

Sparkassen-Tourismusbarometer Westfalen-Lippe

Zwischenbericht 3|2014

Tourismusjahr 2014: Leichtes Wachstum in Westfalen-Lippe

Westfalen-Lippe verliert Marktanteile

Wie bereits im Vorjahr legte der Tourismus in Westfalen-Lippe 2014 mit einem Plus von 1,1 Prozent bei den Übernachtungen leicht zu (+254.000 auf 24.330.275). Damit blieb Westfalen-Lippe hinter dem Landesdurchschnitt von +3,9 Prozent zurück. Nordrhein-Westfalen war im Bundesvergleich hinter Schleswig-Holstein und Sachsen-Anhalt (Nachholeffekte des Hochwassers 2013) drittbestes Flächenbundesland. Neben NRW liegt auch der Deutschland-Tourismus weiter auf Rekordkurs. Zwar wächst auch der Tourismus in Westfalen-Lippe weiter, die Region verliert allerdings leicht Marktanteile.

Ruhrgebiet mit größter Dynamik

Die fünf Reisegebiete in Westfalen-Lippe entwickelten sich 2014 in einer vergleichsweise engen Spanne. Die Region Siegerland-Wittgenstein konnte den Wachstumskurs des Vorjahres nicht bestätigen und rutschte mit -1,4 Prozent zurück in die Minuszone (-11.000 auf 813.046 Übernachtungen). In erster Linie lag dies an dem Übernachtungsrückgang in den Vorsorge- und Rehakliniken. Ohne diesen Effekt hätte die kleinste westfälisch-lippische Reiseregion ein leichtes Plus von 0,4 Prozent verbucht. Das Münsterland (+18.000 auf 3.557.555) und das Sauerland (inkl. Willingen; +12.000 auf 7.170.945) erreichten ein moderates Übernachtungswachstum. Im Teutoburger Wald fand eine Marktkonsolidierung statt: Trotz rückläufiger Kapazitäten (Schlafgelegenheiten: -2,2 Prozent) stiegen die Übernachtungszahlen (+81.000 auf 6.596.615). Eine starke Hotellerie kurbelte die Tourismusentwicklung im Ruhrgebiet an. 6.192.144 Übernachtungen, 156.000 mehr als 2013 wurden zum Jahresende gezählt. Damit erhöhte das Ruhrgebiet seinen Marktanteil auf 25,5 Prozent und schließt Schritt für Schritt zum Teutoburger Wald (27,1

Prozent) und zum Sauerland (29,5 Prozent) auf. Ohne Berücksichtigung der Kliniken wäre das Ruhrgebiet bereits Marktführer in Westfalen-Lippe.

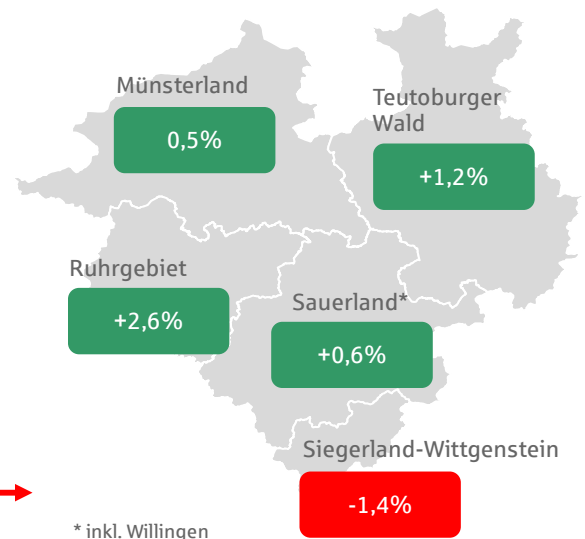
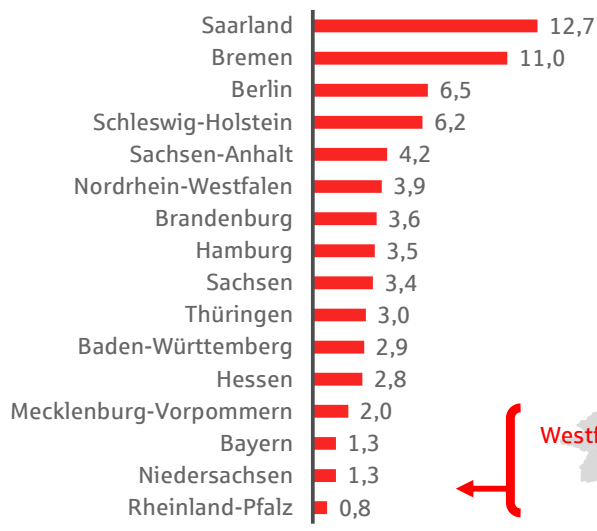
Der Tourismus in Westfalen-Lippe 2014:

