

TOURISMUS NACHRICHTEN

IHK-N-TOURISMUSNACHRICHTEN

HERBST 2018

STRANDKORB STATT KUCKUCKSUHR

IHK Nord für mehr
Auslandsgäste

BUNDESWEITES HYGIENE BAROMETER?

Verbraucherschutzminister
fordern einheitliches
Transparenzsystem

900 JAHRE, ABER ECHT LESSIG

Lessingstadt Wolfenbüttel
im Porträt

ZEITBOMBE NACHFOLGE

Gehen dem Gastgewerbe
die Gründer aus?



IHK

Niedersachsen

Landesarbeitsgemeinschaft



**NIEDERSACHSEN
HERBST 2018**

AKTUELL

SEITE 4

- 5 STRANDKÖRBE STATT KUCKUCKSUHREN**
IHK Nord für mehr Auslandsgäste
- 6 FACHKRÄFTESICHERUNG IM GASTGEWERBE**
10-Punkte-Plan entwickelt
Offene Stellen melden!
- 7 NACHGEFRAGT**
4 Fragen an Prof. Dr.
Edgar Kreilkamp



ZAHLEN & FAKTEN

SEITE 8

- 8 GÄSTEZUFRIEDENHEIT AUF VORJAHRESNIVEAU**
Sparkassen-Tourismusbarometer
- 9 WIE DIGITAL IST DAS WANDERN?**
Studie zur Mediennutzung
- 10 ZEITBOMBE NACHFOLGE**
Gastgewerbe vor
Generationenwechsel

Inhalt

11 CAMPING

Ein Milliardengeschäft

Q-NEWS

SEITE 12

12 UPDATE FÜR SERVICEQ

Mehr Flexibilität, mehr Praxis-
beispiele, mehr Q-Werkzeuge

13 NEUES PIXI-BUCH

macht Kindern Lust
auf Niedersachsen

RUNDREISE

SEITE 14

14 LESSINGSTADT WOLFENBÜTTEL

Vom Geheimtipp der Hauptstädter
zur Tourismusdestination



IHR GUTES RECHT

SEITE 17

17 RUNDFUNKBEITRAG VERFASSUNGSKONFORM

17 HYGIENE-VERÖFFENTLICHUNG

Verbraucherschutzminister wollen
bundesweites System

**Herbst
2018**

IHK REGIONAL

AB SEITE 18

19 BRAUNSCHWEIG



20 HANNOVER

21 LÜNEBURG-WOLFSBURG

22 OLDENBURG

23 OSNABRÜCK-EMSLAND- GRAFSCHAFT BENTHEIM

24 OSTFRIESLAND UND PAPENBURG

25 STADE FÜR DEN ELBE-WESER-RAUM

AUSBlick

SEITE 26

26 IMPRESSUM



Liebe Leserinnen, liebe Leser



Martin Exner
Sprecher Federführung
Tourismus der IHKN
exner@lueneburg.ihk.de

www.ihk-n.de/tourismusanmeldungen

Finden Sie uns auf Facebook:
www.facebook.com/ihkntourismusanmeldungen

ein Bombensommer liegt hinter uns. Schon jetzt ist absehbar, dass Niedersachsens Tourismus-Bilanz des Jahres 2018 im Vergleich zum Vorjahr positiv ausfallen dürfte.

Das aktuelle Sparkassen-Tourismusbarometer (Seite 8) bringt auf den Punkt, was diesen Erfolgsmeldungen auch von Seiten des IHKN immer wieder als großes „Aber“ gegenübergestellt wird: der Niedersachsen-Tourismus wächst zwar, aber die Zuwachsraten bei den Übernachtungen liegt unter dem bundesdeutschen Durchschnitt. Das gilt auch für die Zuwächse bei internationalen Gästen.

Was muss also geschehen, damit sich der Tourismus in Niedersachsen genauso dynamisch entwickeln kann wie in – sagen wir mal – Bayern?

DEN NORDEN INTERNATIONAL SICHTBARER MACHEN

Zunächst mal sollten wir in Norddeutschland gemeinsam daran arbeiten, auch international mit unseren einzigartigen, authentischen und typisch norddeutschen Besonderheiten wahrgenommen zu werden, in den Köpfen Bilder zu erzeugen. Platt gesagt: Strandkorb statt Kuckucksuhr, Grünkohl statt Weißwurst, Backsteingotik statt Neuschwanstein, Heide statt Schwarzwald – die Liste ließe sich beliebig fortsetzen. Die IHKs arbeiten seit einigen Jahren an verschiedenen Projekten mit oder unterstützen diese, z. B. im Rahmen der IHK Nord, der Wissensplattform „Logbuch International“, die fit für internationale Gäste macht (Seite 5) und der Initiative ServiceQ, die hierzu spezielle Themenseminare anbietet.

DEM ARBEITSKRÄFTEMANGEL ENTGEGENWIRKEN

„Das ist aber die Kür, wir haben ja schon Schwierigkeiten, die Pflicht abzuleisten“, mögen jetzt manche angesichts des akuten Arbeitskräftemangels denken. Dass hier eine echte Problemlage besteht, hat man auch in Regierungskreisen erkannt: eine eigens etablierte

Bund-Länder-Arbeitsgruppe hat sich speziell dem Thema Fachkräftesicherung im Hotel- und Gaststättengewerbe gewidmet und einen 10-Punkte-Maßnahmenplan entwickelt, der auf der letzten Wirtschaftsministerkonferenz präsentiert wurde. Soweit, so gut – dass das Problem in der Politik ernst genommen wird, ist eine begrüßenswerte Entwicklung. Die vorgeschlagenen Maßnahmen allerdings sind zu großen Teilen von der Wirtschaft selbst zu leisten; was den Willen zur Unterstützung von Seiten der Politik angeht, hätten wir mehr erwartet. Klar ist es Aufgabe der Betriebe, sich als attraktiver Arbeitgeber aufzustellen und für eine ordentliche Ausbildungsqualität zu sorgen. Eine geringere Bürokratiebelastung, einschlägige Förderinstrumente, mehr und gezielte Berufsorientierungsmaßnahmen, etc. – spricht: attraktive Rahmenbedingungen sind mindestens ebenso wichtig, um die Basis für erfolgreiche Fachkräftesicherung im Gastgewerbe zu schaffen, und zwar nicht nur für Auszubildende und Fachpersonal, sondern auch für potenzielle Gründer und Unternehmensnachfolger, die immer mehr zur Mangelware werden (sh. Seite 10). Und hier ist die Politik in der Pflicht.

ERWARTUNGEN AN NIEDERSACHSENS TOURISMUSPOLITIK

Wir sind gespannt, welche Antworten das Land Niedersachsen auf die drängendsten Fragen der Wirtschaft hat, wenn am 22. November die niedersächsischen IHK-Tourismusausschüsse gemeinsam im Rahmen des IHKN-Tourismusparlaments tagen und Staatssekretär Dr. Lindner aus dem Wirtschaftsministerium Rede und Antwort steht. Wenn Sie uns hierfür noch Themen und Fragen ins Gepäck geben wollen, melden Sie sich gern bei uns!

Ihr Martin Exner
Sprecher Federführung Tourismus der IHKN



Strandkörbe statt Kuckucksuhren:

IHK Nord für Stärkung des Tourismusstandorts Norddeutschland

Bei internationalen Gästen dominieren meist Bilder aus Süddeutschland, wenn sie an Deutschland denken. Norddeutschland als Reiseziel auch international präsezier zu machen – das ist eins der Ziele der IHK Nord, einem Verbund aus 12 norddeutschen IHKs. Bei einem tourismuspolitischen Forum der IHK Nord kamen am 11. September in Hamburg 70 norddeutsche Tourismusvertreter zusammen, um gemeinsam Ideen zur Steigerung des Incoming-Tourismus und zur Stärkung des Tourismus als Wirtschafts- und Standortfaktor zu entwickeln.

Über die im Koalitionsvertrag verankerte nationale Tourismusstrategie sprach Astrid Damerow, MdB und stellvertretende Vorsitzende des Tourismusausschusses des Bundestags. Die mit Spannung erwartete nationale Tourismusstrategie ist allerdings noch im Entwicklungsstadium. Damerow ermutigte zur Mitwirkung, indem man sich an den Tourismusausschuss des Bundestages wendet. Die Fertigstellung dürfte also noch etwas auf sich warten lassen.

www.ihk-nord.de/tourismusforum

NEUE TMN-GESCHÄFTSFÜHRERIN: MEIKE ZUMBROCK

Seit 1. August 2018 ist sie Chefin der Tourismusmarketing Niedersachsen GmbH (TMN): Meike Zumbrock. Sie übernimmt damit die Aufgaben von Carolin Ruh, die Ende 2017 nach mehr als 16 Jahren ihren Weggang angekündigt hatte, um sich beruflich neu zu orientieren. Die Marketing- und Kommunikationswirtin Zumbrock war zuvor 17 Jahre in verschiedenen leitenden Positionen im Marketing und Vertrieb tätig, u. a. bei der TUI, der enercity AG und der Telekom.

„Mit ihren Erfahrungen innerhalb und außerhalb der Tourismusbranche bringt Frau Zumbrock sicherlich spannende Impulse für die künftige Ausrichtung des Tourismusmarketings mit. Wir freuen uns auf eine gute, konstruktive und erfolgreiche Zusammenarbeit“, so Martin Exner, Sprecher Federführung Tourismus der IHKN.



IHKN-TOURISMUSNACHRICHTEN
HERBST 2018

IHK Nord



MEHR AUSLANDS-
GÄSTE



LOGBUCH INTERNATIONAL: JETZT AUCH OHNE ANMELDUNG FIT FÜR DEN INTERNATIONALEN GAST

Was erwarten Gäste aus den Niederlanden, wie tickt der Däne, und worüber freuen sich Touristen aus der Schweiz? Die Wissensplattform Logbuch International vermittelt nützliches Wissen über die besonderen Bedürfnisse, Erwartungen und Gewohnheiten von Reisenden aus dem Ausland. Das Logbuch enthält außerdem Sprachführer, Piktogramme und Checklisten – praktische Werkzeuge, mit denen man sofort loslegen kann.

