

# TOURISMUS NACHRICHTEN

IHK-N-TOURISMUSNACHRICHTEN  
**SOMMER** 2017

## HYGIENEBAROMETER

Start in Hannover und  
Braunschweig, landesweite  
Einführung noch 2017

## TOURISMUSABGABE

In Niedersachsen jetzt auch in  
Orten ohne Prädikat möglich

## REISEMARKT WÄCHST

Rekordwerte bei den Übernachtungen,  
Tendenz weiter steigend

## TOURISMUSTAG NIEDERSACHSEN

Lokal, regional,  
international:  
Bock auf Heimat!



**IHK** Niedersachsen  
Landesarbeitsgemeinschaft



**NIEDERSACHSEN  
SOMMER 2017**

## AKTUELL

AB SEITE 4

### 4 TOURISMUSTAG NIEDERSACHSEN

Branchen-Treff in Oldenburg

### 6 NACHGEFRAGT

Experten machen  
„Bock auf Heimat“

### 11 TOURISMUSABGABE

Auch ohne Prädikat möglich

### 11 TOURISMUS MIT ZUKUNFT

Jetzt bewerben

### 12 SOCIAL MEDIA FÜR AUSLANDSGÄSTE



### 13 REFORMATION IN NIEDERSACHSEN

### 13 HYGIENEBAROMETER

Start in Hannover  
und Braunschweig

## ZAHLEN & FAKTEN

AB SEITE 14

### 14 JAHR DER TOURISMUSREKORDE

# Inhalt



### 16 BUNDESBÜRGER IN REISELAUNE

Urlaubsreisemarkt wächst weiter

### 17 RADTOURISMUS

Niedersächsische Radfernwege top

## IHR GUTES RECHT

AB SEITE 18

### 18 FEWOS IN WOHNGBIETEN

Neuregelung gibt Klarheit

### 18 NEUES WLAN-GESETZ

Grünes Licht für freies WLAN

### 19 EU RÜGT BUCHUNGSPORTALE

## RUNDREISE

AB SEITE 20

### 20 ZU GAST IN OLDENBURG

Tradition trifft Zukunft

## KURZ NOTIERT

SEITE 23

## Q-NEWS

AB SEITE 24

### 24 WOLFENBÜTTEL – AUSGEZEICHNET

### 25 MIT SIEGEL BESSERE BEWERTUNGEN



## IHK REGIONAL

AB SEITE 26

### 27 BRAUNSCHWEIG

### 28 HANNOVER

### 29 LÜNEBURG-WOLFSBURG

### 30 OLDENBURG

### 31 OSNABRÜCK-EMSLAND- GRAFSCHAFT BENTHEIM

### 32 OSTFRIESLAND UND PAPENBURG

### 33 STADE FÜR DEN ELBE-WESER-RAUM

## AUSBlick

SEITE 34

### 34 IMPRESSUM

**Mai 2017**



**TOURISMUSTAG  
NIEDERSACHSEN**



## Liebe Leserinnen, liebe Leser,

### Was machen die IHKs eigentlich für mich?



Dr. Susanne Schmitt  
IHKN-Hauptgeschäftsführerin  
[info@ihk-n.de](mailto:info@ihk-n.de)



Martin Exner  
Sprecher Federführung  
Tourismus der IHKN  
[exner@lueneburg.ihk.de](mailto:exner@lueneburg.ihk.de)

[www.ihk-n.de/tourismusanmeldungen](http://www.ihk-n.de/tourismusanmeldungen)

Finden Sie uns auf Facebook:  
[www.facebook.com/ihkntourismusanmeldungen](http://www.facebook.com/ihkntourismusanmeldungen)

Viele Tourismusunternehmen und -organisationen stehen mit uns in gutem Kontakt und nutzen unsere Beratungsangebote, Dienstleistungen und Netzwerke. Es kommt aber auch vor, dass Betriebe unser Angebot nicht kennen und folglich noch nie in Anspruch genommen haben. Und so bleibt womöglich als einziger „Kontakt“ mit uns der Beitragsbescheid im Kopf. Klar, dass dann die Frage aufkommt: was habe ich eigentlich davon?

#### BREITES SERVICEANGEBOT

Hier könnten wir jetzt eine seitenlange Antwort schreiben. Ein weltweit vorbildliches System der dualen Ausbildung zum Beispiel. Oder ein großes Beratungsangebot, das Unternehmen von der Gründung bis zur Betriebsübergabe zur Verfügung steht. Und das sich aktuellen Entwicklungen anpasst, z. B. um Betrieben praktische Unterstützung bei der Beschäftigung von Flüchtlingen zu bieten.

#### VOR UND HINTER DEN KULISSEN

Vieles unserer IHK-Arbeit geschieht auch von der Öffentlichkeit unbemerkt und hinter den Kulissen. Wir stehen im engen Kontakt mit der Politik. Wenn wir beispielsweise bei Gesetzentwürfen negative Auswirkungen auf die Branche sehen, legen wir unser Veto für Sie ein.

Die Tourismusanmeldungen wollen einen Ausschnitt unserer Arbeit für Sie sichtbar machen. Hier lesen Sie, an welchen Themen wir gerade arbeiten, liefern Zahlen und Fakten und informieren darüber, was sich rechtlich für Sie ändert. Im Regionalteil berichten wir darüber, was sich in Ihrer Nähe tut und wer vor Ort für Sie da ist, wenn Sie Fragen an uns haben.

#### JETZT AUCH AUF FACEBOOK

Wussten Sie, dass es die Tourismusanmeldungen schon seit 1995 gibt? Seither haben wir sie stetig weiterentwickelt, kürzlich hat eine Leserbefragung nochmal viele wertvolle Anregungen geliefert. Heute finden Sie die Tourismusanmeldungen nicht nur auf den IHK-Websites und, sofern Sie Abonnent sind, in Ihrem E-Mail-Postfach, sondern auch auf Facebook.

#### KONTAKTIEREN SIE UNS!

Dass wir die sozialen Medien nutzen, kommt nicht von ungefähr: Wir wollen Sie nicht mehr nur vierteljährlich erreichen, sondern Neuigkeiten auch schnell weitergeben können – solange sie noch neu sind. Und dabei möchten wir Sie nicht nur einseitig frontal beschallen. Sagen Sie uns, was Sie gut finden und was weniger. Lassen Sie uns wissen, welche Themen die Branche bewegen. Noch nie war das Austauschen und Feedbackgeben einfacher als jetzt im Zeitalter der sozialen Medien.

Wir freuen uns auf viele neue Klicks, Leser und Abonnenten – und haben natürlich auch nichts gegen Likes ;-)

Ihre

*Dr. Susanne Schmitt*  
IHKN-Hauptgeschäftsführerin

*Martin Exner*  
Sprecher Federführung Tourismus der IHKN

# Tourismustag Niedersachsen

Niedersachsen macht Bock auf Heimat! Globalisierung und grenzenlose Kommunikation auf der einen, Regionalität und Heimatliebe auf der anderen Seite: In Oldenburg diskutieren Tourismus-Macher, wie Niedersachsen hier punkten kann.



OLDENBURG



## TOURISMUSTAG- INFORMATIONEN

Der Tourismustag Niedersachsen wird veranstaltet von der IHK Niedersachsen (IHKN) in Kooperation mit der TourismusMarketing Niedersachsen GmbH, dem Tourismusverband Niedersachsen, dem DEHOGA Niedersachsen, dem Heilbäderverband Niedersachsen, der Sparkassenorganisation Niedersachsen sowie ideell unterstützt von der Arbeitsgemeinschaft der Kommunalen Spitzenverbände in Niedersachsen.

Mit rund 250 Teilnehmern ist der Tourismustag Niedersachsen die zentrale Veranstaltung der Tourismusbranche in Niedersachsen und findet 2017 bereits zum 17. Mal statt. Die Veranstaltung wandert dabei durch die niedersächsischen IHK-Bezirke.

Das Fachprogramm wird abgerundet durch eine Abendveranstaltung auf Einladung der Gastgeberstadt Oldenburg in Zusammenarbeit mit der Oldenburg Tourismus und Marketing GmbH (OTM).



## KONTAKT

Anica Gaarz  
gaarz@lueneburg.ihk.de

# Willkommen zum Tourismustag Niedersachsen 2017

Informationen unter

↓  
TOURISMUSTAG-  
NIEDERSACHSEN.DE

Sie halten diese Tourismusnachrichten gerade druckfrisch in den Händen? Dann herzlich willkommen zum Tourismustag Niedersachsen 2017 – schön, dass Sie da sind!

Sie lesen die Tourismusnachrichten online? Dann bekommen Sie hier zumindest einen kleinen Appetithappen auf das, was Sie am 18./19. Mai in Oldenburg verpassen bzw. verpasst haben. Vielleicht bekommen Sie dann ja Lust, beim nächsten Tourismustag 2019 live dabei zu sein...

## BERICHTE UND IMPRESSIONEN NACH DER VERANSTALTUNG ONLINE

So oder so: Nach Abschluss der Veranstaltung finden Sie Berichte, Impressionen und Präsentationen unter [www.tourismustag-niedersachsen.de](http://www.tourismustag-niedersachsen.de)

Ihre Ansprechpartnerin rund um den Tourismustag Niedersachsen:  
Anica Gaarz, Beraterin Tourismus  
IHK Lüneburg-Wolfsburg  
Tel. 04131 742-174  
gaarz@lueneburg.ihk.de

## Lokal, regional, international: Bock auf Heimat!

### TRENDS UND GEGENTRENDS FEST IM BLICK

Digitalisierung, Globalisierung, Terrorangst, veränderte Ernährungsgewohnheiten, wachsendes Umweltbewusstsein, steigende Qualitätsansprüche und eine Rückbesinnung auf das Regionale und den Wert „Heimat“: Diese und weitere Trends wirken gleichzeitig auf die Tourismusbranche. Und sie zwingen Unternehmen und Organisationen dazu, ihr Angebot ständig kritisch zu hinterfragen, die relevanten Trends aufzugreifen und das Angebot laufend anzupassen.

In diesem Spannungsfeld haben sich die Organisatoren des Tourismustags Niedersach-

sen das Ziel gesteckt, Ideen, Lösungsansätze und Impulse zu bieten, die dabei helfen, sich in diesem äußerst dynamischen Umfeld erfolgreich und wettbewerbsfähig zu positionieren.

### GEMEINSAM LÖSUNGEN ERARBEITEN

Unter dem Motto „lokal, regional, international“ geht es in Foren, Diskussionsrunden und Vorträgen um Qualität im Tourismus, die Erreichbarkeit ländlicher Regionen, Gastronomie-Trends, Marke und Marketing sowie die Kundenkommunikation via Social Media und Blogs.

# Nachgefragt: „Appetithappen“ vom Tourismustag

Im Interview mit dem Keynote-Speaker des Tourismustags, Martin Schobert, erfahren Sie ab Seite 8, warum touristische Produktentwicklung einen stärkeren Fokus auf Begegnungen, magische Momente und Service-Design braucht. Auch einige Leiter der Tourismustag-Fachforen haben schon vorab einen kleinen Einblick gewährt. Für die Tourismusnachrichten beantworten sie hier kurz und knapp je eine Frage aus ihrem Fachgebiet.



## EINE FRAGE AN ... OLIVER BECKER, IHR TOURISMUSBERATER, OLDENBURG

Was gestern noch als besondere „Überraschungsqualität“ galt, ist heute in vielen Betrieben Standard und wird von den Gästen erwartet. Kann Servicequalität noch überraschend sein und muss sie das überhaupt?

Eine der Kernkompetenzen der Tourismusbranche ist die authentische und von Herzen gelebte Servicequalität. Doch dies wird von unseren Kunden bereits als eine „Selbstverständlichkeit“ betrachtet. Was dem Gast dagegen positiv im Gedächtnis bleibt und ihm einen empfundenen Mehrwert schafft, sind besondere Momente der „Überraschungsqualität“. Dabei geht es nicht unbedingt um monetäre Mehrwerte, sondern vielmehr um die kleinen, aufmerksamen, zwischenmenschlichen Begegnungen, die einem Moment etwas Besonderes verleihen und den Gast im positiven Sinne verblüffen. Deshalb: Ein herzliches „JA!“ für überraschende Momente am und für den Gast!



## EINE FRAGE AN ... STEFANIE ROTHENHÖFER, FOOD ENTREPRENEURS CLUB, BERLIN

Wie findet ein Gastronom den für sich „richtigen“ Food-Trend? Muss er das überhaupt?

