

Bilanz nach der Sommersaison 2018: Westfalen-Lippe mit verhaltener Nachfragedynamik

Verhalten positive Zwischenbilanz nach der Sommersaison: Westfalen-Lippes gewerbliche Beherbergungsbetriebe verzeichneten im Zeitraum Januar bis August 2018 knapp 0,1 Millionen mehr Übernachtungen als im Vorjahreszeitraum (+90.000 auf 17.635.719 Übernachtungen). Mit einer relativen Entwicklung von +0,5 Prozent übertrafen die fünf Regionen zwar das dynamische Vorjahr, reihten sich aber ähnlich wie Nordrhein-Westfalen (+0,6 Prozent) auf den hinteren Plätzen des aktuellen Dynamikrankings der Bundesländer ein.

Regionen entwickeln sich uneinheitlich

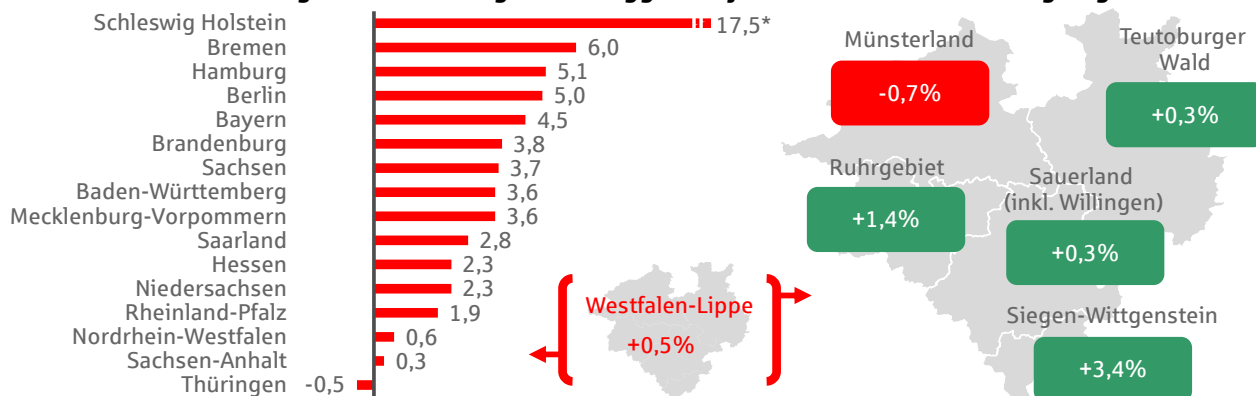
Siegen-Wittgenstein erreichte mit einem Plus von +3,4 Prozent oder +18.000 auf 551.991 Übernachtungen die dynamischste Nachfrageentwicklung aller fünf Regionen in Westfalen-Lippe. Besonders die Hotellerie (+7,6 Prozent) sowie der Inlandstourismus (+7,3 Prozent) trugen zu dem Nachfrageplus bei. Das Ruhrgebiet lag ebenso im Plus (+1,4 Prozent oder +61.000 auf 4.407.526 Übernachtungen). Auch hier waren die Hotels/Hotels garnis (+3,2 Prozent) die Wachstumstreiber. Die weiteren drei Regionen, die im Vorjahr jeweils noch ein deutliches Übernachtungsplus verzeichneten, blieben nach den ersten acht Monaten 2018 in etwa auf dem Niveau des Vorjahreszeitraums: Das Sauerland erreichte mit einem leichten Plus von 0,3 Prozent oder +16.000 Übernachtungen ein Nachfragevolumen von 5.403.893. Insbesondere die Nachfragerückgänge aus dem Hauptquellmarkt Niederlande (-4,3 Prozent) trugen hier zum Minus im Incoming-Tourismus des Sauerlandes (-2,0 Prozent) bei. Auch die Nachfrage im Teu-

toburger Wald legte um 0,3 Prozent (oder +14.000 Übernachtungen) zu und zählte im bisherigen Jahresverlauf 4.612.854 Übernachtungen. Das stärkste Plus bilanzierten ähnlich wie im Vorjahr die Campingplätze (+13,5 Prozent). Die einzige Region mit einem leichten Minus war das Münsterland (-0,7 Prozent oder -19.000 auf 2.659.455 Übernachtungen). Die Hotels, die rund 40 Prozent der Gesamtnachfrage ausmachten, sorgten mit einem Minus von -4,2 Prozent für den Abwärtstrend, während sich die Vorsorge-/Rehakliniken und Campingplätze weiter auf Wachstumskurs befanden.