Die Nutzung des Logbuchs ist kostenlos. Und jetzt noch einfacher – die bisher erforderliche Anmeldung auf der Website fällt weg. Die Wissensplattform Logbuch International ist Teil des Leitprojekts „Welcome to MRH“, das im Rahmen der Metropolregion Hamburg unter Beteiligung der IHKs entwickelt wurde. www.logbuchinternational.de



7. DEZEMBER 2018: PFERDELAND NIEDERSACHSEN-TAG

Beim 2. Pferdland-Niedersachsen-Tag dreht sich alles rund um das Thema „Wirtschaftsfaktor Pferd“. Die Veranstaltung findet in Hannover im Rahmen der Messe „Pferd und Jagd“ statt. Save the date – Anmeldemöglichkeit folgt.

KULTURHAUPTSTADT EUROPA 2025 IN NIEDERSACHSEN?

HANNOVER UND HILDESHEIM BEWERBEN SICH Neben Chemnitz, Dresden, Gera, Magdeburg, Nürnberg und Zittau bewerben sich die beiden niedersächsischen Städte Hannover und Hildesheim um das deutsche Ticket für den Titel „Kulturhauptstadt Europa 2025“. Auch Slowenien darf für 2025 eine Kulturhauptstadt benennen. Am 16. Oktober präsentieren sich alle deutschen Bewerber beim offiziellen Auftakt. 2019 müssen die Bewerber ein Bid-Book abgeben und sich vor der europäischen Jury in Berlin präsentieren; danach wird bekannt gegeben, wer in die zweite Auswahlrunde kommt. 2020 gibt die Jury den Sieger bekannt. Also: Daumen drücken!

GASTGEWERBE: OFFENE STELLEN MELDEN!

Der Arbeitskräftemangel im Gastgewerbe nimmt kontinuierlich zu. Das belegt regelmäßig die IHK-Saisonumfrage und zählt zu den meistgenannten Problemfeldern in der IHK-Arbeit. Dennoch werden gastgewerbliche Berufe bei der Bundesagentur für Arbeit nicht als Engpassberuf eingestuft. Für mehr politische Unterstützung im Kampf gegen den Fachkräftemangel, aber auch um als Engpassberuf z.B. Erleichterungen beim Anwerben von Fachkräften aus dem Ausland zu erhalten, sollten alle offenen Stellen bei der Arbeitsagentur gemeldet werden. Nur so wird die Mangelsituation auch in der offiziellen Statistik belegbar. Meldungen nach einmaliger Registrierung unter www.arbeitagentur.de.

10-PUNKTE-PLAN ZUR FACHKRÄFTESICHERUNG IM HOTEL- UND GASTSTÄTTENGEWERBE

Die Wirtschaftsminister der Bundesländer sehen Handlungsbedarf in Sachen Fachkräftemangel im Gastgewerbe. Eine eigens hierfür eingerichtete Ad-hoc-Arbeitsgruppe aus Vertretern von Bund und Ländern hat hierzu jetzt einen Maßnahmenplan entwickelt. In erster Linie sind darin die Betriebe selbst gefordert, an ihrer Attraktivität als Arbeitgeber zu arbeiten. Aber auch Bund, Länder und Kommunen sind aufgerufen, das Bewusstsein für die Bedeutung des Tourismus zu stärken. Auch in der Berufsorientierung sollten HoGa-Berufe eine stärkere Rolle spielen. Der Beschluss der Wirtschaftsministerkonferenz vom 27./28. Juni 2018 mit den 10 Punkten ist unter www.saarland.de abrufbar.

NIEDERSACHSENCAMP IN CELLE

Vom 18. bis 20. Oktober 2018 findet das NiedersachsenCamp mit dem Schwerpunkt Städtetourismus in der Deutschen Management Akademie Niedersachsen im Schloss Celle statt. Organisiert wird das NiedersachsenCamp von Aboutcities, einem Zusammenschluss 17 niedersächsischer Städte. Das Programm der Veranstaltung ist offen – dank des Barcamp-Charakters werden Inhalte und Ablauf von den Teilnehmern selbst entwickelt und gestaltet. www.niedersachsencamp.de

Nachgefragt

VIER FRAGEN AN: PROF. DR. EDGAR KREILKAMP EIN RÜCK- UND AUSBLICK

TN: Professor Kreilkamp, nach 26 Jahren als Leiter des Schwerpunktes Tourismus an der Leuphana Universität Lüneburg sind Sie jetzt im Ruhestand. Werden wir Ihnen in der Tourismuswelt jetzt wirklich nicht mehr begegnen?

Prof. Kreilkamp: Den Lehrstuhl an der Uni habe ich abgegeben, aber ich betreue noch Promotionen und Forschungsprojekte. Ich bin auch noch in einigen Organisationen aktiv, z. B. in der Deutschen Gesellschaft für Tourismuswissenschaft (DGT) und in der nationalen Forschungsplattform für Tourismus und Nachhaltigkeit CIST (Center for Innovation & Sustainability in Tourism). Außerdem bleibe ich in einer Reihe von Kommissionen, Beiräten, Ausschüssen und Jurys – man wird mir also sicherlich noch eine Weile über den Weg laufen.

TN: Wie finden Sie es, dass mit Ihrem Weggang von der Uni der Tourismus-Lehrstuhl wegfällt?

Prof. Kreilkamp: Das bedaure ich sehr. Ich habe viel versucht, um den Lehrstuhl zu erhalten, auch mit Unterstützung der IHK. Leider ohne Erfolg. Und Lüneburg ist nicht die einzige Uni, die den Tourismusschwerpunkt verliert. Dabei ist die Nachfrage bei den Studierenden groß, daran hat es nicht gelegen. Doch der Schwerpunkt an der Uni hat sich mehr und mehr auf internationale Forschungsprojekte verlagert, und das ging zu Lasten der Lehre. Studierende müssen künftig auf andere Fächer ausweichen, viele gehen auch ins Ausland. Und es gibt natürlich die Fachhochschulen. Doch auch dort wird es schon schwierig, die Stellen der Tourismus-Professuren zu besetzen, denn hierfür muss man in der Regel an einer Uni promoviert haben.

TN: Wenn Sie an den Tourismus in Niedersachsen denken – was würden Sie den Tourismus-Machern gern mit auf den Weg geben?

Prof. Kreilkamp: Niedersachsen ist, was die Themen angeht, eigentlich gut aufgestellt. Dass Niedersachsen sich trotzdem nicht so dynamisch entwickelt wie andere Bundesländer, hat viel mit den Organisationsstrukturen zu tun. Es gibt noch immer zu viele und zu kleine Tourismusorganisationen. Schließt Euch zusammen, schafft größere, schlagkräftigere und finanziell besser ausgestattete Organisationen. Dann könnte man sich auch hochqualifizierte Spezialisten leisten. Der Tourismusmarkt verändert sich dynamisch, aktuelle Themen sind Open Data, Augmented Reality oder Personas im Marketing. Es gibt nicht den Allrounder, der alles kann. Und wir haben es ja schon oft untersucht – Geld ist



eigentlich massenweise vorhanden, es wird aber in den jetzigen Strukturen immer noch von zu vielen kleinen Organisationen für zu viele Aktivitäten ausgegeben, die keinen Effekt bringen.

TN: Wenn Sie an Ihre Zeit im Tourismus zurückdenken – was bleibt Ihnen besonders im Gedächtnis?

Prof. Kreilkamp: Rückblickend kann ich sagen, dass es vor allem die Menschen, die persönlichen Beziehungen sind, die das Arbeiten im Tourismus schön und interessant gemacht haben. Gerade zu meinem Abschied ist mir bewusst geworden, wie man auf diese Weise auch Teil von persönlichen Entwicklungsgeschichten wird. Viele haben mir zurückgemeldet, dass sie ohne mich einen anderen, ganz anderen Lebensweg genommen hätten. Das hat mich sehr beeindruckt.



Prof. Dr.
Edgar Kreilkamp

Kontakt:
edgar@kreilkamp.de
www.kreilkamp.de

ZAHLN & FAKTEN

72 Prozent teilen
die Eindrücke ihrer
Wanderung über
soziale Medien



SPARKASSEN-TOURISMUSBAROMETER NIEDERSACHSEN:

GÄSTEZUFRIEDENHEIT AUF VORJAHRESNIVEAU

Der Tourismus in Niedersachsen hat sich 2017 positiv entwickelt, so ein Ergebnis des diesjährigen Sparkassen-Tourismusbarometers für Niedersachsen. Aber: die Zuwachsrate bei den Übernachtungen liegt unter dem bundesdeutschen Durchschnitt. Die Bilanz der niedersächsischen Freizeiteinrichtungen spiegelt das wechselhafte Wetter im Jahr 2017 wider – Stadtführungen und Strände verzeichneten einen leichten Besucherrückgang, Spielscheunen, Museen und Ausstellungen erreichten höhere Besucherzahlen. Das Thema Qualität wird im Tourismusbarometer besonders beleuchtet. Zur Bewertung der Kundenzufriedenheit wird der TrustScore herangezogen, ein Messwert, der aus Gästebewertungen auf Online-Portalen ermittelt wird. Niedersachsen erreicht hier eine durchschnittliche Gästezufriedenheit von 81,9 (von 100 möglichen) Punkten und liegt damit auf Vorjahresniveau. Innerhalb Niedersachsens gibt es durchaus regionale Unterschiede. Am besten schneidet das Oldenburger Münsterland mit 87,2 ab; das Braunschweiger Land hat sich zwar im Vorjahresvergleich gesteigert, erreicht aber mit 77,2 dennoch die geringste Punktzahl in Niedersachsen. Im Bundesländerranking belegt Niedersachsen Platz 7 und liegt damit u. a. hinter Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern.

