

TOURISMUS NACHRICHTEN

IHK-N-TOURISMUSNACHRICHTEN

SOMMER 2019

TOURISMUS IN NIEDERSACHSEN

.....
TMN-Geschäftsführerin
Meike Zumbrock im Interview

ZAHLEN UND FAKTEN

.....
Arbeitskräftemangel
im Fokus

BAROCK TRIFFT BAUHAUS

Celle im Porträt



IHK Niedersachsen
Landesarbeitsgemeinschaft



**NIEDERSACHSEN
SOMMER 2019**

Inhalt

**Sommer
2019**

AKTUELL

SEITE 4

- 5 GREEN DESTINATIONS**
Zertifikat in Deutschland
- 6 DIGITAL LERNEN**
Neues Schulungsangebot des DTV
- 7 TOURISMUSTAG NIEDERSACHSEN**
Seien Sie als Aussteller dabei!
- 7 WELLNESS**
Zwei Niedersachsen unter den Top 10-Hotels



- 8 NACHGEFRAGT**
Meike Zumbrock im Interview

ZAHLEN & FAKTEN

SEITE 10

- 10 IHKN-SAISONUMFRAGE**
- 11 ARBEITSKRÄFTEMANGEL
IM FOKUS**

IHR GUTES RECHT

SEITE 13

- 13 LEBENSMITTELKONTROLLEN**
Müssen Ergebnisse veröffentlicht werden?
- 13 BGH-URTEIL**
Vermietung der Wohnung an Feriengäste



RUNDREISE

SEITE 14

- 14 BAROCK TRIFFT BAUHAUS**
Celle im Porträt

Q-NEWS

SEITE 17

- 17 KUNDENFEEDBACK**
Neues Workshopangebot von ServiceQ
- 17 BESSER GEHT'S IMMER**
Vanesse Koch gibt Tipps im Servicerratgeber

IHKN 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**



Arno Ulrichs
Sprecher Federführung Tourismus
der IHKN, Leiter Standortpolitik der
IHK für Ostfriesland und Papenburg

www.ihk-n.de/tourismusanmeldungen

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

Nicht nur arbeiten, auch leben!

Die Geschäftserwartungen der touristischen Branche sind nicht nur unverändert gut, sondern haben sich nach der jüngsten Konjunkturumfrage gegenüber dem Vergleichszeitraum im Vorjahr noch einmal verbessert. Die größte aktuelle Sorge ist der Arbeitskräftemangel in Hotellerie und Gastronomie, und auch die nach wie vor ungebremste Bürokratie macht den Unternehmen das Leben schwer.

AKTUELLE SORGEN UND ZUKUNFTSSORGEN

Daneben rückt ein Thema immer weiter in den Vordergrund, das für eine nachhaltige touristische Entwicklung wesentlich ist: Es geht nicht nur um die Wirtschafts- und Arbeitsbedingungen. Es geht vor allem auch darum, ein Lebensumfeld für Einheimische und Beschäftigte in den touristischen Schwerpunkttorten zu schaffen, das dort auch ein attraktives Leben ermöglicht: Das fängt bei bezahlbarem Wohnraum an, geht über eine leistungsfähige kommunale Infrastruktur und hört sicherlich bei guten Freizeitmöglichkeiten noch lange nicht auf.

AUF DIE MENSCHEN KOMMT ES AN

Denn bei allen Entwicklungen im Bereich der Digitalisierung, die ja auch Chancen bietet: Ohne Menschen, ohne soziale Beziehungen funktioniert der Tourismus nicht. Wenn Vereine oder Einrichtungen wie die Freiwillige Feuerwehr auf den Inseln, an der Küste oder

in anderen touristischen Schwerpunkttorten keine aktiven Mitglieder mehr finden, sollte bei allen Verantwortlichen in der Branche die Alarmglocke schrillen.

KOMMUNEN UND UNTERNEHMEN SIND GEFORDERT

Denn die Beschäftigten in der Branche und auch die Unternehmerfamilien wollen vor Ort nicht nur ihre Arbeitskraft einbringen. Sie wollen ein aktives Leben gestalten, das in den Möglichkeiten nicht hinter denen von Orten vergleichbarer Größenordnung zurückbleibt. Kommunen und Unternehmen sind hier gefordert – und das Land darf diese nicht mit dem Problem alleine lassen. Rahmenbedingungen – wie etwa auch in der Breitbandversorgung – müssen stimmen und Fördermittel müssen unkompliziert erreichbar sein, auch wenn es vordergründig nicht immer um touristische Zwecke geht.

Ihr
Arno Ulrichs
Sprecher Federführung
Tourismus der IHKN

Aktuell





Wilhelm Loth, Geschäftsführer der Staatsbad Norderney GmbH, freut sich über die erneute Auszeichnung als Quality-Coast-Destination und den Platz in der Top 100 der Green Destinations der Welt.

GREEN DESTINATIONS: ZERTIFIKAT JETZT AUCH IN DEUTSCHLAND

Die niederländische Stiftung Green Destinations bietet, basierend auf Kriterien des weltweit anerkannten Global Sustainable Tourism Council (GSTC), seit mehreren Jahren eine entsprechende Zertifizierung an. Jetzt gibt es sie auch in Deutschland.

Die Nachfrage der Gäste nach klimaverträglichen Angeboten, lokalen Produkten, hoher Qualität, einer intakten Natur und kultureller Authentizität wächst ungebremst. Bei vielen Gästen hat sich die Erkenntnis durchgesetzt, dass nachhaltige Tourismusangebote eine höhere Qualität, besseren Service und beeindruckendere Erlebnisse bieten. Große Reiseveranstalter haben auf diese Nachfrage reagiert und entsprechende Produktlinien und Angebote auf den Markt gebracht. Gleichzeitig stellt sich für viele Gäste aber die Frage, wie nachhaltige Destinationen erkennbar sind und ob die entsprechenden Labels und Gütesiegel auch das halten, was sie versprechen.

Hier setzt „Green Destinations“ an. Destinationen aus der ganzen Welt haben sich bereits zertifizieren lassen – die besten 100 werden jedes Jahr auf der ITB präsentiert. Im April 2019 hat die COMPASS Tourismusberatung die Repräsentanz für Deutschland übernommen und unterstützt Destinationen dabei schrittweise nachhaltiger zu werden und eine Anerkennung durch Green Destinations zu erhalten.

Die Anerkennung erfolgt in zwei Schritten: zunächst erhalten Destinationen, die die Mindestanforderungen erfüllen eine Anerkennung als Green Destination und können das GD Logo nutzen. In der höchsten Stufe – der Zertifizierung als Green Destination – müssen alle Kriterien des Global Sustainable Tourism Council (GSTC) erreicht werden. Als einzige Destination aus Deutschland wurde in diesem Jahr das älteste deutsche Nordseeheilbad Norderney ausgezeichnet. Bereits seit 2013 gehört Norderney als bislang einzige deutsche Destination zu den Quality-Coast-Destinationen und den Top 100 der Green Destinations der Welt.

Zudem bietet GD eine Vielzahl guter Beispiele aus Destinationen auf der ganzen Welt, wie Destinationsmanagement nachhaltiger gestaltet werden kann.



DEUTSCHER TOURISMUSVERBAND STARTET DIGITALES SCHULUNGSANGEBOT FÜR TOURISTIKER UND GASTGEBER

Rund 120 Schulungen und Seminare bietet der DTV über seine Tochter, die Deutsche Tourismusverband Service GmbH (DTVS), jährlich an. Der Schwerpunkt liegt dabei auf der Klassifizierung von Ferienwohnungen, -häusern und -zimmern. Weil Schulungen und Seminare gerade bei längeren Anreisen zeit- und kostenintensiv sind, erweitert die DTV Service GmbH ihr Programm ab Mai 2019 um digitale Angebote.

Die Webinare sollen in kompakten Trainingseinheiten die wichtigsten Informationen zu aktuell relevanten Tourismusthemen vermitteln: Von der optimalen Gestaltung der Ferienwohnung, über Beschwerdemanagement bis zu aktuellen Rechtsthemen

würden laufend Themengebiete aufbereitet und online vermittelt. Die Teilnehmer sollen so künftig selbst über das Wo ihrer Weiterbildung entscheiden. Um die Inhalte aus den Online-Schulungen zu vertiefen, bietet die DTV Service GmbH weiterhin Präsenzseminare an. Vor Ort bleibe dann mehr Zeit für Detailfragen und den Erfahrungsaustausch.

www.deutschertourismusverband.de



3 JAHRE NUIF – 3 JAHRE GEFLÜCHTETE IN AUSBILDUNG

Das NETZWERK Unternehmen integrieren Flüchtlinge startete 2016 mit dem Ziel, Unternehmen Hilfestellungen bei der Arbeitsmarktintegration von Geflüchteten anzubieten. Drei Jahre später ist viel passiert und die Erfahrungen der NETZWERK-Unternehmen sind divers. Ist bei einem Unternehmen die Ausbildung eines Geflüchteten problemlos möglich, so ist bei einem anderen Unternehmen bereits ein Praktikum eine Herausforderung. Auf der Internetplattform werden konkrete Hilfestellungen angeboten, darunter nun auch das „Kleine Wörterbuch für Mitarbeiter/innen in Gastronomie, Hotellerie und Touristik“.

Es bietet eine Übersicht der gängigsten Wörter und Redewendungen auf Deutsch, Englisch, Arabisch, Farsi und Tigrinya.