Auslandsnachfrage mit Wachstumspause

Die Inlandsnachfrage in Westfalen-Lippe (+1,1 Prozent oder +168.000 auf 14.987.728 Übernachtungen) übertraf zwar das Niveau des Vorjahreszeitraums, erreichte aber nicht die Bundesdynamik (+4,0 Prozent). Ähnliches galt für den Incoming-Tourismus: Während die Übernachtungsnachfrage ausländischer Gäste bundesweit um +4,4 Prozent zulegte, sank sie in Westfalen-Lippe sogar um -2,8 Prozent (-77.000 auf 2.647.991 Übernachtungen). Mit Ausnahme von Belgien (+5,9 Prozent) und Polen (+9,7 Prozent) waren alle Top-Quellmärkte in Westfalen-Lippe wenig dynamisch oder zeigten ein Übernachtungsminus: Großbritannien (±0,0 Prozent), Österreich (-0,6 Prozent) und die Schweiz (-2,8 Prozent). Am stärksten fiel insgesamt das Minus aus dem Hauptquellmarkt Niederlande (-5,2 Prozent) ins Gewicht.

Gewerbliche Übernachtungen Januar – August 2018 ggü. Vorjahr (Betriebe ≥ 10 Schlafgelegenheiten)

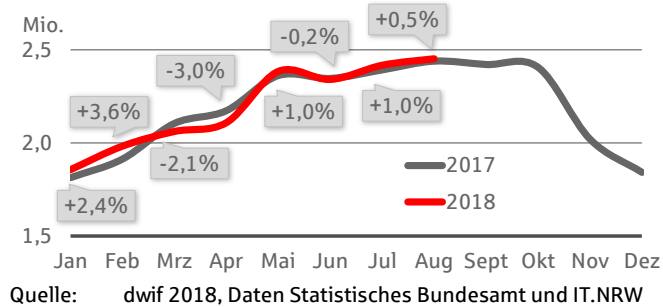


Quelle: dwif 2018, Daten Statistisches Bundesamt, IT.NRW; *: Wachstum überwiegend durch Berichtskreiserweiterung des Statistikamts Nord

Saisonverlauf: Ab Mai kaum noch Veränderungen

Die Wintermonate verliefen in den verschiedenen Regionen von Westfalen-Lippe überwiegend positiv. Der März fiel trotz der teilweisen Verlagerung der Osterferien (2017 im April) überraschenderweise negativ aus. Der April lag bedingt durch die verschobenen Osterferien ohnehin unter dem Vorjahresniveau.

Westfalen-Lippe: Gewerbliche Übernachtungen 2018 ggü. Vorjahr (Betriebe ≥ 10 Schlafgelegenheiten)



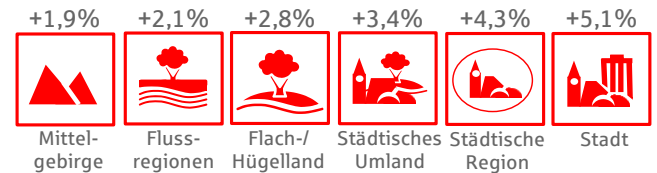
Ab Mai gab es nur noch geringfügige Abweichungen von den Monatsbilanzen des Vorjahres. Trotz des witterungsbezogen rekordverdächtigen Sommers fiel die Sommerbilanz zwar leicht positiv, aber deutlich schwächer als in anderen deutschen Destinationen aus. Das

ist insbesondere auf die unterschiedlichen Angebots- und Gästestrukturen zurückzuführen (längere Urlaubsreisen vs. Kurzurlaube, Business vs. Leisure).

Destinationstypen: Städte top

Die Städte bestätigen auch in diesem Jahr ihre Rolle als Wachstumstreiber. Die städtischen Regionen mit dem Ruhrgebiet und das städtische Umland entwickelten sich ebenfalls dynamisch. Die Entwicklung der deutschen Mittelgebirge steuert auf ein solides Ergebnis für 2018 zu. Die westfälisch-lippischen Vertreter lagen im Zeitraum Januar-August 2018 im Gegensatz zum Vorjahr jedoch unterhalb des Durchschnitts.