Vor diesem Hintergrund ist ungünstig, dass in Niedersachsen die Zahl der klassifizierten Betriebe abgenommen hat, ebenso wie die Zahl der Betriebe mit ServiceQ-Siegel. Um wieder mehr Be-

TRUSTSCORE 2017

2015 Deutschland	82,0
2015 Niedersachsen	81,2
2017 Deutschland	82,8
2017 Niedersachsen	81,9

Quelle: dwif 2018, Daten: TrustYou GmbH

teiligung zu erreichen, hat sich die Initiative ServiceQ für 2018 neu aufgestellt und das System flexibler gemacht (siehe auch die Rubrik Q-News).

Das Sparkassen-Tourismusbarometer Niedersachsen, durchgeführt von der dwif Consulting GmbH, analysiert seit 15 Jahren Daten und Fakten rund um den Niedersachsen-Tourismus. Bisher enthielt der Bericht auch ein jährlich wechselndes Branchen-Schwerpunktthema, z. B. Zielgruppenansprache oder Digitalisierung. Diese Vertiefungsthemen wird es künftig nur noch alle drei Jahre geben – dafür ist aber der Bericht erstmals als Vollversion gratis zum Download online:

www.svn.de/sparkassen/tourismusbarometer.html

WIE DIGITAL IST DAS WANDERN?

NEUE STUDIE

Klar – das Wandern selbst geht nur analog. Aber drumherum ist auch der Wandertourismus längst digital – eine neue Studie der BTE Tourismus- und Regionalberatung hat die Bedeutung der Digitalisierung für den Wandertourismus genauer untersucht.

Im Vorfeld einer Wanderung nehmen digitale Lösungen eine große Rolle ein. Bei der Frage, woher denn die Inspiration für eine Wanderung kommt, stehen persönliche Empfehlungen durch Freunde und Bekannte zwar noch auf Platz eins, doch direkt dahinter folgt das Internet.

Bei der konkreten Planung dagegen ist es dann umgekehrt: Wanderer suchen die notwendigen Informationen für ihre Reiseplanung im Internet. Wichtigste Online-Quelle ist dabei die Internetseite der Wanderregion

bzw. des Wanderwegs, gefolgt von digitalen Karten. Diese bleiben auch während des Aufenthalts die meistgenutzten Quellen.

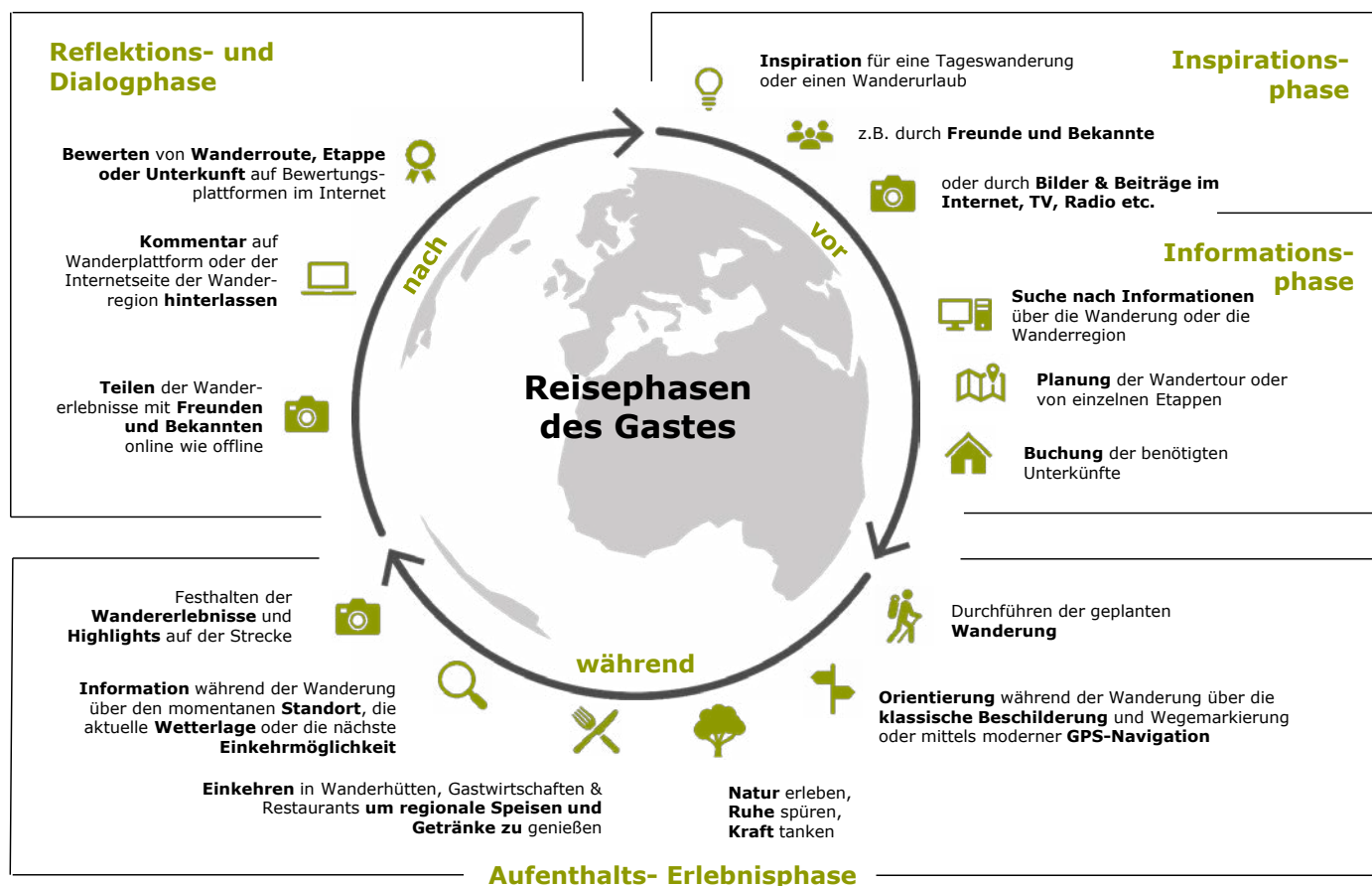
Interessant aber auch: während der Wanderung selbst verzichten viele Wanderer bewusst auf digitale Unterstützung, denn im Vordergrund steht das Naturerlebnis. Für die Orientierung während der Wanderung sind Wegweiser, Markierungen und Wanderkarten noch am wichtigsten, noch vor Internetquellen oder GPS-Geräten.

In der Phase nach der Wanderung sieht es wieder ganz anders aus. Beachtliche 72 Prozent der Wanderer teilen ihre Eindrücke über soziale Medien.

Die Studie gibt's kostenlos auf der BTE-Homepage unter

www.bte-tourismus.de/bte-2-0/news/details/231

CUSTOMER JOURNEY IM WANDERTOURISMUS



ZEITBOMBE NACHFOLGE

GEHEN DEM GASTGEWERBE DIE UNTERNEHMER AUS?

Niedersachsens Gastgewerbe steht vor einem Generationenwechsel: in knapp der Hälfte der Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe steht in den kommenden zehn Jahren eine Unternehmensübergabe an. Das geht aus der letzten IHKN-Saisonumfrage Niedersachsen unter gut 400 Unternehmern hervor. „Unsere Umfrage zeigt, dass nicht alle Unternehmer im Gastgewerbe rechtzeitig auf die Übergabe vorbereitet sind“, fasst Dr. Susanne Schmitt, Hauptgeschäftsführerin der IHK Niedersachsen (IHKN), die Umfrageergebnisse zusammen. Ein Viertel der Unternehmer, die in weniger als einem Jahr ihren Betrieb abgeben wollen, haben noch keine verbindliche Nachfolgeregelung. Bei denjenigen, die in ein bis fünf Jahren eine Übergabe anstreben, sind es sogar fast zwei Drittel. Der demografische Wandel und der akute Fachkräftemangel im Gastgewerbe machen geeignete Nachfolger zur Mangelware, umso wichtiger ist eine frühzeitige und systematische Vorbereitung der Übergabe. Doch das ist eher

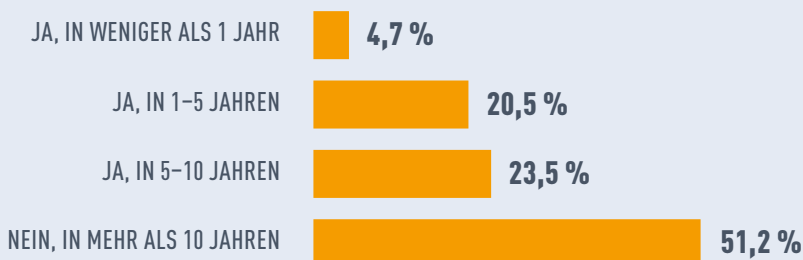


die Ausnahme: Nur knapp 10 Prozent der Befragten haben einen konkreten Zeitplan für die Übergabe. Das betrifft auch diejenigen, bei denen die Übergabe quasi vor der Tür steht. Dass viele Betriebe schließen, ist bereits jetzt Fakt: Die Zahl der Gastgewerbebetriebe ist in Niedersachsen innerhalb von fünf Jahren (2011 bis 2016) um 860 (das entspricht vier Prozent) zurückgegangen, das zeigt ein Blick in die Umsatzsteuerstatistik. Einzelne Sparten trifft es besonders: Hotels, Gasthöfe und Pensionen (15 Prozent weniger Betriebe) und bei der getränkegeprägten Gastronomie (14 Prozent weniger Betriebe).

Mehr zum Thema lesen Sie in der Juni-Ausgabe des Fokus Niedersachsen unter www.fokus-niedersachsen.de

STEHT BEI IHNEN EINE UNTERNEHMENSÜBERGABE AN?

Zeitpunkt der Unternehmensübergaben (Gastgewerbe, Angaben in Prozent)



„Unsere Umfrage zeigt, dass nicht alle Unternehmer im Gastgewerbe rechtzeitig auf die Übergabe vorbereitet sind“, fasst Dr. Susanne Schmitt, Hauptgeschäftsführerin der IHK Niedersachsen (IHKN), die Umfrageergebnisse zusammen.