- ⇒ Incoming-Tourismus mit verhaltener Dynamik
- ⇒ Neue Impulse für die Mittelgebirge, Städte bleiben stark
- ⇒ Tourismusorganisationen richten den Blick verstärkt nach innen
- ⇒ Freizeit- und Kultureinrichtungen auch 2014 im Plus

Auslandsmärkte mit Potenzial für die Zukunft

Der Auslandsanteil bei den Übernachtungen in Westfalen-Lippe insgesamt lag stabil bei 14 bis 15 Prozent. Auf regionaler Ebene erreichte das Münsterland dank einer starken Nachfrage aus Osteuropa die beste Entwicklung (+8,2 Prozent auf 378.075 Übernachtungen). Im Teutoburger Wald gab es mit 582.000 (+11.000) ausländischen Übernachtungen kaum Veränderungen (Marktanteil: 8 bis 9 Prozent), jedoch blieben ausländische Gäste zunehmend länger in der Region (2010: 2,4 Tage, 2014: 2,7 Tage). Im Ruhrgebiet stieg die Nachfrage aus dem Ausland erneut an (+40.000 auf 1.070.373). Bei Gästen aus den außereuropäischen Märkten waren die Städte des Ruhrgebietes besonders beliebt (Marktanteil von 55,7 Prozent an Westfalen-Lippe insgesamt). Im Sauerland, dem Marktführer im Incoming-Geschäft, gingen die Übernachtungszahlen wie im Vorjahr um weitere 5,0 Prozent zurück (-72.000 auf 1.346.171), insbesondere aufgrund der fehlenden Nachfrage aus den wichtigen Quellmärkten Niederlande und Belgien. Im Siegerland-Wittgenstein nahm der Incoming-Tourismus gegen den Trend zu (+2.000 auf 114.127). In nur drei Jahren stieg der Auslandsanteil hier um 50 Prozent an.

Gewerbliche Übernachtungen 2014 ggü. Vorjahr (Betriebe ≥ 10 Schlafgelegenheiten)

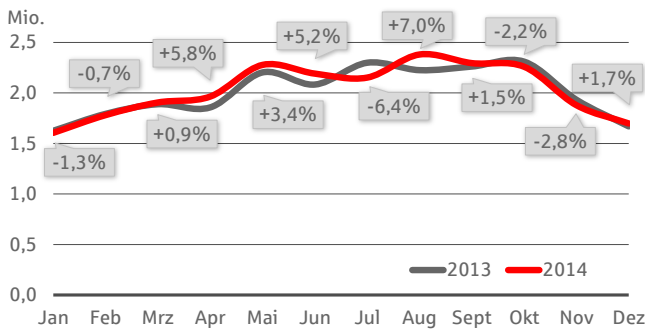


Bedeutender wird die internationale Gästeklientel auch für das Segment der Vorsorge- und Rehakliniken: Je nach Region stieg ihre Zahl in Westfalen-Lippe – noch auf einem relativ geringen Niveau – um bis zu 375 Prozent an. Der Grund hierfür liegt in einem EU-Gesetz, dass seit 2013 EU-weit die freie Arztwahl erlaubt. Viele osteuropäische, aber auch britische, spanische und arabische Gäste nutzen diese Chance und lassen sich in Deutschland behandeln. Im Teutoburger Wald etwa machen Gäste aus den arabischen Golfstaaten über ein Drittel aller nicht-europäischen Übernachtungen aus.