Mehr zum NUIF finden Sie unter www.unternehmen-integrieren-fluechtlinge.de

DEUTSCH WILLKOMMEN	ENGLISCH WELCOME	ARABISCH اهلاً وسهلاً	تيرني آميديد
Bringen Sie mir ... Wo ist die Toilette? Die Rechnung, bitte?	Please bring me ... Where are the toilets? The bill, please?	من فضلك احضري لي ... أين هي المراحيض؟ الفاتورة من فضلك؟	راي من بياوريد سورتحساب من را بياوريد؟
Danke - Bitte Auf Wiedersehen	Thank you - You are welcome Good-bye	شكرا لك - عفوا إلى اللقاء	م - خواهش می‌کنم بهدار
KALTE GETRÄNKE Mineralwasser - Mit Kohlensäure - Ohne Kohlensäure Soft Eistee Apfelschorle Spezi	COLD DRINKS Mineral water - Sparkling - Natural Fruit juice Iced tea Juice mixed with water Spezi (Cola with lemonade)	المشروبات الباردة مياه معدنية - فوارة - - طبيعية - عصير فواكه شاي متنج عصير تفاح مخلوط مع الماء سبيزي (كولا مع عصير الليمون)	تيرني هاي سرد معدني ر - ي - يوه تي (جاي سرد) سبب مخلوط با آب مخلوط كوكاكولا با (نناد) ي بيخ
Eiswürfel	Ice cubes	مكعبات ثلج	
WARMER GETRÄNKE Kaffee Milchkaffee Heiße Schokolade Tee	HOT DRINKS Coffee Coffee with milk Hot chocolate Tea	المشروبات الساخنة قهوة قهوة مع الحليب شكولاته ساخنة شاي	تيرني هاي گرم ه ه با شير كلات گرم ي
ALKOHOLISCHE GETRÄNKE Bier (vom Fass) Weizen	ALCOHOLIC DRINKS Beer (draught) W...	المشروبات الكحولية بيير (بين البصا) و...	تيرني هاي الكلي بيير (بين البصا) و...

ALS **AUSSTELLER** BEIM TOURISMUSTAG NIEDERSACHSEN DABEI SEIN!

FRÜHBUCHER-
RABATT FÜR
TEILNEHMER BIS
ZUM 30. JUNI!

Der Tourismustag Niedersachsen hat sich inzwischen zur zentralen Veranstaltung des niedersächsischen Tourismus entwickelt. Am 19. und 20. September treffen sich Unternehmer aus der Tourismusbranche, touristische Verbände und Vereine, Marketingorganisationen sowie Politik und Verwaltung bereits zum 18. Mal, diesmal im STADEUM in Stade. Thema der Veranstaltung ist „smart – digital – vernetzt“.

Auch in diesem Jahr bieten die Organisatoren Interessierten wieder die Möglichkeit, sich bei der Veranstaltung zu präsentieren. Ob Ihre Flyer in den Tagungsmappen, ein Stand auf der Begleitausstellung oder Ihr Logo auf der Webseite – die Möglichkeiten sind vielfältig und kombinierbar! Und die Chance, dass Sie wahrgenommen werden, ist groß: Der Tourismustag wird niedersachsenweit über die Veranstalter, deren Presseorgane und Websites sowie über die regionale Presse kommuniziert. Erfahrungsgemäß wird umfangreich über die Veranstaltung berichtet, in der Regel sind auch Fernsehen und Rundfunk vertreten.

Mehr Infos unter

www.tourismustag-niedersachsen.de



Das Hotel Achterdiek auf Juist belegt im aktuellen Ranking der Reiseplattform Travelcircus Platz 7 der Wellnesshotels.

NIEDERSÄCHSISCHE HOTELS UNTER DEN TOP 10 DER WELLNESSHOTELS

Zwei niedersächsische Hotels haben es unter die Top 10 der Wellnesshotels in Deutschland geschafft: Das Hotel Achterdiek auf Juist erreichte Platz 7, das Landhotel Buller in Hagen Platz zehn. Die Reiseplattform Travelcircus hat für seinen diesjährigen Wellnessreport gemeinsam mit dem Bundesverband der deutschen Tourismuswirtschaft (BTW) ein Ranking erstellt. Die Kriterien waren dabei Kundenbewertungen, Wellness-Angebot und Preis-Leistungs-Verhältnis. Insgesamt wurden in dem Report 833 Wellnesshotels in Deutschland miteinander verglichen.

Das Thula Wellnesshotel im Bayerischen Wald konnte bei der Liste von Travelcircus die meisten Punkte sammeln. Insgesamt landeten kleinere und privat betriebene Häuser weit vorn. Außerdem zeigte sich, dass Bayern die meisten Wellnesshotels insgesamt hat und Mecklenburg-Vorpommern viele hochwertige Betriebe zu bieten hat. Denn im nordöstlichen Bundesland hat es jedes 5. Hotel in die Top 100 geschafft.

NACHGEFRAGT

Zum 1. August 2018 übernahm Meike Zumbrock die Stelle der Geschäftsführerin der TourismusMarketing Niedersachsen. Im Interview spricht sie über persönliche Ziele, aktuelle Herausforderungen und was sie sich von der Landespolitik wünscht.

Wir brauchen mehr Management und nicht nur Marketing!

Meike Zumbrock, Geschäftsführerin TMN

TN: Frau Zumbrock, Sie sind nun fast seit einem Jahr Geschäftsführerin der TMN. Mit welchen Zielen und Vorstellungen sind Sie zur TMN gekommen?

Was mich an der TMN gereizt hat, ist zum einen der inhaltliche Rahmen. Im Tourismus geht es um die schönste Zeit des Jahres, also ein durchweg positives Thema, was mir auch persönlich Freude bereitet. Zudem ist die Arbeit einer LMO sehr strategisch ausgerichtet, es geht um Analyse von Prozessen, um strukturelle Weiterentwicklung und auch um aktive Gestaltung. Das ist ein sehr spannender Aufgabenbereich, der eine gute Aufgabenvielfalt beinhaltet und viele Spielräume schafft. Das gefällt mir. Daneben ist die Position als Geschäftsführerin aber auch eine persönliche Weiterentwicklung. Denn hier übernehme ich noch mehr Verantwortung, als bei bisherigen Tätigkeiten. Das fordert mich, macht aber auch unheimlich viel Spaß.

TN: Wenn Sie nun Bilanz ziehen nach einem Jahr, was haben Sie schon erreicht? Was ist schwieriger als gedacht? Was haben Sie gar nicht erwartet, was hat Sie überrascht?

Naja, so ganz ein Jahr ist es ja noch nicht. Ich habe im August angefangen und die ersten Monate waren natürlich erst einmal eine Zeit des Kennenlernens und Einarbeitens – spannend und intensiv. Niedersachsen ist ein großes Flächenland, da dauert es, mit allen touristischen Akteuren zu sprechen und sich in allen Regionen persönlich ein Bild zu machen. Ich konnte in diesen Monaten viele Meinungen einholen und eine gute Ausgangslage für die weitere Zusammenarbeit mit den DMOs und anderen Partnern im Land bilden. Und das war Gold wert im Hinblick auf den Prozess der strategischen Neuausrichtung der TMN, den ich in Folge initiiert habe. Nach nur einem guten halben Jahr befinden wir uns hier bereits auf der Zielgeraden. Dieser Zeitrahmen war schon sehr

sportlich, aber jeder bei der TMN hat den Prozess großartig unterstützt. Es macht mich stolz zu sehen, welche Aufbruchsstimmung bei uns intern herrscht. Und ich freue mich sehr, dass auch von extern große Unterstützung kommt. Der Dialog auf Augenhöhe funktioniert.

TN: Sie haben früher bei TUI gearbeitet, danach zehn Jahre bei einem Energieversorger, nun sind Sie wieder zurück im Tourismus. Was hat sich in der Zwischenzeit verändert?

Sehr viel natürlich, da wäre vor allem der digitale Wandel zu nennen. Aber auch meine persönliche Sichtweise auf den Tourismus hat sich natürlich auf Grund der völlig anderen Position verändert.

TN: Auch die TMN verändert sich. Sie haben einen Strategieprozess angeschoben, warum? Was sind die großen Herausforderungen?

Im immer stärker werdenden Wettbewerb um Gäste ist es wichtig, die Themen, die uns in Niedersachsen auszeichnen, zielgruppengerecht zu kommunizieren – und zwar sowohl im Inland als auch bei den ausländischen Gästen. Daher wollen wir uns zukunftsorientiert aufstellen, um die Entwicklungen und Herausforderungen des Tourismus bestmöglich umsetzen und vorantreiben zu können. Dabei geht es vor allem um die Optimierung der zentralen Aufgaben einer LMO und die Fokussierung auf eine klare Aufgabenverteilung im touristischen System Niedersachsens.

In dem Strategieprozess haben sich drei Kernherausforderungen herauskristallisiert: Die Entwicklung einer Digitalisierungsstrategie inklusive des Aufbaus einer Niedersachsen-Datenbank, die Etablierung eines ganzheitlichen Qualitätsmanagements für Niedersachsen sowie die Optimierung der ausländischen Marktbearbeitung.



Meike Zumbrock
E-Mail zumbrock@tourismusniedersachsen.de
Telefon 0511 270 488-27

Dafür müssen wir verstärkt als Wissensvermittler und Coach auftreten, um die allgemeine Qualität des Tourismus in Niedersachsen dauerhaft zu verbessern. Kurz auf den Punkt gebracht: Mehr Management und nicht nur Marketing. Denn in Zukunft wird das Marketing von Destinationen und Bundesländern durch ein Destinationsmanagement abgelöst werden. Die Voraussetzungen dafür müssen von den LMOs aber schon heute geschaffen werden.

TN: Es geht unter anderem um die Frage, ob wir eine Marke Niedersachsen brauchen. Haben Sie mittlerweile eine Antwort darauf?

Eine eigene Marke Niedersachsen benötigen wir weiterhin nicht. Wir haben viele starke Leuchtturmprojekte und Leitprodukte, die für sich genommen jeweils eine große Strahlkraft haben, wie beispielsweise die Nordsee, die Lüneburger Heide oder der Harz. Aber eine sichtbare Koppelung zwischen den einzelnen Regionen und dem Reiseland Niedersachsen erachten wir für sinnvoll. Daher prüfen wir die Einführung der Wort- bzw. Herkunftsmarke Niedersachsen, um die Synergieeffekte in der Kommunikation zu nutzen. Davon profitieren dann alle.