Wissen schadet nie. Jeder Gastronom sollte Food-Trends für sich entdecken, unbekannte Speisen und Getränke probieren, neugierig bleiben. Das macht ganz nebenbei auch Spaß! Natürlich müssen Trends eingeordnet werden: Passen sie zu mir und zu meinem Konzept? Vieles wird rausfallen. Manches nicht. Und genau dieses kann im Wettbewerb den entscheidenden Vorteil bringen. Wir schauen uns nicht nur in Metropolen nach Food-Trends um, sondern auch in Kleinstädten und auf dem Land. Eines ist sicher: Das Prinzip „was der Bauer nicht kennt“ hat ausgedient. Im Gegenteil: Der Bauer wird zum Trendsetter.

## EINE FRAGE AN ... JAN-PETER WULF, NOMYBLOG.DE, BERLIN



Vegetarisch, vegan, low carb, regional –  
ist Essen zu einer neuen Religion geworden?

Durch die Industrialisierung unserer Nahrungsmittel, die uns mit blumigen Worten der Werbebranche schmackhaft gemacht wird, wissen wir oft gar nicht mehr: Ist das, was wir zu uns nehmen, wirklich gut für uns? Viele Menschen antworten mit Verzicht bestimmter Lebensmittel oder erlegen sich selbst eine bestimmte Ernährungsweise auf. Die Parallele zur Religion ist das Dogmatische daran. Sich nach strengen Regeln zu ernähren, scheint Sicherheit und Halt zu geben. Auf der anderen Seite geht ein gemeinsames Abendessen mit Freunden und einem guten Glas Wein einher mit Genuss und Lebensfreude. Gastronomie muss heute den Spagat zwischen dem Bedürfnis nach Orientierung und der Lust auf Genuss hinlegen. Eine Lösung liegt unserer Ansicht nach in guten, echten, gesunden – und schmackhaften – Produkten.

## EINE FRAGE AN ... TANJA NEUMANN, IHK MITTLERER NIEDERRHEIN UND BLOG „VIELWEIB“, KREFELD

Was sind Merkmale für einen  
guten Blog?

Zu einem guten Reiseblog gehören ehrliche, authentische Texte, die Lust aufs Reisen machen. Schönschreiberei ist dabei fehl am Platz – eine gute Schreibe dagegen und tolle Fotos runden den Blog ab. Außerdem sollten ein gewisser Traffic und ausreichende Vernetzung ins Social Web vorhanden sein. Damit ein Blog gut für mein Unternehmen ist, muss er zu meinem Angebot, meinen Themen und den Zielen der Marketingkampagne passen.



## EINE FRAGE AN ... MICHAEL DOMSALLA, KMT0, BERLIN

Globalisierung, Billigflüge, grenzenlose Kommunikation über soziale Medien – lässt sich in diesem Umfeld mit „Heimat“ punkten?

Genau genommen ist dies das Umfeld, in welchem der Trend zur Heimat seinen Nährboden findet: die Frage nach einem Sinn im Meer der unbegrenzten Möglichkeiten. Heimat ist ein Grundbedürfnis jedes Menschen, wie Essen und Schlafen. Dass dieses Bedürfnis sich nun Bahn bricht, spricht Bände. Heimat ist das Gegenmodell zur grenzenlosen Beliebigkeit der modernen Welt. In einer Welt voller Bewegung kann Heimat einen festen Boden bieten. Das macht sie sehr attraktiv.

## EINE FRAGE AN ... PHILIP HEINEMANN, TRUSTYOU, MÜNCHEN

Was ist das größte No-Go im Umgang mit Bewertungen?

Ein absolutes No-Go ist es, negative Bewertungen zu ignorieren oder zu „verstecken“. Eine transparente und offene Kommunikation ist das A & O im Umgang mit Online-Bewertungen.



# „Alles dreht sich um Erlebnisse“

INTERVIEW mit MARTIN SCHOBERT

Reisende lassen sich mit Kreativität, Qualität und Authentizität begeistern. Vor allem aber punkten Gastgeber bei in- und ausländischen Globetrottern mit „magischen Momenten“. Wie Touristiker diese Erwartungen erfüllen können, erklärt Markenstrategie Martin Schobert. Mit ihm sprach Anica Gaarz.

Was verbinden Sie mit dem Titel des diesjährigen Tourismustags Niedersachsen „lokal, regional, international“?

Im Moment gibt es im Tourismusmarketing und in der Gastronomie zwei große Tendenzen: Zum einen gibt es den Trend der sogenannten Ultra-Lokalität. Das heißt: Lokale Produkte, wie die Tomaten auf dem Feld hinter dem Gasthof, werden als wichtige, wertvolle und lokale Besonderheiten stilisiert. Zum anderen ist die Globalisierung der Reiseströme unglaublich: Inzwischen haben die Chinesen die Deutschen als Reiseweltmeister abgelöst, das haben viele Touristiker noch gar nicht realisiert.

Was bedeutet diese Entwicklung für die Touristiker hier vor Ort?

Daraus ergibt sich ein deutliches Spannungsfeld und die Frage: Konzentriere ich mich auf das Ultra-Lokale oder auf internationale Gäste? Auf der einen Seite muss der Touristiker lokale Besonderheiten erlebbar, spürbar und bemerkbar machen. Auf der anderen Seite muss er sich auf ausländische Gäste einstellen – zum Beispiel mit mehrsprachigen Speisekarten.

Unsere Gastgeber sollten sich also fragen: Was ist typisch für meine Region und wie kann ich das an den Gast bringen?

Absolut. Das Tolle für die Reisenden ist: Sie können in eine kleine, regionale Erlebniswelt hineinschlüpfen und erfahren, wie ein typischer Niedersachse lebt, was er isst und was ihm wichtig ist. Menschen – insbesondere beim internationalen Reisen – brauchen also keine Attraktionen mehr, sondern eher Begegnungen und das Gefühl vom Kennenlernen einer Heimat.

Und wie können sich zum Beispiel Hoteliers und Gastronomen auf diese neuen Ansprüche einstellen?

Die Antwort ist: bleiben Sie authentisch. Überzeugen Sie jeden Gast, egal ob aus dem In- oder Ausland, überzeugen Sie mit Begegnungsqualität und einem wertschätzenden Miteinander. Damit begeistert man einen Gast aus Deutschland, Österreich, Frankreich oder China gleichermaßen. Und ganz wichtig: Internationale Gäste erwarten keinen Perfektionismus. Sie freuen sich über ein freundliches Miteinander und über die Bereitschaft, die

Scheu gegenüber internationalen Gästen abzulegen, die nicht jeden Tag um die Ecke biegen. Sie wollen dieselbe Wertschätzung, Begrüßung und Bedienung wie jeder andere Gast.

Neben der Begegnungsqualität sind im Tourismus Servicequalität und Produktentwicklung wichtig. Können Tourismusunternehmen hierbei von anderen Branchen lernen?

Im Bereich der Servicequalität ist in Deutschland in den letzten Jahren viel passiert, hier ist das Land gut unterwegs. Da können sich andere Branchen etwas von der Tourismuswirtschaft abschauen. Schwach aufgestellt sind wir hingegen in der Produktentwicklung. Eine Branche, von der wir hierbei viel lernen können, ist sicherlich die Automobilindustrie. Die Autobauer entwickeln Produkte schon seit Jahren nicht mehr aus Sicht des Angebots, sondern mit Blick auf Nachfrage, Zielgruppe und deren Bedürfnisse, Wünsche und Ziele.





### Was heißt das für den Tourismus?

Im Tourismus haben wir uns in den letzten Jahren um ein – ich nenne es mal – intelligentes Aneinanderreihen von Serviceketten gekümmert. Klassisches Qualitätsmanagement: vorhandene Angebotsbestandteile wurden miteinander verknüpft und sollten gewisse Standards erfüllen. Das ist gut und wichtig, doch unsere Produktentwicklung muss aus meiner Sicht noch nachfrageorientierter agieren. Dazu passt der aktuelle Trend, der sich Service-Design oder Service-Design-Thinking nennt. Um Services zu entwickeln, beginnen wir beim Konsumenten – und optimieren Form und Funktion. Das ist ein entscheidender Unterschied zur Servicequalität, bei der ich versuche alles richtig zu machen, Standards zu schaffen und Angebotsveredelung zu betreiben.

### Sind Servicequalität und Qualitätsstandards also nicht mehr wichtig?

Doch, unbedingt. Aber sie sind nicht mehr wichtig, um sich zu profilieren. Vielmehr gelten sie mittlerweile als Grundvoraussetzung. Aus meiner Sicht ist Niedersachsen mit der Pflicht für Servicequalität schon sehr weit,

jetzt kommt die Kür. Und dabei ist Service-Design das Thema schlechthin.

### Wie können insbesondere kleine oder mittlere Unternehmen an das Thema Service-Design herangehen? Haben Sie Tipps oder Beispiele?

In Wirklichkeit sind es nur wenige Schritte, die für eine solche Produktentwicklung ganz wesentlich sind. Alles dreht sich im Grunde um Erlebnisse und Momente. Beim Tourismustag Niedersachsen werde ich das noch genauer vorstellen, z. B. anhand der Erlebnispyramide. Wichtig ist: Produktentwicklung ist das neue Marketing. Das Produkt wird künftig das Erlebnis sein und nicht unbedingt die gastronomische Leistung oder Übernachtung, die wir bisher klassischerweise als touristische Kernleistung verstanden haben. Ein persönliches Beispiel: Ein Hotel aus dem Zillertal hat jedem Gast zum Abschied ein Marmeladenglas mit frisch geschnittenem Heu geschenkt, damit dieser Urlaubsduft auch zu Hause erlebbar wird. Ich fand das unglaublich charmant und für mich war das Öffnen des Glases ein magischer Moment, der die Erinnerung an den Urlaub wieder aufleben lässt.

## MARTIN SCHOBERT

Martin Schobert ist Keynote-Speaker beim diesjährigen Tourismustag Niedersachsen am 18./19. Mai in Oldenburg. Der Geschäftsführer der tourismusdesign GmbH & Co. KG, Markenstrategie, Service-Designer sowie Impulsgeber für Erlebnis-Inszenierungen im Tourismus begleitet Unternehmen in den Themenfeldern Produktinnovation, Produkterlebnis, multisensuales Marketing sowie digitale und analoge Markenführung im Tourismus.



# Tourismusabgabe möglich – auch ohne Prädikat

Der Landtag hat ein neues Niedersächsisches Kommunalabgabengesetz beschlossen. Damit wird den Kommunen u. a. die Einführung der Tourismusabgabe ermöglicht, auch wenn sie nicht zum Kreis der prädikatisierten Orte gehören.

## PARALLEL AUCH BETTENSTEUER MÖGLICH

Die IHKN hatte die Regelung im Vorfeld kritisiert und mehrfach Nachbesserungen gefordert. Sowohl ansässige Unternehmen als auch Gäste könnten künftig in „sonstigen Tourismusorten“ per Tourismusabgabe bzw. Gästebeitrag zur Kasse gebeten werden. Bisher war dieses Privileg prädikatisierten Kur-, Erholungs- und Küstenbadeorten vorbehalten. Zusätzlich zur Tourismusabgabe ist es in begründeten Ausnahmefällen nun auch möglich, eine Bettensteuer zu erheben. „Die Wirtschaft ist bereits hinlänglich durch Steuern und Abgaben belastet und leistet über die Gewerbesteuerzahlungen einen Beitrag zur Finanzierung der Kommunen. Eine Tourismusabgabe kommt einer zweiten Gewerbesteuer gleich“, kritisiert Martin Exner, Sprecher Federführung Tourismus der IHK Niedersachsen, die Neuregelung.

## VIELE OFFENE FRAGEN FÜHREN ZU UNSICHERER RECHTSLAGE

Besonders problematisch bewertet die IHKN, dass die mögliche Bettensteuer nicht zweckgebunden ist und dem allgemeinen Haushalt zufließt. Auch fehlen klare Kriterien für ‚sonstige Tourismusgemeinden‘. „Die IHK Niedersachsen verkennt nicht, dass es neben Kur-, Erholungs- und Küstenbadeorten weitere Kommunen mit einem wirtschaftlichen Schwerpunkt im Tourismus gibt. Die Kriterien, wer sich zu den sonstigen Tourismusorten zählen darf und wer nicht, sind jedoch unpräzise und bergen die Gefahr einer unsicheren Rechtslage für Kommunen und Unternehmen“, so Exner.

