitalquoten bei Investitionen sowie relativ überschaubarer Gewinnmargen in der Vergangenheit von Bedeutung.

In Westfalen-Lippe entwickelte sich die Cash-Flow-Rate der Betriebe je nach Teilbranche in unterschiedlichen Richtungen. Das Beherbergungsgewerbe dürfte nachhaltig von der Mehrwertsteuersenkung profitieren und legte auch in Relation zu den weiteren Barometer-Bundesländern überdurchschnittlich zu. Im Vergleich zum Vorjahr stieg die Cash-Flow-Rate um 1,6 Prozentpunkte. Damit lag das Beherbergungsgewerbe zuletzt auch deutlich über dem deutschlandweiten Niveau. Entscheidend für den künftigen Erfolg ist nun, wie die Beherbergungsbetriebe die zusätzlichen Mittel einsetzen. Für manche dürfte die Beseitigung von Instandhaltungsstaus an erster Stelle stehen. Zudem sollten aber auch notwendige Investitionen in das Personal (Weiterbildung, Gehaltsanpassung etc.), in die Qualität (Prozessoptimierung, Zertifizierung etc.) oder in das Marketing (Homepage, Online-Vertriebswege, Kundenbindung etc.) geprüft werden. Die Investitionshöhe und -art muss jeder Betrieb durch eine vorangestellte Bestandsaufnahme/Betriebsanalyse bestimmen.

Die westfälisch-lippische Gastronomie konnte sich nicht der positiven Entwicklung des Beherbergungsgewerbes anschließen. Während bundesweit die Innenfinanzierungskraft weitgehend konstant blieb, sank diese in Westfalen-Lippe um 2,7 Prozentpunkte. Für eine weitere Erhöhung der Cash-Flow-Rate müssten die Gastronomiebetriebe ihre Preise anheben oder die Produktivität verbessern, z. B. indem Öffnungszeiten angepasst, die Kapazitäten besser ausgelastet oder das Personal effizienter eingesetzt werden. Häufig ist dies nur unter veränderten Rahmenbedingungen wie einem neuen Konzept, einer neuen Zielgruppenansprache, neuer Speisekarte etc. möglich. Ausgangspunkt für Preis- und/oder Produktivitätssteigerungen ist ebenfalls eine Prüfung betriebsinterner Stärken/Schwächen sowie externer Rahmenbedingungen am Markt bzw. Standort.

**Vorjahresvergleich der Cash-Flow-Rate im Gastgewerbe**

	2013		2014	
	Beherbergung	Gastro-nomie	Beherbergung	Gastro-nomie
<b>Westfa-len-Lippe</b>	15,1	15,0	16,7	12,3
<b>Deutsch-land</b>	15,1	13,6	15,1	13,5

Quelle: dwif 2016, Sonderauswertung EBIL-Daten

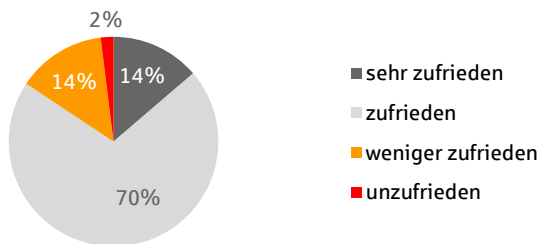
## Stimmungsumfrage bei westfälisch-lippischen Touristikern

Dreimal jährlich findet die Online-Stimmungsumfrage der örtlichen und regionalen Touristiker in Westfalen-Lippe statt. Der Schwerpunkt liegt seit 2015 stärker auf den Strukturen und den aktuellen Herausforderungen der Tourismusorganisationen selbst. Die Beteiligung an der Umfrage im Februar 2016 lag bei 65 Prozent (53 von 81 Befragten).

### Stimmung der Touristiker besser als im Vorjahr

Die Stimmung der westfälisch-lippischen Touristiker in Bezug auf das Tourismusjahr 2015 ist überwiegend positiv und fällt im Vergleich zum Vorjahr etwas besser aus. Insbesondere der Anteil negativer Stimmen war wieder deutlich geringer (11 Prozentpunkte) als 2014.