TN: Aktuelle Themen im Tourismus sind Internationalisierung, Saisonunabhängigkeit und digitale Wettbewerbsfähigkeit – was kann die TMN hier tun?

Die TMN muss den DMOs bei diesen Themen Orientierung und Unterstützung bieten, also den Rahmen dafür vorgeben und als Wissensvermittler fungieren. Wir müssen die Akteure in der Breite sensibilisieren und informieren. Bei der Saisonunabhängigkeit beispielsweise gilt es, jede Region einzeln zu betrachten, denn hier sind die Bedürfnisse sehr unterschiedlich. Erst wenn diese eindeutig definiert sind, können weitere Maßnahmen erarbeitet werden. Grundsätzlich hat die TMN aber den Anspruch, noch mehr als bisher für die Zeiträume der Nebensaison zu werben.

Die Erschließung ausländischer Quellmärkte und ihre Auswahl wiederum erfordert bei einem derart vielfältigen Land wie Niedersachsen eine sorgfältige Differenzierung. Nur ein längerfristi-

ges strategisches Engagement von mindestens fünf Jahren kann Wirkung in den jeweiligen Auslandsmärkten entfalten. Zusätzliche Marketingaktivitäten im Incoming-Tourismus allein werden aber nicht ausreichen, um den Anteil der internationalen Gäste zu erhöhen. Es sind dafür auch Ansätze bei der Produkt- bzw. Angebotsentwicklung notwendig. Daher können von uns hierzu immer nur übergeordnete Impulse ausgehen.

Was die Digitalisierung anbetrifft, muss man auf die Folgen für den Tourismussektor schauen: touristische Angebote und Leistungen werden allgemein transparenter, für den Einzelnen wachsen die verfügbaren Informationen in einem immer unübersichtlicheren Maße und die Kommunikation zwischen Anbietern und Konsumenten wird direkter. Daraus resultiert, dass das Produkterlebnis noch stärker als bisher im Mittelpunkt stehen muss. Generell muss der gesamte Tourismus ganzheitlich gedacht und gelebt werden – und das stets unter Berücksichtigung der Gästesicht, die die entscheidende ist. Um also die Inspirations- und Informationsbedürfnisse der Zielgruppen leichter zu befriedigen, braucht es beispielsweise regelmäßig neuen Content. Entsprechend strebt die TMN die Umsetzung einer Datenbank für Niedersachsen an, um gemeinsam mit den regionalen Partnern diesen Content zu erstellen und zu sammeln – nach Vorgabe eines bundesweiten Standards durch die DZT. Auf diese Weise ließe sich doppelte Arbeit vermeiden und eine klare Regelung der Zuständigkeiten treffen. Also eine ressourcenschonende und effektive Lösung, die Zielgruppen angemessen digital zu erreichen.

TN: Was wünschen Sie sich von der Landespolitik?

Ich wünsche mir vor allem Interesse an den Aufgaben, denen wir uns als LMO widmen, und den Zielen, die wir im Tourismus haben, um diesen Bereich weiter voranzubringen. Und, dass auch die Politik den Mut zur Veränderung hat und uns und die Regionen bei der Umsetzung der neuen Ausrichtung unterstützt.

Bei
46,5 Prozent
der Unternehmen
ist der Umsatz
gestiegen.

Reserved

„Wir freuen uns über die gute Geschäftslage und die positiven Aussichten der Branche. Insgesamt haben 55 Prozent der befragten Unternehmen ihre aktuelle Geschäftslage mit gut bewertet. Das sind fast zehn Prozentpunkte mehr als noch vor einem Jahr“, so Arno Ulrichs, Federführer Tourismus der IHKN.

ZAHLEN & FAKTEN

TOURISMUSBETRIEBE SIND MIT DER WINTERSAISON ZUFRIEDEN

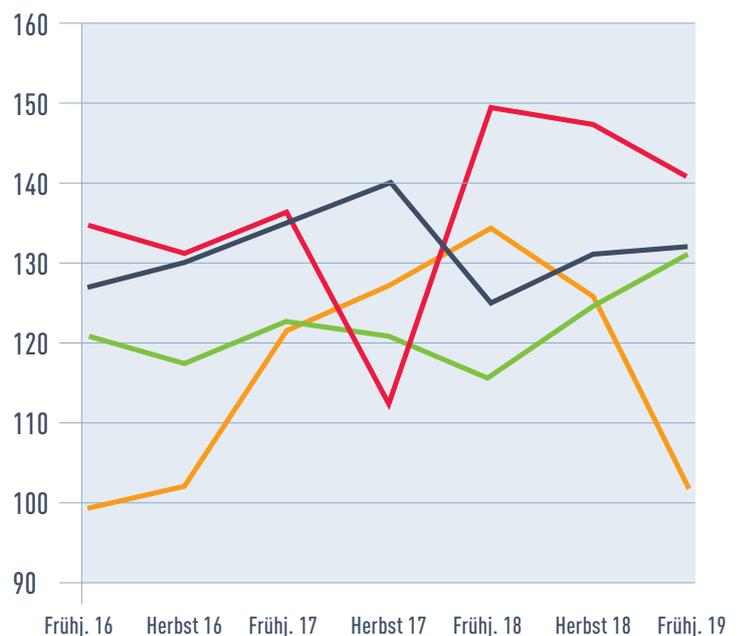
FACHKRÄFTEMANGEL BLEIBT GRÖSSTES RISIKO

Zweimal im Jahr befragt die IHK Niedersachsen die Hotel- und Gaststättenbranche nach ihrer Geschäftslage. Hier die wichtigsten Ergebnisse der Frühjahrsumfrage: Die Tourismusbranche blickt auf eine gute Wintersaison zurück. Die Geschäftslage wird von den niedersächsischen Unternehmen der Hotel- und Gaststättenbranche besser bewertet als im Vorjahrszeitraum: Der Klimaindex kletterte weiter von zuletzt 129,1 auf 131,9 Punkte. In der Frühjahrsumfrage 2018 lag er noch bei 122,3 Punkten.

GESCHÄFTSLAGE

- Bei 46,5 Prozent der Unternehmen ist der Umsatz gestiegen.
- Die Auslastung lag in der vergangenen Saison ähnlich wie im Vorjahr bei 52,8 Prozent.
- Als größtes Risiko benennen 73,8 Prozent der Befragten den Fachkräftemangel, gefolgt von Arbeitskosten (59,5%) und Energiepreisen (55,6%).

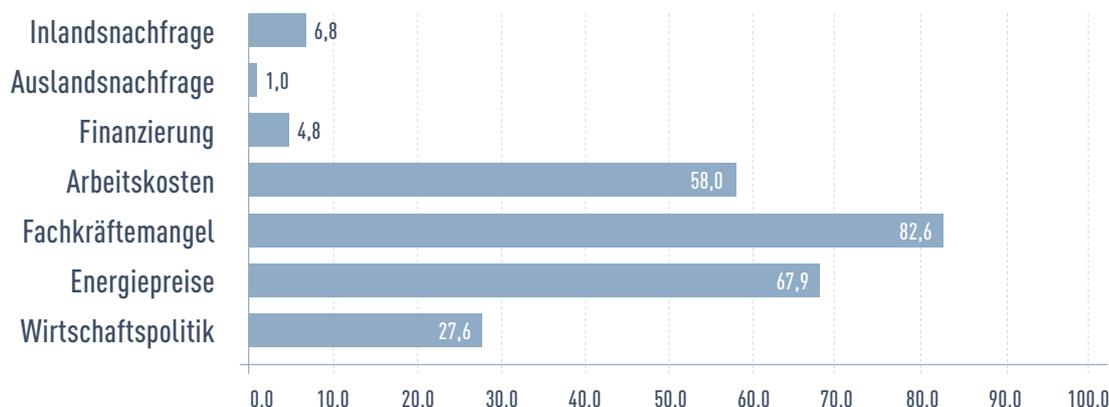
DER IHKN-KONJUNKTURKLIMAINDEX



Der Konjunkturklimaindex ist ein Stimmungswert, der sich aus der aktuellen und der erwarteten künftigen Geschäftslage errechnet.

— Beherbergung — Camping
— Gastronomie — Reisebüros u. -veranstalter

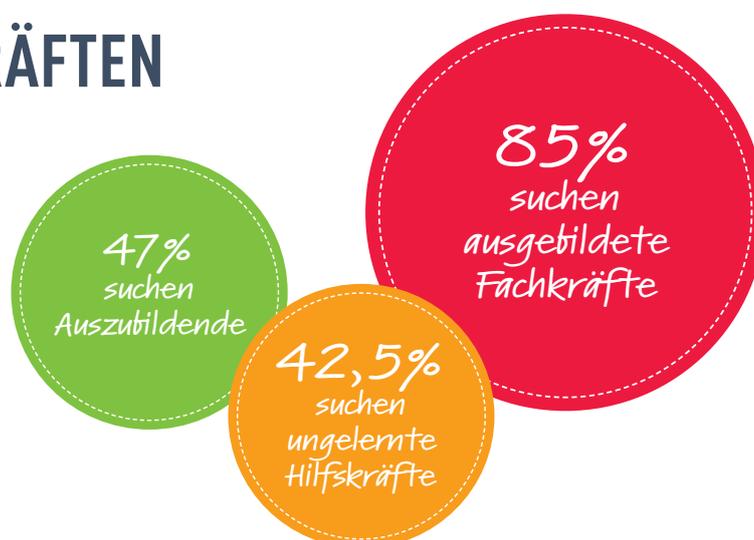
GRÖSSTE GESCHÄFTSRISIKEN IN DEN NÄCHSTEN 12 MONATEN



MANGEL AN ARBEITSKRÄFTEN

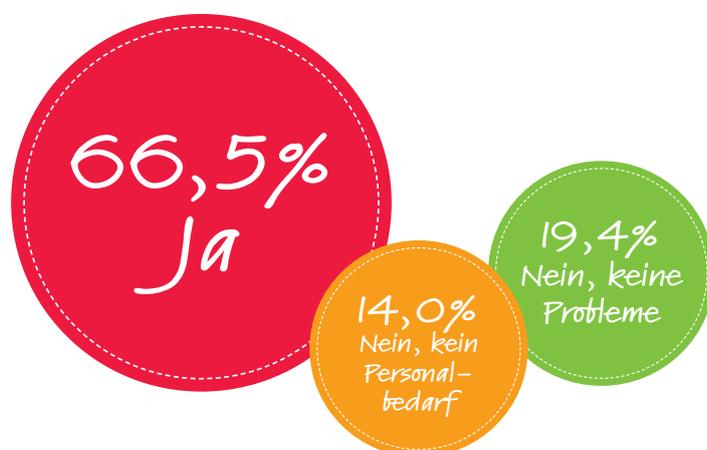
DABEI GEHT ES INZWISCHEN NICHT MEHR NUR UM AUSGEBILDETE FACHKRÄFTE...