## TOURISMUSABGABE IST FREIWILLIG. VORSICHT IST GEBOTEN

Die Einführung der neuen Abgabe ist für die Kommunen freiwillig. Die IHK Niedersachsen fürchtet jedoch, das Land werde insbesondere verschuldete Landkreise und Kommunen zur Einführung einer Tourismusabgabe verpflichten, als Teil einer Entschuldungsvereinbarung mit dem Land zum Beispiel. Die IHK Niedersachsen appelliert nun an die Kommunen, mit größter Vorsicht abzuwägen, da die Einführung einer Tourismusabgabe mehr Nach- als Vorteile für sie bringen kann.

## Tourismus mit Zukunft – jetzt bewerben

90.000 Euro Preisgeld zu vergeben! Noch bis 31. Mai können sich Unternehmen, Organisationen und Netzwerke für den niedersächsischen Nachhaltigkeitswettbewerb „Tourismus mit Zukunft“ bewerben. Gesucht werden Projektideen, die ökologische, ökonomische und soziale Aspekte berücksichtigen und sich dabei umfassend in Richtung Nachhaltigkeit positionieren. Der Wettbewerb wird vom niedersächsischen Wirtschaftsministerium sowie der Tourismus-Marketing Niedersachsen GmbH (TMN)

durchgeführt und findet in diesem Jahr zum dritten – und vorerst letzten – Mal statt. Die Preisgelder in Höhe von insgesamt 90.000 Euro werden auf bis zu drei Gewinnerprojekte sowie mögliche Sonderpreise aufgeteilt und sind für die Umsetzung der Ideen bestimmt. Die Sieger werden von einer Jury ausgewählt, der auch Martin Exner, Sprecher Federführung Tourismus der IHKN, angehört. Voraussetzung für die Teilnahme ist, dass die Projekte noch nicht realisiert und umgesetzt sind.

## TOURISMUS-WETTBEWERB

In den Jahren 2015 und 2016 wurden insgesamt 49 Ideen eingereicht. Wettbewerbsunterlagen und die bisherigen Preisträger finden Sie unter [www.tourismuspartner-niedersachsen.de/preis-fuer-nachhaltigkeit](http://www.tourismuspartner-niedersachsen.de/preis-fuer-nachhaltigkeit).

# Mehr Auslandsgäste durch Social Media

www.MeinNiedersachsen.de wird international: Die interaktive Plattform der TourismusMarketing Niedersachsen GmbH (TMN) liefert jetzt auch fremdsprachige Beiträge, um gezielt ausländische Touristen anzusprechen.

## TMN BLOGGT AUF ENGLISCH, NIEDERLÄNDISCH, DÄNISCH UND POLNISCH

Die TMN nutzt auf [www.myLowerSaxony.com](http://www.myLowerSaxony.com) den Content, den sie in den letzten zwei Jahren bei Auslandsmarketing-Aktivitäten wie Reisen oder Bloggerevents zusammengetragen hat und macht ihn Besuchern aus dem Ausland zugänglich. Zentrales Anliegen ist dabei, den Gästen ein authentisches Bild zu vermitteln: „Unser Ziel ist es, Niedersachsen erlebbar zu machen – nicht durch Werbebotschaften, sondern durch authentische Stories“, so Carolin Ruh, Geschäftsführerin der TMN. Gleichzeitig sind alle Niedersachsen-Urlauber dazu aufgefordert, mit dem Hashtag #myLowerSaxony Bilder und Geschichten aus Niedersachsen in den Social Media-Netzwerken zu posten.

## #GERMANSIMPLYINSPIRING: DZT STÄRKT INTERNATIONALES MARKENIMAGE

Auch die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) hat eine Kampagne gestartet, um das Markenimage Deutschlands bei ausländischen Gästen zu stärken.

Unter dem Motto „Germany simply inspiring“ wirbt die DZT weltweit auf verschiedenen Online- und Social Media-Kanälen für touristische Highlights aus allen 16 Bundesländern. Bis Jahresende werden touristische Besonderheiten, Events und Reisetipps verbreitet – mal als Film, mal als Facebook-Post, als kurzer Artikel im Newsletter oder auch einfach nur als Bild über Instagram. Die Kampagne wurde in enger Kooperation mit den Landesmarketingorganisationen initiiert.

[www.myLowerSaxony.com](http://www.myLowerSaxony.com)  
[www.germany.travel](http://www.germany.travel)

## DEHOGA-KAMPAGNE FÜR FLEXIBLERE ARBEITSZEIT

Veranstaltungen, die länger dauern als geplant, durch Stau verspätete Reisebusgruppen – im Gastgewerbe fällt schnell Mehrarbeit an, die nicht planbar ist. Das aktuell geltende Arbeitszeitgesetz bringt Gastwirte regelmäßig in Schwierigkeiten. Klagen, die auch häufig an die IHK herangetragen werden. Der DEHOGA fordert jetzt mehr Flexibilität im Arbeitszeitgesetz mit seiner Kampagne „Höchste Zeit für Wochenarbeitszeit“. Der Lösungsvorschlag: statt maximaler Tages-, eher eine maximale Wochenarbeitszeit. [www.wochen-arbeitszeit.de](http://www.wochen-arbeitszeit.de)



# Veranstaltungskalender „Reformation in Niedersachsen“ erschienen

Informationen unter

REFORMATION-  
NIEDERSACHSEN.DE

Die Evangelisch-lutherische Landeskirche Hannover hat in Zusammenarbeit mit der TourismusMarketing Niedersachsen GmbH einen Veranstaltungskalender zum Reformationsjubiläum herausgegeben. Die Broschüre ist gegliedert nach Regionen in Niedersachsen und enthält 170 ausgewählte Veranstaltungstipps bis November 2017. Der Kalender liegt in Kirchen und in Tourist Informationen in ganz Niedersachsen aus.

## 500 JAHRE GESCHICHTE ZUM ANFASSEN

Landesbischof Ralf Meister sagt: „Der Veranstaltungskalender lädt dazu ein, die Wir-

kungsgeschichte der Reformation in der Nähe aufzuspüren. Es gibt viel zu hören, zu sehen und zu spüren. 500 Jahre Geschichte der Bildung, der Sprache, der Musik und des Glaubens berühren sich mit den Menschen und Orten heute.“

## BESTELLUNG KOSTENLOS

Zu beziehen ist der Veranstaltungskalender über die Tourist Informationen oder online im Materialversand der Evangelisch-lutherischen Landeskirche Hannovers unter [www.material-e.de](http://www.material-e.de)

## REFORMATIONS- JUBILÄUM

Weitere Informationen zu den Veranstaltungen des Reformationsjubiläums in Niedersachsen gibt es unter [www.reformation-niedersachsen.de](http://www.reformation-niedersachsen.de)

# Hygienebarometer startet in Hannover und Braunschweig

Niedersachsen bekommt ein Hygienebarometer. Künftig werden die Ergebnisse der kommunalen Lebensmittelkontrollen z. B. im Gastgewerbe und Lebensmittelhandel auf einer einseitigen Übersicht dargestellt, die der Betrieb aushängen kann. Zunächst wird diese Praxis in Hannover und Braunschweig als Pilotstädte gestartet. Die landesweite Einführung soll noch 2017 erfolgen.

## GESAMTNOTE UND FARBSKALA

Der Aushang enthält eine Gesamtnote, die sich aus der Bewertung von drei Themenbereichen zusammensetzt: Verlässlichkeit der Einhaltung lebensmittelrechtlicher Bestimmungen, betriebliche Eigenkontrollen und Hygienemanagement. Darüber hinaus wird die Zahl der erreichten „Hygienemangelpunkte“ – maximal 80 können es werden – grafisch und in Farbe dargestellt. 0 Punkte = grün, 80 Punkte = rot. Die IHKN hat die Pläne hinsichtlich des Hygienebarometers wiederholt kritisiert. Unter anderem deshalb, weil eine schlechte oder mäßige Bewertung keine Rückschlüsse über die Art der Verstöße zulässt – ob es sich z. B. um Mängelpunkte wegen einer gesprungenen Fliese oder wegen verdorbener Lebensmittel handelt,

dürfte aber für den Verbraucher sehr wohl einen Unterschied machen.

Der Aushang des neuen Barometers ist NOCH zwar freiwillig. Aber: Je mehr Betriebe im Zeitverlauf eine Kontrolle durchlaufen haben, desto mehr werden diejenigen, die keinen Aushang haben, in den Verdacht geraten, eine mangelhafte Hygienebewertung vertuschen zu wollen. Die „Freiwilligkeit“ findet hier also sehr bald ihre Grenzen.

## IHKN KRITISIERT: KEIN ANSPRUCH AUF NACHKONTROLLEN

Ein weiterer Kritikpunkt ist, dass Betriebe mit einer für sie nicht zufriedenstellenden Bewertung keinen Anspruch auf eine Nachkontrolle haben. So bleiben sie über Monate im Abseits, auch wenn sie zeitnah alle Anforderungen erfüllt haben, die seitens der Lebensmittelüberwachung gestellt wurden.

Auch vor dem Hintergrund, dass für den Verbraucher durch die unterschiedlichsten Regelungen in den einzelnen Bundesländern derzeit ein nicht zu durchschauender Flickenteppich entsteht, bleibt das Fazit der IHKN eindeutig: Lebensmittelkontrolle: ja, Sanktionierung von Verstößen: ja, Hygienebarometer: nein!

## INFOS

Mehr Informationen zum Hygienebarometer finden Sie hier: [www.ml.niedersachsen.de/hygienebarometer-150751.html](http://www.ml.niedersachsen.de/hygienebarometer-150751.html)

2016

# Zahlen und Fakten

+2,6%

**OSTFRIESISCHE INSELN**

5.396.547 ÜBERNACHTUNGEN

+4,0%

**NORDSEEKÜSTE**

7.916.901 ÜBERNACHTUNGEN

+7,2%

**OSTFRIESLAND**

1.668.411 ÜBERNACHTUNGEN

+6,8%

**OLDENBURGER MÜNSTERLAND**

746.249 ÜBERNACHTUNGEN

+7,7%

**OLDENBURGER LAND**

726.974 ÜBERNACHTUNGEN

+9,7%

**MITTELWESER**

879.690 ÜBERNACHTUNGEN

+5,5%

**GRAFSCHAFT  
BENTHEIM-EMSLAND-  
OSNABRÜCKER LAND**

4.891.295 ÜBERNACHTUNGEN

+0,5%

**HANNOVER-HILDESHEIM**

4.504.685 ÜBERNACHTUNGEN

+3,5%

**WESERBERGLAND-SÜDNIEDERSACHSEN**

3.413.615 ÜBERNACHTUNGEN

# JAHR DER TOURISMUS- REKORDE

+1,5%

**UNTERELBE-UNTERWESER**  
961.967 ÜBERNACHTUNGEN

+4,2%

**LÜNEBURGER HEIDE**  
6.401.124 ÜBERNACHTUNGEN

+0,3%

**BRAUNSCHWEIGER  
LAND**  
1.692.781 ÜBERNACHTUNGEN

+1,6%

**HARZ**  
3.566.473  
ÜBERNACHTUNGEN

## ... IN NIEDERSACHSEN

In Niedersachsen wurde 2016 mit 42,8 Mio. Übernachtungen ein neuer Rekord erzielt. Ein Zuwachs von 3,5 Prozent. Erfreulich: ausnahmslos alle niedersächsischen Reisegebiete haben 2016 zugelegt.

## ... IN DEUTSCHLAND

Auch Deutschland insgesamt hat mit über 447 Mio. Übernachtungen einen Rekord erzielt. Der Zuwachs im Vergleich zum Vorjahr beträgt 2,5 Prozent. Im Bundesländer-Vergleich behauptet Niedersachsen mit 42,8 Mio. Übernachtungen Rang 4.

## ... AUS DEM AUSLAND

Bei Übernachtungen ausländischer Gäste wurde deutschlandweit erstmals die Marke von 80 Mio. Übernachtungen geknackt, das sind 1,4 Prozent mehr als im Vorjahr. Auch Niedersachsen legt bei ausländischen Übernachtungen um 1,2 Prozent zu, liegt aber unverändert auf Rang 7. Während im Schnitt der Bundesländer 18,1 Prozent der Übernachtungen durch ausländische Gäste generiert werden, sind es in Niedersachsen mit 8,6 Prozent deutlich weniger.

## ... UND WELTWEIT

Auch weltweit waren nie zuvor so viele Menschen unterwegs wie 2016: Die Welttourismusorganisation UNWTO zählte 2016 über 1,2 Mrd. grenzüberschreitende Urlaubs- und Geschäftsreisende – ein Plus von 3,9 Prozent.