Deutschland: Gewerbliche Übernachtungen Januar – August 2018 ggü. Vorjahr (Betriebe ≥ 10 Schlafgelegenheiten)



Vorjahresvergleich betriebswirtschaftlicher Kennziffern: Personal- und Warenaufwandsquoten

Aus betriebswirtschaftlicher Sicht sind die beiden Positionen Personal- und Warenaufwand die beiden Hauptkostenblöcke im Gastgewerbe. Als Quote ausgedrückt geben diese an, wie viel Prozent des Gesamtumsatzes zur Bezahlung für Mitarbeiter und Waren eingesetzt werden. In Westfalen-Lippe wurden 2016 rund 55 Prozent des Umsatzes für Personal und Waren im fortlaufenden Betrieb benötigt. Bei beiden Kennzahlen gilt: Ein hoher Wert ist nicht automatisch negativ. Aus Sicht der Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe gilt vielmehr, dass eine gute Balance zwischen Kosten und Qualität gefunden werden muss.

Beide Kennzahlen sollten von den Betrieben laufend beobachtet werden. Zum einen wirkt sich der gesetzliche Mindestlohn auf die Kostenstruktur der Betriebe aus. Zum anderen haben sich die Einkaufspreise je Einheit erhöht, auch wenn von 2015 zu 2016 eine leichte Kostensenkung zu erkennen ist. Eine Maßnahme, den steigenden Warenaufwendungen entgegenzusteuern, wäre die Optimierung der Deckungsbeiträge durch regelmäßige Neukalkulationen. Dafür müssen jedoch Preisanpassungen durchgesetzt werden. Sollten die Personalkosten aus betriebswirtschaftlicher Sicht zu hoch ausfallen, ist auch das Gesamtpaket aus Gehalt, flexibler und individuelle Zeiteinteilung, Weiterbildungsmaßnahmen etc. zu überprüfen, natürlich immer im Rahmen der gesetzlichen Vorschriften.

Zuletzt stieg die Personalaufwandsquote in Westfalen-Lippe um einen Prozentpunkt an. Die Warenaufwandsquote konnte im selben Zeitraum um über einen Prozentpunkt reduziert werden. Der bundesweite Durchschnittswert beider Kennzahlen fällt um drei Prozentpunkte geringer aus als in Westfalen-Lippe. Insgesamt blieb sowohl in Deutschland als auch in Westfalen-Lippe die Gesamtkostenbelastung stabil.

Personal- und Warenaufwandsquote im Gastgewerbe

	Personal-aufwandsquote in %		Warenaufwandsquote in %	
	2016	2015	2016	2015
Nordrhein-Westfalen	33,2	32,1	21,9	23,2
Deutschland	31,7	30,7	20,7	21,8

Quelle: dwif 2018, Sonderauswertung EBIL-Bilanzdaten

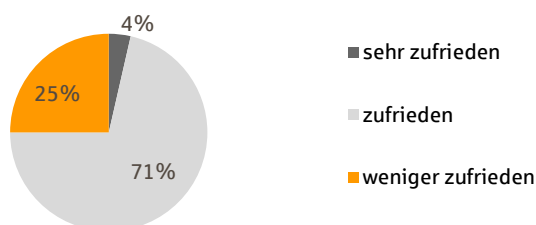
Stimmungsumfrage bei westfälisch-lippischen Touristikern

Dreimal jährlich findet die Online-Stimmungsumfrage der lokalen und regionalen Touristiker in Westfalen-Lippe statt. Die Beteiligung an der Umfrage im Oktober 2018 lag bei 51 Prozent (der Teilnehmerkreis umfasst 55 Kontakte, 28 haben geantwortet).

Januar-August: Zufriedenheit steigt wieder

Die Zufriedenheit der Touristiker in Westfalen-Lippe hat sich im Jahresverlauf verbessert. Nachdem sich nach den ersten vier Monaten des Jahres nur 68 Prozent (sehr) zufrieden mit der Tourismusentwicklung in ihrem Ort/ihrer Region gezeigt hatten, waren es im Zeitraum Januar bis August schon drei Viertel der Touristiker. Aber: Ein Viertel der Befragten war weniger zufrieden mit dem bisherigen Jahresverlauf, im Vorjahreszeitraum waren es an dieser Stelle 17 Prozent.