„Es geht nicht mehr nur um gut ausgebildete Mitarbeiter wie Küchenchefs. In der Hauptsaison ist es mittlerweile auch schwierig, einfache Hilfskräfte zu finden, wie Küchenhilfen oder Putzkräfte“, erklärt Ulrichs die Situation.



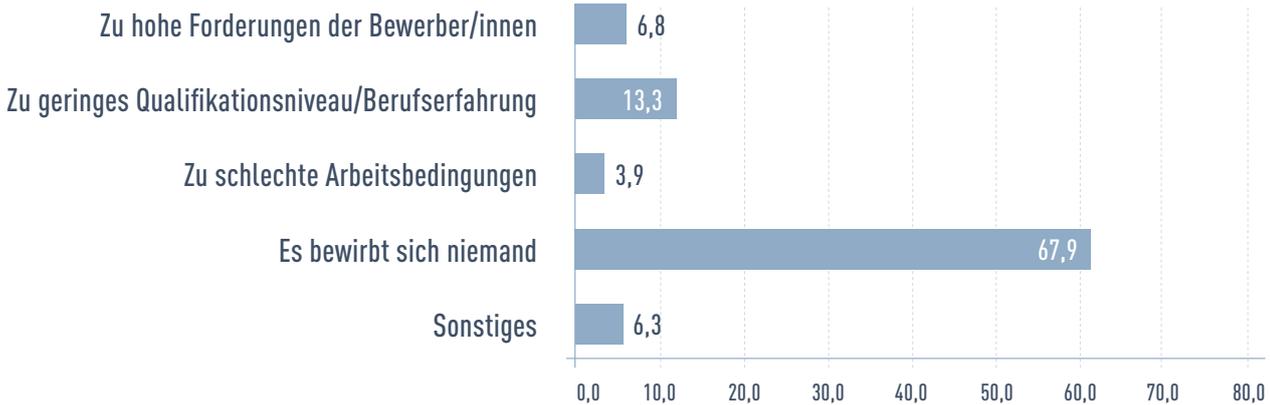
HABEN SIE LÄNGERFRISTIG OFFENE STELLEN, WEIL KEIN PASSENDES PERSONAL ZU FINDEN IST?

- 66,5 Prozent der Unternehmen haben längerfristig offene Stellen und Schwierigkeiten, diese zu besetzen.
- Nur rund 20 Prozent haben keine Schwierigkeiten, Personal zu finden.



Auf die Frage, warum die Stellen unbesetzt bleiben, antworteten rund 70 Prozent der Unternehmer, dass sich niemand auf die ausgeschriebenen Stellen bewirbt. Bei insgesamt rund 20 Prozent kommen Erwartungen von Bewerbern und Unternehmen nicht überein: In 13 Prozent der Fälle erwarten die Unternehmen ein höheres Qualifikationsniveau oder Berufserfahrung, bei sieben Prozent sind die Forderungen der Unternehmen zu hoch.

WENN JA, WAS IST DER WICHTIGSTE GRUND?



„Im schlimmsten Fall führt fehlendes Personal dazu, dass ein Betrieb vollständig schließt. Und wenn es an gastronomischen Angeboten fehlt, kommen die Gäste im nächsten Jahr vielleicht nicht wieder.“
Arno Utrichs, Federführer Tourismus der IHKN

Für viele Unternehmen hat es Konsequenzen, dass Stellen langfristig nicht besetzt werden können: So gaben 33 Prozent der Unternehmen an, dass sie zu Umstrukturierungsmaßnahmen greifen. Dazu gehört beispielsweise die Verkleinerung des Betriebs oder die Anpassung von Öffnungszeiten.

WIE REAGIEREN SIE DARAUF, WENN SIE FREIE STELLEN NICHT BESETZEN KÖNNEN?



VERÖFFENTLICHUNG VON LEBENS- MITTELKONTROLLERESULTATEN

IHR
GUTES
RECHT

RECHTSPRECHUNG UNEINS, DIHK BIETET MERKBLATT MIT HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

Seit langem wird diskutiert, ob es rechtlich zulässig ist, dass die Ergebnisse von Lebensmittelkontrollen veröffentlicht werden dürfen. Nach einer Entscheidung des Bundesverfassungsgerichtes aus dem Frühjahr 2018 ist eine Veröffentlichung der Ergebnisse bei gravierenden oder wiederholten Hygienemängeln, die ein Bußgeld von mehr als 350 Euro nach sich ziehen, zulässig und darf auch online („Internetpranger“) erfolgen. Seit einer Änderung des Lebensmittel- und Futtermittelgesetzes (LFGB) im April 2019 darf neben Hygieneverstößen auch das Auffinden von nicht zugelassenen oder verbotenen Stoffen bei Lebensmittelkontrollen veröffentlicht werden. Das Gesetz sieht in § 40 Abs. 1a LFGB vor, dass diese Hygieneverstöße im Internet auf den Seiten der Landesministerien für Verbraucherschutz veröffentlicht werden. Nach einem Zeitraum von sechs Monaten werden die Einträge wieder von den staatlichen Internetseiten entfernt. Verstöße gegen bauliche Anforderungen sowie Verstöße gegen Aufzeichnungspflichten, die keine Gefahr einer nachteiligen Beeinflussung von Lebensmitteln bewirken, fließen dabei nicht in die Beurteilung für eine mögliche Veröffentlichung ein.

Neben der Veröffentlichung von Lebensmittelkontrollergebnissen durch staatliche Stellen gibt es private Veröffentlichungsplattformen, über die alle Ergebnisse von Lebensmittelkontrollen in Lebensmittelbetrieben abgefragt und veröffentlicht werden können. Ein Beispiel ist die Online-Plattform „Topf Secret“. Hinter der Plattform stehen die Verbraucherorganisation Foodwatch und die Transparenz-Initiative Frag Den Staat, die sich als auf das Verbraucherinformationsgesetz als rechtliche Grundlage berufen. Auf der Plattform können Privatpersonen Auskunft über Lebensmittelbetriebe beantragen und alle im Zusammenhang mit der Lebensmittelkontrolle stehenden Dokumente hochladen. Das Schwärzen von etwaigen sensiblen personenbezogenen Daten

geschieht dabei eigenverantwortlich. Eine zeitliche Begrenzung der Veröffentlichung ist nicht vorgesehen. Das bedeutet, dass auch ein längst behobener Mangel auf unbestimmte Zeit auf der Plattform dokumentiert sein wird.

Betroffene Unternehmen versuchen sich daher gegen die Veröffentlichung zu wehren, mit unterschiedlichem Erfolg. In Augsburg urteilten die Richter des Verwaltungsgerichts, dass zwei Kläger, die sich gegen die Veröffentlichung ihrer Ergebnisse wehrten, diese gemäß des Verbraucherinformationsgesetzes dennoch offenlegen müssen. In Ansbach nicht. Hier gab das Verwaltungsgericht am 12. Juni der Klage statt, dass ein Hotelier die Herausgabe verweigern will. Hunderte ähnliche Verfahren sind derzeit an deutschen Gerichten anhängig. Hier ist eine höchstrichterliche Entscheidung gefragt, um den Zustand der Rechtsunsicherheit für die Unternehmen zu beenden.



Der DIHK hat ein Merkblatt zum Thema erstellt, das über die rechtliche Situation informiert und Handlungsempfehlungen ausspricht. Es steht auf der Seite des DIHK zum Download bereit.

BGH-URTEIL ZUR VERMIETUNG DER WOHNUNG AN FERIENGÄSTE

Wohnungsbesitzer können das Vermieten einer Wohnung an Feriengäste in einer gemeinsamen Wohnanlage nur mit Zustimmung jedes einzelnen Eigentümers nachträglich untersagen. Das urteilte der Bundesgerichtshof im April. Geklagt hatte eine Papenburgerin, die ihre Wohnung Touristen als Unterkunft anbieten will. In der Eigentümerversammlung hatten die anderen Eigentümer beschlossen, eine solche Kurzzeitvermietung in Zukunft nicht mehr zu erlauben. Dieser Beschluss über den Kopf der Betroffenen hinweg ist rechtswidrig, wie die obersten Zivilrichter in Karlsruhe urteilten. Jeder Eigentümer müsse sich darauf verlassen können, dass die Nutzung seiner Wohnung nicht ohne sein Zutun eingeschränkt wird.

Rundreise durch Niedersachsen

Niedersachsen hat viele Gesichter! Die Tourismuskarten porträtieren in jeder Ausgabe eine andere Destination. Dieses Mal: Celle, das Fachwerkjuwel an der Aller.



CELLE



Barock trifft Bauhaus in Celle

Das niedersächsische Celle entdeckt im Bauhausjahr sein architektonisches Erbe.

Mit über 490 originalgetreu restaurierten Fachwerkhäusern stellt Celle als „Fachwerkjuwel an der Aller“ das größte geschlossene Fachwerkensemble Europas dar und zählt zu einer der schönsten Fachwerk- und Renaissancestädte Deutschlands. Das pittoreske Welfenschloss, das zu einem der wundervollsten seiner Art in Norddeutschland zählt, die historische Altstadt oder das einzigartige 24-Stunden-Kunstmuseum kennen viele.