Schwierige Wintermonate drücken das Jahresergebnis

Im Jahresverlauf machten den Touristikern vor allem der Monat Juli und der Herbst insgesamt zu schaffen. Im Jahr 2013 fielen diese Monate noch durch ein starkes Wachstum auf, 2014 lagen sie wieder auf dem Niveau von 2012. In den Wintertourismusregionen wirkte zudem der Jahresbeginn mit ungünstigen Witterungsverhältnissen nach.

Westfalen-Lippe: Monatliche gewerbliche Übernachtungen 2014 ggü. Vorjahr (Betriebe ≥ 10 Schlafgelegenheiten)



Quelle: dwif 2015, Daten Statistisches Bundesamt und IT.NRW

Vorjahresvergleich betriebswirtschaftlicher Kennziffern: Gewinnmarge verringert sich

Die Umsatzrendite gilt als Indikator für die Wettbewerbsintensität: In Branchen mit geringem Wettbewerb können in der Regel einfacher hohe Preise durchgesetzt werden, was zu höheren Gewinnmargen führt. Das Gastgewerbe ist dagegen traditionell von hoher Konkurrenz geprägt und die Gewinnmargen sind verhältnismäßig niedrig.

In Westfalen-Lippe sind, wie im gesamten Bundesgebiet, sinkende Umsatzrenditen zu beobachten. Im Beherbergungsbereich könnte dies darauf hindeuten, dass der Steigerungseffekt durch die Mehrwertsteuersenkung aufgebraucht ist. Zur langfristigen Erhöhung der Umsatzrendite müssen die Betriebe ihre Produktivität verbessern, z.B. indem Kapazitäten besser ausgelastet und das Personal effizienter eingesetzt wird.

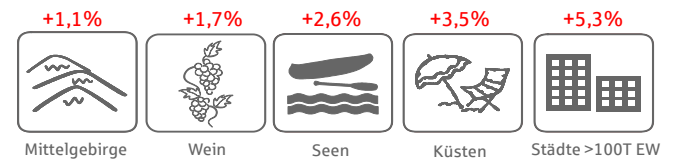
Betriebe mit geringer Umsatzrendite können trotzdem erfolgreich sein. Voraussetzung ist, dass der Kapitalumschlag entsprechend hoch ist. Betriebe können also einer Mengen- oder eine Premium-

Im Münsterland waren vier der sechs Monate im volumenstarken Sommerhalbjahr rückläufig. Das Ruhrgebiet zeigte eine sehr wechselhafte Entwicklung. Während die Übernachtungen im Oktober und Juli um 7,0 bzw. 10,6 Prozent zurückgingen, verzeichneten die Monate Februar, August und Oktober zweistellige Wachstumswahlen. Klassische Monate für den Geschäftstourismus wie die Monate Mai, Juni oder September bieten ebenfalls noch Potenzial.

Städte vorneweg, Mittelgebirge nach Zwischenhoch wieder hinten

Die Städte blieben hochdynamisch und erfreuten sich bundesweit steigender Nachfrage, so auch in Westfalen-Lippe. Die Küsten konnten trotz des schwierigen Monats Juli ihren zweiten Platz verteidigen. Die Mittelgebirge verlieren weiter Marktanteile. Sie zeigen bis auf drei Ausnahmen, in denen lediglich nach besonders starken Rückgängen 2013 wieder das vorherige Niveau erreicht wird, eine unterdurchschnittliche Entwicklung zwischen +2,9 und -3,8 Prozent. Insgesamt verzeichnen 7 von 18 deutschen Mittelgebirgen Rückgänge in den Übernachtungszahlen. Die Mittelgebirge in Westfalen-Lippe bewegen sich mit +0,6 Prozent im Mittelfeld auf vergleichbarem Niveau mit dem Schwarzwald.

Destinationstypen in Deutschland: Gewerbliche Übernachtungen 2014 ggü. Vorjahr (Betriebe ≥ 10 Schlafgelegenheiten)



Quelle: dwif 2015, Daten Statistisches Bundesamt und Landesämter

strategie folgen. Ein Beispiel aus der Gastronomie: Restaurants mit Sterneküche, in denen die Kunden mehrere Stunden verweilen, weisen zwar durch hohe Preise einen hohen Warenertrag je Gedeck aus. Die Belegungshäufigkeit der Sitzplätze ist aber gering. In der preisgünstigen Systemgastronomie ist der Warenertrag je Gedeck wiederum geringer, dafür sind die Sitzplätze aber deutlich häufiger belegt.