Zufriedenheit der westfälisch-lippischen Touristiker mit den Monaten Januar-August 2018



Quelle: dwif 2018, Stimmungsumfrage

Einschätzungen zu Sharing, Airbnb und Co. 2018

Als Sonderthema wurde die Einstellung der Touristiker zu Sharing und Co. abgefragt, die überwiegend positiv ausfiel. Mehr als ein Drittel der Touristiker in Westfalen-Lippe sehen Airbnb als Kooperationspartner. Vorteile ergeben sich vor allem aus Chancen zur Erschließung neuer Zielgruppen. Außerdem könnten sich die Anbieter durch Airbnb für internationale Gäste sichtbarer machen. Ein weiteres knappes Drittel der Touristiker betrachtet Airbnb als irrelevant. Passend dazu ist mehr als die Hälfte der Meinung, dass das Angebot auf Airbnb schon immer in Form von Privatzimmern und Ferienwohnungen existierte und Airbnb somit nur eine zusätzliche Vertriebsplattform unter vielen sei. Nur ein geringer Anteil der Touristiker in Westfalen-Lippe sieht Airbnb als Bedrohung an. Beispielsweise betrachten 15 Prozent der Befragten Airbnb als Konkurrenten im Bereich des Buchungsgeschäftes. Das Branchenthema 2019 nimmt die Thematik der Angebote und des Vertriebs im Bereich Ferienwohnungen und Sharing näher unter die Lupe.

Freizeitwirtschaft Westfalen-Lippe: Besuchermonitoring

Ein wichtiger Indikator für die Nachfrageentwicklung im Tourismus, aber auch die Freizeitqualität für Einheimische sind die Besucherzahlen tourismusrelevanter Einrichtungen und Angebote der Freizeitwirtschaft (zum Beispiel Burgen/Schlösser, Erlebnisbäder, Erlebniseinrichtungen, Stadtführungen, Museen/Ausstellungen, Theater, Zoos, etc.).

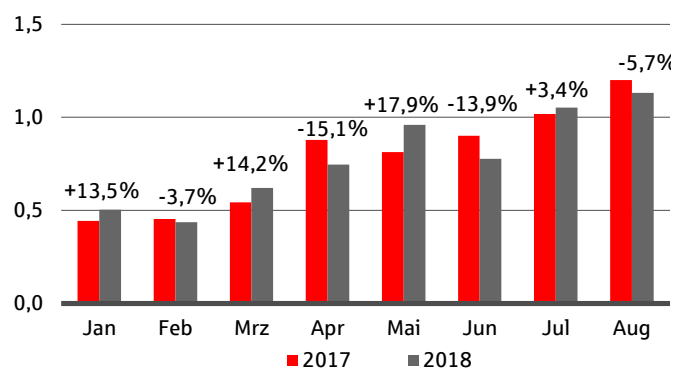
Januar bis August 2018: -0,4 Prozent Nur leichte Verluste

Auch mit dem Berichtsmonat August lagen die Freizeiteinrichtungen in Westfalen-Lippe mit -0,4 Prozent nur leicht unter dem Vorjahresergebnis, was aufgrund des extremen Sommers ein ordentliches Ergebnis ist. Vielerorts zog es die Menschen eher an die Seen und in die Eisdielen, als in Freizeiteinrichtungen. Selbst für viele Outdoor-Einrichtungen war der Sommer zu heiß, so dass lediglich 40 Prozent der Einrichtungen Besucherzuwächse vermeldeten.

Bereits der Jahresanfang startete wechselhaft, so dass bis Ende April ein leichter Rückgang der Besucherzahlen festzustellen war. Der erfolgreichste Monat war der Mai mit einem überdurchschnittlichen Besucherwachstum von +17,9 Prozent. Einen großen Anteil daran hatten die Zoos/Tierparks.