## ... ÜBRIGENS AUCH AUF CAMPINGPLÄTZEN

Mit ca. 30,4 Mio. Übernachtungen in 2016 hat auch Deutschlands Campingbranche eine Rekordmarke geknackt. 4,3 Prozent mehr Campingübernachtungen als 2015 wurden gezählt. Die Zahl der Campingplätze in Deutschland ist in den vergangenen zehn Jahren stark gestiegen. Gab es 2006 bundesweit 2.456 geöffnete Anlagen, waren es zuletzt 2.873, wie aus einer Antwort der Bundesregierung auf eine Kleine Anfrage des Parlaments hervorgeht. Bei der Zahl der Campingplätze liegt Niedersachsen übrigens nach Bayern und Baden-Württemberg auf Platz 3.

# Häufiger, länger, teurer – Bundesbürger sind in Reiselaune

## Urlaubsreisemarkt wächst weiter

Die Bundesbürger verreisen öfter, bleiben länger vor Ort und lassen sich den Urlaub mehr als jemals zuvor kosten: das sagt die 33. Tourismusanalyse der Stiftung für Zukunftsfragen.

### HÄUFIGER

57 Prozent der Bundesbürger unternahmen 2016 eine Urlaubsreise von wenigstens fünf Tagen Dauer. Im Vergleich zum Vorjahr erhöhte sich die Reiseintensität damit um drei Prozentpunkte (2015: 54 Prozent). Mehr als jeder dritte Reisende war mehrfach unterwegs: Etwa jeder vierte Reisende unternahm 2016 zwei Urlaubsreisen von wenigstens fünf Tagen Dauer; jeder zehnte war sogar dreimal oder öfter unterwegs.

### LÄNGER

Zum zweiten Mal in Folge erhöhte sich die durchschnittliche Reisedauer der Bundesbürger. Nach dem Tiefpunkt im Jahre 2014 mit 12,1 Tagen stieg die Zahl der Urlaubstage vor Ort auf aktuell 12,9 Tage. Zugenommen hat hierbei nicht nur die durchschnittliche Reisedauer, auch die Anzahl der Bundesbürger, die länger als 14 Tage unterwegs waren, stieg an: Verreiste im Jahre 2015 „nur“ etwa jeder vierte Reisende (26,7 Prozent) länger als zwei Wochen, war es in der vergangenen Saison fast jeder dritte (31,3 Prozent).

### TEURER

Mit durchschnittlich 1.166 Euro pro Person gaben die Bundesbürger 2016 mehr Geld für ihren Urlaub aus als jemals zuvor. Diese Summe umfasst nicht nur die reinen Reise- und Unterkunftskosten, sondern auch alle weiteren Ausgaben vor Ort. Innerhalb der Bevölkerung zeigt sich, dass mit dem Alter auch die Ausgaben steigen: 14- bis 34-Jährige gaben 1.000 Euro bzw. 78 Euro pro Tag aus, 35- bis 54-Jährige ließen sich den Urlaub 1.194 Euro bzw. 92 Euro pro Tag kosten, über 55-Jährige gaben mit 1.264 Euro bzw. 98 Euro pro Tag am meisten aus. Zudem variierten die Reisekosten abhängig vom Reiseziel. So erwies sich ein Urlaub im europäischen Ausland mit 1.171 Euro um 40 Prozent teurer als eine Reise innerhalb Deutschlands (831 Euro). Eine Fernreise war im Schnitt sogar rund zweieinhalb Mal so teuer (2.144 Euro) wie ein Urlaub im Inland.

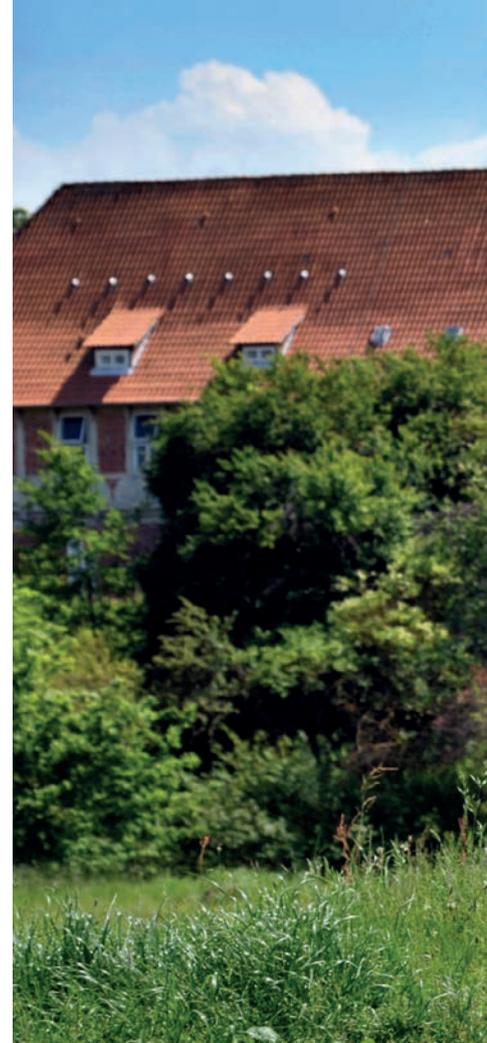
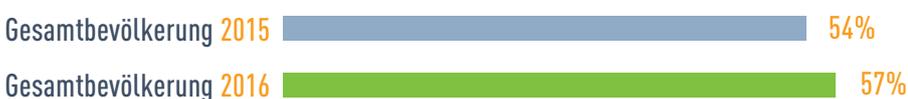
### PROGNOSE 2017

Zahl der Reisenden steigt weiter. Laut Tourismusanalyse deutet Vieles darauf hin, dass die Bundesbürger 2017 noch häufiger unterwegs sein werden als 2016. Eine stabile Wirtschaftslage mit einer niedrigen Arbeitslosenquote, ein starker Eurokurs und niedrige Zinsen lassen eine wachsende Reiselust erwarten.

## Reiseintensität 2016

### Mittlere Generation besonders reisefreudig

Von je 100 Befragten haben eine Reise von wenigstens fünf Tagen Dauer unternommen:



## INFOS

Mehr zur 33. Tourismusanalyse der Stiftung für Zukunftsfragen unter [www.stiftungfuerzukunftsfragen.de](http://www.stiftungfuerzukunftsfragen.de)



## GÖTTINGEN

### Landkreis-Fusion ändert Reisegebietszuschnitt

Im November letzten Jahres wurde die Fusion der Landkreise Göttingen und Osterode am Harz zum neuen Landkreis Göttingen realisiert. Die Zuschnitte der Reisegebiete Harz und Weserbergland-Süd-niedersachsen ändern sich dadurch: die Samtgemeinden Gieboldehausen und Radolfshausen sowie die Gemeinden Bovenden, Duderstadt, Friedland, Gleichen, Göttingen und Rosdorf gehören jetzt zum Reisegebiet ‚Harz‘ und nicht mehr zum Reisegebiet ‚Weserbergland-Süd-niedersachsen‘, das künftig nur noch ‚Weserbergland‘ heißt. Also nicht wundern, wenn in der amtlichen Statistik ab 2017 die Übernachtungszahlen von Harz und Weserbergland im Vergleich mit dem Vorjahr ungewöhnlich erscheinen.

## Radtourismus: 16 Prozent Wachstum – Niedersächsische Radfernwege top

5,2 Millionen Bundesbürger haben 2016 laut Radreiseanalyse des ADFC einen Radurlaub unternommen – 16 Prozent mehr als im Vorjahr.

Das Ranking der beliebtesten Radfernwege Deutschlands führen übrigens zwei durch Niedersachsen führende Routen an: Platz 1 belegt – zum 13. Mal in Folge! – der Elberadweg. Auf Platz 2 behauptet sich der Weserradweg, auch wenn er sich die Position dieses Jahr mit dem RuhrtalRadweg teilt.

### RADREISE

Mehr dazu unter  
[www.adfc.de/  
radreiseanalyse](http://www.adfc.de/radreiseanalyse)

1. Elberadweg (±0)
2. Weserradweg (±0) /  
RuhrtalRadweg (+1)
3. Rheinradweg (+3)
4. Donauradweg (±0) /  
Ostseeküsten-Radweg (+1)
5. MainRadweg (+3)
6. Mosel-Radweg (+1)
7. Bodensee-Radweg (+2)
8. Altmühltal-Radweg (+3)
9. Bodensee-Königssee Radweg (+5)
10. Oder-Neiße-Radweg (+3)

Die aktuelle Top 10-Liste der beliebtesten Radfernwege in Deutschland, Quelle: ADFC-Travelbike-Radreiseanalyse

# Ihr gutes Recht

## Klarheit für Ferienwohnungen in Wohngebieten

In allgemeinen Wohngebieten erlaubt,  
in reinen Wohngebieten mit Einschränkungen

Ferienwohnungen und -häuser in Wohngebieten rücken aus der rechtlichen Grauzone: Künftig sind sie in allgemeinen Wohngebieten als „nicht störende Gewerbebetriebe“ oder „kleine Beherbergungsbetriebe“ erlaubt. Eine geänderte Baunutzungsverordnung macht dies möglich. In sogenannten „reinen Wohngebieten“ gibt es Einschränkungen. Dort ist das Ferienwohnen nur genehmigungsfähig, wenn das Dauerwohnen überwiegt. Dies trifft z. B. zu, wenn in einem Mehrfamilienhaus die Anzahl an Wohnungen, die zum Dauerwohnen vermietet werden, überwiegen.

Die Neuregelung gibt Ferienwohnungsvermietern mehr Rechtssicherheit. Allerdings kritisieren die Tourismusverbände die Einschränkungen für die reinen Wohngebiete. Der Tourismusverband Niedersachsen hatte dafür votiert, zumindest in staatlich anerkannten Kur- und Erholungsorten den Kommunen zu überlassen, ob das Ferienwohnen in den reinen Wohngebieten erlaubt, beschränkt oder untersagt wird. Dieser Empfehlung wurde nicht entsprochen.

## Grünes Licht für freies WLAN

Die Bundesregierung hat Anfang April den Entwurf eines „Dritten Gesetzes zur Änderung des Telemediengesetzes“ beschlossen. Damit macht die Bundesregierung den Weg frei für mehr freies öffentliches WLAN in Deutschland. Dazu Bundeswirtschaftsministerin Brigitte Zypries: „Jetzt können Café-Betreiber und andere ohne Sorge offenes WLAN für ihre Kunden anbieten. Sie setzen sich nicht dem Risiko aus, kostenpflichtig abgemahnt zu werden, falls Nutzer illegale Inhalte aus dem Internet abrufen. Sie müssen ihr WLAN weder verschlüsseln, noch brauchen sie eine Vorschaltseite. Sie müssen auch die Identität ihrer Nutzer nicht überprüfen.“

Damit sei es gelungen, die Hürden abzuschaffen, die bislang eine Verbreitung von offenen WLAN-Hotspots in Deutschland behindert haben. Man erwarte davon einen

entscheidenden Schub für mehr offene WLAN-Hotspots, um im europaweiten Vergleich aufzuholen.

Um das geistige Eigentum weiterhin angemessen zu schützen, können Rechteinhaber von WLAN-Betreibern die Sperrung einzelner konkret benannter Internetseiten verlangen, über die ein Nutzer urheberrechtlich geschützte Inhalte illegal verbreitet hat. Die Abrufsperrung für einzelne Internetseiten muss jedoch zumutbar und verhältnismäßig sein. Vor- und außergerichtliche Kosten dürfen dem WLAN-Betreiber auch dafür nicht in Rechnung gestellt werden. Die Sperrung einzelner Internetseiten kann ein WLAN-Betreiber in der Regel einfach und ohne technische Vorkenntnisse über die Einstellungen des WLAN-Routers durchführen.

### INFOS

Die Neuregelung ist Teil der Baurechtsnovelle, die am 31. März 2017 den Bundesrat passiert hat.

[www.bmub.bund.de](http://www.bmub.bund.de)

### TELEMEDIENGESETZ

Das Gesetz finden Sie hier:

[www.bmwi.de](http://www.bmwi.de)

Suchbegriff: neues WLAN-Gesetz

# EU-Kommission gegen irreführende Buchungsportale

Unzuverlässige Preisangaben auf zwei Dritteln der geprüften Buchungsportale in der EU: Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie der Europäischen Kommission und der Verbraucherschutzbehörden. So wurden beispielsweise in einer fortgeschrittenen Phase des Buchungsvorgangs ohne klare Hinweise für den Verbraucher zusätzliche Preiselemente hinzugefügt oder Sonderangebote waren gar nicht erhältlich.