Vorjahresvergleich der Umsatzrendite im Gastgewerbe

	2012		2013	
	Beherbergung	Gastronomie	Beherbergung	Gastronomie
Westfalen-Lippe	8,2	11,0	8,1	9,9
Deutschland	8,3	10,0	7,8	9,1

Quelle: dwif 2015, 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 ab 2015 stärker auf den Strukturen und den aktuellen Herausforderungen der Tourismusorganisationen selbst. Die Beteiligung an der Umfrage im Januar 2015 lag bei 61 Prozent (50 von 82 Befragten).

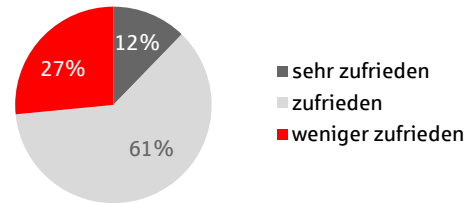
Mehr als ein Viertel der Touristiker äußert sich kritisch über das Tourismusjahr 2014

Die Einschätzungen zum Tourismusjahr 2014 zeigten sich differenziert. Rund drei Viertel der Touristiker waren mit der touristischen Entwicklung im abgelaufenen Jahr „zufrieden“ bis „sehr zufrieden“. Dennoch ist der Anteil kritischer Stimmen (27 Prozent), auch im Vergleich mit anderen Bundesländern, relativ hoch. Genauere Gründe ließen sich aus den Ergebnissen noch nicht ableiten – auch nicht, ob dies mit geringeren Tages- und Übernachtungsgästen einherging, oder ob man sich einfach ein stärkeres Wachstum erhofft hatte.

Innere Strukturen optimieren, Tourismusakteure vernetzen

Befragt nach den derzeit größten Herausforderungen in den Orten und Regionen sind sich die Touristiker weitestgehend einig. Das Thema Organisation und Finanzierung steht ganz oben auf der Agenda. Vor allem die Frage nach der Schaffung wettbewerbsfähiger Strukturen angesichts der angespannten Haushaltslage vieler Kommunen rückt in den Mittelpunkt. Ein weiteres wichtiges Feld stellt vielerorts die Sicherstellung und Weiterentwicklung der Qualität der Infrastruktur dar. Handlungsbedarf sehen die Touristiker auch in der Bewusstseinsstärkung für den Tourismus bei Politik, Verwaltung und Bevölkerung. Im Bundesländervergleich haben in Westfalen-Lippe gerade die Strukturfragen und das Innenmarketing einen höheren Stellenwert.

Zufriedenheit der westfälisch-lippischen Touristiker mit dem abgelaufenen Jahr 2014 (in Prozent)



Quelle: dwif 2015, Stimmungsumfrage

Aktuelle Herausforderungen der Touristiker (Top 3)



Quelle: dwif 2015, 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, Naturinfocentren, Zoos, Ausflugsschiffe/Fähren, Schlösser/Burgen, Theater/Musicals, Freizeit-/Erlebniseinrichtungen, Stadtführungen etc.

Aktueller Wetterbericht Januar bis Dezember 2014: +1,7 Prozent Frühjahr entscheidet über das Vorzeichen 2014

Der Jahresausklang brachte für die westfälisch-lippische Freizeitwirtschaft keine großen Überraschungen mit sich. Die Besucherzahlen im Zeitraum September bis Dezember bewegten sich um 0,6 Prozent unter dem Vorjahresniveau. Zunächst deuteten alle Zeichen auf ein solides Wachstum hin, denn die Monate September bis November schlossen durchweg mit einem positiven Vorzeichen ab. Offenbar begünstigte das milde Herbstwetter die Besucherentwicklung. Leider ging dieser Vorsprung im Dezember vollständig verloren. Zwar waren fast alle Kategorien in diesem Monat von Rückgängen betroffen, doch schlugen die Verluste im Bereich der Museen/Ausstellungen und Theater/Musicals besonders stark durch.