Quelle: IHKN, FOKUS Niedersachsen, Juni 2018, IHKN-Saisonumfrage Mai 2018

137,5 Mio.
Campingüber-
nachtungen/Tages-
aufenthalte (dwif)



5 Mrd.
Euro
Tagesausgaben

11 Mrd.
Euro
Nettoumsätze durch
Campingtouristen

CAMPING

EIN MILLIARDENGESCHÄFT

31 Mio.
Campingüber-
nachtungen
(amtliche Statistik)



11 Milliarden Euro – so viel Nettoumsatz wird jährlich deutschlandweit durch Campingtouristen generiert. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie der dwif – Tourismusberatung im Auftrag des Caravaning Industrieverbands.

Dass der Campingtourismus boomt, zeigen nicht nur die seit Jahren steigenden Beherbergungszahlen. Auch die Zahl der zugelassenen Fahrzeuge steigt kontinuierlich: Laut Kraftfahrtbundesamt gibt es 520.000 Reisemobile (plus 26 Prozent seit 2010) und 620.000 Wohnwagen (plus 10 Prozent). Hinzu kommen noch rund 260.000 nicht angemeldete Wohnwagen, die fest auf Campingplätzen stehen und von Dauercampers genutzt werden.

Dass hier viel Umsatz und daraus auch Wertschöpfung entsteht, was wiederum viele Arbeitsplätze sichert, liegt auf der Hand. Die Studie hat diese Effekte genauer untersucht.

Anders als die amtliche Beherbergungsstatistik, die deutschlandweit 31 Mio. Campingübernachtungen für 2017 ausweist, kommt das dwif auf 137,5 Mio. Übernachtungen bzw. Tagesaufenthalte jährlich durch Campingtouristen. Berücksichtigt

werden hierbei nicht nur Übernachtungen von Touristencampers auf Campingplätzen, sondern auch Übernachtungen von Reisemobilisten auf und außerhalb von Reisemobilstellplätzen, Tagesreisen von Reisemobilisten sowie Dauercamping-Aufenthaltstage plus die Aufenthaltstage durch deren Besucher. Auf dieser Grundlage summieren sich laut dwif die Tagesausgaben durch Campingtouristen auf 5 Mrd. Euro jährlich. Hinzu kommen noch Anschaffungskosten, Fahrtkosten & Co., so dass das dwif von Nettoumsätzen durch Campingtouristen in Deutschland in Höhe von knapp 11 Mrd. Euro jährlich kommt.

Mehr Zahlen in einer Studie der DWIF - Tourismusberatung im Auftrag des Caravaning Industrieverbands, die unter www.civd.de kostenlos zum Download steht.

UPDATE FÜR SERVICEQUALITÄT DEUTSCHLAND E.V.

Q-NEWS

Dass unschöne Serviceerlebnisse im digitalen Zeitalter nicht nur mit Freunden und Familie, sondern gleich mit der ganzen Welt geteilt werden können, rückt das Thema Kundenzufriedenheit noch stärker in den Fokus. Damit Betriebe die nötige Unterstützung und das Know-how erfahren, hat die Initiative ServiceQualität Deutschland e.V. (SQD) sein Schulungs- und Zertifizierungsprogramm für kleine und mittlere Betriebe (KMU) entscheidend weiterentwickelt. ServiceQ bietet jetzt noch mehr Flexibilität und weitere praktische Q-Werkzeuge, die sich im Betriebsalltag einfach umsetzen lassen. Die Neuerungen auf einen Blick:

- mehr Best-Practice-Beispiele im Seminar
- direkter Einstieg in alle Stufen
- kostenloser Online-Erstcheck zur eigenen Orientierung
- Nutzung einzelner Q-Werkzeuge ohne Zertifizierung
- Q-Werkzeuge ausgerichtet auf spezielle Themen
z.B. Fachkräftemangel
- Nutzung von Basis-Serviceketten
- Anerkennung von eigenen betrieblichen Leistungen möglich
- Keine Vorgaben zur Anzahl der Maßnahmen
- Neue Feedbackberichte zu den Werkzeugen mit Vorschlägen
- großer Q-Ideenpool zum Stöbern und Recherchieren



Das neue „Q“ liefert mit seinen überarbeiteten Inhalten gleich mehrere Gründe, das Thema Servicequalität neu zu beleuchten. Der Fokus liegt noch stärker auf der Maßnahmenfindung, so werden die Kunden immer wieder mit neuen Ideen begeistert und die Kundenzufriedenheit steigt. Die verschiedenen Q-Werkzeuge helfen, Abläufe zu optimieren. Das merken nicht nur die Gäste, sondern motiviert auch die Mitarbeiter.

Informationen zum neuen System, Seminartermine und das neue Online-Tool finden Sie unter www.q-deutschland.de



PILOTPROJEKT „QUALITÄT = GÄSTEGLÜCK“ IM BRAUNSCHWEIGER LAND

Dass (Service-)Qualität eine Grundvoraussetzung für zufriedene Gäste und den Gewinn von Stammkunden ist, ist selbstverständlich. Nicht ganz so selbstverständlich ist dagegen, was sich jetzt die Touristiker im Braunschweiger Land unter dem Titel „Qualität = Gästeglück“ vorgenommen haben: Gemeinsam wollen sie die örtlichen Leistungsträger mehr für das Thema Qualität sensibilisieren und den Austausch untereinander fördern. Außerdem sollen möglichst viele Leistungsträger und touristische Akteure für die drei Qualitätsinitiativen ServiceQualität Deutschland, KinderFerienLand Niedersachsen und Reisen für Alle gewonnen werden.

Seit der Kickoff-Veranstaltung im Juni ist der kollegiale Akquise-Wettstreit eröffnet: wie erfolgreich sind die Tourist-Informationen bei der Gewinnung von Leistungsträgern für die Qualitätsinitiativen bis Anfang 2019? Zu gewinnen gibt es eine mobile Fotobox, welche die Tourist-Informationen auf Messen oder für Erinnerungsfotos ihrer Gäste nutzen können. Doch gewinnen werden alle – nämlich eine Qualitätssteigerung des touristischen Angebots in der Region. Zum Abschluss des Projektes werden alle teilnehmenden Betriebe in einem feierlichen Rahmen bei einer Verleihungsveranstaltung offiziell ausgezeichnet. www.tourismuspartner-niedersachsen.de

NEUES PIXI-BUCH ÜBER FERIEN IN NIEDERSACHSEN

Für unsere jüngeren Gäste hat die Tourismus-Marketing Niedersachsen GmbH (TMN) jetzt ein zweites Pixi-Buch herausgebracht: „Liese unterwegs in Niedersachsen“. Wie schon im ersten Band erleben das Mädchen Liese und ihr Stofftierdrache Lino viele Abenteuer während der Ferien in Niedersachsen – unter anderem im Wasserskikurs, auf den Spuren einer Dinosaurierherde und beim Sommerrodeln. Das erneut mit dem Carlsen Verlag entwickelte Kinderbuch lässt sich ab sofort über www.reiseland-niedersachsen.de/informationen/prospektbestellung kostenlos bestellen.



DIE NÄCHSTEN Q-SEMINARE

- 27.09.2018 - 28.09.2018
Rastede: Q-Seminar
- 25.10.2018 - 26.10.2018
Schneverdingen: Q-Seminar
- 29.11.2018 - 30.11.2018,
Aurich: Q-Seminar

349,00 Euro zzgl. MwSt.

Alle Infos unter

www.q-deutschland.de/seminare/

DAS SYSTEM ServiceQ

SERVICEQUALITÄT VERBESSERN, MITARBEITER MOTIVIEREN, KUNDEN BEGEISTERN

Sich von der Masse abheben, zufriedene Gäste, die wiederkommen und den Betrieb weiterempfehlen, aber auch zufriedene Mitarbeiter, die gerne im Betrieb sind und am Erfolg motiviert mitarbeiten – das wünscht sich jedes Unternehmen. Am besten noch kombiniert mit bewusstem Umgang mit Ressourcen, der Kosten spart, und mit klar definierten Zuständigkeiten, damit Diskussionen und unnötiger Zeitaufwand vermieden werden. Wie soll das alles funktionieren? Gerade für kleinere und mittlere Betriebe ist es nicht immer einfach, sich neben dem normalen Tagesgeschäft auch noch um die kontinuierliche Verbesserung der verschiedenen Bereiche zu kümmern.

ServiceQualität Deutschland (SQD) e.V. unterstützt besonders kleine und mittelständische Betriebe, ihre Servicequalität lebendig und kreativ zu gestalten und kontinuierlich zu optimieren. Oft genügen schon kleine Veränderungen, um die Servicequalität spürbar zu verbessern. Gerade durch kreative Dienstleistungen und motivierte und begeisterte Mitarbeiter kann man sich gut von seinen Mitbewerbern absetzen.

Um sich mit einem Q-Siegel zertifizieren zu lassen, muss zunächst mindestens ein/e Mitarbeiter/in zum Q-Coach fortgebildet werden. In einem 1,5 tägigen Seminar erlernt man Q-Werkzeuge und bekommt viele praktische Beispiele und Ideen zur Umsetzung im Betrieb. Die Q-Werkzeuge gehen auf typische Herausforderungen im betrieblichen Alltag ein und helfen dabei, praxistaugliche Lösungen zu entwickeln. Sie drehen sich um Themen wie Kundenkommunikation, Beschwerdemanagement, Bewertungsportale oder Mitarbeiterbindung.

Q IN NIEDERSACHSEN

Seit Juli 2004 wird die Qualitätsoffensive in Niedersachsen von der landeseigenen TourismusMarketing Niedersachsen GmbH (TMN), den niedersächsischen Industrie- und Handelskammern, dem Deutschen Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA) Niedersachsen und dem Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und Digitalisierung unterstützt. Übrigens: auch IHKs haben sich zertifizieren lassen!