### Zufriedenheit der westfälisch-lippischen Touristiker mit dem Tourismusjahr 2015



Quelle: dwif 2016, Stimmungsumfrage

Positive Einschätzungen standen häufig in Zusammenhang mit Zuwächsen an Tages- und Übernachtungsgästen, aber auch der Erreichung wichtiger Meilensteine bei der Weiterentwicklung der touristischen Infrastruktur oder auch Imageverbesserungen. Die

Gründe für negative Beurteilung sind sehr unterschiedlich: Neben einem rückläufigen oder stagnierenden Übernachtungsaufkommen sorgte stellenweise die Schließung von Beherbergungsbetrieben für eingeschränkte Kapazitäten. Auch unbefriedigende interne Organisationsabläufe erschwerten die Arbeit.

### Die Herausforderungen für die Touristiker 2016

Die gilt auch für die Zukunft: Für eine professionelle Arbeit der Touristiker sind die organisatorischen und strukturellen Rahmenbedingungen elementar. Jeweils rund ein Viertel der Akteure befand die Budget- und Personalsituation im Jahr 2015 als „schlecht“. Für die meisten dieser Organisationen wird sich an den Rahmenbedingungen auch 2016 kaum etwas ändern. Stellenweise ist sogar eine weitere Verschärfung zu erwarten – und das alles bei gestiegenen Anforderungen an Qualität und Quantität des Aufgabenspektrums.

Bei den wichtigsten Arbeitsfeldern der Touristiker gab es leichte Verschiebungen: Im Vorjahr hatte sich die Mehrheit (50 %) vorgenommen, das Thema Innenmarketing weiter voranzubringen. 2016 ist dieser Anteil um rund 10 Prozentpunkte gesunken und damit ungefähr gleichauf mit den Themen Produktentwicklung und Außenmarketing, deren Bedeutung stabil geblieben ist.

## Freizeitwirtschaft Westfalen-Lippe: Die touristischen Wetterstationen

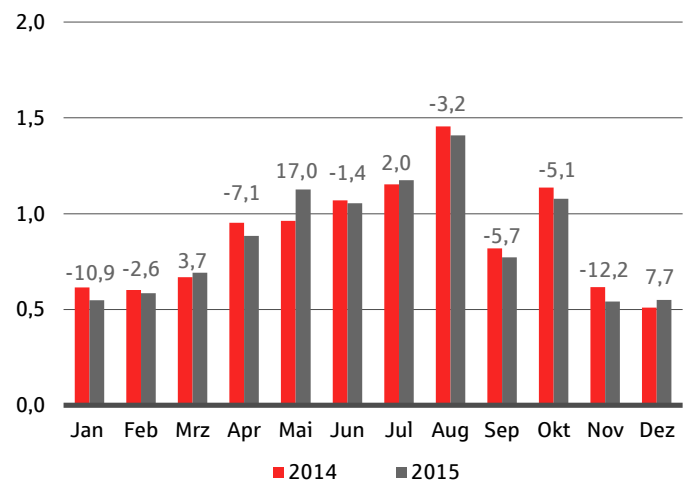
Ein wichtiger Indikator für die Nachfrageentwicklung im Tourismus sind die Besucherzahlen tourismusrelevanter Einrichtungen und Angebote der Freizeitwirtschaft, der sogenannten „touristischen Wetterstationen“. Dies sind zum Beispiel Erlebnisbäder, Museen/Ausstellungen, Naturinfozentren, Zoos, Ausflugsschiffe/Fähren,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

### Januar bis Dezember 2015: -1,3 Prozent (3. Tertial: -4,5 Prozent) – Schwacher Jahresausklang sorgt für negatives Vorzeichen

Ende August bestanden für die westfälisch-lippischen Freizeit- und Kultureinrichtungen noch berechtigte Hoffnungen auf eine positive Jahresbilanz. Leider war das letzte Jahresdrittel mit empfindlichen Einbußen verbunden, weshalb das Gesamtergebnis für 2015 (-1,3 Prozent) schließlich doch noch negativ ausfiel. Einrichtungen mit Besucherrückgängen waren dementsprechend insgesamt leicht in der Überzahl (52,6 Prozent).