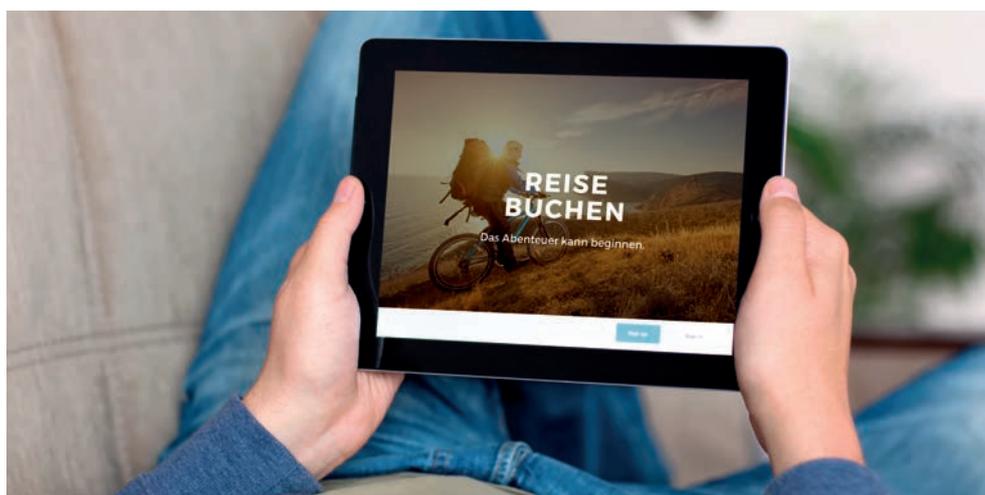
## VIELE PREISANGABEN SIND UNZUVERLÄSSIG

Věra Jourová, Kommissarin für Justiz, Verbraucher und Gleichstellung, sagte: „Das Internet bietet den Verbrauchern zahlreiche Informationen, um ihren Urlaub zu planen und dabei Urlaubsreisen zu vergleichen und zu buchen. Wenn jedoch die Bewertungen auf Vergleichsportalen verzerrt oder die Preise nicht transparent sind, sind die Informationen für die Verbraucher irreführend. Die betreffenden Unternehmen müssen die europäischen Verbraucherschutzvorschriften genauso einhalten wie Reisebüros. Die Verbraucherschutzbehörden werden die Betreiber der Portale nun auffordern, diese Probleme zu beheben. Die Verbraucher sollten online in gleichem Maße geschützt sein wie offline.“

Die Europäische Kommission und die Verbraucherschutzbehörden leiteten im Oktober 2016 eine koordinierte Untersuchung von 352 Preisvergleichs- und Reisebuchungsportalen in der gesamten EU ein. Dabei wurde festgestellt, dass auf 235 von ihnen die Preisangaben nicht zuverlässig waren. In einem Drittel der Fälle entsprach der Preis, der zuerst angezeigt wird, nicht dem Endpreis. In einem Fünftel der Fälle waren Sonderangebote nicht wirklich verfügbar. Häufig war der Gesamtpreis oder die Art und Weise seiner Berechnung nicht klar. Oder der Hinweis auf knappe Verfügbarkeit (z. B. „nur noch 2 verfügbar“, „nur heute verfügbar“) war irreführend, da er sich nicht auf die Produktverfügbarkeit insgesamt, sondern nur auf die eigene Website bezog.

## PORTALE MÜSSEN NACHBESSERN

Die Behörden haben die Betreiber der betroffenen Portale aufgefordert, ihre Praktiken mit dem EU-Verbraucherrecht in Einklang zu bringen und somit volle Transparenz bei den Preisen zu gewährleisten, d. h. die Angebote müssen in einer frühen Phase des Buchungsvorgangs in klarer Weise präsentiert werden.



## INFOS

[www.ec.europa.eu/germany](http://www.ec.europa.eu/germany)  
Menüpunkt Presse,  
Suchbegriff Buchungsportale

ZU GAST IN  
OLDENBURG

# Rundreise durch Niedersachsen

Niedersachsen hat viele Gesichter! Die Tourismusnachrichten porträtieren in jeder Ausgabe eine andere Destination. Dieses Mal stellt sich die Gastgeberstadt des Tourismustags Niedersachsen 2017 vor.



OLDENBURG



# Oldenburg: Tradition trifft Zukunft

Informationen unter


**OLDENBURG-  
TOURISMUS.DE**

## ENTSPANNT UND KULTIG

Urbanes Flair trifft  
ländliche Idylle:  
In Oldenburg lässt  
es sich gut leben –  
das spüren auch  
die Gäste.

## Oldenburg – anmutige Metropole, reiche Tradition und Zukunftsmotor aus Überzeugung

Wer Oldenburg besucht, wird überrascht sein, wie entspannt die 165.000 Einwohner starke Großstadt anmutet. Eingebettet in die norddeutsche Tiefebene war und ist Oldenburg ein Ort des kulturellen Austausches, der Wissenschaften und der Lebensfreude. Die klare Formensprache des Klassizismus fällt genauso ins Auge wie blumengeschmückte Gärten und Bauernhöfe mit Kühen und Pferden auf den Wiesen.

### UNIVERSITÄTSSTADT SEIT 1973

Wer jetzt glaubt, bei so viel auffälliger Bausubstanz und ländlichem Charme bliebe das Kultige auf der Strecke, der irrt. Immerhin ist Oldenburg seit 1973 Universitätsstadt. Über 20.000 Studenten sorgen für belebte Szenetreffe, eine junge Kulturszene und besondere Läden. Wer sich nicht entscheiden kann zwischen dem Tempo einer Metropole und der Ruhe einer ländlichen Idylle, findet hier einfach beides. Der freundliche Umgang miteinander und die Bodenständigkeit der Leute tragen zur Wohlfühlatmosphäre bei.

Gastronomisch führt in Oldenburg kein Weg an der „Oldenburger Palme“, wie Grünkohl hier auch genannt wird, vorbei. Denn eine Kohltour mit Grünkohlessen gehört zur Stadt, wie der Karneval zu Köln.

Zuständig für die Förderung von Tourismus- und Stadtmarketing ist seit 2001 die Oldenburg Tourismus und Marketing GmbH (OTM). Im Fokus des Tourismusmarketings stehen die Imagestärkung und die Ausrichtung der Maßnahmen auf Gäste und Bürger gleichermaßen. Auch die Bindung von Stammgästen hat eine zentrale Bedeutung, um die touristischen Kennzahlen zu stärken. „Für uns ist es wichtig, hinzuschauen und zu beobachten, was um uns herum vor sich geht. Die Menschen ändern sich, nicht zuletzt aufgrund der technologischen Entwicklung. Der Tourismus befindet sich an einem Wendepunkt. Wir experimentieren viel und stellen uns den Herausforderungen des digitalen Marketings,“ erläutert Silke Fennemann, Geschäftsführerin der OTM.



## MARKENFÜHRUNG IST CHEFSACHE

Außerdem hat sie seit 2015 die Markenführung für die Stadt Oldenburg zur Chefsache erklärt: „Gerade in Zeiten, in denen man mit Informationen überschüttet wird, sehnt sich der Verbraucher nach Einfachheit, Orientierung und Verlässlichkeit. Unsere Aufgabe sollte es sein, uns über die Identität unserer Destination klar zu werden und zu erfassen, was sie für Gäste und Einwohner wertvoll macht. Damit eine Marke erfolgreich geführt werden kann, muss festgelegt sein, was sie einzigartig macht und sie differenziert. Die OTM arbeitet im Auftrag der Stadt Oldenburg und versteht sich in diesem Kontext als Treiber für die Entwicklung, fachlich in der ‚Einspeisung‘ von Marketingkompetenz sowie organisatorisch als Steuerungsstelle.“

Auch die Konzentration auf Themen, die den Stärken der Stadt entsprechen, hat sich bestätigt. Seitdem werden im operativen Marketing thematische Schwerpunkte gesetzt.

Shopping, Kultur, Grünkohl und Fahrrad werden mit konkreten Maßnahmen stetig weiter entwickelt. Als Beispiel sei die Erlebnismarke „Kohltourhauptstadt Oldenburg“ genannt, die 2010 entwickelt wurde. Bei den Schwerpunktthemen kommt insbesondere dem Austausch in Netzwerken eine zentrale Aufgabe zu. Die Netzwerke bündeln das vielseitige Know-how auf Stadtebene und sind ein wesentlicher Treiber für innovatives Handeln.

## OLDENBURG ALS LEBENSGEFÜHL

Zum Abschluss findet Silke Fennemann dankende Worte: „All das ist nur möglich, weil die Stadt unsere GmbH seit mehr als fünfzehn Jahren trägt. Tourismus für so eine Stadt, wie Oldenburg es ist, machen zu dürfen, ist wie ein Geschenk: Die Stadt selbst wie auch die Einwohner strahlen auf Schritt und Tritt ein besonderes Lebensgefühl aus. Ein Charme, der jeden Gast begeistert und dafür sorgt, dass Oldenburg in der ganzen Welt Fans hat.“



## IHRE VORSCHLÄGE FÜR DIE NÄCHSTE AUSGABE

Sie würden Ihre Destination gerne in einer der nächsten Ausgaben sehen? Dann melden Sie sich bei der Tourismusnachrichten-Redaktion unter [schroedter@lueneburg.ihk.de](mailto:schroedter@lueneburg.ihk.de)



## KONTAKT

Oldenburg Tourismus  
und Marketing GmbH  
Schloßplatz 16  
26122 Oldenburg  
Telefon 0441 361613-66  
E-Mail: [info@oldenburg-tourist.de](mailto:info@oldenburg-tourist.de)  
[www.oldenburg-tourismus.de](http://www.oldenburg-tourismus.de)



# Kurz notiert

## IHK UND TOURISMUS: ANALYSEN, AKTIONEN, AUSBlicKE

Analysen z. B. zum Integrationsmotor Gastgewerbe in Niedersachsen, das Engagement der IHKs in Sachen Wassertourismus, Bettensteuer oder Pauschalreiserrichtlinie, Serviceleistungen wie das Online-Beratungs-Tool „Berliner Gastromat“: Wie vielfältig das Engagement der Industrie- und Handelskammern (IHKs) für die Branche ist, verdeutlicht jetzt die 2017er-Ausgabe von „IHK und Tourismus“. Sie finden den Jahresbericht zum Download auf der DIHK-Website unter

[www.dihk.de/branchen/tourismus](http://www.dihk.de/branchen/tourismus)

## IHK-ONLINEHILFE FÜR LEBENSMITTEL- HYGIENE JETZT AUCH AUF ENGLISCH, CHINESISCH UND TÜRKISCH

Wer gewerblich Speisen zubereitet, Getränke ausschenkt und Gästen serviert, muss einige Vorschriften hinsichtlich der Lebensmittelhygiene beachten. Die IHK-Onlinehilfe für Lebensmittelhygiene gibt eine schnelle und aktuelle Übersicht für Lebensmittelverarbeiter, Lebensmittelhandel, Gaststätten und Imbisse und mobile Imbisse und Verkaufsstände. Jetzt neu: Ab sofort ist dieser Service auch in Englisch und Chinesisch abrufbar. Die türkischsprachige Version wird in Kürze freigeschaltet.

[www.onlinehilfe-lebensmittelhygiene.de](http://www.onlinehilfe-lebensmittelhygiene.de)

## DIHK-RATGEBER ZUR INTEGRATION VON FLÜCHTLINGEN ÜBERARBEITET

Im Gastgewerbe ist die Bereitschaft hoch, ausländische Arbeitskräfte und auch Flüchtlinge zu beschäftigen. Doch häufig scheitert ein konkretes Vorhaben an bürokratischen Hürden und Unsicherheiten bzgl. der geltenden Vorschriften. Wie läuft das deutsche Asylverfahren ab? Wie ist der Zugang zum Arbeitsmarkt geregelt, welche Möglichkeiten der Sprachförderung gibt es? Antworten auf Fragen rund um die Ausbildung oder Beschäftigung von Flüchtlingen bietet ein Leitfaden, den der Deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK) jetzt aktualisiert hat.

[www.dihk.de](http://www.dihk.de)

Suchbegriff Ratgeber Flüchtlinge

## 13. DEUTSCHER TOURISMUSPREIS: JETZT BEWERBEN

Der Deutsche Tourismuspreis geht in die 13. Runde: Mitmachen können Unternehmen, Vereine und Kommunen. Gesucht werden kluge und ideenreiche Produkte, Projekte und Kampagnen, die originell und kreativ umgesetzt sind, Zeitgeist und Zielgruppe treffen und dabei auch Wirtschaftlichkeit, Nachhaltigkeit und Qualitätsansprüche berücksichtigen.

Bewerbungen können bis zum 23. Juni 2017 eingereicht werden. Die besten Bewerber werden von einer Expertenjury für die Endrunde nominiert. Wichtigstes Bewertungskriterium ist dabei der Innovationsgrad, außerdem gibt es Punkte für Qualität, Kundenorientierung, Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit.