Für das Gesamtjahr 2014 belief sich das Besucherplus dennoch auf 1,7 Prozent. Dies war vor allem einem überaus guten Saisonauftakt zu verdanken. Eine Schlüsselrolle spielte der April mit +19,1 Prozent (Osterferien).

Monatsverlauf 2014 ggü. 2013

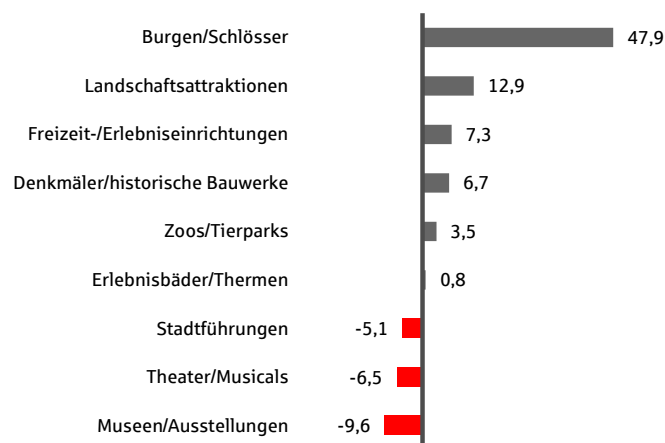
Monat	Veränderung 2014 ggü. 2013
Januar	+16,0%
Februar	+19,9%
März	-3,4%
April	+19,9%
Mai	-10,6%
Juni	+8,4%
Juli	-11,6%
August	+2,0%
September	+1,2%
Oktober	+7,2%
November	+1,8%
Dezember	-19,1%
gesamt	+1,7%

Quelle: dwif 2015, Daten Touristische Wetterstationen

Neben hohen Einbußen im Dezember erhielt die Besucherentwicklung auch im Juli einen starken Dämpfer (-11,6 Prozent). Ein Einflussfaktor könnte die Fußball-WM in Brasilien gewesen sein. Möglicherweise hatten die erfassten Freizeiteinrichtungen hier das Nachsehen, weil sich viele Freizeitaktivitäten auf das (gemeinsame) Fußball-Erlebnis konzentrierten.

Zwischen den einzelnen Angebotskategorien gab es jedoch große Unterschiede. Fast immer waren Sondereffekte die Gründe für starke Sprünge im Vergleich zum Vorjahr (positiv wie negativ).

Besucherzahlen Januar bis Dezember 2014 im Vergleich zu 2013 (in Prozent)



Quelle: dwif 2015, Daten Touristische Wetterstationen

Burgen/Schlösser: +47,9 Prozent



Besser geht's nicht!

Nach einem schwachen Vorjahr katapultierten sich Burgen/Schlösser an die Spitze der Wetterstationskategorien. Zu dem deutlichen Plus leistete auch das letzte Jahresdrittel (+74,6 Prozent) nochmals einen großen Beitrag. Entscheidend für die hohe Dynamik waren vor allem Investitionen in das Angebot. Außerdem sorgte die Auszeichnung zum UNESCO-Weltkulturerbe von Schloss Corvey für viel Aufmerksamkeit. Insgesamt vermeldeten fast alle Burgen/Schlösser steigende Besucherzahlen gegenüber 2013. In einigen der wenigen Häuser mit Besucherrückgängen war dies auf geringere Betriebszeiten in Folge sanierungsbedingter Schließungen zurückzuführen. Hier ist allerdings schon 2015 wieder mit positiven Impulsen zu rechnen.

Landschaftsattraktionen: +12,9 Prozent



Vom Schlusslicht zum großen Gewinner!

Nach einem schwachen Vorjahr mit der höchsten Verlustrate unter allen Wetterstationskategorien ging es für die Landschaftsattraktionen wieder bergauf. Erfreulich: Zu diesem Ergebnis leisteten ausnahmslos alle erfassten Parks, Gärten etc. ihren Beitrag und fast alle Monate wiesen positive Veränderungsdaten auf. Nicht selten fielen die Steigerungen sogar zweistellig aus. In Bezug auf die größten absoluten Besucherzuwächse stachen vor allem die Monate April (67,1 Prozent) und Oktober (47,5 Prozent) positiv hervor.