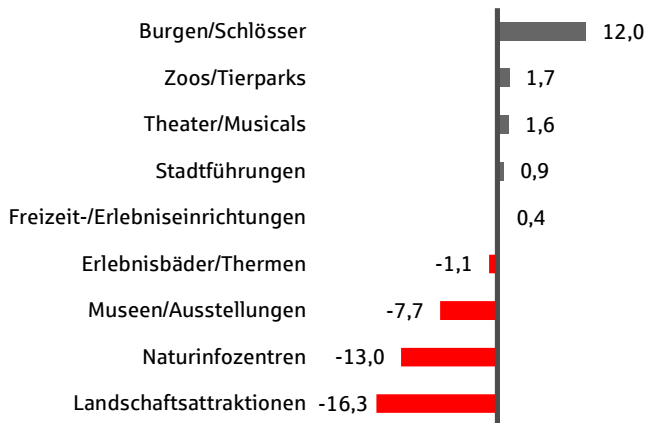
In acht von zwölf Monaten 2015 rutschte die Besucherbilanz in die Minuszone. Prozentual und auch absolut gesehen gingen im November (-12,2 Prozent) die meisten Besucher verloren. Gleich mehrere Kategorien kämpften in dieser Zeit mit hohen Einbußen. Überdurchschnittliche Zuwächse im Mai (+17,0 Prozent) setzten dagegen positive Impulse. Die stärkere Konzentration von Feiertagen auf diesen Monat im Jahr 2015 war sicherlich entscheidend für die hohe Dynamik. 2014 fielen die Pfingstfeiertage in den Juni.

### Monatsverlauf Januar bis Dezember 2015 ggü. 2014 (Besucherzahlen in Millionen)



Quelle: dwif 2016, Daten Touristische Wetterstationen

## Besucherzahlen Januar bis Dezember 2015 im Vergleich zu 2014 (in Prozent)



Quelle: dwif 2016, Daten Touristische Wetterstationen

### Burgen/Schlösser: +12,0 Prozent



#### Erfolgsstory hält an! (3. Terial 2015: -14,0 Prozent)

Trotz vergleichsweise hoher Verluste im letzten Jahresdrittel war ein positives Ergebnis der Burgen/Schlösser für 2015 nie in Gefahr. Zuvor wurde im Zeitraum Januar bis einschließlich Juli ein dickes Polster aufgebaut. Dieses konnte die Verluste ab August bis zum Jahresende problemlos kompensieren. Mit dem Besucheranstieg in Höhe von 12,0 Prozent wurde das Rekordergebnis aus 2014 nochmals deutlich übertroffen. Genau wie im Vorjahr spielten Sondereffekte eine wichtige Rolle. So blieb das Besucherinteresse für das UNESCO-Weltkulturerbe Schloss Corvey ungebrochen, zog sogar nochmals an. Zudem wirkten sich insgesamt mehr Betriebstage (nach Sanierungsmaßnahmen im Vorjahr) positiv auf die Bilanz aus.

### Zoos/Tierparks: +1,7 Prozent



#### Schade! (3. Terial 2015: -6,3 Prozent)

Bis Ende August sah es für die westfälisch-lippischen Zoos/Tierparks gut aus. Die Besucherzahlen lagen einige Prozentpunkte über dem Vorjahresniveau. Das letzte Jahresdrittel setzte der Gesamtbilanz jedoch kräftig zu. Am Ende belief sich der Nachfrageanstieg für 2015 nur noch auf 1,7 Prozent. Auch wenn die Bilanz gerade noch positiv ausfiel, überwiegen die Negativmeldungen: Zwei Drittel aller Anbieter verkauften 2015 weniger Eintrittskarten als im Vorjahr, das allerdings auch vergleichsweise nachfragestark gewesen war.

### Theater/Musicals: +1,6 Prozent



#### Endspurt! (2. Terial 2015: +3,4 Prozent)

Die Theater/Musicals gehören zu den wenigen Kategorien, denen im letzten Jahresdrittel ein Besucherplus gelang. Unter dem Strich bezifferte sich der Nachfrageanstieg 2015 auf 1,6 Prozent. Zwar lagen die Ticketverkäufe in den meisten Monaten über den Vorjahreswerten, dennoch schmerzten die Verluste im Zeitraum Juli bis September (-6,1 Prozent). Insgesamt gestaltete sich das Verhältnis zwischen Gewinnern und Verlierern ausgeglichen. Ausschlaggebend für das Besucherplus waren die Zuwächse einzelner Anbieter aus dem klassischen Theater- und dem Musicalbereich, weniger die Freilichtbühnen.