Aus den Nominierten werden der 1., 2. und 3. Preisträger gekürt. Wer im Finale steht, geht außerdem auch ins Rennen um den Publikumspreis.

[www.deuschertourismuspreis.de](http://www.deuschertourismuspreis.de)

# Q-News

## Wolfenbüttel – ausgezeichnet!

### Wolfenbüttel wird KinderFerienLand-Ort, Auszeichnung als Q-Stadt schon in Sicht.

27 Betriebe und Anbieter touristischer Dienstleistungen aus Wolfenbüttel haben im Frühjahr die Qualitätszertifikate ServiceQualität Deutschland in Niedersachsen, KinderFerienLand Niedersachsen und Reisen für Alle erhalten. Allein 24 Betriebe haben sich für ServiceQualität Deutschland qualifiziert, darunter Hotels, Gastronomiebetriebe, Reiseveranstalter und Händler, aber auch Handwerksbetriebe und die Stadtverwaltung. Bis Ende 2018 will Wolfenbüttel das Siegel als Q-Stadt erreichen.

#### FAMILIEN ERWÜNSCHT!

In Sachen Kinderfreundlichkeit erfüllt die Stadt Wolfenbüttel schon jetzt alle Kriterien: Seit dem 1. April 2017 darf sie mit der Zertifizierung als KinderFerienLand-Ort werben – als zweite Gemeinde in Niedersachsen nach

Butjadingen im Landkreis Wesermarsch. Ein KinderFerienLand-Ort muss z. B. Spielplätze und Freizeitangebote für Familien und eine Mindestzahl von Unternehmen mit dem KinderFerienLand-Siegel haben.

#### BARRIEREFREIE TOURIST INFO

Die Tourist Info in Wolfenbüttel wurde außerdem auch mit dem Reisen für Alle-Siegel ausgezeichnet. Hierfür wurde die gesamte touristische Servicekette auf ihre Barrierefreiheit hin untersucht – von der Anreise über den Aufenthalt bis hin zur Gästebetreuung und -Information.

Staatssekretärin Daniela Behrens bei der Verleihung der Auszeichnungen in Wolfenbüttel



## DIE DREI QUALITÄTSINITIATIVEN

Seit 2004 ist Niedersachsen Partner des Projekts ServiceQualität Deutschland in Niedersachsen, u. a. gefördert durch die IHK Niedersachsen. In Niedersachsen tragen über 350 Betriebe die Auszeichnung, bundesweit nehmen mehr als 3.500 Unternehmen an der Initiative teil, darunter auch 23 Q-Gemeinden bzw. -Städte.

Mehr unter:

[www.q-deutschland.de](http://www.q-deutschland.de)



ServiceQualität  
DEUTSCHLAND

KinderFerienLand Niedersachsen ist eine Qualitätsinitiative der Tourismus-Marketing Niedersachsen GmbH (TMN) für das Reiseland Niedersachsen, die 2011 gestartet ist. Seitdem wurden mehr als 260 Leistungsträger für ihre Familienfreundlichkeit ausgezeichnet. Besonders familienfreundliche Orte können sich als KinderFerienLand-Ort auszeichnen zu lassen.

Mehr unter:

[www.kinderferienland-zertifizierung.de](http://www.kinderferienland-zertifizierung.de)



Seit 2015 setzt Niedersachsen im barrierefreien Tourismus das bundesweit einheitliche Kennzeichnungs- und Zertifizierungssystem Reisen für Alle um. 117 Betriebe sind bislang ausgezeichnet worden.

Mehr unter:

[www.reisen-fuer-alle.de](http://www.reisen-fuer-alle.de)

Reisen für Alle

Deutschland-barrierefrei-erleben.de



# Mit Qualitätssiegeln zu besseren Bewertungen?

Im Rahmen des Ostdeutschen Sparkassen-Tourismusbarometers wurde untersucht, ob Betriebe, die an Qualitätsinitiativen teilnehmen, bessere Online-Bewertungen haben. Als Gradmesser wurde der TrustScore herangezogen: dieser Wert wird von TrustYou ermittelt und fasst Bewertungen von verschiedenen Bewertungsseiten, wie z. B. HolidayCheck oder TripAdvisor, in einer Endnote zusammen. Das Ergebnis: bei Betrieben ohne Zertifizierung liegt der TrustScore durchschnittlich bei 81,2 Punkten. Q-Betriebe erreichen im Durchschnitt 84 Punkte. Ergo: zertifizierte Betriebe erhalten bessere Online-Bewertungen!

TrustScore  
bei Betrieben  
ohne Zertifizierung  
**81,2**

Q-Deutschland **84,0**  
wunderbares Deutschland **83,1**  
Deutsche Hotelklassifizierung **82,5**  
bett+bike adfc **82,4**

Quelle: Sparkassen-Tourismusbarometer  
Ostdeutschland 2017

## ServiceQ wird weiterentwickelt

Gesellschaftliche Trends und fortschreitende Digitalisierung verändern die Qualitätserwartungen der Gäste. ServiceQ geht mit: die 16 Mitglieder von ServiceQualität Deutschland (= die 16 Bundesländer) haben sich auf eine Weiterentwicklung geeinigt. Befragungen haben zudem Anhaltspunkte geliefert, wo ServiceQ für die Betriebe noch „bedienerfreundlicher“ werden kann.

### UND SO SIEHT DER PLAN AUS:

Betriebe bekommen mehr Flexibilität und Auswahl bei den Qualitätsmanagementwerkzeugen. Und wer schon vor ServiceQ gute Qualitätsmaßnahmen im Betrieb hatte, kann diese einbringen, so dass keine Doppelarbeiten entstehen.

Schulungen, Qualitätsmanagement- und Analysewerkzeuge werden ausgebaut.

Die Vernetzung und Kommunikation der Q-Betriebe untereinander soll gestärkt werden. Es wird z.B. ein Ideenpool eingerichtet, der allen Teilnehmern Ideen für weitere Qualitätsmaßnahmen liefert.

Das Online-Tool der Initiative wird moderner und anwendungsfreundlicher.

Die Neuerungen sollen Anfang 2018 an den Start gehen.

[www.q-deutschland.de](http://www.q-deutschland.de)

## Q-TERMINE

### Ausbildung zum QualitätsCoach (Stufe I)

**Rastede**  
12.06.2017 – 13.06.2017

**Schneverdingen**  
17.10.2017 – 18.10.2017

**Hannover**  
07.11.2017 – 08.11.2017

**Wilhelmshaven**  
28.11.2017 – 29.11.2017

Kosten der Seminare:  
295 Euro plus MwSt.

Geschlossene Schulungen  
können darüber hinaus  
individuell vereinbart werden.

### Auffrischkurs (Stufe I)

**Bad Essen**  
23.10.2017

Der Auffrischkurs ist kostenlos für  
ausgebildete QualitätsCoaches.

Info und Anmeldung:  
TourismusMarketing Niedersachsen GmbH  
Tel. 0511 270488-24/28  
[service@tourismuniedersachsen.de](mailto:service@tourismuniedersachsen.de)  
[www.q-deutschland.de](http://www.q-deutschland.de)

# IHKN Regional

Was tut sich in Ihrer Region? Und wer ist Ihr Ansprechpartner rund um den Tourismus in Ihrer IHK? Hier finden Sie Kurznachrichten und Kontaktdaten aus den sieben IHK-Bezirken der IHK Niedersachsen.





**IHK  
BRAUNSCHWEIG**

## 16-Millionen-Projekt in Bad Harzburg: Villa Ettershaus

### Aus Alt mach Jung: modernes 4-Sterne-Haus entsteht

Ein Leuchtturmprojekt mit Hotelzimmern, Apartments, Wellnessbereich, Spa-Suiten, Baumhäusern und Gastronomie mit Blick über die Stadt entsteht: 16 Millionen Euro investiert die Sonnenhotels Deutschland GmbH & Co. KG rund um die seit 30 Jahren leerstehende Villa Ettershaus in Bad Harzburg.

#### DER HARZ SCHAFFT DEN IMAGEWANDEL

„Der Harz ist cool“, sagt Karina Dörschel, geschäftsführende Gesellschafterin der Sonnenhotels. In letzter Zeit gebe es viel frischen Wind: Eine Seilrutsche über der Rappbodetal-sperre, Wallrunning an der Staumauer, den Baumwipfelpfad in Bad Harzburg, die neue

Infrastruktur am Wurmberg mit Beschneiungsanlage, neue moderne Unterkünfte in St. Andreasberg und am Torfhaus – „Es entwickelt sich viel Junges und Gutes“, so Dörschel.

#### ERÖFFNUNG FÜR SOMMER 2017 GEPLANT

Die Villa Ettershaus mit der geschichtsträchtigen Villa, 16 Baumhäusern, modernen Anbauten, einem Spa, und dem „Hexenwerk“, einer hochwertigen SB-Tagesgastronomie im Stil von Gosch und Vapiano ist ein 4-Sterne-Projekt der Sonnenhotels, das den frischen Wind im Harz weiter vorantreibt. Es soll im Sommer 2017 fertig sein.



### KONTAKT

Ihr Ansprechpartner  
in der IHK Braunschweig:  
Uwe Heinze  
Tel. 05321 23231  
uwe.heinze@braunschweig.ihk.de  
[www.braunschweig.ihk.de](http://www.braunschweig.ihk.de)

## Welterbe im Harz wird noch stärker vermarktet

Ab Mitte 2018 entstehen drei Informationszentren für das Harzer Welterbe in Goslar, Clausthal-Zellerfeld und Walkenried. Das touristische Potenzial des Bergwerks Rammelsberg, der Altstadt von Goslar und der Oberharzer Wasserwirtschaft soll so noch besser erschlossen werden.

Dafür gibt es Gelder von der EU und aus dem „Süd-niedersachsenprogramm“ des Landes. Moderne Technik soll über das Kultur- und Freizeitangebot der drei Welterbestätten informieren. Das erste Zentrum entsteht im historischen Rathaus von Goslar. Das liegt am Marktplatz, der jährlich von vier Millionen Menschen frequentiert wird.

Weitere Projekte sind in Arbeit, um die Welterbestätten touristisch voranzubringen. Zum Beispiel 15 sogenannte „Erkenntniswege“ – Rundwege zum Wandern und zum Lernen, bis zu fünf Kilometer lang mit Landschaftsinstallationen, App-Anbindungen und klassischer Beschilderung. Drei Erkenntniswege sind in Clausthal-Zellerfeld bereits in Betrieb.

Mehr zum Projekt Ettershaus und den Plänen zur Welterbe-Vermarktung finden Sie in der Online-Ausgabe der „IHK Wirtschaft“, dem Mitteilungsblatt der IHK Braunschweig unter [www.journal.ihk-wirtschaft-online.de](http://www.journal.ihk-wirtschaft-online.de)

# Tourismusorte in der IHK-Region Hannover: Kennzahlen 2016

Die IHK Hannover hat auf der Basis von Daten des Landesamtes für Statistik Niedersachsen für insgesamt 40 Tourismusorte in der IHK-Region Hannover mit in der Regel mehr als 40.000 Übernachtungen touristische Kennzahlen des Jahres 2016 zusammengestellt. Während bei der Übernachtungsinfrastruktur (geöffnete Betriebe, angebotene Betten) und der touristischen Nachfrage (Ankünfte, Übernachtungen) eindeutig die Landeshauptstadt Hannover vorn liegt, werden hingegen bei der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer und der Auslastung der Schlafgelegenheiten die Spitzenpositionen von Kurorten und Heilbädern belegt.

## GEWINNER UND VERLIERER

Im Vergleich zu 2015 haben im IHK-Bezirk Hannover folgende touristische Ziele bei den Übernachtungen überdurchschnittlich im zweistelligen Bereich zugelegt bzw. die höchsten Rückgänge erlitten:

Gewinner: Bückeberg: + 55,7 %  
Einbeck: + 47,5 %  
Mittelweser: + 31,1 %

Verlierer: Sehnde: - 4,2 %  
Isernhagen: - 3,6 %  
Rinteln: - 3,5 %

Beträgt die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Niedersachsen 3,0 Tage, so erreichen lediglich zehn der aufgeführten Tourismusorte einen Wert von drei oder mehr Tagen; bei 14 Orten liegt dieser Wert bei weniger als zwei Tagen (ein typischer Wert bei städtetouristischen Zielen). Bei einem niedersachsenweiten Durchschnittswert von 33,3 Prozent können immerhin 24 Orte eine Auslastung der Schlafgelegenheiten oberhalb der 30-Prozent-Marke vorweisen, davon neun Orte über der 40-Prozent-Marke. In sechs Orten liegt sie hingegen unter der 20-Prozent-Grenze.