Doch nur Wenigen ist bekannt, dass Celle mitunter als Geburtsort des „Neuen Bauens“ bezeichnet werden kann und beim Thema Bauhaus-Architektur in der Liga von Weimar und Dessau durchaus mitspielt. Sowohl quantitativ, betrachtet man die Vielzahl der wunderbar erhaltenen und teilweise noch in der ursprünglichen Bestimmung genutzten Bauwerke, als auch qualitativ, wenn man z. B. an die Altstädter Schule denkt, die in den 20er Jahren als „Glasschule“ internationale Aufmerksamkeit erlangte und Besucher aus aller Welt anzog. Die damalige Schulleitung musste die Besichtigungen aufgrund des Andrangs auf donnerstagnachmittags und samstagsvormittags legen und dafür 50 Pfennige Eintrittsgeld erheben. Von den Einnahmen wurde Milch für die Schülerinnen und Schüler gekauft.

Doch neben einzigartigen Geschichten gibt es auch bemerkenswerte Fakten zum Thema „Neues Bauen“ in Celle. Fakt ist, dass die auch heute noch als Grundschule genutzte „Glasschule“ zu den wichtigsten Bauhaus-Gebäuden weltweit zählt und Celle bundesweit die größte Dichte an Bauhausarchitektur aufweist.

Zu verdanken hat Celle diese architektonisch globale Bedeutung dem Architekten Otto Haesler (1880–1962), der während der Weimarer Republik den sozialen Wohnungsbau

von Celle aus perfektionierte. Durch seine klare Formsprache, die Nutzung von Grundfarben und die Einbeziehung in Celle hergestellter Stahlrohrmöbel zählt er neben Walter Gropius und Hannes Meyer zu den Pionieren und Wegbereitern des Neuen Bauens bzw. der Bauhaus-Architektur. Viele dieser Bauereihen wie z. B. die farblich imposante rotblaue Siedlung Italienischer Garten und weitere Haesler-Gebäude wie das Direktorenhaus sowie das mit viel detailtreue betriebene Haesler-Museum stehen heute zur Besichtigung offen.

DER ARCHITEKT OTTO HAESLER IN CELLE

Das Bauhaus hatte bekanntlich in den 1920er Jahren sein Kraftfeld in Weimar, Dessau und Berlin als jeweiligem Sitz der Bauhaus – Schule und Werkstätten. Einer der selber nie am Bauhaus tätig war, aber von der Idee des Neuen Bauens stark inspiriert war, war Otto Haesler. Ein Forscher und Tüftler, einer, der weniger an der Lehre als an der konkreten Umsetzung interessiert war. 1907 nach Celle gekommen, baute er dort in den 20er Jahren sieben Einzelbauten und Siedlungen im Stil des Neuen Bauens, die national und international stark beachtet wurden. Außerdem führte er eine Vielzahl weiterer An- und Umbauten durch und nahm auch über Celle hinaus an vielbeachteten Wettbewerben teil (u. a. Karlsruhe-Dammerstock – Umsetzung gemeinsam mit Walter Gropius).

Von Gropius als Nachfolger von Hannes Meyer als Bauhausdirektor vorgeschlagen, lehnte er mit Hinweis auf seine Forschungen und Bauvorhaben ab. Durch enge Kontakte auch über Gropius hinaus zum Bauhaus, von denen einige Schülerinnen und Schüler in seinem Büro arbeiteten, gab es wechselseitige Inspirationen und Austausch. Otto Haesler hat auf seine ganz eigene Art, eigenständig und eigensinnig, die Ideen des Bauhauses in

MEHR ALS FACHWERKHÄUSER

Celle ist vor allem bekannt für seine einzigartige Fachwerkarchitektur und die historische Altstadt. Dass die Stadt aber auch bundesweit die größte Dichte an Bauhausarchitektur aufweist, wissen nur wenige.

der Provinz umgesetzt und dadurch eigene Impulse für die Bauhausidee geliefert.

CELLES BAUHAUS-ARCHITEKTUR HEUTE UND 2019

Sechs seiner sieben in den Jahren von 1923 – 1931 in Celle entstandenen Bauten und Siedlungen sind heute überwiegend im Originalzustand erhalten und werden fast alle in ihrer ursprünglichen Funktion genutzt. Im Bauhausjubiläumsjahr 2019 sollen diese Bauten und Siedlungen des „Neuen Bauens“ von Otto Haesler in Celle im Mittelpunkt stehen und auf verschiedenen Ebenen sowohl dem Fachpublikum als auch der Öffentlichkeit präsentiert werden: im Otto-Haesler-Museum und den original erhaltenen Schlichtwohnungen; zu Fuß, per Rad oder Segway entlang des Rundwegs zu seinen Bauten, in Form von Ausstellungen, Veranstaltungen, Festen und Aktionen in und um die Original-Bauwerke von Otto Haesler.

DAS HAESLER MUSEUM

Mit einer original erhaltenen und eingerichteten Arbeiter-Bauhaus-Wohnung, einer Arbeiterwohnung im Einrichtungsstand der

50er Jahre, einer Flüchtlingsunterkunft des Jahres 1945, einem original Wasch- und Badehaus Baujahr 1931 und einer umfangreichen Fotoausstellung über das Leben in einer Arbeiter-Bauhaussiedlung ist dieses Museum einmalig in Deutschland. Das Haesler Museum ist derzeit geöffnet jeden 1. Sonntag im Monat von 15:00 – 18:00 Uhr. Außerhalb dieser Zeit nach Vereinbarung. Der Eintritt ist frei, Spenden sind erwünscht.

DIE GRAND TOUR DER MODERNE

Aufgrund ihrer Bauten von Otto Haesler im Bauhausstil ist die Stadt Celle Teil der Grand Tour der Moderne – einer eigens anlässlich des 100-jährigen Bauhaus Jubiläums konzipierten Reiseroute. Celle zählt damit deutschlandweit zu rund 100 kulturhistorisch relevanten Orten, die zu einer attraktiven Route miteinander verbunden werden. Diese groß angelegte Jubiläumskampagne vom Bauhaus Verbund 2019, dem Zusammenschluss aller drei landeseigenen Bauhaus-Stätten, macht die Geschichte der Moderne von 1900 bis 2000 für Besucher mit der Bahn, dem Auto oder Fahrrad erfahrbar.



KONTAKT

Klaus Lohmann

Celle Tourismus und Marketing GmbH
 Markt 14-16
 D-29221 Celle
 Tel: +49 5141 909080
www.celle-tourismus.de

Sie würden Ihre Destination gerne in einer der nächsten Ausgaben sehen? Dann melden Sie sich bei der Tourismuskommunikations-Redaktion unter kerstin.kontny@emden.ihk.de

KUNDENFEEDBACK

WICHTIGER IMPULSGEBER UND INSTRUMENT ZUR KUNDENBINDUNG

SERVICEQ BIETET ERSTMALS THEMENWORKSHOPS AN

Die Möglichkeiten Kundenfeedback zu generieren, sind vielfältig und zahlreich. Die Chancen, die es für Ihr Unternehmen bietet, ebenso. Kundenfeedback liefert nicht nur kostenlose Anregungen für Verbesserungen, sondern zeigt auch auf, wo die Stärken Ihres Unternehmens liegen, um Wettbewerbsvorteile zu sichern und auszubauen. Zudem kann durch den richtigen Umgang mit Feedback, die Kundenzufriedenheit verbessert und im besten Fall wiederhergestellt bzw. der Kunde begeistert werden. Feedbackmanagement, sei es z. B. über eine Kundenbefragung, durch die Analyse der Rückmeldung auf Bewertungsplattformen, durch aktives Beschwerdemanagement oder auch den Austausch in den

sozialen Netzwerken, ist somit ein wichtiger Bestandteil Ihrer Kundenbindung.

Doch wie wird der Umgang mit Kundenfeedback im Unternehmen organisiert? Was sind die wichtigsten Feedbackkanäle? Wie kann adäquat auf negatives Feedback reagiert werden?

Eine Antwort auf diese Fragen bietet die Initiative ServiceQualität Deutschland in Niedersachsen am 22.10.2019 von 10.00 Uhr – 17.00 Uhr in Westerstede.

Inhalte:

- Bedeutung von Kundenfeedback für Ihren Betrieb
- Ihren Betrieb durch passende Werkzeuge der Initiative ServiceQualität Deutschland analysieren
- Verbesserungsmaßnahmen zur Umsetzung in Ihrem Betrieb erarbeiten
- jede Menge Impulse aus der Praxis

NEUE BETRIEBE AUSGEZEICHNET

Im ersten Halbjahr 2019 wurden zehn neue Q-Betriebe ausgezeichnet. 30 Betriebe haben erfolgreich die Rezertifizierung durchlaufen, darunter im März auch die IHK Lüneburg-Wolfsburg mit den Geschäftsstellen Celle und Wolfsburg in der Stufe II. In den Bezirken der IHK Ostfriesland und Papenburg und der IHK

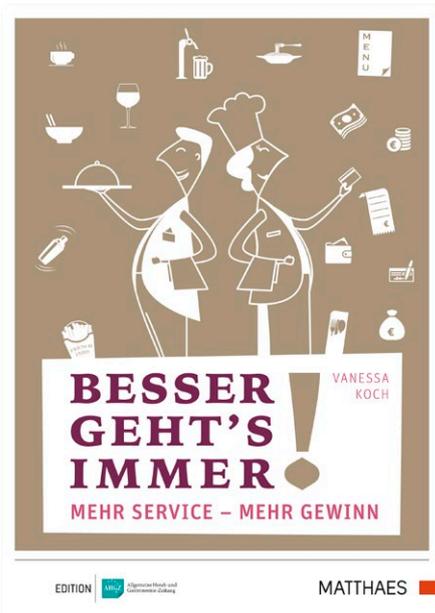
Hannover wurden mit jeweils 11 Betrieben die meisten ausgezeichnet.