MEHR INFORMATIONEN

TourismusMarketing Niedersachsen GmbH
Telefon: 0511 270488-28
E-Mail: service@tourismusbildung-niedersachsen.de
www.q-deutschland.de

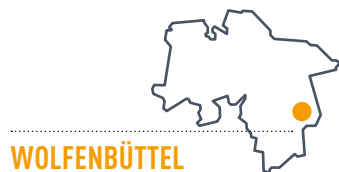


ServiceQualität
DEUTSCHLAND

Rundreise durch Niedersachsen

Niedersachsen hat viele Gesichter! Die Tourismusnachrichten porträtieren in jeder Ausgabe eine andere Destination. Dieses Mal: Die Lessingstadt Wolfenbüttel





Lessingstadt Wolfenbüttel

Vom Geheimtipp der Hauptstädter zur Tourismus-Destination.

Wolfenbüttel ist Mittelzentrum, zwölf Kilometer südlich von Braunschweig im nördlichen Harzvorland gelegen. Die Geschichte hat es gut gemeint mit dem Ort an der Oker. Über 300 Jahre Residenz der Herzöge zu Braunschweig-Lüneburg brachten ihr nicht nur ein beachtliches Stadtbild, sondern auch eine Vielzahl historischer Ereignisse und Begebenheiten in ihrer 900-jährigen Stadtgeschichte ein. Zahlreiche berühmte Persönlichkeiten und Geistesgrößen verbrachten hier ihre Zeit, wie zum Beispiel Casanova, Leibniz oder eben auch Lessing, der in seinen letzten elf Lebensjahren ein untrennbares Erbe hinterlassen hat. Ein Erbe, auf das die Lessingstädter stolz sind, das sie pflegen und immer wieder neu interpretieren.

Als Heimat des weltberühmten Kräuterlikörs Jägermeister genießt die Stadt weltweit einen besonderen Ruf. Das Stadtbild ist geprägt von mehr als 600 Fachwerkhäusern, dem Schloss, der Herzog August Bibliothek, dem Lessinghaus, der Hauptkirche Beatae Mariae Virginis und weiteren prachtvollen Bauwerken.

ECHTER WENDEPUNKT: DIE WIEDERVEREINIGUNG

Schon vor der Wiedervereinigung war Wolfenbüttel ein beliebtes Reiseziel, insbesondere bei Berlinern, machte doch die Transitstrecke über Helmstedt eine vergleichsweise bequeme Anreise möglich. Nach 1990 dann eröffneten sich ganz neue Möglichkeiten: Plötzlich lag Wolfenbüttel nicht mehr am Ende der westlichen Welt, sondern mitten in Europa! Die Bewegungsräume der Menschen in Ost und West änderten sich quasi über Nacht.

Doch erst seit 1999 gibt es in Wolfenbüttel ein professionelles Stadtmarketing und wird auch aktiv Tourismusmarketing betrieben. An dieser Jahreszahl kann man erkennen: Wolfenbüttel ist ein Spätstarter im Tourismus, was sich auch heute noch auswirkt. Viele Veranstalter und Gäste haben die Stadt und ihre Angebote schlichtweg noch nicht „auf dem Radar“. Deshalb wird unter anderem auch an der Infrastruktur fleißig gearbeitet. Neben dem Bau eines modernen Jugendgästehauses mit 131 Betten, der Ansiedelung der Landesmusikakademie, der Sanierung und erstmaligen Besucheröffnung der Fürstengruft, der Sanierung des Lessingtheaters, dem Neubau des Allwetterstadtbads Okeraue mit seinem Cabrio-Dach und einem neuen Wohnmobilstellplatz, wurden und werden zahlreiche Plätze der Altstadt saniert und modernisiert. Auch 2019 gehen einige Projekte in Betrieb, wie z. B. das „Löwentor“ als Einkaufszentrum und das neue Besucherzentrum der Gedenkstätte in der JVA Wolfenbüttel. Die Stadt wird Stück für Stück fit gemacht für den touristischen Wettbewerb.

Die Weichen für eine gezielte und nachhaltige Entwicklung wurden 2011 mit einem ersten Tourismusentwicklungskonzept gestellt, daraus entstand eine Vielzahl an partizipativ entwickelten Maßnahmen. Das große Ziel, die Entwicklung einer touristischen Stadtmarke, wurde zum Abschluss 2016 ebenfalls erreicht. Seitdem tritt Wolfenbüttel offiziell und mit großem Rückhalt der eigenen Bevölkerung als Lessingstadt am Markt auf. Im Frühjahr 2017 ging das Tourismuskonzept 2021 an den Start – mit neuen Zielen, die die folgende Vision mit Leben erfüllen sollen:

**900 JAHRE
ALT, ABER
ECHT LESSIG**

Die historische Stadt mit
ihrem reichen Kulturerbe
macht sich systematisch
fit für den Wettbewerb

**GEMEINSAM MACHEN WIR WOLFENBÜTTEL
ZU EINEM GESCHÄTZTEN ORT, DER
NEUGIERDE WECKT, IDENTITÄT STIFTET
UND FÜR SEINE TOLERANZ UND LEICHTIG-
KEIT BEKANNT IST. ECHT LESSIG EBEN.
WIR L(I)EBEN UNSERE LESSINGSTADT.**

Dabei richten sich alle Maßnahmen am Leitwert „Nähe“ und den begleitenden Werten (Herzlichkeit, Geselligkeit, Heimat, Geborgenheit, Freundschaft, Willkommen und berührend) aus. Die Maßnahmen teilen sich dabei auf die folgenden Bereiche auf:

- Touristische Produktgestaltung & interne Abläufe, beispielsweise
 - Strategische Geschäftsfeldentwicklungen
 - Weiterentwicklung der „digitalen“ Tourist-Information
 - Qualifizierungs- und Schulungsmaßnahmen für touristische Akteure

- Daten- & Content-Management, wie
 - Open linked data-Strukturen
- Außenauftritt, zum Beispiel
 - Kontinuierlicher Aufbau eines eigenen, touristischen Youtube-Kanals

ECHT WICHTIG: NETZWERKE, KOOPERATIONEN UND QUALITÄTSMANAGEMENT

Daneben engagiert sich das Tourismus-Team im Rahmen der Netzwerkarbeit für das „aboutcities Städtenetzwerk in Niedersachsen“ sowie bei der Arbeitsgemeinschaft „9 Städte“ im Auslandsmarketing. Einen großen Stellenwert haben die Branchenstandards wie ServiceQualität Deutschland (Stufe 2 zertifiziert), Zertifizierung der Tourist-Information, Reisen für Alle, Kinderferienland (hier ist Wolfenbüttel einer von zwei Kinderferienland-Orten in Niedersachsen).



Ihr Ansprechpartner:
Björn Reckewell
Abteilungsleiter Tourismus und
Einzelhandelsentwicklung

KONTAKT

Lessingstadt Wolfenbüttel
Amt für Wirtschaftsförderung
und Tourismus
Stadtmarkt 3–6
38300 Wolfenbüttel

Abt. 801 Tourismus und
Einzelhandelsentwicklung
Telefon 05331 86-420
Mail: bjoern.reckewell@wolfenbuettel.de

Tourist-Information
Telefon: 05331 86-280
Mail: touristinfo@wolfenbuettel.de

www.lessingstadt-wolfenbuettel.de

Blog:
www.echtlessig.de

Facebook:
www.facebook.com/wolfenbuettel.de

Instagram:
www.instagram.com/lessingstadt_wolfenbuettel/

Twitter:
www.twitter.com/stadt_wf



BUNDESVERFASSUNGSGERICHT: RUNDFUNKBEITRAG VERFASSUNGSKONFORM

IHR
GUTES
RECHT

Drei Privatpersonen und das Mietwagenunternehmen Sixt hatten gegen den Rundfunkbeitrag geklagt. Im Juli entschied das Bundesverfassungsgericht – und hat ihn in weiten Teilen für verfassungskonform erklärt. Lediglich die doppelte Beitragserhebung bei Privatpersonen mit zwei Wohnungen wurde bemängelt. In diesem Punkt muss das Gesetz nachgebessert werden, bis dahin können Betroffene einen Antrag auf Befreiung vom zweiten Beitrag stellen.

Die Klage des Mietwagenunternehmens Sixt wurde vollständig abgewiesen. Die Beiträge werden pro Betriebsstätte und zusätzlich pro Fahrzeug ermittelt. Diese Praxis wurde nun bestätigt. Keine guten Vorzeichen für Hoteliers, die in ähnlicher Weise, nämlich pro Betriebsstätte und pro Zimmer, belangt werden. Mehr unter <https://bit.ly/2NsgOgq>

PAUSCHALREISERICHTLINIE

Seit 1. Juli 2018 gilt das neue Reiserecht auf Grundlage der EU-Pauschalreiserichtlinie. Betroffen sind vor allem Reiseveranstalter, Reisemittler, Destinationsmanagement-Organisationen und auch Beherbergungsbetriebe. Die niedersächsischen IHKS informierten auf Veranstaltungen, das Wichtigste ist auch in vier Merkblättern der IHK-Organisation nachzulesen, zu finden auf der Website Ihrer IHK oder unter www.ihk-n.de. Aus den Rückmeldungen der Betriebe ist schon jetzt klar: Einige Fragen sind auch nach der Einführung des neuen Reiserechts offen geblieben und werden im Laufe der Zeit noch durch Gerichtsentscheidungen geklärt.



Rundfunkbeitragspflicht bleibt bestehen. Nur Zweitwohnungen sollen entlastet werden

VERBRAUCHERSCHUTZMINISTER FORDERN EINHEITLICHE HYGIENE-VERÖFFENTLICHUNG

Auf der Verbraucherschutzministerkonferenz im Juni 2018 haben sich die Bundesländer für die Einführung eines bundeseinheitlichen Transparenzsystems zur Veröffentlichung von Hygienekontrollergebnissen ausgesprochen.

In Niedersachsen war der „Internet-Hygiene-Pranger“ nach Gerichtsentscheidungen ausgesetzt worden. Das Pilotprojekt eines niedersächsischen Hygienebarometers, das Hygienekontrollergebnisse in Form eines Aushangs im Gastgewerbebetrieb transparent machen sollte, wurde in Hannover und Braunschweig nach einem halben Jahr wieder eingestellt. Die Beteiligung am freiwilligen System auf Seiten der Betriebe war zu gering.