## 31. Mai 2017: Seminar für Gastronomie-Gründer

Wer ein Restaurant, Café oder eine Bar führen möchte, muss einiges beachten: Über die fachlichen, finanzwirtschaftlichen und rechtlichen Grundlagen informiert ein Seminar am 31. Mai in der IHK Hannover. Zunächst wird ein Überblick über Branchenstrukturen und Trends gegeben. Behandelt werden anschließend u. a. die (gast)gewerberechtlichen Voraussetzungen einer Betriebsöffnung und weitere wichtige Rechtsvorschriften. Grundlagen einer wirtschaftlichen Unternehmensführung werden erläutert, z. B. Datenerfassung, BWA, Interpretation zentraler betriebswirtschaftlicher Kennziffern sowie

Kalkulation. Wissenswertes zu Miet- bzw. Pachtverträgen, Grundzüge eines Unternehmenskonzepts, öffentliche Finanzierungshilfen sowie Tipps für das Bankgespräch fehlen ebenso wenig wie arbeitssicherheitstechnische und arbeitsmedizinische Aspekte.

Ort: Hannover (IHK)  
Uhrzeit: 9 bis 17 Uhr  
Die Teilnahme kostet 130 Euro zzgl. USt.  
Information/Anmeldung bei Hans-Hermann Buhr,  
Tel. 0511 3107-377, buhr@hannover.ihk.de.



## IHK HANNOVER

Tourismusorte in der IHK-Region Hannover 2016

[www.hannover.ihk.de/fileadmin/data/Dokumente/Themen/Konjunktur\\_Statistik/Tourismus\\_Gemeinden\\_2016.pdf](http://www.hannover.ihk.de/fileadmin/data/Dokumente/Themen/Konjunktur_Statistik/Tourismus_Gemeinden_2016.pdf)



## KONTAKT

Ihr Ansprechpartner  
in der IHK Hannover:  
Hans-Hermann Buhr  
Tel. 0511 3107-377  
buhr@hannover.ihk.de  
[www.ihk-hannover.de](http://www.ihk-hannover.de)



## IHK LÜNEBURG- WOLFSBURG



### KONTAKT

Ihre Ansprechpartnerin in der  
IHK Lüneburg-Wolfsburg:  
Christina Schrödter  
Tel. 04131 742-141  
schroedter@lueneburg.ihk.de  
[www.ihk-lueneburg.de](http://www.ihk-lueneburg.de)

## Celle ist „ex(Celle)nt nachhaltig“

Nach einem zweijährigen Prozess darf Celle sich „Nachhaltige Destination“ nennen. Die Urkunde wurde auf der Internationalen Tourismusbörse (ITB) im März von der Zertifizierungsorganisation TourCert überreicht. Celle ist damit neben der Insel Juist die erste Preisträgerin dieses Siegels in Norddeutschland. Mit der Auszeichnung ist der Prozess aber nicht abgeschlossen. Die Nach-

haltigkeitsleistungen der Stadt Celle sollen kontinuierlich weiterentwickelt und das Netzwerk erweitert werden. Ein eigenes CEN Web-Portal wird geschaffen (CEN = Celle – ex(Celle)nt nachhaltig), in dem sich Partnerbetriebe und Gäste informieren können.

<http://nachhaltigkeit.celle-tourismus.de>

## Die Lüneburger Heide ist Online-Marketing-Champion

Die Lüneburger Heide hat unter den deutschen Urlaubsregionen den besten und erfolgreichsten Facebook-Auftritt und ist damit eindeutiger Online-Marketing-Champion, so eine Studie der Berliner Online-Marketing Agentur Digitaffects. Untersucht wurden die Aktivitäten von insgesamt 124 Regionen aus dem Deutschland-Tourismus in Bezug auf SEA, SEO und Facebook. Die Lüneburger Heide überzeugte im Facebook-Auftritt und

belegte in der Kategorie Social Media mit großem Abstand den ersten Platz. Gleichzeitig schafften es die Online-Experten der Lüneburger Heide GmbH als einzige Tourismus-Region Deutschlands unter die TOP 10 in den Kategorien Suchmaschinenwerbung (SEA) und Suchmaschinenoptimierung (SEO).

[www.lueneburger-heide.de](http://www.lueneburger-heide.de)

## Eine Dreiviertelmillion Übernachtungen für Wolfsburg

Die Stadt Wolfsburg hat ein neues Tourismuskonzept. Zentrales Ziel: Eine Steigerung der Übernachtungszahlen von aktuell 556.000 auf bis zu 750.000 Übernachtungen pro Jahr bis 2025.

Hierzu will Wolfsburg noch stärker als Tagungs- und Kongressdestination auftreten. Außerdem schlagen die regionalen Akteure ein ganzheitliches Konzept für die Innenstadt mit möglichst innovativen Gastronomie-Ideen und neuen Nightlife-Angeboten vor. In Zukunft sollen neben Geschäftsreisenden auch Freizeittouristen noch stärker angesprochen werden. Hierzu will Wolfsburg noch mehr Bekanntheit als Reiseziel erlan-

gen. Denn eine Imageanalyse hat ergeben, dass Wolfsburg zwar als Stadt bekannt ist. Dies liegt aber in erster Linie an Volkswagen und der Fußballmannschaft und weniger an den touristischen Leuchttürmen wie der Autostadt, dem phaeno oder den vielen Attraktionen im Allerpark.

Das Konzept wurde im Auftrag der Wolfsburg Wirtschaft und Marketing GmbH (WMG) und unterstützt von der Sparkasse Gifhorn-Wolfsburg sowie der Autostadt GmbH von der GHH Consult entwickelt.

[www.wmg-wolfsburg.de](http://www.wmg-wolfsburg.de)

# Oldenburg barrierefrei: Zertifizierungsstart „Reisen für Alle“

Die Oldenburg Tourismus und Marketing GmbH (OTM) setzt in Oldenburg das bundesweit einheitliche Kennzeichnungs- und Zertifizierungssystem „Reisen für Alle in Niedersachsen“ um. Dafür hat die OTM die Mitarbeiterin Uta Tyrasa zur Erheberin ausbilden lassen, die nun in einem ersten Schritt die Oldenburger Kultureinrichtungen prüft und erfasst. Oldenburger Betriebe, die an einer Zertifizierung interessiert sind, können sich mit der OTM in Verbindung setzen.

**Kontakt:**  
Uta Tyrasa, Oldenburg Tourismus  
und Marketing GmbH  
Tel. 0441 361 613-11  
u.tyrasa@oldenburg-tourist.de

## 21. Juni 2017: Sprechtag Unternehmensnachfolge

Betriebsübergabe geplant? Die kostenfreien Nachfolge-Sprechtag der Oldenburgischen IHK richten sich zum einen an Mitgliedsunternehmen, die ihren Betrieb abgeben wollen. Zum anderen werden Gründer angesprochen, die mit der Übernahme eines bestehenden Unternehmens den Weg in eine Selbstständigkeit gehen wollen.

Ort: Oldenburg (IHK), Uhrzeit: 9 – 17 Uhr.  
Anmeldung und Terminvergabe unter  
[www.ihk-oldenburg.de](http://www.ihk-oldenburg.de) (Dok. Nr. 16195600)

## 22. August 2017: Webseiten-Check

Die eigene Firmenwebsite ist eine besonders kostengünstige und schnelle Methode, um an Kunden zu gelangen und über die eigene Firma und ihr Angebot zu informieren. Der Internetauftritt wird im Rahmen eines Sprechtages in Einzelgesprächen (ca. 45 Min.) auf verschiedene Aspekte wie Gestaltung und Funktionalität überprüft.

Ort: Wildeshausen, Uhrzeit: 9 – 17 Uhr.  
Anmeldung und Terminvergabe unter  
[www.ihk-oldenburg.de](http://www.ihk-oldenburg.de) (Dok. Nr. 16189435)

## Imagefilm der Ammerland-Touristik gewinnt Tourismus-Oscar

Der neue Imagefilm der Ammerland-Touristik „Radwandern in der Parklandschaft Ammerland“ ist auf der Internationalen Tourismus-börse (ITB) in Berlin mit dem Tourismus-Filmpreis „Das goldene Stadttor“ ausgezeichnet worden. Bewertet wurden Aussage, Kreativität und Gesamteindruck. Eingereicht wurden insgesamt 121 Filme aus 32 Ländern.

[www.ammerland-touristik.de](http://www.ammerland-touristik.de)



## OLDENBURGISCHE IHK



## KONTAKT

Ihre Ansprechpartnerin in der  
Oldenburgischen IHK:  
Dorothee Schröder  
Tel. 0441 2220-5315  
dorothee.schroeder@oldenburg.ihk.de  
[www.ihk-oldenburg.de](http://www.ihk-oldenburg.de)



## IHK OSNABRÜCK- EMSLAND- GRAFSCHAFT BENTHEIM

# Tourismusmonitor veröffentlicht

Der alljährlich veröffentlichte Tourismusmonitor der IHK Osnabrück-Emsland-Grafschaft Bentheim gibt Aufschluss über die Tourismusprofile von 30 Kommunen mit mehr als 10.000 gewerblichen Übernachtungen pro Jahr im IHK-Bezirk. Über eine interaktive Karte sind diverse Daten online abrufbar, u.a. die Entwicklung von Gästeübernachtungen und Ankünften sowie die Anzahl der Beherbergungsbetriebe, der Schlafgelegenheiten und die jeweiligen Veränderungen der Bettenauslastung. Im Fokus steht vor allem die langjährige Entwicklung der einzelnen Kommunen. In Kürze: Die Stadt Osnabrück punktet beispielsweise mit einem Zuwachs von fast 20%

im Vergleich zum Vorjahr und verzeichnete einen historischen Spitzenwert. Auch im Emsland und in der Grafschaft Bentheim sind die Entwicklungen positiv. Die gesamte GEO-Region profitiert vor allem von den Besuchern aus den Niederlanden. Diese stellen, mit über 390.000 Übernachtungen, gefolgt von polnischen und belgischen Gästen, den größten Teil an ausländischen Touristen dar. Die gesteigerte Nachfrage an Betten führte in 2016 zu einer Angebotserweiterung von Beherbergungsbetrieben um 8 %. Trotz Angebotserhöhung ist die Bettenauslastung stabil.

[www.osnabrueck.ihk24.de/wirtschaftsatlas](http://www.osnabrueck.ihk24.de/wirtschaftsatlas)

## Gasthof Dückinghaus als „Familienfreundliche Gastronomie“ ausgezeichnet

Mit einer ungewöhnlichen Eisenbahnatmosphäre hat sich der Gasthof Dückinghaus in Merzen in den vergangenen Jahren einen Namen gemacht. Nun folgt eine weitere Auszeichnung: Der Gasthof erhielt von Landkreis Osnabrück die Auszeichnung als „Familienfreundliche Gastronomie“. Cafés oder Restaurants erhalten die Auszeichnung nur, wenn sie wenigstens 15 der 20 Rubriken eines Kriterienkatalogs erfüllen. Dazu gehören u. a. Service, Angebote, Ausstattung und Besonderheiten.

## See- und Sporthotel mit vier Sternen ausgezeichnet

Das See- und Sporthotel in Ankum ist jetzt ein „Vier-Sterne-Haus“. Die Deutsche Gesellschaft für Hotelklassifizierung hat das Hotel ausgezeichnet. Damit steigert das Artland die Anzahl zertifizierter Betriebe.



## KONTAKT

Ihr Ansprechpartner in der  
IHK Osnabrück-Emsland-  
Grafschaft Bentheim  
Falk Hassenpflug  
Tel. 0541 353-215  
[hassenpflug@osnabrueck.ihk.de](mailto:hassenpflug@osnabrueck.ihk.de)  
[www.osnabrueck.ihk24.de](http://www.osnabrueck.ihk24.de)



# Juist als „Nachhaltiges Reiseziel“ zertifiziert

## Nachhaltigkeit als Standortfaktor

### TOURCERT-AUSZEICHNUNG FÜR DIE KLIMAINSEL

Die Klimainsel Juist stellt erneut ihre Nachhaltigkeit unter Beweis: Auf der diesjährigen Internationalen Tourismus Börse (ITB) in Berlin bekam die ostfriesische Insel die Urkunde von TourCert überreicht und darf sich „Nachhaltiges Reiseziel“ nennen.