Außerdem wurden im ersten Halbjahr 90 Q-Coaches ausgebildet. Sie haben nun das Handwerkszeug, um die Qualitätsinitiative in ihren Unternehmen anzugehen.

BESSER GEHT'S IMMER! MEHR SERVICE – MEHR GEWINN

Besser geht's immer – diese Devise zieht sich durch den Serviceratgeber von Vanessa Koch. Das Ziel ist einfach: Mitarbeiter, die Spaß an der Arbeit haben, Gäste, die glücklich nach Hause gehen und bald wiederkommen sowie ein Unternehmen, das erfolgreich und zukunftsfähig ist. Das zu erreichen ist harte Arbeit, soll aber spielerisch leicht wirken.

Dieses Praxisbuch bietet Anregungen, Informationen und Hilfestellungen für die tägliche Arbeit auf der Gastrobühne: für den perfekten Verkauf, für das Feedbackmanagement und für die Mitarbeiterführung. Es richtet sich an Mitarbeiter, Schichtführer und Restaurantleiter in gastronomischen Betrieben.



ANSTEHENDE SEMINARtermine:

- Q-Seminar
Wolfenbüttel
26.09.2019 bis 27.09.2019
- Kundenfeedback – Wichtiger Impulsgeber und Instrument zur Kundenbindung
Westerstede
22.10.2019
- Q-Seminar
Aurich
05.11.2019 bis 06.11.2019
- Q-Seminar
Hannover
25.11.2019 bis 26.11.2019

Anmeldung unter
www.q-deutschland.de

MEHR INFORMATIONEN

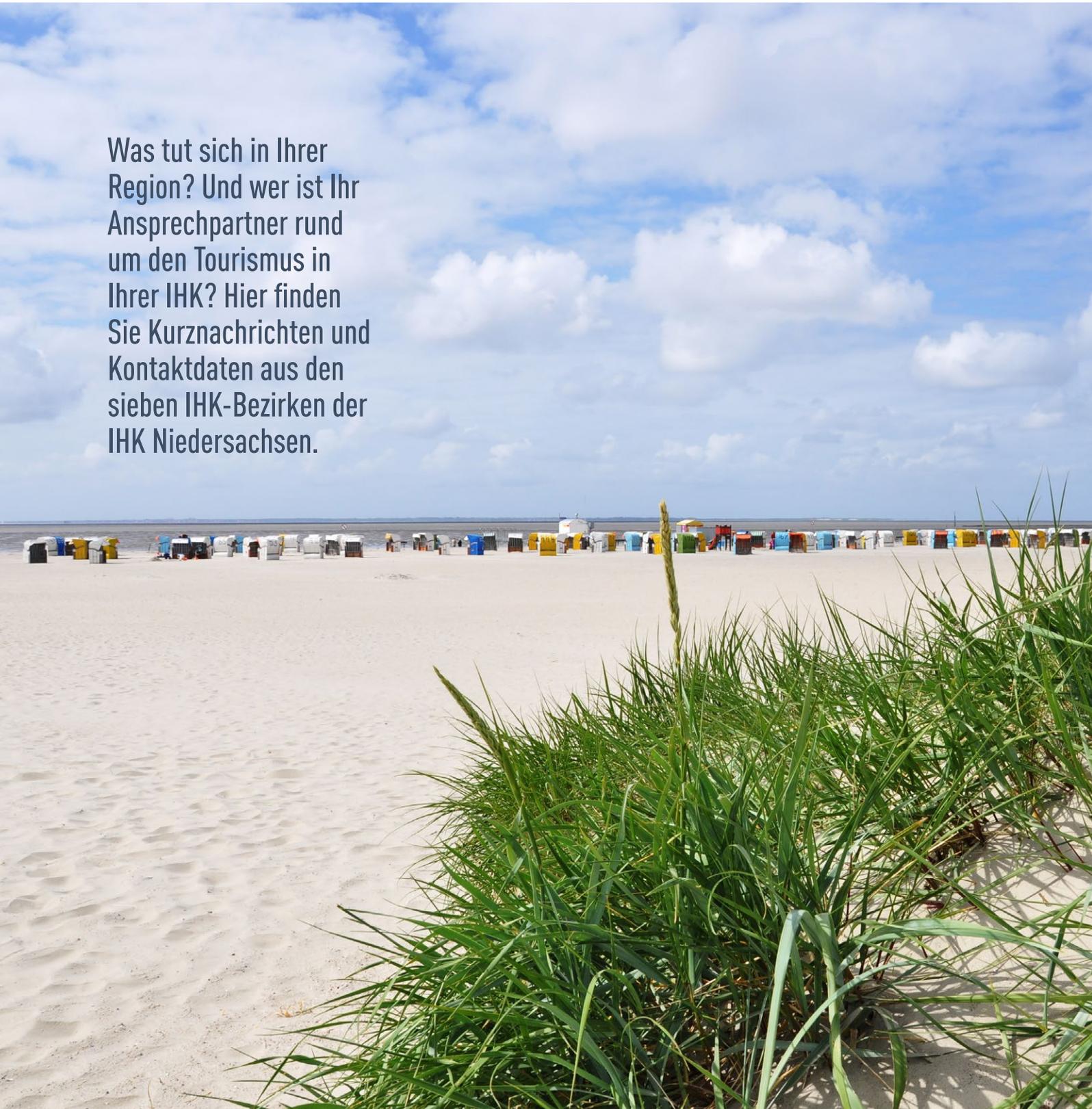
TourismusMarketing Niedersachsen GmbH
Telefon: 0511 270488-28
E-Mail: service@tourismusniedersachsen.de
www.q-deutschland.de



ServiceQualität
DEUTSCHLAND

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

Standortbasierte Dienste in der Region 38

EINSATZMÖGLICHKEITEN UND POTENTIALE IM TOURISMUS

Mithilfe von Location-Based Services (standortbasierte Dienste) können mobile Endgeräte (z. B. Smartphones) geographisch geortet werden. Daraufhin erhält der Nutzer an seinen Standort angepasste und personalisierte Inhalte. Diese Anwendungen sind auch für die Tourismuswirtschaft der Region 38 nutzbar. Als Teilprojekt eines über mehrere Jahre angelegten Forschungsprojektes luden nun fünf Masterstudenten der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften in Salzgitter Vertreter aus dem Bereich Tourismus zum wissenschaftlichen Gruppengespräch ein. Diskutiert wurde hierbei der Einsatz von Location-Based Services (LBS) in der Branche.

Das Institut für Medienmanagement der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften in Salzgitter forscht unter der Leitung von Prof. Dr. Harald Rau bereits seit Mitte 2016 zu LBS. Dieses Forschungsprojekt wird vom Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) der EU gefördert. In einem Teilprojekt führen die fünf Studenten Björn Beringer, Lukas Hoffmann, Simon Langenmair, Oliver Neuper und Per Ole Uphaus des Masterstudiengangs Kommunikationsmanagement fünf Fokusgruppengespräche

durch. Thematisiert werden dabei Anwendungsmöglichkeiten für die Bereiche Kultur, Sport, Journalismus, Handel und Gewerbe sowie Tourismus. Über das letztgenannte Thema sprachen dabei Tourismusvertreter der ganzen Region 38: von Vertretern des Hotel- und Gaststättengewerbes, über Experten der IHK bis hin zu Tourismusverbänden und Kommunen. Schnell stellte sich heraus, dass die Lessingstadt Wolfenbüttel mit der Thematik bereits sehr vertraut ist: „Die touristischen Einrichtungen können wir alle auf die eine oder andere Weise durch LBS berücksichtigen. Personalisierung wird zukünftig das A und O sein – dies muss auf das jeweilige Nutzerinteresse heruntergebrochen werden“, so Björn Reckewell vom Tourismusverband Nördliches Harzvorland. Uwe Heinze von der IHK ergänzt: „LBS stellen eine Chance dar, die Aufenthaltsdauer zu verlängern und das Interesse an der Destination zu verstärken, sodass Gäste auch wiederkommen.“ Für die Forschungsgruppe geht es nun an die Auswertung der Gespräche. Schon am 24. Juli werden die Ergebnisse im Rahmen einer Tagung in Braunschweig vorgestellt. Interessierte können sich gerne bei Lukas Hoffmann melden (Email: hoffmann@lbs-projekt.de).



Oliver Neuper, Simon Langenmair, Lukas Hoffmann, Per Ole Uphaus und Björn Beringer sprachen mit Tourismusexperten.

IHK-TOURISMUSAUSSCHUSS:

Fachkräftemangel im Fokus

Der Tourismusausschuss der IHK hat sich am 21. Mai zu seiner Sitzung im GOP Variété-Theater Hannover getroffen. Unter der Leitung des Ausschussvorsitzenden und Hausherrn Dennis Bohncke haben sich die Mitglieder intensiv mit Meike Zumbrock, Geschäftsführerin der TourismusMarketing Niedersachsen GmbH und Anne-Kathrin Tögel, Referatsleiterin Tourismuswirtschaft und Tourismuspolitik beim DIHK ausgetauscht. Frau Zumbrock ordnete die Zahlen des Niedersachsen-Tourismus in den Bundesvergleich ein und infor-

mierte den Ausschuss über die TMN-Aktivitäten bei Digitalisierung und Onlinemarketing. Eine besonders lebhaft Diskussion entspann sich anschließend bei dem von Frau Tögel vorgestellten Thema, wie dem Fachkräftemangel in Hotellerie und Gastronomie begegnet werden könne. Dabei waren sich alle einig, dass die Vorzüge der Branche – der Kontakt zu Menschen oder auch die Möglichkeit internationaler Einsätze – noch stärker herausgestellt werden müssten.