Freizeit-/Erlebniseinrichtungen: +7,3 Prozent



Positive Bilanz trotz schwacher Sommermonate!

Wenngleich die Gewinner nur eine knappe Mehrheit bildeten, sprang für die Kategorie der Freizeit-/Erlebniseinrichtungen 2014 ein deutliches Besucherplus heraus. Neue Attraktionen, Kooperationen und Veranstaltungen sorgten für Belebung. Die Vorzeichen in den Sommermonaten Juli bis September fielen zwar durchweg negativ aus. Aufgrund sehr guter Ergebnisse im April (+77,3 Prozent), im Juni (+34,2 Prozent) und im Oktober (+13,6 Prozent) war eine positive Jahresbilanz jedoch nicht in Gefahr.

Denkmäler / historische Bauwerke: +6,7 Prozent



Deutliches Plus unter erschwerten Bedingungen

Obwohl einzelne Denkmäler und historische Bauwerke wegen Baumaßnahmen vorübergehend geschlossen waren, machte sich dies beim Jahresergebnis kaum bemerkbar. Mit 6,7 Prozent mehr Besuchern als 2013 wurde sogar ein deutliches Plus erzielt, denn die meisten Häuser erfreuten sich einer großen Beliebtheit. Die Zuwächse kamen überwiegend aus der Vor- und Nachsaison, wohingegen die Sommermonate Mai bis September eher schwach verliefen.

Zoos/Tierparks: +3,5 Prozent



Solides Plus!

Trotz sehr schwacher Sommermonate blicken die Zoos/Tierparks insgesamt auf ein gutes Jahr mit soliden Zuwächsen zurück. Großen Anteil an der positiven Jahresbilanz hatte der überaus gute Saisonauftakt. Aber auch im letzten Jahresdrittel lagen die Besucherzahlen ein gutes Stück über dem Vorjahreswert (+9,6 Prozent). Fast alle Zoos/Tierparks meldeten steigende Besucherzahlen gegenüber 2013. Nur in Einzelfällen kam es zu moderaten Rückgängen.

Erlebnisbäder/Thermen: +0,8 Prozent



Knapp über Wasser!

Das letzte Jahresdrittel hatte so gut wie keine Auswirkungen mehr auf das Gesamtergebnis der Erlebnisbäder und Thermen 2014. Die Besucherzahlen bewegten sich in den letzten vier Monaten in etwa auf Vorjahresniveau. Unter dem Strich wies die Bilanz für 2014 ein leicht positives Ergebnis aus. Unterschiede ergaben sich vor allem in der Ausrichtung der Bäder. Reine Freibäder kämpften aufgrund der ungünstigen Witterungsbedingungen in den Sommermonaten eher mit Besuchereinbußen. Unter den Gewinnern befanden sich größtenteils Betriebe mit Schwerpunkt auf dem Indoor-Bereich. Da diese typischerweise größere Besuchervolumina aufweisen, wirkten sie stabilisierend auf das Jahresergebnis.

Stadtführungen: -5,1 Prozent



Nachfrageeinbußen ab Juni!

Für die Stadtführungen war das Jahr zweigeteilt. Auf stetige Steigerungen bis einschließlich des Monats Mai folgte ab Juni ein Negativtrend. Das Vorzeichen fast aller folgenden Monate fiel negativ aus. Die Verluste im 3. Terial 2014 (-2,8 Prozent) wirkten dabei sogar noch mildernd. Viel entscheidender waren die hohen Verluste im

Juni und Juli. Zusammen fielen die Ticketverkäufe in diesen beiden Monaten um rund ein Viertel geringer aus als im Vorjahr. Gleich mehrere Anbieter kämpften mit hohen zweistelligen Verlusten, was die Gesamtbilanz stark belastete. Durchaus ansehnliche Zuwächse einzelner Anbieter wirkten sich zumindest schadensminimierend auf die Gesamtbilanz aus.

Theater/Musicals: -6,5 Prozent



Viel verspielt am Jahresende!