„Wir bedauern, dass die Hygiene-Pranger-Diskussion kein Ende zu nehmen scheint. Ordentliche Lebensmittelhygiene ist ein Muss, und schwarze Schafe müssen zur Verantwortung gezogen werden, keine Frage. Die Hygieneampeln sind aber der falsche Weg“, kommentiert Martin Exner, Sprecher Tourismus der IHKN, die Entwicklung.

AKTUELLES AUS
DEN IHK-BEZIRKEN

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**



KONTAKT

Ihr Ansprechpartner
in der IHK Braunschweig:
Uwe Heinze
Telefon: 05321 23231
uwe.heinze@braunschweig.ihk.de
www.braunschweig.ihk.de

Helmstedt auf dem Weg zur Tourismuszentrale

Bisher erledigen die Städte und Gemeinden im Landkreis Helmstedt in ihren jeweiligen Einrichtungen touristische Aufgaben noch weitgehend separat. Jetzt macht sich die Region auf, im Tourismus enger zusammenzuarbeiten und eine gemeinsame Tourismuszentrale zu etablieren, die ihre Heimat im Helmstedter Bahnhofsgelände finden könnte. Die Region Helmstedt hat einiges zu bieten, besonders naturnahe Erholung und kulturhistorische Sehenswürdigkeiten. Durch eine Vernetzung touristischer Projekte wie den Schöninger Speeren, dem Freilicht- und Erlebnismuseum Ostfalen (FEMO), dem Geoparkinformationszentrum und dem Kaiserdom in Königslutter am Elm, der Entwicklung

des Lappwaldsees, dem Projekt Grenzenlos, usw. könnten die Potenziale noch besser genutzt werden.

Die Entwicklung des Tourismus gewinnt zudem aktuell an Bedeutung, denn Helmstedt steckt mitten in einem Strukturwandel: mit dem Ausstieg aus der Kohle fallen im Braunkohlerevier Helmstedt zahlreiche Arbeitsplätze weg, die lokale Wirtschaft verliert einen Großkunden und muss sich umorientieren. Eine gemeinsame Tourismuszentrale könnte eine vernetzte Beratung zu attraktiven Öffnungszeiten in zentraler Innenstadtlage bieten, wofür sich das Helmstedter Bahnhofsgelände als „Tor zur Region“ anbietet.

TOURISMUSKONZEPT FÜR DIE LANDKREISE HELMSTEDT UND BÖRDE

Kooperation und Vernetzung – das ist auch der rote Faden, der sich durch das länderübergreifende Tourismuskonzept zieht, das zurzeit für die Landkreise Helmstedt und Börde und die Gemeinde Cremlingen erarbeitet wird. Beauftragt wurde die ift Freizeit- und Tourismusberatung GmbH aus Köln, das Projekt wird aus EU-Mitteln gefördert. Dabei geht es u. a. um die gemeinsame Vermarktung des Kooperationsgebietes „Elm-Börde“. Für den Raum Braunschweig, Wolfsburg und Magdeburg ist Elm-Börde ein interessantes Ausflugsgebiet, das zunächst stärker

als attraktives Tagesziel vermarktet werden soll. Mittelfristig soll die Region auch für Wochenendreisen und Kurzreisen entwickelt und langfristig, zumindest in Teilen, auch als Urlaubsziel positioniert werden. Dazu müssen nicht nur Angebote gebündelt werden, auch müssen die Tourismus-Organisationen der Region noch besser als bisher mit Informationen und Produkten versorgt werden. Hierfür ist eine Stärkung der Kommunikation und des Austauschs nach innen erforderlich. Das Konzept soll im Oktober 2018 vorgestellt werden.



Das ehemalige Universitätsgebäude Juleum ist eines der Wahrzeichen Helmstedts

Marissa Ferienpark

NEUE GROSSINVESTITION AM DÜMMER

Einer der größten Ferienparks Deutschlands entsteht zurzeit in Lembruch am Dümmer (Samtgemeinde Lemförde) mit 253 Ferienhäusern und 36 Appartementshäusern. Insgesamt etwa 3.000 Betten sowie ein 1.600 m² großes Wellnesshaus mit Innen- und Außenpool, ein Aktivitätscenter, Restaurants, Cafés, Einkaufsmöglichkeiten, ein Strand mit Beach Club und eine Sauna auf dem See werden auf dem 18 Hektar großen Gelände errichtet, auf dem sich vorher ein Campingplatz

befand. Dänische Geldgeber investieren 150 Millionen Euro in das Projekt. Baubeginn war im Juni; in etwa einem Jahr sollen die ersten Urlauber eintreffen. Spätestens für das Jahr 2021 wird mit der Komplett-Fertigstellung gerechnet. Investoren können Häuser oder Wohnungen kaufen, um sie dann zu vermieten. Die Vermietung erfolgt exklusiv über den dänischen Ferienhausvermieter Novasol. Pro Jahr rechnen die Investoren mit 500.000 Übernachtungen.

IHK-PROJEKT ZUR DIGITALISIERUNG IM GASTGEWERBE EIN ZWISCHENSTAND

Die IHK Hannover führt im Rahmen des Projekts „Digitale Lösungen im Gastgewerbe“ seit einigen Monaten Gespräche mit Hoteliers und Gastronomen, um innovative, digitale „good-practice“-Beispiele zu erfassen. Bislang wurden 13 Gespräche mit acht Hoteliers und fünf Gastronomen geführt, weitere Gespräche sind terminiert. Das Themenspektrum der bislang erfassten Lösungen ist breit gefächert. Ein Ausschnitt:

- Mobiler Online-Check-in/Check-out-Prozess
- Yield- und Revenue-Management
- Digitales Personalorganisationsprogramm

- Digitale Warenbestellung
- Smart TV-Multimediasystem
- Handheld/Tablet mit Kassenanbindung
- Digitale Raumausschilderung
- Virtual Concierge
- Digitales Programm für Veranstaltungen
- Channelmanager
- Qualitätssicherungs-App

Die Ergebnisse werden in Form von Unternehmenssteckbriefen zusammengestellt. Im September soll das Projekt abgeschlossen werden. Ansprechpartner: Hans-Hermann Buhr.

ERFOLGREICH MIT FACEBOOK UND INSTAGRAM: SEMINAR FÜR HOTELIERS UND GASTRONOMEN AM 11. OKTOBER 2018

„Facebook & Co. – Social Media Marketing in Hotellerie und Gastronomie gezielt nutzen“: das IHK-Seminar gibt praktische Tipps.

- Hintergründe und Entwicklung der sozialen Medien
- Das veränderte Kundenverhalten und die Folgen für Gastronomie und Hotellerie
- Facebook, Instagram, Yelp & Co. – Marketingmöglichkeiten für Gastronomie und Hotellerie
- Entwicklung einer Social Media Strategie
- Chancen und Risiken
- Zahlreiche Positiv- und Negativ-Beispiele aus der Praxis

Das Seminar findet am 11. Oktober von 9 Uhr bis 17 Uhr in der IHK Hannover (Schiffgraben 39, 30175 Hannover) statt. Die Teilnahme kostet 230 Euro zzgl. USt.

Information / Anmeldung:
IHK Projekte Hannover GmbH
Hans-Hermann Buhr, Tel. 0511/3107-377
buhr@hannover.ihk.de

Evtl. kommt eine Förderung über den Weiterbildungsfonds der IHK Hannover in Betracht. Infos unter www.hannover.ihk.de, Stichwort Weiterbildungsfonds.



IHK HANNOVER



KONTAKT

Ihr Ansprechpartner
in der IHK Hannover:
Hans-Hermann Buhr
Telefon: 0511 3107-377
buhr@hannover.ihk.de
www.ihk-hannover.de



IHK LÜNEBURG- WOLFSBURG

Mitwählen!

SIEBEN VOLLVERSAMMLUNGS- PLÄTZE FÜR DEN TOURISMUS

Vom 24. September bis 23. Oktober wählen die Mitglieder der IHK Lüneburg-Wolfsburg ihre neue Vollversammlung – ein Parlament der Wirtschaft, das über die inhaltliche Arbeit der IHK Lüneburg-Wolfsburg und auch über die Verwendung der finanziellen Mittel der IHK bestimmt. Insgesamt 100 Sitze sind zu vergeben, die sich auf unterschiedliche Wahlgruppen in unterschiedlichen Wahlbezirken verteilen, sieben davon für die Tourismuswirtschaft. Alles rund um die Wahl unter

www.ihk-lueneburg.de/produkte/wahl-vollversammlung-2018



CELLER LOKALHELDIN: STEPHANIE GENTHE SIEGT MIT „CELLE WAS GEHT? – DIE BAR“

Herzlichen Glückwunsch: Stephanie Genthe gewinnt den Gründungswettbewerb „Lokalhelden 2018“ mit ihrem Konzept „Celle was geht? – Die Bar“ – die inzwischen übrigens in der Celler Innenstadt eröffnet wurde. Sie gewinnt u.a. einen Investitionszuschuss, einen Imagefilm und einen Weiterbildungsgutschein. Auf Platz 2 folgen die Pilzzüchter Konstantin Schröder und Leon Mikußies, die mit „Fungifood“ ein Ladengeschäft mit Produkten ihrer Edelpilzzucht planen. Norman Beilicke belegt den dritten Platz: Der Kommunikationsdesigner will mit dem „Gewächshaus“ in Celle einen Treffpunkt für Kreative, eine Kombination aus Bar und Kreativraum, schaffen.

www.ihk-lueneburg.de, Dok.-Nr. 3180760

SEMINAR „GÄSTEHERZEN EROBERN“ AM 29.10.2018

Werden Sie Profi in der Gästekommunikation – Sie unterhalten und beraten Ihre Gäste, meistern kritische Situationen und lernen, mit schwierigen Gästen umzugehen. Erobern Sie die Herzen Ihrer Gäste! Das ganztägige IHK-Seminar unter Leitung des Kommunikationsprofis Ulrike Neid richtet sich an Azubis, Fach- und Führungskräfte im Gastgewerbe und kostet bzw. 350 Euro (für IHK-Mitglieder: 325 Euro).