IHK HANNOVER



KONTAKT

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



TOURISMUSORTE IN DER IHK-REGION HANNOVER: KENNZAHLEN 2018

Die IHK Hannover hat auf der Basis von Daten des Landesamtes für Statistik Niedersachsen für insgesamt 42 Tourismusorte in der IHK-Region Hannover mit in der Regel mehr als 35.000 Übernachtungen touristische Kennzahlen des Jahres 2018 zusammengestellt. Während bei der Übernachtungsinfrastruktur (geöffnete Betriebe, angebotene Betten/Schlafgelegenheiten) 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. Eine Ausnahme bildet die Stadt Bückeburg (Landkreis Schaumburg) auf Rang 2 bei der Auslastung der Schlafgelegenheiten.

Im Vergleich zu 2017 haben im IHK-Bezirk Hannover folgende touristische Ziele bei den Übernachtungen deutlich überdurchschnittlich im zweistelligen Bereich zugelegt bzw. Einbußen erlitten:

→ Gewinner:

- Wedemark: + 61,3 %
- Walkenried: + 17,8 %
- Isernhagen: + 17,2 %
- Northeim: + 13,8 %
- Neustadt a. Rbge.: + 11,9 %
- Rinteln: + 11,7 %

→ Verlierer:

- Herzberg am Harz: - 12,8 %
- Giesen: - 9,2 %
- Hemmingen: - 9,0 %
- Bad Eilsen: - 7,6 %
- Hildesheim: - 5,0 %



IHK LÜNEBURG- WOLFSBURG

Restaurant Aqua in Wolfsburg bleibt auf Platz eins

Das Restaurant Aqua im Wolfsburger Ritz Carlton hat seinen Spitzenplatz im aktuellen Hornstein-Ranking bestätigt – mit der gleichen Punktzahl (99,8) wie im vergangenen Jahr. Damit ist das Aqua mit 3-Sterne-Koch Sven Elverfeld das beste Restaurant Deutschlands in einem Hotel. Das Ranking listet die

besten Restaurants in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Südtirol sowie eine Auswahl der besten deutschen Hotels und der führenden Wellnesshotels im deutschsprachigen Raum auf. Die Macher des Hornstein-Rankings werten die wichtigsten deutschsprachigen Restaurantführer aus.



Das Aqua mit 3-Sterne-Koch Sven Elverfeld bleibt das beste Restaurant Deutschlands in einem Hotel.

BRANCHENTAG MIT FIRMEN- JUBILÄUM: 10 JAHRE FLUSS- LANDSCHAFT ELBE GMBH

Zum 10-jährigen Bestehen der Flusslandschaft Elbe GmbH fand am 17. Juni 2019 der Branchentag mit vielen Informationen für die Gastgeber und Unternehmer statt. Die Region Flusslandschaft Elbe, bestehend aus Elbmarsch und Elbtalau, erstreckt sich von Seevetal im Norden bis Hitzacker im Süden entlang der Elbe. Die Zahl der Übernachtungsgäste in der Region stieg im Jahr 2018 um acht Prozent auf 468.300 Übernachtungen (im Vergleich zum Vorjahr). Betrachtet man die letzten zehn Jahre, errechnet sich eine Steigerung von 44 Prozent. Jens Kowald, Geschäftsführer der Flusslandschaft Elbe GmbH, fühlt sich in seiner Marketingstrategie bestätigt. Mit der zweisprachigen Homepage www.erlebnis-elbe.de und dem darauf abgestimmten „Erlebnis Elbe Guide“ können die Gäste ihren Aufenthalt planen.

EM DER VIELSEITIGKEITS- REITER IN LUHMÜHLEN

Die Europameisterschaften der Vielseitigkeitsreiter findet 2019 zum sechsten Mal im berühmten Championsstandort in der Lüneburger Heide statt. Vom 29. August bis 1. September 2019 messen sich die besten Vielseitigkeitsreiter Europas auf dem Turniergelände in Luhmühlen. Abgerundet wird die Vielseitigkeits-EM 2019 von einem bunten Rahmenprogramm für die ganze Familie rund ums Pferd. Die Wettkämpfe starten am Donnerstag und Freitag mit Dressurprüfungen. Am Samstag ist Geländetag, das Herzstück der EM. Das finale und entscheidende Springen der Europameisterschaft 2019 in Luhmühlen findet am Sonntag, den 1. September statt – hier entscheidet sich, wer den Europameistertitel mit nach Hause nehmen darf.



KONTAKT

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

Heilbäderverband Niedersachsen mit neuem Vorstand

Seit Ende April leitet Dr. Norbert Hemken, Kurdirektor und Geschäftsführer Kurbetriebsgesellschaft Bad Zwischenahn mbH, die Geschicke des Heilbäderverbandes Niedersachsen e. V. Er wurde in der Sitzung am 26. April 2019 in Bad Essen zum 1. Vorsitzen-



den gewählt. Insgesamt hat sich der Heilbäderverband Niedersachsen mit der Strategie „HBV Fit 2022“ neu ausgerichtet. Der Verband verfolgt folgende fünf wesentliche Ziele: 1) Die Unterstützung der niedersächsischen Mitglieder auf Bundesebene, 2) die weitere Steigerung des Organisationsgrades im Verband, 3) die Öffnung des Verbandes zu allen prädikatisierten Kurorten und gesundheitstouristischen Einrichtungen in Niedersachsen, 4) die Funktion als zentraler Interessenvertreter und Ansprechpartner für die niedersächsischen Kurorte im Themenfeld Gesundheitstourismus und 5) die Unterstützung der Mitglieder in Produkt- und Angebotsentwicklungsprozessen.

Weitere Informationen:

www.bad-zwischenahn.de

STRANDSCHLAFEN AUF WANGEROOGE

Am Oststrand der Insel Wangerooge können Gäste nun am Strand übernachten. Die Kurverwaltung Wangerooge hat zwei neue Schlafstrandkörbe angeschafft, die seit Mai 2019 für Gäste buchbar sind.

Die Schlafkörbe bieten mit einer Breite von 1,30 Meter und einer Länge von 2,40 Meter ausreichend Platz für zwei Personen. Im Übernachtungspreis (ab 75 pro Einheit und Nacht) inbegriffen sind die Bettwäsche, Handtücher sowie die Nutzung von Dusche und WC auf der Unteren Strandpromenade und ein zweistündiger freier Eintritt in das Meerwasser-Erlebnisbad Oase. Außerdem sind die Schlafstrandkörbe abschließbar, sodass man auch für ein Abendessen oder Frühstück den Korb verlassen kann.

Weitere Infos:

www.wangerooge.de



IHK-WERKSTATT – RICHTIG KALKULIEREN

Preise richtig zu kalkulieren zählt zu den wichtigsten Erfolgsfaktoren unternehmerischer Tätigkeit. In unserem Workshop am 19. August informieren wir Sie, wie Sie systematisch einen Verkaufspreis für Ihre Produkte und Dienstleistungen bestimmen. Folgende Themen werden in dem Workshop behandelt: Rolle der Preise für den Unternehmenserfolg, Kalkulatorische Kosten, Stundenverrechnungssätze, Deckungsbeitragssätze, Zuschlagskalkulation, Vor- und Nachkalkulation sowie Marktpreis und kalkulierte Preise. Eine Anmeldung ist notwendig.

Weitere Informationen:

www.ihk-oldenburg.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

IHK-TOURISMUSAUSSCHUSS:

Digitalisierung der Angebote voranbringen

„Tourismus, Hotellerie und Gastronomie sind wichtige Säulen der regionalen Wirtschaft. Für diese Branchen zu sensibilisieren und ihre Interessen in die politische Diskussion einzubringen, ist Aufgabe unseres IHK-Fachausschusses.“ So fasste Friedhelm Freiherr von Landsberg-Velen, Geschäftsführer des Ferienzentrums Schloss Dankern aus Haren, die Bedeutung des IHK-Gremiums zusammen. In der konstituierenden Sitzung bei der Emsflower GmbH in Emsbüren wurde er in seinem Amt als Ausschussvorsitzender für die neue Wahlperiode 2019 bis 2023 bestätigt. Stellvertretender Ausschussvorsitzender ist Wolfgang Hackmann, Geschäftsführer der Parkhotel Hackmann GmbH & Co. KG, aus Meppen.

Über die neueste digitale Anwendung zur Information von Touristen im Emsland informierte Katja Lampe, stellvertretende Geschäftsführerin der Emsland Tourismus GmbH. Mit der Amazon-Sprachassistentin „Alexa“ kann die Anwendung „MeinEmsland“ heruntergeladen werden. Sie speist sich aus einer Datenbank, die von bereits rund 60 regionalen Anbietern aktuell gehalten wird. Gäste und Einheimische können Veranstaltungen,

Sehenswürdigkeiten und Radtouren individuell über nahezu alle digitalen Endgeräte wie Smartphones, Fernsehgeräte und Info-säulen abrufen. Die umfassenden Informationen, die individuell für den Gast zugeschnitten sind, werden über die Online-Kanäle wie zum Beispiel soziale Medien angeboten.

„Für vitale Tourismusregionen führt an ansprechenden Digitalisierungsangeboten kein Weg vorbei. Wichtig ist, die unterschiedlichen Zielgruppen passgenau mit den richtigen digitalen Instrumenten anzusprechen und sie für die Region zu begeistern. Das Projekt ‚MeinEmsland‘ der Emsland Tourismus GmbH ist ein gutes Beispiel, wie das funktionieren kann“, lobte Anke Schweda, IHK-Geschäftsbereichsleiterin für Standortentwicklung, Innovation und Umwelt, das Vorhaben. Im Anschluss an die Sitzung informierte Geschäftsführer Tom Kuipers, Emsflower GmbH, über sein Unternehmen: Der Produzent von Beet- und Balkonpflanzen ist inzwischen bundesweit eine echte touristische Destination. Das Kerngeschäft der Emsflower GmbH umfasst 87 Hektar Flächen unter Glas und wird von rund 400 Mitarbeitern bewirtschaftet.