### Stadtführungen: +0,9 Prozent



#### Knapp gerettet! (3. Terial 2015: -2,5 Prozent)

Zum Jahresende geriet die Bilanz der Stadtführungen nochmal ins Wanken. Die Monate September bis November schlossen durchweg mit einem negativen Vorzeichen ab. Am Ende reichte es noch knapp für eine positive Bilanz im Jahr 2015. Zu verdanken war dies auch den überdurchschnittlich hohen Zuwächsen im Juni (+9,7 Prozent) und August (+8,2 Prozent). Insgesamt waren die Gewinner in dieser Kategorie nur leicht in der Überzahl. Einzelne Städte stachen positiv heraus. Sie profitierten beispielsweise von einem steigenden Bekanntheitsgrad. Auch Verbesserungen in der Angebotsqualität sorgten stellenweise für eine gesteigerte Nachfrage.

### Freizeit-/Erlebniseinrichtungen: +0,4 Prozent



#### Schwarze Null! (3. Terial 2015: -4,6 Prozent)

Die schwarze Null im Jahr 2015 täuscht auf den ersten Blick darüber hinweg, dass die Freizeit-/Erlebniseinrichtungen damit das überaus starke Vorjahr nochmals bestätigen konnten. Insofern ist das Ergebnis durchaus positiv zu werten. Dabei hielten sich Gewinner und Verlierer insgesamt die Waage. Besonderheit: Das positive Vorzeichen ist allein den Zuwächsen in den Monaten März (+52,7 Prozent) und Mai (+38,7 Prozent) zu verdanken.

### Erlebnisbäder/Thermen: -1,1 Prozent



#### Knapp unter Wasser! (3. Terial 2015: +1,2 Prozent)

Der leichte Aufschwung im letzten Jahresdrittel reichten leider nicht, um eine negative Jahresbilanz der Erlebnisbäder und Thermen abzuwenden. Ausschlaggebend für die Negativentwicklung war das erste Halbjahr mit Besuchereinbußen von rund 6 Prozent. Immerhin sorgten die deutlichen Zuwächse im Juli (+14,1 Prozent) für eine gewisse Schadensminimierung. Auch der Nachfrageanstieg im Dezember (+10,3 Prozent) leistete seinen Beitrag. Etwas mehr als die Hälfte der Bäder verpasste das Besucherniveau des Vorjahres. Unter den Gewinnern fanden sich vielfach reine Freibäder, die von den heißen Temperaturen in den Hochsommermonaten profitierten.

**Museen/Ausstellungen: -7,7 Prozent****Rekordtief! (3. Tertial 2015: -15,3 Prozent)**

Umbaumaßnahmen, nachlassendes Interesse an längerfristigen Sonderausstellungen, heißes Wetter in den Sommermonaten ... die Museen/Ausstellungen hatten es 2015 nicht leicht. Am Ende wurde das ohnehin schon schwache Vorjahresergebnis nochmals um 7,7 Prozent unterboten. Dabei sah es zunächst nach einem soliden Trend aus: Im ersten Halbjahr bewegte sich die Nachfrage sogar leicht über dem Vorjahr. Ab Juli brachen die Besucherzahlen jedoch regelrecht ein. Unter dem Strich fanden sich etwas mehr als die Hälfte der Museen auf der Verliererseite wieder – darunter auch größere Häuser, die aufgrund von Sondereffekten überdurchschnittlich hohe Verluste verzeichneten und entsprechend negativen Einfluss auf die Gesamtbilanz ausübten. Fazit 2015: Rekordtief der letzten sechs Jahre.

**Naturinfocentren: -13,0 Prozent****Messlatte lag hoch! (3. Tertial 2015: -17,5 Prozent)**

Auch die beteiligten Naturinfocentren blicken auf ein schwieriges Jahr zurück. In den meisten Monaten lag die Nachfrage unter dem Vorjahr. Überwiegend fielen die Verluste sogar zweistellig aus. Besucherzuwächse einzelner Anbieter fielen lediglich moderat aus und stellten die absolute Ausnahme dar.

