

# Sparkassen-Tourismusbarometer Westfalen-Lippe 2021

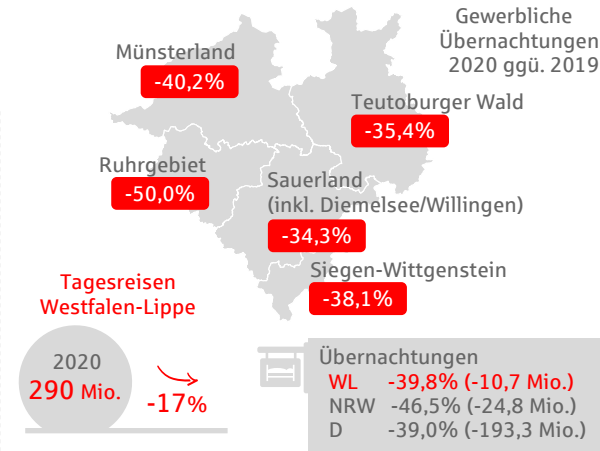
## Die Branche auf dem Prüfstand – Resilienz ist gefragt

Zielgerichtete **Unterstützung** auch **mittelfristig** notwendig  
**Solide Ausgangssituation** vor dem **Re-Start** für den Tourismus in Westfalen-Lippe  
**Politik** muss **verlässlichen Rahmen** schaffen



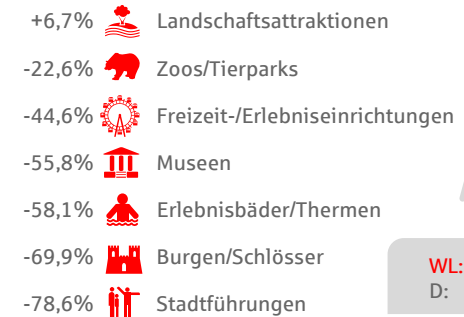
## Ferienregionen | städtische Regionen:

Schließt sich die „Corona-Schere“ ab dem 2. HJ 2021 wieder?



## Freizeitwirtschaft 2020:

Indoor-Einrichtungen stärker betroffen als Outdoor-Einrichtungen, kurze Erholungsphase zwischen Juli bis Okt.



WL: -45%  
D: -41%

**i** Besucherentwicklung 2020/2019, vorläufige Ergebnisse

## Gästeszufriedenheit sinkt

Handlungsbedarf bei Gebäuden & Zimmern



WL: **84,3**  
(-0,4)

NRW: 82,8  
(-0,5)  
D: 85,8  
(-0,6)

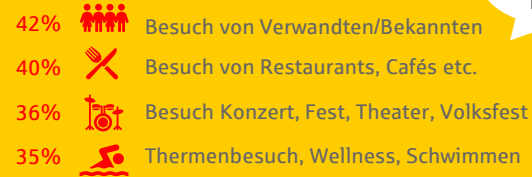
TrustScore 2020 | 0 bis 100 Punkte  
(2020 ggü. 2019 in Punkten)



Sommerferien 2021  
→ gefragt sind:  
Strand | Natur |  
Ferienhäuser

## Reiseabsichten (Post-) Corona-Pandemie

Reiselust & Reisebudget +++



Aktivitäten nach Lockdown ...

### Urlaubsanforderungen

Flexibel & kurzfristig  
Outdoor & Natur  
Autarke Wohnformen  
Verlässliche Informationen  
Sicherheit & Hygiene  
Abstand

## Die Situation der Betriebe 2020

4 zentrale Herausforderungen: Planungsunsicherheit, Liquiditätssicherung, Fachkräftebindung, Qualitätssicherung

NRW

-62%  
Zimmererlös  
in Hotels

**73%**

der Betriebe erwarteten  
Mitarbeiterverluste an  
andere Branchen

Ausbildungsplätze  
19% **NICHT**  
besetzt!  
Rekordniveau



**Denken Sie positiv**  
Chancen erkennen  
Ideen entwickeln  
Strategien verfolgen



**Kennen Sie Ihre Zahlen**  
Kennzahlenmonitoring  
Business Impact Analyse  
Zero-Budgeting



**Binden Sie Ihre Mitarbeiter**  
Kommunikation stärken  
Flexibilität gewähren  
Eigenverantwortung fördern



**Nutzen Sie die Zeit**  
Betriebsabläufe optimieren  
Digitalisierung ausbauen  
Angebote anpassen



### Appelle an die Politik

langfristige Perspektiven schaffen  
praxistaugliche Teststrategien entwerfen  
Fördermittel für Investitionen bereitstellen

### »» DMO

### TOP 5-Maßnahmen zur akuten Krisenbewältigung

- 91% Anpassung an Hygienevorgaben
- 71% Coronabezogene Kommunikation nach außen
- 68% Temporäres Aussetzen des Marketings
- 62% Coronabezogene Kommunikationsoffensive nach innen
- 61% Anpassung des Marketings an die Krisensituation



**Corona-Pandemie: Überprüfung von Bewährtem & Neuentwicklungen**  
Schub für Digitalisierung und Home Office,  
Messen & Print auf dem Prüfstand



### Drei Erfolgsfaktoren

- 1 Aufgaben schärfen
- 2 Menschen und Beziehungen stärken
- 3 Rahmenbedingungen sicherstellen