Monatsverlauf Januar bis August 2018 ggü. Vorjahreszeitraum

Besucherzahlen in Millionen, Veränderung in Prozent



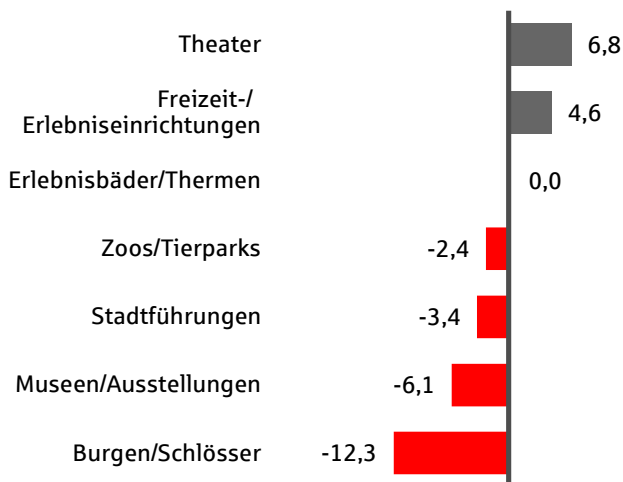
Quelle: dwif 2018, Daten Besuchermonitoring Freizeitwirtschaft

Auch im Juli gab es nochmal Zuwächse, die zu großen Teilen von den Freibädern getragen wurden. Im August konnten interessanterweise die Theater/Musicals Ge-

winne verbuchen, alle anderen Kategorien verloren an Nachfrage.

Besucherzahlen Januar bis August 2018 ggü. Vorjahreszeitraum

Veränderung in Prozent



Quelle: dwif 2018, Daten Besuchermonitoring Freizeitwirtschaft

Theater/Musicals: +6,8 Prozent Sprung nach vorn



Das Ergebnis der Theater und Musicals wird vom positiven Abschneiden der Freilufttheater zwischen Juni und August bestimmt. Ihnen kam das warme und trockene Sommerwetter entgegen. Besonders erfolgreich war der August, in dem rund 70 % mehr Besucher begrüßt wurden.

Freizeit-/Erlebniseinrichtungen: +4,6 Prozent Weiter vorn dabei



Die Freizeit- und Erlebniseinrichtungen zählen nach dem erfolgreichen Jahresstart weiterhin zu den Gewinnern, wenngleich sie etwas eingebremst werden. Ihren Erfolg haben sie den Parkanlagen zu verdanken, die durch Wasserelemente und Wasserspielplätze auch an heißen Tagen für Abkühlung sorgten und so auch im Juli und August keine Einbrüche bei den Besucherzahlen vermelden mussten.

Erlebnisbäder/Thermen: +/-0,0 Prozent Freibäder retten das Ergebnis



Die schwarze Null können die Erlebnisbäder/Thermen den Einrichtungen unter freiem Himmel und den Bädern mit großen Außenflächen verdanken, die die Verluste anderer zumindest ausgleichen konnten. Bis Ende Juni lagen die Besucherzahlen noch 16,3 Prozent unter dem Vorjahr, der starke Juli (+22,6 %) hat das Ergebnis noch ins Positive gewendet.

Zoos/Tierparks: -2,4 Prozent Leichte Verluste



Auch den Zoos/Tierparks ist es nicht gelungen, bei dem hervorragenden Sommerwetter mehr Besucher in ihre Einrichtungen zu locken. Nachdem im Mai ein enormes Plus von +28,5 Prozent erreicht wurde, war es zwischen Juni und August vielerorts für einen Zoobesuch zu heiß. Die Verluste lagen in diesem Zeitraum zwischen -10 und -13 Prozent.

Stadtführungen: -3,4 Prozent Eingebremst



Die Messlatte aus dem Vorjahr lag für die Stadtführungen hoch. Nach einem tollen Jahresstart kippte das Ergebnis bereits im Mai, wo die Stadtführungen mit -15,7 Prozent zu den wenigen Kategorien mit Verlusten zählten. Auch wenn im Juni wieder ein leichtes Plus erzielt wurde, so wogen die Verluste im Juli (-9,8 Prozent) und August (-4,6 Prozent) zu schwer, um ein besseres Ergebnis zu erzielen. Das Bild bei den einzelnen Anbietern ist jedoch sehr heterogen. Immerhin etwas mehr als die Hälfte der Einrichtungen konnten Besucherzuwächse vermelden, häufig sogar im zweistelligen Bereich. Die Verluste einiger ansonsten nachfragegestärkten Anbieter wogen jedoch stärker.

Museen/Ausstellungen: -6,1 Prozent Keine Besserung im Sommer



Die Museen und Ausstellungen in Westfalen-Lippe verloren im Sommer weiter an Boden. Zwei Drittel der Museen hatten weniger Besucher als im Vorjahreszeitraum. Und auch hier spielt das Wetter laut Aussage der beteiligten Einrichtungen eine große Rolle. Es lockte Einheimische und Urlauber eben gerade nicht in die Museen. Auch vereinzelte Sonderausstellungen konnten den Rückgang der Besucherzahlen nicht aufhalten. Im Juli kamen rund ein Fünftel weniger Besucher in die beteiligten Häuser.