**Landschaftsattraktionen: -16,3 Prozent****Fast alle Monate mit negativer Bilanz!****(3. Tertial 2015: -29,7 Prozent)**

Nur zwei Monate (März und Dezember) mit positiven Vorzeichen reichten nicht: Nach einem starken Vorjahr rutschten die Besucherzahlen der Landschaftsattraktionen 2015 wieder deutlich in die Minuszone. Diese Entwicklung ist bezeichnend für die letzten Jahre. Zuwächse und Rückgänge waren in einem fortlaufenden Wechsel und glichen einer Berg- und Talfahrt. Bei dem Ergebnis 2015 spielten zwar auch Baumaßnahmen einzelner Anlagen eine Rolle, dennoch verfehlten durchweg alle Anbieter das Besucherniveau des Vorjahres – sicherlich auch eine Folge der für Landschaftsattraktionen ungünstigeren Witterungsbedingungen, gerade auch zum Saisonsauftakt 2015.

**Zeitraum Januar bis Dezember 2015 im Überblick**

Gesamtergebnis für Westfalen-Lippe: -1,3 Prozent

Verhältnis Gewinner/Verlierer: 47,4 Prozent / 52,6 Prozent

Wichtige Einflussfaktoren:

- ungünstigere Witterungsbedingungen während der Osterferien
- zum Teil tropische Temperaturen im Juli und August
- Vereinzelt sehr hohes Ausgangsniveau aus 2014 aufgrund von Sondereffekten (Investitionen, Angebotserweiterungen, Auszeichnungen)
- Schwacher Jahresausklang mit hohen Verlusten vor allem im November

**Weitere Kategorien**

Die Ergebnisse einiger Kategorien können aus Datenschutzgründen derzeit nicht separat ausgewiesen werden. Nur so viel: Das Ergebnis der Denkmäler / historischen Bauwerke fiel nach einem starken Vorjahr negativ aus. Deutliche Zuwächse erzielten die Kirchen, die sich dank Sonderausstellungen und gutem Zuspruch bei Veranstaltungen großer Beliebtheit erfreuten.

**Besucherentwicklung Januar bis Dezember 2015****nach ausgewählten Bundesländern/Regionen**

↗ Sachsen-Anhalt:	+2,0 Prozent
⇒ Niedersachsen:	+0,6 Prozent
⇒ Mecklenburg-Vorpommern:	+0,5 Prozent
⇒ Brandenburg:	-0,2 Prozent
↘ Westfalen-Lippe:	-1,3 Prozent
↘ Thüringen:	-3,7 Prozent
↘ Sachsen:	-6,0 Prozent

Wie bereits im Vorjahr besetzte Sachsen-Anhalt auch 2015 die Position an der Spitze der erfassten Bundesländer/Regionen. Eine wichtige Rolle spielte hierbei die Buga in Havelberg, die für positive Impulse sorgte. Auch die Landesausstellung „Cranach der Jüngere 2015“ setzte Akzente. Westfalen-Lippe bewegte sich im Länder-/Regionsvergleich 2015 im unteren Mittelfeld – die Einbußen lagen etwas über dem Durchschnitt des Gesamtmarktes. Die höchsten Verluste fuhr jedoch Sachsen ein. Das Land kämpfte gleich mit mehreren negativen Einflussfaktoren. Neben Niedrigwasser im August (Ausflugsschiffe) kam der Wegfall mehrerer großer Sonderausstellungen beim Segment Burgen/Schlösser hinzu.

**Sparkassen-Tourismusbarometer Westfalen-Lippe – Ihre Ansprechpartner:**

Infobrief:	dwif-Consulting GmbH	Auftraggeber:	Sparkassenverband Westfalen-Lippe
	Karsten Heinsohn		Nina Ostermann
	030/757 949 – 30		0251/2104 – 119
	k.heinsohn@dwif.de		n.ostermann@svwl.eu
	www.dwif.de		www.svwl.eu
			www.s-tourismusbarometer-wl.eu