### NACHHALTIGKEIT ALS STANDORTFAKTOR

Deutscher Nachhaltigkeitspreis 2015, einzigartiges Gäste-Parlament, Kinderuniversität mit Fokus Nachhaltigkeit, Energieberatung für Leistungsträger – das Thema ist für die autofreie Klimainsel Juist ein Standortfaktor. Für das TourCert-Siegel hat die Inselgemeinde neben den bereits existierenden Aktivitäten und Maßnahmen einen Nachhaltigkeitsrat und ein Nachhaltigkeitsteam gegründet, Partnerbetriebe nominiert und die Position eines Nachhaltigkeitsmanagers implementiert.

## Kreuzfahrt: Besucherzentrum der Meyer Werft auf AIDA-Kurs

Passend zum Baustart der neuen AIDA-Kreuzfahrtschiffe in Papenburg hat das Besucherzentrum der Meyer Werft einen extra Ausstellungsbereich für den deutschen Marktführer eröffnet, in dem Gäste über den Baufortschritt der AIDA-Kreuzfahrtschiffe informiert werden. Das buchbare Reiseangebot „Auf AIDA sehen in Papenburg“ hält einen besonderen Clou bereit: die Besucher können sich per Unterschrift auf dem Schiffsstahl der Neubauten verewigen. Die neue AIDA Lounge des Besucherzentrums der Meyer Werft kann ab sofort reserviert werden.

[www.papenburg-marketing.de](http://www.papenburg-marketing.de)

### TEAMLEISTUNG VON KOMMUNE UND UNTERNEHMEN

Eine nachhaltige Destination ist nach der Definition von TourCert „ein Gemeinschaftswerk, das vom partnerschaftlichen Zusammenwirken aller beteiligten Institutionen und Betriebe lebt“. Dazu Thomas Vodde, Nachhaltigkeitsmanager der Nordseeinsel Juist: „Nicht nur wir als Gemeinde- und Kurverwaltung sind von der Idee überzeugt. Für die Zertifizierung brauchten wir die Unterstützung durch unsere Partner wie Hotels, Gastronomiebetriebe und Nationalpark-Haus. Die haben wir wunderbar erhalten und sind glücklich darüber, dass auf Juist so viele an einem Strang ziehen.“

[www.tourcert.org](http://www.tourcert.org)  
[www.juist.de](http://www.juist.de)

## Emden – Reformationsstadt Europas

Die Gemeinschaft der Evangelischen Kirchen in Europa (GEKE) hat 2013 die ostfriesische Seehafenstadt als erste Stadt mit diesem Titel ausgezeichnet, inzwischen sind es europaweit mehr als 80. Zum diesjährigen 500. Reformationsjubiläum wird sich Emden mit zahlreichen Aktivitäten und Projekten präsentieren. Veranstaltungen und Ausstellungen drehen sich nicht nur um die Reformation, sondern auch um Flucht und Integration. Denn: Flucht ist kein Phänomen der Gegenwart, schon zur Reformationszeit war Emden Zufluchtsort für viele Glaubensflüchtlinge. Mehr dazu unter [www.emden.de](http://www.emden.de) und auch auf Youtube: Suchbegriff Reformationsommer in Emden



## IHK FÜR OSTFRIESLAND UND PAPENBURG



### KONTAKT

Ihr Ansprechpartner in der IHK für Ostfriesland und Papenburg:  
Arno Ulrichs  
Tel. 04921 8901-38  
[arno.ulrichs@emden.ihk.de](mailto:arno.ulrichs@emden.ihk.de)  
[www.ihk-emden.de](http://www.ihk-emden.de)



**IHK STADE  
FÜR DEN  
ELBE-WESER-RAUM**

# Cuxhaven: Alter Fischereihafen wird touristisch genutzt

## Neue Wege für den Alten Hafen

Am 1. Januar 2017 ist der Besitz des Alten Fischereihafens in Cuxhaven an die Projektgesellschaft Alter Fischereihafen Cuxhaven GmbH übergegangen. Die landeseigene Betriebsgesellschaft NPorts hat den Hafen an den Cuxhavener Investor Norbert Plambeck verkauft.

### **BÜROS, HOTELS UND BESSERE STADTANBINDUNG**

Für die Zukunft ist geplant, das teilweise denkmalgeschützte Areal zu sanieren und neue Infrastruktur zu errichten. So sollen neben Büros und Geschäftsräumen ein Bed & Breakfast sowie ein Kongresshotel entstehen. Darüber hinaus soll der Hafen besser an die Innenstadt angebunden werden.

### **DIE KRABBENFISCHER BLEIBEN**

Die gewerbliche Nutzung auf 400 Metern Kai-länge für die ansässigen Krabbenfischer bleibt erhalten, während auf dem insgesamt ca. 6 Hektar großen Areal einschließlich 5000 Quadratmetern Wasserfläche auch Gastronomiebetriebe und weitere touristische Nutzungen etabliert werden sollen.

### **BÜRGERBETEILIGUNG: IDEE ERWÜNSCHT**

Die Projektgesellschaft will das Areal unter Beteiligung der Stadt Cuxhaven und ihrer Bürger zu einem attraktiven Standort entwickeln; weitere Informationen finden Sie unter

[www.afh-cuxhaven.de](http://www.afh-cuxhaven.de)



## **KONTAKT**

Ihr Ansprechpartner in der IHK  
Stade für den Elbe-Weser-Raum:  
Jochen Werwath  
Telefon: 04721 7216-255  
[jochen.werwath@stade.ihk.de](mailto:jochen.werwath@stade.ihk.de)  
[www.stade.ihk24.de](http://www.stade.ihk24.de)



# Vorschau

NÄCHSTE  
AUSGABE

September 2017



NIEDERSACHSEN  
HERBST 2017

## SAISONUMFRAGE

So ist die Lage in Niedersachsens Hotellerie, Gastronomie und in den Reisebüros

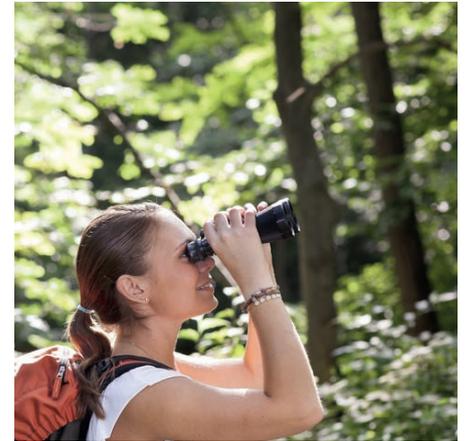


## FOKUS NIEDERSACHSEN

Erreichbarkeit von Niedersachsens Tourismusbetrieben und Mobilitätsangebote für Gäste unter der Lupe

## TOURISMUSPOLITIK

Im Vorfeld der Bundes- und Landtagswahlen: Parteien positionieren sich beim IHKN-Tourismusparlament



### LESERSERVICE

Abo bestellen unter  
tourismus@lueneburg.ihk.de  
oder bei Ihrer IHK vor Ort  
www.ihk-n.de/tourismusanfragen  
Finden Sie uns auf Facebook:  
www.facebook.com/ihkntourismusanfragen/

### IMPRESSUM

Herausgeber:  
IHK Niedersachsen (IHKN)  
Hinüberstraße 16–18, 30175 Hannover  
Tel. 0511 33708-77  
E-Mail: info@ihk-n.de  
www.ihk-n.de

### Verantwortlich:

Martin Exner, Sprecher Federführung Tourismus der IHKN, stellv. Hauptgeschäftsführer der IHK Lüneburg-Wolfsburg

### Redaktion:

Christina Schrödter  
Beraterin Tourismusentwicklung  
IHK Lüneburg-Wolfsburg  
Am Sande 1, 21335 Lüneburg  
Tel. 04131 742-141  
E-Mail: schroedter@lueneburg.ihk.de  
www.ihk-n.de/tourismusanfragen

### Mitglieder der IHK Niedersachsen sind:

IHK Braunschweig  
IHK Hannover  
IHK Lüneburg-Wolfsburg  
Oldenburgische IHK  
IHK Osnabrück-Emsland-Grafschaft Bentheim  
IHK für Ostfriesland und Papenburg  
IHK Stade für den Elbe-Weser-Raum

### Erscheinungstermin:

Mai 2017

### Bildnachweise:

Titelfoto: © Bauer Alex - fotolia.com, Seite 2: links © tourismus-design, Mitte © Elberadweg Nord/Joachim Harbeck, rechts © Verena Brandt/Oldenburg Tourismus und Marketing GmbH, Seite 3: oben © Daniel Hermann, unten © Andreas Tamme, tonwert21.de, Seite 4: © Anne Ries, tonwert21.de, Seite 6: links © Babett Leeners, rechts © Simone Hawlich, Seite 7: oben links © Julius Gnoth, oben rechts © Brigitte Weber-Frowein, Seite 7: unten links © Tanja Neumann, unten rechts © privat, Seite 9: © tourismusdesign, Seite 10: © Maruba b.V. Sports Publishers / TourismusMarketing Niedersachsen GmbH, Seite 12: © Shutterstock.com, Seite 14-15: © Shutterstock.com, Seite 16-17: © Elberadweg Nord/Joachim Harbeck, Seite 19: © Denys Prykhodov / Shutterstock.com, Seite 20-21: © Verena Brandt/ Oldenburg Tourismus und Marketing GmbH, Seite 22: alle Bilder unten: © Verena Brandt/Oldenburg Tourismus und Marketing GmbH, rechts © Mario Dirks, Seite 24: © Thorsten Raedlein, Seite 26: © Lars Kaletta / TourismusMarketing Niedersachsen GmbH, Seite 27: © oh, Seite 28: © Andrea Seifert PHOTOGRAPHY www.andreaseifert.de, Seite 29: © Andreas Tamme, tonwert21.de, Seite 30: © Imke Folkerts, Seite 31: Bild links: UWE LEWANDOWSKI, Bild unten: © Medienpark Ankum, Seite 32: © IHK für Ostfriesland und Papenburg, Seite 33 Bild links: © IHK Stade für den Elbe-Weser-Raum, Bild unten: © Horst Koperschmidt, Seite 34: alle Fotos © Shutterstock.com, Seite 35: © Peter Kotoff / Shutterstock.com / Montage: Anne Ries

Die IHKN-Tourismusnachrichten sind auch auf Facebook und versorgen Sie mit aktuellen Aktivitäten, Positionen und Informationen aus den niedersächsischen IHKs zum Thema Tourismus.



Besuchen Sie uns doch auch hier mal.



---

**IHK NIEDERSACHSEN (IHKN)**

Hinüberstraße 16-18  
30175 Hannover  
Telefon: 0511 33708-76  
E-Mail: [info@ihk-n.de](mailto:info@ihk-n.de)

**TOURISMUS  
NACHRICHTEN**

---

**IHKN-MITGLIEDER**

**IHK BRAUNSCHWEIG**

Brabandtstraße 11  
38100 Braunschweig  
Telefon: 0531 4715-0  
E-Mail: [info@braunschweig.ihk.de](mailto:info@braunschweig.ihk.de)

**IHK HANNOVER**

Schiffgraben 49  
30175 Hannover  
Telefon: 0511 3107-0  
E-Mail: [info@hannover.ihk.de](mailto:info@hannover.ihk.de)

**IHK LÜNEBURG-WOLFSBURG**

Am Sande 1  
21335 Lüneburg  
Telefon: 04131 742-0  
E-Mail: [service@lueneburg.ihk.de](mailto:service@lueneburg.ihk.de)

**OLDENBURGISCHE IHK**

Moslestraße 6  
26122 Oldenburg  
Telefon: 0441 2220-0  
E-Mail: [info@oldenburg.ihk.de](mailto:info@oldenburg.ihk.de)

**IHK OSNABRÜCK-EMSLAND-GRAFSCHAFT BENTHEIM**

Neuer Graben 38  
49074 Osnabrück  
Telefon: 0541 353-0  
E-Mail: [ihk@osnabrueck.ihk.de](mailto:ihk@osnabrueck.ihk.de)

**IHK FÜR OSTFRIESLAND UND PAPENBURG**

Ringstraße 4  
26721 Emden  
Telefon: 04921 8901-0  
E-Mail: [info@emden.ihk.de](mailto:info@emden.ihk.de)

**IHK STADE FÜR DEN ELBE-WESER-RAUM**

Am Schäferstieg 2  
21680 Stade  
Telefon: 04141 524-0  
E-Mail: [info@stade.ihk.de](mailto:info@stade.ihk.de)

---



**IHK Niedersachsen**  
Landesarbeitsgemeinschaft

[WWW.IHK-N.DE/TOURISMUSNACHRICHTEN](http://WWW.IHK-N.DE/TOURISMUSNACHRICHTEN)