Burgen/Schlösser: -12,3 Prozent Erneute Verluste



Für die Burgen/Schlösser verläuft das Jahr erneut alles andere als erfolgreich. Alle beteiligten Einrichtungen befinden sich mit Stand August im Minus. Im Mai verzeichneten die Einrichtungen dieser Kategorie zwar nochmals ein Plus (+10,9 %), stürzten dann aber zwischen Juni und August immer weiter ab, so dass sich das Ergebnis im Vergleich zu den ersten vier Monaten des Jahres weiter verschlechtert hat. Da die Einrichtungen schon das zweite Jahr in Folge mit größeren Verlusten zu kämpfen haben, sind dringend neue Impulse gefragt, um nicht weiter an Boden zu verlieren.

Besucherentwicklung Januar-August 2018 nach ausgewählten Bundesländern/Regionen

– Saarland:	+2,2 Prozent
– Brandenburg:	+1,4 Prozent
– Niedersachsen:	+0,2 Prozent
– Westfalen-Lippe:	-0,4 Prozent
– Sachsen:	-2,4 Prozent
– Schleswig-Holstein:	-5,6 Prozent
– Thüringen:	-7,3 Prozent
– Sachsen-Anhalt:	-11,5 Prozent
– Mecklenburg-Vorpommern:	-11,6 Prozent

Deutschlandweit konnten die Freizeiteinrichtungen nicht vom Jahrhundertsommer 2018 profitieren. Bis auf das Saarland, Brandenburg und Niedersachsen lagen die Besucherzahlen der Freizeiteinrichtungen in allen anderen betrachteten Bundesländern unter denen des Vorjahres. Und auch die leichten Zuwächse in den drei Bundesländern täuschen über die tatsächliche Entwicklung der meisten Einrichtungen hinweg. Im Saarland und in Brandenburg resultiert das positive Ergebnis jeweils aus einem hohen Besucherzuwachs einiger besucherstarker Freizeit-/Erlebniseinrichtungen, die aufgrund von Wasserbereichen gerade auch bei Hitze attraktiv waren. In Niedersachsen sorgten die dort erfassten Strandbesucher für stabile Besucherzahlen. In Thüringen und Sachsen-Anhalt führte neben dem Wetter auch der wegfallende Sondereffekt des Reformationsjubiläums zu rückläufigen Besucherzahlen.

Weitere Kategorien

Die Ergebnisse einiger Kategorien können aus Datenschutzgründen derzeit nicht separat ausgewiesen werden. Für diese Kategorien sind nur allgemeine Entwicklungstendenzen als Orientierung verfügbar:

- Kirchen: ☹
- Freilichtmuseen/Besucherbergwerke: ☹
- Landschaftsattraktionen: ↗
- Naturinfozentren: ☹
- Denkmäler/historische Bauwerke: k. A.

Einmal mehr hat sich gezeigt, dass das Wetter großen Einfluss auf die Besucherentwicklung von Freizeiteinrichtungen hat. Nichtsdestotrotz müssen die Einrichtungen auch bei länger anhaltenden extremen Wetterlagen durch kreative Angebote versuchen, den Besucherverlust gering zu halten. So hat beispielsweise die Bayerische Landesausstellung mit "Kulturgenuss bei frischen 20 Grad" für einen Besuch im Kloster Ettal geworben.

Die Aussichten für die Herbstmonate sind allerdings gut. Das hervorragende Wetter reichte vielerorts weit in den Oktober hinein und wirkt im Herbst erfahrungsgemäß eher positiv. Es bleibt also zu hoffen ist, dass zum Jahresende zumindest noch einige Kategorien das Ergebnis ins Positive wenden können.

Abmeldung vom Infobrief:

Vor dem Hintergrund der neuen Datenschutz-Grundverordnung möchten wir Sie darauf hinweisen, dass Sie sich jederzeit vom Infobrief abmelden können. Hierzu schicken Sie bitte eine E-Mail an info-berlin@dwif.de.

Sparkassen-Tourismusbarometer Westfalen-Lippe – Ihre Ansprechpartner:

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

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