KONTAKT

Ihre Ansprechpartnerin in der
IHK Osnabrück-Emsland-
Grafschaft Bentheim:
Magdalena Knappik
Telefon: 0541 353-235
knappik@osnabrueck.ihk.de
www.osnabrueck.ihk24.de



(v.r.): Friedhelm Freiherr von Landsberg-Velen, Anke Schweda, Tom Kuipers, Wolfgang Hackmann und Katja Lampe.

Norderney in Feierlaune

Das Nordseebad Norderney kommt aus der Festtagsstimmung dieses Jahr wohl nicht mehr heraus. Neben dem 222 Jahr-Seebad-Jubiläum, 40 Jahre Warschauer Symphonie Orchester auf Norderney, 30 Jahre Filmfest, 10 Jahre UNESCO-Weltnaturerbe Wattenmeer und dem Green Destination Gold Award gibt es nun einen weiteren Anlass, die Sekt-

korken knallen zu lassen: Die European Spas Association zeichnete Norderney in der Kategorie „Innovative SPA & Health Destination“ mit dem ESPA Innovation Award 2019 aus für, wie es in der Begründung der Jury heißt „ihr natürliches, einzigartiges Umfeld in der deutschen Nordsee, die zum UNESCO-Weltnaturerbe Wattenmeer gehört. Die Destination Norderney implementierte die Marke als Thalasso-Insel als eine einzigartige Strategie, um die Insel mit ihren gesundheitstouristischen Angeboten zu vermarkten.“

Auf der ITB in Berlin durfte das Nordseebad mit dem Green Destination Gold Award bereits den prestigeträchtigsten Award für die nachhaltigsten Destinationen der Welt entgegennehmen. Norderney gehört als bislang einzige deutsche Destination seit 2013 zu den Quality-Coast-Destinationen und den Top 100 der Green Destinationen der Welt (siehe auch Seite 5). Und das alles im Jubiläumsjahr, das mit vielen Überraschungen für Einheimische wie Gäste gefeiert wird.



PROJEKT WASSERKANTE IN NORDDEICH

In Norddeich stehen in den nächsten Jahren größere Maßnahmen an: Armin Korok von den Wirtschaftsbetrieben der Stadt Norden präsentierte dem IHK-Ausschuss die aktuellen Planungen zum Projekt Wasserkante. „Es geht dabei um drei Teilprojekte: Nationalparkpromenade, Dünenlandschaft und Wasserkante Ost mit einem gesamten Investitionsvolumen von rund 12 Millionen Euro“, erläuterte Korok. Für die ersten beiden Teilprojekte seien Fördermittel in Höhe von rund 6 Millionen Euro beantragt, sie sollen von April 2020 bis Juni 2021 umgesetzt werden. Unter anderem werden dort Maßnahmen zur Barrierefreiheit umgesetzt, die Promenade umgestaltet und das Deckwerk erneuert. Im Bereich Wasserkante Ost soll das Deckwerk bereits in diesem Jahr erneuert werden, hier wurden die Planungen im Sinne einer Einheitlichkeit mit den anderen Teilabschnitten angepasst.

WATTENMEER FEIERT GEBURTSTAG

Zehn Jahre ist es nun her, dass die UNESCO das Wattenmeer vor unserer Haustür zum Weltnaturerbe ernannt hat. Das wird gefeiert! Zwischen April und Oktober bieten Unternehmen, Tourismusorganisationen, Nationalparkverwaltung und auch die Partner aus den Niederlanden viele Aktionen entlang der Nordseeküste an. Sportliche Fahrradtouren entlang der Küste, ein leckeres Geburtstagsfrühstück direkt an der Wattkante, besondere Übernachtungsmöglichkeiten oder spannende Veranstaltungen rund um die Tierwelt im Wattenmeer.

Weitere Informationen und eine Übersicht, was es alles zu tun und erleben gibt, finden Sie hier:

www.die-nordsee.de/10-jahre-wne



IHK FÜR OSTFRIESLAND UND PAPANBURG



KONTAKT

Ihre Ansprechpartnerin in der IHK für Ostfriesland und Papenburg:
Kerstin Kontny
Telefon: 04921 8901-48
kerstin.kontny@emden.ihk.de
www.ihk-emen.de



IHK STADE FÜR DEN ELBE-WESER-RAUM



KONTAKT

Ihr Ansprechpartner in der IHK
Stade für den Elbe-Weser-Raum:
Philipp Rademann
Telefon: 04721 7216-255
philipp.rademann@stade.ihk.de
www.stade.ihk24.de

WOLFCENTER Dörverden feiert seinen 9. Geburtstag

Am 28.04.2010 eröffnete das WOLFCENTER Dörverden erstmals seine Tore. Das ist neun Jahre her. „Es war von Anfang an unsere Absicht, unseren Besuchern interessante Infos über Wölfe in Deutschland näher zu bringen und dass sie dabei einen schönen Tag im WOLFCENTER erleben. Daran hat sich bis heute nichts geändert“, äußern sich Frank und Christina Faß als Inhaber des WOLFCENTERS. Mittlerweile konnten die beiden zusammen mit ihrem Mitarbeiterteam und natürlich auch mit ihren Wölfen in den verschiedenen Gehegen mehrere hunderttausend Besucher für ihre Absicht gewinnen, worüber sie sich sehr freuen. „Wir sind dankbar für die vielseitige Zustimmung unserer Besucher und dass wir im Laufe der Jahre unsere Angebotsvielfalt ausbauen konnten“, betonen die beiden weiter. Nach der Übernahme des Restaurants in die eigenen Hände im Jahr 2011, erfolgte 2012 die Eröffnung einer zweiten Dauerausstellung. Ferner wurde im gleichen Jahr das erste von zwei Baumhaushotels, direkt am Wolfsgehege stehend,

errichtet. Auch im Bereich der Bildungsangebote wurde weiter getüftelt. Neben Seminaren und Workshops für Jugendliche und Erwachsene, wurden auch Seminare für verschiedene Schulformen entwickelt. Ende 2016 wurde auf eigene Kosten eine Auffangstation errichtet, die verunfallte Wölfe zwecks Rehabilitation aufnehmen kann. Im Frühjahr 2017 erschien das selbstverfasste Fachbuch zum umfangreichen Thema „Schutz von Nutztieren vor Wolfsangriffen“. Der Kern des WOLFCENTER ist bis heute unverändert. So erleben die Besucher verschiedene Führungen und Schaufütterungen zu den Gehegewölfen, die beiden großen multimedialen Dauerausstellungen, die Streichelziegen zum Anfassen und die drolligen Präriehunde zum Beobachten. Für das leibliche Wohl wird im Restaurant gesorgt und auf Wunsch kann auch in den Tipizelten und in Zweibettzimmern übernachtet werden. Pünktlich zum Jubiläum wurde auch die Webseite www.wolfcenter.de modernisiert und mit vielen verschiedenen Informationen ausgestattet.



TOURISMUSTAG NIEDERSACHSEN

Hier erfahren Sie alles über das Programm, die Referenten und die Foren beim Tourismustag Niedersachsen am 19. und 20. September im STADEUM



ZAHLEN UND FAKTEN

Ohne eine vernünftige Internetanbindung keine Gäste – doch wer nutzt eigentlich was wofür?



RUNDREISE DURCH NIEDERSACHSEN

Im Porträt: Die Stadt Stade hat viel zu bieten – als Tagungsort und als touristische Destination.

LESERSERVICE

Abo bestellen unter

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:

Arno Ulrichs, Sprecher Federführung Tourismus der IHKN, Leiter Standortpolitik der IHK für Ostfriesland und Papenburg

Redaktion:

Kerstin Kontny

Referentin Verkehr und Tourismus

IHK für Ostfriesland und Papenburg

Ringstr. 4, 26721 Emden

Telefon: 04921 8901-48

E-Mail: kerstin.kontny@emden.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:

Juni 2019

Bildnachweise:

Titel: © CTM GmbH, Seite 2: links: © Hotel Achterdiek, Mitte: © CTM GmbH, rechts: © www.wolfcenter.de, Seite 3: © FOTO W Emden, Seite 4: Photo by Florian GIORGIO on Unsplash, Seite 5: © Staatsbad Norderney GmbH, Seite 7: © Hotel Achterdiek, Seite 9: © TMN (Tourismus Marketing Niedersachsen GmbH), Seite 10: © shutterstock.com/Rawpixel.com, Seite 12: © shutterstock.com/ Iryna Inshyna, Seite 13: © shutterstock.com/Just dance (Montage Anne Ries), Seite 14 bis 16: © CTM GmbH, Seite 18: © Tourismus-Service Norden-Norddeich, Seite 19: Porträtfoto: oh, Foto unten: © Ostfalia Hochschule, Seite 20: © IHK Hannover, Porträt: © Andrea Seifert Photography www.andreaseifert.de, Seite 21: kleines Porträtfoto links: © fotografarin Sandra Koenig, großes Foto oben rechts: © Wonge Bergmann, Seite 22: links oben: © KBG, links unten: © Kurverwaltung Wangerooge, Porträtfoto: © Imke Folkerts, Seite 23: Porträtfoto: © privat, Gruppenfoto: © IHK Osnabrück, Seite 24: Foto links: © ESPA, Porträtfoto: © FOTO W Emden, Seite 25: Porträt: © IHK Stade für den Elbe-Weser-Raum, Fotos unten: © www.wolfcenter.de, Seite 26: links: Silhouette © Anne Ries, Mitte: © Tourismusverband Landkreis Stade/Elbe e. V. / Nicole Brüchmann, rechts: © shutterstock.com/ Maridav, Seite 27: © shutterstock.com/ Peter Kotoff (Montage Anne Ries)

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 (IHKN)

Hinüberstraße 16-18
30175 Hannover
Telefon: 0511 33708-76
E-Mail: info@ihk-n.de

**TOURISMUS
NACHRICHTEN**

IHKN-MITGLIEDER

IHK BRAUNSCHWEIG

Brabantstraße 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