Das letzte Jahresdrittel erwies sich für die Theater/Musicals als richtungsweisend. 15,5 Prozent weniger Besucher im Zeitraum September bis Dezember schmerzten und stellten eine erhebliche Belastung für das Gesamtergebnis dar. Für den hohen Verlust zeichneten vor allem die klassischen Theater- und Muscialbühnen verantwortlich. Ganz anders sah es dagegen bei den Freilichtbühnen aus: Obwohl diese Zeit typischerweise nicht mehr zur Hauptspielzeit gehört, punkteten 2014 eher Einrichtungen dieser Art. Zusatzaufführungen in Kombination mit klassischem Spätsommerwetter sorgten für eine Verlängerung der Saison und damit für steigende Besucherzahlen. Unterm Strich bezifferte sich das Jahresergebnis der Theater/Musicals für 2014 auf -6,5 Prozent. Das Verhältnis zwischen Gewinnern und Verlierern war ausgeglichen. Unterschiede zwischen Freilichtbühnen und klassischen Theatern waren über das gesamte Jahr hinweg nicht zu erkennen.

Zeitraum Januar bis Dezember 2014 im Überblick

Gesamtergebnis für Westfalen-Lippe: +1,7 Prozent

Verhältnis Gewinner/Verlierer: 54,0 Prozent / 46,0 Prozent

Wichtige Einflussfaktoren:

- Im Frühjahr deutlich bessere Witterungsbedingungen als im Vorjahr, insbesondere während der Osterferien im April, im Juli durchwachsen (Hitzewellen, viele Regentage, z.T. Unwetter), Altweibersommer
- Fußball-Weltmeisterschaft in Brasilien im Juni/Juli
- Burgen/Schlösser: Belebung der Besucherzahlen durch Investitionen und Auszeichnungen

Museen/Ausstellungen: -9,6 Prozent

Nicht für alle lief es schlecht!



Das letzte Jahresdrittel (-14,1 Prozent) setzte bei den Museen/Ausstellungen einen negativen Schlusspunkt auf in einem insgesamt verlustreichen Jahr. Lichtblicke gab es 2014 aber dennoch. Viele Häuser boten ihren Gästen 2014 besondere Ausstellungen und Aktionen. Für ein großes Besucherinteresse sorgten beispielsweise „Andy Warhol. Pop Artist“ in der Ludwiggalerie Schloss Oberhausen und „Über Unterwelten“ in der Zeche Zollern. Beim Schiffshebewerke Henrichenburg sorgte die schwimmende Ausstellung anlässlich des 100-Jährigen Jubiläums des Rhein-Herne-Kanals für viel Aufmerksamkeit. Auch wenn das Verhältnis zwischen Gewinnern und Verlierern fast ausgeglichen war, rutschte die Bilanz dennoch deutlich ins Minus. Einige größerer Häuser hatten aufgrund attraktiver Ausstellungen im Vorjahr ein besonders hohes Ausgangsniveau zu überwinden. Im Vergleich der letzten fünf Jahre bewegten sich die Besucherzahlen damit insgesamt auf dem niedrigsten Stand.

Besucherentwicklung 2014 nach Bundesländern

↗ Sachsen-Anhalt:	+9,6 Prozent
↗ Thüringen	+6,0 Prozent
↗ Sachsen:	+4,1 Prozent
↗ Niedersachsen	+3,2 Prozent
↗ Brandenburg	+2,9 Prozent
↗ Westfalen-Lippe	+1,7 Prozent
↗ Mecklenburg-Vorpommern:	+1,4 Prozent

Das Ranking 2014 führt nach derzeitigem Stand Sachsen-Anhalt an. Allerdings waren hier viele Betriebe aufgrund des Hochwassers im Vorjahr ins Straucheln geraten, so dass es sich vielfach um Nachhol-effekte handelte. In Thüringen geht das starke Ergebnis auf museale Einrichtungen sowie Zoos/Tierparks in Folge von Sonderausstellungen, Jubiläen und Angebotserweiterungen zurück. Westfalen-Lippe verzeichnete bereits 2013 leichte Zuwächse, während die Besucherzahlen in fast allen anderen Ländern/Regionen zurückgingen. Vor diesem Hintergrund ist das vergleichsweise moderate Wachstum in Westfalen-Lippe durchaus als Erfolg zu verbuchen.

Sparkassen-Tourismusbarometer Westfalen-Lippe – Ihre Ansprechpartner:

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