www.ihk-lueneburg.de, Dok.-Nr. 15181466



KONTAKT

Ihre neue Ansprechpartnerin
in der IHK Lüneburg-Wolfsburg:
Dorit Siebenbrodt
Telefon: 04131 742-174
siebenbrodt@lueneburg.ihk.de
www.ihk-lueneburg.de

PHAENO GLÄNZT DURCH FAMILIENFREUNDLICHKEIT

Bei einer deutschlandweiten Evaluation hat das phaeno im Bereich der Erlebnismuseen den dritten Platz und ein Silber-Siegel erreicht – nach dem Dynamikum Pirmasens und dem Explorado Duisburg (beide Gold). In Kooperation der WELT am SONNTAG und der Goethe-Universität Frankfurt stellte die Beratungsgesellschaft ServiceValue in einer groß angelegten Kundenbefragung die Familienfreundlichkeit von insgesamt 477 Unternehmen aus 64 Branchen auf den Prüfstand.

www.servicevalue.de/familie



Stephanie Genthe (rechts) mit IHK-Vizepräsidentin Dörthe Buchholz

Workshops am 12. November

DIGITALE LÖSUNGEN IM TOURISMUS

Digitalisierung ist im Tourismus kein Neuland. Schon seit langem werden touristische Produkte über digitale Vertriebssysteme vermittelt. In den letzten Jahren stand zunehmend die Kommunikation im Fokus: Websites und Social-Media-Kanäle begleiten die Touristen immer häufiger auf der „Customer Journey“. Wie lässt sich der Betriebsalltag in Hotel und Gastronomie durch digitale Lösungen vereinfachen, welche Trends sind für die Tourismusbranche wichtig? Um diese Fragen geht es am 12. November 2018 in zwei Workshops. Referent ist Michael Faber von „Tourismuszukunft“.

NEUE STRUKTUREN FÜR DIE NORDSEE

Das Tourismusmarketing an der niedersächsischen Nordsee ist sehr kleinteilig strukturiert. Viele Aufgaben werden parallel von mehreren Organisationen erfüllt, Synergieeffekte werden nicht genutzt – dabei könnten die eingesetzten Ressourcen Geld, Zeit und Arbeitskraft gebündelt deutlich mehr Effekt erzielen. Deshalb hat der Tourismusverband Nordsee e.V., unterstützt vom Land Niedersachsen, das Projekt „Initiierung eines Kooperationsnetzwerkes der Zukunft“ gestartet. Langfristiges Ziel ist es, die Wettbewerbsfähigkeit der Niedersächsischen Nordsee als Tourismusregion – und damit auch Wertschöpfung und Arbeitsplätze – zu sichern. Die Zusammenarbeit der Akteure soll intensiviert werden, um Mittel zu bündeln und Doppelstrukturen zu vermeiden. Ein zeitgemäßes, professionelles Tourismusmarketing soll entstehen, das die niedersächsische Nordsee bei in- und ausländischen Gästen stärker in den Fokus rückt. Hierfür wird zurzeit ein Unternehmenskonzept für eine neue Destinations-Management-Organisation (DMO) entwickelt. Die Ergebnisse sollen Ende 2018 vorliegen.

www.ihk-oldenburg.de, Dok.-Nr. 3973862

12. November 2018

10 bis 12:30 Uhr:

Für Beherbergungsbetriebe
(Nr. 161112861)

14 bis 16:30 Uhr:

Für Gastronomen
(Nr. 161112860)

Infos und Anmeldung:

www.ihk-oldenburg.de

INTERKULTURELLE ZUSAMMENARBEIT VERBESSERN

Mit interkultureller Kompetenz im Unternehmen fällt es leichter, Fachkräfte zu finden, Arbeitsprozesse zu verbessern und für ein gutes Arbeitsklima zu sorgen. Der Verein Gesundheitswirtschaft Nordwest bietet Unternehmen aus Gesundheitswirtschaft und Tourismus Beratung an. Dahinter steht das Projekt „Woanders ist es anders?! – global.weiterdenken“. Es wird gefördert von der Metropolregion Nordwest. Partner sind unter anderem die Oldenburgische IHK, die IHK Stade für den Elbe-Weser-Raum sowie die HK Bremen – IHK für Bremen und Bremerhaven.

www.gesundheitswirtschaft-nordwest.de

NEUES RADWEGELEITSYSTEM IM LANDKREIS VECHTA

Seit April 2018 gibt es ein neues Radwegeleitsystem im Landkreis Vechta, das auch um ein neues Knotenpunktsystem für Radfahrer ergänzt wurde. Nach dem Vorbild aus den Niederlanden können Radfahrer nach Zahlen radeln. 150 durchnummerierte Knotenpunkte zeigen, wo es lang geht. An jedem Knotenpunkt befindet sich zudem eine Übersichtstafel mit den umliegenden Knotenpunkten.

www.oldenburger-muensterland.de



OLDENBURGISCHE IHK



KONTAKT

Ihre Ansprechpartnerin in der

Oldenburgischen IHK:

Dorothee Schröder

Telefon: 0441 2220-5315

dorothee.schroeder@oldenburg.ihk.de

www.ihk-oldenburg.de



IHK OSNABRÜCK- EMSLAND- GRAFSCHAFT BENTHEIM

Besuchermagnet Landesgartenschau

Positive Zwischenbilanz zur Landesgartenschau in Bad Iburg: Bis Mitte Juli wurden rund 273.000 Besuche gezählt. Schon zur Halbzeit lag man damit 10 Prozent über den Erwartungen. Auf eine halbe Million hofft man, bis zum 15. Oktober zu kommen. Sehr erfolgreich lief der Dauerkarten-Verkauf mit 8.700 Dauerkarten. Die Tages-Besucher kommen zu großen Teilen aus dem Ruhrgebiet,

Westfalen, ganz Niedersachsen, vereinzelt auch aus Süddeutschland. In den Ferienzeiten waren auch viele Niederländer auf dem Gelände. Die IHK führt seit Juni eine kontinuierliche Gästestrukturanalyse durch. Die Ergebnisse werden zum Ende der Landesgartenschau Mitte Oktober 2018 veröffentlicht.

www.laga2018-badiburg.de

RADKNOTENPUNKTSYSTEM MACHT RADELN IM EMSLAND KOMFORTABLER

Seit dem Start der Radsaison 2018 gibt es ein sogenanntes Fietsknotenpunktsystem im deutschen Teil des grenzüberschreitenden Naturparks Moor-Veenland. Wo mindestens zwei Radrouten aufeinandertreffen, ist ein mit einer Zahl versehener Knotenpunkt. Radler stellen einfach die Nummern ihrer gewünschten Route zusammen. Mehr als 1.000 Kilometer Radwege mit 150 Knotenpunkten beidseits der Grenze stehen zur Verfügung. Eine kostenlose Radkarte ist an den Moorförden des Naturparks erhältlich.

www.naturpark-moor.de



Die Landesgartenschau läuft noch bis 14. Oktober 2018



KONTAKT

Ihr Ansprechpartner in der
IHK Osnabrück-Emsland-
Grafschaft Bentheim
Falk Hassenpflug
Telefon: 0541 353-215
hassenpflug@osnabrueck.ihk.de
www.osnabrueck.ihk24.de

HOTELMARKT IN OSNABRÜCK BLEIBT IN BEWEGUNG

Die dynamische Entwicklung des Osnabrücker Hotelmarkts geht weiter: ein Holiday Inn Hotel am Alando Palais (vier Sterne, 158 Zimmer) ist bereits im Bau. Am Neumarkt entstehen zwei neue Hotels der Hamburger Centro Hotel Group (drei Sterne und 80 bzw. 131 Zimmer). In der Johannisstraße sollen weitere Zimmerkapazitäten entstehen. Bei Realisierung aller Vorhaben würde die Beherbergungskapazität um ca. 25 Prozent steigen. Nach IHK-Berechnungen müssten mindestens 540.000 gewerbliche Übernachtungen jährlich erreicht werden, um die aktuelle Zimmerauslastung beibehalten zu können.

STARKE ENTWICKLUNG: 25 JAHRE HASETAL TOURISTIK

Vor gut 25 Jahren schlossen sich die Städte und Gemeinden der Region entlang der Hase zum Tourismusverband zusammen. Mittlerweile generieren die Mitarbeiter des Tourismusverbandes Hasetal in der Löniger Geschäftsstelle jährlich etwa zehn Millionen Euro Umsatz mit dem Verkauf von Rad- und Paddel-Touren, Draisinenfahrten oder Fahrten im historischen Dampfzug der Museumseisenbahn. Rund 50.000 Radler jährlich werden auf der Hase-Ems-Tour gezählt. Mit prämierten Projekten wie dem „Radurlaub auf Rezept“ oder der „Mundraub“-Tour, in der sich Fahrradfahrer an mehr als 2.000 öffentlichen Obstbäumen bedienen dürfen, hat die Region auch bundesweit Akzente gesetzt.

www.hasetal.de

Welterbe-Geburtstag Wattenmeer:

DEUTSCHE UND NIEDERLÄNDISCHE ORTE FEIERN

Im Juni 2009 ist das deutsch-niederländische Wattenmeer in die UNESCO-Liste des Welterbes aufgenommen worden und steht somit auf einer Stufe mit dem Grand Canyon in Amerika und dem Great Barrier Reef in Australien. Vom 30. Juni bis 2. Juli 2018 wurden anlässlich des Welterbe-Geburtstages in Nordholland, Friesland, Groningen (Niederlande) und Ostfriesland (Deutschland) besondere Aktionen am und im Wattenmeer angeboten und gemeinsam gefeiert.

Seit Jahren werden durch die Ernennung zum Welterbe am 26. Juni Wattwanderungen am Wattenmeer angeboten, um Einheimischen und Urlaubern den besonderen Tag in Erinnerung zu rufen und auf den Schutz und Erhalt dieses einzigartigen Naturraums hinzuweisen. Mit Projektstart der Watten-Agenda in 2015 wurde der Welterbe-Geburtstag von Jahr zu Jahr größer ausgerichtet und um besondere und einzigartige Programmpunkte erweitert. Auch die Küstenorte und Inseln schlossen sich in den letzten Jahren am Welterbe-Geburtstag an.

Beispielsweise lockte die Garnelenfabrik in Moddergat (Provinz Friesland) mit Live-Musik mehr als 1.500 Besucher an. Im Naturkundemuseum und Aquarium Ecomare auf der westfriesischen Insel Texel (NL) begeisterten Wissenschaftler mit zusätzlichen Informationen über die Aktivitäten auf See und Land eine Vielzahl von Teilnehmern. Zahlreiche kostenlose Wattwanderungen wurden für Einheimische angeboten, um das Bewusstsein

in den Regionen zu stärken. Auf der ostfriesischen Insel Juist (DE) und in Nordpolderzijl (NL) kamen die Teilnehmer in den Genuss eines ganz besonderen Schlaferlebnisses und konnten für eine Nacht unter freiem Himmel direkt am Wattenmeer übernachten. Unter dem Namen „Watt`n Frühstück“ konnten Frühaufsteher eine Mahlzeit an der „Waterkant“ mit einem einzigartigen Ausblick auf das Wattenmeer genießen. Der Welterbe-Geburtstag wurde durch circa 100 verschiedene Aktionen an mehr als 30 Standorten grenzübergreifend ausgerichtet und gemeinsam gefeiert.

Durch das Event konnten mehrere Hundert Urlauber und Einheimische durch einzigartige Erlebnisse für den Schutz und Erhalt des Wattenmeeres sensibilisiert werden. Das Wattenmeer ist ein einzigartiges Naturphänomen, das über die Grenzen hinweg verbindet und mit dem Event tolle grenzübergreifender Zusammenarbeit aufzeigt.

Die Initiative des Welterbe-Geburtstages geht auf das grenzübergreifende INTERREG V A-Projekt „Watten-Agenda“ zurück. Bereits seit 2015 arbeiten Projektpartner aus Deutschland und den Niederlanden grenzübergreifend zusammen. Im Mittelpunkt der Projektaktivitäten stehen der Erhalt und Schutz des Naturraumes Weltnaturerbe Wattenmeer sowie die Schaffung und Förderung von nachhaltigem Tourismus am Wattenmeer.



IHK FÜR OSTFRIESLAND UND PAPENBURG



KONTAKT

Ihr Ansprechpartner in der IHK
für Ostfriesland und Papenburg:

Arno Ulrichs

Telefon: 04921 8901-38

arno.ulrichs@emden.ihk.de

www.ihk-emen.de



„Watt`n Frühstück“ zum
Weltnaturerbe-Geburtstag



**IHK STADE
FÜR DEN
ELBE-WESER-RAUM**

Zwölf neue Radrundwege in der Radreiseregion Cuxland

„Opstiegen op't Rad und los geht dat!": Unter diesem Motto stehen Radfahrern im Cuxland jetzt zwölf neue Radrouten zur Verfügung. Die mit „Cux 1" bis „Cux 12" markierten Wege führen – alle mit plattdeutschen Namen versehen – durch die Landschaft zwischen Weser- und Elbmündung im Landkreis Cuxhaven. Zwischen 40 und 70 Kilometer sind die als Rundwege angelegten Strecken lang. Dabei weisen sie verschiedene Schwierigkeitsgrade auf. Die Skala reicht von leicht und familiengerecht über mittelschwer bis zu speziell für ambitionierte Radsportler geeignet. Durch Heidellandschaft und Moore, zu den Ufern von Weser, Elbe und Oste und entlang der Küste des Weltnaturerbes Wattenmeer: Die zwölf neuen Radrouten sind so vielfältig wie ihre Namen. „De Övers" heißt zum Beispiel eine Tour, die an den Ufern der Oste – Över heißt übersetzt Ufer – entlang verläuft. Die 59 Kilometer lange mittelschwere Strecke bietet auch so manche Highlights am Wegesrand, wie die Schwebefähre Osten-Hemmoor oder die dreistöckige Windmühle Caroline. Durch Wälder und vorbei an Seen und Mooren ist man auf Tour Nr. 7 unterwegs. „De Hölter", was so viel wie Gehölz bedeutet, ist leicht zu befahren und bietet mit dem Moorerlebnispfad Flögeln eine lohnenswerte Zwischensta-

tion. „De Wusten" ist ein 55 Kilometer Rundweg, der vorbei an zahlreichen Warften – die zum Schutz vor Sturmfluten errichteten Siedlungshügel heißen auf Plattdeutsch Wusten – entlang der Nordseeküste und der Wesermündung führt. Als Streckenstopps bieten sich hierbei der Kutterhafen Wremen und zum Baden der Sieverner See an. Hoch hinaus geht es auf dem Aussichts-Rundweg „De Utsicht", über Deiche hinweg mit Blick aufs Meer auf dem Küsten-Rundweg „De Küst" und auf dem Hafen-Rundweg „De Hoben" mitten durch das Naturschutzgebiet Cuxhavener Küstenheiden.

Alle zwölf Radrouten sind auf www.cuxland-tourenplaner.de im Detail beschrieben. Eine Broschüre „Radfahren" mit der Beschreibung der zwölf neuen Radrundwege ist bei Cuxland Tourismus kostenlos erhältlich.

Im Cuxland-Tourenplaner gibt es auch Tipps für mehrtägige Radtouren, die sich die beliebten Radfernwegstrecken zunutze machen wie z. B. den Weser-Radweg, den Elberadweg oder den Nordseeküstenradweg. Auch drei Rennrad-Strecken, beim Bund deutscher Radfahrer (BDR) registriert, hat das Cuxland zu bieten.

www.cuxland-tourenplaner.de



KONTAKT

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



Vorschau

NÄCHSTE
AUSGABE

Dezember 2018

TOURISMUSPARLAMENT

Staatsekretär Dr. Berend Lindner
im Gespräch mit den IHK-Touris-
musausschüssen



RÜCK- UND AUSBLICK

Tourismus in Niedersachsen –
wohin geht die Reise?



TOURISMUS-KONJUNKTUR

IHK-N-Saisonumfrage: Geschäfts-
lage, Zukunftserwartungen und
Risiken im Tourismus

LESERSERVICE

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

IMPRESSUM

Herausgeber:
IHK Niedersachsen (IHKN)
Hinüberstraße 16–18, 30175 Hannover
Telefon: 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
Telefon: 04131 742-141
E-Mail: schroedter@lueneburg.ihk.de
www.ihk-n.de/tourismusanmeldungen

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:

September 2018

Bildnachweise:

Titel: © www.fotodesign-bierwagen.de, Seite 2: links: © Hans-Jürgen Wege, Mitte: © www.fotodesign-bierwagen.de, rechts: © André Pause, Seite 3: © Andreas Tamm, tonwert21.de, Seite 4: Foto: © shutterstock.com, Seite 5: oben: © shutterstock.com, unten: © TMN (Tourismus Marketing Niedersachsen GmbH), Seite 6: Foto © BTE, Seite 7: Fotos © Hans-Jürgen Wege, Seite 8/9: Foto: © shutterstock.com, Seite 10: Foto: © shutterstock.com, Seite 11: Fotos: © shutterstock.com, Seite 12: Foto oben: © Photo by rawpixel on Unsplash (Montage Anne Ries), Foto unten: © shutterstock.com, Seite 14: © www.fotodesign-bierwagen.de, Seite 16: Fotos unten: © www.fotodesign-bierwagen.de, kleines Foto Björn Reckewell: © Björn Reckewell, Seite 17: oben und unten: © shutterstock.com, Seite 18: © Udo Fischer, Touristikverband Landkreis Rotenburg (Wümme) e.V., Seite 19: links: oh, unten: © André Pause, Seite 20: © Andrea Seifert Photography www.andreaseifert.de, Seite 21: links: © fotografina Sandra Koenig, rechts unten: © Birgit Stephani, Seite 22: © Imke Folkerts, Seite 23: links: © IHK Osnabrück-Emsland-Grafschaft Bentheim, rechts oben: © SFW Luftbilder, Seite 24: unten: © Bild: OTG GmbH, Leer, rechts: © IHK für Ostfriesland und Papenburg, Seite 25: links: © IHK Stade für den Elbe-Weser-Raum, rechts: © Cuxland Tourismus, Fotograf Nele Martensen, Seite 26: rechts: © Nds. Staatskanzlei/Philipp von Dittfurth, Mitte und rechts: © pixabay.com, Seite 27: Montage Anne Ries (Foto © Peter Kotoff – shutterstock.com)

Die IHKN-Tourismusanmeldungen 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
www.facebook.com/ihkntourismusanmeldungen



.....

IHK NIEDERSACHSEN (IHK-N)
Hinüberstraße 16-18
30175 Hannover
Telefon: 0511 33708-76
E-Mail: info@ihk-n.de

**TOURISMUS
NACHRICHTEN**

.....

IHK-N-MITGLIEDER

IHK BRAUNSCHWEIG
Brabandtstraße 11
38100 Braunschweig
Telefon: 0531 4715-0
E-Mail: info@braunschweig.ihk.de

IHK HANNOVER
Schiffgraben 49
30175 Hannover
Telefon: 0511 3107-0
E-Mail: info@hannover.ihk.de

IHK LÜNEBURG-WOLFSBURG
Am Sande 1
21335 Lüneburg
Telefon: 04131 742-0
E-Mail: service@lueneburg.ihk.de

OLDENBURGISCHE IHK
Moslestraße 6
26122 Oldenburg
Telefon: 0441 2220-0
E-Mail: info@oldenburg.ihk.de

IHK OSNABRÜCK-EMSLAND-GRAFSCHAFT BENTHEIM
Neuer Graben 38
49074 Osnabrück
Telefon: 0541 353-0
E-Mail: ihk@osnabrueck.ihk.de

IHK FÜR OSTFRIESLAND UND PAPENBURG
Ringstraße 4
26721 Emden
Telefon: 04921 8901-0
E-Mail: 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

.....



IHK Niedersachsen
Landesarbeitsgemeinschaft

WWW.IHK-N.DE/TOURISMUSNACHRICHTEN